

Kulturradio WDR 3 mit NRW-Kulturpartnerschaften

In Einzelrahmenabkommen arbeitet die Kulturradiowelle WDR 3 des Westdeutschen Rundfunks künftig mit Museen, Theatern, Konzerthäusern und Kulturorganisationen in Nordrhein-Westfalen zusammen. WDR 3 unterstützt die Veranstaltungen seiner Kulturpartner mit Radiospots, während die in ihren Räumen auf das Programm WDR 3 hinweisen. Die Rahmenvereinbarungen sind auf jeweils ein Jahr abgeschlossen, mit der Möglichkeit der Verlängerung. Am 2. Mai wurde das Projekt in der Zeche Zollverein in Essen der Öffentlichkeit vorgestellt.

Die Zusammenarbeit sieht konkret so aus, dass WDR 3 wöchentlich etwa 20 Hörfunkspots sendet (vom WDR gestaltete Veranstaltungshinweise auf täglich drei Trailerplätzen von maximal jeweils zwei Minuten), mit denen auf Veranstaltungen der Kulturpartner und auf die WDR-3-Hotline verwiesen wird. Außerdem gibt es auf den WDR-3-Internet-Seiten Links zu den Veranstaltungen. Die Kulturpartner platzieren im Gegenzug das Hörfunkprogramm WDR 3 in ihren Räumen und Publikationen. WDR 3 bietet Informationsmaterial zur Auslage und begleitet einzelne Auftritte seiner Partner. Gemeinschaftsveranstaltungen und kulturelle Kooperationsprojekte gehören ebenfalls zu der Partnerschaft. Art und Umfang der Trailer (sowohl gesprochene Hinweise als auch gebaute Spots) sowie der Umfang der Hinweise auf WDR 3 und der programmlichen Begleitung sind nicht vertraglich festgelegt. Es sind formell keine Geschäfte.

Dauer- statt Einzelpartnerschaften

Gemäß der Gesetzeslage sind die Kulturpartnerschaften von der redaktionellen Programmtätigkeit getrennt. „Es kann durchaus vorkommen, dass wir eine Veranstaltung, auf die wir in unseren Spots hingewiesen haben, in einer Sendung stark kritisieren“, sagte WDR-3-Programschef Karl Karst. Kern des Konzepts sei die „dauerhafte oder zumindest auf eine längere Phase der Zusammenarbeit angelegte unentgeltliche Unterstützung der Kultur-Träger des Landes auf Gegenseitigkeit“. Auf diese Weise soll ein gegenseitiger Image-Transfer entstehen, der beide Partner stärkt.

Im März 2000 hatte WDR 3 die bis dahin gängige Einzelpäsentation von kulturellen Veranstaltungen eingestellt. Es sollten dauerhafte Partnerschaften erprobt werden. 40 Institutionen wurden angeschrieben, dabei war, wie es am

6. Mai gegenüber der FK hieß, die Bedeutung des jeweiligen Hauses das erste Kriterium, nicht unbedingt die Größe. Zunächst waren aber die Schauspielhäuser des Landes die Adressaten. Oberhausen sei dabei, wie eingeräumt wird, „richtiggehend vergessen“ worden, das hole man jetzt nach. Wichtig seien dem WDR auch solche Institute, die als kulturelle Zentren in ihrer jeweiligen Region in „kulturellem Brachland“ wirken, wie etwa die vier Landestheater in Neuss, Detmold, Castrop-Rauxel und Dinslaken.

Werbung in den WDR-3-Zielgruppen

Erste Erprobungspartner für das neue Konzept waren die Musik-Triennale Köln 2000 und die Veranstaltungsreihe „Polen erlesen“. Die Rückmeldungen hätten verdeutlicht, so hieß es dazu, dass die Veranstaltungshinweise in WDR 3 für wesentlich höhere Besucherzahlen sorgten. Das Klavierfestival Ruhr, ebenfalls einer der frühen Partner der Kooperation, schreibt seinen Besucherrekord im Jahr 2001 der Kulturpartnerschaft mit WDR 3 zu. „Auch ein werbefreies Kulturprogramm hat also hohe Werbekraft“, meinte die WDR-Hörfunkdirektorin Monika Piel. WDR 3 zählt derzeit 350 000 Hörer pro Tag.

Inzwischen sind 60 Vereinbarungen geschlossen worden. Dies soll die zahlenmäßige Obergrenze bleiben. Der Verband Deutscher Musikschulen, der Landesmusikrat NRW, die Arbeitsgemeinschaft Deutscher Chorverbände, zwei Landschaftsverbände, und der Deutsche Kulturrat sind dauerhaft mit dabei. Neben festen Einrichtungen sind auch zeitliche begrenzte Festivals (vor allem der Musik, was auch eine starke Affinität zum E-Musik-Programm WDR 3 hat) vertreten, die anschließend wieder einen Partnerschaftsplatz frei machen. WDR-3-Chef Karl Karst sagte am 7. Mai, man bemühe sich, ein möglichst gerechtes System der Verteilung und des Wechsels zu finden.

WDR-Hörfunkdirektorin Piel hofft, dass die „Kulturpartnerschaften auch Ausgangspunkt für weitere Kooperationen sein werden“. So seien schon jetzt Elemente des Modells auch in die Verhandlungen um die neue Rahmenvereinbarung zu den „WDR 3 Städtekonzerten NRW“ eingeflossen – und auch die Einführung des „Deutschen Klangkunstpreises“, den WDR 3 zusammen mit dem Skulpturenmuseum Glaskasten Marl vergibt, trage Züge der Kooperation. „Die Partnerschaft für mehr Kultur schafft auf diese Weise eine öffentliche Präsenz, die mit herkömmlichen Werbemitteln für die einzelnen Kulturinstitutionen unbezahlbar wäre“, sagt Monika Piel bei der Vorstellung des Projekts. 10.5.02/FK