



KULTURAGENDA WARENDORF

2025 – 2030

Inhaltsverzeichnis

| | Seite |
|---|----------|
| 1 Einleitung | 3 |
| 1.1 Ausgangssituation und Zielstellung | 3 |
| 1.2 Entwicklung der Kulturagenda/Aufbau der Kulturagenda | 4 |
| 2 Leitbild | 4 |
| 3 Handlungsfelder, operative Ziele, Maßnahmen und Kennzahlen | 5 |
| 4 Ausblick | 6 |

Anlage – Übersicht über Handlungsfelder, Ziele und Maßnahmen

1 Einleitung

1.1 Ausgangssituation und Zielstellung

Kultur ist für soziale Integration, Bildung und Wohlstand aus der Sicht des Kulturkonsums wie auch der ausübenden Teilhabe im gesellschaftlichen Miteinander von entscheidender Bedeutung. Menschen nutzen Kulturgüter und -dienstleistungen durch die Teilnahme an kulturellen Ereignissen wie Konzerten, Filmvorführungen, Theaterstücken, Ausstellungen, Tanz- und Musikvorführungen, den Besuch von Kulturstätten oder Museen, das Lesen von Büchern und Zeitungen, als Freizeitaktivität und zur persönlichen Entfaltung.

Die Förderung des Zugangs zu Kultur und des Kulturkonsums kann sich positiv auf die Entwicklung des Kultursektors und der Kultur- und Kreativwirtschaft auswirken, die in den letzten Jahren durch politische und wirtschaftliche Krisen erhebliche Rückschläge hinnehmen musste.

Das kulturelle Angebot in Warendorf ist vielseitig und reicht von Theateraufführungen, über Konzerte, Open-Air-Veranstaltungen, Ausstellungen, Lesungen bis hin zu Kleinkunst und Kabarett. Vielfach sind die Menschen in Warendorf selbst kulturell aktiv, z. B. in einem Chor, bei einer Musikgruppe oder als freischaffende Künstler/Künstlerin. Das kulturelle Leben wird geprägt von zahlreichen Einrichtungen und Vereinen, die regelmäßig Veranstaltungen und Ausstellungen anbieten – im kommerziellen und im ehrenamtlichen Bereich. Kulturelle Bildungsangebote, z. B. durch die VHS, die Musikschule und die Stadtbücherei, vervollständigen das Angebot.

Die Stadtverwaltung hat hier eine diverse Rolle: Neben dem Ermöglichen von kulturellen Angeboten durch externe Partner in der Stadtgesellschaft z. B. durch personelle und finanzielle Unterstützung, ist sie gleichzeitig auch Anbieter von verschiedenen kulturellen Formaten. Vielfach sind die Formate bereits seit Jahren/Jahrzehnten in der Stadtgesellschaft verankert. Zusätzliche Formate sind durch politische Anträge oder Ideen von Ehrenamtlern neu in das Portfolio der letzten Jahre aufgenommen worden.

Durch den gesellschaftlichen Wandel und die Folgen der Corona-Pandemie hat es deutliche Veränderungen in der Kulturlandschaft – vom Nachfrageverhalten bis hin zur Akquise von ehrenamtlich Aktiven – gegeben. Die Anforderungen der ehrenamtlich tätigen Institutionen im Hinblick auf die Unterstützung der Stadtverwaltung wird größer, bei gleichzeitig herausfordernder haushalterischer Situation der Kommune.

Dieser Herausforderung möchte sich die Stadt Warendorf mit der Entwicklung der Kulturagenda Warendorf stellen. Folgende Ziele werden mit der Kulturagenda verfolgt:

- Definition eines Leitbildes, der Handlungsfelder sowie Ziele und Maßnahmen für die kulturelle Ausrichtung und Betätigung der Stadt Warendorf, um inhaltliche Schwerpunkte zu definieren und entwicklungsfähige Punkte aufzuzeigen.
- Politische Beschlussfassung zu der Agenda: Klarer Auftrag für die Stadtverwaltung
- Klarheit über die Aufgaben der Stadtverwaltung für die Kulturgesellschaft in Warendorf sowie Einbindung der Kulturgesellschaft zur gemeinsamen Gestaltung der kulturellen Entwicklung
- Messbarkeit der Angebote, sodass eine aktive Steuerung möglich ist.

