

*Angesichts stagnierender oder reduzierter Eigenmittel nahezu aller Kultureinrichtungen rief WDR 3 im Jahr 2000 sein Kulturpartnerschaftsmodell ins Leben. Es zielt auf eine dauerhafte und unentgeltliche Kooperation der Kulturträger des Landes, die sich bzw. ihre Programme mit ihren je eigenen Mitteln wechselseitig unterstützen. Rund 80 feste Partnerschaften mit Museen, Theatern, Konzerthäusern und Festivals gibt es zurzeit. Zwei Sichtweisen auf das Modell.*

**Z**um Jahresende 2000 erging eine Anfrage an etwa 40 große Kultureinrichtungen in Nordrhein-Westfalen, ob sie Interesse daran hätten, mit dem Kulturradio des WDR eine dauerhafte – und nicht nur punktuelle – Partnerschaft einzugehen, die ohne Geldfluss die Kommunikation der Programmleistungen beider Seiten fördern sollte.

#### *Die Idee: langfristige Kooperation in Zeiten reduzierter Kultur-Etats*

Auf das an 40 Institutionen verschickte Rundschreiben kamen mehr positive Antworten, als Anfragen versandt worden waren. Das hatte seinen Grund: Die Idee der WDR 3-Kulturpartnerschaften, die ein kulturaffines und dem Profil des Programms WDR 3 angemessenes Modell der Kooperation anstrebte, war bereits in einem Pilotprojekt während der Kölner MusikTriennale 2000 getestet und in verschiedenen Gremien der Landeskultur und des WDR kommuniziert worden. Das Interesse der NRW-Kulturträger, sich mit dem größten Kulturmedium des Landes zu verbinden, war offensichtlich groß.

Die Idee eines vertraglich fixierten und auf Dauer angelegten Partnerschaftsmodells resultierte aus der Unzufriedenheit der Programmleitung WDR 3 mit den punktuellen »Präsentationen«, wie sie in den meisten Radioprogrammen, auch in WDR 3, anzutreffen waren. Stattdessen sollte eine profildgerechte, qualitätsbezogene und beiderseitig bindende Partnerschaft zwischen dem Kulturradio des WDR und den interessierten Kultureinrichtungen des Sendegebiets entstehen: eine solide, auf Langfristigkeit und Nachhaltigkeit angelegte Zusammenarbeit, ein Bündnis mit Mehrwertorientierung ohne Geldfluss – eine auf die Kulturinteressierten des Landes ausgerichtete »Partnerschaft für mehr Kultur«.

## Partnerschaft für mehr Kultur

Das WDR 3-Kulturpartnermodell  
Von Ulrike Ries-Augustin  
und Karl Karst



Big Band der Westfälischen Schule für Musik

#### *Der Start: landesweit überragendes Interesse*

Unter diesem Motto kommunizierte WDR 3 das neue Modell am 2. 5. 2002 erstmals öffentlich im Rahmen des ersten »WDR 3 Kulturpartnertreffens« auf der Zeche Zollverein in Essen. Neben den Programm-Verantwortlichen des WDR und Vertreterinnen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit waren nicht nur die zu diesem Zeitpunkt bereits beigetretenen 45 Kulturpartner präsent, sondern darüber hinaus auch eine Großzahl der Kulturverantwortlichen des Landes.



Der Kinderchor »Kolibri« beim WDR 3-Kulturpartnerfest 2006 in Münster

Die Kraft und Wirkung dieses neuen Netzwerks zeigte sich bereits dort, und zwischen einigen Kulturpartnern entstanden gleich neue Projekte. Das Ziel, angesichts geringer werdender Eigenmittel neue Möglichkeiten gegenseitiger Unterstützung der Kulturträger des Landes zu eröffnen und die jeweils vorhandenen eigenen Medien für eine verstärkte Kommunikation der Kulturangebote zu nutzen, erwies sich sehr früh als realistisch und realisierbar.

### *Das Prinzip: redaktionelle Unabhängigkeit gewahrt*

Die vertraglich fixierten Eckdaten der WDR3-Kulturpartnerschaft sind als Rahmenvereinbarung mit den jeweiligen Partnern angelegt und sehr allgemein: WDR3 sagt seine Bereitschaft zu, nach eigenem Ermessen die Veranstaltungen seiner Kulturpartner mit professionell gestalteten Radiospots (keine Eigenproduktionen der Partner) anzukündigen. Aufgrund der Gesetzeslage gibt es keine Aussage über Zahl, Inhalt und Häufigkeit der Spots.

