

Kulturelle Netzwerke – Chancen und Potenziale regionaler Entwicklung

Fachtagung mit kulturellen Anbietern aus der Region Nordwestmecklenburg und der Hansestadt Wismar am 26.11.2007 im Mecklenburgischen Künstlerhaus Schloss Plüschow

Dokumentation

Inhalt

Seite 3	Grußwort Erhard Bräunig, Landrat des Kreises Nordwestmecklenburg
Seite 5	Einleitung Miro Zahra, Leiterin des Künstlerhauses
Seite 7	"Kulturelle Netzwerke in ländlichen Gebieten – Chancen und Potenziale für zukunftsorientierte Entwicklung" Prof. Dr. Helene Kleine, Studiengang Kulturarbeit, Bereich kultureller und sozialer Wandel, Fachhochschule Potsdam
Seite 11	"Wie präsentieren sich Kunst und Kultur im Internet" Udo Rathke, Mediendesigner
Seite 13	Zusammenfassung und Ausblick Stefanie Krentz, Kulturarbeiterin, art for public, Potsdam

Grußwort

Erhard Bräunig, Landrat des Kreises Nordwestmecklenburg

Ein kulturelles Netzwerk ist für mich eine Plattform für das Kulturmanagement, auf der Partner ein bestimmtes Leistungsspektrum anbieten. Im tieferen Sinne geht es darum, die Menschen in der Region näher zusammenzuführen und den Austausch von Wissen, Kreativität und zukunftsweisenden innovativen Konzepten zu fördern. Das ist gut so, denn wir brauchen schon lange eine von gemeinsamen kulturellen Werten getragene Zusammenarbeit. Wir brauchen dieses aktive Element, um Menschen zum Engagement zu ermuntern und den Austausch untereinander anzuregen.

Ich denke, richtig zu liegen, wenn ich meine, dass wir in Nordwestmecklenburg eine Kultur haben, die relativ ausgewogen ist, in der nicht nur Etabliertes bzw. Konservatives, auch nichts Skurriles vorherrscht, wobei ich nicht verkenne, dass alle 3 Merkmale immer feste Bestandteile von Kultur sein müssen. Die Frage ist, wie unsere Menschen, d. h., mehr Menschen als bisher Kultur aufnehmen, sich engagieren und Kultur als das Bindeglied zwischen sich selbst betrachten. Der Mensch erkennt Kultur auch vor dem Hintergrund seiner wirtschaftlichen Betrachtung.

Meine Damen und Herren, der Verlust wirtschaftlicher Dynamik, der zu einer Erstarrung der Gesellschaft geführt hat, zu einer unglaublichen Depression, das ist trotz konjunktureller Entwicklung nach wie vor allwärtiger Dreiklang in Moll. Und wer heute in unsere Medien schaut, der gewinnt den Eindruck, dass Pessimismus das allgemeine Lebensgefühl geworden ist. Jedoch können wir uns eine solche Selbstblockade nicht leisten. Wir brauchen ein schnelleres Tempo in der Politik, denn mit dem derzeitigen Tempo sind die zentralen Herausforderungen unserer Zeit nicht zu bewältigen. Die gegenwärtig diskutierten Vorschläge zur Weiterentwicklung des Systems innerhalb der bestehenden Strukturen sind völlig unzureichend. Was sich für mich am ehesten an Bildungsfragen ablesen lässt. Der größte Schritt in die falsche Richtung war es, den Ländern im Zuge der Föderalismusreform die alleinige politische Zuständigkeit für die Bildung zu übertragen. Hier entsteht ein großer Schaden, der wie in keinem anderen Bereich darstellbar ist. Unser Bildungssystem schadet denjenigen Kindern am stärksten, deren Eltern das Versagen des Systems am wenigsten kompensieren können.

Warum sage ich das? Weil Kultur und Bildung, besser gesagt, Bildung und Kultur kausal determiniert sind.

Oder spüren wir denn nicht, wie sich kommerzielles, konzerngesteuertes Konsumdenken als Selbstzweck breit macht? Wie soll ein Kind, ein Mensch ohne ausreichende Bildung diese hinterlistige wirtschaftliche Raffinesse erkennen? Die Fähigkeit dieser Raffinesse, Menschen zu zerstören, ihnen kulturelle Identität nicht zukommen zu lassen, ist aus meiner Sicht bestürzend. Wir brauchen deshalb kluge Politiker, die sich auch gegen jede Art von Lobbyismus durchsetzen, die den Wissenserwerb unauflösbar mit der Bildung des Geistes und der Person selbst verbunden sehen. Das heißt, nur durch einen kompletten Umbau des Bildungswesens

hin zu einem qualitativ hochwertigen, ganztägigen Bildungsangebot für alle Kinder schaffen wir mehr kulturelles Engagement, was übrigens eine notwendige Voraussetzung für eine höhere Geburtenrate wäre.

