

LVR-KULTURKONFERENZ

Kulturland. Rheinland.
Wohin geht
die Reise?

Dokumentation der LVR-Kulturkonferenz
vom 24. und 25. November 2020

In Kooperation mit:



TourismusNRW
Dem Neuen auf der Spur



WIRTSCHAFT FÜR KUNST UND GEBILDSCHAF IN NRW
kultur.west

Gefördert vom:

Ministerium für
Kultur und Wissenschaft
des Landes Nordrhein-Westfalen



Qualität für Menschen

Inhaltsverzeichnis

3	LVR-Kulturkonferenz	23	Nachhaltigkeit
3	Partner der LVR-Kulturkonferenz	23	Marketingmaßnahmen
4	Kulturland. Rheinland. Wohin geht die Reise? Ein Bericht über Ergebnisse und Umsetzung der LVR-Kulturkonferenz im Corona-Jahr 2020	25	Fazit
		26	Impressum
9	Programm der LVR-Kulturkonferenz 2020		
18	Grußworte		
18	Epilog		
19	Technische Umsetzung		
20	Digitale Angebote		
22	Inklusion		

LVR-Kulturkonferenz

Seit 2013 lädt der Landschaftsverband Rheinland (LVR) unter dem Motto „Kulturkampagne Rheinland“ rheinische Kulturakteur*innen zu den jährlich stattfindenden LVR-Kulturkonferenzen ein. Neben Informationen zu aktuellen kulturpolitischen Themen bilden Anregungen und Vorschläge aus den rheinischen Kulturregionen die Basis für die inhaltliche Ausrichtung der Konferenzen.

Zwischen 2013 und 2017 fanden die LVR-Kulturkonferenzen alternierend in den fünf Teilregionen

der Regionalen Kulturpolitik des Landes Nordrhein-Westfalen statt. Im Jahr 2018 wurde erstmals eine zentrale Konferenz mit dem Titel „Stadt! Land! Spannung?!“ realisiert, die die Vernetzung aller rheinischen Kulturakteur*innen stärken sollte. Seitdem wurde das Prinzip „Eine für Alle“ in Bezug auf die LVR-Kulturkonferenz erfolgreich fortgeführt. Im achten Jahr ihrer Geschichte fand die LVR-Kulturkonferenz 2020 aufgrund der Corona-Pandemie erstmals als zweitägige digitale Konferenz statt.

LVR-KULTURKONFERENZ

*Kulturland. Rheinland.
Wohin geht
die Reise?*

Im Fokus der LVR-Kulturkonferenz 2020 stand das Thema Kulturtourismus. Denn kaum eine andere Region birgt ein so reiches kulturelles Erbe, ist so abwechslungsreich und vielfältig und bietet ein so attraktives Kulturerlebnis wie das Rheinland. Auch wenn das Gute sehr nah und manchmal fast vor der Haustür liegt, stellt sich Kultureinrichtungen häufig die Frage, wie sie für die Besucher*innen das perfekte Päckchen für einen Reiseanlass schnüren. Diesen und anderen spannenden Aspekten widmete sich die LVR-Kulturkonferenz am 24. und 25. November 2020.

Partner der LVR-Kulturkonferenz

Die LVR-Kulturkonferenzen werden immer in enger Abstimmung mit dem Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen sowie in Kooperation mit den Koordinierungsbüros der Regionalen Kulturpolitik des Landes konzipiert und gefördert.

Partner der LVR-Kulturkonferenz 2020 waren außerdem Tourismus NRW e. V., das Kulturradio WDR 3 sowie das Magazin kultur.west.

Kulturland. Rheinland. Wohin geht die Reise?

Ein Bericht über Ergebnisse und Umsetzung der LVR-Kulturkonferenz im Corona-Jahr 2020

Wie sehr der Titel der diesjährigen LVR-Kulturkonferenz „Kulturland. Rheinland. Wohin geht die Reise?“ (24.-25.11.2020) zum Programm im Jahr 2020 werden würde, war während der beginnenden Konferenz-Planungen im Winter 2019/2020 noch längst nicht absehbar. Geplant war zunächst wie in den Vorjahren eine Präsenzveranstaltung für rund 200 rheinische Kulturschaffende im Mai 2020, bei der das Thema Kulturtourismus im Fokus stehen sollte. Doch mit der Corona-Pandemie war der Titel des LVR-Kulturkonferenz plötzlich ganz buchstäblich zu verstehen: Wohin geht die Reise? Denn das Virus führte sowohl im Kulturtourismus als auch bei der Durchführung von Tagungen zu massiven Veränderungen.

Kultur als Motor

„Kultur zieht Gäste an [...]“, postuliert der Deutsche Tourismusverband auf seiner Homepage.¹ Bereits seit den 1990er Jahren ist der Kulturtourismus zunehmend auf dem Vormarsch.² Ein Grund dafür, so machen die Wissenschaftlerinnen Dr. Yvonne Pröbstle und Dr. Katja Drews bei der LVR-Kulturkonferenz deutlich, ist das veränderte Rezeptionsverhalten von Kultur während der Urlaubszeit: „Auf Reisen werden Nicht-Kulturnutzer*innen zu Kulturgänger*innen“, so Dr. Katja Drews.³ Beide Vortragenden stützen sich auf Zahlen einer Studie des Deutschen Tourismusverbandes, nach der der „Besuch von kulturellen/historischen Sehenswürdigkeiten“ für 58 % der Befragten zu einer Urlaubsreise gehört und somit die Liste vor sportlichen Aktivitäten oder dem Besuch von Restaurants, Einkaufs- oder Freizeitparks anführt.⁴

Allerdings habe sich der Kulturtourismus bereits vor der Corona-Pandemie in einer Art „Krisenloop“ befunden, mahnt der Touristiker Matthias Burzinski in seinem die Konferenz eröffnenden Vortrag „Am offenen Herzen: Kulturtourismus im erzwungenen Umbruch“ des ersten Panels „Fokus Kulturtourismus: Wandel, Trends und Krisen“.⁵ Entwicklungen wie die Digitalität, die soziodemografische Diversität oder der Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit haben den traditionellen Kultur-

tourismus bereits zuvor vor Herausforderungen gestellt, die durch die Corona-Krise jedoch zunehmend verschärft wurden. Hinzu kommt, dass es durch die coronabedingten Schließungen oder Absagen von kulturellen und kulturtouristischen Angeboten zu einer prekären finanziellen Situation kam, die erhebliche Auswirkungen auf die rund 1,5 Millionen Menschen der Kultur- und Kreativbranche haben, die oftmals freiberuflich tätig sind.⁶ Im Gegensatz zu privaten seien zwar öffentliche Einrichtungen aktuell noch von diesen Entwicklungen verschont, allerdings würden auch sie zeitverzögert den wirtschaftlichen Druck zu spüren bekommen und zukünftig noch stärker finanziell gefordert werden. Wie viele und welche kulturtouristischen Angebote daher langfristig bestehen können und somit weiterhin als Motor für den Tourismus eine Rolle spielen, bleibt abzuwarten. Burzinski warnt deswegen ausdrücklich davor, nicht in die Geringschätzungsfalle von Kultur zu tappen, sondern stattdessen die Branche zu stärken und in Ansätzen neu zu denken.

