

Kulturhauptstadtbewerbung N2025 – Aktivitäten 2017 und Ausblick 2018

Hintergrund und Ausgangssituation

Am 14.12.2016 stimmte der Stadtrat einer Bewerbung Nürnbergs um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ zu. Die Verwaltung leitete daraufhin alle notwendigen Schritte ein und begann mit der Einrichtung eines Büros. Das Bewerbungsbüro nahm am 2. Mai 2017 seine Arbeit auf. Diese Phase wurde durch die Etablierung eines Kernteams aus Vertreterinnen und Vertretern des Bürgermeisteramts und des Kulturreferats intensiv begleitet. Der thematisch breite Ansatz wurde u.a. durch die Etablierung eines mehrfach im Jahr tagenden, städtischen referatsübergreifenden Kreises in der Verwaltung verankert. Seit dem 2. Januar 2018 ist das Bewerbungsbüro komplettiert, die Leitung übernahm Prof. Dr. Hans-Joachim Wagner.

Aufgabe des Bewerbungsbüros ist es, bis 2019 ein Bewerbungsbuch zu verfassen, das durch die von der Europäischen Kommission beauftragte Jury dahingehend positiv bewertet wird, dass Nürnberg auf die Shortlist des nationalen Wettbewerbs gesetzt wird und in einem weiteren Schritt den Zuschlag für den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025 erhält. Das Bewerbungsbuch wird in englischer Sprache verfasst und beantwortet einen Fragenkatalog von ca. 60 Fragen in verschiedenen Kategorien.

- Beitrag zur Langzeitstrategie
- Europäische Dimension
- Kulturelle und künstlerische Inhalte
- Umsetzungsfähigkeit
- Ausstrahlung auf die Stadt
- Management
- Marketing und Kommunikation

Maßnahmen 2017

Nachdem der politische Beschluss für die Bewerbung Nürnbergs gefasst wurde, wurden 2017 konkrete Schritte hin zur Verfassung des Bewerbungsbuchs unternommen. Nach einer umfassenden Kommunikations- und Informationskampagne, die sich an Bürgerinnen und Bürger der Stadt richtete, initiierte das Bewerbungsbüro partizipative Projekte, über die Bürgerinnen und Bürger sich aktiv in die Bewerbung Nürnbergs als Kulturhauptstadt Europas 2025 einbringen konnten. Sieben Arbeitsgruppen arbeiteten zudem an der inhaltlichen Durchdringung möglicher Schwerpunkte einer Bewerbung. Eine regionale Arbeitsgruppe zur Kulturhauptstadt-Bewerbung nahm im Frühsommer 2017 ihre Arbeit auf und erarbeitete die Einbindung der Europäischen Metropolregion Nürnberg in die Kulturhauptstadt-Bewerbung. Darüber hinaus vernetzte sich das Bewerbungsbüro mit deutschen Bewerberstädten und internationalen Kulturhauptstädten Europas sowie mit verschiedenen Hochschulen.

1. Information und Öffentlichkeitsarbeit

Die Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas 2025 ist ein Projekt, das die gesamte Stadtgesellschaft adressiert. Um den Anspruch eines Stadtentwicklungsprojekts mit Mitteln der Kunst und Kultur und unter Zugrundelegung eines breiten Kulturbegriffs gerecht zu werden, ist es eine Grundvoraussetzung, dass ein möglichst großer Teil der Bürgerschaft, gleich ob im gängigen Verständnis kulturinteressiert oder nicht, egal ob jung oder alt, erreicht und „mitgenommen“ wird. Zudem soll die Kommunikation des Projekts den internationalen

Anspruch an eine Europäische Kulturhauptstadt widerspiegeln und die Genese des Projekts nachvollziehbar machen. Das Bewerbungsbüro setzt daher für seine Kommunikationsarbeit folgende Prämissen:

- Kommunikation der Bewerbung über die klassischen Kulturzielgruppen hinaus
- Mehrsprachigkeit: englischsprachige Website und Veranstaltungen in englischer Sprache
- Kommunikation mit modernen Medienformen: hoher Stellenwert des Formats Video
- Kommunikation über soziale Medien: Facebook und Youtube
- Transparenz, Dokumentation und Evaluation: Workshops und Veranstaltungen werden online aufbereitet und stehen langfristig zur Verfügung.

Diese Prämissen wurden in den Kommunikationsmaßnahmen umgesetzt und 2018 weiter forciert.

1.1. Veranstaltungen

Die Kulturhauptstadtbewerbung wurde im Jahr 2017 innerhalb der Stadtverwaltung und in politischen Gremien intensiv diskutiert sowie in intern und extern besetzten Arbeitskreisen bearbeitet und erörtert. Zudem wurde die Bewerbung auf mehr als 60 Veranstaltungen dargestellt und diskutiert, darunter bei politischen Gremien (z.B. Kulturausschuss des Bezirkstags), zivilgesellschaftlichen Verbänden (z.B. Integrationsrat), bei Bürgerforen in den Stadtteilen (z.B. Langwasser, St. Leonhard), Messen (z.B. Consumenta) oder Veranstaltungen von Kulturinstitutionen (z.B. Z-Bau). Insgesamt wurden auf diesen Veranstaltungen mehr als 5000 Personen direkt erreicht. Hinzu kamen im Frühjahr 2017 über 100 Veranstaltungen zum 60. Jahrestag der Unterzeichnung der Römischen Verträge sowie die Darstellung der Bewerbung beim „Abend im Advent“ in der Bayerischen Vertretung in Brüssel, koordiniert durch das EU-Büro. Veranstaltungsreihen ermöglichten regelmäßige Information und Austausch:

Informationsveranstaltungen „Auf dem Weg zur Kulturhauptstadt 2025 – Pack mer´s“

Von Februar bis April fanden drei große Informationsveranstaltungen zur Kulturhauptstadt-Bewerbung an unterschiedlichen Veranstaltungsorten im Süden, Westen und Zentrum der Stadt statt. Oberbürgermeister und Kulturreferentin sowie z.B. auch der ehemalige Kulturdezernent Essens und Geschäftsführer von Ruhr.2010, Dr. Oliver Scheytt, stellten den Prozess der Bewerbung und deren Potentiale dar und traten mit den Bürgerinnen und Bürgern in den Dialog. Alle Veranstaltungen können im Internet unter www.n2025.de in voller Länge angesehen werden.

