



# Onlineworkshop zum Thema »Gesehen und gesehen werden« – eine gemeinsame Sichtbarkeitsstrategie für die Kultur«

## Ergebnisprotokoll

Dienstag, 01.12.2020, 18:00–20:30 Uhr

---

**Projektleitung:** Dr. Patrick S. Föhl  
**Stellv. Projektleitung:** Suse Klemm

**NETZWERK KULTURBERATUNG**  
**NETWORK FOR CULTURAL CONSULTING**

Fidicinstraße 13c  
10965 Berlin  
Internet: [www.netzwerk-kulturberatung.de](http://www.netzwerk-kulturberatung.de)

---

**Moderation und Dokumentation:**

Dr. Patrick S. Föhl und Suse Klemm

**Organisation, Koordination und Technik:**

Elke Scheler, Stadt Braunschweig

Alexander Anton, Stadt Braunschweig

Felix Kranz, Stadt Braunschweig

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Ziele und Tagesordnung des Workshops .....</b>	<b>3</b>
1.1	Hintergründe, Themen und Ziele .....	3
1.2	Ablauf .....	4
1.3	Aufbau Ergebnisprotokoll.....	6
<b>2</b>	<b>Dokumentation der zentralen Ergebnisse .....</b>	<b>7</b>
2.1	Ergebnisse der Auftaktumfrage.....	7
2.2	Ergebnisse der Arbeitsgruppen .....	8
2.2.1	Gruppe 1: »Braucht es eine gemeinsame Sichtbarkeitsstrategie für Kultur in Braunschweig? Wenn ja, wie kann sie zum Leben erweckt werden und wer sollte sie schreiben? (versetzen Sie sich insbesondere in die Perspektive verschiedener potenzieller Nutzer*innen)« .....	8
2.2.2	Gruppe 2: »Wie können vorhandene Marketing- und Kommunikationsaktivitäten besser gebündelt werden? Was braucht man dafür? (stellen Sie sich vor, Sie wären ein/e Kommunikationsexperte*in)« .....	9
2.2.3	Gruppe 3: »Storytelling Braunschweig! – Welche Geschichten können über Braunschweig erzählt werden (stellen Sie sich vor, sie wollen Ihren Bekannten im Ausland die Stadt kulturell kurz und knapp erklären)? Was steht Braunschweig gut zu Gesicht?« .....	9
2.2.4	Gruppe 4: »Wo könnte eine »Social-Media-Residency« angesiedelt werden und wie würde die Residency konkret aussehen? Welche weiteren Fragen gilt es zu stellen? Welche Themen in Bezug auf Sichtbarkeit fehlen?« .....	11
2.3	Ergebnisse der Abschlussdiskussion .....	12
2.4	Ergebnis der Abschlussfrage.....	13
2.5	Ergebnisse zur Zufriedenheit mit dem Workshop.....	14
<b>3</b>	<b>Zusammenfassende Beobachtungen der externen Begleitung .....</b>	<b>15</b>
	<b>Anlagen .....</b>	<b>17</b>

# 1 Ziele und Tagesordnung des Workshops

## 1.1 Hintergründe, Themen und Ziele

### Hintergründe und Themen der Online-Workshops

Vom 25. November 2020 bis zum 10. Dezember 2020 wurden insgesamt sechs Online-Workshops im Rahmen des Kulturentwicklungsprozesses (KultEP) der Stadt Braunschweig durchgeführt.

Aufgrund der Corona-Pandemie und der damit einhergehenden Einschränkungen fand eine Umstellung vom ursprünglich analog geplanten großformatigen Auftaktworkshop der partizipativen Phase mit parallelen Arbeitsgruppen zu ca. 8 Themen auf sequentielle, kleinformatische Online-Workshops statt. Als Videokonferenz-Plattform wurde das Format Webex<sup>1</sup> gewählt. Die Stadt Braunschweig bot im Vorfeld der Workshops Einführungen und Hilfestellungen zu Webex an.

Auf Grundlage der Ergebnisse der Experten\*inneninterviews, der Sichtung vorhandener Unterlagen, der ersten Reflexionen im KultEP-Beirat am 10. September 2020 – und damit einer entsprechenden »Legitimation«, einen Schritt weiterzugehen – sowie der Ergebnisse der Auftaktveranstaltung am 10. September 2020<sup>2</sup> konnten zunächst vier Themenblöcke abgeleitet werden:

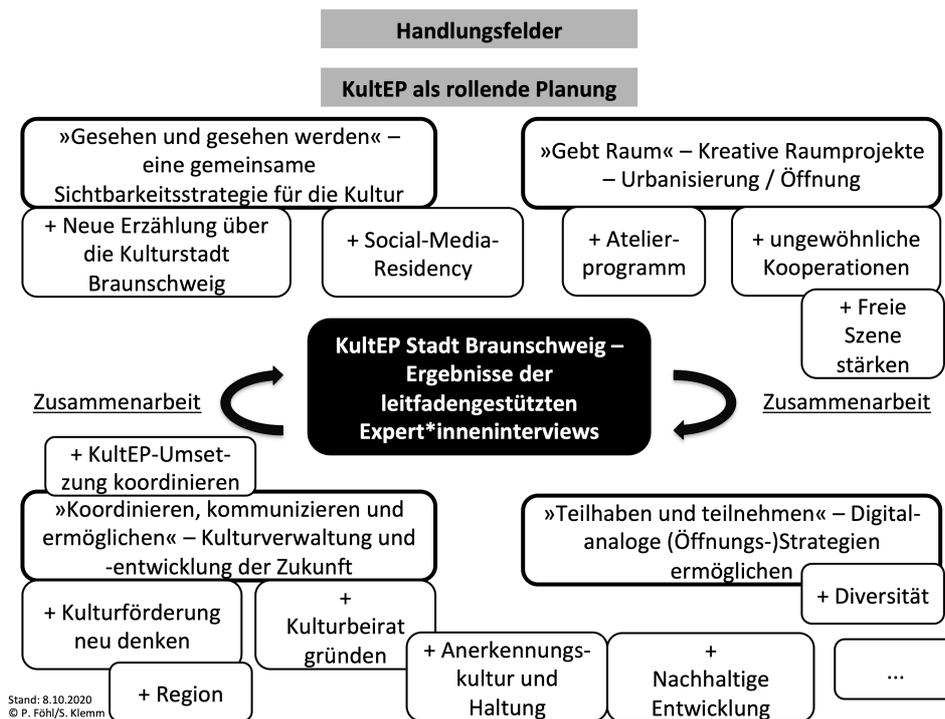


Abb.: Erste Ergebnisse der leitfadengestützten Experten\*inneninterviews und Vorabuntersuchungen.

1 S. <https://www.webex.com/de/video-conferencing.html>, letzter Zugriff am 14. Dezember 2020.

2 S. das Protokoll der Auftaktveranstaltung hier: [https://www.braunschweig.de/kultur/kulturentwicklungsprozess/Protokoll\\_Auftakt\\_10.9.2020.pdf](https://www.braunschweig.de/kultur/kulturentwicklungsprozess/Protokoll_Auftakt_10.9.2020.pdf), letzter Zugriff am 14. Dezember 2020.

Zu diesen vier Themenblöcken wurde jeweils ein Onlineworkshop einberufen. In diesen wurden u.a. die aufgeworfenen Themen ausdifferenziert und jeweils erste Maßnahmenansätze formuliert. Zuzüglich wurden noch ein Kreativlabor »Das undenkbare Denken« zur Ableitung weiterer Ideen durchgeführt und ein Workshop, der sich explizit mit den aktuellen Auswirkungen sowie Lehren aus der Corona-Pandemie für den Kulturbereich befasste.

Aufbauend auf diesen Workshops soll im Februar/März 2021 eine 2. Workshop-Sequenz angeboten werden.

