

Der Bürgermeister

Hilden, den 03.09.2008

AZ.: III/41 Doe



Hilden

WP 04-09 SV 41/092

Mitteilungsvorlage

öffentlich

**Strategiepapier Kultur / Sachstandsbericht über die erfolgten
Entwicklungen und Maßnahmen**

Beratungsfolge:	Sitzung am:	Bemerkungen
Kulturausschuss	15.12.2008	

Beschlussvorschlag:

„Der Kulturausschuss nimmt den Sachstandsbericht über die erfolgten Entwicklungen und Maßnahmen aus dem Strategiepapier Kultur zur Kenntnis.“

Erläuterungen und Begründungen:

In der Sitzung des Kulturausschusses am 30.11.2007 berichtete die Verwaltung mit SV 41/68 zuletzt über die Umsetzung der Impulse aus dem Strategiepapier Kultur, das in der Sitzung des Rates am 25.04.2007 einstimmig verabschiedet und als Grundlage für die künftige Entwicklung und Gestaltung der städtischen Kulturarbeit betätigt wurde.

Durch den vorliegenden Bericht informiert die Verwaltung bereits nach ca. eineinhalb Jahren über die erfolgten Entwicklungen und Maßnahmen, die sich aus dem Strategiepapier Kultur 2007 ergeben haben und nicht erst nach Ablauf von zwei Jahren, wie dies durch den Beschluss des Kulturausschusses – 16.03.07- festgelegt wurde.

Durch das Strategiepapier Kultur wurde deutlich, dass sich Hilden als Kulturstadt im Kreis Mettmann sehr gut aufgestellt hat. Erkennbare Stärken und Potentiale gilt es nun in den kommenden Jahren weiterzuentwickeln.

Auf der Grundlage dieses zukunftsweisenden Papiers entwickelte die Verwaltung seit Mai 2007 sowohl strukturelle als auch inhaltlich neue, zielführende Überlegungen, die teilweise bereits in konkrete einrichtungsspezifische und einrichtungsübergreifende Maßnahmen umgesetzt wurden, beziehungsweise in die mittelfristige inhaltliche Planung der verschiedenen Produkte des Kulturamtes für die kommenden Jahre eingeflossen und für die finanzielle Planung der kommenden Jahre vorgesehen sind.

Ein deutliches inhaltliches Bekenntnis wurde durch die Verabschiedung der Fortschreibung des Strategiepapiers Kultur geleistet.

Um den bereits eingeschlagenen Weg erfolgreich und im Interesse der Bürgerinnen und Bürger unserer Stadt weitergehen zu können und die Entwicklungspotentiale nutzen zu können, ist die Umsetzung geeigneter Schritte in den kommenden Jahren wünschenswert und sinnvoll.

Die durch die Fortschreibung des Strategiepapiers Kultur gesetzten Strategien bedingen die intensive Weiterentwicklung des Kulturamtes mit seinen angeschlossenen kulturellen Einrichtungen zu einer gemeinsamen Tätigkeit und Darstellung als Konzern Kultur in einer Kultur-, Wissens- und Bildungsstadt Hilden als auch die sich aus der Verbindung zwischen dem Strategiepapier Kultur und dem Profilentwicklungspapier der VHS ergebenden Synergien und Weiterentwicklungspotentiale.

Ziel dieser Entwicklung soll die unverwechselbare kulturelle Identität sein, die den Anspruch Hildens als attraktive, innovative, lebendige und lebenswerte Stadt festigen und als kulturell sehr engagierte Stadt im Kreis Mettmann und in unmittelbarer Nachbarschaft der Kulturmetropolen Düsseldorf, Köln, Essen und Wuppertal festigen soll.

Durch die begonnene Umsetzung des Strategiepapiers Kultur wurde ein strukturierender Prozess eingeleitet, dessen Ziel es ist, die Vielfalt und Qualität der kulturellen Angebote und Leistungen, die die Stadt Hilden auszeichnen, zu bewahren und weiterzuentwickeln.

Durch die Darstellung einrichtungsübergreifender, einrichtungsspezifischer und funktionspezifischer Zukunftsstrategien liefert das Strategiepapier Kultur entscheidende Vorgaben und betont die besondere Bedeutung von Kultur in Hilden.

Über den aktuellen Sachstand der Entwicklungen und Maßnahmen soll mit der vorliegenden Sitzungsvorlage berichtet werden.

Einrichtungübergreifende Strategien

Struktur

Bildung von Expertenteams

Das Strategiepapier Kultur setzt den Fokus der Entwicklung innerhalb des Kulturamtes und seiner Einrichtungen sowie der Weiterentwicklung städtischer Leistungen und Angebote im Bereich Kultur auf die Bildung von Expertenteams, die inhaltlich und organisatorisch arbeiten.

Einrichtungübergreifende Koordinierung bei Aufrechterhaltung der Eigenständigkeit

Unter externer Moderation fand am 11.01.08 ein ganztägiger gemeinsamer Workshop statt, an der die Leitungen der Kultureinrichtungen und die Amtsleiterin jeweils mit Stellvertretungen sowie der Dezernent teilnahmen.

Wie im Strategiepapier Kultur dargestellt, erfordert die Koordinierung der Expertenteams als auch die Etablierung eines ganzheitlichen Marketingkonzeptes eine zentrale Steuerung. In dem Maße, in dem künftig einrichtungübergreifende Ziele verfolgt werden, steigen auch die Anforderungen an eine einrichtungübergreifende Koordinierung, die als zentrale Aufgabe künftig durch das Kulturamt wahrgenommen werden wird. Die Intensivierung der strategischen Steuerung wird verbunden sein mit einer gleichzeitigen Aufrechterhaltung der erprobten Eigenständigkeit der Kulturinstitute.

Umsetzung und konkrete Maßnahmen

Sachstandsermittlung der Angebotspalette

Als erstes Ergebnis aus dem Workshop im Januar 08, der die strukturellen Umsetzungen dieser Vorgabe innerhalb des Kulturamtes und seiner Einrichtungen zum Thema hatte, wurde als Sachstandsermittlung der vielfältigen kulturellen Angebote des Kulturamtes und seiner Einrichtungen ein Katalog für die unterschiedlichsten Alters-, Ziel- und Interessengruppen zusammengetragen, der eine sehr dichte Angebotslandschaft wiedergibt. Spezifische Angebote, z.B. für bestimmte Lebensalter, lassen sich nun als Querschnitt durch die verschiedenen Kulturangebote bilden. Der Blickwinkel der Bürgerin und des Bürgers wird sich dann künftig auf das spezifische Angebot richten. Entsprechende inhaltliche Verknüpfungen sind für die kommenden Jahre vorgesehen, um die Transparenz der Angebotslage zu erhöhen. Künftig wird vorrangig sein, welche kulturellen Angebote (Angebotspakete) vorhanden sind. Nachrangig von Bedeutung wird sein, welche Kultureinrichtung diese Angebote vorhält, bzw. wer für die Organisation verantwortlich zeichnet.

Querschnittsbildung

Fokus auf Zielgruppe Der Senioren

Als Ergebnis dieser Untersuchung wird sich das Kulturamt zunächst für 2009 institutsübergreifend mit der Zielgruppe Senioren befassen. Die Auswertung des Angebotsfächers Kultur, der als Ergebnis des Workshops deutlich wurde, legte die nähere Betrachtung und Beschäftigung mit dieser demografisch zunehmend an Bedeutung

gewinnenden Zielgruppe vorrangig nahe.

Die Bearbeitung des Themas erfolgt durch ein Expertenteam bestehend aus Mitarbeitern der Verwaltung, das im nächsten Schritt durch einen Kreis externer Experten erweitert wird. Vor diesem Hintergrund nimmt die Verwaltung Kontakt zu den Basisgruppen ZWAR auf.

Neue Netzwerke

Tag des offenen Denkmals

Die Planung des weltweit begangenen Tages des Offenen Denkmals – 2. Sonntag im September - soll künftig in Form eines Arbeitskreises vorgenommen werden. Hieran nehmen bislang teil: Kulturamt, Wilhelm-Fabry-Museum, Untere Denkmalbehörde, VHS, Stadtmarketing GmbH.