Teilnehmende: ca. 350 Personen

Online-Aufrufe der Aufzeichnungen: 1632

„Let´s Talk“ – Expertinnen- und Expertenvorträge zur Kulturhauptstadt Europas

In Kooperation mit dem KunstKulturQuartier fanden ab April unter dem Slogan „Let´s Talk“ sechs Expertinnen- und Expertengespräche mit anschließenden Publikumsgesprächen statt. Zu Gast waren Vertreterinnen und Vertreter vergangener (Tallinn 2011) und zukünftiger (Galway 2020) Kulturhauptstädte Europas und die Bewerberstadt Leeds (2023). Außerdem informierten das ehemalige Jurymitglied und ehemaliger Direktor der Europäischen Kulturstiftung, Gottfried Wagner, der mit dem österreichischen Bewerbungsprozess für 2024 vertraute Kulturmanager Christoph Thoma und das internationale Kulturmanagement-Forschungsnetzwerk „Local Operators Network“. Zwei der Veranstaltungen können im Internet unter www.n2025.de in voller Länge angesehen werden.

Teilnehmende: ca. 300 Personen

Online-Aufrufe der Aufzeichnungen: 250

1.2. Multimediale Kommunikations-Projekte

Interviewfilm „Wir wollen es wissen“

Im Interviewfilm „Wir wollen es wissen“ kommen ca. 20 Bürgerinnen und Bürger und Kulturschaffende zu Wort und teilen mit, welche Chancen, Potenziale und Wünsche sie mit der Bewerbung Nürnbergs als Europäische Kulturhauptstadt 2025 verbinden.

Online-Aufrufe des Films „Wir wollen es wissen“: 4960

Videowettbewerb „Colours of Nürnberg“

Beim Videowettbewerb „Colours of Nürnberg“ waren junge Menschen bis 25 Jahre aufgefordert, in einem maximal 25 Sekunden langen Film darzustellen, welche Bilder sie mit Nürnberg verbinden. Eingereicht wurden Interviewfilme, Makroaufnahmen mit Miniaturen Nürnberger Bauten und Stadtimpressionen. Der Videowettbewerb erhielt eine gute Medienresonanz in Print und Rundfunk, die Qualität der Einsendungen war hoch. Die Macher der beiden erstplatzierten Filme reisen mit Unterstützung des Albrecht-Dürer-Flughafens Nürnberg in die Europäischen Kulturhauptstädte 2018 Leeuwarden und Valletta. Die Filme sind unter www.n2025.de abrufbar.

Online-Aufrufe der eingereichten Filme und des Trailers: 22.980

1.3. Öffentlichkeitsarbeit und weitere Kommunikationsmaßnahmen

Logo, Label und Gestaltungsleitfaden N2025

Für die Bewerbung Nürnbergs um den Titel als Kulturhauptstadt Europas wurde ein Kampagnenlogo entwickelt, um eine hohe Wiedererkennbarkeit zu schaffen. Dieses Logo („N2025“) steht in Kommunikation mit einem Textzusatz („Nürnberg. Kulturhauptstadt Europas. Wir bewerben uns“) als Label für Kommunikationsmittel städtischer Einrichtungen und externer Partner zur Verfügung. Das farblich flexible Label ist seit November 2017 im Einsatz und kann im Jahr 2018 von allen Geschäftsbereichen der Stadt, Unternehmen und nicht-städtischen Institutionen eingesetzt werden, um der Bewerbung eine hohe Sichtbarkeit zu geben. Die Verwendung des Logos ohne den Textzusatz ist ausschließlich der Kommunikation des Bewerbungsbüros vorbehalten. Das Markenbild wurde von der Stadtgrafik im Presseamt, d.h. mit stadinternen Ressourcen entwickelt und eine detaillierte Richtlinie zur Anwendung vorgelegt.



Label N2025

Website www.n2025.de

Mit der Neuaufsetzung des Webauftritts der Bewerbung unter der URL www.n2025.de, erhielt die Bewerbung im Herbst 2017 einen eigenen Online-Auftritt, der die bis dahin verwendete Informationswebseite ablöste. Die Website ist als unabhängiges Webprodukt („Miniweb“) im Webauftritt der Stadt Nürnberg (www.nuernberg.de) angesiedelt. Sie umfasst aktuelle Informationen, detaillierte Einsicht in den Gesamtprozess der Bewerbung, eine Veranstaltungsübersicht, das interaktive Beteiligungs-Format „Kulturhauptfragen“ und eine Newsletterfunktion, über die sich interessierte Bürgerinnen und Bürger über die Bewerbung auf dem Laufenden halten können. Seit Januar 2018 steht die Website auch in englischer Sprache zur Verfügung. Die Website wurde gemeinsam mit dem Online-Büro im Presseamt, d.h. mit stadinternen Ressourcen entwickelt.

Etablierung des Bewerbungsbüros als Kommunikationsort

Das Bewerbungsbüro in der Spitalgasse 1 wurde zur Blauen Nacht am 6. Mai 2017 mit einer Aktion von, für und mit Kindern eröffnet. Ca. 50 Kinder formulierten ihre Zukunftswünsche und brachten diese mit Farbe an die Scheiben des Bewerbungsbüros auf. Die Ergebnisse blieben bis September 2017 für alle Passantinnen und Passanten sichtbar. Das zentral gelegene Bewerbungsbüro wurde im Verlauf des Jahres zum Kommunikations- und Informationspunkt für die Nürnberger Bürgerinnen und Bürger ausgebaut. Zwei Außenpräsentationsflächen informieren über Veranstaltungen und den Bewerbungsprozess. Das Büro ist werktags geöffnet. Bürgerinnen und Bürger können in einen Dialog mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Bewerbungsbüros treten oder sich zu „N2025“ informieren.

