Funded by the
Creative Europe Programme
of the European Union

CULTURE
for Cities and Regions

Coaching-Besuch: Bericht und Handlungsempfehlungen

Coaching-Besuch in Chemnitz
18. - 21. April 2017

Das vorliegende Dokument wurde vom Coaching-Team nach dessen Besuch erstellt und von der Gastgeberstadt ergänzt.

Inhalt

Einleitung 3

Zusammenfassung 4

Schlussfolgerungen / Erkenntnisse 18

Positive Rahmenbedingungen und lokale Stärken 18

Fragen und Empfehlungen zur Ausarbeitung der Kulturstrategie 18

Kulturelle Leitung/Führung getreu dem Motto „Ein Team, ein Ziel“ 18

Kommunikation, Management und Koordination 20

Ausarbeitung der Strategie 21

Hilfreiche Links 26

Weitere Schritte und Maßnahmen *(identifiziert von der Gastgeberstadt)* 27

Einleitung

Auf Grundlage der Dokumente und Informationen, die die Stadt Chemnitz in ihrer Bedarfsanalyse und im Rahmen eines von EUROCITIES am 7. März 2017 veranstalteten Webinars zur Verfügung gestellt hat, erstellte das Coaching-Team einen kurzen Überblick der wichtigsten Anforderungen und Schwerpunkte für das Coaching . Hierbei handelte es sich um eine reflektierende Analyse der Ausgangslage und Rahmenbedingungen, wie sie vor Durchführung des Coachings in Chemnitz vorzufinden waren. So sollte eine klare Zielstellung ermöglicht werden. Der Überblick wurde der Stadt Chemnitz zur Verfügung gestellt und für Kommentare und Änderungen geöffnet, um sicherzustellen, dass die Zielstellungen von allen Beteiligten, Verantwortlichen und Experten der Stadt Chemnitz akzeptiert werden.

Durch diesen Austausch sollte gewährleistet werden, dass das Coaching die Bedürfnisse der Stadt Chemnitz klar und deutlich identifiziert hat. Zudem konnte hierdurch die Agenda des Coaching-Besuchs im Detail abgestimmt werden.

Dieser Bericht wurde als zusammenfassende Auswertung des von der Stadt Chemnitz anberaumten Coaching-Besuchs vom 18. - 21. April 2017 erstellt und beinhaltet die Empfehlungen des Coaching-Teams an die Stadt Chemnitz. Diese Fassung wird dem Auftraggeber zur Kenntnisnahme / Überarbeitung zur Verfügung gestellt.

Ferner umfasst der Bericht auch alle weiteren wichtigen Schritte, die Chemnitz einleiten sollte, um die Empfehlungen des Coaching-Teams in konkrete Maßnahmen zu überführen.

Coaching-Team Chemnitz:

Funktion	**Name**	**E-Mail-Adresse**
Experte	Nils Scheffler	scheffler@urbanexpert.net
Experte	Peter Inkei	peter@budobs.org
Städtische Fachkollegin	Val Birchall, Birmingham	Val.Birchall@birmingham.gov.uk
Städtische Fachkollegin	Susanna Tommila, Espoo	susanna.tommila@espoo.fi
EUROCITIES	Cécile Houpert	Cecile.houpert@eurocities.eu

Zusammenfassung

Die Coaching-Anforderungen wie sie im Vorfeld von der Stadt Chemnitz definiert wurden:

Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer

- Verfahren, die von anderen Städten / Regionen zur Ausarbeitung von Kulturstrategien bzw. allgemeiner Strategien verwendet werden
- Ziele und Schwerpunkte der kulturellen Entwicklung anderer Städte / Regionen; Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft in diesem Prozess
- Instrumente / Methoden / Schwerpunkte der Kulturförderung, insbesondere in Zusammenhang mit freien Akteuren, (ehrenamtlichen) Vereine

Maßnahmenplan zur „Kulturstrategie“ und kulturelle Schwerpunkte

- Wie können kulturelle Aspekte besser in Entwicklungsstrategien der Stadt eingebunden werden?
- Auf Grundlage welcher Kriterien sollte man entscheiden, welche Kulturakteure in den Arbeitsprozess zur Ausarbeitung des Kulturentwicklungsplans bis 2030 einbezogen werden? Wie kann man diese Akteure bestmöglich einbinden? Wie können geeignete Netzwerke und Partnerschaften geschaffen werden?
- Wie kann man Schwerpunkte und Themen am besten erkennen? Wie kann sichergestellt werden, dass diese Schwerpunkte von den Beteiligten im Rahmen ihrer Arbeit als verbindliche thematische Vorgaben angesehen werden? Wie können diese Schwerpunkte wiederum zur Profilschärfung der Akteure beitragen? Wie können diese Schwerpunkte und Themen optimal in den Kulturfördermechanismus integriert werden?
- Wie kann man die Prozesse der Internationalisierung und Digitalisierung am besten vorantreiben, obgleich diese Themen bisher noch keine wichtige Rolle in der allgemeinen Strategie der Stadt gespielt haben?

Marketing und Tourismus

- Wie kann man Schwerpunkte im Bereich Kulturmarketing am besten identifizieren?
- Wie kann das Kulturmarketing besser in das (internationale) Stadtmarketingkonzept eingebunden und für den Bereich Tourismus genutzt werden? Wie kann man die kulturellen Angebote der Stadt optimal in Angebotspaketen kombinieren?
- Wie kann Chemnitz mit seinen Kulturangeboten attraktiver für Menschen im Umland werden, die momentan durch das Chemnitzer Modell mit der Stadt verbunden werden und somit einen leichten Zugang zur Stadt haben?

Professionalisierung

- Wie kann man sicherstellen, dass ehrenamtliche Organisationen weniger anfällig für Instabilität sind? Wie kann man nachhaltige (Arbeits-)Strukturen für ehrenamtliche Organisationen und NROs schaffen, um sicherzustellen, dass in der Stadt dauerhaft kulturelle Angebote existieren, die wichtig für die Stadt und ihr Image sind?

- Wie kann sichergestellt werden, dass finanzielle Investitionen in wichtige ehrenamtlich geführte Projekte nicht verloren gehen, wenn sich die Initiatoren entscheiden, die Projekte zu beenden?

Bürgerbeteiligung

- Auf welche Weise können geeignete Strukturen für eine aktive Bürgerbeteiligung entwickelt werden? Wie kann die Stadtverwaltung bestmöglich für dieses Thema (z. B. dessen Komplexität und der hohe Zeitaufwand) sensibilisiert und wie kann das Thema in den Entscheidungsfindungsprozess eingebunden werden?
- Wie kann man die Öffentlichkeit bestmöglich in die Ausarbeitung der Kulturstrategie und die Bewerbung zur „Kulturhauptstadt Europas 2025“ einbinden? Wie können die wichtigsten Kanäle identifiziert werden, über die die jeweiligen Bevölkerungsgruppen erreicht werden können?