Ideenwerkstatt Kultur und Senioren

Mit seinen Angeboten für die Zielgruppe der Senioren möchte die Verwaltung künftig noch besser auf die bestehenden Wünsche eingehen. Deshalb nimmt das Kulturamt an den Arbeitskreistreffen der Seniorenbegegnung teil und lädt seinerseits Vertreterinnen der Senioreneinrichtungen in Hilden zum Arbeitskreis „Ideenwerkstatt Kultur“ ein, der 4 Mal jährlich zusammentritt.

50+

Dialog bei 1.Hildener Kulturfrühstück

Um die Seniorinnen und Senioren noch gezielter ansprechen zu können, hat das Kulturamt mit den ihm angeschlossenen Kultureinrichtungen im Frühjahr 2008 an der Veranstaltung „Älter werden in Hilden - 1. Info-Messe für Menschen ab 50“ in der Stadthalle Hilden teilgenommen. Das Interesse an den Kulturangeboten war sehr groß. Darüber hinaus soll der Kontakt zu den in Hilden bestehenden Basisgruppen aufgebaut werden. Hierzu fand am 20.10.08 das 1. Hildener Kulturfrühstück im Fassraum des Wilhelm-Fabry-Museums statt, zu dem das Kulturamt mit seinen Einrichtungen interessierte Vertreterinnen und Vertreter der Basisgruppen ZWAR einlud. Ziel des Gespräches war es, den Dialog zu eröffnen, die Zielgruppe mit ihren Interessen in die Kulturarbeit zu integrieren und künftig den kulturellen Austausch zu pflegen. Das erste Gespräch verlief erfolgversprechend. Der Gesprächsaustausch wird künftig kontinuierlich fortgesetzt.

Durch die einrichtungsübergreifende Teilnahme an der Veranstaltung „Dialog im Welt-Café“, 09.09.08 konnte die Netzwerkarbeit des Kulturamtes mit der Zielgruppe 50 + weiter voran gebracht werden.

Beteiligung am Integrationskonzept Hilden, Aufgabenschwerpunkt und Personalressource

Das einrichtungsübergreifende Projekt 50 + erfährt durch eine Praktikantin, der Fachhochschule im WS 08/09, die mit der Aufgabensstellung innerhalb der Bibliothek betraut ist, Unterstützung.

Im Gesamtrahmen des Integrationskonzeptes der Stadt Hilden beteiligt sich das Kulturamt mit Maßnahmen, die einrichtungsspezifisch umgesetzt werden.

Dem Thema Integration widmet sich in der Stadtbücherei eine Diplombibliothekarin (eine neu zu besetzende Stelle wurde auf diesen Aufgabenschwerpunkt „umgewidmet“). Für 2009 wurde ein entsprechendes Projekt beantragt.

Weiterentwicklung

**verwaltungsinterner
Netzwerke**

Die inhaltliche Vernetzung des Kulturamtes und des Amtes für Jugend, Schule und Sport wurde durch die Beteiligung am Projekt „Wir gegen Rechts“, November 2008, weiterentwickelt.

Gemeinsame Darstellung in der Öffentlichkeit

Seit April 2007 fand die gemeinsame einrichtungsübergreifende Darstellung des Kulturamtes einschließlich der Kultureinrichtungen im Rahmen der nachfolgenden Veranstaltungen bzw. durch die genannten Aktivitäten statt.

1.Hildener Kultursommer

Von Juni bis September 2007 fand der 1. Hildener Kultursommer statt. Mit einem viermonatigen, attraktiven Kulturprogramm stellte sich Hilden während des Sommers als pulsierende Kulturstadt im Kreis Mettmann dar. Die Fülle der Veranstaltungen setzte sich aus Beiträgen der verschiedenen Kultureinrichtungen und des Kulturamtes zusammen. Erstmals wurde hiermit das sehr dichte und vielfältige kulturelle Angebot komprimiert dargestellt und im Fokus der vier Sommermonate aufbereitet. Das große Interesse des Publikums an diesem speziellen Angebot zwischen den Theaterspielzeiten wird auch in den kommenden Jahren weiterentwickelt. So soll für 2009 die gemeinsame Marke „Kultursommer“ als Flyer in handlicher Form herausgegeben werden.

Künstlermarkt und Kultur

Die gemeinsame Präsenz in der Öffentlichkeit dokumentierte das Kulturamt beim Hildener Künstlermarkt 2007 erstmals. Vertreten waren hier das Kulturamt, die Stadtbücherei, das Wilhelm-Fabry-Museum und die Artotheken Hildens. Angebote der Musikschule lagen an beiden Tagen des Künstlermarktes aus. Der direkte Kontakt mit dem Publikum führte zu zahlreichen interessanten, aufgeschlossenen Gesprächen, in denen neue Kunden gewonnen werden konnten und das gute Image des Kulturamtes eine positive Entwicklung erfuhr. Die Beteiligung an dieser Marketingveranstaltung wird auch in den kommenden Jahren gezielt und gemeinsam vorbereitet.

**Kunstsonntag
und Genusstage -
Zusammenarbeit mit
Partnern**

Der gemeinsame inhaltliche Fokus „Kunstsonntag“ soll nach der erfolgreichen Einführung dieses neuen Veranstaltungsformates im Jahr 2007 (04.11.07) in den kommenden Jahren auch unter Einbindung externer Partner – wie z.B. Kultur pflegende Vereine - weiterentwickelt werden.

Als erster Sonntag innerhalb der Hildener Genusstage im November eines jeden Jahres nimmt der Kunstsonntag einen besonderen Platz ein und wird durch die gemeinsame Werbung dieses Projektmonats herausragend dargestellt.

**Optische Präsenz in der
Öffentlichkeit**

Zur Intensivierung der gemeinsamen Darstellung des Kulturamtes wurden bereits einige Maßnahmen ergriffen. Nach der Anschaffung eines gemeinsamen Kulturrollbanners in 2007 folgten 2008 die Einzelrollbanner der Kultureinrichtungen. Mit diesen Werbeträgern wird die Präsenz der jeweiligen Einrichtungen bei Veranstaltungen, Anlässen etc. unterstrichen und gleichzeitig die Möglichkeit der Kontaktaufnahme vermittelt. Das grafisch einheitliche Erscheinungsbild der Einzelrollbanner umfasst das Gebäude der jeweiligen

