

Heidelberg



Beschlussvorlage
**Europäische
Kulturhauptstadt**

Inhaltsverzeichnis

1. Rechtliche Grundlage und Verfahren.	3
2. Deutsche „Kulturhauptstädte Europas“	3
3. Zukunftsorientierung der „Kulturhauptstadt Europas“	3
4. Exklusivität und Ausrichtung des Kulturhauptstadt-Programms	4
5. Charakter des Kulturhauptstadt-Programms	4
6. Europäische Dimension.	4
7. Breite Einbeziehung der Bürgerschaft	5
8. Zeitlicher Rahmen, frühzeitiges und langfristiges Engagement	6
9. Was bringt die Europäische Kulturhauptstadt?	6
10. Beispiel „Essen / Ruhr 2010“	7
11. Aktivitäten auf Grundlage der IBA.	8
12. Ermittlung / Stärkung der europäischen / internationalen Vernetzungen / Aktivitäten Heidelbergs	8
13. Einbettung in eine Kulturstrategie	9
14. Offener Kulturbegriff, breite Beteiligung	9
15. Potenzielle Wirkung der Bewerbungsphase zur „Kulturhauptstadt Europas“	9
16. Wirkung und Nachwirkung einer „Europäischen Kulturhauptstadt“	10
17. Weg als Teil des Ziels	10
18. Aktuelle Entwicklung in der EU hinsichtlich der „Kulturhauptstadt Europas“	11
19. Heidelberg als Partner für die Überarbeitung der Kriterien	11
20. Die Metropolregion Rhein-Neckar als Partner für Heidelberg	11
21. Weiteres Vorgehen: Zeitplan	12
22. Weiteres Vorgehen: Struktur	13
23. Thema / Motto	13
24. Handlungsfelder und Projekte	14
25. Jugendkulturhauptstadt.	15
26. Demokratie-Stärkung, Digitalisierung und umweltgerechtes Produzieren als durchgängige Handlungsfelder	15
27. Finanzen	15
28. Förderer, Verein „Kultur für Europa – Kulturhauptstadt Heidelberg“	16

1. Rechtliche Grundlage und Verfahren

Die Projektreihe „Europäische Kulturhauptstadt“ ist geregelt durch Beschluss Nr. 445/2014 in der Fassung Beschluss Nr. 15451/2017 der Europäischen Union. Jedes Jahr können zwei Städte den Titel „Europäische Kulturhauptstadt“ tragen, jedes dritte Jahr kommt eine weitere Stadt aus einem Land, das sich um den Beitritt zur EU bewirbt, hinzu. Die EU legt vorab fest, welche Länder wann an der Reihe sind. Die jeweilige Stadt wird im Rahmen eines nationalen Verfahrens ermittelt. Die Vorauswahl und die Auswahl für den Titel „Kulturhauptstadt Europas“ treffen jeweils unabhängige Jurys. Deren Entscheidungen werden in Deutschland bundesseitig – durch die Kultusministerkonferenz im Benehmen mit der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien – bestätigt. Die Bewerbung für den Titel steht jeder Stadt, egal welcher Größe, offen – die Bandbreite der „Kulturhauptstädte Europas“ reicht von solchen unter 100.000 Einwohnern bis hin zu Millionenstädten. Die personelle und finanzielle Leistungsfähigkeit einer Stadt sowie ihre Kapazitäten betreffend die Infrastruktur zur Durchführung des Projekts sowie eine kulturelle kritische Masse sind allerdings sehr wohl ein Faktor. Die Einbeziehung der Region ist möglich bzw. sogar erwünscht; in Bezug auf Verantwortung und Rechenschaftspflicht gegenüber der EU muss allerdings eine Stadt die Führungsrolle übernehmen. Die federführende Stadt ist der offizielle Bewerber. Ein besonderes Vorschlagsrecht von Seiten des Bundes wird nicht wahrgenommen. Die Auszeichnung ist sehr gefragt; man kann davon ausgehen, dass im nationalen Wettbewerb rund 10 Städte gegeneinander antreten. Obgleich Städte den Titel für ein Jahr tragen, bevor sie im darauffolgenden Jahr durch andere Titelträger ersetzt werden, darf die „Kulturhauptstadt Europas“ nicht als eine einmalige einjährige Veranstaltung betrachtet werden. Das Programm muss schon früher beginnen, auf das Jahr hinarbeiten und darf erst danach enden, um dessen Nachhaltigkeit zu verstärken. Empfohlen wird eine Vielzahl von langjährig wirksamen Projekten.

2. Deutsche „Kulturhauptstädte Europas“

Die bisherigen deutschen Kulturhauptstädte waren/sind Berlin (1988), Weimar (1999), Essen (2010) und Chemnitz (2025). Sie alle waren zum Zeitpunkt der Bewerbung kulturell sehr gut aufgestellt, gleiches gilt für die Bewerberstädte Hannover, Nürnberg, Hildesheim, Dresden usw., die zuletzt ins Rennen gingen. „Essen / Ruhr 2010“ ist als besonders großer Erfolg anzusehen mit anhaltender Wirkung für das Ruhrgebiet bis heute (s. u.).

3. Zukunftsorientierung der „Kulturhauptstadt Europas“

Die Projektreihe „Kulturhauptstadt Europas“ der EU ist nicht zu verwechseln mit dem Weltkulturerbe der UNESCO. Eine „Kulturhauptstadt Europas“ ist nicht etwa eine Variante des UNESCO-Logos oder des Europäischen Kulturerbe-Siegels. Die europäische Kulturhauptstadt ist eine zukunftsorientierte Maßnahme mit potenziell städtebaulicher Komponente, der eine Vision sowie ein Maßnahmen-Plan für die Entwicklung der Stadt und ihrer Kulturlandschaft bzw. Kulturinstitutionen zugrunde liegen. Eine Stadt wird also nicht aufgrund ihres Kulturerbes oder ihres gegenwärtigen lebendigen Kulturangebots mit dem Titel ausgezeichnet. Diese Merkmale können die Grundlage für eine Bewerbung, aber nicht die Bewerbung an sich darstellen. Die Auszeichnung mit dem Titel erfolgt aufgrund des in den Bewerbungsunterlagen dargestellten Ideen, Vorhaben und des zukünftigen Programms für das Hauptstadt-Jahr.

4. Exklusivität und Ausrichtung des Kulturhauptstadt-Programms

Die Bewerbung geht weit über „business as usual“ einer Kulturstadt hinaus. Bewerbungen, die bestehende kulturelle Aktivitäten unter dem Banner „Kulturhauptstadt Europas“ zusammenfassten, waren nicht erfolgreich. Ein spezifisches Programm ist eigens zu entwickeln. Hierfür gibt es keine Standardvorlage, denn jede Stadt ist einzigartig: Die Vorhaben reflektieren ihre individuellen Bedürfnisse und Ziele; darüber hinaus sind die Vergabekriterien der EU zu erfüllen. Es handelt sich bei der „Kulturhauptstadt Europas“ auch nicht um ein tourismusorientiertes Projekt, wohl aber geht es darum, das internationale Profil einer Stadt durch die Kultur zu weiterzuentwickeln. Die meisten „Kulturhauptstädte Europas“ verzeichneten dennoch einen hohen Anstieg des Fremdenverkehrs und bei den Übernachtungsgästen; bei vielen ist dies ein Erfolgsfaktor. Der Hauptfokus des Programms liegt allerdings bei den Bürgerinnen und Bürgern, insbesondere jenen der Stadt selbst, und ihrer Verbindung zur Kultur und zu Europa.

