

Sitzungsvorlage		Vorlage- Nr:	VO/2018/1823-45
Federführend: 45 Kulturamt		Status:	öffentlich
Beteiligt:		Aktenzeichen:	
		Datum:	17.07.2018
		Referent:	Dr. Lange Christian
Nürnberg 2025 - Bewerbung Nürnbergs mit Metropolregion für den Titel Kulturhauptstadt Europas			
Beratungsfolge:			
Datum	Gremium	Zuständigkeit	
26.09.2018	Stadtrat der Stadt Bamberg	Kenntnisnahme	

I. Sitzungsvortrag:

Am 14. Dezember 2016 hat der Nürnberger Stadtrat mit großer Mehrheit beschlossen, dass sich die Stadt Nürnberg für den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025 bewirbt. Die Metropolregion als Ganzes kann sich nicht als "Europäische Kulturhauptstadt" bewerben. Seit die Europäische Union im Jahr 2012 das Auswahlverfahren geändert hat, muss eine Stadt federführend sein. Die Bewerberstädte haben aber durchaus die Möglichkeit, eine Metropolregion einzubeziehen. Der Stadt Nürnberg ist das bei ihrer Bewerbung ein großes Anliegen. Ein entsprechender Ratsbeschluss der Metropolregion erfolgte am 03. Mai 2017.

Seit Anfang 2012 wirkt die Stadt Bamberg neben anderen Kommunen in vorbereitenden Arbeitsgruppen für die Kulturhauptstadtbewerbung aktiv mit. Der Kulturwissenschaftler Oliver Will nimmt als Mitarbeiter des Kulturamts diese Aufgabe wahr. Der Austausch verschiedener Mitarbeiter aus verschiedenen Städten der Metropolregion war sehr fruchtbar. Der Schritt zur Bewerbung wurde durch die Arbeit dieser Gruppe vorbereitet und auch inhaltlich sowie konzeptuell eingeordnet. Durch Berichterstattungen vorheriger Kulturhauptstadt-Verantwortlicher wurden Bedingungen und Möglichkeiten eruiert und der Schritt hin zur Bewerbung bewertet und gestützt. Dieses vorbereitende Gremium unter der Leitung von Herrn Olaf Klumpp-Leonhard wurde inzwischen erweitert und begleitet nun das Einbeziehen der Region in die Bewerbungsmaßnahme und Kulturhauptstadt-Aktivitäten. Das Forum Kultur der EMN, in dem die Stadt Bamberg regelmäßig mitwirkt, übernimmt hier mit der Geschäftsstelle im Kulturreferat der Stadt Erlangen eine unterstützende und koordinierende Rolle. Gegebenenfalls werden weitere Fachforen der Metropolregion einbezogen.

Es wurde von der Stadt Nürnberg ein Bewerbungsbüro eingerichtet. Seit Jahresbeginn 2018 leitet der Musikwissenschaftler Prof. Dr. Hans-Joachim Wagner diese Administration. Details und aktuelle Entwicklungen zur Tätigkeit des Bewerbungsbüros sind unter www.n2025.de zu erfahren. Derzeit laufen Konkretisierungen der anstehenden Aufgaben und Schritte, auch zur Thematik der Beteiligung der Europäischen Metropolregion Nürnberg. Die Bewerbung ist im Frühjahr 2019 einzureichen.

Inzwischen gab es seitens des Bewerbungsbüros Ausschreibungen für erste Kulturprojekte im Kontext der Bewerbung. Mit einer so genannten Netzwerkanalyse, einer Erhebung zur lokalen, regionalen und vor allem internationalen Verflechtung von Kulturakteuren der Region, sollen Potenziale für die Bewerbung und das Kulturhauptstadtjahr gebündelt werden. Mit einem „Open Call“, der für alle Kommunen der Metropolregion offen war, wurden erste Mikroprojekte im Rahmen der Kulturhauptstadtbewerbung gefördert. Er soll in 2019 wiederholt werden. Gleichzeitig wird bezüglich der Beteiligung der Region exemplarisch eine Projektidee im

Bereich "Gamification" konkretisiert, bei dem der Blick von Jugendlichen auf die Region, in die Zukunft und auf Europa durch ein Computerspielformat erarbeitet wird, das von der Jugend der Metropolregion selbst entwickelt werden und verschiedene Kulturräume thematisieren soll (vgl. Anlage).

Frau Prof. Dr. Julia Lehner, Kulturreferentin der Stadt Nürnberg, berichtet im Rahmen einer Präsentation über den aktuellen Sachstand.

II. Beschlussvorschlag:

Der Vortrag dient zur Kenntnis.

