

Ergebnis des Verdichtungsgesprächs zum ersten Fachgespräch im September 2015

Kultur | Tourismus Lemgo 2025
Situation heute

Kriterium: Interkulturalität

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Türken⁺ Ausbildung am West-renaissance-Museum • Deutsche-Türk Austausch !!! • Ausstellungenprojekte - wie die Türken vom Lemgo kamen? • Stadtfest/treffen • AS mit Schloss, "Nur ein Traum" - Das über das Meer! • Integrationsklasse VHS 	<ul style="list-style-type: none"> • Zeitfragen wie die Kultur unsere Partnerschaften - gemeinsame Wertschätzung, die Menschen verbindet, öffnet sie auch für eine Kommunikation? • Probleme, Lemgo mit verschiedenen Kulturen in Lernsituationen zu haben • Wie effektiv in der Welt leben? • Was ist unsere Aufgabe, fassen wir sie so an? • Kann es sein, dass das Malen, Tanzen, Singen für alle Kulturen anziehend ist? • Kunst (was verbindet) Musik auch !!

••• Wege suchen um Emigranten einzubinden.
••• Eine finanzielle Basis f. Kulturvermittlung schaffen.
••• Internationalität sichtbar machen?
 Kunst ist per se International -> und das muss sichtbar gemacht werden.

Kultur | Tourismus Lemgo 2025
Einflussfaktoren – Trends bis 2025

Einflussfaktor

Veränderung von Einstellung u. Verhalten zu Kultur und Freizeit

Wie sieht die Situation konkret 2025 aus?

- Folge von Turbulenzen 40. mehr erlebnisreiche Zeit für Menschen erfordert größeres kulturelles Angebot und sollten vor sozialen Auswirkungen zur Teilhabe an kultureller Bildung
- mehr öffentliche Räume für (auch nicht organisierte) kulturelle Begegnungen aufgrund des Wandels des Freizeitverhaltens (Abschluss, Freizeitsport etc.)
- Tourismus in mehrstöckigen Räumen wird an Bedeutung gewinnen: Lippelänge unter Kulturaktivitäten, Angebote, Inhalte und Veranstaltungen
- Tendenz zu mehr Events (Highlights, "Spektakel") die für mehr Geld zu erleben sind

Kultur | Tourismus Lemgo 2025
Situation heute

Kriterium: Generationen

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Generationen bindet • Beschränkt zu gemeinsamen Projekten • Nähe Ökonomie an Kulturinstitutionen durch Anträge an z.B. Universität, Kirche, Hochschule... • "Wir können wieder" Sommer mit vielen Events • eine Menge an Einrichtungen, die Kultur anbieten • Anknüpfung zu kulturellen Einrichtungen (Hotel oder Volkshochschule) • Kulturvermittlung - Haus • Teilhabeangebot für alle Generationen (STATISTIK) 	<ul style="list-style-type: none"> • Viele Stadtkinder in der Stadt, viele Kinder nicht bei den kulturellen Veranstaltungen !!! • Dislozierte Stadt - Hortschule • falls das Angebot für Jugendliche in 2011 (Bilder etc.) Generationenproblematik -> Angebot heute in 2015 (kann können aber erst abmachen oder nur die Eltern?) • Elternlobby zu schwach für einigebildete (Arbeitsfähigkeit) • Aber Musikprojekte in alle Stadt • Verdrängung / Bruchung der Strukturen der Stadt • Studenten fehlen in Stadt • Studenten fehlen in Stadt • Leben eher auf dem Campus • Demografischer Wandel schlägt nicht plötzlich zu!

••• Wochenendveranstaltungen
••• für U25 um diese in den Stadtkern zu locken

 Kernaussage
 AUFBAU SIND SOWAS - WIE Z!
 MEHR VERANSTALTUNGEN STADT -> HS OWL
 (z.B. Nacht der Wissenschaft / Lange Filmnacht)

Zu bearbeitende Schwerpunktthemen

- I. Nutzung und Ausbau vorhandener Ressourcen
- II. Wirkung nach außen
- III. Fehlende Angebote

Themen des ersten Fachgesprächs am 02.09.2015

- Qualität des Angebots
- Quantität des Angebots
- Generationen
- Infrastruktur
- Marketing
- Ehrenamt
- Interkulturalität
- Netzwerke & Kommunikation

Verdichtete Ergebnisse

I. Nutzung und Ausbau vorhandener Ressourcen

1. Netzwerke & Kommunikation

- Netzwerke & Kommunikation -

- Koordination der Terminplanung per EDV verbessern
- Treffen der Veranstalter zur langfristigen Terminabstimmung
- Kooperationen der Kulturanbieter untereinander stärken
- Netzwerk Schule - Kulturanbieter stärken/ ausbauen
- Kommunikation im Ehrenamtsbereich verbessern
- Neue Formate aufbauen: z.B. „Lange Nacht der Kultur“ oder „Museumsnacht“

2. Ressourcen erhalten und/oder ausbauen

- Generationen, Interkulturalität, Infrastruktur, Ehrenamt -

- Fundraising auf- /ausbauen
- Ehrenamtlich Tätige für die Zukunft gewinnen
- Interkulturelle Angebote ausbauen/ Multikulturalität als kulturelle Quelle stärken
- Infrastruktur: Anbindung ÖPNV verbessern

Verdichtete Ergebnisse

II. Wirkung nach außen

3. Marketing/ Tourismus nach Zielgruppen

- Marketing -

- Veranstaltungen gebündelt an die Öffentlichkeit bringen
- Einheitlich zusammengefasster Auftritt der Veranstalter unter dem Dach „LEMGO“
- Internetseite der Alten Hansestadt Lemgo und deren Kultureinrichtungen verbessern und vereinheitlichen
- App zur Veranstaltungssuche erstellen lassen
- Ansprache von Studierenden verbessern
- Ansprache von Menschen mit ausländischen Wurzeln verbessern
- Tourismusangebote in der Stadt und in Kooperation mit Städten in der Region bündeln und als Pakete vermarkten
- Tourismus-Paket-Konzepte für verschiedene Zielgruppen zusammenstellen
- Expertenmeinung zur Tourismusentwicklung im Raum Lippe einholen

Verdichtete Ergebnisse

III. Fehlende Angebote

4. Neue Angebote schaffen

- Qualität & Quantität des Angebots -

- Tanzangebot
- Studentenclub
- „Nacht der Museen“ / „Nacht der Kultur“

Kernaussagen

- Es gibt viele gute Produkte im Kultur- und Tourismusangebot in Lemgo. Es gilt, sie intelligent zu verknüpfen und zielgruppenorientiert weiterzuentwickeln.
- Es gilt, die Ressourcen zu sichern, neue zu gewinnen und Synergien durch Netzwerke zu heben.
- Die Wirkung nach außen sollte durch ein verbessertes Marketing erhöht werden.

Themen für das zweite Fachgespräch

Netzwerke & Kommunikation

Marketing/ Tourismus

Ressourcen erhalten bzw. ausbauen

Angebotsportfolio weiterentwickeln und ergänzen

Was genau?

Wer?

Mit wem?

Bis wann?