5. Charakter des Kulturhauptstadt-Programms

Das speziell für das Veranstaltungsjahr konzipierte Programm muss zukunftsorientiert und von hoher künstlerischer Qualität sein. Dies gilt für partizipatorische Projekte ebenso wie für stärker Mainstream-orientierte Kultur-Aktivitäten. Kulturhauptstadt-Programme umfassen eine Vielzahl von Kunstformen, eine Mischung aus Hoch-, Breiten- und Volkskultur, weisen ein Gleichgewicht zwischen frei zugänglichen und bezahlten Veranstaltungen auf und beinhalten Aktivitäten, die von großen und angesehenen Kulturakteuren bis hin zu NGOs und kleinen Gemeinschaften – Künstlergruppen, freien Künstlerinnen und Künstlern, Laienkultur, Bürgerinitiativen und Vereinen – organisiert werden. Es geht darum, das lokale Kulturerbe und traditionelle Kunstformen mit neuen, innovativen und experimentellen künstlerischen Ausdrucksformen zu verknüpfen.

Künstlerische Interventionen sollen städtische und soziale Themen reflektieren. Jüngste Juryberichte forderten auch eine digitale künstlerische Strategie der Bewerber ein. Die Strategie und die Inhalte des Programms müssen mit der kulturpolitischen Vision der Bewerberstadt sowie den von ihr für das Kulturhauptstadt-Jahr festgelegten Zielen übereinstimmen und eine europäische Dimension / Orientierung beinhalten. Diese muss sich im gesamten Kulturprogramm wiederfinden, ebenso wie in den Begleitmaßnahmen, insbesondere im Bereich Marketing und Kommunikation.

6. Europäische Dimension

Die europäische Dimension steht also im Mittelpunkt eines Kulturhauptstadt-Programms. Sie garantiert, dass die „Kulturhauptstadt Europas“ ein internationales Projekt und nicht „nur“ eine nationale Veranstaltung ist. Dass eine Stadt in Europa liegt, bereits ein lebendiges und internationales kulturelles Angebot aufzuweisen hat oder über eine multikulturelle Bevölkerung verfügt, wird noch nicht als ausreichende europäische Dimension interpretiert. Die Gesamtvision des kompletten Programms muss europäisch sein, und die europäische Dimension muss sich in den kulturellen und künstlerischen Inhalten wie auch in den festgelegten Zielen wiederfinden. Sie hat zwei Blickrichtungen: einerseits auf die Bewohner der Kulturhauptstadt bzw. der Region und andererseits auf ein breites europäisches und internationales Publikum.

Es muss ein zentrales Vorhaben der „Kulturhauptstadt Europas“ sein, das Verständnis und Bewusstsein der eigenen Bewohner für den Reichtum und die Vielfalt der Kulturen in Europa sowie für die Gemeinsamkeiten zwischen diesen Kulturen zu wecken oder zu stärken. Ein Fokus muss darauf liegen, durch Kultur- und weitere Projekte die Stadt und ihre Bürgerschaft mit Städten und Bürgern in anderen Ländern zu vernetzen. Es ist der Blick auf andere Kulturen und die Ein-

beziehung europäischer Partner, die eine „Kulturhauptstadt Europas“ von einer nationalen Kulturstadt unterscheidet: Sie bietet einer Stadt und ihrer Bürgerschaft die Möglichkeit, in offener Form von anderen Bürgerinnen und Bürgern in Europa zu lernen.

Wichtig sind der Umfang und Qualität der Aktivitäten zur Förderung der kulturellen Vielfalt in Europa, des interkulturellen Dialogs und des besseren gegenseitigen Verstehens der europäischen Bürger, die Aktivitäten zur Hervorhebung der Gemeinsamkeiten der Kulturen, des Erbes und der Geschichte Europas sowie der europäischen Einigung und aktueller europäischer Themen. Aufzuzeigen sind darüber hinaus: der Umfang von Aktivitäten, die von europäischen Künstlern getragen werden, die Zusammenarbeit mit Akteuren in verschiedenen Ländern – auch mit anderen Kulturhauptstädten –, der Auf- und Ausbau länderübergreifender Partnerschaften sowie die Strategien zur Erreichung eines breiten europäischen und internationalen Publikums.

Die „Kulturhauptstädte Europas“ sind aufgefordert, zusammenzuarbeiten. Viele Kulturhauptstädte entwickeln auch Projekte mit früheren oder zukünftigen Kulturhauptstädten. Das Spektrum der Projekte variiert und wird von den Städten gemeinsam entwickelt. Dies ist ein wesentliches Element, wenn es um den europäischen Charakter des Kulturhauptstadt-Programms geht.

Für Städte bedeutet die europäische Dimension eine Verknüpfung ihres lokalen Kontexts mit dem europäischen Rahmen. Es ist die Gelegenheit, Beziehungen zwischen lokalen und europäischen Kulturen und Werten zu erforschen und zu erarbeiten. Für die Kulturakteure der Stadt führt die europäische Dimension zur Schaffung neuer und nachhaltiger Partnerschaften mit Kulturakteuren anderer Länder, und zwar in Form von gemeinsamen Produktionen und Initiativen, von Konferenzen, Verknüpfung von Netzwerken sowie dem Austausch von Künstlern / Performern. Jüngste „Kulturhauptstädte Europas“ haben bei mehr als der Hälfte ihrer Projekte europäische und internationale Partner einbezogen.

Das Programm muss von einer Qualität sein, die direkt und online ein internationales Publikum anspricht.

„Umea 2014“ hat das gesamte Programm rund um die Samen, die indigene Bevölkerung Nordskandinaviens, aufgebaut. „Leeuwarden 2018“ und „Donostia-San Sebastian 2016“ zeigten die Rolle der in Europa weniger benutzten Sprachen (Friesisch bzw. Baskisch) in Projekten zusammen mit ähnlichen Städten in ganz Europa. Das Programm von „Donostia-San Sebastian 2016“ griff zudem die Idee der „Kulturen des Zusammenlebens“ auf und betonte den Wunsch, historische Wunden zu überwinden, sowie die Kunst, innerhalb ehemals gespaltener Gemeinschaften zusammenzuleben.

„Kulturhauptstädte Europas“ setzen ihre strategische Vision normalerweise in mehreren Strängen um; zu viele davon sind allerdings für das Publikum verwirrend.

7. Breite Einbeziehung der Bürgerschaft

Die Erreichung und Einbindung der örtlichen Bevölkerung und Zivilgesellschaft bei den Bewerbungsvorbereitungen und der Durchführung der Aktion sind von zentraler Bedeutung. Es geht um die Schaffung neuer, nachhaltiger Möglichkeiten der Teilhabe und Mitwirkung der unterschiedlichsten gesellschaftlichen Gruppen an kulturellen Aktivitäten unter besonderer Berücksichtigung von jungen Menschen, Freiwilligen, Randgruppen und benachteiligten Gruppen wie Minderheiten, wobei besonders darauf zu achten ist, dass diese Aktivitäten auch älteren Menschen und Menschen mit Behinderungen offenstehen. Verlangt wird eine Gesamtstrategie zur Erreichung neuer Publikumskreise, insbesondere zur Verzahnung mit dem Bildungsbereich und zur Einbeziehung von Schulen.

