

# STADT.LAND. **BÜHNE**

**STARKE NETZWERKE FÜR EINE  
STARKE KULTURLANDSCHAFT.**

## **KULTURKONFERENZ DES KREISES STEINFURT**

„STADT.LAND.BÜHNE“ AM 17. MÄRZ 2026  
IM DA, KUNSTHAUS KLOSTER GRAVENHORST

**DOKUMENTATION DER BARCAMPs**

# THEMA: FINANZIERUNG

STADT.LAND.  
**BÜHNE**

Alternative Finanzierung:

- o Bsp. Rheine  
Veränderung: Kulturpol. Prozess
- o Sponsoren vor Ort für Kulturarbeit  
(Reputation: Kulturprogramm mit!)  
o Christian Salmen & Boatz
- o Austausch ohne erst mal Finanzen im Kopf
- o Recherche: welche Vereine gibt es vor Ort / was machen die?  
(Kulturstammtisch)
- o Netzwerkarbeit vor Ort  
Kooperationspartner vor Ort
- o transparent machen: Kosten einer künftl. Arbeit
- o Sponsoren: Warum sollte die Arbeit, die gemacht wird, gefördert werden?
- o Fördernewsletter (Teil des Forums!)  
zusätzl. RKP-Seite Förderung

## GREVEN:

Gute Erfahrung mit Sponsoren vor Ort – das braucht Zeit, und ein gutes Kulturprogramm ist notwendig für die Reputation. Bei Fragen dazu kann man sich gerne an Christian Salmen [Greven] wenden, der sich bereit dazu erklärt hat, Auskunft zu geben und Erfahrungen zu teilen. Für Sponsoren ist es wichtig, die Frage beantwortet zu bekommen: Warum soll diese Arbeit, die gemacht wird, unterstützt werden? Als sehr wesentlich wurde die Netzwerkarbeit vor Ort empfunden, um Kooperationspartnerschaften zu finden und zu realisieren.

## UNTERSTÜTZEND:

Einführung eines Kulturstammtisches vor Ort: Welche Vereine gibt es vor Ort, was machen diese, wo kann man sich [gegenseitig] unterstützen, Projekte realisieren.

Einführung der Honoraruntergrenze von Künstlerinnen und Künstler wurde als positiv erwähnt, um auch nach außen deutlich zu machen, dass Künstlerinnen und Künstler bestimmte Honorar benötigen, um davon leben zu können.

## ANREGUNG:

Einrichten einer Rubrik: „Förderung“ im Forum der Website [www.stadtlandbuehne.de](http://www.stadtlandbuehne.de) um Infos und Neuigkeiten im Bereich Förderung mit allen zu teilen

[Anmerkung: Diesen Gedanken wird das Team von Stadt.Land.Bühne mitnehmen].

## HINWEIS RKP:

Auf der Seite der RKP / in deren Newsletter wird man ebenfalls regelmäßig über Fördermöglichkeiten informiert.

## WÜNSCHENSWERT:

Austauschmöglichkeiten zwischen Kommunen und Künstlerinnen und Künstler, um Ideen zu teilen und zu entwickeln, ohne immer zuerst Finanzen im Kopf zu haben