III. Finanzielle Auswirkungen:

Der unter II. empfohlene Beschlussantrag verursacht

X	1.	keine Kosten
	2.	Kosten in Höhe von für die Deckung im laufenden Haushaltsjahr bzw. im geltenden Finanzplan gegeben ist
	3.	Kosten in Höhe von für die keine Deckung im Haushalt gegeben ist. Im Rahmen der vom Antrag stellenden Amt/Referat zu bewirtschaftenden Mittel wird folgender Deckungsvorschlag gemacht:
	4.	Kosten in künftigen Haushaltsjahren: Personalkosten: Sachkosten:

Falls Alternative 3. und/oder 4. vorliegt:

In das **Finanzreferat** zur Stellungnahme.

Stellungnahme des **Finanzreferates**:

Anlage/n:

Zusammenfassung aktueller Stand: Frau Steinert-Neuwirth/Herr Klumpp-Leonhard
Aktuelle Information zur Kulturhauptstadtbewerbung aus dem Nürnberger Ratsbericht
Anschreiben Pilotprojekt Spielentwicklung
Projektbeschreibung „local based game“

Verteiler:

Referat 1
Referat 4
Amt 45

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wir möchten Sie kurz über den aktuellen Stand und die nächsten Schritte informieren. Der folgende Überblick ist auch mit dem Bewerbungsbüro der Stadt Nürnberg abgestimmt.

Zu den derzeitigen und geplanten Aktivitäten rund um die Bewerbung gibt es in Nürnberg eine Kulturausschussvorlage vom 6. Juli 2018. Diese gibt einen guten Überblick. Siehe Anlage.

Am 20. Juli 2018 findet in Fürth der 12. Wissenschaftstag der Metropolregion Nürnberg statt. Zum einen wird es dort eine gemeinsame Präsentation von OBM Dr. Ulrich Maly und Dr. Hans-Joachim Wagner (Leiter des Bewerbungsbüros) geben, zum anderen steht die *Kulturhauptstadtbewerbung 2025* am gleichen Tag auf der Tagesordnung der EMN-Ratssitzung. In dieser wird OBM Dr. Maly mündlich die Themenschwerpunkte der Bewerbungsinitiative benennen und die nächsten Schritte der Bewerbungsphase erläutern.

Die *Kulturstrategie der Stadt Nürnberg* – mit zahlreichen regionalen Anknüpfungspunkten – liegt seit Anfang des Jahres vor.

https://www.nuernbergkultur.de/fileadmin/editors/pdf/Kulturstrategie_der_Stadt_Nuernberg.pdf

Im Rahmen des Erarbeitungsprozesses konnten bestehende Netzwerke reaktiviert und gestärkt sowie neue geknüpft werden. Dabei spielte auch die Region eine besondere Rolle, da während der Erarbeitungsphase der Kulturstrategie vermehrt der Wunsch geäußert wurde, bei der Umsetzung der strategischen Planungen über die städtischen Grenzen hinaus zu denken. Daher möchten wir voraussichtlich am Freitag, 12. Oktober 2018 nachmittags, im Rahmen eines Vernetzungstreffens mit interessierten Kulturakteurinnen und -akteuren über die „Baustellen“ der Umsetzung ins Gespräch kommen und einen gemeinsamen Blick auf mögliche nächste Schritte in der Stadt Nürnberg sowie der Region werfen.

Die Ergebnisse des in diesem Jahr veröffentlichten Kultur- und Kreativwirtschaftsberichts der Europäischen Metropolregion, erarbeitet vom Kölner Kulturbüro Michael Söndermann, werden am 10. Oktober 2018 der Presse und Öffentlichkeit vorgestellt.

Zur Spieleentwicklung:

Die seit 2017 regelmäßig tagende Arbeitsgruppe mit Vertreterinnen und Vertretern der EMN hat das Thema „**Spiel**“ als erstes regionales Klammerthema der Kulturhauptstadtbewerbung definiert. Das Thema kann in der Region auf eine lange Tradition zurückblicken. Zudem ist die Kulturpraxis „Spielen“ im Kontext der Themen Arbeiten, Lernen (Gamifizierung), Partizipation und Kreativwirtschaft ein Thema mit großer Relevanz für die Entwicklung unserer Gesellschaft. 2018 und 2019 wird im Rahmen der Bewerbung ein Projekt pilotiert, bei dem Jugendliche und junge Erwachsene in der Metropolregion (16-25 Jahre) gemeinsam ein ortsbasiertes Computerspiel, ein sogenanntes *Local-Based Game* entwickeln und sich dabei spielerisch-reflektiert mit ihrem lokalen Umfeld auseinandersetzen. Bei Erfolg des Piloten, könnte das Projekt bis 2025 in der gesamten EMN weiterentwickelt werden. Eine Anfrage, welche Städte und Landkreise sich an der Pilotierung beteiligen, läuft derzeit.

