

#gehörtzusammen

Kultur & Tourismus im Teutoburger Wald

26. März 2019
Hechelei Bielefeld

Eine Veranstaltung des Teutoburger
Wald Tourismus im Rahmen des
EFRE-Projektes „Storytelling –
Wertschöpfung durch Kultur“

Gehört. Erzählt!

Geschichten aus dem
Teutoburger Wald.



#gehörtzusammen – Kultur & Tourismus im Teutoburger Wald

Kultur und Tourismus im Teutoburger Wald – das #gehörtzusammen. Doch wie können Vernetzung und Zusammenarbeit zwischen Akteuren aus diesen Bereichen gelingen und wie können diese beiden unterschiedlichen Gruppen zusammen gebracht werden? Kultur- und Tourismusakteure sprechen zumeist eine unterschiedliche Sprache, haben unterschiedliche Ansätze und arbeiten in unterschiedlichem Rhythmus. Um den Fragen auf den Grund zu gehen, fand am 26. März 2019 in der Hechelei im Bielefelder Ravensberger Park die Veranstaltung #gehörtzusammen – Kultur & Tourismus im Teutoburger Wald statt. So kamen Akteure aus diesen beiden Bereichen zusammen, um sich gemeinsam mit der Frage zu beschäftigen, wie sich Zusammenarbeit und Vernetzung im Teutoburger Wald initiieren lassen.

In fünf Postersessions konnten die Teilnehmer der Veranstaltung dabei erfolgreiche Projekte aus anderen Regionen kennenlernen, die jeweils von Projektvertretern vorgestellt wurden. Sie dienten als Inspiration für neue, eigene Projekte im Teutoburger Wald. Eine Keynote zu dem Thema „Kultur und Tourismus – Erfolgsfaktoren einer kreativen Allianz“ wurde von Prof. Dr. Oliver Scheytt gehalten.

WAS BISHER GESCHAH...

Das EFRE-Projekt „Storytelling – Wertschöpfung durch Kultur“

Seit 2016 arbeiten Kultur- und Tourismusakteure im Zuge des EFRE-Projektes „Storytelling – Wertschöpfung durch Kultur“ erfolgreich zusammen. Rund 75 Institutionen haben mitgemacht und gemeinsam Storys, inhaltlich spannende und inspirierende Geschichten für ihre Gäste und Besucher in unterschiedlichsten Formaten entwickelt. Ziel war es, die kulturellen Highlights und die Geheimtipps der Region neu zu inszenieren und erfahrbar zu machen. Unter dem Motto „Gehört. Erzählt! Geschichten aus dem Teutoburger Wald.“ sind im Laufe der letzten drei Jahre 22 Storys entstanden. Umgesetzt wurden sie in unterschiedlichsten Formaten, als Audiospuren, als animierte Filme, als Realfilme oder als lebendige Zeitung. Sie können sowohl vor Ort auf der nächsten Wanderung, Radtour oder Städtetrip als auch im Internet gesehen und gehört werden und können und werden an vielen Orten bereits fortgeführt.

Talk #gehörtzusammen

Chancen & Herausforderungen für den Kulturtourismus im Teutoburger Wald

Martin Knabenreich

Geschäftsführer der Bielefeld Marketing GmbH

„In der Region steckt sehr viel Potenzial für kulturtouristische Projekte mit Strahlkraft. Um erfolgreich zu sein, sollten sich die Akteure aus den beiden Bereichen stets auf ihre wichtigste Gemeinsamkeit fokussieren: den Gast.“

Markus Backes

OstWestfalenLippe GmbH / Teutoburger Wald Tourismus, Fachbereichsleitung

„Der heutige Gast ist multioptional und vielseitig interessiert. Kultur ist das Rückgrat des touristischen Angebotes und macht den Teutoburger Wald unverwechselbar im Vergleich zu anderen Regionen. Daher ist es wichtig, das reichhaltige Kulturangebot mit den Profiltiteln zu verbinden.“

Annika Lammers

OstWestfalenLippe GmbH / Teutoburger Wald Tourismus, Projektleitung „Storytelling – Wertschöpfung durch Kultur“

„Die größte Herausforderung bei der Zusammenarbeit zwischen Kultur- und Tourismusakteuren ist die Konzentration auf ein starkes Thema. Eigene Interessen spielen da eine zweitrangige Rolle.“

Moderation: Julia Ures





Die Präsentation der Keynote wird gesondert versendet.