	<p>Einrichtung als Motiv, den Schriftzug und die Internetadresse.</p>
Zielgruppenwerbung	<p>Der rollende Werbeträger Kulturmobil wurde auf beiden Fahrzeugseitenflächen mit einer farbigen Logo-Leiste versehen, auf der das Kulturlogo und die Einzellogos der Musikschule, der Stadtbücherei, des Wilhelm-Fabry-Museums und des Stadtarchivs abgebildet sind.</p>
KuKuK und Ferienaktionen im Museum	<p>Die zielgruppenspezifische Werbung wurde seit 2007 intensiviert, Synergie-Effekte wurden genutzt.</p>
Stadtbücherei und OGATA	<p>Seit 2007 werden die Semester- und Ferienangebote der Kinder- und Jugendkunstschule KuKuK und des Wilhelm-Fabry-Museums in einer gemeinsamen Broschüre beworben sowie in beiden Einrichtungen parallel ausgelegt und an die entsprechenden Verteiler versandt. Darüber hinaus beteiligte sich das Kulturamt im Sommer 2008 mit einem Infostand über Angebote zu KuKuK erstmalig an der Einschulungsparty in der Stadtbücherei.</p>
gemeinsamer Artothekenflyer	<p>Die Stadtbücherei leistet zum Thema kulturelle Bildung Beiträge in Form von OGATA Angeboten und als Präsentationsort für Schulen.</p>
Reihe "Kunstcafé" Vernetzung der Ausstellungshäuser in Hilden, Gespräche über Kunst	<p>In einem gemeinsamen Flyer der Artotheken Hilden - Erwachsenenartothek und Kinderartothek „Bildwechsel“ wird das Angebot dieser beiden Kultureinrichtungen für diese Zielgruppe aufbereitet und in den jeweiligen beiden Einrichtungen gestreut.</p>
AK Ausstellungshäuser planerische und werbe-technische Abstimmung	<p>Die Vernetzung der verschiedenen Ausstellungshäuser in Hilden-Kunstraum, Städtische Galerie im Bürgerhaus, Wilhelm-Fabry-Museum, Stadtbücherei, H6 - durch die noch junge Reihe „Kunstcafé“ ist erfolgreich weiterentwickelt worden. Seit Beginn dieser Gesprächsreihe – 22.09.2007- fanden bereits 5 Termine statt. Die Planung reicht bereits bis in den März 2009. Zu einem Thema, das in Bezug zur gezeigten, aktuellen Ausstellung steht, laden die jeweiligen Veranstalter interessiertes Publikum und Künstler zum Gedankenaustausch ein.</p> <p>Um dieser Reihe ein Markenzeichen zu verleihen, findet sie jeweils samstags, 15.30 Uhr für die Dauer von ca. 2 Stunden statt. Diese moderierte Veranstaltung hat als Ziel, ein relativ niedrigschwelliges Gesprächsangebot für kunstinteressiertes Publikum bei Kaffee und Gebäck anzubieten, die Publikumskreise der Ausstellungshäuser zu mischen, damit neue Besucher zu gewinnen und an die jeweiligen Häuser zu binden und das „Wir-Gefühl“ zu stärken.</p> <p>Für 2009 steht in Erweiterung dieser Reihe in Planung, entsprechend große Hildener Künstlerateliers in diese Reihe aufzunehmen.</p>
Gemeinsamer Flyer Ausstellungen in Hilden	<p>Weiter ist für 2009 vorgesehen, ein regelmäßiges Arbeitstreffen der Ausstellungshäuser zu initiieren, um den gegenseitigen inhaltlichen und planerischen Austausch zu entwickeln und zu strukturieren.</p> <p>Die abgestimmte optische Darstellung der Werbeträger für diese Veranstaltungsreihe sowie geeignete Werbe- und Sympathie-Träger wie z.B. wie „Kunstcafé“-Kaffeetassen sollen das gemeinsame Marketing in diesem Segment verdeutlichen.</p>
	<p>Das gemeinsame Marketing im Bereich der Ausstellungstätigkeit</p>

**Sommerakademie,
Angebot für „Best-ager“**

schlug sich erstmals 2008 durch die Herausgabe eines gemeinsamen Flyers „Ausstellungen in Hilden“ nieder, der eine Veranstaltungsübersicht von Mai bis Dezember 08 enthielt (Kunstraum, Städt. Galerie im Bürgerhaus und Wilhelm-Fabry-Museum). Für die kommenden Jahre soll diese komprimierte Ausstellungsvorschau weiterentwickelt werden, u.a. durch ansprechendes Text- und Bildmaterial und entsprechende Querverweise zu den homepages der beteiligten Veranstaltungspartner. Diesem Vorhaben liegt der vorausgehende terminliche Abgleich mit den beteiligten Ausstellungshäusern zugrunde, um weitestgehend Parallelplanungen und –terminierungen zu vermeiden.

**Sommerakademie und
Jazzakademie 2009,
Kooperation Stadtmarketing GmbH, Kulturamt**

Erstmalig fand 2008 die Hildener Sommerakademie statt, eine Folge von 3 Wochenendblöcken, an denen bekannte, externe Kunstschaffende Malkurse für Erwachsene anboten. Diese Veranstaltung für die sogenannten „Best-ager“ wurde durch die Stadtmarketing GmbH organisiert und mit Hilfestellung durch das Kulturamt beworben.

Dieses Veranstaltungsformat soll in den kommenden Jahren in Kooperation zwischen Stadtmarketing und Kulturamt weiterentwickelt und in 2009 um das Angebot einer Jazzakademie unter der künstlerischen Leitung des Musikers Axel Fischbacher (Reihe „Blue Monday-Konzerte“) erweitert werden.

**„Art-Steps“,
Sommer und
Bildende Kunst**

Zu den genannten Kursen der Sommerakademie soll während dieser Wochenenden ein Rundgang durch Ateliers Hildener Kunstschaffender geplant werden: Sommerakademie und „Art-Steps“. Um nicht während der Düsseldorfer Kunstpunkte, die alljährlich nach den Ferien stattfinden, außerhalb des Publikumsinteresses zu liegen, sollen die Hildener „Art-Steps“ gezielt während der Sommermonate stattfinden, da die Ferienzeit in Hilden keinesfalls „kulturfreie“ Zeit ist. Diese Vernetzung beider Angebote soll mittelfristig organisiert werden und durch entsprechendes Werbematerial – mit Hinweis auf die Biografien der beteiligten Kunstschaffenden ergänzt werden. Künstlerförderung und Veranstaltungsmarketing gehen in diesem Segment Hand in Hand.

**Der Weg zum Konzern
Kultur**

Einrichtungsspezifische Strategien

**Nichtnutzumerfrage
und Impulse für
die Zukunft**

Neben den einrichtungsübergreifenden Strategien, die das Kulturamt gemeinsam mit seinen Einrichtungen entwickelt, um in der Öffentlichkeit als Konzern Kultur wahrgenommen zu werden, werden einrichtungsspezifische Strategien definiert und umgesetzt.

Präsenz in der Öffentlichkeit

Von vitalem Interesse war daher die Durchführung einer Nichtnutzumerfrage 2007. Sie wurde als Seminar-Projekt einer Gruppe Studierender der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Fachbereich Betriebswirtschaft/ Marketing durchgeführt. Die Ergebnisse hieraus wurden der Verwaltung am 30.08.07 vorgestellt. In einem weiteren Schritt wurden die einrichtungsspezifischen Analysen mit den Leitungen der Kultureinrichtungen und des Kulturamtes diskutiert und in Form von einzelnen brain-storming-Sitzungen je Kultureinrichtung fachkundig vertieft. Diese Gespräche fanden im ersten Halbjahr 2008 statt. Von besonderem Interesse war hierbei, neue Ideen für die Vermarktung der verschiedenen Angebote zu erhalten.

ten, sodass insbesondere neue Kunden/ Nutzer für die Einrichtungen und Angebote gewonnen werden können und die Präsenz des Kulturamtes und seiner Einrichtungen in der Öffentlichkeit verstärkt wird.

Kammerkonzerte und Themensetzung

Kulturelle Veranstaltungen Produkt 040103

Neue Akzente und Veranstaltungsformate

Im Bereich der kulturellen Veranstaltungen- Kammerkonzertreihe-2008 wurde eine thematische Akzentuierung vorgenommen – „Meister an der Orgel“, die eine deutliche Vergrößerung des Publikumszuspruchs mit sich brachte (jeweils ca. 70 Besucher je Konzert). Die städtische Reihe Kunst um ½ 7 – Kammerkonzerte – ist eingebettet in die Reihe „Musik in Hildener Kirchen“, für die ab 2009 ein aktualisiertes Erscheinungsbild bei Beibehaltung der „Marke“ in Vorbereitung ist. Die thematische Schwerpunktsetzung dieser Jahreskonzertreihe soll weiterentwickelt werden.

Vernetzung mit Partnern: Hilden als Jazzstadt

Die Vernetzung der verschiedenen Jazzveranstalter ist für 2009 in Vorbereitung. In Kooperation mit den Partnern Sensitive Colours (Hildener Jazztage), QQTec, Blue-Monday-Konzerte, Koenzen entwickelt die Verwaltung eine Internetseite, die Hilden als Jazzstadt darstellen und auf die bemerkenswerte Qualität in diesem Angebotsegment verweisen wird. Verlinkungen zu beteiligten Musikern werden gelegt sein.