Die Beschaffenheit der Kulturlandschaft der Bewerberstädte ist im Bewerbungsbuch um den Titel „Europäische Kulturhauptstadt“ darzustellen und zu visualisieren. Derzeit führt das Bewerbungsbüro Nürnberg, in Zusammenarbeit und Abstimmung mit den 34 Gebietskörperschaften der EMN, eine **sozialwissenschaftliche Netzwerkanalyse** durch. Ziele sind die Kartierung (Mapping) der Kulturakteure in der EMN, die Darstellung der regionalen und internationalen Vernetzung vorhandener Akteure und die Sichtbarmachung von Potenzialen für das Programm des

Kulturhauptstadtjahrs 2025. Die wissenschaftliche Analyse wird dazu beitragen, die Kulturlandschaft der Europäischen Metropolregion sichtbarer zu machen und langfristig besser zu vernetzen. Die Ergebnisse werden nach Abschluss der Studie (voraussichtlich im Frühjahr 2019) öffentlich kommuniziert.

Newsletter

Alle Adressen der Arbeitsgruppe wurden in den Newsletter-Verteiler von N2025 aufgenommen, Sie sollten die Juli-Ausgabe bereits in Ihrem Posteingang finden. Wir informieren mit diesem Format einmal im Monat über Neuigkeiten und Veranstaltungen des Bewerbungsbüros. Außerdem machen wir unregelmäßig auf Neuigkeiten/Veranstaltungen rund um N2025 aufmerksam. Gerne dürfen Sie die Informationen des Newsletters weiter streuen. Anmeldungen zu selbigen nehmen wir ebenso gerne entgegen, wie Rückfragen, Anmerkungen und Kritik.

Bei dieser Gelegenheit möchten wir Sie noch auf unseren [Facebook-Kanal](#) aufmerksam machen, dem Sie ebenso gerne folgen und ihn weiterverbreiten dürfen.

Weitere Schritte

Zur Information an die lokalen Gremien in der EMN erarbeitet das Bewerbungsbüro eine Vorlage, die einerseits die für die ENM relevanten Zeitabläufe des Bewerbungsprozesses und andererseits die inhaltliche Ausrichtung der Bewerbung mit drei zentralen Themen konkretisiert.

Im Herbst 2018 werden wir die drei Bewerbungsthemen in unserer EMN-Arbeitsgruppe diskutieren.

Es ist überdies angedacht, dass das Bewerbungsbüro Anfang 2019 eine Regionalkonferenz durchführt, die sich mit der inhaltlichen und künstlerischen Dimension der Bewerbung in der ENM beschäftigen wird.

Unsere nächste Sitzung wird erst nach der Sommerpause 2018 stattfinden. Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit Ihnen!

Anke Steinert-Neuwirth

Geschäftsführerin des Forum Kultur
der Europäischen Metropolregion Nürnberg

Referentin für Bildung, Kultur und Jugend
der Stadt Erlangen

Olaf Klumpp-Leonhardt

Bürgermeisteramt
der Stadt Nürnberg

Kulturhauptstadtbewerbung N2025 – Aktivitäten 1. Halbjahr 2018 und Ausblick 2. Halbjahr 2018

Hintergrund und Ausgangssituation

Am 14.12.2016 stimmte der Stadtrat einer Bewerbung Nürnbergs um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ zu. Die Verwaltung leitete daraufhin alle notwendigen Schritte ein und begann mit der Einrichtung eines Büros. Das N2025-Bewerbungsbüro nahm am 2. Mai 2017 seine Arbeit auf. Diese Phase wurde durch die Etablierung eines Kernteams aus Vertreterinnen und Vertretern des Bürgermeisteramts und des Kulturreferats intensiv begleitet. Der thematisch breite Ansatz wurde u.a. durch die Etablierung eines mehrfach im Jahr tagenden, städtischen, referatsübergreifenden Kreises in der Verwaltung verankert. Seit dem 2. Januar 2018 ist das Bewerbungsbüro mit sechs Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern besetzt, die Leitung übernahm Prof. Dr. Hans-Joachim Wagner.