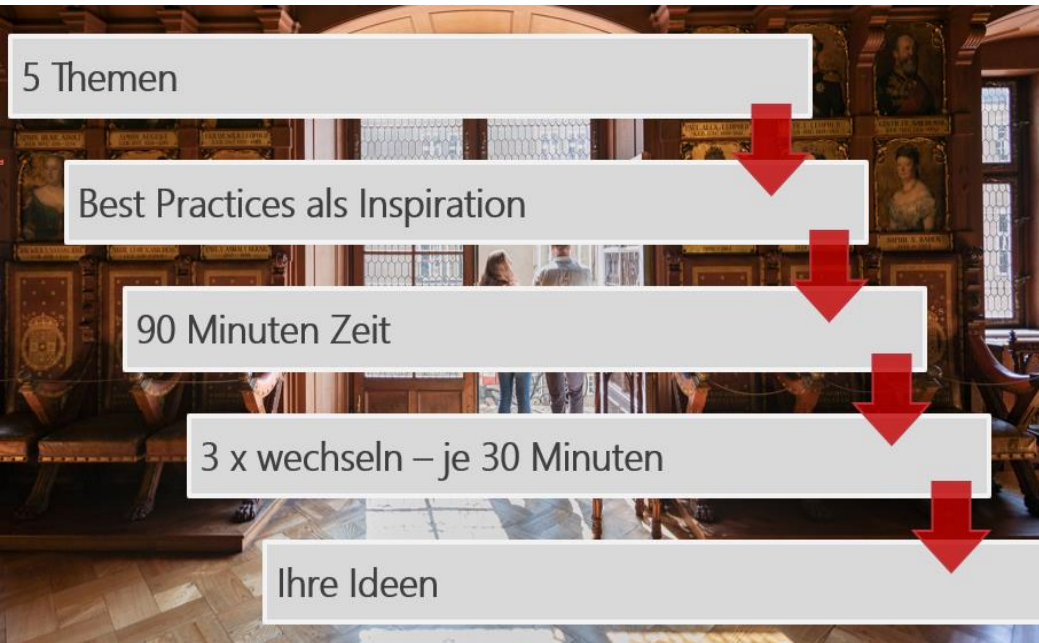
Keynote

Kultur und Tourismus – Erfolgsfaktoren einer kreativen Allianz

Prof. Dr. Oliver Scheytt



Postersessions



Die fünf Postersessions fanden zu diesen Themen statt:

- „Relaunch: Kulturerbe erneuern“
- „Vermarkten: Digitales Marketing“
- „Vernetzen: Kultur + X“
- „Entdecken: Ungewöhnliche Locations“
- „Neu schaffen: Veranstaltungen und Festivals“

Zu jedem Thema konnten die Teilnehmer ein erfolgreiches Projekt aus einer anderen Region kennenlernen:

- **Burg Hülshoff Havixbeck**
- **Der Industriekultur WhatsApp-Newsletter**
- **Kunstwirte Murnau**
- **Kulturzug Berlin – Breslau**
- **Tag der Trinkhallen**

Die Teilnehmer konnten in einem Zeitraum von anderthalb Stunden jeweils nach 30 Minuten die Gesprächsrunde wechseln, sodass es möglich war, insgesamt drei Themen zu besprechen. Jeder Moderator stellte sein Projekt den Anwesenden vor, das als Inspiration für eigene Projekte und Angebote diente.

Bei allen Sessions entstanden sofort Gespräche, viele Fragen wurden an die Moderatoren gerichtet: Wer? Wie? Mit wem? Partnerstrukturen? Finanzierung? Probleme und Fallstricke wurden diskutiert, aber auch künftige Aufgaben und Herausforderungen. Die Projekte und Ergebnisse werden auf den folgenden Seiten zusammengefasst.

Burg Hülshoff – Center for Literature

„Literatur und: Film, Performance,
Tanz, Musik, Medien- und Netzkunst,
Architektur und Gesellschaft.“



Dr. Jörg Albrecht

Gründungsdirektor des Center for Literature

Idyllisch eingebettet in die Landschaft des Münsterlandes, vor malerischer Kulisse liegt die **Wasserburg Hülshoff**. Die Burg Hülshoff in Havixbeck ist der Geburtsort der Dichterin Annette von Droste-Hülshoff. Auf und um die Burg entsteht derzeit ein Kultur- und Literaturzentrum, das Center for Literature.

