

„Unabhängig und kritikfähig“

Programmchef Prof. Karl Karst über die Kulturpartnerschaften von WDR 3

politik & kultur: Vor fünf Jahren haben Sie mit WDR 3 die Idee der „Kulturpartnerschaften“ umgesetzt. Was ist daraus geworden?

Karl Karst: Das Kulturradio WDR 3 hat zur Zeit 80 feste Kulturpartner. Das sind Theater, Opern- und Konzerthäuser, Museen und zahlreiche Kulturorganisationen. Daneben gibt es 15 zeitlich befristete Partnerschaften zum Beispiel mit Festivals und sogenannten „Langen Nächten“ der Theater und Museen in Nordrhein-Westfalen.

puk: Wie wird das System von den Beteiligten bewertet?

Karlst: Das Konzept hat sich auf allen Seiten als gewinnbringend erwiesen. Für die Kultureinrichtungen in Nordrhein-Westfalen durch messbare Steigerung der Besucherzahlen, für WDR 3 durch verstärkte Präsenz in NRW und für das Publikum durch ein Mehr an Information und Kulturangebot.

puk: Worin besteht das Konzept, was sind die Leistungen der Partner?

Karlst: Die WDR 3-Kulturpartnerschaften sind vertraglich fixierte Partnerschaften, die auf Dauer angelegt sind. Sie gelten nicht nur punktuell wie bei Veranstaltungs-Präsentationen, die es in vielen Programmen seit langem gibt, sondern bestehen bis zur Kündigung permanent. Das bedeutet unter anderem, dass sich WDR 3 mit seinen Partnern in einem ständigen Informationsaustausch befindet. Wir erhalten Programminformationen unserer Kulturpartner und weisen in festen Sendeplätzen auf ausgewählte Veranstaltungen hin. Die Kulturpartner wiederum dokumentieren ihre Partnerschaft durch Logopräsenz von WDR 3 in ihren Druckwerken, vor Ort, auf Transparenten, Fahnen und so weiter. Darüber hinaus kommt es immer wieder zu gemeinsamen Einzelprojekten oder zur Entwicklung von Veranstaltungsreihen wie dem „Kulturpolitischen Forum WDR 3“, das an wechselnden Orten in NRW jeweils mit WDR 3-Kulturpartnern stattfindet. Die Kulturpartnerschaften praktizieren gegenseitige Unterstützung ohne direkten Geldfluss. Ziel ist die möglichst wirkungsvolle und zielgerichtete Kommunikation der Kulturangebote in Nordrhein-Westfalen.

puk: Welche Voraussetzungen muss eine Kultureinrichtung erfüllen, um Kulturpartner von WDR 3 zu werden?

Karlst: Wesentliche Voraussetzung ist die Kompatibilität mit dem Programmprofil von WDR 3. Populäre Unterhaltungsmusik oder Kabarett zum Beispiel gehören nicht zu unserem Repertoire und würden im Pro-

grammumfeld von WDR 3 nur irritieren. Zweite Voraussetzung ist eine ausreichende Veranstaltungsgröße des Partners. Wir wissen, dass ein landesweiter Veranstaltungshinweis, der bis zu 340.000 Hörer erreichen kann, Wirkung hat. Eine Veranstaltung, die nur 50 bis 100 Besucher fasst, kann die möglichen Reaktionen nicht in ausreichender Weise auffangen. Die dritte Voraussetzung besteht darin, dass die Institutionen nicht kommerziell sind und ihre Rechtsform nicht-personengebunden.

puk: Was war der Ursprung der Idee?

