BID BOOK

N2025.EU

WIR BEWERBEN UNS
ALS KULTURHAUPTSTADT
EUROPAS
NÜRNBERG 2025

PAST FORWARD

N2025

„Weißt, ich sehe das wie du. Denke, Kulturhauptstadt ist eine große Chance. Aber auch die Chance, Neues zu wagen, zu probieren. Junge Künstler, andere Wege. Nürnberg kann und muss in seiner Außenwirkung mehr sein als Christkindlesmarkt, Bratwurst und Dürer."

© David Häuser

NÜRNBERG.

Was kommt Ihnen bei dieser Stadt in den Sinn?

Ist es das Bild eines zuckergussüberzogenen und nach Gewürznelken duftenden Lebkuchens, oder einer mit Senf überzogenen Bratwurst? Ist es eine stolz auf einem Felsen über einer mittelalterlich anmutenden Stadt thronende sandsteinbraune Burg? Ist es ein blond gelocktes Mädchen, das als Christkind den Weihnachtsmarkt feierlich eröffnet? Ist es der provozierend selbstbewusste Blick, mit dem der Renaissance-Künstler Albrecht Dürer auf seinem Selbstbildnis im Pelzrock den Betrachter fixiert?

Vielleicht kommt Ihnen aber auch ein anderes Bild in den Sinn. Ein Bild von hunderttausenden Menschen, die auf einem der in Nürnberg abgehaltenen Reichsparteitage begeistert der Führungsriege der Nationalsozialisten zujubeln. Oder eine Aufnahme von Hermann Göring, der während der Nürnberger Kriegsverbrecherprozesse die Ausführungen der Ankläger mit einem hämischen Grinsen quittiert?

Wenn Sie sich für deutschen Fußball interessieren, denken Sie vielleicht an unseren 1. FC Nürnberg, den Rekordaufsteiger – und leider auch Rekordabsteiger – der Bundesliga. Vielleicht denken Sie an Spielzeug.

Vielleicht fällt Ihnen zu Nürnberg aber auch... gar nichts ein?

Egal was ihre Assoziation ist: Diese Bilder beschreiben, wer wir sind, und all diese Bilder zusammen machen unser Dilemma aus.

Es ist die Vergangenheit, eine sehr ambivalente Vergangenheit, die unser Bild von uns selbst und das Bild, das andere von uns haben, bestimmt. Keine andere Stadt in Deutschland wird so stark mit der Geschichte des Nationalsozialismus verbunden wie Nürnberg. In keiner anderen Großstadt in Deutschland definiert man sich andererseits selbst so stark über das mittelalterliche Erbe wie in Nürnberg. Wenige Städte zweifeln so an sich selbst wie Nürnberg. „We are proud of not being proud", so bringt der Satiriker Jan Böhmermann die Mentalität der Deutschen im 21. Jahrhundert auf den Punkt. In geradezu idealtypischer Weise trifft das auf Nürnberg zu.

Vielleicht stimmt es doch, was seit Jahrhunderten immer wieder gebetsmühlenartig wiederholt wird. Dass nämlich Nürnberg die „deutscheste aller deutschen Städte" sei. Es verwundert daher nicht, dass die britische Familie in der BBC-Dokumentation „Make me a German" (2013) gerade nach Nürnberg auszieht, um das Deutschsein zu lernen.

Aber was an dieser stereotypen Zuschreibung entspricht der Realität in einer Stadt, in der knapp 46% der Nürnberger eine internationale Geschichte und damit auch eine ganz andere Beziehung zur deutschen Geschichte haben, als die Stadt von sich erzählt? Sind wir gefangen in unserem eigenen Stereotyp?

Leben wir im Gestern, wo wir doch die Zukunft wollen?

Wie können wir zu uns selbst finden, wenn sich große Teile unserer Stadt in den Geschichten über uns selbst nicht wiederfinden?

Die Kulturhauptstadt Europas 2025 ist für uns Nürnberger die Chance, in diesem Dickicht aufzuräumen, uns neu aufzustellen. Widersprüche werden bleiben, das, was uns zu dem gemacht hat, was wir nicht mehr sind, werden wir nicht vergessen. Wir laden ganz Europa ein, mit uns in den Zukunftsmodus zu schalten. „Past Forward!"

Wir wollen das Nürnberg der Zukunft werden. Deshalb schreiben wir ab jetzt – es mag ein symbolischer Akt sein – nicht mehr von Nuremberg, sondern von Nürnberg!

PAST FORWARD!

Das Christkind vor dem selbstverwalteten Kommunikations- und Kulturzentrum „KOMM“

© Matthias Strobel

INHALT

0 EINLEITUNG

0.1 Warum möchte Ihre Stadt am Wettbewerb um den Titel „Kulturhauptstadt Europas“ teilnehmen? 4

0.2 Hat Ihre Stadt die Absicht, die umliegenden Regionen mit einzubeziehen? Warum? 6

0.3 Erklären Sie kurz das kulturelle Gesamtprofil Ihrer Stadt. 7

0.4 Erklären Sie das Programmkonzept, das Sie umsetzen würden, wenn die Stadt als „Kulturhauptstadt Europas“ ernannt wird. 9

1 BEITRAG ZUR LANGZEITSTRATEGIE

1.1 Beschreiben Sie die Kulturstrategie, die in Ihrer Stadt zum Zeitpunkt der Bewerbung besteht, einschließlich der Pläne für die Fortführung kultureller Aktivitäten über das Veranstaltungsjahr hinaus. 12

1.2 Beschreiben Sie die Pläne der Stadt zur Steigerung der Leistungsfähigkeit des Kultur- und Kreativbereichs, auch durch die Entwicklung langfristiger Verzahnungen zwischen diesen Sektoren und den Sektoren Wirtschaft und Soziales in Ihrer Stadt. 13

1.3 Wie ist die Aktion „Kulturhauptstadt Europas“ in diese Strategie eingebunden? 13

1.4 Welche wären Ihrer Meinung nach die langfristigen kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen auf Ihre Stadt (einschließlich der Stadtentwicklung), sollte ihr der Titel „Kulturhauptstadt Europas“ verliehen werden? 16

1.5 Umreißen Sie kurz die Monitoring- und Bewertungspläne. 17

2 KULTURELLE UND KÜNSTLERISCHE INHALTE

2.1 Wie sieht die künstlerische Vision und Strategie für das Kulturprogramm des Veranstaltungsjahres aus? 18

2.2 Geben Sie einen allgemeinen Überblick über die Struktur Ihres Kulturprogramms, einschließlich des Umfangs und der Vielfalt der Aktivitäten/Hauptveranstaltungen, die das Jahr kennzeichnen werden. 23

2.3 Erklären Sie kurz, wie das Kulturprogramm das lokale Kulturerbe und traditionelle Kunstarten mit neuen, innovativen und experimentellen künstlerischen Ausdrucksformen verknüpfen wird. 31

2.4 Wie hat die Stadt örtliche Künstler*innen und Kulturorganisationen bei der Gestaltung und Durchführung des Kulturprogramms einbezogen bzw. wie beabsichtigt sie, dies zu tun? 34

3 EUROPÄISCHE DIMENSION

3.1 Geben Sie einen allgemeinen Abriss der Aktivitäten, die bzgl. der Europäischen Dimension vorgesehen sind. 36

3.2 Können Sie Ihre Gesamtstrategie, das Interesse eines breiten europäischen und internationalen Publikums zu wecken, erläutern? 41

3.3 Inwieweit planen Sie, Verknüpfungen zwischen Ihrem Kulturprogramm und dem Kulturprogramm anderer Städte, die den Titel „Kulturhauptstadt Europas“ tragen, zu schaffen? 42

4. ERREICHUNG UND EINBINDUNG DER GESELLSCHAFT

4.1a Erklären Sie, wie die örtliche Bevölkerung und Ihre Zivilgesellschaft bei den Bewerbungsvorbereitungen eingebunden wurden. 44

4.1b Erläutern Sie, wie die Bevölkerung und die Zivilgesellschaft vor Ort an der Durchführung des Kulturhauptstadtjahres beteiligt sein werden. 46

4.2 Erläutern Sie, wie Sie Möglichkeiten für die Mitwirkung von Randgruppen und benachteiligten Gruppen schaffen wollen. 46

4.3 Erläutern Sie Ihre Gesamtstrategie zur Erreichung neuer Publikumskreise, insbesondere zur Verzahnung mit dem Bildungsbereich und zur Einbeziehung von Schulen. 49

5 VERWALTUNG

5.1 Finanzierung 50

5.1.1. Kulturbudget der Stadt 50

5.1.2 Operatives Budget für das Veranstaltungsjahr 51

5.1.3 Budget für Kapitalausgaben 52

5.2 Organisationsstruktur 53

5.3 Notfallpläne 54

5.4 Marketing und Kommunikation 55

6 UMSETZUNGSFÄHIGKEIT

6.1 Bitte bestätigen und belegen Sie, dass Sie politisch auf breiter Ebene und in starkem Maße unterstützt werden und sich die zuständigen lokalen, regionalen und nationalen Behörden dauerhaft beteiligen. 58

6.2 Bitte bestätigen und belegen Sie, dass Ihre Stadt über eine zweckmäßige und tragfähige Infrastruktur verfügt oder verfügen wird, um die Veranstaltung durchführen zu können. 58

6.2.1 Erläutern Sie kurz, wie die „Kulturhauptstadt Europas“ die kulturelle Infrastruktur der Stadt nutzen und entwickeln wird. 58

6.2.2 Welche Vorteile hat die Stadt im Hinblick auf Erreichbarkeit (regionaler, nationaler und internationaler Verkehr)? 60

6.2.3 Wie sieht das Fassungsvermögen der Stadt hinsichtlich der Gästeunterkünfte aus? 61

6.3 Welche Infrastrukturprojekte (einschließlich Renovierungsprojekte) im Kultur-, Stadt- und Fremdenverkehrssektor plant Ihre Stadt im Zusammenhang mit der Aktion „Kulturhauptstadt Europas“ von jetzt an bis zum Veranstaltungsjahr umzusetzen? 58

7 ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN

0. EINLEITUNG

0.1 Warum möchte Ihre Stadt am Wettbewerb um den Titel „Kulturhauptstadt Europas“ teilnehmen?

Nürnberg ist eine besondere Stadt. Nürnberg steht für die Komplexität deutsch-europäischer Geschichte. Nürnberg steht für die Verpflichtung gegenüber der Vergangenheit. Nürnberg ist heute gefordert, den Weg in eine gute Zukunft des Miteinanders in einer zunehmend unübersichtlicher werdenden Welt zu gestalten.

Unsere Kulturhauptstadt-Bewerbung erzählt von den schweren und leichten, schwierigen und einfachen Seiten notwendiger Transformation einer Stadt in Europa – und von der Notwendigkeit, sich den Herausforderungen von morgen zu stellen.

PAST FORWARD ist unser Claim, und dieser Claim ist zugleich mehr, denn er bringt die Idee unserer Bewerbung auf den Begriff. Wir richten den Blick zurück in die Vergangenheit, wollen aus der Vergangenheit lernen. Und wir nehmen diese wertvollen Lektionen mit auf unseren Weg in die Zukunft, eine Zukunft, die wir positiv und offen gestalten möchten. Heute geht es um das lebenswerte Morgen, das ohne radikale Veränderungsprozesse – wahrscheinlich in vielen Lebensbereichen – nicht zu haben ist.

.

PAST

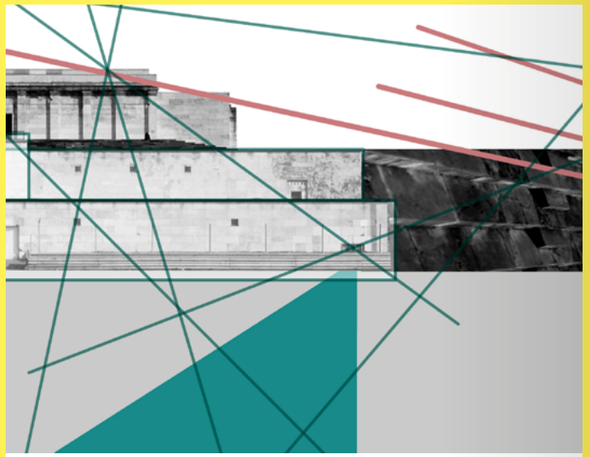
Nürnberg war im Mittelalter einer der wichtigsten Umschlagplätze für den Handel in Europa. Die Stadt war auch von politischer Bedeutung: Nürnberg war Stadt der Reichstage, Kaiser des Heiligen Römischen Reiches regierten von der Kaiserburg aus. Als freie Reichsstadt zog Nürnberg Philosophen und Denker aus ganz Europa an und wurde so zu einem Zentrum des Wissens und der Bildung. Nürnberg war die Stadt des Handwerks und der Industrie, wo die erste Dampflokomotive für den öffentlichen Personenverkehr in Deutschland 1835 auf die Schienen gesetzt wurde. Die Industrialisierung bestimmte das wirtschaftliche und kulturelle Leben im 19. und bis weit ins 20. Jahrhundert hinein. Um die Jahrhundertwende war Nürnberg der weltweit wichtigste Produktionsort der Spielzeugindustrie.

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts wurde Nürnberg als des „Deutschen Reichs Schatzkästlein“ vom Tourismus entdeckt. Hier konnte man in der historischen Altstadt eine Stadt des Mittelalters erleben, vieles wurde dabei ausgeblendet und verdrängt – denn außerhalb der alten Stadtmauern qualmten die Schlote der Industriebetriebe. Schon lange vor der Machtergreifung durch die Nazis fanden die Ideen des Nationalsozialismus in Nürnberg und Franken ihre Anhänger. Daher wählte Adolf Hitler erstmals 1927 die Stadt als Ort für die Reichsparteitage der NSDAP. In Nürnberg wurden 1935 die Rassegesetze verkündet, und hier erlebte die Inszenierung des menschenverachtenden Nationalsozialismus ihren Höhepunkt. Nürnberg ist untrennbar mit den Gräueltaten des Nationalsozialismus und den Katastrophen in Europa und der Welt im 20. Jahrhundert verbunden.

Nach dem Zweiten Weltkrieg fanden hier zwischen 1945 und 1949 die Nürnberger Prozesse statt – der Hauptkriegsverbrecherprozess und zwölf weitere Nürnberger Nachfolgeprozesse. Sie trugen maßgeblich zur Begründung des internationalen Völkerstrafrechts bei und finden in den im Auftrag der Vereinten Nationen formulierten „Nürnberger Prinzipien“ ihren Widerhall. Nürnberg entwickelte seit 1945 Schritt für Schritt ein neues Selbstverständnis als Stadt des Friedens und der Menschenrechte.

Die Handwerkskunst der Renaissance und frühen Neuzeit, der sprichwörtliche Nürnberger Witz, war unter anderem die Grundlage für die Industrialisierung im 19. Jahrhundert und den Aufstieg der Stadt zu einem bedeutenden Zentrum industrieller Produktion. Nach 1945 waren Firmen wie Quelle, AEG, Schöller und Grundig wichtige Arbeitgeber und begründeten einen Wachstumsprozess, der zu Recht als

Zeppelintribüne, Reichsparteitag der NSDAP, 1937 © Stadtarchiv Nürnberg



Mindzep2025 Kapitel 4.1 © Fabian Klöpfer

„Wirtschaftswunder“ bezeichnet wurde. Der Strukturwandel, der in den späten 1990er-Jahren einsetzte, zog jedoch den Verlust von zigtausend Arbeitsplätzen in der Fertigungsindustrie nach sich. Der Übergang zum post-industriellen Zeitalter war eine große Herausforderung für unsere Stadt und ist es noch heute.

In Nürnberg wurde seit Mitte der 1960er-Jahre die Idee einer „Kultur für Alle“ entwickelt, eine neue Kultur des Miteinanders, eine neue Soziokultur. Die elf Kulturläden der Stadt sind davon ebenso Ausdruck wie die zahlreichen kommunalen Veranstaltungen unter dem Motto „Umsonst und Draußen“. Über Jahrzehnte war die Soziokultur der Kern kommunaler Kulturarbeit.

PRESENT

Schon lange sollte Nürnberg mit und trotz seiner Geschichte in der deutschen und europäischen Normalität angekommen sein. Aber ist es das wirklich? Wir haben uns um Normalität bemüht und sind stolz auf die demokratischen, wirtschaftlichen, kulturellen und integrativen Erfolge. Aber es gibt große blinde Flecken und nicht zu unterschätzende Herausforderungen: soziale Ungleichheit, Armutsgefährdung, Ausschlussmechanismen, gläserne Mauern, provinzielle Selbstzufriedenheit. Ist Nürnberg für die lokale, europäische und globale Zukunft gerüstet?

Nürnberg will zukunftsfähig sein, eine lebens- und liebenswerte Stadt - sozial, ökonomisch, ökologisch nachhaltig und kulturell stark für die sich rapide verändernde und ausdifferenzierende Stadtgesellschaft. Dazu braucht es den gemeinsamen Willen zur Transformation.

Nürnberg ist mit über einer halben Million Einwohner und einer großen Zu- und Abwanderungsquote eine Metropole in Deutschland. Annähernd 46 Prozent der Menschen haben eine internationale Geschichte. Nürnbergs Probleme sind jene vergleichbarer Großstädte: Wie gestaltet sich das Zusammenleben bei wachsender Bevölkerung auf engem, ja engstem Raum? Wie schaffen wir Wohnraum? Wem gehört der öffentliche Raum und wie gestalten wir die Zukunft von Mobilität im Horizont von Nachhaltigkeit und Ökologie? Wie können wir die vielfältigen Lebensumstände und Interessen ausbalancieren und dabei Teilhabe und Chancengerechtigkeit sicherstellen? Wir brauchen eine neue Kultur des Miteinanders in einer superdiversen Stadt.

Unsere Vision: Wir entwickeln gemeinsam mit den Menschen in der Stadt und der Region eine neue Idee von Stadt und Europa – einen Raum der Menschlichkeit und Gemeinschaft, einen Raum des Experimentierens, ein Labor für die Kultur und die Künste.

Nürnberg steckt in veralteten Strukturen fest, die sich nur schwer reformieren lassen. Dies gilt insbesondere für den Bereich der Kunst und Kultur. Jahrzehntelang haben wir uns an einem Kulturverständnis orientiert, dass sich vor allem auf die Institutionen stützt; kommunale Förderstrukturen und die tatsächlichen Bedürfnisse der kulturellen Szenen passen inzwischen nicht mehr zusammen. Unsere Zukunftsvision ist die einer Stadt, die wirklich in allen Belangen transkulturell ist und für die Kultur- und Kreativwirtschaft Freiheitsräume für Entwicklung in ihrem eigenen Tempo schafft.

Nürnberg erfüllt alle Voraussetzungen dafür, eine pulsierende europäische Metropole zu sein, die international ausstrahlende Trends setzt und für eine Kultur der Teilhabe- und Chancengerechtigkeit steht. Nimmt Nürnberg diese Rolle für sich an? Das ist unwahrscheinlich – sollten wir im Status Quo verhaftet bleiben.

FORWARD

In der Bewerbung um den Titel der Europäischen Kulturhauptstadt 2025 sehen wir die einmalige Chance zu einer in vielen Bereichen nötigen Transformation – zur Entwicklung unserer Stadt mit den Mitteln von Kunst und Kultur. Die transkulturelle Zivilgesellschaft soll als Akteurin in einer neuen europäischen Kultur entscheidend gestärkt werden. Die Kunst wird als „agent provocateur“ wie als „agent intégratif“ in der Transformation von Stadt unverzichtbar sein, im Blick auf Geschichte und Zukunft. Wir brauchen die selbstkritische, an vielen Stellen auch schonungslose Reflexion über das Vergangene und Vertrauen in unsere Gestaltungsmöglichkeiten. Wir brauchen neue und vielstimmige Erzählungen, und wir brauchen in gleichem Maße den Austausch im Rahmen von europäischen und globalen Kooperationen, die uns befeuern. Wir entwickeln ein neues Nürnberg-Gefühl – spürbar für die Stadt selbst wie auch für unsere internationalen Gäste und Partner.

Dabei gründen wir unsere Bewerbung auf eine dezidiert europäische Perspektive. Die politische Idee von Europa, wie sie in den Römischen Verträgen von 1957 formuliert wurde, ist die einer „ever closer union among the peoples of Europe“. Sie wurde auch als Reaktion auf die Kriegs- und Vertreibungserfahrungen der Europäer formuliert, eine Geschichte, die maßgeblich von Nürnberg aus auf fatale Weise geprägt worden war. Diese Idee eines zusammenwachsenden Europas steckt zweifellos in der Krise. Das Erstarken anti-europäischer, populistischer Parteien – auch und insbesondere in der Bundesrepublik Deutschland – ist dafür ebenso ein Indiz wie die neo-nationalistischen Bestrebungen, die in fast allen Ländern Europas anzutreffen sind. Auf diese Krisen zu antworten, stellt eine der großen Herausforderungen unserer Gegenwart dar. Fest steht aber, dass das Europa-Projekt nur dann in die Zukunft geführt werden kann, wenn es gelingt, die richtigen Lehren aus der Geschichte zu ziehen und Europa als ein Projekt der Bürger zu denken: Wie gestalten sich Entscheidungsprozesse auf europäischer Ebene und wie binden sich Entscheidungen in die Lebenswirklichkeit der Menschen ein? Lassen sich dem 21. Jahrhundert angemessene Beteiligungsformate finden, und wie stellt sich die Überzeugung ein, dass Europa Bedeutung besitzt für die individuelle Lebensgestaltung?

Nürnberg richtet daher den Blick auf eine europäische und darüber hinaus globale Dimension, indem die Stadt ihre historische Verantwortung in und für Europa annimmt und die Idee von Europa im 21. Jahrhundert als eine Herausforderung begreift, die in der ganzen Breite der Gesellschaft verhandelt werden muss.

Zugegeben: Wir haben uns eingerichtet in den etablierten Institutionen, in der Komfortzone der vertrauten Erzählungen, in der vermeintlichen Sicherheit und scheinbaren Beständigkeit dessen, was die Generationen seit 1945 mit großem Verdienst aufgebaut haben. Wir dürfen uns aber damit nicht zufriedengeben oder gar die in der Vergangenheit erarbeiteten Besitzstände und Errungenschaften als selbstverständlich oder in Stein gemeißelt hinnehmen. Um im 21. Jahrhundert ein von offenen Gesellschaften geprägtes, zusammenwachsendes und resilientes Europa zu sein, müssen wir dieses Europa täglich neu aushandeln, auch wenn dies schwierig und konfliktreich ist. Die Stadt des Miteinanders, das Europa des Miteinanders brauchen Transformation.

ABB 01

PAST FORWARD
REGIONALE PARTNER
(UNTERZEICHNER EINES
LETTER OF INTENT)

Altdorf b. Nürnberg
Amberg
Ansbach
Bad Windsheim
Baiersdorf
Bamberg
Bamberg (Bezirk)
Bayreuth (Bezirk)
Bayreuth
Burgthann
Coburg
Erlangen
Feuchtwangen
Forchheim (Bezirk)
Fürth
Haßfurt
Herzogenaurach
Hof
Hof (district)
Kronach (district)
Langenzenn
Mittelfranken (Bezirk)
Neumarkt i.d.OPf.
Neustadt bei Coburg
Neustadt a.d. Waldnaab
Nürnberger Land (Bezirk)
Oberasbach
Röthenbach a.d.Pegnitz
Roth
Roth (Bezirk)
Schnaittach
Schwabach
Sonneberg
Stein
Tirschenreuth
Tirschenreuth (Bezirk)
Waldsassen
Weiden i.d.OPf.
Weißenburg i.Bay.
Wunsiedel (Bezirk)

Die Bewerbung zur Kulturhauptstadt Europas 2025 ist für uns der dringend benötigte Anlass und zugleich auch unser Versprechen, dass wir in Nürnberg diesen Mut zur Veränderung haben. Wir laden Europa und die ganze Welt ein, uns dabei zu begleiten.

0.2 Hat Ihre Stadt die Absicht, die umliegenden Regionen mit einzubeziehen? Warum?

Die Europäische Metropolregion Nürnberg (EMN) wurde 2005 gegründet als ein freiwilliger Zusammenschluss regionaler Akteure zur Verbesserung der Zusammenarbeit über administrative Grenzen hinaus. Ihr gehören 23 Landkreise und 11 kreisfreie Städte an. Sie umfasst eine Fläche von 21.800 Quadratkilometern und eine Bevölkerung von 3.5 Millionen Menschen. Flächenmäßig ist sie somit größer als unser Partner-Kulturhauptstadt-Land Slowenien. Trotz dieser Größendimensionen haben sich der Rat der Stadt Nürnberg und der Rat der Europäischen Metropolregion Nürnberg entschlossen, die EMN als wichtigen Bestandteil der Bewerbung und des Kulturhauptstadtjahres zu setzen.

Wenn Nürnberg sich nun mit der Region um den Titel bewirbt, dann haben wir es hier mit einem merkwürdigen Konglomerat von Entitäten zu tun, die über Jahrhunderte hinweg ihr Selbstverständnis nicht über gemeinsames Handeln, sondern eher über die Ab- und Ausgrenzung begründet haben. Bis weit ins 18. Jahrhundert überdauerte die aus dem Mittelalter herrührende Kleinstaaterei mit den unterschiedlichsten Formen politischer Verfasstheit.

Als freie Reichsstadt stand Nürnberg inmitten eines Geflechts heterogener Gebilde, und natürlich war man bestrebt, sich als Kaiserstadt hervorzutun. Die Menschen der heutigen EMN dienten damals anderen Herren in Adel und Kirche, und noch heute gerät man auf „feindliches“ Gebiet, wenn man die Stadtgrenzen – sei es aus Versehen oder auch bewusst – überschreitet: Hier trinkt man Wein – dort Bier; hier isst man Fisch – dort Schwein; hier ist man katholisch – dort evangelisch; hier ist die Stadt fürstbischöflich, dort preußisch. Mehr als 200 verschiedene Dialekte findet man in unserer Region. Lustvoll kultivieren wir Ressentiments und Animositäten, und die fränkisch-zänkische Konkurrenz zwischen Nachbarn ist notorisch und durchaus real – auch wenn es natürlich immer wieder zu Bündnissen und Allianzen kam und kommt. Man dachte sich Spottnamen für seine Nachbarn aus: So werden die Einwohner Forchheims von ihren Nachbarn als „Mauerscheißer“, die Bamberger als „Zwiebeltreter“ bezeichnet. Bis heute heißen die Nürnberger in der Umgebung „Kahlfresser“ – ein Seitenhieb auf unsere

ABB 02

EUROPÄISCHE METROPOLREGION NÜRNBERG

Angewohnheit, als Sonntagsausflügler in Scharen in ländlichen Gasthöfen einzufallen auf der Suche nach einer genauso üppigen wie preisgünstigen Mahlzeit.

Ist die Europäische Metropolregion Nürnberg damit nicht ein „Europa im Kleinen“, ein bewusst gewählter Zusammenschluss disparaten Zuschnitts, der sich immer wieder in seinen Zielen neu (er)-finden muss? Das Kulturhauptstadtjahr ist eine große Chance, die Metropolregion Nürnberg strategisch hin zu einem neuen Miteinander zwischen Stadt und Region zu entwickeln.

Mit der Einbeziehung der diversen Region wollen wir das gemeinsame Diskutieren, Entwickeln und Handeln befeuern, das Gegeneinander der Vergangenheit in neue Kooperationsmodelle und Koalitionen überführen und damit auch Modelle für Europa testen, wie Konflikte in Kooperation überführt werden können und wie Kirchturmdenken Synergien weichen kann.

0.3 Erläutern Sie kurz das kulturelle Gesamtprofil Ihrer Stadt.

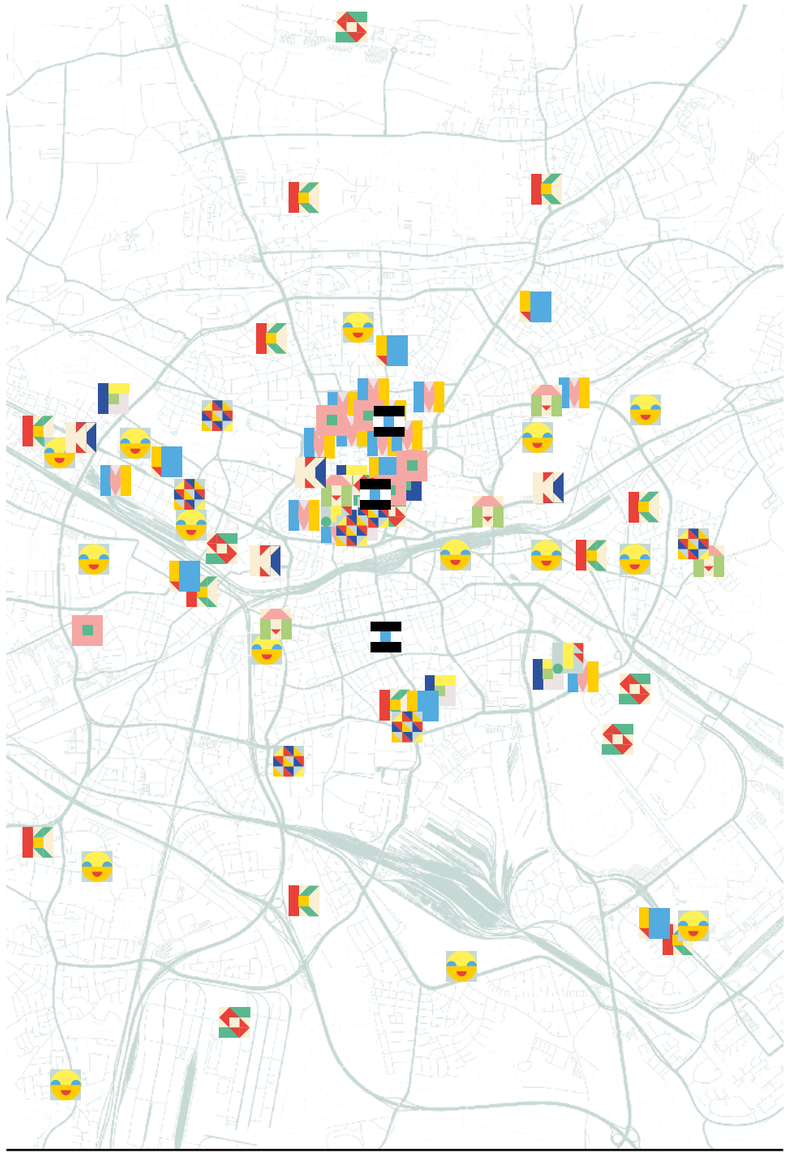
ABB 03 Das künstlerisch-kulturelle Angebot unserer Stadt wie auch die kulturelle Infrastruktur sind beeindruckend, ebenso die Breite, Verschiedenartigkeit und „Tiefe” des Angebots. Daher hängt die Antwort auf die Frage nach dem kulturellen Profil der Stadt auch davon ab, wen man fragt, an welchem Ort und zu welchem Zeitpunkt.

Prägend war und ist für Nürnberg eine kommunale Kulturpolitik, die unter dem Slogan „Kultur für alle“ eine Vorstellung von Kultur im urbanen Umfeld entwickelt hat, die im nationalen wie internationalen Vergleich einzigartig war. Elf Kulturläden in kommunaler Trägerschaft und zwei Kulturzentren in Vereinsträgerschaft prägen heute die Stadtteil-Kulturarbeit. Dazu kommen Kinder- und Jugendzentren mit ihrem ebenfalls durch Kultur geprägten Angebot. In besonderer Weise ist die Kultur in Nürnberg durch die Kulturzentren und die kulturelle Arbeit der diversen Communities in den Stadtteilen geprägt.

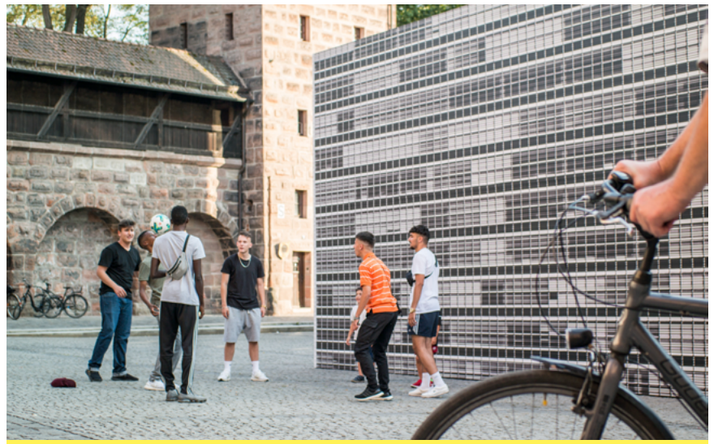
Auffallend ist auch die Dichte kommunaler und ehrenamtlich organisierter Festivals und Veranstaltungen bei größtenteils freiem Eintritt im öffentlichen Raum – wie das „Bardentreffen“, die „Blaue Nacht“ und das „Klassik Open Air“. Das Motto „Umsonst und Draußen“ prägt kulturelle Erwartungshorizonte. Privatrechtlich geführte Festivals wie das

ABB 03

KULTURORTE NACH GENRE (AUSWAHL)



- Kulturläden
- Kinder- und Jugendzentren
- Stadtteilkultur, Kulturzentren, kulturelle Praxis der unterschiedlichen Communities
- “Umsonst und Draußen” Festivals
- Unabhängige Festivals und Veranstaltungen
- Städtische Museen / Staatliche Museen
- Staatliche Theater / Orchester / Bühnen
- Stadtarchiv
- Stadtbibliothek
- Bildungseinrichtungen
- Kultur- und Kreativwirtschaft
- Galerien
- Musikszene
- Film
- Künstler*innen aller Sparten



UNN (United Nations Nuremberg).
Pavillon von Bettina Pousttchi auf dem Klarissenplatz im Sommer 2018 © Michael Lyra

„Musikfest ION“, „Rock im Park“, das „Nürnberg Digital Festival“, „Nürnberg Pop“ markieren weitere Höhepunkte im jährlichen Kulturkalender der Stadt. Nicht zuletzt bestimmen der Christkindlesmarkt, die Nürnberger Volksfeste, Kirchweihen, zahlreiche Märkte in der Altstadt und Stadtteilfeste das Flair der Stadt.

Ein einzigartiger Verbund kommunaler Museen mit zum Teil herausragenden Sammlungsbeständen – vom Spielzeugmuseum über das Museum Industriekultur, zum Dürer-Haus, dem Stadtmuseum im Fembo-Haus bis hin zum Museum Tucherschloss mit dem Hirsvogelsaal – beschäftigt sich mit den Besonderheiten der Nürnberger Geschichte/n. Dazu kommen das privat geführte DB-Museum und das Museum für Kommunikation.

Mit dem Germanischen Nationalmuseum beherbergt die Stadt eine national bedeutende wie international ausstrahlende Einrichtung. In Kürze eröffnet zudem das vom Freistaat Bayern initiierte Deutsche Museum / Zukunftsmuseum, ein Projekt mit Fokus auf Technologie und Zukunftsvisionen, eine spannende Fortschreibung auch im Sinne von „Past Forward“.

Die visuelle Kunst ist mit dem Neuen Museum – einem architektonisch herausragenden zeitgenössischen Komplex in der historischen Altstadt, einem singulären Sammlungsbestand zu Kunst und Design ab den 1950er Jahren und einem stringent kuratierten Ausstellungsprogramm – ebenso gut aufgestellt wie durch eine Reihe weiterer Einrichtungen und einer regen Galerienszene. Herausragend in der experimentellen Arbeit ist der Kunstverein Nürnberg Albrecht-Dürer-Gesellschaft.

Die Filmkunst ist mit dem Filmfestival Türkei Deutschland, dem Menschenrechtsfilmfestival, den Griechischen Filmtagen oder den Mittelmeer Filmtagen ebenfalls prominent vertreten. Außerdem beherbergt Nürnberg mit dem Filmhaus und dem Cine Casablanca zwei innovative Filmkunsthäuser.

Nürnberg verfügt darüber hinaus über eine Reihe von privaten Einrichtungen, Stiftungen und Vereinen, die sich der Kulturgeschichte der Stadt widmen. Die jüngst gegründete Nürnberger Epitaphien Stiftung z.B. widmet sich der mehr als 500jährigen Geschichte der Nürnberger Epitaphienkunst, deren beeindruckendes Zeugnis auf den beiden Friedhöfen St. Johannis und St. Rochus zu erleben ist. Die Bürgerinitiative zum Erhalt des historischen Nürnberger Stadtzentrums, Altstadtfreunde e.V., betreibt drei Handwerkerhäuser, die sich mit der Geschichte des Handwerks in Nürnberg beschäftigen. Das Naturhistorische Museum wird seit 1801 von der Naturhistorischen Gesellschaft getragen.

Die performativen Künste sind mit dem Drei-Sparten-Staatstheater, zwei Sinfonieorchestern sowie mit der Tafelhalle als kommunal geführtem Aufführungsort sehr gut vertreten, und die Qualität von Kinder- und Jugendtheatern ist im bundesrepublikanischen Vergleich einzigartig. Zahlreiche Privattheater und Theater- und Performance-Gruppen beleben die Szene. Das biennal mit den Städten Erlangen, Fürth und Schwabach gemeinsam durchgeführte Internationale figuren.theater.festival verknüpft auf spezifische Weise höchste Qualität mit Popularität. Eine dynamische, stilistisch breit aufgestellte Chorszene prägt die Musikszene der Stadt.

Ganz klar und unübersehbar: Für's nationale und internationale Publikum ist Nürnberg ein Ort, an dem sich die Atmosphäre des Mittelalters authentisch erleben lässt: Die Burg, der Hauptmarkt, St. Sebald, die Lorenzkirche, die Frauenkirche – das Authentische ist zum großen Teil schöner Vorschein, der nach der fast kompletten Zerstörung der Altstadt während des Zweiten Weltkriegs in den 1950er Jahre rekonstruiert wurde.

In der nationalen und internationalen Wahrnehmung ist die Last des Nationalsozialismus auf dem ehemaligen Reichsparteitagsgelände wohl am gegenwärtigsten. Das Memorium Nürnberger Prozesse verweist hingegen auf den Ort der völkerrechtlich begründeten Strafgerichtsbarkeit. Das Klischee „Nürnberg ist Dürer und Führer“ macht es sich ein wenig zu einfach, wenn es um das nationale und internationale Image unserer Stadt geht. In gewisser Weise trifft es jedoch den Nagel auf den Kopf und stellt somit eine besondere Herausforderung für unsere Bewerbung um den Kulturhauptstadt-Titel dar.

Wesentlich zum kulturellen Klima trägt die vielfältige Bildungs- und Ausbildungslandschaft in Nürnberg bei: Die Hochschule für Musik Nürnberg, die Akademie der bildenden Künste Nürnberg, die Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm, die Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, acht private Hochschulen sowie ab 2025 die vom Freistaat Bayern eingerichtete Technische Universität Nürnberg und auf kommunaler Ebene der Bildungscampus Nürnberg mit Volkshochschule und Stadtbibliothek, die zu den ältesten öffentlichen Bibliotheken in Deutschland zählt, halten ein breites Angebotsspektrum für die unterschiedlichsten Interessen vor. Das Stadtarchiv ist neben der Stadtbibliothek das „Gedächtnis der Stadt“ und bearbeitet neben historischen Fragen auch Themenstellungen gegenwärtiger Stadtgesellschaft(en).

