

# Anhang C – Zusammenfassung der Stakeholder Gespräche

## Gesprächspartner:innen:

- Herr Raible, 24.01.2022 (per Telefon)
- Frau Doldinger, 24.01.2022 (via ZOOM)
- Frau Müller, 27.01.2022 (via ZOOM)
- Frau Leibold, 27.01.2022 (via ZOOM)
- Herr Much, 27.01.2022 (via ZOOM)
- Herr Dr. Lindner, 28.01.2022 (via ZOOM)
- Herr Yebio, 31.01.2022 (via ZOOM)
- Frau Taut, 31.01.2022 (via Telefon)
- Herr Beck, 31.01.2022 (via ZOOM)
- Frau Eyrich, Schwarzwälder-Boten, 01.02.2022 (via ZOOM)
- Herr Stingel, 07.02.2022 (via ZOOM) – Einladung für Kulturlabor im Juni 2022
- Herr Hollauer, Bürgermeister, Talgang-Art, 15.02.2022 (in Präsenz)
- Herr Wurm, Freundeskreis Kunstmuseum, 15.02.2022 (in Präsenz)
- Volksbank Albstadt: Herr Kling, Herr Wurm, Vorstände, 15.02.2022 (in Präsenz)

## Originaltöne:

- „Struktur zu schaffen heißt: Viel tun, um Menschen zu bewegen.“
- „Kirchturmdenken muss weg!“
- „Ich weiß, dass es Kulturangebote gibt, leider sind mir diese jedoch nicht sehr präsent.“
- „Es tut sich etwas! Es war die letzten Jahre nichts los!“
- „Wann können wir mal wieder?“ (Covid-19-Pandemie)
- „Wir brauchen keine Stadthalle Balingen!“
- „Wir wissen, dass Albstadt nie die große Kulturstadt wird!“
- „Jeder kocht sein eigenes Süppchen.“
- „Wenig existent, kaum wahrnehmbar.“
- „Die Grundhaltung des Gemeinderats muss sich ändern.“
- „Es braucht einen Blick auf die Stadt.“
- „Wie werden die Unternehmer:innen zu Stadtgestalter:innen?“

## Zukunftsbild der Stadt/Themen der Stadtentwicklung:

- „Der Zusammenschluss der Stadtteile durch die Gebietsreform in den 1970er-Jahren macht ein Zusammenwirken der Stadtteile immer noch schwierig, folglich: Nach 50 Jahren braucht es ein neues Denken!“
- Albstadt soll ein Ort der Begegnung werden, wo jeder Mensch willkommen ist, wo sich Menschen treffen (räumlich) und wo insbesondere Raum für Jugendliche geschaffen wird.
- Albstadt soll bunter und freundlicher werden. Es braucht einen Fokus auf junge Menschen: Junge Menschen brauchen Raum (Best Practise: Schiller/DJ-Kultur)

- Albstadt ist das Mittelzentrum des Zollernalbkreises: Das muss erlebbar werden.
- Regionaler, kultureller Reichtum braucht Raum und Dialog (z.B. über Themen- und/oder Gruppenausstellungen).
- Kleine Pflänzchen müssen etabliert werden.
- Das Risiko bei Großprojekten zu scheitern, ist sehr groß.
- Wo kann man ausgehen? Wie kann man Gastronomie weiterentwickeln – Angebote in Richtung Kulinarik als Teil eines breiten Kulturbegriffs? Wie kann man Kebap-Läden verhindern?
- Gastgartenkultur (Ausweitung der Sperrstundenregelung, aktuell bei 22 Uhr)
- Standortentwicklung: Antworten auf Leerstände, denn diese werden immer offensichtlicher.
- Albstadt ist keine Flanierstadt.
- Bürgerturmplatz sollte attraktiviert werden.