2. Beteiligung

Die Beteiligung und die Einbeziehung der Stadtgesellschaft und verschiedener Stakeholdergruppen ist Kernprozess der Kulturhauptstadtbewerbung. Die Bewerbung ist dann erfolgreich, wenn sich Kulturakteurinnen und Kulturakteure, Bürgerinnen und Bürger einbringen können und sich mit der Bewerbung identifizieren. Zudem stellt die Einbeziehung der Öffentlichkeit bei der Erstellung der Bewerbung eine formale Bedingung dar.

Mit digitalen Formaten und verschiedenen Workshops hat das Bewerbungsbüro im Jahr 2017 mehrere zielgruppenspezifische Projekte implementiert, durch die sich Bürgerinnen und Bürger an der Bewerbung Nürnbergs als Kulturhauptstadt Europas 2025 beteiligen können und deren Ergebnisse in die Bewerbung einfließen.

2.1. Beteiligungsprojekt Kulturhauptfragen

Das Bewerbungsbüro Kulturhauptstadt Europas 2025 initiierte im Herbst 2017 das Beteiligungsprojekt „Kulturhauptfragen“. Unter diesem Slogan formulierte das Büro einen Fragenkatalog, der aus den Kriterien für die Konzeption des Bewerbungsbuchs abgeleitet ist. Ziel ist es, bis zu 2025 Antworten auf die „Kulturhauptfragen“ zu sammeln, deren Auswertung in die Themenkonkretisierung einfließt. Die vier Kulturhauptfragen sind im Einzelnen:

„Herzenssache:

Was lieben Sie an Ihrer Stadt und was wollen Sie mit ganz Europa teilen?“

Hintergrund: Die Kulturhauptstadt Europas ist ein europäisches Projekt. Die Stadt wird sich im Jahr 2025 Besucherinnen und Besuchern aus aller Welt als kulturelles europäisches Zentrum darstellen. Was wollen Nürnbergerinnen und Nürnberger ganz Europa zeigen, was macht sie stolz und womit kann die Stadt Europa begeistern?

„Einzigartig:

Was macht Nürnberg einzigartig?“

Hintergrund: Die Bewerbung als Europäische Kulturhauptstadt muss sich von den Bewerbungen anderer Städte abheben und das kulturelle Profil der Stadt sowie ihre Entwicklungspotenziale widerspiegeln.

„Zukunftswunsch:

Was wünschen Sie sich für die Zukunft Nürnbergs?“

Hintergrund: Europäische Kulturhauptstadt zu werden bedeutet, ein Stadtentwicklungsprojekt zu realisieren. Es geht darum, die Stadt und die Region mit Mitteln der Kultur nachhaltig zu verändern. Diese Frage ermittelt, welche Bedarfe es aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger für das Projekt Europäische Kulturhauptstadt 2025 gibt.

„Vergissmeinnicht:

Was dürfen wir aus Ihrer Sicht bei der Bewerbung nicht vergessen?“

Hintergrund: Die Bewerbung als Europäische Kulturhauptstadt ist ein offener Prozess, in den Bürgerinnen und Bürger Ideen, Meinungen und Anliegen einbringen können. Die Antworten

auf diese Frage zeigen dem Bewerbungsbüro aus Bürgersicht relevante Aspekte für die Bewerbung auf, die bisher u.U. noch keine Beachtung fanden.

Die Fragen wurden über verschiedene Kanäle an die Bürgerinnen und Bürger der Stadt Nürnberg übermittelt:

Kulturhauptfragen: Veranstaltungen

Das Bewerbungsbüro war seit Ende September 2017 bei ca. 15 öffentlichen Veranstaltungen mit einem Informationsstand präsent und verteilte Karten, auf denen jeweils eine der Kulturhauptfragen beantwortet werden konnte. Hierbei fokussierte sich das Büro nicht auf Kulturveranstaltungen im engeren Sinn, sondern deckte ein breites Spektrum ab, um einen möglichst heterogenen Kreis von Bürgerinnen und Bürgern zu erreichen. Auf den Veranstaltungen verteilte das Bewerbungsbüro die Kulturhauptfragen im Postkartenformat und trat in einen Dialog mit den Bürgerinnen und Bürgern zur Kulturhauptstadtbewerbung. Der Stand wurde grundsätzlich von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Bewerbungsbüros betreut, sodass aktiv auf Fragen und Anregungen der Bürgerschaft zur Kulturhauptstadtbewerbung eingegangen werden konnte.

Das Bewerbungsbüro war unter anderem auf folgenden Veranstaltungen mit den Kulturhauptfragen präsent:

- 22.09. Sitzung des Integrationsrates
- 23.09. Offen auf AEG
- 02.10. Z-Bau Jubiläum #2
- 10.10. IHK Vollversammlung
- 13.10.-15.10. Tag der offenen Tür
- 13.10. Street Art Weekender Musikzentrale
- 16.10. Musikalischer Damentee im Opernhaus
- 21.10. Lange Nacht der Wissenschaften
- 28.10.-29.10. Consumenta
- 07.11. Bürgerforum im Gemeinschaftshaus Langwasser
- 10.11. Einbürgerungsfeier der Stadt Nürnberg
- 13.11. Kulturpreisverleihung der Stadt Nürnberg
- 21.11. STARK Stadtteilforum
- 25.11. N2025 Kulturhauptstadt-Tag
- 02.12. Eröffnung des Sternenhauses

Kulturhauptfragen: Versand an 2025 zufällig ausgewählte Bürgerinnen und Bürger

Im Dezember 2017 versendete das Bewerbungsbüro die Kulturhauptfragen an 2025 Bürgerinnen und Bürger. Die Auswahl der Bürgerinnen und Bürger erfolgte zufällig, wobei eine gleichmäßige Altersverteilung gewährleistet wurde, um einen möglichst repräsentativen Bevölkerungsschnitt zu adressieren. Die Beantwortung erfolgt anonym und über den Postversand. Wenn die Bürgerinnen und Bürger dies wünschen, können sie auf der Antwortkarte Name und Alter vermerken.

