

# Empfehlungen zum Strategieentwicklungsprozess für die KulturRegion Stuttgart

→ Stand: 28. September 2011 – nach Diskussion im Strategieworkshop am  
23. September 2011 im Haus der Bürger in Remseck-Aldingen.



## KULTUREXPERTEN

Prof. Dr. Oliver Scheytt und Dr. Patrick S. Föhl

KULTUREXPERTEN Dr. Scheytt GmbH  
Huysenallee 78-80  
D-45128 Essen  
[www.kulturexperten.de](http://www.kulturexperten.de)

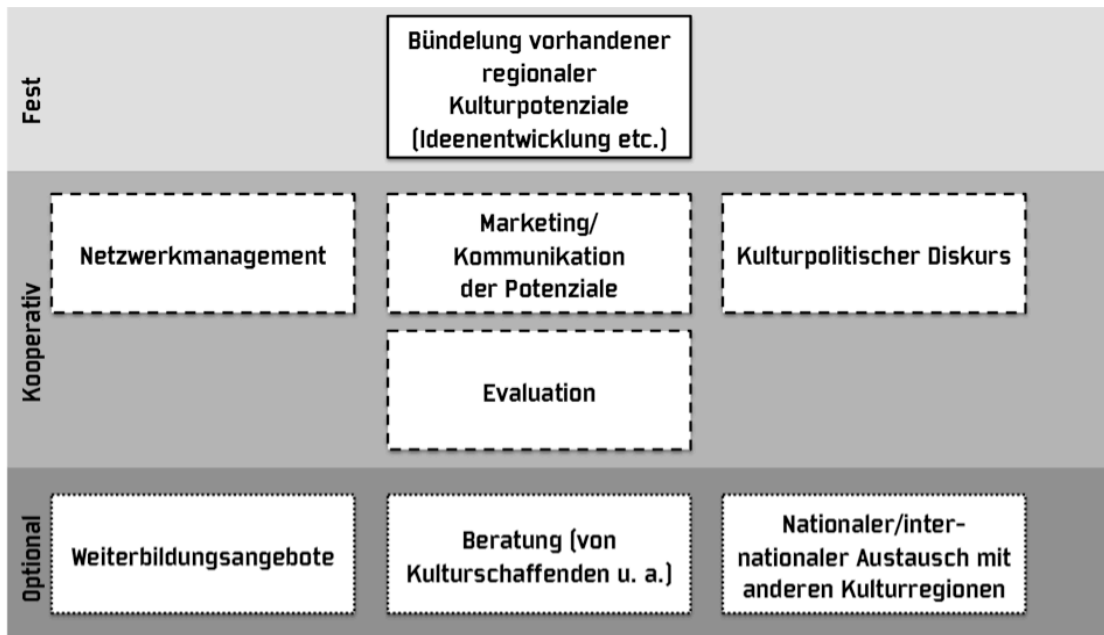
## **I. Ziele der KulturRegion Stuttgart für die kommenden 3 bis 5 Jahre**

- Für die strategische Ausrichtung der KulturRegion Stuttgart werden folgende Ziele vorgeschlagen:
1. Hauptziel der KulturRegion Stuttgart ist, durch gemeinsame Kulturveranstaltungen und -projekte sowie Kommunikationsmaßnahmen das kulturelle Erscheinungsbild einer lebenswerten Region zu prägen, mit der sich die Bewohner identifizieren und deren künstlerisches Profil Besucher schätzen. Dadurch schafft sie regionalen Mehrwert.
  2. Die KulturRegion Stuttgart ermöglicht Freiräume für die Entfaltung der Künste und künstlerischer Interventionen.
  3. Die KulturRegion Stuttgart veranstaltet alle zwei Jahre ein Kulturprojekt zu regional bedeutsamen und/oder gesellschaftlichen Themen und stärkt damit die Qualität des regionalen Kulturangebotes. Mit ihren Impulsen und Ideen ruft sie Kommunen, Künstler, kulturelle Akteure und Kulturvermittler dazu auf, sich in die Realisierung einzubringen.
  4. Die KulturRegion Stuttgart ist ein entscheidender Faktor im Binnenmarketing. Durch thematische Bündelungen führt sie das vorhandene Kulturangebot in der Region zusammen. Sie bewirbt die Themenjahre mit geeigneten Maßnahmen.
  5. Die KulturRegion Stuttgart stärkt den Austausch der Kommunen, Kulturschaffenden und Bürger untereinander. Sie wirkt an der Vernetzung und Qualifizierung von Kulturangeboten mit, ermöglicht einen regionalen kulturpolitischen Diskurs, verbessert die Kooperation mit anderen Politikfeldern und fördert das regionale Kulturleben.
  6. Die KulturRegion Stuttgart evaluiert regelmäßig ihre Aktivitäten und arbeitet mit hohen Qualitätsstandards.
- Der nächste Schritt im Strategieprozess ist die Verständigung aller Akteure auf diese Ziele.