Kulturpartnerschaften

- Modelle für eine Zusammenarbeit zwischen kommunalen Verwaltungen, Politik, Industrie und Kultur, sowie Finanzierungs-und Geschäftsmodelle
- Wie können zwischen den Kulturbeteiligten wie Museen, NROs etc. gut funktionierende Netzwerkstrukturen geschaffen werden? Welche Ansätze und bewährten Verfahren gibt es, um die Kooperation und Zusammenarbeit aller Kulturbeteiligten in geeigneter Weise zu fördern (z. B. Bewährte Praxisbeispiele)?
- Weiterentwicklung des Programms für kulturelle Bildung und der damit verbundenen Zusammenarbeit zwischen den Museen, dem Theater, Kindergärten und Schulen.

Kultur- und Kreativwirtschaft

- Bewährte Verfahren (Best Practice Beispiele) zur Verknüpfung ganzheitlicher Stadtentwicklung und der Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft

Ursprüngliche vom Coaching-Team formulierte Hypothese:

Vor dem Hintergrund der Bedarfsanalyse der Stadt Chemnitz wie auch den Ergebnissen des Webinars wurden die Zielstellungen des Coaching-Besuchs ausgewertet und diskutiert; ferner wurden Empfehlungen ausgesprochen und bewährte Vorgehensweisen / Praxisbeispiele vorgestellt:

Kulturstrategie 2018-2030

- Mögliche Inhalte / Strukturen der Kulturstrategie (Ziele, Themen);
- Wie kann die Kultur- und Kreativwirtschaft in die Kulturstrategie eingebunden werden;
- Partizipative Entwicklung der Kulturstrategie (wer wird einbezogen und wie); wie bindet man die Bevölkerung effektiv in die Ausarbeitung der Strategie ein;
- Partizipative Umsetzung der Strategie (wie stellt man sicher, dass die Beteiligten Interesse am Prozess behalten)
- Feedback zum Maßnahmenplan, der zur Entwicklung der Kulturstrategie ausgearbeitet wurde;
- Wie kann sichergestellt werden, dass die Kulturstrategie unabhängig gegenüber Veränderungen im Verwaltungsapparat und politischen Strukturen wird;

- Wie verknüpft man die Strategie mit dem Prozess zur Ausarbeitung der Bewerbung zur Kulturhauptstadt Europas 2025 (effizient funktionierender Erarbeitungsprozess; Stimmigkeit der jeweiligen Dokumente; Nutzung von Synergieeffekten; Einbeziehung der Bevölkerung etc.).

Weitere Themen

- Nutzung von Kultur als Marke / zum Marketing / zur Identifizierung mit der Stadt Chemnitz: Stadt der Moderne;
- Wie erreicht man eine starke Verbundenheit der Bürger mit der Kultur der Stadt;
- Instrumente / Verfahren zur Kulturförderung, besonders für freie Akteure, (ehrenamtliche) Vereine

Programmablauf des Besuchs

Dienstag, 18. April		
19:00	Willkommensabendessen	
Mittwoch, 19. April		
1/Einführende Informationen		
9:00-10:00	Geführter Stadtrundgang	Treffpunkt: Hotel an der Oper
10:00-11:30	Kurze Darstellung lokaler Hintergründe, der Bedürfnisse und Erwartungen, Zielstellungen und Arbeitsbereiche des Coachings, wichtigsten Herausforderungen. **Präsentationen:** - Allgemeine Informationen - Kulturstrategie und geplanter Ausarbeitungsprozess	**DAStietz** - Moritzstraße 20, Raum 3.29 Begrüßung und Moderation: Ferenc Csák Pia Sachs Ferenc Csák und Katrin Voigt
11:30-12:00	- **Interview**: Ferenc CSÁK & Katrin VOIGT & Egmont ELSCHNER	
12:00-13:30	Mittagessen mit dem stellvertretenden Bürgermeister Philipp Rochold	
2/Präsentationen		
14:00-14:45	**Interview**: Oberbürgermeisterin Barbara Ludwig	**Rathaus, Büro der Oberbürgermeisterin**

14:45-15:00	Kaffeepause	
15:00-16:30	**Präsentationen:** - Morgenstadt-Prozess - Kulturhauptstadt Europas 2025 - Tourismus und Marketing - Stadtentwicklung und integrierter Entwicklungsplan	**Rathaus** – Markt 1, Grüner Salon Eva Gräfer Ferenc Csák und Simone Becht Susan Endler Grit Stillger
16:30-17:00	Open Space = Gruppendiskussion zur Kulturstrategie als Instrument der Stadtentwicklung	Moderation: Nils Scheffler
3/Zusammenfassung des Tages		
17:30-18:00	**Zusammenfassung** des Tages: Zusammenfassende Darstellung und Auswertung mit dem Ziel, die am Morgen aufgestellte Arbeitshypothese zu bestätigen.	Moderation: Coaches
18:00-19:00	Zeit für die Coaches zu evaluieren und die nächste Sitzung zu organisieren.	
19:00	Abendessen	
Donnerstag, 20. April		
4/Ortsbegehung und Treffen mit Beteiligten		
9:00-11:00	**Interviews**:	**Museum Gunzenhauser** - Stollberger Str. 2

	- Anja RICHTER - Ulf KALLSCHEIDT - Nancy GIBSON - Susann ENDLER - Prof. Dr. FASBENDER	
11:00-11:30	Transfer zum Sonnenberg	
11:30-12:00	**Interview**: Elke KOCH	**Bürgerzentrum Sonnenberg** - Sonnenstr. 35
12:00-13:00	Mittagessen	
13:00-15:00	**Interviews**: - Christian FEISTER, Heda BAYER (Komplex) - Robert VERCH (Kabinettstückchen) - Mandy KNOSPE (Lokomov & Galerie HINTEN)	**Tour Sonnenberg**: Start: Bürgerzentrum Sonnenberg, Ende: Lokomov – Augustusburgerstraße 102
15:00-15:30	Transfer zur Spinnerei	
15:30-17:30	**Interviews**: - Klaus HIRSCH - Thomas REBSCH & Timo STOCKER - Frank SCHÖNFELD & Benjamin GRUNER - Thomas MEHLHORN	**Spinnerei Chemnitz** - Altchemnitzer Str. 27
17:30-18:00	Transfer zum Hotel	
18:00-19:00	Zeit für die Coaches zu evaluieren	

19:00	Vernetzungstreffen mit kulturellen Institutionen und Stadtratsabgeordneten	
Freitag, 21. April		
5/ Abschließende Anmerkungen und Zusammenfassung		
9:00-10:00	Besprechung der Ergebnisse des Besuchs und Vorbereitung eines Entwurfs für Empfehlungen	**DAStietz** - Moritzstraße 20, Raum 3.29 Moderation: Coaches
10:00-11:00	Präsentieren / Besprechen der Empfehlungen mit den örtlichen Hauptverantwortlichen	
11:00-12:30	Abschließende Formulierung der Empfehlungen	
12:30-13:30	Mittagessen	

