



MUSIK *f*ORUM

Musik leben und erleben in Deutschland.

*Mit 66
ist noch lange
nicht Schluss*

Das
Themenheft
zum aktuellen
Altenbericht
der Bundes-
regierung

*Musizieren im
dritten Lebensalter*

DAS MAGAZIN DES DEUTSCHEN MUSIKRATS

Gemeinsame Sache:

Wie WDR 3 mit Kulturträgern
eine Zweck-Partnerschaft eingeht

Bürgerschaftliche Sache:

Wie Ehrenämter wieder neue
Anerkennung finden sollen

 **SCHOTT**
www.schott-music.com



WDR 3 hat in Nordrhein-Westfalen ein beispielhaftes Modell der Gemeinsamkeit unter Kulturträgern entworfen. Im Interview: Programmchef **Karl Karst**

RADIO-PARTNERSCHAFT

Unter dem Motto „Partnerschaft für mehr Kultur“ arbeitet das Kultur-Radio WDR 3 mit derzeit 80 Theatern, Konzerthäusern, Museen, Kulturorganisationen, Festivals, Theater- und Museumsnächten in Nordrhein-Westfalen eng zusammen. Kern des Konzepts ist „die dauerhafte oder zumindest auf eine längere Zusammenarbeit angelegte unentgeltliche Kooperation der Kulturträger des Landes“, so Programmchef Karl Karst.

Ziel der Initiative ist eine möglichst direkte Zielgruppenwerbung für die Veranstaltungen der Kulturpartner ohne Belastung ihrer Etats. Beabsichtigter Nebeneffekt: ein Imagetransfer, der für beide Seiten von Gewinn ist. Durch mögliche Auslastungssteigerungen bei den Partnern führt sie in positiven Fällen auch zu wirtschaftlich spürbaren Ergebnissen.

Über die Bedeutung und die Konzeption der Zusammenarbeit sprach **Katrin Pokahr** mit dem WDR 3-Programmchef.

f Welche Bedeutung hat das System der WDR 3-Kulturpartnerschaften in den ersten vier Jahren seines Bestehens erlangt?

Karl Karst: Es hat sich in Nordrhein-Westfalen fest etabliert – und auch in anderen Ländern beginnen sich ähnliche Systeme zu entwickeln. Der Gewinn für alle Seiten ist offensichtlich: Die Kultur in NRW hat deutlich profitiert und auch das Kulturradio hat seine Bekanntheit gesteigert. Allerdings: Wir sind an der Kapazitätsgrenze! Anfänglich sollten es 40, dann 60 Partner werden, jetzt haben wir bei 80 einen Aufnahme-stopp erteilt, um die Qualität zu sichern.

f Wie funktioniert das Modell?

Die Kulturpartnerschaften sind vertraglich fixierte Partnerschaften, die auf Dauer angelegt sind. Sie gelten nicht nur zeitlich begrenzt wie bei den punktuellen Präsentationen von Einzelveranstaltungen, die es in vielen Programmen seit langem gibt, sondern bestehen permanent. Das bedeutet, dass WDR 3 mit seinen Partnern in stetem Austausch ist. Wir erhalten Programminformationen unserer Kulturpartner und weisen in festen Sendeplätzen auf redaktionell ausgewählte Veranstaltungen hin. Wesent-

liches Auswahlkriterium sowohl für die Partnerschaft als auch für die Einbindung in WDR 3 ist die Kompatibilität mit unserem Programmprofil WDR 3. Die Kulturpartner dokumentieren ihre Partnerschaft durch Logopräsenz in Druckwerken, vor Ort, auf Transparenten, Fahnen und so weiter. Darüber hinaus können Einzelprojekte, zum Beispiel gemeinsame öffentliche Veranstaltungen wie das „Kulturpolitische Forum WDR 3“, entstehen.

f Welchen Vorteil bietet dieses System für die Kulturpartner?

Vielen Kulturpartnern fehlt das Geld für teure Kommunikationsmaßnahmen. Sie investieren ihren verbliebenen Etat vernünftigerweise lieber in das eigene Programmangebot und in die Künstler als in Publikationen mit hohem Streuverlust. Die Partnerschaft mit WDR 3 ermöglicht eine zielgruppengenaue Kommunikation, deren Wirkung spürbar ist: Die Auslastungssteigerung bei Veranstaltungen, auf die WDR 3 hingewiesen hat, ist evident. So zielgruppen-gerecht und weitreichend (bei 350 000 bis 420 000 kulturinteressierten Hörern täglich) kann kein Medium in NRW für Kultur werben.

f Und welchen Nutzen hat WDR 3 davon?

