



LEITFADEN UND DEUTSCHE ERFAHRUNGEN VON KREATIVEN ALLIANZEN

Leitfaden erstellt im
Rahmen des
Projekt "Kreative Unsichtbare

 Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

momentum
[educate + innovate]

LE ROCHER
DE PALMER

mh
materahub
///
industrie
culturali
e creative

LABA
lelaba.eu


jugend · kunst · kultur

backslash

EUEI

"Unter kultureller Identität versteht man die Gesamtheit der kulturellen Bezüge, durch die sich eine Person, allein oder in Gemeinschaft, definiert (...) und in ihrer Würde anerkannt werden will. (...) Der Begriff 'Kultur' bezieht sich auf die Werte, den Glauben, die Überzeugungen, die Sprachen, das Wissen und die Künste, die Traditionen, die Institutionen und die Lebensformen, durch die eine Person oder eine Gruppe ihr Menschsein zum Ausdruck bringt und die Bedeutung, die sie ihrer Existenz und ihrer Entwicklung beimisst"¹.

Betrachten wir die städtische Kultur, die sich durch spezifische Praktiken des städtischen Umfelds (wie Sprache oder Kleidungsstil) definiert, und insbesondere die so genannte Hip-Hop-Kultur. Letztere entstand Ende der 1970er Jahre in den Vereinigten Staaten und nutzt den urbanen Raum der Städte als Bühne oder Kulisse. Graffiti, Tanz, Musik, Mode und Sport sind Ausdrucksmittel von Jugendlichen aus Arbeitervierteln, die sich nach und nach ihre eigene Identität schaffen. In Frankreich hat sich dies vor allem in den Vorstädten entwickelt, in Opposition zu einer so genannten bürgerlichen und "standardisierten" Kultur, in der sich die Jugendlichen aus diesen Vierteln nicht wiedererkennen und/oder in die sie sich nicht integrieren wollen.

Eine weitere Kunstform sind die visuellen Künste, d. h. die Künste, die Objekte herstellen, die im Wesentlichen mit dem Auge wahrgenommen werden. Dazu gehören die traditionellen bildenden Künste (Zeichnung, Malerei usw.), aber auch angewandte Künste wie Grafik und Design sowie neue Techniken wie Fotografie, Film, Video und neue Medien. Einige Formen dieser Disziplinen können sich mit der städtischen Kultur überschneiden.

Wie andere Bereiche des Kultur- und Kreativsektors sind auch diese beiden Türen oft Quellen der sozialen und beruflichen Integration, sei es indirekt oder direkt. Indirekt, weil sie z. B. Kreativität, Selbstvertrauen, Anerkennung und Würde fördern. Direkt, weil sie die Entwicklung von Know-how, Fähigkeiten und beruflicher Strukturierung in diesen Sektoren, aber auch weit darüber hinaus ermöglichen.

Auf welche Weise können diese Sektoren und der Kultur- und Kunstsektor im Allgemeinen ein Vektor für die soziale und berufliche Integration sein? Wie kann diese Art von Dynamik in einem Gebiet angeregt und entwickelt werden? Das Projekt Créative Invisibles versucht, diese Fragen zu beantworten, indem es die Ansichten und Praktiken mehrerer europäischer Partner miteinander verbindet, aber auch indem es lokale Akteure in diesen Sektoren in Kreativallianzen zusammenbringt.

¹ Auszug aus Artikel 2 "Kulturelle Rechte, Freiburger Erklärung" (2007)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

1) EINLEITUNG UND HINTERGRUND DES PROJEKTS

A- PROJEKTDESCHEIBUNG :

Creative Invisibles ist ein europäisches Kooperationsprojekt, das Instrumente zur Identifizierung und Mobilisierung von NEET (not in education, employment or training) und "unsichtbaren" jungen Menschen durch Kreativität bietet.

Das Projekt richtet sich an Fachleute im Kreativsektor, die mit jungen Menschen arbeiten (Zielgruppe), und an junge Menschen (Begünstigte) auf Französisch, Englisch, Deutsch, Spanisch, Italienisch und Dänisch. Es zielt darauf ab, die beruflichen Praktiken im Kreativsektor zu erneuern und an der Erneuerung des Publikums und der Gemeinschaften des Kreativsektors mitzuwirken.

DIE HERAUSFORDERUNGEN DER KREATIVEN INVISIBLES :

- Befähigung des Kreativsektors zur Anwendung neuer Strategien: Identifizierung und Zusammenarbeit mit neuen Zielgruppen, Gemeinschaften und Netzwerken.**
- NEET und unsichtbare junge Menschen sollen nicht-institutionelle Wege finden, um ihre Projekte, Initiativen und Unternehmen zu entwickeln.**

Das PROJEKT ERGEBNISSE :

- Ein Leitfaden für bewährte Verfahren zur Identifizierung von "Unsichtbaren" und bewährte Verfahren, die ihre Teilnahme an kulturellen und kreativen Aktionen (auf europäischer Ebene) fördern.**
- Ein methodischer Leitfaden für die Durchführung von Partnerschaften oder kreativen Allianzen zwischen jungen Menschen, Integrations-/Ausbildungseinrichtungen und lokalen Behörden sowie Beispiele für territoriale Aktionen und/oder Veranstaltungen, die junge Menschen in territoriale Projekte einbinden.**
- Pädagogische Ressourcen und Vorschläge für Aktivitäten auf der Grundlage der "Straßenkultur" in Form von interaktiven Multimedia-Inhalten (Ausbildung von kreativen Akteuren).**
- Eine Anwendung, die all diese Ressourcen für kreative Akteure und junge Menschen zusammenführt.**
- Veranstaltungen, die diese Aktionen in Zusammenarbeit mit lokalen Partnern in jedem Land hervorheben werden (künstlerisch, kulturell und kreativ, soziokulturell, Ausbildung...)**



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Die PARTNER :

- Le Rocher de Palmer (MDN)- FR und Imal (Kontrapunkt)- DE: arbeiten seit Jahrzehnten daran, unsichtbare junge Menschen in den komplexesten städtischen Räumen zu identifizieren, die Ausgrenzung zu bekämpfen und den Schulabbruch zu verhindern, indem sie Kooperationsprojekte zwischen jungen Menschen und Kreativen entwickeln.
- LABA- FR und Materahub- IT: entwickeln integrative Projekte zur Aufwertung des Gebiets (Tourismus, Raumplanung, partizipative Projekte). Sie entwickeln diese Projekte unter Einbeziehung junger Einwohner in Zusammenarbeit mit den lokalen und regionalen Behörden.
- Backslash-ES und Momentum Consulting-IR unterstützen die Projekte junger Menschen, indem sie Instrumente zur Förderung von Initiative und Unternehmertum anbieten. Diese Instrumente sind eine Alternative zu den traditionellen Berufsbildungsinstrumenten.
- EUEI-DK, Spezialist für Online-Ausbildung



momentum
[educate + innovate]



LE ROCHER
DE PALMER

B- LOKALER KONTEXT DER STRASSE KULTUR UND JUGEND :

Erläutern Sie bitte Ihren lokalen Kontext von Straßenkultur und Jugend: Welche Herausforderungen und Probleme gibt es im Zusammenhang mit diesen beiden Themen? Wie sind sie miteinander verbunden, warum ist es interessant?