Für den Erfolg einer „Kulturhauptstadt Europas“ und ihre nachhaltige Wirkung ist eine breite, aktive Mitwirkung ihrer Bürger hilfreich, wenn nicht sogar Voraussetzung. Es geht dabei um eine echte Partizipation und nicht etwa nur eine Beteiligung als Publikum. Mit der Einbeziehung der Bürgerinnen und Bürger muss in der Vorbereitungszeit begonnen werden. Die letzten „Kulturhauptstädte Europas“ hielten während der Bewerbungsphase Ideenwettbewerbe ab und organisierten hunderte von Treffen und Workshops mit ihren Bürgerinnen und Bürgern, um deren Ansichten zum Programm sowie zu Gesamtvision und -konzept zu erfragen und ihre Ideen zu inkludieren.

Teams, die Bewerbungen vorbereiten, bemühen sich gezielt, jene mit einzubeziehen, die normalerweise nicht am Kulturleben einer Stadt teilhaben, und wenden sich an Randgruppen oder solche, die in einem Parallelssektor der Kultur agieren. Ziel ist es, ein breites Engagement zu erreichen. Die Verständigung über Ziele, Themen und Projekte einer Bewerbung führt in vielen Fällen zu veränderten Perspektiven der institutionellen und freien Kulturakteure in der Stadt und wird gleichzeitig zu einem Faktor der Publikumsgewinnung und -entwicklung. „Kulturhauptstädte Europas“ arbeiten immer häufiger zusätzlich zum zwingend notwendigen fest- bzw. temporär angestellten Personal mit Freiwilligen. Ein starkes Freiwilligenprogramm kann entscheidend zum Engagement der Bürgerschaft für die Kulturhauptstadt und zu ihrer nachhaltigen Wirkung beitragen. Es ist darüber hinaus geboten, Projekte gemeinsam mit Schulen, Jugendgruppen, Universitäten und einer Vielzahl an Organisationen der Zivilgesellschaft durchzuführen.

8. Zeitlicher Rahmen, frühzeitiges und langfristiges Engagement

Die Bewerbung zur „Kulturhauptstadt Europas“ ist ein Langzeitprojekt, bewertet wird eine Langzeitstrategie. Die EU will Gewissheit haben, dass die Bewerberstädte über einen Zweitraum von rund 10 Jahren bereit sind, einen kulturellen Stadtentwicklungsplan zu verfolgen. Bis 2033 sind die Länder festgelegt. Deutschland kann also frühestens 2034 wieder eine Kulturhauptstadt Europas stellen. Bereits jetzt hat die Region „Lausitz“ Interesse an einer Bewerbung erklärt.

9. Was bringt die Europäische Kulturhauptstadt?

Frühere „Kulturhauptstädte Europas“ berichteten über nachhaltige, signifikante Effekte ihrer Unternehmungen, weil das Bewerbungsverfahren und der Titel als Impulsgeber für einen deutlichen Wandel in der Entwicklung der Stadt fungieren und zu einer Steigerung des Selbstwertgefühls der Bürgerinnen und Bürger beitragen: ihrer Identifikation mit der Stadt / Region und ihres Stolzes auf diese. Vor allem ist ein stärkeres Engagement bei der Nutzung der kulturellen Angebote feststellbar, insbesondere durch jene Bevölkerungsgruppen, die normalerweise weniger daran teilhaben oder mitwirken. Darüber hinaus entwickeln sich neue kulturelle Infrastrukturen und Angebote, neue Fertigkeiten, neue Chancen und neue Aufträge sowie europäische und internationale Verbindungen für Künstlerinnen und Künstler, Kulturorganisationen, die Kreativwirtschaft und für die Stadt / Region selbst. Damit einher gehen: die Stärkung ihres europäischen Profils und ihrer Vernetzung, höhere internationale und nationale Bedeutung / Ansehen und eine Steigerung des qualitativollen Mehrtages-Tourismus, insbesondere des Kultur- und Kreativtourismus.

10. Beispiel „Essen / Ruhr 2010“

„Essen / Ruhr 2010“ zählt zu den besonders erfolgreichen „Kulturhauptstädten Europas“, und machte durch beispielhafte Projekte international auf sich aufmerksam. Beteiligt waren insgesamt 53 Städte des Regionalverbandes Ruhr. Das Motto lautete „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“. Zuvor hatte sich Essen erfolgreich gegen 15 weitere Städte durchgesetzt.

Zur Verwirklichung des Projekts wurde eine Gesellschaft gegründet (RUHR.2010 GmbH), an der der Regionalverband Ruhr, das Land NRW, der Initiativkreis Ruhrgebiet und die Stadt Essen beteiligt waren, mit Fritz Pleitgen und Oliver Scheytt als Geschäftsführern und darüber hinaus vier künstlerischen Direktionen. Im Kulturhauptstadt-Jahr arbeiteten für das Projekt neben den projektbezogenen Angestellten 1200 Freiwillige.

Es gab drei Leitthemen – Mythos, Metropole und Europa – und sechs Programmfelder: Bilder, Theater, Musik, Sprache, Kreativwirtschaft und Feste. An Vorarbeiten der „Internationalen Bauausstellung Emscher Park“ konnte angeknüpft werden. Das Ziel war, die Region zu einer neuen Einheit zu verbinden und mit Mitteln der Bildenden Kunst, Stadtplanung, Landschaftsgestaltung und Architektur neue Verbindungen zwischen den Städten zu schaffen sowie neue Kulturorte, Impulse für den Wandel und eine neue Identität.

Die Projekte erregten international Aufsehen: Im Rahmen von „Emscherkunst.2010“ schufen 40 Künstlerinnen und Künstler 20 Kunstwerke in 113 Tagen. Der „Kulturkanal“ war ein Kunstprojekt im öffentlichen Raum auf einer Strecke von 70 Kilometern. „SchachtZeichen“ machte 400 ehemalige Bergbauschächte durch Heliumballons sichtbar. Für „Parkautobahn A42“ wurden Mammutbäume entlang der Autobahn gepflanzt, um die Verkehrsstrecke zu begrünen. „Starke Orte – Kunst im Revier“ beteiligte über 100 Künstler aus 16 Künstlerbünden in gemeinsamen Ausstellungen. Bei „GrenzGebietRuhr“ entwickelten Kunstvereine und Künstlerhäuser gemeinsam ein Projekt. 50 Schauwohnungen bildeten eine „Route der Wohnkultur“, und bei „2-3 Straßen“ des Künstlers Jochen Gerz konnten Gäste aus Deutschland ein Jahr lang Wohnungen des Ruhrgebiets mietfrei nutzen und erarbeiteten danach ein Manifest. Die Projekte „Zwei Berge – eine Kulturlandschaft“, „Ruhr-Atoll“ und „Über Wasser gehen“ beschäftigten sich mit ökologischen Transformationsprozessen, Renaturierung und Kunst in der Natur. Anlässlich der „Biennale für Internationale Lichtkunst“ zeigten 60 renommierte internationale Künstlerinnen und Künstler zwei Monate lang Lichtkunst in 60 privaten Wohnungen. Mit „Jedem Kind ein Instrument“ wurde die bundesweit größte Initiative kultureller Bildung ins Leben gerufen. Im Rahmen des „Hans Werner Henze Projekts“ präsentierten 40 Institutionen sein Kompositionswerk mit über 50 Aufführungen in 30 Städten, es entstanden ungewöhnliche, innovative Formate wie eine Internet- und eine Funkoper. „!SING – DAY OF SONG“ verband die Bewohner des Ruhrgebiets an zwei Tagen zu einer musikalischen Bürgerbewegung mit 600 Chören und 22.800 Teilnehmenden.

