

Variables Kulturmanifest - Kurzfassung

Überschrift und Stichwort

Langthesen

1. Mängel, Fehler, Probleme => Ziele, Chancen, Visionen, Ideen => Aufgaben, Lösungen

1.1. Grundsätzliche Definition von Kultur, Stadtkultur. Was ist Kultur? Was ist Stadtkultur? In welcher Stadt wollen wir leben?

1.1.1. Ausrichtung auf Zukunft, Vergangenheit im Gepäck	Lebendige Haltung der Ausrichtung auf die Zukunft, dabei kulturelle positive wie negative Vergangenheit im Rückspiegel.
1.1.2. Wagnis Zukunft	Stetes Nachdenken über Vision, das Neue, Zukunft, Progression, Experiment, Wagnis, Wandel erstarrter Strukturen, Variation
1.1.3. Nachhaltigkeit, Reflexion	stetiges Nachdenken über Selbstbild, Nachhaltigkeit, Verantwortung
1.1.4. Immerwährende Aufgabe	Prinzipiell unendliche, nie fertige Aufgabe. Stadt ist nie vollendet.
1.1.5. Vernetztheit der Probleme	Probleme sind nicht isolierbar, alles ist mit allem verknüpft: Ökologie, Kultur, Soziales, Ökonomie. Daher Kontakt und Austausch mit anderen Orgas.

1.2. Grundvoraussetzungen und Haltungen der Gesellschaft. Wachstum der kulturell-ästhetischen Dimension und der kulturellen Atmosphäre

1.2.1. Wachstum der kulturell-ästhetischen Atmosphäre, Lebendigkeit, Vielfalt	Wachstum der kulturell-ästhetischen Dimension und der kulturellen Atmosphäre. Lebendigkeit, Vielfalt
1.2.2. interkulturelles Verhältnis, Respekt und Dialog	Akzeptanz, Respekt, Dialog und Austausch zwischen sozial-, sexual-, behinderungsspezifischer, interkultureller, religiöser, agnostischer Gruppierungen durch den Mittler Kunst. Interkulturalität, Multikulturalität, Toleranz, Inklusion, Respekt
1.2.3. Kultur des internationalen Selbstverständnisses	Urbanität, Metropolitänität, Weltoffenheit, Internationalität, Weltläufigkeit, Selbstbewusstsein
1.2.4. Hochkultur - Breitenkultur - Subkultur	Geschätzte und gepflegte Hochkultur, organisierte und qualitative Breitenkultur, akzeptierte und geförderte Subkultur.
1.2.5. Interesse + Mut	Förderung von Offenheit, Neugier, Interesse und Mut der Gesellschaft gegenüber künstlerischen Äußerungen
1.2.6. Bereitschaft für Veränderung	Bereitschaft zu Visionen, Wagnissen, Wandel, Veränderung
1.2.7. gegenseitige Wertschätzung der Kunstsparten	Anerkenntnis der Grenzenlosigkeit der Künste durch die Künstler, Respekt gegenüber anderen Kunstsparten, gegenseitige Unterstützung
1.2.8. Identität	Bildung von Identität (der Stadt), Image, Stadt ist aber keine Marke. Identifikation mit der Stadt