Ziel ist es, möglichst viele Alters- und Interessengruppen anzusprechen. Das Zentrum wird, neben der Wasserburg Hülshoff mit seinen verschiedenen Gebäudeteilen und einer großzügigen Parkanlage, auch den fünf Kilometer entfernten Gräftenhof, Haus Rüschaus umfassen. Das Museum der Anlage, das Droste-Museum widmet sich dem Leben der Dichterin, sowie der Geschichte der Wasserburg. All das soll künftig durch einen Lyrikweg mit verschiedenen Wegschleifen verbunden werden. In diesem EFRE-geförderten Projekt sollen Kultur, Natur und Literatur erlebt werden.

Die Mission

Das CfL versteht Literatur als einen Dialog mit den anderen Künsten, mit der Wissenschaft und mit gesellschaftlichen Diskursen, Gruppen und Projekten. So ist das Ziel, Literatur mit Film, Tanz, Musik, Medien- und Netzkunst, Architektur und Gesellschaft in Veranstaltungen, Ausstellungen, Diskursen, Lesungen und

anderen gemeinsamen Projekten zusammenzubringen. Lokale, regionale und internationale Akteure sollen in Verbindung mit dem Publikum gebracht werden. Das CfL baut derzeit ein transnationales Netzwerk auf, um nach neuen Formen literarischer Veranstaltungen zu suchen, die auch eben solche Themen wie Performance, Vermittlung und Produktion von Literatur zusammendenkt.

Ein Architektenwettbewerb

Auf dem Gelände von Burg Hülshoff wird ab 2019 gebaut und angebaut, so soll die Vorburg in den kommenden Jahren zu einem Veranstaltungs-, Ausstellungs- und Tagungszentrum werden. Der Wettbewerb wurde 2018 durchgeführt, gefördert wird der Umbau bis 2022 mit Mitteln aus dem Programm „Nationale Projekte des Städtebaus“ des Bundes.

Blick in die Zukunft

Die Teilhabe und Partizipation der Bevölkerung spielen eine wichtige Rolle bei den zukünftigen Aktivitäten und der Funktion des CfL. Die interaktiven Formate haben das Ziel, das Publikum aktiv einzubinden. Die „Poetik des Publikums“ soll Teil des Prozesses sein, aber zugleich durch Niedrigschwelligkeit für alle Interessierten, unabhängig von Herkunft oder Ziel, offen und erlebbar sein. „Werfen wir also Visionen und Ressourcen zusammen und schließen wir gemeinsam die Lücken, die da sind.“



#KULTRUHR WhatsApp-Newsletter

„Top Industriekultur-Tipps für Erlebnishungrige, Eventfans, Gourmets & Sportbegeisterte – jeden Donnerstag.“



Ronja Hellmich

Abteilung Industriekultur der RTG

„Industriekultur“ als Ziel für einen Kurztrip attraktiv zu machen ist das Ziel des **Industriekultur-WhatsApp-Newsletters**. Er wurde im Zuge eines Projektes zur Förderung der Industriellen Kulturlandschaft ins Leben gerufen.

Das Ruhrgebiet soll in den beworbenen Angeboten möglichst breit abgedeckt werden, sowohl örtlich als auch inhaltlich. So werden, soweit möglich, immer mindestens ein Familienangebot, ein Kulturangebot und ein Restaurant hervorgehoben. Die Inhalte der Nachrichten sind kurze Texte mit Verlinkungen zu den jeweiligen Partnern. Ein zusätzliches Bild vermittelt einen ersten Eindruck des beschriebenen Angebots.

Die Vorteile

Die Vorteile des WhatsApp-Newsletters gegenüber anderen Kanälen ist, den Nutzer auf einer sehr privaten Ebene ansprechen zu können. Dieser hat das Gefühl sehr direkt und individuell mit Informationen versorgt zu werden. Weiterhin bleibt der Chat im Verlauf des Nutzers vorhanden und kann zu einem späteren Zeitpunkt erneut leicht wahrgenommen werden. Eine Kontrolle über das „gelesen haben“ erfolgt über (vorausgesetzt der Nutzer hat es nicht deaktiviert) die „blauen Häkchen“ des Programms.