Aufgabe des Bewerbungsbüros ist es, bis Sommer 2019 ein Bewerbungsbuch zu verfassen, das durch die von der Europäischen Kommission beauftragte Jury dahingehend positiv bewertet wird, dass Nürnberg auf die Shortlist des nationalen Wettbewerbs gesetzt wird und in einem weiteren Schritt im Spätsommer 2020 den Zuschlag für den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ erhält. Das Bewerbungsbuch wird in englischer Sprache verfasst und beantwortet einen Fragenkatalog von ca. 60 Fragen in verschiedenen Kategorien:

- Beitrag zur Langzeitstrategie
- Europäische Dimension
- Kulturelle und künstlerische Inhalte
- Umsetzungsfähigkeit
- Ausstrahlung auf die Stadt
- Management
- Marketing und Kommunikation

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

Maßnahmen 1. Halbjahr 2018

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

1. Information und Öffentlichkeitsarbeit

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

1.1 Präsenz in Printmedien und Markenleitbild

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

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

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

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

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

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

1.2 Online-Marketing und Soziale Medien

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

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

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

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

1.3 Präsenz von N2025 auf öffentlichen Veranstaltungen

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

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

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

2. Umfeldanalyse und Themenentwicklung

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

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

3. Beteiligung

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

3.1 Kulturhauptfragen

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

3.2 Beteiligungsprojekte der Referate und Dienststellen

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

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

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

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

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

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

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

3.3 Multiplikatoren-Workshops

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

Folgende Multiplikatorenworkshops fanden statt/ sind geplant:

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

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

3.4 Open Call

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

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

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

3.5 Zusammenarbeit mit Hochschulen

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

4. Nationale und internationale Vernetzung mit anderen Kulturhauptstädten und Bewerberstädten

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

5. Einbindung der Region in N2025

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

Weiteres Vorgehen 2. Halbjahr 2018

1. Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

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

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

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

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

2. Beteiligung

2.1 Schulprojekte

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

2.2 Beteiligungsprojekte

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

2.3 Multiplikatorenworkshops

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

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

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

2.4 Open Call

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

3. Nationale und internationale Vernetzung mit anderen Kulturhauptstädten und Bewerberstädten

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

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

4. Einbindung der Europäischen Metropolregion in die Bewerbung

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

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

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

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

5. Konzepte Evaluation und Monitoring

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

6. Entwicklung künstlerisches Programm und künstlerische Kooperationen

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

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

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

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

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

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

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

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



Stadt Nürnberg · Rathausplatz 2 · 90403 Nürnberg

Stadt Nürnberg

Der Oberbürgermeister

Pilotprojekt Spieleentwicklung im Rahmen der Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025

Rathausplatz 2
90403 Nürnberg

obm@stadt.nuernberg.de
www.nuernberg.de

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen,

die Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025 geht ein Jahr vor Abgabe des Bewerbungsbuchs in die entscheidende Phase. Bürgerinnen und Bürger, Schulen und Hochschulen sowie die lokale Wirtschaft beteiligen sich bereits intensiv an dem Prozess. Beim gerade abgeschlossenen Ideenwettbewerb, dem „N2025 Open Call“, wurden mehr als 150 Projekte aus Nürnberg und der Europäischen Metropolregion eingereicht und mehr als 14.000 Menschen stimmten darüber ab, welche Projekte umgesetzt werden sollen.

Wie Sie wissen, ist die Bewerbung um den Titel nicht auf die Stadtgrenzen Nürnbergs beschränkt. Die Europäische Metropolregion wird eng in die Bewerbung und Konzeption miteinbezogen. Seit Sommer 2017 arbeitet ein Kreis mit Vertreterinnen und Vertretern der Metropolregion unter der Leitung von Anke Steinert-Neuwirth, Referentin für Bildung, Kultur und Jugend der Stadt Erlangen und Geschäftsführerin im Forum Kultur der EMN, an der regionalen Strategie für die Bewerbung. Die Bewerbung ist eine große Chance für die Region, ihre kulturellen Entwicklungsziele gemeinsam zu definieren und zu zeigen, wie sie die in den nächsten Jahren anstehenden Veränderungsprozesse kulturell gestalten möchte.

Die Arbeitsgruppe war sich einig, dass das Thema „Spiel und Spielen“ eine erste regionale Klammer für die Bewerbung sein wird. Nürnberg und die Europäische Metropolregion verfügen über eine lange Tradition im Bereich der Spielzeugproduktion und auch heute noch über ein klares internationales Profil durch in der Metropolregion ansässige weltweit bedeutende Unternehmen und Messen. Zudem ist „Spiel und Spielen“ ein Thema, das über ein großes Zukunftspotential verfügt, dies nicht nur in wirtschaftlicher Hinsicht. Auch Neuropsychologie und Bildungs- und Arbeitsforschung setzen sich intensiv mit der Rolle des Spielens für das Lernen, das Arbeiten und die individuelle Weltaneignung auseinander.

