
BERICHT

Beim 9. Symposium der Kulturfördervereine am 22. März 2019 in der Landesvertretung von Nordrhein-Westfalen beim Bund in Berlin kamen rund 120 Vertreterinnen und Vertreter der Kulturfördervereine in Deutschland zusammen. Vereine aller Sparten waren vertreten, wobei Museen den größten Anteil darstellten. Unter dem Themenschwerpunkt „Vom Netzwerken zum Kooperieren – Wie Kulturfördervereine stärker werden“ beleuchtete das Symposium Chancen und Herausforderungen des kooperativen Arbeitens mit dem Ziel, dieses auch für Kulturfördervereine stärker nutzbar zu machen. Als neues Netzwerk stellte sich der im Juli 2018 neu gegründete Dachverband der Kulturfördervereine in Deutschland e. V. vor, der anlässlich des Symposiums erstmalig an die Öffentlichkeit trat.

GRUSSWORT

„Willst du mit mir gehen?“ – Familienministerin Dr. Franziska Giffey wählte die treffenden Worte, als sie das Symposium eröffnete: In ihrer erfrischenden und engagierten Rede lobte sie die Arbeit der Kulturfördervereine bundesweit. Insbesondere den Beitrag der Vereine zur gesellschaftlichen Teilhabe und zu einem selbstbestimmten, toleranten und demokratischen Miteinander hob die Ministerin lobend hervor.

Ausdrücklich begrüßte sie die Gründung des Dachverbands der Kulturfördervereine in Deutschland e. V. (DAKU), den das Familienministerium in der Gründungs- und Aufbauphase konstruktiv begleitet und finanziell unterstützt. Das bürgerschaftliche Engagement für die Kultur solle – so Giffey – auch durch die neu gegründete Abteilung



© DAKU / Yehuda Swed, SeeSaw

für gesellschaftliches Engagement, das jüngst entfristete Bundesprogramm „Demokratie leben“ und die vom Familienministerium angestrebten Engagement-Stiftung unterstützt werden. Angestrebt werden damit u.a. die Stärkung der Anerkennungskultur, die Hilfe bei Antragsstellungen und der digitalen Weiterentwicklung oder auch die Förderung von Netzwerken und Stärkung von Partnerschaften vor Ort – allesamt Ziele, die auch der DAKU verfolgt.

GESPRÄCH

KULTURFÖRDERVEREINE IN ZAHLEN UND FAKTEN – ZIELE DES DACHVERBANDS

Ziele des DAKU sind im [1. Policy Paper](#) „Kulturfördervereine in Deutschland – Status und Handlungsbedarfe“ formuliert, das der DAKU gemeinsam mit ZiviZ im Stifterverband und unter Beteiligung der Bundesverbände mehrerer Kultursparten entwickelt hat. In einem Dreierteam stellten Jens-Rainer Jänig (Vorstandsvorsitzender Förderverein Berlinische Galerie e. V. und Mitinitiator des DAKU), Jana Priemer (Leiterin des Bereichs organisierte Zivilgesellschaft ZiviZ gGmbH) und Prof. Dr. Frank Druffner (Vorstandsvorsitzender DAKU und Stellvertretender Generalsekretär der Kulturstiftung der Länder) Genese und Inhalte des neuen Positions- und Strategiepapiers vor. Basierend auf den in fünf Handlungsfeldern erhobenen Zahlen und Fakten zu Kulturfördervereinen in Deutschland wurden Aufgaben formuliert, denen sich der DAKU zukünftig in Zusammenarbeit mit anderen mitgestaltenden Partnern aus Politik, Verwaltung, Wissenschaft und Gesellschaft widmen wird. [Download](#)

Übergeordnetes Ziel des DAKU ist es, das bürgerschaftliche Engagement für die Kultur sichtbar zu machen, Kulturfördervereine deutschlandweit zu vernetzen und ihre Arbeit weiterzuentwickeln. Eine besondere Herausforderung stellt dabei die Gewinnung neuer Mitglieder dar sowie die Weiterbildung im Bereich Kommunikation und Management.