„Grubenklang reloaded“ und „Sagenhaftes Ruhrgebiet“ waren weitere umfangreiche Kulturprojekte. Es entstanden „Kreativ.Quartiere“ zur Förderung der Kreativwirtschaft, „2010LAB.tv“ als Videoplattform und Mitmachportal und „Urbanatix“, eine Show junger internationaler und regionaler Street-Art-Künstler. Eines der spektakulärsten Projekte war die Sperrung der A40 über 1 ½ Tage für den Autoverkehr und ihre Umfunktionierung als Bühne der Alltagskultur mit 20.000 Tischen über 60 km. Es wird geschätzt, dass ca. 3 Millionen Besucher allein an dieser Veranstaltung teilnahmen.

Das Gesamtbudget betrug knapp 70 Mio. €, die Stadt Essen war mit 6 Mio. € beteiligt (17 Mio. € Bund, 12 Mio. € Land NRW, 12 Mio. € Regionalverband Ruhr, 8,5 Mio. € Initiativkreis Ruhrgebiet, 1,5 Mio. € EU). Ein wesentlicher Anteil kam von Unternehmen, darunter 5 Hauptsponsoren mit Beträgen über 1 Mio. €: DB, E.ON, Haniel, RWE und die Sparkasse.

Der mit dem Titel und dem Programm verbundene Imagegewinn und die Wirkung des Kulturhauptstadtjahres halten bis heute an.

11. Aktivitäten auf Grundlage der IBA

Das Beispiel Essen zeigt: Es bietet sich an, auf den Erkenntnissen und Ergebnissen der internationalen Bauausstellung in Heidelberg aufzusetzen. Bewerbungen zur „Kulturhauptstadt Europas“ haben in der Regel einen deutlichen Stadtentwicklungs-Anteil. Insofern erweist es sich als Vorteil, dass Heidelberg im Rahmen der IBA bereits umfangreich Vorarbeiten geleistet hat. Die Bewerbung bietet die Möglichkeit, diese Arbeiten fortzusetzen und nachhaltig zu machen. Dabei ist darauf zu achten, dass es – auch in der Vorbereitungszeit – für die Bürgerinnen und Bürger wahrnehmbare und nachvollziehbare Umsetzungen von Projekten gibt.

12. Ermittlung / Stärkung der europäischen / internationalen Vernetzungen / Aktivitäten Heidelbergs

Die Stärkung des europäischen Gedankens und der Identifikation mit Europa gewinnt an Wichtigkeit, da der europäische Zusammenhalt zunehmend gefährdet ist und die Vorteile der europäischen Zusammenarbeit und der Verzicht auf innereuropäische Grenzen für jüngere Europäer als selbstverständlich gegeben wirken – also nicht als ein hohes Gut, das geschützt und verteidigt werden muss.

Im Rahmen der Vorbereitungsphase werden die vorhandenen europäischen / internationalen Beziehungen Heidelbergs und der Region ermittelt. Diese Informationen werden hier vermutlich erstmals in diesem Umfang zusammengetragen. In der Bewerbungsphase wird festgestellt, wie man die vorhandenen Aktivitäten sinnvoll vernetzen kann, welche Akteure – eventuell, ohne voneinander zu wissen – auf dem gleichen Feld unterwegs sind und welche Verbindungen noch fehlen bzw. interessant wären. Den Partnerstädten kommt hier eine besondere Bedeutung zu, zumal sich Montpellier als „Kulturhauptstadt Europas 2028“ bewirbt. Mit dem Maison de Heidelberg in Montpellier und dem Montpellier-Haus in Heidelberg verfügen die beiden Partnerstädte über vorbildliche Institutionen, die den Europäischen Gedanken aktiv und beispielhaft leben. Hinzu kommen die vielen Gesellschaften und Freundeskreise, die sich der Partnerschaft mit einem anderen (europäischen) Land besonders verschrieben haben, wie die deutsch-schwedische Gesellschaft, der deutsch-französische Kulturkreis oder die Dante-Gesellschaft. Über die umfangreichsten europäischen und internationalen Verbindungen verfügt die Universität, aber auch Kunstsparten wie der Tanz, die Street Art, der Hip-Hop und die internationalen Festivals sind eingebunden in europa- bzw. weltweite Netzwerke, die sofort aktivierbar wären. Dies gilt ebenso für das weltweite Netzwerk der Creative Cities, dem Heidelberg und Mannheim angehören. Auch auf der Ebene der Vereine, des Ehrenamts, der Jugend und des Sports gibt es bereits jetzt zahlreiche europäische Kontakte, insbesondere zu den Partnerstädten, allen voran mit Montpellier. Die Städtepartnerschaften der Metropolregion sind eine gute Basis: Es existiert ein Netzwerk der Städtepartnerschaften in der Region. Tatsächlich sind die Kommunen an einer direkten internationalen Vernetzung mit anderen Städten interessiert. Wie viel europäische Zusammenarbeit die Kommunen wünschen und vor allem, ob sie sich mehr vorstellen können, das gilt es in der Vorbereitungs- und Bewerbungsphase zu ermitteln.

13. Einbettung in eine Kulturstrategie

Die EU verlangt die Einbettung in eine Kulturstrategie der Bewerberstadt. Diese besteht aus einer Vision, Zielen und Aktionen sowie einem entsprechenden Zeitrahmen. Sie ist normalerweise umfangreicher als es die Ziele einer „Kulturhauptstadt Europas“ sind. Bewerberstädte haben in ihren Bewerbungsunterlagen anzugeben, zu welchen Prioritäten ihrer Kulturstrategie im weiteren Sinne die europäische Kulturhauptstadt beitragen soll. Es geht darum, Handlungsfelder, Themen und Herausforderungen zu identifizieren, die der Stadt „unter den Nägeln brennen“ und die mit den Mitteln der Kulturhauptstadt angegangen werden sollen.

14. Offener Kulturbegriff, breite Beteiligung

In Hinblick auf die Aktivitäten in Vorbereitung und Durchführung einer „Kulturhauptstadt Europas“ wird ein sehr weitgesteckter, offener Kulturbegriff zugrunde gelegt, der Spitzen- und Breitenkultur(en), große wie kleine kulturelle Akteure inklusive Laien, Stadtentwicklung, Städtebau und Nachhaltigkeit, Bildung und Soziales, den Sport, Ehrenamt, Vereine, Stadtteilarbeit und Brauchtum, Tourismus und Gastronomie usw. einschließt. Die Bewerbung betrifft also alle Dezzernate.

Auf Basis dieses offenen Kulturbegriffes wird die Bürgerschaft Heidelbergs und der Region umfassend dazu eingeladen, sich am Prozess der Bewerbung zur „Kulturhauptstadt Europas“ und später der Durchführung des Kulturhauptstadtjahres zu beteiligen – nicht zu vergessen die Menschen und Institutionen, die sich für Völkerverständigung und internationale Beziehungen einsetzen, insbesondere für den europäische Gedanken.