Aus den Nachfragen wurde deutlich, dass das „Wie“ für die Teilnehmer in dieser Session von besonderem Interesse war. Aus diesem Grund soll der Ablauf im Folgenden noch einmal zusammengefasst werden:

Redaktion des Newsletters


1. Kommunikation der Telefonnummer in Werbeanzeigen und auf der Website.
2. Nutzer MUSS die Telefonnummer in seinen Kontakten einspeichern und eine Nachricht mit dem Wort „Start“ schreiben (=Double-Opt-In).
3. Die in Word vorgeschriebene Begrüßungsnachricht wird versendet, zusammen mit dem Key-Visual.
4. Danach wird der Teilnehmer in den Kontakten unter einer Nummer abgespeichert (so lässt sich dieser zu einem späteren Zeitpunkt leichter wiederfinden).
5. Im Anschluss wird der Teilnehmer einer Broadcast-Liste hinzugefügt. Eine Liste fasst 256 Teilnehmer, danach muss eine Neue aufgemacht werden.
6. Der Teilnehmer bekommt eine vorgeschriebene Antwort, sollte er ein weiteres Mal schreiben oder sich mit dem Wort „Stopp“ abmelden.
7. Meldet der Teilnehmer sich ab, so wird der Chat, der Kontakt auf dem Telefon und (ganz wichtig) die Nummer aus der Liste gelöscht.

Der Newsletter wird seit Dezember 2018 regelmäßig jeden Donnerstag versendet und in Word (inkl. Smileys) vorgeschrieben. Sämtliches Verschicken von Nachrichten erfolgt über WhatsApp Web.



Kunstwirte Murnau

„Kunst, Gastronomie und Tourismus haben eine Gemeinsamkeit: Betrachter, Besucher und Gäste.“

 Matthias Burzinski
projekt2508

Neben der Gemeinsamkeit der Betrachter, Besucher und Gäste, haben Kunst, Gastronomie und Tourismus noch Weiteres gemein: Regionalität, Kreativität und Lebendigkeit der Region in den Vordergrund stellen. So fanden sich die Staffelseewirte e.V., das Kunstprojekt KUHAUS und die Tourist Information in Murnau zu dem gemeinsamen Projekt der **Kunstwirte Murnau** zusammen.

Ortsansässige KünstlerInnen stellen von Mai bis Oktober in Gastronomiebetrieben rund um den Staffelsee ihre Werke aus. Jedes Jahr steht bisher unter einem anderen Motto – dieses Jahr wird es „Kunstweiber“ lauten, als Tribut an die vor Ort aktiv gewesene Gabriele Münter, Marianne von Werefkin und weiteren.

Ergänzt wird die Ausstellung mit kulinarischen Rundfahrten und Festivitäten. Die Vernissage wird von einem kunstkulinarischen Frühschoppen begleitet. Die Rundfahrten finden jeden ersten und zweiten Freitag von Mai bis September statt, die Buchung übernimmt die Tourist-Information Murnau.

Da das Projekt einen so hohen Erfolg vorweisen kann, gilt es als „Vorzeigeprojekt“ und wird landesweit von Bayern Tourismus kommuniziert und so in seiner Bekanntheit noch weiter gefördert.



Vernetzung und Gemeinschaft

Essentiell für das Gelingen dieses Projektes ist die Vernetzung der einzelnen Partner, da keiner der Beteiligten in der Lage wäre, die Organisation und/oder das Marketing alleine zu stemmen. Die Bündelung von Ressourcen und gemeinsamen Interessen ermöglicht, den Blick auf die regionale Vielfalt und die Wertigkeit in der Kunst und Kulinarik im Blauen Land zu lenken – und kann damit als einer der Erfolgsfaktoren festgehalten werden. Das viel zu oft vorhandene „Einzelkämpfertum“ muss einem Zusammenarbeiten weichen.

Aus der Region heraus

Die Teilnehmer stellten in der Diskussion fest, dass das Projekt nicht eins zu eins auf andere Regionen übertragbar ist. Projekte dieser Art müssen immer aus der Region heraus entwickelt werden: Der Staffelsee ist umgeben von bayerischer Alpenlandschaft und die Tradition des Wirtshauses ist Teil der „bayerischen Kultur“. Der dritte Teilaspekt ist der Begriff „das Blaue Land“, der Bezug nimmt auf die Künstlerbewegung „der Blaue Reiter“, die von Franz Marc und Wassily Kandinsky in dieser Gegend gegründet wurde.