Für WDR 3 besteht der Gewinn in einer Erweiterung seines Bekanntheitsgrads und einer langfristigen Vergrößerung seiner Hörerschaft. Auch dafür gibt es positive Zeichen. Für WDR 3 gilt auch, dass es kaum einen direkteren Zielgruppenkontakt geben kann als in den Räumen und Publikationen der Kultureinrichtungen des Landes. Ziel ist es, die Kommunikation von Programm-



WDR 3-Programmchef Karst:

„Ohne neue Kooperationen wird das Kulturangebot der Kommunen und Länder in der Zukunft nicht mehr aufrecht zu erhalten sein.“

aktivitäten aller Kulturangebote in NRW zu steigern, um effektiv, aber Ressourcen sparend Kulturpublikum zu erreichen. In der Summe also Effizienz für alle Seiten – nicht zuletzt auch für das Publikum, das auf diesem Wege ein Plus an Information und Angebot erhält.

f Bezieht das Konzept auch die besondere polyzentrische Struktur des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen mit ein?

Eine der zentralen Zielsetzungen war es, die Vielfalt der Kultur in NRW besser zu spiegeln und mit diesem Konzept auch weiter in das Land hinein zu gelangen – und nicht nur auf die Kulturzentren zu schauen. Deshalb unterstützt WDR 3 unter anderem die mobilen Landestheater NRW, die besonders außerhalb der Kulturzentren des Landes unterwegs sind.

FÜR *mehr Kultur*

f Hilft WDR 3 damit der Vernetzung von Kultur im kulturell vielfältigen NRW?

Ich halte Vernetzung in unserer Zeit für das Gebot Nr. 1. Ohne Zusammenhalt und Ergänzung kann eine Kultur dieser Dichte auf Dauer nicht existieren. Hier sind wir aber noch lange nicht am Ziel. Kirchtumspolitik und Egozentrismen stehen noch an vielen Stellen der Gemeinsamkeit entgegen. Vernetzung ist in unserem Medium sozusagen naturgegeben. Wir strahlen nur einmal in das ganze Land – und jeder, der sich für Kultur in NRW interessiert, kann WDR 3 auf einfachstem Wege, ohne zusätzliche Kosten, empfangen. Ich halte Vernetzung und Zusammenführung für eine Verpflichtung und für eine zentrale Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – der dafür allerdings die nötige Unterstützung durch ausreichende Gebührenausrüstung benötigt.

f Warum ist dieses Erfolgsmodell in anderen Ländern noch nicht in der gleichen Weise umgesetzt worden?

Das Konzept wurde ausdrücklich mit der Aufforderung zur Nachahmung an die Öffentlichkeit getragen. Es wird in adaptierter Form durchaus schon von anderen Kulturprogrammen übernommen, wenn auch nicht in dem Maß wie es in NRW und durch den WDR möglich ist. Unser Sendegebiet hat durch seine immense Kulturvielfalt und durch seine Bevölkerungsgröße eine besondere Stellung. In keinem anderen Sendegebiet der ARD gibt es eine vergleichbare Ballung von Musik- und Kultureinrichtungen. Kein anderes Bundesland verfügt über ähnlich viele Konzert- und Opernhäuser, Theater und Museen wie NRW. Das Modell der

Kulturpartnerschaft hat für diese Vielfalt eine Plattform geschaffen, die zuvor nicht vorhanden war. Auch der von uns geprägte Begriff „Kulturpartner“ hat sich sehr schnell verbreitet und findet intensiven Gebrauch – leider auch für deutlich anders konzipierte Partnerschaften. ▶

»Vernetzung ist eine zentrale Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks«



Dokumentierte Kooperation:
Die Kulturpartner des WDR 3 präsentieren das Logo des Senders in Werbedruck-sachen, vor Ort, auf Transparen-ten und Fahnen.



f WDR 3 hat in der jüngsten Media-Analyse sehr erfreulich abgeschnitten und behauptet seinen Spitzenplatz unter den ARD-Kulturradios. Führen Sie dies auch auf die stärkere Präsenz durch die Kulturpartnerschaften zurück?

