

# Protokollauszug

## aus der

### 40. öffentliche / nichtöffentliche Sitzung des Ausschusses für Kultur vom 21.03.2024

---

öffentlich

#### **Top 6.4 Kulturpolitische Strategie 2025-2029 24/SVV/0137 geändert beschlossen**

Frau Dr. Seemann, Fachbereich Kultur und Museum, bringt die Vorlage ein. Sie bedankt sich bei der Strategiegruppe aus Vertreterinnen und Vertretern des Ausschusses für Kultur, der kommunalen Beiräte und des Netzwerks „KulturMachtPotsdam“, welche den Prozess kontinuierlich begleitet hätten, für die konstruktive Zusammenarbeit. Frau Dr. Seemann erläutert die zentralen Punkte des vorliegenden Papiers „Teil A: Grundlagen und Handlungsfelder“ (Anlage 2) der Kulturpolitischen Strategie.

Frau Dr. Zalfen bringt den Änderungsantrag 24/SVV/0137-01 ein. Der Änderungsantrag sei gemeinsamen von Vertreter:innen des Ausschusses eingebracht worden. Es gehe darum, die Kernelemente aus dem Beteiligungsprozess im Papier zu verankern. Im Kern umfasse es 3 Punkte:

1. Der Begriff gesamtstädtisches Ziel soll im Papier mit aufgenommen werden (siehe Punkte 1, 3 und 4 im Änderungsantrag).
2. Die ausreichende Finanzierung für eine zukunftsorientierte Kulturförderung müsse sich im Papier wiederfinden (siehe Punkt 6 im Änderungsantrag).
3. Der Begriff des Kulturmarketings müsse sich in Anlehnung an den Diskussionsveranstaltungen in der ganzen Vielfalt wiederfinden (siehe Punkt 7 im Änderungsantrag).

Der Änderungsantrag lautet wie folgt:

„1. Auf Seite 3, Präambel wird in den letzten Satz eingefügt:

„Damit Potsdam auch künftig eine Stadt der Kultur ist, muss Kultur zu einem **gesamtstädtischen** prioritären Ziel werden.“

2. Auf Seite 8 wird Absatz 1 geändert:

„Kultur ist ein wesentlicher Bestandteil in der Wahrnehmung Potsdams bei Gästen und ~~Einwohner~~ **Bewohner**:innen. Sie schätzen die Potsdamer Kultur in ihrer Wirkung auf das Individuum, die Lebensqualität und die Gesellschaft in ihrer Gesamtheit.“

3. Auf Seite 8, Absatz 2 wird der erste Anstrich neu gefasst:

~~„Kultur und kulturelle Bildung werden als Themenfelder in den Entwicklungsprozess der Neufassung der gesamtstädtischen Ziele —prospektiv auch des Leitbildes— aufgenommen, um so das Selbstverständnis Potsdams als Kulturstadt abzubilden.“~~ **Die Landeshauptstadt nimmt Kultur und kulturelle Bildung in die Neufassung der gesamtstädtischen Ziele auf und bildet so das Selbstverständnis Potsdams als Kulturstadt ab.**

4. Auf Seite 9, Absatz 2 wird der zweite Anstrich neu gefasst:

~~„Der Geschäftsbereich Bildung, Kultur, Jugend und Sport wird die kulturelle Bildung als~~

Themenfeld mit sehr hoher Priorität in den Entwicklungsprozess der Neufassung der gesamtstädtischen Ziele einbringen, um so die Bedeutung entsprechender Vorhaben zu unterstreichen.“ **Die neu zu bearbeitenden Gesamtstädtischen Ziele werden Kulturelle Bildung aufnehmen und damit auch die Priorität entsprechender Vorhaben unterstreichen.**

5. Auf Seite 10, Absatz 1 wird im ersten Anstrich „der GB2 Kultur“ durch „**die Landeshauptstadt Potsdam**“ ersetzt.

6. Auf Seite 12 wird am Ende des ersten Absatzes eingefügt:

**Eine zukunftsorientierte Kulturförderung benötigt dabei vor allem verlässliche und ausreichende finanzielle Mittel und transparente Strukturen, um nachhaltige und faire Arbeitsbedingungen für Kulturschaffende zu ermöglichen und den Fortbestand der Einrichtungen so zu sichern.**

7. Auf Seite 12 wird der Abschnitt Kulturmarketing neu gefasst:

**Modernes Kulturmanagement ist untrennbar mit einem professionellen, zeitgemäßen Kulturmarketing verbunden, in dem touristische und kulturhistorisch relevante Ziele mit dem gegenwärtigen, vielfältigen Kulturleben verbunden werden. Die Vermittlung des vielfältigen kulturellen Profils der Stadt als Bestandteil eines integrierten gesamtstädtischen Marketings stärkt den Beitrag der Kultur zur Wertschöpfung. Es adressiert sowohl die Einwohner und Einwohnerinnen als auch die Gäste der Stadt und zielt auf die Stärkung des Images der Stadt als Kulturstadt sowie die Aktivierung bestehender und neuer Beziehungen zwischen den Stakeholdern und (potentiellen) Besuchenden.**

**Das Kulturmarketing ist eng mit dem Tourismusmarketing verbunden, indem touristische und kulturhistorisch relevante Ziele mit dem gegenwärtigen, vielfältigen Kulturleben verbunden werden.**

**Es werden neue Wege der Zusammenarbeit mit Akteur:innen inner- und außerhalb der Stadtverwaltung unterstützt, die gemeinsame Planungsprozesse, integrierte Entscheidungen und das Etablieren von gemeinsamen Formaten ermöglichen.**

8. Auf Seite 13, Absatz 1 wird im zweiten Absatz ergänzt „Kultur als **gesamtstädtisches** Ziel mit besonderer Priorität zu begreifen, bedeutet hier [...]“.

