

Wels gestaltet Kultur

Workshop 2 – Infrastruktur und Marketing

Dienstag, 06.11.2018

17:30 – 21:00

Stadthalle Wels

Methoden: Gruppendiskussionen / Fishbowl

Teilnehmer: 50

Moderation: Sibylle Schäfer

„Kultur beginnt im Herzen jedes einzelnen.“

Johann Nepomuk Nestroy (1801 - 1862)

österreichischer Dramatiker, Schauspieler und Bühnenautor

„Kultur muss so anziehend sein,

dass die Leute sie in ihrem Leben haben wollen.“

Sibylle Schäfer

Kulturtourismus & Kulturmarketing

Frage 1

**Was könnte für die Stadt Wels erreicht werden, wenn
Tourismus und Kultur
kooperieren?**

1

Kulturtourismus & Kulturmarketing
Frage 1

Was könnte für die Stadt Wels erreicht werden, wenn Tourismus und Kultur kooperieren?

Kulturelles ZENTRUM
IN DER
REGION!

SCHWERPUNKTE
SETZEN!

NEUES
Kulturimage!

Viel mehr!
& DARSTELLUNG

NEUE
ZIELGRUPPEN
(Touristen / Geschäftsleute / ...)

BESSERE
AUSLASTUNG DER
VERANSTALTUNGEN

BESSERE
Koordination i.
reg. VERANSTALTUNGSWESEN!

NOCH ATTRAKTIVER
FÜR KÜNSTLER!

Gäste bleiben
länger in WELS!

BESSERE
BEWERBUNG?

BEKANNTHEIT
WIRD GESTEIFERT
NACH NATIONAL | INTERNATIONAL

HOTELEKONOMIE
GASTRONOMIE
HANDEL
PROFITIEREN

WELSER KÜNSTLER
SIND WERBOTSCHAFTLER
FÜR WELS!

Transkript und Gliederung

Ziele

- Schwerpunkte setzen
- Vielfalt und Darstellung
- Bessere Terminkoordination im Veranstaltungswesen
- Bessere Bewerbung

- Neue Zielgruppen (Touristen / Gäste / Künstler)
- Noch Attraktiver für Künstler
- Bekanntheit wird gesteigert National / International
- Welser Künstler sind Werbebotschafter für Wels

- Kulturelles Zentrum in der Region

- Neues Kulturimage
- Bessere Auslastung der Veranstaltungen
- Gäste bleiben länger in Wels
- Hotellerie, Gastronomie und Handel profitieren

Kulturtourismus & Kulturmarketing

Frage 2

**Wie kann eine Kooperation
von Tourismus und Kultur
erfolgreich gestaltet werden?**

2

Kulturtourismus & Kulturmarketing
Frage 2

Wie kann eine Kooperation
von Tourismus und Kultur
erfolgreich gestaltet werden?

• PACKAGE ZWISCHEN
HOTELS + KULTUR-
ANGEBOT

• WEIN-TAUNELLOKAL
FÜR ÄLTERE

• INTERNATIONALES
KULTURANGEBOT

• BILDENDE KUNST
IST FAST NICHT PRÄSENT
(WTM / BEWAHRUNG!)

• KULTURANGEBOTE
FÜR KONGRESSE

• AUFLISTUNG
ALLER KULTURSCHAFFENDEN
FÜR DEN TOOLSHITZ

• KULTURANGEBOT
AN SCHULEN
WEITERLEITEN

• BASIS: GEEIGNETE
VERANSTALTUNGSLOCATION
(GASTRONOMIE)

• GASTRONOMIE ANGEBOT
PASSEND ZU VERANSTALTUNGEN
(ZEITEN!)