Aber wie gesagt, das erfordert viel Mut, muss man sich doch in diesem Falle mit vielen etablierten Entscheidungsträgern anlegen, die einen großen Teil der Wirtschaft und der Medien auf ihrer Seite haben.

Marie Luise Kaschnitz
Nicht gesagt

Nicht gesagt,
was von der Sonne zu sagen gewesen wäre
und vom Blitz nicht das einzig richtige,
geschweige denn von der Liebe.
Versuche. Gesuche. Misslungen.
Ungenau Beschreibung.

Weggelassen das Morgenrot.
Nicht gesprochen vom Sämann.
Und nur am Rande vermerkt
der Hahnenfuß und das Veilchen.
Euch nicht den Rücken gestärkt
mit ewiger Seligkeit.
Den Verfall nicht geleugnet
und nicht die Verzweiflung.
Den Teufel nicht an die Wand,
weil ich nicht an ihn glaube.
Gott nicht gelobt.
Aber wer, bin ich das?

Meine Damen und Herren, ich habe ganz bewusst harsche Kritik geübt, aber wir wissen - alle, die in der DDR groß geworden sind - dass der Kampf und die Einheit der Widersprüche die Gesellschaft vorantreibt, dieses dialektische Gesetz. Und wenn Sie heute über kulturelle Netzwerke streiten, streiten Sie für eine Kultur, die unseren Menschen zuträglich ist, und leisten zugleich einen enormen Beitrag zur Bildung. Die Menschen könnten natürlich beim Zustandekommen eines Netzwerkes selbst informieren, wo und wann welche kulturellen Angebote auf der Tagesordnung stehen. Bisher jedenfalls waren wir dazu nicht in der Lage, wenigstens nur grob koordinierend auf unsere kulturelle Vielfalt zu wirken. Deshalb ist diese Veranstaltung wichtig und richtig.

Einführung

Miro Zahra

Kunst und Kultur werden in unserem Bundesland bisher nur als Problemfelder, zu wenig als vermarktungsfähige Produkte und echte Chance zur wirtschaftlichen Entwicklung unserer Region betrachtet. International und national gibt es jedoch Studien, die das Gegenteil belegen: aus verschiedenen Kulturwirtschaftsberichten geht hervor, dass nicht nur Städte, sondern auch Regionen sich erfolgreich über das Thema Kultur definieren können und dies auch ihre wirtschaftliche Entwicklung positiv beeinflussen kann.

International spricht man nicht mehr von Kultur sondern von Kulturwirtschaft, im Englischen sogar von „creative industries“ – Schwerpunkt liegt hierbei auf dem Wort kreativ. Die so genannte „kreative Klasse“ spielt in den Kulturwirtschaftsberichten eine Schlüsselrolle. Zu der „Klasse der Kreativen“ zählen vor allem Künstler und Selbständige im Bereich der Kulturwirtschaft – sie sind die Vorreiter und Hoffnungsträger für zukünftige gesellschaftliche Entwicklungen - auch im Sinne der wirtschaftlichen Entwicklung einer Region.

Kultur ist längst ein Standortfaktor der Raumentwicklung. Sie schafft Identität, sie prägt das Image einer Region und nicht zuletzt: Kultur schafft Arbeit!

Um diese Potenziale effektiv zu nutzen sind bestimmte Voraussetzungen nötig. Hierzu gehören:

- Analyse der bestehenden Situation der kulturellen Anbieter
- Auswertung ihrer kulturwirtschaftlichen Potenziale
- Stärkung der Kommunikation unter den Anbietern
- Netzwerkbildung
- Entwicklung katalytischer Projekte
- Verbesserung der Arbeitsbedingungen der Akteure
- Stärkung der Positionen der Schlüsselakteure
- Mobilisierung der Medien als öffentliche Meinungsträger
- Lobbyarbeit
- kreative Räume für Experimente und Innovationen
- Sicherung öffentlicher Räume für Kunst und Künstler, als Orte freifließender Kommunikation

Gegenwärtig gibt es kaum Ansätze in unserer Region zur Vernetzung der kulturellen Akteure untereinander. Eine Lobby für das Thema Kulturwirtschaft ist bisher nicht vorhanden, da das Thema in der Öffentlichkeit noch nicht als gesellschaftlich relevant begriffen wurde. Zukünftige Entwicklungen werden dem Zufall überlassen, das vorhandene Potenzial wird gering genutzt, Synergieeffekte sind nicht vorhanden.

2005 ist im Auftrag von Schloss Plüschow eine Studie unter dem Titel „Crossover Marktplatz Kulturtourismus“ entstanden. Diese Studie, in der die Situation in der Region Nordwestmecklenburg analysiert wurde und die konkreten Schritte für die Zukunft skizziert, diente als Arbeitsgrundlage für die Tagung.

Einer der Hauptziele der Tagung war, ein lebendiges Netzwerk von kulturellen

Anbietern in der Region Nordwestmecklenburg und Wismar zu gründen, um in der Zukunft besser und mit gebündelten Kräften gemeinsam agieren zu können. Die erfolgreich durchgeführte Tagung ist somit ein erster Schritt zur Umsetzung gemeinsam diskutierter Projekte und ein wichtiger Beitrag zur Entwicklung der Region Nordwestmecklenburg und Wismar.