WELCHES SIND DIE WICHTIGSTEN LOKALEN AKTEURE IN DIESEN SEKTOREN? wichtigste Maßnahmen und Projekte

JUNGE URBANE KUNST IST ENG MIT DEM VERBUNDEN, WAS WIR "SUBKULTUR" NENNEN. JUNGE KÜNSTLER, JUGENDLICHE UND ANDERE KULTURELL AKTIVE MENSCHEN SCHAFFEN EIN RECHT LEBENDIGES LOKALES UMFELD FÜR KULTURELLE UND KÜNSTLERISCHE PROJEKTE. DIESE AKTIVITÄTEN SIND NICHT AN EIN BESTIMMTES KULTURELLES ODER KÜNSTLERISCHES THEMA GEBUNDEN. SIE SIND SPARTENÜBERGREIFEND UND VERBINDEN MUSIK, PERFORMANCE, MEDIENKUNST, BILDENDE KUNST UND SO WEITER.

DIESE JUNGE URBANE KUNSTSZENE IST FÜR DIE STADT UND IHRE GESELLSCHAFT VON GROSSER BEDEUTUNG. INDEM SIE STRASSENKULTUR ERMÖGLICHT, WERDEN ALLE ANDEREN KÜNSTLERISCHEN UND KULTURELLEN AKTIVITÄTEN BEEINFLUSST. DIE STRASSENKULTUR IST EINE DER SÄULEN, AUF DIE SICH DAS KULTURELLE LEBEN STÜTZT.

IN DER ZEIT DES COVID HATTE DIESE JUNGE SZENE KEINE MÖGLICHKEIT, SICH ZU VERNETZEN, ZU FEIERN, ZU PRODUZIEREN UND AUFZUTRETEN. ES FEHLTE DAS FESTLICHE ELEMENT. DAS HAUPTPROBLEM UND DIE HERAUSFORDERUNG BESTEHT HEUTE DARIN, DIESER SUBKULTUR EINEN PLATZ UND UNTERSTÜTZUNG ZU GEBEN, DAMIT SIE WACHSEN UND SICH ENTWICKELN KANN.

Lokaler Kontext von Straßenkultur und Jugend :

WAS SIND DIE LOKALEN HERAUSFORDERUNGEN UND THEMEN RUND UM STRASSENKULTUR UND JUGEND? WIE HÄNGEN SIE ZUSAMMEN, UND WARUM DENKEN SIE WARUM SIE INTERESSANT IST?

MÜNCHEN IST EINE ZIEMLICH REICHE UND TEURE STADT. ZU TEUER FÜR JUNGE KÜNSTLER, UM ZU LEBEN, ZU ARBEITEN, GESCHWEIGE DENN, UM EINEN ATELIERRAUM ZU FINDEN.

UM STRASSENKULTUR UND JUGEND ZU FÖRDERN, MÜSSEN SICH DIE ZUKÜNFTIGEN STRATEGIEN MEHR DENN JE DARAUf KONZENTRIEREN, DURCH EINE GUTE BASIS EINE GRUNDLAGE ZU SCHAFFEN: FREIE ODER ZUMINDEST ERSCHWINGLICHE ATELIERS, AUSSTELLUNGSMÖGLICHKEITEN, PRÄSENTATIONSMÖGLICHKEITEN UND ORTE ZUM MUSIZIEREN.

DIESE SITUATION FÜHRT ZU MINDESTENS ZWEI HAUPTPROBLEMEN:

ZUM EINEN HABEN WIR EINEN HOHEN DRUCK AUF DEM IMMOBILIENMARKT. KOMMUNEN, PRIVATE UNTERNEHMEN UND DIE STÄDTISCHEN ÄMTER SOLLTEN HAND IN HAND ARBEITEN, UM JUGEND- UND STRASSENKUNST BEI DER SUCHE NACH NUTZUNGSMÖGLICHKEITEN ZU UNTERSTÜTZEN - UND SEI ES NUR VORÜBERGEHEND IN FORM VON ZWISCHENNUTZUNGEN. IN DIESER HINSICHT EIGNEN SICH ALLE GEBÄUDE, DIE EINE PHASE DES "WARTENS" VOR DEM ABRISS / DER SANIERUNG ERLEBEN.

DESHALB HABEN WIR IM JAHR 2020 UNSER ERSTES ZWISCHENNUTZUNGSPROJEKT NAMENS GABRIELE GESTARTET. SEITDEM HABEN WIR DREI VERSCHIEDENE GEBÄUDE ZWISCHENGENUTZT UND GABRIELE BIETET RAUM FÜR KÜNSTLERISCHES ARBEITEN, EXPERIMENTIEREN UND AUSTAUSCH. WIR UNTERSTÜTZEN JUNGE KREATIVE, INDEM WIR IHNEN KOSTENLOSE WORKSHOPS, ATELIERS, DISKURS- UND AUSSTELLUNGSRÄUME ZUR VERFÜGUNG STELLEN. HIER KÖNNEN SIE GEMEINSAM ARBEITEN, SICH GEGENSEITIG UNTERSTÜTZEN UND VERNETZEN.

Lokaler Kontext von Straßenkultur und Jugend :

MIT DEM GABRIELE-KONZEPT KÖNNEN WIR DIESEM MANGEL ZUMINDEST FÜR EINE BEGRENZTE ZEIT ENTGEGENWIRKEN. IMAL KONNTE BEREITS MIT DER ERSTEN ZWISCHENNUTZUNG IM KREATIVQUARTIER (2015) ERFAHRUNGEN FÜR EINE KÜNSTLERISCH-KULTURELLE, GENERATIONENÜBERGREIFENDE, STADTTTEILBEZOGENE NUTZUNG VON GEWERBEBAUTEN SAMMELN.

DAS JUGENDAMT DER LANDESHAUPTSTADT MÜNCHEN / JUGENDKULTURWERK UNTERSTÜTZT DAS PROJEKT GABRIELE ALS INNOVATIVE METHODE ZUR VERBESSERUNG DER KULTURELLEN BILDUNG UND JUGENDKULTURARBEIT.

