

#dufürdiekultur

Mehr bürgerschaftliches Engagement für die Kultur



Foto: DAKU

Jutta Dette kommuniziert – nach langjähriger Tätigkeit u.a. für die Kommunikationsabteilung der Staatlichen Museen zu Berlin – die Anliegen und Ziele des DAKU nach außen



Foto: Karsten Flögel

Ulrike Petzold ist Geschäftsführende Vorständin des DAKU, der zusammen mit vielen Partnern auf Initiative der AG Freundeskreise der Stiftung Zukunft Berlin aufgebaut wurde

Kultur braucht dich! – mit diesem Appell ruft der DAKU Dachverband der Kulturfördervereine Bürger*innen in ganz Deutschland auf, sich mit Aktionen und Spenden für den Erhalt der Kultur einzusetzen.

Erst kürzlich wurden durch das Anschlussprogramm NEUSTART KULTUR und Überlegungen für einen Drei-Stufenplan der Länder zur Wiederaufnahme des kulturellen Lebens positive Signale gesetzt. Doch um die Aufmerksamkeit für kulturelle Angebote während der Pandemie zu erhöhen, Publikum in der Zeit danach zu gewinnen und auch um weitere finanzielle Engpässe zu überbrücken, bedarf es der Unterstützung aller.

Der DAKU Dachverband der Kulturfördervereine will daher gerade jetzt noch mehr Bürger*innen dafür gewinnen, sich aktiv für unser Kulturleben einzusetzen und mit Blick in die Zukunft spartenübergreifend und quer durch die Gesellschaft alle Kräfte zu bündeln und neue Allianzen vor Ort zu bilden: »Wir wollen helfen, die bewährten Strukturen zu bewahren und neue zu schaffen für die Zeit, wenn der Kulturbetrieb wieder

auf eigenen Füßen stehen muss,« so die Initiatoren der Kampagne in ihrem gemeinschaftlichen Appell.

Kulturfördervereine – Freund*innen der Kultur und einer offenen Gesellschaft

Als einen wichtigen Player dafür sieht der DAKU die Kulturfördervereine selbst, von denen es deutschlandweit rund 17.000 gibt. Denn sie bieten gewachsene Strukturen und wissen, wo vor Ort Hilfe gebraucht wird. Angedockt an ein Museum oder Theater, ein Opernhaus oder eine Dorfkirche (in einigen Fällen aber auch als eigentlicher Träger einer Institution oder Aktivität) unterstützen die zu 86 Prozent ehrenamtlich organisierten Vereine diese Einrichtungen und an ihnen tätige Kulturschaffende –

sowohl finanziell durch Mitgliedsbeiträge und Spenden als auch ideell durch eingebrachte Zeit, Kompetenz und Kontakte ihrer Mitglieder.

Als Freund*innen treten die Vereinsmitglieder – auch in Krisenzeiten – für Kultur ein und gehören damit zum drittgrößten Engagementbereich in Deutschland. Für »ihre« Kulturinstitutionen fungieren die Vereine zugleich als Multiplikatoren und als Sprachrohr der Gesellschaft, sie tragen zur Publikumsgewinnung und -bindung bei und können Transformationsprozesse in den Kulturinstitutionen begleiten. Für sie gehört ihr bürgerschaftliches Engagement zum Wesen unserer offenen Gesellschaft und gelebten Demokratie.

