

Studie „Grenzüberschreitende Kulturkooperation in der Großregion“

Modul 2 2.5 Gesamtdokumentation Endgültige Fassung

Oktober 2018

Autorin:

MAG. SYLVIA AMANN
IM WEIZENFELD 26
A-4209 ENGERWITZDORF
TEL +43/7235/660-5411
MOBIL +43/676/602 74 68
MAIL: office@inforelais.org
WEB: www.inforelais.org
SKYPE: sylvia.amann

INHALTSVERZEICHNIS

1. METHODISCHER ANSATZ	1
2. RAHMENBEDINGUNGEN	2
3. INTERNATIONALE CASE STUDIES	3
3.1 Shared History	4
3.1.1 Grundsätzliche Gedanken zur „Shared History“	5
3.1.2 „Shared History“ Internationale Good Practice	7
3.1.3 Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds und Deutsch Tschechisches Gesprächsforum	8
3.1.4 Empfehlungen aus der Case Study „Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds und Deutsch Tschechisches Gesprächsforum“	9
3.1.5 Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande	10
3.1.6 Empfehlungen aus der Case Study „Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande“	11
3.1.7 Empfehlungen zum Shared Heritage aus beiden Case Studies	12
3.2 Serviceleistungen und Unterstützungsstrukturen	13
3.2.1 Grundsätzliche Gedanken zu „Service- und Unterstützungsmaßnahmen“	15
3.2.2 „Service- und Unterstützungsmaßnahmen“ Internationale Good Practice	18
3.2.3 Touring Artists Deutschland	19
3.2.4 Empfehlungen aus der Case Study „Touring Artists Deutschland“	20
3.2.5 International Federation of Arts Councils and Culture Agencies (IFACCA) – Cultural Policy Making Services	21
3.2.6 Empfehlungen aus der Case Study „International Federation of Arts Councils and Culture Agencies (IFACCA) – Cultural Policy Making Services“	22
3.2.7 Empfehlungen zu Unterstützungsstrukturen und Services aus beiden Case Studies	23
3.3 Mobilität und transnationale Publikumsentwicklung	24
3.3.1 Grundsätzliche Gedanken zur „Mobilität“	25
3.3.2 „Mobilität“ Internationale Good Practice	28
3.3.3 The Nordic-Baltic Mobility Programme for Culture	29
3.3.4 Empfehlungen aus der Case Study „The Nordic-Baltic Mobility Programme for Culture“	30
3.3.7 Empfehlungen zu Mobilität aus beiden Case Studies	31
3.4 Transversale Empfehlungen aus den Case Studies	32
3.4.1 Motivation für die Initiativen	32
3.4.2 Struktureller und Umsetzungs-Rahmen	32
3.4.2.1 Strukturen und Entscheidungsfindung	32
3.4.2.2 Finanzielle Rahmenbedingungen	33

3.4.2.3 Themen und Umsetzungsmethoden	34
3.4.2.4 Zielgruppen und ihre Einbindung	36
3.4.2.5 Kommunikation und geographische Abdeckung	37
3.4.3 Lessons learnt	38
3.5 Verein Kulturraum Großregion: Eckpunkte transnationaler Kulturkooperation auf Basis der internationalen Case Studies	40
4. ZUKUNFT KULTURZUSAMMENARBEIT IN DER GROSSREGION	43
4.1 Feedbacks Regionalkoordinatoren und Verwaltungsrat	43
4.1.1 Shared History	43
4.1.2 Serviceleistungen und Unterstützungsmethoden.....	44
4.1.3 Mobilität und transnationale Publikumsentwicklung	44
4.1.4 Diskussionsergebnisse Verwaltungsrat im Juni 2018.....	45
4.1.5 Festlegungen der Regionalkoordinatoren im September 2018.....	46
4.2 Empfehlungen „Verein Kulturraum Großregion 2018+“	47
4.2.1 Zielsetzungen.....	47
4.2.2 Langfristige Strategie des Vereins	47
4.2.2.1 Mobilität der Kulturakteure in der Großregion steigern.....	48
4.2.2.2 Services und Unterstützungsmaßnahmen in der Großregion weiterentwickeln.....	49
4.2.2.3 Kultur-Zusammenarbeit themenspezifisch stärken	49
4.2.2.4 Sichtbarkeit der Arbeit des Vereins Kulturraum Großregion verbessern	50
4.2.3 Kurzfristige Umsetzungs-Roadmap des Vereins.....	51
5. SCHLUSSBEMERKUNGEN	52
6. ANNEXE	53
6.1 Verein Kulturraum Großregion: Eckpunkte transnationaler Kulturkooperation	53
6.2 Bericht Internationales Benchmarking und internationale Gute Praxis.....	54
6.3 Bericht Case Study Dokumentation	55
6.4 Bericht User-Involvement Methoden	56

1. METHODISCHER ANSATZ

Modul 2 der Studie „Grenzüberschreitende Kulturkooperation in der Großregion“ besteht aus den folgenden Arbeitsschritten:

- Vorauswahl von drei Zukunftsthemen der Kulturkooperation in der Großregion (Workshop vom 13. März 2018)
- Internationales Benchmarking und Darstellung internationaler Guter Praxis
- Durchführung von sechs internationalen Case Studies mit einem Interview pro Case Study
- Gesamtdokumentation Modul 2 der Studie

Die Umsetzungsschritte in Modul 2 bauen auf Modul 1 der Studie auf, die im Dezember 2017 vorgelegt und umfassend beim Workshop am 13. März 2018 in Luxemburg mit den Regionalkoordinatoren diskutiert wurde. Besonders relevant sind diesbezüglich die fünfzehn Eckpunkte transnationaler Kulturkooperation sowie die Festlegung, dass die Szenarien Transnationale Kulturpolitik und Services für transnationale Kulturzusammenarbeit weiterverfolgt werden sollen. Szenario 3 „Think Tank“ wurde hingegen von den Regionalkoordinatoren als interessant, aber für den Verein Kulturraum Großregion als nicht umsetzbar eingestuft.

Auf Basis des Workshops in Luxemburg am 13. März 2018 wurden drei Schwerpunktthemen für eine mögliche künftige Kulturkooperation in der Großregion vorausgewählt. Diese Themen könnten die künftige Zusammenarbeit im Rahmen des Vereins Kulturraum Großregion bestimmen:

- Shared History
- Serviceleistungen und Unterstützungsmethoden für transnationale Kulturkooperation
- Mobilität und Publikumsentwicklung (Publikumsentwicklung im Sinne der transnationalen Mobilität des Publikums)

Die drei Schlüsselthemen decken alle unterschiedliche Aspekte der transnationalen Zusammenarbeit ab, wurden in dieser Gesamtdokumentation in einen grundsätzlichen und internationalen Kontext gesetzt. Die entsprechenden Detail-Analyseergebnisse wurden ergänzend in zwei separaten Berichten zusammengefasst und liegen als Annexe dieser Gesamtdokumentation bei:

- Bericht Internationales Benchmarking und internationale Gute Praxis (Annex 6.2)
- Bericht Case Study Dokumentation (Annex 6.3)

Die vorliegende Gesamtdokumentation ist demnach in sechs Kapitel gegliedert. Kapitel 1 und 2 widmen sich dem generellen und dem methodischen Kontext. Kapitel 3 vertieft die drei thematischen Schwerpunktbereiche und gibt einen umfassenden Einblick in die Ergebnisse der internationalen Case Studies. Daraus abgeleitet – wie in Modul 1 – ergänzende fünfzehn Eckpunkte transnationaler Kulturkooperation in der Großregion auf Basis der internationalen Case Studies. Kapitel 4 beschreibt die zukünftige Ausrichtung des Vereins Kulturraum Großregion. Abschließend werden in Kapitel 5 zusammenfassende Schlussbemerkungen aufgelistet und in Kapitel 6 ergänzende Informationen als Annexe gegeben. Die Gesamtdokumentation im Entwurf wurde bei einem Workshop am 12. September 2018 in Luxemburg mit den Regionalkoordinatoren ausführlich diskutiert und die diesbezüglichen Festlegungen in die Endfassung dieser Studie eingearbeitet.

2. RAHMENBEDINGUNGEN

Wesentlich für die Umsetzung des internationalen Benchmarkings und der Auswahl der Good Practice Präsentationen sowie der Follow-Up-Case-Studies war neben der Festlegung von den drei Zukunftsthemen, die Ergebnisse der Studie Modul 1. Besonders zu beachten sind die fünfzehn Eckpunkte transnationaler Kulturkooperation durch den Verein Kulturraum Großregion, die an dieser Stelle deshalb noch einmal wiederholt werden:

- Bekenntnis zur Zusammenarbeit und gute Kooperationskultur fortsetzen
- Komplexität als fixes Element der transnationalen Kooperation akzeptieren
- Mehrsprachigkeit und Multikulturalität sind Schätze im 21. Jahrhundert
- Spezifische Stellung und Kompetenzen des Vereins Kulturraum Großregion nützen
- Mobilitätsförderung ist ein zentrales Element der transnationalen Kooperation
- Gemeinsame Themen in den Vordergrund stellen
- Unterschiedliche Entwicklungsstände als Potenzial für Know-How-Transfer verstehen
- Gemeinsames Kulturerbe bearbeiten
- Internationale Dimension der Kulturzusammenarbeit der Großregion stärken
- Investitionen in eine professionelle Entwicklung transnationaler Vorhaben
- Engagement für gemeinsame (EU-)Finanzierungstools
- Zielgruppen-spezifische Arbeit umsetzen
- Kommunikation nach innen und nach außen verstärken
- Service- und Informationsangebote für transnationale Kooperation werden nachgefragt
- Faire finanzielle Lastenverteilung zwischen den Partnern im Verein Kulturraum Großregion

Weiters relevant sind auch die 5 Ausprägungen erfolgreicher transnationaler Kulturkooperationsprojekte (Modul 1 dieser Studie), die an dieser Stelle aufgezählt werden:

- Transnationales Lernen und Know-How-Transfer
- Kulturaustausch und interkultureller Dialog
- Kooperation im gemeinsamen Kulturerbe
- Nutzung transnationaler Märkte und transnationale Publikumsentwicklung
- Transversale Elemente der transnationalen Kulturkooperation (Partnerschaft, Nachhaltigkeit, Infrastruktur, regionale Relevanz, Bürgerbeteiligung, Jugendkooperation, kulturpolitische Kooperation, Europäische/Internationale Finanzierung)

Ergänzend wurden auch noch die Szenarien aus Modul 1 dieser Studie berücksichtigt:

- Szenario 1: Transnationale Kulturpolitik
- Szenario 2: Service für transnationale Kulturzusammenarbeit
- Szenario 3: Think Tank Transnationale Kulturzusammenarbeit

Auf Basis der Diskussionen vom Workshop am 13. März 2018 in Luxemburg wurden die Szenarien Transnationale Kulturpolitik und Service für transnationale Kulturzusammenarbeit als ein einheitlicher Ansatz betrachtet und der Think Tank – Ansatz verworfen. Die transnationale Kulturpolitik versteht sich nicht als eine integrierte Kulturpolitik (die die nationale und regionale Souveränität untergraben würde) sondern ein auf Austausch und Kooperation begründeter Ansatz im Hinblick auf gemeinsame kulturpolitische Interessen.

Für die Umsetzung der Studie Modul 2 wurde ein integriertes Konzept umgesetzt, das (thematische, strukturelle, organisatorische, entscheidungstechnische und kommunikationsrelevante) Schlüsselfragen analysiert und daraus abgeleitet einen strategischen und operativen (Roadmap) Umsetzungsvorschlag für den Verein Kulturraum Großregion ableitet.

3. INTERNATIONALE CASE STUDIES

Kapitel 3 widmet sich der ausführlichen Darstellung der internationalen Case Studies. Sie dienen der Generierung eines tieferen Einblicks in die Umsetzungsbedingungen und Erfolgskriterien der identifizierten Beispiele Guter Praxis in den drei Themenfeldern, die von den Regionalkoordinatoren ausgewählt wurden. Kapitel drei ist demnach primär thematisch gegliedert und mündet in den letzten beiden Sub-Kapiteln (3.4 und 3.5) in transversale Schlussfolgerungen aus den Case Studies.

Für die Case Studies wurde ein umfangreicher Fragebogen ausgearbeitet und in ausführlichen Telefon- und Skype-Interviews mit jenen Auskunftspersonen durchgearbeitet, die strategisch für die jeweiligen Programme oder Initiativen zuständig sind. Das waren in der Regel Entscheidungsträger aus den Ministerien oder die Geschäftsführer, die für die Programmumsetzung direkt verantwortlich sind. Ergänzend wurden Materialien zu den Initiativen eingearbeitet, wie Strategiepapiere, Evaluierungsergebnisse, Projektdatenbanken und weitere Online-Quellen und Webseiten. Die Interviewpartner standen zusätzlich für Rückfragen zur Verfügung oder involvierten weitere Kolleginnen und Kollegen zur Detaillierung der Case Study Zusammenfassungen. Die detaillierten Summaries stehen in einer eigenen Case Study Dokumentation (Annex 6.3) zum Nachlesen zur Verfügung.

Folgende Programme und Initiativen wurden als Case Studies bearbeitet:

- Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds und Deutsch-Tschechisches Gesprächsforum (Thema: Shared History)
- Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande (Thema: Shared History)
- Touring Artists Deutschland (Thema: Services)
- International Federation of Arts Councils and Culture Agencies – IFACCA (Thema: Services)
- The Nordic-Baltic Mobility Programme for Culture (Thema: Mobilität)

Die Analyse der Case Studies erfolgte mehrstufig. In einem ersten Schritt wurde nach jedem Case Study Interview eine ausführliche Zusammenfassung erstellt. Diese wurde an die Interviewpartner sowohl zur Kontrolle und zur Ergänzung von wesentlichen Informationen geschickt. Nach Freigabe der Zusammenfassungen wurden sie in der Case Study Dokumentation übersichtlich dargestellt. Es erfolgte dann die Analyse für jede Case Study separat mit jeweils abgeleiteten spezifischen Empfehlungen. Danach erfolgte eine transversale Untersuchung mit je zwei Case Studie pro Themenbereich. Last but not least, wurden alle untersuchten Case Studies nach den einzelnen Fragebogen-Elementen analysiert, um Gemeinsamkeiten in der Praxis der internationalen Kulturkooperation abzuleiten.

Den Abschluss von Kapitel 3 „Internationale Case Studies“ bildet die Ausformulierung von fünfzehn Eckpunkten für die transnationale Kulturkooperation in der Großregion auf Basis der Erfahrungen mit den internationalen Beispielen guter Praxis. Diese werden im Annex 6.1 in Verbindung gesetzt mit den fünfzehn Eckpunkten transnationaler Kulturkooperation, die aus der Analyse der Kulturkooperationsprojekte in der Großregion erstellt wurden (Modul 1 dieser Studie). Alle dreißig Eckpunkte können einen Referenzrahmen für die inhaltliche und organisatorische Umsetzung der künftigen Kulturkooperation des Vereins Kulturraum Großregion herangezogen werden.

Da eine ausgewählte Case Study nicht durchführbar war (Gesprächspartner war nicht zum Interview bereit), wurde beim Workshop am 12. September 2018 mit den Regionalkoordinatoren vereinbart, dass entweder ein Interview mit dem Programm „Scotland –the perfect stage“ bzw. tieferen Einblick in die Methoden des User-Involvement gegeben wird. Am 25. September 2018 erfolgte die Freigabe für das thematische Papier „User-Involvement“ (vgl. Annex 6.4 zu dieser Gesamtdokumentation)

3.1 Shared History

Das gemeinsame Kulturerbe wurde bisher noch nicht umfassend seitens des Vereins Kulturraum Großregion bearbeitet – ein klarer Unterschied zu anderen Kooperationsräumen und ein Potenzial, das bisher noch nicht umfassend genützt wurde. Shared History ist ein zentrales Themenfeld der Großregion, geht über das Kulturerbe hinaus. Besonders die europäische Ordnung nach dem zweiten Weltkrieg und der europäische Einigungsprozess spielen diesbezüglich eine entscheidende Rolle. Die Industriekultur hängt diesbezüglich auch zusammen (z. B. durch die Stahl- und Kohle-Union). Diese Geschichte und der gegenwärtige oder vergangene wirtschaftliche Erfolg haben eine multikulturelle und mehrsprachige Region auf dem Gebiet der Großregion geschaffen.

Reflektiert man zu den fünfzehn Festlegungen, die in Modul 1 dieser Studie für den Verein Kulturraum Großregion ausgearbeitet wurden, so sind insbesondere die folgenden zwei Punkte von Relevanz für das Kapitel Shared History:

- **Gemeinsames Kulturerbe bearbeiten**
Kooperationsinteresse und –begeisterung ist begründet in positiven Emotionen wie dem Gefühl von Gemeinsamkeit und Zugehörigkeit. Das gemeinsame Kulturerbe der Großregion ist ein Element, das Potenzial hat, die Großregion authentisch darzustellen. „Shared history“ würde aber zu kurz greifen, wenn sie wie in vielen Regionen Europas, rein für touristische Ziele aufbereitet wird. Sie beinhaltet vielmehr und primär eine umfassende Einbindung der Bevölkerung vor Ort in Aufarbeitung und Vermittlung. Sie integriert zeitgenössische Kunst- und Kulturströmungen als kulturelles Erbe von Morgen und diesbezügliche Archivierungsfragen. Sie berücksichtigt auch internationale Verbindungen. Das gemeinsame Kulturerbe ist eine Chance für die Großregion, die bisher noch nicht umgesetzt wurde.
- **Mehrsprachigkeit und Multikulturalität sind Schätze im 21. Jahrhundert**
Mehrsprachigkeit und damit der Zugang zu unterschiedlichen kulturellen Herangehensweisen sind ein enormer Mehrwert in einer globalen Welt. Die Großregion ermöglicht im Kleinen für die „große“ Welt zu lernen. Das sind exzellente Voraussetzungen für die Einbindung von beispielsweise internationalen Studierenden. Dafür braucht die Großregion aber ein junges und neues Branding. Das Engagement der Großregion für den europäischen Einigungsprozess könnte diesbezüglich auch für die globale Ebene ein Alleinstellungsmerkmal sein.



Projekt „Digitale Steine“¹

¹ <http://www.stiftung-dfkultur.org/index.php?id=287>

3.1.1 Grundsätzliche Gedanken zur „Shared History“

Shared History geht über den Ansatz des Kulturerbes und seiner touristischen Vermarktung hinaus. Der Ansatz anerkennt die historischen Verflechtungen, die über eine rein nationale Betrachtung hinausgehen. Die Shared History Konzepte betreffen Fragestellungen nach dem Was (welches Erbe), nach dem mit Wem (wer ist betroffen und wer soll eingebunden werden) und nach dem Wie (Kooperationstools für einen kulturpolitischen Ansatz für Shared History). Im Kontext der Shared History wurden sowohl supranationale Organisationen wie die UNESCO²³, zwischenstaatliche Einrichtungen⁴ als auch Nationalstaaten tätig. 2017 hat sich Präsident Macron in seiner Rede in Ouagadougou auf die „histoire partagée“ in Bezug auf die Beziehungen Frankreichs zum Afrikanischen Kontinent bezogen⁵. Das Jahr des Europäischen Kulturerbe 2018 steht in Deutschland unter dem Motto „Sharing Heritage⁶“.

Die Niederländische Staatliche Kulturerbeagentur (Cultural Heritage Agency) definiert Shared History folgendermaßen: *“The Netherlands shares a past with many nations and cultures around the world. These connections have left traces, commemorating the rich and complex history that we share. (...) Shared cultural heritage also includes traces left by other countries and cultures in the Netherlands.”*⁷ Der niederländische Ansatz fokussiert allerdings stark auf sogenanntes Tangible Heritage wie Unterwasserarchäologie, Raum-Kultur-Erbe und Museumskollektionen. Der zweite Andockpunkt der niederländischen Strategie in Bezug auf die Spuren anderer Länder und Kulturen in den Niederlanden öffnet das Themenfeld der laufenden kulturellen Weiterentwicklung in Europa durch den intensiven globalen Austausch (z. B. digitale Kulturen, alte Handelsbeziehungen wie die Seidenstraße) und Migration in Gegenwart und Vergangenheit.

Das Konzept der Shared Historical Authority geht weiter und promoted einen partizipativen Ansatz, in dem das Publikum eingeladen wird, seine Standpunkte und Ansichten beispielsweise in die museale Arbeit mit einzubringen⁸. Nora Steinfeld geht in ihrem Aufsatz über Erinnerungskulturen in Gedenkstätten in eine ähnliche Richtung und analysiert: *„Wir haben es in Gedenkstätten mit zwei unterschiedlichen Aspekten zu tun: Erstens, dem was geschehen ist. Und zweitens, dem was es heute für die Gesellschaft bedeutet. Diese beiden Seiten der Geschichtsvermittlung unterscheiden sich kategorial voneinander. Dem, was geschehen ist, können wir uns nur historisch annähern. Wir müssen uns an das konkrete Material halten (Dokumente, Spuren an den konkreten Orten, Aussagen von Überlebenden) und an die davon ausgehenden Auslegungen der Geschichtswissenschaft. (...) Zweitens geht es um eine davon kategorial unterschiedene partizipative Dimension: Aktuell verhandelt werden, kann nicht was war, sondern nur dessen Bedeutung für die Gegenwart. Insofern sich Gedenkstättenarbeit aber als partizipativ verstehen will, muss dies stets und jeweils gemeinsam geschehen. Im Sinne der Kontaktzone [Anm. das von der Autorin vorgeschlagene Tool] bedeutet dies, dass nicht alle Antworten auf das, was die Massenverbrechen der Nazis für uns bedeuten, bereits feststehen. Vielmehr gilt es einen Verhandlungsraum zu eröffnen, der offene Ziele hat und auch Dissens möglich macht.“*⁹ Die Autorin hat diesen Ansatz mit einer transnationalen Jugendgruppe erprobt.

² <https://en.unesco.org/partnerships/partnering/promoting-shared-history-and-memory-reconciliation-and-dialogue>

³ <http://bangkok.unesco.org/content/promoting-intercultural-dialogue-and-culture-peace-south-east-asia-through-shared-histories>

⁴ <http://www.fondbudoucnosti.cz/de/>

⁵ Transcription du discours du Président de la République à l’université de Ouagadougou, Burkina Faso – Mardi 28 novembre 2017, Seite 8

⁶ <https://sharingheritage.de/>

⁷ <https://culturalheritageagency.nl/en/cultural-heritage/shared-cultural-heritage/what-is-shared-cultural-heritage>

⁸ https://en.wikipedia.org/wiki/Shared_historical_authority

⁹ <http://eipcp.net/policies/sternfeld/de/print>

Das Konzept des Verhandlungsraums, und zwar im Sinne eines sicheren Raums¹⁰ für Austausch und Interaktion, findet sich auch in aktuellen EU-Förderprogrammen zur internationalen Zusammenarbeit, wie dem Call „Intercultural Dialogue and Culture“. Mithilfe der Kultur (Kultureinrichtungen, kreativer Arbeit, Kunst) sollen sichere und neutrale Räume in der analogen und digitalen Welt geschaffen werden, die es allen Gruppen ermöglichen gleichberechtigt an Debatten teilzunehmen. In die breite Diskussion um Partizipation und kulturelles Erbe schlägt aber z. B. auch der Kulturdirektor des Conseil général de l'Isère – er plädiert für eine breitere Einbeziehung der Bevölkerung in Bezug auf Monumente mit regionaler bzw. lokaler Bedeutung. Damit würde auch ein Bewusstsein der Bevölkerung für das regionale historische Erbe entwickelt¹¹.

