

KULTURENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DIE STADT GÖPPINGEN

Ergebnisbericht Expert*inneninterviews

Im Auftrag von



Februar 2022

Externe Projektleitung:

Céline Kruska

Kulturgold GmbH

Rotebühlstr. 66 | 70178 Stuttgart

Tel. 0711/72256225 | Mail info@agentur-kulturgold.de

www.agentur-kulturgold.de

Autorinnen:

Céline Kruska, Teresa Geiger

KULTURGOLD
KONZEPTE UND TATEN

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	4
1 Methodik	5
1.1 Online-Befragung	5
1.2 Dokumentenanalyse	5
1.3 Expert*inneninterviews	6
2 Zentrale Ergebnisse	10
2.1 Erste Einschätzung von Stärken und Herausforderungen	10
2.1.1 Stärken	10
2.1.2 Herausforderungen	12
2.2 Kulturpolitik und Kulturverwaltung	18
2.2.1 Stellenwert der Kultur in der Politik und Verwaltung	18
2.2.2 Kulturpolitische Entscheidungen	18
2.2.3 Kulturreferat	19
2.2.4 Kulturförderung	22
2.3 Kulturelle Angebote und Vermittlung	24
2.3.1 Göppinger Kulturangebote im Hinblick auf verschiedene Zielgruppen	25
2.3.2 Kulturkommunikation	35
2.4 Kooperationen	37
2.5 Umlandfunktion	38
2.6 Ausblick	38
3 Fazit und Ausblick	40
4 Stärken und Herausforderungen in der Übersicht	41
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	45
Anhang: Leitfaden Expert*inneninterview	46

Vorbemerkung

Die derzeitigen kulturellen Leitlinien der Stadt Göppingen stammen aus dem Jahr 2012. Knapp zehn Jahre später hat der Gemeinderat den Auftrag erteilt, die strategische Grundlage für die Kulturarbeit zu erneuern und ein aktuelles Kulturkonzept zu erarbeiten. Ausgehend von gegenwärtigen Entwicklungen und Trends sollen auf der Grundlage eines beteiligungsorientierten Verfahrens Schwerpunkte für die künftige Kulturarbeit der Stadt Göppingen definiert werden. Vor diesem Hintergrund erarbeitet das Kulturreferat der Stadt Göppingen gemeinsam mit Göppinger Akteur*innen¹ und mit Unterstützung der Agentur Kulturgold in der Funktion der externen Projektleitung in den Jahren 2021/22 ein Kulturentwicklungskonzept. Der Prozess richtet sich sparten- und sektorenübergreifend an städtische Kultureinrichtungen wie auch an Vertreter*innen der freien Szene und der angrenzenden Bereiche Bildung und Soziales. Er dient der Verständigung auf gemeinsame Ziele und Maßnahmen und der Entwicklung eines Leitbildes für die Kulturstadt Göppingen. Im methodischen Aufbau und Ablauf ist der Prozess zur Erarbeitung eines Kulturentwicklungskonzepts für die Stadt Göppingen angelehnt an den beteiligungsorientierten und vielfach erprobten und kontinuierlich weiterentwickelten Ansatz des Netzwerks Kulturberatung.²

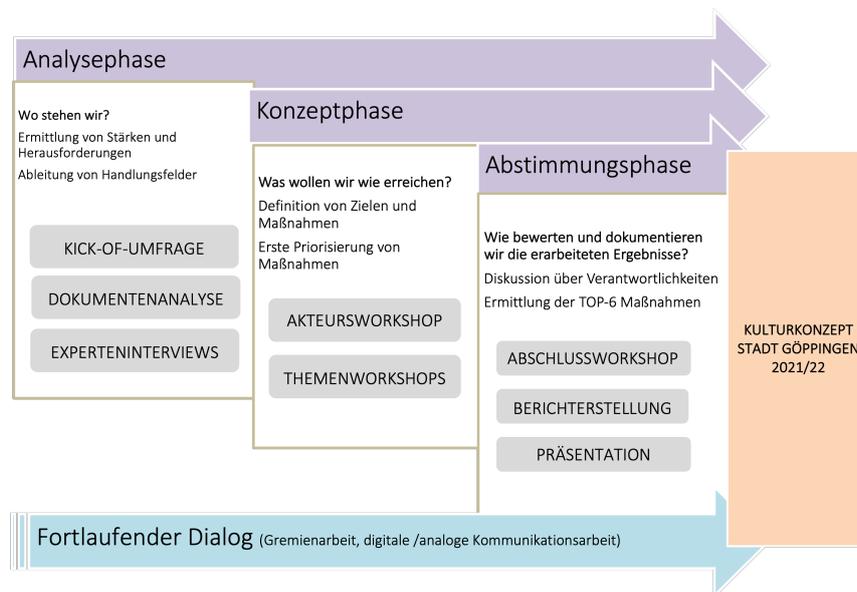


Abbildung 1: Der Prozess zur Erarbeitung des Kulturentwicklungskonzepts für die Stadt Göppingen in der Übersicht

¹ Die gegenderte Form der Bezeichnung »Akteur« wird im Dokument ausschließlich verwendet, wenn natürliche Personen und keine Institutionen damit bezeichnet werden.

Schließt die Bezeichnung auch institutionelle Akteure mit ein, wird nicht gegendert.

² Bereits durchgeführte Kulturentwicklungsplanungsprozesse, die diesem methodischen Aufbau gefolgt sind, können der Website www.netzwerk-kulturberatung.de entnommen werden.

1 Methodik

Mit dem Ziel, in einem ersten Schritt den Status quo kultureller Entwicklung in Göppingen möglichst detailliert und umfänglich zu erfassen, wurde ein methodisches Vorgehen gewählt, das neben einer vorgeschalteten Dokumentenanalyse eine Online-Befragung sowie die Durchführung leitfadengestützter Expert*inneninterviews umfasst. Im Zusammenspiel erlaubte es diese Methoden, Stärken und Herausforderungen der Kulturarbeit in Göppingen zu sondieren und Handlungsfelder zu definieren, die im Rahmen der Workshops weiterbearbeitet und vertieft werden können.³

1.1 Online-Befragung

Zu Beginn der Kulturkonzeption wurde im August und September 2021 eine Online-Befragung zum Thema „Welche Kulturstadt wollen wir sein?“ durchgeführt. Sie richtete sich einerseits an Kulturakteur*innen der Stadt, die eine direkte Aufforderung zur Beteiligung per Mail erhielten und andererseits an alle Göppinger*innen, die über die lokale Presse dazu aufgerufen wurden, sich am Prozess zu beteiligen. Die Befragung war über die städtische Website zugänglich. Insgesamt 51 Beantwortungen gingen ein, 40 Antworten von Kulturakteur*innen und elf Antworten von interessierten Bürger*innen.⁴

1.2 Dokumentenanalyse

Im Rahmen der Dokumentenanalyse erfolgte eine umfassende Sichtung relevanter Dokumente (u. a. Studien, Erhebungen, Strategiepapiere, (Förder-)Richtlinien, bestehende Konzepte zur Kulturarbeit bzw. einzelner Einrichtungen und Angebote).⁵ Im vorliegenden Fall diente die Dokumentenanalyse der Identifikation kulturpolitischer Rahmenbedingungen im Allgemeinen sowie im Speziellen von Akteuren, Aufgaben, Funktionen und Bedarfen und bereits realisierten Kooperationen, Planungsprozessen und Verbundprojekten bzw. -themen. Die Dokumentenanalyse, in der erste Themen- und Fragestellungen abgeleitet wurden, bildete die Grundlage für die Entwicklung der Interview-Leitfäden zur Befragung der Expert*innen.

³ Weitere Informationen zum Prozess sowie zum Status quo finden sich auch auf der städtischen Website: <https://www.goepingen.de/start/Kultur/kulturkonzeption.html>

⁴ Die Ergebnisse der Online-Umfrage stehen auf der städtischen Website zur Verfügung: <https://www.goepingen.de/start/Kultur/kulturkonzeption.html>

⁵ Zur Definition des Dokumentenbegriffs im Rahmen sozialwissenschaftlicher Analysen vgl. Mayring 2002: 46 ff.

1.3 Expert*inneninterviews

Erhebungsmethode

Im November 2021 führte die Agentur Kulturgold in Funktion der externen Projektleitung 19 Einzelinterviews mit ausgewählten Schlüsselpersonen aus dem Kulturbereich der Stadt Göppingen sowie Vertreter*innen aus den relevanten Querschnittsfeldern Bildung, Soziales und Tourismus durch. Die Befragung erfolgte leitfadengestützt auf der Grundlage eines vorab definierten Fragenkatalogs. Es handelt sich dabei um ein qualitatives Befragungsinstrument. Dieser methodische Zugang bietet sich überall dort an, wo es weniger um Häufigkeitsanalysen als um Meinungen und die Rekonstruktion entsprechender Sinnzusammenhänge geht.⁶ Der primäre Nutzen der Interviews bestand in der Informationsgewinnung, indem Expert*innen interviewt und um ihre subjektive Einschätzung zu zentralen Fragen der Kulturarbeit und -entwicklung in Göppingen gebeten wurden. Da allen Expert*innen die gleichen Fragen gestellt wurden, konnten darüber hinaus Konsens- bzw. Dissenspositionen im Hinblick auf die Bewertung der bisherigen Arbeit und der zukünftigen Kulturentwicklung in der Stadt Göppingen herausgearbeitet werden. Der sekundäre Gewinn lag in der Integration der Interviewten in den Strategieprozess. Dieser Schritt stellt eine wichtige Grundlage für die Akzeptanz und die Einbindung während der späteren Zusammenarbeit, insbesondere in der Phase der Zieldefinition und Maßnahmenerarbeitung dar.

Im Prozessdesign sind die Expert*inneninterviews ein wichtiger Baustein der Bestandsaufnahme, und haben die Ermittlung zentraler Stärken und Herausforderungen Göppingens als Kulturstadt zum Ziel. Darüber hinaus können Fragen und Impulse für den weiteren Prozess, insbesondere für den breit angelegten Auftaktworkshop (siehe dazu auch Kap. 4) gewonnen werden. Betont sei allerdings, dass es sich um eine Momentaufnahme handelt, die sich im weiteren Prozess noch verändern kann, wenngleich mit diesen ersten Erkenntnissen eine wesentliche Grundlage geschaffen ist, um einen Diskurs anzuregen und gemeinsam »arbeitsfähig« zu werden.

*Auswahl der Expert*innen*

Ein Kriterienkatalog diente als Orientierung bei der Auswahl der zu befragenden Expert*innen. Die Auswahl der Gesprächspartner*innen erfolgte in der Annahme einer vorhandenen Fach- und Betriebskompetenz, idealerweise verbunden mit Göppingen-spezifischen Kenntnissen. Zu den Expert*innen zählten Akteur*innen aus der Kommunalpolitik und -verwaltung, Leiter*innen aus öffentlichen und privaten Kultureinrichtungen, Vertreter*innen der freien Kulturszene, der Vereine, Wissensträger*innen aus angrenzenden

⁶ Vgl. Helfferich, Cornelia (2009): Die Qualität qualitativer Daten, Manual für das Durchführen qualitativer Interviews, Wiesbaden, S. 21 ff.

Bereichen, darunter Bildung, Tourismus und Wirtschaft. Folgende Tabelle enthält die Namen der Befragten sowie die Zuordnung zu den genannten Bereichen.

Name	Funktion
Herr Alex Maier	Vertreter*in aus der Kulturpolitik: Oberbürgermeister der Stadt Göppingen
Frau Almut Cobet	Vertreter*in aus der Kulturpolitik: Erste Bürgermeisterin der Stadt Göppingen
Frau Isabelle Grupp	Vertreter*in aus der Kulturverwaltung: Leiter*in des Kulturreferats
Herr Hartmut Zeller	Freie Kulturszene/Künstler*in/Vereine: 1. Vorstand Jazz-iG e. V.
Frau Aymna Wolf	Freie Kulturszene/Künstler*in/Vereine: Fabrik für Kunst und Kultur e. V.
Frau Ulrike Albrecht	Freie Kulturszene/Künstler*in/Vereine: ODEON Kultur & Kontakte e. V./Kulturkreis Göppingen e. V.
Herr Gerald Buß	Freie Kulturszene/Künstler*in/Vereine: Stadtverband Kultur Göppingen e. V./Kulturkreis Göppingen e. V.
Herr Benjamin Beck	Vertreter*in von Kulturveranstaltungen: Geschäftsführung der Stauer Festspiele
Herr Eric-Michael Peschel	Vertreter*in aus dem Bereich Wirtschaft und Tourismus: Leiter des Eventmarketings von Märklin und Märklinium
Herr Martin Gunkel	Vertreter*in für den Bereich Kulturelle Bildung und Teilhabe: Leiter der Städtischen Jugendmusikschule Göppingen
Frau Dr. Melanie Ardjah	Vertreter*in für den Bereich Kulturelle Bildung und Teilhabe: Direktorin der Kunsthalle Göppingen
Herr Wolfgang Schultes	Vertreter*in für den Bereich Kulturelle Bildung und Teilhabe: Fachbereichsleitung Kunst und Kultur der Volkshochschule Göppingen und Schurwald
Herr Benjamin Stasch	Vertreter*in für den Bereich Kulturelle Bildung und Teilhabe: Vertreter der Stadtbibliothek Göppingen
Herr Timo Meuser	Vertreter*in aus dem Bereich Migration und Integration Integrationsbeauftragter der Stadt Göppingen
Frau Claudia Oswald-Timmler	Vertreter*in aus dem Bereich Inklusion: Kreisbehindertenbeauftragte des Landkreises Göppingen
Herr Werner Stepanek	Vertreter*in aus dem Bereich Stadtteilarbeit: 1. Vorsitzender der Initiative Alter Farrenstall e. V.

Frau Mara Andresen	Vertreter*in von zielgruppenspezifischen Interessenvertretungen: Jugendvertreterin
Frau Barbara Hofgärtner	Vertreter*in von zielgruppenspezifischen Interessenvertretungen: Haus der Familie Göppingen e. V.
Herr Wolfgang Hoffmann	Vertreter*in von zielgruppenspezifischen Interessenvertretungen: Stadtseniorenrat Göppingen e. V.
Herr Lars Tielech/Herr Dejan Vasic	Pressevertreter*in: Vertreter des PIG Stadtmagazins

Tabelle 1: Liste der befragten Expert*innen

Durchführung und Auswertung

Die Expert*innenbefragung wurde von der externen Projektleiterin Céline Kruska und von Teresa Geiger (beide Agentur Kulturgold) im November 2021 durchgeführt. Es handelte sich dabei sowohl um mündliche Befragungen in Form von persönlichen Face-to-face-Einzelinterviews als auch um digitale Befragungen mittels der Videokonferenz-Software »Zoom«. Die Befragung erfolgte auf der Grundlage eines Interviewleitfadens. Die Inhalte des Leitfadens wurden mit der Kulturverwaltung der Stadt Göppingen abgestimmt. Folgende Gliederungspunkte waren Gegenstand des Leitfadens:⁷

- I. **Kultur in Göppingen: Erste Einschätzung von Stärken und Herausforderungen**
- II. **Kulturpolitik und -verwaltung**
- III. **Kulturelle Angebote und Vermittlung**
- IV. **Kooperationen**
- V. **Umlandfunktion**
- VI. **Ausblick**

Die Befragung wurde protokolliert und mithilfe eines Aufnahmegeräts dokumentiert. Den Expert*innen wurde im Vorfeld des Interviews die Anonymisierung ihrer Antworten zugesichert, um eine möglichst freie Gesprächssituation zu gewährleisten. Die Präsenz-Gespräche fanden im Bürgerhaus der Stadt Göppingen statt. Der zeitliche Umfang variierte zwischen 40 und 90 Minuten.

Als Grundlage für die Auswertung dienten die angefertigten Protokolle sowie Audio-Mitschnitte. Die Antworten der Expert*innen wurden zunächst den thematischen Einheiten und Fragestellungen zugeordnet und anonymisiert. In der direkten Zusammenschau konnten so auffällige Überschneidungen in den

⁷ Der vollständige Leitfaden befindet sich im Anhang dieses Dokuments.

Antworten einerseits sowie Einzelmeinungen und Extreme zwischen den Antworten andererseits identifiziert werden. Als Auswertungsmethode diente dabei die zusammenfassende Inhaltsanalyse nach Mayring, mithilfe derer komplexes empirisches Material so reduziert werden kann, dass die zentralen Inhalte erhalten bleiben.⁸

Durch die Befragung von insgesamt 21 Expert*innen konnte eine »thematische Sättigung« erzielt werden. Ein Indiz dafür war die Zunahme inhaltlicher Redundanzen mit steigender Zahl der durchgeführten Interviews.

⁸ Vgl. Mayring, Philipp (2008): Qualitative Inhaltsanalyse, Weinheim, Basel, S. 58 ff.

2 Zentrale Ergebnisse

2.1 Erste Einschätzung von Stärken und Herausforderungen

Zu Beginn der Interviews wurden die Expert*innen nach einer ersten Einschätzung hinsichtlich der Stärken und Herausforderungen des kulturellen Lebens in der Stadt Göppingen befragt. Im Folgenden kann daher ein Überblick der Stärken wie auch der Herausforderungen aus Sicht der Gesprächspartner*innen gegeben werden. Eine zusammenfassende Darstellung der Stärken und Herausforderungen der Kulturstadt Göppingen, die sich aus dieser ersten Einschätzung sowie aus den weiteren Themenfeldern ableiten lassen, findet sich in Kapitel 4.

2.1.1 Stärken

Vielfalt und Qualität des Kulturangebots

Die Mehrheit der befragten Expert*innen verwies auf die Vielseitigkeit des Göppinger Kulturangebots. Die kulturelle Vielfalt zeige sich in einem breiten, spartenübergreifenden und qualitativ hochwertigen Angebot, das neben den städtischen Kultureinrichtungen, wie bspw. der Stadtbibliothek, der Kunsthalle, der VHS oder der städtischen Museen, maßgeblich von engagierten Kulturinitiativen und mit sehr viel bürgerschaftlichem Engagement getragen werde.

Engagement der freien Szene

Zahlreiche freie Kulturinitiativen, interkulturelle Vereine, Musikvereine und Chöre bereichern das kulturelle Leben der Stadt. Impuls kraft für das Göppinger Kulturleben wurde vor allem dem Verein *ODEON* zugeschrieben, der mit einem vielfältigen, spartenübergreifenden Kulturangebot für Erwachsene wie auch für Familien, Kinder und Jugendliche immer wieder neue Akzente setze. Zudem wurde mit dem *Alten Farrenstall* in Faurndau auf eine Initiative hingewiesen, die sich durch ein besonderes teilhabeorientiertes Engagement der Akteure auszeichne. Eine 2021 neu errichtete Kleinkunstabühne im Obergeschoss ermögliche es, ein vielseitiges Kulturprogramm umzusetzen. Auf Initiative des Vereins hin wurde 2019 die Faurndauer Sommerbühne errichtet, die von Künstler*innen kostenlos genutzt werden kann. Die vereinsgetragene *CHAPEL*, die den Göppinger Stauferpark als kulturellen Veranstaltungsort bespielt, spricht zudem mit ihrem breiten Veranstaltungsspektrum ein Publikum auch jenseits des klassischen Kulturnutzers an. Mit großem Engagement werden Programmformate entwickelt, die von Theaterimprovisationen über Rockkonzerte bis hin zu (inklusive) Partynächten reichen. Ein alternatives Kulturprogramm soll auch die Altersgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen ansprechen.