Ihre Auswahl und Produktion liegt in der Hand eines Mitarbeiterteams, das strikt von den journalistischen Redaktionen der aktuellen Kultur WDR3 getrennt arbeitet. So kann es vorkommen, dass eine Veranstaltung, auf die in den Kulturpartnerspots hingewiesen wurde, in einer Rezension der Sendungen »Mosaik« oder »Resonanzen« stark kritisiert wird – und dies erstaunlicherweise mit ausdrücklichem Verständnis der Partner von WDR3.

Die WDR3-Partner schätzen diese Unabhängigkeit und Kritikfähigkeit, die gegenseitig gilt. Sie ist Grundlage der Glaubwürdigkeit und auch des Imagetransfers, das die Kulturpartnerschaft nach diesem Modell ermöglicht.

Die Verpflichtung der Kulturpartner besteht im Wesentlichen darin, in ihren Publikationen und Räumen auf das Kulturprogramm WDR3 hinzuweisen. Darüber hinaus sind die Internetseiten der Kulturpartner mit denen von WDR3 wechselseitig verlinkt. Kooperationsprojekte wie öffentliche Veranstaltungen, Kulturpartnerfeste, gemeinsame Foren sind nicht vertraglich fixiert.

Seit 2004 gibt es einen Aufnahmestopp. Zur Qualitätssicherung wurde die Höchstgrenze des Netzwerks bei 80 dauerhaften Kulturpartnern festgelegt. Flexible, zeitlich befristete Partnerschaften sind weiterhin möglich und bestehen punktuell mit rund 25 Festivals, Theater- und Museumsnächten.

### *Der Gewinn: Plattform für die Kulturen des Landes*

Als einziges Kulturvollprogramm Nordrhein-Westfalens ist WDR3 heute (zumal mit sechs Stunden aktueller Kultur werktäglich) unzweifelhaft das zentrale Feuilleton für NRW. Es schafft eine Plattform für die Kultur(en) seines Sendegebiets, wie sie kein anderes Medium herstellen kann. Keine Zeitung, schon gar keine Zeitschrift und auch nicht das Fernsehen erreichen die Zielgruppe der Kulturinteressierten



*Tanzperformance beim  
WDR3-Kulturpartnerfest in Duisburg*

des Landes so treffgenau und zugleich in einer solchen Zahl wie das öffentlich-rechtliche Kulturradio. Dies gilt im Übrigen für alle vergleichbaren Programme der ARD.

Der Nutzen ist sowohl für WDR3 als auch für die Kulturpartner und schließlich als Imagefaktor für alle Beteiligten und auch den WDR insgesamt erwiesenermaßen sehr hoch. Die Kulturpartnerschaft mit WDR3 erweist sich für die Partner als Qualitätssiegel; sie fördert die Auslastung und damit auch die wirtschaftliche Stabilität der Kultur in NRW.

Für WDR3 ist das Modell ein profilstärkendes Alleinstellungsmerkmal. Es trägt dazu bei, das einzige landesweite Kulturvollprogramm mit rund 1,5 Millionen regelmäßigen Hörern noch stärker im Bewusstsein der Öffentlichkeit zu verankern.

Die 2002 initiierten »WDR3-Kulturpartnertreffen« haben sich zu einem Forum des Austauschs unter den Kulturpartnern und Kulturinstitutionen in NRW entwickelt. Im Rahmen des zweiten Kulturpartnertreffens erfolgte der Start der Reihe das »Kulturpolitische Forum WDR3«, das seither regelmäßig an wechselnden Orten in Nordrhein-Westfalen stattfindet. Beim dritten Kulturpartnertreffen im Jahre 2004 schließlich wurde die Idee eines landesweiten Festes der Kulturpartner geboren.



WDR3-Kulturpartnerfest in Marl: Besucherin mit dem »Dissorientierungskopfhörer« von Pierre-Laurent Cassière

**Ein Kulturereignis der Superlative:  
Das WDR3-Kulturpartnerfest 2006**

Am 2. 9. 2006 präsentierten sich – zum 50. Geburtstag des WDR – rund 50 Kulturpartner von WDR3 in den Städten Detmold, Duisburg, Essen, Köln, Marl und Münster: Auf insgesamt 20 Bühnen wurden rund 200 Stunden kostenloses Programm geboten, das die gesamte Palette kultureller Darbietungen beinhaltet. Das Kulturradio WDR3 übertrug an diesem Tag zwölf Stunden lang live aus allen sechs Städten, das WDR Fernsehen sendete eine Stunde live aus Essen. Mehr als 60 000 Menschen kamen zu den Veranstaltungen, ein überwiegender Teil davon Erstbesucher.