#### **Begründung:**

Die vorgeschlagenen Änderungen tragen den während des Erarbeitungsprozesses erarbeiteten Prinzipien Rechnung, die Kultur nicht nur als wichtige politische Zielsetzung festzusetzen, sondern zu einem gesamtstädtischen strategischen Ziel zu erheben und die auskömmliche Finanzierung der Kulturträger sicherzustellen.

Der Änderungsantrag wird zur Abstimmung gestellt.

#### **Abstimmung:**

Der Änderungsantrag wird einstimmig **angenommen**.

Frau Goreczko stellt die so geänderte Vorlage zur Abstimmung.

#### **Beschlussvorschlag:**

Der Ausschuss für Kultur empfiehlt der Stadtverordnetenversammlung, die Vorlage mit den folgenden Änderungen zu beschließen:

Die DS 24/SVV/137; Anlage 2 (Kulturpolitische Strategie 2025-2035) wird wie folgt geändert:

1. Auf Seite 3, Präambel wird in den letzten Satz eingefügt:

„Damit Potsdam auch künftig eine Stadt der Kultur ist, muss Kultur zu einem *gesamtstädtischen* prioritären Ziel werden.“

2. Auf Seite 8 wird Absatz 1 geändert:

„Kultur ist ein wesentlicher Bestandteil in der Wahrnehmung Potsdams bei Gästen und Bewohner:innen. Sie schätzen die Potsdamer Kultur in ihrer Wirkung auf das Individuum, die Lebensqualität und die Gesellschaft in ihrer Gesamtheit.“

3. Auf Seite 8, Absatz 2 wird der erste Anstrich neu gefasst:

Die Landeshauptstadt nimmt Kultur und kulturelle Bildung in die Neufassung der *gesamtstädtischen* Ziele auf und bildet so das Selbstverständnis Potsdams als Kulturstadt ab.

4. Auf Seite 9, Absatz 2 wird der zweite Anstrich neu gefasst:

Die neu zu bearbeitenden *Gesamtstädtischen* Ziele werden Kulturelle Bildung aufnehmen und damit auch die Priorität entsprechender Vorhaben unterstreichen.

5. Auf Seite 10, Absatz 1 wird im ersten Anstrich „der GB2 Kultur“ durch „die Landeshauptstadt Potsdam“ ersetzt.

6. Auf Seite 12 wird am Ende des ersten Absatzes eingefügt:

Eine zukunftsorientierte Kulturförderung benötigt dabei vor allem verlässliche und ausreichende finanzielle Mittel und transparente Strukturen, um nachhaltige und faire Arbeitsbedingungen für Kulturschaffende zu ermöglichen und den Fortbestand der Einrichtungen so zu sichern.

7. Auf Seite 12 wird der Abschnitt Kulturmarketing neu gefasst:

Modernes Kulturmanagement ist untrennbar mit einem professionellen, zeitgemäßen Kulturmarketing verbunden, in dem touristische und kulturhistorisch relevante Ziele mit dem gegenwärtigen, vielfältigen Kulturleben verbunden werden. Die Vermittlung des vielfältigen kulturellen Profils der Stadt als Bestandteil eines integrierten *gesamtstädtischen* Marketings stärkt den Beitrag der Kultur zur Wertschöpfung. Es adressiert sowohl die Einwohner und Einwohnerinnen als auch die Gäste der Stadt und zielt auf die Stärkung des Images der Stadt als Kulturstadt sowie die Aktivierung bestehender und neuer Beziehungen zwischen den Stakeholdern und (potentiellen) Besuchenden.

Das Kulturmarketing ist eng mit dem Tourismusmarketing verbunden, indem touristische und kulturhistorisch relevante Ziele mit dem gegenwärtigen, vielfältigen Kulturleben verbunden werden.

Es werden neue Wege der Zusammenarbeit mit Akteur:innen inner- und außerhalb der Stadtverwaltung unterstützt, die gemeinsame Planungsprozesse, integrierte Entscheidungen und das Etablieren von gemeinsamen Formaten ermöglichen.

8. Auf Seite 13, Absatz 1 wird im zweiten Absatz ergänzt „Kultur als *gesamtstädtisches* Ziel mit besonderer Priorität zu begreifen, bedeutet hier [...]“.

**Abstimmungsergebnis:**

Zustimmung: 7

Ablehnung: 0

Stimmenthaltung: 0