### **Zusammenfassung der Ziele und Leitfragen**

Der hier dokumentierte Workshop »Gesehen und gesehen werden« – eine gemeinsame Sichtbarkeitsstrategie für die Kultur« verfolgte folgende Ziele:

- Ins Gespräch kommen – gerade in diesen schwierigen Zeiten
- Themen und Ideen zur weiteren Arbeit im KultEP sammeln
- Das Thema Sichtbarkeit wahrhaftig weiterbringen.

Für den Workshop wurden folgende Leitfragen formuliert:

- Braucht es eine gemeinsame Sichtbarkeitsstrategie für Kultur in Braunschweig? Wenn ja, wie kann sie zum Leben erweckt werden und wer sollte sie schreiben?
- Wie können vorhandene Marketing- und Kommunikationsaktivitäten besser gebündelt werden? Was braucht man dafür?
- Storytelling Braunschweig! – Welche Geschichten können über Braunschweig erzählt werden? Was steht Braunschweig gut zu Gesicht?
- Wo könnte eine »Social-Media-Residency« angesiedelt werden und wie würde die Residency konkret aussehen?
- Welche weiteren Fragen gilt es zu stellen? Welche Themen in Bezug auf Sichtbarkeit fehlen?

## **1.2 Ablauf**

### **Anmerkungen zum Ablauf**

Der Workshop »Gesehen und gesehen werden« – eine gemeinsame Sichtbarkeitsstrategie für die Kultur« fand am Dienstag, 01.12.2020, 18:00–20:30 Uhr statt.<sup>3</sup> Der Workshop begann mit einer Einführung in die Ziele, Grundregeln, Themen und Abläufe.<sup>4</sup> Um den Workshop möglichst abwechslungsreich und zugänglich zu gestalten, wurden verschiedene methodische Ansätze gewählt.

---

3 S. Teilnehmer\*innenliste im Anhang.

4 Die Einführung findet sich in Form einer PowerPoint-Präsentation im Anhang dieses Protokolls.

## Übersicht des Ablaufs

Der Workshop hatte folgenden Ablauf:

Zeit	Was?
18:00	Begrüßung seitens der Stadt Braunschweig
18:05	<p>Einführung seitens des Moderators/der Moderatorin (PowerPoint-Präsentation):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wo stehen wir?</li> <li>• Ziele des Workshops</li> <li>• Grundregeln der Kommunikation / Rollen (kurzfassen, Chat-Funktion nutzen, um Zwischenfragen zu stellen etc.)</li> <li>• Hinweis auf Teilnehmer*innenliste (keine Vorstellungsrunde) / Protokoll (Stichpunkte und Chatverläufe/Ergebnisse der Befragungen etc.)</li> <li>• Einführung Sichtbarkeit und Leitfragen</li> <li>• Ablauf des Online-Workshops.</li> </ul> <p>Kurze offene Umfrage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• »Was ist Ihre erste Assoziation in Bezug auf das Thema Sichtbarkeit und Kultur?« (2 Min.)</li> <li>• Dann kurze Diskussion der Ergebnisse.</li> </ul>
18:25	Verständnisfragen und Anmerkungen seitens der Teilnehmer*innen
18:40	<p>Online-Gruppenarbeit in vier Arbeitsgruppen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurze gegenseitige Vorstellung (Name/Funktion bzw. Projekt).</li> <li>• Einen Protokollanten / Protokollantin bestimmen oder kollektiv Ergebnisse festhalten.</li> </ul> <p>Folgende Fragen diskutieren (je ein Block pro Gruppe):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frage/Gruppe 1: »Braucht es eine gemeinsame Sichtbarkeitsstrategie für Kultur in Braunschweig? Wenn ja, wie kann sie zum Leben erweckt werden und wer sollte sie schreiben? (versetzen Sie sich insbesondere in die Perspektive verschiedener potenzieller Nutzer*innen)«</li> <li>• Frage/Gruppe 2: »Wie können vorhandene Marketing- und Kommunikationsaktivitäten besser gebündelt werden? Was braucht man dafür? (stellen Sie sich vor, Sie wären ein/e Kommunikationsexperte*in)«</li> <li>• Frage/Gruppe 3: »Storytelling Braunschweig! – Welche Geschichten können über Braunschweig erzählt werden (stellen Sie sich vor, sie wollen Ihren Bekannten im Ausland die Stadt kulturell kurz und knapp erklären)? Was steht Braunschweig gut zu Gesicht?«</li> <li>• Frage/Gruppe 4: »Wo könnte eine »Social-Media-Residency« angesiedelt werden und wie würde die Residency konkret aussehen? Welche weiteren Fragen gilt es zu stellen? Welche Themen in Bezug auf Sichtbarkeit fehlen?«</li> </ul>
19:20	Kurzes Blitzlicht aus jeder Gruppe zu den jeweiligen Antworten auf die Fragen 1–4 (jede Gruppe 5 Min.).
19:45	Themen aufgreifen / weitere Ideen einbringen.
20:05	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie geht es weiter?</li> <li>• Kurze offene Frage: »Welche Botschaft geht von diesem Workshop aus?« (2 Min.)</li> <li>• Dann kurze Präsentation der Ergebnisse.</li> </ul>
20:20	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abschluss und Ausblick / Nochmals Verweis auf Protokoll, die anderen Workshops.</li> <li>• Parallel: geschlossene Frage: »Wie hat Ihnen der Workshop gefallen?«: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 1. Sehr gut</li> <li>○ 2. Gut</li> <li>○ 3. Teils/teils</li> <li>○ 4. Geht so</li> <li>○ 5. Gar nicht</li> </ul> </li> <li>• Plus: Bitte, weitere Anmerkungen in den Chat zu schreiben.</li> </ul>
20:30	Ende

Zur Vorbereitung des Workshops wurden folgende Texte übersandt:

- [https://www.netzwerk-kulturberatung.de/content/1-ueber/1-dr-patrick-s-foehl/1-publikationen/die-suche-nach-dem-grossen-narrativ/fohl\\_probstle\\_jb\\_2019-20.pdf](https://www.netzwerk-kulturberatung.de/content/1-ueber/1-dr-patrick-s-foehl/1-publikationen/die-suche-nach-dem-grossen-narrativ/fohl_probstle_jb_2019-20.pdf)
- <https://www.kulturmanagement.net/dlf/f7987295ea07ad753f176a6fccf44a7d,1.pdf>

### **1.3 Aufbau Ergebnisprotokoll**

Die Ergebnisse des oben dargestellten Ablaufs werden im Folgenden dokumentiert. Die Teilnehmer\*innen wurden gebeten, die jeweiligen Ergebnisse (z.B. aus den Arbeitsgruppen) sowie weitere Anmerkungen und Ideen in den Chat zu schreiben. Zusätzlich wurden seitens der Stadt sowie der externen Moderation Stichpunkte notiert und die gesamte Sitzung aus Zwecken der Nachvollziehbarkeit aufgezeichnet. Alle Inhalte werden stets anonymisiert.

Es werden ausschließlich inhaltliche Anmerkungen aus den Chatprotokollen dokumentiert. Hinweise zur Technik o.ä. werden berücksichtigt, aber aufgrund der Übersichtlichkeit hier nicht wiedergegeben. Bei Bedarf können die Chatprotokolle eingesehen werden.

Die Ergebnisse aus den Umfragen werden hier 1:1 anonymisiert wiedergegeben.

Am Ende des Protokolls erfolgt eine Zusammenfassung und ein Ausblick.

