

## 1. Kölner Kulturpolitisches Symposium am 20. und 21. Oktober im Kölner Rathaus

### Workshop Finanzierung – Zusammenfassung der Ergebnisse

#### Teilnehmer:

- Raimund Bartella, Deutscher Städtetag, Hauptreferent Dezernat Bildung, Kultur und Sport
- Dr. Albrecht Göschel, Deutsches Institut für Urbanistik
- Prof. Eckhard Janeba, Universität Mannheim
- Milena Karabaic, Landschaftsverband Rheinland, Dezernentin für Kultur und Umwelt
- Prof. Dr. P. M. Lynen, Leiter des Zentrums für Internationales Kulturmanagement, Köln
- Isabel Pfeiffer-Poensgen, Generalsekretärin der Kulturstiftung der Länder
- Dr. Oliver Scheytt, Kulturdezernent der Stadt Essen
- Michael Söndermann, Arbeitskreis Kulturstatistik e.V., Bonn
- Prof. Peter Vermeulen, Kulturdezernent Mülheim a.d.R.
- Olaf Zimmermann Geschäftsführer Deutscher Kulturrat Berlin
  
- Moderation: Dr. Hermann H. Hollmann, Kölner Kulturrat, Vorsitzender des AK „Wirtschaft und Kultur“ an der IHK Köln

#### 1. Wirkung und Nutzen von Kultur

Die sogenannte „freiwillige Leistung“ Kultur wird in Zeiten knapper Kassen gerne in Frage gestellt und in haushaltspolitischen Diskussionen auch vor allem gegen sozial- und bildungspolitische Erfordernisse ausgespielt. Am Anfang des Workshops stand daher die Frage, warum Kommunen Kultur brauchen und warum sie der Förderung bedarf. Alle Experten betonten dabei die hohe gesellschafts- und standortpolitische Bedeutung von Kultur für eine Kommune. Kultur hat an Lebensqualität, Identität, Wachstum, Integration und Bildung in einer Kommune entscheidenden Anteil und ist somit ein unverzichtbarer Gesellschaftsfaktor. Kulturpolitik ist daher immer auch Gesellschaftspolitik.

Lebensqualität - Eine hoch entwickelte kulturelle Infrastruktur und eine lebendige Freie Szene erhöhen die Lebensqualität in einer Stadt.

Identität - Kulturelle Institutionen und Aktivitäten dienen als lokaler Identitätsfaktor.

Wachstum – Eine gute kulturelle Infrastruktur zieht Künstler, junge Einwohner und Unternehmen in eine Stadt, kann dieses kreative und wirtschaftliche Potenzial langfristig sichern und ist somit auch Wachstumsfaktor für eine Stadt.

Bildung - Kulturelle Institutionen und Aktivitäten tragen zur kulturelle Bildung von Kindern und Jugendlichen bei.

Integration - Kulturelle Institutionen und Aktivitäten helfen bei der sozialen und kulturellen Integration von Migranten.

Kultur ist außerdem ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für eine Stadt. Sie schafft Arbeitsplätze in der Kreativwirtschaft, lässt Kunstmärkte entstehen und bringt – etwa über Tourismus und Einzelhandel – Kaufkraft und Steuereinnahmen in die Stadt. Insbesondere die Tourismusbranche kann von einer guten kulturellen Infrastruktur entscheidend profitieren, da diese zum Beispiel dazu beiträgt, aus Tagestouristen Übernachtungsgäste zu machen. Schließlich kann Kultur Alleinstellungsmerkmale für eine Kommune erzeugen und so entscheidend zur Vermarktung einer Stadt insgesamt beitragen.

## **2. Finanzierung von Kultur**

### Kommunale Mittel

Kulturfinanzierung ist eine Kernaufgabe der Kommunen und muss angemessen und nachhaltig ausgestattet werden. Die Experten stellten einen dramatischen Rückgang städtischer Mittel für die Kultureinrichtungen in Köln fest.

Die Kulturausgaben machen nur noch 3% des städtischen Gesamthaushalts aus und wurden damit in den letzten Jahren um die Hälfte gekürzt. Vergleicht man die Kulturausgaben deutscher Großstädte und setzt sie im Verhältnis zu ihrer jeweiligen Einwohnerzahl, liegt Köln weit abgeschlagen an 27. Stelle der Kommunen, noch hinter Cottbus und Frankfurt an der Oder. Dabei muss Köln den Wettbewerb mit vergleichbaren Städten wie Frankfurt am Main oder Leipzig aufnehmen und auch mit Wettbewerbern wie Stuttgart, München, Hamburg, Berlin oder Düsseldorf konkurrieren, die als Landeshauptstädte oder Stadtstaaten über zahlreiche staatlich finanzierte Kultureinrichtungen verfügen. In der unmittelbaren Nachbarschaft fällt auf, dass eine Stadt wie Düsseldorf, obwohl deutlich kleiner als Köln, auch in absoluten Zahlen über einen sehr viel höheren Kulturetat verfügt als Köln.

Eine Verdoppelung des Kulturetats von 3% auf 6 % des städtischen Gesamthaushalts ist daher eine unabdingbare Voraussetzung für Köln, um in der Kultur wieder Fuß zu fassen und den Wettbewerb mit den regionalen und überregionalen Mitbewerbern wieder aufnehmen zu können.

### nicht-kommunale Mittel

Eine Stadt und ihre Kultureinrichtungen kann auch andere als kommunale Mittel für die Kultur akquirieren. Neben der Landesregierung tragen Stiftungen, Fördervereine, Mäzene, Kirchen, Rundfunkanstalten und Sponsoren zur Finanzierung von Kultur bei.