GABRIELE 1 IM EHEMALIGEN AUSBILDUNGSZENTRUM DER SPENGLERINNUNG IN DER GABRIELENSTRASSE IN MÜNCHEN NEUHAUSEN. RUND 150 JUGENDLICHE FANDEN HIER IN DEN ANFÄNGEN DER COVID 19-PANDEMIE EINEN SICHEREN ARBEITSPLATZ.

ZEITRAUM: SEPTEMBER 2020 BIS FEBRUAR 2021

EINE KOOPERATION MIT DEM PROJEKTENTWICKLER BAUWERK. UND DEM BEZIRKSAUSSCHUSS 9 NEUHAUSEN-NYMPHENBURG.

GABRIELE 2 IN DER WALDFRIEDHOFSTRASSE 92/94 IN MÜNCHEN SENDLING.

RUND 80 JUNGE KREATIVE KONNTEN HIER TEMPORÄRE ARBEITSRÄUME/ATELIERS UND WERKSTATTRÄUME NUTZEN. DARÜBER HINAUS KONNTEN WIR ZWEI AUSSTELLUNGSRÄUME, DIE GABRIELE BANK UND DEN GABRIELE SUPERMARKT, ERÖFFNEN, DIE SOWOHL VON DEN ATELIERNUTZERN AUS DEM HAUS SELBST ALS AUCH VON ANDEREN JUNGEN KÜNSTLERN GENUTZT WURDEN. NEBEN DER TÄGLICHEN KÜNSTLERISCH-KREATIVEN ARBEIT FANDEN AUCH REGELMÄSSIGE TREFFEN ZUM AUSTAUSCH, PRÄSENTATIONEN UND WORKSHOPS STATT.

ZEITRAUM: FEBRUAR BIS AUGUST 2022

EINE KOOPERATION MIT BAUWERK MÜNCHEN 92 GMBH & CO KG

Lokaler Kontext von Straßenkultur und Jugend :

GABRIELE 3 IN DER RIDLERSTRASSE 13-15 IM MÜNCHNER WESTEND. ERNEUT KONNTEN HIER RUND 60 JUNGE ERWACHSENE EINEN PLATZ ZUM EXPERIMENTIEREN, ARBEITEN UND ENTWICKELN VON IDEEN FINDEN. DARÜBER HINAUS GIBT ES GENÜGEND RAUM FÜR AUSSTELLUNGEN FÜR EIGENE UND EXTERNE KÜNSTLER, STADTTEILBEZOGENE VERANSTALTUNGEN, FACHTAGUNGEN, WORKSHOPS ETC.

ZEITRAUM: OKTOBER 2022 BIS MINDESTENS DEZEMBER 2023
EINE KOOPERATION MIT DEM MUCBOOK CLUBHAUS KICKOFF

DAS KONZEPT GABRIELE HAT SICH IN MÜNCHEN ETABLIERT. DAS PROJEKT WURDE IM STADTRAT BEREITS MEHRFACH ALS BEISPIEL FÜR EINE GELUNGENE, PARTIZIPATIVE ZWISCHENNUTZUNG ANGEFÜHRT.

ANDERERSEITS VERFÜGT MÜNCHEN ÜBER EIN AUSGEKLÜGELTES SYSTEM DER FINANZIELLEN FÖRDERUNG VON KUNST UND KULTUR. DER GRÖSSTE TEIL DER STÄDTISCHEN MITTEL (INSGESAMT 273.000.000 €) FLIESST IN DIE HOCHKULTUR: 5 MUSEEN UND GALERIEN (16 %), 1 THEATER (14 %), 1 ORCHESTER (10 %), KULTURBETRIEBE (16 %) UND DIE STADTBIBLIOTHEK (17 %). FÜR ALLE ANDEREN AKTIVITÄTEN, FÜR ALLE ANDEREN AKTEURE (FREIE THEATERGRUPPEN, MUSIKER, KULTURELLE BILDUNG, LOKALE KULTURELLE AKTIVITÄTEN, FESTIVALS, INTERNATIONALER AUSTAUSCH, ATELIERS, FREIE KÜNSTLER USW.) VERBLEIBEN 21 % DES JÄHRLICHEN BUDGETS.

ES LIEGT AUF DER HAND, DASS DIE FÖRDERUNG UND UNTERSTÜTZUNG DER STRASSENKULTUR UND DER JUNGEN KUNST AUCH EINE ÄNDERUNG DES FINANZIERUNGSSYSTEMS IN BEZUG AUF DAS GESAMTBUDGET UND DIE ZUGÄNGLICHKEIT DER RESSOURCEN ERFORDERT.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



2) WAS IST EINE REGIONALE ALLIANZ?

DEFINITION - INTERESSE/WARUM ES WICHTIG IST

Eine regionale Allianz ist eine Zusammenarbeit von Einzelpersonen und Organisationen, die ein gemeinsames Interesse an einem Projekt, Thema oder einer Thematik haben und sich verpflichten, zum Nutzen aller Beteiligten zusammenzuarbeiten. Die Stärke eines wirksamen Bündnisses liegt darin, dass es das Fachwissen und die Energie aller Beteiligten nutzen und Ergebnisse erzielen kann, die kein einzelner Partner allein erreichen könnte.

Ziel jedes regionalen Bündnisses ist es, relevante Akteure zu gewinnen, zu motivieren und einzubinden, damit sie einen Aktionsplan unterstützen und sich dazu verpflichten, den Zugang zu unternehmerischer Bildung zu fördern und dabei die wirtschaftliche Entwicklung und den Zusammenhalt der Gemeinschaft stärker zu betonen.

Um die oben genannten Ziele zu erreichen, müssen die Allianzen nachhaltige, sektorübergreifende Kooperationsbeziehungen zwischen Berufsbildungsanbietern, Hochschuleinrichtungen und der Unterstützung und Zusammenarbeit von Interessengruppen in allen am Projekt beteiligten Ländern und Städten aufbauen. Sie werden davon profitieren, dass sie die Erfahrungen und das Wissen von Akteuren aus verschiedenen Sektoren nutzen und Bedürfnisse, Möglichkeiten und vorhandene Ressourcen für jede Region identifizieren. (z. B. Sozialunternehmen, Gemeinschaftsgenossenschaften, gemeinsame Arbeitsräume, Unternehmenszentren).

→ Gemeinsam können sie innovative Ansätze und ehrgeizige Maßnahmen fördern, die durch eine kombinierte und effizientere Nutzung von Ressourcen Wirkung und Wirksamkeit erzielen. In der Allianz teilen die Akteure die Ansicht, dass eine Zusammenarbeit effektiver ist als eine isolierte Arbeit. Das Konzept einer Allianz ist zwar nicht neu, aber Kooperationen und Partnerschaften sind für die Förderung der Straßenkulturwirtschaft unerlässlich. Partnerschaften können formell oder informell sein, mit schriftlichen rechtlichen Vereinbarungen oder auf der Grundlage gegenseitigen Einverständnisses.