Übersicht der Beteiligten, mit denen während des Besuchs ein Treffen stattfand

Name	Position	Anmerkungen	Kernfragen
Eva Gräfer	Stadt Chemnitz, Bürgermeisteramt, Projektmanagerin „Morgenstadt“	Koordination des Prozesses zur Evaluation der sogenannten Morgenstadt-Initiative der Fraunhofer-Gesellschaft in Chemnitz; ist an der Entwicklung eines Programms für die Kultur- und Kreativwirtschaf in Chemnitz beteiligt; Teilnahme am Studienbesuch in Bologna im Rahmen von „Culture for Cities and Regions“.	
Pia Sachs	Stadt Chemnitz, Bürgermeisteramt, EU-Koordinatorin	Koordination europäischer Angelegenheiten innerhalb der Stadt Chemnitz und Ansprechpartnerin für EUROCITIES; verantwortlich für die Akquise und Unterstützung von EU-Projekten, z. B. „URBACT: Waking Up the Sleeping Giant“; ferner organisieren Frau Sachs und ihr Team verschiedene Veranstaltungen wie bspw. die Europäische Mobilitätswoche.	
Ferenc Csák	Leiter des Kulturbetriebs	Arbeitete in Ungarn als Staatssekretär und Leiter der Nationalgalerie in Budapest; Beteiligter am Projekt Pécs 2010 - Kulturhauptstadt Europas; heute verantwortlich für den Bewerbungsprozess	- Arbeit und Schwerpunkte des Kulturbetriebs - Implementierungsprozess und Zielstellungen der Kulturstrategie

		Europäische Kulturhauptstadt 2025 in Chemnitz; Teilnahme am Studienbesuch in Bologna im Rahmen von „Culture for Cities and Regions“.	- Interne Organisation und Kooperation mit anderen Abteilungen - Zusammenarbeit mit dem Bürgermeisteramt
Katrin Voigt	Leiterin Kulturmanagement	Mitwirkung an der Ausarbeitung der Kulturstrategie 2004-2012; Ausarbeitung der Kulturstrategie 2018-2030, Mitwirkung an der Bewerbung Europäische Kulturhauptstadt 2025, Mitglied des EUROCITIES-Kulturforums, Mitglied der Jury des Internationalen Filmfestivals SCHLINGEL.	
Egmont Elschner	Vorsitzender des Kulturbeirats	Vorsitzender der Spartenversammlung „Film und Medien“ im Rahmen der Ausarbeitung der Kulturstrategie 2018-2030; 30 Jahre Theatererfahrung als Dramaturg und Intendant, seit 1972 Mitglied der SPD, Mitglied des Bundesvorstandes des Kulturforums der Sozialdemokratie und stellvertretender Landesvorsitzender in Sachsen, Organisation der Tage der Jüdischen Kultur (Vereinsvorsitzender), Mitglied der Jury des Internationalen Filmfestivals SCHLINGEL.	- Zweck, Zielstellungen und Leistungen des Beirats - Beziehungen zur Stadt Chemnitz und Mitwirkung am Prozess der Strategieausarbeitung - Bedürfnisse und Schwerpunkte des Kultursektors in Chemnitz - Bedürfnisse und Schwerpunkte des Kultursektors in Sachsen - Interessenvertretung gegenüber und Einbindung der politischen Ebene
Barbara Ludwig	Oberbürgermeisterin - SPD (Sozialdemokratische Partei)	Von 2001-2004 Leiterin des Dezernates Soziales, Jugend und Familie, Gesundheit, Kultur und Sport der Stadt Chemnitz, wurde	- Vorzüge der Chemnitzer Kultur und aktuelle Fragestellungen - Ausarbeitung der Kulturstrategie

		2004 Ministerin für Wissenschaft und Kunst im sächsischen Staatsministerium, 2006 Wahl zur Oberbürgermeisterin, Vorsitzende des Lenkungsausschusses zur Bewerbung um den Titel Europäische Kulturhauptstadt 2025	(Zielstellungen, aktuelle Verfahrensweisen, mögliche Hinterlassenschaften) und langfristige Vision für die Kultur bis 2030 - Stellung, die Chemnitz gern in Europa einnehmen möchte - Welche Rolle nimmt die Kultur laut Oberbürgermeisterin zukünftig in Chemnitz ein?
Anja Richter	Kunstsammlungen Chemnitz - Kuratorin des Museums Gunzenhauser	Das Museum Gunzenhauser ist die neuste Einrichtung der „Kunstsammlungen Chemnitz“, Kunstmuseum, spezialisiert auf klassische Moderne; Richter unterstützt im Rahmen der Museumsausstellung „Junge zeitgenössische Kunst aus Sachsen im Museum Gunzenhauser“ die Arbeit junger Künstler.	- Beziehungen zur Stadt Chemnitz und Mitwirkung am Prozess der Strategieausarbeitung - Unabhängige Abteilung in der Stadtverwaltung für Museen: Zweck, Zielstellungen und Ergebnisse? - Wie kann die Vernetzung der Kulturinstitutionen in Chemnitz verbessert werden?
Ulf Kallscheidt	Galerie Borssenanger, Kulturmanagement - Kulturrat (SPD)	Stadtratsabgeordneter und Mitglied des Kulturausschusses, setzt sich für ein langfristiges Engagement in der Chemnitzer Kulturszene ein: aktives Mitglied des ehemaligen Kulturzentrums Voxxx, managte das Kulturzentrum weltecho, Betreiber der Galerie Borssenanger, Entwicklung und	- Kulturelle Bedürfnisse und Schwerpunkte der Stadt Chemnitz - Interessenvertretung gegenüber und Einbindung der politischen Ebene - Funktion des Stadtrats, um eine Vision für Chemnitz zu erarbeiten

		Unterstützung vieler Kulturprojekte insbesondere im Bereich der bildenden Kunst.	
Nancy Gibson	Stadt Chemnitz, Direktorin der städtischen Musikschule	Opern-und Konzertsängerin, seit 15 Jahren Mitglied des Musiktheaterensembles in Chemnitz, seit 2009 Direktorin der städtischen Musikschule; Organisation und Teilnahme an vielen internationalen Projekten (z. B. mit der Tschechischen Republik); Mitwirkende am Stadtentwicklungsprozess.	- Beziehungen zur Stadt Chemnitz und Mitwirkung am Prozess der Strategieausarbeitung - Fokus auf internationale Projekte und deren Potential für die Kultur in Chemnitz
Susan Endler	Leiterin Marketing, Chemnitzer Wirtschaftsförderungs- u. Entwicklungsgesellschaft mbH (CWE)	Besitzt einen Abschluss in Wirtschaft, trat 2009 der CWE bei und war zunächst für den Bereich Tourismus verantwortlich. In dieser Position entwickelte sie unter anderem Formate wie das Kulturevent „Tage der Industriekultur“. Arbeitete von 2012-2014 als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der technischen Universität Chemnitz. 2014 kehrte Endler zur CWE als Leiterin Marketing zurück.	- Wirtschafts- und Kulturentwicklung der Stadt Chemnitz - Kulturangebot in Chemnitz und Bedürfnisse der Zielgruppen - Wie kommuniziert und bewirbt Chemnitz das Kulturangebot der Stadt?
Prof. Dr. Fasbender	Technische Universität Chemnitz, Professur für deutsche Literatur-und Sprachgeschichte des Mittelalters und der frühen Neuzeit	2012-2016 Prorektor für Lehre, Studium und Weiterbildung; Mitglied des kommunalen Kulturbeirats und Spartenvertreter „Kultur und Bildung“.	- Beziehungen zur Stadt Chemnitz, Mitwirkung am Prozess der Strategieausarbeitung und Rolle des Beirats - Bedürfnisse und Schwerpunkte des Kultursektors in Chemnitz aus Sicht der Universität - Rolle der Universität als Partnerin der