• STADT ALS
AUFTRAGGEBER FÜR
KULTUR + ANKAUF
VON KUNSTWERKEN

• FLUSS KREUZFAHRTEN
'ANZAPFEN'

Transkript und Gliederung

Maßnahmen

- Kulturangebot an Schulen weiterleiten
- Package zwischen Hotels und Kulturangebot
- Kulturangebote für Kongresse
- Package zwischen Hotels und Kulturangebot
- Kunst im öffentlichen Raum (Installationen, Brunnen, Hausfassaden) – einbinden der bildenden Kunst
- Stadt als Auftraggeber für Kultur und Ankauf von Kunstwerken
- Flusskreuzfahrten „anzapfen“
- Auflistung aller Kulturschaffenden für den Tourismus

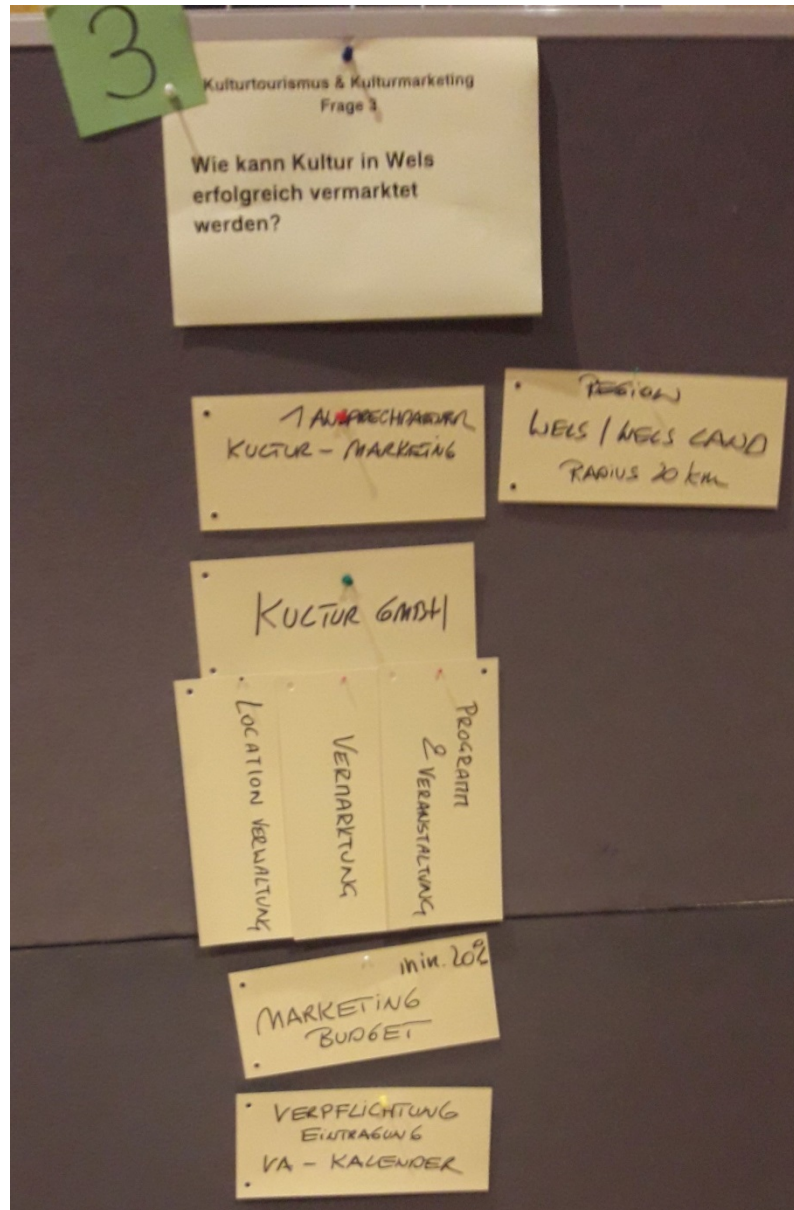
Was fehlt

- Kein Tanzlokal für Ältere
- Basis: Geeignete Veranstaltunglocation (Gastronomie)
- Gastronomieangebot passend zu Veranstaltungen (Zeiten!)
- Bildende Kunst ist fast nicht präsent (WT! / Bezahlung)
- Internationales Kulturangebot

Kulturtourismus & Kulturmarketing

Frage 3

**Wie kann Kultur in Wels
erfolgreich vermarktet
werden?**



Transkript und Gliederung

Ziel

- Errichtung einer Kultur GmbH mit folgenden Aufgaben:
 - Location Verwaltung
 - Vermarktung
 - Programm & Veranstaltung
- besetzt mit ausgebildeten KulturmanagerInnen – Kultur GmbH –