Die Studie der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2018 zur Innovation der Kulturerbe-Forschung reflektiert u. a. ebenfalls zum Themenfeld des sog. Shared Heritage: „*The EUNAMUS Project*¹² calls for the European Commission to support and fund “attitudes, not infrastructure, including efforts to reformulate overly nationalistic, one-sided, or exclusionary collections. It means supporting innovative experiments in the audience development necessary to engage citizens in attitudinal shifts.” EUNAMUS notes the potential of national museums in producing joint European narratives through reinterpretation of their collections and in co-operation with local museums, whereas MELA¹³ identifies a contemporary shift “from the identity marking heritage of European nations to a contemporary migrating heritage.” Rewriting national narratives to include minority groups and their narratives remains a key concern. It is also important to reflect to a greater extent on the shared heritages of Europe and the rest of the world. From the perspective of the construction of Europe as a space of reference and as a shared heritage, the (1) “open inventory” of its heritage places; (2) the critical approach to the commodification of its age-old heritage institutions and to the virtualization of its heritage spaces and communities; and (3) its network-based identity formations are identified as major constituents.¹⁴“ Gerade transnationale Kooperationsräume könnten in diesem Zusammenhang eine bedeutende Rolle spielen.

Eine kritischere Haltung hat das EU-Projekt CRIC¹⁵ (abgeschlossen in 2011) zum Thema Shared Heritage entwickelt. Es widmete sich der Beziehung zwischen Kulturerbe, Konflikt und Rekonstruktion in Post-Konflikt Gesellschaften. Das Projekt schlägt vor Heritage breit zu sehen – gleichzeitig als shared und partikular.

Asymmetrien (in Personal, Finanzen, Ausstattung, Objekten, Know-How wie Sprachkenntnissen, etc.) sind ein zentrales Thema der transnationalen Kulturkooperation und hinlänglich bekannt aus zahlreichen transnationalen Vorhaben. Sie betreffen natürlich auch das kulturelle Erbe. In diesem Kontext wird häufig die Asymmetrie der Kollektionen diskutiert – dem Faktum also, dass Objekte an bestimmten Orten sind oder in bestimmte Museen Eingang gefunden haben. Während die Hauptdiskussion diesbezüglich zumindest medial primär in Richtung der internationalen Verflechtungen geht, wie beispielsweise rund um das Humbolt-Forum¹⁶ in Deutschland spielt die inner-

¹⁰ “Actions to provide "safe" and "neutral" virtual and physical spaces and opportunities for all groups to express their voice” inter alia with joint creative work around freedom of expression and cultural diversity – Call, Seite 15 und 16 (<https://webgate.ec.europa.eu/europeaid/online-services/index.cfm?ADSSChck=1490891217965&do=publi.welcome&aofr=154498&orderby=upd&searchtype=RS&nbPubliList=15&orderbyad=Desc&userlanguage=en>)

¹¹ https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=LOBS_040_0043

¹² <http://www.ep.liu.se/eunamus/>

¹³ <http://www.mela-project.polimi.it/>

¹⁴ <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/1dd62bd1-2216-11e8-ac73-01aa75ed71a1>

¹⁵ https://cordis.europa.eu/publication/rcn/14683_en.html

¹⁶ http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/shared-heritage-geteiltes-erbe-ist-doppeltes-erbe-14481517.html?printPagedArticle=true#pageIndex_0 und <https://www.tagesspiegel.de/kultur/shared-heritage-das-geteilte-erbe/14679304.html>

regionale oder innerstaatliche Aufteilung von Kollektionen weniger eine Rolle. Mit der Diskussion rund um die Kollektionen spielen auch die Themen der Provenienz und Restitution eine Rolle – und dies ganz besonders im Hinblick auf den zweiten Weltkrieg und die damit verbundenen Verschiebungen in Bezug auf Kunstwerke. In Österreich wurde in diesem Zusammenhang beispielsweise der sog. Nationalfonds¹⁷ gegründet und ein Kunstrückgabegesetz¹⁸ (inklusive der Verwertung „erbloser“ Kunstgegenstände¹⁹) geschaffen.

Für die Kulturpolitik und –verwaltung stellen sich aus diesen grundsätzlichen Konzepten einer partizipativen (im Sinne einer gemeinsamen) Betrachtung der Geschichte folgende zentralen Fragestellungen und allfällig Festlegungen: Kulturerbepolitik und –entwicklung als Shared History betrachtet erfordert neue Kooperationen. Beispielhaft erwähnt: Aus nationalen Historiker-Teams werden transnationale Gruppen, die gemeinsam Geschichtswissenschaft betreiben. Wie werden allfällige Assymetrien (Know-How, finanzielle Mittel, Ausstattung mit Einrichtungen, Kollektionen, u. ä. m.) in der transnationalen Kooperation zur Shared History überwunden oder wie können funktionierende transnationale Gesamtsysteme entwickelt werden, die auf Synergien aufbauen. Welche thematischen Kulturerbe-Bereiche als Shared Heritage bearbeitet werden, hängt nicht allein von einer nationalen Kulturpolitik ab. Es muss mit den transnationalen Partnern verhandelt werden. Auch internationale Partner können eine Rolle spielen je nach thematischer Ausrichtung. Kooperationswillen ist eine weitere Voraussetzung. Shared Heritage Ansätze können sowohl Tangible Heritage (z. B. Museumsobjekte oder Bauten) als auch Intangible Heritage (z. B. Sprachen) betreffen. Shared Heritage beinhaltet jedenfalls Diskurs und Austausch, wofür entsprechende analoge und virtuelle Räume zur Verfügung stehen müssen. Die Einbindung der Bevölkerung ist ein weiteres Feature des Shared Heritage. Wie soll diese gestaltet werden und wie organisiert die Kulturpolitik die Kooperation mit dem Bildungssektor, der in diesem Kontext eine zentrale Rolle spielt.

3.1.2 „Shared History“ Internationale Good Practice

Aufgrund der Festlegung, dass der Verein Kulturraum Großregion auf jene transnationalen Aktivitäten fokussiert, die nur er kann, wird auch in dieser Liste Guter Praxisbeispiele nur auf Unterstützungspraktiken der öffentlichen Hand abgestellt. Die Regionalkoordinatoren haben zwei Initiativen für Case Studies im Juni 2018 ausgewählt.

Good Practice	Relevanz für den Verein Kulturraum Großregion	Case Study Ja / Nein
Shared History		
Promoting Intercultural Dialogue and a Culture of Peace in South-East-Asia through Shared Histories	Die transnationale Bildungsinitiative zeigt nicht nur auf wie seitens der Kultur mit dem Bildungssektor zusammengearbeitet werden kann, sondern beginnt auch digitale Schwerpunkte zu setzen.	Nein
Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds und Deutsch-Tschechisches Gesprächsforum	Besonders interessant sind die Festlegungen auf einen wesentlichen Teil der europäischen Geschichte (WWII) sowie die Unterstützung von Dialogforen und fachlichem Austausch. Außerdem gibt es jahrzehntelange Erfahrung mit einem gemeinsamen Fonds.	Ja
Shared Cultural Heritage Programme der Niederlande	Interessant ist die klare Festlegung auf den Shared Heritage Ansatz (allerdings nicht in allen Ausprägungen umfassend umgesetzt) und dass die Bevölkerung profitieren muss (auch wesentlich innerhalb der EU).	Ja
Uluru-Kata Tjuta National Park und Cultural Site Management System	Die lokale Bevölkerung steht bei diesem Ansatz im Mittelpunkt und das Projekt stellt diesbezügliche Kooperationsmöglichkeiten und –grenzen mit dem Tourismus anschaulich dar.	Nein

¹⁷ <https://www.nationalfonds.org/ueber-uns.html>

¹⁸ <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10010094>

¹⁹ <https://www.nationalfonds.org/verwertung-erbloser-kunstgegenstaende.html>

3.1.3 Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds und Deutsch Tschechisches Gesprächsforum

Grundlage der Deutsch-Tschechischen Zusammenarbeit ist die Deutsch-Tschechische Erklärung²⁰ aus dem Jahr 1997. Der Zukunftsfonds wurde nach tschechischem Recht als Stiftungsfonds mit Sitz in Prag gegründet. Angetreten ist er mit einem Stiftungsvermögen von fast 85 Millionen Euro. Seine Aufgabe ist es Brücken zu bauen. Es werden Projekte gefördert, die die Menschen beider Länder zusammenringen und Einblicke in die Lebenswelten, die gemeinsame Kultur und Geschichte ermöglichen und vertiefen.

Dialog zu pflegen und alle gesellschaftlichen Gruppen einzubinden, die sich für eine enge Partnerschaft beider Länder interessieren - das ist das Ziel des Deutsch-Tschechischen Gesprächsforums. Es ist eines der großen und langfristigen Projekte, die aus den Mitteln des Zukunftsfonds finanziert wird. Einmal jährlich wird die Öffentlichkeit aus beiden Ländern zur Jahreskonferenz geladen und diskutiert aktuelle Fragen in der Partnerschaft Deutschlands und Tschechiens.

Seit 2012 gibt es für den Deutsch-Tschechischen Zukunftsfonds auch Jahresthemen. In den letzten Jahren wurde auf folgende thematisches Schwerpunkte fokussiert:

- 2018 Deutsch-Tschechische Visionen
- 2017 Stärkung von Medienkompetenz
- 2016 Aktives Bürgersein
- (2011-12 – Sprachförderung²¹)

Bei allen Umsetzungsaktivitäten des Deutsch-Tschechischen Zukunftsfonds ist es wesentlich, dass Partner und Perspektiven von beiden Seiten aktiv eingebunden sind. Als Tools zur Umsetzung stehen zur Verfügung:

- Projektförderungen, wobei der Kulturaustausch am meisten nachgefragt wird
- Unterstützung von Dialogforen und fachlicher Austausch (z. B. München-Prag Schicksale im Exil²²)
- Publikationen und wissenschaftliche Arbeiten
- Renovierung von Baudenkmalern
- Partnerschaften von Gemeinden und Bürgervereinen
- Stipendien für Hochschulaufenthalte sowie
- die Jahreskonferenzen und Austausche im Rahmen des Gesprächsforums



²⁰ Auf dieser Basis wurde auch eine gemeinsame Historiker-Kommission eingerichtet: <http://www.dt-ds-historikerkommission.de/>

²¹ Als wichtiges Thema für die Großregion in diese Liste ergänzend aufgenommen

²² <http://fondbudoucnosti.cz/de/was-wir-fordern/dialogforen-und-fachlicher-austausch/munchen-prag-schicksale-im-exil>

3.1.4 Empfehlungen aus der Case Study „Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds und Deutsch Tschechisches Gesprächsforum“

Auf Basis dieses Case Study Interviews können besonders folgende Ergebnisse für die Weiterentwicklung des Vereins Kulturraum Großregion interessant sein:

- **Die Aufarbeitung von Geschichte ist ein komplexes Thema.** Für eine nachhaltige Beschäftigung mit diesem Themenfeld ist deshalb eine **Unterstützung von politischer Ebene notwendig**. Im Falle der Deutsch-Tschechischen Zusammenarbeit haben in diesem Zusammenhang Helmut Kohl und Vaclav Havel am Beginn der Initiative eine wichtige Rolle gespielt. Nun sind es die Außenministerien beider Länder, die die Initiative weiter unterstützen.
- **Langfristige Finanzierungsrahmen sind essentiell** für eine nachhaltige Zusammenarbeit. Im Falle des Deutsch-Tschechischen Zukunftsfonds handelt es sich um einen Zeithorizont von zehn Jahren. Im aktuellen Fall somit um eine Sicherung der Finanzierung bis 2027.
- **Die Finanzierungsquellen müssen eindeutig festgelegt werden.** Der Deutsch-Tschechische Zukunftsfonds speist sich demnach ausschließlich aus den Budgets der beiden Außenministerien.
- **Der Großteil der Finanzmittel wird für die konkrete Zusammenarbeit** verwendet. Die Verwaltungskosten inkl. Personalkosten sind auf 15 % des Gesamtbudgets limitiert.
- **Die Organe**, die in der Zusammenarbeit tätig sind, müssen **paritätisch besetzt** werden. Beim Deutsch-Tschechischen Zukunftsfonds ist das sowohl auf der strategischen als auch auf der operativen Ebene der Fall.
- **Sonderprojekte wie Konferenzen** werden nicht im Rahmen der laufenden Tätigkeit und mit den bestehenden Mitarbeitern abgewickelt, sondern **seit Jahren extern vergeben**. Diese Vorgangsweise hat sich bewährt.
- **Kommunikationsanstrengungen** konzentrieren sich zum einen auf den **Online-Bereich**. Es gibt eine Person, die für Social Media zuständig ist. Weiters werden auch Events veranstaltet zur besseren Sichtbarkeit der Deutsch-Tschechischen Zusammenarbeit (z. B. das „Brückenfest“).
- Der **Schwerpunkt der Zusammenarbeit** soll auf **Begegnungsformaten** liegen. Die Finanzierung von Infrastrukturprojekten soll im Fall des Deutsch-Tschechischen Zukunftsfonds an Bedeutung verlieren.
- Der reine **Bottom-Up-Ansatz** (Projektvorschläge bei den jeweiligen Einreichrunden) ist wichtig, sollte aber **durch Top-Down-Initiativen** (z. B. Literaturübersetzungen) **ergänzt werden**. Der Fonds möchte deshalb auch stärker eigeninitiativ werden.
- **Hauptzielgruppen** des Fonds sind die **zivilgesellschaftlichen Organisationen**. Dieser Ansatz stößt an seine Grenzen, da strategische Kooperationsprojekte nur schwer finanziert werden können.
- **Junge Menschen einbinden**, das ist eine der großen Herausforderungen für den Deutsch-Tschechischen Zukunftsfonds. Wenn möglich, auch solche, die nicht direkt in den Grenzregionen leben. Thematische Schwerpunkte werden als ein Ansatzpunkt gesehen.
- **Partnerschaften müssen gepflegt werden**. Derzeit besteht eine belastbare Partnerschaft zwischen Deutschland und Tschechien. Diese sollte auf allen Ebenen gepflegt werden: Zivilgesellschaft, Verwaltung und Politik. Der Fonds hat für alle Teilbereiche Instrumente geschaffen. Das **Instrument der strategischen Partnerschaft (Ministerien, Fachressorts) wird als diesbezügliche Good Practice gesehen** und könnte ein Modell für Europa sein.
- **Europäische Dimension erkennen und sich dieser zentralen Herausforderung stellen:** Das Thema Europe ist wesentlich. Ängste müssen genommen werden und Begegnung geschaffen werden.

3.1.5 Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande

Shared History ist eine der Prioritäten der Internationalen Kulturpolitik der Niederlande (2017-2020). Für die Umsetzung verantwortlich ist die Cultural Heritage Agency unter der Schirmherrschaft des Bildungs- und Kulturministeriums der Niederlande. Die Umsetzung erfolgt partnerschaftlich mit folgenden öffentlichen Einrichtungen: Das Nationalarchiv ermöglicht den Zugang zu historischen Daten. DutchCulture fördert den Bereich niederländisches Erbe im Rahmen seiner internationalen Aktivitäten. Die Niederländischen Botschaften in den Schwerpunktländern koordinieren vor Ort. Die Cultural Heritage Agency fokussiert auf den Austausch von Wissen und Erfahrung.

Schwerpunktländer sind:

- Australien
- Brasilien
- Indien
- Indonesien
- Japan
- Russland
- Sri Lanka
- Surinam
- USA und
- Südafrika

Thematische Schwerpunkte der Cultural Heritage Agency für den Bereich des Shared Heritage sind:

- Heritage und Raumplanung
- Unterwasserarchologie
- Kollektionen

Es wird ein Bottom-Up-Ansatz umgesetzt (auf Nachfrage aus den Niederlanden oder den Partnerländern). Andere wichtige Kriterien sind der Bereich des Social Impact (für lokale Gemeinschaften) und Notwendigkeit (jetzt muss gehandelt werden und nicht später). Umsetzungsinstrumente sind u. a. Weiterbildung, Beratung sowie Handbücher und Guidelines.

**SHARED
CULTURAL
HERITAGE**

3.1.6 Empfehlungen aus der Case Study „Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande“

Das Interview zum Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande ist besonders im Hinblick auf folgende Punkte für den Verein Kulturraum Großregion interessant:

- **Mittelfristige nationale Kulturprogramme inkl. dem Programm für Internationale Kulturpolitik bilden einen stabilen mehrjährigen Rahmen** für das Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande. Die Zielsetzungen der verschiedenen Programme sind verwoben und aufeinander abgestimmt. Evaluierungsergebnisse bestimmen das Follow-Up.
- Shared Heritage im Falle der Niederlande wird **von der politischen Ebene getragen**. Das Programm ist eine **Top-Down-Initiative**, die von den Ministerien für Kultur und Auswärtige Angelegenheiten initiiert und umgesetzt wird.
- **Die strategische Steuerung erfolgt von den Ministerien**, die Umsetzung von den spezialisierten Agenturen. Regelmäßige Meetings zwischen den Ministerien (alle 6 Wochen) sichern die kontinuierliche Steuerung des Prozesses. Ein Ansatz vergleichbar den Meetings der Regionalkoordinatoren.
- **Die Bündelung verschiedener Kompetenzen ermöglicht die Schaffung eines integrierten Gesamtsystems**. Auch die Schwerpunkte jedes Stakeholders wurden festgelegt (Nationalarchiv: Digitalisierung; Kulturerbeagentur: Aus- und Weiterbildung von Experten in drei Themenbereichen; DutchCulture – das Internationalisierungsbüro: internationales Besuchsprogramm für Experten und der Matching Fund; Botschaften: lokale Vernetzung und ergänzende Förderung für Projekte).
- **Es gibt einen thematischen Rahmen, der aber nicht komplett strickt ausgelegt ist** und Spielraum für die involvierten nationalen und internationalen Akteure ermöglicht. Wesentlich für **alle Aktivitäten** ist aber die **interkulturelle Dimension**. Alle Aktivitäten müssen immer Partner aus den Niederlanden und aus zumindest einem Zielland beinhalten.
- **Das Konzept des Shared Heritage hat sich auch in den Niederlanden weiterentwickelt**. Ausgangspunkt war das Niederländische Erbe in anderen Ländern der Welt bzw. eine europäische Sichtweise. Nun geht es mehr und mehr um das tiefere Konzept des Shared Heritage (Dialog und Öffnung) und des World Heritage. Studien und Diskussionen laufen diesbezüglich.
- **Die Zielgruppen sind breit und umfassen sowohl Experten, Kulturunternehmer als auch das breite Publikum in den Niederlanden sowie in den zehn Zielländern**. Inhärent sind allen Kooperationen die Elemente der Co-Creation und der Aus- und Weiterbildung. **Dialogformate sind unerlässliche für die Zusammenarbeit** mit lokalen Partnern in den Zielländern. Darunter fällt auch das Besuchsprogramm für Experten aus den Zielländern in den Niederlanden.
- Das Shared Cultural Heritage Programm hat den **internationalen Kulturaustausch und die diesbezügliche Kommunikation verbessert**. Eine **Herausforderung** ist allerdings der **permanente Wechsel der Mitarbeiter in den Botschaften**, da dieser Programmansatz eine kontinuierliche Arbeit erfordert.
- **Das tiefere Verständnis des lokalen Kontextes in den Zielländern (nicht nur arme Länder) ist zentral für den Erfolg**. Welche Bedürfnisse gibt es vor Ort und wie können die mit dem Kulturerbe angesprochen werden? Damit gelingt es die lokalen Entscheidungsträger zu überzeugen.
- **Wesentlich ist auch die Einbindung der Bevölkerung**. Das ist gerade bei einem Programm, das sich der Geschichte und dem Kulturerbe widmet auch damit verbunden, dass man sich schwierigen Fragen der eigenen Vergangenheit stellen muss.
- **Menschen statt Bauwerke**. Hier setzen künftige Entwicklungen eines Shared Heritage Programms an, in dem das immaterielle Kulturerbe (Lebensmodelle, Essen, Traditionen) das Programm stärker zu den Menschen bringen sollen.

3.1.7 Empfehlungen zum Shared Heritage aus beiden Case Studies

Was kann aus den beiden Case Study Interviews im Themenfeld der „Shared History“ gelernt werden? Was sind die Schlüsselemente, die es für allfällige diesbezügliche Umsetzungen in der Großregion zu berücksichtigen gilt:

- ➔ **Shared History Initiativen müssen von der (Kultur-)Politik getragen werden. Eine wesentliche Rolle spielen die Kulturministerien und die Außenministerien** für die nachhaltige Umsetzung der Programme sowohl in der Deutsch-Tschechischen Zusammenarbeit als auch in der internationalen (Kultur-)Politik der Niederlande.
- ➔ **Die strategische Steuerung erfolgt durch die Ministerien. Die Gremien sind paritätisch besetzt. Die Umsetzung erfolgt mit strategischen Partnern.** Diese können dafür eigens geschaffen worden sein (wie die Stiftung des Deutsch-Tschechischen Zukunftsfonds) oder es kann auf bestehende Strukturen zurückgegriffen werden (wie z. B. das Nationalarchiv sowie die Botschaften der Niederlande in den Zielländern).
- ➔ **Der ausschließliche Fokus auf die Zivilgesellschaft und diesbezügliche Bottom-Up-Initiativen zur Umsetzung der Shared History Programme greift zu kurz. Es braucht spezifische Formate für die Bevölkerung, Zivilgesellschaft, Experten, Kreativunternehmer, Politik und Verwaltung.** In der Deutsch-Tschechischen Zusammenarbeit wird daher an Konzepten für Eigeninitiativen gearbeitet. Die strategische Partnerschaft (Ministerien, Fachressorts) wird äußerst positiv beurteilt. Das niederländische Konzept ist umfassender. Dort soll die bisherige Expertenorientierung nun durch eine stärkere Einbindung der Bevölkerung weiter ergänzt werden.
- ➔ **Den Kontext verstehen und die gute Partnerschaft niemals als gegeben annehmen, sondern sich kontinuierlich für eine positive Zusammenarbeit engagieren.** Beim Shared Heritage Programm der Niederlande erfolgt dies durch die enge Zusammenarbeit mit den Botschaften und mit lokalen Partnern in allen Zielländern. Auf die lokalen Bedürfnisse wird reflektiert, damit lokale Herausforderungen gelöst und Chancen genützt werden können. In der Deutsch-Tschechischen Partnerschaft wird diesbezüglich generell auf die Notwendigkeit eines laufenden Austausches und spezifisch auf das Instrument der strategischen Partnerschaften hingewiesen.
- ➔ **Begegnungsformate sind zentral. Damit werden die Menschen in den Mittelpunkt gestellt.** Der Fokus soll weg von Bauwerken (Infrastrukturförderung) hin zum immateriellen Kulturerbe (Lebensmodelle, Essen, Traditionen, u. ä. m.) und zur Debatte über essentielle Themen (Europäische Dimension als zentrale Herausforderung erkennen, lokale Herausforderungen international und daheim verstehen, neue Zugänge zur eigenen Geschichte schaffen, schwierige Fragen ansprechen, u. ä. m.) verschoben werden. Junge Menschen spielen diesbezüglich auch eine wesentliche Rolle.
- ➔ **Ein Finanzierungstool für Bottom-Up-Projekte.** Beiden Programmen ist gemein, dass sie Mittel für die Umsetzung von Projekten zur Verfügung stellen. Während dies die zentrale Aufgabe des Deutsch-Tschechischen Zukunftsfonds ist und ein beträchtliches Budget zur Verfügung steht, ist der Matching-Fund von DutchCulture eine kleine Förderschiene (€ 200.000 jährlich).
- ➔ **Mittelfristige Finanzrahmen sind essentiell.** Sowohl die Deutsch-Tschechische Zusammenarbeit als auch das Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande bauen auf einem mehrjährigen finanziellen Plan auf (zehn versus vier Jahre). Gerade bei einem Thema wie Shared History, das per Definition viele Partner sowohl auf der strategischen als auch auf der operativen Ebene einbinden muss, sind längerfristige Horizonte unerlässlich.

