



## **Kulturentwicklungsplan Iserlohn Arbeitsgruppe III: Kulturelle Teilhabe Ergebnisprotokoll**

### **Sitzung 1 am 16.08.22 (digital)**

In der ersten Sitzung wurden zunächst die grundlegenden Begrifflichkeiten rund um das Thema Kulturelle Teilhabe diskutiert sowie die unterschiedlichen Stufen und Ausprägungen von Teilhabe vorgestellt. Folgende Schwerpunkte/Fragestellungen kristallisierten sich in den Gruppendiskussionen heraus:

#### **Kommunikation**

- Welche Rolle spielt das Marketing?
- Wie erreicht man die Zielgruppen (Kommunikationswege)?
- Wie spricht man die Zielgruppen jeweils an (Sprache)?

#### **Zielgruppen**

- Um welche Zielgruppen geht es eigentlich, wenn wir davon sprechen, mehr kulturelle Teilhabe zu ermöglichen?  
(→ hier wurden vor allem Jugendliche genannt, aber auch Menschen mit Behinderung, Menschen mit Migrationshintergrund)
- Wo sind die Zielgruppen? An welchen Orten erreicht man sie?

#### **Aufwand / Grad der Teilhabe**

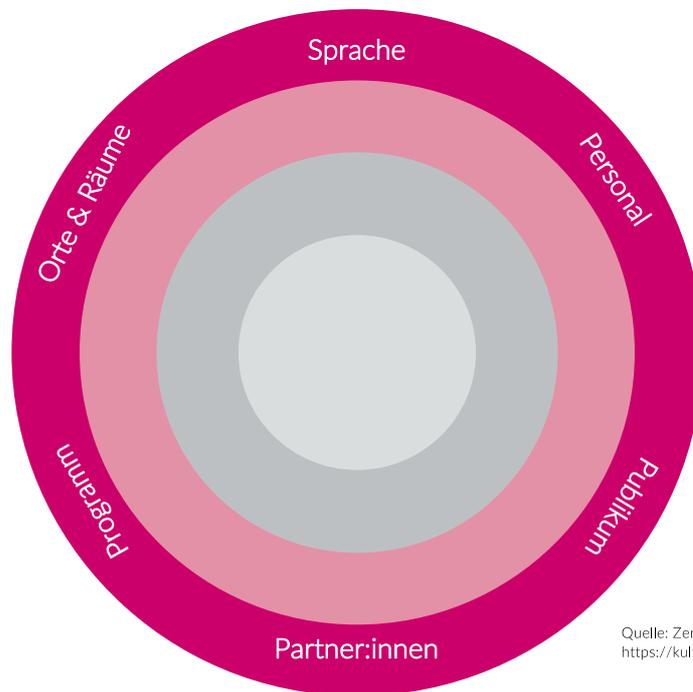
- Feststellung: Je niederschwelliger die Angebote für die Nutzenden sind, desto aufwändiger sind sie häufig für die Einrichtungen.
- Feststellung: Je individueller die Angebote sind, desto aufwändiger für die Einrichtungen.
- Feststellung: Je höher der Grad der Beteiligung, desto aufwändiger für die - Einrichtungen



→ Die Frage nach dem Grad der kulturellen Teilhabe ist nicht zuletzt auch ein Ressourcenthema.

## Sitzung 2 am 08.09.22 (digital)

Zu Beginn der zweiten Sitzung wurde zunächst die vom Zentrum für Kulturelle Teilhabe Baden-Württemberg entwickelte „Drehscheibe Kultureller Teilhabe“ vorgestellt, die die verschiedenen Parameter, die bei der Gestaltung kultureller Teilhabe wichtig sind, vorstellt und beschreibt:



4



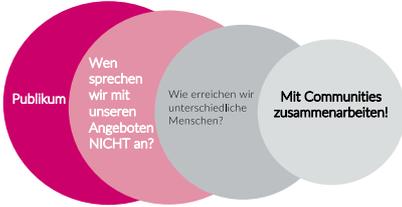
Was ist gesellschaftliche Teilhabe?  
**Fragestellungen: Sprache**



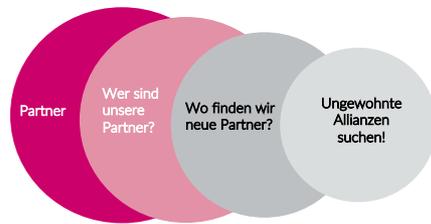
Was ist gesellschaftliche Teilhabe?  
**Fragestellungen: Personal**