Maßnahmen

- Verpflichtung Eintragung VA – Kalender
 - mindestens 20% Marketingbudget
 - 1 Ansprechpartner Kultur-Marketing
-
- Region Wels / Wels Land Radius 20km

Infrastruktur, Räume, Leerstände, Stadtteile, Ausstattung

Frage 1

**Für welche Aktivitäten
werden welche Räume in der
Stadt benötigt?**

4

Infrastruktur, Räume, Leerstände,
Stadtteile, Ausstattung
Frage 1

Für welche Aktivitäten werden
welche Räume in der Stadt
benötigt?

• WELCHE RÄUME
GIBT ES?

• 1) ERHEBUNG

• 2) WIE SIND DIE
RÄUME AUSGESTATTET

• 3) WELCHE AKTIVITÄTEN
SIND GEPLANT

• Nutzung d öffentlichen
Raumes

behindertengerechte
Zugänge

• GIBT ES GENÜGEND
PROBERÄUME FÜR
JUNGE MUSIKER/BANDS
! ohne Hück!

• BEDÜRFNISSE DER
JUGEND ERKENNEN

• MODERATE
MIETEN

• Bedarf an kleinen,
günstigen Räumen

• HESSE WELS →
LEERSTÄNDE

• GRUNDSÄTZLICHE
AUSSTATTUNG UND TECHNIK
ANPASSEN

Transkript und Gliederung

Ziele

- behindertengerechte Zugänge
- Bedürfnisse der Jugend erkennen
- Messe Wels – Leerstände nutzen
- alte Holzbaracke in der Schulstraße umbauen und als „Vereinsräume“ für kleinere Vereine adaptieren. Mit technischer Ausstattung. Günstige Miete!
- Nutzung des öffentlichen Raumes

Maßnahmen

- Welche Räume gibt es?
 - Erhebung
 - Wie sind die Räume ausgestattet
 - Welche Aktivitäten sind geplant
- Gibt es genügend Proberäume für junge Musiker / Bands !ohne Miete“
- Grundsätzliche Ausstattung und Technik anpassen
- Bedarf an kleinen, günstigen Räumen
- Moderate Mieten

**Infrastruktur, Räume, Leerstände,
Stadtteile, Ausstattung
Frage 2**

**Welcher Service wird von der
Stadt im Bereich Infrastruktur
erwartet?**

5

Infrastruktur, Räume, Leerstände,
Stadtteile, Ausstattung
Frage 2

Welcher Service wird von der
Stadt im Bereich Infrastruktur
erwartet?

- Attraktive
Ausstellungsräume
f. d. Bildende Kunst

- LOKALITÄT für
~ 300-400 Personen
fehlt!

- BUDGET-POOL
(FÖRDERUNG) für
• LOKALITÄT-ZUTEILUNG

- Lokalitäten
zeitgemäß
• updaten (Schlachthof
Kornspeicher)

Transkript und Gliederung

Ziele

- Attraktive Ausstellungsräume für die Bildende Kunst
- Lokalität für ~ 300 – 400 Personen fehlt

Maßnahmen

- Budget-Pool (Förderung) für Lokalizuteilung
- Lokalitäten zeitgemäß updaten (Schlachthof, Kornspeicher)

**Infrastruktur, Räume, Leerstände,
Stadtteile, Ausstattung
Frage 3**

**Verhältnis Zentrum –
Peripherie: Wie gelingt hier
„kulturelle Anbindung?“**

• Kulturwoche / Kultur auf
kulturelles Angebot P.
Firmenfeiern,

• KULTUR MUSS ZU DEN
MENSCHEN KOMMEN
- KURZE WEGE

6
Infrastruktur, Räume, Leerstände,
Stadtteile, Ausstattung
Frage 3
Verhältnis Zentrum –
Peripherie: Wie gelingt hier
„kulturelle Anbindung?“

• KULTURBUS
Sammeltaxis,

• JUGENDLICHE ANSPRECHEN
- FH?
- Soziale Medien, ...