1.2 Entwicklung der Kulturagenda / Aufbau der Kulturagenda

Aufbauend auf drei internen Workshops der Stadtverwaltung (2 x Leitungsteam des Kulturamtes, 1 x gesamtes Kulturamt) zur Entwicklung einer Ist-Analyse, einer Analyse von Stärken und Schwächen der kulturellen Infrastruktur sowie der Definition von zukünftigen Zielsetzungen, schloss sich ein Workshop mit großen Kultur-Stakeholdern der Stadt Warendorf an. Im Rahmen der unterschiedlichen Workshops wurden für eine konkrete Definition der künftigen Kulturarbeit der Stadt Warendorf ein Leitbild sowie Handlungsfelder und operative Ziele sowie Maßnahmen und Kennzahlen entwickelt.

2. Leitbild

Das Leitbild stellt die Grundlage und die übergreifende, generelle und strategische Betrachtung und Orientierung für die kulturelle Betätigung der Stadt Warendorf dar:

Die Stadt Warendorf engagiert sich für die Förderung und Bereicherung des kulturellen Lebens in unserer Stadt. In enger Zusammenarbeit mit den Bürgerinnen und Bürgern schaffen wir ein vielfältiges und inklusives Kulturangebot, das Sinn stiftet, unterhält und bildet.

Wir unterstützen Kunstschaaffende, Vereine und kulturelle Einrichtungen durch die Bereitstellung von Räumen, Auftrittsmöglichkeiten und Freiräumen für kreatives Experimentieren.

Das Ehrenamt hat für uns einen hohen Stellenwert und wir fördern den Aufbau eines lebendigen kulturellen Netzwerks.

Ob kleine Projekte oder große Veranstaltungen – wir setzen uns mit Begeisterung für kulturelle Initiativen ein, die sowohl in der Kernstadt als auch in den Ortsteilen stattfinden. Unsere Angebote strahlen über die Region hinaus und tragen zur Profilierung Warendorfs als kulturellen Standort bei.

Wir möchten alle Bürgerinnen und Bürger für Kultur begeistern und bieten ein breites Spektrum von Hoch- bis Populärkultur an. Besonders die Förderung von Kinder, Jugendlichen und jungen Erwachsenen liegt uns am Herzen, um sie aktiv für kulturelle Themen zu gewinnen.

Darüber hinaus unterstützen wir die Kolleginnen und Kollegen der Stadtverwaltung bei ihren Veranstaltungsvorhaben und pflegen den kulturellen Austausch sowie freundschaftliche Beziehungen zu unseren Partnerstädten. Wir sind uns der Geschichte bewusst und praktizieren eine ehrliche Erinnerungskultur.

Mit Engagement und Freude setzen wir uns dafür ein, das Image der Stadt Warendorf zu fördern und ein lebendiges, kreatives Miteinander zu gestalten.

3. Handlungsfelder, operative Ziele, Maßnahmen und Kennzahlen

Konkretisiert wird das Leitbild durch Handlungsfelder, operative Ziele sowie Maßnahmen mit entsprechenden Kennzahlen zur Steuerung als Kernstück der Kulturagenda. Zudem wurden der Übersicht Zuständigkeiten sowie Einschätzungen der zeitlichen Umsetzung sowie der Kostenintensität beigefügt. Die Übersicht ist als Anlage der Agenda beigefügt, um flexibel innerhalb der nächsten Jahre ergänzt und verändert werden zu können.

4. Ausblick

Die Kulturagenda soll kein starres Konstrukt sein. Ein jährlicher Bericht zum Umsetzungsstand im Kultur- und Schulausschuss der Stadt Warendorf soll Möglichkeiten der Steuerung transparent darstellen. Zudem sind jährliche Beteiligungsformate mit den Kulturschaffenden in Warendorf in unterschiedlichen Zusammensetzungen geplant, um die Agenda stetig weiterzuentwickeln. Im Jahr 2030 soll die Agenda komplett überarbeitet und neu aufgelegt werden.