Jazzakademie 2009

In Verbindung mit der seit 2008 erstmals stattgefundenen Sommerakademie wird 2009 eine Jazzakademie zeitgleich angeboten. Wie bei dem Angebot der Sommerakademie, so richten sich auch diese, durch bekannte Jazzmusiker geleitete Kurse an die sog. „Best-Ager“. Die Finanzierung erfolgt über die Kurseinnahmen. Die Musikschule Hilden wird sich an diesem Projekt beteiligen. Über die neue Internetseite „Jazzstadt Hilden“ soll im Herbst 08 bereits für das Angebot der Jazzakademie 09 geworben werden.

Fokus auf Bildende Kunst, Gestaltung neuer Plätze

Skulpturenpfad für Hilden

Hilden wird sich als Stadt, in der Bildende Kunst durch zahlreiche Ausstellungen, kreative Angebote für Kinder, Jugendliche und Erwachsene, zwei Artotheken, einen sehr regen Künstlerverein H6 einen hohen Stellenwert genießt, durch die exponierte Ausstellung 2009 „Skulptur als Körperspur. Heinz Breloh“ durch die Präsentation einer lebensgroßen Bronzeskulptur im Außenbereich erneut mit dem Thema Kunst im öffentlichen Raum aus einander setzen. Da dieses Objekt als Dauerleihgabe in Hilden verbleiben wird, stellt die Verwaltung Überlegungen an, ggf. eine angemessene Platzierung auf dem in Planung befindlichen Bahnhofsvorplatz zu erreichen.

Das Thema Skulpturenpfad soll daher hieran anknüpfend in den kommenden Jahren- auch unter Einbindung der gestalterischen und räumlichen Möglichkeiten des Erweiterungsbaus des Wilhelm-

AK
Kulturpflegende Vereine

Fabry-Museums- in Angriff genommen werden.

Kulturförderung Produkt 040201

Vernetzung

Neues Veranstaltungsformat:
„Hilden singt und klingt“

Die stärkere Vernetzung zwischen dem Kulturamt und den anerkannten Kultur pflegenden Vereinen wurde im Jahr 2007 mit einem ersten gemeinsamen Arbeitstreffen und mit einer ersten gemeinsamen

Veranstaltung „ Hilden singt und klingt“ auf dem Alten Markt in Hilden begonnen. Neben der regelmäßigen jährlichen Durchführung dieser Veranstaltung wurde vereinbart, das Arbeitstreffen ebenfalls jährlich durchzuführen, um im nahen Kontakt zu den Vereinen die gemeinsame Breitenkulturarbeit weiter zu entwickeln und den gegenseitigen Austausch zwischen den Kultur pflegenden Vereinen in Bezug auf gemeinsame Kulturprojekte zu fördern. Am 06.09.08 fand die Veranstaltung „ Hilden singt und klingt“ unter Beteiligung von 11 Vereinen zum zweiten Mal statt. Das Kulturamt unterstützte durch die Organisation und Öffentlichkeitsarbeit sowie durch die kostenlose Bereitstellung der mobilen Bühne und die Übernahme der Technikkosten.

Positive Entwicklung:
Kooperation Jugendkultur

Jugend und Kultur

Seit der gemeinsamen Projektarbeit im Jugendkulturjahr 2005 entwickelt sich die Zusammenarbeit zwischen dem Kulturamt und dem Amt für Jugend, Schule und Sport in Bezug auf die gemeinsamen Jugendkulturangebote positiv. Im Rahmen der in diesen beiden Ämtern zur Verfügung stehenden Personal - und Finanzressourcen wird die Planung und Durchführung von Jugendkulturangeboten seither in Form gemeinsamer Projektarbeit betrieben. Darüber hinaus konnte eine langfristige neue Kooperation mit dem Familienzentrum Nord begonnen werden. Nach der 2. Integrationskonferenz können dort erstmalig im Herbst 2008 zwei Workshops mit einer Künstlerin angeboten werden. Die Teilnahme ist für die Kinder kostenfrei. Ziel ist es, diese Kooperation gemeinsam mit dem Integrationsbüro weiter auszubauen.

Erfolgreiche Kooperation:
Schule und Kultur

Schule und Kultur

Seit 2007 hat das Kulturamt die Koordinierung der Anträge zum Landesprogramm „Kultur und Schule“ übernommen. Es fungiert dabei als Schaltstelle zwischen den am Projekt teilnehmenden Schulen, den Kunstschaaffenden und dem Kulturamt des Kreises Mettmann, das die Projektanträge aus den kreisangehörigen Gemeinden für das Land bündelt und die bewilligten Projektmittel des Landes NRW verwaltet. Im Jahr 2007 wurden 7 Projektanträge von Hilden gestellt, von denen 5 als förderwürdig eingestuft wurden. Die Projektergebnisse werden im Rahmen von Schulveranstaltungen oder Veranstaltungen des Kulturamtes öffentlich vorgestellt. Auch die Teilnahme mit diesen Projekten an Wettbewerbsausschreibungen in diesem Jugendkulturbereich wird forciert.

Veränderte Rahmenbedingungen

Betreiben einer städtischen Musikschule Produkt 040501

Kooperationspartner der Hildener Schulen

Besonders in den letzten 2 bis 3 Jahren muss die Musikschule sich zunehmend auf veränderte Bedingungen in der Gesellschaft, d.h. besonders im Bereich der schulischen Bildung einstellen. Durch die Einführung des Ganztagsbetriebes an bis zu 3 Tagen in den weiterführenden Schulen mit Schulunterricht bis 16:30 Uhr sind die Zeitfenster für Musikschulunterricht gewaltig verkleinert worden. Auch bleibt den Schülerinnen und Schülern in ihrer verbleibenden Freizeit deutlich weniger Zeit zum Üben. Der Fortbestand der Musikschulensembles wird zunehmend schwieriger, da hierfür ein zweiter Wochentermin in der Musikschule notwendig ist. Hieraus wird deutlich, dass im Interesse aller eine konzeptionelle und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Schulen helfen kann, die sich entwickelnden Schwierigkeiten zu minimieren. Dabei soll das Ziel sein, den Musikunterricht der Musikschule in geeigneten Fällen mit dem Angebot der Schulen zu kombinieren und oder es zu ergänzen.

Erfolgreiche Kooperation:

„Integration“

Unter dem Stichwort „Integration“ wurde 2007 für die Theodor-Heuss-Schule das Projekt „Saitenspiel“ gestartet, welches Unterricht auf den Instrumenten Bağlama (Türkei), Balalaika (Russland) und Gitarre (Westeuropa) beinhaltet. Ein wichtiger Bestandteil ist außerdem, dass der Unterricht von Lehrkräften der jeweiligen Herkunftsländer erteilt wird und somit zweisprachig erfolgen kann. Dieses offensichtlich außergewöhnliche Projekt hat mit seiner Konzeption so viel Aufmerksamkeit erregt, dass es mit 5.000 € Fremdförderung unterstützt wurde und bei einem Wettbewerb der „SPARDA-Bank West“ für NRW den 1. Preis in der Kategorie „Begegnungen“ erlangt hat. Das Projekt erfüllt auch inzwischen den Aspekt Nachhaltigkeit, indem es ins 2. Jahr gegangen ist und für die Schülerinnen und Schüler des 1. Jahres ein Fortsetzungsangebot besteht.

Neue Kooperation: „Jedem Kind ein Instrument“ erfolgreich gestartet

Mit Beginn des Schuljahres 2008/2009 ist an zwei Hildener Grundschulen das Kooperationsprojekt „Jedem Kind ein Instrument“ angelaufen. Anstatt kalkulierter 60 Kinder wurden 80 Kinder hierfür angemeldet. Hilden gehört damit zu den wenigen Städten und Gemeinden außerhalb des Ruhrgebietes, die dieses Projekt aus eigener Kraft, also ohne Landesmittel, begonnen haben. Die ersten Spenden hierfür in Höhe von 9.000 € sind bereits eingegangen. Nach dem jetzt begonnenen Einführungsjahr mit allgemeinem Musikunterricht und intensiver Instrumentenkunde wird im nächsten Schuljahr der Instrumentalunterricht für diese jetzigen Erstklässler starten. Gleichzeitig werden zwei weitere Grundschulen mit dem

Kinderorchester

Einführungsunterricht beginnen und so wird es Jahr für Jahr weitergehen, bis in 2014 alle Grundschulen am Projekt beteiligt sein werden. Ab 2010/2011 ist mit einer Landesförderung für das gesamte Land NRW und damit auch für Hilden zu rechnen.