### **Kulturelle Oberziele:**

- Ziel ist es, eine kulturelle Vision für Albstadt mit Inhalten zu entwickeln und Alleinstellungsmerkmale zu definieren (Literaturtage, Eventwiese).
- Man muss Kultur befördern! Aufwand und Ergebnis müssen aber in Relation zueinanderstehen!
- Wir machen „unsere“ Art von Kultur, und diese braucht Raum!
- Albstadt hat einen reichen Schatz an kreativen Leuten, v.a. bildenden Künstler:innen. Dies gilt es als Mehrwert für die kulturelle Identität zu nutzen
- Ein niederschwelliger Zugang zu Kunst und Kultur soll beibehalten werden – das Kulturamt agiert als Dienstleister und Unterstützer und stiftet Erlebnisse.
- Künstler wollen nicht kämpfen, wollen jedoch wahrgenommen werden. Es braucht ein wertschätzendes Miteinander, ein kulturraffines Selbstverständnis der Stadtpolitik!
- Es fehlt eine Kulturlobby, auch im Gemeinderat – Kultur wird gerne auf Vereinskultur reduziert. Es geht jedoch um die kleinen ungeschulten, ungehörten Künstler:innen. Diese brauchen mehr Platz, um neben der „eingekauften“, städtischen Kultur bestehen zu können bzw. wahrgenommen zu werden!
- Kulturelles Leben ist zu wenig sichtbar. Eine spürbare Kommunikationsstrategie soll helfen, mehr Aufmerksamkeit zu erreichen.
- Mehr Fokus auf Kleinkunst: Kann das das Alleinstellungsmerkmal für Albstadt werden und folglich eine klare Abgrenzung zu Balingen ermöglichen?
- Albstadt ist eine Kulturstadt im Sinne der Textilkultur.
- Die Kulturszene braucht einen Impuls.
- Kulturarbeit ist seit vielen Jahren hervorragend – alle tun, was sie können, um im Rahmen des Möglichen, erfolgreich zu sein! Allerdings ist das kein im Vergleich zu Tübingen, Balingen oder gar der Landeshauptstadt Stuttgart.

### **Kulturamt:**

- Kulturamt: Gute Zusammenarbeit – Dienstleistung funktioniert, dürfte phasenweise jedoch etwas mutiger agieren, auch aus der Sicht des Veranstaltens.
- Informationskultur: Wege, um an Informationen von der Stadt (Kulturamt) zu kommen, sind sehr schnell. Funktioniert sehr unbürokratisch.

- Zersplitterte Wahrnehmung, nicht in einem Guss, vieles ist zu erkennen, viel Andockmöglichkeiten (z.B. Lautlingen/Schloss Stauffenberg, Kräuterkasten)
- Kulturelles befindet sich im Vergleich zum Tourismus im Hintertreffen (Finanzen).
- Begrenzte Nachfrage für das Kulturprogramm, trotz zum Teil herausragender Angebote.
- Es fehlen Vernissagen als Ort des Dialogs (Networking).
- Kultur-Kommunikation gilt es zu verbessern!
- Wie kann man Akteur:innen in das kulturelle Leben einbinden (Stärkung des Ehrenamts in Form eines Kulturbegriffs)?
- Unternehmerisches Engagement/Sponsoring im Kulturbereich setzt auf individuelles Regelwerk.
- Bürgerschaftliches Engagement: Stärkung der Dienstleistung für das Ehrenamt.

### **Kulturszene:**

- Fokus auf das Eigene! Die eigenen Stärken fokussieren. Das unterscheidet Albstadt definitiv von Balingen.
- Stärkung von Initiativen: Tal-Gang-Art e.V. belebt mit Veranstaltungen Truchteltingen, Tailfingen und Onstmettingen.
- Viele kleine Bands (Amateurbands): Es gilt deren Wahrnehmung zu stärken, aktuell fehlt es an Raum, Raum in der mittleren Größe! Mehr Outdoor oder in Kneipen! Lokalmatadore funktionieren hier (z.B. „Südlich von Stuttgart“).
- Literaturtage werden hervorragend angenommen!
- Musikschule ist gut, macht viel!
- Eventcharakter funktioniert sehr gut: Eventwiese ist ein gelungenes Format! Funktioniert auch nach Corona im öffentlichen Raum, baut auf ein breites Programm auf (Bands, Kabarett). Bevölkerung hat es angenommen, von jung bis alt, Klappstuhl, Picknickkorb (Müll wurde mitgenommen). Nachahmenswert!
- Museen sind sehr gut!
- Networking: Es gilt, Menschen/Künstler:innen zusammenzubringen – zu vernetzten (Kulturplattform).
- Man sollte nicht zu viel machen, es darf keinen Overkill geben!
- Programme sollten über Generationen hinweg angeboten werden, ebenso interkulturelle Angebote (z.B. Café Asyl).
- Möglichkeiten/Raum für Subkultur fehlt. Wo können sich jungen Menschen ausprobieren (CVJM-Haus)?
- Die Martinskirche ist auch ein Raum für Kulturveranstaltungen.
- Das Kulturprogramm braucht wiederkehrende Formate (z.B. Guitar-Night).
- Kulturprogramm adressiert nicht die breite Masse, folglich entsteht keine hohe Frequenz. Im Gegensatz dazu setzt Balingen auf Massen. Die Stärke für Albstadt besteht in Nischen, in neuen attraktiven Formaten.
- Ideen: Weindorf, zB. Krautfest in Filderstadt, Festival der Kulturen, Stadtfest/Sommerfest (Im Hof / Open Space), Albstädter Sommer, Foodtruck-Festival funktioniert nur mit regionalen Produkten, generell gilt: Feste im öffentlichen Raum unter Einbindung der lokalen Gastronomie.