Wer sind unsere Gäste?

Einen wichtigen Punkt sieht Burzinski darin, die Besucher*innen von kulturtouristischen Angeboten verstärkt kennenzulernen. Panel zwei der LVR-Kulturkonferenz widmete sich dieser Fragestellung schwerpunktmäßig und rückte die Rezipient*innen von Kultur in den Fokus. Dass diese Zielgruppe keineswegs als eine homogene Masse wahrgenommen werden kann, erläuterte Dr. Yvonne Pröbstle, die mit ihrer Typologie fünf verschiedene Typen von Kulturtourist*innen mit verschiedenen Motiven und Interessen klassifizierte.⁷ Die Social Media-Expertin Anke von Heyl lenkte die Aufmerksamkeit auch auf das digitale Publikum: „Wir müssen bei dem gesellschaftlichen Wandel, den der digitale Wandel mit sich bringt, auch mehr über die digitalen Besuchenden herausfinden.“⁸ Mit dieser Forderung traf sie nicht nur den Zeitgeist der Corona-Krise, in der Angebote zunehmend ins Digitale verlagert werden, sondern thematisierte auch den Trend, dass die Menschen vermehrt Zeit im Digitalen verbringen. Ihre Interessen zu er-

kennen und kulturelle Themen verstärkt daraufhin auszurichten, erachtet sie als essentiell und zukunftsweisend.

Kooperationen, Netzwerke und Verbände

Was laut Burzinski oft auf der Strecke bleibt, sind fachübergreifende Diskussionen mit Partner*innen auf allen Ebenen entlang der Customer Journey, also entlang des gesamten Kund*innenkontakts. Nicht allein das Kernangebot überzeugt potentielle Kulturtourist*innen, sondern das Gesamtangebot. Gerade in der Zusammenarbeit unterschiedlicher Disziplinen und Angebote wie Marketing, Vermittlung, die Möglichkeit der An- und Abreise oder der Verpflegung sieht er ein großes Potenzial in der gemeinsamen Überwindung der Corona-Krise. Wie solche Zusammenschlüsse erfolgreich zusammenarbeiten können, stellte das vierte Panel der LVR-Kulturkonferenz „Smarte Al-

lianzen: Netzwerke, Kooperationen und Verbände“ heraus. Während Themenjahre wie das Bauhaus-Jahr einzelne Institutionen thematisch verbinden,⁹ können auch regionale Zusammenschlüsse, wie es das Kombiticket „Auf ins Museum!“ für 28 Museen in der Euregio Maas-Rhein tut, Ressourcen international bündeln und stärken.¹⁰

Nachhaltigkeit im Kulturtourismus

Eine weitere Strategie sieht Burzinski darin, zunehmend nachhaltige Angebote zu schaffen. Eine Tendenz, die auch von dem Wissenschaftler Prof. Dr. Edgar Kreilkamp, der zum Thema forscht, bestätigt wird: „Immer mehr Wachstum ist nun nicht mehr die Strategie.“¹¹ Er sieht neben soziokulturellen Bestrebungen, wie der Schaffung diverser und interkultureller Arbeitsumfelder und deren Erhaltung, auch die Notwendigkeit einer ökonomischen Nachhaltigkeit in Form der Gewinnung



und Bindung von Mitarbeitenden, denn „Branchen müssen nach Corona viel machen, um die Fachleute halten zu können“. ¹² Und schließlich erlangt die ökologische Nachhaltigkeit im Bewusstsein der Reisenden immer größere Bedeutung. Die dauerhafte Erhaltung von Biodiversität und die Reduzierung von CO₂-Emissionen werden mehr und mehr zum gesellschaftlichen Konsens. Es ist daher abzusehen, dass der Urlaub vor der Haustüre auch nach der Corona-Pandemie zunehmend an Attraktivität gewinnt. Während urbane Orte schon häufig auf dem Plan von Reisenden stehen, haben auch ländliche Regionen die Chance, durch kultur-touristische Strategien ihr Image aufzuwerten. ¹³

Neues wagen

Wichtig sei es, vor allem „Angebote zu entwickeln, die Lust und Neugierde machen“, um damit einen handlungs- und widerstandsfähigen Kulturtourismus zu entwickeln, so Burzinski, ¹⁴ der exemplarisch eine coronakonforme Drive-In-Ausstellung in Krefeld benennt. ¹⁵ Welche anderen Ideen möglich sind, zeigte das dritte Panel „Kultur erleben.

Zuhause, digital und anderswo“. Die von der Museumspädagogin Marianne Hilke aus dem LVR-RömerMuseum Xanten vorgestellte App „Sofias Smuggling“ entspricht mit ihrer Ästhetik nicht nur den Seh- und Umgangsgewohnheiten von Jugendlichen, sondern stellt basierend auf dem Prinzip des Storytellings eine emotionale Verbindung zu Museumsobjekten her. ¹⁶ Und der Escape-Room der Stadtbibliothek Berlin-Mitte schafft nicht nur generationsübergreifende Begegnungen und betreibt auf spielerische Art kulturelle Bildung, er ist auch ständig ausgebucht, so die Bibliothekarin Dorothea Müller-Kliemt. ¹⁷ Und schließlich bringt das Projekt „Antichambre“, mit dem Wilko Austermann Kunstausstellungen in einem Düsseldorfer Hotel realisiert, Übernachtungsgäste mit Einheimischen zusammen, lotet neue Ausstellungsräume aus und stellt eine Verbindung zwischen Innovation und Kooperation her. ¹⁸ All diese frischen und inspirierenden Angebote sind notwendig – schließlich, so ist sich Burzinski sicher: „Die Besucherinnen und Besucher und Gäste werden zurückkehren – mit einer großen Sehnsucht nach Kulturerlebnissen und Begegnungen.“ ¹⁹





Die LVR-Kulturkonferenz neu gedacht

Eine Neuorganisation des Altbewährten braucht es in der Corona-Pandemie auch in Bezug auf Tagungen. Denn die über Jahre hinweg verinnerlichten Regeln des Austauschs, die bei Präsenzveranstaltungen angewendet wurden, können nicht einfach ins Digitale transferiert werden. Der digitale Raum folgt anderen Regeln und die Nutzenden haben andere Bedürfnisse. Unmöglich beispielsweise, acht Stunden vor dem Bildschirm zu verbringen oder eine lebhaft Diskussion zu führen. Daher erforderte es eine Umplanung der ursprünglich analog geplanten LVR-Kulturkonferenz 2020 und so wurden aus fünf Panel an einem Tag vier Panel mit insgesamt 14 Vortragenden an zwei aufeinanderfolgenden Tagen. Der Inhalt wurde so gleichermaßen komprimiert, wie der Konferenzzeitraum gestreckt. Da die LVR-Kulturkonferenzen einen starken Vernetzungscharakter aufweisen, wurde eine Kooperation mit dem Kultur-Kollektiv „Herbergsmütter“ für einen Austausch im digitalen Raum eingegangen. Sie begleiteten die Konferenz unter #LVRKulturkonferenz live auf Twitter und bespielten den LVR-Erfrischungsraum, eine digitale Pinnwand mit interaktiven Aufgaben, die die Kommunikation der Teilnehmenden anregen sollte.

