

WDR setzt auf Imagetransfer durch „Kulturpartnerschaften“

Sender baut PR-Verbund mit kulturellen Institutionen in NRW auf

Köln (epd). Das Radio-Kulturprogramm WDR 3 verwirklicht die Idee einer „Kulturpartnerschaft“ mit knapp 60 nordrhein-westfälischen Kultur-Institutionen. Ziel dieser Partnerschaft sei „gegenseitiger Imagetransfer“, sagte WDR-3-Chef Karl Karst am 23. April vor Journalisten in Köln.

Rund 40 Spots mit Hinweisen auf Veranstaltungen der Kulturpartner wird WDR 3 in seinem laufenden Programm wöchentlich ausstrahlen. Die Spots produziert der WDR. Dies sei eine „fast kostenneutrale Unterstützung der großen Kulturträger in NRW“, so WDR-Hörfunkdirektorin Monika Piehl.

Im Gegenzug erhält der Sender die Möglichkeit, sich bei kulturellen Veranstaltungen öffentlich zu präsentieren. Zu den Kulturpartnern gehören Theater, Konzerthäuser, Museen und Kulturorganisationen in ganz Nordrhein-Westfalen.

Der WDR wolle mit diesem Modell eine „dauerhafte Kooperation“ eingehen. Karl Karst begründete das Vorhaben mit den sinkenden Kulturetats in den Städten und Gemeinden. Mit der neuen Werbeform sollen die Veranstalter in die Lage versetzt werden, Mittel für Werbung zu sparen und für die Veranstaltungen selbst auszugeben. Bei bisherigen Versuchen der Zusammenarbeit etwa mit der „MusikTriennale Köln“ oder dem Klavierfestival Ruhr habe sich gezeigt, dass die Veranstaltungshinweise auf WDR 3 für höhere Besucherzahlen gesorgt haben.

Perspektiven für neue Möglichkeiten im Programm

Karst sieht in der Initiative auch die Möglichkeiten einer „langfristigen Perspektive“ engerer Zusammenarbeit angelegt, die zu neuen Möglichkeiten im Programm führen können. Auf das Programm der Kulturwelle selbst sollen die neuen Werbeformen unmittelbar keinen Einfluss haben. Programm und Promotion sind nach Auskunft von Karl Karst strikt getrennt, die redaktionelle Unabhängigkeit sei gewahrt. (Vgl. auch Interview mit Karst in epd 06/01.)

Mit der Initiative möchte der WDR in der Öffentlichkeit bekannt machen, welche wichtige Rolle die Kultursender WDR 3 und WDR 5 für das Kulturleben spielen. WDR 3 ist der größte Konzertveranstalter in Nordrhein-Westfalen und für viele Künstler, Musiker, Schauspieler und Autoren ein wichtiger Arbeitgeber.

Hierin wird auch ein Problem bei der Suche nach neuen Kooperationen gesehen. 75 Prozent der Mittel, so Monika Piehl, seien derzeit schon festgelegt durch Vereinbarungen mit Ensembles und Institutionen, deren Existenz ohne die Mitarbeit des WDR sofort gefährdet wäre.

Anregung auch für andere ARD-Sender

Fritz Pleitgen hob die Bedeutung der Kulturradios hervor. Sie kosteten viel Geld, doch werde der Sender an deren Etats „nichts kürzen“. Der WDR-Intendant kündigte zudem an, die Kulturpartnerschaft („eine sehr smarte Idee“) werde „mit Sicherheit nicht die einzige Offensive sein“.

Das Konzept der Kulturpartnerschaft wird am 2. Mai auf einer Veranstaltung in der Essener Zeche Zollverein der Öffentlichkeit vorgestellt. Dazu gibt der WDR auch eine Broschüre heraus, in der die Leistung der Kulturradios beschrieben wird. Die Broschüre enthält auch eine Übersicht über alle Hörfunk-Kulturprogramme der ARD.

Monika Piehl, derzeit auch Vorsitzende der ARD-Hörfunkkommission, kündigte an, das Modell der Kulturpartnerschaft ARD-weit zu propagieren. Sie könne sich vorstellen, dass die Idee auch bei anderen Sendern Anklang finden werde. wol