„Kulturelle Netzwerke in ländlichen Gebieten – Chancen und Potentiale für zukunftsorientierte Entwicklung“
Prof. Dr. Helene Kleine

Sehr geehrte Frau Zahra,
sehr geehrter Herr Landrat Bräunig,
liebe Kulturakteure,
meine Damen und Herren,
ich freue mich sehr, heute hier im Künstlerhaus Schloss Plüschow zu sein und danke Ihnen für die Einladung.

Ich bin Professorin am Studiengang Kulturarbeit an der Fachhochschule Potsdam. Der Studiengang, den wir 1995 gegründet haben, entwickelt sich (auch) immer mehr zu einem kulturellen Netzwerk. Dies insofern, als ich immer öfter auf Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs treffe, die, sei es in Brandenburg, sei es in Berlin oder auch hier in Mecklenburg-Vorpommern, Kulturarbeit leisten. Ich freue mich sehr darüber, dass viele von ihnen immer noch den Kontakt zum Studiengang halten und auch untereinander in regem Austausch stehen. Das ist gut für eine sachlich fachliche Auseinandersetzung, das dient dazu, sich darüber auszutauschen, wo konkret Kulturarbeit geleistet werden muss und kann (Stichwort: offene Stellen) und gelegentlich habe auch ich als Professorin etwas davon, so in diesem Fall, in dem Stefanie Krentz (Agentur „art for public“) die Verbindung zwischen Schloss Plüschow und mir hergestellt hat. Frau Krentz hat ebenfalls in Potsdam studiert.

Unter dem Stichwort „Kulturelle Netzwerke in ländlichen Gebieten – Chancen und Potentiale für eine zukunftsorientierte Entwicklung“ – möchte ich ein anderes brandenburgisches Netzwerk in den Mittelpunkt stellen. Es handelt sich um den Verein „Kulturland Brandenburg“. Ich gehöre zu den Gründungsmitgliedern (Januar 2002) und habe von 2002 bis Mitte dieses Jahres das Kuratorium des Vereins geleitet. Insofern kenne ich die Arbeit von Kulturland aus nächster Nähe und habe sie mit gestaltet.

Seit Januar 2002 sind im Verein Kulturland e.V. Kulturträger mit internationaler Bedeutung (zum Beispiel Stiftung Preußische Schlösser und Gärten, Berlin-Brandenburg) sowie regionale, lokale und temporäre Kulturinstitutionen, Kulturprojekte, Initiativen und Akteure zusammengeführt.

Vorausgegangen waren Kampagnen des Kulturministeriums des Landes, in denen bestimmte Themen bzw. bedeutende Persönlichkeiten ins „kulturelle Licht“ gerückt wurden. So Theodor Fontane, Berthold Brecht und – im Jahr 2001 – Preußen (300 Jahre Preußen). Finanziert wurden die entsprechenden Aktivitäten vom MWFK (Ministerium für Wissenschaft, Forschung Kultur), vom Bund, aber auch von Sponsoren und den jeweiligen kommunalen Trägern. Die Durchführung lag beim Brandenburgischen Museumsverband. Damit standen die Geschichte, die baulichen Zeugen, Bauwerke, Orte, Landschaften sowie ein musealer bzw. denkmalpflegerischer Ansatz im Mittelpunkt.

Die Gründung des Vereins verfolgte darauf aufbauend das Ziel, diesen Ansatz zu erweitern und zur Gegenwart hin zu öffnen. (Was sind, in Verbindung mit dem Thema, aktuelle Fragen, Konflikte, Lösungen für die Zukunft?)

Auch eine Öffnung zu allen künstlerischen und kulturellen Sparten und Genres war

intendiert (über Ausstellungen als klassisches Medium des Museums hinaus).

Die Gründung des Vereins bedeutete auch eine administrative Ablösung vom MWFK und damit eine stärkere Öffnung zu allgemeinen kulturellen und kulturpolitischen Themen.

Die Liste der Gründungsmitglieder liest sich dementsprechend wie ein Who's Who der Kulturarbeit in Brandenburg:

Die Stiftung Preußische Schlösser und Gärten,
der Brandenburgische Verband bildender Künstler,
der Landesverband freier Theater,
das Landesamt für Denkmalpflege,
die Kulturfeste im Land Brandenburg e.V.,
die TMB Tourismus – Marketing GmbH,
der Arbeitskreis der Kulturämter,
der Museumsverband des Landes Brandenburg,
das Theodor-Fontane-Archiv,
die Fachhochschule und die Universität Potsdam.

Der Vereinsvorstand legte gemeinsam mit dem MWFK die Themen für die jeweils folgenden Jahre fest:

„Das Jahr der Romantik“ 2002

„Europa ist hier“ 2003

„Landschaft und Gärten“ 2004

„Der Himmel auf Erden – 1000 Jahre Christentum in Brandenburg“ 2005

„Baukultur“ im Schinkel-Jahr 2006

In diesem Jahr: „Fokus Wasser“

2008 lautet das Thema „Provinz und Metropole“.