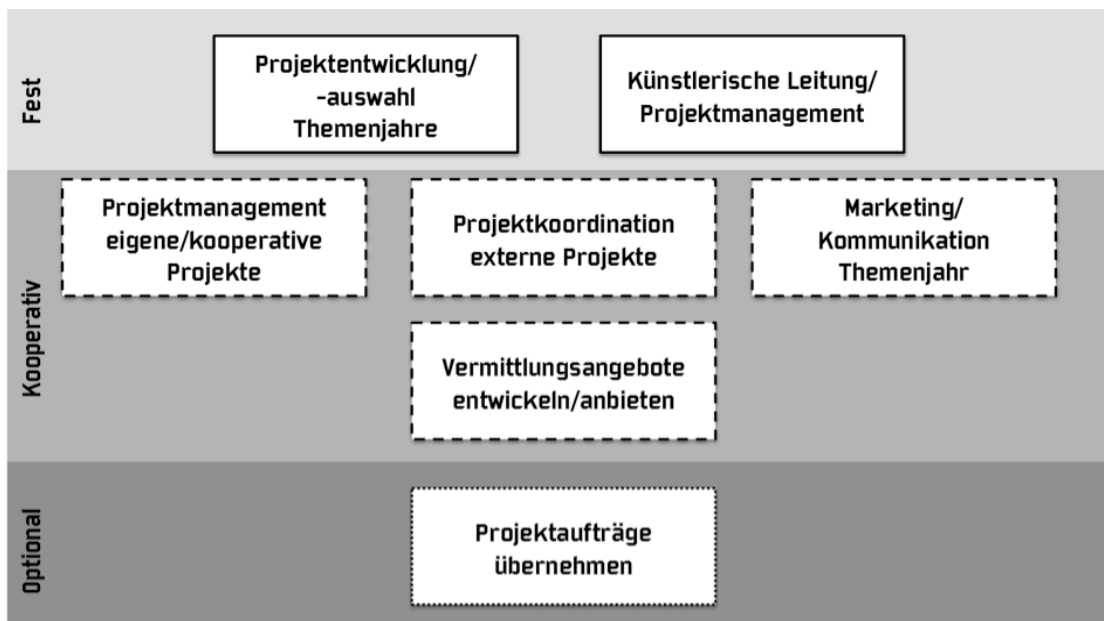
## II. Aufgaben

→ In drei Aufgabenbereichen denken:

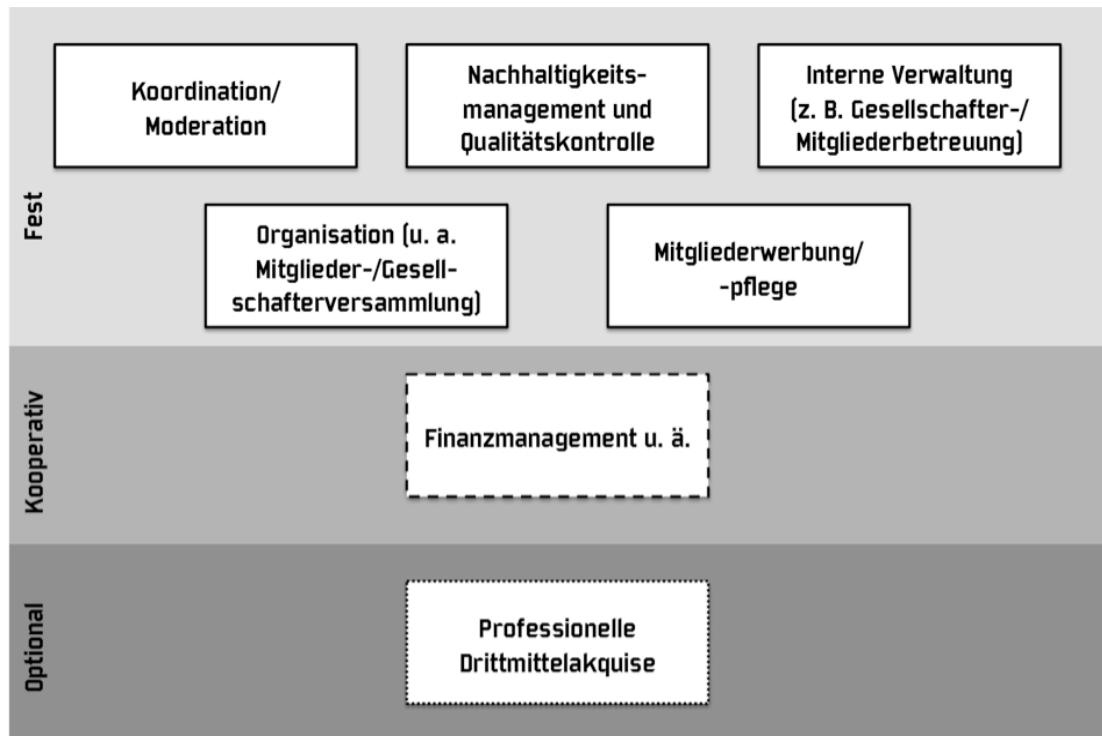
- **Daueraufgaben:** Realisierung von Verbundprojekten zur Aktivierung vorhandener Potenziale (z. B. regionale Museumsroute) und weiterer Dienstleistungen zur Schaffung eines regionalen Mehrwerts.