Kulturhauptfragen: Online-Beantwortung auf der Website www.n2025.de

Seit November 2017 können die „Kulturhauptfragen“ auch online auf der Website der Kulturhauptstadt-Bewerbung beantwortet werden. Die Beantwortung erfolgt anonym, auf Wunsch können auch hier Name und Alter hinterlegt werden.

Bis zum 8. Januar 2018 sammelte das Bewerbungsbüro mehr als 1600 Antworten auf die vier Kulturhauptfragen. Die Ergebnisse der Kulturhauptfragen werden nach Abschluss der Erhebung im Frühjahr 2018 online auf der Website www.n2025.de dokumentiert und veröffentlicht.

2.2. Beteiligungsprojekt „Wir-Bank“

Eine Beteiligung an der Kulturhauptstadtbewerbung mit künstlerischen Mitteln erfolgte durch die Gestaltung neun so genannter „Wir-Bänke“. Hierbei handelt es sich um eine gestaltete Biertischgarnitur. Aus der „Bierbank“ wird die Nürnberger „Wir-Bank“. Die „Wir-Bank“ steht als Symbol der Kommunikation und des Miteinanders im Mittelpunkt des Informations-Standes des Bewerbungsbüros, der von September bis Dezember 2017 auf verschiedenen Veranstaltungen eingesetzt wurde und an dem die Karten mit den Kulturhauptfragen verteilt wurden. Zudem sind die „Wir-Bänke“ im Bewerbungsbüro in der Spitalgasse ausgestellt. Folgende Künstler und Initiativen haben „Wir-Bänke“ für N2025 gestaltet:

- Bürgerinitiative NUE2025
- Carlos Lorente
- Julian Vogel
- Cartoonist Gymmick
- Manfred Schaller
- Heizhaus
- Babis Cloud
- Studio Eins (Z-Bau)
- Chris Koch

Im Jahr 2018 sollen weitere „Wir-Bänke“ gestaltet und auf verschiedenen Veranstaltungen zur Kulturhauptstadtbewerbung eingesetzt werden.

2.3. Thematische Workshops

In thematischen Workshops zur Kulturhauptstadtbewerbung erarbeiteten Kulturakteure und Verwaltungsmitarbeiterinnen und Verwaltungsmitarbeiter bewerbungsrelevante Fragestellungen, darunter:

Need-Workshop

Im Mai wurden in einem Workshop Bedarfe der Stadt für die Kulturhauptstadtbewerbung mit Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus verschiedenen Geschäftsbereichen der Stadtverwaltung ermittelt.

Beteiligung der freien Szene

Gemeinsam mit dem internationalen Forschungsnetzwerk „Local Operators Platform“ und Vertreterinnen und Vertretern der freien Kulturszene Nürnbergs wurden weitere Ansätze für die Partizipation der freien Szene im Jahr 2018 an N2025 entwickelt.

Das Bewerbungsbüro Kulturhauptstadt Europas 2025 steht in einem regelmäßigen Austausch mit der Bürgerinitiative NUE2025, die im Jahr 2017 u.a. zwei spartenspezifische Workshops veranstaltete und auf verschiedenen Veranstaltungen über die Bewerbung Nürnbergs informierte. Inzwischen wurde zudem ein offener Kulturhauptstadt-Stammtisch eingerichtet, der im Jahr 2018 einmal monatlich in verschiedenen gastronomischen Einrichtungen Nürnbergs stattfinden wird.

2.4. Beteiligung von Kindern und Jugendlichen an der Bewerbung

Das Projekt Kulturhauptstadt Europas 2025 ist ein Projekt, das insbesondere von jungen Menschen mitgetragen werden soll. Daher ist es besonders wichtig, dass Kinder und Jugendliche den Bewerbungsprozess aktiv mitgestalten. Bereits die Eröffnung des Bewerbungsbüros wurde gemeinsam mit Kindern durchgeführt, die die Wände des gläsernen Bewerbungsbüros mit Zukunftswünschen beschrieben. Die Aktion wurde vom Papiertheater Nürnberg konzipiert und durchgeführt. Gemeinsam mit Kindern des Kindergartens Gustav-Heinemann-Straße wurde ein Kulturhauptstadt Bobby Car gestaltet, das zu einem „Rennen der Bewerberstädte“ in Kassel antrat.

3. Inhaltliche Durchdringung möglicher Schwerpunkte einer Bewerbung

Zentraler Bestandteil der Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025 ist die Darstellung von künstlerischen und kulturellen Inhalten. Hierbei handelt es sich nicht um arbiträre Aneinanderreihung von Kulturveranstaltungen. Vielmehr ist es das erklärte Ziel, eine in sich konsistente und für Europa relevante künstlerische Programmatik zu entwickeln, die eine europäische Fachjury überzeugt und die sowohl künstlerische Exzellenz als auch Relevanz und Attraktivität für die gesamte Stadtgesellschaft und die europäische Öffentlichkeit bietet. Im Jahr 2017 wurden mögliche Themen, die im Vorfeld der Bewerbung als relevant identifiziert wurden, in Form einer „theoretischen Durchdringung“ vorbereitend für die Entwicklung der künstlerischen Programmatik im Jahr 2018 aufbereitet. Dabei ging es darum, Fragen, die im Bewerbungsbuch gestellt werden, im Hinblick auf jede Denklinie aufzubereiten:

- Warum ist dieses Thema für Nürnberg besonders wichtig?
- Welche Ziele sind mit der Bewerbung für dieses Thema verbunden?
- Wie sieht die europäische Dimension bei diesem Thema aus?
- Welche Geschichte kann Nürnberg hierbei Europa „erzählen“? Was können wir von Europa lernen?
- Welche Zielgruppe wird bei der Thematik bereits angesprochen, welche muss verstärkt angesprochen werden? (Audience Development)
- Gibt es Anknüpfungspunkte in der Region? Bestehende Netzwerke? Sind regionale Aktionen möglich?
- Welche „Gruppen“ muss man bei diesen Themen „gefragt“ haben? Mit welchen neuen Akteuren sollte man darüber hinaus sprechen?