3.2 Serviceleistungen und Unterstützungsstrukturen

In Bezug auf Service- und Unterstützungsleistungen wird in diesem Kapitel auf einen umfassenden Ansatz zurückgegriffen, der alle drei Zielgruppen des Vereins Kulturregion Großregion umfasst. Das sind die Kulturakteure, die Kulturverwaltungen und die Kulturpolitik. Während es bereits zahlreiche spezifische Serviceleistungen für Kulturakteure in der transnationalen Zusammenarbeit gibt, sind die Unterstützungsinstrumentarien für einen stärkeren Austausch und Kooperation von Kulturpolitik und –verwaltung bis dato vom Verein Kulturraum Großregion weniger entwickelt.

Aus den fünfzehn Festlegungen für eine mögliche künftige Ausrichtung des Vereins Kulturraum Großregion, werden in der Folge jene aufgezählt, die für das Themenfeld Serviceleistungen und Unterstützungsmethoden besonders wichtig sind. Aufgrund dessen, dass Service und Unterstützungsmaßnahmen eine Querschnittsmaterie sind, sind hier besonders viele der fünfzehn Festlegungen angesprochen:

- **Komplexität als fixes Element der transnationalen Kooperation akzeptieren**
Die Strukturen sind in jedem Partnerland und –region unterschiedlich. Die kulturpolitischen Schwerpunktsetzungen werden immer divergieren und sind laufenden Änderungen unterworfen – das ist Teil des demokratischen Prozesses. Der Aufbau von transnationalen Kooperation wird immer zeitaufwändiger sein als für rein lokale Projekte. Transnationale Kooperation ist demnach als ein langfristiger Prozess mit sehr starker Kommunikationskomponente zu verstehen.
- **Spezifische Stellung und Kompetenzen des Vereins Kulturraum Großregion nützen**
Die Arbeit des Vereins sollte auf jene Bereiche der transnationalen Kulturkooperation konzentriert werden, für die keine anderen Träger der Großregion Kompetenzen haben. Dies sind typischerweise jene, für die nur die Kulturverwaltung und –politik zuständig sind: kulturpolitische Schwerpunktthemen, rechtliche Rahmenbedingungen und Informations-/Servicetätigkeit, Branding und internationale Zusammenarbeit. Die Zusammenarbeit in transnationalen Kulturprojekten sollte hingegen Angelegenheit der Kultureinrichtungen und –akteure in der Großregion sein. Der Verein wäre demnach ein Ermöglicher, aber kein Umsetzer. Er wäre auch kein Träger von Einzelprojekten der transnationalen Kulturzusammenarbeit, sondern ausschließlich federführend in strategischen Kulturvorhaben tätig.
- **Unterschiedliche Entwicklungsstände als Potenzial für Know-How-Transfer verstehen**
In der Großregion sind die unterschiedlichen Kulturthemen naturgemäß unterschiedlich entwickelt. Dieses Faktum hat enormes Potenzial für einen intensiven Erfahrungsaustausch zwischen den Kulturverwaltungen. Der Zugang zu Guter Praxis ist Großteils unkompliziert aufgrund der geringen räumlichen Distanzen und der ausgeprägten Mehrsprachigkeit. Problematisch ist allerdings, dass diese Informationen nicht systematisch aufbereitet werden. Die Träger von transnationalen Kulturkooperationsprojekten verfügen außerdem über kein Forum für den Know-How-Austausch und zur systematischen Artikulierung von ihren Herausforderungen.
- **Investitionen in eine professionelle Entwicklung transnationaler Vorhaben**
Der Aufbau transnationaler Kulturkooperationsvorhaben benötigt Zeit, wie allerseits im Rahmen dieser Analyse korrekterweise betont wurde. Wichtig ist allerdings bevor die Entwicklung von transnationalen Kulturprojekten in Angriff genommen wird wie beispielsweise für ein Interreg-Projekt, dass primär ein umfassendes transnationales Mapping der Stakeholder, der bestehenden Good Practices sowie der diesbezüglichen kulturpolitischen Schwerpunktsetzungen (Strategien, Programme, Maßnahmen) durchgeführt wird. Diese

Mappings sollten auch von qualifizierten Experten erstellt und veröffentlicht werden. Ein Co-Creation-Workshop mit den Stakeholdern sollte als Standardtool zur Entwicklung von Projektdetails eingeführt werden. Nur so können die tatsächlichen Bedürfnisse angesprochen werden.

- **Engagement für gemeinsame (EU-)Finanzierungstools**

Die Großregion verfügt seit Jahren über EU-Unterstützung für kulturelle Kooperationsprojekte insbesondere über das Interreg-Programm. Politisch ist für Kulturzusammenarbeit primär mit Ko-Finanzierungsmitteln für EU-Förderungen zu rechnen. Dies gilt besonders für Projekte, die über Klein- und Kleinstvorhaben sowie über die Finanzierung von Vorbereitungsarbeiten hinausgehen. Ein (gemeinsames, transnationales) Engagement seitens der Kulturverwaltungen und –politik für die kommende EU-Förderperiode ab 2021 ist deshalb notwendig. Inwieweit Kleinprojektfonds (innerhalb Interreg oder mit nationalen Mitteln) umgesetzt werden können, müsste im Rahmen einer Machbarkeitsstudie geklärt werden (Technische Eckpunkte einer solchen Förderung, damit sie von den Zielgruppen genützt werden kann sowie Einschätzung der erforderlichen jährlichen Finanzierungsvolumina).

- **Kommunikation nach innen und nach außen verstärken**

Sichtbarkeit der Kulturkooperation in der Großregion ist eine große Herausforderung. Das diesbezügliche Vorzeigeprojekt Plurio.net ist in Schwierigkeiten geraten und kann die in es gesetzten Erwartungen nicht voll erfüllen. Die stärkere Verwendung der sozialen Medien ist sowohl im Hinblick auf die gewünschte Ansprache jüngerer Zielgruppen als auch für die Sichtbarkeit eines aktiven Kooperationsraums zielführend. Trotz der jahrzehntelangen Kooperation in der Großregion ist es nicht gelungen seitens der Medien eine konsequente transnationale Berichterstattung aufzubauen. Notwendig ist deshalb eine umfassende analoge und digitale Kommunikationsstrategie, die u. a. auch Kooperation mit den Presseabteilungen der involvierten Kulturadministrationen im Verein Kulturraum Großregion umfassen könnte. Die geplante Kooperation mit anderen Kulturinformationsplattformen geht diesbezüglich auch in die richtige Richtung – stellt allerdings nur eine Einzelmaßnahme dar, die wiederum in die Strategie eingebunden werden müsste. Die Umsetzung müsste personell, organisatorisch und finanziell abgesichert werden.

- **Service- und Informationsangebote für transnationale Kooperation werden nachgefragt**

Projektträger der transnationalen Kulturzusammenarbeit artikulieren Wünsche nach Unterstützung primär beim Aufbau ihrer Projekte. Die Suche nach Partnern spielt diesbezüglich eine zentrale Rolle. Die Kulturverwaltungen sind derzeit bei der Partnersuche behilflich, würden sich aber einen Beratungsansatz wünschen, der beim Verein Kulturraum Großregion angesiedelt ist. Der Verein in seiner Struktur ist der Einzige, der solche kulturspezifischen Service- und Informationsangebote (z. B. Partnersuche, rechtliche Fragestellungen, Organisation von Weiterbildungen und projektübergreifenden Vernetzungen, Foren von Trägern transnationaler Kulturprojekte) nachhaltig durchführen könnte. Im Gegensatz zu Interreg-Projekten würden seine Tätigkeiten nicht nach drei Jahren Projektlaufzeit enden.

²³ <http://www.interreg-gr.eu/de/presentation>

²⁴ <https://www.touring-artists.info/home/>

3.2.1 Grundsätzliche Gedanken zu „Service- und Unterstützungsmaßnahmen“

Gehen wir im Bereich von den Unterstützungsmaßnahmen primär von den drei Zielgruppen aus, die für den Verein Kulturraum Großregion definiert wurden. Das sind die Kulturpolitik, die Kulturverwaltungen und die Kulturakteure. Weiters wenn man davon ausgeht, dass die transnationale Kulturzusammenarbeit einen Mehrwert darstellt und dass alle handelnden Akteure diesbezüglich unterstützt werden sollen – und zwar auf Basis von möglichst klar definierten Defiziten und Bedürfnissen. Welche Handlungsfelder werden dadurch geschaffen?

Maßnahmen zur Unterstützung transnationaler Kulturkooperation **der öffentlichen Hand und der Intermediäre**²⁵

Services	Monetäre Unterstützung
Internationale Plattformen, Netzwerke und Projekte für Kulturpolitik, für fachlichen Austausch und mit Öffentlichkeitswirksamkeit (analog und digital), z. B. World Cities Culture Forum ²⁶ oder Interreg Europe Projekte ²⁷	Budgetlinien des Kulturbudgets für internationale Aktivitäten der Kulturminister und der Kulturverwaltungen
Internationale Benchmarking Studies, z. B. Creative Cities Monitor ²⁸	
Internationale Good Practice Kollektionen, Vergleichsstudien oder Baseline-Analysen, z. B. EU-OKM Berichte ²⁹	Teilnahme an transnationalen und internationalen Förderausschreibungen mit Zielgruppe öffentliche Verwaltung, z. B. seitens der öffentlichen Hand wie Interreg Europe ³⁰ , Urbact ³¹ oder privat (z. B. die Robert-Bosch-Stiftung ³²)
Internationale Mobilitäts- und Weiterbildungsprogramme für Beschäftigte in den Kulturverwaltungen, z. B. Twinning	

Quelle: inforelais

Die Zielsetzungen der öffentlichen Akteure in der transnationalen Kulturkooperation können sowohl der Bereich politisches Kapital (z. B. Kulturminister mit internationalen Gästen in den lokalen Medien) als auch den Fachaustausch mit Kollegen (z. B. Benchmarking) umfassen. Die Zusammenarbeit kann ebenfalls der Durchsetzung gemeinsamer kulturpolitischer Interessen dienen. In der Verwaltung kann darüber hinaus die berufliche und fachliche Weiterbildung und –entwicklung eine Rolle spielen. Diese Zielsetzungen transnationaler Kulturkooperation sind analog auch für Intermediäre im Kulturbereich anwendbar, wie z. B. Interessensvertretungen und Dachorganisation sowie Netzwerke.

Für die Kulturakteure steht die Umsetzung von transnationalen Kunst- und Kulturprojekten sowie die eigene berufliche Weiterentwicklung durch Mobilitätsmaßnahmen in der Regel im Vordergrund. Die kreativwirtschaftlichen Akteure bespielen neue Märkte und wollen Ihre Exportanteile steigern. Die berufliche, fachliche und künstlerische Weiterentwicklung spielen eine Rolle. Zur Umsetzung dieser Zielsetzungen ist transnationales Kulturprojektmanagement notwendig. Dieses besteht in der Regel aus transnationaler Partnersuche, Sicherung der Finanzierung, Klärung der rechtlichen Rahmenbedingungen, Mobilitäten (vor und während der Projektumsetzung), Kommunikation (mehrsprachig, interkulturell, nach innen und nach außen) sowie der transnationalen Projektvorbereitung, -umsetzung und Berichtswesen. Für alle diese Umsetzungsschritte können Service- und Unterstützungsmaßnahmen angeboten werden. Beispielhaft sind das u. a.:

²⁵ Intermediäre im Kulturbereich, wie Architektenkammern, Netzwerke von Filmschaffenden, kulturbezogene Forschungseinrichtungen

²⁶ <http://www.worldcitiescultureforum.com/>

²⁷ <https://www.interregeurope.eu/share/>

²⁸ <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor/>

²⁹ <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/5d33c8a7-2e56-11e8-b5fe-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-68820857>

³⁰ <https://www.interregeurope.eu/projects/apply-for-funding/>

³¹ <http://urbact.eu/open-calls-networks>

³² <http://www.bosch-stiftung.de/de/projekt/congress-bundestag-formate/im-detail>

Maßnahmen zur Unterstützung transnationaler Kulturkooperation **der Kulturakteure**

Analog / Digital	Services	Monetäre Unterstützung
Transnationale Partnersuche		
Analog	Konferenzen zu Förderprogrammen mit Vernetzungsmöglichkeiten, z. B. Baltic Sea Conference ³³	Fördermaßnahmen für die Partnersuche z. B. Markteintrittskosten für die Kreativwirtschaft in Österreich ³⁴
Digital	Englischsprachige Datenbanken zum internationalen Kulturaustausch z. B. die Kulturdatenbank Kroatiens ³⁵	
Sicherung der Finanzierung		
Analog	Workshops zur Verbreitung von Informationen über Fördermöglichkeiten für transnationale Kulturkooperationen	Transnationale Förderschienen, wie z. B. Kleinprojektförderungen im Interreg-Bereich ³⁶
Digital	Förder-Datenbanken für transnationale Projekte, z. B. Europa fördert Kultur ³⁷	Transnationale Crowdfunding-Plattformen, wie z. B. Startnext ³⁸
Klärung der rechtlichen Rahmenbedingungen		
Analog	Beratungsgespräche für Künstler, die im Ausland tätig werden möchten	Förderungen zur Unterstützung von Rechtsberatung durch Dritte, z. B. Rechtsanwälte
Digital	Online-Plattformen mit Informationen zu Rechtsfragen ³⁹	
Mobilität⁴⁰		
Analog	Publikationen zur Mobilität in Kunst und Kultur	Reisestipendien für Künstler und für Tourneen, z. B. vom österreichischen Bundeskanzleramt ⁴¹
Digital	Datenbanken für Artists in Residence Programme, wie z. B. Res Artists ⁴²	
Kommunikation		
Analog	Trainingsprogramme für interkulturelle Kompetenzen und Fremdsprachen	Förderung der Übersetzung der Firmenpräsentation von Kreativunternehmen
Digital	Transnationale mehrsprachige Newsletter wie z. B. Tandem Deutsch-Tschechischer Jugendaustausch ⁴³	Transnationale Crowdfunding-Plattformen, wie z. B. Startnext ⁴⁴
Transnationale Projektvorbereitung		
Analog	Studienreisen und vorbereitende Besuche, Marktsondierungsreisen	Förderung von Projektanbahnungen
Digital	Webinare zu neuen Kreativabsatzmärkten	Transnationales Crowdsourcing, wie z. B. für Objekte einer Ausstellung (Schenkungen)
Transnationale Projektumsetzung		
Analog	Agenturtätigkeiten, wie die Vermittlung von Auftritten, z. B. Music from Cataluna ⁴⁵	Förderung der Umsetzung bzw. von Evaluierungen von transnationalen Projekten
Digital	Digitale transnationale Good Practice Kollektionen	

Quelle: inforelais

³³ <https://www.interreg-baltic.eu/event-detail/event/9th-annual-forum-of-the-eu-strategy-for-the-baltic-sea-region.html>

³⁴ <https://www.go-international.at/foerderungen/kreativveranstaltungen.html>

³⁵ <http://www.culturenet.hr/default.aspx?id=44>

³⁶ http://www.noeregional.at/?kat=31&dok_id=1541

³⁷ <http://www.europa-foerdert-kultur.info/home.html>

³⁸ <https://www.startnext.com/>

³⁹ <https://dutchculture.nl/en/mobility-info-point>

⁴⁰ Mehr Information diesbezüglich im Kapitel Mobilität dieses Dokuments

⁴¹ https://www.kunstkultur.bka.gv.at/abteilung-ii-2-foerderungen#Reise-_und_Tourneekostenzuschuss_fuer_Theater_und_freie_Theaterschaffende

⁴² <http://www.resartis.org/en/>

⁴³ <https://www.tandem-org.de/> und <http://www.tandem-org.cz/>

⁴⁴ <https://www.startnext.com/>

⁴⁵ <http://www.catalanarts.cat/web/publicacions/recopilatoris>

Das Methodenset umfasst demnach vielseitige Möglichkeiten. Die Unterstützungs- und Servicemaßnahmen können auf einem bestehenden Methodenmix (wie z. B. transnationale Workshops und Reisestipendien) aufbauen und wurden in den letzten beiden Jahrzehnten beträchtlich mit digitalen Maßnahmen erweitert und modernisiert, wie z. B.

- Internationale und mehrsprachige Datenbanken
- Online-Plattformen mit Rechtsinformationen
- Transnationale mehrsprachige Newsletter
- Webinare zur Weiterbildung für internationale Kulturaktivitäten
- Digitale transnationale Good Practice Kollektionen
- Transnationale Crowdfundingplattformen und
- Transnationales Crowdsourcing

In Bezug auf die Finanzierung von transnationalen Vorhaben nimmt auch das Crowdfunding eine zunehmend wichtige Rolle ein, wobei der transnationale Charakter diesbezüglich u. a. durch die Nutzung einer ausländischen Plattform, durch die Einbindung von Unterstützern aus unterschiedlichen Ländern oder durch den Projektcharakter (z. B. Kreative aus mehreren Ländern machen gemeinsam ein Projekt) gegeben sein kann⁴⁶. Modelle des Crowdfunding können auch eine Public-Private-Partnerschaft vorsehen, z. B. durch die Mitfinanzierung der öffentlichen Hand⁴⁷ oder Private-Private-Partnerschaft durch die Verbindung einer Plattform mit einer international tätigen Kunsteinrichtung⁴⁸.

Die großen Player der transnationalen und internationalen Kulturkooperation blicken auf eine langjährige Geschichte zurück (z. B. 67 Jahre Goethe-Institut, EUNIC global seit 2006, und der British Council seit 1934). Sie haben eine Vielfalt von Unterstützungsprogrammen und –Maßnahmen entwickelt. Wie müssen und können sie sich der Zukunft stellen? Der British Council hat sich 2016 eine neue Strategie gegeben, die „Global Arts Strategy“⁴⁹. In Bezug auf die erwähnten Unterstützungsmethoden und Services sind besonders die folgenden Elemente bemerkenswert:

- Ein sog. „Culture Protection Fund“ zum Erhalt und der Promotion von Kulturerbe außerhalb von Großbritannien (in Syrien, Irak, Libyen, Libanon, Tunesien, Jemen, Palästina, Jordanien, Türkei)
- Die Festlegung von Schlüsselregionen und aufstrebenden Wirtschaften als Zielregionen für Showcase-Aktivitäten
- Aufbau von internationalen Netzwerken u. a. zur Weiterbildung, wie z. B. das Maker Library Network, das Designer und Maker weltweit zusammenbringen soll
- Entwicklung der Kulturpolitik und der Erforschung der Rolle, die Kultur in internationalen Beziehungen spielt.

Der internationale Wettbewerb im Bereich der Kulturzusammenarbeit wird von staatlicher Seite außerdem laufend intensiver – und neue Akteure wie Russland und China spielen in diesem Bereich immer mehr mit⁵⁰. Die Interaktionen zwischen Sprache, Kultur und Wirtschaft gewinnen diesbezüglich an Bedeutung sowie die Erhaltung und Schaffung neuer Einflussphären (Stichwort: China in Afrika) und die Beispielung von digitalen Öffentlichkeiten. Die Globalisierung, die internationalen Verflechtungen sowie die digitalen Veränderungen stehen somit im Zentrum der Entwicklung einer zeitgemäßen transnationalen Kulturpolitik, einer entsprechend weitergebildeten und vorbereiteten Kulturverwaltung sowie einem aktuellen Methodenset für die Unterstützung und den Service der Kulturakteure.

⁴⁶ <https://www.kickstarter.com/projects/kugalimedia/the-kugali-anthology?lang=de>

⁴⁷ <http://www.crowdfunding4culture.eu/crowdculture-matchfunding-model>

⁴⁸ <http://www.crowdfunding4culture.eu/art-basel-crowdfunding-initiative>

⁴⁹ <https://www.britishcouncil.org/organisation/press/British-Council-unveils-global-arts-strategy>

⁵⁰ <http://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/kulturinstitute-chinesen-und-russen-kommen/20048038.html>

3.2.2 „Service- und Unterstützungsmaßnahmen“ Internationale Good Practice

Aufgrund der Festlegung, dass der Verein Kulturraum Großregion auf jene transnationalen Aktivitäten fokussiert, die nur er kann, wird auch in dieser Liste guter Praxisbeispiele nur auf Unterstützungspraktiken der öffentlichen Hand abgestellt. Es werden demnach keine individuellen Projekte, Veranstaltungen oder universitäre Forschung im Bereich der Service- und Unterstützungsmaßnahmen dargestellt.

Good Practice	Relevanz für den Verein Kulturraum Großregion	Case Study Ja / Nein
Services und Unterstützungsmaßnahmen		
Asia Europe Foundation – Culture Department – Cultural Policy Dialogue and ASEMUS	Besonders die Cultural Policy Dialogue Series sind interessant, bei denen statische Formate (wie Kulturministertreffen) weiterentwickelt und Fachebenen eingebunden werden (z. B. Museen)	Nein
Touring Artists Deutschland	Eine umfassende und professionelle (digitale und analoge) Plattform für die Unterstützung der internationalen Zusammenarbeit. Eine Kooperation seitens des Kulturraums Großregion wären zielführend.	Ja
The Nordic Culture Point	Ein Beispiel für die Erhöhung der Sichtbarkeit (u. a. für die Bevölkerung) eines transnationalen Kooperationsraums mit eventuellen Perspektiven für das Haus der Großregion in Esch.	Nein
International Federation of Arts Councils and Culture Agencies (IFACCA) – Cultural Policy Making Services	Umfassende (analoge und digitale) Services zum Cultural Policy Making mit konkreten Beispielen wie Kulturverwaltungen von transnationaler Zusammenarbeit profitieren können.	Ja

Die Regionalkoordinatoren haben die Initiativen Touring Artists und IFACCA für Case Studies im Juni 2018 ausgewählt.

3.2.3 Touring Artists Deutschland

Die folgende Präsentation der touring artists-Initiative⁵¹ gibt einen guten Einblick in die Ziele und Methoden dieses Online-Portals für transnational Tätige aus dem Kulturbereich:

*„touring artists, das Informationsportal für international mobile Künstler*innen und Kreative, bietet umfassende Informationen zu den Themen Visa und Aufenthalt, Künstlerstatus und Verträge, Transport und Zoll, Steuern, Sozialversicherung, andere Versicherungen und Urheberrecht. Als gemeinsames Projekt des Internationalen Theaterinstituts (ITI) Zentrum BRD und der Internationalen Gesellschaft der Bildenden Künste (IGBK) wurden die Themengebiete zunächst für die Sparten Darstellende Kunst und Bildende Kunst aufgearbeitet. Da viele Fragen und Antworten jedoch spartenunabhängig relevant sind und sich zeigt, dass das Portal von verschiedenen Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft genutzt wird, wird das Informationsangebot stetig ergänzt und erweitert.*

*touring artists bildet in erster Linie die Gegebenheiten, rechtlichen Grundlagen und Verwaltungsverfahren in Deutschland ab – für ausländische Künstler*innen und Kreative, die hier temporär arbeiten, wie für deutsche und in Deutschland lebende, die zeitweise im Ausland tätig werden. Die Perspektive von in Deutschland ansässigen Veranstalter*innen ist ebenfalls berücksichtigt. Die Website ist auf Englisch und Deutsch verfügbar.“*

Zeitgemäß bei dieser Initiative ist das langfristige Engagement und damit die Sicherstellung eines laufenden Updates, die Fokussierung auf ein Online-Portal, das weltweit jederzeit zugänglich ist (Internetanschluss vorausgesetzt) und die komplette Umsetzung auch in englischer Sprache. Das ist besonders ein Mehrwert für die sog. Incoming Kulturschaffenden. Ergänzt wird das Portal durch einen Newsletter, der ebenfalls zweisprachig ist. Weiters wurde eine Extra-Service-Seite für Exilkünstler (bzw. geflüchtete Künstler) eingerichtet⁵². Das Forum bietet die Möglichkeit ergänzende Fragen zu stellen.

