

Kulturhauptstadtbewerbung N2025 – Aktivitäten 1. Halbjahr 2018 und Ausblick 2. Halbjahr 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 N2025-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 mit sechs Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern besetzt, die Leitung übernahm Prof. Dr. Hans-Joachim Wagner.

Aufgabe des Bewerbungsbüros ist es, bis Sommer 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 im Spätsommer 2020 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

Zum jetzigen Zeitpunkt kündigen neben Nürnberg die Städte Chemnitz, Dresden, Hannover, Hildesheim, Magdeburg und Zittau eine Bewerbung um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ an. In Slowenien beabsichtigen die Städte Lendava, Ljubljana und Nova Gorica sich zu bewerben.

Maßnahmen 1. Halbjahr 2018

Die im Jahr 2017 begonnenen Aktivitäten im Bereich Öffentlichkeitsarbeit, Beteiligung, Prorammentwicklung und Management wurden im ersten Halbjahr erheblich intensiviert und ausgeweitet.

1. Information und Öffentlichkeitsarbeit

Das Bewerbungsbüro Kulturhauptstadt Europas 2025 der Stadt Nürnberg setzt(e) von Januar bis Juli verschiedene Projekte und Maßnahmen der Pressearbeit, der Öffentlichkeitsarbeit und des Marketings um. Die öffentliche Präsenz der Kulturhauptstadt-Bewerbung konnte im 1. Halbjahr 2018 deutlich gesteigert werden.

1.1 Präsenz in Printmedien und Markenleitbild

Es fanden zahlreiche Presseinterviews zu verschiedenen Themen statt. Darunter waren mehrere Termine mit den Nürnberger Nachrichten und der Nürnberger Zeitung, Radiointerviews mit dem Bayerischen Rundfunk, Funkhaus und Radio Z sowie ein Interview mit der FAU. Daraus gingen Berichterstattungen in den entsprechenden Medien hervor.

Für die Auswertung der Medienresonanz zum Thema Kulturhauptstadtbewerbung wurde ein Mediendienst beauftragt. Dieser sammelt deutschlandweit Artikel im Print, online und Beiträge in den sozialen Medien. Ziel dabei ist es, ein genaues Bild davon zu zeichnen, wie, wann, wo und wie oft das Thema in den Medien eine Rolle spielt. Dieses Bild soll in den kommenden Monaten verdichtet werden und Aufschluss darüber geben, wo die Pressearbeit ansetzen kann, um die Bewerbung Nürnbergs mit einem positiven Image in die breite Öffentlichkeit zu tragen.

Im Mai schloss das Bewerbungsbüro eine Medienpartnerschaft mit dem Kunst-, Kultur- und Szene-Magazin „curt“. Ziel dieser zunächst auf ein Jahr angesetzten Partnerschaft ist neben einer konstanten Berichterstattung der Aufbau eines Netzwerks in die unterschiedlichen Szenen auf kommunaler und regionaler Ebene. Ziel im zweiten Halbjahr wird es sein, weitere potenzielle Medienpartnerschaften auszuloten und gegebenenfalls an den Start zu bringen.

Das N2025-Bewerbungsbüro arbeitet strategisch wie inhaltlich eng mit der Congress- und Tourismuszentrale zusammen. Der regelmäßige Austausch betrifft neben Fragen zum Marketing und der vertiefenden Präsenz Nürnbergs in den sozialen Medien, auch zentrale, das Bewerbungsbuch betreffende Themen. Die Zusammenarbeit soll in den nächsten Monaten erweitert und ausgebaut werden - insbesondere mit Blick auf die Möglichkeiten, Nürnberg verstärkt als Kulturdestination im nationalen und internationalen Markt zu positionieren.

Um die Bewerbung zu unterstützen und die Bekanntheit in der Öffentlichkeit zu fördern, wurde das Label der Bewerbung in die Stadtöffentlichkeit hineingetragen. Das Label wird nun in städtischen Medien und in der städtischen Korrespondenz (Online und Offline) sowie auf dem Internetauftritt der Stadt Nürnberg eingesetzt. Darüber hinaus konnten erste Kooperationen geschlossen werden, zum Beispiel ist das Label in den Internetauftritt des Albrecht-Dürer-Airports Nürnberg integriert. In den kommenden Monaten wird das Bewerbungsbüro das Bewerbungslogo N2025 im Rahmen weiterer Kooperationen intensiv distribuieren.