Breite des musikalischen Angebots

Besondere Erwähnung fand die Vielseitigkeit der musikalischen Angebote. Das Publikum könne aus einer breiten Angebotspalette wählen, zu der neben den prominenten *Staufer Festspielen* zahlreiche Angebote der städtischen *Jugendmusikschule* mit seiner Ensemble- und Orchesterarbeit genauso zählten wie die Meisterkonzerte in der *Stadthalle* Göppingen, bis hin zu Jazzkonzerten und kleineren Konzerten im *Alten E-Werk*, im *Alten Farrenstall* oder in der *CHAPEL*. Vereinzelt wurde von einem Überangebot musikalischer »Hochkultur« gesprochen, dass es zu prüfen gelte.

Gelebte Brauchtumskultur

Eine besondere Bedeutung spielen in Göppingen die Musik- und Brauchtumsvereine, so die Expert*innen mehrheitlich. Allein in Göppingen gebe es neben dem städtischen Blasorchester und der Jugendkapelle zahlreiche Musikvereine und verschiedene Heimatvereine. Die Vereine seien nicht nur zahlenmäßig wichtige Kulturträger, sondern durch ihre Rolle bei den traditionellen Festen und Bräuchen wie dem »Maientag« oder dem »Staufer Spektakel« jedes Jahr um Christi Himmelfahrt im Stauferwald/Stauferpark, bei sommerlichen Konzerten bei der Faurndauer Sommerbühne oder den Interkulturellen Wochen im kulturellen Leben der Stadt sehr präsent.

Museen mit Strahlkraft nach innen und außen

Mit der *Kunsthalle* Göppingen verfügt die Stadt über ein Angebot zeitgenössischer Kunst, das mit innovativen Ausstellungen und Vermittlungsformaten nicht nur über die Region hinaus strahlt, sondern zuletzt mit groß angelegten partizipativen Projekten auch Breitenwirkung innerhalb der Stadtgesellschaft entfalten konnte.

Auch das im Juni 2021 neu eröffnete *Märklineum*, das die Firmengeschichte des Göppinger Traditionsunternehmens und Spielzeugherstellers von Modellbahneisenbahnen *Märklin* auf weit über 1.000 Quadratmetern präsentiert, besitze das Potenzial eines Hauses mit überregionaler und sogar internationaler Strahlkraft. Die internationale Reichweite des Marktführers der europäischen Modellbahnbranche zeigt sich bereits jetzt an den »Märklintagen«, die alle zwei Jahre in Göppingen stattfinden und zahlreiche Besucher*innen aus der ganzen Welt nach Göppingen locken.

Hohe Kooperationsbereitschaft

Kooperationen haben sich in den vergangenen Jahren als geeignetes Instrument bewährt, um Projekte zu realisieren, die aufgrund von begrenzten Ressourcen einzelner Akteure nicht möglich gewesen wären. Nach Einschätzung der befragten Expert*innen ist grundsätzlich ein hoher Kooperationswille der Göppinger Kulturakteure vorhanden. Mehrheitlich wurde diese Offenheit für Kooperationen trotz des damit

verbundenen Mehraufwands beschrieben und die Bedeutung von Kooperationen zwischen der Stadt, aber auch innerhalb der freien Szene bei der Umsetzung von neuen Projekten betont.

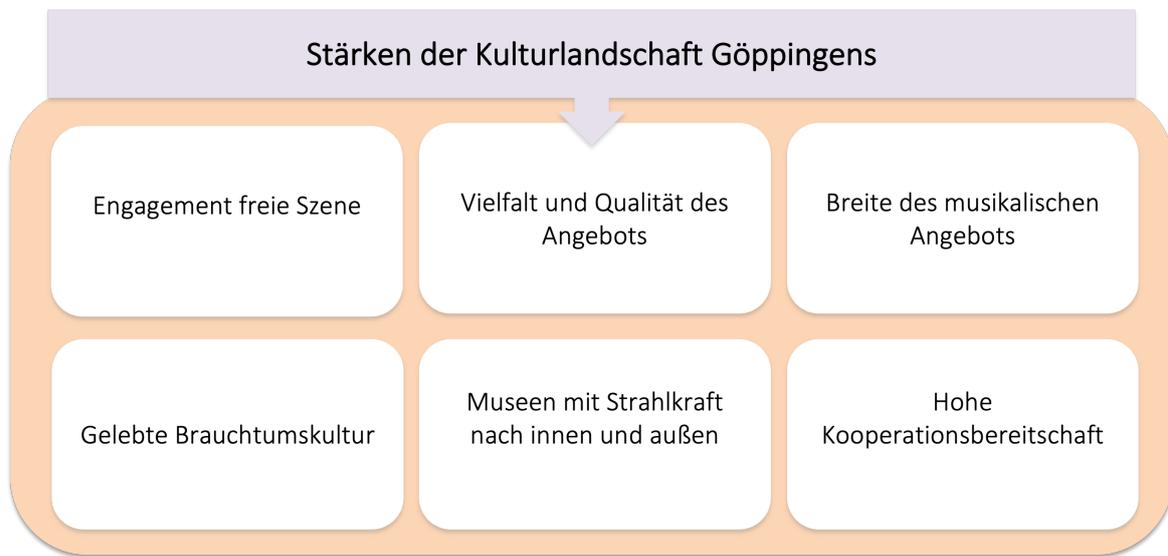


Abbildung 2: Stärken der Kulturlandschaft Göppingens

2.1.2 Herausforderungen

Fehlendes Profil

Göppingen ist bisher keine Kulturstadt im eigentlichen Sinne, so der Konsens der befragten Expert*innen. Das kulturelle Angebot sei zwar breit und qualitativ ansprechend, allerdings fehle ein »roter Faden« und das Angebot weise Ähnlichkeiten zu einem »hochwertigen Flickenteppich« auf, so stellvertretend die Formulierung eines*iner Expert*in. Hinzu komme, dass der kommunalpolitische Stellenwert von Kultur tendenziell bisher zumeist auf ein »nice to have« begrenzt sei. Die beschriebenen Qualitäten des Göppinger Kulturangebots (vgl. 2.1.1) werden bisher auch von den Göppinger*innen selbst nicht ausreichend wahrgenommen, so die Einschätzung der Gesprächspartner*innen. Vielmehr sei die Selbstwahrnehmung durch schwäbisches Understatement und eine Tendenz zur »Bruddelei« geprägt.

Eingeschränkte Kulturelle Teilhabe

Die Vielfalt der Göppinger Stadtgesellschaft bildet sich bisher nur eingeschränkt in der Besucher*innenstruktur der Kultureinrichtungen und -veranstaltungen ab. Insbesondere Jugendliche und junge Erwachsene, Menschen mit weniger oder anderen kulturellen Vorerfahrungen sowie Menschen mit Behinderungen nehmen das Kulturangebot Göppingens nur eingeschränkt wahr. Den größten Handlungsbedarf sahen die befragten Expert*innen hinsichtlich der Zielgruppe Jugendlicher und junger

Erwachsener. Eine besondere Herausforderung für die Kulturpolitik der Stadt liege daher künftig darin, mehr Offenheit und Unterstützung für jugendkulturelle Ausdrucksformen zu zeigen.

Auch auf Seiten der Kulturinitiativen und Vereine sei der fehlende Nachwuchs nicht nur eine tagesaktuelle Herausforderung, sondern gefährde auf lange Sicht die Erhaltung der ehrenamtlichen Strukturen im Kulturbereich.

Bei vielen Kulturschaffenden herrsche Unkenntnis über die tatsächliche Bedarfslage der Jugendlichen vor, daher sei es schwierig, Engagements und Angebote zu entwickeln, welche die Interessen und Bedarfe der Zielgruppe tatsächlich treffen. Von Seiten der Kultureinrichtungen sei bereits verschiedentlich versucht worden, die Jugendlichen anzusprechen, z. B. durch Poetry Slams im *Alten E-Werk* oder auch Mixed-Music-Partys in der *CHAPEL*. Auch die Vereine versuchen verstärkt jüngere Mitglieder anzusprechen, bisher jedoch mit eher geringen Erfolgen. Hier besteht, so die Expert*innen, auch kurzfristig großer Handlungsbedarf.

Eine stärkere Orientierung an den Bedürfnissen der Zielgruppe bedeute jedoch nicht nur, zielgruppenspezifische Kulturangebote zu offerieren, sondern darüber hinaus den Jugendlichen und jungen Erwachsenen genügend Raum und Ressourcen zur Verwirklichung eigener Projektideen anzubieten. Positiv berichteten die Befragten über die rege Beteiligung von Jugendlichen am partizipativen Kunstprojekt »Kunst findet Stadt«, ein Open-Air-Atelier auf dem Marktplatz vor dem Rathaus, das die Kunsthalle Göppingen initiiert hatte. Das Projekt habe auf eindrückliche Weise gezeigt, dass niederschwellige Beteiligungsformate auch den Zugang zu klassischen Kulturformen, z. B. zeitgenössischer Kunst, deutlich erweiterten. Es fehle grundsätzlich an niederschwelligen Angeboten insbesondere auch für Jugendliche und junge Erwachsene.

Die Herausforderung liege künftig darin, die Teilhabe vor allem der Jugendlichen am kulturellen Leben der Stadt zu stärken, indem die Bedarfe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen ermittelt und die Angebote nicht nur für sie, sondern auch mit ihnen entwickelt werden.

Fehlende Clubkultur

Von mehreren Expert*innen wurde auf das Fehlen einer Clubkultur in Göppingen hingewiesen bzw. das Fehlen von Orten, an welchen die Jugendlichen am Wochenende feiern können. Hierfür müssen die Jugendlichen nach Stuttgart oder Esslingen ausweichen. Es gebe zwar Kneipen und Bars, diese richten sich jedoch mehrheitlich an eine ältere Zielgruppe. Das *Boehringer Areal* biete künftig sowohl das Ambiente als auch ausreichend Platz für solche Orte. Konsens bestand auch in der Einschätzung, dass die Belebung der Clubkultur die kulturelle Teilhabe der Jugendlichen in besonderer Weise unterstützen würde. Die Initiierung eines entsprechenden Angebotes erfordere allerdings eine gründliche Bedarfsanalyse im Vorfeld. So gelte es beispielsweise, den Bedarf an einer Clubkultur genauer zu erheben. Mehrere

Gesprächsteilnehmer*innen wiesen darauf hin, dass insbesondere seit Beginn der Pandemie digitale Formate der Musik- und Feierkultur zunehmen.

Fehlendes Kulturangebot in den Stadtteilen

Die Kulturakteure konzentrierten sich mit ihren Angeboten stark auf das Stadtzentrum, so die Wahrnehmung der Expert*innen. Viele Randbezirke wiesen bei gleichzeitig vielfach durch Überalterung gekennzeichneter demografischer Struktur einen hohen Migrationsanteil auf. Die Herausforderung sei es, Kulturangebote zu schaffen, die möglichst viele Bürger*innen in den Stadtteilen erreichen, und gleichzeitig die unsichtbare Barriere zwischen Zentrum und Peripherie abbauen. Dazu beitragen könnte einerseits, kulturelle Angebote für die Stadtteilbewohner*innen vor Ort zu schaffen, andererseits aber auch, die Einwohnerschaft insgesamt zu einem Kulturbesuch in den Stadtteilen zu motivieren.

So könnten zum einen die Quartierstrukturen gemeinsam mit Akteur*innen aus der Sozialarbeit und dem Bereich Stadtentwicklung nachhaltig weiterentwickelt werden. Zum anderen solle über die Rolle der Stadtteilbibliotheken als Nuklei dezentraler Kulturangebote nachgedacht werden.

Eingeschränkte Sichtbarkeit des Kulturangebots

Ein großes Defizit sahen die Expert*innen in der eingeschränkten Sichtbarkeit des Göppinger Kulturangebots. Es fehle an einem Überblicksmedium, das Orientierung innerhalb des vielfältigen Göppinger Kulturangebots ermögliche. Das Fehlen einer solchen »kommunikativen Leitplanke« führe dazu, dass sich die Menschen überfordert fühlten. Daher bedürfe es eines Kommunikationsinstrumentes, das alle Angebote gebündelt vorstelle und zusätzlich zielgruppenspezifische Kommunikationsstrategien zulasse, denn bisher werden verschiedene Zielgruppen nur eingeschränkt erreicht. Niederschwellige Kulturkommunikation im Stadtraum bzw. an öffentlichen hochfrequentierten Orten finde bisher nur sehr eingeschränkt (z. B. Markt, Bahnhof, Freizeitzentren) statt. Es fehle vielfach sowohl an personellen Kapazitäten als auch an Erfahrung, Kommunikationskanäle/-wege zu bespielen, die eine gezielte Ansprache der jeweiligen Zielgruppen ermögliche. Die Kulturkommunikation finde zudem kaum über die Stadtgrenzen hinaus statt, entsprechend werde das Potenzial vertan, das Kulturangebot auch in den umliegenden Städten, wie bspw. Kirchheim, Schwäbisch Gmünd oder Schorndorf, sichtbar und bekannt zu machen. Die Verantwortlichen von städtischer Seite hätten den Bedarf erkannt, so die Einschätzung, und erste Maßnahmen ergriffen. Dazu zähle u. a. die Veröffentlichung eines städtischen Spielzeitprogramms »Göppinger SpielZeit« oder das neue Kinderprogramm »Kulturfüchse« durch das Kulturreferat. Nicht alle Befragten waren jedoch über die gebündelten Programminformationen informiert.

Fehlende Netzwerke und Austauschformate

Eine weitere Herausforderung stellt nach Einschätzung der Expert*innen die fehlende Vernetzung und Kooperationstätigkeit unter Kulturakteuren – insbesondere der städtischen Einrichtungen mit der freien Szene – dar. Bei vielen Akteuren sei zwar grundsätzlich die Bereitschaft vorhanden (vgl. Kap. Stärken: *Hohe Kooperationsbreitschaft*) und diese schlage sich auch vereinzelt in gemeinsamen Initiativen nieder, z. B. im Rahmen der »Interkulturellen Wochen« oder auch in Kooperationen zwischen städtischen Einrichtungen und Schulen, insgesamt würden jedoch die Partikularinteressen der einzelnen Akteure dominieren. Besonders ausgeprägt sei diese Haltung bei jenen Akteuren, die in einem gewissen Konkurrenzverhältnis mit Blick auf Fördermittel, politische Fürsprache und Besucherschaft stünden. Es fehle an Formaten, die den Austausch zwischen den Akteuren, aber auch mit der Kulturverwaltung verstetigen. Mit Blick auf die begrenzten Ressourcen, insbesondere der freien Szene, wurde der Vorschlag eines proaktiven Einladungsmanagements des Kulturreferates für den Netzwerkaufbau geäußert. Auch auf Seiten der städtischen Akteure bestehe der Bedarf, den bereichsübergreifenden Austausch zu verstetigen, wenngleich darauf hingewiesen wurde, dass es bereits regelmäßige Dezernatsbesprechungen⁹ gebe. Zudem würden sich die Ämter und Abteilungen, z. B. Stadtmarketing, Tourismus, Kultur, die Verantwortlichkeiten zuschieben, was nach innen zu unklaren Zuständigkeiten und nach außen zu fehlender Transparenz führe, so ein*e Expert*in. Die Herausforderung liege daher künftig darin, »die vorhandenen Kräfte zu bündeln«.

Fehlende Produktions- und Veranstaltungsräume

Für viele Göppinger Kulturakteure, insbesondere für die Akteure der freien Szene, stelle zudem die räumliche Situation eine große Herausforderung dar. Es fehlen bezahlbare Aufführungs- und Proberäumen für freie Künstler*innen, Theater- und Musikgruppen. Das *Alte E-Werk* verfüge zwar in begrenztem Umfang über solche Räumlichkeiten, könne aber den Bedarf bei Weitem nicht decken. Hinzu komme, dass die *Stadthalle* aufgrund der Höhe der Mietpreise als Veranstaltungsort für viele freie Akteure ausscheide, was angesichts der angespannten Raumsituation zusätzlich Frustration schaffe. Auch an (Frei-)Räumen für Jugendliche und junge Erwachsene fehle es. Der Skatepark (»Ort der Vielfalt«) auf dem Theodor-Heuss-Platz gegenüber dem *Alten E-Werk* werde von den Jugendlichen sehr gut angenommen, dennoch fehle es an weiteren Probe- und Austauschräumen, beispielsweise auch, um Studierenden ein attraktives Angebot zu machen und sie so stärker in das kulturelle Leben einzubinden. Wiederholt verwiesen die Expert*innen im Kontext des Raumbedarfes auf das leerstehende Gewerbeareal »Boehringer«, das über »großes Potenzial« und »Charme« für eine kulturelle Nachnutzung sowohl für Kulturschaffende als auch für Akteure der

⁹ Teilnehmende an den Dezernatsbesprechungen: BM Cobet, Referent*innen, Stabsstelle Migration und Teilhabe, alle Fachbereichsleiter*innen (Dezernat 2) und Leiter*innen der Kultureinrichtungen

Kreativwirtschaft verfüge. In diesem Zusammenhang wurden auch Stimmen laut, die Kritik daran übten, dass das bisher angedachte Nutzungskonzept des Boehringer Areals zu profitorientiert sei und die Entwicklung einer kulturellen Nachnutzung von der Verwaltungsgesellschaft blockiert werde. Schließlich fehle es in Göppingen an einer Einrichtung, die ähnlich einem (sozio-)kulturellen Zentrum Versammlungs-, Werkstatt-, Experimentier- und Bühnenräume vorhalte, die entweder günstig angemietet oder auch dauerhaft genutzt werden können. Auch viele Vereine hätten aufgrund der hohen Mietpreise Probleme, Mieten dauerhaft zu stemmen, und müssten letztlich auf feste Räumlichkeiten verzichten. Es wurde vereinzelt auf vorhandene dezentrale Räume hingewiesen. Das *Märklineum* z. B. habe auch (Ausstellungs)Räume, die von externen Künstler*innen bespielt werden könnten. Auch gebe es städtische Mietkostenzuschüsse, allerdings fehle es hier an unbürokratischen Zugängen. Mit Blick auf die angespannte räumliche Situation und den niedrigen Kooperations- und Austauschgrad der Akteure untereinander (vgl. *Herausforderung: wenig Vernetzung*) wurde hier dringender Handlungsbedarf festgestellt.