Bläserklassen

Äußerst beliebt sind inzwischen die Kinderorchester an zwei Grundschulen, in denen alle interessierten Kinder ab dem 3. Schuljahr, gleich welcher musikalischen Vorbildung, mitmachen können. Die erfahrenen wie auch gar nicht vorgebildeten Kinder musizieren gemeinsam entsprechend zusammengestelltes und arrangiertes Lieder- und Notenmaterial. Dieses Angebot soll auf möglichst viele Grundschulen ausgedehnt werden und wird zukünftig die „JeKi“-Arbeit ergänzen.

Talentförderklasse

Mit der Ferdinand-Lieven-Schule wurde in 2007 bereits mit der zweiten Schule in Hilden die „Bläserklassen“-Arbeit aufgebaut. Dort läuft sie mit diesem Schuljahr inzwischen zweizügig und äußerst erfolgreich. Zusammen mit der Fabry-Realschule haben somit zwei Realschulen die „Bläserklasse“ in ihr Angebot und Profil aufgenommen.

Das Kooperationsprojekt „Talentförderklasse“ mit dem Dietrich-Bonhoeffer-Gymnasium konnte in den letzten beiden Jahren qualitativ weiterentwickelt werden, so dass inzwischen die Orchester und Ensembles beider Schulen vom hohen Ausbildungsstand der teilnehmenden Schülerinnen und Schüler profitieren. Diese Entwicklung soll auch zukünftig unterstützt und weiter ausgebaut werden.

Kooperationen mit KiTas

Der Kooperationsbereich nimmt in der Musikschularbeit einen immer höheren Stellenwert ein. Dort soll die Verantwortung für die ganzheitliche Bildung der Kinder und Jugendlichen im Vordergrund stehen. Die unterrichtlichen Erfahrungen und Evaluationen zeigen, dass sie lohnenswert sind, da nicht nur das Fach Musik mit all seinen vieldiskutierten Begleiterscheinungen (Stichwort 'Sekundäreffekte') gestärkt wird, sondern die neuen Konzepte letztendlich auch eine Chance bieten Musik im wahrsten Sinne des Wortes durch aktives Handeln „begreifbarer“ zu machen und damit ihren legitimen Eigenwert sowie ihre gesellschaftliche Bedeutung zu stärken.

Kooperationspartner der Kindertagesstätten

Die Entwicklung der Kooperationen mit den Kindertagesstätten ist weiter vorangeschritten. Die Musikschule deckt mit ihrem Kooperationsangebot „Elementare Musikerziehung“ inzwischen 70% aller Einrichtungen in Hilden ab. In den letzten beiden Jahren konnte noch einmal eine Steigerung um 15 % erfolgen.

Kooperationen mit Vereinen

Das neue Konzept zur Sprachförderung durch Musik ist nach der Entwicklungsphase in Zusammenarbeit mit den Hochschulen evaluiert und nahezu abgeschlossen und wird in 1 bis 2 Jahren Bestand-

teil des Angebotes der Musikschulen in NRW sein. Die Musikschule wird zum nächstmöglichen Zeitpunkt mit der Umsetzung in Hilden beginnen.

Kooperationspartner der musizierenden Vereine

Das Hildener Mandolinenorchester e.V. stand kurz vor dem Aus, da die älteren Mitglieder im Alter von 70 und mehr Jahren sich nicht mehr in der Lage sahen, einen erforderlichen leistungsfähigen Vorstand zu bilden. Da auch die jugendlichen Mitglieder aufgrund ihres Alters noch nicht in den Vorstand gewählt werden können, oder aber nicht beständig in Hilden wohnen bleiben, musste zur Rettung des Orchesters eine schnelle und praktikable Lösung gefunden werden. Das Orchester wird ab September 2008 ein Ensemble im Kursbereich der Musikschule sein, welches durch seine Beiträge bzw. Entgelte die Kosten für die Orchesterleitung und Verwaltung deckt. Damit wird zwar der Verein aufgelöst, das Orchester besteht aber als „Hildener Mandolinenorchester“ weiter und kann somit weiterhin erfolgreich an der Gestaltung des Musiklebens in Hilden mitwirken.

Forum „Musikschule“ für Nachwuchskünstler

Nach wie vor unterstützt die Musikschule die Probenarbeit bei Chören durch Stimmbildung und Stimmproben. Die generelle Nachwuchsförderung für die Laienmusik ist ein wichtiges Anliegen der Musikschule. Gemeinsame Projekte sind dabei weiterhin ein mögliches Ziel.

Die Musikschule als Forum

In den letzten beiden Jahren konnten 11 junge Nachwuchskünstler sowohl in eigenen Konzerten als auch in Begleitung der großen Orchester ihre solistischen Erfahrungen in der Öffentlichkeit sammeln und erweitern. Dabei diente sowohl der Heinrich-Strangmeier-Saal mit der Unterstützung des Hauses als Podium wie auch die Stadthalle und Hildener Kirchen, in denen die Musikschulorchester zusammen mit den jungen Künstlern musizierten. Diese Form der Unterstützung wird dankbar angenommen und soll auch in Zukunft ein wichtiger Bestandteil der Förderung von Nachwuchskünstlern wie auch der Programmgestaltung von Musikschulveranstaltungen sein.

Kultureller Treffpunkt

Angebote für „Junggebliebene“

Dabei werden die Musikschullehrkräfte der verschiedenen Fachbereiche den jungen Künstlern bei der Planung und Umsetzung mit ihren professionellen Erfahrungen zur Seite stehen.

Musiktheater

Die Musikschule als kultureller Treffpunkt

Zu dieser Zielsetzung musste die Musikschule ihre Ausrichtung

etwas korrigieren. Der kulturelle Treffpunkt ist mehr in den Schulen oder Einrichtungen der unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen platziert, wo die Musikschule initiativ und verbindend tätig ist. Sie entwickelt Konzepte, sucht und verpflichtet Lehrkräfte, sucht Sponsoren und steht im ständigen Austausch mit anderen Musikschulen und Ideenträgern. Präsentationsgelegenheiten und Wettbewerbe werden dabei ebenso von ihr gesucht und arrangiert. Es wird noch einige Zeit brauchen, bis besonders die ausländischen Gruppen in der Bevölkerung ohne Hinderungsgründe den Weg in die Musikschule finden werden.

Wahrnehmung in der Öffentlichkeit

Die speziellen Angebote für Senioren konnten in den letzten 2 Jahren besonders im Fachbereich Tasten ausgebaut werden. Ein spezielles Blockflötenensemble, welches sich weitestgehend selbst organisiert, rundet das Angebot ab.

Die Aufbauarbeit im Bereich Musiktheater konnte seit 2006 kontinuierlich weiterentwickelt werden. Mit einer Gruppe von 8 bis 12-Jährigen werden die Teilnehmer durch kreative Spiele und Improvisationsaufgaben in die Welt des Theaters eingeführt. Zum Ende der Unterrichtsphasen findet jeweils eine Präsentation des Erlernten auf einer echten Bühne mit Kostümen und Bühnenbild statt. Eine zweite Gruppe mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen entwickelt eigene Stücke und befasst sich aktuell mit der Inszenierung von Shakespear's Stück „Viel Lärm um nichts“ und wird im Oktober als Premiere auf die Bühne kommen.

Diese Theaterarbeit soll aufbauend fortgesetzt und wo möglich durch Musik ergänzt werden. Sie wird auch weiterhin eine wichtige Basis für die Musicalarbeit der Musikschule und zukünftige Produktionen in diesem Bereich sein.

Ausbau Online-Services

Weitere Zielsetzungen

Virtuelle Bibliothek eröffnet!

