



Sachbearbeitung KA - Hauptabteilung Kultur
Datum 05.11.2012
Geschäftszeichen KA-Te
Beschlussorgan Fachbereichsausschuss Kultur Sitzung am 23.11.2012 TOP
Behandlung öffentlich GD 434/12

Betreff: Übergreifendes Kulturmarketing im Fachbereich Kultur

Anlagen: Konzept: Übergreifendes Kulturmarketing im Fachbereich Kultur der Stadt Ulm

Antrag:

Das Konzept zum übergreifenden Kulturmarketing im Fachbereich Kultur zur Kenntnis zu nehmen und die Verwaltung zu beauftragen, die in Kapitel 7 vorgeschlagenen Maßnahmen und Ideen weiterzuverfolgen sowie die in Kapitel 8 vorgeschlagenen weiteren Schritte einzuleiten.

Katharina Tenta

Genehmigt:	Bearbeitungsvermerke Geschäftsstelle des
AR, BI, BM 2, MS, MU, OB, SH, TH	Gemeinderats:
_____	Eingang OB/G _____
_____	Versand an GR _____
_____	Niederschrift § _____
_____	Anlage Nr. _____

Sachdarstellung:

Zusammenfassende Darstellung der finanziellen Auswirkungen

Finanzielle Auswirkungen:	nein*
Auswirkungen auf den Stellenplan:	nein*

* Für das Jahr 2013 sind Finanzierung und Stelle gesichert, zur Realisierung der vorgeschlagenen Maßnahmen erfolgt eine konkrete Ressourcenplanung.

In den Sitzungen der Strukturkommission zum Ulmer Museum von März bis Mai 2011 wurde unter anderem ein dringender Bedarf festgestellt für ein gemeinsames Auftreten der städtischen Kultureinrichtungen nach außen, eine stärkere Zielgruppenorientierung sowie die sinnvolle Bündelung und zentrale, strategisch ausgerichtete Kommunikation übergreifender Themen. Aus diesen Überlegungen resultierte die Einrichtung einer zentralen Stelle für übergreifendes Kulturmarketing/Kommunikation im Fachbereich Kultur, angesiedelt bei der Hauptabteilung Kultur, zunächst befristet für die Jahre 2012 und 2013. Aufgabe dieser Stelle ist es, ein grundlegendes Konzept zum übergreifenden Kulturmarketing im Fachbereich Kultur zu erarbeiten und anschließend schrittweise umzusetzen.

Im Mittelpunkt des vorliegenden Konzepts steht die Frage: Wie kommt die Kultur zu den Menschen? Dementsprechend lotet das Konzept Möglichkeiten, Potentiale und Rahmenbedingungen zentral gesteuerter Maßnahmen im Bereich des Kulturmarketings aus. Ausgangspunkt des Konzepts ist zunächst eine Aufarbeitung und praxisorientierte Analyse des aktuellen Standes zur Kulturnutzerforschung. Daran knüpft eine Bestandsaufnahme an, die sowohl die Innen- als auch die Außensicht berücksichtigt: Welche Erfahrungen, Wünsche und Ansatzpunkte bestehen einerseits innerhalb des Fachbereichs Kultur der Stadt Ulm? Wie setzt sich andererseits das Ulmer Kulturpublikum genau zusammen, wer also sind die (potentiellen) Nutzerinnen und Nutzer kultureller Angebote? Und schließlich: Wo können, ja müssen übergreifende kommunikative Aktivitäten ansetzen, um die Kultur noch viel mehr als bisher zu den Menschen zu bringen? Diese Überlegungen waren der Auslöser dafür, eine Bevölkerungsumfrage zur Nutzung kultureller Angebote in Ulm durchzuführen. Auf die gesonderte Ergebnisvorstellung dazu im Fachbereichsausschuss Kultur wird verwiesen. Im nächsten Schritt wurden, in Abstimmung mit dem Fachbereich Kultur, Ziele sowie strategische Überlegungen formuliert. Zur Umsetzung der Ziele wurden verschiedene Maßnahmen und Vorschläge entwickelt und durch eine erste Maßnahmenplanung strukturiert. Abschließend beinhaltet das Konzept einen Rückblick von Januar bis Oktober 2012, Überlegungen zur Evaluation der gesteckten Ziele und geplanten Maßnahmen sowie Vorschläge zum weiteren Vorgehen. Auf das ausführliche Konzept in der Anlage wird verwiesen.