## 2 Dokumentation der zentralen Ergebnisse

### 2.1 Ergebnisse der Auftaktumfrage

Den Teilnehmer\*innen wurde folgende Frage gestellt: »Was ist Ihre erste Assoziation in Bezug auf das Thema Sichtbarkeit und Kultur?« Die Teilnehmer\*innen konnten ihre Antwort in eine dafür vorgesehene Zeile eintragen, die für diesen Zweck eingeblendet wurde:

<b>Antworten der Teilnehmer*innen auf die Frage: »Was ist Ihre erste Assoziation in Bezug auf das Thema Sichtbarkeit und Kultur?« (Antworten werden 1:1 dokumentiert)</b>
Anschlussfähigkeit Kultur/breiter Kulturbegriff → Sport, Kulinarik etc. in Bezug auf Kommunikation.
Skulpturen im öffentlichen Raum, wie die Nanas in Hannover. So etwas (vielleicht mit Lichtkunstobjekten) würde ich mir auch in Braunschweig wünschen.
Dass da nicht wirklich so viel zu sehen ist in Braunschweig.
Welche Kultur soll sichtbar für wen werden? Ist sehr divers zu sehen.
Große Kulturinstitutionen sind präsent. Kleine liegen nur vereinzelt überall herum als Flyer oder bei Instagram, Facebook. Es gibt also nur Insiderwissen über bestimmte Kulturanbieter beim Stammpublikum.
Definitionsfrage.
Eigene Plattform, bezahlt von der Stadt aber nicht organisiert von der Stadt, sondern von Kulturschaffenden, Kooperation mit lokalen Marketingagenturen.
Teuer, wahnsinnig viel Arbeit. Gerade für die freie Szene mit vielen Hürden belastet. Ein Sumpf an Angeboten sich zu zeigen, der nicht gebündelt ist
Social Media.
Kultursäulen, öffentliche Verkehrsmittel/Haltestellen, digitaler und analoger Kulturstadtplan, Veranstaltungskalender.
Überraschende ungewöhnliche werbende Aktionen an ungewohnten Orten.
Wenig Sichtbarkeit für "kleine" Akteur*innen / Subkultur auf klassischen Kanälen.
Plattform für gemeinsame Sichtbarkeit sparten-, vereins- und verbandsübergreifend schaffen.
Zu wenig Raum in den relevanten Medien.
Selektion. - Farbe. - Kontraste. - Nachhaltigkeit: Erinnerung.
Vielfältig. Zugleich diffus und unvollständig.
Keine Antwort – 14/29 ( 48%).

*Tab.: Antworten der Teilnehmer\*innen auf die Frage: »Was ist Ihre erste Assoziation in Bezug auf das Thema Sichtbarkeit und Kultur?« (Antworten werden 1:1 dokumentiert)*

## 2.2 Ergebnisse der Arbeitsgruppen

Nach einer Diskussion über die Ergebnisse der Auftaktumfrage wurden die Teilnehmer\*innen nach dem Zufallsprinzip in vier Gruppen eingeteilt und aufgefordert, ihre jeweilige Leitfrage zu bearbeiten (s. unten).

Im Folgenden werden die Ergebnisse aus den einzelnen digitalen Arbeitsgruppen 1:1 dokumentiert (aus den Chatprotokollen; es werden lediglich Fehlerkorrekturen u.ä. vorgenommen und anonymisiert). Pro Gruppe wurde ein/e Protokollant\*in benannt, der/die die Ergebnisse im Anschluss im Plenum präsentierte und dann in den Chat schrieb.

...

### **Gruppe 1: »Braucht es eine gemeinsame Sichtbarkeitsstrategie für Kultur in Braunschweig? Wenn ja, wie kann sie zum Leben erweckt werden und wer sollte sie schreiben? (versetzen Sie sich insbesondere in die Perspektive verschiedener potenzieller Nutzer\*innen)«**

- Großer Wunsch nach einem einzigen Veranstaltungsportal → wer organisiert das? Wer steht hinter dem Portal? Wie wird es gewartet und finanziert? Konsens: Die Stadt damit nicht alleine lassen.
- Wichtig wäre:
  - 1. kostenloses Angebot nach Registrierung.
  - 2. Niederschwelliger Zugang für alle Kulturschaffenden (gerade die freien gehen oft unter). Es könnte sich über Werbung oder aber auch einen Sponsor finanzieren. Wichtig wäre auch: die Möglichkeit dort etwas zu finden, was man sonst nicht gefunden hätte. Anmerkung: es gibt den Veranstaltungskalender der Stadt. Eindruck: dieser wird wenig genutzt und ist doch auch auf der Seite der Stadt Braunschweig versteckt. Außerdem haben freie Gruppen dort eher Schwierigkeiten aufzutauchen. Stadt könnte die neue Veranstaltungsseite unterstützen mit mehrsprachigen Angeboten (oder haben wir hier Menschen, die auch so etwas leisten könnten?): Wichtig wäre es, dass die Plattform für ALLE zugänglich ist und es Kennzeichnungen gibt für Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen. Wir müssen uns fragen: wie lernen wir die Menschen kennen, die wenig mit Kultur in Kontakt kommen? Ticket Weitergabe (freie Tickets) → welche Aktionen gibt es? Können wir diese bündeln? Auch auf der Plattform kennzeichnen? Konkrete Ideen: Bürger\*innen Picknick (nicht Kultur-Picknick, um wirklich alle einzubeziehen) durch die ganze Stadt.
  - 3. Skulpturen von Menschen der Stadt (Braunschweiger Originale, Geflüchtete nach dem zweiten Weltkrieg und jetzt zum Beispiel), diese Skulpturen (Kulturladesäulen) auch funktional besetzen: können wie Siri nach Veranstaltungen gefragt werden, können vielleicht auch Musik spielen? Etwas vorlesen? Finanzierung?
  - 4. Kulturpavillon: hier gibt es alle Infos von allen Akteur\*innen plus Kaffee und Bier für wenig Geld. Wer organisiert das? Können wir als Schaffende mit der Stadt einen solchen Raum schaffen und "bespielen"? Vielleicht immer im Wechsel? Vielfalt ist das Gesicht der Stadt Braunschweig.
- Wir müssen analog, aber auch digital gebündelt sichtbar werden.

### 2.2.2 **Gruppe 2: »Wie können vorhandene Marketing- und Kommunikationsaktivitäten besser gebündelt werden? Was braucht man dafür? (stellen Sie sich vor, Sie wären ein/e Kommunikationsexperte\*in)«**

- Bestandsaufnahme.
- Zielgruppen? Online-Angebote. Instagram für jüngere Leute. Printmedien. Wie erreicht man alle? Einen Querschnitt. Informationsportal, auf dem Mitteilungen hochgeladen werden können. Unterstützung? Eine dpa für Braunschweig. Was ist mit der Kontaktstelle für Musik? Weitgehend unbekannt.
- Was wünschen wir uns? Medien, die alle erreichen. Ein Aufruf auf allen Kanälen. Wichtig: intelligente-kreative Suchmöglichkeiten, die Angebote und Menschen „matchen“.
- Gefragt ist aber auch inhaltliche Unterstützung, um die Angebote auf einem gleichen Level zu haben.
- Die Kommunikation sollte sich aber nicht auf das Digitale beschränken. Bündelfunktionen können durch Events oder Themen geleistet werden.

### 2.2.3 **Gruppe 3: »Storytelling Braunschweig! – Welche Geschichten können über Braunschweig erzählt werden (stellen Sie sich vor, Sie wollen Ihren Bekannten im Ausland die Stadt kulturell kurz und knapp erklären)? Was steht Braunschweig gut zu Gesicht?«**

- Storytelling: Braunschweig erscheint auf den ersten Blick als zerrissene Stadt, erst beim zweiten Hinschauen wird die kulturelle Vielfalt, viel Engagement, große Beteiligung sicht- und erfahrbar. Es gibt viele in sich relativ geschlossene Szenen. Es wird nicht sichtbar, dass es eine Kunsthochschule gibt. Nach außen dringen das Filmfest, das Anton-Ulrich-Museum, Lichtparcours, die Kulturnacht. Beispielsweise kann die Kulturnacht als Kulturraum weiter ausgedehnt werden, so dass daran viele weitere Aktivitäten und Räume, die bespielt werden können, anschließen.
- Der öffentliche Raum sollte mehr für kulturelle Aktivitäten genutzt werden.
- Die Internetseite der Stadt BS ist ein guter Raum zur Bündelung und Sichtbarmachung kultureller Aktivitäten. So etwas bräuchte es auch für die Sozialen Medien.