Chancen und Herausforderungen

Die erste digital durchgeführte LVR-Kulturkonferenz 2020 war ein voller Erfolg: Sie zog insgesamt

259 Interessierte an und erreichte die Gesamtnote von 2,0, wie eine Umfrage unter 110 Teilnehmenden ergab. Dabei überzeugte das viel diskutierte Thema Kulturtourismus genauso wie das Format, das als „rundum gelungene Veranstaltung“ bezeichnet wurde, die zudem „inspirierend“ oder „motivierend“ nachwirkte.²⁰ 72 % der Befragten begrüßen es, dass die Aufnahmen der Videokonferenz später auf YouTube eingestellt werden, die gleichsam der nachhaltigen Dokumentation und langfristigen Fortbildungsmöglichkeit zum Thema Kulturtourismus dienen. Zudem regte die Evaluation an, die Kontakt- und Vernetzungsmöglichkeit in Form eines Chats, Break-Out-Sessions oder die Bereitstellung einer Teilnehmendenliste zukünftig noch stärker auszuweiten und so neben bestimmten Themenschwerpunkten auch dem Anliegen des Netzwerkers gerecht zu werden. Außerdem wünschen sich rund 20 % der Teilnehmenden auch in Zukunft eine digitale Fachtagung und für 60 % der Teilnehmenden wäre eine Hybridveranstaltung in sowohl analoger als auch digitaler Form denkbar. Ein Wunsch, der angesichts des ungewissen Infektionsgeschehens nachvollziehbar ist und auch für die kommende LVR-Kulturkonferenz am 28. Juni 2021 zum Thema Inklusion mitgedacht werden muss. Das Format und die Themensetzung schienen nicht nur für rheinische Kulturschaffende attraktiv, sondern auch für rund 25 % der Teilnehmenden, die sich aus anderen Bundesländern oder sogar dem Ausland zuschalteten. Welch überregionale Anziehungskraft und Relevanz die LVR-Kulturkonferenz, ihre Themensetzung und

die überwiegend aus dem Rheinland stammenden Praxis-Beispiele innehaben, konnte die erste digitale LVR-Kulturkonferenz unter Beweis stellen.

(Re-)start now!?

Vielerorts wurde die Corona-Pandemie als Brennglas des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Gefüges beschrieben oder als Chance für einen Neuanfang. Wie die etwa durch Burzinski und andere laut gewordenen Forderungen nach einem Restart der Kulturtourismusbranche ist auch die erste digitale LVR-Kulturkonferenz als Aufschlag eines neuen Formates zu verstehen. Als Laboratorium der Möglichkeiten, die die Digitalität und die Technik bieten, wie diese sinnbringend und an Bedürfnisse angepasst eingesetzt werden können. Und nicht zuletzt als Ergebnis einer extrem schnellen und unvorhergesehenen Entwicklung, deren Erkenntnisse nun für zukünftige Veranstaltungen mitgedacht werden müssen. Schließlich etablieren sich Digitalkonferenzen weiter in unserem Alltag und die Partizipierenden haben sich an die einfache Teilnahme gewöhnt – egal ob von der Arbeit aus, von zuhause oder anderswo. Die Routine und die Handhabung mit Videokonferenzprogrammen wachsen genauso wie deren Funktionen und der Anspruch an professionell durchgeführte und fruchtbare Digitalveranstaltungen. Für diese neuen Erfahrungen war die erste digitale LVR-Kulturkonferenz ein großer Erfolg und setzt einen Meilenstein einer sich verändernden, vielleicht sogar auch inklusiveren und nachhaltigeren Konferenzkultur. Daher bleibt mit Spannung abzuwarten, wie sich sowohl der Kulturtourismus als auch die Digitalkonferenzen entwickeln werden und wohin die Reise zukünftig gehen wird.

Der Artikel wurde in gekürzter Fassung auch im Magazin Rheinform 1/2021 veröffentlicht.

Anmerkungen

¹ Vgl. <https://www.deuschertourismusverband.de/impulse/kulturtourismus.html> (Stand: 05.01.2021).

² Gach, Gabriel: Wie kann Kulturtourismus nachhaltig gestaltet werden? Praxisbeispiele aus dem LVR-Kulturzentrum Abtei Brauweiler. Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 24.11.2020.

³ Vgl. Drews, Katja: Kulturtourismus: Chancen der Begegnung von Tourist*innen und Einheimischen bei Kunst und Kultur. Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 25.11.2020.

⁴ Vgl. https://www.deuschertourismusverband.de/file-admin/Mediendatenbank/Bilder/Presse/Presse_PDF/DTV_ZDF_2020.pdf (Stand: 05.01.2021).

⁵ Vgl. Burzinski, Matthias: Am offenen Herzen: Kulturtourismus im erzwungenen Umbruch. Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 24.11.2020.

⁶ https://www.zeit.de/politik/deutschland/2020-11/corona-hilfen-kultur-soloselbststaendige-kreativwirtschaft-unterstuetzung-bund?utm_referer=https%3A%2F%2Fwww.google.de%2F (Stand: 05.01.2021).

⁷ Pröbstle, Yvonne: Kulturtourist*innen. Ein typologischer Streifzug. Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 24.11.2020.

⁸ Vgl. von Heyl, Anke: Eindruck hinterlassen – Wirkung haben. Gestaltung einer zeitgemäßen Visitors Experience im Kulturtourismus. Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 24.11.2020.

⁹ Schleper, Thomas: Themenjahre als Heilsbringer? Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 25.11.2020.

¹⁰ Schaadt, Julia: „auf ins museum – naar het museum!“ – ein Museumsticket für 28 Museen im Herzen der Euregio Maas-Rhein. Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 25.11.2020.

¹¹ Vgl. Kreilkamp, Edgar: Nachhaltigkeit im Kulturtourismus. Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 24.11.2020.

¹² Vgl. Kreilkamp, Edgar: Nachhaltigkeit im Kulturtourismus. Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 24.11.2020.

