

**Zeit- und Maßnahmenplan
für das Projekt
„Entwicklung innovativer
Kooperationsformen zur nachhaltigen
Stabilisierung des lokalen Kunst- und
Kulturmarktes im Reuterquartier“**

Kontakt:

Robert Rückel
r.rueckel@jpberlin.de

Sebastian Sooth
sebastian@sooth.de

Thomas Weyres
weyres@pawone.de

info@arbeitskultur.de . Fon 030.2007 6927

Ziele:

- Sichtbarmachen der vielfältigen Künstler, Kulturschaffenden und Kulturinitiativen über den Reuterkiez hinaus
- Unterstützung der Künstler, Kulturschaffenden und Kulturinitiativen bei einer verbesserten Selbstvermarktung
- Aufbau und Ausbau von selbsttragenden Strukturen

Maßnahmen:

1. Vernetzung der Künstler, Kulturschaffenden und Kulturinitiativen

Datenbank
Newsletter für interessierte Öffentlichkeit
Persönlicher Austausch
Einrichtung eines regelmäßigen Verteilers
Einrichtung einer internen Austausch- und Beratungsplattform im Web
Einrichtung eines regelmäßigen Kolloquiums direkt im Kiez
Aufbau einer Plattform für einen gemeinsamen Außenauftritt
Enge Zusammenarbeit mit reuterkunst-Flyer und Reuter-Quartierszeitung

2. Workshops und Schulungen nach Bedarf

Themen: Öffentlichkeitsarbeit, Selbstmarketing, Webauftritte, Arbeit in Netzwerken
Drei Workshops – im QM Büro?
On-the-Job-Beratung vor Ort
Erstellung von thematischen Handreichungen
Referenten

3. Gemeinsamer Außenauftritt

Entwicklung einer Gesamtstrategie: Motto, Thema
Herstellung von notwendigen Werbe-Materialien?
Einladung von Journalisten zur regelmäßigen Begleitung „Bericht aus dem Reuterkiez“

4. Konzeption und Beantragung eines Leuchtturmprojektes

Entwicklung einer Konzeption für ein Leuchtturmprojekt in Abstimmung mit den Akteuren
Recherche und Aquise von Fördermöglichkeiten
Umsetzungszeitraum – Ende 2008/Anfang 2009
Ort – In der Konzeption zu klären:
Im Kiez? Außerhalb des Kiezes? Anderer Bezirk „Reuterkiez on Tour“?

Kooperationen zur Stärkung des Kunst- und Kulturmarktes im Reuterkiez

Die Standortmarketing-Projekte des Quartiermanagements 2006 und 2007 zeigen hier bereits erste Wirkung hin zu einer einheitlichen Außendarstellung und einer stärkeren Bindung der Künstler und kulturellen Akteure an den Bezirk. Dieser Ansatz soll im Jahr 2008 weitergeführt, ausgebaut und professionalisiert werden.

Wir halten hierfür ein dreistufiges System aus Vernetzung, Schulung und der Erarbeitung eines gemeinsamen Außenauftritts für notwendig, welches in enger Zusammenarbeit mit dem Quartiersmanagement, seiner AG Kultur und den Kultureinrichtungen differenziert werden muss:

1. Durch das Anschließen einer engen Vernetzung zwischen den verschiedenen Einrichtungen werden Kooperationen angeschoben und Synergieeffekte ermöglicht. Die Künstler und Akteure sollen sich nicht als Konkurrenz, sondern als Partner auffassen, die zwar an unterschiedlichen Stellen, aber alle im gleichen Rahmen innerhalb des Reuterquartiers arbeiten. Hierfür planen wir Möglichkeiten eines persönlichen Austausches, regelmäßige Informationen untereinander (kostengünstig per Email) und die, von uns bereits in der Bewerbung als Projektträger für den Veranstaltungsflyer "kunstreuter" erwähnte, Datenbank im Internet.

2. Künstler und Kulturschaffende kennen sich aus mit Kunst und Kultur - ihnen fehlt aber meist das Wissen drumherum: Strategieentwicklung, Marketing, Public Relations, Fördermittelbeantragung, Sponsorengewinnung, Aktivengewinnung. Teilweise haben viele auch große Vorbehalte gegenüber wirtschaftlichem Denken, wie es der Marketingansatz fordert. Hier gilt es Aufklärung zu leisten und Wege der Übertragung von kommerziellen Ideen auf den dritten Sektor aufzeigen, welche die Freiheit der Kultur nicht gefährden. Methodisch schlagen wir für diesen Punkt verschiedene Workshops vor, die durch Handreichungen mit praktischen Hilfestellungen ergänzt werden müssen. Als noch wichtiger erachten wir eine on-the-job-Begleitung der Kulturschaffenden: Jeder Interessierte kann sich direkt vor Ort bei seiner täglichen Arbeit bewerten und unterstützen lassen.

3. Als Gegenstück zu einer Vernetzung untereinander muss zentral ein gemeinsamer Außenauftritt entwickelt bzw. professionalisiert werden. Dies beinhaltet die Entwicklung einer Gesamtstrategie bzw. eines Mottos oder Themas, mit dem sich alle Kulturschaffenden identifizieren können, genauso wie die Erstellung gemeinsamer Materialien, beispielsweise Presse-, Werbe- und Sponsoringmaterialien (Mediadaten "Wir im Reuterkiez"). Weiterhin beinhaltet dieser Punkt die Entwicklung einer gemeinsamen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Optional halten wir mittelfristig die Organisation einer Leuchtturmveranstaltung für sinnvoll: Es gibt hunderte von Veranstaltungen jährlich im Reuterkiez, mit "48 Stunden Neukölln" gibt es ein Kulturprojekt mit überregionaler Anziehungskraft, aber es fehlt eine Aktion mit Leuchtturmcharakter, zu der viele Besucher und Gäste gemeinsam strömen und die damit mehr als lokale Aufmerksamkeit auf sich bzw. auf alle Kulturakteure im Reuterkiez zieht.

Zeitplanung:

Bis Ende April:	Abfrage Anforderungen/Wünsche bei den Akteuren
Bis Ende Mai:	Durchführung eines Workshops zur Konzeptentwicklung, Entwicklung einer Konzeption zur Gesamtstrategie für alle Einrichtungen in Absprache mit den Beteiligten, Anfragen und Auswahl von Referenten/Trainer je nach Bedarf, Aufbau einer Kommunikationsplattform für die Akteure,
Mai:	Durchführung eines Strategieworkshops zur Umsetzung,
Juni-Oktober:	Durchführung Schulungen (ca. 1x pro Monat),
ab Mai:	Erstellung How-To-Do-Handreichungen,
ab Mai:	Erstellung PR- Und Sponsorenmaterial,
November:	Auswertung des Erreichten, Definition von daraus ergebenden weiteren Schritten
Dauerhaft:	Regelmäßige Planungsrunden mit dem Team des Quartiersmanagement und Interessierten Teilnahme an AG Kultur und QM-Beirat

Projektteam:

Sebastian Sooth – Gesamtkoordination und Konzeption

Robert Rückel – Beratung und Konzeption

Thomas Weyres – Grafik, Schulungen und Beratung

Frederic Valin – Beratung und Texten

Philip Steffan – Schulung und Beratung Weböffentlichkeitsarbeit

Tonia Welter – Schulung und Beratung Künstlermarketing