1.3. Kultur des Stadtraums – materielle Stadtentwicklung

1.3.1. optische, haptische und akustische qualitative Gestalt der Stadt und seiner Bestandteile	Stadtgestalt, Architektur, Lebensraum, Anmutung, Geschichte, Moderne, Industriekultur, Umwelt, Grünoasen, Wasserflächen, Stadtklang, Stadtentwicklung, Siedlungsstrukturen, Nutzungsmischung, Verkehr.
1.3.2. Entscheidung über Veränderung und Erhalt	Wer entscheidet, was gebaut wird, wie die Stadt aussieht, was ist/wird denkmalgeschützt? Stadtlandschaft und Design, die Austausch und Kommunikation fördern.
1.3.3. Anzahl, Qualität und Klassifizierung von Kultureinrichtungen (Raum / Nutzung)	Welche Kultureinrichtungen existieren, welche fehlen? Welche Räume stehen Künstlern/Kreativen zur Verfügung?
1.3.4. ökologische, soziale und ökonomische Facetten, z.B. Eindämmung von Gentrifizierung und Segregation	künstlerisch-kreativ-kultureller Umgang mit und Einfluss auf aktuelle Themen: Gegensteuern gegen Segregation und Gentrifizierung. Wie hoch dürfen Mieten für welches Angebot sein? Mobilität. Wer entscheidet, wie wir uns fortbewegen? Wie umweltfreundlich ist die Stadt? Woher kommt die Energie? Klimakrise/erneuerbare Energien/nachwachsende Rohstoffe

1.4. Wem gehört die Stadt? Recht auf Stadt. Kultur im Stadtraum, Lebensraum. Partizipation an Stadtkultur, im Stadtraum, Rückeroberung des öffentlichen Raumes. Virtuelle Stadtentwicklung.

1.4.1. Transparenz der Aktionen von Behörden, Parteien und Investoren, Pflicht der Beteiligung von Bürgern	Stadt gehört allen. Stadt ist kein exklusives Betätigungsfeld der Parteien, Behörden und Investoren. Kultur der Transparenz. Beteiligung von Bürgern, NGOs, NPOs. Partizipation und Teilhabe an Stadt.
1.4.2. Kultur - Kunst - Arbeit - Vergütung - Zugänglichkeit - Teilhabe	wie wird allen der Zugang zu Kultur ermöglicht? Wie wird Kulturleistung honoriert? Welches Verständnis haben wir von Kunst (Ehrenamt, Hausarbeit, Kindererziehung, etc.) als Arbeit im Gegensatz zu Erwerbsarbeit?
1.4.3. Umgang mit Subkultur	Geförderte (und geduldete) Subkultur. Umgang mit demokratiefeindlichen und diskriminierenden Antikulturen.
1.4.4. Umgang mit Aufenthalt	Wer entscheidet, wer sich wo aufhalten darf? Wie randgruppenfreundlich ist die Stadt?
1.4.5. Verantwortung, Gemeinwesen, Pflicht der Bürger zur Beteiligung.	Stadt als Gemeinwesen. Verantwortung. Stadtteile sind keine Resorts. Stadtteile sind Orte, an denen man lebt und nicht ohne Verantwortung seinem Vergnügen nachgeht.

1.5. städtisches Kulturmanagement / unternehmerisches Kulturmanagement. Evaluierung von Handlungsstrukturen und Organisationsformen städtischer Kultur- (Umwelt-, Bildungs-, Sozial-, Stadtplanungs-)politik. Wer entscheidet, welche Kultur und Bildung angeboten wird? In welcher Struktur findet Kulturförderung statt?

1.5.1. Nutzung kreativen Potenzials	wie wird kreatives Potenzial städtisch genutzt? Umgang, Einbindung der kreativen Kräfte;
1.5.2. Ermöglichung und Förderung: finanziell, räumlich, materiell, vernetzend	Kulturermöglichung, Kulturförderung, Kulturfinanzierung: Aufträge, Ateliers, Überräume, Auftrittsorte, Fundraising, Sponsoring-Akquise, Kulturwirtschaft, Logistik
1.5.3. Kulturförderung ideell. welche Kultur kann, soll es geben?	Kulturangebot, wer macht welche Kultur? Welche Kultur braucht es? Lücken? Wie kann auf vom Land Verordnetes auf städtischer Ebene reagiert, notfalls gegengesteuert werden? Differenzierung des Angebots. Kulturförderung virtuell, durch Diskussion, Werte/Leitbilder, Kunstangebot, Musik, Theater, Film, Tanz, Literatur, Architektur, etc. Künstler, Kunstschaffende, Museen, Bibliotheken, Galerien, Konzerthäuser, Sport, etc. Welche Kulturen brauchen auf Grund kulturwirtschaftlich automatischen Funktionierens nicht gefördert werden?
1.5.4. Kulturförderung durch Wirtschaft / Unternehmen	Förderung von Kunst und Kultur durch die Wirtschaft auf Grund der Erkenntnis, dass diese die Basis des Fortschritts ist und die Wirtschaft daher zur Kulturförderung verpflichtet ist.
1.5.5. welche Kulturträger, Kulturinsti-	Kulturvermittlung: wo findet Kultur statt? gegenseitige Information, Schulen, Universität, Hochschule, Presse,

