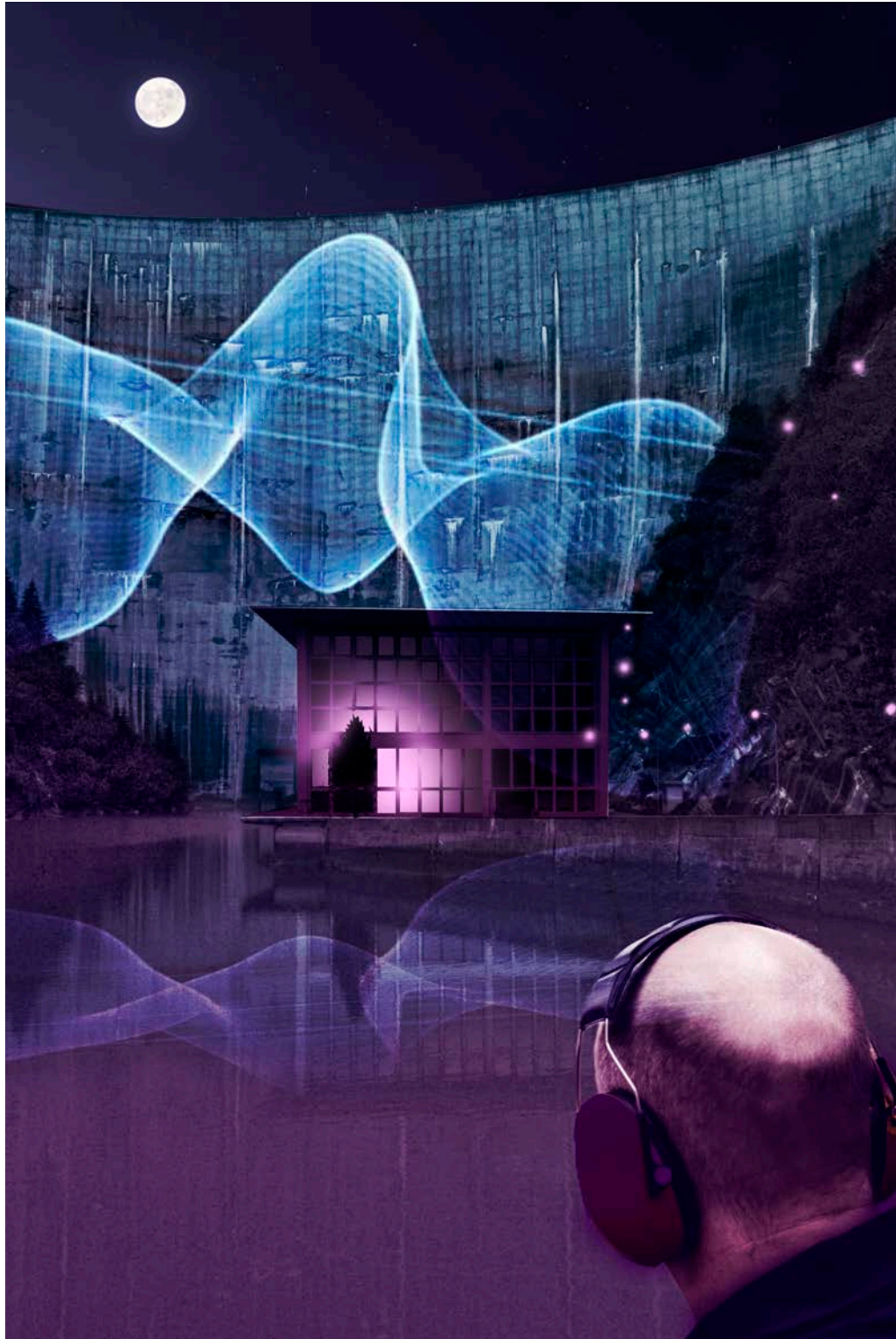


«Industriekultur Spot» Vermittlungsplattform und Leitfaden

Förderung im Rahmen des Projektwettbewerbs «Kulturerbe für alle», 2018
Schlussbericht