Kulturagenda Warendorf

- Handlungsfelder, operative Ziele & Maßnahmen

| 1. Handlungsfeld: Wir bringen Kultur in die Innenstadt! | | | | | | | |
|--|---|---|---------------|---|---|---|--|
| Operatives Ziel: Das kulturelle Angebot in der Innenstadt wird erhalten und ausgebaut. | | | | | | | |
| Lfd. Nr. | Maßnahmen | Teilmaßnahmen | Zuständigkeit | verwaltungs-intern zuständiges Amt/Team | Umsetzung aus Vw-Sicht ■=kurz* ■■=mittel* ■■■=lang* ~=fortlaufend | Kosten-aufwand ■=gering ■■=mittel ■■■=hoch | Kennzahlen |
| 1.1. | <u>Die vorhandenen (Traditions-) Veranstaltungen werden regelmäßig überprüft und angepasst</u> | 1.1.1 Eine Übersicht über alle Veranstaltungen mit Neuerungen / Frequenzmessungen usw. wird entwickelt | Verwaltung | Team Veranstaltungen und Stadtwerbung | ■■□ | ■■□ | Bericht zu den Angeboten / Veränderungen |
| 1.2. | <u>Die Stadtbücherei als "Dritter Ort" wird beständig weiterentwickelt</u> | 1.2.1 Die Ergebnisse der Nutzer-/ und Nicht-Nutzer-Umfrage werden ausgewertet | Verwaltung | Team Stadtbücherei | ■■□ | ■■□ | Darstellung der Ergebnisse der Umfrage |
| | | 1.2.2 Maßnahmen mit Prioritäten werden aus der Nutzerumfrage entwickelt | Verwaltung | Team Stadtbücherei | ■■□ | ■■■ | Entwicklung Maßnahmenplan |
| | | 1.2.3 Die Werbung für die Open-Library wird erhöht | Verwaltung | Team Stadtbücherei | ■■□ | ■■□ | Anzahl der Nutzer der Open-Library |
| 1.3. | <u>Zusätzliche Formate werden eingeführt</u> | 1.3.1 Es erfolgt eine Leerstandsnutzung durch kulturelle (Zwischen-) Angebote | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■■■ | ■■■ | Teilnehmerzahlen |
| | | 1.3.2 Es wird ein neues Veranstaltungsformat eingeführt: Der Warendorfer Sommer: Neue Formate werden eingeführt, die Innenstadt wird als Begegnungsraum inszeniert | Verwaltung | Team Veranstaltungen und Stadtwerbung | ■■■ | ■■■ | Darstellung des Veranstaltungsformaten |
| 1.4. | <u>Die Zusammenarbeit zwischen den Museen sowie der Stadtverwaltung wird analysiert und ausgebaut</u> | 1.4.1 Die Entwicklung der Museen und die Hebung von Synergien wird durch einen neuen Steuerungskreis aktiv begleitet und es erfolgt eine zukunftsfähige Ausrichtung | Verwaltung | Team Kulturbüro, Vertreter der Museen | ■■■ | ■■□ | Angebote und Kooperationen |
| | | 1.4.2 Die Öffnungszeiten des dezentralen Stadtmuseums werden ausgeweitet, digitale Formate sollen eingeführt werden | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■■■ | ■■■ | Öffnungszeiten, digitale Formate |
| 1.5. | <u>Die Märkte werden weiterentwickelt, neue Märkte werden eingeführt</u> | 1.5.1 Neukonzeption der bestehenden Märkte plus Entwicklung von Abendmärkten und Themenmärkten (wie z.B. Car-Boot-Sale = Kofferraummarkt) | Verwaltung | Team Veranstaltungen und Stadtwerbung | ■■■ | ■■■ | Anzahl der neu eingefügten Formate, Nutzerzahlen |
| 1.6. | <u>Die Aufmerksamkeit für die Innenstadt wird erhöht</u> | 1.6.1 Ein kulturelles Fenster am Bahnhof wird installiert | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■■■ | ■■■ | Installation des Fensters |
| | | 1.6.2 Die Hinweise an den Ortseingängen werden erhöht | Verwaltung | Team Veranstaltungen und Stadtwerbung | ■■■ | ■■■ | Anzahl Hinweise |
| 1.7. | <u>Der Ortskern in Freckenhorst wird bei diesem Themenfeld ebenfalls berücksichtigt</u> | 1.7.1. Analyse, Weiterentwicklung und ggf. Ausbau der vorhandenen Angebote | Verwaltung | Alle | ■■■ | ■■■ | Ergebnis der Prüfung |

2. Handlungsfeld: Wir entwickeln Leuchtturmprojekte und -angebote!

Operatives Ziel: Die Leuchtturmprojekte und -angebote strahlen über die Region hinaus und tragen zur Profilierung Warendorfs als kulturellen Standort bei.