#### STORYTELLING Braunschweig

- Sammlung erster Eindrücke – wie erzählt sich Braunschweig?
  - Museum, Staatstheater als Leuchttürme: Geschichtsträchtigkeit
  - geografisch: bei Hannover, zwischen Hannover und Berlin
  - Nachkriegsbausünden, Fabrikstadt
  - „Du bewegst dich im normalen“
  - wenige verbindende übergreifende Veranstaltungen
  - Lichtparcours.

- Sammlung zweiter Eindrücke:
  - vielfältige Nischenangebote mit regem Austausch
  - Braunschweig war „Liebe auf den 2. Blick“
  - „Du musst jemanden kennenlernen um in die Szene / die Szenen zu kommen“ (verkapselfelte Szenen)
  - viele kleine Netzwerke, eher unverbunden, Aktivitäten nicht gleich zugänglich.
  
- Was steht Braunschweig gut zu Gesicht:
  - vielfältige Teilhabeangebote, Austauschmöglichkeiten und Gelegenheiten für Engagement
  - auch tolle „Nischenangebote“
  - kontrastierende Theaterszenen
  - viele einzelne Szenen, die nicht sichtbar werden
  - verbindende übergreifende Veranstaltungen wie Kulturnacht, Lichtparcours
  - Veranstaltungsseite der Stadt ist ein guter Ansatz was „Sammlung“ kultureller Ereignisse betrifft, aber sie ist leider nicht so schön aufgemacht – wer schaut da drauf?
  
- Was steht Braunschweig nicht gut zu Gesicht:
  - in vielen Jahren zu wenig Wertschätzung für die regionalen kulturellen Off-Pflanzen zerstrittene Szenen
  - zu wenig Off-Szene (nicht „gepflegt“, nicht gegossen).
  
- Was wird gebraucht – Ideensammlung:
  - Möglichkeiten im Öffentlichen Raum, spontan + immer beispielbar
  - Gelegenheiten nutzen Anker zu werfen: An „Höhepunkten“ anknüpfen und viel darum herum bauen
  - → ein Beispiel: Staatstheater Spielzeiteröffnung, Rundgang der HBK als Anlass für viele kulturelle Aktionen in der ganzen Stadt nehmen → weniger Konkurrenz und mehr Kongruenz, win-win-Situationen herstellen.
  
- Gedanken:
  - fehlt ein Medium wo alles zusammen kommt?
  - es bräuchte Steuerung und Koordination.
  
- Zusatzanmerkung:
  - für ein professionelles Storytelling über die „Kulturstadt Braunschweig“ ist ein separater Prozess notwendig, z.B. mit einer Agentur, die sich auf derartige Verfahren spezialisiert hat (ggf. zusammen mit „Social-Media-Residency“ denken).

## 2.2.4 Gruppe 4: »Wo könnte eine ›Social-Media-Residency‹ angesiedelt werden und wie würde die Residency konkret aussehen? Welche weiteren Fragen gilt es zu stellen? Welche Themen in Bezug auf Sichtbarkeit fehlen?«

- Wie kann so eine Social-Media-Residency aussehen?
- Wer ist das: Influencer\*in, Blogger\*in, Vlogger\*in, oder Literat\*in, Journalist\*in!?
- Es könnte auch ein diverses Team sein, das in ALLEN Bereichen / Kanälen aktiv ist.
- Oder: verschiedene Menschen, die „gelost“ werden, also auch kultur-/institutionsferne Menschen, aus Braunschweig berichten über die Stadt, bekommen Unterstützung, ihren Blick in den Medien zu veröffentlichen. Somit kommen plötzlich Leute ins Spiel, die sonst nicht im Kulturbereich präsent sind, sie multiplizieren auch in ihre Kreise.
- Zwei Ebenen: Service der Stadt, also es muss eine gemeinsame Plattform geben, online – man gibt seine Daten in eine einzige Maske ein, diese Daten werden technisch in alle Social-Media-Kanäle gespeist.
- Es bindet unfassbar viel Zeit für kleine Kulturschaffende, überall präsent zu sein.
- Oder es gibt an einem bestimmten Ort – Hallen, Theaterräume, regelmäßig Formate, in denen sich die einzelnen Kulturbereiche vorstellen.
- Frage: Wer füllt das? Die einzelnen Akteur\*innen, oder das Residency-Team/die Residency-Person?
- Blick von außen zeitweise im Social-Media Bereich. Beispiel Schweden schreiben über Schweden.
- Evtl. nicht nur zeitbegrenzt, evtl. nachhaltiger.
- Welcher Kanal? Medien? Text, Film, Bild, Audiopodcast...
- Was ist mit den Veranstaltungsmagazinen Subway, Clicclacc. Sie zeigen nur einen Ausschnitt und sind kommerzielle Anbieter.
- Was ist mit braunschweig.de?
- Für wen ist so eine Plattform – Außenstehende oder Bürger\*innen?
- Gut wäre, die wirkliche Vielfalt zu zeigen, die gesamte bunte Mischung der gesamten Kulturszene, gleichberechtigt.
- Sichtbarkeit Ideen.
- Wäre es möglich, einen Prozentteil der öffentlichen Plakatwände zur Verfügung stellen/mit zu buchen?
- Gibt es eine städtische Druckerei, können alle die Busse der BSVAG als Werbeträger nutzen, gibt es einen Ort für eine Videoleinwand, HBK-Kunst auf Brawo-Turm, ...
- Evtl. die Verteilung der Flyer bündeln als Teil der städtischen Förderung.
- Lokale Zeitung bezahlen für eine Beilage, Veranstaltungsanmeldungen Presse.
- Supersache: Kulturstadtplan mit einzelnen Links zu den Anbietern.

## 2.3 Ergebnisse der Abschlussdiskussion

Nach der Präsentation der Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen schloss sich eine Diskussion im Plenum an. Im Folgenden werden die Kommentare aus dem Chat und verbalisierte Kommentare dokumentiert. Des Weiteren wurden Kommentare eingearbeitet, die von Teilnehmer\*innen im Nachgang via Email übersandt wurden.

- Ich frage mich noch, wie man auf die unterschiedlichen Produkte Rücksicht nehmen kann. Es geht viel um Veranstaltungen, Events: Ausstellungen, Aufführungen, Vorträge. Was ist mit Kunstwerken, Büchern, Erkenntnissen?
- Für das Verbreitungsgebiet der Madsack-Zeitungen (gesamte Region, Peine, Gifhorn, Wolfsburg) gibt es für Vereine und Institutionen die Möglichkeit sich im Portal [www.unteruns-portal.de](http://www.unteruns-portal.de) anzumelden und dort Texte und Fotos hochzuladen, die ungekürzt veröffentlicht werden. Man sollte versuchen so etwas auch für die Braunschweiger Zeitung zu ermöglichen.
- Genau so etwas entsteht gerade hinter mir! (Anm. Föhl/Klemm: Teilnehmer weist auf eine Stadtkarte hinter ihm hin.)
- Eine Frage: gibt es eigentlich noch die Braunschweig App und könnte man die für "unsere Zwecke" nutzen?
- Hier gibt es die App „entdecke braunschweig“  
<https://www.braunschweig.de/tourismus/touristinfo/app.php> .
- Vielleicht könnte so etwas auch durch eine "Nacht der Kulturen" flankiert werden!?
- Braunschweig – Stadt des Lichts – Brunswick Fiat Lux.
- Kommentar: »Es ist gut, von Utopien zu sprechen (s. Montag), aber sind wir nicht, ganz nüchtern betrachtet, eigentlich Konkurrenten auf dem ›Marktplatz der Möglichkeiten‹? Ich meine Konkurrenten untereinander. Ich schätze es sehr, dass wir uns untereinander besser kennenlernen, aber jeder Teilnehmer(in) spricht doch von etwas ganz anderem, wenn es z.B. um die Sichtbarkeit geht: ein Staatstheater (dieses große Schiff, auf das wir alle stolz sein sollten!) hat allein für die Werbeabteilung ein wie auch immer großes Budget, während die Freischaffenden in ihrer Freizeit ihre Plakate und Flyer persönlich kleben und austeilen und diese noch aus eigenem Geld bezahlt. Also, es sprechen doch Profis mit Idealisten! Damit es ganz klar ist: ich bin absolut dafür, dass es unser Staatstheater, auch mit dieser finanziellen Ausstattung, gibt (!). Aber würde – um nur meinen Gedanken zu verdeutlichen – das Staatstheater Werbung machen für z.B. die Freie Bühne Braunschweig (AntiRost e.V.)? Und auch der öffentliche Raum ist ja nur begrenzt verfügbar. Oder: wer z.B. in die Braunschweiger Zeitung auf Seite 1 kommt, hängt doch effektiv davon ab, ob man einen guten Draht zum Kultur-Redakteur hat, und so weiter. Ich meine, es kam gestern nur zu wenig rüber, dass es darum gehen muss, dass alle (auch die ›Kleinen‹) einen einfacheren Zugang und eine Unterstützung bekommen sollten, um sich sichtbar zu machen. Aber im Endeffekt sind wir doch auch dann immer noch Konkurrenten. Oder?«