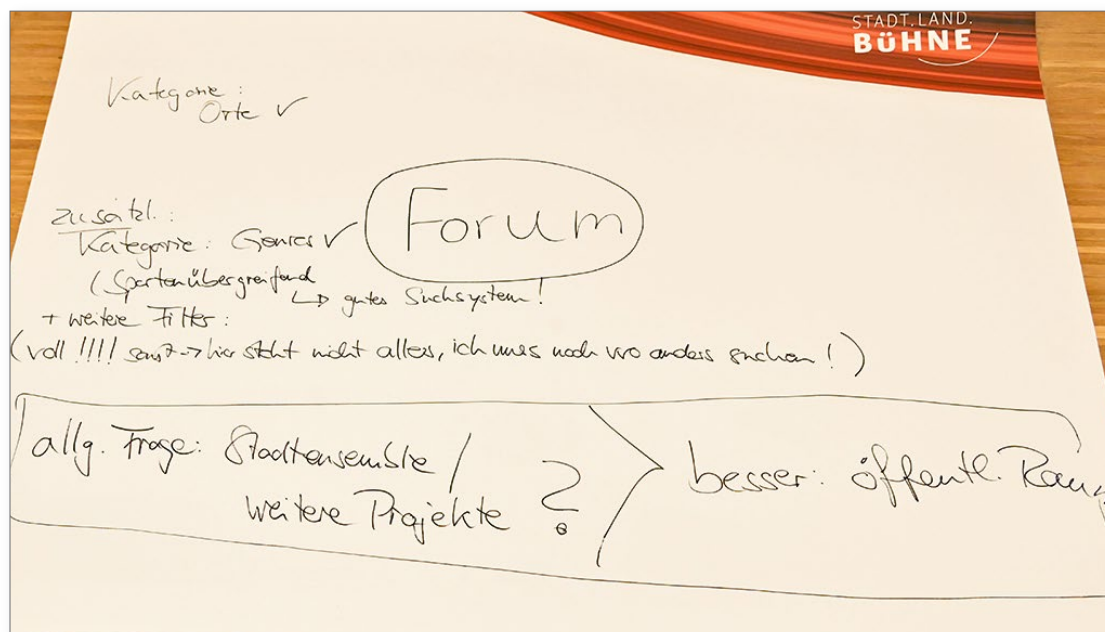
[Anmerkung von Stadt.Land.Bühne: Kulturspaziergänge könnten dafür eine Möglichkeit sein].

## BEDARF / FRAGE SEITENS DER KÜNSTLERINNEN UND KÜNSTLER:

Wie können Projekte realisiert werden, die Nischenprojekte oder Projekte für wenige Zuschauende sind? [Anmerkung von Stadt.Land.Bühne: Auch hier könnte ein Kulturspaziergang ein Ausgangspunkt für Projekte speziell für Nischen in den jeweiligen Kommunen sein].

Jan Christoph Tonigs merkte noch an, dass Rheine im Begriff ist, den kulturpolitischen Prozess zu ändern. Wer an dieser Stelle mehr erfahren möchte, kann sich gerne an Jan-Christoph Tonigs, Stadtkultur Rheine, wenden.

## THEMA: **FORUM AUF DER INTERNETSEITE "STADT.LAND.BÜHNE"**



Das Forum als Ort zu nutzen, wo Kommunen Gesuche einstellen können:  
Bsp.: Ich suche für ein Stadtfest, für mein Kulturprogramm...

### **WUNSCH / ANREGUNG:**

Das Forum aber auch als Ort zu nutzen, wo seitens der Kommunen gezielt nach Produktionen/Projekten/Künstlerinnen und Künstler gesucht werden kann. Dazu braucht es ein gutes Filtersystem um gezielt suchen zu können.

### **Beispiele:**

- Spielort: öffentlicher Raum, kleine Bühne, große Bühne
- Für junge Menschen ab 12 Jahren / ab 14 Jahren / Kindergarten...
- Für max. 50 Zuschauende / 100 / 500...
- Musik, Schauspiel, Performance, Tanz...