• Wie kommt man zu
Informationen?
Kultur App, Kategorisieren
nach Zielgruppe/Sparte, ...

• Verknüpfung mit
interkulturellen,
migrantisches Kulturverständnis

• LEERSTÄNDE NUTZEN
FÜR KULTURVERANSTALTUNGEN
- PROJEKTBEZUGEN
- POP-UP-KULTUR

• IN WELCH SPIELT SICH
ALLES IM ZENTRUM
AD

• SCHULEN
ANSPRECHEN

• -SCHWELLEN ABBAUEN
(Besucher in ihrem gewohnten
Verfaher kommen später ev.
auch ins Zentrum)

• Kultur im öffentl. Raum

• BEGRIFFE
18 UHR
... VARIIEREN

• FALSCH:
VERDICHTUNG INNENSTADT
ABREIßEN ALTER GEBÄUDE

• SCHWARZBUCH
was ist schon alles falsch
gemacht worden?

• IDEEN
- NACHMITTAGSVORSTELLUNG
IM SENIORENHEIM, ...

• Räume in Konzepte:
- Ausstellung, Tonanlage, ...

• Gezieltes Netzwerken,
Vermittlung in der
pluralen Gesellschaft

• RICHTUNG → RÄUME SIND
AUßERHALB VORHANDEN
ODER KÖNNEN GEBAUT
WERDEN/GEWESSEN, KREATIV
SEIN

Transkript und Gliederung

Ziele

- Kultur muss zu den Menschen kommen
- Kurze Wege
- Falsch: Verdichtung Innenstadt abreißen alter Gebäude
- Richtung => Räume sind außerhalb vorhanden oder können gebaut werden / genießen, kreativ sein
- Kultur im öffentlichen Raum