## 2.4 Ergebnis der Abschlussfrage

Den Teilnehmer\*innen wurde abschließend folgende Frage gestellt: »Welche Botschaft geht von diesem Workshop aus?« Die Teilnehmer\*innen konnten ihre Antwort in eine dafür vorgesehene Zeile eintragen, die für diesen Zweck eingeblendet wurde:

<b>Antworten der Teilnehmer*innen auf die Frage: »Welche Botschaft geht von diesem Workshop aus?« (Antworten werden 1:1 dokumentiert)</b>
Der breit geäußerte Bedarf nach einer allgemeinen, kostenlosen Informationsplattform für kulturelle Angebote sollte von der Politik beantwortet werden.
Wie soll die Plattform, die alle wollen, letztendlich organisiert und ausgestaltet werden.
Es gibt großen Vernetzungsbedarf und den Wunsch zur Gleichstellung der Akteure.
Ein zentrales Sprachrohr.
Gleichberechtigte Zugänge schaffen viele, auch überraschende Verknüpfungen. Das ist attraktiv.
Eine Sichtbarkeit ALLER Kulturangebote ist schwierig zu realisieren.
Gemeinsame Sichtbarkeit ist dringend erforderlich. Das sollte professionell unterstützt werden.
Wir wollen alle gesehen werden. Auch die kleinen Kulturschaffenden. Also macht alle mit, dann gibt's für alle alles gratis.
Unsere Vielfalt sollte nicht zu Konkurrenz in der Sichtbarkeit führen, sondern im Gegenteil zu einer Gemeinschaft. Vielfalt (auch in der Sichtbarkeit) ist Reichtum.
Die Stadt hat viel Kultur, aber verliert sich in zu vielen kleinen Gruppen, eine Bündelung des Angebots ist dringend nötig, es braucht ein Kulturportal.
Es wird eine gemeinsame digitale Plattform gewünscht.
Koordination der Sichtbarkeit ist notwendig.
Von der Einkapselung, von der Kleinmachung. Also: Umarmen, überraschen, flüssig und überraschend sein, und sich so anbieten.
Wir brauchen eine EIGENE Plattform für die Kultur in Braunschweig, die sich dann ja auch anhängen kann an Apps. Wir müssen auch mehr in der Stadt selber für Sichtbarkeit sorgen und für Chancengleichheit und Teilhabe aller (Sprachen, Einschränkungen, kein kultureller Bezug, ect.). Konkrete Umsetzungen schaffen.
Kostenlose/bezahlbare Möglichkeiten für mehr Sichtbarkeit schaffen wie Flyerverteilung, Plattform, Plakatflächen für freie Szene etc.
Braunschweig hat auf den 2.Blick viel zu bieten. Könnte es wichtig sein, diesen 2.Blick zu schärfen?
Keine Antwort – 8/24 ( 33%).
Gemeinsame Sichtbarkeitsstrategie bedeutet auch gemeinsam an einem Strang ziehen. (Nachträglich in den Chat eingetragen).

*Tab.: Antworten der Teilnehmer\*innen auf die Frage: »Welche Botschaft geht von diesem Workshop aus?«  
(Antworten werden 1:1 dokumentiert)*

## 2.5 Ergebnisse zur Zufriedenheit mit dem Workshop

Abschließend wurden die Teilnehmer\*innen gebeten, den Workshop im Hinblick auf ihre allgemeine Zufriedenheit zu bewerten. Das Ergebnis war wie folgt:

<b>Wie hat Ihnen der Workshop gefallen?</b>	
Sehr gut	4/24 ( 17%)
Gut	11/24 ( 46%)
Teils/Teils	2/24 ( 8%)
Geht so	0/24 ( 0%)
Gar nicht	0/24 ( 0%)
Keine Antwort	7/24 ( 29%)

*Tab.: Ergebnisse der quantitativen Befragung »Wie hat Ihnen der Workshop gefallen?«*

Darüber hinaus gab es noch einen weiteren konkreten Kommentar: »Vielen Dank für diesen wirklich interessanten Workshop: ich war vorher sehr skeptisch, bin aber nun bereichert!«

### 3 Zusammenfassende Beobachtungen der externen Begleitung

Das Thema Sichtbarkeit im Kulturbereich ist ein komplexes und virulentes sowie zugleich sehr wichtiges Handlungsfeld. Kulturangebote, die nicht gesehen werden, können auch nicht wahrgenommen werden, insbesondere von potenziellen Nutzer\*innen. Sichtbarkeit hängt also auch immer mit dem Thema Teilhabe zusammen. Zugleich hat der Workshop gezeigt, dass das Thema Sichtbarkeit bei vielen Teilnehmer\*innen mit dem Themenkomplex der Kooperation verbunden ist: Ressourcen bündeln, Wissen bündeln und Inhalte bündeln. Häufig fiel in diesem Zusammenhang der Begriff der Plattform. Zugleich wurde vereinzelt angemeldet, dass beim Thema Sichtbarkeit jede/r für sich selbst kämpfen muss. Einigkeit bestand allerdings darin, dass – angesichts begrenzter Ressourcen und eingeschränkter Aufmerksamkeit (in) der Öffentlichkeit – eine professionelle Bündelung von Informationen und Erzählungen sinnvoll sei. In diesem Zusammenhang wurden auch additive »Dienstleistungen« besprochen, die mit einer derartigen – noch genauer zu definierenden – digital-analogen Plattform verbunden sein könnten. Hierzu zählten insbesondere unterstützende Leistungen im Feld der Sichtbarkeit insbesondere für die freie Szene (u.a. Flächen im öffentlichen Raum), die »Social-Media-Residency« (ggf. auch dauerhaft) bzw. die Nutzung sozialer Medien (individuell und insgesamt für den Kulturbereich), eine additive App und ein öffentlicher »Kultur-Pavillon«.

Alle Maßnahmen müssen dabei – soweit möglich – den Anforderungen hinsichtlich Zugänglichkeit/Diversität (Barrierefreiheit, Mehrsprachigkeit, Nutzerfreundlichkeit etc.) entsprechen. Zugleich bedarf es einer gemeinsamen Erzählung (Storytelling) nach innen (Bevölkerung) und nach außen (Touristen\*innen), um den Kulturbereich insgesamt und mit seinen Bestandteilen besser kommunizieren und vermitteln zu können. Braunschweig sollte hier mit einer mutigen Erzählung überraschen.

