

Initiative ‘Pro Nürnberg Kulturhauptstadt 2025’ #NUE2025

Arbeits- und Positionspapier
Treffen am 1. Dezember 2016 mit dem Kulturreferat

Intention

Als bekannt wurde die Stadt Nürnberg überlegt sich als Europäische Kulturhauptstadt 2025 zu bewerben, entstand Anfang 2016 die Initiative #NUE 2025. Pro NUE 2025 entwickelte sich aus dem ‘Creative Monday’ und der Vormation – Verein zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft - und umfasst inzwischen rund 200 Mitgliedern.

#NUE2025 ist eine Bewegung von Akteuren aus Kunstszene, Kulturbereich und Kreativwirtschaft, die die Bewerbung zur Kulturhauptstadt unterstützt und sich mit den Schlüsselthemen einer Bewerbung auseinandersetzt. Die Initiative ist breit aufgestellt - von bildender Kunst über Film und Grafikdesign bis zu Agenturen und Kreativwirtschaft. Seit Beginn des Jahres finden Treffen statt, aus denen sich einzelne Arbeitsgruppen herausgebildet haben, die sich mit Teilaspekten beschäftigen.

Die Treffen finden bewusst rollierend in unterschiedlichen Kultureinrichtungen statt, um deren Schwerpunkte kennen zu lernen.

Der Erfolg einer Bewerbung hängt elementar mit der Passgenauigkeit als Alleinstellungsmerkmal sowie der Ganzheitlichkeit des Konzepts des Antragstellers zusammen. Ein breiter Rückhalt der Bevölkerung und Kulturschaffenden bei einer Bewerbung bildet die Basis. Wenn Kulturverwaltung, Bevölkerung sowie Einrichtungen, Initiativen und Vereine des Kulturlebens an einem Strang ziehen, besteht Aussicht auf Erfolg einer Bewerbung zur Europäischen Kulturhauptstadt – auf Basis der Diversität der Kulturen einer Stadt. Eine Agentur oder bezahlte Berater können dies nicht leisten. Direkte Konkurrenten arbeiten bereits seit einigen Jahren an Ihrer Bewerbung. Dieser Vorsprung muss aufgeholt werden.

Dazu ist es wichtig eine breite Basis aus der Bevölkerung zu hören und deren Meinungen einfließen zu lassen. Bei den öffentlichen Plena der Initiative ‘Pro Nürnberg Kulturhauptstadt 2025’ kann sich jede/r einbringen und das Wort ergreifen. Der Begriff Kultur wird mit allen seinen Facetten beleuchtet, der Stellenwert der Institution Kulturhauptstadt, deren Chancen und Risiken, sowie der Weg dahin diskutiert. Wichtig ist uns im Rahmen der Bewerbung und bei der Realisierung des Kulturhauptstadt-Programms ein breiter Kulturbegriff sowie der Austausch zwischen den regional verorteten Kulturschaffenden untereinander als auch mit internationalen Künstlern, Kulturproduzenten und Partnern.

Der Weg ist das Ziel: Im Rahmen der Bewerbung Nürnbergs findet eine Analyse des vorhandenen Kulturlebens statt. Der Stellenwert von Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft für die Stadtgesellschaft wird thematisiert, hinterfragt und weiterentwickelt. Perspektiven für die Zukunft entstehen – unabhängig davon ob die Bewerbung Nürnberg erfolgreich ist. Aus dieser Diskussion können sich Zukunftswerkstätten bilden.

Arbeitsgruppen der Initiative #NUE2025

AK Argumente Pro-Contra

Unsere Untersuchung der positiven Aspekte und der möglichen Risiken einer Bewerbung als Kulturhauptstadt 2025 zeigt viele Vorteile für Stadt, Bevölkerung und Kulturschaffende auf.

Bereits der Bewerbungsprozess kann nachhaltige Verbesserungen in allen Bereichen anstoßen. Die Bevölkerung würde die Stadt neu entdecken. Der damit verbundene Diskurs würde die Zusammenarbeit von Politik, Kultur, Wirtschaft und den Menschen in der Stadt fördern. Das trägt zur Partizipation der Stadtbewohner und -nutzer am gesellschaftlichen Diskurs, der nachhaltigen Entwicklung des urbanen Umfelds und der Lebensqualität bei.

Schon eine Standortbestimmung wird zu mehr Bewusstsein in der Bevölkerung führen, was Nürnberg lebenswert macht (z. B. eine innovative Integrationspolitik) und wo die Attraktivität der Region noch verbessert werden kann.