Im Jahr 2009 wird sich Kulturland Brandenburg, 20 Jahre nach 1989, den Demokratiebewegungen widmen.

Nun zum Verfahren:

Jeweils im 2. oder 3. Quartal des Vorjahres wird ein „Themenaufruf“, ein etwa dreiseitiges Papier, zu Inhalt und Zielsetzung vom Vorstand im Benehmen mit dem MWFK verfasst und an die Mitglieder des Vereins, an weitere Partner und Interessierte kommuniziert. Interessierte bewerben sich dann bis etwa zum Jahresende mit themenbezogenen Vorhaben.

Der Verein bzw. dessen Kuratorium und das Ministerium in Gestalt der Ministerin berufen dann jeweils einen Fachbeirat mit Persönlichkeiten aus Wissenschaft, der jeweiligen Praxis etc. Dieser berät über die Projektanträge und empfiehlt dem Verein, die Realisierung besonders geeigneter Projekte finanziell, materiell, qualifizierend und vernetzend zu unterstützen.

Stichwort Finanzierung:

Den Hauptanteil der Finanzierung sowohl der Geschäftsstelle von Kulturland wie der Projekte übernimmt das MWFK, hinzu kommen seit einigen Jahren kleinere Tranchen des MIR (Ministerium für Infrastruktur und Raumordnung) sowie des MLUV (Ministerium für Landesentwicklung, Umwelt und Verbraucher) sowie – seit Jahren – des Ostdeutschen Sparkassenverbandes.

Bis 2005 hat auch das Bundeskulturministerium mit finanziert. Die Projekte wurden jeweils nur anteilig finanziert, die Projektträger mussten sich also nach weiteren Geldgebern auf den Weg machen.

Kulturland übernimmt neben Vernetzung und Qualifizierung das gesamte Marketing und den gemeinsamen Auftritt mit der TMB. Es gibt ein Corporate Design als Dachmarke für alle Teilnehmer, einen fortlaufenden Veranstaltungskalender, die jeweiligen Einladungskarten etc.

Auch nimmt die Vorsitzende des Vereins Kulturland an den Veranstaltungseröffnungen teil und auch Frau Ministerin Prof. Dr. Johanna Wanke nutzt diese Veranstaltungen gerne, um für Kultur und Kulturland zu werben.

Kulturland übernimmt darüber hinaus die Redaktion und Finanzierung einer Begleitpublikation, die das jeweilige Jahresthema unter verschiedensten Blickwinkeln betrachtet. Auch übernimmt Kulturland Brandenburg die Organisation, Finanzierung und Durchführung eines Rahmenprogramms, das heißt, der pädagogischen Begleitveranstaltungen, der Eröffnungs- und der Schlussveranstaltung. Zu den Aufgaben gehört auch die Thematisierung in der Öffentlichkeit in Form von Pressefahrten, Pressegesprächen, Podiumsrunden, Workshops etc.

Lassen Sie mich einige Beispiele für Eröffnungen nennen:

Zum Beispiel „Garten und Landschaft“: Eröffnung im Tagebau Großräschen der IBA Fürst-Pückler-Land in der Lausitz.

„Europa ist hier“: Eröffnung in den hundert Jahre alten Heilstätten Beelitz.

2006

Baukultur: Eröffnung in Eisenhüttenstadt

Meine Damen und Herren,

was ist das Besondere an Kulturland Brandenburg und wo liegen die besonderen Chancen und Potentiale?

- Das Land gibt treuhänderisch Geld an einen im Prinzip unabhängigen Verein, zieht sich also aus der Detailsteuerung zurück.
- Der Verein bündelt ressortübergreifend öffentliche sowie verschiedene private Mittel und animiert zu weiterer Mittelakquise.
- Der Verein qualifiziert – direkt und indirekt – die Arbeit der Einrichtungen und Projekte.
- Dem Verein gelingt es, auf eine Marketingstrategie zu orientieren, er bündelt damit Kräfte, schafft Wertschätzung und Aufmerksamkeit auch für kleinere Projekte und zieht in erheblichem Maße „Einheimische“ wie Gäste bzw. Touristen zu den Kulturorten.

Kulturland Brandenburg ist ein herausragendes Beispiel für Vernetzung:

- Kulturakteure von lokaler bis internationaler Bedeutung
- Kulturakteure und Touristiker
- Kultur, Bauen und ländliche Entwicklung
- Kultur und Wissenschaft
- horizontale und vertikale fachliche wie überfachliche Vernetzung

Damit gelingt es, und dies ist ein besonders zukunftsfähiges und zukunfts wichtiges Potential, nicht nur über die Grenzen des eigenen Projektes hinaus zu denken, sondern Kultur mit anderen gesellschaftlich relevanten und zukünftig bedeutenden Themen zu verschränken: Natürlich wird beim Thema Wasser nicht nur Fouque's Undine gedacht, nicht nur der Gestaltungsmöglichkeiten von Parks durch das Element Wasser, nicht nur des wasserbezogenen Liedgutes, sondern auch der Fragen:

Gräbt der Tagebau in der Lausitz Berlin das Wasser ab?

