

8.2 Kulturpartnerschaften WDR 3

Der WDR war der erste öffentlich-rechtliche Sender, der mit seinem Kulturradio WDR 3 mit Kultureinrichtungen in NRW sogenannte Kulturpartnerschaften eingegangen ist. Im Frühjahr 2000 starteten die WDR 3 Kulturpartnerschaften im Rahmen eines Pilotprojektes während der „MusikTriennale“ Köln. Zuvor gab es, wie bei anderen Radioprogrammen ebenfalls üblich, punktuelle Ankündigungen von Veranstaltungen. Diese waren allerdings wenig auf das WDR 3-Profil abgestimmt.

Die „MusikTriennale“ Köln wurde als erster Kulturpartner von WDR 3 gezielt betrauert, zugleich wurde bei den Veranstaltungen auf WDR 3 hingewiesen. Bereits nach der Ausstrahlung der ersten Trailer der „MusikTriennale“ 2000 zeigte das Pilotprojekt die erhoffte Wirkung. Im Herbst des gleichen Jahres startete WDR 3 und die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit mit einem Angebot zur Partnerschaft an 40 Institutionen in NRW. Bereits hier zeichnete sich ab, dass das Projekt Erfolg versprechend sein würde: Der Rücklauf war weitaus höher als die Anfragen. Beim Programmstart im März 2001 hatte WDR 3 45 feste Kulturpartner. Erstmals kamen die Kulturpartner bei einem Treffen im Mai 2002 auf der Essener Zeche Zollverein zueinander. Bereits im November 2004 waren die Partnerschaften so beliebt, dass ein dauerhafter Aufnahmestopp verhängt werden musste, um die Praktikabilität zu gewährleisten und die Qualitätsstandards aufrecht zu erhalten. Derzeit ist die Zahl der Kulturpartner auf 80 begrenzt, zusätzlich werden temporäre Kulturpartnerschaften eingegangen.

Aufgrund ihrer Kapazitäten wurde die Zeche Zollverein seit ihrem Beitritt häufig zum Treffpunkt und Veranstaltungsort der Kulturpartner. In den Jahren 2004 und 2007 gab WDR 3 für die Eigenproduktion der Promotion-Trailer für die Kulturpartner in beiden Jahren insgesamt 138.067,00 Euro aus, mit steigender Tendenz (Kostenrechnungsbücher 2004, 192 und Kostenrechnungsbücher 2007, 197). Die WDR-Öffentlichkeitsarbeit wendet ca. 100.000 Euro im Jahr für die Kulturpartnerschaften auf.

Im Jahr 2006 machten die WDR 3-Kulturpartner in besonderem Maße auf sich aufmerksam. Es fand ein NRW-weites Kulturpartnerfest statt. In sechs Städten, Detmold, Duisburg, Essen, Köln, Marl und Münster wurde auf 20 Bühnen ein abwechslungsreiches Kulturspektakel geboten. Das Angebot umfasste 200 Stunden kostenlose Kulturdarbietungen des WDR, der Kulturpartner und der Kulturschaffenden der Region. Die Veranstaltungen, die von zwölf Uhr mittags bis Mitternacht andauerten, wurden im Kulturradio WDR 3 live übertragen. „Eine

12-stündige Live-Sendung in WDR 3 begleitete das bislang wohl größte europäische Kulturfest, das vor allem eines zeigte: Die Leistungsfähigkeit der Vernetzung und die Vielfalt der Kultur in diesem Land“, so Prof. Karl Karst (Karst im Anhang). Allein die Tatsache, dass lediglich 10% des Musikangebots während der Radio-Übertragung von Tonträgern kam und der Rest live direkt von den Veranstaltungsorten eingespielt wurde, zeigt die große Leistung der Kulturpartner in ihren Heimatstädten. Ein großes Potpourri an kulturellen Darbietungen, das den Bewohnern der Städte und des Umlandes ohne diese Kooperationengemeinschaft nicht geboten worden wäre. „Gerade in der Regionalpolitik sind ganz wenige Personen aktiv, die sich mit der Kulturarbeit identifizieren“, weiß der Direktor des Lippischen Landesmuseums zu berichten (Springhorn/Goedecke siehe Anhang). Initiativen gehen deshalb oftmals von den Institutionen aus.