15. Potenzielle Wirkung der Bewerbungsphase zur „Kulturhauptstadt Europas“

Ergebnis einer Bewerbungsphase sind Bestandaufnahme und kulturelle Standortbestimmung inklusive einer Stärken- und Schwächen-Analyse, darüber hinaus ein Konzeptionsvorschlag für einen umfassenden gesellschaftlichen Verständigungs- und Beteiligungsprozess über die Zukunft der Stadt und die Rolle der Kultur und wie Themen, die der Stadt und der Bürgergesellschaft wichtig sind, angegangen werden können. Als wesentliche Bedürfnisse wurden bisher in den Gesprächen geäußert: eine stärkere Wahrnehmung, soziale Gerechtigkeit und Barrierefreiheit, die Gewinnung zusätzlicher Räume und eine intensivere Vernetzung, Verbesserung des Status der Künstlerinnen und Künstler (vor allem auch der freien), Anerkennung und Stärkung des Ehrenamts, mehr Öffentlichkeit und Förderung für gemeinnützige bürgerschaftliche Initiativen. Die vorhandenen Stärken sollen besser gesehen und im Idealfall gemeinsam weiterentwickelt werden. Hinzu kommen die aktuellen Herausforderungen für alle: Schutz und Stärkung der Demokratie und des europäischen Gedankens, Digitalisierung, Nachhaltigkeit, umweltbewusstes Produzieren und die innovative Fortentwicklung der Kunstformen. Neben den bereits erwähnten Themen zeichnen sich als zentrale Handlungsfelder ab: die verstärkte kulturelle Nutzung des öffentlichen Raums, die Frage nach dem Publikum von morgen und wie man mit Kultur möglichst viele / alle Menschen erreicht. Es wird interessant sein zu sehen, welche konkreten künstlerischen Projekte sich daraus ergeben.

Gemeinsam wird eine Vision mit kulturellem Schwerpunkt für die Stadt Heidelberg und die Region in den 2030er Jahren entwickelt, die eingebettet ist in deren grundsätzliche Entwicklungsstrategien, insbesondere auf dem Gebiet der Kultur. Verbunden damit ist die Sicherung und Stärkung der Kulturinstitutionen, kulturellen Initiativen und freien Künstlerinnen und Künstler (ca. 2500 in Heidelberg, bis zu 10.000 in der Metropolregion) sowie der Laienkünstlerinnen und

Künstler, deren Sichtbarmachung und Vernetzung, die verstärkte Wahrnehmung und Aufwertung des bürgerschaftlichen Engagements / Ehrenamts, die Stärkung des gesellschaftlichen Zusammenhalts und der aktiv gelebten Demokratie.

Kultur zeigt Wege auf, wie wir die Gesellschaft fair, sozial engagiert und fürsorglich gestalten und ist selbst ein Mittel auf diesem Weg. Es geht um die Aktivierung von kreativem Potenzial, die Möglichkeit zur Mitgestaltung und die Erfahrung von Wirksamkeit. Ein Ziel ist die Verständigung über ein zukunftsorientiertes Heidelberg-Image und Bild der Region. Die Zusammenarbeit der Städte mit ihren universitären Einrichtungen und die regionale Zusammenarbeit werden intensiviert. Darüber hinaus verschaffen sich Stadt, Kulturschaffende, Kreativwirtschaft, Universität(en) und Region einen Überblick über ihre vielfältigen bereits existierenden europäischen Verbindungen. Vernetzungen der vorhandenen Beziehungen werden geschaffen und neue Partnerschaften entstehen. Die Erfahrung der Beteiligung und der Wirksamkeit stärkt zudem das Demokratiebewusstsein der Bürgerinnen und Bürger.

16. Wirkung und Nachwirkung einer „Europäischen Kulturhauptstadt“

Aus Perspektive der EU beginnt das Kulturhauptstadtjahr bereits vor dem eigentlichen Zuschlagsjahr und weist über dieses hinaus. Die Wirkung des Titels beginnt noch früher (ab dem Zuschlag, fünf Jahre vor dem Jahr selbst) und hält auch danach langfristig an. Die EU legt großen Wert auf eine Nachhaltigkeitsstrategie in Zusammenhang mit der Bewerbung. Der Beschluss zur „Kulturhauptstadt Europas“ besagt, dass diese Teil einer „kulturpolitischen Langzeitstrategie“ sein sollte, „die eine kulturelle, wirtschaftliche und soziale Langzeitwirkung entfaltet.“ Es ist wichtig, die Projekte im Vorfeld bereits so zu denken und zu organisieren, dass sie dem Anspruch der Nachhaltigkeit gerecht werden.

Die Region Mons in Belgien beispielsweise ist ein Hauptstandort für die digitale Branche. Das Leitmotiv für ihr Kulturhauptstadt-Jahr 2015 war „Wo Kultur auf Technologie trifft“ mit vielen IT-basierten Projekten. „Café Europa“ beispielsweise beruhte auf einem wachsenden Netzwerk von Städten in ganz Europa als Plattform für digitale Interaktionen zu kulturellen und europäischen Themen. Das Thema „re-think“ bei Aarhus 2017 passte zur Strategie der Stadt, ihre kulturelle und städtische Entwicklung im nächsten Jahrzehnt zu überdenken und zu ändern.

Bereits nach dem Zuschlag aufgrund einer erfolgreichen Bewerbung reiht sich die jeweilige Stadt ein in das Netzwerk der „Kulturhauptstädte Europas“, bleibt auch nach dem absolvierten Kulturhauptstadt-Jahr Mitglied, erhält so wertvolle Anregungen und verfügt über ausgezeichnete europäische Verbindungen.

17. Weg als Teil des Ziels

Auch Städte, die im Bewerbungsverfahren keinen Zuschlag erhielten, profitieren von dem durch die Bewerbung angestoßenen Verständigungsprozess über die Zukunft ihrer Stadt und die Rolle der Kultur, von den damit verbundenen Analysen und Strategien sowie vor allem vom kreativen Potential, das freigesetzt wurde, und vom Zusammenwachsen der Akteure (Region, Institutionen, Künstlerinnen und Künstler, Bürgerschaft) durch die neu geschaffenen oder intensivierten europäischen Verbindungen. Es wird beschrieben, dass der Weg – innerhalb der Kulturgesamtstrategie der Stadt – bereits Teil des Ziels ist, vor allem, wenn auf diesem bereits Vorhaben umgesetzt wurden.

18. Aktuelle Entwicklung in der EU hinsichtlich der „Kulturhauptstadt Europas“

Die EU tritt in Kürze in einen Prozess ein, die Regeln für die Vergabe des Titels „Kulturhauptstadt Europas“ auf der Basis einer Evaluation des Erfolgs der jüngsten Kulturhauptstädte zu überarbeiten. Kriterien und Umstände der Vergaben werden zum Teil kritisch gesehen, sollen überprüft und ggf. verändert werden. Die EU will ein Misserfolgs-Risiko minimieren. Es ist davon auszugehen, dass dies vor allem die Idee betrifft, Städte mit „Handicap“ kulturell zu optimieren.