Ziel war es, für die Bewerbung relevante Fragestellungen und Ansätze herauszustellen. Die Antworten fließen ebenso wie alle anderen Maßnahmen der Beteiligung in die Findung der zentralen Themen der Bewerbung und die Erstellung der künstlerischen Programmatik im Jahr 2018 ein.

Die Erarbeitung erfolgte in erster Linie in Themengruppen und auf dem Kulturhauptstadt-Tag. Folgende Denklinien, die bereits in der Entscheidungsvorlage für die Stadtratssitzung im Dezember 2016 genannt worden waren, wurden bearbeitet:

- Digitalisierung des Alltags
- Europa – quo vadis?
- Migration, Heimat, Diversity
- Zukunft der Arbeit
- Zukunftsgerichtete Erinnerungskultur

Durch Anregung der Bürgerinnen und Bürger auf Informations- und Beteiligungsveranstaltungen kamen zwei Denklinien hinzu:

- Stadtraum und Lebensqualitäten
- Nürnberg und die Europäische Kulturgeschichte

Themengruppen

Die Denklinien wurden in Themengruppen, die sich aus Fachexperten, zivilgesellschaftlichen Akteurinnen und Akteuren, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stadtverwaltung, Künstlerinnen und Künstlern sowie Kulturschaffenden zusammensetzten sowie in Workshops von Mai bis November 2017 bearbeitet. Weit über 100 Personen wirkten mit, einzelne Arbeitspapiere mit Antworten auf die Fragen des Bewerbungsbuchs zu erarbeiteten.

Kulturhauptstadt-Tag

Am 25. November 2017 fand im Caritas-Pirckheimer-Haus und an sechs weiteren Orten in Nürnberg der Kulturhauptstadt-Tag statt, u.a. im ZOLLHOF Tech Incubator, in der Werkstatt 141 Auf AEG und im Germanischen Nationalmuseum. Ziel der Veranstaltung war eine noch breitere Bürgerbeteiligung zur Erarbeitung der Denklinien und umfassende Information zu N2025. Neben Inputs zum aktuellen Stand der Bewerbung von Oberbürgermeister und Kulturreferentin, der Siegerehrung des Videowettbewerbs „Colours of Nürnberg“ und einem Vortrag der Künstlerischen Direktorin von Ruhr.2010, Asli Sevindim, diskutierten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in sieben Workshops die oben genannten Themenfelder jeweils unter vier Fragestellungen:

- Warum ist dieses Thema für Nürnberg besonders wichtig?
- Wenn Sie an dieses Thema denken: Was wünschen Sie sich für die Zukunft?
- Wenn Sie an dieses Thema denken: Was bereitet Ihnen Bauchschmerzen?
- Welche Geschichte kann Nürnberg Europa bei diesem Thema erzählen?

Am Ende der Workshops hatten alle Bürgerinnen und Bürger Gelegenheit, im sog. „Fish-Bowl“-Format Statements und Anliegen im großen Plenum zu äußern.

Der Impulsvortrag des Oberbürgermeisters und der Kulturreferentin, ein Überblicksvideo zum Kulturhauptstadt-Tag und eine ausführliche Dokumentation sind online abrufbar. Die Resonanz auf den Kulturhauptstadttag war, wie eine ausführliche Teilnehmerbefragung zeigte, sehr positiv, die Veranstaltung ausgebucht.

Teilnehmende am Kulturhauptstadt-Tag am 25. November: 220 Personen
Online-Aufrufe der Aufzeichnungen: 2530

Zusammenfassend ergeben sich für die einzelnen Denklinien zur Weiterentwicklung folgende mögliche Anknüpfungspunkte, die sich auch auf die Bedeutung der Thematik im europäischen Kontext beziehen. Sie können hier aus Platzgründen nur angerissen werden. Eine ausführlichere Dokumentation des Kulturhauptstadt-Tages findet sich unter www.n2025.de:

Digitalisierung des Alltags

Die digitale Transformation hat Auswirkungen auf alle Lebensbereiche und wird große Veränderungen nach sich ziehen. Das gilt nicht nur für den technologischen Bereich. Tiefgreifende globale Umbrüche in Wirtschaft, Politik und Gesellschaften sind die Folge und wirken auch in viele private Bereiche hinein. Die digitale Transformation eröffnet aber auch Chancen für nachhaltiges Wachstum und vielfältige neue Beschäftigungsmöglichkeiten. Sie ist in den Hochschul- und Forschungseinrichtungen Nürnbergs sowie in den Unternehmen in Stadt und Region ein Treiber für Innovation und Gründung.

Als Stadt der Menschenrechte könnte Nürnberg die Themen Datenrechte und Freiheit von Kommunikation aufgreifen (auch in Hinblick auf andere Tendenzen in Europa).

Digitalisierung ist auch die Geschichte der Vernetzung, zunächst von Maschinen, darüber hinaus von Menschen und zunehmend auch von Dingen. Nürnberg kann an die eigene Geschichte der historischen analogen Vernetzung anknüpfen, vom Handelszentrum im Mittelalter über die Reformation bis in die Neuzeit. In diesen Kontext passt auch Nürnbergs Bedeutung als Druckerstadt, dem „Internet des Mittelalters“.

Nürnbergs weltweite Bekanntheit als Spielzeugstadt kann aufgegriffen und am Beispiel der Wandlung des Spielens neu erzählt werden: Von der analogen Welt des Spielens macht sich die Stadt auf den Weg in die digitale Welt (Schwerpunkt Computerspiel).

Europa – quo vadis?