Neben der Live-Übertragung von WDR 3 erfolgte auch die Live-Übertragung via Internet. Zudem wurde „Deutschlands größtes Kulturereignis in NRW“ eine Stunde live im WDR Fernsehen („west.art“) ausgestrahlt und erfuhr einen umfangreichen Nachhall in den jeweiligen „Lokalzeiten“. Der Erfolg konnte nicht nur an der Berichterstattung im Anschluss an das Fest abgelesen werden, sondern auch an den Besucherzahlen: 600.000 Menschen interessierten sich für die Veranstaltungen des Kulturpartnerfestes. Oftmals handelte es sich dabei um Personen, die den Weg in die Kultureinrichtungen bislang nicht gefunden hatten.

Die große Anzahl von Erstbesuchern schaffte für die beteiligten Institutionen die Möglichkeit, auf sich aufmerksam zu machen und ein anhaltendes Interesse bei den potentiellen Nutzern zu wecken und zu verfestigen. So waren 90% der Besucher des Lehmbrock-Museums in Duisburg an diesem Tag erstmalig dort (WDR 3, Konzept der WDR3-Partnerschaften, Anlage 1). Die Resonanz war auch für die beteiligten Kulturpartner überwältigend, wie der Direktor des Lippischen Landesmuseums Detmold, Prof. Dr. Rainer Springhorn, und die Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit, Monika Goedecke, zu berichten wissen: „Das Fest war ganz wunderbar. Der zuständige WDR-Moderator fasste es mit den Worten zusammen: Detmold sei die Kulturhauptstadt der Herzen geworden.“ (Springhorn/Goedecke im Anhang). Hautnah erlebten die Menschen die kulturelle Vielfalt ihrer Umgebung, die sie zuvor vielleicht gar nicht so sehr im Blick hatten.

Und nicht nur in den sechs Städten, sondern darüber hinaus zeigte der WDR durch die Live-Berichterstattung, was NRW und die dort ansässigen Kulturträger zu bieten haben. „Aber am Radio konnten die Menschen ja hautnah erleben, wie vielfältig das Kulturangebot im Lande ist. Es zeigt, wie fest der Westdeutsche Rundfunk in Nordrhein-Westfalen verankert ist, und es zeigt auch, wie sehr sich die Kulturschaffenden aber auch das Publikum mit dem WDR identifizieren“, resümierte die damalige

Hörfunkdirektorin und heutige Intendantin Monika Piel im Anschluss an das Kulturpartnerfest, das den krönenden Abschluss der WDR-Feierlichkeiten zu seinem 50-jährigen Bestehen darstellte. (<http://www.kulturpartner.net/kulturpartnerfest06.html>; Zugriff: 05.05.2009). *„Besonders wirksam war das Gemeinschaftserlebnis des Kulturpartnerfestes 2006, das die 50 beteiligten Kulturpartner im Land und die über 100 aktiven Kolleginnen und Kollegen des WDR zusammengeführt hat wie ein großes Team. Die beteiligten Techniker, Redakteure, Moderatoren und Kulturpartner sprechen bis heute von dieser Kultur-WM. Es war die bis dahin größte Präsenz des WDR Hörfunks bei einer öffentlichen Veranstaltung in NRW.“* (Karst im Anhang).

Ein kleiner Schatten wurde auf das Kulturpartnerfest im Vorfeld geworfen. Es zeigte sich, dass die vorausgehende Öffentlichkeitsarbeit des Kulturpartnerfestes durch Konkurrenzdenken seitens der anderen lokalen Medien erschwert wurde. Lokale Privat-Sender lehnten häufig die Programmankündigungen des Festes mit der Begründung ab, das der WDR als Ausrichter tätig sei.

kulturPARTNERnrw e.V.