Was bedeutet, auch unter den Vorzeichen des Klimawandels, Wasserreichtum und Wasserknappheit im Spreewald?

Welche Chancen bieten sich einer Stadt, die am Fluss liegt?

Wie wandelt sich eine Region kulturell, wenn sie, wie die Lausitz, von einer Bergbaulandschaft zu einer Seenlandschaft und damit von einer arbeiterlichen Landschaft zu einer Freizeitlandschaft wird?

Vielleicht ist es auch für den Kreis Nordwestmecklenburg möglich, sich auf Jahresthemen zu verständigen und die Kulturförderung, Kulturermutigung und Kulturentwicklung an jeweilige Themen zu binden.

Besonders wichtig ist, damit beziehe ich mich auch auf die Empfehlungen, die in der Machbarkeitsstudie „Crossover Marktplatz Kulturtourismus“ gegeben worden sind, dass das für die Region Typische gesucht werden muss. Dies heißt aber für mich, dass vor allem das Unerwartete, so noch nicht Gesehene in den Blick genommen werden muss.

Es nützt nichts, Klischees zu bedienen. Dieses ist zumindest für die anspruchsvollen Kulturtouristiker, auf die man abzielt und die eigentlich schon alles kennen, sinnlos.

Abstimmung der Angebote ja – aber nicht theoretisch, denn dann trifft man sich wahrscheinlich beim kleinsten gemeinsamen Nenner, der eher nivelliert als diversifiziert. Eine Abstimmung kann nur durch eine Setzung erfolgen, an der man dann teilnehmen kann oder auch nicht.

Kulturtouristische Instrumente ja – hier geht es darum, mit Touristikern, die die Dinge ganz anders angehen, „Pakete“ zu schnüren:

Zum Beispiel:

ein Radwanderweg entlang der Künstlerhäuser, in denen zu einer bestimmten Zeit auch bestimmte künstlerische bzw. kulturelle Angebote bereitstehen.

Das Interessanteste und damit sicher auch Zukunftsweisende scheint mir zu sein, „über Grenzen zu gehen“.

Wenn ich mit meinem Beitrag zu Kulturland Brandenburg, also dem angrenzenden Bundesland, dazu beigetragen habe, freue ich mich.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

"Wie präsentieren sich Kunst und Kultur im Internet"

Udo Rathke

Das Internet hat besonders in den letzten Jahren einen derartigen Boom erfahren, dass es im öffentlichen Bewusstsein einen vordergründigen Platz eingenommen hat. Gepriesen als Kommunikationsrevolution, als Segen für Ausbildung und Wirtschaft. Doch Begriffe wie "Datenautobahn" oder "das Netz", die oft als Synonym für Internet benutzt werden, sind durchaus nicht klar definiert oder werden unterschiedlich verwandt. Die Autobahn assoziiert die schnelle gleichzeitige Bewegung vieler in die gleiche Richtung - das Gegenteil von dem, was ein Netz ausmacht, das eine flächige Struktur mit gleichwertigen Verknüpfungen meint. Vilém Flusser (1920-1991), der bedeutendste Kommunikationsphilosoph unseres Jahrhunderts hat die Kommunikationsstrukturen untersucht. Die dominierende Kommunikationsstruktur für das späte 20. Jhd. basiert auf dem Prinzip von Sender und Empfänger, ein adressenloses "Rundfunken" von Informationen (das Modell der Massenmedien). Flusser sah die Zukunft der Kommunikation in unserer Informationsgesellschaft als Netz. Das Internet ist ein solches System.

Im Netz gibt es völlig neue Möglichkeiten für die Wege von Informationen, hier gilt nicht zwangsläufig das lineare oder hierarchische Prinzip. "Es geht vielmehr um ein aktives Knüpfen von Querverbindungen [im Internet die links] zwischen den verfügbaren Informationselementen. Es ist der 'Leser' selbst, der aus den gelagerten Informationselementen die von ihm beabsichtigte Information überhaupt erst herstellt." (V. Flusser, Die Schrift, Göttingen 1987)

Geht man ins Internet, merkt man sehr schnell, dass viele Websites 1:1-Übertragungen von Büchern oder Broschüren sind, man will dass der User alle Seiten umblättert und auf gar keinen Fall die Seite verlässt. Das spiegelt sich auch optisch im Erscheinungsbild wieder, der Bildschirm soll möglichst wie bedrucktes Papier wirken.

Die Möglichkeiten des Hyperlinks werden kaum genutzt. Alles soll sich möglichst auf einer Website abspielen und so kommt es, dass jede Seite ihren eigenen Kulturkalender hat und jeder ist auf andere Weise unvollständig. Man merkt vielen Sites an, dass es vorrangig darum ging, mit einer Seite "drin" zu sein. Der Internetnutzer ist aber jemand, der sehr schnell die Schwächen bemerkt und sich dann rausklickt.

