

2. FORUM KulturScouts Bergisches Land

Theater und Konzerthaus Solingen
21. Februar 2017



REFLEXIONSRUNDE – ERGEBNISSE

Anwesend insgesamt 22 Personen

Kulturorte:	11 Personen	Projektträger und
Schulen:	3 Personen	interessierte Einrichtungen: 8 Personen

Anwesende Kulturorte äußern Enttäuschung darüber, dass bisher so wenig KulturScouts-Klassen ihre Einrichtungen besucht haben – wünschen sich wesentlich mehr Buchungen über das Projekt

GESCHÄFTSSTELLE

- **Verhältnis Kulturorte zu Schulen bisher für Kulturorte unvorteilhaft**, daher leider zunächst wenige Besuche für viele Einrichtungen:
 - o Schuljahr 2015-16: 18 Kulturorte zu 12 Schulen
 - o Schuljahr 2016-17: 26 Kulturorte zu 18 Schulen
- **Geplant ist, sukzessive mehr Schulen** aufzunehmen, um dies auszugleichen – im Schuljahr 2017-18 erstmals mehr Schulen als Kulturorte
- **Problem: Förderung** dafür muss gesichert werden, da die gesamten Projektkosten anteilig mit Anzahl der Schulen steigen

Was können wir tun?

KULTURORTE

Projekt befindet sich immer noch in der Anfangsphase – die **weitere Entwicklung ist abzuwarten**

GESCHÄFTSSTELLE

Viele neue Klassen besuchen bevorzugt einen Kulturort – wenn den Schulen bei Neuaufnahme geraten wird, **eine Klasse über mehrere Jahre teilnehmen zu lassen**, würde dies für eine breitere Verteilung der Buchungen sorgen

Warum werden Museen bisher wenig besucht? Werden diese außerhalb des Projektes sowieso besucht? Oder als zu „langweilig“ wahrgenommen?

SCHULEN

Notwendigkeit des Lehrplanbezugs eines Besuches:

- Bsp. Klasse 6 – hier besonders leicht, da koordinierende Lehrkraft in dieser Stufe viele Fächer unterrichtet und so Besuche gut einbinden kann
- Bsp. Kurs „Künstlerisch-Ästhetische Bildung“ (KÄB) – Theater-Schwerpunkt beeinflusst Angebotsauswahl

Was können wir tun?

KULTURORTE

Lehrplanbezug der aktuellen KulturScouts-Angebote **prüfen**

Lehrplanbezug bei Überarbeitung bzw. Neukonzipierung **verstärkt berücksichtigen**, vor allem bei Fächern wie Gesellschaftslehre (Geschichte, Politik, Erdkunde etc.), da gerade Museen dieses Themenspektrum gut abdecken

SCHULEN / GESCHÄFTSSTELLE

Fachlehrer für **Gesellschaftslehre** auf das KulturScouts-Angebot **aufmerksam machen** und Relevanz für Fachbereich betonen,
z. B. *teilnehmende Lehrer berichten über Projekt in internen Fachkonferenzen*

SCHULEN

Sind **oft unsicher, ob Museumsangebot inhaltlich zu Unterricht passt** und ob Themen **altersgerecht und handlungsorientiert umgesetzt** werden

Was können wir tun?

GESCHÄFTSSTELLE

Qualitätskriterien für KulturScouts-Angebote und KulturScouts-Manifest **besser an Kulturorte und Schulen kommunizieren**, um Unsicherheiten gezielt anzusprechen

SCHULEN

Besuche außerhalb des Projektes schwierig bis unmöglich:

- **Kostenübernahme durch Projekt** macht wegen schwieriger finanzieller Verhältnisse sehr vieler Schüler Besuche erst möglich
- Zusätzliche hohe **organisatorische Schwellen für Lehrkräfte**: Vertretung in Abwesenheit, Unterrichtsplanung nachholen, verpasstes Pensum aufarbeiten

Ist der KulturScouts-Katalog attraktiv genug für Schüler?

KULTURORT

Katalog sei **visuell nicht ansprechend** für Schüler

SCHULEN

Folgende Faktoren **erschweren Auswahl** sowohl für Lehrer als auch Schüler:

- Manche Texte bieten **zu wenig Informationen zu Inhalt und Ablauf** der Angebote
- Texte oft zu abstrakt und **nicht schülerorientiert genug**
- **Zu wenig ansprechende Fotos**, die die Angebote illustrieren

GESCHÄFTSSTELLE

Bei ca. 50% der Klassen wählen die Schüler (oft aus einer Vorauswahl von der Lehrkraft), bei ca. 50% entscheidet die Lehrkraft bzw. die Kursausrichtung (z. B. bei KÄB- und „Darstellen und Gestalten“-Kursen)

Was können wir tun?