Zur Frage nach dem kulturellen Profil gehört die Kritik. So hat sich etwa die breite kommunale Kulturpolitik nicht hinreichend den neueren diversen Szenen kultureller Praxis zugewandt. Mauern zwischen kommunal finanzierter Kunst und nicht oder nur unzureichend finanzierter Kunst, Kultur- und Kreativwirtschaft sind entstanden, die sich in öffentlicher Polemik niederschlagen. Die für Nürnberg prägende Idee des „Umsonst und Draußen“ fordert bei den Künstlern der Stadt zu Widerspruch heraus: Welchen Wert hat Kultur und was ist „man“ bereit, dafür zu bezahlen? Gleichzeitig hat sich jenseits kommunaler Förderung eine agile Szene in vielen Genres herausgebildet, die das kulturelle Profil der Stadt entscheidend prägt. Und schließlich erproben zahlreiche Initiativen – wie das Quellkollektiv e.V., URBAN LAB oder BLUEPINGU e.V. – neue Formen des gemeinsamen Lernens und Arbeitens und der nachhaltigen Stadtentwicklung.

Insgesamt ist das von der Stadt Nürnberg verantwortete Kulturangebot zuweilen in die Jahre gekommen, in verkrusteten Strukturen gefangen. Zahlreiche städtische Museen brauchen eine grundsätzliche Neuausrichtung, die sich von einer „deutschen“ Geschichtserzählung, von der Geschichte der großen Männer verabschiedet und die Diversität kultureller Praxis sichtbar macht – alte Geschichten anders erzählt, neue Geschichten erzählt, andere Geschichten erzählt.

Eine der gravierendsten Problemlagen: Das kulturelle Angebot in Nürnberg ist wie diejenigen, die entscheiden, oftmals nicht divers genug, und wenn sich kulturelle Vielfalt äußert, dann ist sie oft segregiert. Die Vielfalt unserer Stadtgesellschaft wird im kulturellen Angebot und in der Rezeption dieses Angebots nicht gespiegelt. Daher wollen wir uns gemeinsam aufmachen, Teilhabe- und Chancengerechtigkeit herzustellen, die Vielfalt kultureller Praxis in den Mittelpunkt der Gesellschaft zu rücken, neue Gestaltungsperspektiven und neue Räume zu eröffnen. Und damit auch neue Geschichten erzählen. Schließlich wollen wir unseren Kulturbegriff neu bestimmen. Allzu oft werden die unterschiedlichen Formen der kulturellen Praxis gegeneinander aufgerechnet – Begriffe wie Soziokultur oder Hochkultur bestimmen auch noch im 21. Jahrhundert das Reden und das Denken übers kulturelle Tun. Wir wollen unsere Stadt öffnen – für ein Denken und Handeln über die Begrenzungen hinaus. Transkulturelle Praxis ist unser Ziel.

0.4 Erklären Sie das Programmkonzept, das Sie umsetzen würden, wenn die Stadt zur „Kulturhauptstadt Europas“ ernannt wird.

Unser Ziel ist es, ein Programm zu erarbeiten, das aus der DNA der Stadt heraus entwickelt wird, das Geschichten über Nürnberg erzählt; Geschichten, die typisch sind und nur in Nürnberg erzählt werden können, die aber zugleich Themen von europäischer Tragweite, von globaler Relevanz verhandeln. Diversität, Teilhabe-, Chancengerechtigkeit und Nachhaltigkeit sind die übergeordneten Kriterien für unser Programm.

Es ist uns wichtig, dass die Menschen in Nürnberg während des Kulturhauptstadt-Jahres, die Bewohner*innen der Stadt und die Besucher*innen aus Europa und der ganzen Welt, unterhalten werden, Spaß haben und sich in den vielfältigen Angeboten aktiv in das Kulturprogramm einbringen und mitgestalten können. Ein weiter Kulturbegriff bildet dafür die Grundlage. Das wird an vielen Orten und zu vielen Gelegenheiten möglich sein; bei anderen Programmteilen nicht. Einerseits bildet die Auseinandersetzung mit dem Nationalsozialismus einen zentralen Bestandteil unseres Programms. Andererseits würden wir unseren Veranstaltungen und Aktivitäten auch gerne einen spielerischen Charakter verleihen, die Entwicklung digitaler und analoger Kontexte mit spielerischen Mitteln ermöglichen. Sowohl die dunklen als auch die helleren Kapitel unserer Geschichte und des Lebens sind ein wesentlicher Bestandteil unserer Stadt und werden somit beide in unserem Programm vertreten sein.

Natürlich werden wir auch die „klassische“ Kunst in Ausstellungen, Performances, Konzerten, Lesungen, und Diskussionen präsentieren. Sie werden jedoch eng mit unserem PAST FORWARD-Ansatz verbunden sein. Aber das alles wollen wir auffächern: neu, in regionaler, nationaler und europäischer Perspektive und vor allem divers erzählen, wie es in einer superdiversen Stadt wie Nürnberg möglich und vor allem notwendig ist. Und natürlich beschäftigen wir uns auch mit den Chancen und Risiken der Digitalisierung, der Zukunft der Arbeit und der Zukunft der europäischen Stadt. Aber wir wollen auch die vielen anderen Aspekte unserer Kulturszene präsentieren, wie z.B. der Tiergarten und das Planetarium, Essen und Trinken, die Mode und die legendäre Kirchweih.

Die Themen unserer Bewerbung sind aus der Geschichte unserer Stadt heraus entstanden und versinnbildlichen die Herausforderungen der Gegenwart und der Zukunft.

1. EMBRACING HUMANITY
Menschlichkeit als Maß

Nürnberg hat sich seinem positiv wie negativ konnotierten historischen Erbe gestellt und immer wieder zu stellen. Mit der Selbstverpflichtung auf die Menschenrechte haben wir zu einem aktiven und vom Geist der Demokratie geprägten Umgang mit der Geschichte des Nationalsozialismus gefunden. Unser Claim PAST FORWARD rückt dabei das Unrecht von heute in den Blick: Rassismus, Diskriminierung und Ausgrenzung als alltägliche Realität, der rechte Terror ist ihr tragischer Höhepunkt.

Die drei zwischen 2001 und 2005 in Nürnberg vom Nationalsozialistischen Untergrund verübten Morde an Enver Simsek, Abdurrahim Özüdogru und Ismail Yasar zeigen uns heute das Versagen der Behörden und der lokalen und nationalen Medien im Rahmen der von Vorurteilen und unhaltbaren Mutmaßungen geleiteten Ermittlungen. Die NSU-Morde sind eine Mahnung an die Gegenwart, weil uns ihre Aufarbeitung einen Spiegel vorhält: Vorurteile, latenter und offener Rassismus im Privaten wie strukturell in den Institutionen sind in unseren Gesellschaften tief verankert, und dem gilt es entschieden entgegen zu treten.

Fast die Hälfte der Nürnberger hat eine internationale Zuwanderer-Geschichte. Aber längst nicht alle Menschen in unserer Stadt haben gleichermaßen gestaltend am Gemeinwesen, an der Geschichts- und Zukunftsarbeit teil. Dem müssen wir begegnen – auch mit den Mitteln der Kunst – und darüber hinaus gemeinsam mit kulturellen Pionieren aus allen Regionen der Welt Fragen globaler Gerechtigkeit vorantreiben.

Wir nähern uns dem Thema aus der Perspektive der aktuellen Künste ebenso wie aus der Verankerung in der Tiefe der Zeit (Archive der Geschichte), aus globaler Perspektive wie von der Frage her, wessen Geschichte hier in Nürnberg auf welche Weise verhandelt wird.

2. EXPLORING REALITY
Welt als Aufgabe

Arbeiten, Lernen und Spielen haben Nürnberg über Jahrhunderte hinweg geprägt: Wir haben das Arbeiten gelernt, das Spiel aus der Arbeit entwickelt und uns das Lernen spielerisch erarbeitet ...

Was aber hat uns der Dreiklang von Arbeiten, Lernen und Spielen im 21. Jahrhundert zu erzählen? Nach Wellen gravierenden Strukturwandels ist eine weitere Revolution im Gange, technisch-digital und kulturell, eine Revolution, die fast alle Lebensbereiche verändern wird. Nürnberg und die Metropolregion haben die Erfahrung, starke Partner und die menschlichen Ressourcen, Lösungen für morgen zu entwickeln, auch im Bereich Empowerment und Inklusion. Nürnberg und die Region verfügen über eine ausgezeichnet aufgestellte Bildungs- und Ausbildungslandschaft. Und schließlich ist Nürnberg eine Stadt des Spiels mit einer großen europäischen und internationalen Geschichte.

Ausgehend von der Geschichte des Handwerks und der Industriestadt Nürnberg stellen wir die Arbeit und ihre mögliche Zukunft in den Mittelpunkt. Lernen als Ermächtigung wird eine organische Grundlage unserer Bewerbung sein, und auf das Spiel in seiner Vielfalt der analogen und digitalen Formen werden wir uns besonders fokussieren. Den drängenden Fragen der Digitalisierung in Arbeit, Lernen und Spielen werden und müssen wir uns stellen.

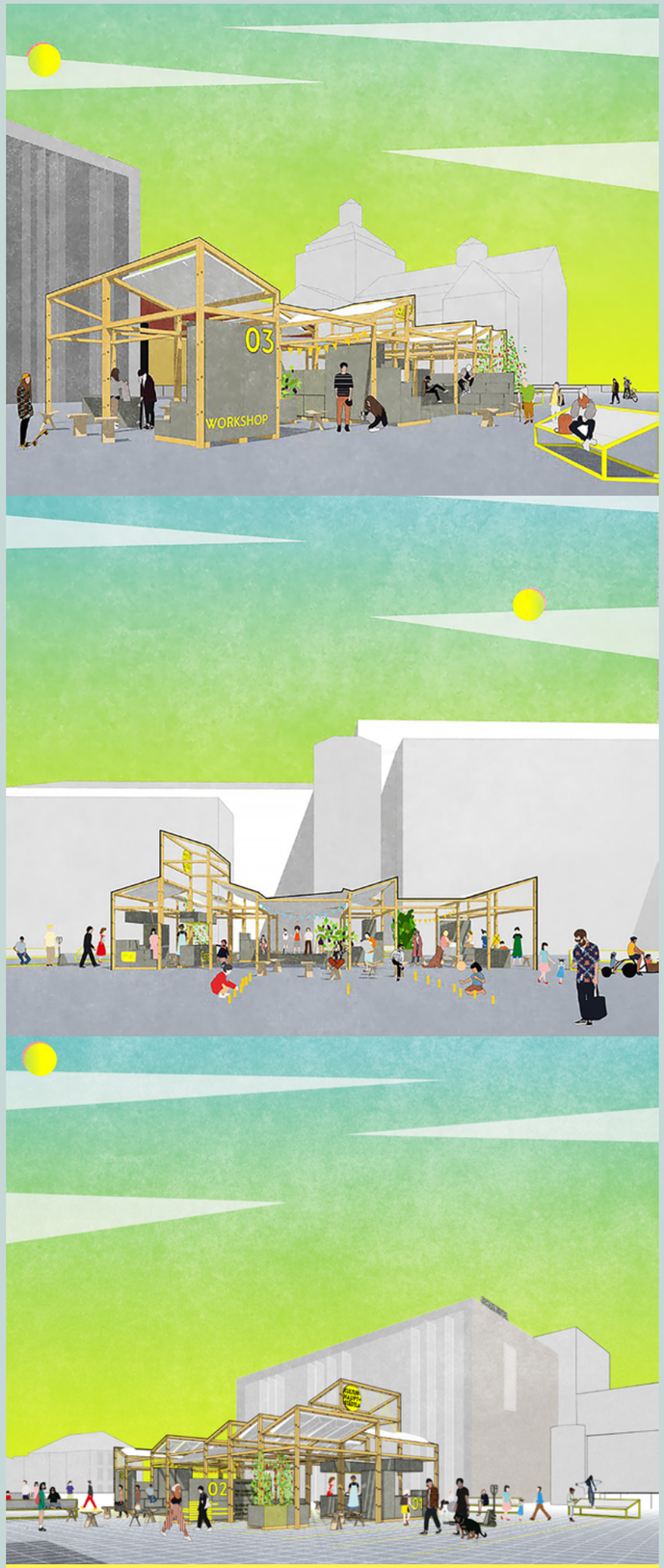
3. EVOLVING COMMUNITY
Miteinander ans Ziel

Gemeinschaft produktiv und inklusiv, fair und frei gestalten zu helfen, war, ist und bleibt auch in Zukunft eine große Aufgabe für Nürnberg. Alte Bindungskräfte haben ihre Selbstverständlichkeit verloren, Ängste werden instrumentalisiert, soziale und globale Disruptionen lassen die Menschen Kontrollverlust befürchten und nach einfachen Lösungen rufen. Die behäbige Zufriedenheit, die im typisch fränkischen „bassd scho“ zum Ausdruck kommt, wird nicht mehr ausreichen. Die Zukunft der Stadt in Europa ist nicht verhandelbar ohne die Zivilgesellschaft, ohne die Organisationen und Initiativen in den Quartieren und Stadtteilen. Im Fokus stehen soziale Perspektiven des Miteinanders, der kulturellen Vielfalt, der Nachhaltigkeit. Wir entwickeln neue Aushandlungsformate für Diversität und Transkulturalität, Mehr- und Vielstimmigkeit unseres gemeinschaftlichen Zusammenlebens. Die entscheidenden Fragen werden dabei sein: Wem gehört die Stadt? Wir wollen darauf Antworten geben mit europäischen Städtepartnern im Miteinander und im Austausch über Kunst und Kultur, im Spiel und natürlich auch: Im Politischen.

PAST FORWARD

Zukunftsfähigkeit, sozial, ökonomisch, nachhaltig und kulturell, hängt mit den Fähigkeiten und Visionen der Bürger zusammen, mit Teilhabe- und Chancengerechtigkeit; wir wollen eine Kultur der Vielen und der Transkulturalität; eine Kultur des Miteinanders und der Exzellenz in den Künsten. Politische Kultur und Kulturpolitik brauchen Mut für Innovation und Experiment. Wir nehmen uns in schwierigen Zeiten Zeit für Europa. Unser Ziel ist, mittels verschiedener kreativer und spielerischer Initiativen wie Local Lab Europe zu zeigen, was Europa und was unsere Stadt werden kann. Dies bedeutet auch, dass wir intensiv Internationalität, den offenen Austausch und die Zusammenarbeit mit unseren europäischen und globalen Partnern fördern werden. Wir werden neue kreative Räume und Möglichkeiten eröffnen. Die Künstler und Kreativen unserer Stadt sollen auf der europäischen Bühne eine Rolle spielen können. 2021 werden wir einen Open Call durchführen und in einem ausjurierten Prozess künstlerische Projekte mit Perspektive auf das Kulturhauptstadtjahr 2025 und darüber hinaus ermitteln. Unser Kulturhauptstadtjahr wird nicht mit dem Jahr 2025 zu Ende gehen, weder für die Stadt noch für ihre Künstler*innen und Kreativen. Die enge Zusammenarbeit und der Austausch von Ideen und Erfahrungen mit Künstler*innen aus aller Welt, die Teil der Kulturhauptstadt-Initiative sein werden, sollten selbstverständliche alltägliche Praxis werden.

KULTURHAUPTSTÄDTLA



Kulturhauptstädtla, 2019 © Benedikt Buchmüller

Wie unsere Kulturhauptstadt idealtypischer Weise aussehen könnte, zeigte das „Kulturhauptstädtla“, das im Juli 2019 für vier Wochen seine Tore öffnete. Ideengeber und Träger dieses Projektes war das N.ORT Kollektiv, ein Zusammenschluss von Architekten, Stadtplanern, Sozial- und Umweltwissenschaftlern, die nachhaltige Stadtentwicklung in den Mittelpunkt ihrer Arbeit stellen und Teil des globalen Transition Town Netzwerkes sind. Die PopUp-Location war aus Holz und wiederverwendbaren Materialien gebaut und setzte die Idee von Benedikt Buchmüller um – Architekturstudierender der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm. Gegenstand seiner Masterarbeit war die Wiedergewinnung nicht genutzter Räume durch temporäre Architektur; die Kulturhauptstadtbewerbung entsprechender Anlass, da genau das ein großer Need der Stadt ist. Der Ort: stadträumliches Niemandsland: ein zugiger Platz zwischen Staatstheater und Arbeitsagentur, ohne Aufenthaltsqualität. Es gibt keinen Anlass, sich aktiv dorthin zu begeben. Das Kulturhauptstädtla eroberte sich temporär diesen öffentlichen Raum zurück, gab ihn den Menschen in Nürnberg als Erfahrungsort zurück und rückte damit ein Thema ins Zentrum, das in unserer Bewerbung mit unterschiedlichsten Formaten eine große Rolle spielen wird. Das Programm: ein buntes und vielfältiges Kulturprogramm mit mehr als 100 Einzelveranstaltungen, das von der Nürnberger Kulturszene verantwortet war und in dem Kultur, Nachhaltigkeit und Stadtentwicklung erfahrbar gemacht wurden. Das Kulturhauptstädtla war einen Monat lang Bühne, Werkstatt und Marktplatz für Künstler*innen, Kreative, Vereine und Initiativen aus der ganzen Stadt und für die ganze Stadt. Konzerte, Workshops, Kunstausstellungen und Symposien verhandelten auf der Grundlage eines offenen und diversen Kulturbegriffs die drängenden Fragen an unsere Gegenwart und unsere Zukunft. Ein Café mit geretteten Lebensmitteln lud zum Entdecken und Verweilen ein.

Hinter N.ORT stehen Benedikt Buchmüller, Charlotte Haas, Johanna Wiglinghoff, Jana Stadler, Konrad Ehelebe, Lena Endres and Philipp Eyrich. Das Projekt wurde unterstützt durch: LEONARDO-Zentrum für Kreativität und Innovation, Urban Lab, BLUEPINGU e.V., Nationale Stadtentwicklungspolitik, MUZ – Musikzentrale Nürnberg, Mobiles Kino und das Bewerbungsbüro Kulturhauptstadt Europas Nürnberg 2025.

www.n-ort.de

1. BEITRAG ZUR LANGZEITSTRATEGIE

1.1 Beschreiben Sie die Kulturstrategie, die in Ihrer Stadt zum Zeitpunkt der Bewerbung besteht, einschließlich der Pläne für die Fortführung kultureller Aktivitäten über das Kulturhauptstadtjahr hinaus.

Anfang 2017, kurz nach dem Beschluss, sich als Kulturhauptstadt Europas zu bewerben, begannen wir mit der Erarbeitung einer Kulturstrategie. Bereits am 31. Januar 2018 konnte der Stadtrat diese Strategie mit einem zeitlichen Horizont bis 2030 als Grundlage für das zukünftige kulturpolitische Handeln der Stadt verabschieden. [1]

Neben Politik und Verwaltung waren über 500 Akteur*innen aus der Nürnberger Kulturszene und aus den Bereichen Bildung, Stadtentwicklung und Tourismus aktiv an der Ausarbeitung beteiligt. Hauptaufgabe war, die unterschiedlichen Bedarfe der verschiedenen Kulturszenen und der Kreativwirtschaft zu analysieren und gemeinsame Ziele zu formulieren. Partizipation war das Herzstück der Erarbeitung unserer Kulturstrategie. Dabei wurde der strategische Prozess nicht als fest fixiert verstanden, sondern für die Zukunft offen und anpassungsfähig gehalten. Ziele und Maßnahmen sind kontinuierlich auf ihre Sinnhaftigkeit und Relevanz zu prüfen. Um nicht in gewohnten Strukturen und Handlungsweisen stecken zu bleiben, braucht es ständige Erneuerung, die etablierten Strukturen müssen immer wieder auf den Prüfstand. ▸ TAB 01

TAB 01

DIE ZEHN LEITZIELE DER KULTURSTRATEGIE ALS GRUNDLAGE EINER KULTURELLEN STADTENTWICKLUNG IN NÜRNBERG

1. Stärkung einer nachhaltigen kulturpolitischen Grundhaltung und kulturpolitischer Diskursformate
2. Ablösung überkommener kulturpolitischer Handlungsmuster und Segmentierungen
3. Ermöglichung verbindlicher und zeitgemäßer kulturpolitischer Schwerpunktsetzungen
4. Stärkung des Kulturbereichs als Akteur einer nachhaltigen Stadtentwicklung
5. Stärkung der ‚Kulturszene' durch Möglichkeiten des Experimentierens im analogen wie digitalen Raum
6. Stärkung transkultureller und generationenumspannender Ansätze sowie von Dialogräumen
7. Stärkung von Kunst und Kultur mittels neuer Narrative und zeitgemäßer Vermittlungsansätze
8. Stärkung der Kulturstadt auf europäischer und internationaler Ebene
9. Wissensbasierte Transformationsprozesse und kooperative Handlungsansätze
10. Aktivierung von Akteuren durch Einbindung, Dialog und Wertschätzung

Die zehn Ziele haben für die drei zentralen Handlungsfelder der Kulturstrategie querschnittartig Gültigkeit und binden sich gleichsam idealtypisch in den Claim PAST FORWARD unserer Bewerbung ein: ▸ TAB 02 Handlungsfeld 1 will Grundlagen für eine nachhaltige Kulturpolitik und Kulturentwicklung schaffen. Hier gerät der institutionelle Wandel („institutional change") auf mehreren Ebenen in den Blick: strukturelle Änderungen im Kulturreferat; Weiterentwicklung der Infrastruktur; die Schaffung von kulturellen Ermöglichungsräumen; Evaluierung und Neukonzeption von Förderstrukturen.

Handlungsfeld 2 will Diversität und Teilhabe stärken und nimmt die soziale und demographische Diversität in den Blick. Hauptzielsetzung hierbei ist es, die Diversität unseres kulturellen Profils deutlich zu erhöhen: Angebotsstrukturen werden vielfältig bzw. divers; Audience Development richtet sich an alle Teile der superdiversen Stadtgesellschaft. Pluralität kultureller Praxis wird sichtbar; Diversität ist gelebte Praxis innerhalb der Entscheidungsstrukturen in Politik und Verwaltung.

Handlungsfeld 3 will Nürnberg neu erzählen. Es zielt ab auf das Kulturmarketing der Stadt, auf Identität, Image, Vernetzung sowie regionale und internationale Öffnung.

TAB 02

DIE DREI HANDLUNGSFELDER DER KULTURSTRATEGIE

Handlungsfeld 1 Grundlagen für nachhaltige Kulturpolitik und Kulturentwicklung schaffen	Mit der Einrichtung einer Koordinierungsstelle für die Umsetzung und Weiterentwicklung der Kulturstrategie wurden neue Vernetzungsmöglichkeiten für Kulturakteur*innen in der Region geschaffen, so z.B. im Rahmen einer ersten regionalen Kulturkonferenz.
Handlungsfeld 2 Diversität und Teilhabe stärken	Für die Region wurden Narrative identifiziert, die nicht nur die engere Zusammenarbeit der einzelnen Kommunen im Bereich der Kulturpolitik vereinfachen, sondern auch die Kulturhauptstadt-Aktion strukturieren: Spiel und Spielwarenindustrie sowie die Industrialisierung z.B. bieten breite Handlungsfelder für kulturelle Aktivitäten und liefern der Kultur und Kreativwirtschaft neue Impulse.
Handlungsfeld 3 Nürnberg „neu erzählen"	Die 2018 im Rahmen des Interreg Central Europe Projektes der EU „Forget Heritage" entwickelte App zum Leerstandsmanagement wurde finalisiert..
	Pläne für die Gründung eines Zentrums für die Kultur- und Kreativwirtschaft (Alte Feuerwache 1) wurden entwickelt; Konzepte für die drei durch PAST FORWARD inspirierten Neuen Kreativen Räume ▸ Kapitel 2.1 werden erarbeitet und in ersten Teilschritten auch bereits umgesetzt.
	Eine stadtweite Digitalisierungsstrategie wird derzeit erarbeitet.
	Die Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention ist in einem stadtübergreifenden Gremium aufgesetzt und wird konkret angegangen, beispielweise durch Maßnahmen zur Barrierefreiheit in den Museen.
	Mit dem Format des Open Call wurden erstmals neue Fördermodelle erfolgreich erprobt.
	Eine umfassende Netzwerkanalyse unter mehr als 2.500 kulturellen Akteur*innen in der EMN wurde im Jahr 2019 durchgeführt und veröffentlicht. ▸ Kapitel 2.4

UMSETZUNGSSTAND

Verschiedene Startmaßnahmen wurden initiiert, manche davon sind bereits abgeschlossen; die Kulturstrategie wurde also bereits in die Umsetzungsphase überführt.

1. Lehner, Julia (Hrsg.): Kulturstrategie der Stadt Nürnberg. Abschlussbericht. Nürnberg 2018. Schriften des Kulturreferats der Stadt Nürnberg 3. Den Bericht gibt es gedruckt und als barrierefreies PDF zum kostenlosen Download. Er beinhaltet eine Zusammenfassung in leichter Sprache und auf Englisch.
▸ www.kulturstrategie.nuernberg.de

1.3 Wie ist die Aktion „Kulturhauptstadt Europas" in diese Strategie eingebunden?

Unsere Bewerbung zielt - auf der Basis der Kulturstrategie - auf die kulturelle Dimension von Stadtentwicklung, auf langfristige Planung und die Etablierung verlässlicher Netzwerke mit den umliegenden Städten und Gegenden der Region. Die Kulturstrategie und die Kulturhauptstadt-Aktion sind wechselseitig miteinander verschränkt: Sie befinden sich in einem Verhältnis der Komplementarität, der Konsolidierung und der Synergie.

Wir haben fünf strategische Ziele für Nürnbergs Bewerbung für den Kulturhauptstadttitel 2025 identifiziert, die die Relation zwischen Strategie und Bewerbung sichtbar machen und in einem gemeinsamen Prozess die Potenziale der Stadt stärken:

1. Öffnung und Offenheit: Mit der Idee einer „offenen Stadt", die zahlreiche komplexe, synchrone Prozesse auf engstem Raum ermöglicht, sollen das Miteinander, Menschlichkeit und Freiräume für das Spiel mit den vielfältigen Möglichkeiten entstehen.
2. Diversität und Teilhabegerechtigkeit: Wie bereits in der Kulturstrategie als Handlungsfeld definiert, wird die Bewerbung hier ebenfalls ein Haupthandlungsfeld etablieren. An die Stelle von Eurozentrismus tritt der transkulturelle Dialog inmitten der Konfliktlinien der Gegenwart, an die Stelle von Ausgrenzung tritt das Miteinander.
3. Aufsuchende Partizipation: Das zentrale Handlungsprinzip der Kulturhauptstadt-Aktion. Wir suchen die direkte Zusammenarbeit mit den diversen Communities unserer Stadt im Sinne der Stärkung dieser Kulturakteur*innen. Das Sichtbarmachen der diversen kulturellen Praxen ist das Ziel.
4. Nachhaltigkeit und kulturelle Nachhaltigkeit: Nürnberg richtet die Kulturhauptstadt-Aktion an den 17 Nachhaltigkeitszielen (SDGs) der UN aus. An die Stelle von Partikularinteressen treten Kriterien der Ökologie, der Gerechtigkeit, der selbstbestimmten Lebensgestaltung.
5. Internationalität und Europäisierung: Die Kulturhauptstadt-Aktion weitet den Blick ins Internationale. An die Stelle weit verbreiteter Selbstbespiegelung treten die notwendigen Impulse von außen, um nicht im Musealen verhaftet zu bleiben.

Die New European Agenda for Culture (Neue Europäische Agenda für Kultur 2018) mit den Schwerpunkten Sozialer Zusammenhalt, Förderung von Kultur und Kreativität, Internationalisierung, Digitalisierung und Kulturerbe haben wir mit den Themen der Bewerbung und der bisherigen inhaltlichen Ausgestaltung bearbeitet. Zentrale aktuelle Fragen und Themen aus den genannten Bereichen werden wir in unterschiedlichen Formaten partizipativ und mit regionaler und internationaler Perspektive behandeln. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag zu Europäisierung und zur Stärkung des europäischen bürgerschaftlichen Bewusstseins. ▸ Kapitel 3.1 Um die Realisierung dieser Ziele voranzutreiben, haben wir folgende Umsetzungsplanung entwickelt. ▸ ABB 04

1.2 Beschreiben Sie die Pläne der Stadt zur Steigerung der Leistungsfähigkeit des Kultur- und Kreativbereichs, auch durch die Entwicklung langfristiger Verzahnungen zwischen diesen Sektoren und den Sektoren Wirtschaft und Soziales in Ihrer Stadt.

Nürnbergs Kultur- und Kreativwirtschaft ist mit fast 4.000 Unternehmen und einem Umsatz von über 1,5 Mrd. Euro jährlich ein vitaler Bestandteil der Nürnberger Wirtschaft. Die Stadt hat darüber hinaus nach neuen Ansätzen gesucht, die Kultur- und Kreativwirtschaft weiter deutlich zu stärken und die Grundlagen für (Neu-)Ansiedlungen und Start-Ups zu schaffen. Derzeit ist ein Konzept für die Alte Feuerwache 1 in Arbeit, ein Projekt mit einer Perspektive bis 2025, das Nutzer*innen, mittelständischen Unternehmen und Unternehmen aller 11 Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft offene und geschlossene Arbeitsräume, Co-Working-Spaces, Veranstaltungsräume und Werkstätten zur Verfügung stellen wird; ferner Veranstaltungen und Vernetzungstreffen für die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Auch in der Europäischen Metropolregion Nürnberg werden Ideen entwickelt, wie die Kultur- und Kreativwirtschaft weiter gestärkt werden kann, seit 2014 gemeinsam mit dem Forum „Wirtschaft und Infrastruktur" und dem Bayerischen Zentrum für Kultur- und Kreativwirtschaft. Mit der Kulturhauptstadtbewerbung wird u.a. auf die Musikwirtschaft als traditionell wichtiger Zweig der hiesigen Kultur- und Kreativwirtschaft ein Schwerpunkt gesetzt werden (Stichwort Instrumentenbau). Auch die Games- und Software-Industrie ist in Nürnberg und der Region von Bedeutung für die Kultur- und Kreativbranche. Mit dem „Haus des Spielens" und zahlreichen Maßnahmen mit diesem thematischen Bezug wird die Bewerbung hier ebenfalls einen wichtigen Schwerpunkt setzen.

2. Europäische Kommission (Hrsg.): „The Cultural and Creative Cities Monitor. 2017 Edition"; S.22. Der Bericht listet Nürnberg auf Platz 4 von 36 europäischen Städten vergleichbarer Einwohnerzahl.

Bayerisches Zentrum für Kultur- und Kreativwirtschaft (Hg.): 2. Bericht Kultur- und Kreativwirtschaft in der Europäischen Metropolregion Nürnberg. Nürnberg 2019. Der Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht analysiert die Stärken und Potenziale der verschiedenen Kultur- und Kreativwirtschafts (KKW)-Branchen in der Region.
▸ www.bayern-innovativ.de

FIG 04

UMSETZUNGSPLANUNG: KULTURSTRATEGIE UND PAST FORWARD-STRATEGIE DES KULTURHAUPTSTADTPROJEKTS: KONSOLIDIERUNG, KOMPLEMENTARITÄT UND INTENSIVIERUNGSEFFEKTE

2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

KULTURSTRATEGIE

- Verabschiedung Kulturstrategie
- Einrichtung Koordinierungsstelle Kulturstrategie
- Evaluation bestehender Förderprogramme und Erprobung neuer Modelle
- Evaluation bestehender Förderprogramme und Erprobung neuer Modelle
- Weiterentwicklung und Umsetzung neuer kommunaler Förderstrukturen
- Evaluation überarbeiteter Förderprogramme
- Bedarfsanalyse für Zwischennutzung
- Konzepterstellung für kulturelle Ermöglichungsräume
- Vermittlungsstelle für kulturelle Ermöglichungsräume
- Diversität, Inklusion und Generationengerechtigkeit als Leitprinzip der kommunalen Personalpolitik
- Internationale Kulturkonferenz
- Internationaler Kulturpolitik-Kongress
- Kulturkkonferenzen zur regionalen, überregionalen und internationalen Vernetzung
- Clearingstelle für europäische Kooperationen und „cultural Entrepreneurship“

GEMEINSAM

- Analyse und Konzeptentwicklung für Barrierefreiheit (bzgl. Inklusion und Integration)
- Forschung zu Teilhabebarrieren und Audience Development
- Kulturförderung für inklusive, integrative und teilhabegerechte Nutzung
- Barrierefreiheit in den Kultureinrichtungen
- Evaluation Audience Development
- Entwicklung transdisziplinärer Arbeitsstrukturen, Etablierung neuer Leadership-Modelle sowie Integrations- und Inklusionsprogramme
- Weiterentwicklung und Ausbau der integrierten Marketingstrategie
- Netzwerkanalyse Kulturakteure
- Regionale Vernetzung und Weiterentwicklung der regionalen PAST FORWARD-Programme
- Neue Kreative Räume

ECOC-ACTION

- Open Call
- Open Call
- Open Call (international)
- Open Call
- Artists in Residence-Programme
- Weiterentwicklung und Ausbau des künstlerischen Programms
- Weiterentwicklung internationaler Kooperationen und Partnerschaften
- Etablieren neuer partizipativer Formate und Projekte
- Erarbeitung eines transkulturellen Community Development-Konzepts
- Transkulturelle Community Development Programme
- Entwicklung und Umsetzung städtischer Nachhaltigkeitsstrategien
- Weiterentwicklung und Ausbau: Diversity-Formate, Formate für Teilhabe- und Chancengerechtigkeit
- POP-UP PAST FORWARD
- Sammlung von Basisdaten für die Evaluation
- Kontinuierliches Monitoring und Evaluation des PAST FORWARD-Programms
- PAST FORWARD Abschließende Evaluation

Bewerbungsphase | Vorbereitungsphase | Kulturhauptstadtjahr | Verstetigung

Für die Nürnberger Kulturhauptstadt-Bewerbung werden derzeit weitere Maßnahmen im Bereich der sozialen und wirtschaftlichen Vernetzung diskutiert. Dabei sollen vorab Kooperationen gestiftet, Teilhabemodelle erprobt und Formate der Nachhaltigkeit entwickelt werden. Beispielhaft seien hier die Vermittlung zwischen Immobiliensektor und Kultur- und Kreativwirtschaft, die Einrichtung einer Clearingstelle für europäische Kooperationen der Kultur- und Kreativwirtschaft und die Förderung von „cultural entrepreneurship“ genannt.

Kapitel 3.1

Wichtige Formate zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft entwickeln wir gemeinsam mit den Verantwortlichen im Bereich des Tourismus. Die Congress- und Tourismuszentrale (CTZ) ist dabei zentraler Kooperationspartner. Die CTZ entwickelt in enger Zusammenarbeit mit der EMN und ihren Tourismusverbänden in Nürnberg und der Region Konzepte und Programme für spezifische Zielgruppen – Menschen mit internationaler Geschichte, sozial benachteiligte Gruppen, Menschen unterschiedlicher Generationen, Menschen mit Beeinträchtigung, sowie für den Bereich des nachhaltigen Tourismus. Kapitel 3.1

1.4 Welche wären Ihrer Meinung nach die langfristigen kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen auf Ihre Stadt (einschließlich der Stadtentwicklung), sollte ihr der Titel „Kulturhauptstadt Europas“ verliehen werden?

Auf der Grundlage des international etablierten Planungs- und Evaluationsmodells „Theory of Change“ haben wir eine Wirkungskette entwickelt, in der Maßnahmen, Ergebnisse, mittelfristige und langfristige Auswirkungen der Bewerbung in den unterschiedlichen Feldern urbaner Entwicklung festgehalten sind. Eine wichtige Aufgabe wird sein, die Auswirkungen gemeinsam mit den diversen Interessengruppen der Stadt abzugleichen, um damit eine gemeinsame Perspektive für die nächsten Jahre entwickeln zu können.

TAB 03

ANGESTREBTE LANGFRISTIGE AUSWIRKUNGEN

KULTURELLE AUSWIRKUNGEN

Ein Beitrag zur …

- … Stärkung und Öffnung des Kultursektors in Nürnberg und der Region ist geleistet (bzgl. Diversität, regionaler & internationaler Vernetzung, Partizipation).
- … Überwindung der klassischen Trennung zwischen den Begriffen Hoch-, Pop-, Alltags- und Soziokultur ist geleistet.
- … Etablierung eines transkulturellen Bewusstseins und zu transkultureller Alltagspraxis ist geleistet.
- … Neudefinition des Stadtraums in Nürnberg und der Region ist geleistet – auch des digitalen Stadtraums.
- … Stärkung des Selbstbewusstseins der Bürger*innen in Bezug auf ihre Stadt ist geleistet.
- … Wahrnehmung Nürnbergs als Impulsgeber für den Diskurs über eine zukunftsfähige Kulturpolitik ist geleistet.
- … Wahrnehmung Nürnbergs als Impulsgeber zum Diskurs über europäische Integration, aktuelle europäische Themen und Demokratie ist geleistet.

WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

Ein Beitrag zur …

- … Stärkung Nürnbergs als Standort für die Kultur- und Kreativwirtschaft ist geleistet.
- … Stärkung von Formen des nachhaltigen Wirtschaftens und Handelns in Nürnberg ist geleistet.

SOZIALE AUSWIRKUNGEN

Ein Beitrag zu …

- … Inklusion & sozialem Zusammenhalt der Bürger*innen in Nürnberg ist geleistet.
- … mehr kultureller Teilhabe und Chancengerechtigkeit der Bürger*innen in Nürnberg ist geleistet.
- … Stärkung der Lebensqualität der Bürger*innen in Nürnberg und der Region ist geleistet.
- … Stärkung eines europäischen bürgerschaftlichen Bewusstseins in Nürnberg und der Region ist geleistet.

TAB 03

PAST FORWARD
WIRKUNGSMODELL (BEISPIELE FÜR KULTURELLE; ÖKONOMISCHE UND SOZIALE LANGFRISTIGE WIRKUNGEN)

Aktivitäten / Maßnahmen	Unmittelbare Ergebnisse	Kurz- & mittelfristige Wirkungen	Langfristige Wirkungen
Förderinstrumente für regionale und internationale Kooperationen werden bereitestellt	Plattformen für Austausch und Kooperationen werden genutzt	Kulturakteur*innen sind lokal, regional, überregional und international stärker vernetzt	KULTURELL Ein Beitrag zur Stärkung und Öffnung des Kultursektors in Nürnberg und der Region ist geleistet
Vorhandene, ungenutzte Strukturen werden zu Kultur- und Kreativorten umgewandelt	Kreativzentren werden von der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie weiteren Unternehmen genutzt	Marktmöglichkeiten der Kultur- und Kreativwirtschaft sind gestärkt	WIRTSCHAFTLICH Ein Beitrag zur Stärkung Nürnbergs als Standort für die Kultur- und Kreativwirtschaft ist geleistet
Förderinstrumente und Konzepte für kulturelle Angebote für spezifische Zielgruppen werden eingerichtet	Zugangshindernisse zu Kultur für spezifische Zielgruppen sind verringert	Das Nürnberger Kulturangebot erreicht neue Zielgruppen	SOZIAL Ein Beitrag zu mehr kultureller Teilhabe und Chancengerechtigkeit der Bürger*innen in Nürnberg ist geleistet

1.5 Umreißen Sie kurz die Monitoring- und Bewertungspläne.

Unser Evaluationskonzept hat eine systematische und theoriebasierte Analyse der Auswirkungen des Kulturhauptstadt-Projekts auf Nürnberg und die Region zum Ziel. Durch Anwendung der „Theory of Change“ wurde in einem partizipativen Prozess eine Wirkungskette entwickelt. TAB 03 Diese Wirkungskette stellt die Aktivitäten (Projekte und Maßnahmen), die daraus resultierenden Ziel-Ergebnisse, die mittelfristigen sowie die angestrebten langfristigen Auswirkungen auf die Stadt in den Bereichen Kultur, Wirtschaft und Soziales systematisch dar. Mithilfe von im Vorfeld definierten Indikatoren kann die Wirkungskette zur Überprüfung der Wirkungen von einzelnen Projekten bereits in der Vorbereitungs- sowie in der Umsetzungsphase und der Abschlussphase des Kulturhauptstadt-Projekts eingesetzt werden.