19. Heidelberg als Partner für die Überarbeitung der Kriterien

Interessant wäre, sich in diesem Prozess als wissenschaftlicher Partner anzubieten. Heidelberg besitzt dafür alle Voraussetzungen. Zur Zukunftsvision, die die Bewerbung darstellt, käme so bereits vor einer Vergabe des Titels für die 2030er Jahre ein „Labor Kulturhauptstadt“. Ein solches Projekt mit Symposien, Kolloquien und Veranstaltungen würde frühzeitig sowohl für Europa wie für die Stadt ergebnis- und nachhaltig sein. Interessant in diesem Zusammenhang ist, dass an der Universität Heidelberg ein Forschungsprojekt zum Programm „Kulturhauptstadt Europas“ mit besonderer Betrachtung der Bewerbungsstrategien deutscher Städte für das Kulturhauptstadtjahr 2025 angesiedelt ist, auf das aufgebaut werden könnte. Insgesamt ist eine enge Verbindung zu den Hochschulen in Heidelberg und der Region für die Vorbereitung, die Erarbeitung einer Bewerbung und die Durchführung eines Kulturhauptstadtjahres wünschenswert und vorteilhaft. Bereits jetzt haben Studiengänge, auch aus Stuttgart und Karlsruhe, signalisiert, sich hier im Rahmen von studentischen Projekten eine Unterstützung vorstellen zu können.

20. Die Metropolregion Rhein-Neckar als Partner für Heidelberg

Die Einbeziehung der Region mit ihrer beeindruckenden Vielfalt in die Bewerbung ist für eine erfolgreiche Bewerbung geboten. Im Idealfall ist das Vorhaben ein gemeinsames Ziel. Anzustreben ist eine große Verbundenheit der regionalen politischen und kulturellen Partner und die Verständigung auf gemeinsame Ziele. Die Metropolregion Rhein-Neckar hat über die AG Kulturvision und das Kulturbüro bereits Interesse signalisiert. Bedeutung kommt der Beteiligung Mannheims zu, das eigene Bewerbungspläne zugunsten einer kulturorientierten Bundesgartenschau beendet hatte.

Gemeinsame Initiativen der Metropolregion, auf die man aufbauen kann, sind schon jetzt vorhanden: der regelmäßige Austausch der Kulturbürgermeister im Bund der Kreise und Kommunen, die AG Kulturvision, das Kulturbüro und seit Jahren das Festivalmagazin und das der Schlösser und Gärten als ein Alleinstellungsmerkmal und Schaufenster. Eine gemeinsame Veröffentlichung „UNESCO in der Region Rhein-Neckar“ ist gerade erschienen, ein für die Bewerbung sehr interessanter, innovativer „Digitaler Kulturraum“ ist in Vorbereitung. Denkfest, Fotobiennale und Biennale für neue Musik, Enjoy Jazz und das Internationale Filmfestival werden städteübergreifend veranstaltet. Heidelberger Frühling und Enjoy Jazz setzen sich für eine Nachhaltigkeitsstrategie der Festivals ein. Im Verbund ist möglich, was die Kommunen und Kreise allein nicht leisten können, und gemeinsam können Themen intensiver und umfassender angegangen werden und entwickeln mehr Durchschlagskraft. Die Kulturvision der Metropolregion wird 2024/25 aktualisiert, ein günstiger Zeitpunkt, um hier eine Verbindung herzustellen.

Die Einbeziehung der Metropolregion mit ihren rund 2,4 Mio. Einwohnern birgt neben einer erhöhten Wirkungskraft zwei Vorteile: bisher gab es in Deutschland keine länderübergreifende Bewerbung. Dies wäre eine Neuerung und ein Alleinstellungsmerkmal. Die Überwindung von Grenzen und die Zusammenarbeit der Regionen gehört zu den Grundinteressen der EU. Darüber hinaus könnten zusätzliche Landesmittel aus Hessen und Rheinland-Pfalz aktiviert werden.

21. Weiteres Vorgehen: Zeitplan

Für die mögliche Bewerbung werden zwei Teilschritte vorgeschlagen:

1. Teilschritt

Bestandsaufnahme und Konzeptentwicklung für die Bewerbung (nicht zu verwechseln mit der Bewerbung selbst)

2. Teilschritt

Konzeptumsetzung: Erstellung einer Bewerbung gemeinsam mit der Bürgerschaft

Bestandsaufnahme: Eine umfassende und breite Bestandsaufnahme ist Voraussetzung für eine erfolgreiche Bewerbung. Ziel ist, möglichst viele Gespräche mit Stakeholdern, Vertretern von Kultur, Politik und Gesellschaft zu führen; dafür ist ein Jahr anzusetzen. Der offene Kulturbegriff macht dieses Feld so umfangreich. Die entsprechende Bestandsaufnahme ist nicht allein in Heidelberg, sondern in der gesamten Region durchzuführen. Dies hilft auch bei der Ermittlung, welche weiteren Kommunen und Kreise in die Bewerbung einbezogen werden möchten bzw. sollen.

Darüber hinaus geht es in dieser Phase darum, zu ermitteln, mit welchen Inhalten und Strukturen sowie mit welchem Einsatz finanzieller Mittel andere Bewerbungen erfolgreich waren. Dafür ist es notwendig, Kontakt zum Kreis der erfolgreichen Bewerberstädte aufzunehmen, Kulturhauptstädte zu besichtigen und Verbindungen mit dem „Machern“ zu knüpfen. Dies ist auch wichtig in Hinblick auf die spätestens ab 2025 erfolgende Überarbeitung des Konzepts der europäischen Kulturhauptstädte. Von Bedeutung ist hier ein intensiver Kontakt zu Institutionen der EU, insbesondere, wenn man den Vorschlag weiterverfolgen möchte, sich der EU als Partner in der Reform der Kulturhauptstadt anzubieten.

Zuletzt gilt es in dieser Phase, die Bewerbung von Montpellier zu unterstützen und von den Initiativen der Partnerstadt zu lernen und sich an ihnen zu beteiligen.

Es findet ein enger, regelmäßiger Austausch mit der Dezernentin für Kultur, Bürgerservice und Kreativwirtschaft statt.

Konzeptentwicklung: Auf der Basis der zusammengetragenen Informationen wird ein Vorschlag für ein Bewerbungskonzept entwickelt. Hier geht es um die grundsätzlichen Ziele der Bewerbung und ihre Einbettung in die Langzeit-Entwicklungsstrategie der Stadt und eine Kulturstrategie, um den Umfang der Einbeziehung der Region sowie um die Entwicklung / Anpassung der Strukturen dafür und ggf. um erste Ideen künstlerischer Projekte. Mit der Zielbestimmung und einem Wissen um die beteiligten regionalen Partner sowie dem Umfang ihrer Beteiligung ist es auch möglich, die Frage der Finanzierung detaillierter zu betrachten.

Ziel ist darüber hinaus, auf Basis der vorliegenden Informationen, den Umfang der Einbeziehung der Dezernate und den nötigen Personalbedarf einschätzen zu können und für den nächsten Haushalt konkret zu benennen.

Die Ergebnisse aus Teilschritt 1 werden dem Gemeinderat vorgestellt.

Bewerbung: Die Bewerbung selbst wird zusammen mit den Akteuren und den Bürgerinnen und Bürgern der Stadt und der Region unter Einbeziehung internationaler und nationaler Expertinnen und Experten erarbeitet. Auf die vorhandenen Instrumente der Bürgerbeteiligung soll aufgebaut werden. Der Gemeinderat wird entsprechend der noch zu definierenden Meilensteine informiert und beteiligt.