			Stadt Chemnitz im Bereich Kultur
Elke Koch	Stadtteilmanagerin, Sonnenberg Sozial e.V.	Ansprechpartnerin für die Bewohner des Sonnenbergs; unterstützt die Entwicklung der subkulturellen Szene auf dem Sonnenberg, engagiert sich für die Erarbeitung von Angeboten für die Bevölkerung des Sonnenbergs (z. B. Organisation der Europäischen Sportwoche), ehemalige Mitorganisatorin des Europäischen Nachbarschaftsfestes im Rahmen der Europawoche.	- Die Rolle von Stadtteilen, Organisation / Kooperation - Bedürfnisse und Meinungen im Bereich Kultur in Chemnitz - Empfehlungen der Stadtteile zur Ausarbeitung der Kulturstrategie - Rolle, Verantwortlichkeiten und Beiträge zu zukünftigen Kulturangeboten
Christian Feister	Manager des Theaters „Komplex“	In der Vergangenheit Mitwirkender in Kulturverbänden und Mitorganisator von Events, z. B. Kunst- und Kulturfestival „Begehungen“ oder im weltecho. Arbeitet heute als Lichttechniker im Komplex und organisiert Theaterstücke.	- Bedürfnisse und Meinungen im Bereich Theater in Chemnitz - Empfehlungen aus dem Theatersektor zur Ausarbeitung der Kulturstrategie - Rolle, Verantwortlichkeiten und Beiträge zu zukünftigen Kulturangeboten
Heda Bayer	Theater „Komplex“	Künstlerische Theaterleitung im „Komplex“, studierte Schauspiel, Puppenspiel und experimentelles Theater an der DAMU in Prag, lebt und arbeitet seit 12 Jahren als Schauspielerin und Regisseurin in Deutschland.	
Robert Verch	Stadtteilmanager, „Wirtschaft und Kreativwirtschaft“ – Kreatives Chemnitz e.V. -	Ehemaliges Mitglied des Organisationsteams des „Marianne Brandt Wettbewerbs“, heute Ansprechpartner für Kultur- und Kreativwirtschaft, Mitarbeit im Programm zur	- Bedürfnisse und Schwerpunkte im Bereich Kreativwirtschaft in Chemnitz - Rolle der Kreativwirtschaft in der

	Kabinettstückchen	Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft.	Erarbeitung einer Vision für Chemnitz - Beziehungen zu und Kooperation mit Kulturbetrieb, Stadtplanungsamt, CWE - Rolle des Stadtteils, Organisation / Kooperation
Mandy Knospe	Gründerin des Lokomov, der Galerie Hinten und des Theaters Komplex	Arbeitet seit 2005 als Kommunikationsdesignerin, organisierte zwischen 2006-2013 als Mitglied des Vorstands das Kunst-und Kulturfestival Begehungen, gründete die Offspace-Galerie Hinten, den Kulturraum Lokomov und den experimentellen Theaterraum Komplex.	- Bedürfnisse und Meinungen Chemnitzer Künstlerinnen und Künstler - Empfehlungen aus dem Künstlersektor zur Ausarbeitung der Kulturstrategie - Rolle, Verantwortlichkeiten und Beiträge von Künstlern zu zukünftigen Kulturangeboten
Klaus Hirsch	Miteigentümer des Komplexes „Spinnereimaschinenbau“	Plant die Wiederbelebung des Industriekomplexes „Spinnereimaschinenbau“. Der Komplex ist etwa 47.000 m² groß. Der größte Teil des Komplexes ist noch immer ungenutzt. Verwendung vordergründig zu Lagerzwecken. Es existieren nur einige wenige Gewerbe (z. B. Spinnerei Chemnitz (siehe Nr. 14) und ein Unternehmen, das sich auf die Reparatur von Fertigungsanlagen aus der DDR spezialisiert hat.	- Bedürfnisse und Meinungen aus Perspektive eines Kulturzentrums - Empfehlungen zur Ausarbeitung der Kulturstrategie - Rolle, Verantwortlichkeiten und Beiträge zu zukünftigen Kulturangeboten
Thomas Rebsch und Timo	Vorsitzende Spinnerei e.V.	Eigentümer der „Spinnerei Chemnitz“ (Veranstaltungsort für Musik, Kultur, Erholung	- Bedürfnisse und Meinungen aus Perspektive eines kulturellen

Stocker		und Sport), beide ebenfalls Mitglied des Vereins „Spinnerei e. V.“, dessen Ziel die Wiederbelebung des Spinnereiareals ist und der die Fête de la musique in Chemnitz organisiert.	Veranstaltungsorts - Empfehlungen zur Ausarbeitung der Kulturstrategie - Rolle, Verantwortlichkeiten und Beiträge zu zukünftigen Kulturangeboten
Frank Schönfeld und Benjamin Gruner	Mitglieder des Spinnerei e. V. und Festivals „Wolkenkuckucksheim“	Neben der Organisation der Fête de la musique in Chemnitz sind beide auch Initiatoren des Festivals Wolkenkuckucksheim, das aus der 12. Edition des Kunst-und Kulturfestivals „Begehungen“ hervorging; beide sind an weiteren Kulturprojekten beteiligt	
Thomas Mehlhorn	Stadt Chemnitz, Abteilung für Stadtentwicklung - Koordinator URBACT: „2nd Chance - Waking up the sleeping giant“	Arbeitet im Stadtplanungsamt; Ziel von „Waking Up the Sleeping Giant“ ist die Wiederbelebung des Spinnereimaschinenbaus (siehe Nr. 13). Partner des Netzwerkes sind die Städte Brüssel, Dubrovnik, Genua, Gijón, Lublin, Maribor und Neapel.	- Einflüsse und Ergebnisse des URBACT-Netzwerkes - Wie kann man die Ergebnisse des URBACT-Netzwerkes zur Ausarbeitung der Strategie und im Rahmen der Bewerbung um den Titel Europäische Kulturhaupstadt nutzen - Beziehungen mit Partnerstädten des Netzwerks und weitere Kooperationen

Schlussfolgerungen / Erkenntnisse

Positive Rahmenbedingungen und lokale Stärken

- ✓ Unterstützung durch die Oberbürgermeisterin und den Kulturbetrieb;
- ✓ Zahlreich vorhandene Bürgerinitiativen, Handlungsbereitschaft der Beteiligten;
- ✓ Aufgeschlossenheit der Universität zwecks Zusammenarbeit z. B. bei den Themen Kultur- und Kreativwirtschaft und Design;
- ✓ Der Kulturbeirat setzt sich aus Vertretern des Kultursektors zusammen;
- ✓ Ausgeprägter Wunsch sich weiträumig zu engagieren (Stadtteile, Regionen);
- ✓ Zielstrebigkeit und Tatendrang können der Kulturszene positive Impulse verleihen;
- ✓ Internationale Expertise innerhalb der Kommune;
- ✓ Räume, die Wachstum und vielfältige Nutzungsmöglichkeiten bieten, eröffnen viele Chancen;
- ✓ Leichte Verbesserung der Bevölkerungsbilanz;
- ✓ Stabile finanzielle Situation der Stadt,
- ✓ 5 % des Kulturbudgets sind für den freien Sektor reserviert;
- ✓ Eine beeindruckende Vielfalt kultureller Aktivitäten im Verhältnis zur Größe der Stadt;
- ✓ Möglichkeiten, die sich durch das 875-jährige Jubiläum der Stadt eröffnen.