Verschiedene Marketing-Materialien wurden im ersten Halbjahr produziert, darunter eine gebrandete Fair-Trade Tragetasche. Diese ist auch Teil einer im Juni gestarteten Aktion, bei der die Bürgerinnen und Bürger die Fair-Trade Baumwolltasche selbst gestalten können. Außerdem wurde eine erste Plakatkampagne aufgesetzt. Dabei war ein großes Info-Plakat zwei Wochen lang in allen Stationen der City-Light-Poster zu sehen. Im Juni 2018 ging das neue Beteiligungsformat „MMO“ an den Start. Das von verschiedenen Künstlern konzipierte und gestaltete „Mobile Micro Office“ dient als mobiles Büro, das bei Veranstaltungen eingesetzt wird. Die Bürgerinnen und Bürger Nürnbergs können sich dort informieren, für Projekte des „Open Calls“ (s.u.) abstimmen, mit dem Team des Bewerbungsbüros ins Gespräch kommen und Ideen zur Kulturhauptstadt austauschen. Weitere Marketing-Instrumente befinden sich in der Planung; bereits bestehende wie die 2017 von Künstlerinnen und Künstlern gestalteten „Wir Bänke“ werden weiter eingesetzt.

1.2 Online-Marketing und Soziale Medien

Seit 2018 versendet das Bewerbungsbüro einen ca. monatlich erscheinenden Newsletter, der über alle kommenden Themen der Bewerbung, über Veranstaltungen mit Bewerbungsbüro-Beteiligung sowie über Aktionen wie den Open Call informiert. Ein aktiver Eintrag in eine Newsletter-Liste bei entsprechender Einwilligung in die datenschutzrechtlichen Rahmenbedingungen ist zum Empfang des Newsletters notwendig.

Im März ging der Facebook-Auftritt von N2025 an den Start. Dieser wächst seitdem stetig: In der ersten Juniwoche 2018 hatte die Seite bereits mehr als 800 Follower. Der Kanal dient der Vernetzung, der Information und dem Austausch mit online-affinen Zielgruppen der Bewerbung. Die Inhalte reichen dabei von Veranstaltungseinladungen und Veranstaltungsnachberichten über Hinweise zum Open Call-Projekt (s.u.) durch Foto- und Video-Posts bis hin zu Beiträgen über den Besuch von Delegationen anderer Kulturhauptstädte, Fotoalben zu den Workshops und einer Sichtbarmachung der Arbeit des N2025-Teams (Radio-Interview; Besuch der Konferenz der Bewerberstädte; #Colors of Nuernberg-Wettbewerb u.v.m.). Der Kanal hat den Anspruch, durch eine professionelle Vorgehensweise mit hohem Qualitätsanspruch den Spagat zwischen seriös-informativer Ansprache und frischer, zeitgemäßer Kommunikation zu schaffen sowie die Zielgruppen adäquat anzusprechen und sie für das Projekt Kulturhauptstadt Europas 2025 der Stadt Nürnberg zu begeistern. Die erfolgreiche Strategie wird bis auf weiteres fortgesetzt, der Kanal soll stetig wachsen.

Hinsichtlich weitergehender Social-Media-Präsenzen wird gegenwärtig geprüft, welcher Kanal sich für die Kulturhauptstadtbewerbung eignet und gleichzeitig mit dem hohen Qualitätsanspruch im Rahmen der bestehenden personellen und finanziellen Ressourcen betrieben werden kann.

Neben zahlreichen Interviews mit verschiedenen lokalen und regionalen Medien wurde auch damit begonnen, Beziehungen zu wichtigen sog. Influencern aufzubauen. Ziel ist es, Bloggerinnen und Blogger, You-Tuberinnen und You-Tuber; Instagrammerinnen und Instagrammer sowie weitere Personen mit Bekanntheit und Reichweite in und um die Stadt Nürnberg über das Projekt zu informieren, zu begeistern und im besten Fall langfristige, positive und auf Zusammenarbeit basierende Beziehungen aufzubauen.

1.3 Präsenz von N2025 auf öffentlichen Veranstaltungen

Das Bewerbungsbüro war im ersten Halbjahr auf zahlreichen Veranstaltungen aktiv präsent. Darunter:

- Neujahrsempfang der Stadt Nürnberg mit eigenem Informationsstand
- Bürgerversammlung der Theodor-Billroth-Schule, Mögeldorf
- Bewerbungsbüro der Kinder (Kooperation mit dem Europäisch-Bayerischen Kinder- und Jugendfestival Panoptikum)
- Bürgerversammlung Johann-Pachelbel-Realschule, Rothenburger Straße; Infostand (Wir-Bank, Kulturhauptfragen)
- Werkstattgespräch, Tafelhalle; Informations- und Diskussionsabend mit Oberbürgermeister, Kulturreferentin und dem Leiter des Bewerbungsbüros
- Jahresversammlung des Geschichtsvereins, Nürnberger Akademie am Gewerbemuseumsplatz; Informationsvortrag mit Kulturreferentin und dem Leiter des Bewerbungsbüros