© DAKU / Yehuda Swed, SeeSaw

Prof. Druffner machte gerade hier die Notwendigkeit der engen Zusammenarbeit des DAKU mit den Kulturfördervereinen deutlich und ermunterte diese zu Kritik und Anregungen. Erst durch das aktive Einbringen der Vereine sei es dem DAKU möglich, seine Arbeit bedarfsorientiert weiterzuentwickeln. In einer gemeinsam mit ZiviZ geplanten Studie sollen die im Policy Paper aufgemachten Bereiche vertieft und erweitert werden.

VORTRAG UND PODIUMSDISKUSSION

Die hier wie auch im Grußwort der Ministerin und im Motto des Symposiums hervorgehobene Dringlichkeit stärkerer Zusammenarbeit war auch Thema zweier Vorträge und der anschließenden Podiumsdiskussion. Kenntnisreich und charmant wurden die Beiträge von Petra Gute moderiert. Teilnehmende aus dem Publikum ergänzten sie mit Beispielen aus der Praxis.

STRATEGISCHES NETZWERKEN, ERFOLGREICH KOOPERIEREN – WIE GEHT DAS?

Einen Einblick in die Chancen und Hürden des Netzwerkens und Kooperierens gab Katja Geerdes. In ihrem Vortrag fächerte sie die Bandbreite kooperativen Arbeitens vom informellen Informationsaustausch bis hin zu einer rechtlichen Verschmelzung von Einrichtungen auf und zeigte anhand von Beispielen aus ihrer Arbeit als Leiterin der Transferagentur für Großstädte Bremen, Deutsche Kinder- und Jugendstiftung, welche Schritte beim strategischen Aufbau neuer Partnerschaften wichtig sind – vom Festlegen konkreter Ziele über die aktive Suche nach Verbündeten bis hin zur offenen Kommunikation über die Potenziale und Grenzen aller beteiligten Partner. Sie machte deutlich, dass die Zusammenarbeit auf freiwilliger Basis und auf Augenhöhe Grundvoraussetzung für strategisches Netzwerken und erfolgreiches Kooperieren ist. Für alle Beteiligte müsse ein eindeutiger Mehrwert geniert werden, die Win-Win-Situation solle offen angesprochen werden, finanzielle, personelle und ideelle Grenzen seien klar zu benennen. [Download](#)



WIE NETZWERKT DER NACHWUCHS? PRAXISBEISPIELE DER JUNGEN FREUNDE STAATSGALERIE

Das vorgestellte Themenspektrum ergänzte Sascha Lichtenheldt (Vorstandsmitglied der Freunde der Staatsgalerie Stuttgart e. V. und Sprecher der Jungen Freunde Staatsgalerie) unter dem Titel „Wie networkt der Nachwuchs?“ mit Praxisbeispielen. [Download](#)

Er zeigte u. a. auf, wie es den Jungen Freunden Staatsgalerie durch Konzepte wie exklusive Führungen und Workshops im Kontext von Team-Building / Onboarding gelungen ist, gegenüber Unternehmen weg von der Bittsteller-Position hin zur partnerschaftlichen Kooperation zu gelangen. Um Konflikte bei der Ansprache von Kooperationspartnern zu vermeiden, sei – insbesondere bei der Kooperation mit Unternehmen – auf die enge Abstimmung mit der „eigenen“ Kultureinrichtung zu achten. Ebenso sollten die steuerliche und rechtliche Würdigung einer vertraglichen Kooperation zum Schutz der Gemeinnützigkeit, aber auch die Folgen eines Imagetransfers vom Kooperationspartner auf den Freundeskreis (insbesondere im Bereich Sponsoring) im Blick gehalten werden. Als besondere Chance des strategischen Netzwerkens und Kooperierens nannte Lichtenheldt die Erschließung neuer Zielgruppen durch Multiplikatoreffekte, die Erhöhung des Mitgliederpotentials ebenso wie die Entwicklung neuer Ideen durch Best-Practice-Austausch. Zugleich werde die öffentliche Wahrnehmung eines Freundeskreises dadurch gestärkt und der Verein finanziell entlastet.