Hohe Freizeitkonkurrenz

Die geografische Lage Göppingens im Vorland der Schwäbischen Alb, ca. 40 km von Stuttgart entfernt und am Fuße des Hohenstaufens, beeinflusst das Freizeitverhalten der Göppinger maßgeblich. Es wurde darauf hingewiesen, dass Göppingen mit seiner Industriegeschichte eine Arbeiterstadt sei, die viele Menschen anziehe, die naturnah und dennoch in einem städtischen Kontext leben und arbeiten wollten. Die ansässigen Unternehmen, wie u. a. TeamViewer, Märklin, Bader, Schuler, zeichnen den Industriestandort Göppingen aus. Die gute ÖPNV-Anbindung über Esslingen nach Stuttgart sei zudem ein großer Pluspunkt. Mit der EWS Arena verfüge die Stadt über ein Sportangebot der Spitzenklasse. Entsprechend groß sei der Anteil der Menschen, die sich weniger für kulturelle Angebote im klassischen Sinne interessierten, sondern für Sport und Outdoor-Aktivitäten. Mit Frisch Auf! Göppingen sei eine Traditionsmarke etabliert, mit der sich viele Göppinger*innen identifizierten. Die Herausforderung liege darin, künftig Brückenangebote zu bauen und Sporterlebnisse sowie Outdoor-Erfahrungen mit Kulturerlebnissen zu verbinden.

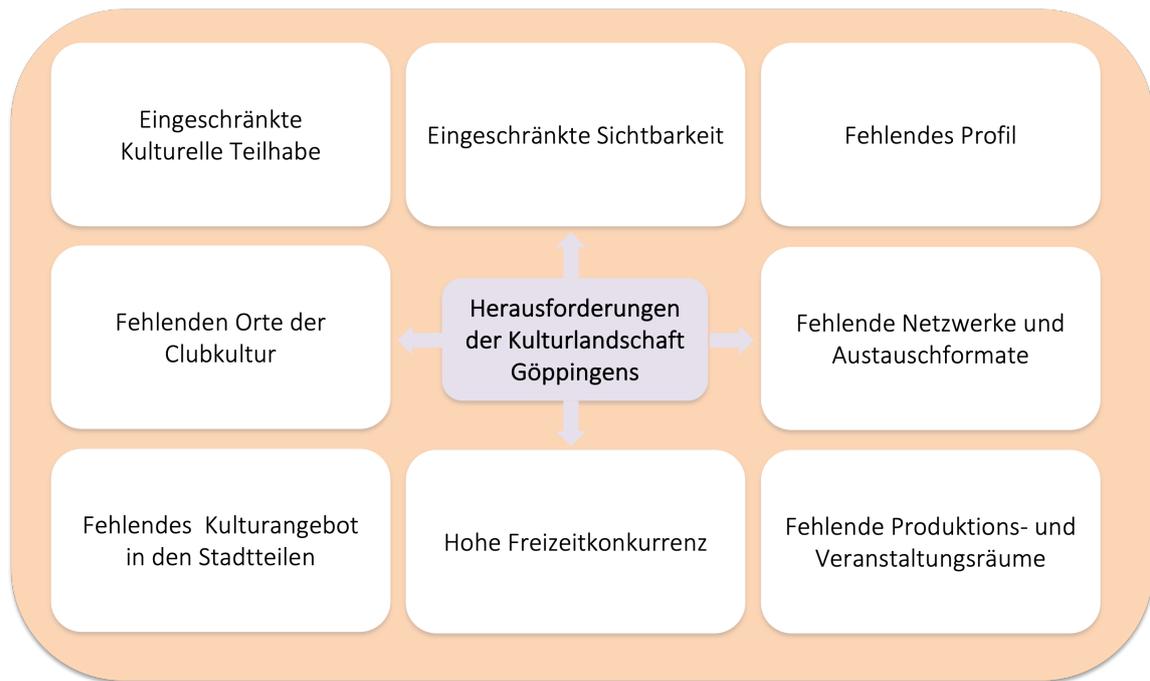


Abbildung 3: Herausforderungen der Kulturlandschaft Göppingens

2.2 Kulturpolitik und Kulturverwaltung

2.2.1 Stellenwert der Kultur in der Politik und Verwaltung

Sensibilisierung für Kulturthemen

Mehrheitlich beschrieben die Expert*innen eine zunehmende Sensibilisierung von Stadtspitze und Gemeinderat für kulturelle Themen. Der Fokus liege aber nach wie vor auf Wirtschaftsthemen, gegebenenfalls noch auf der Sportförderung, so die Wahrnehmung. Dies lasse sich unter anderem an den intensiven Diskussionen über die Förderung einzelner Kulturveranstaltungen im Gemeinderat ablesen, wohingegen Vorhaben im Bereich Sport die Gremien meist problemlos passierten. Die Bedeutung von Kultur als Standortfaktor und als Bindemittel für eine zunehmend diversere Stadtgesellschaft sei von der Politik noch nicht in Gänze erkannt worden. Schließlich sei »Kultur mehr als nur ein weicher Standortfaktor«, so ein*e Expert*in. Kultureinrichtungen spielten als Orte der Begegnung eine unverzichtbare Rolle, um ein »Wir-Gefühl« herzustellen, ein weiteres Auseinanderdriften der Stadtgesellschaft zu vermeiden und eine wichtige Rolle bei der Demokratiebildung zu übernehmen.

Fehlende (kultur-)politische Vision

Gerade mit dem Blick auf eine möglichst umfassende kulturelle Teilhabe aller Göppinger*innen rücken Fragen nach dem Verbindenden der Göppinger Stadtgesellschaft in den Fokus, insbesondere auch mit Blick auf die zunehmende kulturelle Vielfalt Göppingens (vgl. *Zielgruppe: Menschen mit internationalen Wurzeln*). Das Thema kulturelle Vielfalt spiele im politischen Diskurs bisher jedoch nur eine untergeordnete Rolle. In der Konsequenz fehle es an (kultur-)politischer Vision und städtischen Entwicklungsperspektiven für eine »Kulturstadt von morgen«. Eine wichtige Voraussetzung hierfür sei es, dass auch die Stadtverwaltung kulturelle Teilhabebeförderung künftig als gemeinsame Aufgabe verstehe, die zwar im Kulturreferat verankert sei, jedoch große Schnittmengen der städtischen Ressorts aufweise, u. a. Bildung und Soziales, Integration und Migration, Kommunikation und Stadtmarketing. Hierfür wäre es möglich, Zielformulierungen innerhalb des Wegekompasses aufzunehmen.

2.2.2 Kulturpolitische Entscheidungen

Gestaltende Kulturpolitik

In Summe wird die städtische Kulturpolitik eher als passiv denn als aktiv gestaltend empfunden, was auch an fehlenden personellen Ressourcen der Kulturverwaltung festgemacht wurde. Zwar leiste sich die Stadt diverse Kultureinrichtungen und -angebote, aber gleichzeitig fehle es an nachhaltigen Nutzungskonzepten

und einer entsprechenden finanziellen Ausstattung. Punktuell zeigten sich die befragten Expert*innen jedoch auch dezidiert zufrieden mit kulturpolitischen Entscheidungen der Vergangenheit.

Als Ausdruck zunehmender Wertschätzung für kulturelle Belange seitens der Stadtpolitik und mit Blick auf die aktuellen Herausforderungen der Kulturarbeit werden von der Kulturkonzeption wichtige Impulse für die Kulturlandschaft Göppingens erwartet. Die Kulturkonzeption sei zudem eine Chance, die Rolle der Kultur in der Stadt zu stärken und einen Schulterchluss zu finden, um gemeinsam an relevanten Themen zu arbeiten.

2.2.3 Kulturreferat

Neuorientierung nach Leitungswechsel

Der Fachbereich Kultur und Stadtmarketing befinde sich derzeit nach einem Leitungswechsel in einer Findungsphase.¹⁰ Die Gesprächsteilnehmer*innen äußerten sich jedoch größtenteils positiv über die bisherige Zusammenarbeit mit dem Kulturreferat. Ein kurzer Draht zum Kulturreferat und zur Kulturverwaltung im Allgemeinen begünstige eine gute und schnelle Zusammenarbeit. Da es bisher an regelmäßigen institutionalisierten Austauschformaten fehle, um die verschiedenen Akteure mit den Vertreter*innen des Kulturreferat zusammenzubringen, spielten diese informellen Kontaktwege eine besonders wichtige Rolle. Es wurde ein großer Bedarf an Beratungs- und Vernetzungsdienstleistungen von den befragten Kulturakteur*innen, vor allem der freien Szene, für die Zukunft formuliert. Das Kulturreferat solle künftig stärker als Moderator und Impulsgeber aktiv werden, z. B. im Bereich Kooperations- und Netzwerkmanagement. Dies sei bisher, auch aufgrund fehlender personeller Ressourcen, nur eingeschränkt der Fall gewesen. Das Kulturreferat agiere bisher vor allem reaktiv. Eine personelle Entlastung auf operativer Ebene sei auch notwendig, um auf der Leitungsebene wieder mehr Ressourcen für die strategische Weiterentwicklung des Arbeitsfeldes zu schaffen.

Priorisierung von Aufgaben und Handlungsfeldern

In den vergangenen Jahren ist das Kulturreferat zunehmend als Veranstalter in Erscheinung getreten (u. a. »Kultur Nacht«, »Schloss-Straßen-Fest«). Dies binde naturgemäß personelle Ressourcen. Grundsätzlich wurden die genannten Veranstaltungen von den Expert*innen wertgeschätzt. Eine starke Rolle als Kulturveranstalter gehe jedoch angesichts der begrenzten Ressourcen zwangsläufig zu Lasten klassischer Kulturamts-Aufgaben, wie der Beratung und Vernetzung der lokalen Kulturschaffenden. Insbesondere mit Blick

¹⁰ Seit November 2020 hat Isabell Grupp als Nachfolgerin von Wolfram Hosch, der diese Stelle 20 Jahre ausfüllte, die Leitung des Fachbereichs Kultur und Stadtmarketing inne.

auf die freie Szene bestehe jedoch erheblicher Beratungs-, Vernetzungs- und Unterstützungsbedarf. Mehrheitlich waren die befragten Expert*innen der Auffassung, dass der Aufgabenschwerpunkt des Kulturreferats künftig vor allem auf der Unterstützung, Förderung und Vernetzung der Göppinger Kulturakteure liegen solle. Eine wesentliche Aufgabe des Kulturreferats sahen die Interviewpartner*innen in der Initiierung, Realisierung und Betreuung von Formaten, die der stärkeren Vernetzung und dem Austausch der Akteure untereinander dienen sollten. Hieraus könnte sich perspektivisch ein eigener Arbeitskreis oder eine Interessenvertretung der Kulturschaffenden bilden. Ein*e Expert*in schlug vor, in jeder Sparte sogenannte »Spartenanker« festzulegen, d. h. feste Ansprechpartner*innen innerhalb jeder Sparte, die wiederum spartenübergreifend ein Netzwerk bilden und sich regelmäßig zum Austausch treffen. Außerdem wurde Beratungsbedarf bei der Generierung von Drittmitteln identifiziert. Das Einwerben zusätzlicher Mittel scheitere oft schon daran, sich im Rahmen der begrenzten zeitlichen und personellen Ressourcen über mögliche zusätzliche Fördermöglichkeiten nicht informieren zu können. Es bestehe daher großer Bedarf an einer zentralen Beratungsstelle (z. B. Förder-Sprechstunde) im Kulturreferat, die nicht nur mit Hinweisen zu geeigneten Förderprogrammen, sondern auch bei der Antragserstellung unterstütze. Und schließlich wurde auf das Problem der eingeschränkten Sichtbarkeit vieler Kulturangebote hingewiesen. Hier sahen die Expert*innen einen besonderen Bedarf an einer übergeordneten Kommunikations- und Marketingstrategie durch das Kulturreferat in Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketing und Tourismus sowie mit dem *Göppinger City e. V.*, die neben den städtischen Angeboten insbesondere auch die Angebote der freien Kulturakteure umfasse. Im Rahmen der aktuellen Erarbeitung des Kulturentwicklungskonzepts müsse daher, zusammengefasst, die Priorisierung von Aufgaben und Handlungsfeldern des Kulturreferats thematisiert werden, um die unterschiedlichen Bedarfe und Erwartungshaltungen auszuloten.

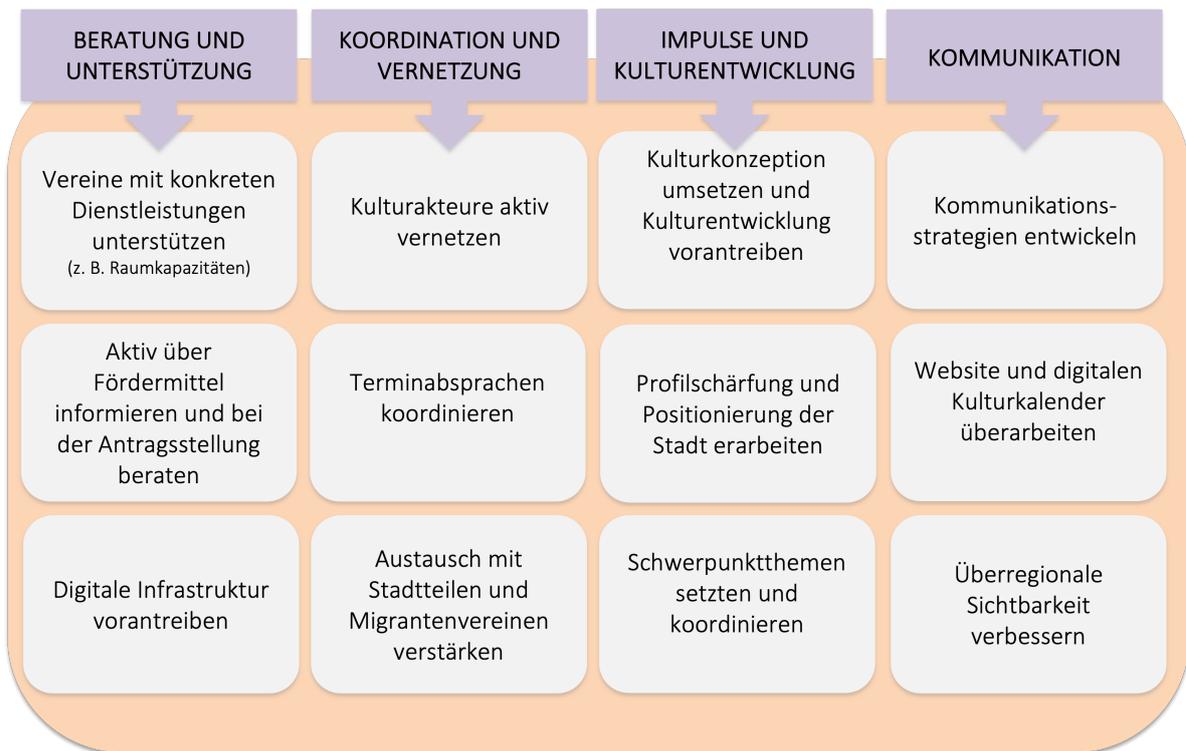


Abbildung 4: Zukünftige Aufgaben und Tätigkeitsschwerpunkte des Kulturreferats

Mehr Diversifizierung innerhalb der Kulturverwaltung

Mit Blick auf den Grad der Diversität von Personal- und Organisationsstrukturen in der Kulturverwaltung sowie den städtischen Kultureinrichtungen sei noch »ordentlich Luft nach oben«, wie es ein*e Gesprächspartner*in pointiert formulierte. Die Kulturverwaltung sei in Bezug auf Geschlechterverteilung und Alter gut aufgestellt und die städtischen Bewerbungsverfahren seien so gestaltet, dass Menschen mit Migrationsgeschichte einbezogen und angesprochen werden. Dennoch fehle es bisher an Wissen und Erfahrungen in den städtischen Einrichtungen, um eine stärker diversitätsorientierte Personalstruktur proaktiv zu befördern. Es bedürfe daher künftig Schulungen zur Diversitäts-Sensibilisierung für Führungskräfte und Mitarbeitende der Kulturverwaltung. Innerhalb der Kulturverwaltung seien Auszubildende wie auch Mitarbeiter*innen mit Migrationsgeschichte nach wie vor unterrepräsentiert. Dies gelte bisher auch für Menschen mit körperlicher, geistiger und/oder seelischer Behinderung. Viele Arbeitsplätze, z. B. beim Kulturreferat, seien schlichtweg nicht barrierefrei zugänglich. Diese fehlende bauliche Barrierefreiheit sei grundsätzlich ein großes Problem, das nicht nur das Kulturreferat betreffe, sondern viele städtische Einrichtungen.

2.2.4 Kulturförderung

Neben einer allgemeinen Einschätzung der städtischen Kulturpolitik wurden die Gesprächspartner*innen gebeten, die städtische Kulturförderung im Besonderen zu beurteilen. Rund die Hälfte der Befragten machte davon Gebrauch und betrachtete teils recht unterschiedliche Aspekte der Kulturförderung, die jedoch deutlich machten, dass die städtische Kulturförderung Gegenstand eines Diskurses und ggf. auch einer entsprechenden Überarbeitung sein sollte.

Strukturmangel und fehlenden Transparenz

Die gegenwärtige Kulturfördersituation in Göppingen wurde von mehreren befragten Expert*innen als »wenig verlässlich« und »ohne Struktur«, wenngleich punktuell auch als auskömmlich beschrieben. Teils behinderten lange Vorlaufzeiten die Arbeit. Die Kulturförderung, vor allem für Projekte der freien Szene, basiere größtenteils auf Einzelfallentscheidungen des Kulturreferates. Ein dokumentierter und einsehbarer Kriterienkatalog bzw. eine Richtlinie mit Aussagen zu Förderschwerpunkten, -kriterien und -verfahren existiere derzeit nicht. Es wurde daher wiederholt eine transparentere Vergabep Praxis eingefordert. Vereinzelt wurde eine größere Transparenz nicht nur bei der Vergabe, sondern auch bei der Verwendung von Mitteln gefordert. Zudem konnten einzelne Stimmen die existierende Förderpraxis der Stadt Göppingen für die *Staufer Festspiele* nicht mehr nachvollziehen. In diesem Fall scheint es besonders wichtig, die Transparenz der Förderung zu erhöhen, um Konkurrenzgedanken entgegenzuwirken.