- Diskussionsabend im Nürnberger Presseclub, Nürnberger Akademie am Gewerbemuseumsplatz mit dem Leiter des Bewerbungsbüros
- Global Art Session, auf AEG; Infostand (Wir-Bank, Kulturhauptfragen)
- Creative Monday, Neues Museum; Info-Pitch zum Thema mit dem Leiter des Bewerbungsbüros
- ca. 15 Multiplikatoren-Workshops in Kulturläden und weiteren Einrichtungen (s.u.)
- „Let's talk“ im Künstlerhaus im Kunst-Kultur-Quartier; Informations- und Diskussionsabend zu anderen Kulturhauptstädten mit Ulrich Fuchs und dem Leiter des Bewerbungsbüros
- Podiumsdiskussion „Kunst im öffentlichen Raum“, Künstlerhaus im Kunst-Kultur-Quartier; Diskussionsabend mit dem Zentrum für politische Schönheit, Rimini Protokoll und Klangkünstler Erwin Stache;
- Blaue Nacht, Bewerbungsbüro; Konzerte (armenische Sängerin Gayané Sureni und iranischer Trommler Hadi Alizadeh, DJing mit Lá Ola Electronica)
- Präsentation der Bewerbung im Seniorenstift Haller-Wiese
- „Stadt für Alle“ Festival; mehrere Orte; Workshop im Bewerbungsbüro; Podiumsdiskussion mit dem Leiter des Bewerbungsbüros)
- Vernissage der Ausstellung „Steinreich“, Bewerbungsbüro; in Zusammenarbeit mit der Akademie der Bildenden Künste;
- Markttag des Wissens, Hauptmarkt; Informationsstand und Gespräche mit der Stadtgesellschaft
- Stadtteilstift „Muggeley“, Muggenhof; Informationsstand und Gespräche mit der Stadtgesellschaft
- Podiumsdiskussion „Spurensuche“, Z-Bau; Diskussionsabend zum Thema Erinnerungskultur mit dem Konzeptkünstler Jochen Gerz, der Kulturreferentin und weiteren Gästen
- Gäste und Buch, Stadtbibliothek; Lesung mit dem Leiter des Bewerbungsbüros

2. Umfeldanalyse und Themenentwicklung

Im Rahmen von mehr als 250 Einzelgesprächen mit Künstlern und Kulturschaffenden in Nürnberg verschaffte sich die Leitung des Bewerbungsbüros einen Überblick über den Ist-Stand und die Kultur betreffenden Desiderate in Nürnberg und der Europäischen Metropolregion. Die Gespräche gaben einen Einblick in Chancen und Herausforderungen der Kulturlandschaft der Stadt und bilden die Basis für die Strategie wie die Erarbeitung des künstlerischen Programms für die Bewerbung.

Im Mai 2018 fand ein zweitägiger Workshop mit dem Titel „N2025 Europa“ statt. 25 Künstlerinnen und Künstler, Aktivistinnen und Aktivisten, Kulturmanagerinnen und -manager und Verwaltungsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter diskutierten die europäische Komponente der Kulturhauptstadt-Bewerbung. Gemeinsam diskutiert wurden Entwicklungen in Europa, auf welche eine Kulturhauptstadt Nürnberg mit künstlerischen Mitteln und Positionen Antworten geben könnte. Die Teilnehmenden entwickelten zudem Projektansätze zum Thema Europa. Ein Ergebnis des Workshops war, dass das Thema Europa eine zentrale Rolle in der Bewerbung einnehmen wird und aktuelle europäische Entwicklungen aufgegriffen werden. Die konkreten Themen und Inhalte der Bewerbung werden in Kürze bekanntgegeben.

3. Beteiligung

Die Beteiligung und die Einbeziehung der Stadtgesellschaft ist Kernaufgabe des N2025-Bewerbungsbüros. Die Bewerbung wird dann erfolgreich sein, wenn sich Kulturakteurinnen und -akteure und die breite Öffentlichkeit einbringen können und sich mit der Bewerbung identifizieren (Ownership).

3.1 Kulturhauptfragen

Das seit Oktober 2017 durchgeführte Format „Kulturhauptfragen“ wurde im März 2018 abgeschlossen. Mehr als 3.000 Antworten zu vier Fragen (“Was lieben Sie an Ihrer Stadt und was wollen Sie mit ganz Europa teilen?“ “Was macht Nürnberg einzigartig?“, “Was wünschen Sie sich für die Zukunft Nürnbergs?“ “Was dürfen wir aus Ihrer Sicht bei der Bewerbung nicht vergessen?“) gingen beim Bewerbungsbüro ein. Die Aktion wurde damit mit großem Erfolg abgeschlossen. Die Antworten fließen in die Bewerbung ein und werden im Rahmen von Abschlussarbeiten des Studiengangs Sozialpolitik an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der FAU Erlangen-Nürnberg ausgewertet. Eine Übersicht der Antworten ist ab Juli 2018 unter der Webseite <http://www.n2025.de> öffentlich zugänglich.

3.2 Beteiligungsprojekte der Referate und Dienststellen

Im Sommer 2017 wurden die Referate und Dienststellen dazu aufgerufen, Projekte zur Kulturhauptstadtbewerbung einzureichen. Mindestens eines von drei Kriterien sollten die vorgeschlagenen Projekte erfüllen:

- 1) Mobilisierung der Bürgerschaft
- 2) Partizipation
- 3) Europäische Dimension

Im Januar 2018 wurden 11 Projekte für die Umsetzung ausgewählt (s.u.).

