

■ Die Freie Kulturszene in Essen

Im Dezember 2006 gründete sich die »Kulturelle Marketing-Initiative Essen«, ein Zusammenschluss von zahlreichen Kultureinrichtungen, Theatern, Kunst-, Musik- und Literaturinitiativen aus dem freien Kulturbereich. Die Gemeinschaftsinitiative macht seitdem deutlich, welches kreativ-künstlerische und bürgerschaftliche Potenzial und welche kulturpolitische und auch ökonomische Relevanz in diesem dynamischen Bereich der Essener Stadtkultur seit vielen Jahren steckt. Damit trägt dieser Bereich – neben den bedeutenden Angeboten der großen kommunalen Kultureinrichtungen – wesentlich mit zum bundesweit positiven Image der Kulturstadt Essen bei. Freie, oft dezentral agierende Kunst- und Kulturprojekte schaffen für die Stadt unverzichtbare Formen lokaler Partizipation. Von ihnen gehen Impulse und neue Arbeitsformen aus, die wiederum belebend auf die kulturellen Großinstitutionen wirken und auch zunehmend Motor für kultur- und kreativwirtschaftliche Entwicklungsprozesse sind.

Unter dem Begriff »Freie Kulturszene« werden in der Regel heute alle diejenigen

subsumiert, die nicht in kommunaler oder in Trägerschaft kommunaler Unternehmen organisiert sind, sondern in freier Trägerschaft Kultur und Kunst in den unterschiedlichsten Sparten und Bereichen produzieren und anbieten: gemeinnützige Gruppen, soziokulturelle Zentren, Künstlerhäuser, Literaturgruppen, freie Theater, Musikerinitiativen, kulturelle Projekte etc.

Die Einrichtungen, Initiativen und Gruppen der Freien Kulturszene bilden einen bedeutenden Anteil des Essener Kulturlebens. Ohne sie würde das kulturelle Angebot in der Stadt erheblich eingeschränkt sein und an Vielfalt, Qualität und Quantität deutlich verlieren.

Umfrageergebnisse

In einer Umfrage der Kulturellen Marketing Initiative unter 50 freien Einrichtungen in Essen aus dem Jahr 2011 wurden folgende, zum Teil erstaunliche Ergebnisse sichtbar, die sich so zusammenfassen lassen:

- Im untersuchten Zeitraum des Jahres 2009 verzeichneten die Aktivitäten der (23) antwortenden Einrichtungen und Gruppen aus der Freien Szene insgesamt 403.000

Besucher in über 2.800 Veranstaltungen, Kursangeboten u.ä.

- Um die Größenordnung des kulturellen Angebots der Freien Szene einschätzen zu können, hier ein Vergleich zum Programm und Besucherzuspruch der Theater- und Philharmonie GmbH: In der Spielzeit 2009/10 fanden in den Spielorten der TuP (Theater und Philharmonie GmbH: Aalto Theater, Philharmonie, Grillo-Theater, Casa und drei weitere kleine Spielstätten) 910 Aufführungen und Konzerte mit rund 375.000 Besuchern statt. (Quelle: www.essen.de/de/rathaus/statistik/statistik_kultur.html)
- Diese Leistungsbilanz erstaunt umso mehr, wenn die personelle Ausstattung der freien Gruppen und Einrichtungen in den Blick genommen wird. Nach wie vor handelt es sich mehrheitlich um ehrenamtlich arbeitende, bürgerschaftlich engagierte Menschen, die in diesem Arbeitsfeld tätig werden (52 Prozent). Hauptamtliche, sozialversicherungspflichtig Beschäftigte stellen mit 18 Prozent (110 Personen) den geringeren Anteil dar; circa 30 Prozent der Mitarbeiterinnen sind in prekären Beschäftigungsverhältnissen tätig (Freiberufler, geringfügig Beschäftigte, Praktikanten, Zivildienst/FSJ/BuFd, etc.).
- Das Personaltableau der Freien Szene wird erklärbar, wenn man deren finanzielle Situation betrachtet. Den untersuchten Einrichtungen und Gruppen stehen 823.000 Euro an öffentlicher Förderung zur Verfügung, sie müssen jedoch zur Deckung ihrer Etats fast 1,4 Mio. Euro selbst erwirtschaften, was einem Anteil von knapp 63 Prozent entspricht. Ein solches Verhältnis von öffentlicher Förderung und eigenen Einnahmen aus Eintrittsgeldern, Kursgebühren und Gastronomieerlösen ist für den Kulturbereich außerhalb der Sphäre freier Gruppen äußerst ungewöhnlich. Es zeigt zwar die Dynamik und die wirtschaftlichen Potenziale des Arbeitsfeldes auf, birgt je-