Angesichts der gesellschaftlichen und kulturellen Relevanz und des starken Profils der Region wollen wir ein Spieleprojekt in der Region initiieren und bereits jetzt die Jugend der Metropolregion in die Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas einbinden.

Bis 2019 wollen wir gemeinsam mit Landkreisen und Kommunen der Region ein Pilotprojekt initiieren, bei dem Jugendliche und junge Erwachsene (Alter: 16-25) ein ortsbasiertes Spiel, ein sogenanntes *Local-based Game* entwickeln. Der Begriff *Local-Based Game* bezeichnet ein (Computer-)Spiel, bei dem der Spielverlauf durch die Veränderung der geographischen Position des Spielenden beeinflusst wird. Details zum Projekt können Sie der Skizze im Anhang entnehmen.

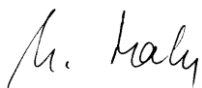
Die Entwicklungskosten für das Pilotprojekt übernimmt die Stadt Nürnberg. Jeder teilnehmende Landkreis bzw. jede teilnehmende Stadt beteiligt sich mit den Kosten, die für Workshops und Ausbildung der Trainerinnen und Trainer vor Ort anfallen. Die Kosten hierfür belaufen sich auf ca. 7.500 €. Die Kosten fallen im Jahr 2019 an.

Die Konzeption sieht vor, dass das Projekt nach Abschluss des Piloten im Herbst 2019 evaluiert und gegebenenfalls bis 2025 mit weiteren Orten in der Europäischen Metropolregion weiterentwickelt wird.

Bitte lassen Sie uns bis spätestens 28.09.2018 wissen, ob sich Ihr Landkreis bzw. Ihre Stadt an der Pilotierung des Projekts beteiligen möchte.

Für Anmeldungen oder Rückfragen zum Pilotprojekt oder zum aktuellen Bewerbungsstand steht Ihnen Prof. Dr. Hans-Joachim Wagner, Leiter des N2025-Bewerbungsbüros, E-Mail hans-joachim.wagner@stadt.nuernberg.de, Telefon 0911/231-2025-1, zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Ulrich Maly
Oberbürgermeister
der Stadt Nürnberg



Prof. Dr. Julia Lehner
Kulturreferentin
der Stadt Nürnberg



Anke Steinert-Neuwirth
Geschäftsführerin im
Forum Kultur EMN





N2025-Pilotprojekt: Jugendliche aus der Metropolregion entwickeln gemeinsam ein local-based game

Projektskizze von Christoph Deeg¹ und N2025-Bewerbungsbüro

Ausgangslage:

Die Stadt Nürnberg und die Europäische Metropolregion Nürnberg (EMN) arbeiten gemeinsam an der Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas 2025. Die seit 2017 regelmäßig tagende Arbeitsgruppe mit Vertreterinnen und Vertretern der EMN hat das Thema „Spiel“ als erstes regionales Klammerthema der Kulturhauptstadtbewerbung definiert. Das Thema kann in der Region auf eine lange Tradition zurückblicken. Zudem ist die Kulturpraxis „Spielen“ im Kontext der Themen Arbeiten, Lernen (Gamifizierung), Partizipation und Kreativwirtschaft ein Thema mit großem Zukunftspotential.

2018 und 2019 wird im Rahmen der Bewerbung ein Projekt pilotiert, bei dem Jugendliche und junge Erwachsene in der Metropolregion (16-25 Jahre) gemeinsam ein digital-analoges Spiel entwickeln.

Kurzbeschreibung:

Jugendliche aus der Metropolregion entwickeln gemeinsam ein ortsbasiertes Spiel („Local-based Game“), das analoge und digitale Komponenten miteinander vereint². Die Jugendlichen entwerfen in Zusammenarbeit mit speziell für dieses Projekt ausgebildeten Trainern eine Geschichte und ein Konzept für das Spiel und setzen das Spiel dann gemeinsam mit den Trainern um. Im Zentrum steht neben Spaß und Kompetenzerwerb die spielerisch-reflektierte Auseinandersetzung mit (Kultur-)Orten in der Europäischen Metropolregion, die für die Jugendlichen eine hohe Relevanz haben.

Bei Abschluss des Pilotprojektes (Ende 2019) stehen verschiedene, bereits spielbare „Local-Based Games“ zu für Jugendliche relevanten (Kultur-)Orten in der EMN zur Verfügung. Bei Erfolg des Projekts in Hinblick auf Organisation, Produktion und Rezeption der Spiele kann das Projekt im Rahmen der Kulturhauptstadt-Bewerbung für das Jahr 2025 weiterentwickelt und als regionales Jugendprojekt in weiteren Städten und Landkreisen in der Europäischen Metropolregion Nürnberg implementiert werden, sodass bis ins Jahr 2025 ein großes, die Europäische Metropolregion vereinendes Spiel entsteht.