Was ist gesellschaftliche Teilhabe?  
**Fragestellungen: Publikum**



Was ist gesellschaftliche Teilhabe?  
**Fragestellungen: Partner**



Was ist gesellschaftliche Teilhabe?  
**Fragestellungen: Programm**



Was ist gesellschaftliche Teilhabe?  
**Fragestellungen: Orte & Räume**





Im Zentrum der Diskussion standen zunächst die Zielgruppen, die durch kulturelle Angebote in Iserlohn nicht gut erreicht werden:

- Personen aus sogenannten bildungsfernen Schichten
- Menschen mit Behinderung
- Migrant:innen
- Jugendliche
- Benachteiligte Menschen
- Menschen mit Mobilitätsbarrieren

Das Fazit der Diskussion war:

- Viele Menschen fühlen sich garnicht willkommen in Kultureinrichtungen.
- Wer nicht schon von Jugend auf mit Kulturangeboten in Berührung ist, kann später nur sehr schwer erreicht werden.
- Es gibt tief sitzende Ängste und Hemmschwellenm die es abzubauen gilt.

Diskutiert wurde auch die Frage, inwieweit es spezielle Angebote für benachteiligte Zielgruppen braucht oder ob es primär darum gehen muss, in einem inklusiven Ansatz alle Zielgruppen zu erreichen. Die Gefahr bei inklusiven Angeboten ist, letztlich nicht mehr spezifisch auf die Bedürfnisse der Zielgruppen eingehen zu können.

Mit Blick auf die „Drehscheibe der Kulturellen Teilhabe“ wurden auch die folgenden Aspekte diskutiert / festgestellt:

- Entscheidend ist auch die Frage, wer für wen das Programm gestaltet.
- Es braucht einen Wandel bei den Formaten, aber auch bei den Konventionen (Hinweis: je heterogene die Zusammensetzung des Publikums, desto wichtiger ist es, Regeln zu haben).
- Entscheidend ist, ob es gemeinsame Interessen und Themen gibt.
- Es ist wichtig, an die Orte zu gehen, an denen die Zielgruppen sind („Outreach“)



Die Erfahrungen der einzelnen Einrichtungen mit kultureller Teilhabe sind dabei sehr unterschiedlich. Eine kulturelle Bildungseinrichtung wie „Casa B“ hat aufgrund der Zusammenarbeit mit Schulen beispielsweise keine Probleme, Jugendliche zu erreichen und hier auch sehr heterogene Zielgruppen anzusprechen, dafür fehlen hier die älteren Menschen als Zielgruppe. In vielen anderen Einrichtungen ist es genau umgekehrt. Hier könnte durch gezielte Kooperationen eine stärkere Vermischung der Zielgruppen erreicht werden.

## Projekt „Stadtbibliothek als Dritter Ort“

Abschließend stellte der Leiterin der Stadtbibliothek Gudrun Völcker das Konzept der neuen „Stadtbibliothek als Dritter Ort“ vor. Ziel ist es dabei, einen konsumfreien freiwillig und offen zugänglichen Raum zu schaffen, der von unterschiedlichen Zielgruppen unterschiedlich genutzt werden kann und u.a. auch zum generationenübergreifenden Peer Learning anregt. Die Angebote sind zum Beispiel:

- Strickgruppen
- Sprachcafés
- Makerspaces
- Repair Cafés

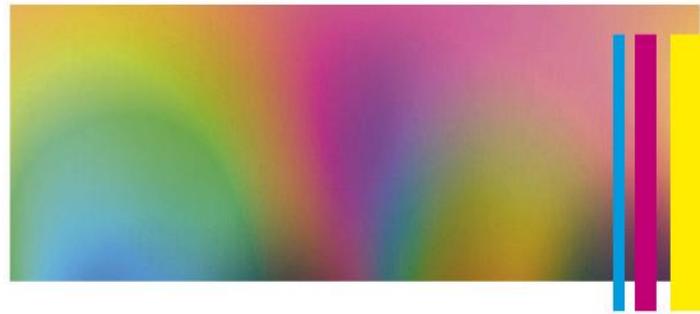
Entscheidend ist hier auch das Personal, das andere Voraussetzungen erfüllen muss als in einer klassischen Bibliothek.

