

KONZEPT

„Marktplatz Kultur und Schule“: Pilotprojekt im Land Sachsen-Anhalt

Die Bildungsinitiative Kinder zum Olymp! der Kulturstiftung der Länder setzt sich seit 2003 für die kulturelle Bildung von Kindern und Jugendlichen ein. Zentraler Baustein der Initiative ist die Förderung der Kooperation zwischen Kultur und Schule, denn das Zusammenwirken beider Seiten ermöglicht für Kinder und Jugendliche einen unmittelbaren und authentischen Zugang zu den Künsten – über den schulischen Fachunterricht hinaus. Mit unserem neuen Projekt, dem „Marktplatz Kultur und Schule“¹, möchten wir die beiden Seiten auf lokaler Ebene unbürokratisch miteinander ins Gespräch bringen. Wir möchten Kultur und Schule zu neuen Kooperationen ermutigen und deren Umsetzung fördern.

Es ist unser Ziel, in allen interessierten Kommunen eines Landes einen „Marktplatz Kultur und Schule“ zu etablieren. Geplant sind strukturell analoge, etwa zweistündige Veranstaltungen mit lokal geprägtem Inhalt, die an verschiedenen Orten gleichzeitig stattfinden².

Die Kulturstiftung der Länder (KSL) wird sich mit einer solchen Veranstaltung im Rahmen ihrer Bildungsinitiative Kinder zum Olymp! konzeptionell und organisatorisch auf Länderebene engagieren. Das Projekt wird 2012 mit einer Pilotrunde in Sachsen-Anhalt starten.

Der erste „Marktplatz Kultur und Schule“ findet am Dienstag, den 5. Juni 2012 von 15.00 – 17.00 Uhr statt.

1. Was passiert beim „Marktplatz Kultur und Schule“?

Es geht in den angestrebten Kooperationen darum, kulturelle Angebote und Bedarfe von Kultur und Schule zusammenzuführen. Schulen und Kulturinstitutionen/Künstler (z.B. Kultur- und Kunstvereine, Museen, Theater, Orchester, Bibliotheken, Musikschulen, Tanzschulen, Kinos) können gleichermaßen Anbieter oder Suchende sein, ein Seitenwechsel ist möglich.

Die Teilnehmer präsentieren ihr Angebot bzw. ihr Gesuch durch Kostümierung, Schilder oder farbliche Kleidung. Anbieter und Nachfrager werden durch Makler vernetzt, Kooperationsvereinbarungen können zu einzelnen Aktionen oder Projekte geschlossen werden, aber auch langfristige Kooperationen können spontan vor Ort vereinbart werden. Stände wie auf einer Projektbörse sind nicht vorgesehen, haben sie sich doch bei Vorläuferprojekten eher als Barriere denn als Verbindungsglied zwischen den Akteuren erwiesen.

Bündelung der Informationen zur Vorbereitung des Marktplatzes

Im Vorfeld der Veranstaltung werden Fragebögen an alle Teilnehmer versandt. Zur Information der Besucher wird eine Übersicht erstellt, in der die Angebote und Gesuche aller Beteiligten

¹ Das Veranstaltungsformat orientiert sich an der von der Bertelsmann Stiftung entwickelten „Marktplatz-Methode“ für Unternehmen und Gemeinnützige. Vgl.: Bertelsmann Stiftung (Hrsg.), Gute Geschäfte. Marktplatz für Unternehmen und Gemeinnützige, Gütersloh, 2007; Städte wie Oldenburg und Neuss haben ähnliche Veranstaltungsformate entwickelt.

² Vergleichbar mit dem Tag des Offenen Denkmals, der von der Deutschen Stiftung Denkmalschutz seit dem Jahr 1993 jährlich veranstaltet wird.

Kulturinstitutionen/Künstler und Schule mit Kontaktdaten zusammengefasst sind. Die Angebote und Gesuche werden nach Altersstufen und Kultursparten sortiert dargestellt.

Einbeziehung von Wirtschaftsunternehmen als Kooperationspartner

Die teilnehmenden Kommunen haben individuell die zusätzliche Option, auch lokale Unternehmen in den Marktplatz einzubeziehen. Wirtschaftsunternehmen haben dann die Möglichkeit, als dritter Partner in das Projekt einzusteigen und Einzelprojekte zu fördern. Sie zeigen dadurch ihr gesellschaftliches Engagement und profitieren unmittelbar von den kulturellen Produktionen.