Diese drei Bereiche vereint das Projekt der Kunstwirte in vorbildlicher Weise und könnte in seiner Vorgehensweise auch auf andere Regionen übertragen werden.



Kulturzug Berlin – Breslau

„BRESLAU – BERLIN: Europäische Nachbarn. Im Kulturzug reisen zwischen Berlin, Cottbus und Wrocław mit Literatur, Musik, Theater und Ausstellungen.“

Entdecken: Ungewöhnliche Locations



Oliver Spatz
Kulturzug Berlin - Breslau

Der **Kulturzug** von Berlin nach Breslau ist kein gewöhnlicher Zug. Den Reisenden wird auf der Fahrt nach oder aus Polen ein abwechslungsreiches Kulturprogramm geboten: Konzerte, Lesungen, eine Bibliothek, (Dauer-)Ausstellungen, Theater und sogar eine Silent Disko. Die Kommunikation der unterschiedlichen Formate läuft dabei immer über Kopfhörer (nicht über die Lautsprecher des Zuges), um die Lautstärke nicht zu erhöhen und gleichzeitig Nähe zu den Fahrgästen herzustellen.

Ziel des Projektes ist es, Deutsche und Polen miteinander ins Gespräch zu bringen, sich zu treffen und auszutauschen. So lautet das Motto des Projektes „Reisen in bester Gesellschaft“. Das Kulturprogramm wird von mehrsprachigen Programmmoderatoren betreut.

Der Zug verbindet die beiden Städte an den Wochenenden, ihm kommt zugute, dass es sich um die einzige durchgehende ÖPNV-Verbindung der beiden Städte handelt. Eine Fahrt ist mit 19 Euro bepreist und dauert 4,5 Stunden. Dieses Angebot wird sowohl von deutschen als auch von polnischen Staatsbürgern sehr gut genutzt.

Der Kulturzug wurde im Zuge der Kulturhauptstadt Breslau, dem 25-jährigen Jubiläum des deutsch-polnischen Nachbarschaftsvertrages und der Städtepartnerschaft



zwischen Berlin und Warschau im Jahr 2016 ins Leben gerufen. Das deutsch-polnische Kulturprogramm, welches auf der Fahrt geboten wird, wurde 2017 mit dem Europäischen Kulturmarken Award ausgezeichnet. Der Zug ist eine Initiative der Stiftung Zukunft Berlin und der Kulturhauptstadt Breslau in Zusammenarbeit mit unterschiedlichsten Förderern. Die Organisation übernimmt ein Verein. Die Kosten für die Künstler teilen sich die Länder Berlin und Brandenburg.

Kombinationen und Kooperationen

Das Programm versucht immer Bezug auf kulturelle Ziele und touristische Angebote in der jeweiligen Stadt zu nehmen. So kann z.B. eine Führung zu den Zielen in Breslau, über die ein auf der Fahrt Vortragender Autor schreibt, dann vor Ort wahrgenommen werden.

Auch andere Kombinationen im Voucher-Bereich wurden initiiert, so gilt ein Zugticket z.B. als Eintrittskarte für große Clubs in Berlin und Breslau und verbindet auf diese Weise besonders die junge Zielgruppe miteinander. Weiterhin kann der ÖPNV vor Ort in Breslau kostenfrei genutzt werden, auch Kooperationen mit Hotels in der polnischen Kulturstadt wurden ins Leben gerufen.

Aufgrund des großen Erfolg des Projektes und der großen Nachfrage der Reisenden wird derzeit angestrebt, das Prinzip des Kulturzuges auch zur Verbindung anderer Länder zu nutzen, so etwa z.B. Polen mit Litauen.



Tag der Trinkhallen

„Biken, Buden, Bömskes: Die Trinkhallenkultur einen Tag lang im gesamten Ruhrgebiet feiern!“



Sebastian Eck

Abteilungsleitung Event der RTG

Der **Tag der Trinkhallen** ist ein eintägiges Festival „zur Pflege der Trinkhallenkultur“ im Ruhrgebiet. Viele unterschiedliche Akteure arbeiten gemeinsam an der Veranstaltung, sowohl für die Besucher als auch für die Betreiber ist die Veranstaltung kostenlos („umsonst und draußen“). Sie findet alle zwei Jahre statt, immer am letzten Wochenende in den Sommerferien.