Aufbau eines kulturpolitischen Steuerungsinstruments

Bemängelt wurde mit Blick auf die aktuelle Förderpraxis ebenfalls das Fehlen von Entwicklungs- und Innovationsanreizen. Die Herausforderung bestehe darin, sich im politischen Diskurs auf bedarfs- und zeitgemäße Förderschwerpunkte und -kriterien zu verständigen und die gegenwärtige Förderpraxis entsprechend zu hinterfragen. Es müssten auch einmal »alte Zöpfe« abgeschnitten werden, damit Neues entstehen könne. Schließlich könne im Kulturbereich »nicht alles on top« dazukommen. Hierfür müssten Förderrichtlinien erarbeitet/überarbeitet werden, die dann als Steuerungsinstrument dienen. In Konsequenz müsse damit ein Fördermonitoring in Form von Budget- und Zielvereinbarungen einhergehen.

Strukturförderung versus Projektförderung

Die Art der künftigen Förderpraxis wurde kontrovers gesehen. Während einige Expert*innen schwerpunktmäßig die Erhöhung der Projektfördermittel forderten, lag für andere der Fokus vor allem auf einer breiteren institutionellen Förderung, da die zunehmende Praxis der Projektförderung wenig nachhaltig sei. Projektförderung sei ein »absolutes Desaster«, so die zugespitzte Aussage einer*ines Gesprächspartnerin*partners. Im Sinne der Nachhaltigkeit sei es weitaus sinnvoller, die Struktur zu stärken, anstatt vereinzelte Projekte zu fördern.

Ausbau der Drittmittelförderung

Da aufgrund der aktuellen kommunalen Haushaltssituation kurz- bis mittelfristig keine Mittelzuwächse für den Kulturretat zu erwarten sind, sollte der Fokus auf einer stärkeren Drittmittelförderung liegen. Hierzu müsse künftig eine Servicestelle Drittmittelakquise am Kulturreferat eingerichtet werden. Zugleich sollte an die historische Tradition des Mäzenatentums lokaler Wirtschaftsunternehmen angeknüpft werden.

Förderbekenntnis der Stadtspitze

Es fehle ein klares Förderbekenntnis der Stadt, so die vorherrschende Einschätzung der Expert*innen und dabei gehe es nicht ausschließlich um monetäre Förderung. Die aktuelle Förderpraxis messe der Kultur nicht genügend wertschätzende Bedeutung bei. Die monetäre Förderung sei für viele Akteure begrenzt und werde nur sehr eingeschränkt durch weitere Unterstützungsmaßnahmen flankiert. Fehlende Unterstützung bei der Kommunikation und Bewerbung stünden im Gegensatz zur Bedeutung als kulturelle Aushängeschilder der Stadt. Teilweise sei die Frustration hoch, wenn es darum gehe, im Gemeinderat über mehrere Sitzungen hinweg den Bedarf an Fördermitteln trotz der aktuellen Herausforderungen rechtfertigen zu müssen. Einzelne Stimmen sahen bei einem weiter sinkenden Niveau des städtischen Fördervolumens den Verlust der kulturellen Zukunftsfähigkeit Göppingens.

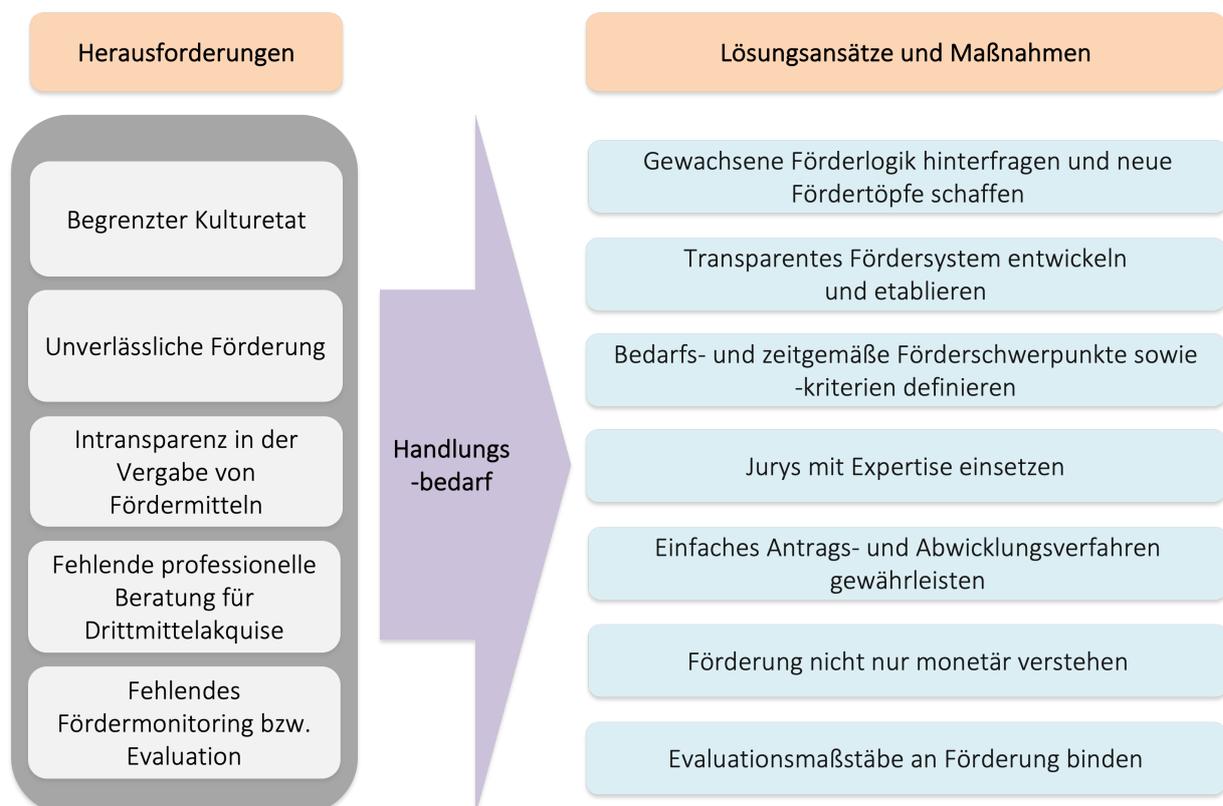


Abbildung 5: Übersicht der Herausforderungen und ersten Maßnahmen im Bereich der städtischen Kulturförderung

2.3 Kulturelle Angebote und Vermittlung

Die Expert*innen beschrieben mehrheitlich, dass ein kulturelles Angebot für viele verschiedene Zielgruppen in Göppingen vorhanden sei, und hoben die Breite und Vielfalt des Kulturangebots hervor (vgl. Stärken der Kulturstadt Göppingen). Dennoch werden klassische Kulturveranstaltungen bspw. in der *Stadthalle* oder die *Staufer Festspiele* überproportional von älteren Kulturnutzer*innen Ü50 besucht. Verschiedentliche Aussagen der befragten Expert*innen zur Göppinger Publikumsstruktur legen nahe, dass diese Aussage auch auf weitere Kultureinrichtungen und Kulturveranstaltungen zutrifft (u. a. *Kunsthalle*, *Alter Farrenstall*, *ODEON*). Manche Befragten sprachen von einer überaltertend Pblikumsstruktur, dem man vor allem bei den klassischen Konzertveranstaltungen bspw. in der *Stadthalle* begegne. Dieser enge Besucher*innenkreis entspreche allerdings weder dem kulturpolitischen Auftrag des Kulturreferats, noch erfülle es den Anspruch der Göppinger Kulturschaffenden.

Handlungsfeld Kulturelle Bildung

Es werde bereits versucht, durch neue Formate jüngere Zielgruppen anzusprechen. Hierbei stellten Angebote Kultureller Bildung eine notwendige Voraussetzung dar. Durch entsprechende Bildungsangebote könne Relevanz entstehen und Interesse geweckt werden. Nicht nur für die Persönlichkeitsentwicklung junger Menschen sei dies wichtig, sondern auch im Sinne eines lebenslangen Lernens. In Göppingen halten insbesondere die städtischen Kultureinrichtungen und außerschulischen Bildungseinrichtungen (*Stadtbibliothek*, *VHS*, *Villa Butz*, *Jugendmusikschule*) ein wachsendes Angebot im Bereich kultureller (Weiter-)Bildung vor. Es wurde jedoch auch berichtet, dass es mit dem Wegfall der »Kulturagentin« an Schulen nun wieder an Kapazitäten für die Vermittlung fehle. Die Aufgabe der »Kulturagentin« habe darin gelegen, Projekte mit Schulen anzustoßen und umzusetzen. Langfristig müsse gemeinsam mit den Schulen ein nachhaltiges und umfassendes Angebot ästhetischer Bildung für Kinder und Jugendliche aufgelegt werden, das neben Kunst und Musik standardmäßig auch Angebote im Bereich Tanz und Film umfasse.

Profilbildung

In den Gesprächen wurde zudem diskutiert, inwieweit das Thema »Staufer« in kulturellen Angeboten sichtbar und erlebbar ist, sowie, ob es aus Sicht der Expert*innen über regionale bzw. überregionale Strahlkraft verfüge. Darüber hinaus wurden auch kulturelle Potenziale/Themen besprochen, die stärker entwickelt werden könnten. Die Befragten waren sich darüber einig, dass das Staufer-Erbe in der Innenstadt nicht sichtbar bzw. erlebbar sei. Lediglich in der Staufer-Ausstellung am Hohenstaufen und am Maientag sei das Thema »Staufer« erlebbar. Die Mehrheit der Befragten sah in der kulturtouristischen Positionierung über das »Staufer«-Thema die Gefahr der Rückwärtsorientierung. Das Thema sei »überstrapaziert« und es gebe auch »noch kein touristisches Ganzes«. In den Gesprächen wurde deutlich, dass dem »Staufer«-Thema

keine besondere Strahlkraft zugesprochen werde. Grundsätzlich sahen die Expert*innen in der Industriegeschichte der Stadt größeres Potenzial zur Profilschärfung der Stadt.

2.3.1 Göppinger Kulturangebote im Hinblick auf verschiedene Zielgruppen

Um herauszufinden, welche Kultureinrichtungen und -angebote die Göppinger*innen besuchen bzw. nutzen, und um zu erfahren, welche Besucher*innengruppen die Kulturakteure adressieren, wurden die Interviewpartner*innen gebeten, eine Einschätzung zum Göppinger Kulturangebot für verschiedene Zielgruppen bzw. Bevölkerungsgruppen vorzunehmen. Besonderer Handlungsbedarf wurde dabei für die Zielgruppen Jugendliche und junge Erwachsene sowie Menschen mit internationalen Wurzeln formuliert. Ausbaufähige Teilhabemöglichkeiten wurden darüber hinaus für Menschen mit Behinderung und Bewohner*innen der Göppinger Stadtteile identifiziert.

Jugendliche und junge Erwachsene: Bedarfe ermitteln und popkulturelle Formate stärken

Besonderen Handlungsbedarf sahen die Expert*innen mit Blick auf die kulturelle Teilhabe von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Im Sinne eines nachhaltigen »Audience Developments«¹¹ käme dieser Zielgruppe eine prioritäre Bedeutung zu. Da im Jugendalter häufig das Interesse an Kultur abbreche, sei es umso wichtiger, diesem Abbruch entgegenzuwirken. In Gesprächen wurde von den Expert*innen beschrieben, dass es schwierig sei, passende Kulturangebote für die Zielgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu konzipieren, da einerseits Unkenntnis darüber herrsche, was die Jugendlichen wirklich interessiere, andererseits digitale Formate wie »discord«, ein Onlinedienst für Sprach- und Videokonferenzen, Chat und Instant Messaging, oder »Twitch«-Kanäle, ein Live-Streaming-Dienst, das Freizeitverhalten beeinflussen. Ein*e Experte*in berichtete, dass das Gemeinschaftserlebnis trotz der digitalen Entwicklungen eine entscheidende Rolle spiele, und schlug vor, Jugendliche in die Programmgestaltung explizit einzubeziehen. Des Weiteren fehle es u. a. an musikalischen Open-Air-Veranstaltungen für Jugendliche und junge Erwachsene, wie bspw. »Picknick-Konzerte«, die während der Coronapandemie zunehmend in anderen Städten umgesetzt wurden. Hierbei komme es darauf an, auch junge Musikgruppen und Künstler*innen einzubeziehen.

11 »Audience Development ist eine systematisch angelegte, kulturbetriebliche Strategie, die darauf abzielt, neue, bisher nicht erreichte Besuchergruppen zu gewinnen und nachhaltig an eine Kulturinstitution zu binden. Dabei zeichnet sich Audience Development durch einen integrativen Ansatz aus, der Elemente des Kulturmarketings und der Kulturvermittlung auf der Basis von Kulturnutzerforschung strategisch zusammenbringt und damit Kulturbesucher/innen nicht (nur) als »Kunden«, sondern vielmehr als Subjekte einer ganzheitlichen Erfahrung im Rahmen eines Kulturbesuchs begreift« (vgl. Mandel, Birgit (2017/2016): Audience Development, Kulturelle Bildung, Kulturentwicklungsplanung, Community Building. Konzepte zur Reduzierung der sozialen Selektivität des öffentlich geförderten Kulturangebots. In: KULTURELLE BILDUNG ONLINE, <https://www.kubi-online.de/artikel/audience-development-kulturelle-bildung-kulturentwicklungsplanung-community-building> (zuletzt geöffnet: 22.12.2021).

Konkret wurden der Oberhofenpark oder das frühere Gartenschaugelände in Rechberghausen als potenzielle Spielstätte genannt.

Die Stadt Göppingen verfüge zwar mit dem *Haus der Jugend* über einen Ort, an dem Jugendliche und junge Erwachsene pädagogische Begleitung und Unterstützung erfahren. Auch die *VHS* biete zwar künstlerische Angebote für Jugendliche an, dennoch sei laut Expert*innen der Wunsch nach einer zusätzlichen Jugendkunstschule groß, um einen neuen außerschulischen Ort zu haben, an dem freies kreatives Schaffen gefördert werden kann. Im Zusammenhang hierzu wurde als Vorbild beispielhaft die Jugendkunstschule in Schwäbisch Gmünd genannt, die sich in der Trägerschaft der Gmünder Volkshochschule befindet. In der freien Kulturszene seien hingegen nur vereinzelte Programmformate der *CHAPEL* und des *Alten E-Werks* auch für Jugendliche interessant (z. B. Poetry Slams, Rap-Konzerte oder Partys). Es wurde daher eine Angebotslücke mit Blick auf popkulturelle Angebote identifiziert. Bisher seien der Hip-Hop- und Populärmusikbereich in der Göppinger Kulturlandschaft sehr wenig abgebildet, diese seien aber wichtig, um die Alltags- und Erfahrungswelten der Jugendlichen einzubeziehen. So falle der Populärmusikbereich in der Jugendmusikschule im Vergleich zu anderen Jugendmusikschulen deutlich geringer aus.

In Summe betrachtet ist erkennbar: Die Kulturschaffenden versuchen bereits kulturelle Angebote für Jugendliche und junge Erwachsene anzubieten, diese erreichen die Zielgruppe aber nur eingeschränkt, da sie entweder an den tatsächlichen Bedarfen vorbeigehen oder weil sie zu wenig bekannt und nur eingeschränkt sichtbar sind.

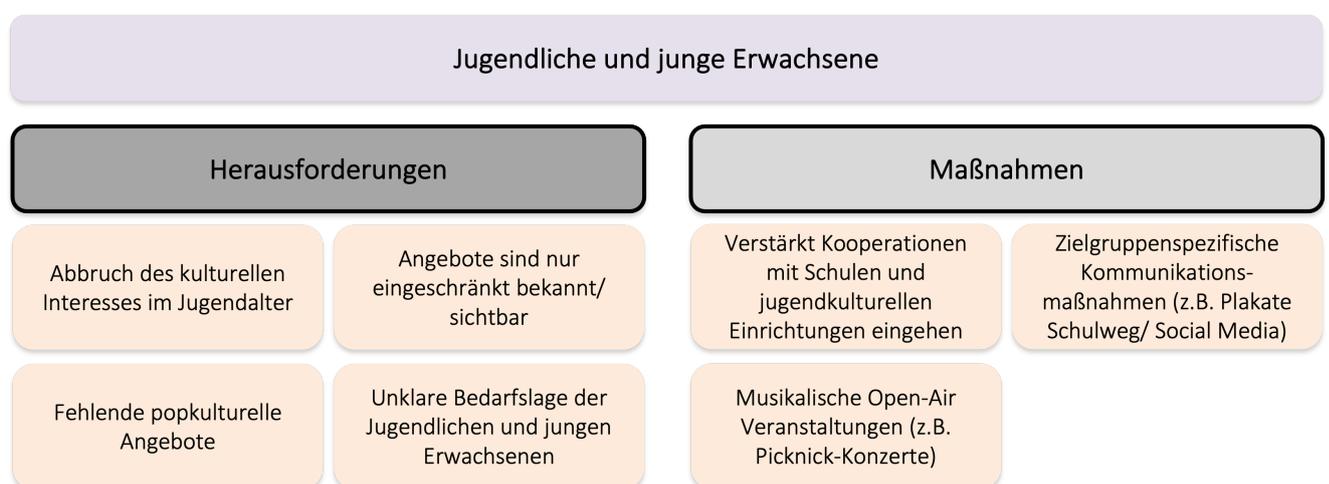


Abbildung 6: Herausforderungen und Maßnahmen für die Zielgruppe »Jugendliche und junge Erwachsene«

Familien und Kinder: Angebote sichtbar machen

Das Angebot für Familien und Kinder ist bereits gut ausgebaut. Dies zeige sich insbesondere in der jüngst erfolgten Bündelung der Angebote im Kinderkulturprogramm »Kulturfüchse«¹² des Kulturreferats, das zugleich als Bonusheft fungiere und so zusätzliche Anreize setze. Dennoch erreiche das Angebot die Zielgruppe nicht durchgängig. Vielmehr scheinen die bestehenden Angebote noch bei zu wenigen Familien bekannt oder werden nicht zielgruppengerecht vermittelt. Vor allem jungen Menschen solle Göppinger Kunst und Kultur vermittelt werden, so die Haltung der Expert*innen. Wenn der Erstkontakt mit kulturellen Einrichtungen bei Kindern positive Erfahrungen zur Folge habe und sie ermächtigt würden, selbst künstlerisch kreativ zu sein, sei es wahrscheinlicher, dass sie später wieder in ein Museum, Theater oder Konzert gehen würden. Über Kulturangebote in Kindertagesstätten und Schulen könnten auch Eltern erreicht werden, die zum Beispiel internationale Wurzeln oder wenige bzw. andere kulturelle Vorerfahrungen haben.