### **ANREGUNG:**

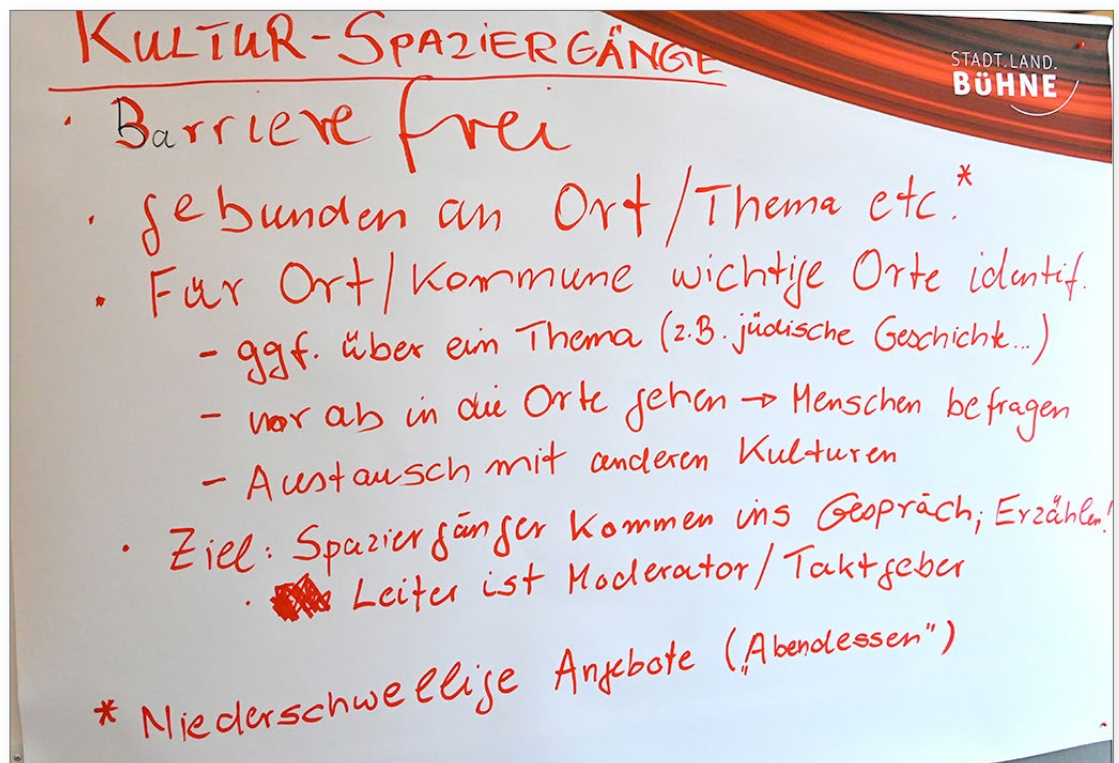
Es ist gut, wenn viele Produktionen/Projekte eingepflegt werden, damit das Gefühl von: „hier finde ich was“, entsteht. Wenn das Angebot zu gering ist, hat man das Gefühl, man müsste auch wo anders noch suchen.

### **VORSCHLAG HOMEPAGE „STADT.LAND.BÜHNE“:**

Statt des Begriffs „Stadtensemble-Projekte“ den Begriff: „Projekte im öffentlichen Raum“ nutzen.



## THEMA: **KULTURSPAZIERGÄNGE**



Sollten möglichst barrierefrei gestaltet werden:

Die Idee dazu ist, sich bei Gestaltung der Route an den Einschränkungen Einzelner auszurichten.

Am Schluss könnte eine gemeinsame Aktion stehen: Picknicken, etwas gemeinsam verfasst zu haben, ein Fazit ziehen, ...

Es sollte thematisch auch schon im Titel ein persönlicher Bezug vorstellbar sein.

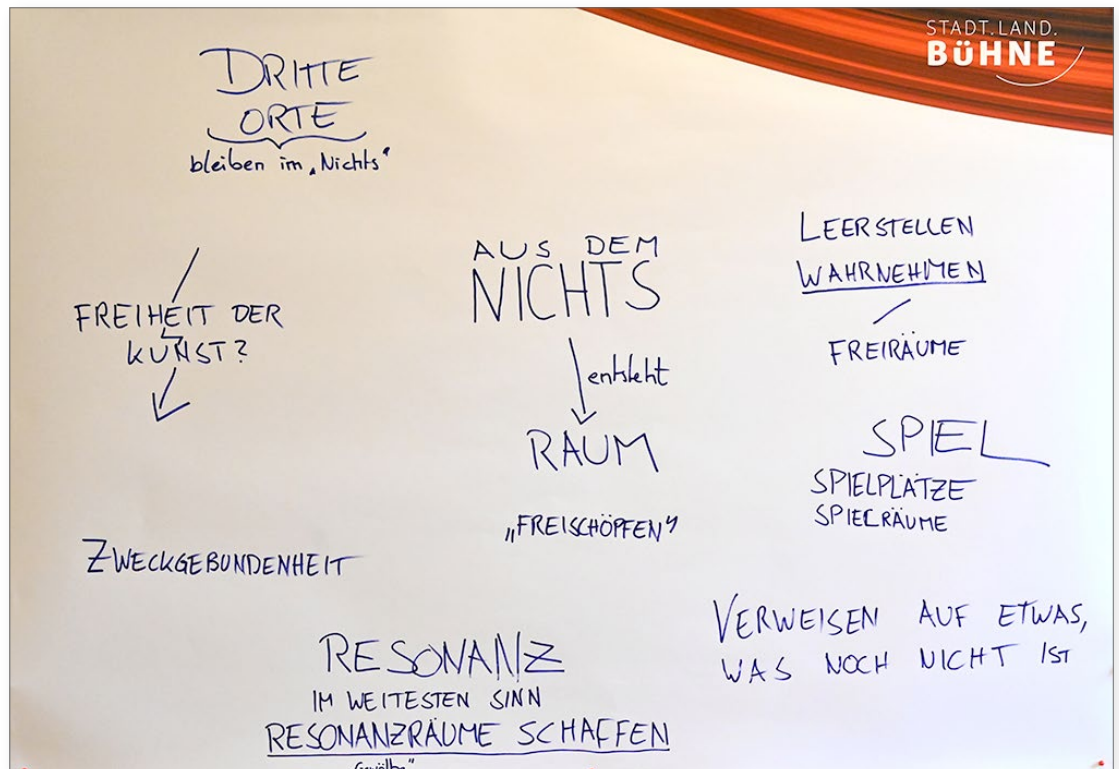
Es braucht einen konkreten niederschweligen Anknüpfungspunkt.