PODIUMSDISKUSSION

Die Teilnehmenden der Podiumsdiskussion beleuchteten die Vorzüge und Herausforderungen von Netzwerken und kooperativem Arbeiten aus Sicht ihrer jeweiligen Institution und gaben Beispiele aus der Praxis. Dr. Matthias Dreyer (Leiter Verwaltung Stiftung Niedersachsen) machte deutlich, dass Kultur nicht als Sahnehäubchen zu begreifen sei, sondern eine Notwendigkeit sei, um gesellschaftliche Herausforderungen zu steuern. Es gelte, die Kräfte zu bündeln, um gemeinsam mit starker Stimme zu sprechen. Als Beispiel stellte er die Stiftungsinitiative Hannover vor, in der sich große Stiftungen zusammengetan haben und beispielsweise den Stiftungstag Hannover mit inzwischen über 100 beteiligten Stiftungen aus der Region, jährliche Netzwerktreffen oder auch ein Verzeichnis der regionalen Stiftungen ins Leben gerufen haben. Netzwerke seien als strategische Allianzen wichtig – zum Beispiel gegenüber der Politik. Wenn es gelänge, auch bei den Kulturfördervereinen verstärkt Kooperationen untereinander und mit Partnern aus kulturnahen Organisationen oder anderen Sektoren anzustoßen, sei ein großes Ziel erreicht. [Download](#)



Dr. Holger Krimmer, Geschäftsführer ZiviZ gGmbH im Deutschen Stifterverband sprach sich ebenfalls für die bessere Vernetzung der Zivilgesellschaft untereinander aus. Er wies darauf hin, wie wichtig es sei, dass der DAKU mit anderen Verbänden der Zivilgesellschaft zusammenarbeite, um gerade auch bei der politischen Arbeit mit einer größeren Stimme aufzutreten.



Dr. Annette Fugmann-Heesing (Vorstand DAKU) hob die Absicht des neu gegründeten Dachverbands hervor, nicht nur den Austausch der Kulturfördervereine untereinander zu forcieren, sondern auch auf Bundes- und Länderebene sowie auf kommunaler Ebene Kräfte gegenüber der Politik zu bündeln. So sind bereits Netzwerkveranstaltungen in der Metropolregion Rhein-Neckar, in Berlin und in Niedersachsen avisiert, ebenso in NRW, wo Gespräche mit der Landesregierung bereits stattgefunden haben.

René Mittelstädt (Leiter Fachpolitik Kultur und Wissenschaft, Landesvertretung NRW) bestätigte die Bereitschaft zur Zusammenarbeit und ermutigte den DAKU wie auch die Kulturfördervereine, die Ressourcen der Landesvertretungen zu nutzen. Ein anschauliches Beispiel für gelungene Zusammenarbeit stellte aus dem Publikum heraus Hartmut Höder vom Hildesheimer Museumsverein vor. Unter dem Stichwort „Kultur.Spitzen“ haben sich anlässlich des Stadt- und Bistumsjahres 2014/15 Hildesheimer Kulturinstitutionen zusammengefunden, die gesellschaftlich organisiert sind und sich in ihrer Arbeit untereinander abstimmen und miteinander kooperieren.

Dies gelingt überaus erfolgreich und führte u. a. dazu, dass die Einrichtungen aktuell gemeinsam die Bewerbung zur Kulturhauptstadt vorbereiten.