Die städtischen Museen, u. a. das *Jüdische Museum*, *Museum im Storch* und das *Naturkundliche Museum*, bieten bereits Angebote insbesondere auch für Schulklassen an. Auch die *Stadtbibliothek* biete spezielle Angebote für Eltern und Kinder an, z. B. Kinderbibliothek, Lesepatzen (Geschichteninsel, Kindertheater, Erzählwerkstätten), und arbeite zudem eng mit Ganztagschulen zusammen. Auch weitere außerschulische Bildungseinrichtungen wie die *VHS* oder *Villa Butz* bieten für Kinder und Jugendliche eine breite Unterrichtspalette an. Die jugendlichen Kulturnutzer*innen der genannten Einrichtungen seien allerdings überwiegend Kinder und Jugendliche, die ohnehin aus einem Elternhaus mit kulturellen Vorerfahrungen kämen. Perspektivisch sollten Angebote der kulturellen Bildung daher verstärkt in den Schulalltag integriert und verstetigt werden, so mehrere Expert*innen, um möglichst alle Kinder zu erreichen. Verschiedentlich wurden Ansätze eingebracht, die anderenorts in Baden-Württemberg, wie z. B. in der Stadt Esslingen, unter dem Namen »Kulturrucksack«¹³ firmieren. Dabei durchlaufen alle Schüler*innen der Stadt in der fünften und in der sechsten Klasse ein ästhetisches Vermittlungsprogramm, das in Zusammenarbeit mit Kultureinrichtungen (v. a. Theater, Museum, Musikfestival, Kino) durchgeführt und vom Kulturreferat organisiert wird. Die Stadt gleicht die Übernahme der kulturpädagogischen Projekte finanziell aus.

Als beispielhaft für die Vermittlungsarbeit einer einzelnen Einrichtung wurde wiederum die *Kunsthalle* genannt. Auch in diesem Zusammenhang wurde das Projekt »Kunst findet Stadt« der *Kunsthalle* genannt. Das Open-Air-Atelier auf dem Marktplatz sei ein Beispiel dafür, dass durch Beteiligungsangebote ein niederschwelliger und generationenübergreifender Zugang zu Kunst und Kultur ermöglicht werden kann. Einer Vielzahl der Befragten blieb diese Veranstaltung sehr positiv in Erinnerung und sie wünschen sich in der

¹² Nähere Informationen zum Kinderkulturprogramm der Stadt unter: <https://www.goepingen.de/start/Kultur/kultur-fuechse.html>

¹³ Vgl. https://www.esslingen.de/start/es_themen/kulturrucksack.html

Zukunft mehr solcher partizipativen Möglichkeiten. Ein*e Expert*in formulierte den Vorschlag, die Kunsthalle als Ankereinrichtung und Kompetenzvermittler für niederschwellige Vermittlungsformate zu ermächtigen. Vor allem bei jungen Familien, die aus finanziellen Gründen nicht mehr am kulturellen Leben der Stadt teilnehmen können, sei es wichtig, kulturelle Teilhabe zu ermöglichen. Unter anderem hierfür wurde die »Bonuskarte« eingeführt, damit auch Familien mit geringem Einkommen einen leichteren Zugang zu Kultur erhalten. Dieses Angebot werde laut Expert*innen von den Göppinger*innen bereits genutzt, die Zugänge könnten jedoch noch erleichtert werden.

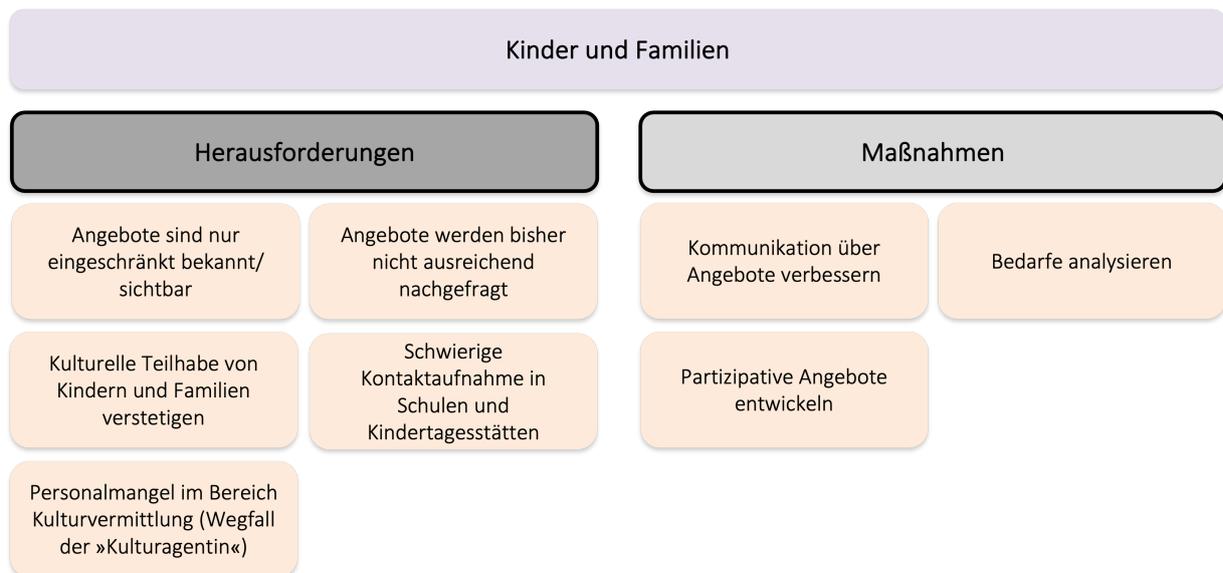


Abbildung 7: Herausforderungen und Maßnahmen für die Zielgruppe »Kinder und Familien«

Menschen mit internationalen Wurzeln: Partizipative Angebote und zielgruppenspezifische Kommunikation

In der Stadt Göppingen lag 2011 der Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund¹⁴ bei rund 37 %.¹⁵ Aktuelle Zahlen zum genauen Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund liegen bezogen auf Göppingen nicht vor. Es wird aber davon ausgegangen, dass rund 40 % der Einwohnerschaft Göppingens einen Migrationshintergrund hat. In Göppingen leben Menschen aus insgesamt 130 verschiedenen Nationen. Innerhalb der ausländischen Bevölkerung sind die fünf am stärksten vertretenen Nationen Türkei (19 %), Italien (14 %), Kroatien (7 %), Griechenland (6 %) und Syrien (6 %). Aktuell haben knapp 21 % der

¹⁴ »Eine Person hat einen Migrationshintergrund, wenn sie selbst oder mindestens ein Elternteil nicht mit deutscher Staatsangehörigkeit geboren wurde. Im Einzelnen umfasst diese Definition zugewanderte und nicht zugewanderte Ausländerinnen und Ausländer, zugewanderte und nicht zugewanderte Eingebürgerte, (Spät-)Aussiedlerinnen und -Aussiedler sowie die als Deutsche geborenen Nachkommen dieser Gruppen. Die Vertriebenen des Zweiten Weltkrieges und ihre Nachkommen gehören nicht zur Bevölkerung mit Migrationshintergrund, da sie selbst und ihre Eltern mit deutscher Staatsangehörigkeit geboren sind.« (Statistisches Bundesamt)

¹⁵ Vgl. Integrationsplan der Stadt Göppingen: https://www.goepingen.de/site/Goeppingen-Internet/get/pa-rams_E2053912435/16817276/Integrationsplan_Stadt_G%C3%B6ppingen.pdf

Göppinger*innen eine ausländische Staatsangehörigkeit. Im Vergleich dazu hatten im Jahr 2011 rund 15,5 % eine ausländische Staatsangehörigkeit.¹⁶

Die Expert*innen teilten mehrheitlich die Einschätzung, dass sich diese Heterogenität der Stadtbevölkerung noch nicht ausreichend in der Zusammensetzung des Publikums bei kulturellen Veranstaltungen oder in der Besucher*innenstruktur der Kultureinrichtungen abbilde. Da Menschen mit internationalen Wurzeln mehrheitlich von den Expert*innen als Chance für die Entwicklung einer lebendigen und vielfältigen Stadtgesellschaft wahrgenommen werden, gelte für diese Zielgruppe ein besonderer Handlungsbedarf.

Es wurde der Eindruck beschrieben, dass sich Menschen mit internationalen Wurzeln vorwiegend in kulturellen Parallelstrukturen ihrer »Communitys« bewegten und es auch teilweise Spannungen zwischen ethnischen und religiösen Gruppen und Vereinen in Göppingen gebe, deren Ursache größtenteils in politischen Differenzen zwischen ihren Herkunftsländern liege.

Die Gesprächspartner*innen reflektierten eine bestehende Unkenntnis im Hinblick auf die kulturellen Interessen, Bedarfe und Vorerfahrungen dieser Zielgruppe. Im Fokus müsse daher der Austausch *mit* den Menschen stehen und nicht die Realisierung von Programmen *für* diese Zielgruppe. Aufschluss könne unter anderem ein parallel zur Kulturentwicklungsplanung laufender Netzwerkaufbau der Stadt mit den Migrant*innenorganisationen geben. Unter dem Titel »Gemeinsam IN Göppingen« wird dies von der Stadt initiiert.

Im Rahmen der Interkulturellen Wochen biete Göppingen einmal im Jahr ein vielfältiges Programm und eine Bühne für interkulturelle Zusammenarbeit. In den Gesprächen wurde jedoch deutlich, dass es nicht mehr ausreiche, nur einmal im Jahr diese Veranstaltung durchzuführen. Damit sich die internationale Kulturvereine und Initiativen unter dem Jahr nicht nur innerhalb ihrer »Communitys« bewegen, sei es wichtig, Veranstaltungen zum Thema Interkultur über das ganze Jahr verteilt stattfinden zu lassen und in die Programme der öffentlichen Kultureinrichtungen mit aufzunehmen. Bisher fehle es aber an personellen Ressourcen, um dieser Herausforderung zu begegnen.

Bei der künftigen Angebotsgestaltung sei es zum einen wichtig, dass die Kulturakteure aktiv die Heterogenität der Göppinger Stadtgesellschaft in ihrer Arbeit inhaltlich und auch im Hinblick auf ihre Kommunikation berücksichtigten. Zum anderen müsse stärker zielgruppenspezifisch sichtbar gemacht werden, welche kulturellen Angebote es in Göppingen gibt.

¹⁶ Vgl. Integrationsplan der Stadt Göppingen: S. 12: https://www.goepingen.de/site/Goepingen-Internet/get/pa-rams_E2053912435/16817276/Integrationsplan_Stadt_G%C3%B6ppingen.pdf



Abbildung 8: Herausforderungen und Maßnahmen bei der Zielgruppe »Menschen mit internationalen Wurzeln«

Bewohner*innen in den Stadtteilen: Bedarfe ermitteln und Angebote ausbauen

Das Göppinger Kulturangebot konzentrierte sich räumlich überwiegend auf den Innenstadtbereich. Es gebe eine sogenannte »Kulturmeile« in der Mörikestraße, in der einige der Einrichtungen nahe beieinanderliegen (u. a. *Altes E-Werk, VHS, Villa Butz, Stadthalle, Ort der Vielfalt*) – so beschrieben es die befragten Expert*innen. Es wurde auch von einem »Goldenen Dreieck« in der Innenstadt als Zentrum der Göppinger Kultureinrichtungen gesprochen und auf die starke Zentrierung in diesem Bereich hingewiesen. Die Bewohner*innen der Stadtteile seien zur kulturellen Teilhabe daher aufgefordert, den Weg in das Stadtzentrum zu nehmen. Diese institutionell bedingte Barriere sei gerade für ältere Menschen und Menschen mit internationalen Wurzeln in den Stadtteilen groß. Über einen Großteil der dort lebenden Menschen herrsche zudem Unkenntnis hinsichtlich ihrer kulturellen Interessen und ihres Kulturnutzungsverhaltens.

Bisher gebe es jenseits traditioneller Kinder- und Dorffeste in den Stadtteilen, wie z. B. in Bezgenriet, Holzheim, Hohenstaufen und Faurndau wenig kulturelle Angebote in den Stadtteilen. Bedarf bestehe daher einerseits darin, die bestehenden Kulturangebote für die Stadtteilbewohner*innen in ihrer Attraktivität sichtbar zu machen, und andererseits in den Stadtteilen selbst neue Angebote zu schaffen. In diesem Zusammenhang wurde das »KulTourMobil« der Jugendkunstschule Schwäbisch Gmünd genannt, eine mobile Jugendkunstschule für Jugendbildung, die in die einzelnen Stadtteile fährt. Auch in Esslingen soll es

perspektivisch eine »Kulturarche« geben, die als mobile Bühne in den verschiedenen Stadtteilen zum Einsatz kommt.¹⁷

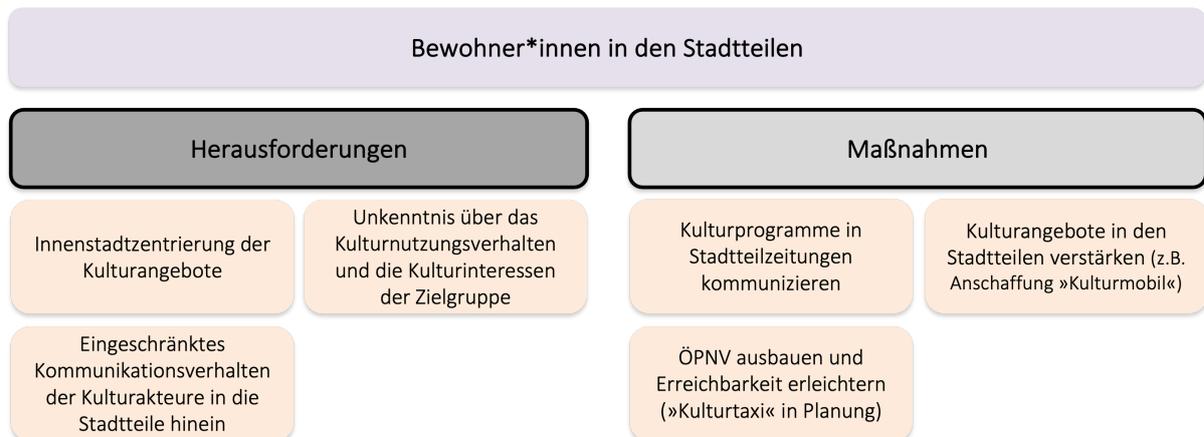


Abbildung 9: Herausforderungen und Maßnahmen der Zielgruppe »Stadtteilbewohner*innen«

Menschen mit Behinderung: Inhaltliche und strukturelle Inklusionsorientierung

Die Teilhabemöglichkeiten von Menschen mit Behinderung und besonderen Bedürfnissen am kulturellen Leben Göppings hätten sich zwar verbessert, seien aber noch sehr ausbaufähig, so die überwiegende Einschätzung der Expert*innen. Bereits die baulichen Gegebenheiten von Einrichtungen seien oftmals nicht barrierefrei (u. a. *Kunsthalle* und *VHS*). Den potenziellen Besucher*innen mit körperlichen Einschränkungen werde bereits der Zugang zum Gebäude oder einzelnen Kursräumen verwehrt. Das Problem der baulichen Barrierefreiheit wurde seitens der Stadtverwaltung erkannt und man bemühe sich, diesem zu begegnen.

Die *VHS* biete ein Programm für Menschen mit und ohne Handicap. In einer Broschüre mit dem Namen »Miteinander« werden die Angebote gebündelt. Des Weiteren können Menschen mit Behinderung das Angebot der inklusiven Musikwerkstatt der *Jugendmusikschule* wahrnehmen. Die *CHAPEL* veranstaltet regelmäßig eine inklusive Tanzveranstaltung unter dem Titel »Disco Inklusiv« für Menschen mit und ohne Einschränkungen. Die Stadtbibliothek verfügt über einen Bestand in einfacher Sprache.

Trotz der genannten Angebote wurde kritisiert, dass bislang noch zu wenig inklusive Angebote vorherrschen. Die technische Ausstattung der Einrichtungen, z. B. die der Stadthalle, biete keine technische

¹⁷ Die Kulturarche ist ein Projekt des Kulturzentrums Dieselstrasse in Kooperation mit Gerhard Wollnitz, dem Erfinder des »kleinen Parkraumwunders«. Bei der »Kulturarche« handelt es sich um ein 5 x 2 m großes Holzboot, welches ursprünglich für das Festival »Stadt im Fluss: ATLANTIS« 2021 an verschiedenen Orten als DJ-Station mobil eingesetzt war, da sie von Ort zu Ort geschoben werden kann. Ein vergleichbares Projekt wurde mit dem »Kleinen Parkraumwunder Stuttgarts« bereits in Stuttgart durchgeführt (vgl. <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.stuttgarter-fuer-social-design-award-nominiert-das-kleine-parkraumwunder-koennte-bald-ein-grosses-werden.8114f386-fb0b-46fb-a524-6f2d4132d0b2.html>)

Unterstützung für Hörgeschädigte. Die fehlende technische Ausstattung in den Kultureinrichtungen ermögliche es Sprach- und Hörbehinderten nicht, einer Kulturveranstaltung akustisch zu folgen. Wünschenswert wäre z. B. eine FM-Anlage¹⁸ in der Stadthalle. Grundsätzlich mangle es an Angeboten für sehbehinderte und hörgeschädigte Menschen. In den Museen der Stadt würden bei der Ausstellungsgestaltung und Vermittlung die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderung noch nicht ausreichend mitgedacht. Museen könnten mit Tastobjekten und Audiounterstützungen ihre Ausstellungen für Menschen mit Behinderungen zugänglicher gestalten. Dennoch sei nicht zu unterschätzen, wie viele unterschiedliche Behinderungen es gebe. Neben körperlichen Behinderungen sei es wichtig, auch kognitive und seelische Einschränkungen zu berücksichtigen. Hierfür wären Kulturangebote in leichter/einfacher Sprache oder konsequente Triggerwarnungen hilfreich. Daneben sei die Erreichbarkeit der Kulturangebote eine große Hürde. Über den Status quo der Barrierefreiheit im Einzelnen liegen keine Informationen vor. Allerdings lässt die Einschätzung der baulichen wie auch inhaltlichen Barrierefreiheit der Göppinger Kultureinrichtungen noch erheblichen Handlungsbedarf vermuten.