Als Vorbereitung zur Publikumsgewinnung ist es hilfreich, im Vorfeld in kleinen Geschäften, wie Frisörläden, Bäckereien, Stadtbüchereien etc. Flyer auszulegen, und Menschen direkt auf den Kulturspaziergang hinzuweisen. Gezielt Gruppen und Initiativen einladen und ansprechen, auch unbedingt marginalisierte Gruppen/Menschen anderer Kulturen/Geflüchtete...

Gibt es Facebookgruppen in denen der Kulturspaziergang geteilt werden kann?



## THEMA: „NICHTS“



In der Themenfindung wurde bewusst ein offener Raum ohne festgelegtes Thema gewünscht. Dieser sollte Raum für freie Assoziationen und Diskussion bieten. Die Diskussion griff die grundlegende Herausforderung künstlerischen Schaffens auf. Kunst verweise häufig auf etwas, das noch nicht existiert, aber möglich werden soll. Daraus entstand die These, dass Kunst immer aus einem „Nichts“ heraus argumentiert. Sie schafft Bedeutung, ohne an feste Vorgaben gebunden zu sein. Im Zentrum standen ästhetische Fragen zur Zweckgebundenheit von Kunst. Diskutiert wurde, inwiefern künstlerische Freiheit durch gesellschaftliche Strukturen beeinflusst oder eingeschränkt wird.

Ein konkreter Anwendungsfall entstand über Kommentare zu Förderanträgen. Diese setzten oft klare Rahmenbedingungen und stellten Kunst in den Dienst bestimmter Ziele [Tourismus, Demokratie, Unterhaltung etc.]. Die Teilnehmenden thematisierten die Schwierigkeit und teilweise Frustration, künstlerische Konzepte in solchen formalen Kontexten angemessen zu vermitteln. Die Offenheit von Kunst steht dabei im Spannungsfeld zu strukturellen Anforderungen.