Für die Landesregierung hat NRW-Kulturstaatssekretär Hans-Heinrich Grosse Brockhoff mehrfach klar gemacht, dass das Land nicht bereit ist, bestehende Haushaltslücken im Kulturbereich einfach zu füllen. Die Landesregierung ist aber zu Gesprächen bereit, wenn Köln über sogenannte „matching funds“ neues schafft oder bestehende Institutionen in die Lage versetzt, einen deutlichen Qualitätssprung zu schaffen. Dies gilt insbesondere für intelligente Konzepte und Kooperationen mit den Nachbarstädten der Rheinschiene. Die Landesregierung ist außerdem bereit, den Erhalt wichtiger Strukturen wie den wissenschaftlichen Museumsdiens, Depots und Archive zu unterstützen und will sich außerdem verstärkt im Bereich der Kulturellen Bildung engagieren.

Für die Akquise privater Mittel ist neben einer kohärenten und langfristigen Strategie eine kontinuierliche Kontaktpflege und professionelles Fundraising notwendig. Auch hier sind „matching funds“ und PPP-Projekte, bei denen sich öffentliche und private Geldgeber zusammentun sinnvoll. Auch Sponsoren sind selten bereit, für Finanzierungslücken der öffentlichen Hand einzuspringen. Gefragt sind Projekte, die auch in der öffentlichen Wahrnehmung einen Mehrwert für die bestehende kulturelle Infrastruktur bedeuten.

Auch die Institutionen selbst können ihr Einkommen steigern, müssen dazu aber auch in die Lage versetzt werden, zum Beispiel durch größere Selbständigkeit. Gleichzeitig sollten Synergien geschaffen werden durch strategische Kooperationen nicht nur innerhalb einer Stadt, sondern auch in der Region. Es ist wichtig Netzwerke zu bilden und Gemeinschaftsprojekte zu definieren.

Effizientes und erfolgreiches Fundraising setzt zunächst einmal Investitionen voraus, die zeitversetzt doppelt und dreifach zurückkommen. Deshalb lohnt es sich in diesen Bereich zu investieren und ihn professionell zu besetzen.

### **3. Verwendung der Mittel**

Die für Kultur zur Verfügung stehenden Mittel müssen eingesetzt werden, um größtmögliche Nutzen für Künstler, Publikum, Institutionen und die Kommune als Ganzes zu stiften. Man muss konzeptionell im Rahmen eines Kulturentwicklungsplanes vorgehen und dabei die kulturelle Bildung stärken, kreative Milieus fördern, Kristallisationskerne bilden, vorhandene Stärken stärken, Neues fördern, sowie Bleibe- und Ansiedlungsanreize für Künstler schaffen. Kulturpolitik muss Prioritäten entlang der Stärken und Leitbilder einer Stadt setzen und kann dabei auf Instrumente wie die Leipziger Nutzwertanalyse oder den Erlanger Kulturdialog zurückgreifen. Als Ergebnis einer solchen Analyse müssen kulturelle Leitbranchen definiert werden und

gegebenenfalls mit einem kulturellen Bildungsauftrag verbunden werden. Entscheidend für eine erfolgreiche Kulturpolitik ist außerdem, mehr Mittel für Kulturmarketing einzusetzen und dabei eng mit anderen Bereichen wie Tourismus und Einzelhandel zusammenzuarbeiten.

#### **4. Effizienz des Mitteleinsatzes**

Nicht nur in Zeiten knapper Kassen ist es wichtig, die zur Verfügung stehenden Mittel möglichst effizient einzusetzen, das heißt, eine höchst mögliche Wirkung mit gegebenen Mitteln zu erreichen.

Dazu brauchen vor allem die Institutionen selbst mehr Eigenverantwortung und Selbständigkeit. Das gilt für die Budgetierung, für die Möglichkeit des Outsourcings bestimmter Dienste, die Gestaltungsfreiheit in Personalfragen bis zur Wahl der geeigneten Rechtsform. Zur Erhöhung der Effizienz des Mitteleinsatzes sind außerdem entsprechende Schulungs- und Fortbildungsmaßnahmen für das Personal unabdingbar.

Das gilt auch für die Kulturverwaltung und die kommunale Verwaltung insgesamt, die sehr viel serviceorientierter werden müssen. In diesem Zusammenhang muss auch ein neues kommunales Finanzmanagement eingeführt werden,

Es ist allerdings zu beachten, dass Kulturfinanzierung keiner rein ökonomischen Input-/Output-Rechnung folgen kann. Klare Zielvereinbarungen sind zwar auch in der Kultur Wege zur Effizienz, folgen aber bisweilen anderen Kriterien als in der Wirtschaft. Um diese Zielvereinbarungen zu überprüfen, ist die Einführung von Evaluierungsprozessen notwendig.

Neben der Selbstständigkeit der Institutionen tragen vor allem Kooperationen zu einem effizienteren Mitteleinsatz bei. Kulturelle Institutionen sollten mit der Wirtschaft und Kommunen sollten miteinander kooperieren. Bestehende Ansätze müssen hier ausgebaut und verstärkt werden. Bei der Kooperation mit anderen Kommunen und bei der Suche nach eigenen Stärken und Profilen sollte eine Duplizität im Angebot mit Nachbarstädten vermieden werden. Der relevante Markt für Kultur ist zunehmend regional, insofern muss bei der Analyse des eigenen Angebots auch das Angebot benachbarter Städte und Gemeinden ins Kalkül gezogen werden.

Köln, den 25. Oktober 2006

Kölner Kulturrat - Dr. Hermann H. Hollmann / Arne Birkenstock