Interkulturelle Bildung – Ein Weg zur Integration

Dokumentation der Tagung vom 14./15. November 2007 in Bonn

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V., Bonn und Klartext Verlag, Essen 2008
Dokumentation der Kulturpolitischen Gesellschaft, Band 67
229 Seiten • 15,00 Euro • ISBN 978-3-8375-0074-5

Der Band dokumentiert eine Veranstaltung des Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) im November 2007 in Kooperation mit der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V. zum Thema »Interkulturelle Bildung – Ein Weg zur Integration?«. Dabei kamen sowohl Wissenschaftler, Politiker und Praktiker zu Wort als auch Kinder und Jugendliche »als Experten in eigener Sache«. AutorInnen sind u.a. *Svetlana Acevic, Christian Alt, Helle Becker, Maria Böhmer, Anka Bolduan, Thomas Brehm, Wilfried Ferchhoff, Max Fuchs, Lisa Gaupp, Manfred Grunenberg, Ute Hachmann, Hannelore Kunz-Ott, Barbara Müller, Volker Pirsich, Daniel Rottner, Michaela Schult, Michael Thielen, Oliver Scheytt und Melike Yar.*

doch ebenfalls erhebliche Gefahren einer überwiegenden Orientierung am Markt und dem Publikumszuspruch. Gleichzeitig wird die längerfristige Bindung von Personal zum unkalkulierbaren Risiko, was wiederum eine kontinuierliche künstlerische und organisatorische Weiterentwicklung erschwert.

Was wir wollen!

Vor dem Hintergrund der kommunalen Finanzkrise, immer wieder neuer Sparvorschläge und -debatten stehen auch in Essen die sogenannten »Freiwilligen Leistungen« der Stadt – ob im Kultur-, Sozial- oder Jugendbereich – immer wieder zur Disposition. Die Stadt Essen fördert den Bereich der freien Kultur gerade mal mit circa 3,5 Prozent ihres Kulturhaushaltes von 93,2 Mio. Euro. Darin eingeschlossen sind unter anderem institutionelle Förderungen, Projektmittelförderungen sowie die kostenlose Überlassung städtischer Immobilien. Die überwiegend marginalen Zuwendungen an die freien Kulturakteure sind zudem seit vielen Jahren gedeckelt und zwingen – insbesondere auch neue und junge Künstlerinitiativen – zu immer stärker marktorientiertem und überwiegend an ökonomischen Erfordernissen ausgerichtetem risikoreichem Handeln. Auf der Strecke bleiben Experimentierfähigkeit, Innovationsfähigkeit und auf Zukunft gerichtetes planbares und professionelles Handeln sowie eine gerechte und an Leistung orientierte Bezahlung von Mitarbeitern, Kulturschaffenden und Künstlern. Für den Doppelhaushalt 2013/14 wurde der Kulturretat der Stadt Essen zwar um rund 5 Mio. Euro angehoben, davon aber gerade mal 200.000 Euro für den gesamten Bereich der freien Kultur. Ein erster wichtiger Schritt, der aber bei weitem nicht ausreicht, um den Bedarf auch nur annähernd zu decken und der enormen Leistung und Wertschöpfung der Freien Rechnung zu tragen.

Wir fordern daher eine Erhöhung des Budgets zur Förderung der Freien Kultur in Essen in Höhe von 10 Prozent des Kulturretats.

