

Der Bürgermeister

Hilden, den 02.11.2007
AZ.: III/41 Doe



Hilden

WP 04-09 SV 41/068

Mitteilungsvorlage

öffentlich

**Umsetzung der Impulse aus dem Strategiepapier Kultur -
Sachstandsbericht**

Beratungsfolge:	Sitzung am:	Bemerkungen
Kulturausschuss	30.11.2007	

Beschlussvorschlag:

„Der Kulturausschuss nimmt den Sachstandsbericht über die Umsetzung der Impulse aus dem Strategiepapier Kultur zur Kenntnis.“

Erläuterungen und Begründungen:

In seiner Sitzung am **25.04.2007** folgte der Rat der Stadt Hilden der Empfehlung des Kulturausschusses einstimmig und verabschiedete das „**Neue Strategiepapier Kultur**“ als Grundlage der künftigen Entwicklung und Gestaltung der städtischen Kulturarbeit.

Das hierdurch beschriebene aktuelle Konzept der kulturpolitischen Zielsetzung der Stadt Hilden dient der Entwicklung des kulturellen Profils der städtischen Kultureinrichtungen und beinhaltet ein Potential, das zu einer unverwechselbaren kulturellen Identität führen und den Anspruch Hildens als attraktiver, lebendiger und liebenswerter Stadt, durch seine vielfältige Kulturlandschaft, festigen wird.

Mit der Weiterentwicklung des Strategiepapiers Kultur und durch das klare und einstimmige Votum des Rates der Stadt Hilden bekennt sich die Stadt Hilden zu eine aktiven und aktivierenden Kulturpolitik, die die Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger weiterhin positiv prägen und als unverzichtbarer Bestandteil der Daseinsfürsorge in dem Bereich Kultur wahrgenommen werden wird.

Durch die Umsetzung des Strategiepapiers Kultur wird 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. Das Strategiepapier Kultur liefert dazu durch die Darstellung einrichtungsübergreifender, einrichtungsspezifischer und funktionspezifischer Zukunftsstrategien entscheidende Vorgaben und betont die besondere Bedeutung von Kultur. Den Kultureinrichtungen der Stadt kommt hierzu als unerlässliche Grundausstattung des kulturellen Lebens eine besondere Bedeutung zu. Die Eigenverantwortlichkeit der Institute bzw. Produkte wurde bestätigt.

Auf der Grundlage dieses Ratsbeschlusses vom 25.04.07 und der damit vorliegenden Umsetzungsstrategie, wurden während der zurückliegenden sieben Monate die nachfolgend beschriebenen Maßnahmen durchgeführt bzw. in Angriff genommen.

Einrichtungsübergreifende Strategie

Die Weiterentwicklung städtischer Leistungen und Angebote im Bereich Kultur soll inhaltlich und organisatorisch umgesetzt durch Expertenteams erfolgen.

Im Januar 2008 findet unter externer Moderation ein gemeinsamer Workshop statt, an dem die Leitungen der Kultureinrichtungen und die Amtsleiterin jeweils mit Stellvertretungen sowie der Dezernent teilnehmen.

Wie im Strategiepapier dargestellt, erfordert die Koordinierung der Expertenteams als auch die Etablierung eines ganzheitlichen Marketingkonzeptes eine zentrale Steuerung. In dem Maße, in dem künftig einrichtungsübergreifende Ziele verfolgt werden, steigen auch die Anforderungen an eine einrichtungsübergreifende Koordinierung, die nach Einschätzung des Städte-Netzwerkes durch das Kulturamt wahrgenommen werden sollte. Die Intensivierung der strategischen Steuerung soll verbunden sein mit einer gleichzeitigen Aufrechterhaltung der erprobten Eigenständigkeit

der Kulturinstitute.

- **Gemeinsame einrichtungsübergreifende Darstellung der Kultureinrichtungen seit April 2007:**
- **Veranstaltungen:**
- gemeinsame und werbemäßige Darstellung beim **1. Hildener Kultursommer 2007**
- gemeinsamer **Werbeauftritt beim Hildener Künstlermarkt 2007** (Kulturamt, Stadtbücherei, Artotheken. Gemeinsamer Flyer Erwachsenenartothek/ Kinderartothek „Bildwechsel“)
- Vernetzung bei der Planung der **Reihe „Kunstcafe“** (Kulturamt, Bücherei, Museum, H6; weitere Partner werden hinzukommen)
- Gemeinsame Darstellung beim **1. Hildener Kunstsonntag** (04.11.07)

Einrichtungsspezifische Strategie

Die im Strategiepapier Kultur aufgeführten einrichtungsspezifischen Maßnahmen fließen in die **Produktplanungen 2008** ff. ein und werden im Rahmen der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Kultur-Produkte in die Haushaltsplanung der Folgejahre implementiert.

Funktionsspezifische Strategie

Marketingkonzept Kultur

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 Nichtnutzerbefragung bestimmter Zielgruppen.

In Zusammenarbeit mit Studierenden der Universität Düsseldorf, Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, ist es gelungen, im Rahmen eines Seminars, eine **Nichtnutzumerfrage** durchzuführen, die sich auf die Kultureinrichtungen Stadtbücherei, Musikschule, Wilhelm-Fabry-Museum, Stadtarchiv und Kulturamt bezog.

In einer 2. Projektphase, die im Frühjahr 2008 vorgesehen ist, sollen, wiederum unter Mitwirkung von Studierenden der Uni Düsseldorf, Erkenntnisse aus dieser Umfrage in einem Maßnahmenkatalog erfasst und zu einem späteren Zeitpunkt im Kulturausschuss vorgestellt werden.

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

Das Marketingkonzept wird sukzessive, unter fachkundiger Begleitung erarbeitet.

Ziel soll es sein, dieses Konzept im Jahr 2010 (s. SV 41/61 „Fabry-Jubiläumsjahr“) umzusetzen und die „**Marke Fabry**“ zu etablieren.

- **Gemeinsame Marketingaktivitäten der Kultureinrichtungen seit April 2007:**
- Herstellung und Vertrieb des „**Hildener Kulturbeutels**“

- Herstellung eines **Rollbanners „Kultur“** mit Logos und Internetadressen der Kultureinrichtungen (Erstpräsentation beim Hildener Künstlermarkt 2007)
- **Einzelrollbanner** der Kulturinstitute sind in Vorbereitung und werden voraussichtlich noch bis Ende 2007 fertig gestellt sein
- Vorbereitung von **Logoauklebern der Kultureinrichtungen** für das Kultur Mobil (Fahrzeug)
- Ein gemeinsamer **„newsletter Kultur“** soll ab 2008 erscheinen.
- Der gemeinsame quartalsweise „Auftritt“ der Kultureinrichtungen auf **Brötchentüten**, der bereits vor der Verabschiedung des Strategiepapiers gegeben war, wird fortgesetzt.

Die Verwaltung bittet den Kulturausschuss um Kenntnisnahme.

Günter Scheib