3) STRATEGIE - ENTWICKLUNG EINER ALLIANZ

ENTWICKLUNG EINER ALLIANZ

Die Entwicklung des Bündnisses ist ein fortlaufender Prozess, der zur Erreichung der vereinbarten Ziele führt. Er beginnt mit der Bildung der Gruppe, der Klärung ihres Zwecks und dem Vorschlag von Aktivitäten.

Es handelt sich um einen flexiblen und sich wiederholenden Prozess, an dem mehrere Akteure beteiligt sind, die zur Allianz beitragen. Bevor die Schritte zur Entwicklung einer Allianz beschrieben werden, ist es wichtig, eine Reihe von Fragen über die Allianz und die beteiligten Akteure zu beantworten.



A. DEFINIEREN SIE IHREN ZWECK UND IHR GEOGRAFISCHES GEBIET

- Identifizierung der Interessengruppen (Verbände, öffentliche Verwaltungen, Unternehmen, Kollektive)
- Kommunizieren Sie mit ihnen
- Treffen ansetzen
- Feststellen, ob alle potenziellen Interessengruppen vertreten sind (das Allianz "fließend" sein)
- Aufbau einer Partnerschaft: Was denken die Interessengruppen?
- Aufbau einer gemeinsamen Vision
- Beteiligen Sie die Interessengruppen an der Definition des Gebiets
- Machen Sie sich klar, welche Vorteile die Beteiligung an der Partnerschaft für die Interessengruppen hat
- Sicherstellung des Engagements für die Arbeit der Partnerschaft
- Entwicklung eines Aktionsplans und eines Zeitplans für jeden Schritt

B. IDENTIFIZIERUNG DER AKTUELLEN INITIATIVEN, PROGRAMME UND STRATEGIEN

Sie sollten Ihre Partner in die Bestandsaufnahme der aktuellen Bestimmungen in der Region einbeziehen, die für die Arbeit der Allianz definiert wurden. Bei der Bestandsaufnahme sind die Partner aufgefordert, ihr Wissen einzubringen und anhand von Sekundärquellen aktuelle Förderprogramme für unternehmerische Initiative und soziale Innovation zu ermitteln. Die Konsultationen in jeder Region sollten mit einer Reihe von Interessenvertretern durchgeführt werden, darunter politische Entscheidungsträger aus Regierungsbehörden, Gemeinderäten und lokalen Organisationen für Unternehmensentwicklung und -förderung.



C. AKTIONSPLANUNG UND UMSETZUNG - DARSTELLUNG DER ERGEBNISSE DER VERSCHIEDENEN SITZUNGEN

c. Action Planning and Implementation - showing the different meetings results

The Creative Alliance action plan can be used as an educational resource, it can be used as a blueprint when establishing and maintaining a Regional Alliance, which is the core vehicle for developing local actions. This resource can be used:

- as a training resource, providing a practical learning guide on how to develop a Regional Alliance
- as a reference guide to review and consult the development and maintaining stakeholder partnerships and collaborations.

First of all, the partnership should design a strategy to involve all the stakeholders, to take part in the alliance emphasizing the importance of intra-institutional cooperation, solidarity and mutualism among all to achieve the objectives. Very important is to consider the benefits of the work to be done and communicate them to all stakeholders, locally.

Furthermore, in order to achieve the result, the lead partner or partner who intends to promote the alliance should establish a schedule of meetings.

In fact, we can say, It's very important to establish and plan the objectives for the first one, but it's very important to not fix at the beginning the topic of each meeting, because the idea is to keep the discussion open and ongoing.

D. AUFRECHTERHALTUNG DES BÜNDNISSES MIT ZUKUNFTSPLÄNEN

Die Nachhaltigkeit des Bündnisses wird von den Aktionsplänen der Partner unterstützt. Ihre Zusammenarbeit kann in rechtlichen Rahmenwerken oder informellen Arbeitsgruppen formalisiert werden. Die Aktionspläne werden von den Allianzen in jedem der am SCR-Programm teilnehmenden Länder entwickelt und können von der SCR-Website heruntergeladen werden.

Der Aktionsplan sollte sich auf die Verwirklichung der Vision und des Auftrags des Bündnisses sowie der Ziele des SCR-Projekts konzentrieren. Er sollte sowohl kurzfristige als auch mittel- und langfristige Ziele enthalten. Durch die Umsetzung der vereinbarten Maßnahmen kann das Bündnis weiterhin aktiv bleiben und gleichzeitig das Erreichen der kurzfristigen Ziele feiern. Die Allianz bewertet die Auswirkungen dieser Maßnahmen und verbreitet die Arbeit der Partner.





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Beschreibung der von Ihnen gegründeten lokalen Kreativallia

WER SIND DIE MITGLIEDER DES BÜNDNISSES?

Name + Beschreibung der beteiligten Organisationen oder Personen

UNSER LOKALES BÜNDNIS BASIERTE AUF DEN OBEN
BESCHRIEBENEN LOKALEN HERAUSFORDERUNGEN UND DEM
LOKALEN KONTEXT.

DIE IDEE WAR, VERSCHIEDENE INTERESSENGRUPPEN
ZUSAMMENZUBRINGEN:

- MITGLIEDER DES STADTRATS
- STADT MÜNCHEN / KULTURREFERAT, JUGENDREFERAT
- JUNGE MENSCHEN UND JUNGE KÜNSTLER
- NGOS, DIE IM BEREICH KUNST UND KULTUR TÄTIG SIND
- KULTURINITIATIVEN
- UNTERNEHMEN AUS DER IMMOBILIENWIRTSCHAFT



HAUPTTHEMEN, DIE WÄHREND DER ERSTEN SITZUNG DER

DIE ALLIANZ: Postulat/Stand der Dinge, von der Allianz aufgezeigte Probleme Allianz hervorgehobenen Probleme, erste Arbeitslinien, usw.

DAS ERSTE TREFFEN DIENTE DAZU, DIE GRUNDLEGENDEN PROBLEME UND FRAGEN ZU IDENTIFIZIEREN UND ZU BENENNEN. ES WAR KLAR, DASS ES BEI DER BEHANDLUNG VON FRAGEN DER STRASSEN- UND JUGENDKULTUR UNERLÄSSLICH IST, JUNGE MENSCHEN IN DEN PROZESS UND DIE DISKUSSIONEN EINZUBEZIEHEN.