Winterthur, 18. Dezember 2020

Verfasser*innen: Melanie Mock & Martin Handschin



AUSGANGSLAGE

Hintergrund

Das von Hanna Gervasi (Projektleitung industriekultur.ch) und Melanie Mock (Szenografin, T_Raumfahrt) im Rahmen des Projektwettbewerbs «Kulturerbe für alle» eingereichte Konzept «Label und Vermittlungsplattform *Industriekultur Spot*» setzte sich zum Ziel, mittels einer Web-Plattform und einer Wegleitung Industriekulturakteur/-innen und Kultur- und Kunstschaffende zusammenzubringen, um Industriekulturdenkmäler durch kulturell-künstlerische Inszenierungen zu beleben. Ausgangslage für die Projektidee waren eigene Erfahrungen mit entsprechenden Projekten und der Wunsch von industriekultur.ch, durch kulturelle Projekte den Industriekulturdenkmälern der Schweiz zu mehr Sichtbarkeit zu verhelfen.

Projektziele

- Sichtbarkeit von Industriekulturerbe stärken
- Vernetzung von Industriekulturakteur/-innen stärken
- Kulturprojekte in Industriekulturbauten fördern
- Inspirieren und Animieren von lokalen Auftraggebern (Hilfe zur Selbsthilfe)

KONZEPTIONELLE WEITERENTWICKLUNG

Strategische Überlegungen und Projektanpassung

In den Diskussionen im erweiterten Projektteam (hinzu kamen Anfang 2019 Manuel Cecilia, Historiker und Vermittler sowie Martin Handschin, freier Kulturvermittler und Ausstellungsmacher) haben wir herausgefunden, dass eine solche Vermittlungsplattform inkl. Wegleitung zwar durchaus einem Bedürfnis entspricht. Es gibt ein grosses brachliegendes Potential für kulturell-künstlerische Projekte rund um Industriekultur. Zugleich haben solche Projekte erst eine Chance bzw. können sie erst dann nachhaltig Wirkung erzielen, wenn sie auf die tatsächlichen Bedürfnisse vor Ort reagieren. Oft siedeln sich diese Bedürfnisse jedoch nur indirekt im Vermittlungskontext an. Vielmehr sind es ganz andere, vielgestaltig gelagerte Herausforderungen, mit denen sich die Trägerschaften und Betreiber*innen von Industriekulturdenkmälern konfrontiert sehen: von der Nachwuchsproblematik in der Trägerschaft über ein (zu) kleines Zielpublikum bis zu fehlender Kommunikation und veralteten Vermittlungsangeboten. Die Idee, gemeinsam ein Kulturprojekt zu initiieren, könnte rasch verpuffen, wenn nicht zugleich diesen anderen Herausforderungen Rechnung getragen wird. Im Rahmen der Diskussionen im Projektteam hat sich die Einsicht durchgesetzt, dass das Potential der Projektanlage – Vermittlung von Industriekultur am Schauplatz – sehr gross ist, dass aber eine erfolgreiche Ausgestaltung solcher Projekte nach einer ganzheitlichen Betrachtung der Situationen vor Ort verlangt. Nur so können entsprechende Potentiale optimal ausgeschöpft werden.

Aus diesen Überlegungen folgten eine Reihe von Anpassungen:

- Plattform und Wegleitung basieren weniger auf den Ideen und Anliegen von industriekultur.ch und Kunst- und Kulturschaffenden, sondern auf den tatsächlichen Herausforderungen und Fragestellungen der lokalen Akteure.
- Das Kennenlernen der lokalen Herausforderungen und Fragestellungen bzw. Akteur/-innen bildet den Kern des Aufbauprozesses von *Industriekultur Spot*.

- Die Produkte von Industriekultur Spot sind als Resultat dieses Prozesses zu verstehen und sollen so präzise wie möglich die tatsächlichen Fragestellungen vor Ort spiegeln: Weg von der verallgemeinerbaren Wegleitung (dem Musterkonzert, -budget, -kommunikationskonzept etc.) hin zu einer vielgestaltigen **Toolbox**, die es erlaubt, auf jede Situation individuelle Antworten zu finden (die in einem ersten Schritt vielleicht noch nichts mit kulturell-künstlerischen Projekten zu tun hat, sondern vielmehr die Basis schafft für eine erfolgreiche Ausgestaltung solcher Projekte).
- Das ursprüngliche Ziel von Industriekultur Spot – das Zusammenführen von Industriekulturdenkmälern und Kulturschaffenden bzw. Expertinnen und Experten für Industriekultur, Vermittlung, Inszenierung etc. – bleibt bestehen. Im Rahmen der prozessorientierten Vernetzungs- und Sensibilisierungstätigkeit soll immer wieder Anstoss zu konkreten Vermittlungsprojekten gegeben werden.