¹³ Drews, Katja: Kulturtourismus: Chancen der Begegnung von Tourist*innen und Einheimischen bei Kunst und Kultur. Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 25.11.2020.

¹⁴ Vgl. Burzinski, Matthias: Am offenen Herzen: Kulturtourismus im erzwungenen Umbruch. Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 24.11.2020.

¹⁵ <https://www1.wdr.de/nachrichten/rheinland/drive-in-museum-krefeld-100.html> (Stand: 05.01.2021).

¹⁶ Hilke, Marianne: RheinLand.Xperiences – zur Entwicklung einer Game-App für 9 Museen im Rahmen eines grenzüberschreitenden Interreg-Projekts. Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 25.11.2020.

¹⁷ Müller-Kliemt, Dorothea: „Das verschollene Manuskript“ – ein Escape Game der Stadtbibliothek Berlin-Mitte. Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 25.11.2020.

¹⁸ Austermann, Wilko: Kunst im Hotel. Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 25.11.2020.

¹⁹ Vgl. Burzinski, Matthias: Am offenen Herzen: Kulturtourismus im erzwungenen Umbruch. Vortrag auf der LVR-Kulturkonferenz am 24.11.2020.

²⁰ Anonym: LVR-Kulturkonferenz. Online-Befragung 2020 (unveröffentlicht).

Programm der LVR-Kulturkonferenz 2020

Auftaktgespräch im Kulturradio WDR 3
Sonntag, den 18. Oktober 2020, 18.04 – 19.00 Uhr

WDR 3-Kulturforum „Wohin geht die Reise? Kulturtourismus in Zeiten von Corona“

Es diskutierten:

- Ralf Birkner, BTHVN 2020
- Dr. Heike Döll-König, Tourismus NRW e. V.
- Milena Karabaic, Landschaftsverband Rheinland
- Prof. Dr. Edgar Kreilkamp, Leuphana Universität Lüneburg
- Dr. Michael Reitemeyer, Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes NRW

Moderation: Dr. Jörg Biesler



Die Podiumsdiskussion der LVR-Kulturkonferenz wurde vorproduziert. In diesem Zusammenhang konnte das Kulturradio WDR 3 als Kooperationspartner gewonnen werden und so wurde am 26. September 2020 für die Ausstrahlung des WDR 3 Forum am 18. Oktober 2020 die Gesprächsrunde „Wohin geht die Reise? Kulturtourismus in Zeiten von Corona“ aufgenommen. Der Moderator Dr. Jörg Biesler diskutierte mit den Gästen Ralf Birkner, Dr. Heike Doll-König, Milena Karabaic, Prof. Edgar Kreilkamp und Dr. Michael Reitemeyer. Gemeinsam erörterten sie, welche Auswirkungen die Corona-Pandemie auf den Kulturtourismus hat und welche Chancen sich für Kultureinrichtungen eröffnen, wenn sich der Tourismus zunehmend auf das Nahe und Bekannte konzentriert.

Mit dem Kulturradio wurde der Hörfunk als weiteres Kommunikationsmedium in das Konzept der Kulturkonferenz einbezogen. Durch die Zusammensetzung des Podiums, die in der Regie des Organisationsteams lag, konnte eine Beteiligung an der aktuellen kulturpolitischen Debatte zur Schließung von Museen und touristischen Angeboten in Corona-Zeiten erzielt werden.

Das Gespräch wurde aufgezeichnet und das Video auf dem YouTube-Kanal der LVR-Kulturkonferenz veröffentlicht. Wie bei den Aufzeichnungen der Konferenzinhalte und der Vorworte wurden Aspekte der Barrierefreiheit berücksichtigt und Untertitel sowie eine Hörfilmfassung produziert.

Via QR-Code direkt zum
Video der Podiumsdiskussion.



Panel 1: 10.00–12.00 Uhr
Fokus Kulturtourismus: Wandel, Trends und Krisen



„Gerade die Kultur- und Freizeiteinrichtungen konnten ausgereifte Hygienekonzepte vorlegen, umso schockierender ist der zweite Lockdown, vor allem unter den Vorzeichen des ‚Lockdown lights‘.“

Matthias Burzinski, projekt2508 GmbH
Am offenen Herzen: Kulturtourismus im erzwungenen Umbruch

Die Corona-Pandemie markiert eine beispiellose „Kulturkatastrophe“ – mit massiven Einwirkungen auf den Kulturbetrieb und Kulturtourismus. Wie hat und wird sich unter diesen Bedingungen der Kulturtourismus weiterentwickeln? Welche ersten Erkenntnisse lassen sich aus aktuellen Studien ziehen? Welche der bisher praktikablen Strategien funktionieren noch, welche nicht? Ein Blick zurück und voraus.



„Immer mehr Wachstum ist nun nicht mehr die Strategie.“

Prof. Dr. Edgar Kreilkamp, Leuphana Universität Lüneburg
Nachhaltigkeit im Kulturtourismus

Der Begriff der Nachhaltigkeit ist in aller Munde, dabei wird er häufig mit ökologischer Nachhaltigkeit konnotiert. Allerdings sind auch eine soziokulturelle und ökonomische Nachhaltigkeit erforderlich, um einen langfristig nachhaltigen Tourismus zu schaffen. Der Beitrag reißt an, welche Aspekte in Zukunft stärker berücksichtigt werden müssen.

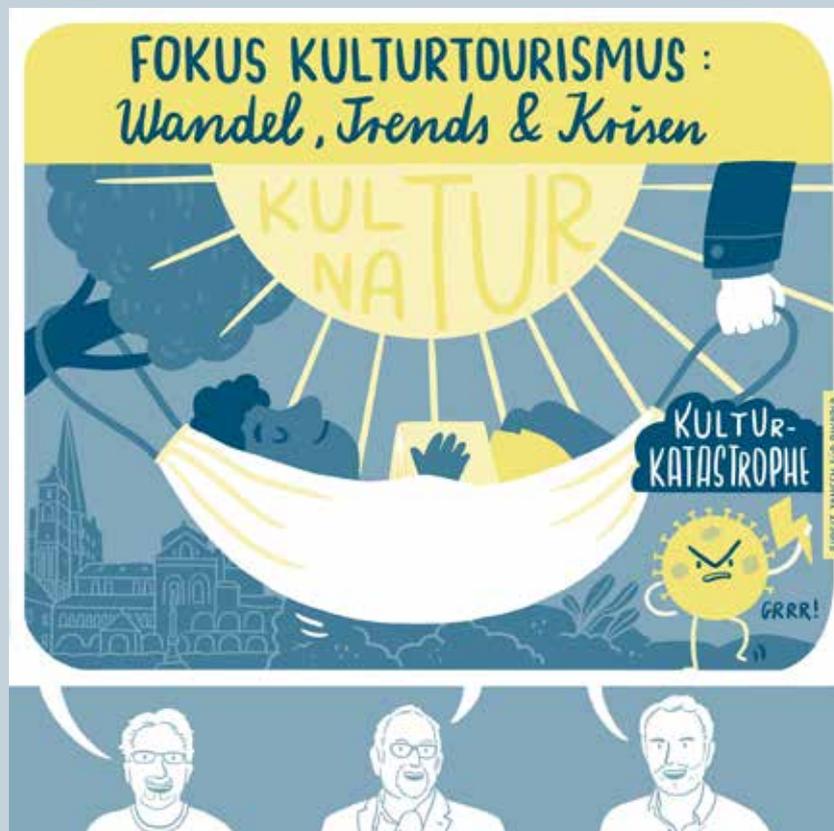
Via QR-Code direkt zum
Video von Panel 1.



