

AG 5

Kulturelles Gedächtnis, Museen, Gedenkstätten

Thesen für die Diskussion zur Kulturpolitischen Strategie

ZIEL Profilbildung

Stärkung Erinnerungsorte und Museen

Stärkung der Museumslandschaft Potsdam

Beitrag leisten zur Identitätsbildung der Stadt

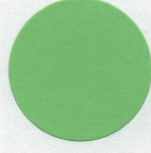
- Es lohnt, verschiedene Perspektiven auf denselben Kern zu betrachten. So können Bekenntnisse zu Nachhaltigkeit, Diversität, Umgang mit der eigenen Geschichte/ mit postkolonialem Erbe eine gemeinsame Haltung beschreiben, die sich auch auf die Profilbildung auswirkt

THESE: Profilbildung gelingt mit einer verbindenden Haltung und verbindlichem Handeln in Bezug auf übergeordnete gemeinsame Themen

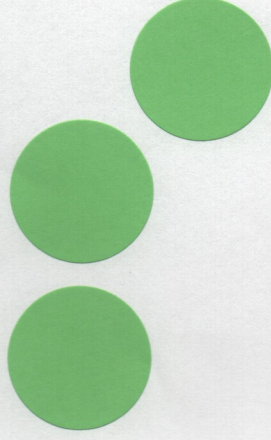
- Auch bei knapper Stadtkasse gilt: Mittel, die dem Zusammenwirken dienen, zahlen sich aus - nicht nur finanziell, sondern auch als Image- und Reputationswerte.



THESE: Mittel, die für Kommunikation, Koordination und Kooperation eingesetzt werden, sind Investitionen in kulturelle und ideelle Wertschöpfung.



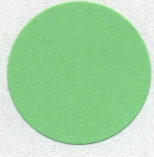
- Der Stellenwert und eine gelingende Kommunikation mit und in der Kulturverwaltung und den politischen Bezugsgruppen ist von zentraler Bedeutung.



THESE: Ohne Kommunikation, Koordination, Kooperation mit der Stadtverwaltung geht nichts.

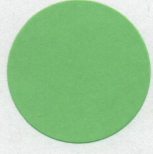
- Die Innenstadt will und soll nicht nur als touristisches Ziel entwickelt werden. Sie ist ein wichtiger Bezugspunkt für die Einwohner:innen der Stadt, die ebenfalls in ihren Wohnquartieren und Lebensmittelpunkten kulturelle Anknüpfungen suchen.

THESE: Die Innenstadt mit ihren kulturellen Angeboten kann einen entscheidenden Beitrag zur Identitätsbildung der Stadt leisten. Die Öffnung und Nutzung innenstädtischer Räume für Kultur und Kulturschaffende ist dafür eine Voraussetzung.



- Es ist wichtig, die Bedürfnisse der unterschiedlichen Bezugs- und Anspruchsgruppen zu kennen. Dennoch gilt: nicht alle müssen in gleichem Maße agieren und nicht alle Ansprüche müssen bedient werden.

THESE: Einige Mover und Shaker können für eine Profilbildung viel bewirken und auch für andere wirksam werden.



- Der Auftrag der Kulturvermittlung richtet sich nach innen (Hauptzielgruppe: die Bürger:innen; Fokus Identität) und nach außen (Hauptzielgruppe: Kulturtourismus; Soft Skills für Ansiedlungen etc.; Fokus: Kultur als Wirtschaftsfaktor).

THESE: Aus diesem Spannungsfeld ergeben sich unterschiedliche Entwicklungsstrategien mit je eigenen Schwerpunkten, Themen, Wegen, Chancen, Hürden



- Erfolg ist messbar, und Erfolgsnachweise werden eingefordert.
Es besteht die Notwendigkeit, den Erfolg neuer Konzepte zu überprüfen.

**THESE: Evaluation und Formulierung von
Erfolgskriterien müssen integraler Bestandteil
jeder Kulturstrategie sein.**