Karlst: WDR 3 verfügte anfänglich, wie die meisten Radioprogramme, über sogenannte Präsentationen. Das sind Medienpartnerschaften zu punktuellen Veranstaltungen mit größerem Publikumsbedarf. Für werbetragende Programme mit Massenpublikum und gewohnheitsgemäß hohem Traileraufkommen ist diese Form für beide Partnerseiten befriedigend. WDR 3 ist aber kein Massenprogramm und im Umgang mit seinen Trailern bewusst zurückhaltend. Ein Kulturprogramm mit zu hohem Traileranteil verliert schnell an Seriosität. Die neu definierten „WDR 3 Kulturpartnerschaften“ sollten sich von den bisherigen Präsentationen unterscheiden und eine für den Kulturbereich stimmigere Form von Medienpartnerschaft bieten. Die Kriterien waren Dauerhaftigkeit, Verbindlichkeit, Qualität. Während der MusikTriennale 2000 gab es die Gelegenheit zu einer nicht-öffentlichen Testphase. Als Mitglied der künstlerischen Leitung der MusikTriennale konnte ich der Kölner Philharmonie vorschlagen, eine landesweite Betrienerung von eher schwierigen Konzerten zu testen und zu prüfen, ob sich Wirkung einstellen oder nicht. Wenige Tage nach den ersten Trailern rief mich Albin Hänseroth, der damalige Intendant der Kölner Philharmonie, freudig an und sagte, der Kartenverkauf sei spürbar angestiegen. Die Kölner Philharmonie wurde unser erster Kulturpartner.

puk: Andere Veranstalter wollten dann mit ins Boot?

Karlst: Wir haben daraufhin das neue Modell landesweit an einen Kreis programmlich naheliegender Kultureinrichtungen kommuniziert und zur Teilnahme eingeladen. Die Tatsache, dass wir in kurzer Zeit mehr Interessensrückmeldungen erhielten als wir Angebote verschickt hatten, demonstrierte hohe Akzeptanz. Mit 60 festen Kulturpartnern gingen wir dann 2003 an die Öffentlichkeit und haben das Modell vorgestellt. Seit 2004 gibt es einen Aufnahmestopp. Zur Qualitätssicherung haben wir die Höchstgrenze bei 80 dauerhaften Kulturpartnern festgelegt. Flexible, zeitlich befristete Partnerschaften sind weiterhin möglich.

puk: Was steht in einem Vertrag über eine Kulturpartnerschaft?

Karlst: Die Verträge sind als Rahmenvereinbarungen angelegt und sehr allgemein. Aufgrund der Gesetzeslage gibt es keine Aussage über Zahl, Häufigkeit und Platzierung unserer Trailer. Das überrascht zunächst, aber unsere Partner wissen, dass sie sich auf uns verlassen können. Die Partnerschaft ist nicht zeitlich begrenzt und verlängert sich von Jahr zu Jahr, sofern sie nicht gekündigt wird.

puk: Ein Kulturpartner kann also keine Sendezeit in WDR 3 kaufen?

Karlst: Niemals, das ist ausgeschlossen. Die redaktionelle Entscheidung über Programmhinweise muss bei uns liegen. Es gibt auch keinen Austausch zwischen der Redaktion unserer aktuellen Kurssendungen „Mosaik“ und „Resonanzen“ und

dem Team, das die Trailer produziert. Deshalb kann es durchaus vorkommen, dass eine Veranstaltung, die wir betriert haben, in der aktuellen Kulturberichterstattung von WDR 3 negativ besprochen wird.

puk: Das ist bemerkenswert. Akzeptieren ihre Partner wirklich Verrisse?

Karlst: Ich halte das für eine Basis des Partnerschaftsmodells: Kritikfähigkeit ist eine Voraussetzung für Beziehungen zwischen souveränen Partnern. WDR 3 ist kein Werbeträger, der brav Promotion macht und mit seiner Meinung hinter dem Berg hält. Wir liefern Informationen und qualitativ ausgewählte Programmangebote. Dies gilt auch für unsere Partner. Was Verrisse betrifft: Ich glaube, unsere Partner schätzen genau diese Unabhängigkeit, die eine wesentliche Grundlage von Glaubwürdigkeit ist. Zur Qualität eines öffentlich-rechtlichen Kulturradios gehört es, kritisch, souverän und unabhängig zu berichten und in bester Qualität Programme zu produzieren, die in dieser Form kein anderes Medium anbieten kann. Wenn WDR 3 kein erstklassiges Kulturradio wäre, würde es weder die kulturinteressierten Hörer in NRW ansprechen noch die Kulturinstitutionen zu einer Partnerschaft bewegen. Mit einem Larifari-Programm will keine seriöse Kultureinrichtung Partner sein.

puk: Wie profitiert WDR 3 von den Kulturpartnerschaften?