„Alle Angebote werden laufend überprüft: Ist das nachhaltig?
Ist es zeitgemäß? Entspricht das Angebot der Zielgruppe?“

Dr. Gabriel Gach, LVR-Kulturzentrum Abtei Brauweiler
Wie kann Kulturtourismus nachhaltig gestaltet werden?
Praxisbeispiele aus dem LVR-Kulturzentrum Abtei Brauweiler

Nachhaltigkeit im Tourismus wird primär mit dem Naturtourismus assoziiert. Doch auch im Kulturtourismus müssen nachhaltige Angebote geschaffen werden, um dem gestiegenen Bewusstsein auf der Nachfrageseite gerecht zu werden. Beispiele aus dem LVR-Kulturzentrum zeigen, wie vor dem Hintergrund einer monastischen Tradition zeitgemäße nachhaltige Angebote geschaffen werden können.



Panel 2: 13.00–15.00 Uhr
Zielgruppe Kultur: wer, wo und wie?



*„Um die entsprechenden Kulturtourist*innen anzusprechen, müssen zunächst die Kooperationen entsprechend ausgewählt werden.“*

Dr. Yvonne Pröbstle, Agentur Kulturgold
Kulturtourist*innen. Ein typologischer Streifzug

Wer sind Kulturtourist*innen? Was treibt sie an? Was wollen sie erleben? Wo treffen wir die Kulturtourist*innen von heute und welche Kulturdestinationen und Angebote der Zukunft werden sie entscheidend mitprägen? Der Vortrag entwirft eine Typologie der kulturtouristischen Nachfrage und wagt ausgehend von aktuellen Prognosen und Trends einen Blick auf das reisende Kulturpublikum von morgen.

*„Wir müssen mehr über die digitalen Besucher*innen kennenlernen. Wir müssen bei dem gesellschaftlichen Wandel, den der digitale Wandel mit sich bringt, auch mehr über die digitalen Besucher*innen herausfinden.“*



Anke von Heyl, Social Media-Expertin
Eindruck hinterlassen – Wirkung haben.
Gestaltung einer zeitgemäßen Visitors Experience im Kulturtourismus

Wir befinden uns in einem gesellschaftlichen Wandel, der auch zu neuen Bedürfnissen der Kulturnutzerinnen und -nutzer geführt hat. Nur wer diese kennt, kann entsprechende Angebote konfigurieren, die zu einer erfolgreichen Visitors Experience beitragen können. Anke von Heyl spricht über die Persona-Methode als gute Grundlage für ein zeitgemäßes Angebotsdesign.

Via QR-Code direkt zum
Video von Panel 2.



„Nur 16 % planen keine Urlaubsreise im Sommer 2021!“

Jens Nieweg, Tourismus NRW e. V.

„Kulturpäckchen“ – Zielgruppengerechte Argumente für eine Reise. Einblick in die Praxis

NRW hat sehr gute Voraussetzungen für florierenden Kulturtourismus. Doch warum ist hier noch viel Potenzial nicht ausgeschöpft? Eine der Ursachen: die „Beweggründe“ für eine Reise reichen nicht aus. Mit dem Konzept der „Kulturpäckchen“ hat der Tourismus NRW hier landesweit Neuland beschrritten. Sie integrieren die Museen in abwechslungsreiche und zielgruppenadäquate Angebotsbündel.



Panel 3: 10.00–12.00 Uhr
Kultur erleben: zuhause, digital und anderswo



*„Sie motivieren die Tourist*innen zum Besuch [einer kulturtouristischen Destination]: Freunde, Bekannte und Verwandte. [...] 77 % dieser Motivierenden sind gebürtige Bewohner*innen.“*

Dr. Katja Drews, Zukunftszentrum Holzminden-Höxter
Kulturtourismus: Chancen der Begegnung von Tourist*innen und Einheimischen bei Kunst und Kultur

Kulturtourismus gilt für Städte und ländliche Regionen als Handlungsfeld der Kultur- und Tourismusentwicklung. Die Akteur*innengruppen der Einheimischen und touristischen Gäste bringen durch ihr Zusammentreffen an lokalen Schauplätzen entscheidende Merkmale des Wahrnehmungsgeschehens hervor. Empirisch lassen sich hierfür relevante Aspekte aufzeigen und an Beispielen illustrieren.

„Unser Produkt ist schließlich ein Format geworden, das sich zwischen Geocaching und Pokémon-Jagd bewegt.“



Marianne Hilke, LVR-Archäologischer Park Xanten / LVR-RömerMuseum Rhijnland.Xperiences. Zur Entwicklung einer Game-App für 9 Museen im Rahmen eines grenzüberschreitenden Interreg-Projekts

Das Projekt „RhijnlandXperiences“ verbindet in der Grenzregion Deutschland-Niederlande Museen, zwei Hochschulen sowie die Tourismusverbände. Die entwickelte Spiele-App richtet sich an Jugendliche. Die Story um die mysteriöse Händlerin Sophia kann beim Besuch der Museen in beliebiger Reihenfolge erlebt werden. Rätsel und kleine Geschicklichkeitsaufgaben integrieren die jeweiligen Museumsobjekte.

Via QR-Code direkt zum
Video von Panel 3.



„[...] [Das] Potenzial von Escape Rooms [...] [ist die] Schnittstelle zwischen Storytelling, Gamification und kultureller Bildung [...]!“

Dorothea Müller-Kliemt, Stadtbibliothek Berlin-Mitte
„Das verschollene Manuskript“ - ein Escape Game der Stadtbibliothek Berlin-Mitte

Die Stadtbibliothek Berlin-Mitte veranstaltet ein Live Escape Game, dessen Ziel es ist, den Code eines Tresors zu knacken, in dem sich das verschollene Manuskript des bekannten Schriftstellers Kurt Tucholsky befindet, der vor den Nazis ins Exil flüchten musste. Somit greift die STB einen aktuellen Trend bei der Freizeitgestaltung auf und überträgt ihn in die Veranstaltungsarbeit der Bibliothek.