Fragen und Empfehlungen zur Ausarbeitung der Kulturstrategie

Kulturelle Leitung getreu dem Motto „Ein Team, ein Ziel“

Für den Erfolg der empfohlenen Strategie wird ein geeignetes Organisations- und Koordinationskonzept als wesentlich angesehen. Das Coaching-Team schlägt vor, im Rahmen des Projekts auf Modelle offener und kooperativer Organisation zu setzen, da dies am besten mit den strukturellen Gegebenheiten harmoniert (z. B. Oberbürgermeisterin und Leiter der Kulturabteilung). Auf diese Weise kann die Unterstützung der Kommune und Stadt in geeigneter Weise sichergestellt werden. In der Kommune / Stadt gibt es zahlreiche begeisterte Befürworter (z. B. Politiker, Kulturbeirat und Verantwortliche anderer Abteilungen), deren Anstrengungen in geeigneter Weise koordiniert und gebündelt werden sollten. Darüber hinaus scheinen auch weitere Beteiligte (z. B. im Kultursektor und an der Universität) die festgelegten Zielstellungen zu teilen und können bei der Umsetzung dieser helfen. Die Stadt verfügt in den betreffenden Schlüsselpositionen (z. B. Kulturabteilung, Archive und einige andere kulturelle Einrichtungen der Stadt) bereits über internationale Expertise wie auch bewährte Verfahrensweisen, deren Anwendung sie besser bekanntmachen könnte um auf die eigenen Leistungen aufmerksam zu machen. Andererseits könnten Bemühungen zur Ausarbeitung einer progressiven und modernen Kulturstrategie durch Führungskräfte behindert werden, die in ihren Ansichten eher konservativ sind, auf ihren persönlichen Status bedacht sind oder internationalen Praktiken wenig aufgeschlossen gegenüber stehen. Zudem muss sichergestellt werden, dass auch im freien Kultursektor bewährte Verfahrensweisen eingesetzt werden; zur Umsetzung der empfohlenen Maßnahmen müssen engagierte Fürsprecher gefunden und in ihren Bestrebungen gefördert werden. Nur

auf diese Weise können die erforderlichen Veränderungen und Ziele erreicht werden.

Das Coaching-Team empfiehlt der Stadt, insbesondere folgende Punkte zu berücksichtigen:

- Wer sind die beteiligten Leitungsverantwortlichen (bzw. wer könnten / sollten diese sein)? Hierzu gehören Politiker, Mitarbeiter der Stadt / Kommune und alle Beteiligten, die sowohl (nicht nur in den höchsten Positionen) im kulturellen Sektor als auch in wirtschaftlichen, bildungsnahen und sozialen Bereichen tätig sind, in denen ein Verständnis für Kultur, deren Potential wie auch ein entsprechendes Engagement vorherrscht.

- Wie verhilft man der Stadt zu einer grundlegenden Expertise, auf deren Basis die Kulturstrategie erfolgreich ausgearbeitet und umgesetzt werden kann?

- Welche Möglichkeiten sind vorhanden, um auch weniger überzeugte Akteure an Bord zu holen? Auf welche Weise sollten diese Personen unterstützt werden und wie ist mit Personen zu verfahren, die den Plänen kritisch oder gleichgültig gegenüberstehen?

- Leitungsverantwortliche müssen Verantwortung übernehmen. Leitungsverantwortliche müssen über die erforderlichen Befugnisse und Mittel (einschl. Personal) verfügen, um diese Funktion wirkungsvoll ausüben zu können. Wie kann ein Programm zur Entwicklung von Wissen und Führungsqualitäten / -kompetenzen erarbeitet werden?

- Wie können Leitungsverantwortliche aus Personenkreisen rekrutiert werden, die die Qualifikationen momentan nicht erfüllen (z. B. junge Menschen; Migranten; Menschen, die in Armut leben)?

- Wie könnte Chemnitz eigene Erfolge am besten öffentlich darstellen (auch innerhalb des lokalen Sektors, zwischen Abteilungen, mit anderen Bereichen in der Stadt, sowie national und international)?

Einige mögliche Ansätze hierfür wären:

- Ansatz des „Über die Schulter Schauens“, um es Kollegen zu ermöglichen, ihren Horizont zu erweitern und bewährte Verfahren kennenzulernen; dies muss nicht teuer sein und könnte sowohl lokale Verfahrensweisen, als auch nationale und internationale Beispiele umfassen.

- In der Datenbank von EUROCITIES finden sich zahlreiche Veröffentlichung mit bewährten Verfahren, die Mitglieder kostenfrei nutzen können (z. B. Veröffentlichungen aus dem Projekt „Culture for Cities and Regions“).

- Machen Sie Personen ausfindig, die Ihre Ideen unterstützen und gewinnen Sie diese für Ihre Sache. Die betreffenden Personen müssen dabei nicht unbedingt im Kultursektor oder der

Kommune / Stadt tätig sein. Oftmals verfügen diese über eigene Netzwerke, innovative Ideen und Verfahrensweisen. Ermutigen Sie Kollegen aus anderen Städten und Stadtgebieten, sich an der Ausarbeitung der Strategie zu beteiligen.

- Verfahren Sie nach dem Prinzip „Zuckerbrot und Peitsche“, um Führungskräfte so zu beeinflussen, dass sich diese ergebnisorientiert und gemäß ihren Erwartungen verhalten; nutzen Sie z. B. Fördermechanismen, um ihre Forderungen durchzusetzen.

- Schaffen Sie ein „freundschaftliches“ Umfeld: Ziehen Sie die Einladung von Gastkuratoren oder Praxisexperten in Betracht, die in diesem Bereich bereits erfolgreich gearbeitet haben; diese könnten für einen befristeten Zeitraum mit lokalen Leitungsverantwortlichen zusammenarbeiten. Beispielsweise könnte man hier auch etablierte Beziehungen zu vertrauenswürdigen Ratgebern zurückgreifen.

- Initiieren Sie eine Academy oder Summer School für Leitungsverantwortliche, um ein kulturbezogenes Organisations- und Koordinationskonzept für Chemnitz zu erarbeiten.