Im ersten Halbjahr 2018 stand die Konzeptionsphase der Projekte im Vordergrund: Auf Basis der Projektskizzen und Ideen wurden die Projekte von den Verantwortlichen mit der Unterstützung durch das N2025 Bewerbungsbüro weiter ausgearbeitet. In dieser Phase wurden die Projekte teilweise präzisiert und z.T. auch neu aufgesetzt. Für eine sinnvolle Durchführung wurden für einige Projekte weitere Mittel für das Jahr 2019 beantragt. Kriterien für die in der Konzeptionsphase vorgenommenen Änderungen waren in einem vom Bewerbungsbüro erarbeiteten Fragenkatalog enthalten.

Der Großteil der Projekte geht ab Sommer 2018 in die konkrete Umsetzungsphase über. Die Projekte im Einzelnen:

- Tafel der Esskulturen | Ref. III | Diversität sichtbar machen über Esskultur
- Kinder zeigen Kindern ihre Stadt | Ref. V | Südstadtführung von Kindern für Kinder aus der EMR oder anderen Stadtteilen
- Europa in uns | Ref. V | Spurensuche in Gostenhof nach den Verbindungen der Menschen nach Europa: Europa soll „am eigenen Leib“ erfahrbar gemacht werden
- Meine Kultur, Deine Kultur, Südstadtkultur | Ref. V, JA | Kulturelle Vielfalt als Bereicherung: Jugendkulturen, gesellschaftlich-kulturelles Selbstverständnis der SüdstädterInnen

- Chiptune Europa | KuKuQ | Die Kulturhauptstadt braucht einen Sound, der auf dem Gameboy komponiert werden soll. Im Rahmen des Chiptune-Festivals im KuKuQ wird europaweit ein Wettbewerb ausgeschrieben
- Minecraft | KuKuQ | Nürnberg als Kulturstadt der Zukunft in Minecraft nachbauen lassen, Stadtentwicklung und Kulturpolitik spielerisch erfahren. Erkenntnisinteresse: Welche Kulturorte, welches Kulturangebot wünschen sich die Nürnbergerinnen und Nürnberger?
- Perspektivwechsel | AV | Oral-History Projekt: das Nürnberg-Bild aus Sicht von Zugewanderten in 3 Interviews festhalten: kurz nach dem Eintreffen in der Stadt, nach ca. 2,5 Jahren, nach 4-5 Jahren
- Menschen machen Stadtgeschichte | AV | Sammlung bedeutender Objekte mit Bezug zu Europa und dem nicht-europäischen Ausland aus Privatbesitz, um die kulturelle Vielfalt der Stadtbevölkerung in einer einmaligen Überlieferung zu dokumentieren. Auch die Geschichte der Objekte wird in Interviews aufgezeichnet.
- Multiplikatorenworkshop | KUF | Bewerbungsprozess im Stadtteil verankern: Ideen, Visionen, Utopien, aber auch konkrete Projekte gemeinsam mit Akteuren der einzelnen Stadtteile erarbeiten
- Kinderbewerbungsbuch | KUF | Bewerbungsbuch aus Sicht von Kindern und Jugendlichen kunstpädagogisch erarbeiten, anhand der Kinderrechte als Leitthema. Ziele: Kulturhauptstadt bekannt machen, Beleg für das zivilgesellschaftliche Engagement in Nürnberg
- Aktionstag „Boulevard Babel“ am 29.9.2018 | Projektbüro | Wir feiern am Kulturhauptstadt-Tag die kulturelle Vielfalt Nürnbergs anhand der Themen Sprachen und Liebe

3.3 Multiplikatoren-Workshops

Zentrales Anliegen der Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas ist es, die N2025-Bewerbung möglichst in der gesamten Stadtgesellschaft zu verankern. Damit dies gelingt, müssen Multiplikatoren gewonnen werden, die die Bewerbung in ihre Netzwerke kommunizieren. Im ersten Halbjahr 2018 setzte das N2025-Bewerbungsbüro gemeinsam mit dem KuF eine Reihe von Multiplikatorenworkshops auf, an welchen bis Anfang Juni ca. 300 Multiplikatoren (Vereine, Kirchen, Aktivisten, etc.) teilnahmen.

