



Ruhrfestspielstadt RECKLINGHAUSEN

Kulturentwicklungsplan





Kulturelle Ziele („Was wir erreichen wollen“) Bildende Kunst und Urbaner Raum



1. Aufbau und Pflege des interkommunalen Netzwerks

Synergetisches Arbeiten ist ein Muss: durch Vernetzung, durch das Bündeln von Ressourcen. Das kann z. B. zu gemeinsamen (einheitlichen) Vermittlungskonzepten führen oder bei der Suche nach Kooperationspartnern helfen (Gemeinsam sind wir stärker).



2. Optimierung und Koordination des Marketings

Kultur muss als harter Standortfaktor begriffen werden. Die „Marke Recklinghausen“ sollte einerseits identitätsstiftend geschärft werden und andererseits die Kulturstadt offensiv thematisieren.



3. Optimierung der Infrastruktur der bestehenden Einrichtungen

Sollen Kultur und Kunst die gesellschaftliche und strukturelle Entwicklung der Stadt mitgestalten und den Zusammenhalt in der Gesellschaft fördern, müssen sie sinnfällig ausgebaut und zukunftstüchtig finanziert werden.

Denn in einer komplexer gewordenen Welt bieten sie eine sinnlich-anschauliche Diskursplattform, um sich mit gesellschaftlichen Entwicklungen im Zeitalter der Globalisierung auseinanderzusetzen.



4. Optimierung des interkulturellen Dialogs

Die Zielgruppen orientierte Differenzierung der kulturellen Arbeit ist ebenfalls ein Muss. Sie verhindert die Zunahme kultureller Segregation sowie die Vervielfältigung der kulturellen Szenen.

Es geht darum, durch sinnliches Erleben und Erfahren zu (Selbst)Erkenntnis, zu Begegnung und Verständigung zu führen. Eine qualifizierte Vermittlungsarbeit befähigt, komplexe Veränderungen nicht nur zu begreifen, sondern sich darin zu orientieren und sie aktiv zu gestalten. Sie löst das „sprachlose“ Nebeneinander der verschiedenen Lebenswelten auf und bringt sie im Dialog zusammen.



5. Schärfung der programmatischen Debatte

Der Kulturentwicklungsplan der Stadt Recklinghausen muss seine soziale Kompetenz unter Beweis stellen: Er muss die soziale Heterogenität der Gesellschaft thematisieren und „aushalten“ und zu einer Optimierung der kulturellen Basisarbeit (soziale Randgruppen) führen. Die vielschichtigen und herausfordernden Veränderungen der Lebenswelt – Migration, Digitalisierung, demographischer Wandel – können durch zeitgemäße Vermittlungskonzepte auch als Chance begriffen werden.



6. Qualifizierung des öffentlichen Raums

Der öffentlich Raum definiert sich nicht als Leerraum: Er stiftet Identität und besitzt soziale Kompetenz, er schafft Orientierung und vermittelt gesellschaftliche Werte.

Der urbane Raum ist aus kultureller Sicht interdisziplinär zu denken.

Es gilt, ihn kommerzfrei zu halten und ihn als Raum „angstfreier“ Begegnung zu definieren.



Nächster Termin

Montag, den 18.09.2017

19:00 Uhr

Willy-Brandt-Haus

Raum 101