Kommunikation, Management und Koordination

Kooperation: Ein kleines Wort, das dennoch so wichtig und oft schwer zu erreichen ist. Ohne geeignete Arten der Kooperation können die gesetzten Zielstellungen nicht erreicht werden. Bürger (oder Kunden) und Partner erwarten im öffentlichen Bereich multifunktionale Dienstleistungsangebote, die nur in gemeinschaftlicher Arbeit geschaffen werden können. Darüber hinaus wird es auch durch das oftmals limitierte Budget erforderlich, Ressourcen zu bündeln und in geeigneter Weise zusammenzuarbeiten.

Um geeignete Arten der Zusammenarbeit entwickeln zu können, müssen die Beteiligten Interesse aneinander haben, neugierig sein und sich mit den Belangen anderer befassen. Zudem müssen sie den Dingen offen gegenüber stehen, bereit sein, Ideen miteinander zu teilen und neue Verfahrensweisen von anderen zu übernehmen. Kulturverantwortliche müssen über den Tellerrand hinausblicken und nicht nur ihren eigenen Bereich betrachten. Sie müssen verstehen, dass sie dafür verantwortlich sind, die Stadt als Ganzes und nicht nur den Kultursektor zu entwickeln.

Es ist wichtig, dass die Beteiligten lernen, wie man wirkungsvoll miteinander kommuniziert und den Dingen offen gegenüber tritt. Informelle Gruppentreffen, kleine bereichsübergreifende Projekte und das Diskutieren und Lösen praktischer Probleme könnten eine Möglichkeit sein, sich kennenzulernen.

Die Kulturstrategie ist insofern wichtig, da sie (wie wir alle hoffen) gemeinsame, bereichsübergreifende Ziele anbietet und damit unterschiedliche Instanzen an einem gemeinsamen Tisch vereint (z. B. um Pläne für die Zukunft zu entwickeln).

Parallel zur Strategiearbeit sollte auch der Maßnahmenplan ausgearbeitet werden. Der Maßnahmenplan ist der einzig wirkungsvolle Weg zur Umsetzung der Kulturstrategie. Im besten Fall würden alle Beteiligten der Kommune, Partner und Institutionen ihre jeweiligen Aufgaben und Funktionen kennen, die Sie im Rahmen der ausgearbeiteten Strategie einnehmen. Konkrete Empfehlungen:

- Definieren Sie die zukünftige Management- und die Kooperationsstruktur der Stadt im Bereich Kultur: wer ist verantwortlich wofür
- Erarbeiten Sie eine Struktur / Strategie zur Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen für Kultur-, Wirtschafts- (CWE) und Stadtentwicklung wie auch anderen wichtigen öffentlichen Kulturinstitutionen, auf deren Basis sich die Beteiligten zukünftig in einem weiteren Sinn mit Kultur beschäftigen, Maßnahmen koordinieren und Synergien erzielen können.
- Organisieren Sie regelmäßige Treffen (2-3 pro Jahr) zwischen städtischen Abteilungen und freien Kulturakteuren / -verantwortlichen, um über Themen / Sachverhalte für die kulturelle Entwicklung der Stadt zu sprechen.
- Regen Sie die Zusammenarbeit zwischen öffentlichen und freien kulturellen Institutionen an, um
  - neue kulturelle Aktivitäten für „typische“ Chemnitzer Bürger zu entwickeln, die diese dazu bringen, die öffentlichen Kulturinstitutionen zu besuchen (d. h. um die Bürger Schritt für Schritt an das hochwertige Kulturangebot heranführen);
  - die Strukturen der freien Kulturszene zu verbessern / professionalisieren.
- Öffentlichen Kulturinstitutionen könnte ein Anreiz geboten werden, insbesondere im Hinblick auf die Umsetzung der Kulturstrategie mit der freien Kulturszene zu kooperieren.

Ausarbeitung der Strategie

Der Prozess zur Erarbeitung der Kulturstrategie kann so wichtig sein wie die Strategie selbst. Der Prozess kann:

- die Beteiligten aus dem und über den kulturellen Bereich hinaus zusammenbringen (Schaffung von Netzwerken) und helfen Vertrauen zwischen ihnen aufzubauen;
- helfen neue Koordinations-, Kooperations-, und Managementstrukturen auszuprobieren;
- ein allgemeines Verständnis dafür schaffen, worum es bei dem Thema Kulturentwicklung geht, worin die Vorteile für die Stadt liegen und wer die Akteure und Zielgruppen in Verbindung mit der Kulturstrategie sind;
- helfen gemeinsame kulturelle Schwerpunkte, Zielstellungen, Maßnahmen wie auch Beiträge für die Umsetzung der Strategie durch die Beteiligten zu entwickeln.

Festlegen von **Phasen / Meilensteinen** zur Ausarbeitung der Kulturstrategie:

- kurzfristig, Kulturhauptstadtsbewerbungs-relevante Entscheidungen, langfristig;
- zu welcher Zeit müssen welche Komponenten der Strategie entwickelt, präsentiert und vom Stadtrat entschieden werden

Für die Ausarbeitung der Kulturstrategie ist die „**Lenkungsgruppe**“ verantwortlich; diese fungiert wie eine Art Steuerungsgruppe: (siehe Maßnahmenplan: Ausarbeitung der Kulturstrategie)

- stellt sicher, dass die Kulturstrategie und politische Ausrichtung der Stadt Hand in Hand gehen;
- Ergebnisse / Empfehlungen der Themengruppen werden zusammenfassend diskutiert und entsprechend koordiniert;
- die Themengruppen und Spartenversammlungen erhalten Feedback;
- Öffentlichkeit und Politik werden über Zwischenergebnisse informiert und ihnen wird die Möglichkeit für Feedback eingeräumt;
- die einzelnen Mitglieder der Lenkungsgruppe sind dafür verantwortlich, die Zwischenergebnisse innerhalb ihrer Abteilung / Institution / Netzwerk zu kommunizieren und der Lenkungsgruppe das Feedback mitzuteilen;
- die Lenkungsgruppe sollte sich heterogen zusammensetzen, um „frische, unorthodoxe Denkweisen“ / andere Perspektiven zu fördern (Gegengewicht zu etablierten Interessen). Vor diesem Hintergrund könnte die Gruppe um Mitglieder erweitert werden, die nicht direkt öffentliche oder kulturelle Institutionen repräsentieren.

Bereitstellung eines **Meilensteinplans für die Themengruppen**:

- Definition konkreter Aufgaben und Arbeitsergebnisse, die von der Themengruppe als Empfehlung für die Kulturstrategie bereitgestellt werden sollen (einigen Sie sich mit den Teilnehmern aus den Themengruppen darüber) d. h.:
    - Vorteile und Möglichkeiten, die der Bereich Kultur in Bezug auf das Gruppenthema bietet;
    - Zielstellungen / Visionen in Verbindung mit dem betreffenden Thema;
    - Projekte und wichtige Voraussetzungen, um die Zielstellungen / Visionen umzusetzen, Schaffung eines Kulturangebots (einschl. Serviceleistungen), das den definierten Zielgruppen und deren Zielen entspricht;

- Struktur zur zukünftigen Koordination der wichtigsten Beteiligten, auf deren Basis die Umsetzung der Strategie begleitet / überwacht werden kann;

- Erstellung eines Zeitplans, wann (Zwischen-)Ergebnisse benötigt / erwartet werden.