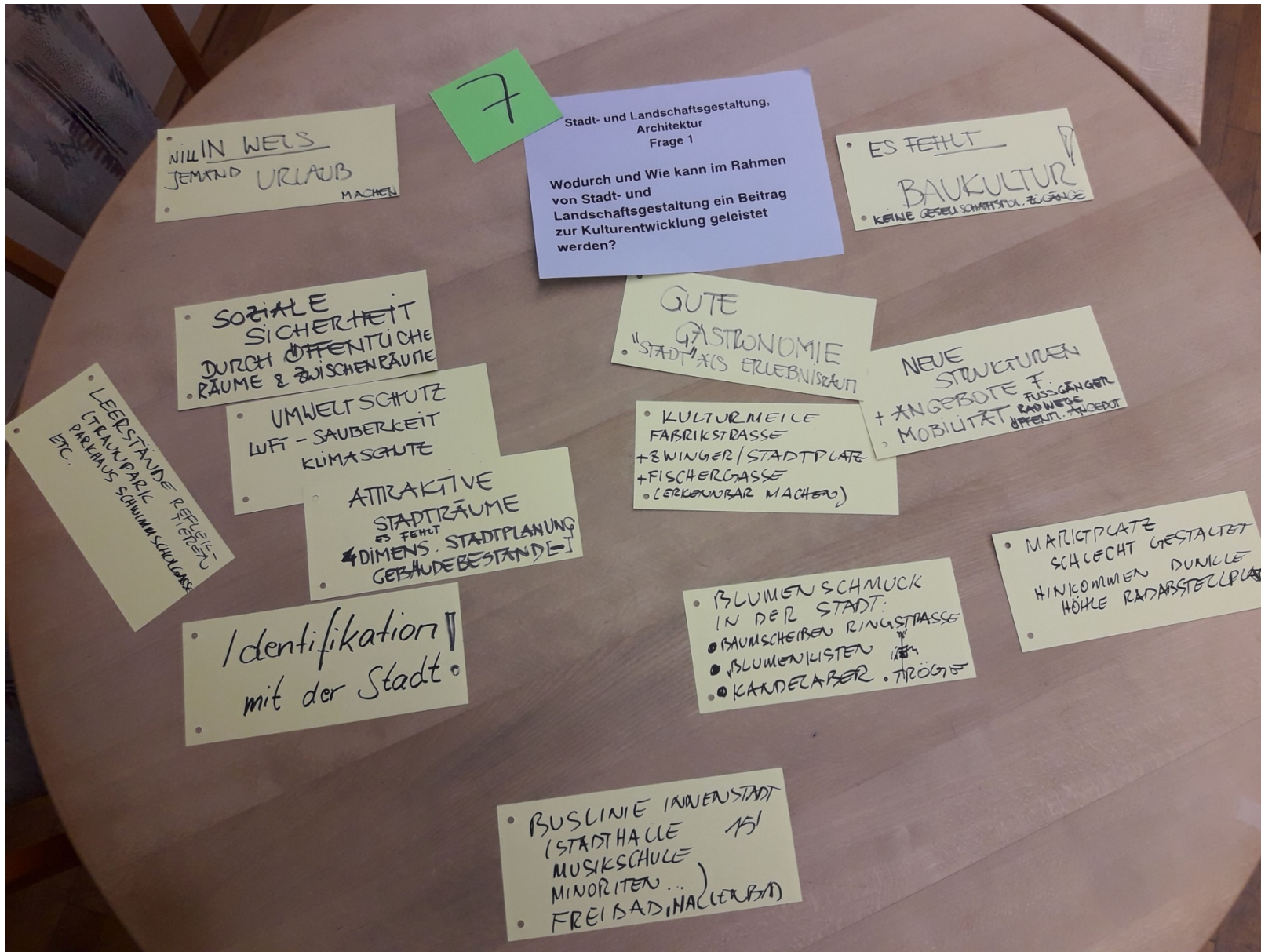
Maßnahmen

- Vernetzung mit interkulturellen migrantischen Kulturvereinen
- Gezieltes Netzwerken, Vermittlung in einer pluralen Gesellschaft
- Räume in Peripherie: Ausstattung, Tonaanlage
- Schwarzbuch was ist schon alles falsch gemacht worden?
- Schwellen abbauen (Besucher in ihrem gewohnten Umfeld kommen später ev. auch ins Zentrum)
- Schulen ansprechen
- Nachmittagsvorstellungen im Seniorenheim
- Beginnzeiten variieren 18:00 Uhr
- Leerstände nutzen für Kulturveranstaltungen
 - Projektbezogen
 - Pop-up-Kultur
- Kulturbus, Sammeltaxis
- Jugendliche ansprechen
 - FH?
 - Soziale Medien, ...
- Kulturmobil / Kultur auf Rädern kulturelles Angebot für Firmenfeiern

- In Wels spielt sich alles im Zentrum ab
- Wie kommt man zu Informationen? Kultur App, Kategorisieren nach Zielgruppe / Sparte, ...

Stadt- und Landschaftsgestaltung, Architektur Frage 1

**Wodurch und Wie kann im Rahmen von
Stadt- und Landschaftsgestaltung ein
Beitrag zur Kulturentwicklung geleistet
werden?**



7

• NIKLIN WELS
JEMAND URLAUB
MACHEL

Stadt- und Landschaftsgestaltung,
Architektur
Frage 1
Wodurch und Wie kann im Rahmen
von Stadt- und
Landschaftsgestaltung ein Beitrag
zur Kulturentwicklung geleistet
werden?

• ES FEHLT
BAUKULTUR
• KEINE GEBLICHENEN ZUGÄNGE

• SOZIALE
SICHERHEIT
DURCH OFFENTLICHE
RÄUME & ZWISCHENRÄUME

GUTE
GASTRONOMIE
• "STADT" ALS ERLEBNISRAUM

NEUE
STRUKTUREN
STARBOTE F.
+ ANGEBOTE F. FUSSGÄNGER
• MOBILITÄT RADWEGE
OFFEN. ANGEBOTE

• LEERSTÄNDE (REPERATUR)
TRAUENPARK
PARKHAUS SCHWIMMSCHULE
ETC.