Für den Verein Kulturraum Großregion, bei einer Entscheidung für eine Ausweitung der Serviceleistungen, stellt sich die Frage inwieweit mit den bestehenden Initiativen in Deutschland⁵³, Frankreich⁵⁴ und Belgien⁵⁵ zusammengearbeitet werden kann (z. B. durch eine Meta-Oberfläche und die Abdeckung von weiteren Sprachen). Ein separater Aufbau dieser Informationen allein für die Großregion scheint nicht zielführend.



⁵¹ <https://www.touring-artists.info/home/>

⁵² <https://www.touring-artists.info/refugees-welcome/informationen-fuer-exilkuenstlerinnen/>

⁵³ <https://www.touring-artists.info/home/>

⁵⁴ <http://mobiculture.fr/fr>

⁵⁵ <https://www.kunstenloket.be/en/documents>

3.2.4 Empfehlungen aus der Case Study „Touring Artists Deutschland“

Das Interview ist besonders interessant für die Weichenstellungen im Verein Kulturraum Großregion im Hinblick auf folgende Ergebnisse:

- **Mobilität ist ein zentrales Thema auf EU-Ebene** und diesbezügliche Empfehlungen des Kulturministerrates waren u. a. die Initialzündung für ein weiteres Engagement Deutschlands im Bereich der Information im Zusammenhang mit der Mobilität von Künstlern und Kulturschaffenden. Touring Artists ist demnach **primär Top-Down initiiert worden**.
- **Online-Service-Portale** sind sehr praktisch und hilfreich. Wie Touring Artists aufzeigt, müssen sie aber durch **begleitende individuelle Beratungen und Fach-Workshops ergänzt** werden. Nicht alle Fragestellungen lassen sich online (standardisiert) klären.
- **Mehrwert** von solchen Serviceeinrichtungen **für Politik und Verwaltung** sind vielseitig – primär natürlich das Bieten von **Unterstützung für den Kultursektor**. Außerdem gibt es Profilierungsmöglichkeiten (**Schaffung von Referenzpraktiken**) und eine Option für eine **weitere Zusammenarbeit auf europäischer Ebene** (mit anderen Portalen oder als EU-One-Stop-Shop für Mobilität).
- **Partnerschaften mit klaren Rollenverteilungen und nicht alles In-House umsetzen**. Die Kulturverwaltung hat eine klare strategische Rolle bei Touring Artists. Verbände als Fachexperten sind für die operative Umsetzung verantwortlich.
- Das Thema **Mobilität ist komplex**. Aus Erfahrung von Touring Artists vor allem dann, wenn es um Fragen im (**internationalen**) **Steuerrecht** geht. Deshalb werden für diesen Bereich externe Experten auf Vertragsbasis eingebunden und Workshops mit Kleingruppen veranstaltet.
- **Mobilitätsherausforderungen sind ähnlich in vielen Kultur- und Kreativsektoren**. Touring Artists arbeitet an einer Erweiterung des Informationsangebots für weitere Kreativsektoren.
- **Die Zielsetzung eines dauerhaften Betriebes des Portals und die kurzfristigen Finanzierungen sind widersprüchlich**. Bei Touring Artists muss jedes Jahr neu um die Projektmittel angesucht werden. In einem stabilen politischen Kontext ist diese Vorgangsweise möglich.
- **Kurzfristige strategische Prioritäten werden mit Sonderprojekten abgedeckt**, wie beispielsweise der Fokus auf spezifischen Mobilitätsfragen von Künstlern und Kulturschaffenden aus der Türkei in Deutschland.
- **Themen und Schwerpunkte mit den Betroffenen und erfahrenen Umsetzern von internationalen Projekten entwickeln**. Damit entsteht ein Schneeball-Effekt (Informationsverbreitung) als auch ein Fundus an Praxisbeispielen für ein Online-Portal. Touring Artists arbeitet intensiv mit dem User-Involvement-Ansatz.
- **Klare Festlegungen, was ein Portal kann und für was es nicht zuständig ist**. Touring Artists fokussiert auf Deutschland, und zwar Incoming and Outgoing. Es bietet Informationen für kurzfristige Aufenthalte von Künstlern und Kulturschaffenden.
- **Online-Portale müssen laufend aktualisiert werden und immer Up-to-date-Information bieten**. Touring artists investiert beträchtlich Arbeit und Zeit, um die Informationen immer aktuell zu halten. Die Zugriffszahlen auf das Portal steigen laufend.
- Mobilität geht über die Grenzen und das Portal ist deshalb **konsequent zweisprachig aufgebaut**. Mobilitätsportale sollten **auf jeden Fall auf Englisch** angeboten werden. Touring Artists bietet darüber hinaus einleitende Informationen in vielen weiteren Sprachen an.
- **Synergien für Kommunikation nutzen**, indem Verbände für das Portal zuständig sind oder auch durch die aktive Einbindung von Künstlern mit Mobilitätserfahrung sowie Veranstaltern, die auf internationale Künstler fokussieren.
- **Europäische Vernetzung spielt nicht nur eine Rolle beim Erfahrungsaustausch**. Sie hilft auch bei der Steigerung des Bekanntheitsgrades des Portals Touring Artists bei Künstlern aus anderen europäischen Ländern. Eine **größere Herausforderung** für das Portal ist die **Steigerung seines Bekanntheitsgrades auf internationaler Ebene**.

3.2.5 International Federation of Arts Councils and Culture Agencies (IFACCA) – Cultural Policy Making Services

“The International Federation of Arts Councils and Culture Agencies (IFACCA⁵⁶) is the global network of arts councils and ministries of culture, with member institutions in over 70 countries. The IFACCA Secretariat provides services, information and resources to member institutions and their staff - from senior executives and policy makers, to researchers, grant makers and administrators - as well as the wider community.⁵⁷”

Interessant für den Verein Kulturraum Großregion sind die Services und Austauschmöglichkeiten, die die IFACCA für die Kulturverwaltungen und ihre Mitarbeiter bietet. Die Schwerpunkte wurden in einer aktuellen Strategie zusammengefasst (IFACCA Strategic Plan). Diese umfassen u. a.:

- Die Förderung der Vernetzung der Mitglieder, u. a. mit den World Summits, den Regional Chapter Meetings (mit regionalen thematischen Schwerpunkten) und einem neuen Members Directory mit Zugang zu den Fachreferenten. Letzteres soll den Austausch und den Know-How-Transfer zwischen den Mitgliedern erleichtern.
- Informations- und Know-How-Transfer-Plattformen bzw. Datenbanken mit u. a. gemeinsamem Sammeln von Daten (z. B. aktuelle kulturpolitische Informationen), ein internationaler Experten-Pool (inkl. Beratungsleistungen für Mitglieder), gemeinsame Forschungsvorhaben.
- Weiterbildung ist ein dritter Schwerpunkt von IFACCA und umfasst Cultural Leadership Seminare, Austausch von Guter Praxis und Login-geschützte kulturpolitische Informationen (größerer Mehrwert für Mitglieder).

Gemeinsam mit der innerhalb der EU praktizierten Offene Koordinierungsmethode (OKM) ist die IFACCA eine der Referenzpraktiken für die systematische Zusammenarbeit und den Erfahrungsaustausch der Kulturverwaltungen. Die IFACCA ist für die Zusammenarbeit der Kulturverwaltungen in der Großregion noch interessanter als die OKM als sie auch regionale Kulturverwaltungen einbindet, wie verschiedene regionale Arts Councils⁵⁸ (als affiliate members). Sie bewältigt daher auch den Spagat verschiedene Verwaltungsebenen mit einem Services- und Unterstützungsangebot anzusprechen.



⁵⁶ <https://ifacca.org/en/about/strategic-plan/>

⁵⁷ <https://ifacca.org/en/about/>

⁵⁸ <https://ifacca.org/en/members/current-members/affiliate-members/>

3.2.6 Empfehlungen aus der Case Study „International Federation of Arts Councils and Culture Agencies (IFACCA) – Cultural Policy Making Services“

Die Ergebnisse des Interviews mit der Geschäftsführung der IFACCA sind besonders im Hinblick auf folgende Elemente relevant für die zukünftige Ausrichtung des Vereins Kulturraum Großregion:

- **Fokussierung auf jene Themen und Bereiche, die ausschließlich durch die eigene Organisation abgedeckt werden können.** Die IFACCA verfolgt unter der neuen Geschäftsführung eine konsequente sog. „Blue Ocean“ Strategy.
- Gemeinsam sind den Kulturverantwortlichen globale Themen, wie Frauen, Wanderbewegungen, Umweltschutz und Werte. Die Prioritäten und Kontexte der Kulturverantwortlichen sind hingegen häufig sehr spezifisch. Diese werden auf der Ebene der sog. Regional Chapters der IFACCA angesprochen (z. B. Data Collection in Afrika).
- **Die globalen Themen im Hinblick auf Kunst und Kultur aufarbeiten.** Damit soll den Kulturverantwortlichen geholfen werden, Politiken und Unterstützungsprogramme zu entwickeln (ohne das Rad neu zu erfinden). Beim Thema Wanderbewegungen plant die IFACCA konkret dahingehend zu arbeiten, wie Kulturschaffende betroffen sind und wie die Kulturverantwortlichen diesbezügliche Maßnahmen treffen können.
- **Wesentlich ist die Kooperation mit anderen Sektoren außerhalb der Kultur.** Nur damit wird der breitere Kontext, in dem sich Kunst und Kultur bewegen erkannt. Die IFACCA ist überzeugt, dass die Zukunft der Kulturarbeit in diesem cross-sektoriellen Ansatz liegt. Die Zusammenarbeit mit ähnlich orientierten Organisationen wäre der diesbezüglich erste logische Schritt.
- Zentral für Kulturverantwortliche und der **Mehrwert eines Engagements in einem Netzwerk ist der Austausch von Erfahrungen.** Der **Peer-to-Peer-Exchange** steht deshalb in Zukunft bei der IFACCA im Zentrum. Er soll einen Raum bieten, in dem Probleme und Herausforderungen angesprochen werden können, ohne dass die Betroffenen exponiert werden.
- **Mehrsprachigkeit** (auch in dem Sinne einer einfachen Sprache, die von Nicht-Muttersprachlern verstanden werden kann), **interkulturelles Verständnis** (im Zentrum eines globalen Kulturnetzwerkes) und Kooperationskultur für einen **sicheren und offenen Diskursraum** sind zentrale Anliegen der IFACCA.
- Themen für den Peer-to-Peer-Austausch werden vom IFACCA-Sekretariat gemeinsam mit den Mitgliedern ausgearbeitet. Die Mitglieder sollen primär ihre spezifischen Wünsche und Bedürfnisse kommunizieren. **Ein konsequentes User-Involvement** ist die neue Priorität der IFACCA.
- **Die Methoden des Peer-Learning sind vielfältig.** Die IFACCA plant folgende Maßnahmen zu setzen: Intensivierung der Vernetzung und der **Möglichkeit sich persönlich zu treffen**, Wissen und Daten mit dem **Datahub** und einem Expertenpool sowie Newsfeeds, Weiterbildung mit dem Peer Learning Ansatz u. a. durch **Zugang zu Mitarbeitern in den Mitgliedsorganisationen.**
- Die IFACCA stellt von In-House-Forschung auf die Vergabe von externen Forschungsaufträgen um. Das **Sekretariat** bekommt eine stärkere **Servicefunktion** und fokussiert auf die Mitglieder und ihre Bedürfnisse sowie auf **ausgeweitete Informationsdienstleistungen.**
- **Klare Unterscheidung von Services für Mitglieder und Nicht-Mitglieder.** Der Mehrwert einer Mitgliedschaft muss in Netzwerken immer klar sein. Die IFACCA stellt zahlreiche Informationen und Studiendetails exklusiv ihren Mitgliedern zur Verfügung.
- **Kommunikation ist digital.** Die Kommunikationsaktivitäten der IFACCA sind zu einem großen Teil digital. Ein Datahub, der derzeit in Vorbereitung ist, wird diesen Fokus noch weiter verstärken. Klare Botschaften sind zentral und Informationsüberflutung soll vermieden werden.

3.2.7 Empfehlungen zu Unterstützungsstrukturen und Services aus beiden Case Studies

Was kann aus den beiden Case Study Interviews im Themenfeld der „Unterstützungsstrukturen und Services“ gelernt werden? Was sind die Schlüsselemente, die es für allfällige diesbezügliche Umsetzungen in der Großregion zu berücksichtigen gilt:

- ➔ **Online-Services müssen mit Möglichkeiten zum persönlichen Austausch verbunden werden.** Touring Artists bietet individuelle Beratungsgespräche und Workshops zum Steuerrecht an. Die IFACCA investiert in Peer-Learning-Formate, wo Face-To-Face-Austausch in einem geschützten nicht öffentlichen Rahmen ermöglicht wird, in dem Probleme und Herausforderungen offen angesprochen werden können. Peer Learning Formate sind vielfältig und können auf den Kontext und die Zielgruppen abgestimmt werden.
- ➔ **Klare Fokussierung und Klärung von Zuständigkeiten und Nicht-Zuständigkeiten.** Im Rahmen der IFACCA wird ein konsequenter „Blue Ocean“ Ansatz mit Fokus auf globale Themen in der Zukunft implementiert. Das Touring Artists Portal hat exakt festgelegt, für welche Mobilitäten (temporär) und für welchen geographischen Raum es zuständig ist (Deutschland – Incoming/Outgoing).
- ➔ **Klare Rollenverteilungen zwischen allen involvierten Partnern / Einrichtungen und auf externe Services für Fachinput zurückgreifen.** Die IFACCA stellt ihre Inhouse-Forschungsaktivitäten ein und vergibt sie in Zukunft extern. Touring Artists bindet seit Jahren externe Experten für spezifische Fachbereiche ein. Diese arbeiten auf Vertragsbasis.
- ➔ **User-Involvement als zentrales Element der Definition von Services und Unterstützungsmaßnahmen begreifen und umsetzen.** Beide Unterstützungsstrukturen arbeiten intensiv mit Nutzern ihrer Services zusammen und binden sie aktiv in die Entwicklungsarbeit ein. Dadurch kann auch Content z. B. für Serviceportale ausgearbeitet werden wie Good Practice Beschreibungen oder Servicetipps.
- ➔ **Up-to-Date-(Online-)Information und konsequente Umsetzung der Mehrsprachigkeit unter Berücksichtigung von Nicht-Muttersprachlern. Eine englische Version ist ein Muss in der internationalen Kulturkooperation.** Online-Portale, wie das von Touring Artists müssen laufend aktualisiert werden, damit sie immer korrekte und umfassende Informationen auf Deutsch und Englisch liefern. Die IFACCA investiert in einen neuen Data-Hub mit Filtern, um den Informationstransfer zu den Mitgliedern zu erleichtern. Ihr Ansatz für die Verwendung von Plain English (einem vereinfachten Englisch) ist zukunftsweisend für einen zunehmend internationalen Kontext.
- ➔ **Der primäre Mehrwert eines Engagements in einem Netzwerk liegt im Erfahrungsaustausch.** Das bestätigt sowohl die IFACCA als auch Touring Artists mit ihrem Engagement bei on-the-move.org (dem Europäischen Mobilitätsnetzwerk) als auch im Austausch mit anderen Partnern. Dazu kommt auch noch die Kommunikationskomponente, wenn man internationale Kulturschaffende ansprechen möchte (z. B. Touring Artists internationale Kulturschaffende, die nach Deutschland kommen).
- ➔ **Eine Vielzahl von Finanzierungsformen und Zugängen sind in der Praxis üblich.** Während sich die IFACCA nicht unbeträchtlich aus Mitgliederbeiträgen finanziert, baut Touring Artists zu hundert Prozent auf öffentliche Unterstützung, deren Einjährigkeit nicht kompatibel ist mit den langfristigen Zielen des Portals. Die Services von Touring Artists sind für alle kostenlos zugänglich. Die IFACCA unterscheidet mehr und mehr zwischen Mitgliedern mit erweitertem Zugang zu Informationen und Know-How und Nicht-Mitgliedern, die nur noch Basisinformationen bekommen sollen.

3.3 Mobilität und transnationale Publikumsentwicklung

Transnationale Kulturkooperation ist ohne Mobilität von Personen, Objekten und im digitalen Raum nicht vorstellbar. Sie ist sowohl in der Projektvorbereitung als auch in der Umsetzung essentiell und der persönliche Austausch kann nur bis zu einem gewissen Grad durch digitale Vernetzungstools ersetzt werden. In der Großregion findet Mobilität zu einem großen Ausmaß statt und ist Teil des Alltags vieler Menschen. Die Förderung der Mobilität sowohl der Kunst- und Kulturschaffenden und des Publikums wird bis dato allerdings noch nicht systematisch seitens des Vereins Kulturraum Großregion umgesetzt. Es liegt vielmehr im Bereich jeden Projektträgers, wie er Mobilität der Akteure und der Audience in seinen Projektansatz übersetzt. Weiters wird die Fokussierung auf ein transnationales Publikum in den meisten Projekten nicht der prioritäre Fokus der Umsetzung sein. Dadurch bestehen Probleme im Hinblick auf die schrittweise Entwicklung einer transnationalen Öffentlichkeit in der Großregion (wie in Europa generell). Für das Themenfeld „Mobilität“ sind besonders die folgenden zwei Festlegungen für eine künftige Ausrichtung des Vereins Kulturraum Großregion relevant:

- Mobilitätsförderung ist ein zentrales Element der transnationalen Kooperation**
Mobilität der Kulturakteure ist ein zentrales Element der transnationalen Zusammenarbeit, da sie Begegnung und Austausch erlaubt. Diese wird zwar in den einzelnen Kooperationsprojekten während der Projektlaufzeit umgesetzt, aber es gibt keine gemeinsame dauerhafte Mobilitätsinitiative in der Großregion für Kunst, Kultur, Kreativwirtschaft und (Kultur-)Wissenschaft sowie Kulturverwaltung.
- Gemeinsame Themen in den Vordergrund stellen**
Mobilität ist ein gemeinsames Thema der Großregion. Spezifischer ist es auch das industriekulturelle Erbe, von dem die Großregion geprägt ist, und der Umgang mit diesen großen Infrastrukturen im 21. Jahrhundert. Gemeinsam war praktisch allen untersuchten transnationalen Projekten das Fehlen einer Publikumsentwicklungsstrategie inklusive umfassender Vermittlungsangebote. Zugänge zu Kunst und Kultur zu schaffen (inkl. der diesbezüglichen Bildung) und die Relevanz für heutige Gesellschaften aufzuzeigen, sind zentrale Zukunftsaufgaben. Die Bedeutung der Digitalisierung für die Kulturentwicklung und –förderung in der Großregion ist ebenfalls wichtig für künftige kulturpolitische Ausrichtungen – nicht nur in der Großregion, sondern generell. Die Ansprache und Einbindung von Jugendlichen für transnationale Kulturarbeit sowie für ein jugendliches Branding ist auch ein Anliegen der Kulturakteure der Großregion.



59



60

⁵⁹ <http://www.resartis.org/en/about/>

⁶⁰ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/europeana-european-digital-library-all>

3.3.1 Grundsätzliche Gedanken zur “Mobilität”

Mobilität ist ein integraler Aspekt der künstlerischen und kulturellen Arbeit, der durch die starke globale Vernetzung und die Digitalisierung im 21. Jahrhundert weiter an Bedeutung gewinnen wird. Für die Kulturverwaltungen besonders relevant ist die monetäre und nicht-monetäre Mobilitätsförderung. Sie ist ein zentraler Aspekt der kulturellen Zusammenarbeit und praktisch allen grenzüberschreitenden, transnationalen und internationalen Kooperationsvorhaben inhärent. Zusammenarbeit ohne Mobilität ist praktisch undenkbar. Die Ausprägungen der Mobilität können allerdings sehr vielseitig sein:

Ausprägungen (Transnationaler) Mobilität im Kulturbereich

Menschen	Objekte	Digitale Mobilität	Zielsetzungen (WSK*)
Künstler z. B. Artists in Residence Programme	Verleih von Kunstwerken und Kollektionen	Digitale Kunst, z. B. digitale Artists in Residence Programme ⁶¹	Mobilität zur Produktion von Kunst und von Kulturangeboten
Kulturexperten, z. B. archäologische Forschung ⁶²	Internationale wissenschaftliche Auswertung von Kulturobjekten	Digitale Online-Archive, z. B. Europeana ⁶³	Mobilität zur Recherche und Forschung
Kulturverwaltung, z. B. Job Shadowing, Twinning	Internationale Kulturabkommen und ihre Ratifikation	Digitale Kulturpolitik-Datenbanken, z. B. der UNESCO ⁶⁴	Mobilität zum Know-How-Transfer und zur politischen Gestaltung
Kulturpolitik, z. B. Internationale Vereinigungen, Konferenzen			
Kulturnachwuchs und –mitarbeiter ⁶⁵ , z. B. internationale Praktika	Internationale Verbreitung kulturbezogener Fachliteratur	Digitale Lerntools, z. B. MOOC Goethe Institute ⁶⁶	Mobilität zum Lernen und zur beruflichen Entwicklung
Kulturentrepreneure, z. B. internationale Messen, Festivals ⁶⁷	Export kultureller Produkte (Services)	Webinare zum Markteintritt, z. B. Außenwirtschaft AT ⁶⁸	Mobilität für den Export und für wirtschaftliche Ziele
Publikum, z. B. transnationaler / überregionaler Theaterbus ⁶⁹	Verleih von Kunst an Private, z. B. Artotheken; Kunstkauf von Touristen	Digitale Transmission, z. B. Opernübertragungen ⁷⁰	Mobilität zum Kulturkonsum und -partizipation
Rechtliche Rahmenbedingungen: Kulturgüterschutz ^{71, 72} , Handelsabkommen, Visa, etc.			
Finanzielle Rahmenbedingungen: Mobilitätsförderung und –finanzierung verschiedener nationaler, EU und internationaler öffentlicher Träger ⁷³ sowie von privater Seite (Stiftungen, Unternehmer, etc.)			

