

Bericht des Kulturbüros der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH für die Sitzung des Ausschusses für Bildung und Kultur am 23.10.2014

Vorgelegt von Thomas Kraus, Leiter des Kulturbüros (Stand: 6.10.2014)

Das Kulturbüro der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH verfolgt seit seiner Gründung 2011 drei strategische Ziele: Es will die Vernetzung und den Austausch der Kulturakteure in der Region intensivieren, die Metropolregion Rhein-Neckar zu einem Standort herausragender kultureller Vielfalt und Qualität entwickeln und diese im In- und Ausland als außergewöhnliche europäische Kulturregion positionieren.

Um diese Ziele zu verwirklichen, kooperiert das Kulturbüro mit Kunst- und Kulturschaffenden in der Region, mit Kulturinstitutionen und -veranstaltern, mit Wirtschaftsunternehmen, aber auch und insbesondere mit den Kommunen und Kreisen der Region. Die Stadt Heidelberg ist dabei ein wertvoller Partner, mit dem das Kulturbüro auf verschiedenen Ebenen eng zusammenarbeitet.

Sämtliche Aktivitäten des Kulturbüros bündeln sich im **Denkfest**, einer jährlich an wechselnden Orten der Metropolregion zu wechselnden Themen stattfindenden Kultur-Konferenz. Mit seiner zweiten Ausgabe am 29. September 2012 in der Alten Feuerwache Heidelberg hat das Denkfest einen entscheidenden Schritt gemacht in der Entwicklung zu dem, was es heute ist: eine etablierte Plattform des Wissentransfers und des intensiven Austausches für Akteure aus Kunst und Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung. Im Schnitt nehmen zwischen 200 und 300 Kulturschaffende und -interessierte an einem Denkfest teil.

Auf der Marketing-Ebene verfügt das Kulturbüro mit den beiden **Magazinen „Die Festivals“** und **„Die Museen & Schlösser“**, die jeweils halbjährlich erscheinen, über zwei bedeutende Publikationen zu einer sowohl informativen als auch optisch sehr ansprechenden, gemeinsamen Vermarktung der Kulturregion Rhein-Neckar. Die beiden Magazine erscheinen in einer Auflage von insgesamt 700.000 Exemplaren pro Jahr und werben über wechselnde Kanäle (z. B. „Süddeutsche Zeitung“ und „taz“) überregional für das vielfältige Kulturangebot der Region. Zudem liegen die Magazine an vielen Stellen in der Region aus und werden gezielt an insgesamt rund 7000 Einzelkontakte (Abonnenten) in und außerhalb der Region verteilt. Heidelberg ist in den beiden Magazinen nicht nur mit seinen Festivals Heidelberger Frühling, Heidelberger Stückemarkt, Heidelberger Literartage, Heidelberger Schlossfestspiele, Enjoy Jazz, Internationales Filmfestival Mannheim-Heidelberg und Fotofestival Mannheim_Ludwigshafen_Heidelberg sowie dem Kurpfälzischen Museum der Stadt Heidelberg und der Sammlung Prinzhorn präsent. In der Ausgabe 1/2014 des Festivalmagazins wurden im Rahmen eines Streifzugs durch die Kulturregion Rhein-Neckar verschiedene Kulturprojekte der Stadt Heidelberg wie zum Beispiel die „UNESCO City of Literature“-Bewerbung und die Tanzbiennale Heidelberg vorgestellt. Darüber hinaus berichtet das Festivalmagazin regelmäßig über weitere Heidelberger Festivals wie zum Beispiel die „Heidelberger Theatertage“, „Schöner Lügen“ oder das Heidelberger Kammermusikfestival und platziert das umfangreiche Kulturangebot der Stadt Heidelberg damit deutschlandweit.

Eine enge Zusammenarbeit zwischen der Stadt Heidelberg und dem Kulturbüro findet auch statt in der Arbeit an der **Kulturvision Rhein-Neckar**, einem Grundlagenpapier, das die künftige strategische Ausrichtung der Region im Kulturbereich beschreibt. Heidelberg nimmt eine wichtige Rolle ein im „Bund der Kreise und Kommunen“, den das Kulturbüro ins Leben gerufen hat. Unter organisatorischer und inhaltlicher Vor- und Nachbereitung durch das Kulturbüro hat sich der „Bund der Kreise und Kommunen“ seit November 2013 zu regelmäßigen Arbeitssitzungen getroffen; das Kulturbüro hat zur Arbeit an der Kulturvision Rhein-Neckar zudem intensive Expertengespräche geführt. Geplant ist, die Kulturvision Rhein-Neckar in Fortschreibung der Kulturvision 2015 bis spätestens Mitte des Jahres 2015 fertigzustellen.

Das Kulturbüro organisiert die halbjährlichen Treffen der **AG Kulturvision 2015**, eines Gremiums aus hochrangigen Vertretern aus Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung, und verantwortet die inhaltliche Vor- und Nachbereitung. Es koordiniert neben den beiden großen **Netzwerken** „Die Festivals“ und „Die Museen & Schlösser“ auch drei **Arbeitskreise** zur Literatur, zur Bildenden Kunst und zur Jüdischen Kultur in der Region. Außerdem ist das Kulturbüro in kulturellen Gremien der Region vertreten.