Einig waren sich alle Podiumsteilnehmende, dass Netzwerke und Kooperationen – trotz der Herausforderungen und Mühen, die sie mit sich bringen – nicht nur lohnenswert, sondern für Kulturfördervereine unverzichtbar sind. Denn der Austausch von Wissen, von Fähigkeiten und Kompetenzen, Ressourcen und Kontakten dient der besseren Bewältigung der Herausforderungen des operativen Alltags in den Vereinen, der Knüpfung strategischer Allianzen und der Finanzierung von Aktionen. Zudem trägt er maßgeblich zur erhöhten Wahrnehmung der gesellschaftlichen Verantwortung der Kulturfördervereine bei.

PRAXIS-FOREN

In anschließenden Praxis-Foren in Form von Workshops und Runden Tischen vertieften Expert*innen im Austausch mit den jeweils Teilnehmenden das Thema „Netzwerken und Kooperieren“ und diskutierten Strategien zu nachhaltiger Organisationsentwicklung. Die Teilnehmenden lernten digitale Werkzeuge und Tools kennen, erhielten Informationen für den Bereich „Finanzen, Steuern, Recht“ und entwickelten Ideen und Strategien zur



Besetzung von Gremien. Neben dem durch die Expert*innen vermittelten Hintergrundwissen gaben Praxisbeispiele aus den Freundeskreisen Anstoß für Fragen und angeregte Diskussionen. Von den Teilnehmenden bewerteten 89 Prozent die Praxis-Foren als sehr gut und gut; 94 Prozent gaben an, dass sie neue Anregungen für ihre Arbeit erhalten haben.

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Ulrike Petzold (Geschäftsführender Vorstand DAKU) fasste abschließend die Ergebnisse des Symposiums hinsichtlich des übergeordneten Themas „Vom Netzwerken zum Kooperieren“ zusammen und setzte dies in Zusammenhang mit den zukünftigen Arbeitsbereichen des DAKU:

- Deutlich wurde, dass die Vernetzung einen Zugewinn für die Arbeit der Kulturfördervereine darstellt. Der DAKU setzt sich als Netzwerk für den – insbesondere lokalen und regionalen – Erfahrungsaustausch seiner Mitglieder untereinander ein, um damit seiner Hauptaufgabe, der Vernetzung der Fördervereine mit Partnern im Weiterbildungsbereich, nachzukommen. Auf seiner Homepage www.kulturfoerderevereine.eu wird der DAKU entsprechende Informationen bereitstellen (z. B. einen Fragen/Antworten-Katalog zum Steuerrecht, Musterverträge, Kontakte zu Informationen über Datenschutz, Links zu Weiterbildungsangeboten in Bereichen der praktischen Vereinsarbeit).

- Die eigene Wirksamkeit wird erhöht, wenn Interessen gebündelt und mit starkem kollektivem Rückhalt weitergetragen werden. Als Interessenvertretung bündelt der DAKU Stimmen der Kulturfördervereine in Deutschland und organisiert den spartenübergreifenden Auftritt der Vereine. Er informiert über ihre bürgerschaftliche Arbeit und ihre Bedarfe und fungiert als Ansprechpartner für Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Mit dem BMFSFJ und dem BKM (mit Kulturstaatsministerin Grütters als Schirmherrin des DAKU) hat der DAKU auf Bundesebene bereits zwei enge Partner gewonnen, derzeit nimmt er weitere Kontakte zu den Ländern und Kommunen auf.
- Der DAKU bittet alle, bei der Suche nach geeigneten Partnern – vor allem für die Weiterbildung – mitzuwirken und damit gemeinsam einen starken Dachverband aufzubauen, der möglichst viele Kulturfördervereine unterstützen kann.

ANHANG

MATERIAL AUS DEN PRAXIS-FOREN

ZUSAMMENARBEITEN

NETZWERKEN UND KOOPERIEREN: WIE GEHT DAS?

Instrumente und Beispiele

Katja Geerdes und Kathrin Flaßpöler. Leitung Transferagentur für Großstädte Bremen, Deutsche Kinder- und Jugendstiftung [Download Vortrag](#)

ORGANISATIONSENTWICKLUNG

WELCHES LEITBILD BRAUCHT UNSER FÖRDERVEREIN?

