

Handlungsfeld 2

Kulturelles Leben



Wurde der Titel des Handlungsfeldes geändert? Der Name wurde nicht geändert.
Wurde die Struktur der Ziele geändert? Von vier ehemaligen Zielen wurde das bisherige Ziel 3 wegen erfolgter Umsetzung gestrichen und durch eine neues Ziel 3 (Public Arts) ersetzt

Folgende Rückmeldungen von Stadtgesellschaft, Gemeinderat und der Verwaltung waren besonders relevant und sind in den Zielen berücksichtigt:

- Kulturelle Angebote weit öffnen und alle Maßnahmen ergreifen, um sie jeder Person zur Verfügung zu stellen
- Die Stadtgestalt und der öffentliche Raum haben im Sinn von Public Arts gerade in Ludwigsburg besonders gute Voraussetzungen
- Kultur in ihrer Imagewirkung für die Stadt erhalten und ausbauen
- Informationen noch viel mehr ausbauen, damit Angebote und Spektren schnell erfasst werden können
- Einbeziehen und Fördern der Arbeit und Aktivitäten von Initiativen, freien Gruppierungen und Vereinen, auch solchen die bislang nicht gefördert werden
- Inklusiv denken und v.a. die sprachlichen Zugänge erleichtern

Leitsatz des Handlungsfeldes

Kunst und Kultur liegen in Ludwigsburg im Wesen der Stadt. Qualität und Vielfalt des kulturellen Angebots tragen maßgeblich zum weltoffenen und inspirierenden Charakter der Stadt bei – sowohl im Selbstbild als auch in der Außenwirkung. Alle haben Zugang zum kulturellen Leben.

Strategisches Ziel 1 – Qualität und Vielfalt der Angebote

Die Qualität und Vielfalt der kulturellen Angebote sind erhalten und gesteigert.

Operative Ziele

- 1.1: Durch eine zeitgemäße Öffentlichkeitsarbeit und eine gute digitale Infrastruktur werden neue Zugänge geschaffen, und bisherige sowie neue, als auch künftige Publikumsgruppen erreicht.
- 1.2: Fortschreibung der Konzeption des Ludwigsburg Museums im MIK und Erschließung qualifizierter Depotflächen.
- 1.3: Entwicklung einer Förderstruktur und eines Topfes für Kulturprojekte und -maßnahmen, insbesondere im Sinne der Innovation.

Strategisches Ziel 2 – Kulturelle Bildung und Teilhabe

Kulturelle Bildung und Teilhabe sind für alle möglich.

Operative Ziele

- 2.1: Die musisch-kulturellen Bildungsangebote "MusikImpulse" und "KulturImpulse" werden auf das vor-pandemische Angebotsniveau zurückgeführt und als Grundelement der Kulturellen Bildung an Kitas und Grundschulen weiterentwickelt.
- 2.2: Der Zugang zu Kunst und Kultur wird durch Abbau von baulichen, finanziellen und gesellschaftlich-sozialen Barrieren stetig verbessert.
- 2.3: Digitalisierung und der Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien sind Teil der Kulturlandschaft und tragen zur Vermittlung von Kompetenzen im Umgang mit kulturellem Wandel bei.

- 2.4: Die Diversität städtischer Gemeinschaften findet sich in den Kultureinrichtungen und -angeboten wieder.

Strategisches Ziel 3 – Kunst und Kultur im öffentlichen Raum

Kunst und Kultur werden im öffentlichen Raum gelebt und sind sichtbar.

Operative Ziele

- 3.1: Kultur gehört zum Alltag der Bürgerinnen und Bürger. Es werden Orte, Räume und Bühnen zur Verfügung gestellt, die sie als öffentlichen Raum selbst zur kulturellen Gestaltung nutzen können.
- 3.2: Public Art/ Kunst im öffentlichen Raum soll langfristig und stetig wirken. Dazu bedarf es einer konzeptionellen Strategie und der Förderung von kulturellen Aktivitäten und Veranstaltungen auf mehreren Ebenen - sowohl im künstlerischen, baulichen als auch (kultur)touristischen Bereich.
- 3.3: Kunst als Medium der Bürgerbeteiligung nutzen.

Strategisches Ziel 4 – Kunst und Kultur als Schlüssel zur Welt

Kunst und Kultur befördern als Sinnbild eines Schlüssels zur Welt die internationale Identität und Ausstrahlung der Stadt.

Operative Ziele

- 4.1: Die städtepartnerschaftlichen Beziehungen werden nach der Pandemie kulturell neu aufgeladen.
- 4.2: Die Internationalität der Programme in Kulturhäusern und vorhandene Initiativen bzw. Ausdrucksformen werden in der Stadtgesellschaft betrachtet und gefördert.