Folgende Multiplikatorenworkshops fanden statt/ sind geplant:

Termin	Kulturladen/ Institution	Teilnehmerzahl
20.03.2018	Kulturladen Zeltnerschloss	Ca. 40 Teilnehmer
11.04.2018	Kulturladen Loni-Übler-Haus	Ca. 30 Teilnehmer
19.04.2018	Kulturwerkstatt Muggenhof auf AEG	Ca. 40 Teilnehmer
24.04.2018	Villa Leon	Ca. 80 Teilnehmer
25.04.2018	Kulturladen Röthenbach	Ca. 20 Teilnehmer
02.05.2018	Vischers Kulturladen	Über 20 Teilnehmer
03.05.2018	Kulturladen SüdPunkt	25 Teilnehmer
14.05.2018	Gemeinschaftshaus Langwasser auf Noris Inklusion	20 Teilnehmer
07.06.2018	Kulturladen Gartenstadt	Ca. 20 Teilnehmer
14.06.2018	Workshop mit den Migrantenvereinen	

20.06.2018	Kulturladen Schloss Almoshof/ Kulturladen Ziegelstein (zusammengelegt)	
In Planung	Workshop mit den Stadträten	
Im Herbst	DESI Stadtteilzentrum e.V.	

3.4 Open Call

Von April bis Juli 2018 veranstaltet das N2025-Bewerbungsbüro den „Open Call“. Es handelt sich um einen konsequent offenen Projektfindungsprozess für Projekte, die in den Jahren 2018 und 2019 umgesetzt werden. Die Konzeption des „Open Call“ ist in dreifacher Hinsicht offen:

1. jede/r kann Projekte auf einer Online-Plattform (opencall.n2025.de) einreichen,
2. jede/r kann die Projekte einsehen,
3. jede/r kann abstimmen, welche Projekte in die Umsetzung gehen und mit maximal 5.000 € pro Projekt gefördert werden.

Es findet keine inhaltliche Vorselektion statt, und es ist keine Jury berufen, die die umzusetzenden Projekte auswählt. Damit setzt die Nürnberger Kulturhauptstadtbewerbung einen Partizipationsansatz um, der so bisher noch von keiner anderen Bewerberstadt umgesetzt wurde. Während der 8-wöchigen Einreichungsphase wurden mehr als 170 Projekte auf die Onlineplattform eingestellt. Erfreulich war die ausgewogene Verteilung hinsichtlich des Alters der Einreichenden. Es gingen Projekte von vielen jungen Menschen, aber auch von vielen Rentnerinnen und Rentnern ein. Vom 17.6. bis 13.7.2018 stehen die Projekte zur Abstimmung bereit. Die Projekte mit der meisten öffentlichen Zustimmung werden umgesetzt. Es ist geplant, in den kommenden Jahren weitere Open Calls durchzuführen. Zudem wird ein ähnlicher Ansatz für die Beteiligung der Schulen im Schuljahr 2018/19 verfolgt (s.u.). Neben der Online-Kommunikation achtet das Bewerbungsbüro stark darauf, dass die Projekteinreichungen auch in analogen Formaten diskutiert und vorgestellt werden können. So war der Open Call Gegenstand der Multiplikatorenworkshops (s.o.). Im Rahmen des Festivals „Stadt für Alle“ veranstaltete das Bewerbungsbüro zudem einen Workshop, bei dem über Projekte und das Abstimmungsverfahren des Open Calls diskutiert wurde. Die Ergebnisse dieses Workshops fließen unmittelbar in die Abstimmungsphase ein.

3.5 Zusammenarbeit mit Hochschulen

Für den Erfolg der Kulturhauptstadtbewerbung ist die Zusammenarbeit mit den hiesigen Wissenschaftseinrichtungen entscheidend. Im 1. Halbjahr 2018 wurden daher verschiedene Kooperationen im Hochschulbereich initiiert. So entstehen in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl für Volkswirtschaftslehre/Sozialpolitik der Friedrich-Alexander-Universität drei Masterarbeiten zum Beteiligungsansatz von N2025. Die Hochschule für Musik entwickelt eine digital-partizipative Performance, die im Rahmen der Bewerbung gezeigt wird (am Wissenschaftstag der EMN am 20.07.2018). Mit der Akademie der Bildenden Künste kooperierte das N2025-Bewerbungsbüro bei der Gestaltung von Kommunikationsmaterialien (Grafik-Klasse), zudem produzierten die Klasse für Dynamische Akustische Forschung (Jan St. Werner) und die Freie Kunstklasse Baranowsky eine Video- und Soundinstallation sowie eine Ausstellung mit dem Titel „Steinreich“ im Bewerbungsbüro in der Spitalgasse. Mit der Technischen Hochschule Nürnberg Georg-Simon-Ohm laufen erste Gespräche über Kooperationsmöglichkeiten im 2. Halbjahr 2018.