22. Weiteres Vorgehen: Struktur

Jüngste „Kulturhauptstädte Europas“ nutzten – je nach den lokalen Gesetzen und Gepflogenheiten – verschiedene Rechtsformen: Stiftung, Verein, öffentliche Institution, in eine Stadtverwaltung integrierte Abteilung usw. Erfolgsfaktoren sind: ein Bewusstsein dafür, dass die Bewerbung und Durchführung einen hohen Verwaltungsstandard erfordert, Stabilität in der Steuerungsstruktur, in den Beziehungen zu den Fachämtern und im Durchführungsteam. Die Abwicklung über eine Stiftung bietet in Deutschland steuerliche Vorteile bei Gemeinnützigkeit (s. Theaterstiftung). Es ist von Vorteil, sich frühzeitig über die Organe bzw. den Aufbau der zu gründenden Gesellschaft / Stiftung und ihre Einbettung in städtische / regionale Strukturen zu verständigen. Dies betrifft auch die spätere (Teil-) Abordnung kommunaler Mitarbeitender.

Bei den Strukturen, die die Stadt Heidelberg als Trägerin der Bewerbung für sich schafft, muss mitgedacht werden, wie die Region mit einbezogen wird. Hier könnten die AG Kulturvision bzw. die vorhandenen Strukturen der Metropolregion genutzt werden – vor allem dann, wenn die Metropolregion sich an der Bewerbung beteiligt. Hinsichtlich der Einbeziehung Dritter kann Mitfinanzierung ein Faktor für Mitsprache und -entscheidung sein.

Die Bewerbung ist sinnvoll beim Oberbürgermeister angesiedelt: Es ist von der EU durchaus gewünscht, stärkt die Bewerbung ihr gegenüber, erleichtert die Einbeziehung der Region im Dialog mit den anderen Stadtoberhäuptern und Landräten und ist inhaltlich geboten, da die Durchführung der „Kulturhauptstadt Europas“ die gesamte Stadt und die eine Vielzahl von Ämtern betreffen wird. Natürlich ist eine besonders enge Zusammenarbeit mit der Dezernentin für Kultur, Bürgerservice und Kreativwirtschaft, dem Dezernat V und hier vor allem dem Kulturamt vorgesehen.

Folgende Strukturen wären denkbar und sind noch final zu definieren auf Basis der Ergebnisse aus Teilschritt 1:

1. Lenkungskreis (Oberbürgermeister, Dezernentin für Kultur, Bürgerservice und Kreativwirtschaft, weitere Dezernenten auf Wunsch, Vertretungen Gemeinderat, Unterstützerverein, MRN. Vorsitz Oberbürgermeister; Beauftragter EKH berichtet)
2. Arbeitskreis (Beauftragter EKH, Vertreter aus allen Dezernaten, der Amtsleitungen und der MRN themenbezogenen nach Bedarf)
3. Kuratorium (internationale und regionale und Experten aus Kultur und Wissenschaft, die bei der Bewerbung beraten).
4. Forum der Kulturschaffenden (institutionelle und freie)

Im Rahmen des Teilschritts 1 wird ein detaillierter Vorschlag zur Struktur unter Einbeziehung von Stakeholdern und Verwaltung erarbeitet.

23. Thema / Motto

Die Bewerbung zur „Kulturhauptstadt Europas“ bietet die Möglichkeit, Herausforderungen der Kulturszene gemeinschaftlich zu diskutieren und zu neuen, zeitgemäßen und ganzheitlichen Lösungen beizutragen. Auch das Motto bzw. die Themen einer solchen Bewerbung sind gemeinschaftlich zu finden. Dieser Findungsprozess darf nicht zu früh erfolgen und setzt voraus, dass Art und Umfang der Einbeziehung der Region geklärt sind. Die Findung des / der Themen hat Ähnlichkeiten mit einem Leitbildprozess. Für den Erfolg der Bewerbung ist eine möglichst genaue Themenstellung und Zielbestimmung von Vorteil. Dieser Prozess selbst entfaltet seine po-

sitive Wirkung unabhängig vom Erreichen des Titels und hilft bei der Schärfung der Kulturstrategie. Im Rahmen von Teilschritt 1 können bereits erste Ideen hierzu gesammelt werden. Ein Vorschlag für das Motto / Thema wird in Teilschritt 2 gemeinsam mit Stakeholdern und Bürgergesellschaft erarbeitet.

24. Handlungsfelder und Projekte

Für die Bewerbung sind 10-15 markante Kultur- und Stadtentwicklungsprojekte erforderlich. Besonders erfolgreich und nachhaltig wirken neue kulturelle Orte. Hier gilt – wie für das Thema / Motto: Es ist nicht sinnvoll, bereits zu diesem Zeitpunkt über mögliche kulturelle und / oder bauliche Projekte einer „Europäischen Kulturhauptstadt Heidelberg“ zu diskutieren.

Die Bewerbung zu „Kulturhauptstadt Europas“ bietet die Chance, die vom Gemeinderat beschlossene zur erarbeitende Kulturkonzeption zu bereichern, den Prozess zu katalysieren und gegenseitig Synergien zu befördern. Die enge Abstimmung mit der Dezernentin für Kultur, Bürgerservice und Kreativwirtschaft ist grundlegend erforderlich. Zudem sollen die Projekte auf Lösungen für gesamtstädtische Themen und Herausforderungen, die Heidelberg aktuell und zukünftig beschäftigen, einzahlen.

Umfang und Charakter der Einbeziehung der Region müssen vorher geklärt sein, zudem ist eine Bewerbung nur dann „ehrlich“ und nachhaltig, wenn die Themen / Projekte nicht „top down“ entschieden werden, sondern aus der Bürgerschaft heraus und von den kulturellen Szenen identifiziert und mitentwickelt werden.

Es ist allerdings von Vorteil, zeitnah potenzielle Handlungsfelder festzulegen, um diese in die generelle Stadtentwicklungs- und Kulturstrategie der Stadt einzupassen und zugleich der Vorgabe der EU zu entsprechen, die die Entwicklung und Umsetzung einer Langzeitstrategie verlangt. Darüber hinaus geht es darum, den interessierten Heidelbergern und Menschen in der Region früh anschaulich zu machen, was die Aufgaben einer Initiative „Kulturhauptstadt Europas“ sind, womit sie sich beschäftigen und kümmern wird und will (und um was nicht).

Im Gespräch mit Kulturschaffenden und Vertretern der Stadtgesellschaft stand in den vergangenen Monaten das Thema Kulturbauten / neue und erweiterte Räume im Mittelpunkt. Grundsätzlich gilt: Die Beispiele anderer „Kulturhauptstädte Europas“ zeigen, dass gerade die Umsetzung von außergewöhnlichen kulturellen Bauprojekten wesentlich zur nachhaltigen Attraktivität der Kulturhauptstädte beiträgt.

Kultureinrichtungen sind zudem Motor der Quartiersentwicklung, wie der Karlstorbahnhof beispielhaft zeigt. Sie bewirken, dass neue Stadtviertel mehr sind als Schlafstätten. Sie verleihen diesen Attraktivität und Persönlichkeit und ziehen Menschen aus anderen Stadtteilen und von außerhalb an. Darüber hinaus sind diese Einrichtungen in hohem Maße Image-bildend. Der Status Heidelbergs als lebenswertem Ort für alle Generationen und einer der wesentlichen touristischen Destinationen in Deutschland muss immer wieder neu erarbeitet werden. Hier kommt es vor allem auch darauf an, qualitätvollen (Kultur-)Tourismus anzuziehen, mit Individual-Besuchern, die zum einen vor Ort übernachten, zum anderen die Kultureinrichtungen nutzen, in Heidelberg einkaufen und essen gehen.