Einsatzbereitschaft und Fantasie – auch in Pandemiezeiten

Seit Ausbruch der Pandemie haben Kulturfördervereine im ganzen Land fantasievolle Ideen zur Aufrechterhaltung und Unterstützung des Kulturbetriebs entwickelt und wegweisende Hilfsaktionen gestartet – von Spendenaktionen in Millionenhöhe für Kultureinrichtungen und selbstständige Künstler*innen, Instagram-Live-Gesprächen im Museum



und gestreamten Konzerten bis hin zu ganzen Online-Festivals. Und auch analog waren viele Vereine ideenreich. Um auf aktuelle Veranstaltungen hinzuweisen, druckte beispielsweise der Förderverein Fränkisches Freilandmuseum e. V. QR-Codes auf Zuckertütchen in Eisdielen, Coffeeshops und Hotels. Der Freundeskreis der Stadtbibliothek Villingen-Schwenningen e. V. nutzte die Schließzeiten der Bibliothek, um in einem Aktionsbündnis mit anderen Kulturfördervereinen gegen Kürzungen des Kulturhaushalts ihrer Stadt vorzugehen. Eine Vielzahl dieser Aktionen hat der DAKU gesammelt und öffentlich gemacht, um andere anzuregen und zu zeigen, was trotz geschlossener Theater und Museen getan werden kann.

Mit allen Generationen für die Kultur

Die Vereine bieten somit eine ideale Basis, um im Sinne eines lebendigen Kulturlebens auch in und während der Pandemie zu agieren. Die Homepage zur Kampagne www.dufuerdiekultur.de zeigt, wo sich Interessierte diesen Vereinen anschließen können: Über eine Postleitzahlsuche, die laufend erweitert wird, lassen sich hier erstmalig Kulturfördervereine in ganz Deutschland ausfindig machen und Vereine einzelner Sparten in der Umgebung herausfiltern.

Auch für Junges Engagement ist ein Such-Filter eingerichtet. Damit will die Kampagne nicht nur junge Kulturfreund*innen ansprechen, sondern auch für die Vereine gezielt bei der Suche nach jungem Nachwuchs helfen. Denn wie überall im Engagementbereich so ist dieser auch bei den Kulturfördervereinen gefragt.

Unterstützt wird der DAKU hier vom Jungen Think Tank im DAKU – einem Netzwerk engagierter junger Kulturfördernder aus unterschiedlichen Sparten, das sich zum Ziel gesetzt hat, noch mehr junge Menschen für die Förderung der Kultur zu gewinnen. Gleich zum Kampagnenstart machte der Junge Think Tank auf das Junge Engagement für die Kultur aufmerksam, als er zusammen mit Capgemini Invent erstmalig den Förderpreis Junge Kulturförderung an den Festival für Freunde e. V. verlieh. Ausgezeichnet wurde dessen Ansatz, das Festival in ländlichen Regionen in Brandenburg barrierefrei und interaktiv digital zu gestalten.

#dufuerdiekultur - Botschaften

Auch bei der Kampagne setzt der DAKU auf den Digitalen Raum. Unter dem Hashtag #dufuerdiekultur wird die Kampagne derzeit mit gemeinschaftli-

cher Unterstützung der Kulturfördervereine und weiterer Partner über Social Media-Kanäle verbreitet. Einen ersten Aufschlag macht die aktuell startende Aktion »Gesicht zeigen«.

Social Media Posts im Rahmen der Kampagne #dufuerdiekultur

Bei den verschiedenen geplanten Aktionen freut sich der DAKU über alle, die sich aktiv daran beteiligen: berichten, Posts teilen und eigene Beiträge aufsetzen, um auch möglichst viele zu erreichen, die sich bisher noch nicht für die Kultur eingesetzt haben. Denn gerade jetzt, in dieser schwierigen Phase, will der Dachverband an dem Bewusstsein und der Überzeugung festhalten, dass unser aller Einsatz für die Kultur ein wesentlicher Beitrag ist, diese gesamtgesellschaftliche Krise zu bewältigen. Denn »Kultur braucht dich« so der Leitsatz der Kampagne, damit sie unser aller Lebensmittel bleibt.

Die Kampagne #dufuerdiekultur wurde mit einer Arbeitsgemeinschaft aus DAKU-Mitgliedern und der Hamburger Agentur Honey entwickelt. Sie wird gefördert von der Deutschen Stiftung für Ehrenamt und Engagement. ■