4. Nationale und internationale Vernetzung mit anderen Kulturhauptstädten und Bewerberstädten

Die Kooperation mit anderen Kulturhauptstädten Europas ist ein wichtiges Kriterium für eine erfolgreiche Bewerbung. Das N2025-Bewerbungsbüro vernetzte sich im 1. Halbjahr 2018 auf nationaler und auf internationaler Ebene. Im März nahm ein Vertreter des N2025 Bewerbungsbüros an der Konferenz der deutschen und slowenischen Bewerberstädte in Magdeburg teil und stellte die Bewerbungsaktivitäten Nürnbergs vor. Im April empfing das Bewerbungsbüro eine Delegation aus dem finnischen Oulu, das sich als Kulturhauptstadt Europas 2026 bewirbt. Neben einem allgemeinen Erfahrungsaustausch fanden Gespräche zu möglichen Kooperationen im Rahmen der Bewerbung statt. Im Mai lud das N2025-Bewerbungsbüro die Regionalmanagerin und die Europa-Verantwortliche für Aarhus 2017 zum gemeinsamen Austausch mit der Arbeitsgruppe der Europäischen Metropolregion nach Nürnberg ein. Im Zentrum stand hierbei die Frage nach Erfahrungen bzgl. der Einbindung der Region in die Bewerbung und Durchführung der Kulturhauptstadt.

5. Einbindung der Region in N2025

Nürnberg wird die Europäische Metropolregion Nürnberg (EMN) in die Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas 2025 einbinden. Die seit 2017 regelmäßig tagende Projektgruppe umfasst Vertreterinnen und Vertreter aus 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 und kam im 1. Halbjahr 2018 dreimal zusammen. Nachdem im Jahr 2017 das Thema „Spiel“ als erstes regionales Klammerthema definiert worden war, einigte sich der Arbeitskreis auf die Pilotierung eines gemeinsamen Projekts, bei dem Jugendliche und junge Erwachsene in der Metropolregion (16-25 Jahre) gemeinsam ein digital-analoges Spiel entwickeln, das sich mit ihren jeweiligen Kulturräumen auseinandersetzt. Am Pilot, der 2019 evaluiert wird, werden verschiedene Städte und Landkreise teilnehmen. Zudem fand ein internationaler Austausch mit der Kulturhauptstadt Aarhus 2017 statt, in dessen Rahmen gute Beispiele für eine regionale Kooperation mit der Arbeitsgruppe geteilt wurden. Darüber hinaus bereitete die Arbeitsgruppe die internationale Netzwerkanalyse der Kulturakteure in der EMN (s.u.) vor.

Weiteres Vorgehen 2. Halbjahr 2018

1. Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Die oben geschilderten Maßnahmen im Bereich Marketing und Kommunikation sollen im 2. Halbjahr 2018 und im weiteren Verlauf weiter intensiviert und professionalisiert werden.

Das Team des Bewerbungsbüros plant eine Präsenz auf weiteren Veranstaltungen mit verschiedenen Formaten:

- Südstadtfest (und weitere Stadtteilstädte); Informationsstand
- Slowdown Festival St. Katharinen Open Air; Informationsstand
- Wissenschaftstag der Metropolregion, Stadion Fürth; Programmgestaltung
- Kunstrasenfestival, Theodor-Heuss-Brücke; Informationsstand und Workshop
- Bardentreffen, Altstadt; Informationsstand

- Klassik-Open-Air, Luitpoldhain; Informationsstand
- Stadt(ver)führungen, stadtweit; Führungen durch den Leiter des Bewerbungsbüros; Öffnung des Bewerbungsbüros
- Brückenfestival, Theodor-Heuss-Brücke; Informationsstand
- Boulevard Babel, Südstadt, Wölckernstraße; Durchführung in Zusammenarbeit mit dem Projektbüro
- Nürnberg Web Week, regional; Durchführung eigener Veranstaltung(en)
- Nürnberg Pop, Diskussionsveranstaltungen

2. Beteiligung

2.1 Schulprojekte

Im Schuljahr 2018/2019 werden alle Nürnberger Schulen dazu aufgefordert, Projekte zum Thema „Europa und Demokratie“ zu entwickeln und einzureichen. Im Rahmen eines Schülerwettbewerbs wird im Juli 2018 ein Motto gefunden, unter dem der Projektwettbewerb firmiert. Die derzeitige Planung sieht vor, dass Anfang 2019 eine Schülerjury, die aus Vertreterinnen und Vertretern jeder teilnehmenden Schule besteht, über die Projekte abstimmt, die im Rahmen der Kulturhauptstadt-Bewerbung umgesetzt werden und eine finanzielle Förderung erhalten. Bei der Kommunikation und Implementierung dieser Maßnahme arbeitet das N2025-Bewerbungsbüro eng mit dem Geschäftsbereich Schule & Sport zusammen.

2.2 Beteiligungsprojekte

Einige Beteiligungsprojekte der Referate und Dienststellen werden teilweise noch vor der Sommerpause in die konkrete Umsetzung gehen. Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wird bis zum Sommer 2019 durch das N2025 Bewerbungsbüro koordiniert, damit regelmäßig über die unterschiedlichen Projekte berichtet und der Bewerbungsprozess in der Stadtöffentlichkeit sichtbar wird. Darüber hinaus sollen alle Projekte aus den Referaten und Dienststellen, mit Ausnahme der Multiplikatorenworkshops, auf dem Aktionstag „Boulevard Babel“ am 29.09.2018 in der Wölckernstraße auftreten. Bei den Projekten wird es teilweise darum gehen, erste Ergebnisse vorzustellen oder Teile des Projekts konkret vor Ort durchzuführen. Zum Teil wird es aber auch noch um das Werben für Teilnehmerinnen und Teilnehmer für die Durchführung des Projekts gehen.