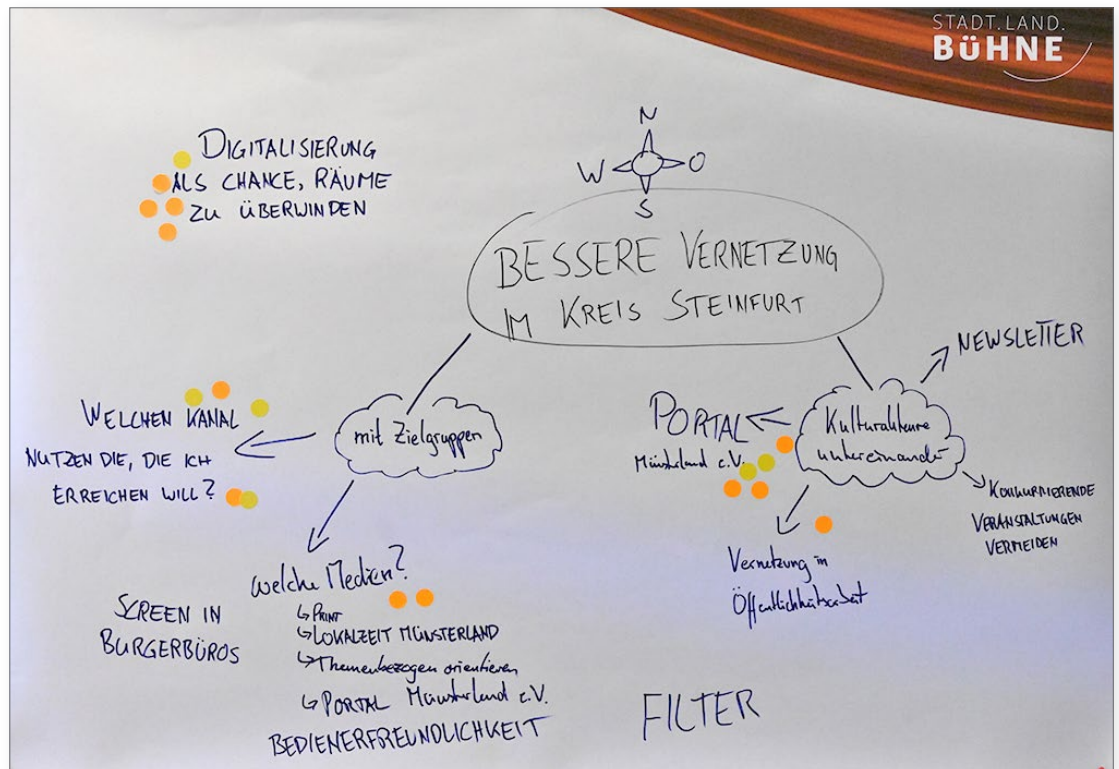
Im weiteren Verlauf rückte die Frage nach Resonanz in den Mittelpunkt. Es wurde diskutiert, wie Menschen mit Räumen – im weitesten Sinne – in Beziehung treten. Als zentrale Methoden von Kunst und Kultur wurden benannt: die Wahrnehmung von Räumen, das Erkennen von Freiräumen sowie das aktive „Freischöpfen“ von Räumen.

Auch Spiel, Spielplätze und Spielräume wurden als wichtige Elemente hervorgehoben. Sie eröffnen Möglichkeiten, neue Erfahrungen zu machen und Bedeutungen zu entwickeln.

Kunst wurde als Verweis auf Zukünftiges verstanden. Sie zeigt auf, was noch nicht ist, aber entstehen kann. Es wurde die Idee formuliert, dass aus dem „Nichts“ neue Räume entstehen. Diese Räume eröffnen Möglichkeiten für Begegnung und Entwicklung.

Der Begriff der „Dritten Orte“ wurde im Zusammenhang mit dem „Nichts“ diskutiert. Solche Orte können Freiräume sein, die sich bewusst festen Zwecken entziehen. Abschließend bestand Einigkeit darüber, dass Freiräume, Spielräume und Resonanzräume verteidigt werden müssen. Ihre Offenheit wurde als zentrale Voraussetzung für künstlerisches Arbeiten gesehen und durchaus als Forderung formuliert.

# THEMA: „VERNETZUNG IM KREIS“



Hier wurde die Frage nach stärkerer Vernetzung im Kreis angestoßen. Dabei zeigten sich zwei zentrale Perspektiven: Vernetzung mit Zielgruppen und Vernetzung unter den Kulturakteuren.

Die Vernetzung mit Zielgruppen wurde insbesondere als Herausforderung im digitalen Umfeld beschrieben. Diskutiert wurde kontrovers, welche Kanäle – etwa Print, Plakate, Newsletter oder Social Media – geeignet sind, um Menschen direkt zu erreichen.

Viele Teilnehmende berichteten von Unsicherheiten bei der Wahl des richtigen Mediums. Die Vielfalt an Kommunikationswegen erschwert eine klare Strategie. Die Vernetzung unter Kulturakteuren wurde als ebenso schwierig wahrgenommen. Oft fehlt der Überblick über Veranstaltungen und Akteure an anderen Orten im Kreis. Als mögliche Lösung wurde das Veranstaltungsportal von Münsterland e. V. genannt. Dort können Veranstaltungen zentral eingetragen und sichtbar gemacht werden. Insgesamt spielte die Frage der Filterung in der Medienflut eine wichtige Rolle. Für alle Beteiligten ist es herausfordernd, relevante Informationen aus dem Überangebot herauszufiltern.