2. Wie wird der „Marktplatz Kultur und Schule“ organisiert? Wer macht was?

Organisatorin der Veranstaltung ist jeweils die kommunale Verwaltung. In jeder Kommune gibt es einen **verantwortlichen** Ansprechpartner für die Veranstaltung. Die Zuarbeit und praktische Organisation erfolgt durch eine Teilnehmerin oder einen Teilnehmer am Programm „Freiwilliges Soziales Jahr in der Kultur“ (FSJler) bzw. durch ein Mitglied des Bundesfreiwilligendienstes Kultur und Bildung. Die Kommune wird organisatorisch unterstützt durch die KSL/Kinder zum Olymp! und durch Partner auf Landesebene (Kultusministerium, Städte- und Gemeindebund, Landesvereinigung kulturelle Kinder und Jugendbildung Sachsen-Anhalt (LKJ) und die Industrie- und Handelskammern (IHK) Magdeburg und ggf. Halle).

- **Das Konzept wird von der KSL erarbeitet.**
- **Mitveranstalter der KSL/Kinder zum Olymp!** bei der Vorbereitung und Durchführung des Marktplatzes sind die **teilnehmenden Kommunen** und das **Kultusministerium Sachsen-Anhalt**.
- **Kooperationspartner** sind der Städte- und Gemeindebund Sachsen-Anhalt, die LKJ Sachsen-Anhalt, und – je nach Entscheidung der Kommunen – die IHKs.
- **Die Aufgaben der Kooperationspartner:** Sie sind für die externe Organisatorin KSL/Kinder zum Olymp! Berater und Ansprechpartner in Sachsen-Anhalt. Sie sind aktive Mitdenker bei der Veranstaltungsentwicklung und -organisation, stellen ihre Netzwerke zur Verfügung und sprechen, wenn nötig, die (potenziellen) Teilnehmer auch persönlich an.
- **Die Ausschreibung** wird in Sachsen-Anhalt durch den Städte- und Gemeindebund Sachsen-Anhalt an die Kommunen weitergeleitet.
- **Die Anmeldung der Kommunen**, die sich zur Durchführung des Marktplatzes entschließen, erfolgt an die KSL/Kinder zum Olymp!. Anschließend erhalten die Kommunen ein Info-Paket inkl. verschiedener Checklisten zur praktischen Durchführung (KSL).
- **Die Einladung der Marktplatz-Teilnehmer** vor Ort (Schulen und Kultureinrichtungen/Künstler) erfolgt durch die Kommune (praktische Durchführung FSJler); Vorlagen liefert die KSL.
- **Eine Briefing-Veranstaltung** zur Vorbereitung der teilnehmenden Kommunen findet mit KSL, Kultusministerium, Städte- und Gemeindebund und LKJ in Sachsen-Anhalt statt. Der Ort wird so gewählt, dass er für alle gut erreichbar ist.
- **Eine zusätzliche Briefing-Veranstaltung für die FSJler** findet nach Bedarf ca. sechs Wochen vor der Marktplatz-Veranstaltung statt.

- **Die veranstaltende Kommune** ist für Vorbereitung und Durchführung des Marktplatzes zuständig. Entsprechende Checklisten liefert die KSL.
- **Joachim Landgraf**, ehem. Verwaltungsdirektor des Anhaltischen Theaters Dessau, wirkt beratend mit und bringt seine langjährige Erfahrung in den Marktplatz ein.

3. Wie wird der „Marktplatz Kultur und Schule“ kommuniziert?

Die Kommunikation des einzelnen Marktplatzes erfolgt durch die Kommune. Das komplette Informationsmaterial inklusive Einladungs- und Presstexten wird als Vorlage von der KSL zur Verfügung gestellt. Es ist sowohl die „Kultur-“ als auch die „Bildungsschiene“ zu bedenken und je nachdem auch die wirtschaftlichen Akteure vor Ort (Ansprache durch die IHKs). Damit die Botschaft in den Schulen auch den richtigen Adressaten erreicht, sollte jede Schule einen **direkten Ansprechpartner für Kultur** nennen.