Diskussion über Aufgaben und Selbstverständnis

Katrin Lorbeer, Vorstandsvorsitzende MUTHEA e. V.

- Der Workshop verfolgte drei Ziele: Die Teilnehmenden sollten sich auf originelle Art kennenlernen, als Gruppe miteinander arbeiten und mindestens drei gute Ideen mit nach Hause nehmen.
- In einem Design-Sprint entwickelten die Teilnehmenden kreative Lösungen für ihre individuellen Bedürfnisse im Verein: u. a. neue Veranstaltungsformate, Kooperationen mit Testimonials, die Entdeckung neuer Locations, Ideen fürs Story Telling und die Nutzung von Synergieeffekten mit externen Partnern.
- Über allen Anregungen stand das Motto der Eigenständigkeit und Unverwechselbarkeit. Letztlich sollte ein Verein – und darin waren sich alle einig – „Mut zur Lücke“ haben: Lieber originell sein als angepasst.

DIGITALE WERKZEUGE

DIGITALE WERKZEUGE BEDARFSGERECHT NUTZEN

Tipps zu einfachen und kostengünstigen Lösungen für Veranstaltungsmanagement, Newsletter und Büroorganisation

Dr. Felix Francke, Digitalisierung und Social Media, Stiftung Zukunft Berlin [Download Handout](#)

- In der Auswahl digitaler Werkzeuge ist nicht entscheidend, was als das Beste und Neueste gilt, sondern arbeitsnahe Fragen sind relevant wie: Welche Programme und Nutzerkonten sind bei uns und bei unseren Mitgliedern bereits vorhanden? Können es alle bedienen? Können wir es uns leisten?
- Digitale Werkzeuge sind keine Wundermittel. Sie können Arbeitsprozesse vereinfachen, doch die Nutzung kann auch negative Auswirkungen bis hin zum Kontaktverlust zu Bestandsmitgliedern beinhalten, etwa bei Aufgabe postalischer Einladungen/Anmeldungen.
- Digitalisierung sollte daher nicht als rein technische Umstellung gesehen werden. Vielmehr birgt jeder Wechsel einen starken persönlichen Vermittlungsauftrag der Verantwortlichen gegenüber den Mitgliedern, der von Anfang an eingeplant werden sollte.

DIGITAL UND ANALOG VERNETZEN

Community Aufbau, Abfragen, Debatten und Wissenstransfer

Hanna Gleiß, das NETTZ, betterplace lab

Diskutiert wurden folgende Fragen und Aspekte:

- Warum vernetzen? Vorteile analog-digital
- Wie erreicht man seine Zielgruppe, welche digitalen Kanäle sind sinnvoll und passend?
- Herausforderungen von digitalen Tools, z. B. Datenschutz, IT-Sicherheit
- sich im Team organisieren, gemeinsam an Dokumenten arbeiten, Transparenz bei Projekten: Bsp. trello, Google Docs
- digitale Austausche mit Zoom, analoge Stammtische
- Formate, die Wissenstransfer und Vernetzung fördern

MITGLIEDERBINDUNG

WIE UND WOZU GRÜNDE ICH EINE JUNGE SEKTION?

Erfahrungsaustausch von der ersten Idee bis zur Umsetzung

Patrick Kamann, Sprecher der Bundesinitiative Junge Freunde Kunstmuseen

- Die Motivation, eine junge Sektion im Förderverein zu gründen, sollte aus der Überzeugung heraus entstehen, den Bildungsauftrag in die junge Generation zu tragen. Junge Sektionen agieren als Multiplikatoren, die die Botschaft des Vereins über das eigene Publikum hinaustragen.
- Das Profil und die satzungsbedingten Ziele des Fördervereins sollten sich in der jungen Sektion widerspiegeln. Eine Zielgruppenanalyse hilft bei der Entscheidung, welches Publikum angesprochen werden sollte.