Um die Aktivitäten der WDR 3 Kulturpartner zu ergänzen, wurde 2007 der Kulturpartnerverein (kulturPARTNERnrw e.V.) gegründet. Den Vorsitz des Vereins hat Prof. Dr. Gerhard Kilger, Direktor der Deutschen Arbeitsschutzausstellung in Dortmund, übernommen. Jolanta Nölle (Geschäftsführerin der Stiftung Zeche Zollverein) und Ilona Schmiel (Geschäftsführerin des Beethovenfestes Bonn) sind seine Stellvertreterinnen, Schatzmeisterin ist Eva Luise Roth vom Landesmusikrat NRW. Unterstützend wirkt Sylvia Schmeck von WDR 3 als ehrenamtliche Geschäftsführerin mit (<http://www.kulturpartner.net>; Zugriff: 18.05.2009).

„Das Ziel des Vereines ist es, die Kultur des Landes NRW zu fördern und Netzwerke zu schaffen. Mitglied dürfen alle Kulturpartner des WDR 3 sein. Die Gründung des Vereins hat unter anderem einen rechtlichen Hintergrund. Als Verein können wir Spenden entgegennehmen und gemeinsam um Sponsoren werben, was zuvor nicht möglich war. Natürlich soll der Verein auch Platz für den Austausch untereinander liefern und zugleich Themen setzen. Was wir nicht wollen, ist den Landeskulturrat oder andere Kulturvereinigungen zu ersetzen oder zu verdrängen; das könnten wir auch gar nicht. Was wir möchten, ist den Kulturpartnern des Kulturradios WDR 3 eine Stimme zu verleihen. So können wir zum Beispiel gezielt und konzentriert Sponsoren ansprechen. Die Mitgliedschaft bei kulturPARTNERnrw e.V. steht auch Privatpersonen offen, die uns als Fördermitglied unterstützen können.“ (Nölle im Anhang).

Wie wichtig dieser Schritt war, stellten auch die anderen interviewten Kulturpartner und der WDR 3 Programmchef und Initiator Karl Karst heraus. Vor der Vereinsgründung war es WDR 3 als öffentlich-rechtlichem Rundfunksender, bei

dem die Kulturpartnerschaft angesiedelt ist, nicht möglich, Sponsorengelder entgegenzunehmen. Die bedauernswerte Absage an einen Sponsor, der im Vorfeld des Kulturpartnerschaftsfestes 2006 gerne Geld zur Verfügung gestellt hätte, führte unter anderem zur Gründung des e.V. Solche Probleme existieren nun nicht mehr. Im Gegenteil, der Verein kann jetzt aktiv werden und gezielt auf Sponsorensuche zur Unterstützung kultureller Veranstaltungen gehen. *„Die Bündelung der Kulturinstitutionen ist ungemein hilfreich bei der Gewinnung von Förderern. Nun müssen sich die einzelnen Einrichtungen nicht mehr gesondert an Sponsoren wenden. Wir bekommen dadurch ein ganz anderes Gewicht.“* (Nölle im Anhang). Gegenwärtig umfasst der Verein 29 Mitglieder.

Die Verbindung zu WDR 3 gibt Jolanta Nölle bei Anfragen bei möglichen Sponsoren stets mit an, wie sie weiter im Interview verriet. Für die Kulturpartner ist die Verbindung zu WDR 3 ein Pfund, mit dem es sich ihrer Meinung nach zu wuchern lohnt. Ein solches Vorgehen hat sich bei der Sponsorensuche als sehr praktikabel erwiesen und wird auch im Fall der Beschaffung von Geldern für den Kulturpartnerverein ein wichtiges und schlagkräftiges Argument sein.

Wie erfolgreich das Konzept der WDR 3 Kulturpartnerschaften ist, wird nicht zuletzt daran deutlich, dass es mittlerweile zahlreiche Nachahmer innerhalb der ARD und darüber hinaus findet.

