

Ergebnisse des Workshops „Öffentlichkeitsarbeit

Am 23. März hat im Rahmen des KEP ein verwaltungsinterner, ca. 3-stündiger Workshop zum Thema Öffentlichkeitsarbeit stattgefunden. Die zentrale Frage war, ob es die Notwendigkeit und realistische Möglichkeiten gibt, die öffentliche bzw. mediale Sichtbarkeit der Kultur in Moers - innerhalb und außerhalb der Stadt - zu verbessern.

Wie schon bei der Startkonferenz im Dezember 16 bestand über das „Ob“ weitgehende Einigkeit: Die öffentliche Wahrnehmung der Stadt als Kulturstadt ist verbesserungswürdig und –fähig!

Wir haben begonnen mit einem Stärken-Schwächen-Profil:

Als Stärke wurde vor allem die Serviceleistung der zentralen Pressestelle der Stadt für die Kultureinrichtungen gewertet, und zwar soweit es die Vermittlung von Veranstaltungen und sonstigen Aktivitäten an die lokale Presse betrifft. Das spart den Kultureinrichtungen Zeit und ermöglicht auf diesem Sektor eine professionelle Pressearbeit. Es wurde aber auch als ein Nachteil gesehen, dass die Kulturmacher keinen direkten Kontakt mit der lokalen Presse pflegen können. Lobend wurde hervorgehoben, dass die Kultureinrichtungen eigene Social-Media-Auftritte gestalten dürfen, insoweit also nicht an zentrale Dienstleistungen der Stadt gebunden sind.

Die Liste der Schwächen ist deutlich länger:

- Mangelnde Bekanntheit der Einrichtungen, z.B. des Bildungszentrums,
- Es fehlt ein zentraler, wirklich vollständiger Kultur-Veranstaltungskalender,
- davon zu unterscheiden: mangelnde zentrale Koordination der Kulturtermine im Vorfeld
- Mangelnde Attraktivität der Homepages der Einrichtungen durch ihre vollständige Einbindung in die städtische Homepage, fehlende Gestaltungsfreiheit,
- Der Austausch und die Koordination unter den Einrichtungen wurde als verbesserungsfähig angesehen, es wurde beklagt, dass es keinen gemeinsamen Auftritt gibt, was eine „Kampagne“ für die Moerser Kultur nicht zustande kommen lässt,
- Mangelnde Plakatierungsflächen in der Stadt,

- Mangelnde Hinweis-Beschilderung für die Kultureinrichtungen in der Stadt,

Unter den Verbesserungsmöglichkeiten wurden von der Konferenz die folgenden am höchsten bepunktet:

- Es sollte die Öffentlichkeitsarbeit der einzelnen Einrichtungen analysiert werden, zum Beispiel Fragen wie „Zielgruppen“ und Erreichung derselben,(Wirksamkeitsanalyse)
- Imagekampagnen sowohl für Kultur allgemein wie für einzelne Einrichtungen („Markenbildung“)
- Aufbau einer gemeinsamen „Kulturplattform“, Veranstaltungskalender zentralisieren, Eine zentrale Anlauf-und Koordinierungstelle schaffen (Kulturbüro?)
- Eine zentrale Anlauf-und Koordinierungstelle schaffen (Kulturbüro?)
- Digitale Strategien müssen entwickelt werden,
- Die Mitarbeiter/innen der Einrichtungen sollten Fortbildungen in diesem Bereich erhalten, Professionalisierung,
- Zusätzliche personelle Ressourcen sind erforderlich,

Durch die gesamte Diskussion zog sich immer wieder die Frage nach einer attraktiveren Darstellung der Moerser Kultur und der einzelnen Einrichtungen im Internet. Es wurde engagiert und durchaus kontrovers diskutiert, dass die Einrichtungen keine eigene Homepage betreiben und gestalten dürfen sondern ausschließlich als Bestandteil der zentralen städtischen Homepage www.moers.de im Internet präsent sind. Die dort vorgegebenen Strukturen und das Corporate Design der Stadt schränken die Gestaltungsmöglichkeiten stark ein. Die Einbindung der Kultur in die Gesamtdarstellung der Stadt wurde insbesondere von den Mitarbeitern der zentralen Presse-und Öffentlichkeitsarbeit engagiert befürwortet: Die Kultur ist ein wesentlicher Teil der Selbstdarstellung der Stadt, macht einen Teil ihrer Attraktivität und Identität aus, schafft „traffic“ auf der städtischen Internet-Seite. Wenn die Kultur eine Extrawurst bekommt, kommen bald alle möglichen anderen und wollen ihr eigenes Ding machen.

Dagegen weisen die Kultureinrichtungen darauf hin, dass sie auf diese Weise gegenüber anderen Kultureinrichtungen nicht konkurrenzfähig sind und keine adäquaten Möglichkeiten zur werbewirksamen Selbstdarstellung haben. Der rechtlich selbständigen Moers Kultur GmbH, das heißt dem Jazzfestival und

dem Theater wird das Recht zugestanden, eine eigene Öffentlichkeits- und Pressearbeit, insbesondere eine eigene Homepage zu betreiben und zu gestalten. Es wurde auch die Frage diskutiert, ob und ggfls. wann es technisch und organisatorisch möglich sein wird, die Auftritte der Einrichtungen im Rahmen der Seite des Rathauses durchschlagend attraktiver zu gestalten. Sollten die Einrichtungen die Möglichkeit erhalten, eigene Seiten zu gestalten, würde sich natürlich auch die Frage nach den dafür erforderlichen Ressourcen stellen.