Panel 4: 13.00–15.00 Uhr
Smarte Allianzen: Kooperationen, Netzwerke und Verbände



„2019 – Das Bauhausjahr: [...] [Damit haben wir] 50 Ausstellungen hinbekommen - von Petershagen bis nach [...] Burbach und Bocholt. Das ganze Bundesland wurde mit dem Thema ‚Bauhaus‘ beschäftigt.“

Prof. Dr. Thomas Schleper, LVR-Dezernat für Kultur und Landschaftliche Kulturpflege
Themenjahre als Heilsbringer?

„1914 – Mitten in Europa“ und „bauhaus 100 im westen“ waren kompakte Zusammenspiele von Expertisen und Formaten, die sich flächendeckend in Szene setzten. 2014 ging es um Museen und Institutionen im Rheinland, 2019 waren es die beiden Landschaftsverbände und das Ministerium für Kultur und Wissenschaft, die mit der Architektenkammer NRW zum Bauhausjahr landesweit agierten: Großversuche und damit Anlässe zum Lernen ...

„Jacques Offenbach war als Franzose bekannt und kein Kölner in der Wahrnehmung, [...] weil es kaum jemand wusste. Man musste Offenbach erstmal dort bekannt machen, wo er geboren wurde [...], um das Thema zu etablieren und von Köln aus heraus zu strahlen.“



Claudia Hessel, Kölner Offenbach-Gesellschaft
Das Offenbach-Jahr in sechs Akten – eine Bilanz

Im Jahr 2019 wäre der Komponist Jacques Offenbach 200 Jahre alt geworden. Grund genug, den Speedking und Teufelskerl, Grenzgänger und Geniestreicher zu feiern. Die Kölner Offenbach-Gesellschaft organisierte ein Jubiläumsjahr für den gebürtigen Kölner. Der Vortrag erläutert Kooperationen und Marketingstrategien und zieht eine Bilanz des Themenjahres.



Via QR-Code direkt zum
Video von Panel 4.



„Der Grundgedanke ‚Das Unbekannte und das Unerkannte in der Nähe zu zeigen‘ ist eigentlich sehr nachhaltig, da die Leute nicht weit reisen müssen. [...] Der funktioniert natürlich jetzt, wo viele Leute in der Nähe reisen immer noch gut.“

**Detlef Stender, LVR-Industriemuseum, Tuchfabrik Müller
Grenzenlose Welt der Wolle. Zur Wollroute in Euregio Maas-Rhein**

Das Netzwerk besteht seit 2004 und vernetzt die lokalen Wissensinseln zur Geschichte der Tuchproduktion in der Region Aachen-Euskirchen-Verviers. Ziele sind grenzüberschreitendes Marketing und Erfahrungsaustausch. Der Beitrag stellt die verschiedenen Aktionsformen der Wollroute vor (Filme, Broschüren, Ausstellung, Urban Knitting) und reflektiert Erfahrungen der langjährigen Netzwerkarbeit.



„Der tolle Effekt dieser ‚Flatrate-Lösung‘ - die Leute [treffen] einmal eine Entscheidung und [sind] dann häufig erpicht drauf, möglichst viel davon mitzunehmen.“

**Julia Schaadt, Region Aachen Zweckverband
„auf ins museum - naar het museum!“ – ein Museumsticket
für 28 Museen im Herzen der Euregio Maas-Rhein**

Die Museumslandschaft Euregio Maas-Rhein ist vielfältig! Um Bewohner*innen und Besucher*innen das Erkunden der verschiedensten Museen besonders einfach zu machen, hat die Region Aachen das Kombi-Ticket „auf ins museum! naar het museum!“ entwickelt. Mit 28 Partnermuseen wurde ein eurgionales Netzwerk geschaffen, das Eintritt zu jedem der Museen in einem Ticket anbietet – für nur 25 €.



„Es ist spannend, neue Zielgruppen zu erreichen, neue Orte zu entdecken und auch da mal Kunst an Orten zu präsentieren, wo man es vielleicht nicht gewohnt ist.“

**Wilko Austermann, freier Kurator
Kunst im Hotel**

Das antichambre hotel friends zeigt seit 2014 in verschiedenen Bereichen des Hotels künstlerische Positionen. Das von Wilko Austermann kuratierte Projekt bildet einen Synergieeffekt zwischen Kunstförderung und Tourismus. Antichambre betont dabei die von den Künstler*innen bespielten Orte im Hotel in Düsseldorf am Worringer Platz.

Grußworte

Die Grußworte der LVR-Direktorin Ulrike Lubek und des Staatssekretärs Klaus Kaiser, Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes NRW, wurden bereits im Vorfeld als Video auf YouTube und der Konferenz-Homepage veröffentlicht und über den Newsletter kommuniziert, um zur LVR-

Kulturkonferenz einzuladen und auf den Inhalt und das digitale Format einzustimmen. Die Videos wurden, um den Anforderungen der Barrierefreiheit gerecht zu werden, sowohl in deutscher Gebärdensprache und Untertitelung als auch in einer Hörfilmfassung produziert.



Via QR-Code direkt zum Video von Frau Lubek.



Via QR-Code direkt zum Video von Herrn Kaiser.

Epilog

Im Nachgang der LVR-Kulturkonferenz 2020 fasste die Landesrätin Milena Karabaic die prägnantesten Ergebnisse der Veranstaltung in einem Video zusammen. Sie zog ein Resümee zur Durchführung der ersten digitalen LVR-Kulturkonferenz und gab einen Ausblick auf die LVR-Kulturkonferenz, die am 28. Juni 2021 zum Thema Inklusion stattfinden wird. Das Video wurde auf dem YouTube-Kanal der LVR-Kulturkonferenz veröffentlicht und äquivalent zu den anderen Videos ebenfalls in Deutscher Gebärdensprache, mit Untertiteln und als Hörfilmfassung zur Verfügung gestellt.



Via QR-Code direkt zum Video des Epilogs.

Technische Umsetzung

Für die LVR-Kulturkonferenz 2020 wurde aus Gründen des Datenschutzes und um die Zugänglichkeit für möglichst viele Interessierte zu ermöglichen, die Software GoToWebinar genutzt. Bei dieser Software sind nur die Referierenden zu sehen und können ihre Präsentation selbst steuern. Die Teilnehmenden können über ein Tool ihre Fragen stellen und an zuvor eingestellten Umfragen der Vortragenden teilnehmen. Auf diese Art und Weise konnte die Zuhörerschaft in einem eingeschränkten Modus partizipieren.

