

# Initiative ‘Pro Nürnberg Kulturhauptstadt 2025’

## #NUE2025

Stand Mai 2017

### Selbstverständnis

- Wir wollen ein Europa der Bürger und Nürnberg als positives Beispiel dafür entwickeln und darstellen.
- Wir verstehen uns als international und offen. Wir stehen zu einem kulturellen Miteinander der unterschiedlichen Perspektiven.
- Wir verstehen uns als Multiplikator.
- Wir stehen für alle Teilbereiche / -branchen der Kultur- und Kreativ-Szene und haben einen weiten und offenen Kulturbegriff.
- Wir haben Bedenken, dass sich ohne unser Zutun ein elitärer Kulturbegriff in der Bewerbung durchsetzt.
- Wir wollen durch konkrete Projekte die Bevölkerung für das Thema aktivieren und in Bewegung setzen.
- Wir sind eine Plattform für konkrete Projekte, vornehmlich in Bereichen:
  - Vernetzung, Stärkung der Kultur- und Kreativ-Szene
  - Wahrnehmungs- / Bewusstseinsveränderung / -schaffung zur Qualität Nürnbergs (Großraum)
  - positive Identifikation mit reichem Kulturleben
- Wir wollen Partizipation organisieren.
- Bevölkerung einbinden und mobilisieren:
  - aktuell machen wir Kampagne:
    - Website: dient vornehmlich der Aktivierung und der Information
    - Social Media: facebook, twitter ...
    - Veranstaltung wie z. B. Creativ Monday, NUEWW: Présents und Infoveranstaltungen für die K&K-Szene
    - Filme
    - ...
- Bei dem zu erwartenden Andrang von Projektideen zum Kulturhauptstadt-Programm wollen wir eine faire Gatekeeper-Funktion ausfüllen, indem wir den Ideengebern eine Plattform zur Reflektion bieten.
- Steigerung der Selbstwahrnehmung: Das Image Nürnbergs sei angeblich schlecht. Das Image der Nürnberger\*inne\*n ist angeblich, dass sie nicht gerne über ihre Leistungen reden. Die Nürnberger\*inne\*n denken, dass „die anderen“ dieses Image von den Nürnberger\*inne\*n hätten. Dies gilt es zu hinterfragen und zu ändern.

- Haltung zu den Erfolgsaussichten der Bewerbung um den Titel „Kulturhauptstadt“:
  - Zentral ist eine gut für die Kulturpolitik genutzte Bewerbungsphase, weniger der „Titelgewinn“.
  - Dies muss nachhaltig für die Zukunft sein.
  - Erreichen der Endrunde muss Messlatte sein, damit die Bewerbungsphase nachhaltig wirken kann.
  - Nürnberg kann gewinnen, wenn die Bürger mitmachen und echte Partizipation geübt wird.
  - Ohne zufriedenstellende Beteiligung der Bürger und insbesondere der K&K-Szene ist bereits die Bewerbungsphase ein Verlust.
- Nürnberg muss sich in der Bewerbungsphase als Standort für die Kultur- und Kreativwirtschaft präsentieren und entsprechende Projekte initiieren: z. B. eine Gesamttagung des Kulturrates Deutschlands und aller angeschlossener Vereinigungen, Verzahnung der K&K-Szene mit der Wirtschaft ...
- Uns wichtige Punkte zu Nürnbergs Geschichte:
  - Nürnbergs Geschichte muss produktiv und an der Zukunft orientiert genutzt werden.
  - Schlagworte: Humanismus, Erinnerungskultur und aktiver Umgang mit der Geschichte
  - Nürnberg hat eine beispielhafte Migrationskultur, z. B. der Kriegsflüchtlinge nach dem 2. Weltkrieg und der Spätaussiedler. Dies ist für das 21. Jahrhundert fortzuschreiben.
  - menschliches Maß im Städtebau und reiche Stadtbaugeschichte
  - Stadt des Handwerks und der Erfinder
  - Bürgerstadt, nie Residenzstadt