Nürnberg ist in vielfacher Hinsicht europäisch geprägt: historisch, wirtschaftlich, geographisch, ideell, kulturell, normativ, institutionell und demographisch. Dabei reicht die europäische DNA Nürnbergs weit über das politische System der Europäischen Union hinaus und bezieht sich auf den Kontinent als Ganzes. Der Blick richtet sich zugleich nach vorn: Welches Europa wollen wir? Aspekte der Internationalisierung, Identitätsfragen und europäische Werte können mit Projekten im Kulturhauptstadtjahr neu diskutiert und beleuchtet werden. Die zunehmende Unsicherheit im Hinblick auf die Zukunft Europas und die Einhaltung der Grundversprechen der EU - Frieden, Wohlstand, Freiheit – sollte dabei ernst genommen werden.

Migration, Heimat, Diversity

Migration war für Nürnberg immer ein wichtiges Thema. Der Hinweis auf das „Einwandererkind Dürer“ illustriert dies exemplarisch. Ohne Zuwanderung von nah und fern wäre auch die Entwicklung des Industriestandorts Nürnberg nicht möglich gewesen. In der jüngeren Stadtgeschichte waren die Anwerbung der „Gastarbeiter/innen“ und die Aufnahme von Aussiedler/innen und Spätaussiedler/innen wichtige Faktoren der Zuwanderung seit 1945. In Folge dieser Zuwanderungen haben heute 45% der Nürnbergerinnen und Nürnberger einen „Migrationshintergrund“, sind also selbst seit 1949 zugewandert oder Kinder aus Zuwandererfamilien. In der Altersgruppe der unter 18-jährigen sind es über 60%. Allein diese Zahlen belegen, dass die Frage eines gelingenden Zusammenlebens in Vielfalt von zentraler Bedeutung für die Zukunft der Stadt ist. Die vom Stadtrat beschlossenen Leitlinien zur kommunalen Integrationspolitik betonen ebenfalls den Stellenwert des Themas, dem sich Nürnberg schon sehr früh und in bestimmten Bereichen beispielgebend angenommen hat. Den auch in Nürnberg beobachtbaren gesellschaftlichen Spaltungen Einhalt zu gebieten und ihr weiteres Anwachsen zu vermeiden sowie Diskriminierungen entgegenzuwirken und gleichberechtigte Teilhabe zu gewährleisten sind dabei wesentliche Herausforderungen. Ein wichtiger Themenkomplex ist zudem ist der Diskurs um den Begriff „Heimat“. Der Heimatbegriff spielt eine bedeutende Rolle für die Kulturhauptstadtwerbung; dies sowohl im Sinne der Selbstvergewisserungsdebatten um Identifikation und Zugehörigkeit in der heterogenen Stadtgesellschaft als auch als Anknüpfungspunkt für die künstlerische Auseinandersetzung mit diesen Fragen.

Zukunft der Arbeit

Warum ist dieses Thema für Nürnberg von zentraler Bedeutung? In Nürnberg war der jüngsten Strukturwandel besonders deutlich ausgeprägt, die Umbrüche der Arbeitsprozesse sind immer noch spürbar. Nürnberg ist eine traditionelle Handels-, Handwerks- und Arbeiterstadt. Der Faktor „Arbeit“ spielt in Nürnberg bis heute eine große Rolle. In Nürnberg war das kulturelle Leben auch immer die Kultur der Arbeitenden. „Kultur für alle“ gilt nach wie vor.

Nürnberg gilt als das Zentrum der Arbeitsmarktforschung. Diese Tatsache könnte für innovative Modellprojekte genutzt werden.

Der bevorstehende Strukturwandel – Industrie 4.0 – wird als Gestaltungschance gesehen. Nürnberg könnte das Vorbild sein bei der Gestaltung des anstehenden Wandels in der Arbeitswelt. Im Mittelpunkt: Eine neue Lernkultur– begleitet von kulturell unterlegten Formaten im Kulturhauptstadtjahr.

Zukunftsgerichtete Erinnerungskultur

Die Stadt ist wie kaum eine andere deutsche Stadt mit der Geschichte des Nationalsozialismus verbunden, die bis heute mahnende Funktion hat. Die baulichen Überreste der NS-Zeit sind bis heute zentrale Elemente im Stadtbild. Die Bedeutung der Orte wächst, wie die Besucherstatistiken zeigen. Gerade in der Ära nach den Zeitzeugen braucht Erinnerung Orte und Dinge.

Nürnberg ist zu einem Ort kritisch-reflexiver Auseinandersetzungen über die Vergangenheit geworden und ein gemeinsames Bewusstsein für die Verantwortung gegenüber dem historischen Erbe ist entstanden. Es waren in Nürnberg Initiativen aus der Bürgerschaft, die sich ein Recht auf Erinnerung erstritten. Der (selbst-)kritische Diskurs muss weiterhin öffentlich geführt, die Relevanz von Geschichte für Gegenwart und Zukunft unter dem Schlagwort „Es geht auch mich an“ verdeutlicht werden. Dabei gilt es, neuere Formen (z.B. künstlerische Bearbeitung) und Inhalte (z.B. Menschenrechte, Rechtsstaatlichkeit, Gerechtigkeit, internationale Strafgerichtsbarkeit, Rassismus, Fremdenhass, antisemitische Tendenzen) verstärkt aufzugreifen. Digitales Erinnern muss auch in Nürnberg im Zusammenspiel von on- und offline gestaltet werden.

Ein selbstkritisches Verständnis historischer Zusammenhänge kann als Teil der europäischen Geschichte fruchtbar gemacht werden, durchaus im Bewusstsein der Unterschiede in den einzelnen europäischen Mitgliedsstaaten. Nürnberg eignet sich mit seiner Vergangenheit als eine europäische Plattform für Information, Reflexion und Auseinandersetzung.

Durch Anregung der Bürgerinnen und Bürger auf Informations- und Beteiligungsveranstaltungen kamen zwei Denklinien hinzu:

Stadtraum und Lebensqualität

Öffentliche Räume – Plätze, Straßen, Parks – sind Lebensräume und per se prägend für die europäische Stadt. Insbesondere sind es die Orte, an denen sich Lebensqualität entfaltet, Begegnung stattfindet und Integration gelingen kann.