Es ist ein sehr positives Signal, das die Media-Analyse uns übermittelt hat. Das gilt es weiterhin zu beobachten. Ein Zuwachs von mehr als 40 000 Hörern ist im Kulturbereich allerdings nicht allein mit guter Werbung oder über Partnerschaften erreichbar. Sie brauchen dafür ein adäquates Programm. Wenn Profil und Image des Kulturradios WDR 3 nicht stimmen würden, hätten wir auch keine Kulturpartner! Neben der Tageshörerzahl, über deren Zunahme wir uns sehr freuen, lässt sich aber die Steigerung des Bekanntheitsgrads von WDR 3 zu einem guten Teil auf die verstärkte Präsenz im Land zurückführen.



„Gemeinsam sind wir besser“: 80 Theater, Konzerthäuser, Festivals, Museen und Kulturorganisationen sind Partner von WDR 3.

f Welche weiteren Projekte entstehen durch die Kulturpartnerschaften?

In jedem Jahr treffen sich die Kulturpartner einmal zum gemeinsamen Austausch. Dabei entstehen immer wieder neue Ideen für Kooperationen – auch untereinander und ganz ohne Beteiligung von WDR 3. Ein Kooperationsmodell, das unmittelbaren Programmbezug hat, ist das „Kulturpolitische Forum WDR 3“, das seit Beginn 2004 regelmäßig mit unseren Kulturpartnern an unterschiedlichen Orten in NRW stattfindet und auf dem Sendeplatz „Forum WDR 3“ (sonntags um 19.05 Uhr) ausgestrahlt wird. Hier hat sich eine neue, eigene Linie aus den Kulturpartnerschaften entwickelt, die wiederum als Marke für die Kulturlandschaft NRW werben kann. 

 www.wdr3.de



MdB Gitta Connemann,
Vorsitzende der Enquete-Kommission
„Kultur in Deutschland“:

»Bürgerschaftliches VORAUSSETZUNG FÜR EIN

Die statistischen Daten zeigen: Ohne das Engagement der Bürger gäbe es das Musikleben nicht, um das Deutschland in der Welt beneidet wird. Leider werden dieses Engagement und die Bedeutung der Breitenkultur für die Kulturlandschaft Deutschlands nicht so wahrgenommen wie es geboten wäre.

Umso wichtiger ist deshalb das Bekenntnis unseres Bundespräsidenten Horst Köhler zur Laienmusik. Er hat diese als unverzichtbar für die Pflege der Kultur in unserem Land, für den Erhalt und die Fortentwicklung kultureller Werte bezeichnet. Dies ist ein Beginn, mehr Anerkennung für den Stellenwert der Breitenkultur in der Kulturlandschaft Deutschland zu gewinnen. Bislang fehlt es daran häufig – sei es aus Unkenntnis um das Vermögen der Breitenkultur oder aber wegen eines verengten Kulturbegriffs, der sich auf die institutionalisierte, die professionelle Kultur, beschränkt.

Eine verantwortungsvolle Kulturpolitik, die zur Sicherung der dichten Kulturlandschaft Deutschlands beitragen will, darf sich aber nicht auf die kulturellen Leuchttürme, die Opernhäuser und großen Orchester, beschränken. Wir müssen diese zum Strahlen bringen. Dies darf aber nicht dazu führen, dass im Umland die Lichter ausgeblasen werden. Wir brauchen gerade die vielen kleinen Kulturlichter, damit es für die Kultur in Deutschland insgesamt heller wird. Hochkultur und Breitenkultur ergänzen sich.

Wir brauchen auch eine lebendige Breitenkultur, um unseren talentierten Nachwuchs entdecken und fördern zu können. Wie viele Kinder, deren Eltern den Besuch einer Musikschule nicht finanzieren konnten, haben nicht in einem Musikverein, in einer Kapelle ein Instrument erlernt und damit den Zugang zur Musik gefunden.

Wir brauchen die Breitenkultur, um gerade junge Menschen für Kultur zu begeistern. Denn Breitenkultur ist der fruchtbare Boden, in dem Menschen in Zeiten personaler und sozialer Mobilität Wurzeln schlagen, persönliche Werte entfalten und soziale Beziehungen aufbauen können. Kultur stiftet Identität – Breitenkultur aber sichert Pluralität. Für eine Kulturpolitik mit Weit-

Noch ist das Engagement
beeindruckend. Doch:
Die Bereitschaft, sich ehren-
amtlich zu betätigen, nimmt
besorgniserregend ab!

sicht muss daher der Grundsatz gelten: Wer „Kultur für alle“ fordert, der muss auch „Kultur von allen“ fördern!

Wir brauchen das bürgerschaftliche Engagement, um das kulturelle Leben vor Ort zu gestalten. Das gilt besonders für den