Typische Fehler anderer Bewerber, wie z. B. eine reine Ausrichtung auf Kunst-Events sind bekannt und lassen sich vermeiden, wenn die Bevölkerung auf breiter Basis von Anfang zur Mitarbeit angeregt wird. So entsteht eine hohe Identifikation mit dem Kulturprogramm und die Identität der Stadtgesellschaft wird gestärkt.

bisherige Ergebnisse

Liste von Pro- und Contra-Punkten mit Argumentation

weitere Planung

SWOT-Analyse und Strategie um Contra-Punkte aufzufangen bzw. umzudrehen.

AK Kulturprofil

Was macht Nürnberg „besonders“? Unter dieser Frage beschäftigt sich ein Arbeitskreis mit dem Kulturprofil, das Nürnberg zu eigen ist. Eine erfolgreiche Bewerbung ist abhängig davon, dass die jeweilige Stadt ein eigenständiges und lebendiges kulturelles Profil zeigt, das aus dem Vorhandenen zukunftsgerichtet einen Beitrag zum Reichtum, der Vielfalt und den Gemeinsamkeiten des kulturellen Erbes in Europa leistet.

bisherige Ergebnisse

- dreiseitiges Treatment ‘Eine erfolgreiche Bewerbung oder wie muss Nürnberg "besonders" sein, um Erfolg zu haben?’
- Identifizierung verschiedenster Kulturbegriffe, für die Nürnberg steht: ca. 40 Kulturbegriffe, von Körperkultur über Handelskultur, darstellende Kunst bis Rechtskultur.
- Clusterung zu Interpretationsebenen: Hochkultur, Subkultur / Multikulturalismus, Alltagskultur
- mit den Oberbegriffen: Industriekultur / Handwerkskultur, Identitätskultur, Künste, Bildungskultur, Unterhaltungskultur, Erinnerungskultur, Siedlungskultur, Sportkultur u.a.

weitere Planung

- durch verschiedene kulturwissenschaftliche und soziologische Methoden das Kulturprofil Nürnbergs herausarbeiten und sichtbar machen. Dies auch im Bewusstsein eines Wettbewerbs im Kontrast zu anderen Mitbewerbern als Kulturhauptstadt..

AK Kampagne

Die Gruppe steht für einen Fächer an Maßnahmen in den Bereichen Printmedien und Social Media. Letzterer vereint die so wichtige authentische Wirkung der Kulturschaffenden und kulturellen Basis, die nahe an den Einwohnern Nürnbergs agiert und der Öffentlichkeit.

bisherige Ergebnisse

Bereits früh wurde in der Arbeitsgruppe ein Logo für die Pro-Bewegung entworfen (siehe Briefkopf).

Eine bereits installierte Facebookseite ist die zentrale interaktive Anlaufstelle für alle Macher und Interessenten. Sie verweist auf alle relevanten Themen wie auch Termine für Treffen, Aktionen, Präsentationen und weitere, angestoßene und von außen kommende Ereignisse. Sie animiert zur Interaktion und akquiriert weitere Anhänger und ist gleichzeitig eine öffentliche Dokumentation.

Über den e-mail Verteiler erreichen Mitteilungen auch kurzfristig unsere Mitglieder.

weitere Planung

Es wird eine Serie an Artikeln von Kulturaktiven und bekannten Persönlichkeiten im Kultur- und Veranstaltungsmagazin CURT erscheinen – als fester Medienpartner der Kampagne. Weitere Artikel sollen aktionsgebunden zudem in den Nürnberg Nachrichten sowie landesweit erscheinenden Organen über besondere Aktivitäten berichten. Sie speisen sich u.a. aus öffentlichen Kunstaktionen oder Vorträgen in Foren wie z. B. “Creative Monday” oder Symposien etc..

Filme transportieren und dokumentieren hier wie in entsprechend zusätzlichen Social Media Kanälen Inhalte und Aktivitäten. Die Filmgruppe arbeitet mit dem AK Kampagne zusammen.

AK Film

bisherige Ergebnisse

Der AK Film hat bisher fünf Kurzportraits über regionale Kulturschaffende gedreht und geschnitten, die wir ab Dezember veröffentlichen. Weitere filmische Portraits sind in Arbeit.

weitere Planung

In einem weiteren Filmprojekt mit Titel #NUE2025 werden Nürnberger auf der Straße befragt und geben kurze Statements ab, was sie an ihrer Stadt mögen, wieso sie hier leben und warum sie Nürnberg gerne als Kulturhauptstadt sehen würden. Bei diesem Video beziehen wir explizit die breite Bevölkerung mit ein. Das Video mit den Kurzstatements wird in mehreren Versionen auf der NUE2025 Seite gepostet. Wenn die Bewerbung steht, entstehen weitere Videos, die sich auf den Bewerbungsprozess und sein Vorankommen beziehen.