BASIEREND AUF DEN ERFAHRUNGEN DER JUGENDLICHEN DISKUTIERTEN WIR VERSCHIEDENE THEMEN BEZÜGLICH IHRER SITUATION IN BEZUG AUF KULTURELLE AKTIVITÄTEN, DIE NOTWENDIGKEIT, (NICHT-KOMMERZIELLE) ORTE FÜR STRASSENKULTUR ZU FINDEN, ZU ARBEITEN, ZU ARBEITEN, AUFZUTRETEN UND SICH AUSZUTAUSCHEN.

DAS ERSTE TREFFEN FAND IM SOMMER 2022 STATT UND WAR MIT EINER VON NGOS UND JUGENDLICHEN ORGANISIERTEN KONFERENZ VERBUNDEN. ZIEL WAR ES, LÜCKEN IM STÄDTISCHEN UNTERSTÜTZUNGSSYSTEM FÜR JUNGE MENSCHEN ZU FINDEN.

WIR BRACHTEN MITGLIEDER DES STADTRATS, DER STÄDTISCHEN ABTEILUNGEN, NROS UND JUNGE MENSCHEN ZUSAMMEN UND DISKUTIERTEN DIE BEDÜRFNISSE DER JUGEND UND DER STRASSENKULTUR UND ERMITTELTEN MÖGLICHKEITEN, AN DENEN DIE STADT ARBEITEN KÖNNTE.



HAUPTTHEMEN, DIE AUF DER ZWEITEN TAGUNG DER

DAS BÜNDNIS: Welche Fortschritte wurden nach dem ersten Treffen des Bündnisses erzielt? Wenn sich Lösungen abzeichnen, welche sind das?

AUSGEHEND VON DEN BEIM ERSTEN TREFFEN ERMITTELTEN THEMEN GING ES BEIM ZWEITEN TREFFEN UM DIE FRAGE, WIE DIE VERSCHIEDENEN AKTEURE JUNGE KUNST UND KULTUR UNTERSTÜTZEN KÖNNEN.

WIR LUDEN MITGLIEDER DER STADTVERWALTUNG, MITGLIEDER DES REFERATS FÜR KUNST UND KULTUR MÜNCHEN SOWIE MUCBOOK (EIN VEREIN, DER IMMOBILIEN ZUR ZWISCHENNUTZUNG ALS ATELIERS UND COWORKING SPACES VERMIETET), KURATOREN UND INSTITUTIONEN, DIE MIT JUNGEN KREATIVEN ARBEITEN, ZU UNSEREM ZWISCHENNUTZUNGSPROJEKT GABRIELE SPACE EIN, UM EINIGE DER JUNGEN KREATIVEN ZU TREFFEN, DIE DORT IHRE ATELIERRÄUME HABEN.

AN EINEM RUNDEN TISCH UNTER DEM MOTTO "POLITIK UND KULTUR / ERFAHRUNGSUSTAUSCH" WURDE GEMEINSAM ÜBER EIN NEUES VERSTÄNDNIS VON KUNST- UND KULTURFÖRDERUNG SOWIE KULTURELLER BILDUNG DISKUTIERT UND WELCHE NEUEN STRATEGIEN DIE STADT ZU DEREN UNTERSTÜTZUNG ENTWICKELN MUSS. UNSERE DISKUSSION KONZENTRIERTE SICH INSBESONDERE AUF STANDORTE/ORTE, UNTERSTÜTZUNG UND FINANZIERUNG SOWIE AUF DEN WERT DES INTERNATIONALEN AUSTAUSCHS.

EIN ERGEBNIS DES AUSTAUSCHS WAR, DASS DIE FINANZIERUNGSLANDSCHAFT FÜR JUNGE KREATIVE OFT SEHR VERWIRREND IST UND ALS HÜRDE EMPFUNDEN WIRD. LEIDER WIRD VIELEN JUNGEN KREATIVEN IN IHRER AUSBILDUNG ODER IHREM KUNSTSTUDIUM NICHT DAS NÖTIGE KNOW-HOW VERMITTELT, UM ZU WISSEN, WAS IHRE ARBEIT WERT IST UND WIE SIE NACH DEM STUDIUM PROFESSIONELL DAVON LEBEN KÖNNEN.

DARAUS ENTSTAND EINE NEUE ALLIANZ MIT DEM KULTURBÜRO DER STADT.

ES WURDE AUCH NOCH EINMAL BEKRÄFTIGT, WIE WICHTIG NICHT-KOMMERZIELLE RÄUME SIND UND WIE WICHTIG EIN ORT WIE GABRIELE SPACE, D.H. EIN FREIER ARBEITSRAUM FÜR JUNGE KREATIVE, IST.



HAUPTTHEMEN, DIE WÄHREND DES DRITTEN TREFFENS DER DAS BÜNDNIS: Beschreibung der Entwicklung der Überlegungen anhand der Themen, die während der ersten Treffen bearbeitet wurden

EIN WEITERES TREFFEN FAND ZWISCHEN UNS UND MUCBOOK STATT. MUCBOOK IST EIN VEREIN, DER IMMOBILIEN ZUR ZWISCHENNUTZUNG ALS ATELIERS UND COWORKING-SPACES VERMIETET.

ZWISCHENNUTZUNGSPROJEKTE BIETEN EINE PLATTFORM FÜR EXPERIMENTE UND INNOVATIONEN, INDEM SIE KÜNSTLERN, DESIGNERN UND UNTERNEHMERN EINEN RAUM BIETEN, IN DEM SIE NEUE IDEEN AUSPROBIEREN KÖNNEN, OHNE DEM DRUCK EINER LANGFRISTIGEN VERPFLICHTUNG AUSGESETZT ZU SEIN. DIES KANN ZUR ENTWICKLUNG NEUER KONZEPTE UND ANSÄTZE FÜHREN, DIE SICH AUCH IN ANDEREN BEREICHEN ANWENDEN LASSEN.

GEMEINSAM HABEN WIR ÜBERLEGT, WIE EINE ZUSAMMENARBEIT IN DER ZUKUNFT (NACH DEM ENDE DES AKTUELLEN RAUMS) AUSSEHEN KÖNNTE UND WIE UNSERE ZUSAMMENARBEIT WEITERGEHEN KÖNNTE.

HINSICHTLICH DER THEMEN UND FRAGESTELLUNGEN WURDE DEUTLICH, DASS WIR AN EINEM LANGFRISTIGEN PROZESS ARBEITEN, UM DIE SITUATION JUNGER KÜNSTLER IN MÜNCHEN ZU VERÄNDERN.