Insgesamt sind also vor allem folgende Themen weitergehend zu prüfen und zu bearbeiten:

#### 1. Kulturelle Plattform:

- Was könnte eine (analog-)digitale Plattform genau sein? Was macht Sinn? Was nicht? Ist eine Plattform wirklich der richtige Weg, um das Thema Sichtbarkeit für den Kulturbereich insgesamt zu verbessern?<sup>5</sup>
- Wenn eine Plattform eingerichtet wird, welche internen und externen Anwendungen sollte sie beinhalten?
- Kann ggf. die städtische Seite entsprechend qualifiziert werden?
- Wer würde die Seite verantworten?

---

5 Das Thema kulturelle Kommunikationsplattform ist ein Dauerbrennerthema im gesamten Bundesgebiet. Dahinter steckt u.a. der Wunsch, dass vorhandene Informationswirrwarr zu bündeln, die vielen Anforderungen an die Nutzung sozialer Medien gemeinsam besser zu bewältigen, ggf. auch interne Dienstleistungen anzubieten (z.B. interne Austausch- und Kommunikationsplattform) und auch mit einer Stimme für die Kultur zu sprechen. S. hierzu z. B. das folgende Kulturportal der Stadt Frankfurt am Main: <https://kultur-frankfurt.de/portal/de/startseite/Museen/3/1215/0/0/1159.aspx> oder dieses ältere Exposé: [https://www.kulturkonzept-kyf-ndh.de/fileadmin/\\_migrated/content\\_uploads/Expose\\_Kommunikationsplattform\\_Kultur\\_KEK-Prozesse\\_Dez2014\\_final\\_01.pdf](https://www.kulturkonzept-kyf-ndh.de/fileadmin/_migrated/content_uploads/Expose_Kommunikationsplattform_Kultur_KEK-Prozesse_Dez2014_final_01.pdf), beide zuletzt aufgerufen am 16. Dezember 2020. Gleichzeitig stellt sich aber auch die Frage, ob der Nutzen und die Pflege für einer solchen Plattform im Verhältnis zum Aufwand stehen oder ob ggf. andere Formate besser geeignet sind.

**2. Social-Media-Residency:**

- Wo würde eine solche Residency angesiedelt (Einrichtung, Plattform, individuell o.ä.)?
- Würde es sich um eine Person handeln oder um ein Team?
- In welchem Modus würde über wen oder was geschrieben werden? Und auf welchen Kanälen?

**3. Storytelling:**

- Was könnte eine mutige Erzählung über die Kultur in Braunschweig sein?
- Sollte man für die Entwicklung eines entsprechenden Narrativen eine externe Agentur o.ä. hinzuziehen?

**4. Unterstützung / Bündelung von Dienstleistungen:**

- Sollte es ergänzend – z.B. angegliedert an die Plattform – eine Kultur-App geben?
- Wie kann die freie Szene beim Thema Sichtbarkeit besser unterstützt werden?
- Was könnte der »Kultur-Pavillon« tatsächlich leisten und wie würde dieser konkret aussehen?

**5. Weitere Fragen/Themen (Auswahl):**

- Sollten vorhandene Sichtbarkeitsansätze evaluiert werden?
- Wie können Aspekte der Teilhabe und Diversität – und ggf. auch der ökologischen Nachhaltigkeit – grundsätzlich Beachtung finden (verbindliche Richtlinien)?
- Macht es Sinn, dass Thema Sichtbarkeit gemeinsam mit dem Thema Teilhabe zu denken?
- Braucht es einen zentralen Ansprechpartner\*in für das Thema (ggf. angebunden an die Plattform)?
- Wie können vorhandene Elemente – z.B. Plattformen im Tourismus – qualifiziert bzw. besser verbunden werden?

## **Anlagen**

**Präsentation zur Einführung in den Workshop**

**Teilnehmer\*innenliste**



Online-Workshop – 1.12.2020

# Kultur entwicklungs prozess Braunschweig

»Gesehen und gesehen werden« – eine gemeinsame Sichtbarkeitsstrategie für die Kultur

**Kulturentwicklungsprozess für die Stadt Braunschweig**

**Patrick S. Föhl / Suse Klemm**

[www.netzwerk-kulturberatung.de](http://www.netzwerk-kulturberatung.de)

**NETZWERK KULTURBERATUNG  
NETWORK FOR CULTURAL CONSULTING**

**Online-Workshop »Gesehen und gesehen werden« –  
eine gemeinsame Sichtbarkeitsstrategie für die Kultur**

1. Dezember 2020

Online



# Wo stehen wir?

© P. Föhl

Kulturentwicklungsprozesse  
an Scheidewegen...

Wie wollen wir  
miteinander  
leben? – Wie  
kommen wir  
miteinander  
aus? Wie geht  
das?

Ich  
möchte  
– ich  
kann!

Keine Vision  
ohne Re-Vision

Bestmögliche  
Lösung für  
alle? Wer ist  
wir?

»Eine attraktive  
Zukunft hängt  
davon ab, dass  
man die  
Gegenwart richtig  
bewertet [...] und  
die  
Zusammenhänge  
erkennt.«  
C.-Kalergi

»Real-Talk« vs.  
schöne Worte

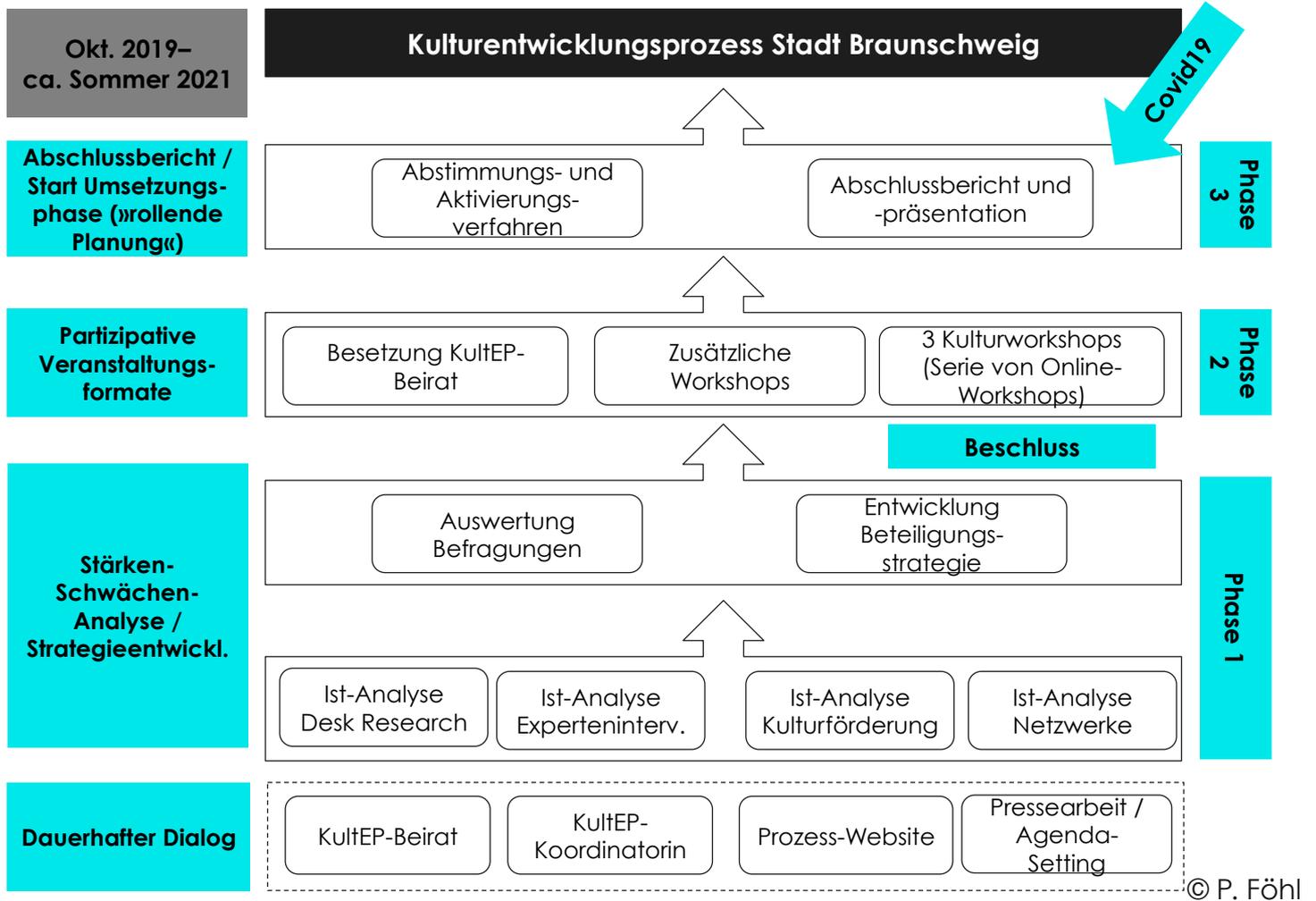
Wofür bin  
ich, nicht  
wogegen  
?!