¹ <https://christoph-deeg.com>

² Local-Based Game oder Location-Based Game bezeichnet ein (Computer-)Spiel, in dem der Spielverlauf in irgendeiner Form durch die Veränderung der geographischen Position des Spielers beeinflusst wird. Ein Location-Based Game benötigt eine Technologie zur Lokalisierung, wie zum Beispiel die Verwendung von satellitengestützten Navigationssystemen. Ein Vorteil von Location-Based Games liegt darin, dass vermeintlich gewohnte Räume zu Kulissen für verschiedenste Spielszenarien werden können. Die Verbreitung von Location-Based Games ist mit der stark zunehmenden Anzahl von Smartphones als Technologieträger ebenfalls stark gewachsen. Das wohl prominenteste Beispiel für ein Location-Based Game ist „Pokemon Go“, das im Jahr 2016 mehr als 800 Millionen Mal heruntergeladen wurde.

Struktur des Pilotprojektes:

Das Projekt besteht im Wesentlichen aus zwei Bereichen. Zum einen finden Workshops statt, bei denen sich die jugendlichen Teilnehmenden mit ihrer Perspektive auf Kultur und der Entwicklung eines Spiels beschäftigen sollen. Parallel dazu sollen Trainer/innen ausgebildet werden, die ihrerseits dann eigenständig weitere Workshops durchführen können.

Das Train-the-Trainer-Prinzip:

Die Grundstruktur des Projektes sieht ein Kernteam, erweitert um eine möglichst große Zahl an Trainern/innen, vor. Das Kernteam koordiniert das gesamte Projekt, bildet die weiteren Trainer/innen in der Europäischen Metropolregion aus, führt die ersten Workshops durch, berät und begleitet die Trainer/innen und finalisiert am Ende das Spiel bzw. fügt die einzelnen Teile zusammen. Es sollen möglichst viele Trainer/innen gewonnen werden:

- Um eine möglichst große Zahl an Workshops parallel durchführen zu können, sollen Freiwillige ausgebildet werden, die dann ihrerseits Workshops durchführen können. In Vorgesprächen wurde ebenfalls angedacht, dass diese Trainer/innen für ihre Arbeit ein Honorar erhalten.
- Es können auch Trainer/innen aus z.B. Jugendorganisationen rekrutiert werden, die dann für größere Gruppen bzw. eine größere Anzahl an Workshops „ihrer Organisation“ zur Verfügung stehen.
- Lokale/regionale Trainer/innen sind flexibler und kennen das jeweilige Umfeld besser. Sie können so auch als Multiplikatoren des Projektes dienen.

Geplanter Ablauf des Projektes:

Das Projekt besteht aus einer Anzahl von Workshops erweitert um sog. Online- bzw. Arbeitsphasen.

1. Entwicklung des Projekt-Designs:

Vor dem eigentlichen Beginn des Projektes muss ein individuelles Projekt-Design entwickelt werden. Dazu gehört ein klarer Ablaufplan für alle Workshops bzw. alle weiteren Aktivitäten. Ebenso gehört ein rudimentäres Handbuch für die zukünftigen Trainer/innen dazu. Es müssen umfassende Dokumentationsverfahren entwickelt und die genutzte Technologie getestet werden (Bereitstellung durch Christoph Deeg).

2. Train-the-Trainer-Workshops:

Auf Basis des Projekt-Designs finden Workshops mit den zukünftigen Trainer/innen statt. Sie sollen dabei das theoretische Wissen bekommen, welches ihnen später bei ihrer Arbeit helfen wird. Trainer/in kann jede Person werden, die daran Interesse hat. Es muss nicht zwingend Vorwissen im Bereich Gaming vorhanden sein. Bei sehr vielen Bewerber/innen sollte gegebenenfalls eine Vorauswahl getroffen werden.