- **Die Kommune/der Landkreis** informiert über die Veranstaltung und motiviert die Kultureinrichtungen/Künstler und die Schulen zur Teilnahme.
- **Die Einladungen an die Schulen** werden per E-Mail gezielt an Schulleiter und den genannten „Kulturansprechpartner“ (Fachlehrer) versandt. Die Schulleiter werden darüber hinaus in den Schulleiterdienstberatungen informiert.
- **Die Einladungen an die Kulturinstitutionen** gehen – soweit vorhanden – an die pädagogischen Mitarbeiter (z.B. Theaterpädagogik, Museumspädagogik) oder an die Leiter der Häuser bzw. an die Künstler persönlich.
- **Persönliche Ansprache der Marktplatz-Teilnehmer:** Über die reine Medien-/Pressekommunikation hinaus werden die potentiellen Teilnehmer, insbesondere die Schulen, auch persönlich durch die Partner in Sachsen-Anhalt angesprochen. Nur so kann erreicht werden, dass bei der allgemeinen Belastung das Angebot wirklich angenommen wird.
- **Bei einem zentralen hochrangig besetzten Pressetermin** wird die Idee ca. 10 Tage vor der Veranstaltung landesweit öffentlich vorgestellt.

4. Was kostet der „Marktplatz Kultur und Schule“?

Der Marktplatz ist als Low-Budget-Projekt konzipiert. Es werden bewusst die vorhandenen lokalen Strukturen genutzt und die entstehenden Kosten auf möglichst viele Schultern verteilt, um die Belastung für den Einzelnen so gering wie möglich zu halten.

- **Raummiete** sollte nach Möglichkeit nicht anfallen. Da es sich um eine kommunale Veranstaltung handelt, kann die Kommune in den meisten Fällen einen Raum wählen, der kostenfrei zur Verfügung steht.
- **Technik- und Reinigungskosten** sollten nach Möglichkeit von der Kommune getragen werden.
- **Finanzierung des FSJlers:** Neben dem Bund- und Länderanteil kommt die KSL für die fehlenden 200 Euro pro Monat auf.

- **Personalkosten vor Ort:** Moderator und „Makler“ kommen i.d.R. aus den lokalen Institutionen (Schulen, Kulturinstitutionen, Stadtverwaltung), d.h. es fallen keine Kosten an.
- **Die Personalkosten** für die übergeordnete Projektkoordination sowie die in diesem Zusammenhang anfallenden Kosten (Computerarbeitsplatz) trägt die KSL.
- **Fahrtkosten** fallen nicht signifikant an, da sich i.d.R. alle Beteiligten vor Ort befinden. Wenn sich eine ländliche Kommune beteiligt, müssen Fahrtkosten einkalkuliert werden.
- **Kommunikation und Organisation:** Die entstehenden Kosten sollen möglichst niedrig gehalten werden: Die E-Mail-Verteiler von Kulturverwaltung und Schulverwaltung sind zu nutzen. Vorlagen für Inhalt und Form der E-Mail-Kommunikation liefert die KSL.
- **Catering:** Der „Marktplatz Kultur und Schule“ findet nachmittags statt: Denkbar ist ein Angebot von warmen und kalten Getränken und evtl. Kuchen zum Selbstkostenpreis (Schülerfirmen).

5. Was trägt zum Gelingen bei?

Ziel der Veranstaltung ist der Abschluss von Kooperationsvereinbarungen zwischen lokalen Kulturinstitutionen/Künstlern und Schulen sowie potentiellen Partnern aus der Wirtschaft (Unternehmen, Freiberufler), die sich für die Förderung kultureller Bildungsprojekte engagieren möchten und dafür nach Wunsch eine „kulturelle Gegenleistung“ bekommen. Das Spektrum der Kooperationen ist breit: Es kann die Tanzperformance der Schule in der Kanzlei sein, das Konzert einer Instrumentalklasse bei einer Firmenfeier, der Poetry-Slam von Schülern in einer Buchhandlung... In jedem Fall muss eine Schule dabei sein, die Einbindung von Unternehmen oder Freiberuflern ist optional.

- **Die jeweilige Teilnehmeranzahl der Kultur- und der Schulseite** sollte nicht zu sehr voneinander abweichen, um möglichst viele Kooperationen zu ermöglichen.
- **Aktive Mitwirkung:** Land und Kommune bzw. die Personen in den Verwaltungen, die die Schulen und Kulturinstitutionen motivieren sollen, sind aktiv in den Informations-, Organisations- und Entscheidungsprozess einbezogen; sie müssen unbedingt komplett hinter dem Konzept stehen und wirken aktiv mit.
- **Konkrete Informationen**, wie man Projekte praktisch umsetzen kann, sind für Lehrer/Schulleiter besonders wichtig: Ansprechpartner der Kulturinstitutionen und Schulen sollen sich auf Augenhöhe begegnen.