Evaluation im Kulturbereich muss die Besonderheiten dieses Sektors immer im Blick behalten: Sie muss berücksichtigen, dass Kulturarbeit auch unerwartete Entwicklungen, die den gesellschaftlichen Status Quo in Frage stellen, nicht nur akzeptiert, sondern auch aktiv anstrebt. Deshalb muss Evaluation im Kulturbereich auch komplexe unerwartete und nicht intendierte Auswirkungen im Blick haben. Zu diesem Zweck planen wir eine Kontributionsanalyse, die die Durchführung des Kulturhauptstadt-Projekts und seiner Wirkungslogik transparent macht. Durch die systematische Auswertung von Evaluationsdaten (z.B. Umfrageergebnisse, Ergebnisse von Interviews und Fokusgruppen, Dokumentenanalysen) wird die Evaluation die Auswirkungen des PAST FORWARD Projekts sichtbar machen. Darüber hinaus werden auch die Schlüsselfaktoren, die zur Erreichung der beobachteten Ergebnisse beigetragen haben, herausgearbeitet. Zudem erlaubt es dieser multiperspektivische Ansatz, alternative Wirkungs-Hypothesen und unerwartete oder unbeabsichtigte Auswirkungen systematisch zu untersuchen.

Die Evaluierung wird von einem unabhängigen Forschungsinstitut durchgeführt werden, das über umfassende Erfahrung im Bereich Monitoring und Evaluierung im Kulturbereich verfügt. Durch die Zusammenarbeit mit Universitäten in der Region wird auch die lokale Expertise in die Evaluierung einfließen. Einige Basisdaten wurden bereits erfasst, wie z.B. im Bericht über die Kreativindustrie in der Region, in der Netzwerkanalyse der kulturellen Akteure in der Region (beide aus dem Jahr 2019) und über den European Commission’s Cultural and Creative Cities Monitor (2017). Eine umfassende Baseline-Studie, bei der 10.000 Bürger*innen befragt werden sollen, ist für 2021 vorgesehen. Bereits in der Vorbereitungsphase des Kulturhauptstadtjahrs wird ein Monitoring-System eingerichtet, um Maßnahmen und Aktivitäten flexibel anpassen und bei Bedarf nachsteuern zu können. Das Monitoring dient so dazu, das Kulturhauptstadt-Projekt und dessen Wirkung kontinuierlich zu verbessern. Eine Abschlussevaluation wird nach dem Ende des Kulturhauptstadtjahres durchgeführt werden, um den Erfolg und die Wirkungen von PAST FORWARD final zu überprüfen. Die Endergebnisse der Evaluation werden veröffentlicht und einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Sie sollen der Legitimation des Projektes gegenüber der Öffentlichkeit und der Europäischen Kommission dienen. Zudem sollen aus der Abschlussevaluation Erkenntnisse für die Durchführung ähnlicher groß angelegter Kulturprojekte und weiterer Kulturhauptstädte abgeleitet werden.

Fassadengestaltung Westtorgraben 3–25 (Entwurf) © Julian Vogel

2026 ist Nürnberg eine offene Stadt – Transkulturalität, Teilhabe- und Chancengerechtigkeit, Nachhaltigkeit und Internationalität sind die zentralen Qualitätsmerkmale unseres kulturellen Lebens. Und natürlich ist das Nürnberg des Jahres 2006 darüber hinaus auch eine Stadt, die durch Kunst und Kultur verwandelt worden ist. Unsere kulturellen Praxen zeichnen sich durch Exzellenz aus: Nürnbergs Kulturszenen und Kultur- und Kreativwirtschaft haben eine Entwicklungssprung gemacht und sind sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene wettbewerbsfähig.

2. KULTURELLE UND KÜNSTLERISCHE INHALTE

Bob Dylan Konzert in Nürnberg, 1978

2.1 Wie sieht die künstlerische Vision und Strategie für das Kulturprogramm des Veranstaltungsjahres aus?

2025 kommt Nürnberg in Bewegung: Das Jahr wird eröffnet mit einem großen Musik-, Theater- und Tanzfestival, zu dem alle Bürger*innen unserer Stadtgesellschaft herzlich eingeladen sind: die Chöre und die engagierten Musik-, Theater- und Tanzvereine, die Stadtteilorganisationen, die Aktivist*innen, die Fans unseres Clubs, des 1. FCN, die Altstadtfreunde, die Studierenden der Akademien, Hochschulen und Universitäten, die Kinder- und Jugendhäuser und Seniorenvereine, die Staatsphilharmonie und die Freunde der Kirchweih. Ein Jahr später wird der Staffelstab auf Finnland und die Slowakei übergehen in einer feierlichen Abschlussveranstaltung.

Was aber erwartet die Bürger und die Welt während des Kulturhauptstadtjahres? Schon in der Anfangsphase des Bewerbungsprozesses entschieden wir uns für einen zweigleisigen Ansatz auf der Grundlage der Strukturprojekte, die den Kern unserer Bewerbung bilden, und einer bunten Mischung aus kulturellen und künstlerischen Inhalten, die sowohl von lokalen als auch internationalen Künstlern präsentiert werden. TAB. 04 Die Strukturprojekte – die Neuen Kreativen Räume – sind im Rahmen unserer drei Themen von grundlegender Bedeutung, nicht nur wegen ihrer nachhaltigen Auswirkung auf die Künste und Kulturen in Nürnberg, sondern auch, weil sie die Fragen, mit denen Nürnberg sich heute konfrontiert sieht, in einen globalen Kontext stellen – den Umgang mit dem nationalsozialistischen Erbe der Stadt und mit den Herausforderungen von heute, die Zukunft von Arbeiten und Spielen, den gesellschaftlichen Zusammenhalt, die Zukunft der Soziokultur und der Kulturläden Nürnbergs. Das Kunst- und Kulturprogramm wird in Zusammenarbeit mit wichtigen internationalen Partnern umgesetzt werden und stützt sich auf die besonderen Eigenschaften und Aspekte, die unsere Stadt ausmachen.

EMBRACING HUMANITY
MENSCHLICHKEIT
ALS MASS

Wir alle sind untrennbar mit der Geschichte verwoben. Dies gilt insbesondere für Nürnberg, das für die nationalsozialistische Diktatur und deren Verbrechen eine so prominente Rolle gespielt hat und so zentral war für die Aufarbeitung dieses schrecklichen Erbes, dem wir Deutsche uns stellen mussten und müssen. Erstens war Nürnberg 1927, 1929 und zwischen 1933 und 1938 die Stadt der Reichsparteitage der NSDAP, die hier mit Aufmärschen und Paraden ihre Ideologie „feierte“ . Zweitens wurden hier im Rahmen des Reichsparteitags im Jahre 1935 die sog. Nürnberger Gesetze verabschiedet, mit denen die Nazis ihre rassistische Ideologie zu legitimieren suchten und die man gemeinhin als die „Nürnberger Rassegesetze“ bezeichnet. Und drittens wurde hier die Suche nach Gerechtigkeit mit dem Nürnberger Prozess gegen die Hauptkriegsverbrecher und den Nürnberger Nachfolgeprozessen zwischen 1945 und 1949 initiiert.

TAB 04

STRUKTUR DES KÜNSTLERISCHEN PROGRAMMS

EMBRACING HUMANITY MENSCHLICHKEIT ALS MASS		EXPLORING REALITY WELT ALS AUFGABE		EVOLVING COMMUNITY MITEINANDER ALS ZIEL	
NEUE KREATIVE RÄUME	Projekte	NEUE KREATIVE RÄUME	Projekte	NEUE KREATIVE RÄUME	Projekte
Kongresshalle	z.B. “Totalitarismus und die Kunst des 21. Jahrhunderts”	Haus des Spielens	z.B. “Nürnberger Bits”	Kulturläden	z.B. „Stadtgesellschaft und gemeinschaftliches Miteinander“
Dokumentationszentrum Reichsparteitagsgelände	Verschiedene andere Projekte	Museum Industriekultur	Verschiedene andere Projekte		Verschiedene andere Projekte
Zeppelintribüne und Zeppelinfeld					

Zugrundeliegende Prinzipien und Themen:
Partizipation
Whose History?
Teilhabe- und Chancengerechtigkeit
Offenheit und Transkulturalität
Nachhaltige Stadtentwicklung

Ob es uns gefällt oder nicht, wir haben keine Zukunft, wenn wir uns nicht adäquat mit unserer Vergangenheit auseinandersetzen. Das PAST FORWARD-Projekt bietet Kunst und Kultur einen Rahmen, in dem neue Freiräume geschaffen und geprägt werden können. Aus heutiger Perspektive, insbesondere mittels der Kunst und Kultur, wird das Kulturhauptstadt-Programm sein Hauptaugenmerk auf die Spannungen legen, die zwischen dem Nationalsozialismus bzw. dem Totalitarismus im Allgemeinen auf der einen Seite und den Menschenrechten auf der anderen Seite entstehen – das Spannungsfeld im Herzen der geschichtlichen Entwicklung Nürnbergs.

NEUE KREATIVE RÄUME

Physisch präsent ist die Zeit des Nationalsozialismus wie in einem Brennglas auf dem ehemaligen Reichsparteitagsgelände. Solche architektonischen Hinterlassenschaften der nationalsozialistischen Diktatur erfordern ein tieferes Eintauchen in unsere Vergangenheit, umso mehr in unserer heutigen Zeit, in der neue Formen des Nationalismus, Rassismus, Antisemitismus und der Islamophobie erstarken.

Das Dokumentationszentrum Reichsparteitagsgelände – ein Zentrum der Wissensvermittlung, in dem über die nationalsozialistische Gewaltherrschaft und die Geschichte der Reichsparteitage in einer Dauerausstellung und Wechselausstellungen informiert wird – soll räumlich erweitert und die Dauerausstellung neu konzipiert werden.

Auch für die Zeppelintribüne und das Zeppelinfeld – Schauplatz der Reichsparteitage, der einzig in der NS-Zeit fertiggestellt und genutzt wurde und heute noch erhalten ist – gibt es Pläne. Ab 2023 soll das Reichsparteitagsgelände als Gesamtes der Öffentlichkeit als Versammlungsort und Bildungsstätte zugänglich gemacht werden.

Ein weiteres Projekt in der Planung ist die Kongresshalle – ein nie vollendetes Gebäude auf dem ehemaligen Reichsparteitagsgelände. Dieser nie vollendete Torso soll zu einem Ort der Innovation und Kreativität, an dem sich neue Perspektiven öffnen, entwickelt werden. Aufgrund der schieren Größe und des Zustandes der Bausubstanz kann diese Projekt jedoch nur in ausgewählten Bereichen realisiert werden. Entscheidend ist die Idee, einen Ort zu schaffen, der als Hintergrund für die Produktion und Präsentation von Kunst und Kultur in ihrer gesamten Bandbreite relevanter Themen dienen kann – einen Ort, der Künstler*innen und Kreativen aus allen Bereichen als Rahmen für ihr kreatives Schaffen gewidmet ist.

EXPLORING REALITY
WELT ALS AUFGABE

Seit Jahrhunderten ist Nürnberg eine Stadt der Visionär*innen, Forscher*innen, Künstler*innen und Meister*innen mit engen Verbindungen in ganz Europa und der Welt. Martin Behaims Globus (1492/93), Albrecht Dürers Sternenkarten (1515) und auch das in Nürnberg gedruckte Hauptwerk von Nikolaus Kopernikus „De revolutionibus orbium coelestium“ (1543) sind Zeitzeugen der Signifikanz der Stadt in der Vermessung der frühneuzeitlichen Welt. Heute steht Nürnberg im Zentrum ebenso intensiver Prozesse: die Neuvermessung des Menschen und der Welt im 21. Jahrhundert.

Die Arbeitswelt ist im Wandel begriffen: Zu Beginn des Millenniums erlebte Nürnberg den Niedergang wichtiger Unternehmen wie Grundig, Quelle und AEG – ein Schock, von dem sich die Stadt bis heute nicht ganz erholt hat. Der Strukturwandel wird im Zeitalter der Automatisierung, Digitalisierung und der Künstlichen Intelligenz noch drastischere Formen annehmen. Möglicherweise steht die Gesellschaft als Ganzes vor einem fundamentalen technologischen und kulturellen Umbruch. Woraus wird der Mensch mithilfe und mittels der Kunst und Kultur Sinn und Bedeutung ziehen in einer zunehmend von Technologie und Daten geprägten Welt? Bewegen wir uns auf eine Ära zu, in der die Datenautobahnen die ganze Welt bis in ihre abgelegensten Winkel umspannen und Roboter unsere Arbeiten übernehmen? Wird der Mensch überflüssig? Oder wird uns die Zukunft zum ersten Mal in unserer Geschichte neue Freiräume für ein sinnerfülltes, selbstbestimmtes Leben eröffnen? Jetzt, zu Be-

Raimund Hoghe: “Si je meurs laissez le balcon ouvert”, 2010 © Rosa Frank

ginn des 21. Jahrhunderts, ist es an der Zeit, Bilanz zu ziehen darüber, was menschliche Kultur bedeutet und was uns als Menschen ausmacht. In diesem neuen Bewusstsein werden wir lernen, unsere Zukunft aktiv zu gestalten, und wir werden Einblicke erhalten in die Rolle von Arbeit und Spiel im Rahmen dieser neuen Realität. Als Stadt der Arbeit, der Humanisten und des Handwerks im Herzen einer Region mit globalen Spielwarenherstellern und kreativen Unternehmern ist Nürnberg genau der richtige Ort für diese zugegebenermaßen großen Fragen der Menschheit, und das Kulturhauptstadtjahr ist der perfekte Anlass, sich mit ihnen auseinanderzusetzen.

NEUE KREATIVE RÄUME

Das Museum Industriekultur wird 2025 neue Geschichten erzählen und dabei Bezüge zur Gegenwart herstellen. Arbeit macht unsere Welt aus, und die Transformation der Arbeitswelt wird unsere Zukunft prägen. Die gesellschaftlichen und kulturellen Auswirkungen der Industrialisierung und der Transformation der Arbeitswelt sollen hier unter modernen Gesichtspunkten neu geschildert werden, das Museum und sein Gelände zu einem Ort der Begegnung und der Kultur verwandelt werden. Das Museum für Industriekultur ist ein Ort, an dem Geschichten über ganz gewöhnliche Menschen erzählt werden, Geschichten darüber, wie wir zu dem geworden sind, was wir heute sind: Es erzählt die Geschichte Nürnbergs als „Wissensgesellschaft“, der Arbeit als Quelle unserer Identität, der Arbeiterbewegung und Arbeiterkultur in Nürnberg, der Urbanisierung, der Verkehrs- und Handelswege, der Lieferketten, des Booms in Nürnberg nach dem Zweiten Weltkrieg, und vom Trauma des Strukturwandels. Fluchtpunkt dieser Geschichten werden die Arbeitsformen der Zukunft in einer (postindustriellen) Gesellschaft sein, und die Fragen, was künftig Automatisierung, Roboting und Digitalisierung mit und aus uns machen.

Nürnberg birgt einen großen Schatz, ist quasi das „Gedächtnis der Spielwarenindustrie“ – abertausende Brett- und Kartenspiele, zu denen jedes Jahr etwa tausend neue Spiele hinzukommen. Ort der Sammlung ist das Pellerhaus, ein geschichtsträchtiger Bau, der lange Zeit Ikone einer europaweit agierenden Kultur- und Handelsstadt der Renaissance war, zerstört und wiederaufgebaut, um jetzt das Deutsche Spielearchiv zu beherbergen. Hier treffen sich Schafkopf- und Bridgerunden genauso wie Cosplay-Fans, Brettspielfreunde und Pen and Paper-Gruppen, um miteinander zu spielen. Aber das ist noch nicht alles. Das Haus des Spielens hat noch mehr zu bieten. Hier können Spiele Spaß machen und gefeiert werden und Besucher*innen können einander zu einer Spielrunde herausfordern. Aber wie definieren wir „Spiel“ und „Spielen“ im 21. Jahrhundert? Geht es im 21. Jahrhundert beim Spielen vielleicht um Spielkompetenzen, die wir brauchen, um flexibel auf die neuen Herausforderungen der digitalen Transformation mit Neugierde und Selbstbewusstsein reagieren zu können? Wozu muss eine Stadt, die weiterhin auf dem „Throne of Games“ bleiben möchte, zukünftig in der Lage sein? Bis zum Jahr 2025 wird umgebaut, experimentiert, geprobt: Das Pellerhaus wird zum internationalen Zentrum des Spiels und des Spielens; ein Ort, an dem alle Facetten des Kulturguts Spiel begleitet, unterstützt, vernetzt und gefördert werden - um sicherzustellen, dass unsere Spielkultur zukunftsfähig ist. Bereits jetzt werden im Pellerhaus umfassend neue digitale Spielformate getestet und teilt sein Archiv mit Wissenschaftlern, die im Gegenzug ihre Erkenntnisse zur Verfügung stellen, um im spielfremden Kontext sowie in der Spieleentwicklung innovative Gamificationstrategien auszuarbeiten. Das Haus des Spielens soll als GamesLab dienen – für die neue Universität, die florierende Spielzeugindustrie der EMN sowie für internationale Spieleentwickler. Es soll ein „Zauberzirkel“ des Spiels (Huizinga) sein: Ein geschützter Raum, in dem andere Regeln gelten; ein Raum, in dem mit Stadtentwicklung, neuer Technologie und virtuellen Realitäten experimentiert wird. Ein Ort der Kultur und des Zeitvertreibs. Ein Ort der Würfel und Joysticks, der Konferenzen und Hackathons und des entspannten Schachspiels bei einer Tasse Tee oder Kaffee. Kurz gesagt: Nürnberg, die Europäische Spielhauptstadt.

EVOLVING COMMUNITY MITEINANDER ALS ZIEL

Viele europäische Städte kämpfen mit großen Herausforderungen, seien es gesellschaftliche Brüche und Konflikte, Isolation, Ungleichheit und Ungerechtigkeit, Populismus und Rechtsextremismus. Hassrede im Netz und Gewalt in der Wirklichkeit untergraben unsere Fähigkeit zu einem (friedlichen) Miteinander. Nürnberg bleibt von dieser Abwärtsspirale nicht verschont. Die drei vom NSU zwischen 2001 und 2005 verübten Morde machen dies deutlich, genau wie der von Neonazis im Frühjahr 2019 veranstaltete Aufmarsch auf dem ehemaligen Reichsparteitagsgelände, der in den sozialen Netzwerken propagiert und über den weltweit in den Nachrichtenmedien berichtet wurde. Und dann wäre da noch die unbeschwerte Selbstverständlichkeit, mit der Menschen jeden Alters aus aller Welt sich tagtäglich beim Hitlergruß auf der Zeppelintribüne fürs Fotoalbum und zum Posten ablichten lassen.

Oberflächlich betrachtet erscheint Nürnberg als eine Stadt, in der die Menschen friedlich Seite an Seite leben, sei es in der bürgerlichen Mitte oder in den Randgruppen der Gesellschaft, frei von Ängsten, Wut oder den alltäglich gewordenen Manifestationen der Gewalt. Aber vielleicht haben die Menschen den Ernst der Lage noch nicht wirklich erfasst, sind sich der krassen Unterschiede zwischen den Lebenswelten, der Chancenungleichheit und des Gefahrenpotenzials nicht bewusst? Nürnberg ist eine vorausdenkende Stadt, die sowohl im gesellschaftlichen als auch im kulturellen Bereich vorbeugen möchte.

NEUE KREATIVE RÄUME

Nürnbergs Kulturläden haben sich in den vergangenen Jahren unterschiedlich entwickelt. Der Südpunkt und Auf AEG haben neue Wege beschritten, um neue Ermöglichungsräume in ihrem jeweiligen Stadtteil zu eröffnen, andere haben sich auf die Präsentation besonderer Kunstformen spezialisiert. Das Projekt „#LNGWSSR“ z.B. beschäftigt sich derzeit mit Potenzialen der Entwicklung des Gemeinschaftshauses Langwasser. Zwischen 2018 und Dezember 2022 wird im Rahmen des bundesweiten Projektes „Utopolis – Soziokultur im Quartier“ erörtert, wie sich das Programm eines Kulturladens neu entwickeln und mittels Kunst und Kultur gemeinsam mit den Bewohnern vor Ort die Lebensqualität im Stadtteil verbessert werden kann. Ziel dieses Projekts ist, den Bewohner*innen, die bislang wenig mit Kunst und Kultur in Berührung gekommen sind zu ermöglichen, aktiv an der Gestaltung ihres Stadtteils und ihres unmittelbaren Umfeldes mitzuwirken. Ein breites kulturelles Angebot soll hierbei Möglichkeiten der Partizipation bieten. Um dies zu ermöglichen, werden wir uns mit Initiativen und Institutionen vor Ort vernetzen – mit dem Quartiersmanagement, sozialen Vereinen, Verwaltung oder Wirtschaft.

Die neuen Orte der Soziokultur bzw. des Miteinanders können aber genauso gut ephemere Orte sein. Lässt sich ein Ort der öffentlichen Diskussion schaffen – eine Art Versammlungsort oder Agora –, wo die diversen Communities der Stadtgesellschaft über ihre Gemeinsamkeiten und Unterschiede sprechen können, wo ein Gleichgewicht zwischen Repräsentation und Partizipation gefunden werden kann – ein Labor für Demokratie?

Neben den wichtigen Strukturprojekten umfasst die Nürnberger Bewerbung auch eine Reihe von Themen, die sich leitmotivisch durch das Kulturhauptstadtjahr ziehen sollen und die Strategie hinter unserer Bewerbung reflektieren: „Partizipation“, „Whose History“, „Teilhabe- und Chancengerechtigkeit“, „Transkulturalität“ und „nachhaltige Stadtentwicklung“. TAB. 04

PARTIZIPATION

Seit Urzeiten sind Musik und die Kunst des Erzählens untrennbar miteinander verbunden – eine Form des menschlichen Ausdrucks, die Kulturen prägt, Grenzen zieht und sich über sie hinwegsetzt, die Welt und die Menschheit immer wieder neu definiert. Lieder spiegeln unsere Welt wider, die innere wie die äußere. Lieder stiften Identität und bringen Wandel auf der ganzen Welt. Lieder sagen uns, wie wir uns fühlen und was wir denken, was wir wissen und uns wünschen, wer wir sind oder sein wollen. Lieder hinterlassen ihre Spuren auf Kulturen und schaffen Identitäten, sie bringen Menschen zusammen, und manchmal grenzen sie „die Anderen“ aus. Diese Netzwerke zeichnen musikalische Karten und Kartografien. Sie sind musikalische Zeugen von kultureller Entwicklung und Migrationsbewegungen.

SONGLINES

SONGLINES entwickelt seit dem Sommer 2019 eine performative, auditive und digitale transkulturelle Kartografie des Songs für das PAST FORWARD-Projekt. SONGLINES – ein Projekt unter der Leitung von Beate Schüler – bezieht die Menschen Nürnbergs in einen kreativen Prozess mit ein, der sich um Migration und Reisen sowohl im künstlerischen als auch im alltäglichen Kontext dreht: Durch Lieder soll Nürnberg, die Stadt der Meistersinger, in einen dynamischen Raum aus Musik und Bewegung verwandelt werden. SONGLINES soll den Klangraum Europa zugänglich machen. Gemeinsam mit den internationalen Communities wollen wir die Vielfalt und die Gemeinsamkeiten unseres kulturellen Erbes hören, fühlen und tanzen.

„Das europäische Amt für Rituale: Frieden“. Ein deutsch-ukrainisch-russisches Performance-Projekt, 2019 © Nico Degenkolb

WHOSE HISTORY?

Bislang ist der „Female Shift“, der in den gesellschaftlichen Strukturen deutlich Gestalt annimmt, in den Erzählungen über Nürnberg kaum zu finden. Unsere Geschichten werden immer noch von weißen Männern dominiert. Wie kommen wir von HIStory zu HERstory?

Frauen / Freiluft / Museum

Hier kommt die Historikerin Nadja Bennewitz ins Spiel, unter deren Leitung ein Projekt mit dem Titel “Frauen / Freiluft / Museum” entsteht. Schließlich ist die Vergangenheit nicht vergangen, sie ist überall zu spüren. Sie springt uns aus den Ruinen an, schwebt über unseren Köpfen, ihr Arm reicht in Form von historischen Stätten bis in die Gegenwart hinein; sie taucht in Kontroversen und erinnerungspolitischen Debatten über Straßennamen, Gedenk- oder Täterorte auf. Wir verstehen dies als Chance und verwandeln Nürnberg in ein Freiluftmuseum, das frauen- und geschlechtergeschichtliche Perspektiven aufzeigt. Bei der Begehung dieses Museums werden die Geschichte der Frauen, ihre Handlungsspielräume und geschlechtsspezifische Zuschreibungen zum Leben erweckt und historische Räume erhalten einen neuen Beiklang.

Unsere aktuelle Herangehensweise an die Geschichte und die Geschlechter wird in Frage gestellt; die Machtverhältnisse und die Entscheidungshoheit darüber, was als historisch bedeutsam zu gelten hat, werden neu diskutiert. Historische Stätten, immobile Sachquellen, Denkmäler und Mahnmale dienen als Exponate für die Rekonstruktion der Vergangenheit und werden als Ausdruck geschichtspolitischer Auseinandersetzung gelesen. Als Kontrastprogramm dazu werden Installationen, Inszenierungen, animierte Infotafeln und digitale Medien eine emotionale Brücke zu den Besuchern herstellen.

TEILHABE UND CHANCENGLEICHHEIT

Die UN-Behindertenrechtskonvention thematisiert die Frage nach den Chancen für Künstler*innen mit geistiger oder körperlicher Beeinträchtigung. Artikel 30 Absatz 2 der Behindertenrechtskonvention etabliert das Recht auf Teilhabe am kulturellen Leben – Menschen mit Behinderung sollen ihr kreatives, künstlerisches und intellektuelles Potenzial voll entfalten und nutzen können. In Nürnberg wird bereits viel dafür getan; verschiedene Gruppen haben schon wichtige Meilensteine in diesem Bereich gesetzt: die Theatergruppe „Dreamteam“ z.B. und die Künstlergruppe „Chroma ormada“, der Kunstraum der Lebenshilfe für bildende Künstler*innen mit geistiger Beeinträchtigung und die Akademie Faber-Castell.

Arts Beyond Borders

In 2025 soll noch ein Gang zugelegt werden, um diese Aktivitäten in der Öffentlichkeit sichtbarer zu machen: Das internationale Projekt “Arts beyond borders” soll die gesamte Bandbreite künstlerischer Kreativität unter Beteiligung von Künstler*innen mit und ohne Beeinträchtigung zeigen. Damit werden europäische Projekte wie das Theater Hora und Jérôme Bel, die Theatertruppe „Meine Damen und Herren“, Gerda König und ihre „mixed-abled“ Kompanie oder auch Raimund Hoghe oder Claire Cunningham einer breiteren Öffentlichkeit vorgestellt. Auch die Arbeiten der Nürnberger Künstlerin Eva Brenner oder der Gruppe Bridging Arts Nürnberg, die mit dem Format der Community-Oper, bei dem Menschen mit Beeinträchtigung als künstlerische Gestalter mitwirken, sollen in den Blick gerückt werden.

OFFENHEIT UND TRANSKULTURALITÄT

Kulturen sind keine streng voneinander getrennten Einheiten, die unabhängig voneinander existieren und sich gegenseitig abstoßen. Vielmehr sind Kulturen hybride, heterogene, dynamische Konzepte. Sie erwachsen und entwickeln sich aus dem stetigen Austausch über alle Grenzen hinweg. Während Migrationsbewegungen und wachsender globaler Handel schon immer zum Wandel der Kulturen beigetragen haben, und das insbesondere in Nürnberg, intensiviert der heutige Globalisierungsprozess den zeitlichen und geographischen kulturellen Erfahrungshorizont. Sowohl für den Einzelnen als auch für die Gesellschaft als Ganzes bedeutet dies einen Wandel hin zur Transkulturalität (Wolfgang Welsch), bei der die eigene Kultur und fremde Elemente gleichermaßen wichtig für die Herausbildung der eigenen Identität sind. Was bedeutet dies für eine Stadt wie Nürnberg? Unsere superdiversen Communities haben sich zu einem dichten Netzwerk von mehr als 30 Gruppen und Vereinen zusammengeschlossen, um Veranstaltungen wie z.B. die Afrikatage zu organisieren, um die freien Theater- und Künstlerszenen in Nürnberg zu vernetzen, vor allem mit Blick nach Osteuropa (z.B. der Verein „ArtiSchocken, Raum für Theater, Musik und Ideen“), oder um sich im offenen Netzwerk Global Art Nürnberg mit Akteur*innen aus unterschiedlichsten Communities auszutauschen und mit ihnen zusammen zu arbeiten. Jedoch ist die transkulturelle Realität in Nürnberg bislang nicht ausreichend sichtbar, unsichtbare Mauern trennen nach wie vor die verschiedenen kulturellen Praxen und Orte der Hochkultur. PAST FORWARD soll sie durchlässiger machen, soll die Transkulturalität zugänglicher werden lassen.

Transkulturelles Festival

Das biennale Global Art Festival, das von 2019 bis 2025 stattfinden wird, soll hierbei helfen. Das Bardentreffen, das 2025 seinen 50. Geburtstag feiert und das zeitgleich mit dem größten Musikfestival der Welt Womex (World Music Expo) stattfindet, wird ebenfalls einen wichtigen Beitrag dazu leisten, diese unsichtbaren Mauern einzureißen.

NACHHALTIGE STADTENTWICKLUNG

Den kulturellen Sektor als entscheidenden Motor für nachhaltige Stadtentwicklung zu stärken, ist ein wichtiges Ziel der Kulturstrategie und des PAST FORWARD-Projekts. In diesem Zusammenhang wird Urban Lab – eine lokale Initiative – ein wichtiger Partner sein.

QU1 – Amt für Ideen

Das Urban Lab widmet sich der Erprobung von Commoning-Formaten in der Stadt. Des Weiteren unterstützt es eine Reihe weiterer Initiativen in Nürnberg. In den kommenden Jahren wird Urban Lab als Teil des von der Bundesregierung initiierten Programms „Stadt gemeinsam gestalten – Neue Modelle der Quartiersentwicklung“ ein Projekt mit Fokus auf der U-Bahnlinie U1 starten. Die U-Bahn wird zum Kommunikationsraum und Ort der partizipativen Stadtgestaltung. Das Projekt geht aber noch über die U-Bahnlinie und die zwölf ausgewählten Haltestellen hinaus und umfasst auch die die Stationen umgebenden fiktiven Quartiere. Urban Lab wird einen Projektinkubator für gemeinwohlorientierte Ideen eröffnen, in dem Einzelpersonen und Gruppen sich dafür qualifizieren können, ihre Ideen in Zusammenarbeit mit relevanten Akteuren zur Umsetzung zu bringen – das Amt für Ideen. Es werden Coworking-Spaces geschaffen und eine „Raumteiler“-App zur Sichtbarmachung kultureller Ermöglichungsräume; Diskurse und Vorträge zur Neukonzeption der Kulturförderung, und ein kostenloses Stadtteilblatt – nachhaltige Stadtentwicklung und Kulturarbeit, Umgestaltung urbanen Lebens und Kommunikation.

2.2 Geben Sie einen allgemeinen Überblick über die Struktur Ihres Kulturprogramms, einschließlich des Umfangs und der Vielfalt der Aktivitäten/ Hauptveranstaltungen, die das Jahr kennzeichnen werden.

EMBRACING HUMANITY
MENSCHLICHKEIT ALS MASS

Totalitarismus und Kunst im 21. Jahrhundert

Die Auseinandersetzung mit dem ehemaligen Reichsparteitagsgelände aus künstlerischer Perspektive stellt einen wichtigen Pfeiler unseres Programms dar. Renommierte internationale Künstler*innen werden mit lokalen Künstler*innen zusammenkommen zu einem Diskurs über Vergangenheit und Zukunft, Kunst und Kultur, Politik und Ästhetik. Wir laden für 2025 den aus Singapur stammenden Theaterregisseur und Festivalorganisator Ong Keng Sen als Kurator nach Nürnberg ein. Nationalismus und Post-Kolonialismus in der Vergangenheit und der Gegenwart sind weitere wichtige Themen für den Diskurs mit führenden Intellektuellen und Künstler*innen aus Afrika und Asien. Außerdem werden wir eng mit Anne Imhof zusammenarbeiten, die spätestens seit der Verleihung des Goldenen Löwen 2017 für die Gestaltung des Deutschen Pavillons bei der Biennale di Venezia zu den wichtigen deutschen Künstler*innen der Gegenwart zählt. Es ist ein interdisziplinärer, performativer Ansatz zur kritischen Auseinandersetzung mit der spezifischen Aura der Architektur des Nationalsozialismus geplant. Kuratorin Marietta Piekenbrock arbeitet an einem Konzept zur Verknüpfung neuer künstlerischer Formate für die Erinnerungskultur mit erfahrbaren Modellräumen.

Daneben sollen Vertreter aller künstlerischen Disziplinen schon ab 2019 nach Nürnberg zur Teilnahme an unserem mehrmonatigen Artist in Residence-Programm eingeladen werden. Den Auftakt macht der ukrainische Schriftsteller Serhij Zhadan aus unserer Partnerstadt Charkiw, der mit seinen eigenen Erfahrungen unter einer Diktatur auf Nürnberg blickt. Danach folgt der ägyptische Künstler und Architekt Samir El Kordy. Im kommenden Jahr wollen wir den Autor Gunter Geltinger nach Nürnberg einladen. Ferner wollen wir 2020 unser Artist in residence-Programm inhaltlich auch mit den Ereignissen des 8. Mai 1945 verknüpfen und damit die Feierlichkeiten anlässlich des 80. Jahrestags der Befreiung Europas und der Welt von der Naziherrschaft für das Jahr 2025 vorbereiten.

Unser Fokus auf Totalitarismus und Menschenrechte soll auch auf die gesamte Region angewendet werden. Zunächst werden wir mit der KZ-Gedenkstätte Flossenbürg als Bestandteil unseres Artist in Residence-Programms zusammenarbeiten. Ziel ist es, ein Programm gemeinsam mit der Martin Roth Initiative zu entwerfen, die im eigenen Land verfolgten Künstler*innen eine Bleibe und Arbeitsmöglichkeiten bietet. Ferner soll eine Zusammenarbeit mit dem Deutsch-Deutschen Museum in Mödlareuth entstehen. Es leistet wichtige Aufklärungs- und Erinnerungsarbeit über die Jahre zwischen 1961 und 1989, wo mehrere Tausend Menschen an den Grenzen zwischen Ost und West zu Tode kamen. Die Jahre der Teilung haben die Region um Nürnberg massiv geprägt und hallen bis heute nach.

Kapitel 3.1

Das Gesicht des Totalitarismus

2025 werden verschiedene Ausstellungen, Konzerte und Interventionen Bedingungen und Wirkungsmechanismen der Ästhetik des Totalitarismus in Vergangenheit und Gegenwart thematisieren. Das Programm wird von einer kritischen Retrospektive zum Werk von Leni Riefenstahl bis hin zu einem Labor zum Thema Totalitarismus reichen. In Zusammenarbeit mit der Firma Hüttinger soll ein offener, vielseitiger und politischer Raum für Experimente und Erfahrungen geschaffen werden, der die Besucher einlädt, die zutiefst menschlichen Wesenszüge, die oftmals Grundlage für die zutiefst unmenschlichen Machenschaften diktatorischer Systeme bilden, zu erforschen.

Julius Streicher war ab 1925 Gauleiter der NSDAP für die Region. In Nürnberg gab er zwischen 1923 und Februar 1945 die antisemitische Propagandaschrift „Der Stürmer“ heraus. „Der Stürmer“ diente u.a. der Denunziation. Aus dem ganzen Deutschen Reich gingen in Nürnberg Leserbriefe mit Fotografien von Personen ein, die denunziert werden sollten. In einer eigens hierfür eingerichteten Rubrik mit dem Titel „Pranger“ wurden sie dann veröffentlicht. Jene, die hier namentlich und mit Foto an den Pranger gestellt wurden, waren der öffentlichen Hetze und der Verfolgung durch den nationalsozialistischen Staatsapparat ausgeliefert. Die Künstlerin Christine Meissner wird sich in einem künstlerischen Forschungsprojekt mit diesem Phänomen auseinandersetzen. Sie wird das Stürmer-Archiv auswerten und auf dieser Grundlage die Installation Unschärfe im Möglichen schaffen, in der sie ein Geflecht aus Neid, Ungerechtigkeit und Rassismus zeigt. Heutzutage bietet die moderne Technologie neue Formen der Denunziation, denen wir uns entschieden entgegenstellen müssen. Welche Macht besitzen Bilder? Wie funktionieren die Massenmedien? Wer generiert Fake News und zu welchem Zweck? Angesichts der Macht und Allgegenwart der sozialen Medien und der Art und Weise, wie sie als Instrument für politische Kampagnen genutzt werden, sind dies brennende Fragen.

Die Musik ist eine weitere Kunstform, die seit jeher zur Inszenierung von Macht und Totalitarismus benutzt wurde. Sie diente der Inszenierung religiöser und politischer Repräsentation, war aber gleichzeitig auch immer ein Instrument des politischen Widerstands und der Kritik. Daran hat sich bis heute nichts geändert. PAST FORWARD möchte diese Phänomene genauer beleuchten. Luigi Nono wird mit seinem Werk „Intolleranza 1960“, das aktueller kaum sein könnte, die Inspiration liefern: einer Bühnenperformance, die die brutale Realität der Intoleranz und Gewalt gegen Flüchtlinge zeigt. Geschrieben wurde das Werk 1961 und es wird nun in Nürnberg zum ersten Mal gezeigt. Auch andere Komponisten wie Dimitri Schostakowitsch oder Alfred Schnittke sollen ins Blickfeld gerückt werden, sowie jene, die sich bereitwillig den Diktatoren angebiedert haben. Natürlich kann die Frage, wie Musik mit Macht und Totalitarismus zusammenhängt, nicht einfach auf den Bereich der klassischen Musik begrenzt werden. Zeitgenössische Richtungen wie Rock, Pop und Punkmusik bieten gänzlich neue künstlerische Blickwinkel. Bands wie Laibach und Rammstein nehmen Positionen ein, die in extrem provokanter Weise mit den Mechanismen des Totalitarismus arbeiten. Ein besonderes Augenmerk soll in diesem Teil unseres Programms auf die junge afrikanische Musikszene gelegt werden. Rapper wie Bobi Wine aus Uganda oder Matador aus Senegal sprechen sich häufig in ihren Texten gegen das Regime aus und riskieren damit viel als Sprachrohr der jüngeren Generationen. Dieser durchaus wirkmächtigen Analyse gesellschaftlicher und sozialer Machtstrukturen wird Nürnberg in einer Veranstaltungsreihe Gehör verschaffen.

Die Kultur der Gerechtigkeit

Die aktuellen politischen Entwicklungen in Europa und der Welt sind durch die teils subtile Unterwanderung bzw. zum Teil auch offene Missachtung der Menschenrechte gekennzeichnet. Wir leben in einem Zeitalter antidemokratischer und isolationistischer Strömungen. Diktaturen sind auf dem Vormarsch. Angesichts dieser Entwicklungen ist es uns ein besonderes Anliegen, die Menschenrechte als drängendes Thema in den Vordergrund unserer Bewerbung zu stellen.