HAUPTTHEMA DER VIERTEN TAGUNG DER DIE ALLIANZ: Schlussfolgerungen und Aktionsplan der Kreativallianz

DAS VIERTE TREFFEN BOT UNSEREM TEAM DIE GELEGENHEIT, ÜBER DIE VORANGEGANGENEN VERANSTALTUNGEN NACHZUDENKEN UND SICH AUF EINIGE STRATEGIEN ZU EINIGEN, DIE WIR MIT UNSEREN VERSCHIEDENEN PARTNERN VERFOLGEN WOLLEN.

UM STRASSENKUNST UND JUNGE KULTUR ZU FÖRDERN UND ZU UNTERSTÜTZEN, MÜSSEN WIR LANGFRISTIGE STRATEGIEN VERFOLGEN:

- È ARBEIT AN DER FRAGE DES RAUMS FÜR JUNGE MENSCHEN (NICHT KOMMERZIELL, PARTIZIPATIV, ETC.)
- È GEWÄHRLEISTUNG GUTER ARBEITSBEDINGUNGEN FÜR JUNGE KÜNSTLER
- È FÖRDERUNG DER KULTURELLEN UNTERSTÜTZUNG DURCH AUSBILDUNG UND INFORMATION
- È FÖRDERUNG PARTIZIPATIVER PROJEKTE

IN DER FOLGE UND IN WEITEREN GESPRÄCHEN BETONTE DIE JUGENDABTEILUNG, DASS DIE FRAGE DER PARTIZIPATION IN IHREN MITTELFRISTIGEN STRATEGIEN EINES DER HAUPTTHEMEN SEIN WIRD. SIE SIND BEREIT, DIE JUGEND BEI IHREN EIGENEN AKTIVITÄTEN ZU UNTERSTÜTZEN.

DIE JUNGEN KÜNSTLER SIND MEHR DENN JE BEREIT, SICH IN PROJEKTEN WIE GABRIELE SPACE ZU ENGAGIEREN, DIE EIN GUTES BEISPIEL DAFÜR SIND, WIE PARTIZIPATIVE PROJEKTE DEN BEDÜRFNISSEN JUNGER MENSCHEN ENTSPRECHEN KÖNNEN.

IMAL WIRD WEITERHIN ATELIERRÄUME FÜR JUNGE KÜNSTLERINNEN UND KÜNSTLER (GABRIELE SPACE) IN ZUSAMMENARBEIT MIT DEN STÄDTISCHEN ÄMTERN UND DER IMMOBILIENWIRTSCHAFT ORGANISIEREN.

SO ARBEITET DIE IMMOBILIENGESELLSCHAFT UNSERES BISHERIGEN ZWISCHENNUTZUNGSSTANDORTES BEREITS AM NÄCHSTEN ENTWICKLUNGSPROJEKT UND WIRD IMAL ALS KULTURELLEN UND SOZIALEN PARTNER EINBEZIEHEN.



UM DIESE PROJEKTE WEITER ZU FÖRDERN UND IHRE NOTWENDIGKEIT UND DAUERHAFTE UNTERSTÜTZUNG UND VERANKERUNG IN DER STÄDTISCHEN FÖRDERPOLITIK AUFRECHTZUERHALTEN, IST ES UNERLÄSSLICH, DEN STADTRAT REGELMÄSSIG ÜBER DEN AKTUELLEN STAND UND DIE ENTWICKLUNG DER PROJEKTE ZU INFORMIEREN, INDEM VERANSTALTUNGEN, DEBATTEN, AUSSTELLUNGEN USW. ORGANISIERT WERDEN. AUF DIESE WEISE WIRD DAS BEWUSSTSEIN FÜR DIE BEDÜRFNISSE UND BELANGE EINER LEBENDIGEN JUNGEN KUNSTSZENE GESCHÄRFT.

OHNE DAS PROJEKT "CREATIVE INVISIBLES" WÄRE ES UNS NICHT MÖGLICH GEWESEN, DIE VERSCHIEDENEN PARTNER ZUSAMMENZUBRINGEN UND UNS GEMEINSAM AUF DAS THEMA "BEDINGUNGEN FÜR JUNGE KÜNSTLER" ZU KONZENTRIEREN.

4) RESSOURCEN FÜR DEN AUFBAU UND DIE LEITUNG EINER ALLIANZ



TOOLS ZUR UNTERSTÜTZUNG DER ENTWICKLUNG DER REGIONALEN ALLIANZ: Z.B. TOOLS FÜR DIE ANIMATION (WORDCAFÉ) / FÜR DIE KOMMUNIKATION (FB-POST), EINLADUNGEN, ETC...

A-INTERNE KOMMUNIKATIONSMITTEL

- **Dropbox:** hilft dabei, die Arbeit aller an einem Ort zu bündeln. Es ermöglicht den Nutzern, auf Dateien zuzugreifen und sie gemeinsam zu nutzen, Projekte zu koordinieren und während der Arbeit miteinander zu kommunizieren. Die Plattform ist auf Computern, Mobiltelefonen und Tablets verfügbar und ermöglicht das Abrufen und Teilen von Dateien in großem Umfang.
- **Monday.com:** ist ein visuelles Kollaborationstool, das die Art und Weise, wie Gruppen zusammenarbeiten, verändert. Es ist ein einfaches, aber intuitives Werkzeug für das Arbeitsmanagement, die Einhaltung von Fristen und den Aufbau einer Kultur der Transparenz. Die Plattform ist so anpassbar, dass sie für jeden Anwendungsfall genutzt werden kann.
- **Trello.com:** Trello ermöglicht es den Nutzern, ihre gemeinsame Arbeit zu organisieren und den Projektfortschritt mit einer einfachen Aufgabentafel, Etiketten und Terminangaben im Kanban-Stil zu verfolgen.
- **Slack.com:** Slack ist eine benutzerfreundlichere, sofortige und informelle Alternative zur E-Mail-Kommunikation. Es bietet eine gemeinsame Sicht auf Fortschritte und Ziele. Anders als bei E-Mails können Sie bei Slack die wichtigsten Unterhaltungen auswählen und diejenigen, die warten können.
- **WhatsApp:** Ein wichtiger Vorteil von WhatsApp ist seine weit verbreitete Nutzung über Mobiltelefone. Die meisten Menschen sind mit der Plattform vertraut, so dass nur wenig Einarbeitungszeit erforderlich ist. Es ist auch über einen Computer zugänglich und kann daher für das Senden und Speichern von Dateien nützlich sein. Die Gruppenchatfunktion kann auch für den Wissensaustausch genutzt werden, was die Produktivität steigern kann.





B- EXTERNE KOMMUNIKATIONSMITTEL

Werbung und Marketing Um den Bekanntheitsgrad und das Interesse an den Reflexionen und Produktionen der Allianz zu steigern, sollten Sie überlegen, wie Sie das Projekt am besten verbreiten und kommunizieren können.