### **Kulturelle Bildung:**

- Wie können kulturelle Angebote in den schulischen Alltag eingebaut werden (z.B. Stadtbücherei, Maschenmuseum etc.)?
- Es gilt Kooperationen zu schaffen, Themen aus dem Sachunterricht, Bildungsplan wie Demokratie, Persönlichkeitsentwicklung, Gesprächskultur, Frieden etc.
- Über Leitperspektiven über alle Fächer hinweg können kulturelle Kooperationen entwickelt werden – wer ist übernimmt hinkünftig die Verantwortung dazu?
- Mehr Angebote für Familien: Generationen übergreifende Programme gilt es im Kulturprogramm weiter auszubauen.

### **Kulturelle Infrastruktur:**

- Weg von der Halle, hin zum Kulturzentrum, das ein breites Angebot möglich macht.
- Zu prüfen gilt es, inwieweit ein Zentrum mit 600 bis 800 Sitzplätzen auch einen Ort für Ausstellungswesen beheimaten kann.
- Kulturluft: Albstadt braucht einen kulturellen Standort, einen Raum, der mit Kunst/Kultur identifiziert wird, in dem „kulturelle Luft“ geamtet werden kann (Kulturluft schnuppern).
- Es fehlt der Raum für kleine Konzerte, eine Art Club-Charakter (Mittelgröße, 200-300 Leute, mit Technik, wo die Stadt oder einzelne Veranstalter die Kommunikation übernehmen. Kann das Teil der neuen Kulturhalle/-zentrum werden?
- 600-1000 Personen-Halle also Option muss erst hinterfragt werden: Es gilt zu klären, wie groß eine neue Halle sein muss? Kleinere Halle hätte zur Folge, dass es andere Programme benötigt, eine neue Ausrichtung des städtischen Kulturangebots wäre notwendig.
- Eine kleinere Halle kann auch eine flexible Raumsituation mit sich bringen.
- Eine neue Spielstätte benötigt zwingend ein Gesamtkonzept, eine sinnvolle – Umgebungsbebauung, ein schlüssiges Mobilitäts- und insbesondere Parkkonzept.
- Wo soll hinkünftig Kultur stattfinden? Welche Plätze eignen sich für Kunst und Kultur im öffentlichen Raum (Workshop: Stadt als Bühne)? Wo soll Begegnung stattfinden?
- Sautter-Fabrik wäre ein Zukunftsareal für Kunst und Kultur: Hätte etwas Urbanes, ein großstädtisches Flair.
- Fokus: Kneipenkultur. Welche Leistung kann die Stadt dazu erbringen?
- Kultur braucht Atmosphäre. Man muss Kultur riechen, Kultur fühlen!
- Ein neues Kulturzentrum muss ein Treffpunkt werden: Wohlfühlen, Flair, die Menschen müssen auch hinwollen, wenn nichts läuft (Café, Restaurant).
- Dramaturgie: Das neue Kulturzentrum braucht ein Programm, für jung und alt, mit einer dementsprechenden Themenvielfalt.
- Kann man 2 bis 3 Kleinkunsthöhlen etablieren, diese Bühnen auch lebensfähig halten? Fokus: Kleinkunst, auch mit einer Größe von 100 bis 150 Personen. Das hat auch weniger Strukturkosten zur Folge.
- Musikvereine brauchen eine sinnvolle Übergangslösung, wenn die Festhalle umgebaut wird.
- Eine neue Halle braucht Technik (Licht und Sound, Theater-Möglichkeiten).
- Benchmarks: Montforthaus Feldkirch, Inselhalle Lindau, Stadthalle Reutlingen
- Größe vom Thalia-Theater ist ideal für Albstadt.