Quelle: inforelais

* WSK = Elemente von Wertschöpfungskette

⁶¹ <https://www.digitalartistresidency.org/>

⁶² <https://www.oeaw.ac.at/oeai/das-institut/einheiten/ephesos/>

⁶³ <https://www.europeana.eu/portal/de>

⁶⁴ <https://en.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform>

⁶⁵ <http://www.tandemforculture.org/stories/open-call-tandem-shamI-2018-2019/>

⁶⁶ <https://www.goethe.de/de/uun/auf/dsk/mooc.html>

⁶⁷ <http://www.womex.com/>

⁶⁸

https://www.kreativwirtschaft.at/kreativwirtschaftsservice/kreativwirtschaftswebinare/?utm_source=WESEO&utm_medium=email&utm_campaign=14-03-2018+M%C3%A4rz+2018+%7C+Kreativwirtschaftspost+%232&utm_content=Mailing_7033174

⁶⁹ <https://www.tips.at/news/grieskirchen/kultur/372336-mit-dem-theaterbus-bequem-ins-landestheater-linz>

⁷⁰ <http://www.metimkino.de/termine/saison-20172018/>

⁷¹ https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/customs-controls/cultural-goods_en

⁷² [http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2017/0158\(COD\)&l=en](http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2017/0158(COD)&l=en)

⁷³ <https://www.touring-artists.info/home/>

Die Ziele einer Mobilitätsinitiative seitens der öffentlichen Hand können sehr unterschiedlich sein. Das Creative Europe Programm⁷⁴ der Europäischen Union beispielsweise zielt primär auf den breiten Bereich der Mobilität von Künstlern und Kuschtschaffenden sowie von Kulturgütern ab. Verschiedene EU-Expertengruppen als auch Schlussfolgerungen des Rates haben sich ebenfalls den Themen Mobilität von Künstlern und Kulturschaffenden⁷⁵ ⁷⁶und Publikumsentwicklung⁷⁷ ⁷⁸(generell, digital, aber nicht im spezifischen transnationalen Kontext) gewidmet. Zu der Mobilität von Kollektionen in Europa ist eine breite Initiative entstanden, und zwar Lending for Europe⁷⁹. Weitere Plattformen als auch Serviceeinrichtungen zu allen möglichen Formen der Mobilität wurden geschaffen – beispielsweise erwähnt on-the-move.org⁸⁰.

Die Zielsetzungen der Mobilitätsinitiativen können alle Elemente einer sog. Wertschöpfungskette abdecken von der Recherche und dem Know-How-Transfer zur Produktion bis zur Verbreitung und Vermarktung. Die digitale Revolution ermöglicht die Entwicklung von sog. born-digital kulturellen Produktion (z. B. digitale Kunst, künstlerisch hochwertige Youtube-Videos) und die direktere Interaktion mit einer globalen Audience. Mobilität findet neben dem analogen Raum zunehmend auch im digitalen Raum statt. Die diesbezüglichen Mobilitätsförderinstrumente sind aber vielfach erst im Aufbau begriffen.

Relevant sind darüber hinaus auch die Intensität der kulturellen Mobilität sowie der geographische Fokus der Programme. Was die Geographie betrifft, so beginnt Mobilitätsförderung primär mit einer grenzüberschreitenden Zusammenarbeit (z. B. bilateral) und endet bei globalen Programmen. Mobilität ist auch mit einem weniger oder größeren Austausch und Interaktion verbunden: Der Musiker, der am Abend ein Konzert spielt und danach wieder abreist, wird normalerweise relativ weniger zum Kulturaustausch beitragen als ein Artist in Residence, der mehrere Monate in einer Stadt bleibt und mit der dortigen Kunstszene und dem Publikum interagiert.

Die Festlegung eines rechtlichen und finanziellen Rahmens für kulturelle Mobilitätsfragen ist eine der zentralen Aufgaben der internationalen Kulturpolitik und der damit betrauten Kulturverwaltungen sowie weiteren involvierten öffentlichen Stakeholdern (z. B. Außen- und Handelsministerien, internationale Organisationen wie die UNESCO, etc.).

Der rechtliche Rahmen betrifft primär Bereiche wie den Handel mit Kulturgütern und diesbezüglichen Einschränkungen, Visaregelungen⁸¹ (u. a. für die Mobilität von Künstlern außerhalb des Schengen-Raums) als auch Handelsabkommen bzw. protektionistische Maßnahmen mit Auswirkungen auf den internationalen Handel von Kulturgütern (z. B. Europäischer Film in China⁸²) sowie Kulturservices⁸³.

Innerhalb der Europäischen Union profitieren die Kulturakteure von den Freizügigkeiten, wie z. B. dem Niederlassungsrecht in jedem EU-Staat, was die kurz- und langfristige Mobilität beträchtlich vereinfacht. Die Großregion profitiert ebenfalls von diesem Kontext. Dennoch sind die rechtlichen Rahmenbedingungen (wie Sozialversicherung) für die Kuschtschaffenden nach wie vor komplex,

⁷⁴ https://ec.europa.eu/culture/policy/cultural-creative-industries/mobility_de

⁷⁵ https://ec.europa.eu/culture/policy/cultural-creative-industries/mobility_en

⁷⁶ <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/6c3cc702-2722-4916-a9f6-692182c614b9/language-en/format-PDF/source-68657043>

⁷⁷ <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/7839cb98-651d-11e7-b2f2-01aa75ed71a1/language-en>

⁷⁸ <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/bed9046c-19c3-11e7-808e-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-68657019>

⁷⁹ <http://www.lending-for-europe.eu/about-us/>

⁸⁰ <http://on-the-move.org/>

⁸¹ <http://on-the-move.org/> (Cultural Mobility and Visas: Information page)

⁸² <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2059436416681576>

⁸³ <http://mobiculture.fr/fr/qui-sommes-nous>

weshalb der Verein Kulturraum Großregion eine Publikation⁸⁴ zur Mobilität in der darstellenden Kunst ausgearbeitet hat.

Ein spezieller Aspekt der Mobilität ist die transnationale Mobilität des Publikums, die sowohl im analogen wie auch im digitalen Raum erfolgen kann. Sobald sie über Landes- und damit auch Sprachgrenzen hinweg erfolgt, sind häufig spezielle Herausforderungen damit verbunden (z. B. Mehrsprachigkeit im Marketing und bei der Produktion wie Übertitelungen im Theaterbereich oder die Überwindung größerer geographischer Distanzen in Kilometern aber auch diesbezügliche „mentale“ Barrieren im Hinblick auf die Annahme von Kulturangeboten im benachbarten Ausland).

In Bezug auf das transnationale (und mehrsprachige) Marketing haben Kulturverantwortliche und Kreativwirtschaft bereits unterschiedliche Initiativen gesetzt. Das Goethe-Institut beschäftigt sich beispielsweise auch mit dem Aspekt der fehlenden transnationalen Medienlandschaft in Europa⁸⁵. Kulturmarken.de – eine kreativwirtschaftliche Initiative aus Berlin – stellt eine grenzüberschreitende Initiative vor, die mit dem Europäischen Kulturmarken Award 2017 ausgezeichnet wurde⁸⁶: *„Der Kulturzug Berlin-Wroclaw//Breslau der Deutsch-Polnischen Gesellschaft e.V. wurde zur "Europäischen Trendmarke des Jahres 2017" gewählt. Die Jurybegründung: Das klare Profil sowie die interkulturelle Ausrichtung seien Grund für den Vorbild-Charakter des Projekts. Seit April 2016 verbindet der Kulturzug der Deutsch-Polnischen Gesellschaft e.V. die beiden Städte Berlin und Wroclaw miteinander und ist damit auch als europäisches Bindeglied zwischen Deutschland und Polen zu betrachten. Mobil und doch analog werden aus Sicht der Jury mit einem vielfältigen Kultur- und Bildungsprogramm auf zwei Sprachen neue Zugänge zu Kultur für Jung und Alt ermöglicht.“* Das Projekt wird auch 2018 fortgesetzt⁸⁷.

Kulturtouristen – eine weitere transnationale bzw. internationale Publikumsgruppe - zwischen Konsum und Partizipation und die zentrale Frage nach dem authentischen Kultur- und Kreativerlebnis ist ein wesentliches Thema des Kulturtourismus im 21. Jahrhundert. Die Ansprache der Kulturtouristen kann damit sowohl beispielsweise über Events erfolgen, wie die Schottische Eventvermarktungsstrategie⁸⁸ „A Perfect Stage“ zeigt als auch über authentische Kleinstangebote (z. B. Besuch im Künstleratelier⁸⁹) wie im transnationalen Projekt „Cultrips“⁹⁰ (auch mit luxemburgischer Beteiligung⁹¹).

Im digitalen Bereich bemüht sich beispielsweise der Louvre mit seiner neuen Online-Strategie⁹² (seit 2016) um eine junge (globale) Besucherschicht, und zwar u. a. in Kooperation mit dem Musikbereich und Youtubern. Neben einer Steigerung der Abonnenten des Videokanals des Museums (Stichwort: digitaler Tourismus) konnte damit auch das Image des Museums bei der Jugend entstaubt werden.

Will man nun öffentliche Programme zur Förderung der Mobilität seitens der Kulturverwaltungen auflegen, so müssen einige grundlegende Fragen zuerst geklärt werden: Was ist der geographische Fokus der (monetären / nicht monetären) Unterstützungsmaßnahmen? Für den bestehenden Kooperationsraum der Großregion wird sich diese Frage noch halbwegs schlüssig beantworten lassen.

⁸⁴ Verein Kulturraum Großregion: „Mobilität darstellender Künstler in der Großregion“, o. J.

⁸⁵ <https://www.goethe.de/de/kul/med/20948109.html>

⁸⁶ <https://kulturmarken.de/veranstaltungen/kulturmarken-gala/rueckblick-kulturmarken-gala/rueckblick-kulturmarken-gala-2017/die-preistrager-des-jahres-2017/europaische-trendmarke-des-jahres-kulturzug-berlin-wroclaw>

⁸⁷

https://www.stiftungzukunftberlin.eu/aktuelles/einzelansicht/?tx_news_pi1%5Bnews%5D=20&cHash=c169bf6f74d8e4203e70f2e892034314

⁸⁸ <http://www.eventscotland.org/stps/the-national-events-strategy/>

⁸⁹ <http://www.cultrips.at/die-geheimtipps/natur-kunst-erleben/>

⁹⁰ <https://cultrips.org/>

⁹¹ <https://cultrips.org/country/luxembourg>

⁹² <https://cultureveille.fr/video-digital-natives-musees-louvre/>

Allerdings muss auch überlegt werden, ob immer alle Partnerregionen und –länder der Großregion abgedeckt oder ob auch kleinräumigere Kooperationen akzeptiert werden sollen. Welche Zielgruppen werden mit der Maßnahme abgedeckt? Und weshalb sind diese Zielgruppen relevant für eine Maßnahme zur Mobilitätsförderung? Das Publikum soll in der Großregion mobil werden und die Kulturangebote in der ganzen Großregion nutzen. Die Kulturverwaltung trifft sich im Rahmen der Regionalkoordinatoren, aber wäre ein Austausch zwischen den Mitarbeitern in den Fachabteilungen der Kulturministerien zielführend? Falls ja, zu welchen Themen sollte das Mobilitätsprogramm aufgelegt werden? Welche Objekte sollten in der Großregion weitere Verbreitung finden (vgl. diesbezüglich auch die Ausführungen zu den Asymmetrien in den Kollektionen und Objekten im Kapitel Shared History). Und welche Rolle soll die digitale Mobilität für den transnationalen Kulturaustausch haben?

3.3.2 „Mobilität“ Internationale Good Practice

Aufgrund der Festlegung, dass der Verein Kulturraum Großregion auf jene transnationalen Aktivitäten fokussiert, die nur er kann, wird auch in dieser Liste Guter Praxisbeispiele nur auf Unterstützungspraktiken der öffentlichen Hand abgestellt. Es werden demnach keine individuellen Mobilitätsprojekte oder universitäre Forschung im Bereich der Mobilität dargestellt.

Good Practice	Relevanz für den Verein Kulturraum Großregion	Case Study Ja / Nein
Mobilität		
MOOC Managing the Arts	Digitale Mobilität für das Kulturmanagement mit einem umfassenden Online-Learning-Angebot und Peer-Learning. Das ist auch für das iPoP-Projekt ein interessanter Ansatz.	Nein
The Nordic-Baltic Mobility Programme for Culture	Eines der umfassendsten Mobilitätsprogramme, das auch einen transnationalen Raum abdeckt (u. a. Staff exchanges und die Unterstützung von Artists in Residence Zentren)	Ja
Mobility First! ASEF Cultural Mobility Initiative 2017	Ein Mobilitätsprogramm, das internationale Mobilität mit Mobilität innerhalb Asiens kombiniert (vgl. Mobilität innerhalb der GR und international).	Nein
Arts Council of England – International Showcasing	Ein Förderprogramm, das die Entwicklung internationaler Absatzmärkte und Audiences in den Mittelpunkt stellt.	Ja (*)

(*) der Arts Council of England war zu keinem Case Study Interview bereit.

Mit Juni 2018 haben die Regionalkoordinatoren die Case Studies “The Nordic-Baltic Mobility Programme for Culture” und das International Showcasing Programm des Arts Council of England ausgewählt. Der Arts Council of England war zu keinem Interview bereit weshalb mit den Regionalkoordinatoren beim Workshop am 12. September 2018 eine alternative Vorgangsweise vereinbart wurde.

3.3.3 The Nordic-Baltic Mobility Programme for Culture

Für die Umsetzung der Förderprogramme „The Nordic-Baltic Mobility Programme for Culture^{93 94}“ in der Nordic Cooperation in Culture ist der Nordic Culture Point in Helsinki verantwortlich. Drei Förderprogramme unterstützen spezifisch unterschiedlichen Formen der Mobilität von professionellen Künstlern und im Kulturbereich Beschäftigten (auch Forscher):

- Im Rahmen des Network Funding können u. a. gemeinsame Treffen, Konferenzen, Workshops, Staff Exchanges und gemeinsame Weiterbildungen finanziert werden. Das Förderinstrument erlaubt auch das Pooling von Ressourcen und die Entwicklung von Kampagnen zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung sowie Vorbereitungsprojekte für eine spätere Antragstellung bei EU-Projekten. Die Förderrate beträgt max. 85 %.
- Das Mobility-Funding-Programm steht Einzelantragstellern oder Gruppen zur Verfügung, die Kontakte aufbauen wollen oder Zugang zu Kenntnissen und Know-How brauchen. Reisen und Aufenthalte werden innerhalb der Nordic Region bzw. den Baltischen Staaten finanziert. Die Reisen und Aufenthalt können maximal 10 Tage dauern und die Förderhöhe richtet sich nach fixen Tagsätzen und den Reisekosten.
- Funding for Artist Residencies ist das dritte mobilitätsbezogene Programm der Nordic Cooperation in Culture und unterstützt Residencies, damit diese Künstler aus anderen Nordic Countries und den Baltischen Staaten einladen. Der Aufenthalt sollte für den künstlerischen Austausch und für den Aufbau nachhaltiger Kontakte von mindestens zwei eingeladenen Künstlern genützt werden. Die Residenzprogramme können max. Euro 50.000 erhalten.

Die Programme werden vom Nordic Council of Ministers finanziert. Die Nordic Cooperation umfasst die Länder Dänemark, Norwegen, Estland, Schweden, Grönland, Lettland, Litauen, Finnland, Åland Islands, Faroe Islands. Für das spezifische Förderprogramm kooperiert die Nordic Cooperation mit den baltischen Staaten Estland, Litauen und Lettland.

Das Projekt ist interessant für die Großregion, da es sich auch um eine etablierte und langjährige Kooperation im Kulturbereich über mehrere (EU-)Staaten handelt, die bereits ein gemeinsames umfassendes Mobilitätsprogramm umsetzt.



⁹³ <http://www.norden.org/en/nordic-council-of-ministers/council-of-ministers/nordic-council-of-ministers-for-culture-mr-k/institutions-and-co-operative-bodies/institutions/nordic-culture-point/nordic-culture-point-the-nordic-baltic-mobility-programme-for-culture>

⁹⁴ <https://www.nordiskulturkontakt.org/en/grants/about-the-grant-programmes/>

3.3.4 Empfehlungen aus der Case Study „ The Nordic-Baltic Mobility Programme for Culture “

Folgende Erkenntnisse aus dem Case Study Interview mit den Verantwortlichen für das Nordic-Baltic-Mobility Programme for Culture sind von besonderem Interesse für die Weiterentwicklung des Verein Kulturraum Großregion:

- Der Motor für die Schaffung des Förderprogramms war und ist der **Nordic Council of Ministers for Culture**. Es handelt sich beim Mobilitätsprogramm um **eine Top-Down-Initiative**, die von den Kulturministern ausging. Später (ab 2009) haben sich die Kulturministerien der baltischen Staaten dem Programm angeschlossen.
- **Mehrjahresfinanzierung zur Sicherung der Kontinuität**. Das Programm wird immer auf drei Jahre finanziert. Alle beteiligten Länder tragen zur Finanzierung bei.
- **Splitting der Finanzierungsbeiträge nach Wirtschaftskraft der beteiligten Länder**. Basis für die Finanzierung sind die Bruttonationalprodukte, die den Anteil jedes Landes bestimmen. Für die Länder der Nordic Cooperation wird diese Beitrag aus dem gemeinsamen Budget bezahlt (nicht aus dem Budget der Kulturministerien).
- **Klare Rollenaufteilung zwischen strategischer und operativer Ebene**. Der Nordic Point ist als Informations-, Service- und abwickelnde Einrichtung eingerichtet. Die involvierten Ministerien haben eine strategische Rolle im Programm.
- **Entscheidung über Förderungen durch Peer-Reviews**. Fachexperten sind involviert um die rund tausend Einreichungen pro Jahr zu bewerten. Jährlich werden rund 350 zur Förderung ausgewählt.
- **Antragsteller müssen nicht Staatsbürger sein**. Alle Kulturschaffenden, die in den Ländern der Nordic Cooperation oder im Baltikum ansässig sind können im Mobilitätsförderprogramm einreichen.
- **Es wird ein klarer Bottom-Up-Ansatz im Hinblick auf Themen und Schwerpunkte verfolgt**. Die Antragsteller sind frei ihre Schwerpunkte zu setzen. Die Programmverantwortlichen geben bewusst keine Themen vor. Es soll möglichst viel Kooperation und Austausch entstehen.
- **Unkomplizierte Programmstruktur und klare Kommunikation**. Die Antragsteller brauchen keine spezifischen Hilfestellungen zur Antragstellung. Das Programm wird laufend verbessert im Hinblick auf die technischen Rahmenbedingungen (z. B. Online-Anträge).
- **Klare Festlegung der angesprochenen Zielgruppen und des geographischen Geltungsbereichs** sind wesentlich. Im Falle des Nordic-Baltic Mobility Programms sind das professionelle Kulturschaffende und Betreiber von Residencies. Der geographische Raum sind die skandinavischen und die baltischen Staaten. Kein internationaler Austausch darüber hinaus wird durch diese (sehr wohl aber durch andere Förderprogramme) abgedeckt.
- Der Kooperationsraum ist mehrsprachig. Mit der neuesten Edition (2018-2020) trägt das Förderprogramm **den neuen sprachlichen Gegebenheiten Rechnung (weniger Menschen sprechen skandinavische Sprache, viel Zuwanderung) und stellte die Antragsprache auf Englisch um**. Damit würden für alle gleiche Zugangsmöglichkeiten geschaffen.
- Das User-Involvement erfolgt primär auf Ebene der **Verwaltung und der Experten** – eine doch wesentliche Einschränkung. Diese treffen sich allerdings zu einem **jährlichen gemeinsamen Meeting**. Es wird **immer unter ein thematisches Motto** gestellt.
- **Online-Kommunikation ist zentral** und es werden **laufend Kampagnen in den Social Media** sowie über Newsletter gemacht. Good Practices werden veröffentlicht und Informationssessions in allen beteiligten Ländern durchgeführt. Das Programm ist sehr gut bekannt.
- **Zukunftsperspektiven** sind die **internationale Dimension** sowie die Berücksichtigung von **breiteren Dimensionen wie Gender, Jugend und Nachhaltigkeit**.
- Erfahrungen des finnischen Kulturministeriums zeigen weitere Effekte des Programms: neue Kooperationsländer und **Follow-Up-EU-Projekte** entwickelten sich.

3.3.7 Empfehlungen zu Mobilität aus beiden Case Studies

Die Empfehlungen aus dem Programm in der Nordic Cooperation wurden gemeinsam mit den Schlussfolgerungen aus der Touring Artists Plattform betrachtet. Was kann aus den beiden Case Study Interviews im Themenfeld der „Mobilität“ gelernt werden? Was sind die Schlüsselemente, die es für allfällige diesbezügliche Umsetzungen in der Großregion zu berücksichtigen gilt:

- **Nationale Kulturministerien als Initiatoren für viele Mobilitätsprogramme – ein durchgängiger Top-Down-Ansatz.** Das Thema ist auf der EU-Agenda. Nationale Ministerien in Deutschland, den baltischen Staaten und aus der Nordic Cooperation haben das Thema mit umfassenden Programmen aufgegriffen - und praktisch alle anderen EU-Kulturministerien.
- **Service- und Informationsleistungen sind wesentlich für Mobilitätsprogramme – betreffen aber meist rechtliche und finanzielle Fragestellungen.** Der Nordic Point ist eine Informations-, Service- und abwickelnde Stelle. Touring Artists ist das zentrale Online-Portal, das auch Einzelberatungen kombiniert. Allerdings muss die Begleitung der Mobilität nach den Bedürfnissen der Zielgruppen ausgerichtet werden. In beiden Programmen entwickeln die Künstler und Kulturschaffenden ihre Mobilitätsprojekte ohne direkte Unterstützung.
- **Peers spielen eine entscheidende Rolle für praktisch brauchbare Good Practice Beispiele als auch zur Auswahl von förderfähigen Anträgen.** Im Nordic-Baltic Mobility Programme sind sie aktiv in die Projektauswahl als auch in das jährliche thematische Meeting des Programms eingebunden. Bei Touring Artists geben sie Input zu Themen, die auf dem Portal abgedeckt werden sollen und stellen ihre Projekterfahrungen als Good Practice Beispiele zur Verfügung.
- **Zielgruppen breit ansprechen und nicht an Nationalitäten festmachen.** Gemein ist beiden Programmen, dass sie auch Nicht-Staatsbürger ansprechen bzw. tragen sie den Fakten Rechnung, dass sich die Gesellschaften verändern (z. B. durch Einwanderung oder durch spezifische Beziehungen mit anderen Ländern wie Deutschland-Türkei).
- **Klare Festlegung des geographischen Geltungsbereichs.** Im Programm der Nordic Cooperation sind es deren Mitgliedsländer plus die drei baltischen Staaten. Bei Touring Artists konzentrieren sich die Informationen und Services auf Deutschland (Incoming und Outgoing).
- **Mobilitätsprogramme müssen mehrsprachig aufgesetzt werden.** Das Nordic-Baltic Mobility Programme wurde mit seiner Ausgabe 2018-2020 auf Englisch umgestellt, da sich die Sprachkenntnisse in der Region weiterentwickelt haben und um der Zuwanderung Rechnung zu tragen. Touring Artists ist konsequent Deutsch-Englisch aufgebaut werden, da nur so auch der weitere Kreis der Incoming Kulturschaffenden angesprochen werden kann.
- **Online Kommunikation ist zentral und es müssen laufend Aktivitäten gesetzt werden.** Touring Artists aktualisiert dauernd die Informationen auf dem Portal. Im Programm der Nordic Cooperation werden laufend Kampagnen in den Social Media gemacht, Newsletter verschickt und herrscht die Meinung vor, das Online Kommunikation ganz wesentlich ist.
- **Herausforderung internationale Dimension.** Beide Mobilitätsinitiativen sehen Handlungsbedarf für ihre Programme im Hinblick auf eine bessere internationale Abdeckung (z. B. bei Touring Artists zur Steigerung des Bekanntheitsgrades des Portals außerhalb der EU und für das Nordic Programm Evaluierungsergebnisse, die eine größere Internationalisierung ansprechen).