Als Fazit aus den durchgeführten Nichtnutzerbefragungen bleibt die verstärkte Präsenz der Musikschule in der Öffentlichkeit als ein wichtiges Ziel. Dabei ist weniger der Bereich Veranstaltungen und Konzerte zu sehen als vielmehr die Ausschilderung und Hinweisgestaltung im Stadtgebiet wie auch am Gebäude selbst. „Wir haben nicht erkennen können, wo die Musikschule liegt. Und selbst vor dem Gebäude mussten wir lange und umständlich nach einem Hinweis suchen.“ (Studentengruppe der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf) Diese Situation gilt es zu verbessern.

Strukturelle Veränderung im Sachbuchbereich

Überarbeitung Internet-Auftritt

Betreiben einer Stadtbücherei Produkt 040601

Bibliothek als moderner Informationsdienstleister

Der Ausbau der digitalen und virtuellen Medien ist weiter vorangeschritten bzw. die Bibliothek hat ihre Angebote weiterentwickelt.

Neugestaltung

Erdgeschoss

Beispiele sind die Nutzungsmöglichkeiten von online-Services durch die Kunden von zu Hause aus (Munzinger, DigiBib, Fernleihe).

Ganz aktuell ist seit 12.9.08 der Einstieg in die virtuelle Bibliothekswelt vollzogen. Auf der Basis der kreisweiten Bibliotheksoberfläche BibNet wird eine gemeinsame virtuelle 11. Bibliothek mit rd. 70.000 e-Medien per Download eröffnet.

Die weitere Integration internetbasierter Dienstleistungen und die inzwischen recht hohe Ausstattung der Haushalte mit diesen Möglichkeiten wird in der unmittelbaren Zukunft Auswirkungen auf die Weiterentwicklung der Angebotsstruktur im Printmedienbereich, v.a. bei der Sachinformation haben.

Virtuelle Plattform nicht nur für Bibliothekskunden

Noch nicht zufrieden stellend ist die Darstellung der Dienstleistungen und Angebote der Bibliothek im Internet. Die Überarbeitung hin zu einer übersichtlichen und kundenorientierten Darstellung der Leistungen und Angebote wird ein Aufgabenschwerpunkt im Jahr 2009 sein.

Bibliothek als öffentlicher Raum

Kultur- und Bildungsticketing in der Bibliothek

Die spürbare Verlagerung von Wissensvermittlung in den Virtuellen Raum verändert die Anforderung an Öffentlichen Raum. Für die Bibliothek bedeutet das eine Erneuerung und Aktualisierung der inzwischen 15 Jahre alten und mehrmals umgenutzten Präsentations- und Funktionsbereiche im Erdgeschoss sowie die Etablierung bzw. Optimierung eines Cafébetriebs im vorhandenen Baukörper.

Mit der konsequenten Umstellung auf Selbstbedienung seit Anfang 2008 und der dadurch ermöglichten Erweiterung der Öffnungszeiten von 35 auf jetzt 43,5 Wochenstunden ist ein erheblicher Qualitätssprung gelungen. Allerdings ist die neue Organisation von Ausleihe und Rücknahme bislang raumgestalterisch nicht umgesetzt, so dass sich das Erdgeschoss und mithin die Eingangssituation eher unübersichtlich und unstrukturiert präsentiert. Die erforderliche Neugestaltung, verbunden mit dem Abbau der Buchtransportanlage, ist für den 2009 .

Unterstützung bei Aus- und Aufbau von Schulbibliotheken

Der öffentliche Raum ist auch virtuell zu verstehen. Es besteht bibliotheksseitig der Wunsch, den Kundinnen und Kunden die Möglichkeit zur aktiven Teilhabe zu geben, z.B. zum Austausch von Buch- und Medientipps etc. Dies ist derzeit weder über die städtische Webseite noch über die Kreis-Datenbank BibNet möglich, d.h. es müssen für die Zukunft andere Realisierungsmöglichkeiten gesucht werden.

Schaffung eines durchgängigen Bibliothekssystems für Schülerinnen und Schüler

Ob in dem öffentlichen Raum Bibliothek in absehbarer Zeit eine zentrale Bildung- und Kultur-Buchungs- und Kartenverkaufsstelle vorzusehen ist, die die lokalen Funktionen der Ticketzentrale übernimmt und mit anderen kommunalen Dienstleistungen verknüpft, wird sich voraussichtlich im Rahmen der Diskussion um die „Bildungslandschaft Hilden-Haan“ und mit der Vertragsgestaltung mit dem Betreiber der Ticketzentrale ergeben. Die Frage, wann und wie entsprechende kommunale Leistungen online zur Verfügung gestellt werden, wird ebenso zu berücksichtigen sein. Denkbar ist

Bibliothek im Medienentwicklungsplan

Kontaktstelle für „Bildungs-Ehrenamt“

**Konzept „Bildungsland-
schaft“ mit VHS und Bibli-
othek Haan in Entwicklung**

aus Bibliothekssicht eine Kombination aus kleinem Cafébetrieb incl. Karten- und Buchungsstelle.

Bibliothek als Lernort

Bedarf Gruppenraum

Die Bibliothek baut ihre Aktivitäten als Bildungseinrichtung derzeit weiter aus. Die bestehenden Partnerschaften mit den Schulen werden fortgeführt und intensiviert, wobei die Entwicklung der Schulen hin zum Ganztagsbetrieb im Auge behalten und bei der Weiterentwicklung berücksichtigt wird. Bei der Umstellung eines Schulbetriebs zum Ganztagsbetrieb kommt z.B. den Schülerbüchereien eine neue erweiterte Rolle zu als Aufenthalts- und Lernort am Nachmittag. Auch für die nicht-städtischen Schulen wird hier fachliche Begleitung und Unterstützung geleistet, damit für die Schülerinnen und Schüler in Hilden ein kompatibles Bibliothekssystem zwischen Schule und Bibliothek entstehen kann.

Die Bibliothek hat inzwischen auch als ein zusätzlicher Baustein Eingang gefunden in den aktuellen Medienentwicklungsplan der Hildener Schulen, so dass die Verzahnung zum Schulbetrieb deutlicher und enger wird. Sie agiert darüber hinaus jetzt erstmals als Kontaktstelle für den Einsatz ehrenamtlicher Kräfte bei der Unterstützung lernschwacher Schülerinnen und Schüler.

Museumserweiterung

Auftrag

In welcher Ausprägung sich die Bibliothek künftig als Lernort im Bereich der Weiterbildung und des Selbstlernens darstellen wird, wird sich auf anderer Ebene entscheiden. Im Herbst 2007 erteilten der Rat der Stadt Hilden, der Rat der Stadt Haan sowie die Zweckverbandsversammlung den Auftrag, ein Szenario zum Zusammenschluss der beiden kommunalen Bibliotheken mit dem VHS-Zweckverband zu entwickeln. Im Verlauf dieses Prozesses sind die im Strategiepapier Kultur für die Hildener Bibliothek beschriebenen Funktionen der Bibliothek als Lernort umfassend weiterentwickelt worden. Ohne die organisatorische Basis in Form eines Zusammenschlusses der Institutionen wird zwar auch eine Weiterentwicklung der Angebote und Lernszenarien erfolgen können, jedoch deutlich weniger stark akzentuiert und konzentriert.

**Wettbewerb der Studie-
renden**

Unabhängig von der Entscheidung pro oder kontra Bildungslandschaft wird für die Planung in 2009 zu prüfen sein, ob sich die Annahme bestätigt, dass eine Abtrennung eines Lernraums zur Gruppenarbeit während der Öffnungszeiten erforderlich ist. In Bibliotheksneubauten werden solche Raumsituationen zunehmend berücksichtigt.

Ziel der Erweiterung

Mit Blick auf die überregionale Entwicklung wird auch in der Hildener Bibliothek die Entwicklung der Lernszenarios zu berücksichtigen haben, dass die Lernenden z.T. ihren Wissenszugang – in Form eines Laptops – in die Bibliothek mitbringen und diesen mit den Lernangeboten der Bibliothek kombinieren. Ausschlaggebend für die Nutzung der Bibliothek dürfte die Tatsache sein, dass diese eine wissenslatente Umgebung bietet, verquickt mit ansprechender Aufenthaltsqualität.