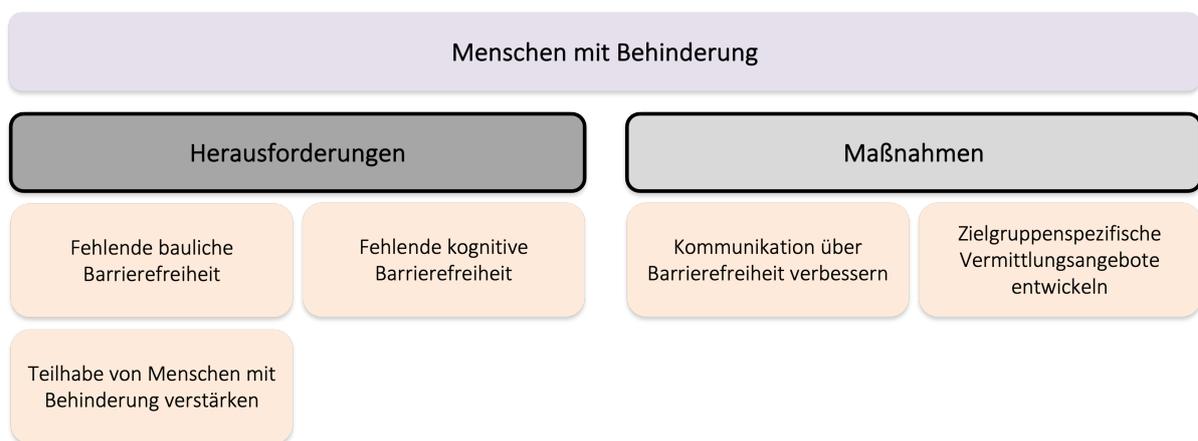


Abbildung 10: Herausforderungen und Maßnahmen bei der Zielgruppe »Menschen mit Behinderung«

Senior*innen: Neue Beteiligungskonzepte entwickeln

Das Senioren Netzwerk Göppingen hat 2020 in dritter Auflage in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern einen Wegweiser für Senior*innen in der Stadt Göppingen herausgebracht, in welchem auch kulturelle Angebote enthalten sind. »Das Senioren Netzwerk Göppingen soll Bürger*innen der Stadt Göppingen in ihrem Alltag unterstützen, ihre Teilhabe am gesellschaftlichen Leben ermöglichen/wiederherstellen und

¹⁸ Funkübertragungsanlagen, sog. FM-Anlagen, filtern störende Nebengeräusche oder akustische Raumeffekte heraus. Die Sprache wird vom Mikrofon mittels kabelloser digitaler Übertragung durch Funkwellen an die Empfänger der Hörsysteme (T-Spule oder Cochlea-Implantat (CI)) übertragen. Das abgestrahlte Signal wird von der T-Spule im Hörgerät oder CI direkt ohne die sonst störenden Hintergrundgeräusche empfangen.

die Selbstständigkeit bei älteren Menschen erhalten, besonders auch, wenn sie an physischen oder psychischen Einschränkungen leiden. Inklusion und Teilhabe stehen an oberster Stelle. Mit verschiedenen Bausteinen sollen Versorgungslücken geschlossen werden. Somit kann zur Teilhabe und zum selbstbestimmten Leben von Senior*innen der Stadt Göppingen beigetragen werden«.¹⁹

In den Expert*innengesprächen wurde die Einschätzung geteilt, dass die Situation kultureller Teilhabe von Senior*innen in Göppingen insgesamt gut sei. Es gebe ein vielfältiges Kulturprogramm, das auch von älteren Menschen besucht wird (vgl. Kap. 2.2 *Kulturelle Angebote und Vermittlung*). Besonders das musikalische Angebot, z. B. die Meisterkonzerte in der Stadthalle, sei für eine ältere Zielgruppe ansprechend. Darüber hinaus gestaltet auch der Stadtseniorenrat ein kulturelles Veranstaltungsprogramm, u. a. Seniorenakademie, Uni der Generationen. Dies wird bisher nicht so gut angenommen, wie man es sich wünsche. Sobald der Stadtseniorenrat als Veranstalter auftrete, schrecke die Bezeichnung »Stadtseniorenrat« ältere Menschen ab, an den Veranstaltungen teilzunehmen, so eine Einschätzung. Das verstaubte »Senioren«-Image sei schwer abzulegen. Zentrale Herausforderung sei es, Menschen im Alter 65+ zu erreichen und neue Engagierte zu finden. Hierfür müssten neue Strategien und Konzepte entwickelt werden, damit der Seniorenrat nicht aussterbe, so ein*e Expert*in. Ein erster Ansatz wäre es, verstärkt mit Menschen mit internationalen Wurzeln oder auch mit der Jugend zusammenzuarbeiten, um Synergien zu suchen und zu nutzen. Anlaufstelle für Senior*innen in Göppingen sei in erster Linie das *Bürgerhaus*. Es ist Treffpunkt älterer Generationen für Unterhaltung, Bewegung, Bildung und Kultur. Die Einrichtung bietet Räumlichkeiten u. a. für einen regelmäßigen offenen Treff, offenes Singen, das Café Silber oder den Tanztreff.²⁰ Barrieren stellten vor allem die Veranstaltungszeiten in den Abendstunden sowie die eingeschränkte Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr dar. Um diesem Problem zu begegnen, hätten sich der Stadtseniorenrat und der Kulturkreis Göppingen e. V. mit der Stadtverwaltung zusammengetan und die Idee eines »Kulturtaxi« entwickelt, das zum Zeitpunkt der Befragung noch in Planung war. Das »Kulturtaxi« solle Menschen, die aufgrund schlechter ÖPNV-Verbindungen nicht zu den Einrichtungen gelangten, kulturelle Teilhabe ermöglichen. Mit Blick auf den auch für Senior*innen relevanten Themenkomplex der (baulichen) Barrierefreiheit sei auf das Kapitel zur Zielgruppe »Menschen mit Behinderung« verwiesen.

¹⁹Vgl. <https://www.goepingen.de/start/Soziales/Seniorennetzwerk.html> (letzter Zugriff: 07.01.2022)

²⁰ Vgl. <https://www.goepingen.de/start/Soziales/Unsere+Angebote.html> (letzter Zugriff: 07.01.2022)

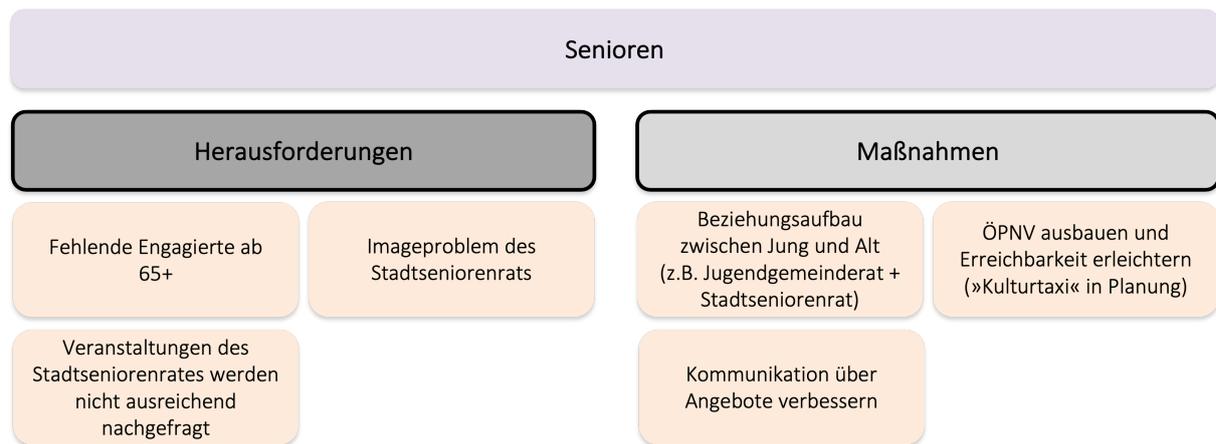


Abbildung 11: Herausforderungen und Maßnahmen bei der Zielgruppe »Senior*innen«

Studierende: Beziehungsaufbau fördern

Die Hochschule Göppingen ist mit dem Campus Göppingen Teil der *Hochschule Esslingen* und zählt zu den kleineren Einrichtungen ihrer Art.²¹ Die Zielgruppe der Studierenden nahm in den Gesprächen sehr wenig Raum ein. Studierende werden bisher nicht explizit bei der Programmgestaltung mitgedacht. Auf der Website der Hochschule befinden sich wenige Informationen über das kulturelle Angebot Göppingsens, dennoch werden der Hohenstaufen und vereinzelte Sehenswürdigkeiten (Alter Kasten, Marstall, Renaissance-schloss, Stadtkirche, Oberhofenkirche, Spielburg) genannt. Die befragten Expert*innen konnten keine Einschätzung der Kulturangebote für Studierende vornehmen. Es wurden keine expliziten Angebote für Studierende genannt, weswegen dieser Zielgruppe bisher keine große Bedeutung zugeschrieben werden kann. Zudem konnten keine Kooperationen der Hochschule mit städtischen und freien Akteuren ermittelt werden. Ein kultureller Beziehungsaufbau zwischen der Stadt, der freien Szene und der Hochschule bedürfe der Austauschbemühungen von allen Seiten.

²¹ Vgl. <https://www.goepingen.de/start/Bildung/Hochschule.html> (letzter Zugriff: 07.01.2022)

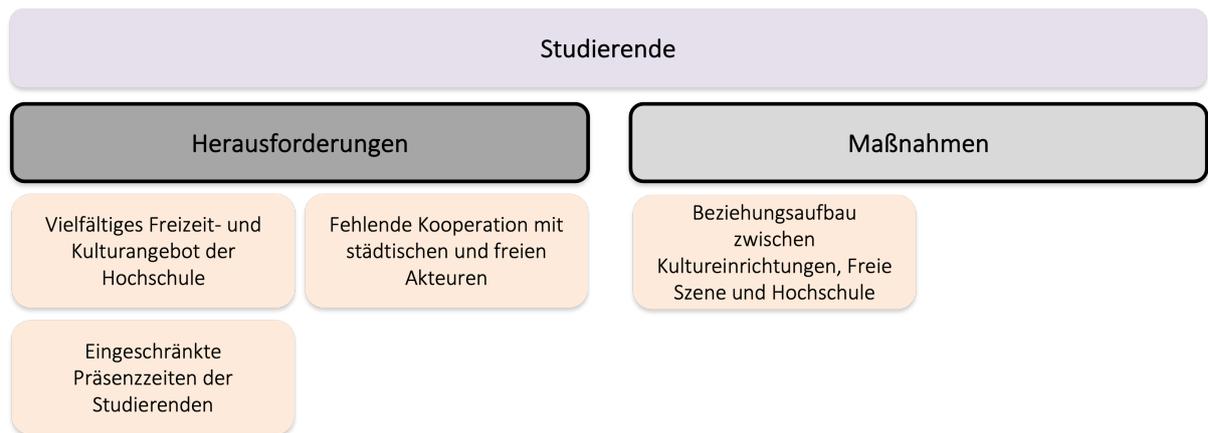


Abbildung 12: Herausforderungen und Maßnahmen der Zielgruppe »Studierende«

Herausforderungen Kultureller Teilhabe in der Übersicht

In der Zusammenschau wird deutlich: Das Kulturangebot erreicht gegenwärtig bestimmte Zielgruppen nur eingeschränkt. Dies trifft zu für die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen, für Menschen mit internationalen Wurzeln, aber nachgeordnet auch für die Bewohner*innen verschiedener Stadtteile. Ausbaubedarf besteht darüber hinaus in Vermittlung und Angebot für Menschen mit Einschränkungen sowie Studierende und Senior*innen. Neben unzureichenden Kenntnissen der Kulturakteure hinsichtlich der kulturellen Interessen und Bedarfslage einzelner Zielgruppen sticht vor allem das Fehlen zielgruppenspezifischer Vermittlungs- und Kommunikationsstrategien ins Auge.

2.3.2 Kulturkommunikation

Diversifizierung der Kommunikationsformate

Die Digitalisierung und die zunehmend diversifizierte Medienlandschaft stelle die Kulturakteure vor größere Herausforderungen, so die Einschätzung der Expert*innen. Um einen möglichst großen Besucher*innenkreis zu erreichen, sei die Bespielung unterschiedlicher Kommunikationskanäle erforderlich, was die Ressourcen der Kultureinrichtungen oft übersteige. Über die Tagespresse (NWZ) sei vor allem die ältere Generation zu erreichen. Im Amtsblatt für Göppingen (GEPO) gebe es die Möglichkeit für Kulturakteure, sich zu präsentieren und Werbung zu schalten. Zusätzlich wird im PIG Stadtmagazin²² über kulturelle Angebote in Göppingen berichtet. Für Kultureinrichtungen seien aber die Anzeigenpreise in Zeitungen meist zu

²² Erscheint monatlich in einer Auflage von 10.000 Exemplaren

hoch, sodass sie hoffen, über eine redaktionelle Berichterstattung in Erscheinung treten zu können. Zunehmend verlagere sich die Öffentlichkeitsarbeit der Kultureinrichtungen auch ins Digitale, um nicht nur junge, sondern auch Menschen mittleren Alters zu erreichen. Ein zeitgemäßer Internetauftritt wird von den Befragten als grundlegend erachtet und auch die Bespielung verschiedener Social-Media-Kanäle sei zunehmend Teil der Kommunikationsarbeit. Vereinzelt wurde beispielsweise positiv über den Instagram-Account der *Kunsthalle* berichtet. Allerdings sei eine strategische Betreuung der Kanäle oftmals zu aufwendig und ressourcenintensiv für die Kulturakteure. Zudem mangle es noch an Erfahrung zielgruppenspezifischer Ansprachen. Um die Potenziale digitaler Kulturkommunikation künftig vollständig zu erschließen, müsste daher eines der aktuellen zahlreichen Förderprogramme zur Verbesserung der digitalen Infrastruktur erschlossen werden.

Außenwerbung verbessern

Unzufriedenheit schilderten einige Kulturakteure im Hinblick auf die Kommunikation und Werbung für kulturelle Veranstaltungen. Dies zeige sich insbesondere darin, dass selten Besucher*innen aus dem Umland nach Göppingen kämen, die Göppinger selbst aber für Kulturveranstaltungen auch gerne mal nach Kirchheim, Esslingen oder Stuttgart fahren. Dementsprechend hielten diese Expert*innen es für sinnvoll, die Bewerbung von Kulturangeboten über Göppingen hinaus stattfinden zu lassen. Schließlich brauche sich Göppingen mit dem Kulturangebot nicht zu verstecken. Die Voraussetzungen seien geschaffen worden, die nun »auch mal nach außen strahlen sollten«, so ein*e Expert*in. Es sei nun an der Zeit, Göppingen positiv darzustellen und sich besser zu vermarkten. Zudem nannte ein*e Gesprächspartner*in das Potenzial der Vitrine vor dem Rathaus (Neue Mitte), die sich als Werbefläche eignen würde.

»Dritte Orte«

Die Interviewpartner*innen wurden gebeten, das Konzept der »Dritten Orte«²³ im Allgemeinen und mit Blick auf die Göppinger Kultureinrichtungen zu beurteilen. Einige Expert*innen waren mit dem Konzept bereits vertraut. Das Selbstverständnis von Kultureinrichtungen, sich als »Dritten Ort« zu verstehen, wurde als durchgehend positiv und erstrebenswert eingestuft. Am ehesten sehen die Interviewpartner*innen den Ansatz im *Bürgerhaus* bereits verwirklicht, da dort Menschen verschiedener Altersgruppen, sozialer Schichten und Nationalitäten zusammenkämen, ein gastronomisches Angebot gegeben sei und regelmäßig

²³ Das Konzept der »Dritten Orte« wurde von dem Stadtsoziologen Ray Oldenburg (1991) entwickelt. »Dritte Orte« stellen inszenierte Lebensräume dar, in denen man sich vorübergehend aufhält. Orte zwischen dem eigenen Zuhause (erster Ort) und der Arbeitswelt/Ausbildungsstätte (zweiter Ort). »Dritte Orte« üben eine gesellschaftliche Funktion aus. Menschen treffen sich oder bleiben in Gesellschaft von anderen für sich. Dort kann es etwas zu essen und trinken geben und Gespräche können geführt werden. Ob Kultureinrichtungen ebenso als »Dritte Orte« der kulturellen Begegnung und des Austauschs betrachtet werden können und ob sie diese Funktion einnehmen können, wird derzeit in Fachkreisen umfassend diskutiert.

niederschwellige Kulturangebote Austausch förderten. Vereinzelt sehen sich die Kultureinrichtungen bereits als »Dritten Ort« oder erkennen großes Potenzial, sich diesbezüglich weiterzuentwickeln. Die *Stadtbibliothek* verstehe sich als »Dritten Ort mit Luft nach oben«, da es an finanziellen Ressourcen und Räumlichkeiten fehle. Mehrere Expert*innen beklagten, dass es in den Einrichtungen oftmals keine Gastronomie und/oder Verweilmöglichkeiten gebe, die es erlauben, nach einem Besuch gemütlich zusammenzukommen. Wenn die Einrichtungen selbst keine Möglichkeiten eines gastronomischen Angebots haben, wäre es wünschenswert, in einem Café oder einer Bar um die Ecke mit Wohlfühlcharakter einkehren zu können. In der Neugestaltung des Innenhofes der *Kunsthalle* liege zudem großes Potenzial, die *Kunsthalle* als »Dritten Ort« stärker zu etablieren.

2.4 Kooperationen

Beim Thema Kooperationen wurde von den Expert*innen Verbesserungsbedarf gesehen. Es sei mehr Zusammenarbeit nötig, um gemeinschaftlich die Potenziale Göppingens als Kulturstadt zu entwickeln. Zugleich sei eine enge Zusammenarbeit mit dem Kulturreferat und dem Stadtmarketing und Tourismus fundamental, um den Standortfaktor Kultur besser zu vermarkten.

Trotz Mehraufwand: Offenheit gegenüber Kooperationen

Ein weiterer Fragenblock galt in den Gesprächen Kooperationsklima und -praxis im Göppinger Kulturbereich. Wie anfänglich bereits zitiert (vgl. Kap. 2.1.2./Herausforderungen: *Wenig Vernetzung*), gibt es Annäherungsschwierigkeiten der städtischen Einrichtungen mit der freien Szene. Kooperationen würden aktuell überwiegend im Rahmen bestehender persönlicher Beziehungen realisiert. Die freie Szene beklage geringe Kooperationsbemühungen der städtischen Einrichtungen und Schulen. Dennoch gebe es in Göppingen aktuell schon gute Kooperationsansätze. So kooperiere beispielsweise die *Kunsthalle* mit Kindergärten und Schulen, die *Fabrik für Kunst und Kultur e. V.* mit dem Skateverein oder den *Staufer Festspielen*. Seitens der freien Szene wünsche man sich, dass die städtischen Einrichtungen wie auch das Kulturreferat sich stärker proaktiv um den Aufbau von Kooperationen bemühten. Grundsätzlich konnte eine verbreitete Offenheit aller Akteure gegenüber Kooperationen festgestellt werden. Schließlich sei die Umsetzung von Projekten oftmals nicht anders möglich, als dafür Kooperationen einzugehen. Dies benötige aber seitens der Akteure zusätzliche Ressourcen, die vor allem bei kleineren Initiativen nicht vorhanden seien.