3.4 Transversale Empfehlungen aus den Case Studies

3.4.1 Motivation für die Initiativen

Das Kapitel Motivation geht den Fragestellungen nach den Motoren für den Aufbau der Initiativen, dem Zeitraum für den Beginn als auch den Hauptzielsetzungen sowie den diesbezüglichen Erwartungen der Entscheidungsträger nach.

Allen fünf Case Studies sind folgende Elemente gemein:

Initiatoren:

- Motoren für den Aufbau der Initiativen sind primär die Kultur- und Außerpolitik der jeweils involvierten Partner.

Zeithorizont:

- In vielen Fällen handelt es sich um langjährige Programme bzw. Initiativen, die immer wieder erneuert wurden.

Die fünf Case Studies sprechen folgende Ziele an:

Zielsetzungen:

- Versöhnung von Staaten
- Gemeinsame Gestaltung von Zukunft
- Schutz von Kulturerbe auf internationaler Ebene
- Verbesserung des Zugangs für die Bevölkerung zum Kulturerbe
- Verstärkung des interkulturellen Dialogs
- Beiträge leisten zu den Zielen der „Cultural Diplomacy“
- Erleichterung der Künstlermobilität
- Schaffung von Referenzprojekten
- Schrittweise Entwicklung in Richtung eines EU-Portals für Mobilität
- Sichere und offene Räume für den Peer-Exchange
- Globale Themen wie Umweltschutz, Werte, Frauenrechte im Kontext der Kultur bearbeiten
- Verstärkter Austausch über die Grenzen
- Austausch von Know-How, Kontakten, und Interessen
- Professionalisierung und Erfahrung für die internationale Kooperation schaffen

3.4.2 Struktureller und Umsetzungs-Rahmen

Im Kapitel „Struktureller und Umsetzungs-Rahmen“ werden folgende Sub-Kapitel behandelt: Strukturen und Entscheidungsfindung, Finanzielle Rahmenbedingungen, Themen und Umsetzungsaktivitäten, Zielgruppen und ihre Einbindung, Kommunikation und geographische Abdeckung auf Basis der internationalen Case Studies.

3.4.2.1 Strukturen und Entscheidungsfindung

Dieses Sub-Kapitel beschäftigt sich mit den Schlüsselpartnern und Stakeholdern, fragt nach den Entscheidungsfindungsmechanismen sowie nach der organisatorischen Struktur und den Beschäftigten, die für die Initiative engagiert sind.

Partner

- Strategische Partner sind in der Regel die Ministerien (Kultur, Auswärtige Beziehungen).

Entscheidungsfindung

- Strategische Entscheidungen über den Start bzw. die Fortsetzung der Programme sowie ihre Finanzierung treffen zumeist die Ministerien
- Operative Entscheidungen werden von Beiräten, Peers und im Rahmen von Redaktionssitzungen gefällt
- In den interministeriellen Meetings bzw. in den Redaktionssitzungen wird in der Regel ein Konsens gesucht

Organisatorische Struktur

- Die Umsetzung der Aktivitäten erfolgt bei allen Case Studies außerhalb der Ministerien.
- Eigene Sekretariate können für die Umsetzung herangezogen werden.
- Bestehende staatliche Einrichtungen können für die operative Ebene zuständig sein.
- In einem Fall sind es bestehende Netzwerke, die für die Umsetzung verantwortlich zeichnen
- Viele der Umsetzungsstrukturen arbeiten mit Beiräten (und Redaktionsteams), von denen manche bezahlt werden und andere ehrenamtlich tätig sind
- Externe Dienstleister werden in allen Initiativen beigezogen u. a. für die Fachexpertise, die Projektauswahl, oder für die Organisation von Veranstaltungen
- Vernetzung mit anderen Initiativen z. B. auf EU-Ebene und weltweit werden von manchen der Programme gepflegt

Beschäftigte

- Die Zahl der Beschäftigten variiert beträchtlich, je nach den Aufgaben, die die einzelnen Projektumsetzer haben

Initiative	Anzahl Beschäftigte
Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds	Zwei Geschäftsführer und zwölf Fachreferenten
Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande	Mindestens fünf Personen in den Partnereinrichtungen, 10% einer Vollzeitstelle im Kulturministerium
Touring Artists	Zwei Redakteurinnen gesamt etwas weniger als eine Halbtagsstelle, eine Person für Beratung als externe Dienstleistung
IFACCA	Sechs Vollzeit-Beschäftigte im Sekretariat sowie zahlreiche externe Dienstleister
Nordic-Baltic Mobility Programme	Sechs Mitglieder im Mobility-Auswahl-Board und fünfzehn Beschäftigte – diese Fünfzehn allerdings insgesamt im Nordic Culture Point und für mehrere Programme zuständig

3.4.2.2 Finanzielle Rahmenbedingungen

Zur Klärung der finanziellen Rahmenbedingungen der Programme wurde nach den Finanzierungsquellen sowie nach dem Budgetvolumen gefragt. Außerdem wurde geklärt, ob auch Mittel vergeben werden (gemeinsamer Fonds, Förderprogramme).

Initiative	Budgetvolumen/Jahr	Finanzierungsquellen
Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds	€ 1,8 Millionen / Jahr (2018-2027)	100% der Mittel von den Außenministerien von Deutschland und Tschechien
Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande	€ 1,75 Millionen / Jahr (2017-2020)	€ 1 Million vom Kulturministerium und € 750.000 vom Außenministerium der Niederlande
Touring Artists	€ 75.000 (jährlich neu zu beantragen)	Zur Gänze vom Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (in manchen Jahren gibt es auch noch zusätzliches Budget für Sonderprojekte vom BKM bzw. aus anderen Quellen)
IFACCA	k. A.	Mitgliedsbeiträge sind wesentlich
Nordic-Baltic Mobility Programme	€ 1,7 – 1,8 Millionen / Jahr (2018-2020)	Das gemeinsame Budget der Nordic Cooperation und die Beiträge der baltischen Kulturministerien.

- Mehrjährige Finanzierungsrahmen sind gängige Praxis, was besonders für die komplexere transnationale und internationale Kulturkooperation besonders viel Sinn macht
- Das durchschnittliche jährliche Engagement der Financiers beträgt rund € 1,75 Millionen, in drei von fünf Case Studies
- Die Aufteilung der Mittel ist unterschiedlich zwischen den involvierten Verwaltungen. In den Niederlanden rund 60% der Mittel vom Kulturministerium, der Rest von Außenministerium. Die Nordic Cooperation legt die Beiträge nach den Bruttonationalprodukten fest.

Festlegungen zur Verwendung von Mitteln:

- Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds: 15 % für die Personal- und Overheadkosten und 85% für die Finanzierung von Kooperationsprojekten
- IFACCA: Rund 30% für den operativen Betrieb und rund 70 % für die Umsetzung des Arbeitsprogramms

Vergabe von Mitteln an Projektträger

- Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds: Primäres Ziel des Zukunftsfonds als eine der Strukturen der Deutsch-Tschechischen Zusammenarbeit
- Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande: € 200.000 werden jährlich an Projektträger mit Bottom-Up-Projektvorschlägen vergeben
- Nordic-Baltic Mobility Programme: Das zentrale Anliegen des Programms ist die Vergabe von Projektmitteln an Kunst- und Kulturschaffende sowie Residencies.

3.4.2.3 Themen und Umsetzungsmethoden

Gibt es Themen und wenn ja auf welche Themen wird in den Programmen fokussiert. Welche Methoden aus der analogen und digitalen Welt werden verwendet und welche sind am besten zum Erreichen der Programmziele geeignet. Wie werden transversale Themen wie Mehrsprachigkeit, interkultureller Dialog, Motivation für Kooperation und Kooperationskultur angesprochen und welche Methoden werden dafür verwendet?

Programmthemen

- Der Großteil der Programme arbeitet auf Basis von Themen, die im Programmkonzept festgelegt wurden. Eine Ausnahme stellt das Mobilitätsförderprogramm der Nordic Cooperation dar, in dem bewusst ein themenoffener Ansatz gewählt wurde.
- Die Auswahl der Themen erfolgte in Abstimmung mit den Partnern und in manchen Fällen auch mit den Usern.

Thematische Schwerpunkte

Initiative	Thematische Schwerpunkte
Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds	2016: Aktives Bürgersein speziell im Kontext der Migration 2017: Stärkung der Medienkompetenz insbesondere auch in Bezug auf Fake News 2018: Deutsch-Tschechische Visionen auch im Hinblick auf die Zukunft Europas (auch anlässlich des 20-Jahr-Jubiläums Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds)
Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande	Historische Stadtzentren; Kulturerbe und Wassermanagement Die Rolle des Kulturerbes für die Vorstellungen, die die Niederländern von anderen haben oder die sich historisch gegenseitig gebildet haben.
Touring Artists	Visa und Aufenthalt, Transport und Zoll, Steuern, Sozialversicherung, Versicherung, Urheberrecht und Förderungen/Residenzen. Später Verträge (vor allem Musterverträge für den internationalen Kontext) und Künstlerstatus. Kulturlandschaft Deutschland und Verlinkungen zu weiteren Informationsportalen in Deutschland und Europa. Rubrik Refugees Welcome (seit Anfang 2017).
IFACCA	Wichtige globale Themen: die Rolle der Frauen, Migration, Umweltschutz und Werte im Sinne ihrer spezifischen Relevanz für Kunst und Kultur (z. B. Migration und wie Kulturschaffende davon betroffen sind und wie die Kulturpolitik mit geeigneten Maßnahmen – Politiken und Förderungen - reagieren kann). Sowie spezifische regionale Themen in geographischen Kooperationsräumen
Nordic-Baltic Mobility Programme	Keine, da Themen den breiten Ansatz und die Freiheit der Kunst- und Kulturschaffenden einschränken würden

- Themen werden wichtiger (vgl. auch Lessons Learnt Kapitel – wo neue Themen definiert wurden) und gehen über den engeren Kulturbereich hinaus (sich ändernder gesellschaftlicher und globaler Kontext).

Analoge und digitale Arbeitsmethoden

Analoge Arbeitsmethoden	Digitale Arbeitsmethoden
Projektförderungen (Projekte selbst können die verschiedensten Methoden anwenden)	Digitalisierung (von technischer Hilfe bis zum Aufbau von Datenbanken)
Eigeninitiativen, bei denen die Programm-Eigentümer selbst Schwerpunkte setzen	Projektdatenbanken und Newsletter
Strategischer Dialog zwischen Ministerien verschiedener Länder und ihren Fachressorts	Online-Portale
Networking (Vernetzung von Mitgliedern, Peer-Exchange-Formate, Konferenzen, Aufbau von regionalen Netzwerken mit regionalen Schwerpunkten und regionalen Mitarbeitern, Mitgliederdatenbanken inkl. Mitarbeiterverzeichnis).	Wissen und Daten (Datahub mit Suchfiltern, Online-Services für Mitglieder, Expertpool für Schwerpunktthemen und zur Ausarbeitung von Studien, regelmäßige Newsfeeds, Newsletter).
Netzwerkförderung (z. B. Workshops, Staff Exchanges, gemeinsame Weiterbildung)	
Aus- und Weiterbildung (Training, Beratung, Workshops, Toolkits und Handbücher)	
Internationale Besuchsprogramme für Kulturerbe-Experten und –Involvierte	
Individuelle Beratungsgespräche	
Weiterbildung und Empowerment (neue Leadership-Seminare, Online-Informationsquellen für Mitglieder, Erfahrungsaustausch zwischen Mitarbeitern von Mitgliedsorganisationen)	
Ausstellungen (um die Zugänglichkeit des kulturellen Erbes zu erhöhen)	
Förderung Künstlermobilität (z. B. durch Kurz-Aufenthalte)	
Förderung von Residenzen (für jene Kosten für den Aufenthalt von mindestens zwei Künstlern)	
Informationsveranstaltungen	

Transversale Themenfelder

- Zentral ist für beinahe alle Cases die **Mehrsprachigkeit** im Sinne der Förderung des Interesses für Sprachen (im Kooperationsraum) und für den Spracherwerb (z. B. Lernen der Sprache des Nachbarlandes), als unerlässliches Tool für den Zugang zu Informationen (Englisch, und für Sonderprojekte auch Türkisch und Arabisch) bzw. als Beitrag zu wesentlichem Know-How-Transfer (Plain English-Ansatz – einfache Sprachnutzung zum Verständnis für Nicht-Muttersprachler) und als Reaktion auf einen geänderten Sprachenmix in der Zielregion (Umstellung auf Englisch als Programmsprache). Nur im Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande wird dieser Aspekt nicht explizit angesprochen.
- **Interkultureller Dialog** ist ein wesentliches Thema für die untersuchten Programme, allerdings etwas weniger ausgeprägt als das Sprachenthema. Globale Fragestellungen können nur mit Dialog gelöst werden. Ansätze wie Freiräume für Austausch (Peer-Learning und Peer-Exchange) erfordern in einem internationalen Setting interkulturelle Kompetenzen. Shared Heritage Ansätze sind unmöglich ohne die enge Zusammenarbeit mit Partnern aus anderen Ländern und werden vom Programm explizit verlangt. Diesbezügliche World Heritage Fragestellungen müssen deshalb auch behandelt werden.

3.4.2.4 Zielgruppen und ihre Einbindung

Dieses Sub-Kapitel widmet sich den Hauptzielgruppen der Programme sowie dem Publikum, das angesprochen werden soll. Es fragt nach User-Involvement und Co-Creation und klärt, ob Weiterbildung angeboten wird.

Zielgruppen und Publikum

Initiative	Hauptzielgruppen	Publikum
Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds	Zivilgesellschaft (Einzelpersonen, Vereine, Verbände)	Das Publikum der geförderten Projekte.
Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande	Experten, Projektträger und Kulturunternehmer	Die breite Bevölkerung.
Touring Artists	Künstler und Veranstalter aus der bildenden und darstellenden Kunst (künftig erfolgt eine Ausweitung u. a. auf den Musikbereich; die Nutzung ist jetzt bereits breiter)	Das Publikum entspricht zu einem großen Teil den Hauptzielgruppen.
IFACCA	Nationale Mitglieder (alle sind Institutionen)	Publikum und Haupt-Zielgruppen sind die nationalen Mitglieder.
Nordic-Baltic Mobility Programme	Professionelle Künstler und Kultureinrichtungen	Die Teilnehmer an den geförderten Kulturveranstaltungen sowie die breite Bevölkerung und Experten, die die Online-Informationen (z. B. Projektberichte) nützen.

- Auffällig ist, dass diejenigen, die sehr eingeschränkte Zielgruppen haben, Prozesse zur Ausweitung eingeleitet haben (Deutsch-Tschechischer-Zukunftsfonds auf Ministerien und Fachressorts, Touring Artists auf weitere Kultur- und Kreativsparten)
- Hauptzielgruppen und Publikum sind meist ident.
- Das Publikum ist häufig nicht näher definiert und umfasst die gesamte Bevölkerung. In manchen Initiativen wird auch die Jugend genannt.

User-Involvement und Co-Creation sowie Weiterbildungsprogramme

Initiative	User-Involvement / Co-Creation	Weiterbildungsmaßnahmen
Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds	Ein User-Involvement erfolgt in der Regel nicht. Es werden aber interne Stakeholder-Meetings organisiert.	Es werden keine spezifischen Weiterbildungen für Projektträger angeboten (allerdings schon für Mitarbeiter und Praktikanten werden aufgenommen).
Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande	Ein spezifisches User-Involvement erfolgt nicht. Es werden aber konsequent Co-Creation-Ansätze umgesetzt.	Weiterbildung ist ein eigener Schwerpunkt des Programms und wird von der Cultural Heritage Agency umgesetzt.
Touring Artists	Das User-Involvement ist zentral für den Aufbau und die Weiterentwicklung der Online-Plattform.	Weiterbildungsmaßnahmen betreffen hauptsächlich Workshops zum komplexen internationalen Steuerrecht.
IFACCA	Seit der neuen Strategie wird Co-Creation und User-Involvement nun konsequent umgesetzt.	Weiterbildung ist einer der drei Standbeine der neuen Strategie.
Nordic-Baltic Mobility Programme	Es gibt kein spezifisches User-Involvement, allerdings eine jährliche thematische Stakeholder-Konferenz.	Weiterbildung für die Entwicklung der Mobilitätsprojekte scheint für die Zielgruppe nicht notwendig zu sein.

- Nicht alle Initiativen greifen auf das User-Involvement zurück. Der Trend geht aber eindeutig zu mehr partizipativer Programm-Entwicklung. Die Programme, die diese neuen Tools weniger nützen, setzen aber häufig Settings um, in denen sie Stakeholder einbinden.
- Die Auflage von Weiterbildungsprogrammen hängt von den konkreten Bedürfnissen der jeweiligen Zielgruppen ab. Sie werden nicht in allen untersuchten Initiativen (gleich intensiv) angeboten.

3.4.2.5 Kommunikation und geographische Abdeckung

Wie wird das Programm oder die Initiative kommuniziert und gibt es eine Kommunikationsstrategie? Gibt es einen Rahmen für analoge bzw. digitale Dialogräume und welcher Raum wird geographisch abgedeckt mit welchen Kommunikationsmaßnahmen?

Kommunikationsmaßnahmen

Initiative	Kommunikationstools
Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds	Die Website ist das wichtigste Kommunikationstool. Es gibt eine Mitarbeiterin, die für Social Media zuständig ist. Weiters gibt es Events und manchmal Publikationen.
Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande	Das wichtigste Kommunikationstool ist die Website, die auch Informationen über Projekte in Umsetzung gibt. Weiters gibt es einen Newsletter und demnächst einen Standardtextbaustein, der auf allen Kommunikationstools zum Programm zum Einsatz kommen soll.
Touring Artists	Zur Kommunikation des Online-Portals werden Newsletter und Social Media Kanäle genutzt (Facebook-Seite). Weiters wird das Portal bei Veranstaltungen vorgestellt.
IFACCA	Die Kommunikation erfolgt digital über die Website, monatliche Briefings, den Newsletter und demnächst einen eigenen Datahub.
Nordic-Baltic Mobility Programme	Web-basierte Kommunikation umfasst die Website und regelmäßige Social Media Kampagnen und Newsletter. Diese werden durch Informationsveranstaltungen ergänzt.

- Es sind praktisch keine expliziten Kommunikationsstrategien verfügbar bei allen untersuchten Programmen.
- Die Kommunikation aller Initiativen erfolgt hauptsächlich digital und online.

Analoge und digitale Dialogräume

Initiative	Dialogräume
Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds	Dialogräume gibt es in den geförderten Projekten, da sich der Fonds die Begegnungsformate als eine wichtige Zielsetzung gegeben hat.
Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande	Offener Dialog und Austausch ist der Ausrichtung des Programms inhärent, da es lokale Bedürfnisse aufgreift und gemeinsam positiv weiterentwickeln will. Auch das internationale Besuchsprogramm funktioniert auf dieser Basis.
Touring Artists	Das Portal selbst setzt keine Dialogforen im engeren Sinn um, hat aber ein Online-Forum auf seiner Website. Diese soll modernisiert werden, damit Dialog tatsächlich stattfinden kann.
IFACCA	Sichere und offene Räume für Dialog sind eines der Hauptanliegen der IFACCA im Rahmen der neuen Strategie. Sie sollen Peer-Exchange und –Learning in einem Setting ermöglichen, indem Herausforderungen offen angesprochen werden können.
Nordic-Baltic Mobility Programme	Dialogräume sind gegebenenfalls Teil von geförderten Kulturprojekten, aber keine separate Priorität des Programms.

- Offen Räume für vertrauensvollen Austausch sind wesentlich in der transnationalen und internationalen Kulturkooperation und in der einen oder anderen Ausprägung von allen Case Study Programmen angesprochen.

Geographische Abdeckung

Initiative	Geographie der Kooperationsinitiativen
Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds	Deutschland und Tschechien, wobei eine Ausweitung der tatsächlichen Aktivitäten mit einem doch starken Fokus auf die Grenzregionen auf die gesamten Staatsgebiete ausgeweitet werden sollen.
Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande	Die Niederlande und die zehn definierten Zielländer, wobei die Arbeit in den Zielländern unterschiedlich läuft und die Arbeit in den Niederlanden auch verstärkt wird (breite Bevölkerung).
Touring Artists	Deutschland für Outgoing Künstler und Kulturschaffende und weltweit für Incoming-Kreative, die einen temporären Aufenthalt / Auftritt in Deutschland planen.
IFACCA	Weltweit mit einem Fokus auf jene Länder, wo die IFACCA Mitglieder hat
Nordic-Baltic Mobility Programme	Die Staaten, die an der Nordic Cooperation teilnehmen und die drei baltischen Staaten. Bisher keine internationale Verbindung, dieser Aspekt ist nun allerdings in Diskussion.

- Eine klare Definition des geographischen Fokus ist allen Initiativen einig. Manche diskutieren und planen allerdings Ausweitungen oder ergänzende Schwerpunktsetzungen.

3.4.3 Lessons learnt

Dieses Kapitel umfasst den weiten Bereich, was für Schlussfolgerungen die Verantwortlichen aus der bisherigen Umsetzung der Programme ziehen, was erreicht wurde und welche Empfehlungen sie an andere Projektträger geben würden. Es gibt auch Einblick in neue Überlegungen und Zukunftsperspektiven für die Initiativen.

Was wurde erreicht?

- Die Initiativen sind durchwegs zufrieden mit den Zielerreichungsgrad. Allerdings müsste für eine tatsächliche Beurteilung eine umfassendere Case Study durchgeführt und die Feedbacks der verschiedenen Zielgruppen und nicht nur der Programmverantwortlichen, wie im gegenständlichen Fall, eingeholt werden.

Initiative	Was wurde erreicht?
Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds	Eine belastbare Partnerschaft, die weiter gut gepflegt werden muss.
Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande	Die Weiterentwicklung des Shared History Konzeptes in dem Sinne, dass die Betrachtung über den rein europäischen Standpunkt hinausgehen muss.
Touring Artists	Ein funktionierendes Online-Portal, das ständig wachsende Nutzerzahlen verzeichnet.
IFACCA	Die neue Strategie hat die Organisation wie die Arbeit und die Services gedacht werden, beträchtlich vorwärtsgebracht. Kooperationen mit außerhalb des Kulturbereichs und klare Botschaften sind essentiell.
Nordic-Baltic Mobility Programme	Ein wachsendes Interesse der Zielgruppe an Mobilitätsprojekten und Austausch generell. Für Finnland auch die Ausweitung auf neue Zielländer (zuerst Schwerpunkt auf Schweden nun auch die baltischen Staaten).

Wie soll es weitergehen?

Initiative	Zukunftsperspektiven
Deutsch-Tschechischer Zukunftsfonds	Begegnungsformate als zentrales Element und auf die Menschen statt auf Steine (Infrastruktur) das Augenmerk legen. Dafür ist auch die Einbindung junger Menschen wesentlich. Das Thema Europa in den Mittelpunkt stellen. Seitens der Kulturakteure über den Tellerrand schauen, um neue Zielgruppen anzusprechen und sich der europäischen Frage zu stellen.
Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande	Weiter auf Basis konkreter lokaler Bedürfnisse arbeiten, aber die Menschen viel mehr einbeziehen - mit den Bevölkerungen arbeiten und auf das immaterielle Erbe stärker fokussieren.
Touring Artists	Ausweitung der Zielgruppen des Portals und neben der Pflege der EU-Zusammenarbeit, die internationale Dimension verstärken.
IFACCA	Genauerer Einblick und Kooperation mit Sektoren außerhalb der Kultur, cross-sektorielle Zusammenarbeit entwickeln und den Kultursektor aus seiner Box heraus begleiten.
Nordic-Baltic Mobility Programme	Erweiterung der internationalen Dimension bei den Förderungen für Residencies, Einbindung breiter Perspektiven wie Gender, Kinder und Jugendliche sowie Nachhaltigkeit.