Durch die WDR 3-Kulturpartnerschaften wird nicht nur die Kultur in NRW und den Regionen gestärkt, ihre Vielfalt aufgezeigt und ein Zusammengehörigkeitsgefühl zwischen NRW, seinen Bewohnern und dem WDR forciert. Gleichzeitig stärken diese Verbindungen die Kulturpartner an sich und es kommt so zu einer win-win Situation. So werden Veranstaltungen der Kulturpartner durch Trailer im Programm von WDR 3, in den Publikationen und in den Räumlichkeiten des Senders kostenfrei angekündigt. Da die Budgets der meisten Kultureinrichtungen knapp bemessen sind, ist diese Ankündigung über das Radio eine Werbeleistung, die mit Geld schlichtweg nicht aufzurechnen ist. Durch die Sendung von Trailern wird die Bekanntheit der Kultureinrichtungen weit über ihren herkömmlichen Einzugskreis hinaus gesteigert. Durch das Zusammenwachsen der Städte und Regionen in NRW, die verbesserten Verkehrsverbindungen und die generelle Zunahme der Mobilität sind für das Publikum nun auch Spielstätten und Kultureinrichtungen von Interesse, die nicht in unmittelbarer Nähe liegen.

Über die Bekanntheitssteigerung und den Imagegewinn hinaus kann auch ein Anstieg der Besucherzahlen konstatiert werden. Die Zeche Zollverein hat im Jahr 1993 in einer Besucherbefragung nach einem Konzert ermittelt, dass die Mehrzahl der Veranstaltungsbesucher aufgrund der Ankündigung in WDR 3 die Veranstaltung besucht hat. Dies zeigt, so Jolanta Nölle, *„wie gut die Betrailerung funktioniert*

und dass die Kulturpartnerschaft eine eindeutige Wirkung auf die Besucherquote hat.“ (Nölle im Anhang). Die Zusammenarbeit bringt wiederum Kooperationen zwischen den nun miteinander verbundenen Kulturinstitutionen hervor. Außerdem stellt eine Vereinigung von 80 Kulturpartnern und einem der größten Rundfunksender des Landes ein kulturpolitisches Netzwerk dar, das seines Gleichen sucht. Wie wichtig eine solch etablierte Stellung für die Kulturträger, aber auch für den Sender ist, brachte Franz Xaver Ohnesorg im Interview in folgenden Sätzen auf den Punkt: *„Solche Zusammenschlüsse sind sicher auch nicht unwichtig für die rundfunkpolitische Diskussion. Durch uns kann der WDR belegen, dass er seinen Kulturauftrag auch wirklich umsetzt. Die Realisierung des Rundfunksziels ‚Kultur‘ im Programm ist durch diese aktive Kulturpartnerschaft sehr gut gelungen.*“ (Ohnesorg im Anhang).

Die Befragung der Kulturpartner von WDR 3, die im Zuge der Interviews stattfand, auch wenn sie nicht repräsentativ ist, zeigt die große Verbundenheit der Kulturpartner mit WDR 3 und dem Westdeutschen Rundfunk insgesamt sowie ihre sehr große Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit zwischen den Kulturinstitutionen und dem Sender. Bei der Frage, wie sie die Bedeutung des WDR für seine Leistungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in NRW auf einer Skala von 1–10 bewerten würden, lagen die Ergebnisse bei einer 8+.

Als positiv zu verstehende Kritik brachten die befragten Kulturpartner von WDR 3 Verbesserungsvorschläge ein. So werde das Kinder- und Jugendprogramm von WDR 3 vermisst und auch der Informationsfluss innerhalb des Senders könnte effizienter gestaltet werden. *„Nicht alle Mitarbeiter des WDR wissen von den Kulturpartnerschaften. Freie Mitarbeiter zum Beispiel sind hier eher unbeleckt. Das liegt womöglich an der Struktur des WDR-Apparates und am Informationsfluss.*“ (Springhorn/Goedecke im Anhang). Vorstellbar wäre überdies, dass der Internetauftritt ausgeweitet und den Kulturpartnern etwas mehr Raum eingeräumt werden würde. Deutlich unterschieden wurde innerhalb der Antworten zwischen der „Kulturleistung“ des WDR Radios und des Fernsehens. *„WDR 3 würde ich ganz klar die Höchstpunktzahl von 10 Punkten geben. Beim WDR-Fernsehen sehe ich deutliches Verbesserungspotential, es liegt mehr im Mittelfeld, aber mit gutem Willen lässt sich das ja ändern. Der WDR sollte sich dafür einsetzen, dass in Bezug auf Musik die Durchsetzungsfähigkeit der WDR-Fernseh-Redaktion innerhalb der ARD wieder stärker wird.*“ (Ohnesorg im Anhang).