Dabei ist es von Bedeutung, vor allem auch den neuen Vierteln, die nicht Träger des traditionellen Heidelberg-Images sind (Schloss, Alte Brücke, Studentenkaserne, Romantik) Charakter und Attraktivität zu geben und die Randbezirke in ihren spezifischen Qualitäten aufzuwerten. Die signifikante Erweiterung der Stadt in Richtung Westen und Süden und die Herausbildung eines neuen Zentrums durch die neue Stadthalle und die umgebende Hotelneubauten entfernen die

Altstadt aus dem Fokus eines Teils der Besucher und lenken die Aufmerksamkeit in die unmittelbare Nähe. Es bietet sich an, dass Traditions-orientierte Bild Heidelbergs durch ein Image als innovativer Ort, in dem Zukunft gedacht und gemacht wird, zu ergänzen.

Die Handlungsfelder werden in Teilschritt 1 identifiziert und ggf. erste Ideen für Projekte gesammelt. Die Erarbeitung von Projektvorschlägen erfolgt gemeinsam durch Stakeholder, Bürgerschaft und Verwaltung in Teilschritt 2.

25. Jugendkulturhauptstadt

Jede Generation hat einen spezifischen Blick auf die Zukunft, sieht Dinge anders als Vorangehende, denkt Dinge neu, stellt sie in Frage. Für die Vision auf die Stadt und die Region in den 2030er Jahren ist die Sicht der jüngeren und jüngsten Generation, also derjenigen, die in den 2030er Jahren Mitte zwanzig bis Mitte dreißig sind, wichtig und hochinteressant. Jugendliche mit ihren Interessen sind in die Bewerbung eng einzubinden im Sinne eines vollständigen und zukunftsorientierten Bildes. Besonders wichtig ist der Dialog der Generationen. Erste Gespräche, u. a. mit dem Stadtjugendring und dem Haus der Jugend, wurden bereits geführt. Die jüngste Stadt Deutschlands ist im Bereich der Jugendkultur bereits stark – und kann hier noch mehr Zeichen setzen, das wurde in verschiedenen Gesprächen deutlich. Viele weitere Einrichtungen, Gruppen, Vertreterinnen und Vertreter wären hier noch zu beteiligen. Eine Bündelung von verschiedenen Aktivitäten und Initiativen im Jugend-Bereich unter dem Titel „Jugendkulturhauptstadt“ als ein Schwerpunkt der Bewerbung wäre neu und stellt ein Alleinstellungsmerkmal dar.

26. Demokratie-Stärkung, Digitalisierung und umweltgerechtes Produzieren als durchgängige Handlungsfelder

Drei Arbeitsfelder, die alle Bereiche künstlerischen Arbeitens und auch eine Bewerbung Heidelbergs als „Kulturhauptstadt Europas“ betreffen, zeichnen sich neben dem Vorgenannten bereits jetzt ab:

1. Demokratie-Stärkung, Gesellschaftlicher Zusammenhalt und Kunst-Freiheit
2. Die Nutzung von Digitalisierung zum einen für den künstlerischen Prozess selbst, zum anderen für die Vermittlungsarbeit.
3. Die Berücksichtigung von nachhaltigem Produzieren und Umwelt-Aspekten in der künstlerischen Arbeit, beispielsweise durch die Anwendungen der ISO 20121.

Im Rahmen der Bewerbung sollten die Beteiligten in ihren jeweiligen diesbezüglichen Aktivitäten unterstützt und gefördert werden.

27. Finanzen

Die Etats der Kulturhauptstädte Europas unterscheiden sich stark, je nachdem, inwieweit es den Städten gelingt, Finanzmittel einzuwerben (Marseille ca. 800 Mio. €, Bad Ischl ca. 23 Mio. €, Chemnitz ca. 60 Mio. € – Bauprojekte werden teilweise miteingerechnet, das verringert die Vergleichbarkeit). Chemnitz erhält 50 Mio. € hälftig von Bund und Land, bei knapp 10 Mio. € städtischer Mittel. Hinzu kommen grundsätzlich Drittmittel, vor allem aus der Wirtschaft. Der Zuschlag der EU ist der Schlüssel zu Förderungen, die projektbezogen beantragt werden müssen, und zum mit ca. 1,5 Mio. € dotierten Melina- Mercouri-Preis, der nach professioneller Vorbereitung zu Beginn des Veranstaltungsjahres ausbezahlt wird.

Den Bewerbern und insbesondere den „Kulturhauptstädten Europas“ wird von der EU ausdrücklich geraten, ihre Teilnahme an anderen EU- Programmen zu prüfen. Programme sind beispielsweise: „Kreatives Europa“ als maßgebliches Förderprogramm zur Unterstützung des Kultur- und Kreativbereichs, der „Europäische Struktur- und Investitionsfonds“ (ESI) als Stadt- und Regionalfonds, der „Europäische Fonds für Regionalentwicklung“ (EFRE), „Erasmus +“ als EU- Programm für allgemeine und berufliche Bildung, Jugend und Sport, „Horizont Europa“ als Förderprogramm zur Unterstützung von Forschung und Innovation, „InvestEU“ als Förderprogramm für Investition, Innovation, und Schaffung von Arbeitsplätzen und „Connecting Europe Facility - Digital“ zur Unterstützung der digitalen Entwicklung in Europa. Hinzu werden bis Mitte der 2030er Jahre neue Förderprogramme kommen.

Die Etataufstellungen von Essen / Ruhr 2010 und Chemnitz können als Beispiel dienen.

Es gibt Studien zum return of investment von „Kulturhauptstädten Europas“ – die Bestimmung des return hängt jedoch von den individuellen Zielen der Städte ab.

Darüber hinaus liegen von allen Kulturhauptstädten Evaluationen vor. Generell kann gesagt werden, dass die „Kulturhauptstadt Europas“ umfangreich zusätzliche Mittel aktiviert, die sonst nicht zur Verfügung gestanden hätten. Das große Interesse am Titel zeigt zudem, dass sich mit der Ausrichtung eines Kulturhauptstadt-Jahres zahlreiche Vorteile verbinden.

28. Förderer, Verein „Kultur für Europa – Kulturhauptstadt Heidelberg“

Das Mäzenatentum und das Bewusstsein des Stellenwerts der Kultur für die Gesellschaft sind in der Region stark ausgeprägt und aktivierbar. Die Förderer begeistern sich zudem für innovative Ansätze. Erste Gespräche haben ergeben, dass eine Initiative „Europäische Kulturhauptstadt“ als mehrjährige Zukunftsvision der Stadt und der Region Unterstützung findet. Schon jetzt hat sich ein Verein „Kultur für Europa – Kulturhauptstadt Heidelberg“ gegründet, dem sich innerhalb kurzer Zeit über 100 Mitglieder anschlossen. Ziel des Vereins ist es nicht, selbst als künstlerischer Veranstalter aufzutreten, sondern Initiativen der Bewerbung finanziell zu unterstützen und den Weg hin zur Kulturhauptstadt informierend und fördernd zu begleiten. Der Verein wird einen wichtigen Beitrag leisten, um das Projekt in der Bürgergesellschaft zu verankern.