- Definition inhaltlicher Standards (d. h. für wen und mit welcher Intention werden kulturelle Angebote / Serviceleistungen entwickelt), die bei der Entwicklung von Empfehlungen / Ergebnissen bedacht werden müssen.

- Es ist sicherzustellen, dass die wichtigsten Akteure an den Themengruppen mitwirken (für jedes Thema ist eine Beteiligten-Analyse durchzuführen, siehe Anhang); analysieren Sie die Vorteile / Möglichkeiten, die eine Teilnahme für die Beteiligten hätte, erläutern Sie ihnen die Vorteile / Möglichkeiten bei Bedarf „persönlich", d. h. in einem Treffen mit den Beteiligten.

- Es ist sicherzustellen, dass in allen Themengruppen externe Experten mitwirken (d. h. Personen, die nicht täglich in Chemnitz arbeiten); das Ziel ist es, die Gruppe um eine externe Perspektive zu erweitern, zu innovativem / visionärem Denken anzuregen und bewährte Verfahren einzubringen.

- Es ist sicherzustellen, dass alle Themengruppen professionell organisiert und geleitet werden (Vorbereitung, Moderation und Dokumentation).

- Sollten Schwerpunkte und Maßnahmen festgelegt werden, stellen Sie sicher, dass die betroffenen Personenkreise einbezogen werden; besprechen Sie mit diesen die „Auswirkungen", um zu sehen, ob die Schwerpunkte und Maßnahmen den gewünschten Effekt haben können (bevor Sie sie umsetzen).

Weitere Empfehlungen

- Legen Sie Prioritäten fest, insbesondere in Bezug auf politische Themen
- Definieren Sie Ihre Zielgruppe für die öffentlichen Kulturangebote / Serviceleistungen
- Definieren Sie, für wen die Kulturstrategie ausgearbeitet wird; wen möchten Sie erreichen (Stadtrat, Kulturinstitutionen etc.)?
- Fassen Sie den Begriff „Kultur" im Rahmen der Strategie in einem eher weiteren Sinn auf
- Schaffen und schärfen Sie das Bewusstsein für die generellen (potentiellen) Vorteile und Möglichkeiten, die sich im Bereich der sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung der Stadt bieten (d. h. Schaffen von Jobmöglichkeiten; Menschen wird der Aufbau eines eigenen Unternehmens ermöglicht; Bürger identifizieren sich stärker mit der Stadt, die Stadt zieht mehr Besucher an); versuchen Sie dies mit Daten und Belegen zu stützen.

- Erheben Sie aussagekräftige Daten über die momentane kulturelle Situation und (potentielle) Vorteile, die sich durch Kultur eröffnen; beziffern und beschreiben Sie die kulturellen Mittel und Ressourcen, die innerhalb der Stadt für die Kulturentwicklung (Kulturorganisationen und Veranstalter, Gebäude, Räume, Förderung, momentanes Angebot etc.) zur Verfügung stehen
- Definieren Sie in der Strategie das öffentliche Kulturangebot / die Serviceleistungen, die Zielstellungen, was Sie damit erreichen möchten und für wen diese bestimmt sind (Zielgruppen)
- Überprüfen Sie, ob die Mittel und Ressourcen wie auch die gewünschten Kulturangebote / Serviceleistungen mit den Rahmenbedingungen in Chemnitz vereinbar sind; falls nicht, leiten Sie korrigierende Maßnahmen ein
- Stellen Sie sicher, dass die Kulturstrategie und weitere wichtige politische Themenfelder und strategische Überlegungen stimmig sind. Verknüpfen Sie die Inhalte und Themenbereiche der Strategie mit wichtigen Themen der Stadtentwicklung von Chemnitz. Hierdurch werden die Menschen verstehen, warum man in Kultur investiert und wie man sie am besten nutzen kann.
- Denken Sie vorausschauend – befreien Sie sich von starren Gedanken und fest verankerten Prinzipien – seien Sie visionär
- Öffentliche Kulturinstitutionen sollten zum „Wohnzimmer“ der Chemnitzer und der Kulturszene werden; d. h. ein Ort, an dem sich die Chemnitzer Bürger treffen und ihre Freizeit verbringen können;
- Öffentliche Kulturinstitutionen sollten sich mit ihrem Angebot / Serviceleistungen auch an Gemeinden wenden
    - In anderen Städten gibt es dafür bereits bewährte Praxisbeispiele: Schauspieler aus dem Theaterbetrieb bei Veranstaltungen in den Gemeinden, kleinere Musikvorführungen in Krankenhäusern oder Einkaufszentren, Projekte mit Künstlern und Altenpflegeheimen, Mitarbeiter von Museen sprechen über Kunst und Exponate etc. Alles ist möglich. Institutionen müssen lernen, „über den Tellerrand hinauszublicken“!
- Schaffen Sie (und unterstützen Sie die Entwicklung) professionellerer Strukturen in der und für die freie Kulturszene; organisieren / bieten Sie Schulungen an, wie man nachhaltig wirtschaftet und professioneller im Bereich PR wird. Unterstützen Sie die Entstehung von Netzwerken, die die PR-Arbeit der beteiligten Parteien unterstützen (Bündelung von Kräften).

Potentielle Zielstellungen und Aufgaben der Kulturstrategie

- Definieren Sie Kulturangebote / Serviceleistungen unter Berücksichtigung der Bedürfnisse

der betreffenden Zielgruppen. Identifizieren Sie Dinge, die:

- qualifizierte Arbeiter nach Chemnitz locken
- „sexy" sind und dem „typischen Chemnitzer" Spaß bringen / attraktiv für ihn sind
- den Bürgern helfen, sich mit der Stadt zu identifizieren und das Selbstbewusstsein der Chemnitzer stärken
- einladen / dazu verführen, Kultur aufzusaugen, die mehr als nur reine „Unterhaltung" bietet
- attraktiv für Senioren ist, die einen Großteil der Bevölkerung darstellen
- Kinder und Jugendliche an die Kultur der Stadt (d. h. Kulturangebote und -institutionen) heranführen

- Definieren Sie kulturelle Institutionen, die zur Umsetzung der Strategie benötigt werden, wie auch deren Rolle für die öffentlichen Kulturangebote / Serviceleistungen;
- Kulturveranstaltern muss die Möglichkeit gegeben werden, langfristig planen zu können;
- Ausarbeitung einer Strategie für die Kultur- und Kreativwirtschaft: um für Kultur- und Kreativwirtschaft und Jungunternehmer attraktiver zu sein; um etablierte Wirtschaftsbereiche mit der Kreativwirtschaft zusammenzubringen (Universität, CWE, Abteilungen für Kultur-, Wirtschafts- und Stadtentwicklung, die Initiative Kreatives Chemnitz sollten daran in der Themengruppe arbeiten).
- Ausarbeitung eines Überblicks darüber, welche Kulturangebote / Serviceleistungen die Bürger der Stadt im unabhängigen Kulturbereich erwarten; welche Erwartungen haben Sie an die freie Kulturszene (Schwerpunkte für die Verwendung des „5 % Budgets" setzen); eine Förderung hängt u.a. von den Vorteilen ab, die sich den kulturellen Zielgruppen (wie in der Strategie definiert) bieten und ob diese zur Verbesserung des Images von Chemnitz etc. führen.
- Entwicklung einer Strategie dahingehend, wie ungenutzte Flächen in Gebäuden für kulturelle Aktivitäten und Veranstaltungen genutzt werden können.