Möchte man Kunst und Kultur näher mit dem Tourismus verbinden, sind mehrere Zugänge wichtig. Nicht nur der Einstieg über die Tourismuseiten, sondern auch über anspruchsvolle Kultur- und Kunstseiten ist von Bedeutung. Die Reise im Internet ist eine geistige Reise auf der Suche nach Inhalten, stößt der Internetuser auf spannende Inhalte, wird er sich auch dafür interessieren, wer diese produziert hat.

Ein Trugschluss wäre es, zu glauben mit der Veröffentlichung einer Internetseite wäre schon alles getan. Erfolg wird sich erst einstellen, wenn man das Internet als Arbeitswerkzeug begreift und alle elektronischen Register für die Schaffung

neuer Kontakte nutzt. Das spart allerdings zunächst keine Zeit, sondern erfordert einen Mehraufwand. Bei der ständig wachsenden Zahl von Internetseiten besteht das Problem nicht im Vorhandensein von Informationen, sondern in ihrer Zugänglichkeit. Das Netz wird erst durch die Verknüpfungen zum Netz.

An den Internetauftritt wird häufig auf die gleiche Weise herangegangen, wie an den Druck eines Flyers und nach der Veröffentlichung ist die Arbeit erledigt. Soll aber eine Internetseite Erfolg haben und Nutzen bringen, fängt hier die Arbeit erst an, denn das Internet lebt von der ständigen Aktualisierung der Inhalte. Ebenso wichtig wie das "ins Netz Stellen" der Website, ist das Bekanntmachen der Site, die Informationen sollen ja den Adressaten erreichen. Es gibt natürlich zahlreiche technische Möglichkeiten, die Seiten so zu programmieren, dass sie von den Suchmaschinen im Netz aufgefunden werden können. Wichtiger ist aber noch die bewusste Vernetzung der Inhalte verschiedener Anbieter. Ein Link auf eine Seite, deren Inhalt man sich verbunden fühlt, könnte dafür oft mehr wert sein. Technisch ist dieses gar kein Problem, eher eines des Bewusstseins. Solange es noch Ansichten von Kultur als "Schlechtwettervariante" oder "Hinterland" gibt, kann schwer eine Überzeugung wachsen, dass der Nutzen des Anderen auch zum eigenen Vorteil gereichen kann.

Dabei ist die Vernetzung von Kultur und Tourismus im Internet Dank der modernen technischen Voraussetzungen noch einfacher zu realisieren, als in anderen Bereichen möglicher Zusammenarbeit. Die auf Onlinedatenbanken abgelegten Informationen ermöglichen eine Publizierung des gleichen Contents auf verschiedenen websites auch in unterschiedlichem Design. Eine anspruchsvollere und umfangreichere Präsentation von kulturellen Institutionen und Veranstaltungen ist notwendig um einerseits der vorhandenen Qualität von Kulturanbietern zu entsprechen und andererseits den Ansprüchen eines qualitätsorientierten Tourismus gerecht zu werden.

Beispiele:

Kulturserver "<http://www.kulturserver.de>"

Kulturportal Deutschland "<http://www.kulturportal-deutschland.de>"

Kulturportal Mecklenburg-Vorpommern "<http://www.kulturportal-mv.de>"

Kunst-Orte-Termine in Mecklenburg-Vorpommern "<http://www.kunstorte-mv.de>"

Kunstportal Deutschland "<http://www.kunstportal-deutschland.de>"

Informationssystem MVnet "<http://www.mvnet.de>"

mvtermine.de "<http://www.mvtermine.de>"

Region Aktiv Lübecker Bucht "<http://www.ralb.org>"

Resümee

Stefanie Krentz

In meinen folgenden Ausführungen möchte ich insbesondere auf die diskutierten Themen Kulturtourismus und Netzwerkbildung eingehen.

Diskurs Kulturtourismus:

Der Kulturtourismus allgemein hat Konjunktur! Er ist in aller Munde und aus der Sicht der Tourismuswirtschaft und der Kulturarbeit ein attraktives Segment. Der Kultururlauber wird als gut gebildet, reiseerfahren, qualitätsbewußt, kaufkräftig, vorrangig weiblich und ca. 50 plus beschrieben. All das ist bekannt. Und natürlich ist diese kaufkräftige Klientel für die Tourismuswirtschaft ebenso interessant wie für den Kulturbereich. Allein an Museen machen die Kulturtouristen einer Studie zufolge etwa 39% der Gesamtbesucher aus.

Aber beim Lesen der Studie „Crossover Marktplatz. Kulturtourismus.“ habe ich mich gefragt, welche Rolle er in der Region Nordwestmecklenburg tatsächlich spielt oder in Zukunft spielen kann. Nur 5% der erfassten Veranstaltungen besitzen eine überregionale Reichweite und Ausstrahlung und bieten Anlass für eine Reise. Hier scheinen nicht fehlende Kommunikations- und Werbemaßnahmen das Problem, sondern insbesondere die Attraktivität und die Qualität der Angebote ausschlaggebend.