Karlst: Die Bekanntheit von WDR 3 ist gestiegen, die Kulturträgerfunktion des WDR ist sichtbar geworden, die Kenntnis der Leistungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die Kultur des Landes hat sich deutlich erhöht. Insgesamt ein spürbarer Imagegewinn, der nicht nur das Kulturradio allein, sondern auch die anderen Programme des WDR betrifft.

puk: Und die Hörerzahlen?

Karlst: Wir freuen uns über den quantitativen Zuwachs, den wir seit 2004 verzeichnen können, wobei ich die Tageshörererfolge noch nicht auf die Kulturpartnerschaften, sondern auf die deutlichen Veränderungen in unserer Programmstruktur zurückführe. Wir haben nach Aussage der Media-Analyse 2006-II circa 360.000 Hörerinnen und Hörer täglich. Die Wirkung der Kulturpartnerschaften ist derzeit eher in der Steigerung des Bekanntheitsgrads und im Zuwachs an regelmäßigen Hörern zu sehen, als denjenigen, die uns zwar nicht täglich, aber immer mal wieder hören. Das sind 1,6 Millionen Hörerinnen und Hörer in NRW. Aus ihnen können sich mit der Zeit auch weitere Tageshörer entwickeln.

puk: Findet das Konzept Nachahmer bei anderen Sendern?

Karlst: Das Konzept wurde ausdrücklich mit der Aufforderung zur Nachahmung an die Öffentlichkeit getragen. Die gute Idee soll ruhig übernommen werden. Ich halte sie für eine Verkörperung der Kulturträgerchaft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. In Ansätzen kommt sie auch in anderen Bundesländern Anwendung. Vor allem aber hat sich der Begriff „Kulturpartner“ verbreitet. Er findet intensiven Gebrauch – leider auch für deutlich anders konzipierte Partnerschaften!

puk: Vernetzen sich die WDR 3-Kulturpartner auch untereinander?

Karlst: Das ist eine besonders schöne Sache. Einmal im Jahr veranstalten wir ein großes Treffen aller WDR 3-Kulturpartner. Und jedes Mal – auch bei anderen Gelegenheiten des Zusammentreffens – entstehen Projekte, Verabredungen, Kontakte, die zuvor nicht bestanden und die neue Kooperationen in Nordrhein-Westfalen hervorruhen.



Prof. Karl Karst. Foto: WDR

puk: Machen Ihre Kulturpartner auch gemeinsam Politik?

Karlst: Sie sind jedenfalls nicht mehr allein. Das Netzwerk der WDR 3-Kulturpartner hat Kraft, wie sich beim Kulturpartnerfest am 2. September 2006 zeigen wird.

puk: Dieses „WDR 3-Kulturpartnerfest“ gilt als bislang größtes Kulturfest des Landes, an dem sich mehr als 50 Kulturpartner aktiv beteiligen. Was wird NRW an diesem Tag erleben?