Ein solchermaßen aufgebauter Prozess erlaubt es:

- Die lokalen Akteure, Bedürfnisse, Herausforderungen kennen zu lernen.
- Das lokale Engagement zu würdigen.
- Die lokalen Akteure in den Industriekultur-Diskurs bzw. Prozess der Deutung/Aneignung/Verwaltung der industriekulturellen Vergangenheit einzubeziehen.
- Einen persönlichen Kontakt herzustellen, auf Industriekultur Spot aufmerksam zu machen, ggf. erste Projektimpulse zu setzen, zum Handeln zu ermutigen (durch eine differenzierte Rückmeldung nach jedem Gespräch).
- Durch eine Projektsammlung bzw. publizierte Dokumentation dieser Gespräche auf industriekultur.ch auf die verschiedenen Akteur/-innen und ihre Projekte aufmerksam zu machen.

Im Gespräch mit Nina Mekacher im November 2019 haben wir dieses angepasste Vorgehen mit den Zielsetzungen der Projektförderung durch das BAK in Einklang gebracht und uns auf eine angepasste, zweiteilige Projektstruktur geeinigt. (**Anhang 1**: Zwischenstand_BAK_Industriekultur Spot190309.pdf)

Anpassung Finanzierung

Dieses prozesshaftere Vorgehen benötigt mehr Geld. Die Fundraising-Strategie veränderte sich dahingehend, dass wir die Trennung zwischen Leitfaden/ Vermittlungsplattform (CHF 50'000.–) und hypothetischem Hauptprojekt (CHF 500'000.–) aufhoben. Wir sprachen neu von einer «Pilotphase Vermittlungsplattform Industriekultur Spot» mit einer Laufdauer von 2018 bis Ende 2021 mit einem Gesamtbudget von CHF 180'000.–. Das Dossier wurde entsprechend angepasst, im Frühjahr 2020 starteten wir mit dem Fundraising. Per Dezember 2020 haben wir eine Deckung in der Höhe von CHF 100'000.– erreicht.

PROJEKTERVERLAUF UND -PRODUKTE

Gespräche mit Industriekulturakteur*innen & Entwicklung Analyse-Raster

Im November 2019 starteten wir mit ersten Besuchen bei Industriekulturakteur*innen in den Kantonen Zürich, Thurgau und Graubünden. Anhand eines standardisierten Fragebogens protokollierten wir die geführten Gespräche. Zur Auswertung der Gespräche entwickelten wir ein detailliertes, nach Themen gegliedertes Analyseraster, das es uns erlaubt, die Gespräche auszuwerten und eine erste Analyse der Situation vor Ort an unsere Gesprächspartner*innen zurückzuspielen. Dieses Raster ist ein erstes Werkzeug, welches uns und den lokalen Akteur*innen hilft, ihre Vermittlungsangebote und die betrieblichen Rahmenbedingungen, in denen sich die Vermittlungsaktivitäten einbetten, in den Blick zu bekommen. Es soll den Organisationen helfen, die eigene Situation klarer zu analysieren und erste bzw. nächste Schritte einleiten zu können. Erste Rückmeldungen zu diesem Analyse-Tool sind bereits eingegangen und werden aktuell ausgewertet.



Leitfaden «Industriekultur vermitteln»

Ab Mai 2020 entwickelten wir – ausgehend von den Erkenntnissen und Problemstellungen, die wir in den Gesprächen angetroffen haben – die Struktur unseres Leitfadens. Eine breite Recherche zu möglichen Formen von Handbüchern, Toolboxes oder Wegleitungen (z.B. der Leitfaden Musikvermittlung des «Netzwerk Junge Ohren», die Diversity Roadmap von PETZI oder die Toolbox der urban equipe) sind ebenfalls in die Erarbeitung des Faltblatts eingeflossen.