Kooperationsbarrieren beheben und Kooperationen fördern

Gegenstand der Gespräche war die Frage, wie es gelingen könnte, die vorhandenen Kooperationsansätze zu stärken und bestehende Kooperationsbarrieren (z. B. die Unkenntnis über potenzielle

Kooperationspartner und deren Projekte, erlebte Frustration, wenn ein Kooperationspartner ohne aktiven eigenen Beitrag profitiert, oder das Nicht-Bereitstellen von ausreichend zeitlichen und monetären Ressourcen für die Kooperation) zu beheben. Es komme vereinzelt zu Veranstaltungs- und Themenüberschneidungen aufgrund mangelnder Vernetzung bzw. Absprachen der Akteure untereinander. Die Befragten brachten den Vorschlag ein, regelmäßige Austauschplattformen zu schaffen. Die Interviewpartner*innen sahen vor allem die Kulturverwaltung in der Rolle, eine regelmäßige Begegnungsmöglichkeit zu schaffen. Idealerweise sei dies die Initialzündung für eine eigenständige Interessenvertretung der Kulturakteure, die dann in Zusammenarbeit mit dem Kulturreferat diese Austauschformate organisieren könnten.

2.5 Umlandfunktion

Interkulturelle Zusammenarbeit ausbauen

Göppingen strahlt als Mittelzentrum vor allem mit seinen kulturellen Bildungseinrichtungen wie der *Musikschule*, der *Stadtbibliothek* sowie der *VHS* in die Region. Die Strahlkraft des *Märklineum* sowie der *Kunsthalle Göppingen* reichen sogar über die regionalen bzw. die Landesgrenzen hinaus. Gleichzeitig stehen Göppinger Kulturangebote in Konkurrenz zu Kulturangeboten der umliegenden Kommunen. Der interkommunale Zusammenschluss erfolgt bisher nur sehr eingeschränkt und wenn, dann eher auf informellem Wege. Mehrfach wurde ein Austauschformat perspektiviert mit dem Ziel einer stärkeren regionalen Verflechtung z. B. nach dem Vorbild der Kulturregion Stuttgart. Vorgeschlagen wurden thematische Kooperationsprojekte, beispielsweise ein interkommunales Schreibprojekt mit Schulen »Am Fluss entlang schreiben«. Initiiert werden müsse eine solche Netzwerkarbeit von der Stadt Göppingen als größtem Kulturplayer in der Region.

2.6 Ausblick

Im letzten Fragenblock hatten die Expert*innen die Möglichkeit, weitere Anmerkungen zur Kulturentwicklung in der Stadt Göppingen zu geben. Dabei wiederholten und bekräftigten sie oftmals die für sie wesentlichen Aspekte:

- Vernetzung zwischen den kulturellen Akteuren in der Stadt verstärken
- Angebote für Jugend und junge Erwachsene im kulturellen Angebot forcieren
- Kultur stärker als Bindemittel der Gesellschaft verstehen und kommunizieren
- Kultur als ökonomischen Standortfaktor für die Zukunft betrachten
- Struktur und Organisation des Kulturreferats optimieren

- Stärkeres Bewusstsein schaffen für eine interkulturelle Öffnung der Stadt und die Betrachtung von kultureller Vielfalt als Chance
- Kulturangebote auch dezentral in den Stadtteilen veranstalten und verschiedene Communitys ermächtigen, mitzuwirken
- Kunst- und Kulturangebote im öffentlichen Raum ausbauen (partizipative Angebote schaffen)
- Popkulturelles Musikfestival in der Stadt aufbauen
- Verweilmöglichkeiten nach dem Besuch von Kulturveranstaltungen/Kultureinrichtungen schaffen
- Clubkultur wiederbeleben

Erwartungen und Wünsche an den Prozess

Zum Abschluss der Interviews wurden die Interviewpartner*innen jeweils um ihre Einschätzung des anlaufenden Prozesses zur Kulturentwicklung der Stadt Göppingen gebeten. Es wurde grundsätzlich begrüßt, dass die Stadt einen solchen Prozess beginne und dafür auch eine externe Begleitung engagiert habe, die aufzeigen dürfe, wo Optimierungsbedarf besteht. Im Prozess solle zwischen allen beteiligten Akteuren ein kommunikatives Miteinander herrschen und eine gute Informationspolitik betrieben werden. Besonders die Transparenz während des Prozesses sei für die Akteure von großer Bedeutung.

Implikationen des Kulturentwicklungsprozesses für die Stadtpolitik

Im Themenkapitel »Kulturpolitik und -verwaltung« (vgl. Kap. 2.2) artikulierten die Gesprächspartner*innen bereits vereinzelt, welche Impulse sie sich durch die Erarbeitung des Kulturentwicklungskonzepts vor allem in Hinblick auf die Haltung der Stadtpolitik wünschen. Bekräftigt wurden diese Wünsche vielfach zum Abschluss der Interviews: In Göppingen liege die Herausforderung darin, dass eine kulturelle Profilschärfung und Vision für die Stadt entwickelt werde. Helfen würde der Stadt eine Konzentration auf den Nutzen von Kunst und Kultur für die Stadt. Von großer Wichtigkeit sei daher, dass die Stadt formuliere, welchen herausgehobenen Stellenwert sie Kultur einräumen möchte, und dass es nicht bei einem »Lippenbekenntnis« bleibe.

3 Fazit und Ausblick

Wie geht es weiter? Handlungsfelder für die Workshops

Diese in den Gesprächen artikulierten Herausforderungen werden nun Gegenstand des weiteren Prozesses zur Erarbeitung eines Kulturentwicklungskonzepts für die Stadt Göppingen sein und unter breiter Beteiligung von Akteuren ziel- und maßnahmenorientiert diskutiert. Dazu wurden die eruierten Herausforderungen in vier Themenfelder geclustert (vgl. Abb. 13). Im Rahmen eines für März 2022 vorgesehenen breitangelegten Akteursworkshop mit Göppinger Kulturakteur*innen sowie Akteur*innen aus relevanten Querschnittsbereichen werden diese Themenfelder diskutiert, erweitert und vertieft werden. Die Querschnittsthemen Digitalisierung und Nachhaltigkeit werden im Kontext der einzelnen Themenfelder bearbeitet.

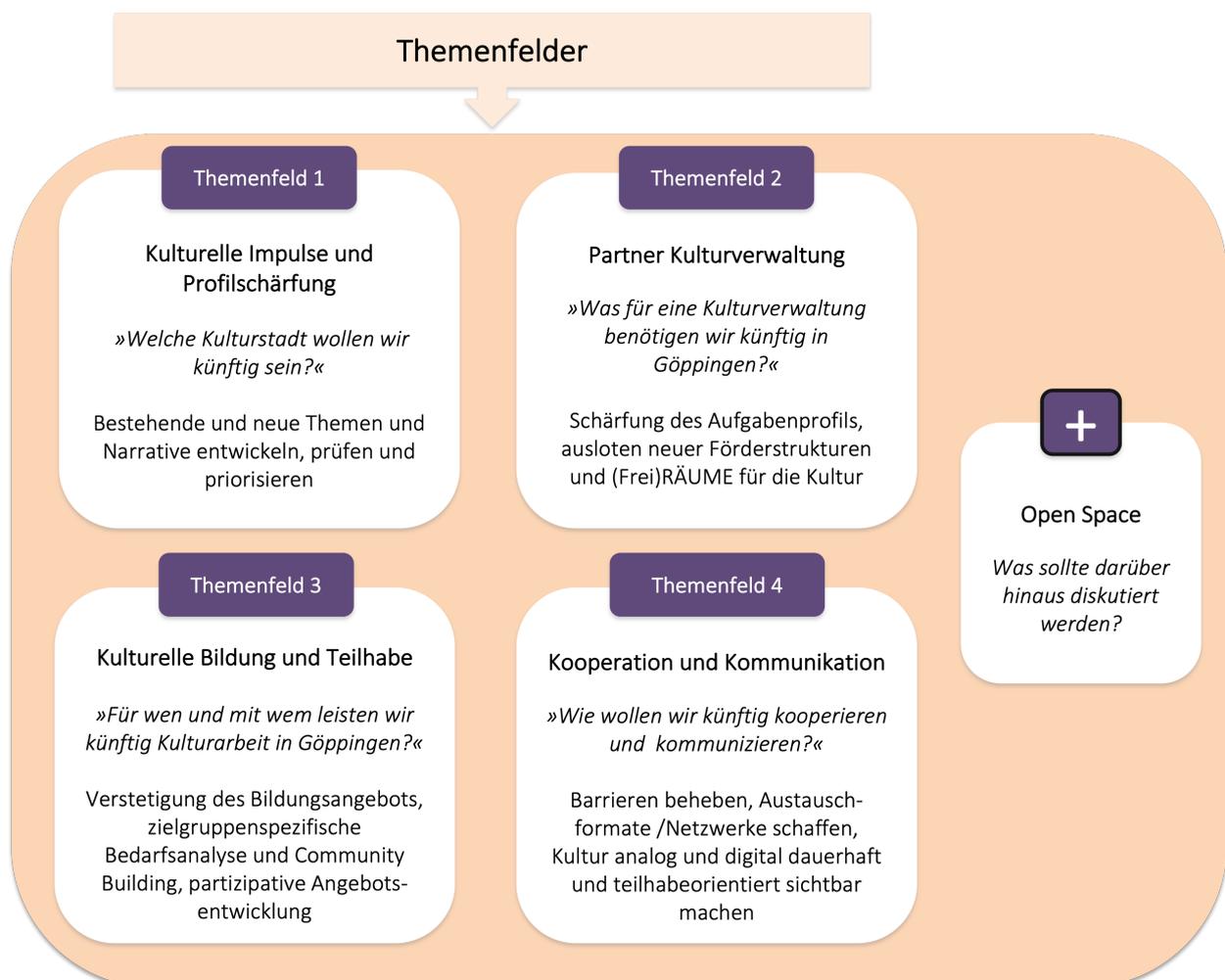


Abbildung 13: Themenfelder und abgeleitete Fragstellungen für den Workshop

4 Stärken und Herausforderungen in der Übersicht

Mithilfe der Expert*innengespräche konnten Stärken und Herausforderungen der Kulturarbeit in der Stadt Göppingen ermittelt werden, die in den vorausgegangenen Kapiteln ausführlich erläutert und im Folgenden in eine zusammenfassende Übersicht überführt werden:

Erste Einschätzung von Stärken und Herausforderungen	
Stärken	Herausforderungen
Vielfalt des Kulturangebots	Eingeschränkte Kulturelle Teilhabe
Engagierte Kulturinitiativen/Lebendige freie Kulturszene	Fehlendes dezentrales Kulturangebot
Museen mit Strahlkraft nach innen und außen	Fehlende kulturelle Profilierung
Breite des musikalischen Angebots	Fehlende Produktions- und Veranstaltungsräume
Gelebte Brauchtumskultur	Fehlende Netzwerke und Austauschformate
Hohe Kooperationsbereitschaft	Eingeschränkte Sichtbarkeit des Kulturangebots
	Fehlende Clubkultur
	Hohe Freizeitkonkurrenz
Kulturpolitik und Kulturverwaltung	
Stärken	Herausforderungen
Stellenwert der Kultur in der Politik und Verwaltung Zunehmende Sensibilisierung von Stadtpitze und Gemeinderat für kulturelle Themen	Stellenwert von Kultur in Politik und Verwaltung Mangelndes Bewusstsein der Politik für Kultur als Standortfaktor und als Bindemittel für eine zunehmend diversere Stadtgesellschaft Kultursensibilität der Stadtverwaltung stärken Geringer Stellenwert von kultureller Vielfalt im politischen Diskurs
Kulturpolitische Entscheidungen Erarbeitung einer Kulturkonzeption	Kulturpolitische Entscheidungen
Kulturreferat Impulsgeber durch Eigenveranstaltungen Kurzer Draht der Kulturakteure zur Kulturverwaltung	Kulturreferat Fehlende Abgrenzung von Zuständigkeiten innerhalb des Amtes Fehlende Personalressourcen, z. B. Stelle für die Organisation der Interkulturellen Wochen oder Hilfestellungen für die Antragstellung von Fördertöpfen Ressourcenbindung durch Veranstalterrolle

	Bedarf der Akteure an Beratung und Vernetzung seitens des Kulturreferats
Kulturförderung	Kulturförderung Begrenzter Kulturretat Intransparenz in der Vergabe von Fördermitteln Fehlendes Fördermonitoring bzw. Evaluation Entwicklungsförderung: Fehlende professionelle Beratung für Drittmittelakquise
Kulturelles Angebot und Vermittlung	
Stärken	Herausforderungen
Staufer als Zugpferd der kulturtouristischen Positionierung Thema mit »Potenzial« für den Tourismus Der Hohenstaufen als »Hausberg« der Göppinger ist ein markantes Element der Landschaftssilhouette	Staufer-Thema auch für die jüngere Generation attraktiv gestalten Staufer-Erbe wird in der Innenstadt nicht sichtbar bzw. erlebbar Stauferstadt muss auch in der Bewerbung der Stadt qualitativ gespielt werden
Industriegeschichte als Thema zur Profilschärfung Thema der Industriekultur mit großem »Potenzial« (z. B. Göppinger Köpfe/Boehringer-Areal)	Gefahr, die Dynamisierung und Weiterentwicklung der Stadt zu vernachlässigen
Göppinger Kulturangebote in Hinblick auf verschiedene Zielgruppen	Göppinger Kulturangebote im Hinblick auf verschiedene Zielgruppen
Kinder und Familien Vielfältiges Kulturangebot für Kinder und Familien Bündelung der Angebote im »Kulturfüchse«-Programmheft	Kinder und Familien Angebote werden bisher nicht ausreichend nachgefragt Angebote sind nur eingeschränkt bekannt/sichtbar Kontaktaufnahme der Kultureinrichtungen mit Schulen gestaltet sich vielfach schwierig Personalmangel im Bereich Kulturvermittlung
Jugendliche und junge Erwachsene Skatepark als Treffpunkt Haus der Jugend (mit Sozialarbeitern) als Anlaufstelle für Kinder und Jugendliche an sechs Standorten im Stadtbereich Beteiligung an partizipativen Angeboten (z. B. »Kunst findet Stadt« der Kunsthalle) Vielfältiges musikalisches Angebot (Jugendkapelle, Jugendsymphonieorchester, Ensemblearbeit)	Jugendliche und junge Erwachsene Angebotslücke »popkulturelle Formate« Vorhandene Angebote sind nur eingeschränkt bekannt/sichtbar Unklare Bedarfslage Phänomen »Abbruch des kulturellen Interesses im Jugendalter« Fehlende Räume für Bandproben Fehlende Clubkultur Aussetzen des Jugendgemeinderats
Menschen mit internationalen Wurzeln	Menschen mit internationalen Wurzeln

<p>Erarbeitung eines Integrationsplans 2019</p> <p>Im Rahmen der Interkulturellen Wochen bietet Göppingen ein vielfältiges Programm und eine Bühne für interkulturelle Zusammenarbeit</p> <p>Aufbau eines Netzwerkes »Gemeinsam IN Göppingen« der Migrant*innenorganisationen Göppings (Landesförderprogramm »Migrant*innenorganisationen stärken und vernetzen«)</p> <p>Die Stadtbibliothek verfügt über einen fremdsprachigen Bestand</p>	<p>Im Integrationsplan gibt es keinen Fokus auf den Kulturbereich</p> <p>Interkultur ist in Göppingen nicht sichtbar genug</p> <p>Viele Familien mit Migrationshintergrund</p> <p>Unkenntnis über kulturelle Interessen, Bedarfe und Vorerfahrungen der Zielgruppe</p>
<p>Studierende</p> <p>Campus Göppingen der Hochschule Esslingen verfügt über ein Freizeit- und Sportangebot (z. B. Boulder-raum)</p>	<p>Studierende</p> <p>Fehlende Kooperationen des vielfältigen Freizeit- und Kulturangebots der Hochschule mit städtischen und freien Kulturakteuren</p> <p>Unklare Ansprache der Zielgruppe</p>
<p>Bewohner*innen in den Stadtteilen</p> <p>Stadtteilvereine bieten Kulturprogramme an</p> <p>Kinder- und Dorffeste in den Stadtbezirken, wie z. B. in Bezgenriet, Holzheim, Hohenstaufen und Faurndau</p>	<p>Bewohner*innen in den Stadtteilen</p> <p>Innenstadtzentrierung des Kulturangebots</p> <p>Unkenntnis über das Kulturnutzungsverhalten und die Kulturinteressen der Zielgruppe</p> <p>Fehlende Kommunikationsmaßnahmen der Kulturakteure in die Stadtteile hinein</p>
<p>Menschen mit Behinderungen</p> <p>VHS-Angebot für Menschen mit und ohne Handicap (»Miteinander«-Programmheft)</p> <p>Jugendmusikschulangebot »Inklusive Musikwerkstatt«</p> <p>Die Stadtbibliothek verfügt über einen Bestand in einfacher Sprache</p> <p>CHAPEL-Veranstaltung »Disco Inklusiv«</p>	<p>Menschen mit Behinderungen</p> <p>Fehlende bauliche Barrierefreiheit der Kultureinrichtungen</p> <p>Fehlende Barrierefreiheit für Menschen mit kognitiven Behinderung</p> <p>Fehlende technische Ausstattung der Einrichtungen (z. B. keine FM-Anlage in der Stadthalle)</p> <p>Fehlende Angebote für Sehbehinderte oder Hörgeschädigte</p> <p>Eingeschränkte Erreichbarkeit der Kultureinrichtungen (teilweise schlechte ÖPNV-Anbindung)</p> <p>Fehlende Kommunikation auf den Websites zu Barrierefreiheit der Kulturangebote</p>
<p>Senior*innen</p> <p>Vielfältiges musikalisches Veranstaltungsprogramm</p> <p>Stadtseniorenrat bietet kulturelle Angebote, u. a. Seniorenakademie und Uni der Generationen</p> <p>Planung eines »Kulturtaxi«</p>	<p>Senior*innen</p> <p>Angebote werden bisher nicht ausreichend nachgefragt</p> <p>Angebote sind nur eingeschränkt bekannt/sichtbar</p> <p>Eingeschränkte Erreichbarkeit Veranstaltungen (teilweise schlechte ÖPNV-Anbindung)</p> <p>Fehlende Engagierte ab 65+</p>