Die Ruhr Tourismus GmbH übernimmt sowohl die Netzwerkkoordination als auch die Organisation des Programms an den einzelnen Trinkhallen. Die Ruhr Tourismus GmbH wurde gegründet, um die Maßnahmen zur Entwicklung eines eigenständigen touristischen Profils der Metropole Ruhr zu koordinieren. Sie bündelt die Kräfte der Region, unterstützt touristische Anbieter mit qualifizierten Informationen und betreibt zukunftsgerichtetes Destinationsmanagement. Neben der RTG sind die lokalen (Tourismus-) Organisationen unterstützend für den Tag der Trinkhallen tätig.

Organisation

Die TrinkhallenbesitzerInnen können sich über ein Onlineformular anmelden und erhalten vor der Veranstaltung ein Branding-Paket mit Luftballons, Girlanden etc.

Das Programm

Unter allen Bewerbern werden 50 Programmbuden ausgewählt. An diesen Trinkhallen findet zwischen 15 und 22 Uhr ein Kulturprogramm statt, welches von der RTG kostenfrei zur Verfügung gestellt und organisiert wird. Die lokalen Tourismusorganisationen suchten die letzten Jahre weiteren Buden aus und unterstützten diese bei der Programmgestaltung. Das Programm ist ein bunter Mix aus Lesungen, Musik, Kleinkunst, Poetry Slam und Mitmachaktionen. Jede der 50 Trinkhallen wurde dafür einer Programmsparte zugeteilt: Filmbude, Fußball, Musik, Gemischte Tüte und Kleinkunst.

Verbindung mit Radtourismus

Die einzelnen Trinkhallen können auf eigens für diesen Feiertag konzipierten Radrouten erfahren werden. Durch das Motto 2018 „Biken, Buden, Bömskes“ wurde der Aktivtourismus noch einmal besonders angesprochen und die Nutzung der Routen fokussiert.

Mitbringsel und Spielereien

Seit 2018 gibt es das Trinkhallen-Quartett, welches an allen teilnehmenden Buden erhältlich war. Weitere Souvenirs sind das Buch „Budenzauber – Texte zum schönsten Ort im Ruhrgebiet“ und der Jutebeutel „Ich geh ma wacka nache Bude“. Anstecker und Postkarten runden das Merchandise ab.

Teilhabe und Authentizität

Die Trinkhallen haben im Ruhrgebiet eine lange Tradition, die bis ins 19. Jahrhundert zurück geht. Bis heute sind

Buden, Büdchen und Trinkhallen ein sozialer Treffpunkt für die Bevölkerung des Ruhrgebiets. In dieser fest verankerten Tradition hat der Tag der Trinkhallen einen „aktuellen Nerv“ getroffen. So war die Veranstaltung von Anfang an ein voller Erfolg, besonders dadurch begünstigt, dass die Ruhr Tourismus GmbH die Bevölkerung von Anfang an eingebunden und bereits schon in die Planung integriert hat. Der Erfolg zeigt sich auch in den Besucherzahlen: Etwa 20.000 Besucher und Besucherinnen feierten den Tag der Trinkhallen 2018.



Links zu den vorgestellten Projekten:

- <http://www.burg-huelshoff.de/>
- <https://www.ruhr-tourismus.de/de/industriekulturruhr/whatsapp-newsletter-industriekultur>
- <http://www.kunstwirte.de/>
- <http://www.breslau.berlin/>
- <https://www.tagdertrinkhallen.ruhr/>

Herzlichen Dank an die Referenten!



Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

Gehört. Erzählt!

Geschichten aus dem
Teutoburger Wald.



Eine Veranstaltung der



OstWestfalenLippe GmbH
Fachbereich Teutoburger Wald
Tourismus
Turnerstraße 5-9
33602 Bielefeld
www.teutoburgerwald.de



Veranstaltungsort:



Ravensberger Park Veranstaltungen GmbH
Ravensberger Park 6
33607 Bielefeld
www.hechelei.de

Moderation: **Julia Ures**

Fotografie: **Erik Werner Glas,**
OstWestfalen-Lippe Fotografie

Gefördert durch:



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung



EFRE.NRW
Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung



Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



Redaktion:



Helena Bauer, Matthias Burzinski
projekt2508 GmbH
Riesstraße 10
53113 Bonn
www.projekt2508.de