Der Leitfaden

- ... spricht Industriekulturakteur/-innen und –Kümmerer/-innen direkt an
- ... umreißt kurz und knackig die Relevanz der Vermittlung für die Industriekultur
- ... macht Industriekultur-Projekte durch Best-Practice-Bilder sichtbar und inspiriert
- ... bietet für vertieft Interessierte weitere Zugänge zum Thema (Glossar und Organisationen)

... bietet Hilfestellung, um die eigenen Angebote grob zu analysieren und ggf. da und dort nächste Schritte zu planen
... bietet eine Kontaktadresse für weiterführende Beratungsanliegen

Die dazugehörige Postkarte

... liefert einen sichtbaren Hinweis auf das Projekt Industriekultur SPOT (d.h. auf das Faltblatt und die Website)

Für die Gestaltung von Faltblatt und Postkarte konnten wir die Grafikerin Simone Vollenweider gewinnen, die schon den grafischen Auftritt von industriekultur.ch verantwortet. Von August bis November 2020 entwickelte sich ein inhaltlich-gestalterischer Austausch. Ästhetisch erinnert das nun vorliegende Faltblatt mit seinen runden Bildern und dynamischen Linienverbindungen an Zahnräder und Transmissionsriemen: eine Maschine, in der es «rattert, knirscht und funkt» (Zitat Simone Vollenweider). Auch die Rückseite nimmt auf spielerische Art und Weise das Bild einer Maschine auf: Pfeile, Kreise und Linien strukturieren nicht nur den Text, sie zeigen auch Zusammenhänge auf und geben Richtungen vor. Damit wird nicht zuletzt vor Augen geführt, wie anspruchsvoll die Ausgestaltung eines Vermittlungsprojektes ist – dass es aber auf alle damit verknüpften Fragen auch Antworten gibt. (**Anhang 2:** Faltblatt «Industriekultur vermitteln», Leitfaden Industriekultur Spot.pdf)

Website

Vorerst ist die Website von Industriekultur SPOT der Website industriekultur.ch angegliedert. Auf der Subsite sind Hintergrund, Motivation und kulturpolitische Ausgangslage beschrieben, das Faltblatt steht zum Download bereit und es finden sich Best-Practice-Beispiele sowie weiterführende Links. Ein Ausbau der Website (u.a. mit Portraits von Gesprächspartner*innen) ist angedacht.

www.industriekultur.ch/spot

Kommunikation

Im Zuge des Ausbaus der Kommunikationsmassnahmen von [Industriekultur.ch](http://industriekultur.ch) wird auch die Vermittlungsplattform Industriekultur SPOT beworben. Ein Newsletter ist vorbereitet und wird Anfang 2021 verschickt. Social-Media-Aktivitäten auf einem eigenständigen Industriekultur Spot-Kanal sind ebenfalls in Vorbereitung. Zusammen mit dem Versand der 1. Auflage des Faltblatts wird dieser Kanal aktiviert werden.

Projekt-Meilensteine

Anfang 2019: Teambildung

2019: Projektverfeinerung und Konzeptionelle Anpassung

November 2019 bis September 2020: Gespräche mit Industriekultur-Akteur*innen, verwandten Initiativen und Verbänden sowie Behörden

Februar bis Dezember 2020: Fundraising

September bis Dezember 2020: Gestaltung Faltblatt «Industriekultur vermitteln»

Dezember 2020: Faltblatt liegt vor, Postkarte liegt vor, Web-Inhalte erfasst auf

www.industriekultur.ch/spot, Online-Schaltung, Abgabe Schlussbericht Industriekultur SPOT zuhanden BAK

Januar 2021: Druck Faltblatt (1000 Stk.), Versand Faltblatt & Postkarten an ausgewählte Industriekulturakteur*innen und Behörden (Denkmalpflegen, Kulturämter)

Ausblick 2021

Mit den gesprochenen Finanzbeiträgen können wir unsere Pilotphase (Gespräche mit diversen Industriekulturakteur*innen in den Kantonen Graubünden, Thurgau und Zürich) wie geplant im 2021 fortführen. Weitere Gesuche sind in Vorbereitung, insbesondere der Antrag an den Lotteriefonds Kanton Graubünden.