2.3 Multiplikatorenworkshops

Über die Kulturläden hinaus haben weitere Gruppen Interesse an diesem oder einem ähnlichen Format für eine Veranstaltung angemeldet. Derzeit plant das N2025-Bewerbungsbüro Workshops mit dem Kreisjugendring Nürnberg (21.6.2018), mit dem Meinungsträgerkreis des Altstadt-Quartiersmanagements (23.09.2018) und mit den Interessensverbänden, Institutionen und Organisationen zum Themenfeld „Musik“.

Fest eingeplant sind ebenfalls die Multiplikatorenworkshops mit den Stadträten und der freien Szene/Subkultur über das Stadtteilzentrum DESI e.V.

Um den Bewerbungsprozess tiefgreifend im Stadtteil zu verankern, werden sich die Leiter der Kulturläden vor Ort als Ansprechpartner im Stadtteil für die verschiedenen Institutionen und Organisationen positionieren. Der durch die Workshops angestoßene Prozess wird in den Stadtteilen fortgeführt, entweder durch Folgeveranstaltungen und Ausweitung der Zielgruppen mit der Vorstellung der Ergebnisse auf Stadtteilstellen, oder durch die Etablierung kleinerer Gruppen, die sich mit dem Thema weiter auseinandersetzen. Die Ergebnisse der Multiplikatorenworkshops werden auf der N2025-Website eingestellt und somit allen zugänglich gemacht, auch mit dem Ziel, die Vernetzung der Stadtteile untereinander zu befördern.

2.4 Open Call

Nachdem im Juli 2018 durch eine öffentliche Abstimmung definiert wurde, welche Projekte im Rahmen des Open Calls durchgeführt werden, wird das N2025-Bewerbungsbüro die Projekte, die den Zuschlag erhalten haben, bis 2019 sukzessive bei der Umsetzung unterstützen und die Öffentlichkeitsarbeit der Projekte begleiten. Geplant ist zudem die Durchführung eines weiteren Open Calls im 1. Halbjahr 2019.

3. Nationale und internationale Vernetzung mit anderen Kulturhauptstädten und Bewerberstädten

Das N2025-Bewerbungsbüro wird an Veranstaltungen zur Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas der Kulturstiftung der Länder (September) und einer angekündigten Konferenz in Hannover (November) teilnehmen. Das N2025-Bewerbungsbüro plant zudem, Anfang 2019 die deutschen und slowenischen Bewerberstädte zu einer Veranstaltung nach Nürnberg einzuladen und den in den anderen Bewerberstädten begonnenen Erfahrungsaustausch fortzuführen.

Im Fokus der Arbeit des Bewerbungsbüros steht die Anbahnung von Kooperationen mit Slowenien, das im Jahr 2025 ebenfalls eine europäische Kulturhauptstadt stellen wird. Konkrete Gespräche laufen bereits in den Bereichen Diskurs, Film und Theater.

4. Einbindung der Europäischen Metropolregion in die Bewerbung

Eine zentrale Handlungsempfehlung der Kulturstrategie der Stadt Nürnberg, die im Januar 2018 vom Stadtrat verabschiedet wurde, ist die Durchführung einer Netzwerkanalyse von Kulturakteurinnen und -akteuren, um die Nürnberger Kulturlandschaft und die diversen europäischen Netzwerke auf Synergien, Anschlüsse und Inputs zu überprüfen. Die Kulturnetzwerke der Bewerberstädte sind zudem in den Bewerbungsbüchern um den Titel „Europäische Kulturhauptstadt“ darzustellen und zu visualisieren. Im Sommer und Herbst 2018 wird gemeinsam mit der Europäischen Metropolregion eine Netzwerkanalyse durchgeführt. Ziele sind die Kartierung (Mapping) der Kulturakteure in der EMN, die Darstellung der regionalen und internationalen Vernetzung vorhandener Akteure und die Sichtbarmachung von Potenzialen für das Programm des Kulturhauptstadtjahrs 2025. Die wissenschaftliche Analyse wird dazu beitragen, die Kulturlandschaft der Europäischen Metropolregion sichtbarer zu machen. Die Ergebnisse werden nach Abschluss der Studie (voraussichtlich im Frühjahr 2019) öffentlich kommuniziert. Die o.g. Pilotierung eines

Spieleentwicklungsprojekts mit der Jugend der Region wird im 2. Halbjahr 2018 in eine erste Phase gehen.

Gemeinsam mit der Region werden schließlich die Schnittstellen für das künstlerische und kulturelle Programm der Kulturhauptstadt-Bewerbung eruiert. Geplant ist, bis Ende des Jahres eine Veranstaltung mit Künstlerinnen, Künstlern und Kultureinrichtungen aus der Region durchzuführen und gemeinsame Perspektiven für das Kulturhauptstadt-Jahr zu entwickeln.