- **Projektaufgaben:** Vorbereitung und Durchführung von Themenjahren im Zweijahresrhythmus zu regional bedeutsamen und gesellschaftlich relevanten Themen.



- **Managementaufgaben der Geschäftsstelle: Den Betrieb der KulturRegion Stuttgart sicherstellen.**



### **III. Programmatistische Neuausrichtung**

#### **1. Daueraufgabe Vernetzung und Netzwerkmanagement:**

- Bildung thematischer und/oder spartenspezifischer Cluster (z. B. regionale Museumsroute), um in der Stadt Stuttgart und den Kommunen der Region vorhandene Potenziale zu mobilisieren, um einen regionalen Mehrwert zu erzeugen.

#### **2. Themenjahr ab 2014:**

##### **2.1 „Themenjahr“ (max. 2 Monate) im Zweijahresrhythmus, also 2014, 2016, 2018ff.:**

- Fokussierung der Themenjahre auf regional bedeutsame und für die Region relevante gesellschaftliche Themen.
- Entwicklung und Durchführung eigener Projekte zum Themenjahr; wenn sinnvoll grundsätzlich mit regionalen Kooperationspartnern.
- Aktivierung von externen Projekten zum Themenjahr (Koordination, Qualitätsmanagement, Integration).
- Für die Unterstützung von Projektvorschlägen von privat-gemeinnützigen oder Start-Up-Unternehmen aus der Kreativwirtschaft Einrichtung eines Projektfördertopfes.

##### **2.2 Themenfestlegung: Aufsichtsrat (GmbH) auf Empfehlung des Hauptausschusses des KulturRegion Stuttgart e. V.**

- Mehrstufenmodell durchführen zur Gestaltung des Übergangs zu den neuen Themenjahren ab 2014: „Lokale Schaufenster 2012“ und „Themeninseln 2013“.

##### **2.3 Künstlerische Leitung/Projektmanagement:**

- Besetzung Projektmanagement/künstlerische Leitung für jeweils zwei Jahre.
- Diese(r) zeichnet – in enger Abstimmung mit der Geschäftsstelle und den Gesellschaftern – für die Durchführung der Themenjahre verantwortlich.

#### **3. Vermittlungsangebote entwickeln/anbieten:**

##### **3.1 Einbeziehung fester und freier Kulturvermittler aus der Region in die Leistungserstellung.**

##### **3.2 Je Themenjahr Entwicklung eines übergreifenden, zeitgemäßen Vermittlungskonzeptes.**

#### **4. Projektaufträge von Städten und Kultureinrichtungen übernehmen:**

- Optional (abhängig von der Leistungsfähigkeit) Übernahme von Projektaufträgen zur Gestaltung von Angeboten für das Themenjahr.

## **IV. Marketing und Kommunikation**

### **1. Strategische Allianz aufbauen:**

- Kooperationsaufbau und Einbeziehung der Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH in alle Entscheidungen sowie Maßnahmen hinsichtlich des Marketings und der Kommunikation der KulturRegion Stuttgart (Qualitätskriterien, Abläufe abstimmen, Produktentwicklung u. a.).
- Neues Kommunikationskonzept entwickeln (Corporate Design).

### **2. Daueraufgabe: Marketing und Kommunikation:**

- Dauerhafte Kommunikation der KulturRegion Stuttgart über Website, Social Media und Broschüren.
- Entwicklung spezifischer Marketingmittel zu den Verbundprojekten, wie Themenseiten auf der Website, Broschüren/Faltblätter/Plakate, Social Media-Aktivitäten.
- Angebote in bestehende Instrumente einbringen (z. B. StuttCARD).
- Angebote in bestehende regionale Tourismusthemen einbringen (z. B. Erlebnisregion und Gourmetregion Stuttgart).
- (Binnen-)Touristische Leistungsbündel entwickeln.

### **3. Projektaufgabe Marketing und Kommunikation zu den Themenjahren:**

- Anmerkung: Ein Großteil der zuvor genannten Maßnahmen ist auch im Rahmen der Themenjahre durchzuführen. Darüber hinaus:
- Entwicklung themenspezifischer Kommunikationsmaßnahmen wie Medienpartnerschaften und Kooperationen mit Unternehmen.
- Gemeinsame Kommunikationsmaßnahmen mit den jeweiligen Projektpartnern durchführen.

### **4. Managementaufgaben der Geschäftsstelle:**

- Mitgliederwerbung/-pflege.
- Präsenz der Geschäftsführung und künstlerischen Leitung in der Region steigern.
- Einmal pro Jahr Einladung von Kommunen der Region Stuttgart, die bislang nicht Mitglied sind, um die KulturRegion Stuttgart vorzustellen.

### **5. Dauerhafter kulturpolitischer Diskurs:**

- Durchführung von kulturpolitischen Tagungen zu regionalspezifischen Themen.