6. Zeitplan und Aufgabenverteilung

Dezember 2011:

Formulierung der Ausschreibung für die Kommunen: KSL

Ende Januar 2012:

Versand der Ausschreibung per E-Mail an die Kommunen: Städte- und Gemeindebund

Mitte Februar 2012

Rücklauf der Anmeldungen aus den Kommunen an KSL

Ende Februar/März 2012

Erstes Informationspaket (Checklisten, Einladungstexte und Anmeldeformulare für lokale Teilnehmer) an die teilnehmenden Kommunen verschicken: KSL

Anmerkung: Die Unterstützung durch die KSL besteht in der Bereitstellung der Unterlagen sowie organisatorischer Unterstützung und Beratung; es gibt keine unmittelbare finanzielle Unterstützung durch die KSL

März 2012

Zentrale Briefing-Veranstaltung der Kommunen und der Organisationspersonen (FSJler) vor Ort: KSL

Anfang April 2012

Nach den Osterferien (ab 8. April): Versand der Einladung an Schulen, Kultureinrichtungen/ Künstler, ggf. Wirtschaftsunternehmen: Kommune (FSJler als Ansprechpartner (AP))

Ende April 2012

Rücklauf der Anmeldungen in den Kommunen an die APs vor Ort: FSJler

Nachhaken bei den potenziellen Teilnehmern: FSJler

Sortieren der Anmeldungen: Was wird angeboten, was wird gesucht?: FSJler

Zweites Informationspaket (Presstexte, Informationen für Makler und Moderator,

Kooperationsformular, Marktplatzregeln) an die teilnehmenden Kommunen verschicken: KSL

Anfang Mai

Auswahl der Makler und des Moderators (z.B. OB oder Kulturdezernent/

Schuldezernent/Wirtschaftsdezernent) für die einzelnen kommunalen Marktplätze: Abstimmung und Vermittlung durch die Partner

Mitte Mai 2012

Schriftliches Briefing der Teilnehmer: KSL bereitet Material vor, liefert an lokalen AP/FSJler, dieser passt das Material an und versendet es an die Teilnehmer (u.a. Teilnehmerübersicht mit Angeboten und Gesuchen)

Ende Mai 2012

Auftaktveranstaltung/Presstetermin: 10 Tage vor dem Marktplatz, Dienstag – Donnerstag von 11.00 – 12.30 Uhr, z.B. im Jahrtausendturm oder im Kulturhistorischen Museum Magdeburg

Eine Woche vor Veranstaltung:

Briefing der Makler und des Moderators: Kommune

Dienstag, den 5. Juni 2012 von 15.00 – 17.00 Uhr

„Marktplatz Kultur und Schule“

Der Ort wird von den jeweiligen Kommunen bestimmt und (kostenfrei) gestellt, Präferenz: ein Kulturort (Theaterfoyer, Museumsfoyer, Stadtbibliothek, Kino, Kulturkirche...etc.)

Auf jeden Fall erforderlich:

- AP des Veranstaltungsortes
- Moderator, der das System erklärt und für die Einhaltung des Zeitplans verantwortlich ist
- mehrere „Makler“, die die Interessenten zusammenführen
- „Notar“, der die Vereinbarungen beglaubigt (KSL liefert Formular)

Nicht erforderlich:

- kulturelles Beiprogramm, Vorträge, etc. (hat sich nicht bewährt)

Ende Juni: Nachbereitung

FSJler schickt im Anschluss an die Veranstaltung eine Mail an alle Teilnehmer mit Bitte um Mitteilung der konkreten Kooperationsvereinbarungen mit entsprechenden Projektbeschreibungen (E-Mailvorlage: KSL)

Nachhaken per Telefon (FSJler)

Übersicht über die Kooperationsvereinbarungen (FSJler) mit Angabe der APs

Abschlusspresseerklärung: Anzahl der Teilnehmer? Teilnehmerstruktur? Art der Projekte? Ergebnisse? Ausblick (KSL)

Dr. Margarete Schweizer, Projektleitung Kinder zum Olymp!

Kirstin Ackermann, Projektmanagement „Marktplatz Kultur und Schule“

Januar 2012

Kontakt:

Kirstin Ackermann

Kinder zum Olymp!

Kulturstiftung der Länder

Lützowplatz 9

10785 Berlin

Tel.: 030/893635-16

ka@kulturstiftung.de

www.kinderzumolymp.de