| Lfd. Nr. | Maßnahmen | Teilmaßnahmen | Koordination / Verantwortung | verwaltungs-intern zuständiges Amt/Team | mögliche Umsetzung aus Sicht der Verwaltung | Kosten-aufwand (gering, mittel, hoch) | Kennzahlen |
|----------|---|--|------------------------------|---|---|---------------------------------------|--|
| 2.1. | Neue Veranstaltungsreihen und -formate werden entwickelt | 2.1.1. Europagespräche | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■□□ | ■□□ | Anzahl der Besucher, durchgeführte Gespräche |
| | | 2.1.2 Literaturreihen wie "Wege durch das Land" | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■■□ | ■■□ | Anzahl Veranstaltungen, Anzahl Besucher |
| | | 2.1.3 Kooperative Ausstellungsprojekte mit Museen der Region | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■□□ | ■■□ | Anzahl Veranstaltungen, Anzahl Besucher |
| | | 2.1.4. Open-Air-Theater im Stadtraum | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■□□ | ■■□ | Anzahl Veranstaltungen, Anzahl Besucher |
| | | 2.1.5 Junge Musik-Reihe | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■■□ | ■■□ | Anzahl Veranstaltungen, Anzahl Besucher |
| | | 2.1.6 Intensivierung der Städtepartnerschaften in langfristigen Projekten (z.B. Ausstellung Skulpturen André Marie). Projektwochen | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■■□ | ■■□ | Anzahl Veranstaltungen, Anzahl Besucher |
| | | 2.1.7 Kunstaktionen im Außenraum, z.B. Skulpturen | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■■□ | ■□□ | Anzahl Aktionen, Anzahl Besucher |
| | | 2.1.8 Artist in Residence | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■□□ | ■□□ | Ergebnis, durchgeführte Zwischeneinsichten |
| | | 2.1.9 Filmreihen (z.B. zum Thema Heimat) | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■■□ | ■■□ | Anzahl Veranstaltungen, Anzahl Besucher |

3. Handlungsfeld: Unsere Angebote richten sich an alle Bürgerinnen und Bürger der Gesamtstadt Warendorf und es ist uns wichtig, ganz unterschiedliche Gruppen und Generationen anzusprechen

| Operatives Ziel: Es werden verschiedene Angebote für unterschiedliche Zielgruppen angeboten und zielgerichtet beworben. | | | | | | | |
|---|--|---|------------------------------|--|---|--------------------------------------|-----------------------------|
| Lfd. Nr. | Maßnahmen | Teilmaßnahmen | Koordination / Verantwortung | verwaltungsintern zuständiges Amt/Team | mögliche Umsetzung aus Sicht der Verwaltung | Kostenaufwand (gering, mittel, hoch) | Kennzahlen |
| 3.1. | <u>Die Angebote werden sichtbarer dargestellt</u> | 3.1.1. Erstellung eines Newsletters | Verwaltung | Team Veranstaltungen und Stadtwerbung | ■□□ | ■□□ | Anzahl Newsletter / Jahr |
| | | 3.1.2. Erstellung / Nutzung eines WhatsApp-Kanals | Verwaltung | Team Veranstaltungen und Stadtwerbung | ■□□ | ■□□ | Anzahl Nutzer |
| | | 3.1.3 Einführung eines Kulturmagazins | Verwaltung | Kulturamt | ■□□ | ■□□ | Anzahl Leser |
| | | 3.1.4 Prüfung eines Kulturtages | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■□□ | ■□□ | Prüfungsergebnis |
| 3.2. | <u>Kunst wird individuell erfahrbar gemacht</u> | 3.2.1 QR-Codes, digitale Bilderrahmen, Mobile Kunst | Verwaltung | Kulturamt | ■■□ | ■■□ | Erfolgte Maßnahmenumsetzung |
| | | 3.2.2 Barrierefreiheit: Einfache Sprache, Berücksichtigung von verschiedenen Einschränkungsarten bei der Konzeption von Veranstaltungen | Verwaltung | Kulturamt | ■□□ | ■□□ | Erfolgte Maßnahmenumsetzung |
| | | 3.2.3 Kultur-Fahrrad-Route / Kulturpfad | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■■□ | ■■□ | Erfolgte Maßnahmenumsetzung |
| 3.3. | <u>Angebote in den Ortsteilen werden gefördert und Erreichbarkeiten werden verbessert</u> | Einführung eines Kultur-Busses | Verwaltung | Team Kulturbüro | ■■□ | ■■□ | Erfolgte Maßnahmenumsetzung |
| 3.4. | <u>Das Interesse für Kultur wird geweckt</u> | 3.4.1 Einbindung von verschiedenen Zielgruppen (z.B. HOT, Seniorenbeauftragte, Freiraum, ...) | Verwaltung | Kulturamt | ■□□ | ■□□ | Anzahl der Einbindungen |