Eine öffentliche Diskussion in Nürnberg zu den Fragen, wem öffentliche Räume gehören und wie urbanes Leben menschengerechter gestaltet werden kann, wie interkultureller öffentlicher Raum und Gemeinschaftsräume neu erfunden werden können, hat eine europäische Dimension und ist von brennender Aktualität für viele europäische Städte. Vor allem kann Nürnberg als faktische Ankunftsstadt mit der Kulturhauptstadtwerbung europaweit wichtige Zeichen setzen, wie Stadträume als Treffpunkte von Menschen mit unterschiedlicher Herkunft transformiert werden und der Stadtalltag, aber auch das Kulturangebot internationalisiert werden können.

Die beiden Themen Erinnerungskultur und europäischer Stadtraum sind eng verknüpft. Nürnberg ist reich an Erinnerungen: von den Hinterlassenschaften des Nationalsozialismus bis hin zum besonderem Ansatz des Wiederaufbaus der Stadt.

Wichtig ist, dass Nürnberg zu seiner Geschichte steht und aufzeigen kann, wie das Erbe in die Zukunft erzählt wird, d.h. Erinnerung sichtbar wird und Erinnerungsorte und Stadträume einer neuen Nutzung zugeführt werden können. Diese zukunftsgerichtete Aufarbeitung der Geschichte mittels kultureller Beteiligungsformate adressiert mit der Kulturhauptstadtwerbung andere europäische Städte, die im Krieg zerstört und wiederaufgebaut worden sind.

Nürnberg und die Europäische Kulturgeschichte

Als „Quasi Centrum Europae“ hat Nürnberg eine herausragende Bedeutung für die europäische Kulturgeschichte. In Nürnberg sind Aspekte europäischer Wirtschaftsgeschichte, Alltagsgeschichte, Mentalitätsgeschichte und Militärgeschichte u.v.w. noch heute erleb- und nachvollziehbar.

Besonders der Umgang mit und die Bewältigung von existenziellen Herausforderungen gehören in Nürnberg zum kulturellen Gedächtnis, zum genetischen Fingerabdruck der Stadt. Beispiele sind: Die Reformation 1525 und damit der Übertritt zum evangelischen Bekenntnis bedeutete für die Reichsstadt fortan ein schwieriges und ambivalentes Verhältnis zum katholischen Kaiser. Der Dreißigjährige Krieg brachte schwere Kriegszerstörungen im Nürnberger Landgebiet und die Jahre 1632-1635 gingen einher mit einem dramatischen Bevölkerungsrückgang. Die Einverleibung in das Königreich Bayern 1806 bedeutete den Verlust der Selbstständigkeit. Massivste Zäsuren waren die NS-Zeit und 1945 die Zerstörung aufgrund des Zweiten Weltkriegs.

Dem stehen Zeiten höchster kultureller Blüte, Innovations- und Erfindungsreichtum – der sprichwörtliche Nürnberger Witz -, bürgerschaftliches Engagement und Unternehmergeist gegenüber.

Als Kontinuum lässt sich feststellen, Krisen, Brüche und Katastrophen kompensierten die Stadt und ihre Bürgerschaft mit neuen innovativen und kulturellen Impulsen und stehen damit auch beispielgebend für europäische Geschichte.

4. Einbindung der Region in die Kulturhauptstadtbewerbung

Nürnberg wird die Europäische Metropolregion Nürnberg (EMN) in die Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas 2025 einbinden. Am 3. Mai 2017 fand eine Sondersitzung des Rats der Metropolregion statt, in der der Oberbürgermeister und die Kulturreferentin die Bewerbungsschritte erläuterten und die regionalen Vertreterinnen und Vertreter zur Mitarbeit an der Bewerbung einluden. Im Anschluss an die Sitzung formierte sich eine Arbeitsgruppe, die an das Forum Kultur der EMN angegliedert ist. Die Gruppe tagte bis Ende des Jahres dreimal mit Vertreterinnen und Vertretern der Städte Amberg, Bayreuth, Bamberg, Coburg, Erlangen, Fürth, Hof, Nürnberg, Roth, Schwabach, der Landkreise Erlangen-Höchstadt, Nürnberger Land, Neustadt a.d. Waldnaab, Roth und des Bezirks Mittelfranken. In den Treffen wurden regionale Anknüpfungspunkte für eine Kulturhauptstadtbewerbung identifiziert und diskutiert. Auf Vorschlag der Arbeitsgruppe wird derzeit (Stand: Januar 2018) an einem Konzept gearbeitet, dass das Thema „Spiel“ bzw. „Gaming“ als regionales Klammerthema für die Bewerbung eruiert. Das Thema eignet sich besonders dazu, jüngere Zielgruppen anzusprechen und N2025 mit interaktiven Formaten zu gestalten. In der ersten Jahreshälfte Jahr 2018 wird sich der Rat der Metropolregion in einer weiteren Sondersitzung mit der regionalen Beteiligung befassen.

5. Vernetzung

Die Kulturhauptstadtbewerbung bietet ein großes Vernetzungspotential sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Im Jahr 2017 vernetzten sich das Bewerbungsbüro und das Kulturreferat mit zukünftigen und vergangenen Europäischen Kulturhauptstädten und deutschen Mitbewerberstädten. Zudem gibt es im Rahmen der Bewerbung bereits punktuelle Kooperationen mit Hochschulen der Region, z.B. der FAU Erlangen-Nürnberg, die 2018 weiter intensiviert werden.

5.1. Europäische Kulturhauptstädte

Im Rahmen verschiedener Veranstaltungen wie z.B. „Let's Talk“, dem Kulturhauptstadt-Tag, bei Treffen der Initiative Eurocities und anderen Kongressen vernetzte sich das

Bewerbungsbüro mit den Europäischen Kulturhauptstädten Tallinn 2011, Aarhus 2017, Leeuwarden 2018, Valletta 2018, Galway 2020 und Leeds 2023 (1. Bewerbungsphase).