Ein ähnlich groß dimensioniertes Kulturprogramm hatte es bislang in NRW nicht gegeben. Das betrifft nicht nur die Organisation und Logistik der Veranstaltungen allein, sondern auch deren mediale Vermittlung: Die Kommunikation- und Marketingmaßnahmen der Partner, die Präsenz in Presse, Radio und Fernsehen und die technische Umsetzung – der gesamte Ü-Wagenpark des WDR war im Einsatz – machten dieses Kulturfest zum bisher vermutlich größten Kulturereignis in Europa.



**Ulrike Ries-Augustin** WDR, Leiterin der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit des WDR, betreut das Kulturpartnermodell praktisch.

**Karl Karst** WDR, Programmchef des Kulturprogramms WDR3 und Initiator des Kulturpartnerschaftsmodells



## Gewinn für alle

Von Alfred Wendel

**W**as nützt es, großes Theater und überwältigende Musik darzubieten, Meisterwerke der Bildenden Kunst zu zeigen oder Dichterlesungen zu veranstalten, die ein Leben verändern würden – und niemand geht hin!

Kulturschaffende und -anbieter haben ein Kommunikationsproblem. Nahezu allen Institutionen fehlt es nach jahrelangen Sparmaßnahmen an Werbeetats, die es ermöglichen, wenigstens die interessierte Öffentlichkeit in angemessener Breite über ihre Kunstproduktionen zu informieren. Von dem bislang noch nicht interessierten, größeren Teil der Bevölkerung, den es zu gewinnen gilt, ganz zu schweigen.

Wer nicht in der Lage ist, zumindest die, die es wissen wollen, mit Informationen zu erreichen, braucht sich über schlechte Auslastungszahlen nicht zu wundern.

### Konzept für mehr mediale Präsenz

WDR3 hat neue Wege aufgetan und den großen Kulturinstitutionen in NRW ein Instrument an die Hand gegeben, Kunstliebende landesweit über bevorstehende Kulturereignisse zu unterrichten. Mit professionellen Radiospots, die



*Die Duisburger Philharmoniker unter Generalmusikdirektor Jonathan Darlington beim Abschlusskonzert der Spielzeit 2006/2007*

seriös informieren und dennoch »anmachen« und im Bereich der auditiven Künste unmittelbar Kostproben vermitteln können, die Lust auf mehr machen. Für viele Veranstalter brachte dies einen Quantensprung in der überregionalen Wahrnehmung. Für nicht wenige dürfte damit überhaupt erst eine landesweite mediale Existenz begonnen haben.

Als frisch gebackener Projektleiter des Klavier Festivals Ruhr gelangte ich 2000 durch einen glücklichen Zufall in den Kreis der Kulturpartner der ersten Stunde. Wenige Wochen nach dem Antritt meiner neuen Aufgabe besuchte ich eine Podiumsdiskussion zu der Frage, ob das Ruhrgebiet gegenüber anderen Regionen im Sendegebiet des WDR hinsichtlich kultureller Berichterstattung unterrepräsentiert sei. Auf meine kecke Anfrage an die damalige Hörfunkdirektorin Monika Piel, ob der WDR nicht an einer Medienpartnerschaft mit dem weltweit größten Klavierfestival interessiert sein könnte, erhielt ich überrascht die lässige Antwort, natürlich, man habe gerade ein neues Instrument für solche Fälle entwickelt: Die WDR3-Kulturpartnerschaft.

#### *Durch Rundfunktrailer Auslastung gesteigert*

In der Anfangsphase der Partnerschaft haben das Festival-Team und das Kulturpartnerteam bei WDR3 neugierig verfolgt und analysiert, ob das Konzept aufgeht und die Trailer die erhoffte Wirkung zeigten. Die Frage war bald eindeutig mit »Ja« zu beantworten. Bei einzelnen Konzerten, die zuvor im Hinblick auf die Publikumszahlen Sorgen bereitet hatten, stieg die Nachfrage infolge der Veranstaltungshinweise signifikant an. In Gesprächen an der Abend-



*Tanz- und Klangperformance beim WDR3-Kulturpartnerfest 2006 in Marl*

kasse erzählten kurz entschlossene Besucher häufig, von dem entsprechenden Konzert im Radio erfahren zu haben. Es wurde schnell klar, dass die gesendeten Botschaften ankamen und dass diese Kooperation für uns auf der Veranstalterseite jedenfalls ein Glücksfall war. Ohne die WDR3-Kulturpartnerschaft wäre es ohne Zweifel erheblich langwieriger gewesen, das Klavier Festival Ruhr auch über die Grenzen des Ruhrgebiets hinaus als eines der bedeutenden Kulturereignisse des Landes zu etablieren.

Ergänzend zu den Trailern verbreiten bei ausgewählten Events WDR3-Präsentationsstände neben den Hörfunkprogrammen auch die aktuellen Jahresprogramme der Kulturpartner über das gesamte Sendegebiet. Stelen in den Foyers der Veranstaltungsräume machen zudem auf die Zusammenarbeit aufmerksam.