- Junge Sektionen sind Zukunftsinvestitionen für die Fördervereine. Der Impuls für die Gründung muss primär ideell sein, weniger pragmatisch.
- Die Etablierung einer jungen Sektion setzt das Bewusstsein des Vorstandes voraus, dass diese in der Gründungsphase vieler Ressourcen bedarf. Mit einem klaren Bekenntnis trotz dieser Herausforderung lässt sich langfristig eine erfolgreiche junge Sektion aufbauen.

WIE GEWINNEN WIR PASSENDE PERSÖNLICHKEITEN FÜR UNSERE GREMIEN?

Erfahrungen und Methoden aus Kulturinstitution und Verein

Markus Wener, Leiter Abteilung Drittmittel, Gremien und Veranstaltungen, Landesmuseum Württemberg [Download Handout](#)

FINANZIERUNG, STEUERN, RECHT

PROJEKTE ZUM SPENDENAUFTRUF: VON WORTPATENSCHAFTEN BIS ZU SPATENSTICHEN

Kulturfördervereine berichten

Bärbel Cronau-Kretschmar, Vorstand Kulturverein Krawatte e. V. [Download Projektskizzen](#)
Christina Dalchau, Museumspädagogin Kleist-Museum Frankfurt (Oder)

- Gelder sammeln funktioniert in verschiedensten Bereichen der Fördervereine gleich
- das Wissen um engagierte Vereinsmitglieder stimmt positiv für die weitere Arbeit
- gemeinsames „Jammern“ und „Schulterklopfen“ tut gut!

GEMEINNÜTZIGKEITSRECHT: WAS IST ZU BEACHTEN?

Grundlegendes, Neuerungen und Erfahrungen aus Betriebsprüfungen des Finanzamts

Markus Patzek, Rechtsanwalt, Ebner Stolz

- Kurze Darstellung der Rechtsgrundlagen der Gemeinnützigkeit
- Darstellung der Aufgabe der Fördervereine, besondere Problemstellung der Mittelweiterleitung
- Diskussion Spende und Mitgliedsbeitrag – Wo liegen die Unterschiede?
- Diskussion: Welche Leistungen können den Mitgliedern zur Verfügung gestellt werden, ohne die Gemeinnützigkeit zu gefährden? (Stichwort: Selbstlosigkeit); Besprechung der aktuellen Auffassung des BMF
- Darstellung des Themas „Sponsoring und Gemeinnützigkeit“
- Kurze Darstellung der aktuellen Themen in der Gemeinnützigkeit
- Erfreulich war die lebhaftige Diskussion mit den Teilnehmenden der Gesprächsrunden.

FUNDRAISING – MIT DER PASSENDEN STRATEGIE NEUEN QUELLEN

Methoden und Konzepte einer erfolgreichen Mittelgewinnung für Kultureinrichtungen

Wiebke Doktor, Fundraising-Managerin und systemische Organisationsentwicklung, Geschäftsführerin des Conversio Institutes und Leiterin der Fachgruppe Kultur im Deutschen Fundraising Verband

- In beiden Runden besteht der Wunsch nach Fortbildungen zu Fundraising-Themen.
- In Runde 1 werden vor allem Strategien zu Unternehmenskooperationen und Gewinnung privater Mitglieder vorgestellt.
- In Runde 2 sind die Teilnehmenden mehr an grundlegenden Informationen zum strategischen Ausbau von Fundraising interessiert und bringen Erfahrungen vor allem in projektbezogenem Fundraising mit.
- Die meisten Vereine erreichen ihre Grenzen, wenn es um eine kontinuierliche Pflege und Betreuung der Spender*innen geht, da dies ehrenamtlich kaum zu leisten ist.
- Hier sind Vereine im Vorteil, die hauptamtliche Kräfte haben oder die in die hauptamtlichen Strukturen der Kultureinrichtungen eingebunden sind.

TEILNEHMENDE

Teilnehmerinnen und Teilnehmer