Um darüber hinaus auch einen reibungslosen Ablauf der LVR-Kulturkonferenz zu gewährleisten,

wurde die Firma Webinarhelden als technischer Support beauftragt. Die Webinarhelden stellten die Lizenz der Software GoToWebinar zur Verfügung, gestalteten die Anmeldemaske der Digitalkonferenz, führten im Vorfeld Schulungen mit allen Vortragenden durch und standen sowohl im Vorfeld als auch während der Konferenztage bei technischen Fragen als Ansprechpartner zur Verfügung. Ihre Anwesenheit sorgte sowohl beim Organisationsteam als auch bei den Vortragenden für ein Sicherheitsgefühl und schließlich für eine gelungene Umsetzung der Konferenz.



Digitale Angebote

Homepage

Die Ausrichtung der LVR-Kulturkonferenz als reine Digitalkonferenz zog auch weitere Neuerungen im digitalen Raum nach sich. Insbesondere die Homepage der LVR-Kulturkonferenz (www.kulturkonferenz.lvr.de) wurde umfangreich angepasst. So wurde auf der Webseite eine Landingpage geschaffen, auf der über einzelne Rubriken wie „Programm“ oder „Anmeldung“ die gewünschten Informationen schnell und übersichtlich aufgefunden werden konnten. Zudem orientierte sich die grafische Gestaltung am blau-gelben Design der diesjährigen LVR-Kulturkonferenz, was einen zusätzlichen

Wiedererkennungswert schuf. Insbesondere die Rubriken „Referierende“ und „Mediathek“ sorgten für erheblichen Mehrwert. Mit einem Foto der Vortragenden, einem kurzen Abstract sowie der Vita wurde der Zugang zu den Vortragenden persönlich und informativ aufbereitet. Die Mediathek umfasste neben Grußworten und der Aufzeichnung des Auftaktgesprächs auch weiterführende Literaturtipps, die entweder allgemein über das Thema Kulturtourismus informierten oder von den Vortragenden selbst herausgegeben wurden und somit Teilaspekte des Oberthemas aufgriffen.



Via QR-Code direkt zur Homepage.



Newsletter

Einen äußerst wichtigen Kommunikationskanal stellt der Newsletter der LVR-Kulturkonferenz dar, der rund 3.000 Abonnent*innen umfasst und aus ehemaligen Teilnehmenden oder Interessierten besteht. Der Newsletter wurde im Vorfeld ungefähr alle zwei Wochen verschickt. Dieser informierte sowohl allgemein zur LVR-Kulturkonferenz, im Speziellen kommunizierte er aber auch

aktuelle News, wie etwa den Start der Anmeldung, die Grußworte oder die Bereitstellung des Videos der Auftaktdiskussion. Im Zuge der Anmeldungen für die LVR-Kulturkonferenz 2020 konnten circa 180 neue Abonnent*innen hinzugewonnen werden und der Newsletter ließ sich als stetig wachsender Kanal etablieren.

Soziale Medien

Ein besonderes Augenmerk bei der LVR-Kulturkonferenz 2020 lag auf der Einbindung der Sozialen Medien. Sie wurden verstärkt berücksichtigt, um die Transformation der Veranstaltung ins Digitale umfänglich voranzutreiben. Außerdem boten sie die Chance, einen Austausch zwischen den einzelnen Teilnehmenden zu fördern, der aufgrund systembedingter Möglichkeiten über das Konferenztool GoToWebinar nicht möglich war.

In diesem Zusammenhang wurde eine Kooperation mit dem Kulturkollektiv Herbergsmütter eingegangen, die im Vorfeld über die Sozialen Medien (Facebook, Twitter, Instagram) auf die LVR-Kulturkonferenz aufmerksam machten und sie währenddessen über Twitter unter #LVRKulturkonferenz begleiteten. Konferenzbegleitungen über Twitter hatten sich bereits gut etabliert und informieren nicht nur diejenigen, die selbst nicht an der Veranstaltung teilnehmen können, sondern regen auch zu einem vielfältigen Diskurs unter Rezipient*innen an, der in diesem Umfang und in dieser Dichte bei Präsenzveranstaltungen nicht geführt werden kann. Zudem animierte die tagesaktuelle Berichterstattung auch Kurzentschlossene dazu, sich spontan für die LVR-Kulturkonferenz 2020 anzumelden.

Die Herbergsmütter bespielten zudem in der Mittagspause mit dem LVR-Erfrischungsraum ein Padlet, eine virtuelle Pinnwand. Dort waren u. a. kleine Übungen der digitalen Kulturvermittlung, wie das Verfassen eines Haikus oder das Nachsprechen eines Zungenbrechers, hinterlegt. Über die Kommentarfunktion gab es dort auch eine weitere Möglichkeit, sich über einzelne Konferenzinhalte auszutauschen. Auf zwei weiteren Padlets, die das Organisationsteam einrichtete, konnten die Teilnehmenden Kulturdestinationen vorstellen oder ihre Kontaktdaten hinterlegen. Im Anschluss an die Konferenz wurden den Teilnehmenden über Padlet im Sinne eines Open Source die Präsentationen der Vortragenden zur Verfügung gestellt. Im Unterschied zu anderen Sozialen Medien, die oftmals einen persönlichen Account erfordern, waren alle Padlets über einen Link frei zugänglich. Zudem wurde die LVR-Kulturkonferenz auch über



den im September 2020 gegründeten Instagram-Kanal @lvrkultur des LVR-Dezernates Kultur und Landschaftliche Kulturpflege beworben und begleitet. Hierfür wurden durch Birgit Jansen eigene Illustrationen angefertigt, die die Konferenzinhalte anschaulich vermitteln, der Dokumentation dienen und auch die vorliegende Publikation illustrieren.

Alle Videos der LVR-Kulturkonferenz wurden außerdem auf dem YouTube-Kanal „LVR-Kulturkonferenz“ eingestellt, der auch nach Abschluss der Konferenz die Konferenz dokumentiert und die Inhalte nachhaltig als Mittel der Fortbildung zur Verfügung stellt.

Via QR-Code direkt zum
Instagram-Kanal @lvrkultur.



Inklusion

Um den Anforderungen der Barrierefreiheit gerecht zu werden und eine Teilhabe für möglichst viele Interessierte zu gewährleisten, lag ein besonderer Fokus auf der Barrierefreiheit. Um die LVR-Kulturkonferenz zu bewerben, wurde im Vorfeld zu den Konferenzinhalten und der Anmelde-möglichkeit ein Video in Deutscher Gebärdensprache erstellt. Auch während der Konferenz wurde eine simultane Übersetzung in Deutscher Gebärdensprache angeboten. Zudem wurden alle bereitgestellten Medien untertitelt und als Hörfilmfassung

bereitgestellt. Darüber hinaus werden auch die Mitschnitte der Vorträge, die rund acht Stunden Material umfassen, mit einer Untertitelung zugänglich gemacht.

Auch auf der Homepage und in den Sozialen Medien wurde darauf geachtet, Alternativtexte für Bilder bereitzustellen, Videos zu untertiteln und Hashtags wie #LVRKulturkonferenz so zu schreiben, dass sie von Screenreadern ausgelesen werden können.