Die Studie erfasst insgesamt 152 Kulturakteure und konzentriert sich ausschließlich auf eine Erscheinungsform des Kulturtourismus, nämlich den Veranstaltungsbezogenen. Andere Arten, wie beispielsweise der Objekt-Kulturtourismus (Besichtigung von Kirchen, historischen Gebäudeensembles, kulturlandschaftlichen Sehenswürdigkeiten) bleiben in der Zusammenstellung der Kulturakteure im Landkreis nicht berücksichtigt. Dabei sind es meist die allgemeinen kulturellen Tätigkeiten, wie Ausflüge und Besichtigungen, die von der Mehrzahl der Kulturreisenden untergenommen werden.

Generell kann man sagen, dass der Tourismus der Region Nordwestmecklenburg ein Teil der überregionalen Landestourismusentwicklung ist. Die touristischen Zielsetzungen der Landesregierung spielen eine bedeutende Rolle für die Entwicklung der Region. Die Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern 2010 formuliert für einen siebenjährigen Planungszeitraum Handlungsempfehlungen und tourismuspolitische Leitziele. Für die zukünftige Positionierung definiert sie strategische Hauptmärkte. Zu ihnen zählen:

- Sommer-/ Badetourismus
- Wassertourismus
- Gesundheitstourismus
- den Campingtourismus
- Radtourismus
- Landurlaub
- Tagesreisen

Damit wird an die bereits erfolgreichen Marktsegmente angeknüpft und ein klassisches Angebotsportfolio mit Schwerpunkten im Naturtourismus geboten. Besonders der Bereich des Wellness- und Gesundheitstourismus wird von Mecklenburg-Vorpommern als ein wachsender Markt mit Zukunftschancen herausgestellt.

Als strategischer Entwicklungsmarkt mit nachweisbaren Wachstumschancen ist in der Landestourismuskonzeption auch der Kunst- und Kulturtourismus benannt. Seine Themenschwerpunkte hinsichtlich der zukünftigen Marketingaktivitäten bilden laut Konzeption die Bäderarchitektur, die Backsteingotik, die Schlösser und Herrenhäuser sowie die Parkanlagen. Mit der Konzentration auf einen bestimmten Teil der Kultur im Land, hier in Form von 'Highlights' aus dem Kulturgebiets- und des Festspiel-Tourismus wird eine bestimmte Form von Kultur fokussiert. (Vermarktung der Themenjahre 2008 und 2009).

Einschränkend lässt sich also feststellen, dass nicht alle Kultureinrichtungen bzw. -träger von der Tourismuswirtschaft die gleiche Beachtung erhalten. Kultureinrichtungen, wie Archive, Bibliotheken etc., deren Schwerpunkt hauptsächlich in der Forschungsarbeit oder in der Bewahrung von Kulturgütern liegt, sind aus Sicht der Tourismuswirtschaft scheinbar weniger von Interesse. Sie eignen sich nicht als touristische Attraktionen, da sich ihre Aufmerksamkeit nicht auf die Präsentation und die Darstellung von Kulturgütern richtet.

Diskurs Netzwerke:

Im Vergleich zu dem von Frau Prof. Dr. Helene Kleine vorgestellten Netzwerk Kulturland Brandenburg e.V. kommt dem Kulturtourismus auf Landesebene in Mecklenburg-Vorpommern keine besondere Wahrnehmung zuteil.

Das Netzwerk Kulturland Brandenburg ist im Gegensatz zu anderen Netzwerkinitiativen von oben entstanden und zeichnet sich durch seine zentrale Organisation und Steuerung aus. Nicht nur die einzelnen Kulturakteure, sondern auch ihre jeweiligen fachlichen Netzwerke, wie der Arbeitskreis der Kulturämter, der Brandenburgische Kulturbund, der Brandenburgische Verband Bildender Künstler, das Brandenburgische Landesamt für Denkmalpflege und Archäologie und weitere sind in das Netzwerk eingebunden. Die Stärke dieses Organisationsmodells beruht auf der Anbindung des Netzwerkes nach oben zu den Entscheidungsträgern und Ressort übergreifenden Zuwendungsgebern. Eine zentrale Steuereinheit, die Geschäftsstelle, ermöglicht die Mobilisierung finanzieller Ressourcen zur Stärkung der Netzwerkakteure und ihrer kulturellen Programme.