Davon lassen sich unter anderem finanzieren:

- Eine qualifizierte Stabsstelle für Fundraising, Mittelakquise, Förderberatung und Strukturentwicklung, angesiedelt beim Kulturbüro der Stadt Essen.
- Eine Erhöhung des Projektmitteltopfes auf mindestens 500.000 Euro pro Jahr, aus dem auch mehrjährige Förderungen möglich sind. Aus diesem Topf sollen auch interkulturelle Projekte gefördert werden.
- Eine vertraglich mehrjährig abgesicherte und konzeptionell nachvollziehbare, ausreichende institutionelle Förderung be-

stehender freier Einrichtungen und personeller Strukturen.

- Ein ausreichend ausgestatteter Existenzgründungstopf für neue und junge Kulturinitiativen/-gruppen.
- Die Schaffung eines Fonds zur Bereitstellung von Eigen- und Investitionsmitteln.
- Gründung und Betrieb einer Agentur zur Zwischennutzung von leer stehenden Räumen und Gebäuden in der Stadt.
- Ein Experimentierfonds für kulturelle/künstlerische Experimente.

Kooperation mit Berlin, Hamburg und anderen Städten

Zwischenzeitlich hat sich die Kulturelle Marketing-Initiative Essen mit Gruppen aus Berlin (Koalition der Freien Szene aller Künste) und Hamburg vernetzt und ausgetauscht. Zusammen mit diesen und ähnlichen Gruppen aus anderen Städten fordern wir eine substantielle Aufstockung der disponiblen Mittel in den Kulturretats zugunsten der Freien Kulturszene. Die Tatsache, dass der Gesamtkulturhaushalt der Stadt Essen und sein Anteil an Förderung in keinem Verhältnis zur Bedeutung und zu den Leistungen der Freien Kulturszene steht, ist vor dem Hintergrund von Slogans wie »Metropole Ruhr« und den Ansprüchen aus dem in 2010 von der EU verliehenen Titel »Kulturhauptstadt Europas« nicht mehr hinnehmbar. Dabei geht es in diesem Prozess nicht nur um eine notwendige substantielle Verbesserung der materiellen Ressourcen, sondern auch um die damit verbundene Anerkennung, Wertschätzung und Akzeptanz sowie um die strukturelle Weiterentwicklung des freien Kulturbereichs in der Stadt und in der Region.

Antwort auf diese drängenden Probleme kann jedoch nicht die Umverteilung von Mitteln aus dem Etat der TuP zugunsten der

Freien Szene sein. Stattdessen muss das Missverhältnis in der Essener Förderlandschaft durch eine entsprechende Erhöhung des Gesamtkulturretats beseitigt werden. Die Kulturelle Marketinginitiative Essen begreift die unterschiedlichen Produktionsstrukturen von Kunst und Kultur in Essen als eine gemeinsame und einzigartige Kultur- und Kreativlandschaft, die die Identität und das Image der Stadt bedeutend mitprägen.

»Essen lebt Kultur. Immer schon und immer wieder. Nach dem Kulturereignis der Superlative RUHR.2010 will die Stadt in 2013 auch weiterhin dem Kulturhauptstadtgedanken Rechnung tragen. Und das kulturelle Spektrum ist breit: Neben Opern- und Schauspielhäusern von Weltruf bietet die Stadt Essen ebenso eine aktive und pulsierende freie Szene, in der Theater, Musik, Kunst und Malerei mit viel Engagement und Leidenschaft dargeboten werden.« (aus: Broschüre Essen.Kultur 2013, Hrsg: EMG-Essen Marketing GmbH in Kooperation mit dem Kulturbüro der Stadt Essen)

Und: »Künstler und Kreative sind wichtige Akteure für die Erneuerung des Ruhrgebiets. Sie greifen aktiv in die Gestaltung der Metropolregion ein, geben dem Wandel des Ruhrgebiets Inspiration und Antrieb – und das bereits seit langem. So waren es in vielen Fällen künstlerische Experimente, kreative Zwischennutzungen und mutige Geschäftsideen, welche die Neunutzungen industriekultureller Orte und die Initiierung neuer wirtschaftlicher wie sozialer Entwicklungen ermöglicht haben.« (Quelle: www.metropol Ruhr.de. Informationsportal für die Metropole Ruhr und das Ruhrgebiet, Hrsg.: Regionalverband Ruhrgebiet)

Kulturelle Marketing-Initiative Essen
c/o Peter Christofolini



Foto: Peter Christofolini