tutionen gibt es? wie wirken sie zusammen? wie werden sie nachhaltig unterstützt?	Magazine, Kritiker, Galeristen, Verlage, Buchhandlungen, Musikalienhandlungen, Tourismus, Publikumsbetreuung
--	--

2. Methoden

2.1. Stadtbeobachter, Wahrnehmungsorgan, urbane Seismographie, Situationsanalyse, Stadtforschung, Dokumentation

2.1.1. Beobachtung	Stadtbeobachter, Wahrnehmungsorgan, urbane Seismographie, Situationsanalyse, Stadtforschung, Dokumentation, Subkultur identifizieren
2.1.2. Einrichtung Kulturrat ist auf Dauer ausgelegt.	Thesen wiederholt überprüfen und ggf. anpassen
2.1.3. Untersuchung bestehender Kampagnen	Renaissance 2.0, Kulturhauptstadtbewerbungsschrift und -aktion

2.2. Sprachrohr, Kommunikation, Kontaktaufbau, Vermittlung, Information, Bildung, Vernetzung

2.2.1. Sprachrohr	Sprachrohr, Kommunikation, Kontaktaufbau, Vermittlung, Information, Bildung, Vernetzung, Kommunikationsorgan einrichten. Um Gehör zu finden, und um nicht auf die hiesige Presse angewiesen zu sein, nutzt der Kulturrat alle medialen Vermittlungsformen je nach Notwendigkeit. Damit sind gemeint Druckmedien, Radio, Fernsehen, Homepage, Internet, Social Media aber notfalls auch Flyer, Flash Mobs, Kunstaktionen oder großangelegte Demos.
2.2.2. externe Experten einladen, befragen	Symposium, Thinktanks, Diskussionen, Gespräche, Austausch, Werkstattabend, Städtepartnerschaften nutzen
2.2.3. Vernetzung, Austausch und Zusammenarbeit	Vernetzung mit anderen NPOs, NGOs, insbesondere Lokale Agenda 21, Kulturabgleich zu anderen Interessengruppen, Sozialeinrichtungen, Religionseinrichtungen, Universität, Hochschule, Schulen, Wirtschaftsverbände, Umwelt- und Naturschutzverbände, IHK, HwK. Einrichtung des Handlungsbereiches D Kultur. Künstlerisch-literarisch-philosophische Antworten und Beiträge
2.2.4. Einmischung in kulturell relevante Entscheidungen	Stadtplanung von unten, Mitwirkung bei stadtplanerischen Entscheidungen, Kontakt zum Baukunstbeirat, Stadtheimatpfleger
2.2.5. Einmischung in Personalwahl	Vorschlag einer/s Kulturreferent[i/e]n

2.3. Aktionen und Interventionen im öffentlichen Raum. Veranstaltungen, Innenstadtaktionen, Demos, Kunstaktionen

2.3.1. Aktionen und Interventionen im öffentlichen Raum	Aktionen und Interventionen im öffentlichen Raum. Veranstaltungen, Innenstadtaktionen, Demos, FlashMobs, Kunstaktionen, „InnenStadtAktionen“ (N. Grothe). Gemeinsame Aktivitäten. Konfrontation verschiedener Gruppen mit Kunst.
2.3.2. Räumliche und materielle Dauerpräsenz	z.B. Einrichtung eines „Plantreffs“, Präsenz zeigen, Pläne aushängen, Ausstellungen und Planspiele organisieren, Kulturstadtplan, Film drehen,...