- Vielen Initiativen ist für die Zukunft wichtig, dass die Menschen wieder eine zentrale Rolle bekommen, dass sie Kontexte besser verstehen lernen und sich für europäische und globale Fragestellungen engagieren. Dafür ist es für den Kultursektor wichtig aus der Box zu kommen und cross-sektoriell zusammenzuarbeiten.

3.5 Verein Kulturraum Großregion: Eckpunkte transnationaler Kulturkooperation auf Basis der internationalen Case Studies

Aus der Sicht der Studienautorin sind auf Basis der fünf durchgeführten Case Studies folgende fünfzehn grundsätzlichen Ausrichtungen des Vereins Kulturraum Großregion zielführend für eine nachhaltige Weiterentwicklung der transnationalen Kulturkooperation:

- **Fokus auf den geographischen Raum der Großregion beibehalten**
Internationale Good Practice Beispiele verfügen über klare geographische Festlegungen. Verschiedene gewachsene transnationale Räume, wie sie auch die Großregion ist, haben sich für die transnationale Kulturkooperation bewährt. Beispiele dafür sind sowohl die Nordic Cooperation in Culture als auch die Deutsch-Tschechische Zusammenarbeit. Denkbar wäre nach dem Vorbild der Nordic Cooperation, die eine Ausweitung der Zusammenarbeit in manchen Programmen auf die baltischen Staaten vollzogen hat, auch eine Kooperation mit anderen gewachsenen Kooperationsräumen und die Nutzung von diesbezüglichen Synergien.
- **Internationale Dimension einbinden, aber fokussiert**
Die internationale Zusammenarbeit wie globale Themen spielen eine zunehmend wichtige Rolle – auch im Kultursektor. Geographisch umfassende Programme werden aber sehr komplex im Management. In den Niederlanden wird mit einer beschränkten Zahl von Zielländern zusammengearbeitet. Ein zielführendes Model für eine internationale Kulturzusammenarbeit der Großregion, die in künftige Kulturkooperationsprogramme der Großregion systematisch eingebunden werden soll. Die Auswahl der internationalen Partnerländer muss auf Basis der gemeinsamen Zielsetzungen und der thematischen Schwerpunkte festgelegt werden.
- **Klare Themensetzung in der Großregion ist unerlässlich zur Erreichung von Impact**
Die internationale Praxis zeigt klar auf, dass thematische Schwerpunkte gesetzt werden müssen. Diejenigen Programme, die thematisch offen begonnen wurden, haben inzwischen Themenjahre eingeführt. Eine Ausnahme stellt nur das Mobilitätsprogramm in der Nordic Cooperation dar. Für den Verein Kulturraum Großregion müssen demnach Themen für die transnationale Kulturkooperation entschieden werden, die für alle Partner relevant sind. Die thematischen Schwerpunkte, die im Rahmen dieser Studie ausgearbeitet wurden, können einen Ausgangspunkt für die diesbezüglich definitiven Entscheidungen darstellen.
- **Globale Entwicklungen und die Europäische Integration berücksichtigen**
Vorreiter in der internationalen Kulturpolitik fokussieren auf globale Themen. Die Geschäftsführerin des Deutsch-Tschechischen Zukunftsfonds betont die Wichtigkeit des Engagements für den europäischen Integrationsprozess und dass der Kulturbereich cross-sektoriell Zusammenarbeiten sollte. In den Niederlanden entwickelt sich das Shared History Konzept in dem Sinn weiter, dass vielfältige und außereuropäische Sichtweisen eingebunden werden. Alle neuen transnationalen Kulturkooperationsformate der Großregion sollten diesen Entwicklungen von Anfang an Rechnung tragen und cross-sektoriell arbeiten.
- **Menschen nicht Steine in den Mittelpunkt stellen**
Begegnung und Diskurs sind die zentralen Herausforderungen. Das betrifft sowohl die Bevölkerung als auch die zivilgesellschaftlichen Organisationen, die Experten und Administratoren sowie die Politik. Formate müssen in dem Sinn entwickelt werden, dass sie einen offenen Austausch ermöglichen, einen sicheren Rahmen bieten, in dem Herausforderungen angesprochen und freundschaftlich diskutiert werden können. Mit diesen Settings wird der Mehrwert von Kooperation und Erfahrungsaustausch im Rahmen der transnationalen Kulturkooperation in der Großregion greifbar. Partnerschaften müssen auch

laufend gepflegt werden, nur so kann gute europäische Nachbarschaft nachhaltig erreicht werden.

- **Spezifische Angebote für alle Zielgruppen transnationaler Kooperation entwickeln**
Zielsetzung aller internationaler Initiativen ist eine Intensivierung der transnationalen Kulturkooperation. Die Akteure der Kulturkooperation sind aber vielfältig. Die Integration wird umso besser gelingen, umso mehr zielgruppen-spezifische Maßnahmen synergetisch ineinandergreifen. Das Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande zeigt diesen Ansatz systematisch auf. Die Kulturkooperation der Großregion sollte sich an solchen Vorbildern orientieren und zielgruppen-spezifischen Maßnahmenbündel umsetzen. Diese sollten alle drei Zielgruppen der Kooperation umfassen, das sind die Kulturpolitik, die Kulturverwaltungen / Intermediäre und Experten sowie die Kulturakteure.
- **Ein Mobilitätsprogramm in der Großregion mit internationaler Dimension umsetzen**
Mobilität bedeutet die Möglichkeit, dass sich die Zielgruppen der transnationalen Kulturkooperation face-to-face treffen können. Dies ist unerlässlich wie die internationalen Good Practice anschaulich aufzeigen. Die Modelle gehen von Peer-Learning-Settings und regionalen Konferenzen über internationale Besuchsprogramme, transnationalen Workshops und Weiterbildungen, Staff Exchanges und mehr „klassischen“ Ansätzen wie Residencies und Mobilitäten von Einzelkünstlern. Die Großregion sollte deshalb in ihrer Kulturkooperation ein Mobilitätsprogramm mit fokussierter internationaler Auskrägung umsetzen.
- **Partizipative Programmentwicklung in der Großregion als Standard definieren**
Die Entwicklungen auf internationaler Ebene sind eindeutig: Co-Creation und User-Involvement werden mehr und mehr genützt. Sie ermöglichen die motivierende Einbindung der künftigen Nutzer und weiterer Stakeholder. Diese Ansätze erhöhen die Qualität der Angebote und die Glaubwürdigkeit der Initiative gegenüber den Peers, die angesprochen werden sollen. In der Großregion sollten künftige transnationale Kulturkooperationsprogramme demnach jeweils mit den spezifischen Usern und Stakeholdern für das jeweilige Thema (und nicht mit allen erdenklichen Usern) strategisch diskutiert und weiterentwickelt werden.
- **Mehrsprachigkeit als transversales Element der Kulturkooperation berücksichtigen**
Die Mehrsprachigkeit hat eine Fülle von Dimensionen, wie die internationalen Good Practice Beispiele anschaulich aufgezeigt haben. Diese gehen bei weitem über die Förderung des Spracherwerbs hinaus und beinhalten Fragestellungen rund um Know-How-Transfer in möglichst einfacher Sprache, wie dem sog. Plain-English-Ansatz genauso wie sie auf aktuelle gesellschaftliche Veränderung (Stichwort: Migration) reflektieren. Allen Initiativen ist darüber hinaus gemein, dass die Informationen betreffend transnationale Kooperationsprogramme auf jeden Fall auch auf Englisch zur Verfügung gestellt werden müssen. Dieser Ansatz wäre für die Kulturkooperation in der Großregion auch ernsthaft in Erwägung zu ziehen.
- **Eine Online-Kommunikationsstrategie in der Großregion umsetzen**
Die Kommunikation im Rahmen und für transnationale und internationale Kulturkooperationsinitiativen und –programme erfolgt in der digitalen Welt. Den untersuchten Initiativen ist gemein, dass sie alle Webpages und Webservices zur Verfügung stellen, sie sind in den Social Media aktiv und haben Mitarbeiter für diese Aufgaben. Die digitalen Angebote umfassen Online-Portale, Online-Datenbanken, Online-Datahubs u. ä. m. Auch für Antragstellungen werden Online-Formulare verwendet. Die neuen Kulturkooperationsprogramme der Großregion müssen dieser Entwicklung Rechnung tragen. Allerdings müssen die Online-Angebote mit beispielsweise konkreten Offline-

Beratungsmodellen kombiniert werden – dies zeigen die internationalen Praktiken ebenfalls auf.

- **Ein Verein der Ministerien ist eine geeignete Organisationsstruktur für Kulturkooperation**
 Der Verein Kulturraum Großregion verbindet zwei Elemente, die für alle transnationalen Kulturkooperationsprogramme typisch sind - die strategische Steuerung seitens der Ministerien und die operative Umsetzung außerhalb der Ministerien – in einem strukturierten Gesamtsystem. Er ist damit systematischer und langfristiger strukturiert als die meisten der analysierten internationalen Beispiele. Die Organisationsstruktur ist somit eben auch eine Rechtsperson und kann im eigenen Namen Geschäfte abschließen bzw. auch als Gesamtkooperation Förderungen in Anspruch nehmen. Diese komfortable und zukunftsweisende Struktur der Kulturkooperation in der Großregion sollte in diesem Sinne beibehalten werden. Weiters sind für die Umsetzung immer Mitarbeiter notwendig, wie alle untersuchten internationalen Beispiele anschaulich zeigen.
- **Konsensuale Entscheidungsfindung beibehalten**
 Internationale Praxis sind partnerschaftliche Entscheidungsfindungen zwischen den strategischen Partnern und / oder Stakeholdern, die natürlich auch eine gepflegte Streitkultur beinhalten können. Die Großregion verfügt in ihrer transnationalen Kulturkooperation über das Gremium der Regionalkoordinatoren (sowie den Verwaltungsrat). Diese Strukturen erscheinen geeignet für die Fortsetzung der strategischen Steuerung der Kulturkooperation in der Großregion und sollten deshalb beibehalten werden.
- **Top-Down-Ansätze sind zentral für transnationale Kulturkooperation**
 Der Aufbau und die Umsetzung von internationalen und transnationalen Kulturkooperationsprogrammen und –unterstützungsmaßnahmen sind komplexe und zeitintensive Vorhaben. Alle untersuchten internationalen Praktiken ist gemein, dass sie Top-Down initiiert und strategisch von den Kultur- und/oder Außenministerien gesteuert werden. Die Weiterentwicklung der Kulturkooperationsprogramme der Großregion kann deshalb auch weiterhin von den nationalen und regionalen Kulturministerien getragen und initiiert werden. Für die operative Umsetzung allerdings sollte systematisch mit den jeweils relevanten Stakeholder-Organisationen zusammengearbeitet werden. Auch dafür bieten die untersuchten internationalen Beispiele gute und praktische Einblicke.
- **Einen Fond für transnationale Kulturkooperation ernsthaft in Erwägung ziehen**
 Mehrere der untersuchten internationalen Programme wie das Shared Cultural Heritage Programm der Niederlande, die Nordic Cooperation in Culture und die Deutsch-Tschechische Kooperation setzen auch ein Förderinstrument für Künstler und Kulturschaffende um. Für die Großregion scheint besonders das niederländische Modell geeignet, das einen budgetmäßig überschaubaren Fonds für Bottom-Up-Initiativen zur Verfügung stellt. Positiv an diesem Fonds ist außerdem die klare Einbindung in einen thematischen und geographischen Schwerpunkt.
- **Mittelfristige Finanzierung auf Basis vom Bruttonational/regionalprodukten erproben**
 Die internationale Praxis zeigt, dass mit einem Jahresbudget von rund € 1,75 Millionen beträchtliche Programme mit konkreten positiven Wirkungen in der transnationalen und internationalen Kulturkooperation umgesetzt werden können. Zwischen 15 und 30 % werden in der Regel für Overheadkosten anfallen, der Rest steht für Projektumsetzungen zur Verfügung. Wesentlich sind mittelfristige Finanzvereinbarungen, da Programme im transnationalen Kontext per Definition zeitaufwändiger in der Umsetzung sind. Diese Eckpunkte sollten die Budgetfestsetzungen in der Kulturkooperation der Großregion beeinflussen. Weiters empfiehlt sich nach dem Vorbild der Nordic Cooperation eine Aufteilung der Finanzierungsbeiträge nach dem Bruttonational- und Bruttoregionalprodukten der Länder und Regionen in der Großregion zu erproben.

4. ZUKUNFT KULTURZUSAMMENREIHE IN DER GROSSREGION

4.1 Feedbacks Regionalkoordinatoren und Verwaltungsrat

Im Rahmen des Berichtes „2.3 Internationales Benchmarking und internationale Gute Praxis“ wurden auf Basis der Festlegungen der Regionalkoordinatoren drei thematische Schwerpunkte für eine künftige Ausrichtung des Vereins Kulturräum Großregion ausgearbeitet. Die Regionalkoordinatoren haben sowohl schriftlich als auch im Kontext der Zwischenpräsentation der Studie am 18. Juni 2018 diese Inputs diskutiert und Feedback gegeben. Die Inputs weiterer Verwaltungsratsmitglieder werden hier ebenfalls dargestellt. Die Ergebnisse dieser Inputs sind in der Folge zusammengefasst und fließen in die Vorschläge zur künftigen Ausrichtung des Vereins mit ein. Auf Basis des Entwurfs des Gesamtberichts fand ein Workshop mit den Regionalkoordinatoren am 12. September 2018 in Luxemburg statt. Die Regionalkoordinatoren haben sich in diesem Rahmen auf weitere Festlegungen geeinigt, die ebenfalls in diesem Kapitel dargestellt werden und in die Schlussempfehlungen seitens der Studienautorin eingeflossen sind (vgl. Kapitel 4.2).

4.1.1 Shared History

Inhaltliche Feedbacks umfassen u. a. folgende Bereiche:

- Großregion auch als militärische Geschichte zwischen Deutschland und Frankreich begreifen.
- Durch den EU-Einigungsprozess wurden neue, friedliche Wege zueinander gefunden
- Die Industriekultur lässt sich mit dem Europäischen Einigungsprozess verbinden (Montanunion)
- Die Initiativen auf der Ebene der Europäischen Union nützen, um die Großregion diesbezüglich zu positionieren. Die Großregion könnte z. B. gemeinsam für das europäische Kulturerbesiegel kandidierten oder ein Netzwerk der bestehenden Kulturerbesiegelstätten aufbauen. Im Rahmen der Tage des europäischen Denkmals könnte eine gemeinsame Initiative umgesetzt werden, die auf die Stätten der europäischen Integration fokussiert.
- Shared History könnte auch ein „Europa der Zukunft“ beleuchten zu verschiedenen Themen wie Was ist Heimat?, Arbeitswelt, Kunst und Alltag, Migration und Interkultur, wie kann das fehlende Gemeinschaftsgefühl entwickelt werden.

Organisatorische und „technische“ Vorschläge zur konkreten Umsetzung beinhalten folgende Punkte:

- Ein Stakeholdertreffen zur gemeinsamen Definition von Shared History in der Großregion
- Ein Mapping der bestehenden Aktivitäten
- Entwicklung eines gemeinsamen Umsetzungsplans.
- Der Verein könnte Koordinator einer solchen Initiative, aber nicht Umsetzer, sein. Dafür ist eine Geschäftsstelle mit Personal notwendig.
- Partizipative Kulturangebote entwickeln
- Ausstellungskonzepte, Hospitanzen, Einbringen von Expertise gemeinsam von Akteuren aus der Großregion entwickeln

Bestehende Maßnahmen in der Großregion:

- Die Maßnahmen werden von ausgelagerten Instituten umgesetzt wie z. B. Museen, Denkmalschutz, Theater, Kulturzentren, etc.
- Das Netzwerk der Villes Fortifiées in der Großregion
- Innovative Museumsinitiativen in Rheinland-Pfalz wie das Online-Migrationsmuseum „Lebenswege“ oder das Pilotprojekt „Kulturelle Vielfalt im Museum: Sammeln, Ausstellen, Vermitteln – Sammlungen neu sichten“.

4.1.2 Serviceleistungen und Unterstützungsmethoden

Feedbacks in Bezug auf die **inhaltliche Ausgestaltung** sind:

- Services auf die „Shared History“ konzentrieren (Kulturelles Erbe, Industriekultur)
- Strategisches gemeinsames Engagement für EU-Finanzierungen, besonders auch Interreg
- Unterstützung und Beratung bei Anträgen für EU-Förderprogramme

Organisatorische und „technische“ Details wurden von den Regionalkoordinatoren wie folgt vorgeschlagen:

- Serviceleistungen klein, aber fein aufsetzen und auf Themen konzentrieren
- Ein Mapping der bestehenden Services in der Großregion, auf nationaler und grenzüberschreitender Ebene machen, der Informationsquellen sowie der bestehenden Auskunftsstellen.
- Darauf aufbauend können die Bedürfnisse und was gemeinsam umgesetzt werden soll, ermittelt werden.
- Enge Zusammenarbeit des Vereins Kulturraum Großregion mit den bestehenden Akteuren sowie Berücksichtigung der Ergebnisse der Mobilitätskonferenz in Mons in 2016
- Kooperation mit der Arbeitsgemeinschaft europäischer Grenzregionen sowie mit den Arbeitsgruppen des Gipfels wie z. B. zu Mobilität
- Notwendigkeit einer Geschäftsstelle zur Umsetzung
- Einblicke in Praxisbeispiele von Fachreferenten der beteiligten Ministerien
- Round Table mit Kulturschaffenden aus der Großregion zu wechselnden Themen
- Good Practice Datenbank: Projekte und Akteure
- Stipendien für Austauschprojekte im Bereich der kulturellen Bildung
- Förderung von Artists-in-Residence-Programmen

Folgende **bestehende Maßnahmen** wurden genannt:

- Kulturelle Programme im Jugendbereich – Kulturfabrik Esch/Alzette
- Es gibt bestehende Netzwerke (Multipistes – Musik, Grand Luxe – Tanz, Total Theater – Theater, etc.), auf die man aufbauen kann.
- EU-Förderprogrammstellen wie die Creative Europe Desks (Erasmus+, Horizon 2020) – auch diese Stellen könnte man nützen und einen ergänzenden transnationalen Plan entwickeln
- Das Forum Entrepreneurs dans la Culture – ein nationales Lernformat in Frankreich – in der Großregion könnte etwas Ähnliches umgesetzt werden.
- Die Stadt Trier verfügt über einen Fördertopf für grenzüberschreitende Projekte und unterstützt zusätzlich bei der Partnersuche, der Suche nach weiteren Fördermitteln sowie bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Projekte und Maßnahmen zur Förderung der interkulturellen Beziehungen in Rheinland-Pfalz: Plurio.net, Verein Kulturraum Großregion, überregionale Kulturveranstaltungen, sowie die neue Servicestelle Kulturelle Bildung (seit 2017)

4.1.3 Mobilität und transnationale Publikumsentwicklung

Inhaltliche Anregungen der Regionalkoordinatoren beinhalteten:

- Austauschprogramme in mehreren kulturellen Bereichen: Theater, Museen, Institutionen, Kulturberörden
- Ticketing: Abonnements (z. B. wie der oberrheinische Museumspass), Ticketangebots von Vorverkaufsstellen, Onlineplattformen
- Publikumsentwicklungsstrategie für die Großregion auf Basis einer Grundlagen – und Potentialanalyse entwickeln
- Mobilität der Kulturakteure, der Künstler, der Manager, der Techniker, etc. ist eine der Prioritäten des französischen Kulturministeriums. Im Rahmen des Europäischen Rates gibt es diesbezüglich Anstrengungen für ein Erasmus der Kultur.
- Austausch mit dem globalen Süden, Aktionsplan Entwicklungspolitik, Städtepartnerschaften
- International Showcasing Projekt des Arts Council of England könnte eine Inspiration für die Großregion sein, um herausragende Künstler (z. B. Rober-Schuman-Kunstpreisträger) beim Eintritt in internationale Märkte zu unterstützen
- Austausch zu Europa / kultureller Identität
- Einbindung von Übersetzern und Autoren (nach dem Beispiel aus Rheinland-Pfalz „Poesie der Nachbarn“)
- Ausausch zum Thema Medien und Medienkompetenz

Im organisatorischen und „technischen“ Bereich wurden folgende Vorschläge unterbreitet:

- Ein Mapping der existierenden Maßnahmen ist unerlässlich
- Besonders eine systematische Darstellung der bestehenden Residencies in der Großregion wäre sehr interessant
- Stakeholder und Akteure einbinden (Liste der Stakeholder aus der Stadt Trier verfügbar)
- Arbeitsgruppen des Gipfels einbinden, wie z. B. die Mobilitätsgruppe
- Kulturreisen durch die Großregion
- Länderübergreifende Künstlertreffs
- Kunstaustellungen in Museen der Großregion

Bestehende Maßnahmen, die von den Regionalkoordinatoren kommuniziert wurden, umfassen die folgende Liste:

- Regelmäßiger Austausch der Tourismusfachkräfte der QuattroPole-Städte
- Kultur macht Schule mit Ausweitungspotenzial auf nachhaltige Mobilitätsförderung von Künstler z. B. durch Residenzen
- „Poesie der Nachbarn“ in Rheinland-Pfalz
- Das Programm „Jedem Kind seine Kunst“ – Kinder und Jugendliche werde selbst künstlerisch tätig
- Förderung der internationalen Beziehungen in Rheinland-Pfalz

4.1.4 Diskussionsergebnisse Verwaltungsrat im Juni 2018

Ergänzende Diskussionen fanden auch im Rahmen der Präsentation der Zwischenergebnisse der Studie mit dem Verwaltungsrat am 18. Juni 2018 in Luxemburg statt. Die Teilnehmer prägten zu diesem Anlass u. a. dem Begriff einer sog. „Schuman-Region“, da die Großregion den europäischen Einigungsprozess maßgeblich mitgeprägt hat. Das Verständnis der europäischen Zusammenarbeit als Kulturprojekt wäre ein Weg vorwärts, der den Anstrengungen der Zusammenarbeit (wieder) neuen Sinn geben würde. Weiters müsste berücksichtigt werden, dass die Kooperation im Themenfeld Kultur in der Großregion sehr intensiv wäre. Repräsentanten anderer Themenfelder würde sich weniger häufig und intensiv treffen. Bezüglich Finanzierungstools für die Zusammenarbeit könnte man sich auch wieder auf die Idee der sog. Focal Points in den Grenzregionen berufen.