KULTURORTE / GESCHÄFTSSTELLE

Ausrichtung der Texte überdenken:

- Wie können die Angebote beschrieben werden, sodass Lehrer und Schüler relevante Informationen erhalten?
z. B. *spezielle Schülertexte schreiben, Ansprache und/ oder Sprachniveau ändern, Inhalte mehr detaillieren*

Bei Interesse der Kulturorte: **Organisation eines kostenfreien Text-Workshops** mit einem externen Experten

GESCHÄFTSSTELLE

Graphische Gestaltung von Katalog und Webseite überdenken:

- Wie könnte eine schülerorientiertere Gestaltung aussehen? Könnte man Schüler in die Gestaltung einbeziehen?
z. B. *Gestaltung von Cartoons zur Illustration der Angebote, Gestaltung eines Cartoon-Maskottchens, Gestaltung der Titelseite – möglich als Projektarbeit mit Schülern*

Können wir mehr Schüler für Kulturorte begeistern, indem die „KulturScouts“ selbst als innerschulische Multiplikatoren gestärkt werden?

SCHULEN

Sehr gute Multiplikatoren sind besonders die Schüler, deren **Klasse seit Projektbeginn dabei** ist (jetzt Klasse 6):

- **Hoher Identifikationsgrad** der Schüler mit dem Projekt
- **Innerschulisch als KulturScouts präsent**, z. B. über Mini-Ausstellungen, Blogbeiträge
- Problem: Eine Klasse über mehrere Jahre teilnehmen zu lassen – anstatt jedes Jahr eine neue Klasse zu beteiligen – **„weckt Begehrlichkeiten“ im Lehrerkollegium**

GESCHÄFTSSTELLE

Organisatorisch sinnvoll, mit der gleichen Ansprechperson über mehrere Schuljahre zu arbeiten – trotzdem **sollten Schulen diese Entscheidung selbst treffen**, um Projektteilnahme so gut wie möglich in Schulkonzeption zu integrieren, z. B. für Kurse wie KÄB

Was können wir tun?

GESCHÄFTSSTELLE

Neuen Schulen **empfehlen**, eine „KulturScouts“-Klasse über mehrere Jahre teilnehmen zu lassen (ohne Verpflichtung) – vgl. auch erste Frage

Teilnehmende Schulen auf die Möglichkeit hinweisen, mit der „KulturScouts“-Klasse **innerschulisch für das Angebot der Kulturorte zu werben**
z. B. *im Rahmen der Info-Veranstaltung zu Beginn des Schuljahres*

Wie können wir das Projekt und die Lernangebote noch besser vermarkten?

GESCHÄFTSSTELLE

Bisherige Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (mit Verweis auf „KulturScouts-Jahr“):

- **Alle Schulen mit Sekundarstufe I im Bergischen Land** erhalten zu Schuljahresbeginn den **neuen Katalog**, um auf Programm (und Kulturorte) aufmerksam zu machen, sowie Informationen per E-Mail
- **Pressetermine im Pilotjahr sehr erfolgreich, aber auch sehr aufwändig**, mit den verfügbaren personellen Ressourcen schwer zu bewältigen – **Ansatz des aktuellen Schuljahres** (Termine gekoppelt mit einem Besuch) mit **wenig Resonanz** bislang

SCHULE

Katalog verdeutlicht nicht, dass nur teilnehmende Klassen die Angebote umsonst wahrnehmen dürfen – **wünschenswert wäre, Preise der Workshops zu nennen**

Was können wir tun?

GESCHÄFTSSTELLE

Informationen über **Teilnahmebedingungen für Schulen sichtbar im Katalog** platzieren
z. B. *Bedingungen für die Kostenübernahme, Buchbarkeit der Angebote, Auswahlverfahren für neue Schulen*

SCHULE

Erhält **auch wenig Resonanz auf Pressemitteilungen** – mehr Erfolg über Kulturorte?

Was können wir tun?

KULTURORTE / SCHULEN

Zusätzlich zu Printmedien **alternative Kanäle der Informationsvermittlung** nutzen, um auf Projekt und Angebote aufmerksam zu machen
z. B. *über Projektteilnahme und Besuche sichtbar auf eigener Internetpräsenz berichten*

GESCHÄFTSSTELLE

Projektpartnern geeignete **Infobausteine und Fotos zur Verfügung** stellen