Nachhaltigkeit

Anders als bei den bisher als Präsenzveranstaltung abgehaltenen LVR-Kulturkonferenzen barg die digitale Konferenz ein großes nachhaltiges Potenzial. Zum einen, weil die An- und Abreise zum Veranstaltungsort entfielen. Zum anderen aber auch, weil die digital gehaltenen Vorträge ganz einfach mitgeschnitten werden konnten und nun langfristig zum Zwecke der Information und Fortbildung auf dem YouTube-Kanal der LVR-Kulturkonferenz zur Verfügung stehen.

Via QR-Code direkt zum
YouTube-Kanal der
LVR-Kulturkonferenz.



Marketingmaßnahmen

Um die LVR-Kulturkonferenz zu bewerben, wurden vielfältige Medien und Formate bespielt. Im zweiwöchigen Rhythmus etwa wurden Newsletter an den Kulturkonferenz-Verteiler verschickt. Auch über andere LVR-Newsletter, wie beispielsweise jener der LVR-Museumsberatung, wurde die Konferenz beworben. Zudem wurde in den Sozialen Medien über den Instagram-Kanal @lvrkultur und über den Twitter-Kanal @lvr_aktuell auf die LVR-Kulturkonferenz hingewiesen.

Darüber hinaus wiesen die Partner der LVR-Kulturkonferenz, das Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes NRW, die Koordinierungsbüros der Regionalen Kulturpolitik, Tourismus NRW e.V. sowie die Medienpartner WDR 3 und kultur.west auf die Veranstaltung hin. Neben Einträgen in zielgruppenspezifische Veranstaltungskalendern wurden auch bezahlte Werbebanner auf den Seiten www.kulturimweb.net, www.kulturmanagement.net, www.destinet.de und www.kulturwest.de platziert, um die Reichweite zu erhöhen und das Interesse an der LVR-Kulturkonferenz 2020 zu steigern.

Alles wurde perfekt gemacht! Weiter so!

Den Pausenraum fand ich originell, aber darin müssen auch wir Nutzer*innen wohl alle noch wachsen. :-)

Ich habe den Kollegen und Kolleginnen auf meinem Weg an die frische Luft mit dem Robben-Zungenbrecher aber ein Lächeln ins Gesicht gezaubert. :-)

Die Begleitung auf Twitter von den Herbergsmüttern war großartig. Ich habe darüber von der Veranstaltung erfahren. Ihr Begleitprogramm und das Erzählen auf Twitter von der Veranstaltung hat mich dazu animiert teilzunehmen obwohl ich gar nicht viel Zeit dafür hatte. Großes Kompliment!

Ich fand die Mischung aus guten Praxisbeispielen und allgemeineren Infos sehr gut. Technisch war alles super gelöst und die Moderation angenehm entspannt. Großes Kompliment an das gesamte Orga-Team.

Was mir ein bisschen gefehlt hat war eine Chatmöglichkeit für die Teilnehmer. Ich finde es bei digitalen Formaten auch schön, wenn man zwischendurch die Teilnehmer sehen kann (wie bei Zoom) oder auch in kleinere Gruppen (Break-out-Rooms) mit Teilnehmern gehen kann, so dass ein bisschen Dialoggefühle entstehen.

Die technische Umsetzung war sehr gut. Auch im Vergleich zu anderen digitalen Meetings, Schulungen oder Tagungen, an denen ich bisher teilgenommen habe. Der erste Tag hat mir inhaltlich besser gefallen. Ein großes Lob an alle Organisatoren.

Ich fand im Vergleich zu anderen Konferenzen, die Durchführung hochprofessionell. Die Technik hat einwandfrei ineinander gegriffen. Die Themen waren extrem interessant und auch für eine Institution in RLP sinnhaftig. Vieles lässt sich auf unser Gebiet umstricken und wissenschaftliche Erkenntnisse treffen auf unser Gebiet ja ebenso zu wie auf NRW. Auch die Projekte waren sehr spannend und lassen sich auch bei uns adaptieren. Großes Lob. In NRW hat man verstanden Einheimischen und Touristen mehr zu bieten, mit der Zeit zu gehen und nicht bei ewig gestrigen Themen zu verweilen. Man hat den Eindruck im Bundesland NRW passiert wirklich viel im Bereich Kultur und Tourismus.

Fazit

Am 28. Juni 2021 findet die nächste LVR-Kulturkonferenz zum Thema Inklusion statt, bei der die gewonnenen Erfahrungen berücksichtigt werden.

- **Sichtbarkeit im Digitalen stärken**

Die digitale Übertragung und anschließende Veröffentlichung der Konferenzinhalte sowie die Einbindung sozialer Medien stärken die Präsenz. So können auch neue Zielgruppen (außerhalb des Rheinlandes) erreicht und die LVR-Kulturkonferenz als Raum des Diskurses nachhaltig gestärkt werden.

- **Potenzial von Kooperationen und Medienpartnerschaften nutzen**

Kooperationen und Medienpartnerschaften helfen, themenspezifische Schwerpunkte zusetzen, aktuelle Diskurse aufzugreifen und relevante Zielgruppen zu erreichen.

- **Vernetzung ermöglichen**

Die Evaluation hat gezeigt, dass die Vernetzung und der Austausch unter den Teilnehmenden eine zentrale Funktion der LVR-Kulturkonferenz einnimmt. Für dieses Bedürfnis müssen auch im digitalen Raum zufriedenstellende Angebote geschaffen werden.

- **Inklusiv gestalten – Teilhabe ermöglichen**

Gerade die scheinbar einfache Teilnahme an digitalen Konferenzen birgt Herausforderungen für Menschen mit Behinderung. Barrierefreie Angebote müssen bei der Konzeption mitgedacht werden.

Save the Date
LVR-Kulturkonferenz
28. Juni 2021
LVR-LandesMuseum Bonn

Thema Inklusion und Digitalität



Impressum

Landschaftsverband Rheinland
Dezernat Kultur und Landschaftliche Kulturpflege
50663 Köln

Seher Nadine Anilgan, Stephanie Buchholz,
Jasmin Görlich, Ulrike Kessing, Kristina Meyer,
Carolin Muser
Tel.: 0221/809-2513
Mail: kulturkonferenz@lvr.de

Abbildungsverzeichnis

Cover, S. 1: LVR-Hausdruckerei
S. 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 27:
Birgit Jansen für bikablo@com
S. 18: www.kulturkonferenz.lvr.de
S. 19: Instagram-Kanal @lvrkultur
S. 20: Marion Nistor

April 2021

Redaktion und Layout: Carolin Muser

Landschaftsverband Rheinland

Dezernat Kultur und Landschaftliche Kulturpflege

50663 Köln