Kulturkommunikation	
Stärken	Herausforderungen
<p>Bündelung des Kinder-Programms (»Kulturfüchse«-Programm)</p> <p>PIG, das Stadtmagazin, erscheint 1 x im Monat in einer Auflage von 10.000 Exemplaren (Fokus auf Göppingen)</p> <p>GEPP0 und NWZ berichten über das Kulturprogramm der Stadt</p>	<p>Mangel an einem digitalen Kulturkalender bzw. einer Informationsplattform für Kultur in Göppingen</p> <p>Fehlende zielgruppenspezifische Ansprachen</p> <p>Fehlende finanzielle und personelle Ressourcen für Kommunikation kultureller Produkte oder die Besspielung unterschiedlicher Kommunikationskanäle</p> <p>Mangelnde Erfahrung zielgruppenspezifischer Ansprachen</p>
»Dritte Orte«	
Stärken	Herausforderungen
<p>Kultur in der Innenstadt gebündelt: »Kulturmeile« (Mörikestraße) und »Goldenes Dreieck«</p> <p>Potenzial, die Kunsthalle als »Dritten Ort« stärker zu etablieren (Neugestaltung des Innenhofes)</p> <p>Offenheit der Kultureinrichtungen, das Potenzial der »Dritten Orte« zu nutzen (z. B. Stadtbibliothek, VHS)</p>	<p>Fehlende Verweilmöglichkeiten nach dem Besuch von (Kultur-)Einrichtungen</p> <p>Fehlende Gastronomie in den Kultureinrichtungen/in der Nähe der Einrichtungen</p> <p>Fehlende finanzielle Mittel (Räumlichkeiten, Barrierefreiheit)</p>
Kooperationen	
Stärken	Herausforderungen
<p>Hohe Kooperationsbereitschaft der freien Szene</p>	<p>Fehlende Vernetzung der zahlreichen Akteuren</p> <p>Geringe Kooperationsbemühungen der städtischen Einrichtungen und Schulen</p> <p>Veranstaltungsüberschneidungen/Themenüberschneidungen</p> <p>Konkurrenzverhältnis mit Blick auf Fördermittel</p>
Umlandfunktion	
Stärken	Herausforderungen
<p>Überregionale Bekanntheit von Märklin und Märklineum</p>	<p>Kaum Kooperationen mit Kulturakteuren im Umland (regionale Zusammenarbeit mit Kulturakteuren)</p>
<p>Kulturelle Bildungsangebote Musikschule, Bibliothek, VHS</p>	<p>Konkurrenzangebote der umliegenden Kommunen</p>

Tabelle 2: Ermittelte Stärken und Herausforderungen in der Übersicht

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Der Prozess zur Erarbeitung des Kulturentwicklungskonzepts für die Stadt Göppingen in der Übersicht.....	4
Abbildung 2: Stärken der Kulturlandschaft Göppingens.....	12
Abbildung 3: Herausforderungen der Kulturlandschaft Göppingens.....	17
Abbildung 4: Zukünftige Aufgaben und Tätigkeitsschwerpunkte des Kulturreferats	21
Abbildung 5: Übersicht der Herausforderungen und ersten Maßnahmen im Bereich der städtischen Kulturförderung	23
Abbildung 6: Herausforderungen und Maßnahmen für die Zielgruppe »Jugendliche und junge Erwachsene«	26
Abbildung 7: Herausforderungen und Maßnahmen für die Zielgruppe »Kinder und Familien«	28
Abbildung 8: Herausforderungen und Maßnahmen bei der Zielgruppe »Menschen mit internationalen Wurzeln«	30
Abbildung 9: Herausforderungen und Maßnahmen der Zielgruppe »Stadtteilbewohner*innen«	31
Abbildung 10: Herausforderungen und Maßnahmen bei der Zielgruppe »Menschen mit Behinderung« ..	32
Abbildung 11: Herausforderungen und Maßnahmen bei der Zielgruppe »Senior*innen«	34
Abbildung 12: Herausforderungen und Maßnahmen der Zielgruppe »Studierende«	35
Abbildung 13: Abgeleitete Handlungsfelder und Themen für den Workshop.....	40
Tabelle 1: Liste der befragten Expert*innen.....	8
Tabelle 2: Ermittelte Stärken und Herausforderungen in der Übersicht	44

Anhang: Leitfaden Expert*inneninterview

Entwicklung eines Kulturkonzepts für die Stadt Göppingen

Im Auftrag von:



Interviewpartner*in: _____ Ort: _____ Datum: _____

Interviewerinnen: Céline Kruska | Teresa Geiger

Vorbemerkungen

Als Teil der Erarbeitung eines Kulturentwicklungskonzepts führen wir im Auftrag der Stadt Göppingen Gespräche mit Kulturakteur*innen durch. Geplant sind insgesamt 21 Einzelinterviews mit ausgewählten Kulturschaffenden, Künstlern*innen und Vertreter*innen aus Politik und Verwaltung sowie zentralen Ansprechpartner*innen aus Querschnittsbereichen (z. B. Tourismus, Bildung und Soziales), um auf diese Weise zu einer qualitativen Analyse und Einschätzung der Ist-Situation zu gelangen, die Grundlage der anschließenden Strategie- und Konzeptentwicklung wird. Wir freuen uns daher sehr, dass Sie sich als »Expert*in« für ein Interview bereit erklärt haben. Ihre Erfahrungen und Ihr Wissen leisten einen sehr wichtigen Beitrag zur Entwicklung einer nachhaltigen Kulturstrategie für Ihre Stadt.

Zu den Expert*innen zählen vor allem ausgewählte Schlüsselpersonen aus dem Kulturbereich der Stadt Göppingen, aber auch Akteur*innen aus für den Kulturbereich relevanten Querschnittsfeldern (z. B. Tourismus, Wirtschaft, Bildung) und aus der freien Kultur- und Kunstszene. Der primäre Nutzen der Interviews besteht in der Informationsgewinnung und der Reflexion strategischer Perspektiven, der sekundäre Gewinn ist die Integration der Interviewten in den Strategieprozess. Dies ist eine wichtige Grundlage für die Akzeptanz und die Einbindung während der späteren Zusammenarbeit und in der Realisierungsphase.

Der Fragebogen ist in sechs Abschnitte unterteilt:

- I. Kultur in Göppingen: Erste Einschätzung von Stärken und Herausforderungen
- II. Kulturpolitik und -verwaltung
- III. Kulturelle Angebote und Vermittlung

- IV. Kooperationen
 V. Umlandfunktion
 VI. Ausblick

Da wir allen Expert*innen dieselben Fragen stellen, um die Antworten besser vergleichen und gewichten zu können, wird es ggf. die eine oder andere Frage geben, die nicht auf Sie zutrifft. Diese können im Gespräch übersprungen werden. Die Ergebnisse fließen als zentrale Informationen in die Kulturentwicklungskonzeption ein. Das Expert*inneninterview wird 60–90 Minuten dauern. Alle Antworten werden anonymisiert.

Lfd. Nr.	Leitfragen	Stichworte zu den Antworten
	Vorstellung und ggf. Klärung von Verständnisfragen	
I. Kultur in Göppingen: erste Einschätzung von Stärken und Herausforderungen		
I. 1	Was sind Ihrer Meinung nach <u>die Stärken der Kulturstadt Göppingen</u> , die sie für ihre Bewohner*innen und Gäste attraktiv macht? Ggf.: Gibt es die Marke »Göppinger Kultur« und wenn ja, wofür steht die Marke? Was ist ihr »Alleinstellungsmerkmal«?	
I. 2	Welchen <u>Stellenwert</u> hat aus Ihrer Sicht Kultur bei den Bürger*innen und Politiker*innen der Stadt Göppingen? Ggf.: Ist das Kulturangebot ein Thema in der Öffentlichkeit? Spiegelt es sich in den Medien wider?	
I. 3	Gibt es in der Stadt Göppingen kulturelle <u>Einrichtungen oder Themen</u> , denen Sie eine besondere Bedeutung und Wirkung/Strahlkraft nach innen wie nach außen beimessen?	

I. 4	<p>Auf der städtischen Website stellt sich die Stadt Göppingen mit folgendem Zitat vor:</p> <p><i>»Von Barbarossa bis zur Neuen Mitte – Ein Überblick über die bewegte Geschichte und spannende Gegenwart der Hohenstaufenstadt Göppingen«.</i> Welches Angebot gibt es zum <i>Thema Hohenstaufenstadt Göppingen</i> aus Ihrer Sicht und verfügt dieses auch über <u>regionale bzw. überregionale Strahlkraft</u>? Gibt es darüber hinaus kulturelle Potenziale/Themen, die touristisch stärker entwickelt werden könnten?</p> <p>Ggf.: Welche Themen könnten die Kulturinstitutionen ggf. stärker verbinden?</p>	
I. 5	<p>Wie schätzen Sie das kulturelle Angebot freier, gemeinnütziger und privatwirtschaftlicher Träger im Verhältnis zum öffentlichen Kulturangebot ein?</p>	
I. 6	<p>Welche <u>zentralen Probleme und Herausforderungen</u> sehen Sie derzeit im Kulturbereich der Stadt Göppingen?</p> <p>u. a. mit Blick auf</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktualität/Relevanz - Nachfrage/Inanspruchnahme - Kommunikation/Vermittlung - Digitalisierung - Finanzierung 	
I. 7	<p>Haben Sie ggf. bereits Ideen und Ansätze, mit denen auf den genannten Handlungsbedarf reagiert werden könnte?</p>	

II. Kulturpolitik und -verwaltung		
II. 1	<p>Wie beurteilen Sie die bisherigen <u>kulturpolitischen Entscheidungen</u> der Stadt Göppingen?</p> <p>u. a. mit Blick auf</p> <ul style="list-style-type: none"> - kulturpolitische Leitlinien (z. B. Kulturleitlinien von 2011) - Spartenkonzeptionen (z. B. Museen, Bibliothek) - kulturpolitische Einzelentscheidungen (z. B. Kulturimmobilien) - Aktionspläne im Bereich Soziales (z. B. Integrationsplan, Inklusionsplan) 	
II. 2	<p>Wie beurteilen Sie die derzeitige <u>Kulturförderpraxis</u> der Stadt Göppingen?</p> <p>u. a. mit Blick auf</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ziele - Verteilung - Verfahren - Kriterien <p>Schwerpunkte (u. a. Förderung von Kooperationen in der Kulturarbeit, Nachwuchsförderung in Vereinen und in freien Initiativen)?</p> <p>Ggf.: Welchen Aktualisierungsbedarf sehen Sie bei der derzeitigen Förderpraxis mit Blick auf Kriterien, Verfahren und Verteilung?</p> <p>Ggf.: Wo sehen Sie Verbesserungs- bzw. Innovationsbedarf?</p>	

II. 3	<p>Wie beurteilen Sie die derzeitige Förderpraxis der Stadt Göppingen mit besonderem Blick auf die Bedarfe der freien Kulturakteure?</p> <p>u. a. mit Blick auf</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mittel - Räumlichkeiten - Unterstützung Presse/Öffentlichkeitsarbeit 	
II. 4	<p>Gibt es Fragen und Themen, mit welchen sich die Kulturpolitik Göppingens zukünftig (stärker) befassen sollte?</p>	
II. 5	<p>Wie bewerten Sie die bisherige Arbeit des Kulturreferats der Stadt Göppingen?</p> <p>In der Rolle als:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dienstleister (z. B. Beratung und Unterstützung, Kommunikation/Fördermittel) - Moderator und Impulsgeber (z. B. Kooperations- und Netzwerkmanagement) - Veranstalter (z. B. der Kultur-Nacht oder des Schloss-Straßen-Fests (Familienfest))? <p>Ggf.: Kennen Sie den Personal- und Aufgabenzuschnitt des Kulturreferats?</p>	
II. 6	<p>Welche Wünsche haben Sie hinsichtlich der künftigen Arbeit des Kulturreferates der Stadt Göppingen?</p>	

	Ggf.: Welche der genannten Aufgaben sollten aus Ihrer Perspektive prioritär vom Kulturreferat erfüllt werden?	
III. Kulturelle Angebote und Vermittlung		
III. 1	<p>Wie schätzen Sie das Göppinger <u>Kulturan-gebot</u> für folgende <u>Zielgruppen</u> ein?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Familien und Kinder (u. a. Kinderkulturprogramm » Kulturfüchse«) - Jugendliche und junge Erwachsene - Menschen mit Behinderung - Menschen mit eingeschränkten sozio-ökonomischen Möglichkeiten - Menschen mit kaum oder wenigen kulturellen Vorkenntnissen und Erfahrungen - Menschen mit internationalen Wurzeln - Menschen in den unterschiedlichen Stadtteilen - Studierende - LGBTQI+²⁴ - Senior*innen - Tourist*innen - Zugewanderte - andere? <p>Ggf.: Werden die verschiedenen Zielgruppen in die Programmgestaltung einbezogen? Wenn ja, wie?</p>	
III. 2	<p>Welche <u>zentralen Barrieren</u> bestehen aus Ihrer Sicht für die kulturelle Teilhabe der Bürger*innen in Göppingen?</p> <p>Institutionell bedingte Barrieren, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - barrierefreie Zugänge - Öffnungszeiten/Eintritte - fehlende Vermittlungsangebote - fehlende Kommunikation 	

²⁴ LGBTQI+ ist eine Abkürzung für Lesbian, Gay, Bi, Trans, Queer und Intersex. Auf Deutsch steht dies für lesbisch, schwul, bisexuell, transgender, queer und intersexuell.

	<p>Subjektiv bedingte Barrieren, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - eingeschränkte Mobilität - fehlende finanzielle Ressourcen - fehlende zeitliche Ressourcen - kaum oder wenige kulturelle Vorkenntnisse und Erfahrungen (Schwellenängste) <p>Haben Sie ggf. bereits Ideen und Ansätze, mit denen auf die genannten institutionellen und subjektiven Barrieren reagiert werden könnte?</p>	
III. 3	<p>Wie schätzen Sie die Göppinger Kulturangebote hinsichtlich <u>zeitgemäßer Vermittlungs- und Programmformate</u> ein, u. a.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realisierung von aufsuchenden und/oder partizipativen Formaten - Umsetzung von In- und Outreach-Strategien²⁵? <p>Welchen Handlungsbedarf sehen Sie ggf.?</p>	
III. 4	<p>Wie beurteilen Sie die Kultureinrichtungen der Stadt Göppingen mit Blick auf eine <u>diversitätsorientierte Personalstruktur und Organisationskultur</u>?</p> <p>Welchen Handlungsbedarf sehen Sie ggf.?</p>	
III. 5	<p>Das Konzept von Kultureinrichtungen als <u>»Dritte Orte«</u>²⁶ der kulturellen Begegnung und des Austauschs wird derzeit umfassend diskutiert. Wie beurteilen Sie dieses</p>	

²⁵ In den vergangenen Jahren ist die Bedeutung von Outreach in dem Maße gestiegen, wie Kultureinrichtungen/-organisationen erkannt haben, dass sie andere Methoden und Wege finden müssen, um ein diverseres Publikum anzusprechen und zu beteiligen. Damit neue Besucher*innen erreicht werden können, erfordert es eine aktive, zielgerichtete Ansprache der Bevölkerung mit neuen Formaten und Konzepten, die in einem strategischen Outreachansatz zum Ausdruck kommen.

²⁶ Das Konzept von »Dritten Orten« wurde von dem Stadtsoziologen Ray Oldenburg (1991) entwickelt. »Dritte Orte« stellen inszenierte Lebensräume dar, in denen man sich vorübergehend aufhält. Auch Kultureinrichtungen können solche Orte der Gemeinschaft sein, die als Ausgleich zum eigenen Zuhause und der Familie (erster Ort) und der Arbeitswelt/Arbeitsstätte (zweiter Ort) aufgesucht werden. »Dritte Orte« üben eine gesellschaftliche Funktion aus. Dort kann es etwas zu essen und trinken geben und Gespräche können geführt werden.

	Konzept im Allgemeinen und mit Blick auf die Göppinger Kultureinrichtungen?	
III. 6	<p>Wie schätzen Sie die Situation der <u>Kulturellen Bildung</u> speziell in <u>Kitas und Schulen</u> ein?</p> <p>Ggf.: Wo liegen hier besondere Herausforderungen? Welche Bedarfe bestehen von Seiten der Bildungsträger sowie von Seiten der außerschulischen Kultur- und Bildungseinrichtungen?</p>	
III. 7	<p>Wie beurteilen Sie die Göppinger Kultureinrichtungen mit Blick auf zeitgemäße Maßnahmen im Bereich der <u>Kulturkommunikation</u> und des <u>Kulturmarketings</u>, z. B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zielgruppenspezifisches Medium (z. B. digital, analog) - zielgruppenspezifische Ansprache (z. B. leichte bzw. leicht verständliche Sprache, Tonalität) - zielgruppenspezifische Darstellung (z. B. Verhältnis Bild-Text) <p>Welchen Handlungsbedarf sehen Sie ggf.?</p>	
III. 8	Wo liegen für Sie die Chancen, aber auch Grenzen der <u>Digitalisierung</u> mit Blick auf eine Stärkung Kultureller Teilhabe in der Produktion, Vermittlung und Kommunikation von Kulturangeboten?	
IV. Kooperationen		
IV. 1	<p>Wie beurteilen Sie die <u>Kooperation</u> zwischen den Kulturakteuren in der Stadt Göppingen?</p> <p>Allgemein untereinander und im Speziellen zwischen den verschiedenen Trägern</p>	

	<p>öffentlich, frei-gemeinnützig und privatwirtschaftlich.</p> <p>Ggf.: Gibt es in der Stadt Göppingen Kultur-einrichtungen, -projekte, die für Sie beispielhaft besonders gut mit dem Thema Kooperationen umgehen?</p>	
IV. 2	<p>Wie beurteilen Sie die Kooperation der kulturellen Akteure mit Akteuren aus angrenzenden Bereichen (z. B. Tourismus, Bildung, Soziales) in der Stadt Göppingen?</p>	
IV. 3	<p>Welche gemeinsamen Aufgaben und Themen sollten künftig stärker gemeinsam umgesetzt werden?</p> <p>Ggf.: Welcher Austausch- und Kooperationsformate bedarf es hierfür?</p>	
IV. 4	<p>Wie können etwaige Kooperationsbarrieren behoben und Kooperationen insgesamt befördert werden? (z. B. organisierter Infoaustausch, Vernetzung, ressortübergreifende Absprachen, finanzielle Anreize, Modellprojekte).</p>	
V. Umlandfunktion		
V. 1	<p>Welche Rolle spielt das Göppinger Kulturangebot für die Kommunen und ihre Bewohner*innen im Umland?</p>	

V. 2	<p>Gibt es bereits Kooperationen im Kulturbereich, die über den Stadtraum Göppingens hinausgehen?</p> <p>Falls ja, um welche handelt es sich?</p>	
V. 3	<p>Welche Maßnahmen erachten Sie ggf. als sinnvoll, um den regionalen Dialog im Kulturbereich zu stärken? (z. B. regionales Kommunikationsformat, Regionalkonferenzen, kooperative Kulturentwicklung, regionale Modellprojekte).</p>	
VI. Ausblick		
VI. 1	<p>Welche weiteren Anmerkungen zur Kulturentwicklung in der Stadt Göppingen möchten Sie uns mit auf den Weg geben?</p>	
VI. 2	<p>Haben Sie besondere Wünsche und Anregungen für den Kulturentwicklungsprozess?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prozessbeteiligung - Prozessmethoden - ggf. nochmals Prozessthemen und -ziele 	

Herzlichen Dank für Ihre wertvolle Unterstützung!