Museumsarbeit Produkt 040701

Museumserweiterung

Als Konsequenz aus der Fortschreibung des Strategiepapiers Kultur erhielt die Verwaltung vom Kulturausschuss 2007 den Auftrag, Überlegungen für eine Erweiterung des Wilhelm-Fabry-Museums anzustellen.

Neue Präsentationsform

len. Ein Rohkonzept wurde in der Sitzung des Kulturausschusses am 15. Mai vorgestellt.

Bereits Anfang des Jahres 2008 ergab sich die Gelegenheit, mit Hilfe des Dekans der Fachhochschule für Architektur in Düsseldorf, Herrn Professor van den Hövel, den möglichen Umbau und die damit verbundene Erweiterung des Museums im Sommersemester 2008 zum Gegenstand von Diplomarbeiten im Rahmen eines studentischen Wettbewerbs zu machen. Neun Studierende übernahmen die Aufgabe. Ihre teilweise höchst interessanten Ideen wurden nach der Bewertung durch eine Jury in der 38. Kalenderwoche in der Städtischen Galerie im Bürgerhaus der interessierten Öffentlichkeit präsentiert.

Außerschulischer Lernort

Ein neues, erweitertes Museum soll nicht nur die dauerhafte Präsentation der wertvollen medizinhistorischen Sammlung Raum bieten, sondern gleichzeitig auch weiterhin Wechsellausstellungen zur Medizin, Medizingeschichte, zur Medizin in der Kunst (aktuell: „Schmerz – Bilder vom Menschen“) und zu stadtgeschichtlichen Themen ermöglichen. Für die Etablierung der Marke „Wilhelm Fabry“ ist ein neues bzw. erweitertes Museum Grundvoraussetzung. Das Wilhelm-Fabry-Museum füllt die Marke dauerhaft mit Substanz und macht sie (be)greifbar. Mit Wilhelm Fabry verfügt Hilden über ein Alleinstellungsmerkmal, das mit einem neuen, attraktiven Museum stärker als bisher herausgestellt werden kann. Das neue Wilhelm-Fabry-Museum wird als Visitenkarte das Image der Stadt positiv prägen. Die Stadt Hilden wird über das neue Museum überregional intensiver als bisher wahrgenommen.

Museum als kultureller Ort

Vernetzung

Alte und neue Veranstaltungsformate

Der Wundarzt und Forscher Wilhelm Fabry und die Historische Kornbrennerei sind Ausgangspunkte für das neue Museum als Ort des interdisziplinären und kreativen Denkens und lebenslangen Lernens. Die Inhalte werden nach einem neuen didaktischen Konzept erlebnisorientiert vermittelt. Mit zeitgemäßen, audio-visuellen Präsentationsformen wird der Besucher angeregt, sich aktiv das konkrete Umfeld von Patienten, Gelehrten und Heilern, in dem Fabry sich bewegt hat, anzueignen. Der Besucher, ob Laie oder Fachpublikum, wird zum Entdecker.

Neue Zielgruppen

Ziel des neuen Museums ist es, als außerschulischer Lernort vor allem für Kinder und Jugendliche unter fachlich kompetenter Anlei-

tung Freude am Entdecken, Experimentieren und Erkennen naturwissenschaftlicher Zusammenhänge zu wecken.

„Museum plus“: Museum als kultureller Ort

Shop

Als Erlebnisort, Lernort und Begegnungsort verfolgt das Museum ein besucher- und nachfrageorientiertes Konzept. Die Anzahl der Ferienaktionen konnte 2008 noch einmal erhöht werden, die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Angeboten ist auf konstant hohem Niveau und kann mit den derzeitigen räumlichen und personellen Ressourcen nicht befriedigt werden.

Café

Das Museum ist als Veranstaltungsort vernetzt mit anderen Trägern kultureller Bildung wie VHS und Evangelische Erwachsenenbildung. Dies schafft nicht nur Synergieeffekte bei der Verpflichtung von Referenten und bei der Nutzung von Räumen, sondern ermöglicht auch die gezielte Ansprache Interessierter über die Verteiler der Kooperationspartner.

Marke „Wilhelm Fabry“

Als kultureller Ort ist das Museum sowohl bei den Jazztagen als auch beim Tag des offenen Denkmals und bei den Genussstagen beliebter Treffpunkt für Kulturinteressierte. Neue Veranstaltungsformate seit 2007 sind das an verschiedenen Orten durchgeführte Kunstcafé (Start im Museum Sept. 2007, dann April 2008, Jan. 2009) und der Kunstsonntag (1. Sonntag im November) an denen sich das Museum von Anfang an beteiligt hat.

In einem erweiterten Museum kann es künftig dank neuer Funktionsräume (u.a. ein Multifunktionsraum) weitere Angebote über das Ausstellungsprogramm hinaus geben. Dazu wird das neue Museum zum Treffpunkt und Veranstaltungsort auch für verschiedene Gruppen (z.B. Selbsthilfegruppen aus dem Bereich Gesundheit), Vereine und Unternehmen entwickelt. Neue Zielgruppen werden gezielt angesprochen, erreicht und an das Haus gebunden.

Die Aufgabe

Ein Museumsshop soll ein attraktives Angebot mit Bezug zu den Inhalten des Museums bieten. Das Angebot soll Bedürfnisse wecken und auch unabhängig vom Museumsbesuch Kunden anziehen (z.B. über Geschenkartikel).

Ein Museumscafé erhöht die Anziehungskraft und macht das Museum zu einem Treffpunkt mit größerer Verweildauer. Das Angebot ist dem zunehmenden Bedürfnis nach gesundheitsbewusster Ernährung Rechnung tragen.

Übernahme von Altakten aus der Verwaltung

Fabry-Jahr 2010

Dokumente von Dritten

Das Fabry-Jahr 2010 mit dem 450. Geburtstag von Wilhelm Fabry dient der Etablierung der Marke „Wilhelm Fabry“. Das Fabry-Jahr ist neben einem neuen, erweiterten Wilhelm-Fabry-Museum ein öffentlichkeitswirksamer Baustein eines Marketingkonzeptes, das die Unverwechselbarkeit Hildens als „Fabry-Stadt“ im Bewusstsein der Bürgerinnen und Bürger Hildens und einer breiten Öffentlichkeit verankern wird.

Im Zentrum aller Veranstaltungen, an denen möglichst viele Hilde-

ner Personen und Gruppen teilnehmen werden, steht die Person Wilhelm Fabry, die im Museum mit Ausstellungen und einer umfangreichen Vortragsreihe gewürdigt wird.

Stadtarchiv Produkt 040801

Service

Im Stadtarchiv Hilden werden historische Unterlagen vom ausgehenden 18. Jahrhundert bis in die unmittelbare Gegenwart gesichert, ausgewertet und für die Benutzung durch die Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

Aktenübernahme

Archivpädagogik und historische Bildungsarbeit

Die Übernahme und Sicherung von Akten aus der eigenen Verwaltung gehört zu den Kernaufgaben des Stadtarchivs. In jedem Jahr werden für das Dienstgeschäft nicht mehr benötigte Akten aus dem Rathaus übernommen, nach Ablauf der gesetzlichen Aufbewahrungsfrist bewertet, erschlossen und in den Bestand des Archivs integriert. Nicht archivwürdiges Material wird vernichtet (kassiert).

Führungen

Neben städtischen Unterlagen gelangen auch Dokumente von Privatpersonen und Körperschaften ins Stadtarchiv. Das Stadtarchiv als Wissensspeicher und Informationsforum ist bestrebt, das gesamte Geschehen in der Stadt zu dokumentieren und bemüht sich daher aktiv um Dokumente aus Wirtschaft, Kirche oder Vereinsleben. Zunehmend werden dem Stadtarchiv Dokumente von Privatleuten (meist kostenlos) angeboten. Dies ist neben dem Umzug zur Gerresheimer Straße vor allem auf die verstärkte Öffentlichkeitsarbeit des Stadtarchivs zurückzuführen. Gerade wird die Übernahme eines umfangreichen Fotobestandes aus privater Hand vorbereitet.