#### *Positiver Imagnettransfer inklusive*

Diese Präsentationsmöglichkeit und der Hinweis auf die Partnerschaft mit WDR3 in den Printmedien der beteiligten Kulturinstitutionen sind die Gegenleistung für die Ausstrahlung der Radiospots. Dadurch gelangt das Kulturradio WDR3 verstärkt ins Bewusstsein von Theater-,

Konzert-, Opern- und Museumsbesuchern. Und zwar nicht nur als Radiowelle im Äther, sondern auch als lebendige Kulturinstitution greifbar vor Ort.

So verankert sich der WDR in der öffentlichen Wahrnehmung als aktiver Kulturfaktor im Land, der auch selbst Konzerte und Festivals veranstaltet, der durch seine Klangkörper die Konzertlandschaft in NRW bereichert. Zu den seit langem gepflegten Fördermaßnahmen gehören die zahlreichen Konzertmitschnitte beispielsweise im Rahmen der »WDR3-Städtekonzerte«, die allen Kulturorchestern in NRW die Möglichkeit bieten, sich einmal im Jahr den Radiohörern in ganz Nordrhein-Westfalen vorzustellen. Das Publikum der Duisburger Philharmoniker nimmt es stets mit Stolz zur Kenntnis, wenn »der Sender« in irgendeiner Form anwesend ist, sei es mit dem Ü-Wagen oder mit dem Kulturpartnerstand. Denn das Label WDR3 ist ein Qualitätssiegel. So ist unser Beitrag zur Kulturpartnerschaft letztlich noch eine Auszeichnung für uns selbst. Mehr gewinnen kann man nicht. Für WDR3 schafft das zweifellos Sympathien.

Der »Club« der Kulturpartner hat sich als Ideenschmiede erwiesen. Hier wurden längst Konkurrenzängste durch Synergiesuche ersetzt und immer wieder bilaterale Kooperationen angebahnt. Der Gedanke, in gemeinsamen Aktivitäten die Kräfte zu bündeln, kulminierte im September 2006 im ersten landesweiten Kulturpartnerfest. Der an Tollkühnheit grenzende Entschluss des WDR3-Programmchefs Karl Karst, diese Vision anlässlich des 50-jährigen Bestehens des WDR Wirklichkeit werden zu lassen, machte endgültig deutlich, welches Potenzial in der Kulturpartnerschaft steckt.

Kunst mobilisierte Massen: Kinder, Jugendliche und Erwachsene. In sechs Städten Nordrhein-Westfalens fanden gleichzeitig ganztägige Kunstfeste mit Kulturprogramm aus allen Sparten statt. Und aus allen Städten wurde ganztägig live im WDR3-Kulturradio übertragen. So findet Kunst neue Freunde und Eingang in das Bewusstsein breiterer Bevölkerungsschichten.

Die WDR3-Kulturpartnerschaft ist ein Modellfall. Weil sie vor allem eine wirkliche Partnerschaft ist, bei der alle Beteiligten nur gewinnen können. In der Kultivierung dieses idealen



### *Produktive Vernetzung der Kulturpartner*

Als ein weiterer wichtiger Aspekt der Kulturpartnerschaft über den ursprünglichen Zweck hinaus hat sich die Vernetzung der beteiligten Kulturinstitutionen untereinander herausgestellt. Bei den regelmäßig stattfindenden Kulturpartnertreffen begegnen sich die Akteure der NRW-Kulturszene zum Gedankenaustausch. Es wirkt aufbauend zu erleben, dass es viele sind, die die eigene Begeisterung teilen. Dass man keineswegs allein steht mit der Überzeugung, dass Kinderkonzerte oder eine Operninszenierung wichtiger sein können als eine zusätzliche Ampelanlage an der Autobahnauffahrt. Dass Sinnstiftung vielleicht im Augenblick entscheidender ist als Zuflussregulierung.

*Eröffnung der Mercatorhalle Duisburg: Tansu-Dun-Aufführung der Duisburger Philharmoniker*

Beziehungstypus ist sie selbst schon ein Stück Kultur, und so wundert es nicht, dass das Erfolgsmodell Nachahmer gefunden hat. Denn auch in anderen Bundesländern hat man erkannt, dass es förderlich ist, wenn sich öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten mit den jeweiligen Kulturinstitutionen vor Ort zusammentun, um gemeinsam das kulturelle Leben zu stärken und in der Gesellschaft zu verwurzeln.



**Alfred Wendel**, Intendant der Duisburger Philharmoniker, davor Projektleiter des Klavier Festivals Ruhr, WDR3-Kulturpartner der ersten Stunde