• UMWELTSCHUTZ
LUFT - SAUBERKEIT
KLIMASCHUTZ

• KULTURMEILE
FABRIKSTRASSE
+ ZWINGER / STADTPLATZ
+ FISCHERGRASSE
• (LEIKUNBAR MACHEN)

ATTRAKTIVE
STADTRÄUME
• FEHLT
DIMENS. STADTPLANUNG
GEBÄUDEBESTÄNDE

• MARKTPLATZ
SCHLECHT GESTALET
HINIKOMMEN DUNKLE
HÖHLE RADARSTELLPLATZ

Identifikation
mit der Stadt.

• BLUMENSCHMUCK
IN DER STADT:
• BAUMSCHREIBEN RINGSTRASSE
• BLUMENLISTEN
• KANDELARBER . TRÖGEL

• BUSLINIE INNERSTADT
(STADTHALLE 15)
MUSIKSCHULE
MINORITEN ...)
• FREIBAD, NACHTBAU

Transkript und Gliederung

Ziele

- Identifikation mit der Stadt!
- Soziale Sicherheit durch öffentliche Räume und Zwischenräume
- Attraktive Stadträume
 - Es fehlt 4dimensionale Stadtplanung Gebäudebestand

Maßnahmen

- Neue Strukturen und Angebote für Mobilität
 - Fußgänger
 - Radwege
 - öffentliches Angebot
- Gute Gastronomie „Stadt als Erlebnisraum“
- Umweltschutz Luft-Sauberkeit Klimaschutz
- Blumenschmuck in der Stadt
 - Baumscheiben Ringstraße
 - Blumenkisten
 - Tröge
 - Kandelaber
- Kulturmeile erkennbar machen
 - Fabrikstrasse
 - Zwinger / Stadtplatz
 - Fischergasse
- Leerstände reflektieren
 - Traunpark
 - Parkhaus Schwimmschulgasse etc.
- Buslinie Innenstadt (Stadthalle, Musikschule, Minoriten) Freibad, Hallenbad

- Es fehlt Baukultur! Keine gesellschaftlichen Zugänge
- Will in Wels jemand Urlaub machen?
- Marktplatz schlecht gestaltet Hinkommen dunkle Höhle Radabstellplatz

Diskussion „Fishbowl“

Ausgehend von der politischen Aussage, dass nicht mehr budgetäre Mittel für Kultur zur Verfügung gestellt werden, hat die Gruppe mit der Fishbowltechnik sich an die Beantwortung folgender Fragen gemacht:

1. Wenn nicht mehr Mittel zur Verfügung stehen, wie gehen wir damit um?
2. Welche Ziele und Ansätze gibt es für das Thema?

Hier erfolgt der Versuch, die Statements der Diskussionsteilnehmer thematisch zu gruppieren:

Kulturbudget

- Wieso muss immer bei der Kultur gespart werden?
- In der Wirtschaft ist so ein Sparzwang nicht denkbar.
- Das Budget wird nicht mehr, aber die Kosten steigen.
- Die Diskrepanz zwischen Wirtschafts- und Kulturförderung ist hoch. Die Frage ist, wohin das Geld fließt.
- Wenn der geplante Mitteleinsatz transparent ist, dann kann auch der Geldfluss gelenkt werden.
- Warum ist es nicht möglich das Budget zu erhöhen, wenn die Ertragsanteile mehr werden?

Alternativen

- In der Verbindung Tourismus und Kultur gibt es Nutzen auch außerhalb des städtischen Budgets.
- Auch Budgetmittel aus anderen Ressorts können Kulturförderung betreiben, bzw. kann diese als solche verstanden werden.
- Sponsoring muss als Möglichkeit der Ortsentwicklung verstanden werden.
- Es geht nicht um zusätzliche Mittel sondern um eine neue Verteilung.
- Jemanden finden, der in der Stadt für Kultursponsoring zuständig ist.

Vernetzung

- Es braucht bessere Vernetzung, diese bedeutet aber Arbeit und Zeit. Hierfür können Online-Medien genutzt werden.
- Ein „Kulturcafé“ als regelmäßiges Treffen der Kulturvereine zum Austausch.