Das Memorium Nürnberger Prozesse wird bis 2025 neu konzipiert: Der Gerichtssaal 600, in dem der Hauptkriegsverbrecherprozess und die Nachfolgeprozesse nach dem Zweiten Weltkrieg stattfanden, soll im Zuge dessen baulich erweitert und einer musealen Nutzung zugeführt werden. Die Dauerausstellung soll ebenfalls erweitert und neu konzipiert werden. Die neue Ausstellung wird zeigen, wie die Nürnberger Prozesse als Modell für vergleichbare internationale Strafprozesse im 20. und 21. Jahrhundert dienten. Das Memorium wird hiermit – ausgehend vom historischen Ereignis der Nürnberger Prozesse – universelle Fragen zur Bedeutung von Rechtsnormen und der Rechtsstaatlichkeit als Grundlage einer Gesellschaft thematisieren und den Besucher zur Auseinandersetzung mit dem eigenen Verständnis von Gerechtigkeit anregen. Während im historischen Justizpalast mit klassischen Museumsformaten die politische, gesellschaftliche und juristische Geschichte der Nürnberger Prozesse und ihrer Folgen erzählt wird, sollen auf dem Vorplatz neue Herangehensweisen und Inhalte erprobt werden.

© Daniel Karmann (picture-alliance / dpa)

1950 hat die Internationale Völkergemeinschaft mit den Nürnberger Prinzipien zum ersten Mal das Ziel formuliert, Völkerrechtsverbrechen nicht ungestraft zu lassen. Die 2014 gegründete Internationale Akademie Nürnberger Prinzipien hat den Auftrag, dieses Erbe der Nürnberger Prinzipien zu bewahren und darauf aufzubauen. Sie unterstützt die Durchsetzung internationalen Strafrechts durch Bildung und gezielte Trainingsmaßnahmen. 2025 jährt sich das Ende des Zweiten Weltkriegs zum 80. Mal. Wir planen hierfür ein umfassendes Kooperationsprojekt zwischen der Internationalen Akademie Nürnberger Prinzipien, dem Internationalen Strafgerichtshof in Den Haag, dem Europäischen Gerichtshof in Luxemburg, dem Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte in Straßburg und dem Centre for Human Rights Erlangen-Nürnberg. Neben einem internationalen Symposium wird es eine Sonderausgabe des Internationalen Menschenrechtsfilmfestivals geben.

Kinderrechte – Kulturhauptstadt der Kinder

Unser PAST FORWARD-Programm rückt die UN-Kinderrechtskonvention (OHCHR) in den Fokus. Gemäß Artikel 12 haben Kinder das Recht, in Belangen, die sie betreffen, gehört zu werden. Eine 2019 von der Bertelsmann-Stiftung veröffentlichte Studie zeigt, dass dies längst nicht immer der Fall ist. Von den befragten Schulkindern stimmte lediglich die Hälfte der Aussage sehr oder voll zu, in der Schule ein Mitspracherecht zu haben. Mit zunehmendem Alter finden zudem immer weniger Schüler*innen, dass ihre Anliegen ernst genommen werden. 2025 werden in Nürnberg Kinder und Jugendliche aus aller Welt zusammenkommen, um Gerechtigkeit gegenüber der Umwelt, gegenüber den Tieren und den Pflanzen, den Armen, den Flüchtlingen, gegenüber den Ungleichheiten auf der Welt zu diskutieren. Ein “Weltgerichtshof der Kinder”, Idee des Künstlers Johannes Volkmann, wird als Plattform für die Diskussionen zu diesen brennenden Themen dienen. Gemeinsam mit den Kinder- und Jugendtheatern in unserer Stadt (Theater Mummpitz, Theater Pfütze und Theater Salz und Pfeffer) ist für 2022 ein „Artistic Gathering“ mit Unterstützung von ASSITEJ geplant, und für 2025 ein Großprojekt unter dem Titel „Kinder- und Jugendtheater der Welt“. Zu guter Letzt organisieren 2025 die bedeutenden Akteure der Kinder- und Jugendkultur eine „Kulturhauptstadt der Kinder“ – ausgehend von dem dichten Netzwerk von Kinder- und Jugendhäusern und zahlreichen erprobten Beteiligungsformaten. Ziel ist die aktive Beteiligung von Kindern und Jugendlichen aus allen gesellschaftlichen Gruppierungen an Entscheidungsprozessen – nicht weniger als das ist notwendig für eine gelingende Zukunftsgestaltung. Wir wollen die bereits vorhandenen Beteiligungsformate wie die Kinderkommission, die Kinderversammlungen, das Jugendpartizipationsprojekt „laut!“ u.v.m. überprüfen und entwickeln. Gemeinsam mit dem Kreisjugendring planen wir für 2025 ein Europäisches bzw. internationales Jugendcamp „Youth United“. Außerdem steht die Einladung von Kinderensembles unter dem Motto „KinderKulturKarawanen“ sowie ein besonderes Programm mit dem Titel „Nürnberg spielt!“ auf dem Plan. Begleitet werden soll die „Kulturhauptstadt der Kinder“ ab 2020 vom UNESCO Lehrstuhl für Kulturelle Bildung der Friedrich-Alexander-Universität, der sich vor allem mit dem Thema Digitalisierung in der kulturellen Bildung beschäftigt.

Johanna Pichlbauer: Hausheilige … Emojis, 2019 © Johanna Pichlbauer

EXPLORING REALITY
WELT ALS AUFGABE

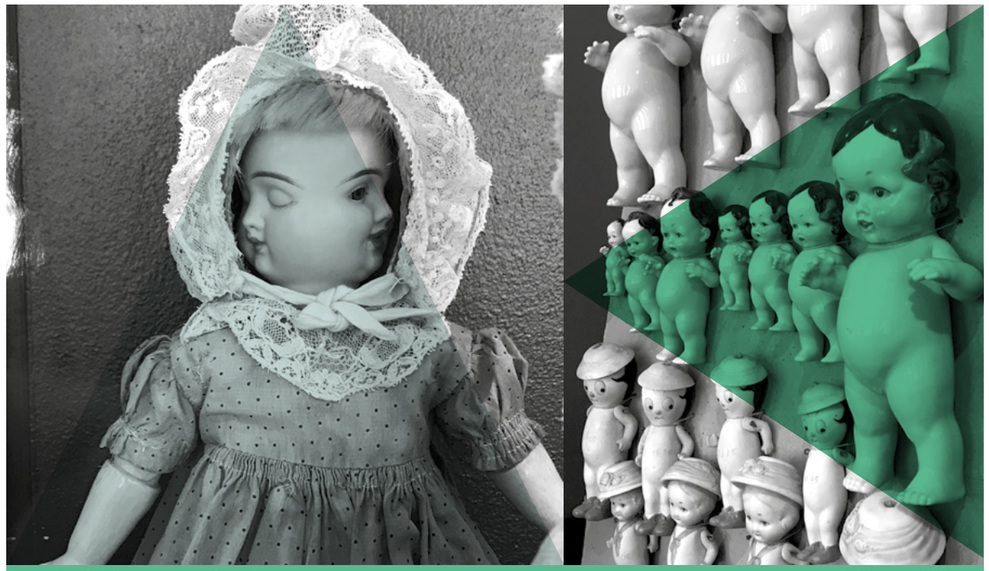
In unseren kommunalen Museen sind einige Großprojekte in Planung sowie internationale Konferenzen, kreative Labore und Projekte im öffentlichen Raum. Unser Motto für diese Events: „Peoples History, Peoples Stories“. Kernelemente der DNA unserer Stadt, wie z.B. Arbeit und Spiel, werden in verschiedenen spielerischen und auch kritischen Formaten widergespiegelt.

People’s History, People’s Stories

Wir werden die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft von Arbeit in unserer Stadt und der Region mit einer Reihe verschiedener Initiativen erkunden, wie z.B. Audiowege, die den Besucherinnen und Besuchern Aufzeichnungen von Arbeiter*innenerinnerungen der letzten 100 Jahre präsentieren. Das Projekt „Mit 15 hat man noch Träume ...“ hingegen konzentriert sich auf die Studierenden, Lehrlinge und jungen Arbeiter*innen des Jahres 2025 und auf deren Vorstellungen für ihre eigene Zukunft. Wer weiß heute noch, was hinter den Mauern moderner Produktionsstätten geschieht? Oft wissen wir nur sehr wenig darüber, was manche Tätigkeiten oder Berufe genau beinhalten. Um die Arbeitswelt in Nürnberg nach außen hin sichtbar zu machen, planen wir an der Fürther Straße Fassaden von AEG, Quelle, DATEV und vieler anderer gegenwärtiger und vergangener Unternehmen als einen Boulevard der visuellen Installationen zu gestalten. Unser modernes Arbeitsleben wäre ohne technische Ausrüstung und Maschinen undenkbar. Auf dieser Idee eines Orchesters der Maschinenklänge baut das Projekt „Ein Festival der Maschinenmusik“, insgesamt kuratiert von Robert Misik, auf.

Babel’s Voices

Millionen von Menschen in Europa arbeiten heute mobil. Die Einrichtung von Fernbuslinien hat nicht nur für Tourist*innen das Reisen durch Europa vereinfacht. Im Jahr 2017 wurden allein in Deutschland die Fernbuslinien von 23 Millionen Fahrgästen genutzt. Trotz dieser Zahlen sind viele Fernbushaltestellen nach wie vor äußerst unwirtliche, der Witterung ausgesetzte Orte. An diesen Orten, den Schnittpunkten individueller und kollektiver Zeit, sind wir immer unterwegs, aber auch immer verletzlich. An Bushaltestellen kommen wir an und gehen wir fort, ganz gleich ob als Migrant*innen, Arbeiter*innen oder einfach nur als Menschen auf dem Weg, blicken der Reise mal bangend, mal freudig-erregt entgegen. Sie sind die „Dämmerungszone des europäischen Arbeitsmarktes“, aber auch Orte grenzenloser Freiheit. „Babel‘s Voices“ möchte die Kontraste dieser Transitzonen in einer Interviewreihe einfangen, in Gesprächen mit den unterschiedlichsten Menschen an Fernbushaltestellen. Es werden „Story Booths“ für zwei Bushaltestellen entwickelt – eine in Nürnberg, die andere in unserer slowenischen Partnerstadt Ljubiljana – und damit Komfort und Wärme in einem sonst so anonymen und tristen Raum angeboten. Das gemeinsam mit Cafébabel, Leonardo – Zentrum für Kreativität und Innovation, Flixbus und Vertreter*innen aus Slowenien entwickelte Format will wissen: Wie können wir Menschen bei der Erfahrung von Transit und Reisen unterstützen? Wie erleben die Fahrgäste, viele von ihnen Arbeitsmigrant*innen, das heutige Europa? Anfang 2025 werden wir Fahrgäste und Busfahrer*innen über einen Zeitraum von 10 Tagen zu offenen Interviews einladen. Diese Interviews bilden dann die Basis für sog. Soundscapes, die während des gesamten Jahres 2025 in Nürnberg und Ljubljana auf öffentlichen Plätzen und Bushaltestellen und natürlich über digitale Kanäle erlebt werden können.



Deutsches Spielzeugmuseum, Sonneberg © Johanna Pichlbauer

Nürnberger Bits – Celebrating Digital Craftsmanship

Erfindungsreichtum, Handwerkskunst, ein guter Geschäftssinn – den Wohlstand Nürnbergs verdanken wir den Handwerker*innen. Zum einen versorgten sie die Bevölkerung, zum anderen erdachten sie ständig neue Exportgüter, die dann in ganz Europa von den Händler*innen der Stadt vertrieben wurden. Paternostermacher, Weißgerber, Gürtelmacher – verschiedene Berufsstände schlossen sich zusammen, um Arbeitsstandards zu verhandeln, einander zu unterstützen und Tradition zu kultivieren. Der Übergang zur Digitalisierung und Automation stellt nun eine ganz neue Herausforderung für die Handwerker*innen und Unternehmer*innen der Stadt dar. Aber der Erfindergeist der Nürnberger*innen ist heute so lebendig wie damals und hilft der Wirtschaft der Stadt und der Region auch im 21. Jahrhundert auf die Sprünge: Die DATEV z.B. ist ein führender Softwarehersteller, und Unternehmen wie adesso forschen an neuen Interfaces zwischen Mensch und Maschine. Bosch baut in Bamberg ein Logistikzentrum mit Startupcharakter auf, und Technologie-Inkubatoren wie ZOLLHOF bieten Entwicklergruppen Plattformen für den Austausch wie Hackathons, Barcamps, Seminare und Vorträge. Nürnbergs extensive und diverse Business Community treibt eine neue Handwerkskunst voran: Digital Craftsmanship. Diese „digitalen Handwerker*innen“ haben ihre ganz eigenen Traditionen, Arbeitsweisen und Sprachen (im linguistischen Sinne wie im Sinne von Codes). Auch tragen sie eine große soziale Verantwortung als Wegbereiter der digitalen Zukunft, auf die es die Gesellschaft vorzubereiten gilt. Vor diesem Hintergrund soll 2025 auch dem digitalen Handwerk gewidmet sein. In einer Eventreihe wird es um Lehrbriefe, Meisterstücke und Siegel dieser neuen Genossenschaft gehen. Es sollen Manifeste erarbeitet werden, und die Gesell*innen des 21. Jahrhunderts können in Hackathons ihr Können unter Beweis stellen, bevor sie „auf die Walz“ durch Europa geschickt werden. Welche Formen nimmt die digitale Handwerkskunst in anderen europäischen Ländern an? Wie interpretieren die Handwerker*innen der Zukunft anderswo ihr Berufsethos? Gibt es auch in diesem Bereich einen „female shift“, der ganz neue Perspektiven eröffnen wird? Die Handwerker*innen selbst werden erörtern, was ein gutes Werkstück ausmacht. Ist der einfachste Code auch der eleganteste? Wie kann eine digitale Handwerkerin einem Werkstück ihren ganz eigenen kreativen Stil verleihen? Was sind Commons? Müssen Ideen geschützt werden?

Nürnberg war seit jeher Zentrum des Spiels und der Spiele. Die bislang größte Spielwarenmesse der Welt findet hier alljährlich statt, schon vor langer Zeit schufen die Handwerker*innen der Stadt mit großem Geschick und Erfindergeist neue Spielzeuge für den europäischen Markt. In Lauscha in Thüringen wurden Glasaugen für die Teddybären gefertigt, in Sonneberg mit Papiermaché für Puppenköpfe experimentiert. Bis heute floriert die Spielwarenindustrie in der Region. Nürnberg ist auch die Hauptstadt der sog. Eurogames oder German Style Games – Brettspiele, deren Reiz im gemeinsamen Spielen und nicht im Gewinnen besteht und bei denen es keine Verlierer gibt.

In 2025 soll dieses Erbe wieder ins Rampenlicht gerückt werden: Die Mechanismen, Strategien und Rituale des Spiels nehmen eine etwas andere Wendung – in Richtung der Handwerkskunst und der digitalen Transformation, der Stadtentwicklung und der Zukunft des urbanen Zusammenlebens. Nürnberg denkt groß und feiert ein Fest, träumt von Utopien, gibt dem Zufall und dem Unsinn, dem Sinnlichen und Absurden seinen Raum: Wir wollen uns mit unseren Gästen messen und mit ihnen gemeinsam spielen – wir werden neue Spielregeln erfinden, und die ganze Stadt wird sie lieben. Lasst die Spiele für Europa beginnen!

Haus-Rucker-Co: Aufblasbarer Riesenfinger am Flughafen Nürnberg, 1971 © Stadtarchiv Nürnberg

… zerstört, 1971 © Stadtarchiv Nürnberg

POST-WORK GAMES

Ein riesiges Gedankenexperiment – eine utopische Stadt: Was würden wir tun, wenn wir nicht mehr arbeiten müssten? Nürnberg wird neue Feiertage einführen, die von den Bürger*innen selbst festgelegt werden – Feiertage für eine Stadt in Feierlaune. Der erste dieser neuen Feiertage soll dem Thema von Licht und Finsternis gewidmet sein.

Lights On

Die Nacht der Stadtlichter...

... 1882, Nürnberg.

Sigmund Schuckert installiert die erste dauernd betriebene elektrische Straßenbeleuchtung Deutschlands. Welche Sensation! Die schmucken Häuser der Stadt erheben sich aus dem Dunkel und die ganze Stadt genießt ihren ersten Abendspaziergang voller Staunen über die Schönheit Nürnbergs in diesem neuen Licht.

Heute - Nürnberg / Oulu

Jedes Jahr feiert Nürnberg seine Lichter in der Blauen Nacht, zu der die ganze Stadt in Blau erstrahlt. Die Burgmauern werden zu Leinwänden für Künstler*innen, die ihre digitalen Kunstwerke präsentieren; die vielen Kirchtürme der Stadt sind in den verschiedensten Blautönen beleuchtet; sogar die alte Straßenbeleuchtung verströmt eine Nacht lang ein magisches blaues Licht.

Derweil im hohen Norden: Oulu in Finnland lädt Europas digitale Avantgarde ein, die Stadt beim großen Lumo Festival zu beleuchten. Kunst trifft auf Technologie, Wissenschaft und Architektur, um ein Meisterwerk der Lichter zu erschaffen, das die lange Polarnacht erhellt. Zum Jahreswechsel 2025/2026 werden wir in Deutschland und Finnland unser Licht gemeinsam leuchten lassen.

Lights Out

1515, Nürnberg.

Albrecht Dürer fertigt seine berühmten Himmelskarten, zwei Holzschnitte, die den Himmel über der Nord- und der Südhalbkugel nach damaligem astronomischem Verständnis zeigen. Ca. 100 Jahre später kann Simon Marius fast die Entdeckung der Monde des Jupiters für sich beanspruchen (wäre da nicht Galileo gewesen, der sie nur einen Tag zuvor entdeckte). Die Werke von Kopernikus und Kepler werden in Nürnberg veröffentlicht, und Behaim entwirft den ersten Globus – das Zeitalter der Entdeckungen hatte begonnen!

Heute - Nürnberg / Oulu

Wir befinden uns in einer Zeit der großen gesellschaftlichen, politischen und technologischen Umbrüche, die die Welt, wie wir sie kennen, verändern. Das Jahr 2026 könnte demnach ganz anders aussehen, als wir es uns heute vorstellen. Man kann jedoch mit allergrößter Wahrscheinlichkeit davon ausgehen, dass der Nachthimmel immer noch derselbe sein wird, dass die Sterne immer noch die Fantasie und den Wissensdurst der Sterngucker beflügeln werden. Schalten wir doch einfach alle Lichter der Stadt aus, sodass wir gemeinsam den Sternenhimmel betrachten können.

Was sehen wir? Welchen Stellenwert hat der Nachthimmel in einer Stadt, in der die Sonne Ende November untergeht und erst Mitte Januar wieder aufgeht? Was bedeutet diese totale Finsternis für die Menschen in Oulu? Und was bedeutet es für die Bürger*innen Nürnbergs, dass die Lichtverschmutzung den Nachthimmel, der einst für die Forscher der Stadt so bedeutsam war, weitgehend unsichtbar macht?

Toys of Tomorrow

Spekulation gestalten

Gedämpfte Stimmen im Museum – die Spielsachen flüstern miteinander. Eine Kuh erzählt von den Tannenwäldern des Erzgebirges, während ein Teddy die Betriebsamkeit des Spielzeugmuseums in Sonneberg schildert, wo sein Fell so liebevoll gepflegt wurde. Lilli, die erste Plastikpuppe überhaupt und Vorgängerin der Barbiepuppe, hängt sehnsüchtig Tagträumen über eine Wespentaille und Amerika nach, während eine Modelleisenbahn den Versprechen des Industriezeitalters hinterherjagt, überzeugt davon, dass die Maschinen die Menschheit von der Last der harten körperlichen Arbeit befreien werden. Die Spielzeugmuseen in Nürnberg und Sonneberg sind voll von Spielsachen wie diesen – unzählige Spielzeuge aus vergangenen Tagen, jedes von ihnen mit großer Sorgfalt hergestellt und voller Geschichten über die Industriekultur, über die Wünsche und Ängste der Generationen, die mit ihnen spielten.

Für dieses Kulturhauptstadt-Projekt werden Designer*innen aus aller Welt in der Metropolregion zusammenkommen, um die vielen Spielwarenhersteller vor Ort bei der Gestaltung der Spielsachen von morgen zu unterstützen. Gemeinsam werden die Projektpartner*innen eine Zeitreise antreten und als Archäolog*innen der Zukunft zurückkehren, um Spielzeuge einer exotischen Zukunft in einer eigenen Ausstellung zu präsentieren: verblüffende Teddys, autonom fahrende Traktoren, Puppen mit ganz neuen Körpertypen, Modelllandschaften für Hyperloop-Technologien. Wie spiegeln die Spielsachen von morgen die Herausforderungen unserer Zeit wider – die Herausforderungen der Automation, der Robotik, des Klimawandels, der Gleichberechtigung der Geschlechter und der Migration? Welche Geschichten erzählen diese Spielzeuge? Erzählen sie von Utopien und Dystopien der Zukunft?

Das Projekt wird zusammen mit regionalen Partner*innen gestaltet und von Johana Pichlbauer kuratiert.

gameON2025

“gameON2025” ist ein bedeutendes Großprojekt für die Region, das 2019 initiiert wurde. Es baut auf dem Gedanken auf, dass Kinder und Jugendliche die Welt mit ganz anderen Augen sehen als Erwachsene und ist im Kern eine Art standortbezogene digitale Schnitzeljagd durch die Region. Bamberg, Bayreuth, Erlangen, Fürth, Nürnberg, Schwabach und der Landkreis Roth sind mit dabei, an jedem dieser Orte werden Kinder und Jugendliche zusammenkommen, um ihr eigenes digitales Spiel für den jeweiligen Standort zu gestalten. Die Spieler*innen müssen Aufgaben und Rätsel zu ausgewählten Orten mithilfe einer eigens dafür kreierten App lösen. Die Spiele selbst werden in Workshops entwickelt, bei denen Trainer*innen den jungen Leuten mit Rat und Tat zur Seite stehen werden. Grundgedanke der Workshops ist, jeder und jedem die aktive Teilnahme an der Entwicklung des Spiels zu ermöglichen und sich gemeinsam als Gruppe eine spannende Story für das eigene Spiel auszudenken. Die Teilnehmer*innen lernen so die Grundlagen von Gamedesign und -entwicklung kennen. Am Ende der Workshops wird jede Gruppe ein ganz eigenes digitales, standortbezogenes Spiel entwickelt haben, das man kostenlos herunterladen und vor Ort spielen kann. Acht Spiele dieser Art sind bereits fertiggestellt. Das Pilotprogramm wird derzeit evaluiert, und die nächsten Schritte sind in Planung. Unsere Vision ist es, dass 2025 die gesamte Region zu einem großen Spiel zusammenkommen wird, das auf dem Konzept der spielerischen Partizipation aufbaut.

EVOLVING COMMUNITY
MITEINANDER ANS ZIEL

Offene Städte (vgl. Richard Sennett, Die offene Stadt. Eine Ethik des Bauens und Bewohnens, 2018) sind heute weltweit einer radikalen und ständigen Veränderung unterworfen – z.B. durch Migration, De-Industrialisierung und Gentrifizierung. Unser Ziel ist, die Diversität Nürnbergs als Grundlage für eine neue Kultur des Diskurses und der Verhandlung zu nutzen. Perspektiven und Handlungsweisen, die Gleichgewicht und Integration mit neuen Augen betrachten, sollen uns die Suche nach einer neuen Identität ermöglichen.

Stadtgesellschaft und gemeinschaftliches Miteinander

In der zukünftigen Stadt des Wissens wollen wir den migrantischen/post-migrantischen Diskurs ins Zentrum stellen. Wir wollen den fast 46 Prozent der Bürger*innen Nürnbergs eine Stimme geben, deren Lebenswirklichkeiten unterrepräsentiert sind bzw. nur in Nischen präsent sind, auch kulturell. Diversität hat unzählige Dimensionen und Facetten über die ethnische Herkunft hinaus, aber der ethnische Hintergrund bleibt trotzdem ein besonders aufgeladenes Thema in unserer Gesellschaft. Angesichts dessen haben wir als eines unserer Schlüsselprojekte eine künstlerische Initiative mit einer ausgeprägten politischen Dimension entwickelt. Das Projekt diskutiert und entschlüsselt die unzähligen Fragen, die sich aus dem Zusammenleben von Individuen (individuellen ICHs), verschiedenen gesellschaftlichen Gruppierungen (den WIRs) und einem neuen komplexen WIR im Sinne des Miteinanders unserer Bewerbung ergeben.

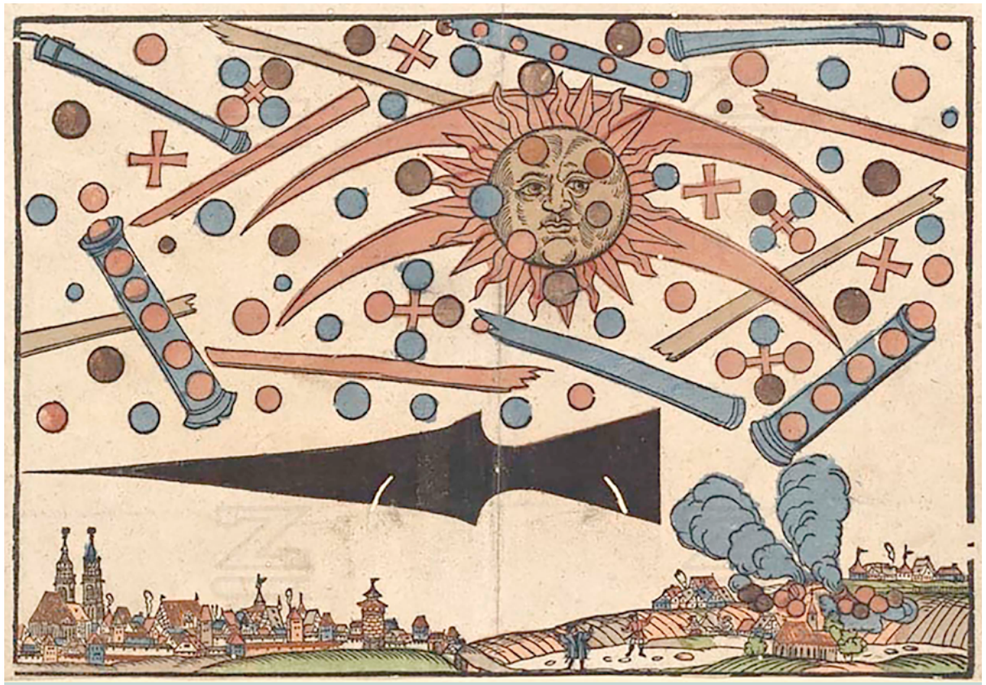
Das Projekt „Die ICHs, die WIRs und das WIR", das in Zusammenarbeit mit Expert*innen aus ganz Europa ab 2020 bis 2025 und darüber hinaus umgesetzt werden soll, wird sich der Kunst und Kultur bedienen, um zu ergründen, wie verschiedene Gruppierungen innerhalb unserer Gesellschaft in einem dialogischen Prozess zusammengebracht werden können. Darüber hinaus werden wir das kollektive Potenzial entfesseln – lokal, translokal und global – mittels Kulturpolitik und Fördermitteln oder unter Heranziehung alternativer Strukturen (wie z.B. einer autonomen Kultur pro-aktiver „Macher*innen" anstelle der oder zusätzlich zu den behördlichen Verwaltungsstrukturen). Um überhaupt in den Diskurs über die (Stadt-)Gesellschaft der Gegenwart und Zukunft einsteigen zu können, müssen wir erst verstehen, wie die Lebenswirklichkeiten der Menschen aussehen, wie die einzelnen Leben miteinander in Beziehung stehen und welche Form eine diverse Stadtgesellschaft mit ihren vielen ICHs und WIRs überhaupt annehmen könnte. Wir müssen lernen, wie wir Bündnisse und Solidarität zwischen diesen Gruppen fördern und befördern können. Ein von Miteinander und friedlichem Zusammenleben geprägtes, transkulturelles WIR.

Unsere Werkzeuge sind innovative Praxen wie die performative Nutzung von öffentlichen und semi-öffentlichen Räumen (z.B. Wettbüros und Altenheime als transkulturelle Begegnungsstätten oder das Reichsparteitagsgelände als Erinnerungsort der gesamten Stadtbevölkerung) sowie partizipatorische Diskursformate und Formate der kulturellen Bildung. Kultur, kulturelle Bildung und Stadtentwicklung sollen neu definiert werden. Um dem Projekt eine Nürnberger Dimension zu verleihen, werden wir den Dialog mit auf diese Gebiete spezialisierten Expert*innen vor Ort suchen.

Zwischen 2020 und 2024 untersuchen wir wesentliche inhaltliche Bereiche, hauptsächlich unter migrantischem/post-migrantischem Blickwinkel im Spannungsfeld aller Lebensrealitäten in der Stadt. In einem ergebnisoffenen Prozess werden einzelne Themen, Projekte und Prozesse im Hinblick auf Nachhaltigkeit verstetigt bzw. je nach gesellschaftspolitischen Entwicklungen aktualisiert. Ein großes Fest 2025 – spielerisch und grundsätzlich nachhaltig – markiert dann, auch durch ein „Europäisches Manifest" und „advocacy" gegenüber europäischen Institutionen einen (vorläufigen) Höhepunkt.

Sebastian Linz und Tunçay Kulaoğlu werden den Prozess in Nürnberg mit europäischen Partnern wie dem ENCC kuratieren, gemeinsam mit einem Netzwerk lokaler Akteure wie Maria Trunk, Elif Meşe, dem Integrationsrat Nürnberg und dem UNESCO-Lehrstuhl für Kulturelle Bildung an der Universität Erlangen-Nürnberg.

Aber was genau bedeutet ein Miteinander im Bereich der Kunst und Kultur in weiteren potenziellen Projekten? Eine mögliche Auswirkung wäre die Diversifizierung der Programme und im Publikum, vom Paternalismus zur Autonomie und Gleichbehandlung von Publikum und Teilnehmenden. Die Nürnberger Bewerbung um den Kulturhauptstadttitel stellt sich dieser Herausforderung schon jetzt – etwa mit Projekten wie „Raise Your Voice", einer von Albert Ostermaier entwickelten Initiative, die die in Nürnberg gesprochenen Sprachen in ihrer ganzen Vielfalt aufspürt und das gesprochene Wort in direkten Zusammenhang mit der Literatur bringt. Oder in dem Projekt von Birgit Ramsauer mit dem Titel „Stuhl. Die Macht des Spiels mit- und füreinander", das die kulturellen Unterschiede des Sitzens und Ruhens, im Privaten wie im öffentlichen Raum erforscht. Das Projekt verwendet einen Stuhl symbolisch und spielerisch, um die Geselligkeit, die in Gemeinschaft verbrachte Zeit, den Austausch zwischen „Ich" und „Wir" in Szene zu setzen. Aus Großbritannien adaptieren wir das Format „Shared Reading", bei dem Menschen unterschiedlichster Hintergründe wechselseitig vorlesen und das Gelesene diskutieren. Durch das Interagieren und die Kommunikation innerhalb der Gruppe entwickeln die Teilnehmer*innen ein Gefühl des Miteinanders.



Hans Glaser: Himmelserscheinung über Nürnberg vom 14. April 1561

Zu guter Letzt wollen wir das Konzept des Miteinanders auch mit einem klassischeren Format in Szene setzen. Der „Europäische Geschichtenschatz" lädt Schriftsteller*innen aus ganz Europa ein, eine Geschichte zu benennen, die in ihrem Land als „Klassiker" gilt, und ihre Wahl sowie die Bedeutung des jeweiligen Werks zu erklären. Die daraus entstehende „Schatzkiste der Geschichten" bietet dann den Anknüpfungspunkt für zahlreiche Formate und für die Interaktion und den Austausch zwischen den Menschen der verschiedenen europäischen Länder während des Kulturhauptstadtjahres. Bisher haben ihre Teilnahmen zugesagt: Georgi Georgiev Gospodinov(Bulgarien), Janne Teller (Dänemark), Sofi Oksanen (Finnland), Lena Divani (Griechenland), Slavenka Drakulić (Kroatien), Guy Helminger (Luxemburg), Arnon Grunberg (Niederlande), Joana Bator (Polen), Michal Hvorecký (Slowakei), Drago Jančar (Slowenien), Jaroslav Rudiš (Tschechien), Terézia Mora (Ungarn).

Herausgeber des Buchprojekts ist Thomas Böhm, Literaturvermittler in Berlin, zusammen mit Kat Menschik, einer international renommierten Buchgestalterin, die die graphische Gestaltung übernehmen wird. Das Buch soll im Verlag Galiani Berlin erscheinen.

2.3 Stellen Sie kurz dar, wie das Kulturprogramm das lokale und kulturelle Erbe und die traditionellen Kunstformen mit neuen, innovativen und experimentellen Ausdrucksformen zusammenbringen wird.

Die Stadt Nürnberg ist reich an kulturellem Erbe, das 2025 im Rampenlicht stehen soll. Traditionelle Formate wie Ausstellungen, Konzerte, Theaterproduktionen und Lesungen werden neben experimentellen Formaten dargeboten, miteinander kombiniert in einem außergewöhnlichen Programm für das europäische Publikum. Kapitel 3.1 & 3.2

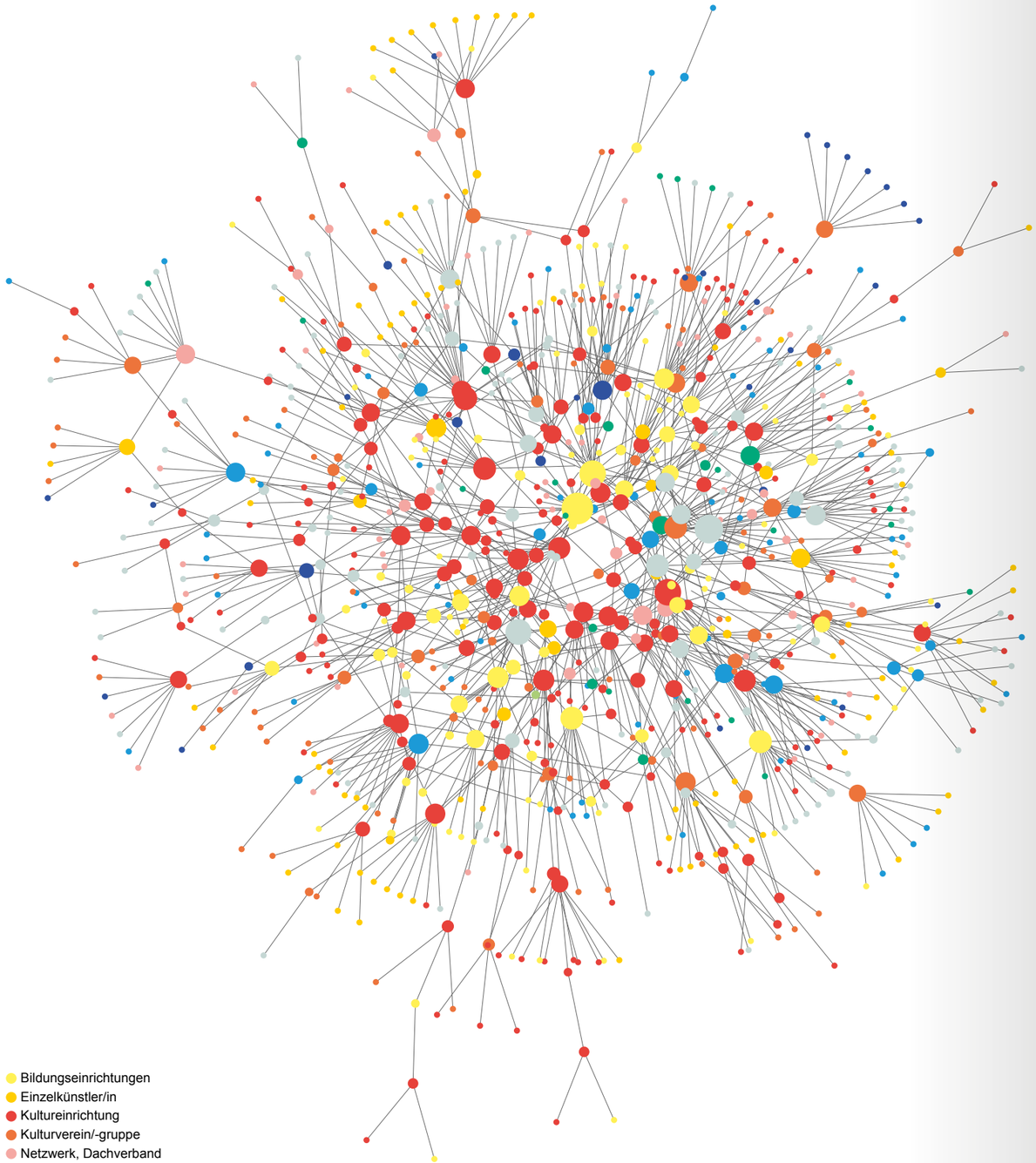
KULTURELLES ERBE UND NEUE MEDIEN

Das kulturelle Erbe Nürnbergs wird mit den Technologien der Zukunft erlebbar gemacht: Mit der „Time Machine Nürnberg" ist die Stadt zu einem Teil des Projekts „Time Machine Europe" geworden, eine der umfangreichsten europäischen Forschungsinitiativen zur digitalen Erschließung des kulturellen Erbes europäischer Städte. Mit dieser „Zeitmaschine" soll die bewegte und facettenreiche Geschichte Nürnbergs eingefangen und erlebbar werden. Weite Teile der Nürnberger Altstadt werden in einer 4D-Rekonstruktion erfasst und dem Besucher werden soziale Netzwerke, historische Reiseberichte und in Nürnberg entstandene Kunstwerke und Produkte eröffnet. Das Ergebnis wird weniger eine allumfassende Erzählung über Wenige sein, sondern eine Vielzahl unterschiedlichster Geschichten, Impressionen und Zusammenhänge von Vielen, in all ihrer Diversität und Komplexität. Die Time Machine nimmt uns mit auf eine Zeitreise, die Deep Data und Deep History für Anwendungen in der Zukunft vereint, die wir uns heute noch nicht einmal vorstellen können.

Das Projekt ist eine Initiative der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Partner sind u.a. FIZ Karlsruhe, die Universität Ca' Foscari Venedig und die Universität Greifswald. Die Initiative hat zum Ziel, in das neue HORIZON-Programm der EU strukturell eingebunden zu werden.

FIG 05

Regionales Netzwerk von Kulturakteuren
PAST FORWARD Netzwerkanalyse 2019 www.n2025.eu/netzwerkanalyse



Nürnbergs berühmtes Dürer-Haus ist eines der wenigen bis heute noch erhaltenen Künstlerhäuser der Renaissance. Leider beinhaltet seine Sammlung jedoch kein einziges Dürer-Original. Aus dieser Tatsache wurde die Idee geboren, das Dürer-Haus um ein digitales Ausstellungshaus zu ergänzen: Bis 2025 werden sämtliche Werke Dürers in einer digitalen Installation zu sehen sein. Ferner wollen wir eine Künstler*innen- und Wissenschaftler*innen-Residency einrichten, die eng an das Dürer-Haus angebunden sein soll. Und die kanadische Installationskünstlerin Janet Cardiff wird gemeinsam mit George Bures Miller eine Audioinstallation für das Dürer-Haus entwickeln.