Kulturelle Netzwerke im Internet, hier das Beispiel von Udo Rathke und die in der Studie „Crossover Marktplatz“ vorgeschlagene Internetplattform, weisen sich insbesondere durch flache Hierarchien, breite Partizipation und keine zentrale Steuerung aus. Das Modell basiert auf Strukturen und Arbeitsweisen, die vor allem durch horizontale Kooperationen, Diversität und die Abwesenheit einer starken zentralen Kraft geprägt ist. Es verbünden sich Kulturpartner, die auf einer gleichen Stufe stehen und versuchen Ressourcen kostengünstiger zu nutzen (hier beispielsweise Kommunikations- und Distributionsmaßnahmen). Dieses virtuelle Netzwerk ist in der Lage, innerhalb kürzester Zeit dynamisch auf Veränderungen zu reagieren.

Ausblick:

Doch was passiert wenn sich nach der Phase der ersten Euphorie die Frage nach Kontinuität stellt? Oder Netzwerke aufgrund der Professionalisierung der eigenen Arbeit einen steigenden Kommunikationsaufwand oder eine verbesserte Infrastruktur benötigen? Um die Frage nach der Organisationsstruktur des Netzwerkes zu stellen, ist es vor allem wichtig das gemeinsame Ziel zu erörtern. Was wollen wir erreichen, was ist unsere Motivation und wen wollen wir erreichen?

Die virtuelle Internetplattform scheint ein wichtiger Schritt für eine Lobbyarbeit zum Kulturtourismus im Land zu sein. Hier geht es nicht nur um die Verbesserung der Kommunikation zu den Besuchern sondern insbesondere um eine Vernetzung nach oben zu den Entscheidungsträgern in der Politik und dem Tourismus. Im nächsten Schritt sehe ich vor allem den Ausbau an qualitativen Kulturangeboten in der Region Nordwestmecklenburg für nötig und die Suche nach sich ergänzenden Partnerschaften und Allianzen.

Fragenkatalog der Diskussion:

- Worin liegt Ihre Motivation für eine Vernetzung in der Region? Welchen Nutzen sehen Sie für ein kulturelles Netzwerk?
- Was ist Ihr Ziel für ein kulturelles Netzwerk in Nordwestmecklenburg?
- Was macht das Netzwerk von außen attraktiv oder besonders?
- Welche Potentiale sehen Sie in der Region? Was können wichtige Themen schwerpunkte sein?
- Wer sind die Zielgruppen?
- Welche Akteure sind besonders wichtig, wo sind die Knotenpunkte? (Heterogenität o. Homogenität?, enger oder breiter Kulturbegriff?)
- Welche Defizite weisen die Kultureinrichtungen oder ihre Programme auf? Gibt es Defizite? Wie lässt sich die Qualität der kulturellen Anbieter verbessern?
- Was benötigen Sie Ihrer Meinung nach für ein kulturtouristisches Produkt?
- Was zeichnet ein kulturtouristisches Produkt im Gegensatz zu einem kulturellen Angebot aus?
- Wie sieht die Zukunft der Kulturarbeit im ländlichen Raum Nordwestmecklenburg aus? Was sind die politischen Konzepte?
- Welche Rahmenbedingungen sehen Sie für ein Netzwerk im Landkreis als erforderlich?
- Wann würden Sie sagen, wäre ein Netzwerk erfolgreich?
- Welche Organisationsform sehen Sie erforderlich für den Netzwerkaufbau? (breites u. offenes Netzwerk, spezialisiertes Netzwerk, Interessensverband)
- Was können die Mitglieder an Arbeitskraft leisten?
- Wie kann das Netzwerk langfristig agieren?

Zusammenfassung der Diskussion:

- Als Motivation für eine Vernetzung werden die Stärkung der Kultur im Bewusstsein der Menschen und der Wirtschaft, die Steigerung der Auslastungszahlen der Kulturanbieter und eine Professionalisierung der Kulturarbeit und der eigenen Vermarktung benannt.
- Eine offene Frage bleibt hinsichtlich der Netzwerkpartner: wer darf partizipieren, gibt es eine Qualitätssicherung (Bsp. Kunst-offen)?

Die geplanten nächsten Schritte sind:

- Akteure und Netzwerkpartner bestimmen
- Abstimmung und Koordination der Veranstaltungsprogramme der teilnehmenden Kultureinrichtung & -veranstalter für 2008
- Datensammlung für gemeinsamen Internetauftritt
- Arbeitsdatenbank: www.plueschow.de/datenbank
- Teilnahme an Tourismusbroschüre 2008 für Landkreis Westmecklenburg
- Namensgebung für Netzwerk „Offensive 26/11“ (Arbeitstitel)
- Die Koordination der dargestellten nächsten Schritte übernimmt das Schloss Plüschow.
- Das nächste Treffen wird für Februar 2008 anvisiert.

Kontaktadresse:

Mecklenburgisches Künstlerhaus Schloss Plüschow
23936 Plüschow, Am Park 6
Tel. 03841-6174-0, Fax 03841-617417
daten@plueschow.de, www.plueschow.de/datenbank

Impressum

Redaktion: Miro Zahra, Stefanie Krentz
Mecklenburgisches Künstlerhaus Schloss Plüschow
23936 Plüschow, Am Park 6
© Mecklenburgisches Künstlerhaus Schloss Plüschow
Dezember 2007