Karlst: Das Kulturpartnerfest wird von 12 Uhr mittags bis Mitternacht in Detmold, Duisburg, Essen, Köln, Marl und Münster auf 20 Bühnen circa 200 Stunden Kulturprogramm aller Genres kostenlos für das Publikum anbieten. WDR 3 überträgt 12 Stunden live aus allen sechs Veranstaltungsorten, die wie bei einer Fußball-Schale über 9 Ü-Wagen miteinander vernetzt sind. Zusätzlich entstehen Reportagen, Interviews, Hörerporträts und weitere WDR 3-spezifische Programmangebote. Das WDR-Fernsehen platziert eine Sondersendung von „WestArt“ am Nachmittag und berichtet in allen regionalen Ausgaben der „Lokalzeit“ ausführlich von den Standorten. Das WDR-Internet begleitet das Projekt mit Streamings, Berichten und Dokumentationen ausführlich. Wir nehmen das Kulturpartnerfest zum Anlass, das einzigartige Kulturangebot Nordrhein-Westfalens umfassend zu dokumentieren.

puk: Zu den Programmangeboten der sechs Veranstaltungsorte gehört jeweils mindestens ein „Kulturpolitisches Forum WDR 3“. Es wird also nicht nur gefeiert, sondern auch kritisch diskutiert?

Karlst: Auch das Hauptprogramm, das von den WDR 3-Kulturpartnern eigenständig eingebracht wird, liefert nicht nur Champagner-Laune! Die „Kulturpolitischen Foren WDR 3“ widmen sich, wie seit 2004 üblich, der Kulturpolitik im weitesten Sinne. Viele Entscheider aus Bund und

Land werden an den Podien teilnehmen. Sie werden vollständig aufgezeichnet und in den nachfolgenden Wochen sonntags um 19.05 Uhr in WDR 3 ausgestrahlt.

puk: Lässt sich mit einem Großereignis wie dem WDR 3-Kulturpartnerfest neues Publikum gewinnen oder vorhandenes binden?

Karlst: Wenn die Programminhalte und der technische Ablauf halten, was die Planung verspricht, dann werden wir ohne Frage neue Hörer und auch neue Theater-, Konzert- und Museumsbesucher gewinnen. Bei dem Enthusiasmus, mit dem die WDR 3-Kulturpartner und alle beteiligten Bereiche des WDR bei der Sache sind, wird der Funken schon überspringen. Das Besondere des Kulturpartnerfestes besteht aber nicht darin, ein Leuchturn-Event zu sein, sondern ein Netzwerk-Ereignis, das sich durch seine Breite und seine Tiefe auszeichnet. Ein Kulturfest unter Beteiligung von sechs Städten und mehr als 50 großen Kultureinrichtungen in Kooperation mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk eines Landes hat es nach unserer Kenntnis bislang nicht gegeben. Diese Gemeinsamkeit ist das eigentlich positive Signal.

Interview: Sven Crefeld ■

Kulturpartnerschaften

Unter dem Motto „Partnerschaft für mehr Kultur“ arbeitet das Kulturradio WDR 3 mit Theatern, Konzerthäusern, Museen, Kulturorganisationen, Festivals, Theater- und Museumsnächten in Nordrhein-Westfalen eng zusammen. Ziel ist eine möglichst direkte Zielgruppenwerbung für die Veranstaltungen der Kulturpartner ohne Belastung ihrer Etats. Angesichts schrumpfender Etats wird es immer wichtiger, durch Werbung keine Mittel zu binden, die der künstlerischen Produktion vorbehalten bleiben müssten. Motiv des Partnerschaftskonzeptes ist es, angesichts immer geringer werdender Eigenmittel neue Möglichkeiten gegenseitiger Unterstützung zu eröffnen und die jeweils vorhandenen Medien für die eigene Werbekraft der Kultur zu nutzen.

Weitere Informationen unter www.wdr.de

Prof. Karl Karst

geboren am 24.10.1956. Journalistische Tätigkeiten für die FAZ, den Kölner Stadtanzeiger und epd-Medien. Redaktionserfahrungen beim Bayrischen und beim Süddeutschen Rundfunk. Seit 1999 Programmchef bei WDR 3, dem Kulturradio des WDR. Lehraufträge an den Universitäten Köln, Essen, Leipzig und Siegen (dort seit 2000 Ehrenprofessor für Medienwissenschaft). Mitglied der künstlerischen Leitung der MusikTriennale Köln.