Versuchen Sie dabei, die folgenden Fragen zu beantworten:

Mit wem wollen wir kommunizieren? (Wer ist das Publikum?)

Was wollen wir ihnen mitteilen? (Was ist die Botschaft?)

Warum wollen wir kommunizieren? (Was ist der Zweck?)

Wie wollen wir kommunizieren, haben wir eine Reihe von verschiedenen Zielgruppen zu erreichen? (Welche Kommunikationskanäle werden wir nutzen?)

Sobald wir die Antworten auf diese Fragen kennen, können wir einen Werbe-/Marketingplan aufstellen.

→ Die effektivsten externen Kommunikationsmittel für Gemeinschaften sind die folgenden: Facebook/Twitter / Instagram / TikTok/ Websites/Youtube Sie können auch Videos und Erfahrungsberichte sammeln, an Vernetzungsveranstaltungen teilnehmen oder solche organisieren. Sie benötigen dann Pressemitteilungen, Flyer und Broschüren!

C- NÜTZLICHE ANIMATIONSWERKZEUGE FÜR ALIANCES :

WORLD CAFE

ist eine einfach anzuwendende Methode zur Schaffung eines lebendigen Netzwerks für den gemeinsamen Dialog über wichtige Themen, eine Methode, die eine informelle Café-Umgebung nutzt, um es den Teilnehmern zu ermöglichen, ein Thema zu erkunden, indem sie es in kleinen Tischgruppen diskutieren. Cafés wurden in verschiedenen Kontexten auf vielfältige Weise einberufen, um bestimmte Ziele zu erreichen, z. B. Creative Cafés, Strategic Cafés, Leadership Cafés und Community Cafés. World-Café-Gespräche basieren auf den Grundsätzen und dem Format, die vom World Café entwickelt wurden, einer globalen Bewegung, die wichtige Gespräche in Unternehmen, Regierungen und Gemeinden auf der ganzen Welt unterstützt.

Die Diskussionen finden in mehreren 20- bis 30-minütigen Schichten statt; die Café-Umgebung ist so gestaltet, dass entspannte und offene Gespräche möglich sind.

"Das World Café basiert auf der Annahme, dass ...

die Menschen bereits die Weisheit und Kreativität in sich tragen, um selbst die schwierigsten Herausforderungen zu meistern; dass die Antworten, die wir brauchen, uns zur Verfügung stehen; und dass wir gemeinsam klüger sind als allein."



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Die folgenden 7 World-Café-Gestaltungsprinzipien sind in den Prozess eingebunden:

- 1) Den Kontext festlegen
- 2) Einen gastfreundlichen Raum schaffen
- 3) Fragen erforschen, die wichtig sind
- 4) Ermutigung zum Beitrag aller
- 5) Verschiedene Perspektiven miteinander verbinden
- 6) Gemeinsam nach Mustern und Einsichten suchen
- 7) Gemeinsame Entdeckungen teilen

Die Moderation:

Erinnern Sie die Teilnehmer an Ihrem Tisch daran, wichtige Verbindungen, Entdeckungen und tiefergehende Fragen zu notieren, sobald sie auftauchen. Bleiben Sie an Ihrem Tisch, wenn andere gehen, und heißen Sie Neuankömmlinge von anderen Tischen willkommen.

Fassen Sie die wichtigsten Ideen des vorangegangenen Gesprächs in wenigen Worten zusammen, damit die anderen Teilnehmer Verbindungen herstellen und ihre Ideen an ihren jeweiligen Tischen weiterentwickeln können.

Kleine runde Tische, farbige Tischtücher

Ausreichend Stühle für alle Teilnehmer und Moderatoren

Flipchart-Papier oder Tischsets aus Papier zum Abdecken der Café-Tische

Marker. Verwenden Sie zur besseren Lesbarkeit dunkle Farben wie Grün, Schwarz, Blau und Lila.

Fügen Sie eine oder zwei helle Farben hinzu (rot, hellgrün, hellblau oder orange), um bestimmte Elemente zu betonen

Ein Tisch für Erfrischungen (Wasser, Obst...)

Papier an der Wand oder ein Flipchart, um die gemeinsam entwickelten Ideen sichtbar zu machen

Ein zusätzlicher Raum, um die gemeinsame Arbeit und/oder die Arbeit der Tische auszustellen

Ein Computer (für die Bearbeitung der hybriden Sitzung)

Ein Projektor und eine Leinwand (Online-Sitzung durch MIRO)

DIE WÄSCHELEINE:

Die Methode ist einfach und besteht darin, seine Gefühle über den Workshop oder das Seminar entweder in Worten oder in einer Zeichnung festzuhalten. Jeder Teilnehmer hängt sein Papier mit Hilfe von Wäscheklammern an einem Draht auf. Auf diese Weise kann man sich die Rückmeldungen der anderen ansehen. Die Tatsache, dass bei dieser Methode eine "Wäscheleine" verwendet wird, verleiht ihr einen leichteren "skurrilen" Aspekt, der den Prozess weniger langweilig macht. Sie ist weniger formell als die Papptafel oder sogar das "Post-it". Wenn möglich, sollten Sie versuchen, sie draußen aufzuhängen.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

BONO'S HAT

>Ziele :

- Die 6-Hüte-Methode von Bono ist ein hervorragendes Verfahren zur :
- Anregung der Kreativität in Gruppen (wirkungsvoller als ein klassisches Brainstorming), um ein Problem zu lösen oder ein gemeinsames Projekt ins Auge zu fassen.
 - Trennung der verschiedenen Gedanken und Emotionen (Sequenzierung) zur Steigerung der Effizienz.
 - Ermöglichen Sie es jedem, seine Perspektive zu erweitern, indem er die verschiedenen Hüte und ihre Rollen annimmt.
 - Nutzen Sie das Querdenken, um nicht von einem Thema zum anderen zu wechseln.

> Logistik :

Ein ruhiger und angenehmer Ort, um einen Kreis zu bilden.

> Material:

6 Hüte in den angegebenen Farben oder 6 Karten, auf denen die verschiedenen Hüte abgebildet sind.

1 Redestab (Tennisball, Filz, Gegenstand, der die Zeit symbolisiert, die der Einzelne sprechen darf).

> Anzahl der Teilnehmer:

1 Moderator.

6 bis 9 Teilnehmer.

Wenn Sie mehr sind, können einige Teilnehmer die Rolle des Zeitnehmers übernehmen oder als Beobachter fungieren, z. B. einer pro Hut, oder als Schreiber.