„Die Meistersinger": Die Meistersinger von Nürnberg waren legendäre Handwerksleute, die zusammen mit der sog. Singschul in Richard Wagners Oper „Die Meistersinger von Nürnberg" (1868) verewigt wurden. 2020 wird diese Wagner-Oper im Innenhof der Kongresshalle aufgeführt. Und dieser Spielort könnte nicht passender sein, denn die Meistersinger werden eng mit der Zeit des Nationalsozialismus in Verbindung gebracht: 1935 wurde Hitler in der Nürnberger Stadthalle mit dem Chor „Wach auf" aus Wagners „Meistersingern" empfangen; Gauleiter Julius Streicher zitierte mit seinem Ausruf „Fanget an!" im August 1938 den ersten Aufzug der Oper und gab damit den Auftrag, die Synagoge der Stadt zu zerstören. Die künstlerische Leitung für die Aufführung im Jahr 2020 wird der Opern- und Theaterregisseur Selcuk Cara gemeinsam mit dem Dirigenten Alexander Joel übernehmen. Die Produktion wird Wagners Werk ins 21. Jahrhundert holen, mit einem auf Videoinstallationen basierenden Gesamtkonzept. Im Fokus dieser Neuinterpretation, die bis 2025 laufen wird, stehen die unterschiedlichen Darstellungen des Handwerkers und des Künstlers Hans Sachs.

KULTURELLES ERBE UND ÖFFENTLICHER RAUM

Noch weit über das Jahr 2025 hinaus wird es ein wichtiges Thema sein, Kunst im öffentlichen Raum zu präsentieren. 1971 hielt Nürnberg das Symposium Urbanum anlässlich von Dürers 500. Geburtstag ab. Zum allerersten Mal in Nürnberg wurde hier zeitgenössische Kunst außerhalb der Grenzen der städtischen Kulturinstitutionen gezeigt: Als Teil einer privaten Initiative wurden 25 Kunstwerke im öffentlichen Raum ausgestellt – eine Sensation und höchst umstritten. „Das Symposium Urbanum N2021*2025" wird sich in mehrfacher Hinsicht auf dieses Ereignis beziehen: In 2021 werden wir auf 1971 zurückschauen und die Inhalte und Ziele jenes Ereignisses Revue passieren lassen sowie die historische Entwicklung der Kunst im öffentlichen Raum in den 50 Jahren danach; 2025 und darüber hinaus wollen wir nach unterschiedlichen Möglichkeiten suchen, zeitgenössische Kunst im öffentlichen Raum zu zeigen – mit Installationen, Performances und Medienkunst, die ihn neu definieren und zu neuem Leben erwecken.

Das Projekt „Nürnberg Sonifikation – Eine De-Ikonographierung" von Jan St. Werner wird Nürnberg als Klang (neu) entstehen lassen, als Komposition aus Wellen und akustischen Körpern. Die Stadt wird akustisch verwandelt. Ausgangspunkt für dieses Projekt ist eine akustische Interpretation des Nürnberger Himmelsspektakels von 1561, einer Erscheinung, bei der zahlreiche kugel-, kreuz- und zylinderförmige Objekte am Himmel miteinander kollidierten, festgehalten in einem Bericht des Nürnberger Briefmalers Hans Wolff Glaser. Das Projekt wird so ein aktuelles, multiperspektivisches, interaktives Klangporträt der Stadt entstehen lassen.

KULTURELLES ERBE UND NATURERBE

PAST FORWARD ist eine sehr gute Gelegenheit, um neue Perspektiven auf die Beziehung zwischen Mensch und Natur zu erschließen.

Der Nürnberger Tiergarten ist ein landschaftsarchitektonisches Meisterstück, mit der Natur als Bühne und der Flora und Fauna des Zoos als Hauptdarstellern. Die Geschichten dieser Geschöpfe hat der Mensch aufgeschrieben und er gibt ihnen hier Gelegenheit, sich vor dieser landschaftlichen Kulisse von all ihren faszinierenden Seiten zu zeigen. Der Umgang mit den Tieren, wie sie gehalten und gezeigt werden, spiegelt unser kulturelles Bekenntnis wider – auch das Bekenntnis zu einer Zukunft, in der Mensch und Tier friedlich Seite an Seite leben können. Der Tiergarten Nürnberg will das politische Bewusstsein für die Bedrohungen durch die Zerstörung der Natur schärfen und so zu Entscheidungen im Sinne der Nachhaltigkeit beitragen.

Das Projekt „Zeit zeigen. Reichswald von morgen, Tiere von gestern" nimmt den Besucher mit auf eine bewusst widersprüchliche Zeitreise, die den heimischen „deutschen" Wald der Blütenpracht fremder exotischer Vegetation gegenüberstellt. Ist dies der „Wald der Zukunft"?

Ein weiteres Projekt, das sich mit der ökologischen Thematik befasst, ist „Eine Welt. Routen schützen, Systeme retten". Es will die globale Vernetzung von Ökosystemen anhand von Zugvögeln und den Tieren der afrikanischen Savanne ins Bewusstsein der Besucher*innen rücken. In der Natur gibt es Tiere, die zwischen den Kontinenten pendeln. Können sie uns helfen, das Wesen der Migration zu verstehen?

Vielleicht wird das Programm des Kulturhauptstadtjahres den Tiergarten auch mit einem diskursiven Format zum Thema der „Human Animal Studies" begleiten. Und vielleicht gelingt es uns auch, Tomás Saraceno zu gewinnen, für Nürnberg eine seiner großen begehbaren Installationen, die Bauprinzipien aus der Natur nutzen, zu entwerfen.

2.4 Wie wird die Stadt lokale Künstler und Kulturvereine in die Konzeption und Implementierung des Kulturprogramms einbeziehen oder hat diese bereits einbezogen?

Die Möglichkeiten sind endlos: Ein Baumhauscafé direkt unterhalb der Nürnberger Burg, entwickelt von Wolfgang Karl May; ein Weltgerichtshof der Kinder, konzipiert von Johannes Volkmann; „Jetzt!“, eine volatile Skulptur von Eva Brenner, die sich mit körperlicher Behinderung auseinandersetzt; Aja van Loepers fragile Papierarbeiten, ausgestellt in der Kongresshalle; eine Schwalbennestorgel für die Sebalduskirche zur historisch informierten Aufführung der Orgelwerke des großen Komponisten Johann Pachelbel; eine neue Kuppel für das Planetarium, wie von der Nürnberger Astronomischen Gesellschaft gewünscht; ein Tanzhaus für unsere Tanzszene; eine Neuausrichtung der Studiengänge im Bereich der Commercial Arts, wie von unserer Bürgerinitiative NUE2025 gefordert; ein Weltmusik-Festival ... um nur einige zu nennen.

Die Künstler*innen und Kreativen unserer Stadt haben in den vergangenen zwei Jahren eine spektakuläre Vielfalt grandioser Ideen entwickelt. Auch Kultureinrichtungen, Interessensverbände, Vereine und Initiativen haben konkrete Projektideen vorgelegt: Der Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler, die Fotoszene Nürnberg e.V., die Musikzentrale, die Initiative MUBIKIN, Festivals wie das Nürnberg Digital Festival und Nürnberg.Pop, Vertreter*innen der Literaturszene, der Chorszene Nürnbergs, der Tanz- und Theaterszene sprühen vor Ideen für das Kulturhauptstadtjahr 2025. Natürlich werden wir auch die LGBTIQ*-Community tatkräftig dabei unterstützen, den Europride 2025 nach Nürnberg zu holen.

Gemeinsam mit dem „Straßenkreuzer“ denken wir über eine Konferenz des International Network of Street Papers 2025 in Nürnberg nach.

Kapitel 3.1

Einige dieser Ideen sind realisierbar, andere nicht; manche werden wir umsetzen, andere nicht. Der Dialog und Austausch zu PAST FORWARD mit den lokalen Künstler*innen und kulturellen Akteur*innen ist äußerst fruchtbar und wird sich auch in den kommenden Phasen des Kulturhauptstadt-Projekts fortsetzen.

NETZWERKANALYSE

Eines der Ziele unserer Kulturstrategie ist, Nürnberg zu einer aktiveren Rolle im europäischen und internationalen Kultur-Networking zu verhelfen. Eine der ersten Umsetzungsmaßnahmen war deshalb, mit den Kulturakteur*innen der Stadt und der Region eine Kultur-Netzwerkanalyse durchzuführen.

FIG 05 2.500 Künstler*innen, Vereine und Kulturinstitutionen wurden zu ihren regionalen und internationalen Kooperationen und zu ihren Wünschen zur Kulturhauptstadtbewerbung befragt. Aus den 500 Antworten hat sich ein Netzwerk aus ca. 1.400 regionalen und mehr als 500 internationalen Kulturpartnerschaften ergeben. Die Umfrage hat auch die wichtigen Knotenpunkte, Broker*innen, starke und eher sporadische Verbindungen aufgezeigt; das Ergebnis ist ein umfangreicher Datenschatz, auf dem wir in den kommenden Jahren aufbauen können.

Außerdem lieferte die Analyse klare Handlungsempfehlungen:

- Verbindungen zwischen öffentlich geförderten Kulturakteur*innen und der Kultur- und Kreativwirtschaft stärken;
- mittels Disziplinen übergreifender Ansätze Brücken zwischen Kunst, Kultur und Bildung schlagen;
- bestehende Kooperationen mit den Universitäten und Hochschulen vertiefen und neue Kooperationen herstellen.

PROJEKTE LOKALER KÜNSTLER UND KULTURELLER AKTEURE

Von den Open Call-Projekten Kapitel 4.1 die bislang umgesetzt wurden, sind wichtige Impulse ausgegangen, und ausgewählte Projekte sollen auch in den kommenden Jahren weiterverfolgt werden. „Mindzep2025“ z.B. ist eine digitale Vision für das Zeppelinfeld, ein Experiment, das den Zufall mit kreativer Energie und menschlicher Begegnung im virtuellen Raum vereint. Ein weiteres Projekt ist die gemeinschaftliche Entwicklung der „Alten Feuerwache 1“. Das Projekt des Vereins Der Hof e.V. will ein Nutzungskonzept für das Gebäude entwickeln, in dem sein historisches und architektonisches Erbe mit Wohnen und kultureller Nutzung verbunden sind. Es ist aus dem Engagement der Bürger*innen Nürnbergs heraus entstanden. Das Gebäude selbst ist öffentliches Eigentum, so dass sich hier die perfekte Gelegenheit bietet, die Fragen der Partizipation und Entscheidungsfindung nicht nur theoretisch, sondern im Rahmen eines handfesten Projekts zu erörtern. Das Konzept für das Gebäude als neuem Zentrum der Kultur- und Kreativwirtschaft wird mit den Initiator*innen des Projekts gemeinsam entwickelt.

Das Format des Open Call soll ein wichtiger Bestandteil unserer Bewerbung bleiben. Es folgt ein weiterer Open Call in 2021, bei dem Projektideen zur Umsetzung im Vorfeld des Kulturhauptstadtjahres vorgelegt werden können. Das Kulturhauptstadtjahr wird nicht einfach im Dezember 2025 abrupt enden. Es wird weit in die Zukunft hineinreichen, nicht nur für die Stadt Nürnberg selbst, sondern insbesondere auch für die Künstler*innen und Kreativen. Deshalb haben wir schon jetzt einen Etat für 2026 für die Künstler*innen und Kreativen der Stadt vorgesehen.

In Kooperation mit dem Neuen Museum Nürnberg entsteht aktuell das Projekt Stadtmacherei – kreative Arbeit für das Nürnberg von morgen. Diese Initiative dreht sich um Kreativität und die Fragestellung, in welchem Lebensumfeld wir in Zukunft leben wollen. Wir möchten die kreative Szene vor Ort als treibende Kraft für Innovation und Stadtentwicklung im 21. Jahrhundert sichtbar machen. Wir möchten lokale Künstler*innen und kulturelle Akteur*innen, denen es um soziale und ökologische Nachhaltigkeit geht, zu einer Ausstellung im Neuen Museum Nürnberg in 2020 einladen. Mit Blick auf 2025 soll eine digitale Plattform entstehen, auf der Beispiele nachhaltiger urbaner Kultur gesammelt und gezeigt werden können. Sie soll als Archiv für Gegenwart und Zukunft dienen.

2019 wurde „rollator – Das Magazin für Nürnberg” begründet, das dem Leser eine erfrischend kritisch-ironische Sicht auf die Stadt eröffnet. Hinter dieser Veröffentlichung steht eine Gruppe engagierter kreativer Köpfe, – Studierende und Lehrkräfte der Akademie der Bildenden Künste und lokale Autor*innen – die einen ganz eigenen, originellen Blick auf Nürnberg haben. Diese kritische Perspektive soll bis 2025 erhalten bleiben und wird wohl ganz andere Geschichten als die altbekannten über Nürnberg erzählen.

Als größtes kulturgeschichtliches Museum im deutschen Sprachraum wird das Germanische Nationalmuseum 2025 das kulturelle Erbe Nürnbergs in einzigartiger Weise erlebbar machen: in einer eigenen Ausstellung mit dem Titel „Nürnberg und der Wert der Vergangenheit – Eine Stadt im Wandel”. Ziel der Ausstellung ist, sowohl die lichten als auch die Schattenseiten der Kulturgeschichte der Stadt zu beleuchten und die Identität Nürnbergs als auch deren Wahrnehmung in der Welt durch die Geschichte hindurch bis heute anschaulich zu machen. Ausgehend von diesen widersprüchlichen Perspektiven sollen die Möglichkeiten und Einschränkungen der urbanen Idee, die auf der Grundlage von Tradition und Geschichte ständig neu gedacht wird, im europäischen Kontext dargestellt werden. Begleitet wird die Ausstellung durch weitere Formate wie Residencies und Stipendien – wir suchen die Dürers von heute und wollen wissen, wo sie herkommen und wohin sie wollen.

Wissenschaftliche Basis bildet, sofern der Zuschlag erteilt wird, ein Forschungsprojekt in Kooperation mit der Forschungsabteilung „Regenerierung von Städten“ des Leibniz-Instituts für Raumbezogene Sozialforschung sowie ein ab 2020 projektierter Leibniz-Forschungsverbund unter dem Motto „Wert der Vergangenheit“. Es handelt sich hierbei um ein bundesweites Großprojekt, das ein zeitgemäßes Verständnis der Wertezuweisungen an Historisches und historische Ereignisse herstellen möchte.

Die vom DB Museum entwickelte Ausstellung mit dem Titel „Eisenbahn und Migration“ zeigt am Beispiel Nürnbergs, welche Rolle die Eisenbahn in den großen (europäischen) Migrationsbewegungen der vergangenen 200 Jahre gespielt hat. Von Armut und fehlender Lebensperspektive getriebene Auswanderung, Zuwanderung aus Osteuropa, Flucht und Vertreibung während des Ersten Weltkriegs sind deutliche Beispiele. Die Eisenbahn lieferte den Nationalsozialisten eine Infrastruktur für die Deportation der jüdischen Bevölkerung während des Dritten Reichs. Seit dem Ende des Zweiten Weltkriegs hat die Eisenbahn wiederholt eine zentrale Rolle in den Migrationsbewegungen gespielt, sei es bei der Vertreibung aus den ehemaligen Ostgebieten des Deutschen Reichs, als Verkehrsmittel der Wahl für die zahlreichen Gastarbeiter*innen, die nach Deutschland kamen, oder als Fluchtmöglichkeit aus den Krisengebieten Europas. Die Eisenbahnindustrie ist aus unserer Stadt nicht wegzudenken: Die deutsche Eisenbahn wurde hier geboren und bis heute ist Nürnberg wichtiger Produktionsort für Eisenbahntechnik. Aufgrund dieses reichhaltigen Erfahrungsschatzes haben wir natürlich viel zu erzählen über das Thema Migration und Eisenbahn.

In der Vorbereitung der Bewerbung kam es zum intensiven Austausch mit zahlreichen Projekten und Initiativen, die das Thema der kulturellen und nachhaltigen Stadtentwicklung mit viel Engagement verfolgen. Dazu zählen, neben dem oben genannten Urban Lab, Initiativen wie BLUEPINGU e.V. und das Quellkollektiv, ein Netzwerk aus über 100 Kunst- und Kulturschaffenden.

BLUEPINGU e.V. war und ist ein wichtiger Berater hinsichtlich der SDGs und deren Relevanz für die Planung und die Umsetzung von PAST FORWARD. Ökologie, Ökonomie und Soziales sind die drei Säulen der Nachhaltigkeit bei BLUEPINGU e.V., und insbesondere in diesen Bereichen gab es intensive Diskussionen hinsichtlich der geplanten Großprojekte. Wie lässt sich ein Großprojekt wie das „Kindertheater der Welt“ Kapitel 2.1 aus ökologischer Perspektive sinnvoll durchführen? Sind Großprojekte wie diese ökologisch überhaupt sinnvoll? Welche soziale Relevanz haben Großprojekte? Vor allem die ökologische Dimension stellt uns gegenwärtig noch vor ungelöste Fragen. Vom Evangelischen Kirchentag, der 2023 in Nürnberg stattfinden wird, erhoffen wir uns erste Antworten darauf, wie ökologisch ein Großprojekt überhaupt sein kann.

Wie in der Kulturstrategie klar festgehalten, ist ein Thema für die lokale Kulturszene von besonderer Wichtigkeit: Die Kunst- und Kulturschaffenden Nürnbergs brauchen kreativen Raum, seien es Ateliers, Übungsräume oder Veranstaltungsorte für Performances oder Ausstellungen. Auf diese Problematik soll mit dem neuen Nutzungskonzept für die Kongresshalle und neuen Räumen für die Kultur- und Kreativwirtschaft reagiert werden. Nationale und internationale Publika und Aufmerksamkeit sind ebenso relevant wie gute Produktionsbedingungen. Deshalb soll den Künstler*innen und Kreativen mit ihren Arbeiten in der Stadt, der Region und Europa eine breitere Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden.

3. EUROPÄISCHE DIMENSION

Romwegkarte von Albrecht Glockendon, 1533 © Germanisches Nationalmuseum, Nürnberg

3.1 Geben Sie einen allgemeinen Abriss der vorgesehenen Aktivitäten im Hinblick auf Folgendes:

a) Förderung der kulturellen Vielfalt in Europa, des interkulturellen Dialogs und des besseren gegenseitigen Verstehens der europäischen Bürger;
b) Hervorhebung der Gemeinsamkeiten der Kulturen, des Erbes und der Geschichte Europas sowie der europäischen Einigung und aktueller europäischer Themen;
c) Getragensein von europäischen Künstlern, Zusammenarbeit mit Akteuren und Städten in verschiedenen Ländern und länderübergreifende Partnerschaften.

PAST:
QUASI CENTRUM EUROPAE

Im 15. und 16. Jahrhundert galt Nürnberg als das europäische Zentrum. Nürnberg war herausragender Produktions- und Handelsknotenpunkt für den ganzen Kontinent. Für Jahrhunderte wurden die ersten Reichstage der neu gekrönten Kaiser des Heiligen Römischen Reiches hier abgehalten, was Nürnberg einen Quasi-Hauptstadt-Status verschaffte. Die Chiffre dafür, „Quasi Centrum Europae“ erfüllt viele Nürnberger*innen noch heute mit Stolz, auch wenn sich die politischen und ökonomischen Zentren Europas längst in andere Regionen verlagert haben.

Immerhin, der geografische Mittelpunkt der Europäischen Union liegt auch heute noch unweit von Nürnberg entfernt, Koordinaten über deren Relevanz man sich streiten kann. Europa endet schließlich nicht an den Grenzen der Europäischen Union. Abhängig vom angelegten geographischen Konzept liegt der Mittelpunkt des Kontinents Europa in Tschechien oder Polen, vielleicht auch in Weißrussland, Norwegen oder Estland. Zentrum oder nicht: Spielen

morePlatz/Schnitzer&: Lichtinstallation EUROPA „auf AEG“, 2018 © Rainer Viertlböck

solcherlei Verortungen heute überhaupt noch eine Rolle?

Wir sind überzeugt: In einer globalisierten Welt im digitalen Zeitalter, braucht es viel mehr als eine günstige geografische Lage um ein impulsgebendes Zentrum Europas zu sein.

FORWARD:
LOCAL LAB EUROPE

Mit dem Local Lab Europe wollen wir die Kernthemen, die die Zukunft Europas gestalten werden, bearbeiten: Klimawandel, Künstliche Intelligenz, Migration, soziale Ungerechtigkeit in Europa und die Frage, wie europäische Werte wie die Menschenrechte und die liberale Demokratie im 21. Jahrhundert verteidigt werden können, sodass sie Bestand für zukünftige Generationen haben.

Um gemeinsam kollektiven Lösungen für diese Herausforderungen näher zu kommen, müssen wir uns unserer kulturellen Gemeinsamkeiten und Unterschiede bewusster werden und gemeinsam aus unserer Geschichte lernen. Das Kulturhauptstadtjahr ist die Gelegenheit, Nürnberg zu einem Ort zu machen, der genau das ermöglicht – ein Ort der Begegnung, des Austauschs und des gemeinsamen Experimentierens rund um diese immerwährend aktuellen Themen.

Nürnberg ist bereits so etwas wie ein europäisches Labor. Unsere Stadtgesellschaft ist ein Mikrokosmos Europas auf 186 km². 93.000 der Bürger*innen unserer Stadt sind Staatsangehörige anderer europäischer Länder. Wir sind vertraut mit den sozialen Verhandlungsprozessen, mit den Chancen und Herausforderungen, die mit der Superdiversität, die Europa in den nächsten Jahren zunehmend prägen wird, einhergehen. Oft jedoch scheint Europa im alltäglichen Leben und Bewusstsein unserer Bürger keine allzu große Rolle zu spielen. Ziel des Local Lab Europe Projekts ist, dies zu ändern und uns bei der Verwirklichung unserer Ziele zu helfen – europäischer und internationaler zu werden, und das nicht nur auf dem Papier, sondern auch in unserem Denken und Handeln; wir wollen Wegbereiter sein, wenn es darum geht, europäische Herausforderungen anzugehen und ein starkes europäisches, sowie bürgerschaftliches Bewusstsein zu entwickeln. Kapitel 1.4

Das Local Lab Europe ist aber mehr als nur eine Auswahl der „europäischsten“ Projekte unseres PAST FORWARD-Programms. Es wird unser gesamtes Programm mehr auf Europa zentrieren, indem es mit einer systematischen Herangehensweise sich den Herausforderungen des sozialen, politischen und kulturellen Wandels im europäischen Kontext mit möglichst vielen Programmkomponenten annimmt.

Darüber hinaus ist das Local Lab Europe ein Experimentierort für die Umsetzung der Neuen Europäischen Kulturagenda (2018) der Europäischen Kommission. Daher wird das Local Lab Europe die fünf Schwerpunkte der Agenda widerspiegeln (sozialer Zusammenhalt, Nachhaltigkeit im Bereich des kulturellen Erbes, internationale Kulturbeziehungen, etc.)

Unser Labor: Nürnberg und Europa
Unsere coLABorators: Die Bürger Nürnbergs und der Region, Hand in Hand mit unseren Gästen.
Unsere Instrumente: Kunst und Kultur

SOZIALER ZUSAMMENHALT

Gleiche Chancen für sowohl kulturelle als auch soziale Partizipation sind zentrale Pfeiler unserer Kulturstrategie. Das Projekt “Urban Society and Civic Togetherness” Kapitel 2.2 sucht mit Partner*innen aus ganz Europa Lösungswege für die Herausforderungen in einer superdiversen Stadt mit beträchtlichen sozialen Unterschieden. Wir werden partizipative und auf Teilhabe zielende Kunstprojekte entwickeln, mit europäischen Partner*innen testen und nachhaltig in Nürnberg verankern. Unsere Partnerstadt Glasgow z.B. ist international für ihre zahlreichen Partnerschaftsprojekte zur Bekämpfung der Obdachlosigkeit bekannt. Mit lokalen Partner*innen und Partner*innen aus Glasgow wollen wir verschiedene Modelle für die Zusammenarbeit zwischen Hotels, Künstler*innen und Obdachlosen testen. Das Artist-in-Residence-Programm Kapitel 2.2, welches wir ab 2019 starten, könnte als ein Pilot für das „Mobility Scheme for Artists and Creative People“ (New Agenda for Culture) dienen. Bei diesem Projekt geht es uns insbesondere um die Erforschung der ökologischen Dimension der Mobilität von Künstler*innen und Kunstproduktionen.

M.I.L.K.

Das Projekt M.I.L.K. hat zum Ziel, Schüler*innen in Nürnberg mit Partner*innen aus Slowenien und Kroatien zusammenzubringen, um gemeinsam die Frage nach sozialer und kultureller Identität und Alterität zu stellen und die Ergebnisse 2025 in einer beeindruckenden performativen Aufführungsreihe zu präsentieren.

Inspiration für dieses Projekt kommt von den Erlebnissen slowenischer Frauen, die, von Armut getrieben, ab der Mitte des 19. Jahrhunderts aus Slowenien dazu gezwungen waren, als Säugammen nach Afrika auszuwandern und sich dort um den Nachwuchs wohlhabender nordafrikanischen Familien kümmerten. Die „Alexandrinen“ genannten Frauen gaben in der Fremde nicht nur ihre Muttermilch, sondern auch ihre Kultur in Form von Kinderliedern an ihre Schützlinge weiter. Diese Lieder, die heute noch in Ägypten und Tunesien Popularität genießen, kommen nun durch Tourismus und Migration wieder zurück nach Slowenien und nach Mitteleuropa.

Die Geschichte der Alexandrinen ist in ihrer Komplexität sowohl eine Parabel, als auch Metapher für das Konzept flüssiger und statischer Kräfte in unserer heutigen Welt.

Flüssigkeiten wie Milch, die Fließfähigkeit der Bewegungen von Menschen stehen im Gegensatz zur Undurchlässikeit von physischen und mentalen Grenzen.

Bei M.I.L.K. geht es um diese Grenzen und um die Etablierung unserer Identität und der Gruppen, denen wir zugehörig sind. Wie definieren wir, wer „wir“ als Gemeinschaft, als Gesellschaft, als Europäer und als Teile der Menschheit sind?

M.I.L.K. wird mit hunderten von Schulkindern, Lehrer*innen, Chören, Filmemacher*innen, Ausstellungsorganisator*innen und Performer*innen zusammenarbeiten und ein Bottom-up-Konzept über kollektive Identität und Wahrnehmungen von Heimat entwickeln.

Unser Ziel ist es, von 2021 bis 2024 ein Modell auf die Beine zu stellen, das ohne Probleme in andere kulturelle Kontexte übertragen werden kann. 2025 werden wir das Modell dann nutzen, um Performances und Ausstellungsformate zu präsentieren.

Partner*innen: Kunst- und Kulturquartier Nürnberg, Goethe-Institut Ljubljana, EnKnap Ljubljana, Croatian Cultural Center Rijeka. Künstlerische Leitung: Cathy Mililken

WALLS & BORDERS

Viel von Nürnbergs Reichtum begründet sich auf dem freien Warenverkehr und der Freizügigkeit des Menschen. Gleichzeitig waren Nürnberg und die Region über Jahrhunderte hinweg geprägt von Mauern und Grenzziehungen: Der römische Limes im Süden unserer Region, die Stadtmauern und Festungen in vielen unserer mittelalterlichen Städte, die 300 Kilometer Eiserner Vorhang, der sich von 1952 bis 1989 durch den Norden und Osten der Region zog. Diese und viele weitere Orte sind Zeugen einer europäischen Geschichte der Teilung und sind wichtige Aspekte unseres Kulturerbes.

Die Mauern und Grenzen in unserer Region haben ihren ursprünglichen Zweck schon lange verloren. Aber es ist offensichtlich, dass die Bedeutung von Grenzen – sowohl von sichtbaren, wie das Mittelmeer, als auch von unsichtbaren Grenzen wie jene innerhalb des Schengenraumes – stärker als je zuvor ist, und einige daher schon von einer „Festung Europa“ sprechen.

Das Format PAST FORWARD Walls & Borders wird Themen wie Migration, Inklusion und Ausgrenzung in Europa mit künstlerischen und diskursiven Mitteln bearbeiten. Derzeit prüfen wir die Möglichkeit, ein ausrangiertes Schiff der Seenotrettung, die „Sea Eye“ nach Nürnberg zu bringen. Die Sea-Eye war Teil einer zivilen Rettungsmission, die von 2015 bis 2018 entlang der afrikanischen Mittelmeerküste patrouillierte und die Leben von mehr als 14.000 Flüchtenden rettete. Das Schiff soll einen Beitrag zur aktuellen Debatte um die Menschenrechte leisten, indem es ein Ort der Bildung und Bewusstmachung durch Kunst und Kultur wird.

INTERNATIONALE KULTURBEZIEHUNGEN

Europäische Partnerschaften mit Verschränkung zu Programmen wie INTERREG, ERASMUS und dem Nachfolgeprogramm Horizons2020 sind ausschlaggebend für unser Programm: Auch hier endet Europa nicht an den Grenzen der EU-Staaten und auch nicht an den Grenzen des geografischen Kontinents. Genau aus diesem Grund haben wir ganz bewusst einen Wissens- und Erfahrungsaustausch mit Partnern außerhalb Europas gesucht, um in der Zukunft gemeinsame Kooperationsprojekte initiieren zu können. Wir hoffen, dass PAST FORWARD auch einen Beitrag zur besseren Vernetzung europäischer Hochschulen im Kulturbereich leistet. Die 2018 von uns durchgeführte Netzwerkanalyse Kapitel 2.4 hat die Bedeutung der Hochschulen für die regionale Kulturlandschaft und das Entwicklungspotential für bessere Vernetzung deutlich gemacht. International aufgestellte höhere Bildungseinrichtungen, wie die Central European University, und im Kontext des PAST FORWARD Programms forschende und lehrende Universitäten können wichtige Partner für unser Programm in Europa und darüber hinaus sein. Außerdem wollen wir POP-UP PAST FORWARD Kapitel 3.2 auf Partnerstädte und weitere Städte auch außerhalb Europas ausweiten.

DIE KONFERENZ FÜR OPFER UNSERES LEBENSSTILS:

Die dunklen satanischen Mühlen der Arbeit

Mit der Initiative „Die Konferenz für die Opfer unseres Lebensstils: Die dunklen satanischen Mühlen der Arbeit“ wollen wir eine erweiterte, internationalere Perspektive auf die Welt des Arbeitens schaffen. In diesem Projekt werden wir die widersprüchliche und ambivalente Natur internationaler Machtverhältnisse aufgreifen. Mit Partner*innen aus dem globalen Süden suchen wir Antworten auf die Frage, wie die koloniale Vergangenheit Europas und unsere postkoloniale Gegenwart in eine Zukunft geprägt von einer internationalen Kultur der

Julian Vogel: 25. Jahrestag „Straße der Menschenrechte“, 2018 © Florian Dawel

Gerechtigkeit entwickelt werden kann.

Eine Konferenz, welche eher einem Tribunal ähnelt, wird die globalen Arbeitsbedingungen von heute offenbaren und den Anteil, den wir Europäer*innen an der Aufrechterhaltung dieses Status Quo tragen, offenbaren. Mögliche Gesprächspartner*innen sind Beschäftigte bei China Foxconn aus unserer Partnerstadt Shenzhen, Jo Seoka und Jakob Krameritsch, die streikende Arbeiter in Marikana (Südafrika) während des Marikana Massakers, einem Vorfall bei dem 35 Minenarbeiter durch Schussfeuer der Polizei getötet wurden, unterstützt haben; Alina Banu, die in Rumänien gegen die Abtragung ganzer Berge kämpft; Pablo Mendoza, ein Aktivist, der juristische Kampagnen gegen Texaco organisiert für das, was die Ölforderung in Ecuador anrichtet; Arbeiter*innen aus griechischen Betrieben, die ihre Firma besetzen und weiterhin selbstverwaltet betreiben; die Autorin Kathrin Hartmann; der Aktivist Feri Iawan, der in Sumatra unermüdlich für die Erhaltung des Regenwaldes kämpft; Zehra Khan, die pakistanische Textilarbeiterin, deren Fabrik abbrannte.

KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Ein integraler Bestandteil des Programmschwerpunkts „Exploring Reality“ ist das Ziel der Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft und die Schaffung von Experimentiermöglichkeiten in den Bereichen Bildung und Innovation. Dieses Ziel fokussiert vor allem auf Geschichte und Zukunft von Arbeit und Handwerk wie dem Musikinstrumentenbau und Softwareentwicklung. Mit Partnern wie dem LEONARDO-Zentrum für Kreativität und Innovation und dem UNESCO Chair in Arts and Culture in Education machen wir uns auf den Weg, Transformationsdynamiken und Erfolgsbedingungen kulturpädagogischer Praxis zu erforschen und anschließend international vorzustellen.

CREATIVE ENTREPRENEURSHIP FLOW

Der europäische Kultur- und Kreativwirtschaftssektor ist ein wichtiger Motor für Innovation rund um die Beschäftigungsverhältnisse junger Menschen und die Nutzung ihres vielfältigen Potenzials, sowohl bei uns in der Region als auch in Europa. Gleichzeitig stehen das Handwerk und viele Industrieberufe in diesem Sektor vor großen Veränderungen: 3D-Druck hat Produktionsweisen verändert und die digitale Plattformökonomie hat neue Vermarktungsvoraussetzungen zur Folge gehabt. Die Märkte der Kultur- und Kreativwirtschaft sind heterogen und der Sektor wird von kleinen Unternehmen geprägt, oft mit limitierter internationaler Sichtbarkeit. Mit Creative Entrepreneurship Flow wollen wir das kulturelle Unternehmertum und die europäische und regionale Kultur- und Kreativwirtschaft stärken.

Ein neues Netzwerk von Unterstützungszentren für Kultur- und Kreativunternehmertum wird dabei helfen, die Internationalisierung und Wettbewerbsfähigkeit dieses Sektors voranzutreiben. Das Projekt ist für Nürnberg und die Region eine strategische Möglichkeit, Synergien zwischen Stadt und Land, sowie zwischen den europäischen Ländern untereinander zu stärken und damit Kooperation mit unseren östlichen Partner*innen aus dem Donauraum (EUSDR) zu vertiefen. Im Jahr 2025 soll dann beispielsweise ein großes Event in Nürnberg die europäische Kultur- und Kreativwirtschaft vorstellen und die Projektergebnisse präsentieren.

Potenzielle Partner: Bayernkreativ, Handwerkskammer Mittelfranken, IHK Nürnberg, ZOLLHOF Tech-Incubator

NACHHALTIGKEIT IM BEREICH DES KULTURELLEN ERBES

Nachhaltigkeit im Bereich des kulturellen Erbes, Kapitel 2.3, sowohl materiell und immateriell, ist seit Jahrzehnten Gegenstand heftiger Debatten in Nürnberg. Das überrascht nicht in einer Stadt, die so reich an Kulturerbestätten und traditionellen Praktiken ist, von den drei UNESCO Welterbestätten in der

Region ganz zu schweigen. Mit PAST FORWARD wollen wir hervorheben, dass der Umgang mit Kulturerbe („Heritage-Making“) ein politisches und soziales Handeln ist, welches die Pluralität von Gesellschaft stärker reflektieren muss, als dies bisher in den vergangenen Jahrzehnten geschehen ist.

Das Local Lab Europe wird als Plattform für weiterführende Diskussionen zu diesem Thema dienen und dabei diverse lokale und internationale Perspektiven berücksichtigen. Unter anderem wollen wir mit Europa Nostra, UNESCO und der Association of Critical Heritage Studies zusammenarbeiten.

Ein wichtiges Projekt zur Förderung kultureller Partizipation in der Stadt ist die Entwicklung eines neuen Nutzungskonzepts für die Kongresshalle. Dieses einzigartige Experiment wird ausloten, wie die Stadt ein Gebäude nutzen kann, das ein wichtiger Teil ihres nationalsozialistischen architektonischen Erbes ist, und das nicht nur als Mahnmal der Erinnerungskultur, sondern auch als Ort der Kunst und Kreativität. Wir werden u.a. unsere europäischen Partner*innen von Trans Europe Halles dazu einladen, uns bei diesem Projekt mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

DIGITALISIERUNG

Die Projekte „Time Machine Nürnberg”, „Nürnberger Bits” und „Toys of Tomorrow” Kapitel 2.2 & 2.3 beschäftigen sich mit der Frage, wie Nürnbergs historisches Kulturerbe in die digitale Zukunft getragen werden kann. Mit unseren lokalen Partnern wie dem Germanischen Nationalmuseum, dem Lehrstuhl Digital Humanities und der Digital Tech Academy der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, dem Stadtarchiv, dem LEONARDO-Zentrum für Kreativität und Innovation und ZOLLHOF Tech Incubator ist Nürnberg bestens dafür aufgestellt, ein so ambitioniertes Unterfangen zu realisieren. In Kooperation mit nationalen und europäischen Partnern wie der Landesstelle für Digitalisierung Bayern und EUROPEANA möchten wir zur digitalen Transformation des europäischen Kultursektors beitragen. In diesem Zusammenhang ist die Strategie European Digital4Culture nicht nur eine Chance für Europa, sondern auch eine vielversprechende Initiative, zu der PAST FORWARD einen wertvollen Beitrag leisten kann

DIGITIZE DÜRER

Wir streben an, die erste Region zu werden, die ihr kulturelles Erbe möglichst umfassend digitalisiert und ihre kulturellen Artefakte durch Apps und digitale Produkte präsentieren kann. Kulturelle Daten werden für die Zukunft gesichert, zugänglich gemacht und mit verschiedenen Gesellschaften und Publika geteilt. Der aufregendste Kulturhackathon, den Europa je gesehen hat, soll im Jahr 2025 den kulturellen Datenschatz aus Archiven, Spielzeugsammlungen, Katasterämtern, aus Kellern und Dachböden Nürnbergs, der Metropolregion und Europas zutage fördern. Auf diese Weise wird das Potenzial sichtbar, das die Digitalisierung für das Verstehen, Erleben und die Transformation unserer Kultur hat. Wer weiß, was wir noch alles entdecken, wenn wir uns auf digitale Schatzsuche in unsere Vergangenheit begeben: vielleicht finden wir ein Nürnberger Kochbuch voll mit mittelalterlichen Rezepten? Vielleicht werden wir in Zukunft an einer Augmented Reality Führung durch Nürnberg teilnehmen können, die vergangene Jahrhunderte sichtbar, fühlbar und, für ganz Hartgesottene, vielleicht auch riechbar macht.

BÜRGERSTADT NÜRNBERG – EUROPA DER BÜRGER

Die erhöhte Wahlbeteiligung bei der Europawahl im Mai 2019 ist ein deutliches Signal – vielen EU-Bürgern ist Europa alles andere als gleichgültig. In der gesamten EU stieg die Wahlbeteiligung von 43% im Jahr 2014 auf 51% im Jahr 2019, in Nürnberg sogar von 48% auf 61%. Dieses Momentum wollen wir nutzen. Die neue, ab November 2019 amtierende EU-Kommission hat erkennen lassen, dass sie sich in den kommenden Jahren für die Schaffung einer Bürgerversammlung einsetzen möchte, sodass die Menschen in Europa eine zentrale und aktive Rolle bei der Gestaltung der Zukunft Europas einnehmen können. Wir sehen uns mit der Local Lab Europe-Initiative in einer aktiven Rolle, diese Vision eines Europas der Bürger zu realisieren. Nürnberg wird seit dem 13. Jahrhundert von den Bürger*innen der Stadt regiert, ohne dass ein Landesfürst oder König hier über eine längere Zeit herrschte.