Service

Praktika

Auch ein erfolgreiches Stadtarchiv muss und wird sich weiter entwickeln. Die Leistungsfähigkeit wird ständig erhöht. Dies äußert sich durch verkürzte Bearbeitungszeiten bei Anfragen aller Zielgruppen. Die Beantwortung von Anfragen per E-Mail nimmt ständig zu. Die schnelle Bereitstellung von Fotos aus einer großen Auswahl in digitaler Form wurde in den letzten Jahren vorangetrieben und gehört inzwischen zu den großen Stärken des Hildener Stadtarchivs.

Wettbewerb „Archiv und Jugend“

Archivpädagogik und historische Bildungsarbeit

Tag der Archive

Das Angebot an Dienstleistungen des Stadtarchivs wird kontinuierlich überprüft und im Dialog mit den Zielgruppen angepasst. So wurden beispielsweise nach der Fortschreibung des Strategieplans neben dem allgemeinen historischen Stadtrundgang für Schulklassen und andere Gruppen auch Spezialführungen angeboten. Neu im Programm ist ein Rundgang über den Friedhof an der Kirchhofstraße, der nicht nur von Erwachsenen nachgefragt wird. Auch für Schulen ist der Friedhof ein interessanter außerschulischer Lernort, an dem 200 Jahre Stadtgeschichte aufgezeigt wer-

Offenes Archiv

Kooperation mit Stadtmarketing und Presse

den kann. Er bietet darüber hinaus gute Möglichkeiten für einen fächerübergreifenden Unterricht (Geschichte, Religion, Kunst, Biologie).

Gefragt ist auch die seit 2008 erstmals angebotene Spezialführung über Juden in Hilden mit dem Schwerpunkt Reichspogromnacht. In Vorbereitung der Veranstaltungen zum 70. Jahrestag der Pogromnacht wurde diese Führung u.a. mit dem Jugendparlament durchgeführt.

Die Förderung historischen Lernens ist seit Jahren einer der Schwerpunkte des Stadtarchivs, und zwar mit Schulklassen aller Schulformen und außerschulischen Lerngruppen. Daher stellte das Stadtarchiv 2007 und 2008 mehrere Plätze für Praktika von Schülerinnen, Schülern und Studierenden zur Verfügung.

Kultur am Markt platzieren

Mit 8.000 € wurde die beispielhafte Projektidee „In Hilden angekommen – Geschichten des Zuzugs“ zur Teilnahme am Wettbewerb „Archiv und Jugend“ vom Land NRW ausgezeichnet. Sechs Jugendliche forschten ein ganzes Schuljahr im Hildener Stadtarchiv und an anderen Orten über Flüchtlinge und Vertriebene, Gastarbeiter (so der zeitgenössische Ausdruck) und Spätaussiedler. Die Ergebnisse waren im Juni/Juli im Wilhelm-Fabry-Museum zu sehen.

Weitere Formen der Öffentlichkeitsarbeit sind die Teilnahme am „Tag der Archive“ am Samstag, 1. März 2008 (10 – 16 Uhr) und das „Offene Archiv“ am Sonntag, 9. November 2008 (15 – 20 Uhr). Die Teilnahme an diesen Veranstaltungen trägt entscheidend dazu bei, Jugendliche und Bürgerinnen und Bürgern für die Geschichte ihrer Stadt zu interessieren und so zur Bildung eines historischen Bewusstseins beizutragen.

Marke Fabry

Eine in Zusammenarbeit mit der Stadtmarketing Hilden GmbH durchgeführte Plakataktion bringt in den Dreiecksständern in der Mittelstraße immer wieder lokalhistorische Themen in die Öffentlichkeit und regt an, sich weiter mit der Geschichte der Stadt auseinander zu setzen. In Verbindung mit der Aufnahme der Aktion in der Presse (RP-Serie) führte dies zu einer verstärkten Nachfrage im Stadtarchiv.

Universität Wuppertal: Marketingkonzept Kultur

Die im Strategiepapier Kultur aufgeführten einrichtungsspezifischen Maßnahmen fließen in die Produktplanungen 2009 ff. ein und werden im Rahmen der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Kultur-Produkte in die Haushaltsplanung der Folgejahre implementiert.

Funktionsspezifische Strategie

Marketingkonzept Kultur

Hildener Kulturbeutel: Erfolgsmodell

Ein Marketingkonzept umfasst mehr als bloße Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Es geht vielmehr darum, das Kulturamt und die Institute mit ihren vielfältigen Leistungen und Angeboten in der Öffentlichkeit „am Markt“ zu platzieren.

Erste Schritte in diese Richtung wurden bereits unternommen, z.B. durch die oben beschriebene Nichtnutzerbefragung bestimmter Zielgruppen.

Zwischen der gemeinsamen Marketingstrategie und den einrichtungsspezifischen und einrichtungsübergreifenden Strategien werden Rückkoppelungen bestehen.

Vorrangiges Ziel dieses Marketingkonzeptes ist es, bereits für 2010 zum Fabry-Jubiläumjahr einsetzbar zu sein, um die „Marke Fabry“ zu etablieren.

**Präsenz durch
Rollbanner Kultur**

Newsletter Kultur

Mit der Universität Wuppertal, Fachbereich B Wirtschaftswissenschaften, wurde Kontakt aufgenommen, um ein innovatives Marketingkonzept, das eine dauerhafte Wirkung haben soll, im Rahmen von Seminar- oder Diplomandenarbeiten für Hilden zu konzipieren. Die Universität Wuppertal, Herr Prof. Dr. Tobias Langer, signalisierte Interesse und Zustimmung.

**Kulturinfos auf
Brötchentüten**

Derzeitige Marketingaktivitäten

Seit April 2007 wurden die nachfolgend aufgeführten Marketingaktivitäten des gesamten Kulturamtes weiterentwickelt.

Ehrenamtler

Der Hildener Kulturbeutel kann als Erfolgsmodell bezeichnet werden. Fast die gesamte erste Auflage (1.000 Stück) dieses Werbeträgers wurde für 1,-€/Stück im Rahmen des Hildener Künstlermarktes 2007 verkauft. Die zweite Auflage von 1.000 Stück musste bereits Ende 2007 in Auftrag gegeben werden. Seither wird der Hildener Kulturbeutel, auf dem die Veranstaltungsorte Hildener Kultur auf einem Stadtplanauszug der Innenstadt mit den entsprechenden Logos der Veranstalter zu finden sind kontinuierlich nachgefragt. Die Einbindung der verschiedenen Veranstaltungspartner stieß auf positive Resonanz. Der Vertrieb erfolgt im Kulturamt und den Kultureinrichtungen. Darüber hinaus wird er zu unterschiedlichen Anlässen als Werbe- und Sympathieträger eingesetzt.

Als einrichtungsübergreifende Strategien wurden die Umsetzung der Marketinginstrumente Rollbanner Kultur, Einzellrollbanner der Kultureinrichtungen und Logoaufkleber für das Kulturmobil zur Erzielung der optischen Präsenz bereits weiter oben beschrieben.

Seit dem 18.01.08 gibt das Kulturamt einen gemeinsamen „newsletter Kultur“ in digitaler Form heraus, der aus bebilderten Infos zu Veranstaltungen /Aktivitäten des Kulturamtes und seiner Einrichtungen besteht. Mit Stand 12.09.08 wird der 18. Hildener „newsletter Kultur“ erscheinen. Abonnenten erhalten diese Information in 14-tägigen Turnus.

Die Werbekooperation mit einer örtlichen Bäckerei und der gemeinsame quartalsweise „Auftritt“ des Kulturamtes und der Kultureinrichtungen auf Brötchentüten, der bereits vor der Verabschiedung des Strategiepapiers gegeben war, wird fortgesetzt.

Kultur und Ehrenamt

Die Stadtbücherei unternimmt erste Schritte zur Aktivierung und Einbindung ehrenamtlicher Kräfte.

Die Verwaltung bittet den Kulturausschuss um Kenntnisnahme.

Günter Scheib