Das Kulturbüro hat sich in den vergangenen drei Jahren seines Bestehens zur einer **„Schaltstelle des Vermittelns“** entwickelt. Aufgrund seiner vielfältigen Kooperationen und seines darüber erworbenen umfangreichen Wissens über kulturelle Akteure und Aktivitäten in der Region ist es ein häufig gefragter Ansprechpartner. Für Informationen, Einschätzungen etc. steht das Kulturbüro allen Interessierten im persönlichen Gespräch sowie für Anfragen per Mail und telefonisch sehr gerne zur Verfügung.

Die Treffen der „Taskforce Lange Nacht der Museen“ boten dem Kulturbüro Gelegenheit, seine Funktion als **Begleiter** und **Moderator** von komplexen kulturpolitischen Prozessen zu erfüllen.

Das Kulturbüro erhält immer wieder die Möglichkeit, in **Vorträgen** sowohl seine Arbeit als auch die Kulturregion Rhein-Neckar zu präsentieren. Als Beispiele seien Beiträge von Thomas Kraus, dem Leiter des Kulturbüros, an der Universität von Toronto in einer international besetzten Vortragsreihe oder im Rhein-Neckar-Forum in Brüssel genannt. Zudem berichtet das Kulturbüro regelmäßig in **kommunalen Gremien** wie zum Beispiel dem Kulturausschuss der Stadt Heidelberg am 7. Juli 2011 über seine Arbeit.

Unter Federführung des Verbandes Region Rhein-Neckar hat sich das Kulturbüro im laufenden Jahr dafür engagiert, die **Metropol-Card**, einen gemeinsamen Ausweis, der in 24 Bibliotheken der Metropolregion Rhein-Neckar genutzt werden kann, auf eine solide Basis zu stellen.

Das Kulturbüro plant, ab dem Jahr 2015 verstärkt eigene Projekte zu initiieren. Das Projekt „**Matchbox**“ basiert auf der Annahme, dass Kunst und Kultur überall, in jedem gesellschaftlichen Raum stattfinden kann. Um das zu verdeutlichen, will Matchbox nationale und internationale Künstler(gruppen) in die Metropolregion Rhein-Neckar einladen. Die Künstler werden für einen bestimmten Zeitraum in einer Kommune der Region leben und arbeiten. Dort werden sie, unter Einbezug der örtlichen Bevölkerung, ein spezifisch auf die jeweilige Kommune ausgerichtetes Kunstprojekt realisieren.

Matchbox zielt darauf ab, spezifischen Herausforderungen einer Kommune wie zum Beispiel Leerstand oder Bevölkerungsschwund auf eine künstlerische Art und Weise zu begegnen. Darüber hinaus will Matchbox die Offenheit für Kunst und Kultur der hier lebenden Menschen nachhaltig fördern und die Kommunen auch regional bzw. national vermarkten.

Es ist geplant, pro Jahr vier bis fünf Kommunen der Metropolregion Rhein-Neckar für Matchbox auszuwählen und dort Kunstprojekte auf den Weg zu bringen. Langfristig soll so die ganze Region Rhein-Neckar erreicht und „bespielt“ werden.

Das Kulturbüro begrüßt die Bereitschaft Heidelbergs, eine führende Rolle im Literaturbereich in der Region zu übernehmen. Um die Profilierung Heidelbergs als Literaturstadt und als Stadt des Wissens zu unterstützen, plant das Kulturbüro, mit Heidelberger Partnern ein „**Lecture performance**“-Format zu realisieren. Lecture performance ist ein relativ junges Kunstgenre, das an der Schnittstelle von Vortrag und Performance ansetzt. Es vermischt die Inszenierung der eigenen Person vor Publikum mit Methoden der Vermittlung. Lecture performance versteht sich als spartenübergreifendes Format (Definition vgl. Homepage der Staatlichen Hochschule für Gestaltung Karlsruhe).

Das Kulturbüro ist auch bestrebt, künftig stärkere Akzente im Bereich des **Kulturtourismus** zu setzen und will mit seinen Partnern gemeinsam ein Konzept für eine stärkere kulturtouristische Vermarktung der Region entwickeln.

Das Kulturbüro unterstützt auf konzeptioneller Ebene einen neu gegründeten **Verein** namens **Kultur@home**, der beabsichtigt, verschiedene **Kunstformen in privaten Salons** zu präsentieren.

Das Kulturbüro erachtet es – nicht erst seit dem Wegfall des regionalen Stadt- und Kulturmagazins „Meier“ Ende 2012 – für notwendig, einen **regionalen** und **differenzierten Kulturverteiler** einzurichten. Ein solcher Kulturverteiler könnte gezielte, an den Interessen und Bedürfnissen des Publikums ausgerichtete Informationen zur Verfügung stellen und Besucherströme innerhalb der Region ankurbeln und besser steuern. Das Kulturbüro will ein dafür geeignetes Konzept entwickeln.

Die bisher geleistete Arbeit des Kulturbüros, die durch den Rückhalt von Partnern wie die Stadt Heidelberg ermöglicht wurde, wurde in der **AG Kulturvision 2015** sehr positiv aufgenommen. In ihrer Sitzung am 27. Juni 2013 haben sich die in der AG vertretenen Kommunen deshalb dafür ausgesprochen, die Arbeit des Kulturbüros in den nächsten Jahren finanziell weiter zu unterstützen. Die verschiedenen Beitragshöhen orientieren sich an der Größe der Kommune und an ihrem Kulturetät. Ziel ist es, in den nächsten Jahren diese Beiträge für regionale Projekte des Kulturbüros zu verwenden und nicht wie bisher für Personalkosten. Durch die Bereitschaft der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH, einen Großteil der Personalkosten zu übernehmen, ist dies schon zum jetzigen Zeitpunkt realisiert.