Vielleicht ist bürgerschaftliches Engagement auch deshalb ein derart integraler Bestandteil unseres Selbstverständnisses. Auf jeden Fall wollen wir unseren Teil dazu beitragen, wenn Europa bis 2025 mehr und mehr von den Bürger*innen mitgestaltet werden soll. Dies bedarf auch des vermehrten Austauschs der Menschen in Europa untereinander, weshalb wir unsere Besucher*innen nicht als Tourist*innen, sondern als coLABorators betrachten, als Mitgestalter*innen, die wir auffordern möchten, aktiv an der Gestaltung der Zukunft Europas mitzuwirken. Die vorläufigen und endgültigen Ergebnisse unserer Projekte werden wir kontinuierlich nach Brüssel übermitteln, wobei die Bayerische Landesvertretung als eine Art Botschaft für PAST FORWARD dienen wird, über die die Kommunikation zwischen Brüssel und Nürnberg fließen soll. Zu unseren regelmäßig stattfindenden Europäischen Debriefings werden wir Entscheidungsträger*innen einladen, damit sie die Arbeit der europäischen Institutionen wie EU-Parlament, Kommission oder Europarat sichtbarer machen und sie mehr in das Bewusstsein ihrer Menschen rücken. Wir wollen junge Europäer*innen zu Botschafter*innen und Scouts für die europäischen Bürger*innen machen. Unter dem Titel “Youth United” werden Jugendliche aus unseren 14 Partnerstädten und anderen Europäischen Kulturhauptstädten zu einem großen Jugendcamp zusammenkommen und über die Fragen ihrer gemeinsamen Zukunft debattieren: von der Erinnerungskultur bis zu den Menschenrechten – welche Rolle spielt die Vergangenheit in unserem Leben? Wie können wir Jugendliche in die Gestaltung der Zukunft ihrer Städte und der Welt, in der sie leben wollen, einbeziehen? Welche Rolle spielen Jugendkulturen und urbane Subkulturen in der Gestaltung des Stadtraumes? Welche Möglichkeiten haben junge Menschen die Gesellschaften zu prägen, in denen sie heute leben?

Darüber hinaus wollen wir erforschen, wie die Zivilgesellschaft zur Schaffung eines Europas der Bürger*innen beitragen können. Wäre es beispielsweise möglich, eine Art europäischen Binnenmarkt für gemeinnützige Organisationen zu etablieren? Wir werden neue Formate partizipativer Entscheidungsfindung, sowie der Finanzierung testen. Wir werden uns außerdem mit anderen europäischen Städten austauschen, um zu erfahren, welche innovativen Formen des Mitregierens die Stadtverwaltungen einsetzen, um die Bürger*innen zu beteiligen. Kapitel 4.1

STARTRACK EUROPE

Laut dem ECFR Cohesion Monitor 2019 sind es weiterhin insbesondere die Erfahrungen junger Leute, und vor allem länderübergreifende Begegnungs- und Austauschprogramme, die ein Gefühl von Verbundenheit, Zusammenhalt und Stabilität in den europäischen Gesellschaften am effektivsten fördern können. Bei dieser Kooperation arbeiten Jugendliche eng zusammen mit einem gemeinsamen Ziel vor Augen und erfahren durch ihre Erlebnisse, welche Bedeutung dem EU-Motto „In Vielfalt geeint“ innewohnt.

Gemeinsame Erlebnisse dieser Art ermutigen Jugendliche dazu, über kulturelle, nationale und generationale Identität nachzudenken, oft fördern sie auch aktives Engagement als Bürger*innen Europas.

Die Organisationen MitOst und FreeInterrail werden gemeinsam 60 jungen Europäer*innen, die in Nürnberg und seinen Partnerstädten eine Ausbildung machen, dieses Projekt der Forschung, des Austauschs und der gemeinsamen historischen und aktuellen Erfahrungen ermöglichen.

Michelangelo Pistoletto wird die einzigartige künstlerische Inspiration zu diesem Projekt beitragen und zusammen mit Projektteilnehmern eine „bewegliche Skulptur“ oder eine „Zeitungskugel“ anlässlich der Auftaktveranstaltung in Nürnberg kreieren.

3.2 Können Sie ihre Gesamtstrategie, das Interesse eines breiten europäischen und internationalen Publikums zu wecken, erläutern?

Wir hoffen, dass das künstlerische und kulturelle Programm hohes Interesse in Europa und der Welt wecken wird und daher viele Menschen einen Besuch unserer Kulturhauptstadt unternehmen werden. Im Vorfeld des Kulturhauptstadtjahres werden wir mit internationalen Medien zusammenarbeiten, um PAST FORWARD in Europa und der Welt bekannt zu machen. Darüber hinaus werden ab 2020 eine Vielzahl unserer Kommunikations- und Marketingmaßnahmen darauf ausgerichtet sein, ein breites internationales Publikum zu erreichen, so z.B. “Bridging Europe – Bridging Worlds”. Kapitel 5.4.1

Außerdem sind drei Initiativen vor Ort in Planung, die das europäische Interesse wecken sollen.

CULTURE TRAVELS

Bei dieser Initiative werden ausgewählte Teilnehmer*innen im Rahmen von PAST FORWARD eine Reise durch Europa und die Welt antreten. Künstler*innen aus Nürnberg werden als Botschafter*innen der Stadt unsere Partnerstädte, vormalige Kulturhauptstädte und eine Reihe anderer ausgewählter Metropolen besuchen. Die Künstler*innen werden Gelegenheit haben, ihre Werke zu zeigen und mit Interessierten, Passant*innen und anderen, die ihnen begegnen, über PAST FORWARD zu sprechen. Informationen über unser Kulturhauptstadtprogramm, die Stadt und die Region werden sie selbstverständlich auch mit im Gepäck haben.

BRING SOME CULTURE – TAKE SOME CULTURE

Diese Initiative richtet sich vor allem an Studierende, aber auch an Expats und Schüler*innen. In Kooperation mit verschiedenen Universitäten, Hochschulen, Unternehmen und Schulen werden wir die Teilnehmenden von Hochschul- und Schulaustauschprogrammen sowie Expats dazu einladen, ein Stück ihrer Kultur mit nach Nürnberg zu bringen und ein kleines Stück unserer Kultur wieder mit nach Hause zu nehmen. Um dies zu ermöglichen, wird es einen speziellen Ort in der Stadt geben, wo sie einen Gegenstand hinterlassen können, der ihre Kultur symbolisiert. Im Gegenzug bekommen die Teilnehmenden von uns etwas, das sie wieder mit zurück in ihre Heimatnehmen können, um dort über unsere Kultur und ihre Erfahrungen zu erzählen.

CO-HUBS

Neben den Hotels unserer Stadt sind der Flughafen (jährlich über 4.000.000 Passagiere), die Messe Nürnberg (1.000.000 Besucher jährlich; rund 200.000 davon aus dem Ausland) und der Hauptbahnhof jene Orte, an denen wir einer Vielzahl internationaler Besucher*innen begegnen. Aus diesem Grund haben wir genau diese Orte als Plätze für unsere Co-Hubs ausgewählt, die auf dem Weg zum Kulturhauptstadtjahr 2025 eingerichtet werden: Co-Work, Co-Create, Co-Learn, Co-Play. Diese Knotenpunkte sollen Orte sein, an denen die Menschen gemeinsam arbeiten, lernen, spielen und sich künstlerisch-kreativ ausleben können. Sie werden nicht nur betreut und mit Infos zur Kulturhauptstadt und später mit dem Programm, sobald dieses veröffentlicht ist, ausgestattet, sondern die Besucher können aktiv die Rolle und die Aktivitäten der Hubs mitgestalten. Zudem werden dort regelmäßig künstlerische Performances und Ausstellungen stattfinden als ein Vorgeschmack auf das, was 2025 alles in Nürnberg zu erleben sein wird.

Wir arbeiten bereits eng mit der Nürnberger Congress- und Tourismuszentrale [CTZ] zusammen, auf deren Expertise wir zurückgreifen können, wenn wir 2021 auf der Tourismuswelt-leitmesse ITB (Berlin) vertreten sein werden. Zu weiteren Projekten in Zusammenarbeit mit der CTZ zählt auch das Entwerfen von Preview-Paketen, die den Gästen Lust auf mehr machen sollen und uns dabei helfen sollen, Touren, Pakete und die Infrastruktur passgenau auf die Bedürfnisse unserer Besucher zuzuschneiden. Zu diesem Zweck erarbeiten wir Themenjahre für die Vorbereitungsphase zum Kulturhauptstadtjahr. Auch mit unseren Tourismuspartnern BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH (by.TM) und der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) arbeiten wir eng zusammen, um sicherzustellen, dass unsere Ideen auf die internationalen Märkte abgestimmt sind. Auf Basis der Zusammenarbeit mit der DZT und unseren eigenen Marktevaluierungen erstellen wir marktspezifische Kommunikationskonzepte für unser Kulturhauptstadtprogramm. Um die Öffentlichkeitsarbeit in den nationalen und internationalen Märkten zu unterstützen, werden wir Fam-Trips für die Reiseindustrie, sowie “Bridging Europe – Bridging Worlds” organisieren und durchführen. Kapitel 5.4.1 Kern unserer Zusammenarbeit mit der nationalen und internationalen Tourismusbranche sind digitale Medien, einschließlich Webinaren für Reiseveranstalter. Andere Formate für digitale Informations- und Buchungsplattformen werden außerdem durch Kampagnen mit verschiedenen Anbietern entwickelt werden.

POP-UP PAST FORWARD

Im Jahr 2024 wird PAST FORWARD ein Jahr lang auf eine Reise um die Welt gehen und Nürnberg in verschiedenen internationalen Städten als Pop-Up Kulturhauptstadt Europas vorstellen. Jeden Monat wird POP-UP PAST FORWARD eine andere Stadt besuchen. POP-UP PAST FORWARD ist als ressourcenschonende, mobile und nach dem Baukastenprinzip konzipierte Initiative gedacht. Die temporäre Kulturhauptstadt wird als Plattform für ausgewählte Projekte des PAST FORWARD Programms und auch für die EU-Initiative Kulturhauptstadt Europas als solche dienen.

Bislang in Betracht gezogene Veranstaltungsorte sind: ECoCs 2024 und 2025, East Asia City of Culture 2024/25, African Capital of Culture 2024/25, New York, Brüssel und ausgewählte Partnerstädte Nürnbergs.

Mögliche Umsetzungspartner könnten das Goethe-Institut, die German Academy New York und ifa - Institut für Auslandsbeziehungen Stuttgart sein.

3.3 Inwieweit planen Sie, Verknüpfungen zwischen Ihrem Kulturprogramm und dem Kulturprogramm anderer Städte, die den Titel „Kulturhauptstadt Europas“ tragen, zu schaffen?

ZUSAMMENARBEIT MIT ANDEREN KULTURHAUPTSTÄDTEN AB 2020

Slovenia 2025

Bereits in der Bewerbungsphase haben wir Projektkooperation mit der slowenischen Bewerberstadt für 2025, Ljubljana, initiiert. Nürnberg und Ljubljana blicken auf eine gemeinsame Geschichte zurück, die in vielen Bereichen noch unerforscht ist, und sind mit ähnlichen Herausforderungen konfrontiert. Vor diesem Hintergrund werden wir die Partnerschaft zwischen unseren beiden Städten im Vorfeld des Kulturhauptstadtjahres 2025 noch weiter ausbauen. Unter den bereits gestarteten oder in der Vorbereitungsphase befindlichen Projekten ist auch “Kinoclip”: Im Verlauf des Jahres 2019 produziert eine Gruppe Jugendlicher aus Ljubljana und Nürnberg mit professionellem Coaching eine filmische Koproduktion, die in beiden Städten auf Film-Festivals im Jahr 2020 gezeigt wird. Diese Kooperation soll bis 2025 fortgesetzt werden, damit wir diese Städte aus den Augen der jüngeren Generation kennen lernen können. Aus der Initiative soll dann eine Kompilation aus genreübergreifenden Arbeiten entstehen und den Jugendlichen gleichzeitig die Möglichkeit geben, sich mit dem Berufsfeld des Filmemachens vertraut zu machen. Ab 2021 wird das Community-Projekt M.I.L.K. die Fragen nach kollektiver Identität und traditioneller Kultur durch Gesang und Tanz erörtern. Auch im Rahmen unseres Artists in Residence-Programms wird Zusammenarbeit stattfinden mit dem Ziel, die gemeinsame deutsch-slowenische Geschichte zu erforschen und sich mit ihr auseinander zu setzen. Bereits jetzt besteht eine enge Verbindung zwischen Nürnberg und Ljublijana über das internationale figuren.theater.festival. 2025 werden wir das Programm des Festivals noch um eine Reihe von Koproduktionen erweitern. Schließlich soll ein Culture Shuttle zwischen Nürnberg und der slowenischen Kulturhauptstadt für die Dauer des Kulturhauptstadtjahres verkehren. Wir stehen dazu bereits mit der Firma Flixbus, welche von zwei aus der Nürnberger Region stammenden Unternehmern gegründet wurde, im Gespräch.

Galway 2020

“Schottenklöster” ist ein Musikprojekt, das auf den mittelalterlichen Netzwerken von Benediktinerklöstern zwischen Franken und Westirland aufbaut. Im Rahmen des Galway Early Music Festivals werden auch in Nürnberg 2020 mehrere Konzerte stattfinden. Weitere gemeinsame musikalische Initiativen sind bei SONGLINES geplant.

Kaunas 2022

Nürnberg und Kaunas sind beides Städte, die mit nationalsozialistischen Gräueltaten in Verbindung gebracht werden, sei es deren Planung oder tatsächliche Ausführung. Gemeinsame Projekte von bayerischen Gedenkstätten und Kaunas gibt es bereits. An diese wollen wir in der zweiten Bewerbungsphase anknüpfen.

Veszprém 2023

Die im Rahmen der Kulturhauptstadt-Bewerbung der Stadt geplante Homo Ludens Academy in Veszprém und das Haus des Spielens in Nürnberg, das als Bestandteil von PAST FORWARD geplant ist, könnten enorm voneinander profitieren. Zusammen mit der Ludothek Ludovico in Graz, wollen wir Orte entwickeln, die als Sprungbretter dienen können, um das Spielen in die Welt zu tragen.

Mostar 2024

Brücken der Versöhnung zu bauen ist das zentrale Motiv der Bewerbung Mostars für 2024. Nürnbergs Geschichte bietet hier Raum für Synergien. Wir möchten mit Künstlern aus Bosnien-Herzegowina, Nürnberg und mit Partnern aus anderen Ländern dieses Thema mittels Kunst und Diskursen weiterentwickeln.

Tartu 2024

2024 wird Estland wieder das alle fünf Jahre stattfindende ESTONIAN SONG FESTIVAL abhalten. Wir sind bereits mit Tartu 2024 im Gespräch, um verschiedene Möglichkeiten der Kooperation im Rahmen von SONGLINES zu erörtern.

Oulu 2026

Wie Nürnberg will auch die finnische Stadt Oulu über ihren eigenen Schatten springen und sich neu erfinden. Wir würden gerne gemeinsam mit Oulu zu den Sternen reisen und das Licht der Kulturhauptstadt bei der Eröffnungsfeier in Oulu weitergeben. Gemeinsam planen wir das Projekt Lights On/Lights Out. Lights On/Lights Out.

Kapitel 2.2

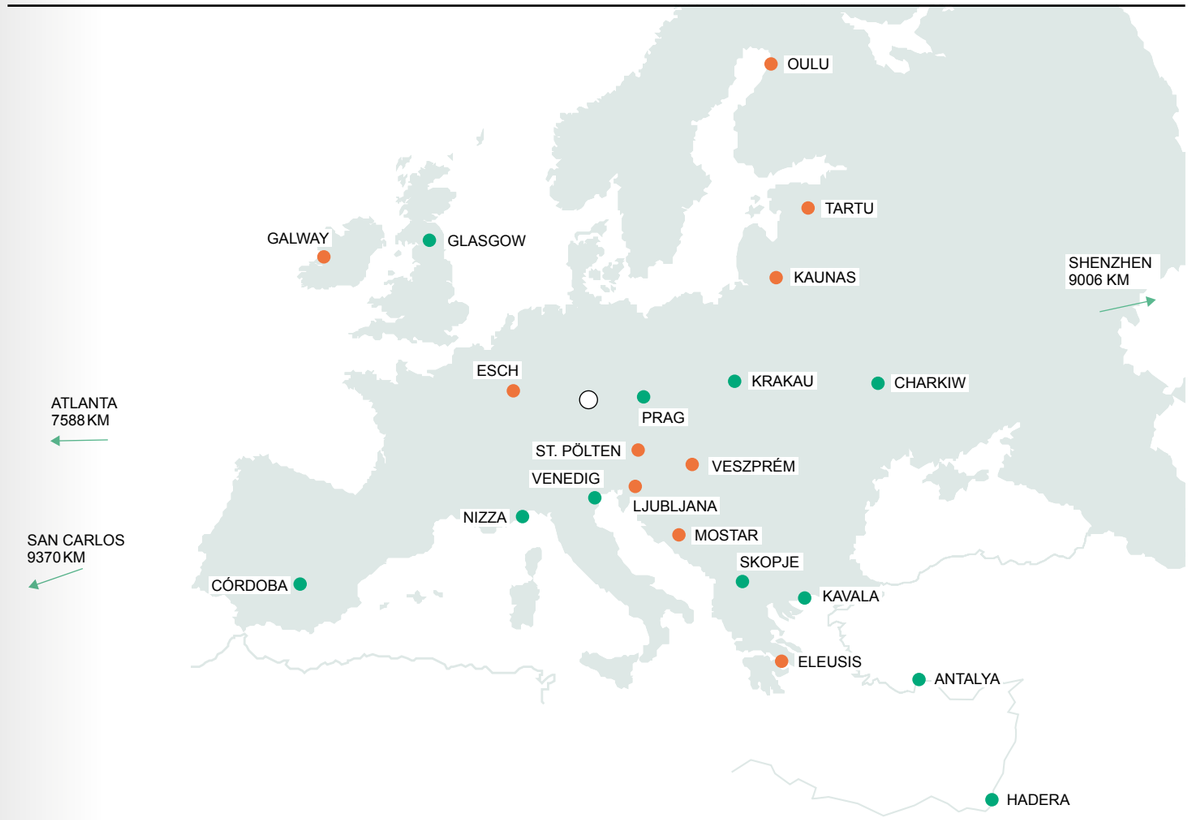
ANDERE KOOPERATIONEN UND WISSENSAUSTAUSCH

Wir freuen uns, dass wir während der Bewerbungsphase Mitglieder der Bewerbungsteams sieben anderer europäischer Kulturhauptstädte in Nürnberg begrüßen durften. Sie haben während ihres Aufenthaltes verschiedene Veranstaltungen besucht und ihre wertvollen Erfahrungen und Best Practices mit uns geteilt. Ein ähnlicher Austausch ist für die Zukunft mit der österreichischen Kulturhauptstadt 2024 St. Pölten, Bad Ischl oder Dornbirn zu deren Ansätzen der Regional- und Stadtentwicklung geplant. Darüber hinaus wird Eleusis 2021 Teile seines Filmprogramms im Rahmen der Deutsch-Griechischen Filmtage im November 2020 in Nürnberg präsentieren, darunter „Mourning Rock“, eine Dokumentation über Eleusis. Esch 2022 und der neue Campus der Universität Luxembourg in Belval sind wichtige Ansprechpartner bei der Neugründung der Technischen Universität Nürnberg, die voraussichtlich im Kulturhauptstadtjahr 2025 eröffnet wird.

Nürnberg ist aktives Mitglied des im Jahr 2017 gegründeten Culture Next Candidate Cities Network. Dem Netzwerk gehören derzeit mehr als 20 ehemalige, aktuelle und zukünftige Kulturhauptstadt-Bewerberstädte an. Es dient als Plattform, um Erfahrungen auszutauschen, sich gegenseitig bei der jeweiligen Kulturstrategieumsetzung zu beraten und in Projekten zu kooperieren. ABB. 06

ABB. 06

PARTNERSTÄDTE, ZUKÜNFTIGE KULTURHAUPTSTÄDTE UND KULTURHAUPTSTADT-BEWERBER, MIT DENEN WIR IN KONTAKT STEHEN ODER KOOPERIEREN



Kulturhauptstadt/ Kulturhauptstadt-Bewerber Nürnberger Partnerstadt

Nürnberg, Stadtteil St. Peter, 2019 © Andreas Grabow

4. ERREICHUNG UND EINBINDUNG DER GESELLSCHAFT

Brückenfestival mit dem Moving Micro Office, 2018 © Michael Lyra

4.1a Erklären Sie, wie die örtliche Bevölkerung und Ihre Zivilgesellschaft bei den Bewerbungsvorbereitungen eingebunden wurden.

Die Strategie für unsere Bewerbung basiert auf der umfassenden Teilhabe und Beteiligung der Bevölkerung. Bereits kurz nach dem Beschluss des Stadtrats im Dezember 2016 wurde eine Vielzahl an Formaten entwickelt, um die Bürger*innen in den Bewerbungsprozess mit einzubeziehen, damit sie einen Einblick in die ECoC-Idee bekommen und um uns ein klareres Bild davon zu vermitteln, wie sich die Bürger*innen Nürnbergs ihre Kulturhauptstadt vorstellen. Zum Einsatz kamen Formate wie z.B. Vorträge von externen Expert*innen, Workshops, Bürgerbefragungen, ein Kulturhauptstadttag, Open Calls, Arbeitsgruppen zu diversen Themen der Bewerbung, ein Moving Micro Office des Bewerbungsbüros, analoge und digitale Beteiligungsformate, Multiplikatoren-Workshops, Mitmachaktionen, ein N2025-Newsletter, zahlreiche Interviews in Print, Hörfunk und Fernsehen und vieles mehr. Allerdings ist Nürnberg derart divers, dass all die Aktivitäten und Formate trotzdem nicht ausreichten, um jeder und jedem eine Stimme zu geben. Trotz der vielen Beteiligungsmöglichkeiten im Bewerbungsprozess – dessen sind wir uns bewusst – muss es unser oberstes Ziel sein, dass die weiteren Vorbereitungen und das eigentliche Kulturhauptstadtjahr nicht zu einem Eliteprojekt werden, sondern ein Fest für Alle sind.

Wir haben etliche intensive Diskussionen mit Bürger*innen und Interessenvertreter*innen geführt – darüber, wo wir herkommen, wer wir sind, wie wir uns selbst sehen, wie andere unsere Stadt wahrnehmen, welche Zukunftsvisionen wir für unsere Stadt, die Europäische Metropolregion Nürnberg (EMN) und für Europa als Ganzes haben. Es kristallisierten sich drei Hauptthemen heraus, die unsere Bewerbung im weiteren Verlauf prägen sollten, sowie unser Claim PAST FORWARD. Sie entstanden aus einer Fülle an Vorschlägen, aus den ermutigenden Worten, aber auch aus der leisen oder manchmal harschen Kritik in zahllosen Gesprächen mit Bürger*innen, lokalen Künstler*innen, im Rahmen verschiedener Initiativen, im Dialog mit öffentlichen Einrichtungen und Vereinen, Unternehmen, politischen Akteur*innen und der Stadtverwaltung Nürnbergs. Die drei Themen und das PAST FORWARD-Motto der Bewerbung sind aus der Erkenntnis gewachsen, dass die Geschichte der Stadt tief im Bewusstsein der Stadtgesellschaft verankert ist. Die Geschichten jedoch, die wir über Nürnberg und uns selbst erzählen, entsprechen nicht mehr der Diversität und der Vielfalt, für die unsere Stadt heute steht. Unsichtbare Mauern ziehen sich durch die Stadt, trennen Menschen, deren Vorstellungen von Kultur und vor allem auch ihre Zugangsmöglichkeiten zu Kunst und Kultur.

Ein besonders hilfreicher, wertvoller Partner während des gesamten Prozesses war die Bürgerinitiative #NUE2025, die konstruktive Kritik an der Bewerbung ermöglicht und die Kulturhauptstadtidee aktiv an die Menschen der Stadt und Region herangetragen hat. Der von der Bürgerinitiative erarbeitete Forderungskatalog wird für weitere Überlegungen eine wichtige Rolle spielen.

Neben der im Jahr 2016 gestarteten Initiative #NUE2025 hat sich 2018 auch eine Gruppe von Freiwilligen unter dem Namen „Team N2025“ zusammengetan, um das PAST FORWARD-Projekt zu unterstützen. Darüber hinaus gründete sich auch ein N2025 Fan Club. All diese Gruppierungen sorgen dafür, dass unsere Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas näher an die Bürger*innen der Stadt herangetragen wird.

Hier einige der bisherigen Maßnahmen, mit denen wir versuchen, die Nürnberger*innen in den Bewerbungsprozess einzubeziehen. TAB 05

2018 wandte sich ein erster Open Call an alle Menschen in Nürnberg und der Region. Ziel war es, dem kreativen Potenzial in der Stadt und der Region Raum zu geben. Auf einer mehrsprachigen Onlineplattform konnten Projektideen zu sozialen, ökologischen und historischen Themen eingereicht werden. Ein zweiter Open Call erfolgte 2019, der sich auf die drei Themen der Bewerbung konzentrierte: „Embracing Humanity - Menschlichkeit als Maß“, „Exploring Reality - Welt als Aufgabe“ und „Evolving Community - Miteinander als Ziel“. Die Zahl der eingegangenen Vorschläge – insgesamt 248 – verdeutlicht das hohe Engagement der Bürger*innen sowie deren Wunsch nach neuen Ermöglichungsräumen in der Stadt. Aus sämtlichen eingereichten Projektideen wurden 18 im Rahmen eines Online-Votings unter Beteiligung von ca. 25.000 Teilnehmer*innen sowie drei Projekte von einer externen Jury zur Umsetzung ausgewählt. Das Bewerbungsbüro stellte zu diesem Zweck insgesamt 105.000 EUR zur Verfügung und half bei der Umsetzung wo nötig.

Zahlreiche Schulen in Nürnberg folgten bald diesem Beispiel. Schüler*innen und Klassen waren aufgefordert, Projektvorschläge zum Thema “bE U – share democracy,” einzureichen, einem Thema, das selbst aus einem Schulwettbewerb hervorgegangen war. Insgesamt nahmen 29 Schulen teil, die Jury setzte sich aus Schüler*innen aller Altersstufen zusammen, um in einem partizipatorischen und demokratischen Verfahren die Gewinnerprojekte auszuwählen.

Seit 2018 sind weitere zehn Beteiligungsprojekte angelaufen, die strategisch auf die übergreifenden Ziele unserer Bewerbung Bezug nehmen: breitere Partizipation, Diversität, Transkulturalität und Nachhaltigkeit. Unter den Projekten war z.B. das “Bewerbungsbuch der Kinder und Jugendlichen”, eine von Kindern und Jugendlichen verfasste Version des Bid Books, die ihre Gedanken, Ideen und Wünsche für die Stadt hier vorbringen konnten; “Menschen machen Stadtgeschichte”, ein Projekt, das neue Geschichten über die Lebenswirklichkeit der Menschen Nürnbergs erzählt, und “Perspektivwechsel”, das junge Menschen mit internationaler Geschichte in den Fokus rückt, die in Nürnberg leben und erzählen, wie sie die Stadt erleben und wahrnehmen. Im September 2018 wurde für einen Tag eine Hauptverkehrsstraße in Nürnberg gesperrt, und die Menschen feierten den “Boulevard Babel” als einen Ort des Dialogs, der Sprache, der Musik und des Tanzes.

All diese Projekte sind wichtige Quellen der Inspiration, und ausgewählte Projekte werden Bestandteil des Programms im ECoC-Jahr sein: Neben “Mindzep2025”, einer Initiative zur digitalen Gestaltung des Zeppelinfelds, wird auch die Entwicklung eines neuen Nutzungskonzepts für die Alte Feuerwache 1 eines von vielen Projekten sein, die im Rahmen der Kulturhauptstadtbewerbung umgesetzt werden sollen.

Kapitel 2.4

TAB 05

EINBEZIEHUNG DER BÜRGER*INNEN IN DAS PAST FORWARD PROJEKT

Themenfindung und Claim	Kommunikation	Capacity development
100 Expert*innen aus den Bereichen Politik, Kreativwirtschaft, Bürgerverbänden, Kultur, Tourismus, Wirtschaft und Wissenschaft arbeiteten gemeinsam an 7 global relevanten Themen und deren Bedeutung für Nürnberg	Seit 2017 wurden rund 50 Präsentationen und Informationsveranstaltungen über die Kulturhauptstadt-Bewerbung abgehalten	248 Projekte basierend auf den Bewerbungsthemen wurden in zwei Open Calls eingereicht. 25.000 Personen beteiligten sich an der Abstimmung und wählten 21 Projekte zur Umsetzung aus.
2.700 Antworten auf die Kulturhauptfragen gingen zu Nürnbergs Alleinstellungsmerkmalen, den Mängeln in der Stadt und zu Europa ein	Die Kulturhauptstadtbewerbung wurde seit 2017 bei 1.000 externen Veranstaltungen vorgestellt	29 Schulprojekte zum Thema Europa und Demokratie werden umgesetzt. 32 Kinder und Jugendliche waren Teil der Jury
550 Einzelgespräche fanden in 5 verschiedenen Sprachen in der Nürnberger Südstadt statt, um das Kulturkonzept und Teilhabechancen zu diskutieren	Rund 200 Menschen haben an 3 großen Workshops teilgenommen, um Themen in Bezug auf Europa, die Zukunft der Arbeit und der Einbindung der Region zu diskutieren	10 weitere partizipatorische Formate wurden seit 2017 durchgeführt und haben neue Perspektiven auf unsere Stadt offenbart. 70 Kulturakteure (Vereine und Initiativen) gestalteten und organisierten den „Boulevard Babel“. Durch diese partizipatorischen Initiativen sind wir mit 10.000 Menschen ins Gespräch gekommen
200 Bürger*innen sind beim Kulturhauptstadt-Tag zusammengekommen, um die Themen unserer Berwerbung zu vertiefen	Über 500 Menschen sind, in einem mit 10.060 Bällen gefüllten Bällebad,miteinander ins Gespräch gekommen	Rund 100 Kinder und Jugendliche haben mit 20 Coaches im Rahmen des Projekts gameON2025 zur Entwicklung von 9 ortsbezogenen Spielen in 7 Gemeinden in der Region zusammengearbeitet
360 Menschen sind in 10 Multiplikatoren-workshops in den verschiedenen Stadtteilen zur Ausarbeitung der Bewerbungsthemen zusammengekommen	Das Moving Micro Office hat rund 90 km auf den Straßen der Stadt zurückgelegt, um mit den Passant*innen ins Gespräch zu kommen	

Aus diesem umfangreichen Prozess resultieren die Themen unserer Bewerbung und der PAST FORWARD-Claim

4.1b Erklären Sie, wie die örtliche Bevölkerung und Ihre Zivilgesellschaft an der Durchführung des Veranstaltungsjahres teilhaben werden.

Wir dürfen nicht die Augen davor verschließen, dass unsere Aktivitäten bislang noch nicht alle Bevölkerungsgruppen unserer so vielfältigen Stadt erreichen konnten, wie ursprünglich erhofft. Betrachtet man das, was wir bislang erreicht haben, dann fällt auf, dass ein wenig zu viel „Past“ und viel zu wenig „Forward“ in unserer Bewerbung zu finden ist. Das gilt nicht nur für die Stadt, sondern für die gesamte Region. Sind diejenigen, die wir bisher erreicht haben, nicht ohnehin jene, die sich für gewöhnlich am kulturellen Stadtleben beteiligen? Und wie kann es gelingen, die Idee hinter PAST FORWARD weiter in eine superdiverse Stadtgesellschaft hinein zu tragen? Trotz des Erfolgs vieler unserer partizipatorischen Formate der letzten zwei Jahre ist es an der Zeit, Bilanz zu ziehen, das bislang Erreichte zu evaluieren und unsere Bemühungen zu intensivieren.

Ein erster wichtiger Schritt wird im Dezember 2019 eine Befragung von 20.000 Bürger*innen in Nürnberg im Rahmen einer Wohnhausbefragung sein. Ziel ist es zu erfahren, wie und unter welchen Bedingungen sich die Befragten am Kulturhauptstadtjahr beteiligen und wie sie ihre Stadt gestalten wollen. Die Ergebnisse der Befragung sollen dann als Grundlage dienen, um 2020 neue bzw. neu gestaltete Formate auszuarbeiten. In 2021 folgt dann eine weitere Wohnhausbefragung, bei der es ausschließlich um die Bewerbung als Kulturhauptstadt gehen wird. Kapitel 1.5

Volunteering

Das bürgerschaftliche Engagement in Nürnberg ist bemerkenswert und hat die Entwicklung der Stadt über Jahre maßgeblich geprägt. Beteiligung ist in Nürnberg schon immer eine zentrale Grundlage für Veränderung und die Herangehensweisen an Herausforderungen gewesen. Im kommenden Jahr wird das N2025 Freiwilligenteam, die bereits etliche der im Vorstehenden erwähnten Projekte in Nürnberg rege unterstützt haben, in enger Zusammenarbeit mit den Universitäten und anderen Ausbildungsinstitutionen in den Bereichen Vermittlung, Marketing, Tourismus und Inklusion professionalisiert und auf die Metropolregion ausgeweitet. Die Freiwilligen werden ein umfangreiches Trainingsprogramm durchlaufen, das sie zu professionellen Botschafter*innen und Guides ausbildet und so eine Grundlage für das community development über 2025 hinaus bietet. Darüber hinaus planen wir die Bewerbung als “European Volunteering Capital 2024”.

Be My Guest – 1.000 Wohnungen

Das Hospitality-Format möchte Menschen aus Nürnberg mit Menschen aus aller Welt zusammenbringen. Werden sich 1.000 Menschen in Nürnberg finden, die bereit sind, internationalen Besucher*innen ihre Wohnungen und Häuser zu öffnen? Sie können aber auch ihre Wohnräume als Treffpunkt anbieten – für ein gemeinsames Essen mit internationalen Köstlichkeiten und Getränken, für Wohnzimmerkonzerte, Lesungen, Performances, philosophische Diskussionen oder auch einfach nur Gespräche über Gott und die Welt. Als Gastgeber*innen werden sie außerdem ihre Gäste zu den Kulturhauptstadt-Veranstaltungen begleiten. Die Vorbereitungen für dieses Format sind bereits in vollem Gange und die eben erwähnte statistisch repräsentative Umfrage wird zeigen, wer unter den Bürger*innen bereit ist, Gastgeber*in für das PAST FORWARD Programm und dessen Besucher*innen zu sein.

N2025 Open Call

Der nächste Schritt für das Open Call-Format, das bis 2026 weiterentwickelt wird, ist die Ausweitung auf eine internationale Ebene. Was passiert, wenn die Menschen aus Nürnbergs Partnerstädten mit Menschen vor Ort Initiativen für neue Perspektiven für die Stadt und die Region entwickeln? Auch hier wird wieder über ein Online-Voting darüber abgestimmt, welche Projekte zur Umsetzung kommen. Der Blick von Außen wird neue Perspektiven auf den PAST FORWARD-Claim eröffnen.

Beteiligungsformate

Die Beteiligungsformate bieten großes Potenzial. Insbesondere die Projekte “Menschen machen Stadtgeschichte” und “Perspektivwechsel” sind langfristig und über 2025 hinaus angelegt. Beide Projekte befassen sich mit den vielen Geschichten Nürnbergs, die nur darauf warten, erzählt zu werden, mit der Frage, welche Geschichten die verschiedenen Menschen der Stadt zu erzählen haben und welche Geschichten Gehör finden. Diese partizipativen Projekte betrachten diese Aspekte wiederholt aus neuen Perspektiven (und stellen diese Fragen immer wieder neu).
Darüber hinaus wollen wir die Kulturhauptstadt-Idee nutzen, um kontinuierlich neue partizipatorische Finanzierungsmodelle im Bereich der Kultur zu testen. Hierzu werden wir mit europäischen Städten wie Madrid und Bologna in Kontakt treten, die Vorreiter auf diesem Gebiet sind. Local Lab Europe wird als Plattform für dieses Thema dienen.

4.2 Erläutern Sie, wie Sie Möglichkeiten für die Mitwirkung von Randgruppen und benachteiligten Gruppen schaffen wollen.

Angesichts der großen Bedeutung von Teilhabemöglichkeiten für unsere Publikumsentwicklung möchten wir unsere Strategie hierfür unmittelbar über solche für benachteiligte Gruppen definieren. Die Themen der Bildung und der Partizipation von Schulen, Kindern und Jugendlichen werden im nächsten Abschnitt behandelt.

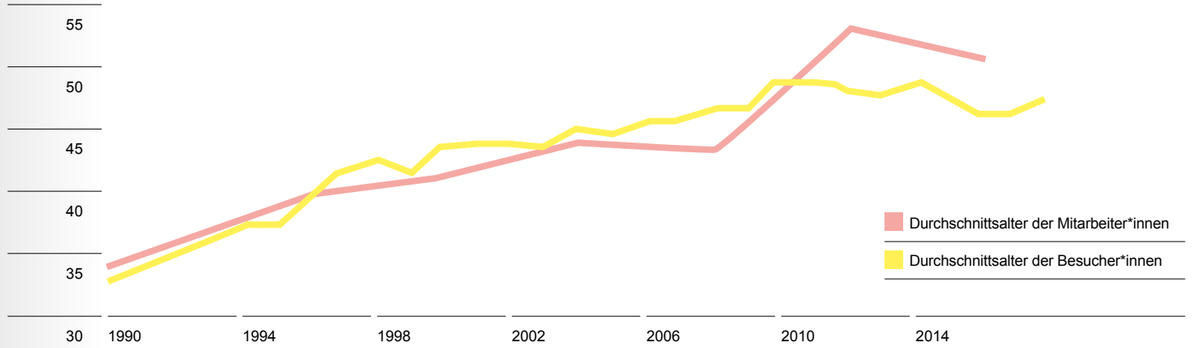
Aber um wen geht es eigentlich, wenn wir von unserem „Publikum“ sprechen? Was bedeuten die Begriffe „ausgegrenzt“ und „benachteiligt“ heute? Und wer oder was soll in welche Richtung und mit welcher Zielsetzung „entwickelt“ werden?

Wir wollen nicht behaupten, dass alles jedem gefallen muss oder kann. Aber wir möchten Barrieren und Hindernisse beseitigen, die einer Teilhabe im Wege stehen.

An manchen Stellen sind wir hier weiter, an anderen weniger – die SGDs der UN z.B. sind ein Ziel für 2025, heute in unserer Stadt aber kaum entwickelt. Die Behindertenrechtskonvention der UN ist trotz zahlreicher Aktivitäten in diesem Bereich leider kaum umgesetzt; Barrierefreiheit ist weder im öffentlichen noch im privatwirtschaftlichen Sektor realisiert; umfassender Zugang zu Kunst und Kultur unabhängig von Alter, Bildung oder sozial-ökonomischer Situation sind nicht geschaffen; die Publikumsstrukturen spiegeln die Diversität der Stadtbevölkerung nicht wider und auch die kulturelle Vielfalt ist kaum sichtbar. Teile der Communities beteiligen sich nicht an den Aushandlungs- und Entscheidungsprozessen in der Stadt. Diesen Tatsachen müssen wir ins Auge sehen, und sie mit unserem PAST FORWARD-Programm direkt angehen.

ABB. 07

NÜRNBERGER KULTURLÄDEN: BESUCHER*INNEN UND MITARBEITER*INNEN NACH ALTER UND JAHR



Bezüglich der drängenden Frage nach der klassischen Publikumsentwicklung müssen alle Kulturinstitutionen intensiv daran arbeiten, fundierte Vermittlungsformate im Rahmen von Konzert-, Theater- und Museumspädagogik zu entwickeln. Es muss außerdem volle Barrierefreiheit für Menschen mit Seh-, Hör- und Bewegungsbeeinträchtigung erreicht werden. Auch die kulturellen Aktivitäten und Veranstaltungen für Menschen mit geistiger Beeinträchtigung bedürfen größerer Aufmerksamkeit.

Die vielen transkulturellen Praxen in Kunst und Kultur bedürfen unserer Aufmerksamkeit, damit neue Teilhabechancen für diverse Publika geschaffen werden können. Publikumsentwicklung darf also nicht mehr auf den Modus der Rezeption beschränkt sein, sie muss auf Empowerment zielen, aus dem Konsument muss ein Prosument werden, Potentiale von Wahrnehmung und Reflexion und eigene Kreativität müssen aktiviert werden.