- Gemeinsam die Themen angehen und die Kultur von ihrem „hohen Ross“ stoßen.

Die Stadt

- Warum kommt man in eine Stadt? Wegen der Kultur!
- Die Welser sehen ihre Kultur nicht.
- Das Gute in Wels sollte mehr gesehen werden.
- Im Messeareal wird wesentlicher Platz durch die alten Hallen hin zur Traun verschenkt.
- Für den Kulturbegriff ist das Wohlbefinden sehr wichtig!
- Wels ist nicht zu klein für Kulturhauptstadt.
- Die Traun muss mehr genutzt werden.
- Es gibt einen starken Fokus auf die Innenstadt.

Vermarktung

- Es braucht gemeinsame Vermarktung, sowohl digital als auch analog.
- Die Vermarktung der Stadt soll nicht aus dem Kulturbudget erfolgen.
- Es ist die Frage der Kultur und des Kulturimages.
- Die Synergien zwischen den Vereinen und städtischen Einrichtungen müssen besser genutzt werden.

Programm

- Es stellt sich die Frage ob bei Qualität oder Quantität gespart wird.
- Wels muss qualitätsvolle Kultur anbieten.
- Die Konkurrenz ist in Linz besonders stark durch die hohen Subventionen des Landes.
- Es gibt einen hohen Migrationsanteil. Hier braucht es hohe Investitionen um etwas zu bewegen.
- Im Bereich Jugend und Kinder fehlt Budget, weil die Anfrage höher ist als das Angebot.
- Es geht um ein spartenübergreifendes Denken in der Kultur und der Verwaltung.
- Es braucht auch „Leuchttürme“ weil sonst Substanz verloren geht.

Statements

- Die Kulturschaffenden und die Politik müssen den Weg vorgeben.
- Kulturarbeit ist die Freizeit der anderen.
- Im Kulturbereich geht es um prekäre Beschäftigungen und Arbeitsbedingungen.
- Die Unabhängigkeit der Kultur muss gewährleistet werden.
- Nur auf die Politik zu warten wird nicht helfen.
- Kultur muss als Dienstleistung verstanden werden.

Schlusspunkt

- Wenn die Stadt einen höheren kulturellen Stellenwert will, dann braucht es mehr Geld. Von dieser Vision soll nicht abgerückt werden, aber es müssen auch Alternativen gesucht werden. Die Stadt muss aber in der Verantwortung bleiben.

Grundausstattung

**Was wird von Veranstaltern
und für Veranstaltungen an
technischem Equipment
benötigt?**

Transkript

- gute, moderne und flexibel konzipierte Fixinstallationen
- Stipendien für KünstlerInnen
- Kulturcafe
- (10) Open-Air Bühnen in der Stadt
- Headsets
- Lagerräume
- mobile Technik (Licht und Ton) zum ausleihen
- Induktionsschleife für HörgeräteträgerInnen !!!

Themenspeicher / Anregungen

- Kostenloses Bereit- u. Aufstellung von A1-Ständern bzw. „City Lights“ für Kulturankündigungen
- Gesundheitsmesse dzt. mit Sportvereinen ergänzt – Erweiterung für Kulturvereine sich kostenfrei zu präsentieren
- Unterstützung Stadtmarketing (Überarbeitung Website Veranstaltungen Wels)
- Aufleben des Welser Stadtfestes (ohne Kostenforderungen an teilnehmende Vereine gleich ob Sport od. Kultur)
- Tages-Fest der Sinne (Präsentation von Küche & Kultur, div. Marktstände, Bühnen damit sich „Migranten“ und heimische Kultur-Vereine präsentieren können
- Medienunterstützung / „Bürgeranwalt“ für Vereine die dzt. keine Lobby haben
- Kooperation mit Kindergärten/Schulen – verpflichtende Teilnahme (zumindest 2 x jährlich) zu einer „Kulturveranstaltung“ am Vormittag (ähnlich „So wird Musik gemacht“ – Initiative seinerzeit von Walter Rescheneder/Sponsoring Sparkasse)
- Unterstützung (Risikoteilung - nach Überprüfung Businessplan) für Organisatoren von Groß-Events