Parallel entsteht ein fiktiver Kurzfilm (Arbeitstitel: Journey) über einen Künstler, der seine Inspiration verliert und sie wiedererlangen muss. Der Film wird sehr visuell und verzichtet größtenteils auf Dialoge.

weitere Arbeitsgruppen

Arbeitsgruppen bilden sich aus dem Engagement der Beteiligten: Wünsche der Bürger werden durch Aktionsaufforderung begegnet.

Fazit

Kulturförderung heißt Bewusstseinsförderung. Der damit einhergehende konstruktive Diskurs – auch mit den Gegnern der Bewerbung – ist wichtig, da er sich mit dem gesellschaftlichen und kulturellen Wandel beschäftigt. Dies gehört zur sozialen Fitness einer Gemeinschaft, in diesem Fall einer Stadt, um Selbstbewusstsein aufzubauen und nach außen zu zeigen. Die Bewerbung als Kulturhauptstadt kann sich dabei als Glücksfall erweisen. Die gemeinsame Vision aktiviert Kräfte. Die Aktivitäten der Kulturschaffenden werden eine Eigendynamik entwickeln und es wird einen Sogeffekt geben. Positive Identitätsstiftung ist wichtig für die eigene Verortung gerade in den Zeiten der Digitalisierung – und möglicher Ängste, welche die Globalisierung mit sich bringt. Populistischen Tendenzen werden es bei verwurzelter sozialer Kompetenz und kultureller Standfestigkeit schwer haben. Das positive zukunftsgerichtete Image einer Stadt entsteht aus so einem authentischen, von allen getragenen Prozess.

Die Stadt Nürnberg benötigt für eine erfolgreiche Bewerbung die Erfüllung der Kriterien des Beschlusses Nr. 445/2014/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. April 2014 und hierbei explizit die "Erreichung und Einbindung der Gesellschaft" (Artikel 5 (5))

- #NUE2025 ist ein Zusammenschluss aus der Kultur- und Kreativszene, von Bürgern für die Bürgerstadt, mit dem Ziel, die für eine erfolgreiche Bewerbung Nürnbergs notwendige Unterstützung der Bevölkerung zu mobilisieren.
- #NUE2025 ist offen für alle Bürger, die zu einem zukunftsgerichteten kulturellen Profil Nürnbergs beitragen wollen.
- #NUE2025 setzt auf einen breiten Kulturbegriff.
- #NUE2025 organisiert aktuell 200 Menschen, mit der Perspektive, während der Bewerbungsphase und im Jahr 2025 Ankerpunkt der Bürgerbeteiligung zu sein.
- #NUE2025 fördert die Kommunikation zwischen Bürgern, Stadtrat und Kulturverwaltung – bidirektional.
- #NUE2025 ist ergebnisorientiert und divers: neben dem Plenum organisiert es sich in Arbeitskreisen (aktuell 4), die bereits Ergebnisse erzielen.
- #NUE2025 befürwortet die kulturelle Zwischennutzung von leerstehenden Büro-, Gewerbe- und Industrieräumen für das Kulturprogramm 2025.
- #NUE2025 unterstützt die Bewerbung Nürnbergs zur Europäischen Kulturhauptstadt 2025.

Unser Angebot an Stadtrat und Kulturverwaltung

- Unterstützung und Mitarbeit in der Bewerbungsphase und bei der Erstellung des Kulturprogramms 2025.
- Überzeugungsarbeit, Kulturvermittlung und Öffentlichkeitsarbeit.
- Das Konzept zur Bewerbung kann in enger Zusammenarbeit mit den Kulturschaffenden der Stadt und Region erarbeitet werden.
- #NUE2025 kann als Forum dienen, das den Kontakt und eine direkte Beteiligung der Bürger ermöglicht (“Bürgerstadt Nürnberg”).
- Das Plenum kann als bidirektionaler kontinuierlicher Austausch zwischen Projektbüro / Kulturverwaltung und der Bürgergesellschaft dienen, um eine überzeugende Breite und Relevanz zu erreichen.
- Als Formate werden Arbeitsgruppen, Workshops, Social Media, Internetforen und Informationsveranstaltungen angeboten.

Initiative Pro Nürnberg Kulturhauptstadt 2025

Nürnberg, den 1. Dezember 2016

Sprecher/innenrat