| 4. Handlungsfeld: Wir agieren! | | | | | | | |
|--|--|--|------------------------------|--|---|--------------------------------------|--|
| Operatives Ziel: Veränderungen im kulturellen Bereich werden aktiv begegnet. | | | | | | | |
| Lfd. Nr. | Maßnahmen | Teilmaßnahmen | Koordination / Verantwortung | verwaltungsintern zuständiges Amt/Team | mögliche Umsetzung aus Sicht der Verwaltung | Kostenaufwand (gering, mittel, hoch) | Kennzahlen |
| 4.1. | Kooperationen und Netzwerke unter den Stakeholdern Kultur werden aufgebaut bzw. gefördert | 4.1.1 Einführung einer Raumbörse | Verwaltung | Kulturamt | ■□□ | ■□□ | Raumbörse ist erstellt - Nutzerzahlen |
| | | 4.1.2 Ein gemeinsamer Veranstaltungskalender wird eingeführt | Verwaltung | Team Veranstaltungen und Stadtwerbung | ■□□ | ■□□ | Veranstaltungskalender ist erstellt |
| | | 4.1.3 Ein Kulturnetzwerk wird eingeführt (Stammtisch, u.a.) | Verwaltung | Kulturamt | ■□□ | ■□□ | Anzahl der Veranstaltungen, Teilnehmerzahlen |
| 4.2. | Die Akquise von Ehrenamtlern für die Kulturtreibenden wird unterstützt | 4.2.1 Unterstützung der Ehrenamtler durch Unterstützung des Kulturamtes (Checklisten, Fortbildungen, Newsletter) | Verwaltung | Kulturamt | ■□□ | ■□□ | Darstellung der Unterstützungen |
| | | 4.2.2 Einbindung der Ehrenamtskoordination | Verwaltung | Dezernat II | ■□□ | ■□□ | Einbindung ist erfolgt, Darstellung der Einbindung |
| 4.3. | Das Kulturmarketing wird ausgebaut | 4.3.1 Akquise von Fördermitteln und Sponsoring | Verwaltung | Kulturamt | ■□□ | ■□□ | Anzahl der Akquisen, Bericht |
| | | 4.3.2 Digitale Veranstaltungshinweise an verschiedenen Orten | Verwaltung | Team Veranstaltungen und Stadtwerbung | ■□□ | ■□□ | Anzahl der neuen Hinweise |
| | | 4.3.3 Frühzeitiges Marketing | Verwaltung | Kulturamt | ■□□ | ■□□ | Umsetzung / Zeitplan |
| | | 4.3.4 Nutzung von zusätzlichen vorhandenen Flächen in der Stadt zur Werbung | Verwaltung | Kulturamt | ■□□ | ■□□ | Darstellung der Flächen |
| 4.4. | Die Städtepartnerschaften werden zukunftsfähig ausgebaut | 4.4.1 Konzeptionelle Bearbeitung von Schwerpunkten & Zielgruppen zusammen mit dem AK Städtepartnerschaften | Verwaltung | Team Veranstaltungen und Stadtwerbung | ■□□ | ■□□ | Neukonzeption, Anzahl neuer Mitglieder |
| | | 4.4.2 Die Sichtbarkeit der Städtepartnerschaften wird erhöht (Hinweisschilder, etc.) | Verwaltung | Kulturamt | ■□□ | ■□□ | Anzahl der Maßnahmen |

12.12.2024

Legende:

*Umsetzung aus Verwaltungssicht:

■=kurzfristig (bis 2 Jahre)

■□=mittelfristig (3-5 Jahre)

■□□=langfristig (> 5 Jahre)

~=fortlaufend

** als Anregung aufgenommen