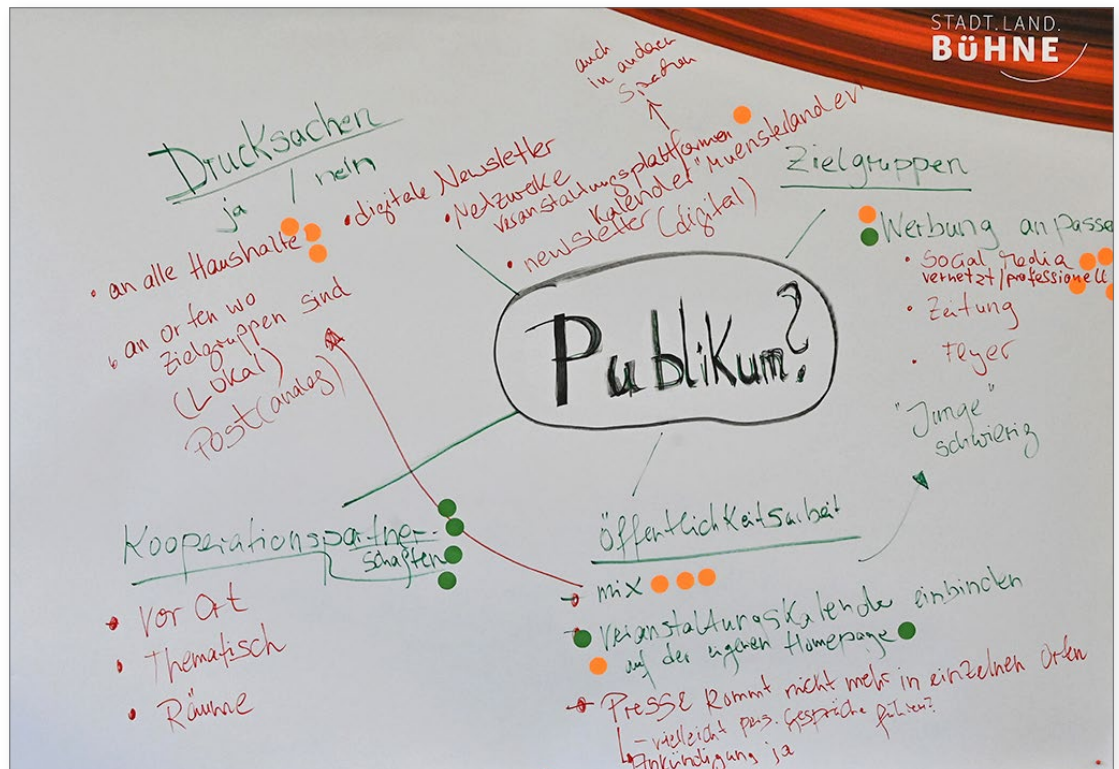
Die Digitalisierung wurde ambivalent betrachtet. Sie bietet Chancen zur Überwindung von Grenzen, führt aber gleichzeitig zu einem Überangebot an Informationen. Auch thematische Vernetzung wurde als wichtig hervorgehoben. Kulturangebote sollten stärker inhaltlich gedacht und gezielt mit passenden Partnern vor Ort verknüpft werden.

Potenzielle Kooperationspartner können auch außerhalb klassischer Kulturakteure liegen. Entscheidend ist die thematische Passung der jeweiligen Veranstaltung.



# THEMA: PUBLIKUM

[Wie können Besucherinnen und Besucher kultureller Veranstaltungen gewonnen werden.]



Die Teilnehmenden dieses Barcamps diskutierten Möglichkeiten und Herausforderungen dabei, ein möglichst großes und möglichst breites Publikum für ihre Veranstaltungen zu erreichen. Besonderes Augenmerk wurde dabei auf das Für und Wider von Printmaterialien gelegt. Während flächendeckende Plakatierungen nahezu überall keine Rolle mehr spielen, scheinen Postwurfsendungen an ausgewählte Zielgruppen [bspw. Familien mit Kindern] ein aufwändiges, aber erfolgsversprechendes Mittel sein zu können.