5.2. Deutsche Mitbewerberstädte

Derzeit bekunden neben Nürnberg die Städte Chemnitz, Dresden, Hannover, Hildesheim, Kassel, Magdeburg und Zittau Interesse an einer Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025. Die Bewerberstädte stehen in einem konstruktiven Austausch miteinander. In Hildesheim (auf Initiative der Universität), Dresden und Chemnitz fanden im Jahr 2017 Veranstaltungen statt, zu denen die weiteren Bewerberstädte eingeladen wurden und an denen Vertreterinnen und Vertreter des Bewerbungsbüros, des Kulturreferats und der freien Szene Nürnbergs teilnahmen. Auch im Jahr 2018 ist ein weiterer Austausch zwischen den Mitbewerberstädten geplant.

Geplante Maßnahmen 2018

Die vielfältigen Aktivitäten des Jahres 2017 werden vertieft und zugleich mit Blick auf den weiteren Bewerbungsprozess konzentriert. Dabei gewinnen vorab jene Überlegungen Relevanz, die auf eine weitere Verbreitung des Bewerbungsprozesses in der Stadtgesellschaft sowie der Metropolregion Nürnberg und auf die künstlerischen Dimensionen der Bewerbung abzielen.

1. Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit wird 2018 mit der Besetzung der entsprechenden Position im Team des Bewerbungsbüros weiter professionalisiert. Die Homepage soll als zentrales Modul der kommunikativen Strategien ausgebaut und zur Diskussionsplattform erweitert werden. In diesem Zusammenhang wird die bilinguale Internet-Präsenz weiter ausgebaut (Deutsch/Englisch). Das Bewerbungsbüro wird sich darüber hinaus mit Blick auf bislang wenig erreichte Teile der Stadtgesellschaft (Jugendliche, Studierende etc.) intensiv den sozialen Medien widmen.

Die Bewerbung Nürnbergs um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025 soll auf kommunaler Ebene und überregional medial platziert werden. Geplant ist dazu eine Kooperation mit nationalen und internationalen „Meinungsträgern“, die sich zur Relevanz der Themenfelder Europa, Kulturhauptstadt und Nürnberg essayistisch, journalistisch oder im Rahmen von Diskussionen öffentlich äußern. Geplant sind sichtbare Präsenzveranstaltungen der Kulturhauptstadtbewerbung auf den Nürnberger Kulturveranstaltungen (z.B. Blaue Nacht am 5. Mai 2018). Das Format „Let’s Talk“ wird fortgeführt. Den nächsten Termin am 8. März 2018 gestaltet Dr. Ulrich Fuchs, stellvertretender Intendant der Kulturhauptstädte Marseille-Provence 2013 und Linz 2009.

2. Diskursstrategie

Die Kommunikation der Kulturhauptstadtbewerbung soll in 2018 einerseits auf die politische Ebene, andererseits in den künstlerisch-ästhetischen Kontext geweitet werden.

Es ist wünschenswert, die politischen Vertreterinnen und Vertreter auf kommunaler Ebene in den Diskussionsprozess um die Kulturhauptstadt einzubinden; insbesondere mit Bezug auf die Debatte um die Zukunft Europas: Nicht allein der beschlossene Austritt Großbritanniens aus der EU, sondern auch der Europa-Skeptizismus bis hin zu einem neuen Nationalismus – in Katalonien ebenso wie in Polen oder Ungarn – stellen die „Idee Europa“ grundsätzlich in Frage. Die Bewerbung Nürnbergs um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025 will diese Entwicklung mit Verantwortlichen auf nationaler wie internationaler Ebene kritisch reflektieren und begleiten.

In gleichem Maße ist es notwendig, über Gegenwart und Zukunft der Künste in den sich permanent wandelnden und sich ausdifferenzierenden Gesellschaften zu diskutieren.

Offene Felder wie die Verortung von Kunst zwischen Wertfreiheit und gesellschaftlicher Funktionalisierung, die Finanzierung und Sicherung künstlerischer Arbeit, die Entwicklung von Kunst im Zeichen der Digitalisierung, die Ausdifferenzierung der Geschmackskulturen und Fragen des Audience Developments, die künstlerische Praxis der diversen Communities etc. sollen diskursiv verhandelt werden. Vertreterinnen und Vertreter aus Kunst, Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft sind in diese Diskussion einzubinden. Am 9. Februar 2018 findet ein öffentliches Werkstattgespräch mit dem Oberbürgermeister, der Kulturreferentin und dem Leiter des Bewerbungsbüros statt, bei dem der aktuelle Stand der Bewerbung erläutert und diskutiert werden wird.

3. Projektplanungen

Der Bewerbungsprozess Kulturhauptstadt Europas 2025 soll 2018 künstlerisch sichtbar werden. Bei der Projektauswahl spielen Kriterien der Beteiligung, der Erschließung neuer Publika und die europäische Dimension eine zentrale Rolle. Die gemeinsam mit Akteurinnen und Akteuren aus Nürnberg konzipierten Projekte für und mit Kindern und Jugendlichen sollen innerhalb der Stadtgesellschaft eine breite Aufmerksamkeit auf die unterschiedlichen inhaltlichen Dimensionen der Bewerbung lenken. Ende Januar 2018 wird beispielsweise im Rahmen des Europäisch-Bayerischen Kindertheater-Festivals „Panoptikum“ ein „Bewerbungsbüro der Kinder“ realisiert.

4. Bid Book

Im Frühjahr 2019 ist der Europäischen Kommission das sog. Bid Book, das Bewerbungsbuch vorzulegen. Zentrale Aufgabe wird es für das Bewerbungsbüro sein, den breit aufgestellten Diskussionsprozess um Inhalte und Ziele des bisherigen Bewerbungsprozesses zu fokussieren, die inhaltlichen Leitlinien der Bewerbung zu präzisieren, den Rahmen für das künstlerische Programm abzustecken, ein übergreifendes Motto zu finden und das Bewerbungsbuch zu schreiben.