Bis zur Abgabe des Bewerbungsbuchs wird auf politischer Ebene definiert, welche Kommunen und Landkreise sich in welcher Form an einem möglichen Kulturhauptstadt-Jahr beteiligen.

5. Konzepte Evaluation und Monitoring

Das Bewerbungsbuch muss das Thema Evaluation und Monitoring umfassend behandeln. Ziel der Kulturhauptstadtinitiative ist es, nachhaltige Wirkungen zu erzielen. Durch Evaluation wird das Eintreten oder Nichteintreten von gewollten und ungewollten Wirkungen eingeschätzt, und es werden Handlungsempfehlungen für den weiteren Verlauf nach dem Kulturhauptstadtjahr generiert. Von dem augenscheinlich hohen Stellenwert, der dem Thema Evaluation im Bewerbungsprozess seitens der EU beigemessen wird, lässt sich ableiten, dass die Europäischen Kulturhauptstädte im Bereich der Wirkungsmessung von kulturellen Stadtentwicklungsprozessen eine Vorreiterrolle einnehmen und zukünftig weiterhin einnehmen sollen. Diesem Anspruch wird das N2025-Bewerbungsbüro mit einem erstklassigen, methodisch fundierten und auf die Kulturarbeit angepassten Evaluationskonzept nachkommen. Im 2. Halbjahr 2018 werden wichtige und relevante Akteure wie die FAU Erlangen-Nürnberg, das Amt für Statistik und das Bildungszentrum in diesen Prozess eingebunden.

6. Entwicklung künstlerisches Programm und künstlerische Kooperationen

Ab Sommer 2018 wird die Planung des künstlerischen Programms weiter geschärft. Die Bewerbung Nürnbergs um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025 steht im Zeichen eines Stadtentwicklungsprozesses unter weitreichender Teilhabe der Stadtgesellschaft. Dieser Perspektive sind auch die Planungen des künstlerischen Programms und der Kooperationen verpflichtet. Dabei kann die Bewerbung nur dann gelingen, wenn neben relevanten lokalen Positionen international renommierte Künstlerinnen und Künstler eingebunden werden.

Nach der Diskussion über Kunst im öffentlichen Raum und der Diskussion über die Potenziale gegenwärtiger Erinnerungskultur, wird sich im Herbst eine Veranstaltung mit der Frage der Transkultur in Abgrenzung zu Multikultur oder Interkultur widmen. Eine vierte Runde erörtert aktuellen Fragen zur Zukunft der Stadt im internationalen Kontext.

Das Büro in der Spitalgasse 1 wird weiterhin als Ort für Veranstaltungen genutzt. Einerseits soll hier die Kooperation mit der Akademie der Bildenden Künste vertieft werden, andererseits steht das Büro für Künstlerinnen und Künstler der unterschiedlichen Genres aus Nürnberg zur Verfügung.

In Kooperation mit dem Neuen Museum entsteht eine Installation der Künstlerin Bettina Pousttchi auf dem Klarissenplatz: „UNN (United Nations Nuremberg) – ein Pavillon, der sich mit dem New Yorker UN-Gebäude auseinandersetzt und einen illusionistischen, fotografischen Raum eröffnet. Das Bewerbungsbüro wird hier zwischen Juli und Anfang

Oktober eine wöchentliche Sprechstunde abhalten und darüber hinaus Diskussionsrunden zu aktuellen Fragen der Menschenrechte durchführen.

Am 29. September wird das Projektbüro von Ref. IV mit Unterstützung durch das Bewerbungsbüro einen Aktionstag auf der Wölkernstraße durchführen. Ziel ist es, vor Ort eine breite Mobilisierung der Bevölkerung für die Kulturhauptstadtbewerbung zu erreichen: die Aktion wird sich künstlerisch mit dem großen Thema Liebe beschäftigen; mit Liebespaaren der Weltliteratur, mit der Liebe der Nürnbergerinnen und Nürnberger zu ihrer Stadt, mit literarischen, musikalischen und performativen Adaptionen.

Geplant ist zudem eine in Kooperation mit dem Goethe-Institut Ljubljana entstehende musiktheatrale Arbeit der amerikanischen Komponistin Cathy Milliken und der slowenischen Performance-Gruppe En Knap, die die Nürnberger Chor-Szene einbeziehen wird.

Das Performance-Kollektiv Rimini-Protokoll wird im kommenden Jahr in Kooperation mit dem Bewerbungsbüro und der Tafelhalle das Projekt „Do's and Dont's“ realisieren; ein Projekt im Stadtraum, das sich aus der Perspektive von Kindern- und Jugendlichen mit Normen und Regeln des Zusammenlebens in einer Stadt auseinandersetzt und nach deren Bedeutung für die junge Generation fragt