4.1.5 Festlegungen der Regionalkoordinatoren im September 2018

Die Regionalkoordinatoren haben folgende Festlegungen für die künftige Arbeit des Vereins Kulturraum Großregion bei ihrem Meeting am 12. September 2018 in Luxemburg getroffen. Diese werden bei den Schlussempfehlungen berücksichtigt:

- Die künftigen Umsetzungsaktivitäten sollen derart gestaltet werden, dass dafür kein fixes Personal angestellt werden muss. Bevorzugt soll mit externen Dienstleistern gearbeitet werden. Kleine, aber feine Projekte, wenn möglich mit großer Sichtbarkeit sollen entstehen. Die Kommunikationsarbeit soll wieder verstärkt wahrgenommen werden.
- Der Motor der Umsetzung soll die jeweilige Präsidentschaft sein, bei der kann allfällig Personal (auf Kosten und im Verantwortungsbereich der jeweiligen Präsidentschaft) eingebunden werden. Ob und in welchem Ausmaß dies erfolgt, liegt im Entscheidungsbereich der jeweiligen Präsidentschaft. Die Eigenmotivation und –verantwortung der Regionalkoordinatoren wird groß geschrieben z. B. auch für die federführende Begleitung von Projekten.
- Die thematischen Schwerpunkte können auf Basis der drei Themenschwerpunkte erfolgen, die in der Studie bearbeitet wurden. Eine gemeinsam festgelegte Strategie und Roadmap soll diese Schwerpunkte über mehrere Präsidentschaften tragen. Jede Präsidentschaft soll aber auch eigene Akzente setzen können.
- Mittel- bis langfristige Ziele können die Steigerung der Mobilität innerhalb der Großregion, die Erhöhung der Sichtbarkeit der Vereinsaktivitäten für die Kulturzusammenarbeit als auch die Sensibilisierung der Menschen für das gemeinsame Kulturerbe sein. Kulturpolitischer Austausch und Services sollen ebenfalls eine Rolle spielen.
- Der bestehende Finanzierungsrahmen soll beibehalten werden. Dieser bewegt sich bei rund € 85.000 pro Jahr. Mittelfristig, nach dem Vorweisen von erfolgreichen Referenzprojekten, wäre eine Ausweitung des budgetären Rahmens allfällig denkbar.

4.2 Empfehlungen „Verein Kulturraum Großregion 2018+“

Aufgrund der Analysen aus den Studienteilen Modul 1 und Modul 2 sowie den Feedbacks im Rahmen der Workshops wird in diesem Kapitel über die Zielsetzungen des Vereins reflektiert sowie ein Vorschlag für eine langfristige Strategie sowie eine kurzfristige Roadmap für die künftigen Aktivitäten des Vereins Kulturraum Großregion vorgelegt.

4.2.1 Zielsetzungen

Die Ziele laut Statuten bleiben unverändert, da sie die thematischen Schwerpunkte nach wie vor gut abbilden. Es wird aber empfohlen sie im Hinblick auf Schlüsselbegriffe zu erläutern.

Gegenstand⁹⁵ des Vereins Kulturraum Großregion ist es,

- (1) den Reichtum, die Vielfalt und die besonderen Charakteristika der Kulturen und des kulturellen Erbes zur Geltung zu bringen sowie
- (2) dazu beizutragen, das Wissen und den Austausch zwischen den Bürgerinnen und Bürgern und den kulturellen Akteuren der Großregion zu fördern und zu verbessern, im Sinne einer dauerhaften Entwicklung;
- (3) grenzüberschreitende kulturelle Projekte in der Großregion zu koordinieren und zu begleiten, mit besonderem Schwerpunkt auf Kulturarbeit für junge Menschen;
- (4) die Bildung von Kompetenznetzwerken in der Großregion zu fördern, sie zu entwickeln und zu professionalisieren;
- (5) die grenzüberschreitende kulturelle Zusammenarbeit mit den bestehenden Netzwerken und Portalen zu intensivieren;
- (6) das Publikum sowie die kulturellen Akteure in der Großregion zur Mobilität anzuregen und zu ermutigen
- (7) Synergien für eine gemeinsame und wirksame Kommunikation innerhalb der Großregion zu schaffen.

Diesbezügliche Begriffsdefinitionen könnten wie folgt beschrieben werden:

Besondere Charakteristika der Kulturen der Großregion sind u. a. die enge Verbindung mit dem Europäischen Einigungsprozess

Kulturelles Erbe umfasst eine weite Definition inklusive der Themenfelder des Shared Heritage und World Heritage

Kulturelle Akteure sind Künstler, Kulturschaffende, Manager der Kultureinrichtungen, Kulturunternehmer, Intermediäre wie Netzwerke und Infopoints, Wissenschaftler mit Kulturbezug. Die Kulturverwaltung hat eine zweifache Rolle, zum einen selbst als kultureller Akteur (z. B. im Hinblick auf Mobilitätsangebote) sowie als strategischer Entwickler und Vorbereiter allfälliger gemeinsamer kulturpolitischer Initiativen.

Grenzüberschreitende kulturelle Projekte sind auf die transnationale Zusammenarbeit fokussiert und gehen über die bilaterale Kulturzusammenarbeit hinaus. Sie müssen allerdings nicht für alle Aktivitäten immer alle Partner umfassen.

4.2.2 Langfristige Strategie des Vereins

Die langfristige Strategie des Vereins Kulturraum Großregion könnte sich an den 30 Schlüsselementen transnationaler Kulturkooperation, die im Rahmen dieser Studie ausgearbeitet wurden (vgl. Annex 6.1), orientieren. Die strategischen Ziele folgen den drei identifizierten

⁹⁵ STATUTEN „Espace culturel Grande Région“

thematischen Schwerpunkten in dieser Studie und werden ergänzt mit der Querschnittsmaterie Sichtbarkeit. Naturgemäß interagieren sie und befruchten sich im Idealfall gegenseitig. Es wird folgender strategischer Rahmen vorgeschlagen:

4.2.2.1 Mobilität der Kulturakteure in der Großregion steigern

Die Mobilität der Kulturakteure ist ein zentraler Aspekt für alle Initiativen der transnationalen Kulturkooperation. Das persönliche Treffen ermöglicht das Kennenlernen, den Austausch von Erfahrungen und gegenseitiges Lernen im Kulturbereich, die künstlerische Weiterentwicklung und den Fachaustausch. Sie schließt auch die Mobilität des Publikums mit ein, wobei im Kontext des Vereins Kulturraum Großregion diesbezüglich primär die transnationale Publikumsentwicklung von besonderem Interesse ist. Den Fragestellungen der Mobilität wurde im Rahmen des Vereins Kulturraum Großregion bisher kein zentraler Fokus eingeräumt. Es wird deshalb empfohlen diesbezüglich Initiativen zu setzen.

Zielsetzung 1: Die Großregion als einen internationalen Raum für Residenzen für Kulturakteure positionieren (M1)

Residenz-Programme werden in vielen Ländern, Regionen und Städten angeboten. Das gesamte Angebot an Residenzen ist bisher in der Großregion noch nicht sichtbar geworden. Diesbezüglich sollen Akzente gesetzt werden. Diese könnte folgende Aktivitätsbereiche umfassen:

- ➔ Den Zugang zu Informationen über Residenzen in der Großregion verbessern
- ➔ Die Stakeholder im Bereich von Residenzen in der Großregion vernetzen
- ➔ Zu gemeinsamen (allfällig auch internationalen) Initiativen der Residenzen in der Großregion ermutigen

Zielsetzung 2: Den Fachaustausch innerhalb der Großregion intensivieren (M2)

Der Informationsaustausch über kulturpolitische Initiativen und Programme ist im Verein Kulturraum Großregion bisher nicht systematisch erfolgt. Austauschformate für das Kulturmanagement sind ebenfalls nicht verfügbar. Dieser Mehrwert des Engagements in transnationaler Kooperation soll in Zukunft stärker genützt werden. Diesbezügliche Aktivitäten könnten sein:

- ➔ Fachreferenten in den Ministerien in die transnationale Kulturkooperation einbinden
- ➔ Austauschformate für Kulturmanager entwickeln
- ➔ Thematische Konferenzen als Austauschtool systematisch nützen

Zielsetzung 3: Die transnationale Mobilität des Publikums in der Großregion ermutigen (M3)

Wichtig ist, dass die transnationale Kulturzusammenarbeit auch vom Publikum wahrgenommen wird. Das Zusammenwachsen einer Region wird durch die Einbindung des Publikums und der Bevölkerung verstärkt. Sprach- und andere Grenzen verhindern oft eine intensivere Nutzung der Kulturangebote in Nachbarregionen und –ländern. Folgende Aktivitäten könnten diesbezüglich geplant werden:

- ➔ Kenntnisse über die transnationalen Besucher und Nicht-Besucher in der Großregion vertiefen
- ➔ Methodensets transnationaler Publikumsentwicklung für die Kulturakteure in der Großregion aufbereiten

4.2.2.2 Services und Unterstützungsmaßnahmen in der Großregion weiterentwickeln

Unterstützungsmaßnahmen werden in der Großregion nachgefragt, damit die transnationale Kulturkooperation besser und effizienter aufgebaut werden kann. Der Verein Kulturraum Großregion soll aber nicht als Helpdesk verstanden werden, sondern als ein Akteur der Informationen für interessierte Kulturakteure informell als auch in Form von aufbereiteten Informationsunterlagen zur Verfügung stellt. Bei allen Services und Unterstützungsmaßnahmen sollte auf die Möglichkeiten des digitalen Zeitalters explizit abgestellt werden, wie die internationalen Erfahrungen zeigen. Folgende Zielsetzungen werden im Servicebereich empfohlen:

Zielsetzung 1: Der Verein setzt sich für gemeinsame Finanzierungsinstrumente im Bereich Kultur ein (S1)

Transnationale Kulturkooperation hängt u. a. von der Verfügbarkeit von Förderprogrammen ab. Essentiell ist in diesem Zusammenhang die Sicherung des Interreg-Programms der Großregion mit kulturrelevanten Maßnahmenbereichen. Der gemeinsame Einsatz für weitere (EU-)Finanzierungen könnte ebenfalls zielführend sein. Aktivitätsbereiche könnten demnach sein:

- ➔ Systematische Zusammenarbeit mit den Programmverantwortlichen Stellen fortsetzen
- ➔ Strategische Positionierungen für den Kulturbereich in neuen Förderprogrammen ausarbeiten
- ➔ Monitoring der kulturbezogenen Umsetzung in den Programmen

Zielsetzung 2: Der Verein stellt Serviceinstrumente für das Management von transnationalen Kulturkooperationsvorhaben zur Verfügung (S2)

Die Kulturakteure sind über die zur Verfügung stehenden Förderprogramme für transnationale Kulturprojekte nicht vollständig informiert. Synergien können geschaffen werden, wenn solche Informationen systematisch aufbereitet werden. Ähnliches gilt für die rechtlichen Rahmenbedingungen transnationaler Kooperation. Folgende Aktivitäten könnten demnach umgesetzt werden:

- ➔ Aufbereitung der Informationen über Fördermöglichkeiten für transnationale Kulturkooperationsvorhaben
- ➔ Systematische Zusammenarbeit mit bestehenden Informationsstellen für die transnationale und grenzüberschreitende Kulturzusammenarbeit

4.2.2.3 Kultur-Zusammenarbeit themenspezifisch stärken

Der Verein Kulturraum Großregion hat bereits zu vielen Themen gearbeitet. Aus der Analyse der vergangenen Aktivitäten wurde allerdings klar, dass der Bereich des kulturellen Erbes bisher weniger abgebildet war. Diesbezüglich ergeben sich Anknüpfungspunkte für künftige Schwerpunktsetzungen. Darüber hinaus gäbe es auch zahlreiche (neue) thematische Möglichkeiten der Kooperation. Bereits in Vorbereitung sind beispielsweise Projekte im Musikbereich (iPop). Zielsetzungen für thematische Ausrichtungen könnten sein:

Zielsetzung 1: Das Kulturerbe der Großregion für die Menschen sichtbar machen (T1)

Die Großregion verfügt über bemerkenswerte Kulturstätten, zahlreiche UNESCO-geschützte Kulturstandorte sowie über eine Vielzahl an Initiativen, die mit dem European Heritage Label ausgezeichnet wurden – um nur einige Elemente des Kulturerbes in der Großregion zu nennen. Es ist

auch die Region, in der der europäische Einigungsprozess sehr gut abgebildet ist. Diesbezügliche Aktivitäten könnten sein:

- ➔ Zur stärkeren Vernetzung der Kulturerbestätten in der Großregion beitragen
- ➔ Kooperationsmodelle entwickeln, die den Ansätzen des Shared bzw. World Heritage Rechnung tragen

Zielsetzung 2: Thematische Schwerpunkte gemeinsam festlegen (T2)

Kulturpolitische Schwerpunkte werden laufend weiterentwickelt auf allen Entscheidungsebenen. Neue kulturelle oder cross-sektorielle Themen werden wichtiger oder weniger bedeutsam. Wesentlich für ein strukturiertes Arbeiten ist die Setzung von klaren thematischen Schwerpunkten. Dieses wird auch die Sichtbarkeit des Vereinshandeln verbessern. Folgende Aktivitäten werden vorgeschlagen:

- ➔ Austausch über aktuelle thematische Entwicklungen im Kulturbereich in der Großregion in die laufende Vereinsarbeit integrieren
- ➔ Systematische Themenfindungsprozesse mit internationalem Benchmarking jeweils mittelfristig umsetzen

4.2.2.4 Sichtbarkeit der Arbeit des Vereins Kulturraum Großregion verbessern

Die Sichtbarkeit der Outputs der Arbeit des Vereins Kulturraum Großregion sollte weiterentwickelt werden. Dies betrifft sowohl die (Wieder-)Einbindung in die vorhandenen Informationstools der Großregion allgemein als auch spezifische Öffentlichkeitsarbeit im Kontext der Tätigkeiten des Vereins Kulturraum Großregion. Systematisch sollte auf die Möglichkeiten der digitalen Welt zurückgegriffen und diesbezüglich ein Fokus gesetzt werden. Als diesbezügliche Zielsetzungen könnten folgende Schwerpunkte vereinbart werden:

Zielsetzung 1: Klare Botschaften entwickeln und verbreiten (V1)

Die Strategie und die Roadmap stellen den grundlegenden Rahmen für die Basis-Kommunikation des Vereins Kulturraum Großregion in den nächsten Jahren dar – bevor sie in einem neuerlichen Prozess überarbeitet und damit auch die diesbezügliche Kommunikationsstrategie erneuert wird.

- ➔ Schlüsselbotschaft entwickeln und systematisch verwenden
- ➔ Einheitliches Branding der gemeinsamen Umsetzungsprojekte ausarbeiten
- ➔ Fokus auf die Online-Kommunikation und die Social Media legen

4.2.3 Kurzfristige Umsetzungs-Roadmap des Vereins

Die kurzfristige Umsetzung betrifft die nächsten zwei bis vier Jahre der Vereinsarbeit. Beispielhaft wird für jedes Ziel eine Aktivität dargestellt.

Aktivität	Umsetzung	Strategiebezug
Mobilität		
Mapping der bestehenden Residenzen in der Großregion	Die Regionalkoordinatoren stellen Informationen zu den Residenzen in ihrem Wirkungsbereich zusammen. Ein externer Dienstleister könnte für die Entwicklung eines gemeinsamen Erhebungsrasters sowie für die Erstellung eines diesbezüglichen Berichts bzw. Online-Dokumentation oder –Datenbank eingebunden werden.	M1
Austausch von Fachreferenten erproben	Die Regionalkoordinatoren könnten vereinbaren, dass sie einige wenige Fachreferenten im Laufe eines Jahres für Kurzaufenthalte bei Kollegen aus der Großregion vermitteln. Durch diese Vorgangsweise kann über die praktischen Settings eines solchen Austausches Erfahrung gesammelt werden.	M2
Analyse der transnationalen Besucher und Nicht-Besucher	Ein externer Dienstleister könnte beauftragt werden, um die Charakteristika der Besucher von Kulturaktivitäten in der Großregion zu analysieren. Welche Publikumsschichten sind besonders mobil? Welche Zielgruppen nehmen Kulturangebote außerhalb ihrer Wohnregion weniger an? – Antworten auf diese Fragen könnten als Basis für eine transnationale Publikumsentwicklungsstrategie dienen.	M3
Services		
Einrichtung einer Task-Force EU-Förderungen für Kultur 2021+	Die Regionalkoordinatoren entwickeln einen gemeinsamen Zeit- und Arbeitsplan für die Einbringung von kulturellen Anliegen in die (bereits laufenden) Verhandlungen für die neue Generation von EU-Förderprogrammen. Ein spezieller Fokus liegt auf dem Interreg-Programm der Großregion. Für die kultur-spezifisch thematische Aufbereitung könnte allfällig auf externe Fachkräfte zurückgegriffen werden.	S1
Strategisches Treffen der Informationsplattformen	Ein externer Dienstleister könnte beauftragt werden, eine Mini-Konferenz der bestehenden Informationsplattformen vorzubereiten und umzusetzen. Ein systematisches Mapping der Informationsangebote bzw. der –lücken in Bezug auf die Großregion könnte diesem Treffen vorangehen und den inhaltlichen Rahmen für die Sondierung von Kooperationen und allfälligen Vernetzungen bilden.	S2
Thematische Zusammenarbeit		
Thematische Konferenz zum Shared Heritage der Großregion im Hinblick auf den europäischen Einigungsprozess	Ein externer Dienstleister könnte beauftragt werden, eine Konferenz zum Shared Heritage im Hinblick auf der Großregion inhaltlich und organisatorisch vorzubereiten. Diesbezüglich müsste ein (kurzes) Grundlagenpapier im Vorfeld ausgearbeitet werden, das den inhaltlichen Rahmen absteckt und die konkreten Zielgruppen definiert.	T1
„Kultur Aktuell“ bei den Treffen der Regionalkoordinatoren	Die Sitzungen der Regionalkoordinatoren könnten einen neuen Menüpunkt erhalten: „Kultur Aktuell“ sind Kurzberichte jedes Regionalkoordinators über laufende bzw. neue kulturelle Initiativen in seinem administrativen oder geographischen Wirkungsbereich. Damit wird der gegenseitige Wissenstand erhöht, der thematische Austausch gefördert und das Finden gemeinsamer Themen erleichtert.	T2
Sichtbarkeit der Vereinsarbeit		
Kommunikationsstrategie entwickeln und umsetzen	Beauftragung eines externen Dienstleisters mit der Entwicklung einer maßgeschneiderten Kommunikationsstrategie für den Verein auf Basis von inhaltlichen Vorgaben der Regionalkoordinatoren.	V1

5. SCHLUSSBEMERKUNGEN

Die Studie „Grenzüberschreitende Kulturkooperation in der Großregion“ setzte sich zum Ziel eine qualitative Bilanz der Kulturkooperation im Zeitraum 2007-2017 zu erstellen (Modul 1). Aufbauend auf diese Analyse des Status-Quo ging der Blick in Modul 2 dieser Studie zu den Möglichkeiten einer Weiterentwicklung des Vereins Kulturraum Großregion sowie den diesbezüglichen Umsetzungsaktivitäten nach dem Jahr 2018.

Eine Studie kann naturgemäß keine Umsetzung ersetzen. Diese liegt in den Händen der Akteure vor Ort. Die vorliegenden Entwürfe für eine gemeinsame längerfristige Strategie und eine diesbezügliche Roadmap mit konkreten Umsetzungsvorschlägen für die nächsten zwei bis vier Jahre setzt sich zum Ziel für die diesbezüglich notwendigen Entscheidungen in den Vereinsgremien einen Diskussionsbeitrag zu leisten und eine Entscheidungsgrundlage zu liefern.

Als Studienautorin möchte ich dem aktuellen Vorsitzenden Tom Gantenbein vom luxemburgischen Kulturministerium für die gute und konstruktive Zusammenarbeit für diese Studie danken. Der Austausch mit den Regionalkoordinatoren und dem Verwaltungsrat in mehreren Workshops im Rahmen dieser Arbeit waren bereichernd für die Weiterentwicklung der Studieninhalte und haben maßgeblich zur Ausarbeitung der konkreten Empfehlungen beigetragen. In diesem Sinne steht der Weiterentwicklung der transnationalen Kulturzusammenarbeit in der Großregion mit Unterstützung durch den Verein Kulturraum Großregion hoffentlich eine gute Grundlage zur Verfügung, die weiter zur Integration in der Großregion und im europäischen Kontext beitragen wird!

6. ANNEXE

6.1 Verein Kulturraum Großregion: Eckpunkte transnationaler Kulturkooperation

Eckpunkte wurden sowohl in Modul 1 als auch in Modul 2 dieser Studie ausgearbeitet. Die Eckpunkte aus Modul 2 sind in kursiver Schrift dargestellt. Sie haben das Potenzial den weiteren Handlungsrahmen des Vereins zu strukturieren.

KONTEXT
Bekanntnis zur Zusammenarbeit und gute Kooperationskultur fortsetzen
Komplexität als fixes Element transnationaler Kooperation akzeptieren
Unterschiedliche Entwicklungsstände als Potenzial für Know-How-Transfer verstehen
<i>Fokus auf den geographischen Raum der Großregion beibehalten</i>
THEMEN
Gemeinsame Themen in den Vordergrund stellen
<i>Klare Themensetzung in der Großregion ist unerlässlich zur Erreichung von Impact</i>
Gemeinsames Kulturerbe bearbeiten
Internationale Dimension der Kulturzusammenarbeit in der Großregion stärken
<i>Internationale Dimension einbinden, aber fokussiert</i>
Mehrsprachigkeit und Multikulturalität sind Schätze im 21. Jahrhundert
<i>Mehrsprachigkeit als transversales Element der Kulturkooperation berücksichtigen</i>
<i>Globale Entwicklung und die Europäische Integration berücksichtigen</i>
RAHMENBEDINGUNGEN
Engagement für gemeinsame EU-Finanzierungstools
Investitionen in eine professionelle Entwicklung transnationaler Vorhaben
Service- und Informationsangebote für transnationale Kooperation werden nachgefragt
Mobilitätsförderung ist ein zentrales Element der transnationalen Kooperation
<i>Ein Mobilitätsprogramm in der Großregion mit internationaler Dimension umsetzen</i>
PARTIZIPATION
Kommunikation nach innen und nach außen verstärken
<i>Eine Online-Kommunikationsstrategie in der Großregion umsetzen</i>
Zielgruppen-spezifische Arbeit umsetzen
<i>Spezifische Angebote für alle Zielgruppen transnationaler Kooperation entwickeln</i>
<i>Menschen, nicht Steine, in den Mittelpunkt stellen</i>
<i>Partizipative Programmentwicklung in der Großregion als Standard definieren</i>
INTERNE ZUSAMMENARBEIT
Spezifische Stellung und Kompetenzen des Vereins Kulturraum Großregion nützen
<i>Ein Verein der Ministerien ist eine geeignete Organisationsstruktur für Kulturkooperation</i>
<i>Konsensuale Entscheidungsfindung beibehalten</i>
<i>Top-Down-Ansätze sind zentral für transnationale Kulturkooperation</i>
<i>Einen Fonds für transnationale Kulturkooperation ernsthaft in Erwägung ziehen</i>
<i>Mittelfristige Finanzierung auf Basis von Bruttonational/regionalprodukten erproben</i>
Faire finanzielle Lastenverteilung zwischen den Partnern im Verein Kulturraum Großregion

6.2 Bericht Internationales Benchmarking und internationale Gute Praxis

Beiliegend in einem separaten Dokument wird der Bericht 2.3 Internationales Benchmarking und internationale Gute Praxis zur Verfügung gestellt.

6.3 Bericht Case Study Dokumentation

Als Annex liegt der Bericht 2.4 Case Study Dokumentation dieser Gesamtdokumentation Modul 2 bei.

6.4 Bericht User-Involvement Methoden

Als Annex liegt der Bericht 2.8 User-Involvement Methoden dieser Gesamtdokumentation Modul 2 bei.