Die Bedeutung von Ankündigungen in der Zeitung wurde kontrovers diskutiert. So werden Hinweise in der Zeitung grundsätzlich als weiterhin sehr wichtig wahrgenommen, aufgrund sinkender Auflagen und sich verändernder Struktur der Lesenden können über die Zeitung aber nur manche Zielgruppen erreicht werden. Mit Bedauern wurde festgestellt, dass Vertreterinnen und Vertreter der Presse nur noch sehr selten kulturelle Veranstaltungen besuchen und über sie berichten. Insbesondere die Ansprache jüngerer Zielgruppen stellt für viele Teilnehmende des Barcamps noch eine große Herausforderung dar. Hierfür wird den sozialen Medien ein großes Potenzial eingeräumt, wobei das Social Media-Marketing noch deutlich professioneller und idealerweise auch vernetzt aufgestellt werden müsste. Ein weiterhin vielversprechender Ansatz für gut besuchte Veranstaltungen scheint zu sein, wenn lokale Multiplikatorinnen und Multiplikatoren das Angebot bewerben, Stichwort: Mund-zu-Mund-Propaganda. Besonders gut funktionieren dies, wenn Akteure und Initiativen an der Ausgestaltung des Programms selbst beteiligt sind und daher eine intrinsische Motivation haben, für ‚ihre‘ Veranstaltung die Werbetrommel zu rühren.



# THEMA: WÜNSCHE DER KOMMUNEN



**Vorbemerkung:** Die Teilnehmenden dieses Barcamps stellten ihre sehr individuellen Erfahrungen aus ihren jeweiligen Kommunen vor, sodass auf Basis der drei vorgestellten Einschätzungen keine allgemeingültigen Aussagen für alle Kommunen getroffen werden können.

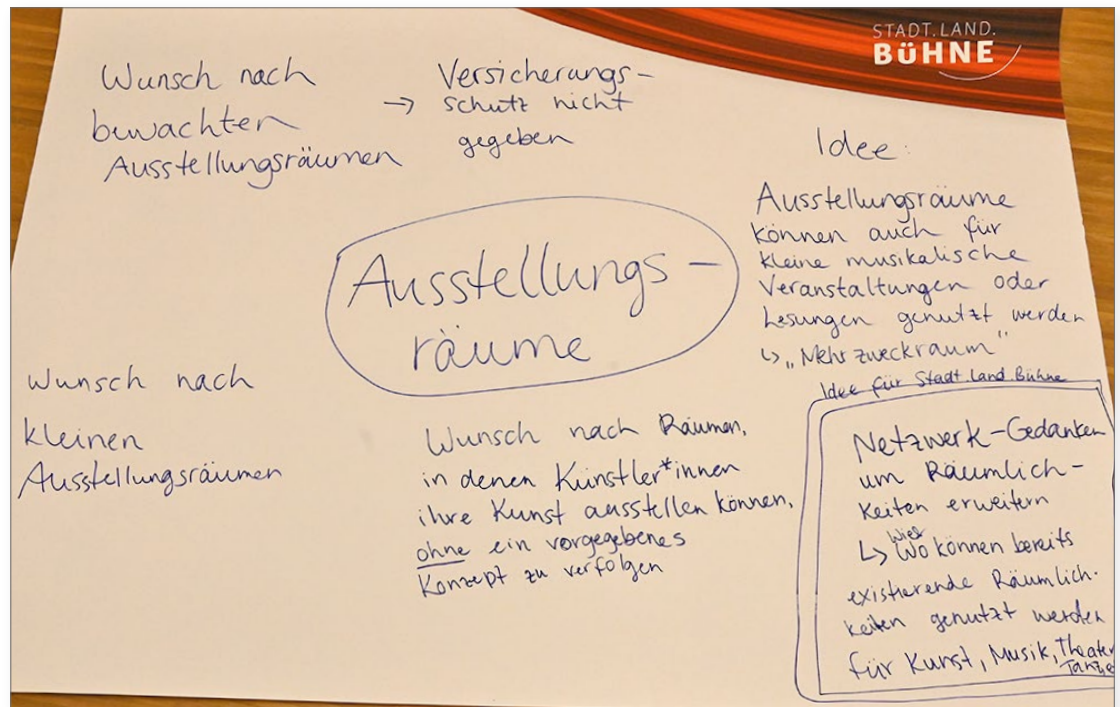
Die an diesem Barcamp teilnehmenden Kulturmanagerinnen und Kulturmanager skizzierten in ihren Beiträgen das Dilemma, in dem sie sich in ihren Orten befinden. Denn einerseits sind sie persönlich interessiert und motiviert, experimentelle und außergewöhnliche kulturelle Angebote in ihren Kommunen zu organisieren. Allerdings sehen sie unter dem Druck knapper Kassen und den Erfahrungen, dass eher massentaugliche, ‚klassische‘ Kulturangebote gewünscht und nachgefragt werden und kaum Spielraum für neue Wege besteht. „Was der Bauer nicht kennt, frisst er nicht“: Bürgerinnen und Bürger kommen nicht zu unbekanntem Formaten. Das Interesse beim Publikum langfristig aufzubauen, können sich die Kommunen nicht leisten.