Ziel für das Kulturhauptstadtjahr ist, das weiter zu entwickeln, was die Stadt in puncto klassische Publikumsentwicklung bereits zu bieten hat, indem zunächst die Zielgruppen erweitert werden und dann auch die Bereiche Theater und Musik mehr einbezogen werden. Mit Ausnahme des Kunst- und Kulturpädagogischen Zentrums der Museen in Nürnberg (KPZ) sowie dem Staatstheater Nürnberg, das Teil der von der Kulturstiftung des Bundes initiierten Reihe 360° ist und somit an einer umfangreiche Strategie zur Publikumsentwicklung arbeitet , mangelt es sonst noch vielen unserer kulturellen Institutionen an Initiativen in diesem Bereich.

Unser vorrangiges Ziel ist es, Communities zusammen zu bringen, Barrieren abzubauen und den öffentlichen Raum und seine Interaktion mit den Kulturinstitutionen neu zu definieren. Aus Audience Development wird transkulturelles Community Develepment.

Hinsichtlich der Schaffung eines freien Zugangs für Menschen mit Behinderungen, was einen wichtigen Schritt gegen deren Ausgrenzung darstellt, stehen wir in engem Kontakt mit dem Behindertenrat und diversen Akteur*innen in der Stadt. Angesichts der bislang mageren Fortschritte im Bereich des Zugangs zur Kultur für Menschen mit geistiger Beeinträchtigung konzentrieren wir uns nun darauf, entsprechende neue Kunst- und Kulturformate gemeinsam mit Institutionen wie dem Theater Dreamteam, Chroma Omada und dem Kunstraum der Lebenshilfe zu entwickeln. Unser ambitioniertes Ziel ist es, alle Kulturinstitutionen in Nürnberg – die kommunalen wie die staatlichen und die privaten – zu barrierefreiem Zugang für alle zu verpflichten. Das ist ein hehres Ziel! Wie können wir auch in Bars und Clubs barrierefreien Zugang erreichen? Die Congress- und Tourismuszentrale hat gezeigt, wie das beispielhaft im Bereich der Hotellerie erreicht werden kann.

Wir wollen traditionelle Ansätze der Publikumsentwicklung noch einen Schritt weitertragen und so der besonderen Situation in Nürnberg gerecht werden: Es soll eine Community Development-Strategie entwickelt werden, im Einklang mit unserer transkulturellen Vision, die besondere Stadtteile und die damit verknüpften Chancen für deren spezifische Communities in den Fokus rückt.

GESAMTSTRATEGIE FÜR DIE PUBLIKUMSENTWICKLUNG

Für viele unserer Kulturinstitutionen stellt es eine große Herausforderung dar, genau zu benennen, wer ihr Publikum ist. Klar ist jedoch, dass es bislang kaum Kulturinstitutionen, Aktivitäten und Events in Nürnberg gibt, die die Gesellschaft in all ihrer Heterogenität erreichen. Bundesweite Studien haben gezeigt, dass das Publikum der öffentlich geförderten Kultureinrichtungen nur ungefähr 10% der Gesamtbevölkerung ausmacht. Es werden unterschiedliche Gründe hierfür genannt. Liegt es an der Struktur des Kulturprogramms? Oder an den Eintrittspreisen? Oder sind es Schwellenängste?

In den letzten zehn Jahren hatten einige der Nürnberger Kulturinstitutionen, insbesondere die Museen, stark rückläufige Besucherzahlen zu verzeichnen, was bedeutet, das hier bislang ungenutztes Potenzial besteht, insbesondere im Bereich Kulturtourismus. Viele Kulturinstitutionen sind gemeinsam mit ihrem Publikum gealtert und werden in den kommenden Jahren einen generationalen Wandel durchlaufen. ABB. 07 Um den Gründen für diese begrenzte Reichweite, mangelnde Zugänglichkeit und nachlassende Nutzung des kulturellen Angebots auf die Spur zu kommen, haben wir eine zweigleisige Strategie entwickelt: Wir wollen Möglichkeiten und Orte für Begegnung, Austausch und Transformation zwischen Kultureinrichtungen, öffentlichen

Audio-Guide in englischer Sprache im Dokumentationszentrum „Sorry, this Text is not available in English“ © Tanja Ehrlein

Plätzen und den diversen Communities in Nürnberg schaffen.

Who is the audience?
In den kommenden Jahren werden die Communities zunehmend dazu ermächtigt, den öffentlichen Raum für sich zu erobern; sie werden an Entscheidungsprozessen über Form und Inhalt des kulturellen Angebots in der Stadt beteiligt. Ausgewählte Plätze werden zu neuen Begegnungs- und Aushandlungsorten, und die ortsansässigen Kultureinrichtungen bringen sich ein in die Diskussion um Chancen- und Teilhabegerechtigkeit und darüber, wie man diese erreichen kann. Die Kooperation eröffnet den Kulturinstitutionen neue Möglichkeiten und Perspektiven und markiert den Beginn eines konzeptionellen Transformationsprozesses, durch den ein in enger Kommunikation und Zusammenarbeit mit den Menschen Nürnbergs entwickeltes Kulturprogramm entsteht. Das Schlüsselwort in diesem Zusammenhang ist die Zusammenarbeit. Hier entstehen neue, nachhaltige Ideen – Ideen zu neuen Nutzungskonzepten für den öffentlichen Raum und zum kulturellen Angebot der Stadt. Das Kulturhauptstädtla hat im Juli 2019 gezeigt, wie ein solches Projekt Gestalt annehmen kann. Kapitel 0.4

Forschungsprojekt:
Teilhabebarrieren
Ab 2020 wird ein umfangreiches Forschungsprojekt zum Thema Barrieren in der Nutzung von Kulturangeboten auf den Weg gebracht. Sie konzentriert sich auf ausgewählte kulturelle Einrichtungen – Museen, Theater, Galerien, Kulturläden, Kinder- und Jugendhäuser – und stellt die Frage, warum Menschen das kulturelle Angebot nicht nutzen wollen bzw. nicht nutzen können. Das Projekt wird so Themen beleuchten, die alle Stadtteile unabhängig von ihrer sozialen oder ökonomischen Struktur etwas angehen, und wird uns sicherlich neue Erkenntnisse bringen. Die Ergebnisse werden ferner für die weitere strategische Planung zukünftiger Angebote in den jeweiligen Kulturinstitutionen von Bedeutung sein. Die Untersuchung von Teilhabebarrieren stellt das wissenschaftliche Pendant zum Format „Who is the audience“ dar.

MÖGLICHKEITEN FÜR MARGINALISIERTE UND BENACHTEILIGTE GRUPPEN

Viele der fast 62.000 Menschen mit körperlicher oder geistiger Beeinträchtigung in Nürnberg sind benachteiligt; Menschen ohne jeglichen Zugang zu Bildung und Ausbildung sind ausgegrenzt. Viele der in Armut lebenden Kinder und Jugendliche – fast 20 Prozent der Bevölkerung unter 18 Jahren – haben nicht die gleichen Chancen wie ihre Altersgenossen; viele Senior*innen sind von Altersarmut bedroht; große Teile der Communities unserer Stadt muss man als kulturell ausgegrenzt bezeichnen. Marginalisierung und Benachteiligung sind jedoch nicht als Bezeichnung für bestimmte Zielgruppen in unserem Community Development-Konzept enthalten, sondern sollen in einer gezielten Stadtteilarbeit Berücksichtigung finden. Empowerment ist das Schlüsselwort. Wir ermächtigen die Bewohner*innen in diesen Stadtteilen; sie erhalten die Möglichkeit zur Teilhabe in gemeinsamen Kunst- und Kulturaktivitäten und entwickeln so neue Perspektiven für ein gutes Leben, in dem Teilhabe- und Chancengerechtigkeit zentral sind. Zahlreiche Initiativen zielen hierauf ab – Projekte wie SONGLINES, “Perspektivwechsel” oder M.I.L.K., in noch stärkerem Maß aber die Projekte zur soziokulturellen Weiterentwicklung unserer Stadt.

Erste Schritte in Richtung Barriereabbau sind bereits in der Bewerbungsphase gegangen worden: Veröffentlichungen in leichter Sprache, Einsatz von Gebärdendolmetscher*innen, Ausrichtung von eigenen Veranstaltungen in barrierefreien Räumen, filmische Dokumentation von Veranstaltungen und deren Veröffentlichung, Umfragen u.ä. in mehreren Sprachen. In einem nächsten Schritt wollen wir nun mit lokalen Akteur*innen und Einrichtungen wie der Noris Inklusion, der Lebenshilfe, der Bahnhofsmission oder der Alternative Jugend- und Drogenhilfe Nürnberg (MUDRA) Strategien für eine übergreifende Barrierefreiheit entwickeln und entsprechende Maßnahmen zur Umsetzung beginnen.

Die Ziele sind:

- barrierefreier Zugang zu allen Programmpunkten
- Apps für Blinde und Sehbehinderte
- Audiodeskription
- funktionsgesteuerte Audioguides
- Kommunikation und Informationen zu kulturellen Angeboten in leichter Sprache
- Gebärdendolmetscher*innen
- Inklusionsarbeit mit dem N2025 Freiwilligen-Team (Tourguide-Gruppen/ Programm-Guides)
- mehrsprachige Events und touristische Angebote für 2025
- Ticket-Kontingent für inklusive Vereine
- Zahl-was-du-zahlen-kannst-Modelle

Diese Zielsetzungen korrespondieren mit denen der Nürnberger Congress- und Tourismuszentrale, die darauf abzielt, Barrieren zu touristischen Einrichtungen abzubauen. Auch der Nürnberger Aktionsplan zur Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention wird wegweisend für die Realisierung dieser Planungen sein.

4.3 Erläutern Sie Ihre Gesamtstrategie zur Erreichung neuer Publikumskreise, insbesondere zur Verzahnung mit dem Bildungsbereich und zur Einbeziehung von Schulen.

Eine nachhaltige Kulturhauptstadtbewerbung kann nur dann Erfolg haben, wenn die Kinder, Jugendlichen und jungen Erwachsenen unserer Stadt in die Bewerbung und die damit verbundenen Entscheidungsprozesse aktiv eingebunden sind und ihnen für die Zukunft neue Wege und Möglichkeiten eröffnet werden, sich am kulturellen Leben der Stadt zu beteiligen. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene spielen eine zentrale Rolle als Botschafter*innen, seien es die Absolvent*innen der berufsbildenden Schulen oder der vielen anderen Ausbildungseinrichtungen und Universitäten in Nürnberg und der Region.

Wir werden weiterhin intensiv mit unseren Partner*innen an den Hochschulen zusammenarbeiten. Studierende der Akademie der Bildende Künste z.B. nutzten das Bewerbungsbüro für Ausstellungen, Architekturstudierende der TH Nürnberg beschäftigten sich mit den Themen der Bewerbung und entwickelten Zukunftsvisionen für neue Architekturprojekte in Nürnberg, Studierende der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg wählten die Bewerbung als Thema für ihre Abschlussarbeiten. Darüber hinaus werden wir zukünftig einen besonderen Schwerpunkt auf die Aus- und Weiterbildungsprogramme für junge Geflüchtete an der Friedrich-Alexander-Universität legen, z.B. das Forum für Integration und interkulturellen Dialog (INTEGRA) und das Projekt “Weichenstellung für Ausbildung und Beruf”

Mit Initiativen wie dem “Bewerbungsbuch der Kinder und Jugendlichen” und dem internationalen Austauschprogramm “Youth United” werden Kinder und Jugendliche schon jetzt aktiv in den Bewerbungsprozess eingebunden. In den folgenden Jahren wollen wir diese Ansätze noch vertiefen und eine Reihe von Kunstinitiativen anbieten, die die Teilhabe von Kindern und Jugendlichen ins Zentrum rücken: der “Weltgerichtshof der Kinder”, das “Kindertheater der Welt“, die “Kulturhauptstadt der Kinder” oder die Ausweitung von “gameON2025” auf die gesamte Region. Kapitel 2.2

Die Angebote und Veranstaltungen sind breit aufgestellt und divers. Daraus ergeben sich natürlich auch gewisse Herausforderungen:

1. Die Diversität der Stadt Nürnberg und ihrer Communities mag sich in den Kulturinstitutionen der Stadt zwar kaum abbilden, ist jedoch in den 151 Schulen Nürnbergs mehr als offensichtlich. An manchen Schulen ist der Prozentsatz der Kinder mit internationaler Geschichte besonders hoch, der Anteil der Kinder, die in Armut leben, aber ebenso. Was können wir gemeinsam mit den Schulen dafür tun, diese Kinder zu ermächtigen und einen selbstbestimmten Zugang zum kulturellen Leben der Stadt zu ermöglichen?
2. Etliche Schulen und Kindergärten arbeiten bereits eng mit einigen Kulturinstitutionen zusammen. Oft sind diese gemeinsamen Projekte jedoch darauf angewiesen, dass hochmotivierte, engagierte Mitarbeiter sie weiterhin tragen. Wir möchten bis 2025 einen Prozess anstoßen, der die Bildungspolitik nachhaltig prägt. Es soll eine Plattform entstehen, über die jeder Schule – je nach Wunsch – ein fester Kulturpartner bzw. eine bestimmte Kultureinrichtung zur Seite gestellt wird. Diese Form der Kooperation wird neue Möglichkeiten für Kinder und Jugendliche eröffnen, sich an der Gestaltung der Kunst- und Kulturszene in der Region zu beteiligen. Pilotschulen werden das Programm testen und so den Weg für nachhaltige Veränderung ebnen.
3. Viele Schulen in Deutschland brauchen einen Innovationsschub. Wir müssen begreifen, dass die Digitalisierung an den Schulen mehr als nur die entsprechende Ausrüstung und technologische Ressourcen bedeutet, dass es dabei vielmehr auch um Bildungsinhalte geht. In diesem Kontext stellt sich die Frage, welche kulturellen Skills den Kindern und Jugendlichen in den Schulen mit auf den Weg gegeben werden sollten.
4. Wie lassen sich Kinder im Vorschulalter, in den Kindertagesstätten und den ersten Grundschuljahren erreichen? Im Kontext der kulturellen Bildung ist auf diese Frage bislang keine zufriedenstellende Antwort gefunden worden.
5. Wie lässt sich ein zukunftsfähiger intergenerationaler Dialog sichern? Wie wäre es in diesem Zusammenhang mit einem Generationenexperiment 15-90+? Schüler*innen treffen sich mit Senior*innen zu gemeinsamen künstlerischen Projekten und beschäftigen sich dabei mit einer Vielzahl an Themen wie Einsamkeit, sozialer Zusammenhalt, der Sehnsucht nach einer klaren Orientierung für das eigene Leben, oder mit größeren Themen wie Globalisierung und demographischer Wandel.

Und zu guter Letzt: Bedenkt man die Dringlichkeit dieser Fragen, so sollten sie am besten in einem europäischen Kontext diskutiert werden. Ab 2021 werden Schüler*innen, Lehrkräfte und Pädagog*innen aus Europa nach Nürnberg eingeladen, um diese Fragen im Rahmen des Local Lab Europe in der Tiefe zu diskutieren.

Das übergeordnete Ziel aller Outreach-Maßnahmen ist es, die Vorstellung von Stadt(leben) und Stadt-Region neu zu definieren. Die Maßnahmen fußen auf einem bottom-up Ansatz sowie direkter Partizipation und sollen den öffentlichen Raum als Kulturraum durch die Ansätze von CoGovernance und Kollaboration für die Menschen zurückgewinnen.

5. VERWALTUNG

5.1 Finanzierung

5.1.1 Kulturbudget der Stadt:

5.1.1.1 Wie hoch war das Jahresbudget der Stadt für Kultur in den letzten fünf Jahren (die Ausgaben für die jetzige Bewerbung als „Kulturhauptstadt Europas“ nicht inbegriffen)?

TAB 06 Hier sind die jährlichen Etats für Kultur ohne die Investitionen im Kulturbereich dargestellt. In den nächsten Jahren wird Nürnberg umfangreiche Investitionen im kulturellen Sektor vornehmen. Kapitel 5.1.3

Über den eigentlichen Kulturetat hinaus leisten zahlreiche weitere Fachreferate zentrale Aufgaben im Rahmen von Kunst und Kultur. Im Haushalt des Planungs- und Baureferates sind die investiven Ausgaben für die Kultur abgebildet, im Referat für Jugend, Familie und Soziales insbesondere die Ausgaben für kulturelle Aktivitäten im Kinder- und Jugendbereich; das Wirtschaftsreferat bzw. die Wirtschaftsförderung halten Mittel für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft vor.

Das Referat für Jugend, Familie und Soziales fördert Partizipation im kulturellen Bereich auf breiter Ebene. Ein Beispiel ist das zweijährige Programm „Nürnberg spielt!“: Eine Initiative, die sich auf das Spielen und Spiele für Kinder und Familien konzentriert. Die 1994 gegründete MUZ – Musikzentrale e. V. bietet jungen Musiker*innen eine Plattform, bei der sie konkrete Erfahrungen in den Bereichen Live-Auftritte und Öffentlichkeitsarbeit sammeln können. Zudem bietet die MUZ zahlreiche Workshops an.

Ein weiteres, sehr wichtiges Projekt ist das Nachbarschaftshaus Gostenhof. Es dient als Treffpunkt für Gemeinschaften und Gruppen aus den vielzähligen verschiedenen Communities der Stadtgesellschaft.

TAB 06

JAHRESBUDGET FÜR KULTUR

Jahr	Jahresbudget für Kultur in Nürnberg (in Euro)	Jahresbudget für Kultur in Nürnberg (in % des Jahresgesamtbudgets inklusive Investment)	Jahresbudget für Kultur in Nürnberg (in % des Jahresgesamtbudgets exklusive Investment)
2015	81.207.181	4,88 %	9,99 %
2016	80.039.685	4,37 %	9,65 %
2017	80.610.547	4,12 %	9,46 %
2018	82.740.775	4,12 %	9,57 %
2019	85.926.222	4,12 %	9,19 %

5.1.1.2 Für den Fall, dass die Stadt plant, Mittel aus ihrem Jahresbudget für Kultur zur Finanzierung des Projekts „Kulturhauptstadt Europas“ zu verwenden, geben Sie bitte diesen Betrag ab dem Jahr der Einreichung der Bewerbung bis zum Kulturhauptstadt-Jahr an.

Der gesamte Kulturhauptstadt-Prozess unserer Stadt wird nicht aus dem laufenden Kulturetat finanziert. Es wird ein gesonderter Etat im städtischen Gesamthaushalt abgebildet.

5.1.1.3 Welchen Betrag aus dem Jahresgesamtbudget plant die Stadt nach dem Kulturhauptstadt-Jahr für Kultur auszugeben (in Euro und in Prozent des Jahresgesamtbudgets)?

Der durchschnittliche jährliche Aufwuchs im Kulturetat wird, wie in den Jahren zuvor, mehr als zwei Prozent betragen. Insgesamt 102.000.000 Euro (ohne Investment) werden für das Jahr 2026 zur Verfügung stehen. Daraus ergibt sich ein Anstieg im Kulturbudget von 22,2% zwischen den Jahren 2019 und 2026.

5.1.2 Operatives Budget für das Veranstaltungsjahr

5.1.2.1 Einnahmen zur Deckung der operativen Ausgaben:
Erklären Sie bitte das operative Gesamtbudget (d. h. Mittel, die eigens für die Deckung der operativen Ausgaben bereitgestellt werden). Das Budget deckt die Vorbereitungsphase, das Veranstaltungsjahr sowie die Bewertung und die Reserven für Maßnahmen mit nachhaltiger Wirkung ab.
Bitte füllen Sie auch die nachstehende Tabelle aus.

Die Stadt Nürnberg wird für die Vorbereitung und die Durchführung des Kulturhauptstadtjahres über ihren jährlichen Kulturetat hinaus 30.000.000 € bereitstellen.

Wir planen derzeit mit einem operativen Budget von 85.000.000 Euro.
ABB. 08

ABB. 08

GESAMTEINNAHMEN ZUR DECKUNG DER OPERATIVEN AUSGABEN

85.000.000 €
Total 100 %

1	91,18 %	77.500.000 €
2	8,82 %	7.500.000 €

5.1.2.2 Einnahmen aus dem öffentlichen Sektor:
5.1.2.2.1 Wie schlüsseln sich die Einnahmen aus dem öffentlichen Sektor auf, die zur Deckung der operativen Ausgaben dienen?

Die Bundesrepublik Deutschland hat 20.000.000 Euro in Aussicht gestellt. Davon werden 10.000.000 Euro für Investitionen genutzt. ABB. 09

ABB. 09

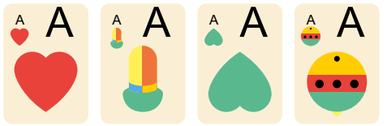
EINNAHMEN AUS DEM ÖFFENTLICHEN SEKTOR ZUR DECKUNG DER OPERATIVEN AUSGABEN

77.500.000 €
Total 100 %

1	12,9 %	10.000.000 €
2	38,7 %	30.000.000 €
3	9,7 %	7.500.000 €
4	38,7 %	30.000.000 €

5.1.2.2.2 Haben die Finanzbehörden (Stadt, Region, Staat) bereits über finanzielle Verpflichtungen zur Deckung der operativen Ausgaben abgestimmt oder sind sie solche Verpflichtungen bereits eingegangen? Wenn nein, wann werden sie dies tun?

Wir beantworten diese Frage im Kapitel „Umsetzungsfähigkeit Kapitel 6.1



5.1.2.3 Einnahmen aus dem Privatsektor:
Wie sieht die Mittelbeschaffungsstrategie aus, um Unterstützung durch private Sponsoren zu suchen? Wie planen Sie, Sponsoren in die Veranstaltung mit einzubeziehen?

BUILDING CULTURE
*BACKING ARTS

In Nürnberg und der Region sind zahlreiche international agierende Unternehmen angesiedelt, die mit ihren Produkten auf dem globalen Markt vertreten sind. Großes Potenzial für ein umfassendes Sponsoring durch die vielen kleinen und großen Unternehmen ist vorhanden. Dieses Potenzial wollen wir ausschöpfen und damit eine weitere solide Säule der Kulturhauptstadtfinanzierung aufbauen. Dabei gibt es einige Hürden zu bewältigen, da sich eine effektive und nachhaltige Tradition des Kultursponsorings nur in wenigen Bereichen Nürnbergs und der Region entwickelt hat. Große international agierende Firmen zeigen insbesondere auf lokaler Ebene wenig Interesse an einem Sponsoring, zahlreiche Unternehmen sehen ihre Kulturförderung beschränkt auf Kulturereignisse, die von der Stadt Nürnberg organisiert werden. Zudem bewegt sich das Sponsoring für die Kultur- und Kreativwirtschaft wie für die zahlreichen Initiativen in der Regel im unteren vierstelligen Bereich.

Im Rahmen der Kulturhauptstadtbewerbung wollen wir die Idee des Kultursponsorings in Nürnberg und der Region voranbringen, stärken, ausbauen, professionalisieren – wir helfen Unternehmen und der Kunst- und Kulturbranche ihr gemeinsames Interesse und gegenseitige Beziehungen besser zu erkennen und zu nutzen.

Ab Ende 2020 wird dafür ein eigenes Team formiert, das auf die Unternehmen in Nürnberg und der Region, aber auch auf internationale Unternehmen zugehen und ihnen maßgeschneiderte Angebote machen wird. So werden einerseits Querverbindungen zum Programm geschaffen und andererseits erlaubt es uns, Sponsoren in die Marketing- und Kommunikationsaktivitäten besser zu integrieren – sowohl im Kulturhauptstadtjahr, als auch in den Jahren der Vorbereitung. Da das Spielen eines der Kernthemen unserer Bewerbung bildet, ist geplant, die Sponsoren in vier Kategorien analog zum bayerischen Kartenblatt zu gliedern – je nach dem Umfang ihres Engagements: Eichel, Blatt, Herz und Schellen.

Einige große Unternehmen haben bereits jetzt ihre Unterstützung zugesagt, sollte Nürnberg den Titel gewinnen; auch die sich im Rahmen der Europäischen Metropolregion Nürnberg zusammengeschlossenen „Innovationskünstler“ – denen Siemens vorsteht – haben ihr großes Interesse an einer Beteiligung an der Bewerbung und der Durchführung des ECoC-Jahres durch einen Letter of Intent bekundet.

Im Bereich des Projektsponsorings sollen umfassende Strategien entwickelt werden. Ein Beispiel kann der SPONSORS CLUB sein, der für die Gestaltung und den Betrieb der Kongresshalle aufgebaut werden soll. Für Unterstützer des Projekts und/oder der Kulturhauptstadt wird ein Club eingerichtet, bei dem die Mitglieder direkt mit den Künstler*innen und Kreativen in Verbindung treten können. In der Kongresshalle wird es auch Möglichkeiten geben, Räume oder Teile des Gebäudes bei der Ertüchtigung und beim Betrieb zu unterstützen. Das Großprojekt Kongresshalle kann zum Bindeglied zwischen Kunst, Kultur und nachhaltigem Sponsoring aus Wirtschaft und Gesellschaft werden.

Im Bereich des Künstler*innen-Sponsoring bauen wir beispielhaft auf die Zusammenarbeit mit „Wirtschaft engagiert sich“ – die Sponsoringbörse der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken. Sie verbindet Kunst, Kultur, soziale Projekte und die lokale Wirtschaft und rückt mit ihrer Kompetenz und großen Reichweite lokale und regionale Kunstprojekte in den Vordergrund.

Auch beim Sponsoring setzen wir auf die Menschen in und um Nürnberg, um uns mit individuellem Sponsoring zu unterstützen. Wir planen, für kleine, aber auch für große Projekte mit verschiedenen Crowdfunding-Modellen zusätzliche Mittel zu akquirieren. Sie ergänzen und vervollständigen den derzeitigen Stand des Sponsoring-Konzepts.

5.1.2.4 Operative Ausgaben:
Bitte schlüsseln Sie die operativen Ausgaben auf, indem Sie die nachstehende Tabelle ausfüllen.

ABB. 10

OPERATIVE AUSGABEN

	85.000.000 €	
	Total 100 %	
1	58,82 %	
	50.000.000 €	
2	17,65 %	
	15.000.000 €	
3	17,65 %	
	15.000.000 €	
4	5,88 %	
	5.000.000 €	

5.1.3 Budget für Kapitalausgaben
5.1.3.1 Wie schlüsseln sich die Einnahmen aus dem öffentlichen Sektor auf, die zur Deckung der Kapitalausgaben im Zusammenhang mit dem Veranstaltungsjahr dienen?

In den kommenden Jahren werden wir zahlreiche Investitionen für Infrastrukturmaßnahmen im Kulturbereich tätigen, die im Lichte unserer Bewerbung eine besondere Dringlichkeit haben:

1. Abschließender Ausbau Dokumentationszentrum und museale Ausbauten
2. Umbau Memorium und museale Ausbauten
3. Bauliche Sicherung Zeppelinfeld und Zeppelintribüne
4. Generalsanierung Kulturladen / Gemeinschaftshaus Langwasser
5. Sanierung und Umbau Künstlerhaus
6. Sanierung Opernhaus, Generalsanierung Meistersingerhalle, Neubau Konzerthaus
7. Generalüberholung und Neukonzeption des Museums Industriekultur

Die Sanierung der Staatsoper, der Meistersingerhalle und der Neubau des Konzerthauses stellen aktuell eine große Herausforderung dar. Die dringend notwendige Sanierung der Staatsoper ist an die Klärung des Interims gebunden. Für das Konzerthaus liegt nach dem Entscheid des Architekturwettbewerbs eine Kostenschätzung mit Finanzierungskonzept vor, die im Oktober 2019 mit dem Freistaat Bayern abgestimmt und dann veröffentlicht werden kann.

5.1.3.2 Haben die Finanzbehörden (Stadt, Region, Staat) bereits über finanzielle Verpflichtungen zur Deckung der Kapitalausgaben abgestimmt oder sind sie solche Verpflichtungen bereits eingegangen? Wenn nein, wann werden sie dies tun?

TAB 07 Die gelisteten Maßnahmen werden gemeinsam von der Stadt Nürnberg und öffentlichen Fördergebern (in der Regel ist das der Freistaat Bayern, in besonderen Fällen die Bundesrepublik Deutschland) umgesetzt. Die Beschlüsse bzw. die Finanzierungszusagen für die genannten Maßnahmen liegen mit einer Ausnahme bereits vor. Lediglich die Finanzierung der baulichen Maßnahme am Ostflügel des Justizpalastes ist gegenwärtig noch nicht geklärt.

TAB 07

AUFWENDUNGEN IN EURO

Projekt	Stadt Nürnberg	öffentliche Förderung auf Landes- und Bundesebene	insgesamt
Dokumentationszentrum Reichsparteitagsgelände	6.150.000	16.550.000	22.700.000
Memorium Museale Ausbauten und Umbau Ostflügel	14.775.000	3.825.000	18.600.000
Zeppelinfeld and Zeppelintribüne	21.300.000	63.700.000	85.000.000
Kulturladen/Gemeinschaftshaus Langwasser	7.017.000	5.799.000	12.816.000
Künstlerhaus	17.298.000	10.297.000	27.595.000
	66.540.000	100.171.000	166.711.000

5.1.3.3 Wie sieht Ihre Mittelbeschaffungsstrategie zur Beantragung von finanzieller Unterstützung aus Programmen/Fonds der Union aus, um die Kapitalausgaben zu decken?

Bezüglich Investitionen im Kulturbereich haben wir bisher auf EU-Ebene noch keine Anstrengungen zur Einwerbung von Fördermitteln unternommen. Dieses Thema möchten wir im Rahmen der Kulturhauptstadt-Bewerbung angehen. Insbesondere werden wir die Möglichkeiten des Erwerbs finanzieller Mittel durch die Europäischen Struktur- und Investitionsfonds (ESI Fonds) ausloten. Für unsere Projekte mit Generalüberholungscharakter setzen wir einen koordinierten Prozess auf, um die Zielvorgaben des European Framework for Action on Cultural Heritage einhalten zu können.

5.1.3.4 Fügen Sie hier bitte gegebenenfalls eine Tabelle ein, in der aufgeführt wird, welche Beträge für im Rahmen des Veranstaltungsjahrs zu nutzende neue kulturelle Infrastruktur ausgegeben werden.

In direktem Zusammenhang mit unserer Bewerbung stehen folgende Projekte:

- Der Umbau des Pellerhauses zum Haus des Spielens
  Hierfür hat der Rat der Stadt Nürnberg Mittel in Höhe von 2,3 Millionen Euro für Planungs- und Architektenleistungen bewilligt.
- Die Nutzung der Kongresshalle als innovativer Ort für die Künste
- Neukonzeption der Alten Feuerwache 1 als Ort für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Für die genannten investiven Maßnahmen, die mit dem Kulturhauptstadtjahr eng verknüpft sind, stellt der Bund 10.000.000 Euro zur Verfügung.

Stadtintern sind Prüfaufträge erteilt worden; es werden Nutzungskonzepte erstellt und die finanziellen Bedarfe ermittelt. Spätestens zum zweiten Bid Book können belastbare Aussagen über den zeitlichen und finanziellen Umfang der Maßnahmen erfolgen. Entsprechende Förderanträge an den Freistaat Bayern, den Bund und die EU werden dann gestellt.

5.2 Organisationsstruktur
Geben Sie bitte einen Abriss der beabsichtigten Steuerungs- und Durchführungsstruktur für die Umsetzung des Veranstaltungsjahres „Kulturhauptstadt Europas“.

Geplant ist, das derzeitige Bewerbungsbüro, das als Stabsstelle des Kulturreferates geführt wird, in eine eigenständige Rechtsform zu überführen. Entscheidend ist, dass zahlreiche Projekte auch dann weiterverfolgt werden, sollte Nürnberg nicht Kulturhauptstadt 2025 werden.

Sollte Nürnberg den Zuschlag erhalten, wird die eigenständige Rechtsform von einer Doppelspitze aus Verwaltungsdirektion und künstlerischer Direktion geleitet. Der Verwaltungsdirektion unterstehen die Bereiche Personal, Finanzen, Vertragswesen, Monitoring. Die künstlerische Direktion leitet die Bereiche Produktion, Kommunikation, internationale Beziehungen und Marketing.

Die personelle Ausstattung des neuen, eigenständigen Unternehmens wird bis 2025 entsprechend der steigenden Aufgaben erweitert. Ab 2024 gehen wir von einem Stab von Mitarbeiter*innen mit max. 40 Personen aus. Darüber hinaus wird das bisherige Volunteer-Programm umfassend ausgebaut.

Wir verpflichten uns dazu, dass sich die Prinzipien der Gendergleichheit und Diversität, sowohl in unserem Programm als auch in unserer Verwaltungsstruktur widerspiegeln.

5.3 Notfallpläne

Welche sind die wesentlichen Stärken und Schwächen ihres Projekts?
Wie planen Sie, die aufgezeigten Schwächen zu überwinden?

STÄRKEN

Strategie Bereits im Januar 2018 wurde eine unter Einbeziehung von mehr als 500 Kulturakteur*innen entwickelte Kulturstrategie verabschiedet.

Kulturprogramm Für die kommenden Jahre und das Kulturhauptstadtjahr 2025 haben wir ein Programm entwickelt, das hohe künstlerische Qualität verspricht und die lokalen Szenen mit Gästen aus der ganzen Welt verbindet.

European Dimension Europa steht im Zentrum unserer Bewerbung – dies verdeutlichen auch unsere Partner*innen, unsere Netzwerke und unser Programm. Wir werden uns Zeit für Europa nehmen.

Outreach Die Kulturhauptstadt-Bewerbung hat viele Bürger*innen der Stadt erreicht. Unser Projekt PAST FORWARD wird maßgeblich von Kulturakteur*innen aus den Bereichen Stadtentwicklung, Bürgerschaftliches Engagement und aus den diversen Szenen der Kultur- und Kreativwirtschaft getragen.

Management Es gibt eine breite politische Unterstützung für das Projekt in Stadt, Land und Region. Die drei großen Fraktionen im Stadtrat, der Oberbürgermeister und die Oberbürgermeister-Kandidat*innen der großen Parteien (Kommunalwahl 2020) unterstützen das Projekt ausdrücklich. Formelle Stadtratsbeschlüsse, Letters of Intent aus der Region sowie regionale Beschlüsse untermauern die Unterstützung.

Capacities Nürnberg ist bestens aufgestellt, um die geplanten Projekte im Rahmen der Kulturhauptstadt 2025 erfolgreich durchführen zu können. Im Vergleichsmonitor zu Kultur und Kreativität der Europäischen Kommission wird Nürnberg auf Platz 4 in der Gruppe von Städten mit 250.000 und 500.000 Einwohner*innen geführt. Nürnberg verfügt über eine exzellente Verkehrsanbindung für Gäste aus aller Welt und über eine weitreichende touristische Infrastruktur mit knapp 19.000 Hotelbetten in Stadt und 107.000 Hotelbetten in der Region.

SCHWÄCHEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Strategie: Die seit 2018 aktive Kulturstrategie muss noch stärker in ihrer Umsetzung fokussiert und mit konkreteren Meilensteinen, Verantwortlichkeiten und Zielvorgaben versehen werden.

Kulturprogramm: Angesichts des großen bestehenden Kulturangebots in Nürnberg muss verhindert werden, dass es zu einem Überangebot von Events und öffentlich administriertem Kulturangebot kommt. Etablierte Formate müssen hinsichtlich ihrer Relevanz überprüft und wo nötig verändert oder nachjustiert werden. Es muss ein enger Schulterschluss mit dem PAST FOWARD Programm sichergestellt sein. Lokale Kulturakteure und die Kultur- und Kreativwirtschaft sollen nachhaltig und langfristig profitieren können. Hierfür braucht es mehr Ermöglichungsräume.

European Dimension: Einzelne Städtepartnerschaften müssen stärker mit projektbasierter Kooperation im Kulturbereich unterfüttert werden, um deren Relevanz zu erhöhen. Die Vernetzung von der Region mit Akteur*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft (siehe QR-Code Netzwerkanalyse) muss verbessert werden.

Outreach: 46% der Nürnberger Bevölkerung haben eine internationale Geschichte. Die Relevanz des Projekts für die diversen Communities muss erhöht werden und diese Gruppen sind noch stärker in den Planungsprozess einzubinden. In den weiteren Projektphasen müssen die Bürger*innen und Kulturakteur*innen verstärkt eingebunden werden.

Management: Bei der Einbindung der Region müssen wir uns angesichts der Größe und Anzahl von Gebietskörperschaften auf spezifische und ausgewählte Projekte fokussieren, um Effizienz und Nachhaltigkeit der Kulturhauptstadt-Aktionen in der Region zu gewährleisten. Zudem müssen Personalressourcen im Bereich lokale und regionale Programmplanung in der zweiten Bewerbungsphase aufgestockt werden.

Durch die Überführung des Bewerbungsbüros in eine eigenständige Gesellschaftsform (derzeit Stabsstelle des Kulturreferats), kann die Vorbereitung agiler und unabhängiger durchgeführt werden. Eine Herausforderung ist auch ein möglicher „Plan B“ – die Implementierung von als wichtig identifizierten Schlüsselprojekten – und das Vorhalten der dafür nötigen Ressourcen und Infrastruktur.

Capacity to Deliver: Die Anbieter entlang der gesamten touristischen Servicekette, wie Taxiunternehmen, Hotels und Restaurants, müssen stärker für den Bedarf internationaler Kulturtouristen sensibilisiert werden.
Aufgrund der starken Bettenauslastung zu Messezeiten werden Programmhöhepunkte in Nürnberg außerhalb von stark frequentierten Fachmessen gesetzt und Synergien mit den regionalen Kapazitäten genutzt.

RISIKEN UND VORKEHRUNGEN

Für den Fall einer Titelvergabe an eine andere Stadt wollen wir den angestoßenen Transformationsprozess in Stadt und Region trotzdem weiter vorantreiben. Für diesen Fall wird ein Alternativplan erstellt, der die Umsetzung prioritärer Strukturprojekte auch in Hinblick auf die Realisierung der Kulturstrategie beinhaltet. In jedem Fall werden die Erfahrungen der im “cultureNEXT candidate cities network“ organisierten ehemaligen Bewerberstädte genutzt.

Finanzielle Ressourcenknappheit. Für den Fall, dass es zu Budgetausfällen oder zu Budgetkürzungen in Vorbereitungs- und Umsetzungsphase kommt (z.B. aufgrund konjunktureller Entwicklungen), wird in der zweiten Bewerbungsphase eine Risikoanalyse und ein Plan mit alternativen Finanzierungsmodellen und Priorisierung von Projekten erstellt.

Personelle Diskontinuität: Die Erfahrung der Vergangenheit hat gezeigt, dass personelle Diskontinuität zwischen Bewerbungsphase und Vorbereitungsphase zu unzureichendem Wissenstransfer und Friktionen bei der Umsetzung der Bid Book-Inhalte führen kann. Personelle Kontinuität ist das Ziel, dennoch achten wir schon in der Bewerbungsphase auf einwandfreie Projektdokumentation und -evaluation sowie Prozessbeschreibungen und wir etablieren CRM-Tools für ein besseres Management aller Kontakte. Finanzielle und intentionale Zusagen basieren auf einem formellen und dokumentengestützten Prozess, um Verbindlichkeit und maximale Transparenz für spätere Projektmitarbeiter*innen, Partnerinstitutionen und freiwillige Helfer*innen zu gewährleisten.

5.4 Marketing und Kommunikation

5.4.1 Geben Sie bitte einen Abriss der beabsichtigten Marketing- und Kommunikationsstrategie der Stadt für das Veranstaltungsjahr „Kulturhauptstadt Europas“.