3. Workshops zur Spieleentwicklung in den partizipierenden Orten:

Hierbei geht es um 4-tägige Workshops, bei denen sich die Teilnehmer/innen mit den Kulturräumen bzw. kulturellen Aktivitäten ihres Umfelds beschäftigen und ihre Gedanken und Visionen in ein Spiel transformieren. Das Spiel soll dabei die Möglichkeit geben, in einem fiktiven Rahmen die eigenen Ideen zu simulieren. Zudem sollen die Spieler später neue Sichtweisen bzw. Perspektiven zum Thema Kultur kennenlernen, ausprobieren und reflektieren können. In diesen Workshops wird die Basis für das Spiel gelegt. Am Anfang

geht es um die gemeinsame Entwicklung einer Idee bzw. einer Vision für den Kulturbereich in der Zukunft. Wir beschäftigen uns erst mit allgemeinen Gedanken und beginnen dann, die realen Kulturräume zu suchen bzw. zu definieren³. In einem nächsten Schritt bekommen die Teilnehmer/innen einen Einblick in die Grundzüge des Game-Designs. Das bedeutet, sie lernen, was Spiele ausmacht, worauf man bei ihrer Entwicklung achten muss, welche Spielmechaniken welchen Effekt haben etc. Schließlich lernen sie die - noch zu definierende - Technologie (App) kennen. Daraufhin müssen die einzelnen Orte besucht und analysiert werden. Ebenso muss eine Story entwickelt werden. Schließlich werden alle Elemente zusammengefügt und die einzelnen Aufgaben und Rätsel werden für die jeweiligen Orte entwickelt. Am Ende des vierten Tages sollten die ersten fünf Orte in der App erstellt worden sein. Die Trainer/innen des jeweiligen teilnehmenden Ortes nehmen an diesen Workshops ebenfalls teil. Sie sollen hier das praktische Know-How bekommen bzw. sich mit der Gruppe vernetzen, da sie die Entwicklungsphase begleiten werden.

Tag 1:

- Einführung in das Game-Design
- Charakteristika von Spielen
- Spielmechaniken
- Outgame Experiences
- Wie transformiert man einen Ort in ein Spiel?
- Entwickeln von kleinen analogen Spielen als Textsystem

Tag 2:

- Kennenlernen der App und des damit verbundenen Content Management-Systems
- Übertragung der Spielmechaniken in den Kontext der App bzw. eines Local-Based Games
- Erstellen von kleinen Aufgaben und Tasks in der App am Beispiel des Workshoportes
- Entwickeln einer Story

Tag 3:

- Besuch der Kulturräume bzw. der Orte, die Teil des Spiels werden sollen
- Entwicklung von ersten Ideen vor Ort (Hierfür erhalten die Teilnehmer im Vorfeld ein „Handbuch“)

Tag 4:

- Erstellen der Aufgaben/Rätsel etc.
- Eintragen der ersten Orte in die App

4. Die Entwicklungsphase:

Nach den Workshops wird an dem Spiel weitergearbeitet. Die Teilnehmenden treffen sich in regelmäßigen Abständen mit den Trainer/innen, um an den Spielen weiter zu arbeiten. In dieser Phase können auch neue Teilnehmende hinzukommen. Ebenso können Kulturräume bzw. Kulturinstitutionen Teil des Projektes werden. Das Projekt ist als ein offenes System gedacht. Die Trainer/innen haben während des gesamten Zeitraums die Möglichkeit, mit dem Spieleentwickler Rücksprache zu halten. Dafür werden ca. alle zwei Wochen Videokonferenzen z.B. via Skype durchgeführt.

³ Ein Kulturraum ist jeder Ort, an dem es zu kulturellen Aktivitäten kommt. Dies können klassische Kulturinstitutionen aber auch ein Fußballstadion sein. Was ein Kulturraum ist und wie er wahrgenommen und bearbeitet wird, liegt allein im Ermessen der Teilnehmer. Es gibt aber Regeln, die sich z.B. auf die Auswahl und die Deutung beziehen, wie z.B. historisch sensible Orte etc. Zudem sind „offizielle“ Kulturorte (Orte/Institutionen) herzlich eingeladen, sich an dem Prozess aktiv zu beteiligen.

5. Finalisierungsphase:

Am Ende trifft sich die jeweilige Gruppe nochmal, um das Spiel zu finalisieren. Für diesen Workshop sind zwei weitere Tage eingeplant. Am Ende des zweiten Tages wird das Spiel veröffentlicht.

Zeitplan:

Basierend auf dem eben beschriebenen Rahmen und den Vorgaben aus den Vorgesprächen ergibt sich zum jetzigen Stand folgender Zeitplan:

August/September 2018:

Aufruf und Festlegung der Orte/Städte/Landkreise, die in diesem Pilotprojekt mitmachen. Wenn möglich sollten auch schon die gastgebenden Institutionen benannt werden.