Rhetorische  
Transformation  
vs. Selbst-  
erkenntnis

Neu anfangen –  
auch ohne den  
Weg genau zu  
kennen, aber  
mit einer  
kooperativen  
Basis

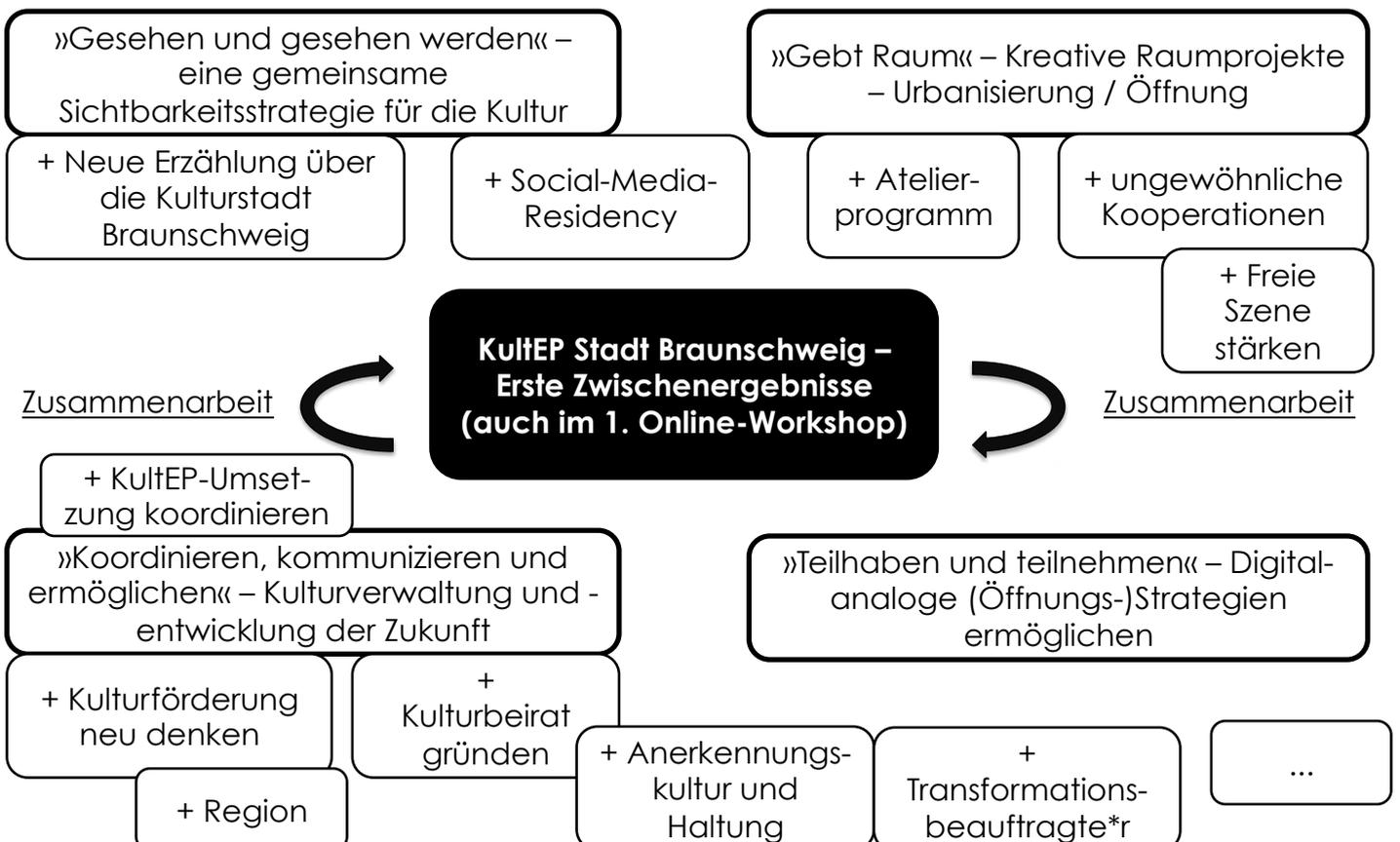
Zukunft ist  
jetzt.

In Anlehnung an Wolf Lotter



## Handlungsfelder

### KultEP als rollende Planung



# Workshop-Themen für die erste Sequenz

»Corona und die Folgen...« – Neue Formen der Kooperation und Solidarität

»Das undenkbbare Denken« – und das dann Weiterdenken. Ein Kreativlabor zu weiteren möglichen Themen der Kulturentwicklung in Braunschweig

»Gesehen und gesehen werden« – eine gemeinsame Sichtbarkeitsstrategie für die Kultur

»Teilhaben und teilnehmen« – Digital-analoge (Öffnungs-)Strategien ermöglichen

»Gebt Raum« – Kreative Raumprojekte – Urbanisierung / Öffnung

»Koordinieren, kommunizieren und ermöglichen« – Kulturverwaltung und -entwicklung der Zukunft



## Ziele des Workshops

**Ins Gespräch kommen – gerade in diesen schwierigen Zeiten**

**Themen und Ideen zur weiteren Arbeit im KultEP sammeln**

**Das Thema Sichtbarkeit wahrhaftig weiterbringen**

## Grundregeln des Workshops

**Toleranz gegenüber diesem nicht ganz einfachen Format.**

**Bitte ausreden lassen und kurz fassen sowie immer der Reihe nach.**

**Respekt und Toleranz.**

**Bitte auch den Chat benutzen.**

**Wir sind auch nach dem Workshop für Sie da.**

Hinweise

Teilnehmer\*innenliste.

Protokoll.