1. Struktur des Kulturrats

1.1. Grundstruktur

1.1.1. Selbstverständnis	frei, unabhängig, außerparlamentarisch, partizipativ, basisdemokratisch, nachhaltig, dauerhaft, vorausschauend, experimentell. Kulturrat als Wahrnehmungsorgan der kulturellen Situation der Stadt, betreibt mit der internen Kompetenz seiner Mitglieder eine fundierte Situationsanalyse, übt konstruktive Kritik, entwickelt und realisiert Vorschläge und Visionen.
1.1.2. Gesellschafts-Form	Der Kulturrat strebt nicht die Vereinsform an, sondern orientiert sich in einer wandelbaren Form an den jeweiligen Erfordernissen der Situation. Langfristig wird evtl. die Gründung eines satellitenartigen Fördervereins diskutiert, der von außen eine tragfähige finanzielle Basis aufbaut.
1.1.3. Mitglieder + Beitritt	Mitglied des Kulturrates können Kulturschaffende sämtlicher Sparten werden, sowie auch Kulturinteressierte. Voraussetzung ist die inhaltliche oder organisatorische Mitarbeit. Der Beitritt erfolgt durch einfache Erklärung auf der Website und Hinterlegen der Kontaktdaten.
1.1.4. Vertretung nach außen	Der Kulturrat wird in seinen Interessen von einem jährlich neu gewählten 5-köpfigen Sprecherrat nach außen vertreten. Der Sprecherrat hat nicht die Aufgabe, programmatische oder inhaltliche Entscheidungen zu treffen oder zu beeinflussen (und ist auch kein Gremium, auf dem stellvertretend die ganze Arbeit abgeladen wird).

1.2. Arbeitsweise

1.2.1. Plenums-Treffen	Etwa fünfmal jährlich finden Kulturratsversammlungen bzw. Plenumstreffen statt, um die inhaltliche Transparenz für alle Mitglieder zu gewährleisten. Sie können aus aktuellem Anlass auch kurzfristig einberufen werden.
1.2.2. Verteilung von Aufgaben	Aufwendige organisatorische Aufgaben werden unter sämtlichen Mitgliedern aufgeteilt.
1.2.3. Arbeitsgruppen	Der Kulturrat baut eine Struktur bestehend aus Arbeitsgruppen auf, die sich zu verschiedenen Themen zusammenschließen. Sie wählen aus ihrem Kreis jeweils eine verantwortliche Kontaktperson, die die Kommunikation mit dem Sprecherrat aufrecht erhält, damit der Informationsfluss über aktuelle Inhalte funktioniert. Arbeitsgruppe Kulturvisionen; Arbeitsgruppe Kulturpolitik; Arbeitsgruppe Stadtbild; Arbeitsgruppe Kommunikation mit Universitäten und Fachleuten, etc. Jedes Mitglied des Kulturrates kann eine weitere thematische Arbeitsgruppe einrichten und sich weitere Interessierte suchen.

1.3. Informationsaustausch

1.3.1. Interner Informationsaustausch	Über eine Mailingliste werden Informationen an alle Mitglieder verteilt.
1.3.2. Beratung	Der Kulturrat übt mit seiner Kompetenz auf Anfrage auch beratende Tätigkeit für Institutionen, Initiativen, Lehrinstitute und Einzelpersonen aus.
1.3.3. Positionsbestimmung	Zu Fragen, die den gesamten Kulturrat betreffen, etwa der Positionsbestimmung aktuellen Ereignissen gegenüber, oder zur Korrektur seiner inhaltlichen Ausrichtung nutzt der Kulturrat ein Abstimmungstool auf seiner Website .
1.3.4. Einbringen und Diskutieren von Vorschlägen	Über die Website des Kulturrates können Vorschläge per Mail diskutiert oder Kritik angebracht werden. Die Nutzung sozialer Medien ist angedacht.