### **Abgrenzung zu Balingen:**

- Balingen ist das kulturelle Zentrum des Zollernalbkreises. Dies gilt es zu respektieren. Man will mit Balingen konkurrieren, das ist der falsche Ansatz! Selbiges gilt für Reutlingen und Tübingen. Ziel muss es sein, einen Albstädter Flair zu positionieren.
- Es gilt Angebote zu entwickeln, die eine Unterscheidung möglich machen.
- Es gilt auf Ergänzung zu setzen, nicht auf Konkurrenz zu setzen.
- Im Gegensatz dazu steht Albstadt für die Textilgeschichte und kann sich Sportstadt nennen, was Teil eines zeitgemäßen Kulturbegriffes ist.
- Es geht immer auch um die Frage: Was will ich mir als Stadt leisten, was kann ich mir leisten?
- Wir sind eine Region, daher empfiehlt es sich, dass sich die Städte programmatisch abstimmen. „No more of the same“, sondern Schwerpunkte und Profile sind zu entwickeln.
- Regionaler Wettbewerb kann auch behindern, denn es gilt, nicht andere zu kopieren, sondern neue Nischen zu besetzen.

### **Tourismus:**

- Albstadt ist ein Vorreiter der touristischen Entwicklung.
- Unmut bei der Bevölkerung ist wahrzunehmen, da die Traufgänge sehr gut angenommen werden, es jedoch dadurch zu Überlastungen führen kann (Verkehr, Parkraum).
- Bustourismus funktioniert nicht wirklich, da es auch keine Hotels für 50 Personen gibt. (Zukunftspotenzial)
- Die kulturelle Vermarktung muss aus touristischer Sicht verstärkt werden! Im Fokus könnte dabei die Textilgeschichte als Alleinstellungsmerkmal sein.
- Das Kunstmuseum ist ein Magnet über die Grenzen hinaus, das muss touristisch mehr genutzt werden.

### **Betriebsansiedelung:**

- Verkehrsanbindung ist schwierig.
- Es finden sich in Albstadt einige „Hidden Champions“, welche Fachkräfte benötigen.
- Folglich braucht es eine proaktive Innenstadtentwicklung (Cityevent-Konzept).
- Weiche Standortfaktoren, werden zu harten: Es braucht eine gute Schul- und Sportinfrastruktur, aber genauso gute Angebote, um einkaufen zu gehen. Das ist auch entscheidend, für die Wahl des Standorts (Fachkräfte!).
- Das Standortmarketing muss forciert werden. Auch mit Blick auf den Landkreis, überregionales Denken stärkt auch die Stadt.
- Hotellerie und Gastronomie müssen verbessert und ausgebaut werden, auch mit Blick auf mehr interessante Kongresse und Tagungen (Stichwort: MICE-Strategie). Welche Rolle kann die Stadt dabei übernehmen?
- Die Stadt ist äußerst attraktiv für junge Fachkräfte (Familien), da man sich in Albstadt noch einen Bauplatz leisten kann, auch im Wissen, dass in Baden-Württemberg der Zollernalbkreis die höchste Eigenheimquote („Schaffa, schaffa, hütle bauen“) hat.
- Recruiting setzt auf die Attraktivität des Umfeldes der Stadt, was überdurchschnittlich hoch ist.

### **Potenziale:**

- Waldheim als Eventlocation: Zukunftspotenzial mit einer Mischung aus Kultur und Sport. Wie kann dieser Ort von der Stadt unterstützt bzw. genutzt werden, wissend dass sich ein Biergarten und eine Konzertlocation (40m<sup>2</sup>-feste Bühne)finden? Wäre das eine Option für Kleinkultur. Allerdings: Erreichbarkeit mit dem Auto ist schwierig, (Parkplatzsituation ist ein Problem).
- Hallenkonzeption: Relevanz für Tagungs- und Kongressindustrie (MICE-Strategie)
- Konsumfrei Zonen als Anreiz definieren, um einen breiten Kulturbegriff erlebbar zu machen.
- Umkreis von ca. 1 Stunde Fahrzeit nutzen, um Menschen für das Albstädter Kulturprogramm zu erreichen.
- Ausbau der Social-Media-Aktivitäten.
- Tourismus: Kulturelle Angebote für Schlechtwetter.
- Adlerstraße/Tailfingen: Option für Openair-Geschichten

### **Anmerkungen:**

- Rundgang mit Workshopgruppe „Kulturelle Infrastruktur“ zu möglichen kulturellen Orten in der Stadt
- Recherche: Schulkonzept von Groz-Beckert als Best-Practise-Modell?
- Vergleich: Mercedes Benz-Halle in Sindelfingen
- Recherche: Freiraum Balingen <https://www.freiraum-balingen.de>
- Raumbuch für neues Kulturzentrum erarbeiten
- Recherche. Backhaus / <https://www.foerderverein-burgfelden.de/backhaus/>
- Leitbild des Freundeskreises ist gerade in Erarbeitung (Slogan soll entwickelt werden, kein Zeithorizont)
- Zukunft des Medienzentrums