> Gesamtdauer :

6 Personen - 1 Stunde

9 Personen - 1 H 30

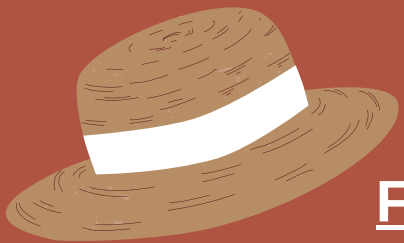
> Regeln, die vom Moderator zu Beginn des Workshops festgelegt werden:

- Wohlwollen.
- Respekt für andere.
- Verfügbarkeit ist unerlässlich (keine Telefonanrufe, E-Mails oder andere Störungen).
- Respekt vor der Zeit zum Nachdenken (1').
- Jeder Teilnehmer behält das Wort innerhalb der ihm zugewiesenen Zeit, ohne Gefahr zu laufen, unterbrochen zu werden oder nachträglich Widerspruch zu erheben.
- Respektieren Sie die Farbe des Hutes.
- Konzentrieren Sie sich auf das Ziel.

Verfahren:

De Bono schlägt vor, die Suche nach Lösungen in 6 verschiedene Phasen zu unterteilen, die jeweils durch einen farbigen Hut repräsentiert werden, der eine bestimmte Denkweise symbolisiert. Der Moderator erklärt die Absicht des Workshops, fordert die Teilnehmer auf, ihre Hüte aufzusetzen, und leitet die Reflexion mit Fragen an. Unter jedem Hut hat jede Person eine Minute Redezeit und spricht mindestens einmal, höchstens zweimal, daher ist es wichtig, den Redestab zu benutzen.

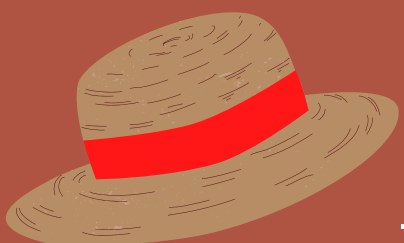
Die Redezeit wird durch den Redestab symbolisch von einem Teilnehmer zum anderen weitergegeben. Die Reihenfolge der Redebeiträge ist nicht zwingend vorgeschrieben, aber die folgende Organisation wird empfohlen:



FACTS, Neutralität

Der Moderator fordert die Teilnehmer auf, Fakten, objektive Informationen, Zahlen, die die Situation charakterisieren, zu nennen. Beispiel für eine Frage, die gestellt werden kann:

- Was sind die Fakten und Zahlen?
- Welche Informationen haben wir? Welche Informationen fehlen uns?



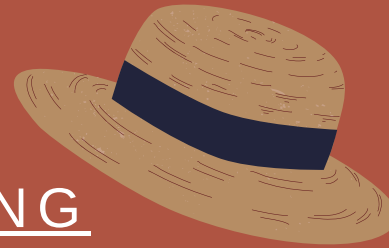
EMOTIONEN, Intuitionen

Der Moderator fordert jeden Teilnehmer auf, über seine Emotionen, Gefühle, Intuitionen und Ahnungen zu berichten, ohne sich vor den anderen zu rechtfertigen.

Beispiel für eine Frage, die gestellt werden kann:

- Was fühlen Sie hier und jetzt?
- Was ist Ihre Intuition für die Zukunft?

URTEIL, RISIKO und NEGATIVE BEWERTUNG



Der Moderator fordert die Teilnehmer auf, über die Risiken, Gefahren, Nachteile und Schwierigkeiten nachzudenken. Beispiel für eine Frage, die gestellt werden kann:

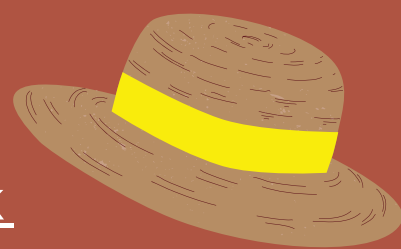
Was sind die Lücken, die Schwächen?

Welches sind die Risiken, negativen Auswirkungen, Nachteile?

Wovor sollten wir uns in Acht nehmen? Was sind die Bremsen, die Gefahren?

Was könnte im schlimmsten Fall passieren? Warum glauben Sie, dass es nicht funktionieren wird?

OPTIMISMUS, positive Kritik



Der Moderator fordert die Teilnehmer auf, eine positive Sichtweise einzunehmen. Beispiel für eine Frage, die gestellt werden kann:

Was ist der Nutzen, der Wert, die Vorteile dieser Idee?

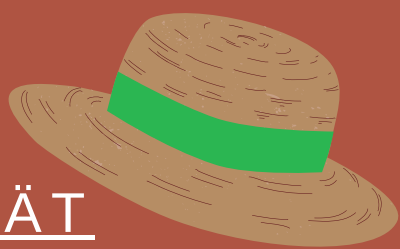
Was sind unsere Stärken? Was funktioniert gut?

Was sind die Chancen? Welchen Nutzen kann sie uns bringen?

Welche positiven Auswirkungen sind im Idealfall langfristig zu erwarten?

Was könnten wir damit tun, erreichen?

KREATIVITÄT



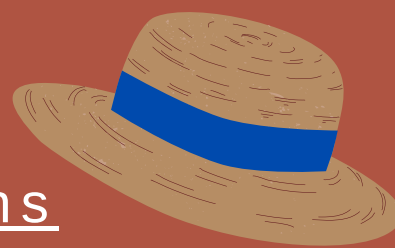
Der Moderator lädt dazu ein, nach kreativen, unkonventionellen und sogar provokanten Lösungen zu suchen. Beispiel für eine Frage, die gestellt werden kann:

- Wie können wir es anders machen?

- Welche neuen Ideen, welche Alternativen?

- Was wären die möglichen Lösungen, auch die weit hergeholten?

PROZESS, Organisation des Denkens



Der Moderator kanalisiert die Ideen, tauscht sie aus und gibt eine abschließende Zusammenfassung. Beispiel für eine Frage, die gestellt werden kann:

- Wo sind wir angekommen?

- Was sind die wichtigsten Punkte, die angesprochen wurden?

- Was lernen wir aus dieser Sequenz? Welche Schlussfolgerungen können wir daraus ziehen?

- Welche Lösung sollte gewählt werden? Welches sind die Prioritäten?

- Wie soll die Umsetzung organisiert werden? Welcher Aktionsplan für die Zukunft? Sind wir alle mit dieser Schlussfolgerung einverstanden?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

**Wir hoffen, dass dieser Leitfaden
Ihnen dabei geholfen hat, eine
Kreativallianz zu gründen, oder
Ihnen zumindest Ideen für die
Entwicklung neuer Beziehungen zu
Akteuren in Ihrer Nähe gegeben
hat, die an denselben Themen
arbeiten.**

**Um die verschiedenen Ressourcen
des Projekts Creative Invisibles
zu finden, [klicken Sie hier!](#)**