Hilfreiche Links

Aus der Initiative „Culture for Cities and Regions“

- Thema: Wie man Kinder über Kulturinstitutionen wie das Museum Gunzenhauser erreichen kann: Bericht vom Studienbesuch nach Helsinki und Espoo
- Thema: Zugang zu Kultur in Quartieren / Stadtteilen wie dem Sonnenberg: Bericht vom Studienbesuch in Birmingham
- Thema: Die Neunutzung alter Industrieflächen und Stadtentwicklung durch Kultur: Bericht vom Studienbesuch in Barcelona
- Thema: Die Verbindung zwischen Kreativwirtschaft und kulturellem Erbe: Bericht vom Studienbesuch in Regensburg
- Einige Fallstudien aus dem Katalog über die Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft in der ganzheitlichen Stadtentwicklung: Nantes, Eindhoven, Nord-Pas de Calais, Dundee und Ghent.

Aus Espoo

- Kulturstrategie Espoo 2030

Aus KEA European Affairs

- Mons-Methodologie mit einer Liste von Schlüsselindikatoren zur Kontrolle und Überwachung kultureller Aspekte und Entwicklungen [2015, PDF, 29 Seiten]
- Veröffentlichung über die Messung des wirtschaftlichen Einflusses von Maßnahmen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft, mit einer Liste von Schlüsselindikatoren [2012, PDF, 78 Seiten]
- Weitere nützliche Veröffentlichungen finden Sie auf der Website von KEA European Affairs.

Sonstige

Der deutsche Museumsbund betreibt eine Datenbank mit mehr als 1.000 Bildungs- und Mediationsprojekten wie auch Angeboten in deutschen Museen und Ausstellungshallen: http://www.museumbildet.de/ - Museen aus Chemnitz haben Beiträge eingestellt, aber es bleibt Raum für Inspiration!

Weitere Schritte und Maßnahmen *(identifiziert von der Gastgeberstadt)*

Empfehlungen der Gastgeberstadt

- Groß denken! Alles ist möglich!
- Coaching ist kein Allheilmittel und löst an sich keine Probleme. Allerdings schärft der Expertenblick der Coaches, deren umfassende Erfahrung und analytische Weitsichtigkeit den Blick dafür, welche Maßnahmen einzuleiten sind, um Prozesse im kulturellen Bereich und in der Entwicklung der Kulturstrategie zu optimieren.
- Zudem helfen genaue Zielstellungen und Meilensteine für die jeweiligen Phasen, das Beste aus komplexen Prozessen herauszuholen.
- Ferner sind gut strukturierte Kommunikationswege wesentlich für den Erfolg. Insbesondere in diesem Bereich muss Chemnitz größere Anstrengungen unternehmen:
  - generell sollten effektive Möglichkeiten zur Kommunikation mit den Beteiligten gefunden werden,
  - es sollte eine bessere Dialog- und Feedback-Kultur etabliert werden um Kommunikationsprozesse mit sehr aktiven Beteiligten zu stabilisieren,
  - kommunale / städtische Prozesse sollten für die Beteiligten transparenter werden,
  - der permanente Austausch zwischen dem Kulturmanagement, dem Kulturbeirat und Kulturausschuss wie auch Mitgliedern des Stadtrats und anderen politischen Vertretern sollte weiter gestärkt werden
  - es sollten innovative und offene Konzepte genutzt werden, um den Beteiligten mehr Möglichkeiten zum Äußern ihrer Ansichten und Erwartungen zu geben, die sie hinsichtlich des Kulturmanagements und der Stadtverwaltung haben,
  - auf europäischer Ebene sollte auf eine effizientere Kommunikation hingearbeitet werden,
  - der Wissenstransfer innerhalb der Stadtverwaltung sollte weiter verbessert werden.
- Um die Prozessorganisation für die Ausarbeitung der Kulturstrategie zu optimieren, die Kommunikationsprozesse zu verbessern, die Einbindung internationaler Ansätze sicherzustellen und um Beispiele mit bewährten Verfahrensweisen (Best Practice Examples) von Chemnitz auf internationaler Ebene zu bewerben, bedarf es mehr Mitarbeiterkapazitäten.
- Die Einbindung eines externen Experten in den Ausarbeitungsprozess der Kulturstrategie kann den Prozess (z. B. durch zusätzliche Expertise und Mitarbeiterressourcen) wie auch die Koordination der Bewerbung um den Titel Europäische Kulturhauptstadt 2025 unterstützend beeinflussen.

- Durch die Vorstellung bewährter Verfahrensweisen (Best Practice Beispiele) aus anderen europäischen Ländern wie auch anderen geeigneten Verfahren und Hilfsmitteln (z. B. zur Verantwortlichen-Analyse) konnte das Coaching-Team Anregungen und wichtige Erkenntnisse für neue Projekte, die Entwicklung der Kulturstrategie wie auch die weitere Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft geben.
- Organisations- und Koordinationsstrukturen müssen klar und eindeutig definiert werden - andernfalls fehlt es an der notwendigen Orientierung; Chemnitz sollte mehr in die Qualifikation zukünftiger Leitungsverantwortlicher investieren, um eine nachhaltige Entwicklung der Stadt sicherzustellen.
- Innerhalb der Stadtverwaltung sollte ein breiter gefasster Kulturbegriff wie auch die Vorteile propagiert werden, die sich durch attraktive und hochwertige Kulturangebote für die Bürger bieten (z. B. gesünderes Leben, höhere Lebensqualität).
- Zudem sollten geeignete Strukturen für eine intensivere Zusammenarbeit des Kulturbetriebs mit anderen wichtigen Institutionen in Chemnitz (z. B. CWE, Technische Universität Chemnitz) etabliert werden, um weitere Gemeinschaftsprojekte zu entwickeln / durchzuführen und um innovative Kulturprojekte anzustoßen.
- Um der Stadt eine gute Entwicklung zu ermöglichen und um die notwendige Orientierung für strategische Prozesse bereitzustellen, ist die Ausarbeitung von Richtlinien wesentlich (z. B. die Entwicklung der Kulturstrategie).
- Die Anregungen der Coaches und die aufgeworfenen Fragen führten dazu, dass Vertreter des unabhängigen Kultursektors strategischer und langfristiger denken.
- Die Kultur- und Kreativwirtschaft verdient einen Platz innerhalb der Kulturstrategie; allerdings sollte von der CWE eine gesonderte, detailliertere Strategie ausgearbeitet werden.
- Chemnitz könnte von der Einrichtung eines internationalen Forums zu Organisations- und Koordinationsstrukturen im Kulturbereich (Cultural Governance) profitieren.