Unsere Marketing- und Kommunikationsstrategie nimmt die Menschen in den Blick und soll dabei unsere Philosophie, unsere Vision und unsere Ziele vermitteln. Aber wie erreichen wir die Menschen? Die Heterogenität der Zielgruppen stellt für jede Marketingstrategie eine der großen Herausforderungen dar. Nürnberger*innen, Menschen in der Region, im Land Bayern, in Deutschland, in Europa und weltweit sollen von der Idee Kulturhauptstadt begeistert und inspiriert sein. Wir werden daher zunächst unsere Kernzielgruppen ansprechen – Nürnberg und die Region, Schüler*innen und Studierende, Kulturtouristen und Expats, nicht zuletzt Künstler*innen und Kreativschaffende – und unsere Zielgruppen dann Schritt für Schritt ausweiten.

Nürnberg braucht Selbstvergewisserung, Transformation, ökonomische und ökologische Perspektiven für das 21. Jahrhundert - neue tragfähige Ideen für ein Miteinander der Vielen.

Wir wollen mit unserer Bewerbung …

… das klassische Bild von Nürnberg in ein neues Licht rücken, neue Facetten hinzufügen und neue Geschichten erzählen – mit den Menschen in Nürnberg, für die Menschen aus aller Welt.

… neues kulturelles Denken in Nürnberg und der Region auslösen.

… dass Nürnberg und die Region als attraktiv zum Leben und Arbeiten wahrgenommen werden, vor allem bei Künstler*innen und Kreativen.

… dass Nürnberg und die Region sich zu einer offenen, transkulturellen Kulturmetropole in Europa und der Welt entwickeln und 2025 als kulturtouristischer Hotspot wahrgenommen werden.

… dass die lokale und regionale Kultur- und Kreativwirtschaft europaweit wahrgenommen und besser vernetzt wird.

… dass Nürnberg als Impulsgeber für europäische Themen bekannt ist.

… dass der Tourismus in Nürnberg und der Region bis 2025 nachhaltig gemacht wird.

… dass Kulturhauptstadt zu einer einzigartigen, inspirierenden Erfahrung wird

… Europa stärken.

Im Rahmen einer integrierten Marketingstrategie sollen Philosophie, Vision und Ziel unserer Bewerbung konsistent vermittelt und in allen Bereichen der Kulturhauptstadt-Organisation verankert werden. Hierzu werden wir Kommunikation und Marketing sowie die uns zur Verfügung stehenden Instrumente aufeinander abstimmen. Wir legen hierbei einen erweiterten Kulturmarketingbegriff zugrunde und implementieren unsere Strategie mit einem abgestimmten Marketing-Mix.

Produkt
Unser Produkt ist das PAST FOWARD Programm (inkl. Veranstaltungen, Konzerte, Ausstellungen, Workshops, Diskussionen und die damit in Verbindung stehenden Dienstleistungen) aber auch die Europäische Kulturhauptstadt und die Stadt Nürnberg. Unser Produktmarketing wird zum Ziel haben, diese Breite konsistent zu führen und zu präsentieren und in allen Bereichen eine hohe Qualität zu gewährleisten, die dem Anspruch des Programms Europäische Kulturhauptstadt gerecht wird.

Preis
Wir werden eine faire, nachhaltige und im Sinne des lokalen Kulturmarktes sinnvolle Preispolitik betreiben (Eintrittspreise, aber auch Preise für Mobilität, Übernachtung usw. soweit sie in unserem Wirkungsbereich liegen).

Promotion und Placement
Die Kulturhauptstadt und alle Veranstaltungen auf den richtigen On- und Offline Kanälen zu verbreiten und bekanntzumachen, ist Kern der auf dem PESO Modell beruhenden Kommunikationsstrategie und Distributionsstrategie (siehe unten) sowie unseres Audience Developments ▸ Kapitel 4.2 & 4.3

Prozess
Ob Museen, Hotels, Theater, oder Einzelkünstler*innen – unser Kulturhauptstadt-Programm mit mehreren hundert Projekten wird von einer Vielzahl lokaler, regionaler und internationaler Partner*innen produziert. Dies bedingt, dass wir ein besonderes Augenmerk auf effiziente und konsistente Marketing-Prozesse mit unseren Partner*innen, zwischen unseren Partner*innen und innerhalb der Kulturhauptstadt-Organisation legen.

People
Recruiting, On-boarding und Mitarbeiterbindung: Im Zuge des Kulturhauptstadt-Projekts möchten wir eine hohe Professionalität beim Kulturmanagement in Nürnberg gewährleisten und Nürnberg als Standort für Kultur und Kreativität attraktiver machen. Dafür wollen wir die motiviertesten und kompetentesten Kulturarbeiter*innen gewinnen. Zudem möchten wir viele Menschen für unser Volunteering-Programm begeistern. Unser Personalmarketing, das auch auf die am Programm beteiligten Kulturinstitutionen ausgeweitet wird, sieht Mitarbeiter*innen nicht als „Human Ressources“, sondern als Menschen, die es zu überzeugen, zu motivieren und langfristig zu binden gilt. Menschen, deren Engagement unverzichtbar für unseren Erfolg ist. Wir sind auf die Unterstützung dieser Menschen angewiesen um Kulturhauptstadt bekannt zu machen. Mit ihrer Hilfe wollen wir PAST FORWARD nach Europa und in die Welt hinaustragen und dem bis heute vorherrschenden Bild von Nürnberg neue Dimensionen hinzufügen. Und mit ihrer Hilfe gestalten wir das Bild von Nürnberg offener und inklusiver, um es vielleicht sogar vollständig zu verändern.

Physical environment
Im Rahmen unserer Ausstattungspolitik möchten wir solche Erlebnisse schaffen und garantieren, die mit unserer Vision und unseren strategischen Zielen ▸ Kapitel 1.3 der Bewerbung in Einklang stehen. Dies bedeutet Offenheit, Teilhabe und Partizipation, Nachhaltigkeit und Internationalisierung in den Kulturhauptstadt-Büros ebenso wie an allen Programmspielorten und Touchpoints der Tourist*innen, wie Bahnhof oder Tourist-Information.

Wir sind überzeugt, dass wir mit diesem integrierten Ansatz unsere Ziele erreichen können. In der nächsten Bewerbungsphase werden wir die Strategie mit konkreteren Zielen, Timelines und weiteren Maßnahmen versehen. In Planung für dieses und nächstes Jahr

sind Workshops zusammen mit inner- und außerstädtischen Kulturinstitutionen, der CTZ, Agenturen und Kommunikations- und Marketingexperten, um unsere Strategie entsprechend auszuarbeiten, an ihr zu feilen und sie aufzusetzen.

Gerade setzen wir einen Baukasten im Corporate Design auf, der Schritt für Schritt geöffnet und am Schluss allen Kulturhauptstadtteilhabenden zur Verfügung stehen wird: Das geschieht in Form eines kreativen Gestaltungsrahmens, der ein „begleitetes“ und dennoch freies Arbeiten ermöglicht und alle Beteiligten einlädt, sich in diesem System kreativ mitzuteilen. Unsere Farben, Formen, Bilder und Fotos stehen allen zur Verfügung. Der Ansatz wird von einer Kampagne flankiert, die spielerisch danach fragt, was Kultur für die Menschen bedeutet.

Kommunikations- und Distributionsstrategie

Unsere Kommunikations- und Distributionsstrategie setzt nicht nur auf klassische Formate, sondern auch auf ungewöhnliche Methoden. Unsere diverse Stadtgesellschaft gepaart mit den Gästen Nürnbergs und der Region besitzen ein unerschöpfliches Potenzial, die Kulturhauptstadt auf digitalem wie auf analogem Weg in der Breite und in vielen Ländern und Regionen bekannt zu machen.

Die Strategie hinter unserem Kommunikationssystem ist dem in der Kommunikationsbranche verwendeten PESO-Modell entlehnt. Drei Kommunikationssysteme greifen dabei ineinander und verstärken sich gegenseitig: Our Tools, Our People, Our Partners. Das Zusammenspiel dieser Systeme erreicht hohe Verbreitung und unsere Botschaften werden nachhaltig in Europa und in der Welt gehört.

Our Tools Unter diesem Stichwort laufen unsere eigenen Kanäle und die, die uns nahestehen. Gerade setzen wir eine State-of-the-art-Website auf, auf der wir die Menschen in Nürnberg und die Gäste aus Europa und der Welt willkommen heißen. Diese werden wir sehr eng mit der Nürnberg2025-App verknüpfen. Die multilinguale, multifunktionale Website und App sind wichtige Bausteine: Sie halten alles vor, um sich vor Ort zu informieren oder einen Besuch in Nürnberg zu planen. Von Programminfos über Transport hin zu einem Blogzine über Nürnberg und Kulturhauptstadt, enthält sie außerdem einige Special-Features. Das spielerische Erkunden der Region, zum Beispiel, oder einen “Randomizer“. Aktiviert man diesen Zufallsgenerator, werden die Nutzer zu zufällig ausgewählten Orten und Aktionen geleitet.

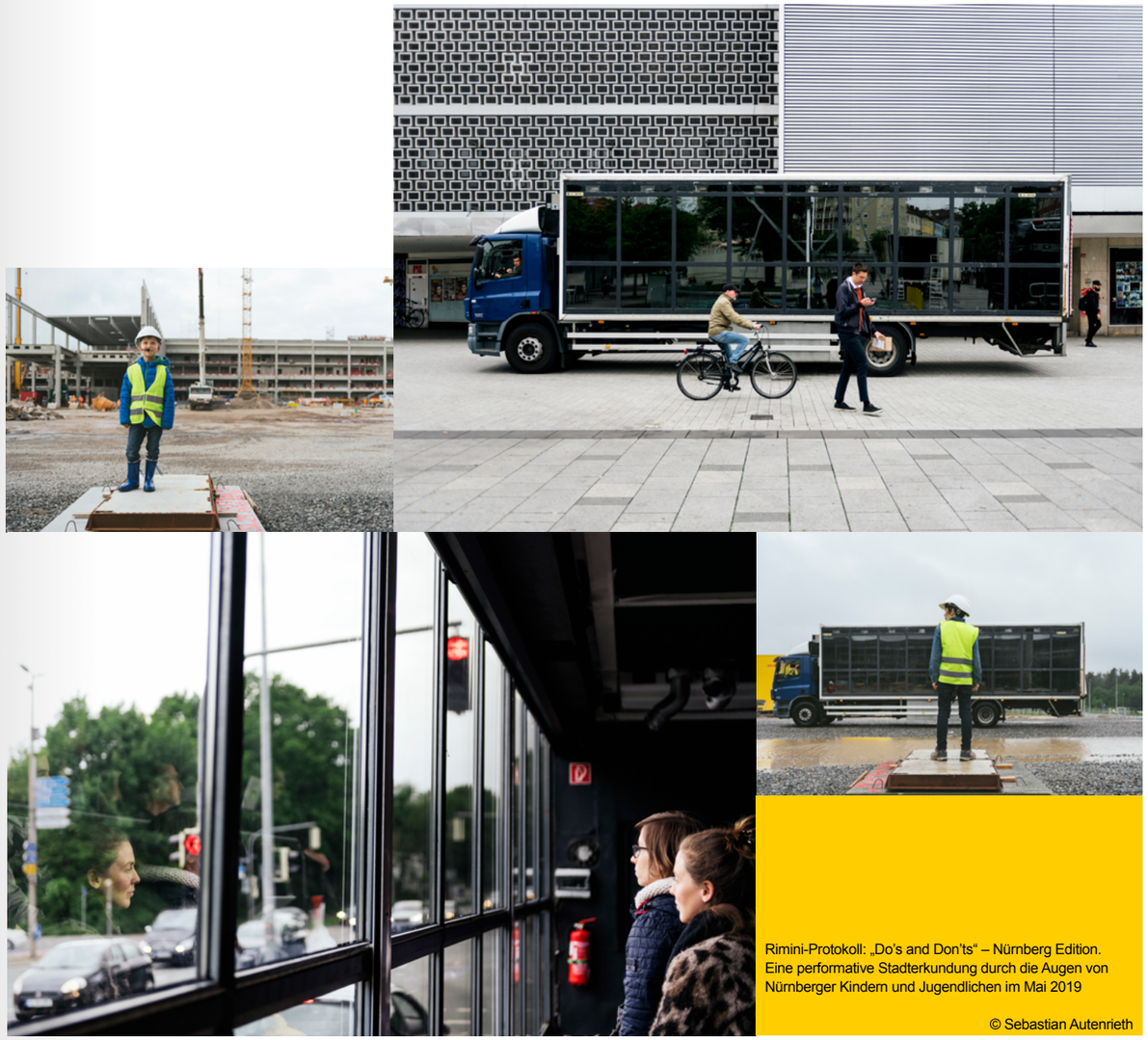
Verschränkt mit Our Tools sind unser Newsletter und unsere Social-Media-Kanäle, die aktuell rund 6.000 Menschen erreichen und stetig erweitert und ausgebaut werden. Eng an die Medienkanäle des Bewerbungsbüros angeschlossen sind weitere städtische und stadtnahe Medien – im kulturellen Bereich, aber auch in anderen Bereichen – Medien, die ihrerseits große Reichweiten besitzen und uns tatkräftig unterstützen.

Our People Das sind alle Interessierten, die Content analog und in den sozialen Netzwerken teilen, und alle Menschen, die über uns und unsere Themen selbst analog und in den sozialen Medien erzählen. Eng verbunden mit OUR TOOLS, da wir unseren Content in Zusammenarbeit mit unseren Unterstützer*innen erstellen werden. Auch hier kommt das erwähnte, offene Corporate Design zum Tragen. Wir entwickeln gerade Kampagnen, die im Zusammenspiel mit den hier lebenden Menschen und unseren Gästen von Nah und Fern ihre Wirkung entfalten. Wir planen u. a. mit der lokalen Fotocommunity und der Street-Art-Szene zu kooperieren. Auch unser laufendes Instagram-Format „Humans Of Nuremberg“ erzählt die Geschichten der hier lebenden Menschen und unserer Gäste. Angelehnt an das erfolgreiche Format „Humans of New York“, werden Menschen aus Nürnberg portraitiert und ihre Geschichte erzählt. Denn jeder hat eine Geschichte, die erzählt werden sollte.

Our Partners Dieser Baustein bezeichnet die Medienkooperationen und Medienpartnerschaften. Wir wissen, dass für ein Gelingen des ECOC-Jahres die enge Zusammenarbeit mit Medien aller Art auf lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Ebene unerlässlich ist. Darum schließen wir derzeit Partnerschaften mit TV-Sendern, Radio-Stationen, Tages-, Wochen und Fachpresse, Online-Medien und Blogs. Dabei haben wir allgemeine Presse ebenso im Blick wie Fachpublikationen unterschiedlicher Disziplinen.

Auch Unternehmen sind heute Sender von Information. In Nürnberg und in der Umgebung haben internationale Unternehmen mit langer Geschichte und Tradition ihren Sitz. Die geplanten Partnerschaften berühren dabei auch und nicht zuletzt die Kommunikation. Zusammen erreichen wir sowohl breite als auch themenspezifisch internationale Zielgruppen. Und wer weiß, vielleicht entsteht bei diesen Partnerschaften sogar ein Stift, ein Schuh oder ein Spiel/-zeug.

Ein zentrales Kommunikationsprojekt ist die Zusammenarbeit mit lokalen und internationalen Bloggern und Influencern: „Bridging Europe – Bridging Worlds“ ist unser Influencer-(Austausch)-Programm, das PAST FORWARD die Welt hinauszutragen soll. Ab 2020 laden wir Blogger*innen und Influencer*innen aus Europa und der Welt zu verschiedenen relevanten Themen nach Nürnberg ein. Sie sollen dabei nicht nur die Stadt kennenlernen, sondern in Workshops und bei Gesprächen von ihren Heimatstädten und ihren Reisen erzählen. Umgekehrt werden wir Blogger*innen und Influencer*innen aus Nürnberg und der Region in die Welt entsenden, so dass sie die Idee von N2025 verbreiten, gleichzeitig inspiriert werden und Ideen zurück nach Nürnberg mitnehmen. Schließlich sollen alle Beteiligten dies nicht unabhängig voneinander tun. Dazu möchten wir alle zu verschiedenen Anlässen zusammenbringen und Erfahrungen austauschen lassen. Unser Ziel ist es, bereits laufende Kooperationen auszubauen und neue, spannende Beziehungen aufzubauen.



Rimini-Protokoll: „Do’s and Don’ts“ – Nürnberg Edition. Eine performative Stadterkundung durch die Augen von Nürnberger Kindern und Jugendlichen im Mai 2019

© Sebastian Autenrieth

5.4.2 Wie möchte die Stadt betonen, dass die Aktion „Kulturhauptstadt Europas“ auf die Europäische Union zurückgeht?

Es ist uns immens wichtig, dass wir die Rolle der Europäischen Union als Architekt und initiierendes Organ der Institution Kulturhauptstadt breit, weit und konsistent kommunizieren. Die Europäische Union ist in allen unseren Kommunikationsmaßnahmen integriert. Als Teil des Local Lab Europe möchten wir Repräsentant*innen der politischen Ebenen, des Europäischen Rats, des Parlaments und der Kommission nach Nürnberg einladen. Dort möchten wir mit ihnen im Rahmen von Events, Workshops und Panels zusammenarbeiten und mit ihnen gemeinsam Themen von Stadtentwicklung, Ökologie, Mobilität und Migration in europäischer Perspektive verhandeln. Genau hier möchten wir in engem Schulterschluss mit den Institutionen der EU und ihren Experten zusammen nicht nur die Diskussion, sondern auch das Handeln anstoßen. POP UP PAST FORWARD wird die Kulturhauptstadt Initiative in andere Städte bringen, in und außerhalb Europas. Und den Ansatz der EU zur kulturellen urbanen Entwicklung, sowie kultureller Partizipation klar und effektiv der Öffentlichkeit und Expertengruppen zu vermitteln.

Wir werden darüber hinaus Anstrengungen unternehmen, um das PAST FORWARD Programm mit anderen, von der EU geförderten Projekten, zu synchronisieren (z. B. Creative Europe, INTERREG). Dadurch erhoffen wir uns sich gegenseitig verstärkende Kommunikationseffekte, die die Wirkungen und Effekte der EU Maßnahmen in den Bereichen Kultur und Zusammenhalt erhöhen werden.

6. UMSETZUNGS-FÄHIGKEIT

6.1 Bitte bestätigen und belegen Sie, dass Sie politisch auf breiter Ebene und in starkem Maße unterstützt werden und sich die zuständigen lokalen, regionalen und nationalen Behörden dauerhaft beteiligen.

Die Kulturhauptstadt-Bewerbung ist getragen von einer breiten politischen Unterstützung und einem hohen Maß an Kooperationswillen, Neugier und Offenheit seitens der Akteure in Politik und Verwaltung. Mehr als 70% des geplanten Budgets von 85 Millionen Euro werden verbindlich von der Stadt Nürnberg und dem Land Bayern zur Verfügung gestellt. Die Zusagen und Absichtserklärungen auf kommunaler, regionaler und Landesebene wurden alle durch politische Beschlüsse untermauert.

DIE STADT NÜRNBERG

Bereits in den Jahren 2014–2015 spielten verschiedene Akteure Nürnberg und Metropolregion mit dem Gedanken einer Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025. Im Frühjahr 2016 formierte sich aus Repräsentant*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft die Bürgerinitiative #NUE2025, die den Bewerbungsprozess seither dialogorientiert und konstruktiv-kritisch begleitet.

Am 14.12.2016 beschloss der Nürnberger Stadtrat die Einleitung der Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025 sowie die Einrichtung eines Bewerbungsbüros und die Bereitstellung von finanziellen Ressourcen in Höhe von 5 Millionen Euro (2017–2020).

Am 24.07.2019 beschloss der Stadtrat Nürnbergs mit breiter Mehrheit, im Fall der Titelvergabe an Nürnberg für die Durchführungsphase insgesamt 30 Millionen Euro zur Verfügung zu stellen.

Am 15.03.2020 finden in Nürnberg Kommunalwahlen statt. Die Oberbürgermeister-Kandidaten der drei größten Fraktionen im derzeitigen Stadtrat begrüßen das Projekt PAST FORWARD ausdrücklich, sodass von einer Kontinuität der politischen Unterstützung auch in der Stadtregierung 2020–2026 auszugehen ist.

FREISTAAT BAYERN

Ministerpräsident Dr. Markus Söder gab am 05.07.2019 im Schulterschluss mit Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly und Kulturreferentin Prof. Dr. Julia Lehner im Rahmen einer Pressekonferenz bekannt, dass der Freistaat Bayern für den Fall der Titelvergabe nach Nürnberg insgesamt 30 Millionen € zur Verfügung stellen wird.

EUROPÄISCHE METROPOLREGION NÜRNBERG (EMN)

Der Ansatz unserer Kulturhauptstadt-Bewerbung korrespondiert in seiner Dezentralität und kooperativen Ausrichtung mit der Verfasstheit der Metropolregion Nürnberg. Die 23 Landkreise und 11 kreisfreien Städte der Metropolregion beschlossen am 03.05.2017 einstimmig, gemeinsam in die Bewerbungsphase einzutreten. Der Rat der Metropolregion Nürnberg bekräftigte am 19.07.2019 die Unterstützung der Region an der Bewerbung.

Bis Sommer 2019 haben interessierte Kommunen aus der Region ihre Absicht an einer Beteiligung am Kulturhauptstadt-Programm in Form eines Letters of Intent ausgedrückt. Im Falle einer Shortlist-Nominierung Nürnbergs werden die Landkreise und Städte der EMN ihr Interesse durch Abgabe eines 2. Letters of Intent (bis März 2020) bestätigen und werden dabei auch die geplante Höhe ihrer finanziellen Beteiligung angeben. Zur Verfügung gestellte Mittel der Region fließen in voller Höhe als Programmmittel zurück in Projekte in den Partner-Kommunen. Bis zum 31.08.2019 gingen Absichtserklärungen aus 40 Gebietskörperschaften ein, darunter alle 11 kreisfreien Städte der Region. Kapitel 0.2

BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

Die Bundesrepublik Deutschland wird sich nach der Entscheidung, welche Städte auf die Shortlist kommen, über die genaue Höhe der Förderung der Kulturhauptstadt Europas 2025 äußern. Gegenwärtig kann aufgrund einer mündlichen Aussage von 20.000.000 Euro ausgegangen werden.

6.2 Bitte bestätigen und belegen Sie, dass Ihre Stadt über eine zweckmäßige und tragfähige Infrastruktur verfügt oder verfügen wird, um die Veranstaltung durchführen zu können. Zu diesem Zweck beantworten Sie bitte nachstehende Fragen:
6.2.1 Erläutern Sie kurz, wie die „Kulturhauptstadt Europas“ die kulturelle Infrastruktur der Stadt nutzen und entwickeln wird.

Die Fragen 6.2.1 und 6.3. beantworten wir im Folgenden gemeinsam.

6.3 Welche Infrastrukturprojekte (einschließlich Renovierungsprojekte) im Kultur-, Stadt- und Fremdenverkehrssektor plant Ihre Stadt im Zusammenhang mit der Aktion „Kulturhauptstadt Europas“ von jetzt an bis zum Veranstaltungsjahr umzusetzen?

Als Großstadt mit 536.000 Einwohnern und einem weiten regionalen Einzugsgebiet besitzt Nürnberg eine äußerst divers aufgestellte kulturelle Infrastruktur. Ein besonderes Alleinstellungsmerkmal ist die hohe Dichte von städtischen, staatlichen und privaten Museen und die lebendige Theater- und Kindertheaterszene der Stadt. Mit 14 Theater- und Opernsitzplätzen pro 1000 Einwohner liegt Nürnberg bundesweit auf Platz 3.

Es existieren aber auch zahlreiche Herausforderungen für die (kulturelle) Stadtentwicklung. Ein stetiger Zuzug von Menschen und die damit einhergehende wachsende Bevölkerungsdichte machen tiefgreifende Transformationsprozesse zu einer Notwendigkeit. Bis 2025 werden unter anderem ehemalige Industriestandorte in neue Wohngebiete für mehr als 20.000 Menschen umgewandelt sein, eine U-Bahnlinie wird in den Südwesten der Stadt ausgebaut sein, neue Radschnellwege in der Metropolregion und neue Parks sowie Grünflächen werden entstanden sein. Viele Plätze der Stadt wird man kaum wiedererkennen. Und im Jahr 2025 wird die Technische Universität Nürnberg, der größte Neubau einer Universität innerhalb des letzten Jahrzehnts in Deutschland, ihren Betrieb aufnehmen. Nürnberg wird insgesamt eine noch lebenswertere Stadt, eine offene, zukunftsorientierte Stadt, eine Stadt, die Raum und Möglichkeiten für transkulturelle Praxis bietet.

Gleichzeitig allerdings befinden sich die Künstler*innen und Kreativen der Stadt in einer prekären Situation. Der Weggang bzw. die Insolvenz prägender Industrie- und Dienstleistungsunternehmen haben Leerstände entstehen lassen, die in den letzten 10 Jahren für die kulturelle Zwischennutzung zur Verfügung standen, nun aber vermehrt in kommerzielle Projektentwicklungen überführt werden. Der Zuzug und der anziehende Immobilienmarkt setzen viele Künstler*innen und Kreative weiter unter Druck und verdrängen sie vom Markt.

Für die Künstler und Kreativen ist das große Defizit an Gestaltungsräumen ein ernstzunehmendes Problem. In Bezug auf die Präsentation von künstlerischen Arbeiten ist die Stadt verhältnismäßig gut aufgestellt, auch wenn es hier ebenfalls noch Raum zur Verbesserung gibt. Viele Bereiche der Infrastruktur müssen auf den heutigen Standard gebracht werden und auch das städtische Kulturprogramm bedarf einer fundamentalen Generalüberholung.

Die Kulturhauptstadt-Bewerbung wird Verbesserungen und eine notwendige strategische Neuorientierung der existierenden kulturellen Infrastruktur in drei Bereichen vornehmen: Der öffentliche Raum wird zunehmend wiederbelebt und in ein natürliches Kulturhabitat umgewandelt, neue Orte zum gemeinsamen Lernen und Zusammentreffen werden für die Menschen in Nürnberg neben neuen kreativen Räumen für Künstler*innen und Kreative erschaffen. Zu guter Letzt werden ausgesuchte Museen einer konzeptionellen Umwandlung unterzogen um internationale Positionen einbeziehen zu können und die Häuser in diese Richtung zu öffnen. TAB 08

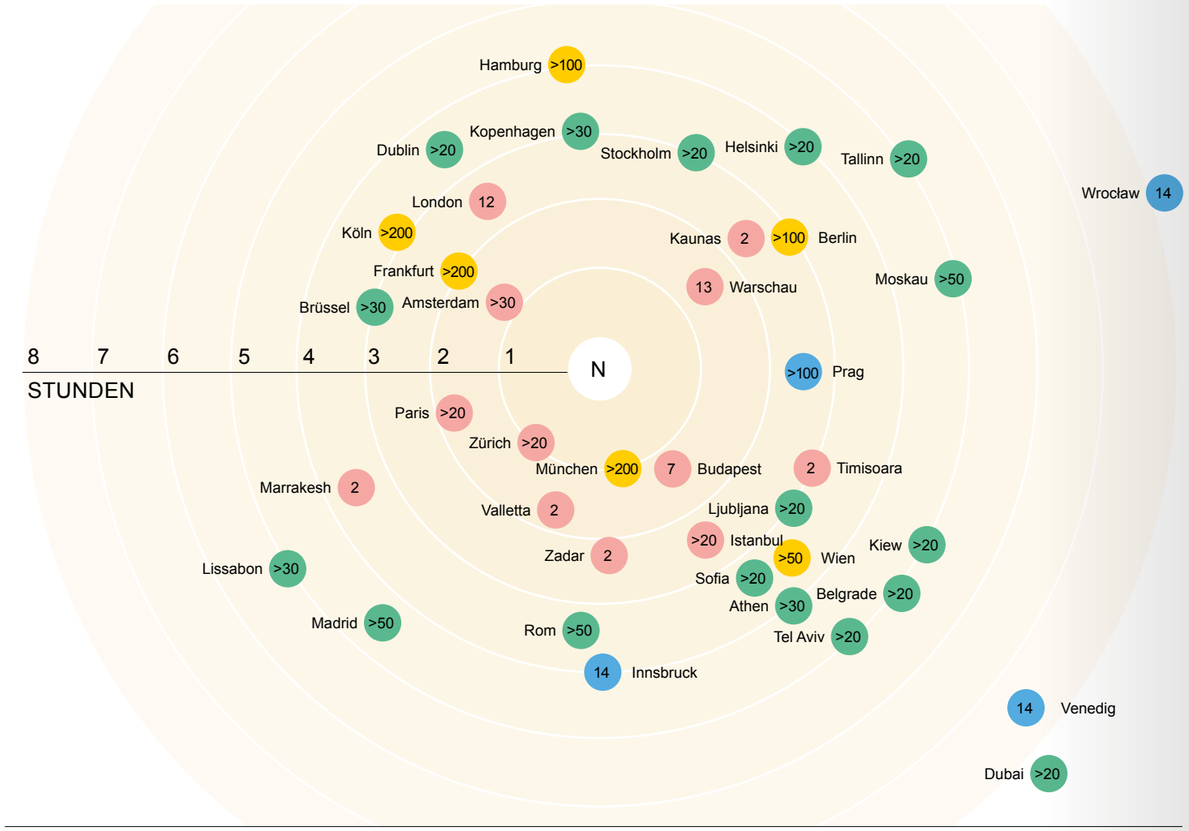
TAB 08

ENTWICKLUNG DER KULTURELLEN INFRASTRUKTUR

Infrastruktur/ Veranstaltungsort	Was passiert?/ Vorhaben	Sektor	Zeitraum Fertigstellung
Infrastrukturprojekte in direkter Verbindung zur ECoC-Action			
Neukonzeption Museum Industriekultur	Neue Ausstellungen zur Geschichte der Industriearbeit	Kultur	Start der Renovierung 2023, Wiedereröffnung 2025
Haus des Spielens	Öffnung eines interdisziplinären Kulturzentrums zum Thema Spielen und Spiele. Das Haus wird der europäische Netzwerkknotenpunkt im Bereich Spiel.	Kultur, Kultur- und Kreativwirtschaft	2025
Kongresshalle	Nutzung der Kongresshalle als internationales Kunst- und Kulturzentrum mit Galerieflächen, Performanceorten und Studios für visuelle und performende Künste	Kultur	Pop-up Events 2023, Eröffnung bis 2025
Alte Feuerwache 1	Schaffung von Räumen für die Kultur- und Kreativindustrie in einem partizipativen Prozess	Kultur- und Kreativwirtschaft	2024
QU1	Die U-Bahn-Linie 1 wird zum Kulturort: Neunutzung vom öffentlichen Raum	Kultur und Öffentlicher Raum	Fortlaufend von 2020
Weitere relevante Infrastrukturprojekte, (bereits zuvor initiiert, aber über das Kulturhauptstadtprojekt beschleunigt)			
Zukunftsmuseum	Neubau (Dependance Deutsches Museum München), Wissenschaftsmuseum mit Fokus auf der Zukunft von Technologien und Gesellschaft	Kultur	2020
Technische Universität Nürnberg	Neubau für ca. 7.000 Studierende an der Schnittstelle zwischen Technik und Geisteswissenschaften	Wissenschaft	2025
Memorium Nürnberger Prozesse	Museum für neue und moderne Geschichte: Neukonzeption und Ausbau	Kultur und Öffentlicher Raum	2025
Zeppelintribüne und Zeppelinfeld auf dem ehemaligen Reichsparteitagsgelände	Bauliche Sicherung und Entwicklung des Lern- und Begegnungsorts ZEP;	Kultur und Öffentlicher Raum	Eröffnung als Lern- und Begegnungsraum 2025, Vervollständigung schrittweise bis 2028
Sanierung Opernhaus	2025 wird der öffentliche Raum Veranstaltungsort der Oper, des Theaters und von Ballettproduktionen	Kultur	Tbd
Neues Konzerthaus	Neubau, Aufführungsort für musikalische Darbietungen	Kultur	Tbd
8 neue Hotels	Neubau, zusätzliche 3.500 Betten	Tourismus	2022

ABB 11

AUSGEWÄHLTE VERBINDUNGEN NACH NÜRNBERG - HÄUFIGKEIT UND REISEDAUER IN STUNDEN
(Zahl der wöchentlichen Verbindungen in den Kreisen)



TAB 08 Das Opernhaus, das im Jahr 1905 eröffnet wurde, wird innerhalb der nächsten Jahre komplett saniert werden. Die Renovierungsarbeiten werden sich über das Jahr 2025 hinaus erstrecken. Im Kulturhauptstadtjahr 2025 wird das Opernhaus daher nicht als Veranstaltungsort nutzbar sein. Das ist einerseits zu bedauern, bietet aber andererseits eine einmalige Chance, ein „Musiktheater der Gegenwart“ zu entwickeln, mit unterschiedlichsten Methoden und Herangehensweisen in geschlossenen und öffentlichen Räumen zu experimentieren, neue Darstellungsformen zu erproben und dabei ein völlig neues Publikum ansprechen zu können – ohne natürlich dabei das eher traditionell orientierte Opernpublikum zu verlieren. Staatsoper wird die gesamte Stadt erobern, mit all den Möglichkeiten, die sich ihr bieten.

6.2.2 Welche Vorteile hat die Stadt im Hinblick auf Erreichbarkeit (regionaler, nationaler und internationaler Verkehr)?

ABB 11 Von der Autobahn bis zum Kreuzfahrtschiff ist Nürnberg sehr gut an das nationale und internationale Verkehrsnetz angebunden. Täglich halten 150 Intercityzüge oder Intercity-Expresszüge in Nürnberg.

Per Flugzeug erreicht man Nürnberg von 40 europäischen und sieben außereuropäischen Städten, mit Direktflügen in die kommenden Kulturhauptstädte Timisoara und Kaunas und in die erste Afrikanische Kulturhauptstadt Marrakesch 2020. Vom Flughafen in die Innenstadt sind es nur 10 Minuten Fahrt mit der einzigen fahrerlosen U-Bahn Deutschlands. Der regionale ÖPNV hat eine dichte Taktung, alle größeren Städte der Metropolregion sind von Nürnberg aus in eineinhalb Stunden erreichbar. Zu unserer slowenischen Partnerstadt wollen wir ein regelmäßiges direktes Culture-Shuttle einrichten.

Kapitel 3.3 Für das Kulturhauptstadtjahr können wir auf dem Mobilitätskonzept des Evangelischen Kirchentags, der 2023 in Nürnberg stattfinden wird, aufbauen.

„Hochspannung – Lebensgefahr“ © Michael Lyra

TAB 10

GÄSTEUNTERKÜNFTE: KAPAZITÄTEN IN NÜRNBERG UND DER REGION (EMN)
Daten für Zeitraum November 2017 – Oktober 2018.

	Geöffnete Betriebe	Angebotene Betten (ohne Campingplätze)	Insgesamt	Anteil Gäste aus dem Ausland	Auslastung der angebotenen Betten	Durchschnittl. Aufenthaltsdauer
Nürnberg	153	18.754	3,6 Mio.	34%	52%	1,8 Tage
Region	2.384	107.453	16,6 Mio.	19%	39%	2,1 Tage

6.2.3 Wie sieht das Fassungsvermögen der Stadt hinsichtlich der Gästeunterkünfte aus?

TAB 09 & 10 Nürnberg gehört zu den 10 touristischen Top-Destinationen in Deutschland. Im Jahr 2018 verzeichneten die touristischen Betriebe 3,6 Millionen Übernachtungen. Ein Drittel der Besucher*innen kommt aus dem Ausland. Nürnberg ist zudem eine Messestadt, zwischen Januar und Dezember finden mehr als 80 Messen und Kongresse statt. Während dieser Messen sind Hotelzimmer in Nürnberg rar. Nürnberg ist eine sehr businessorientierte Destination. 70% der Gäste sind Geschäftsreisende, nur 30% der Besucher*innen sind Freizeitreisende. Im Vergleich mit anderen gleichwertigen Destinationen geben sehr viel weniger Besuchende als Reisegrund „Kultur“ an und bleiben im Schnitt weniger als zwei Tage in der Stadt. Das wollen wir ändern. Mit unserer Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas wollen wir uns zu einem neuen Reiseziel entwickeln, neues Potenzial ergründen und damit neue Zielgruppen erschließen; unsere Stadt soll für nachhaltigen und wertschätzenden Kulturtourismus stehen. Dementsprechend werden wir auch unsere Aktivitäten planen, damit die Höhepunkte unseres Programms nicht mit Auslastungsspitzen der großen Messen zusammenfallen.

TAB 09

GÄSTEUNTERKÜNFTE
KAPAZITÄTEN IN NÜRNBERG

Kategorie Hotel Sterne	Anzahl Betriebe
★★★	55
★★★★	28
★★★★★	1
Camping	1
Couchsurfing Profile	11.756
Airbnb Anzahl Unterkünfte	1.959

7. ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN

IMPRESSUM
Stadt Nürnberg
Dr. Ulrich Maly,
OBERBÜRGERMEISTER
Prof. Dr. Julia Lehner,
KULTURREFERENTIN

REDAKTION / BEWERBUNGSBÜRO KULTURHAUPTSTADT EUROPAS N2025
Olivia Barth-Jurca
Nico Degenkolb
Tanja Ehrlein
Andreas Kist
Birgit Korder
Maria Rink
Sandra Song
Hannah Straub
Prof. Dr. Hans-Joachim Wagner
LEITER DES BEWERBUNGSBÜROS

Wir bedanken uns bei den Mitarbeiter*innen der Stadtverwaltung, besonders bei
Dr. Martina Bauernfeind
Annekatrin Fries
Hannes Hinnecke
Olaf Klumpp-Leonhardt
Elisabeth Ries
Michael Ruf

Unser ausdrücklicher Dank gilt Gottfried Wagner - über zwei Jahre hinweg Freund und Begleiter unserer Bewerbung.

BEIRAT
Holger Bergmann
Thomas Böhm
Tunçay Kulaoğlu
Jagoda Marinić
Christine M. Merkel
Samir Odeh-Tamimi
Prof. Dr. Jochen Sander
Renate Schmidt
Prof. Dr. Dr. Thomas Sternberg
Dr. Oscar Schneider

REGION
Rat der Europäischen Metropolregion Nürnberg
Ratsvorsitzender:
Andreas Starke
OBERBÜRGERMEISTER DER STADT BAMBERG

ÜBERSETZUNG UND LEKTORAT
Christine O'Donnell,
Übersetzung und Lektorat
Carla Welch,
Übersetzung und Lektorat
Susan Grouchy,
Lektorat

BILDNACHWEISE
S. 4 Stadtarchiv Nürnberg, A49-I-He-2390
S. 28 Stadtarchiv Nürnberg, L1141Q-4
S. 29 Stadtarchiv Nürnberg, L2033-2

DESIGN
DKDL

PRODUKTION
Flyeralarm

www.n2025.eu

DANKSAGUNG
Unser herzlicher Dank gilt allen, die in den vergangenen zwei Jahren das Bewerbungsverfahren unterstützt haben: All jenen, die sich mit Ideen und Projekten eingebracht haben, die Kritik und Anregungen an das Bewerbungsbüro herangetragen haben, die uns auf Veranstaltungen unterstützt haben oder uns einfach Mut gemacht haben, Nürnbergs Weg in die Zukunft PAST FORWARD zu finden. Des Weiteren danken wir unseren Mitbewerberstädten für ihre Offenheit, Gastfreundschaft und den kollegialen Austausch.

Besonderen Dank richten wir an die Kulturstiftung der Länder für die hilfreiche Unterstützung während des Bewerbungsprozesses.

"A. H." © Nora E. Gomringer