Unter Umständen könnte es eine Möglichkeit sein, kulturelle Angebote zum ‚Reinschnuppern‘ und mit weniger ökonomischem Risiko in ländliche Kommunen zu bringen, wenn bspw. Proben für neue Stücke öffentlich in den Orten durchgeführt werden.

Es wurde der Wunsch geäußert, dass die Künstlerinnen und Künstler aussagekräftige Pressemappen vorhalten, mit denen die Kulturmanagerinnen und Kulturmanager die Programme gegenüber der Lokalpolitik als Geldgeber und gegenüber den potenziellen Besucherinnen und Besuchern besser erklären können. Die Speed-Performances wurden hierbei ausdrücklich gelobt, da sich somit ein erster visueller Eindruck gemacht werden konnte, als es mit einer schriftlichen Selbstbeschreibung der Fall gewesen wäre. Eine Wiederholung wurde gewünscht.

Beispiel: „Kulturinsel Bispinghof“ [[www.bispinghof.de](http://www.bispinghof.de)], explizit angelegt als „dritter Ort“. Leider kein Veranstaltungsbudget, also schlecht zu „bespielen“. Idee wäre dort z. B. einige Zeit zu probieren, künstlerisch zu arbeiten und Zwischenstände zu zeigen, Probenentwicklungsprozesse für das Publikum vor Ort sichtbar zu machen.

# THEMA: AUSSTELLUNGSRÄUME



## THEMA: AUSSTELLUNGSRÄUME

### Sparte: Bildende Künste, Malerei

Hauptproblematik: Es gibt nicht genügend geeignete Räume, um die eigene Kunst auszustellen

#### Wunsch nach:

- bewachten Ausstellungsräumen, da es Sicherheitsprobleme geben kann und Kunst entwendet werden kann und gelegentlich auch wird → Versicherungsschutz ist dabei bei den meisten Räumlichkeiten nicht gegeben
- kleinen Ausstellungsräumen, in denen Kunst ausgestellt werden kann
- Ausstellungsmöglichkeiten, bei welchen die Künstlerinnen und Künstler ihre Kunst präsentieren können, ohne einem vorgegebenen Konzept nachzugehen → „einfach“ die eigene Kunst auszustellen ist sehr schwierig und wird laut Künstlerinnen und Künstler von beispielsweise Museen immer seltener gewährt

#### Ideen:

- Ausstellungsräume finden oder schaffen, die als Mehrzweckräume genutzt werden können, die für verschiedene künstlerische Sparten einsetzbar und ggf. sogar buchbar sind
- konkrete Idee für Stadt.Land.Bühne: Forum oder ähnliche Plattform langfristig auch für Räume ins Leben rufen, sodass Künstlerinnen und Künstler vieler Sparten [z. B. Kunst, Musik, Theater, Tanz] ggf. ihre eigenen Ausstellungen oder Auftritte organisieren/veranstalten/durchführen können → durch diese Kooperation könnte auch ein Netzwerk zwischen Künstlerinnen und Künstler verschiedener Sparten auf- bzw. ausgebaut werden → Frage: Wie & wo können bereits existierende Räumlichkeiten auch zeitweise für Kultur genutzt werden? → Schulen/Bücherei/Kindergärten,...