Oktober 2018:

Festlegung der gastgebenden Institutionen. Dabei handelt es sich um die Institutionen einer Stadt, einer Gemeinde, eines Kreises, bei denen ein Workshop zur Game-Entwicklung stattfinden soll, z.B. Schulen, Bibliotheken, Museen, Jugendzentren etc. Es können/sollten pro Stadt/Gemeinde/Kreis mindestens zwei und höchstens fünf gastgebende Orte sein. Dieser Ansatz ermöglicht es uns, unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen und die Workshops zudem zu unterschiedlichen Zeiten durchzuführen.

November/Dezember 2018:

Planung und Koordination von Kick-Off Workshops.

Januar 2019:

Entwicklung des Projekt-Designs durch Christoph Deeg

Anfang Februar 2019:

Durchführung von 1-3 Train-the-Trainer-Workshops

März – Ende Mai 2019:

Durchführung der Workshops zur Game-Entwicklung

Juni – Ende August 2019:

Entwicklungsphase

August – Ende Oktober 2019:

Finalisierungsphase

Ab Oktober:

Evaluation und bei Erfolg Weiterentwicklung und Skalierung

Benötigte Ressourcen

Für die Durchführung werden verschiedene Ressourcen benötigt:

Die App

Es gibt verschiedene Anbieter von Apps, die für ein solches Projekt genutzt werden können. Die Anforderungen, die eine App erfüllen sollte:

- o Check-Inn bzw. Ortung über GPS, QR-Codes und iBeacons
- o Einfach zu nutzendes webbasiertes CMS
- o Verschiedene Formen von Aufgaben wie z.B.
 - Suchen nach QR-Codes
 - Beantworten von Textaufgaben
 - Beantworten von Multiple-Choice-Aufgaben
 - Offene Text- und Multiple-Choice-Aufgaben (alle Antworten sind richtig)
 - Aufnehmen von Fotos und Videos
- o Möglichkeit der Veränderung des Designs

Workshop-Ressourcen

Für die Workshops wird benötigt:

- Mindestens ein Raum mit Platz für 30 Personen inkl. Tische und Stühle
- WLAN
- Für je 4 Personen ein Laptop (werden in der Regel von den Teilnehmern mitgebracht)
- Zwei Smartphones (werden in der Regel von den Teilnehmenden mitgebracht)
- Beamer und Leinwand
- Moderationskoffer und Pinnwände oder Tafeln
- 1-2 Flipcharts

Des Weiteren müssen im Vorfeld Checklisten und andere Hilfsmittel ausgedruckt werden. Hier könnte man aber auch eine sehr große Anzahl zentral drucken lassen.

Budget:

Die Kosten des Pilotprojektes, das im Herbst 2019 abgeschlossen und evaluiert werden soll, hängt von der Anzahl der Landkreise und Städte ab, die sich am Projekt beteiligen.

Das N2025-Bewerbungsbüro trägt hierbei die **Entwicklungs- und Lizenzkosten** für das Projekt. Die teilnehmenden Kommunen übernehmen die Kosten für die Durchführung der Spieleentwicklungworkshops an ihren jeweiligen Orten (d.h. Honorare Trainer/innen, Materialkosten). Die folgende Tabelle stellt die Kosten dar.

Kalkulation Pilotentwicklung Local-Based Game

Variable Kosten (trägt gastgebende/r Stadt/Landkreis)	Einzelkosten	Anzahl	
Spiele-Entwicklungs-Workshops Trainer (9 Tage)	200,00 €	9	1.800,00 €
Weiterentwicklung durch Trainer	200,00 €	3	600,00 €
Materialkosten vor Ort	600,00 €	1	600,00 €
Honorar Spieleentwickler für Workshops in den Kommunen	750,00 €	6	4.500,00 €
Gesamtkosten netto			7.500,00 €
Entwicklungs- und Lizenzkosten (trägt N2025-Bewerbungsbüro)			
Entwicklung des Projekt-Designs	750,00 €	4	3.000,00 €
Durchführung des Train-the-Trainer-Workshops Honorar Spieleentwickler	750,00 €	3	2.250,00 €
Begleitung der Trainer bei der Entwicklungsphase durch Spieleentwickler	720,00 €	3	2.160,00 €
Projektkoordinierung	750,00 €	2	1.500,00 €
Kommunikation / Evaluation	2.590,00 €	1	2.590,00 €
Lizenzkosten für die App	8.500,00 €	1	8.500,00 €
Gesamtkosten netto			20.000 €

Die vor Ort anfallenden Kosten (Kalkulation: 7.500 €) werden durch die jeweilige Kommune/Landkreis selbst getragen und buchhalterisch abgewickelt.

Eventuell anfallende zusätzliche Kosten für einen Workshop-Raum vor Ort und Personalressourcen für die Projektkoordination vor Ort sind in der Kostenaufstellung nicht enthalten.