Die Iserlohner Stadtbibliothek als „Dritter Ort“ könnte ein Anker für Projekte kultureller Teilhabe in ganz Iserlohn sein.

## **Sitzung 3 am 18.10.22 (digital)**

### Zielgruppe Senior:innen

Am Beispiel des Bürgerradios wurde diskutiert, wie Senior:innen als Zielgruppe stärker ins gesellschaftliche Leben integriert werden könnten. So wird beobachtet, dass die Aktivitäten von Senior:innen häufig nicht mehr wirklich ernst genommen werden.



Dies ist um so bedauerlicher als das Ehrenamt natürlicherweise überproportional stark mit Senior:innen besetzt ist.

Konkrete Wünsche sind:

- Verstärkte Wahrnehmung und Inanspruchnahme der Expertise von älteren Mitbürger:innen
- Mehr Fortbildungen für Ehrenamtliche
- Mehr Anerkennung für die ehrenamtlichen Leistungen

Speziell am Beispiel des Bürgerradios wurde gezeigt, wie groß die Potenziale für ein generationenübergreifendes Projekt sind. Ausgehend von der Produktion von Hörfunkformaten könnte mit Jugendlichen z.B. ein Podcastformat entwickelt werden. Bisher war das Bürgerradio ausschließlich als ein Kommunikationsinstrument wahrgenommen worden, nicht als Teilhabeprojekt.

## Leichte Sprache / Barrierefreiheit

Es wurde angesprochen, dass ein Standard zum Angebot leichter Sprache sowohl für Menschen mit Behinderung als auch für Migrant:innen die Grundvoraussetzung für gesellschaftliche und kulturelle Teilhabe ist. Überhaupt ist Barrierefreiheit die Grundvoraussetzung für Teilhabe. Die Handlungsfelder mischen sich hier.

In diesem Zusammenhang gibt es drei Vorgehensweisen:

- 1) Gestaltung besonderer Angebote für Benachteiligte
- 2) Schaffen von Hilfsmitteln, um Benachteiligte am Angebot der Mehrheitsgesellschaft teilhaben zu lassen (z.B. Tafeln mit leichter Sprache, Induktionsschleifen und Gebärdendolmetscher für Gehörlose, Informationen in Brailleschrift etc.)
- 3) Gezielte Durchführung von gemeinsamen Projekten von Menschen mit und ohne Behinderung

Es wurde darauf hingewiesen, dass der Beirat für Menschen mit Behinderung der Stadt Iserlohn über Mittel zur Förderung der Barrierefreiheit verfügt, die häufig gar nicht abgerufen werden. Diese Mittel könnten für kreative Projekte (z.B.



Rollstuhlrampen aus Legosteinen) ebenso genutzt werden wie für Informationsangebote und -veranstaltungen zum Thema Barrierefreiheit, für Beratungsleistungen an Kultureinrichtungen (Wie gestalte ich meine Angebote barrierefrei? Wie schaffe ich Zugänge?) oder für konkrete Maßnahmen zum Abbau von Barrieren (z.B. Erstellung barrierefreier Webseite, Wegeleitsysteme, Gebärdendolmetscher für Veranstaltungen o.ä.)

### Zielgruppe Migrant:innen

Hier wurde zunächst festgestellt, dass es sehr wenige Angebote und Formate in Iserlohn gibt, die sich mit dem Thema kulturelle Vielfalt beschäftigen. So gibt es zum Beispiel kein interkulturelles Fest. Schwierig ist dabei auch, dass Migrant:innen in sich keine homogene Zielgruppe sind, sondern dass es fast nicht möglich ist, alle Kulturen mit einer Ansprache oder einem Angebot zu erreichen.

Kulturelle Vielfalt sollte jedenfalls als strategisches Ziel für alle Kultureinrichtungen definiert werden. Hilfestellung kann auch hier die Drehscheibe Kultureller Teilhabe sein. Wichtig ist, dass die Einrichtungen hier auch programmatisch kreativ werden.

### **Fazit der Arbeitsgruppe:**

**Barrierefreiheit, kulturelle Vielfalt und gesellschaftliche Teilhabe sind zwar auch Ressourcenfragen, in aller erster Linie ist es aber eine Frage der Haltung und der grundsätzlichen strategischen Ausrichtung.**