<https://www.braunschweig.de/kultur/kulturentwicklungsprozess/index.php>



Input, Leitfragen  
und Ablauf des  
Workshops



© P. Föhl

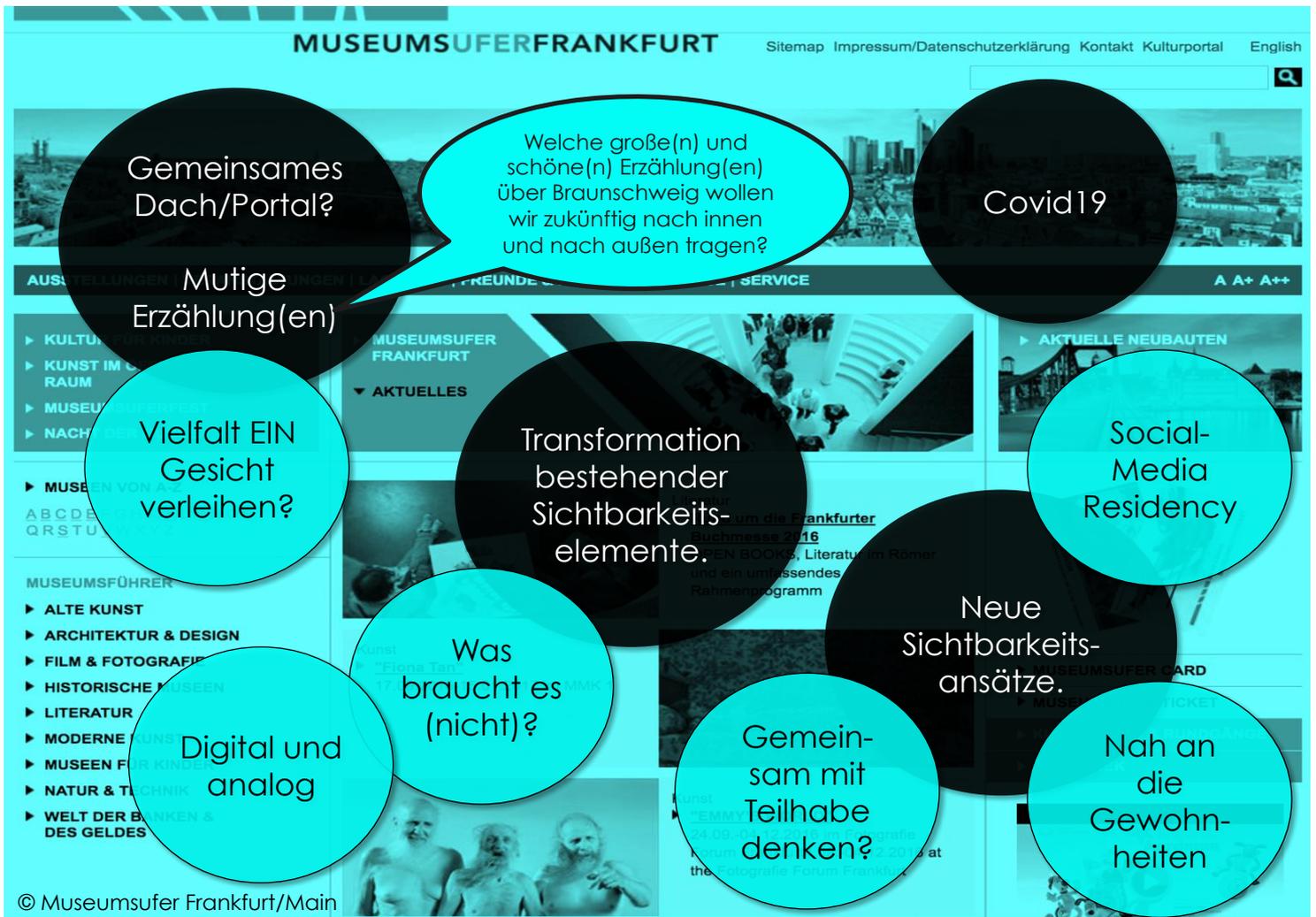
## Kulturelle Teilhabe/Bildung – Herausforderungen

→ Gilt überwiegend auch für Sichtbarkeit

Demo-  
kritisierung  
von Kultur

- Nice to say/claim, hard to do
- Überforderung/Komplexität
  - Wenig Verinnerlichung
- Alltagsherausforderungen
- Nicht verbunden / Mangelt häufig an den notwendigen Kooperationen
- Einzelprogramme/-konzepte = Add-on

© P. Föhl



## Ablauf des Workshops

1.

Verständnisfragen.

2.

Gruppenarbeit.

3.

Präsentation und Austausch.

+

Chat und Umfragen

4.

Abschluss und Ausblick.

## Leitfragen des Workshops

Frage 1: Braucht es eine gemeinsame Sichtbarkeitsstrategie für Kultur in Braunschweig? Wenn ja, wie kann sie zum Leben erweckt werden und wer sollte sie schreiben? (versetzen Sie sich insbesondere in die Perspektive verschiedener potenzieller Nutzer\*innen)

Frage 2: Wie können vorhandene Marketing- und Kommunikationsaktivitäten besser gebündelt werden? Was braucht man dafür? (stellen Sie sich vor, Sie wären ein/e Kommunikationsexperte\*in)

## Leitfragen des Workshops

Frage 3: Storytelling Braunschweig! – Welche Geschichten können über Braunschweig erzählt werden (stellen Sie sich vor, sie wollen Ihren Bekannten im Ausland die Stadt kulturell kurz und knapp erklären)? Was steht Braunschweig gut zu Gesicht? Was wäre eine mutige/zeitgemäße Erzählung?

Frage 4: Wo könnte eine »Social-Media-Residency« angesiedelt werden und wie würde die Residency konkret aussehen? Welche weiteren Fragen gilt es zu stellen? Welche Themen in Bezug auf Sichtbarkeit fehlen?



Dienstag, 01.12.2020, 18:00 bis 20:30 Uhr

»Gesehen und gesehen werden« – eine gemeinsame Sichtbarkeitsstrategie für die Kultur

**Teilnehmer\*innenliste**

<b>Cristina</b>	<b>Antonelli-Ngameni</b>	Geschäftsführender Vorstand Haus der Kulturen Braunschweig e. V.
<b>Wolfram</b>	<b>Bäse-Jöbges</b>	Geschäftsführer Okerwelle 104,6 Radio für die Region
<b>Dr. Brage</b>	<b>Bei der Wieden</b>	Vorsitzender Braunschweigischer Geschichtsverein e. V.
<b>Katharina</b>	<b>Binder</b>	Theater Grand Guignol GbR
<b>Dr. Alexander</b>	<b>Börger</b>	Freie Bühne Braunschweig - Theater bei AntiRost e. V.
<b>Prof. Wolfgang</b>	<b>Büchs</b>	Ausschuss für Kultur und Wissenschaft, Kulturpolitischer Sprecher Fraktion BIBS
<b>Henning</b>	<b>Bundies</b>	Braunschweig-BAROCK
<b>Christoph</b>	<b>Diem</b>	stellv. Schauspielregisseur Staatstheater Braunschweig
<b>Johannes</b>	<b>Ehmann</b>	Pressesprecher Staatstheater Braunschweig
<b>Michael</b>	<b>Ehrke</b>	KuK-BS e. V. (Laut Klub)
<b>Andrea</b>	<b>Fester</b>	Geschäftsführung Spielraum TPZ für Braunschweig und die Region e. V.
<b>Frank</b>	<b>Flake</b>	Ausschuss für Kultur und Wissenschaft, Geschäftsführer SPD Fraktion
<b>Dr. Elke</b>	<b>Flake</b>	Ausschuss für Kultur und Wissenschaft, Kulturpolitische Sprecherin Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN
<b>Juliane</b>	<b>Gaube</b>	Kontaktstelle Musik Fachbereich Kultur und Wissenschaft Stadt Braunschweig
<b>Florence</b>	<b>Houdin</b>	Frankophone Gruppe

<b>Andreas</b>	<b>Jäger</b>	Schauspieler, Sprecher, Moderator
<b>Thorsten</b>	<b>Rinke</b>	Vorstandsvorsitzender Internationales Filmfest Braunschweig e.V.
<b>Martin</b>	<b>Robeck</b>	Vorstand Bezirksmusikverband Braunschweiger Land e. V.
<b>Ingo</b>	<b>Schramm</b>	Fraktionsgeschäftsführer FDP
<b>Josephine</b>	<b>Schulz</b>	schrill e. V.
<b>Malte</b>	<b>Schumacher</b>	Philantropie-Berater
<b>Eike</b>	<b>Schumann</b>	Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Kultur- und Kommunikationszentrum Brunsviga e. V:
<b>Claudia</b>	<b>Sonntag</b>	EIKO e.V. (Förderung der Eigenkomposition e.V.), VSE e.V. Verein für Sexuelle Emanzipation
<b>Maria</b>	<b>Stenzel</b>	Stellv. Bereichsleitung Kommunikation Braunschweig Stadtmarketing GmbH
<b>Stefani</b>	<b>Theis</b>	Geschäftsführender Vorstand LOT Theater
<b>Gisela</b>	<b>Weiss</b>	Bildende Künstlerin
<b>Henrike</b>	<b>Wenzel</b>	DIE H_LLE / Kunstverein DIE H_LLE e.V.