Mit der Fertigstellung des Faltblatts «Industriekultur vermitteln» und der Postkarte sowie mit der Website www.industriekultur.ch/spot haben wir per Ende 2020 die nötigen Werkzeuge in der Hand, auf unser Anliegen aufmerksam zu machen. Wir planen einen überregionalen Versand des Faltblatts (in den Kantonen Zürich, Thurgau und Graubünden sowie an die Adressen der SGTI), einen Newsletter (an die Adressaten von industriekultur.ch und der SGTI), eine Social-Media-Kampagne sowie die Verlinkung auf einschlägigen Portalen.

Ab Februar 2021 werden wir unsere Gespräche mit verschiedenen Industriekultur-Akteur*innen wieder aufnehmen. Die Gespräche und die dadurch entstehenden Analysen sind – neben dem Faltblatt – ein wichtiges erstes Werkzeug von Industriekultur Spot. So werden die Resultate aus unseren Gesprächen in geeigneter Form an die Gesprächspartner*innen zurückgespielt (vgl. Ausführungen zum Analyse-Raster weiter oben). Das Feedback der Gesprächspartner*innen wiederum fliesst anschliessend in die laufende Überarbeitung des Analyse-Rasters ein. Die Weiterentwicklung des Rasters – insbesondere soll den Gesprächspartner*innen vermehrt geholfen werden, die anstehenden Arbeiten zu priorisieren, d.h. es sollen einfache erste Schritte an die Hand gegeben werden – ist Gegenstand unserer Arbeit im 2021, ebenso die Entwicklung weiterer Tools, abhängig von den Bedürfnissen, die sich in den Gesprächen herauskristallisieren (zum Beispiel: «Muster-Budget», «Das perfekte Fundraising-Gesuch», «Wegleitung Freiwilligenmanagement» etc.). Ggf. ist auch eine Anpassung des Wegleitungs-Faltblatts aufgrund neuer Erkenntnisse in Angriff zu nehmen.

Weitere Tätigkeitsfelder sind folgende:

- Aufbau eines Soundingboards/Roundtables zur laufenden Überprüfung und Qualitätssicherung der Arbeit von Industriekultur Spot sowie zwecks Vernetzung mit relevanten Akteur/-innen (bestehend aus Personen mit Vermittlungskompetenz und thematischer Kompetenz sowie Vertreter*innen von Verbänden und Behörden).
- Vernetzung bzw. Schaffung von Synergien mit anderen Akteur/-innen auf dem Feld der Industriekultur (insbesondere betreffend Sichtbarkeit und Vernetzung). Die nationale Verbandsarbeit im Bereich Industriekultur bedarf einer gemeinsamen Stossrichtung.
- Weiterführende Beratung einzelner Akteur/-innen nach Bedarf im Umfang der gesprochenen Gelder aus den Kantonen GR, TG und ZH (nach einem noch zu definierenden Finanzierungsschlüssel, der durch uns akquirierte Drittmittel für Beratungen zur Verfügung stellt).
- Weiterführung der Best Practice-Sammlung sowie die Ergänzung der Liste mit Hinweisen/Tipps auf der Webseite.
- Erarbeitung eines nachhaltigen Finanzierungsmodells von Industriekultur Spot als nationales Kompetenzzentrum für die Vermittlung von Industriekultur. Dazu gehören auch die Frage nach der Trägerschaft und einem geeigneten Organigramm.

ABSCHLUSS UND DANK

An dieser Stelle möchten wir uns bei Ihnen nochmals herzlich bedanken für die Förderung unseres Projekts durch das BAK im Rahmen des Projektwettbewerbs «Kulturerbe für alle». Die durch den Wettbewerb ermöglichte Auseinandersetzung mit uns seit jeher interessierenden Themen – dem industriekulturellen Erbe und dessen Vermittlung – hat uns motiviert und ermutigt, uns im Rahmen des nun langfristig angelegten Projekts Industriekultur Spot für eine nachhaltige Stärkung der Vermittlung von Industriekultur einzusetzen.

Für das Team Industriekultur Spot:

Melanie Mock (Projektleitung) & Martin Handschin, Dezember 2020



Industriekultur Spot ist eine Initiative von industriekultur.ch. Trägerin beider Projekte ist die Schweizerische Gesellschaft für Technikgeschichte und Industriekultur SGTI