



Regionsprogramm Kultur • Phase 1 «Datenerhebung» Schlussbericht

6. Juni 2007

Projektleitung

Pipo Kofmehl und Heinz Urben

Kontaktadresse:

achaos bildung & Information • Untere Steingrubenstrasse 19 • 4500 Solothurn
Tel. & Fax 032 623 57 07 • info@achaos.ch

Leitgedanken zum Begriff Kultur

Wie Menschen zusammen leben, wie sie Verantwortung wahrnehmen, welche Werthaltungen sie miteinander vereinbaren, welche ethischen Grundsätze sie pflegen – all das sind letztendlich kulturelle Fragen. Kultur ist der Humus, auf dem sich die Lebensqualität einer Gesellschaft entwickeln kann. In diesem Sinne ist Kultur immer auch Politik und Politik ist Kultur. Wer also die Kultur hütet und pflegt, fördert das Gemeinwohl und die Lebensqualität. Kulturelles Leben fördert die Phantasie und schafft so immer wieder Voraussetzungen für eine solidarische Haltung. Wo Kultur fehlt oder verschwindet, wird Platz frei für Gewalt.

Nachfolgend drei Definitionen:

«Kultur ist die Gesamtheit der geistigen und der künstlerischen Lebensäußerung.»

Duden

«Kultur ist alles, was dem Individuum erlaubt, sich gegenüber der Welt, der Gesellschaft und auch gegenüber dem heimatlichen Erbgut zurechtzufinden; alles, was dazu führt, dass der Mensch seine Lage besser begreift, um sie unter Umständen verändern zu können.»

Eroparat

«Die Kultur umfasst die Strukturen, Ausdrucksformen und Bedingungen des Lebens einer Gesellschaft und die verschiedenen Arten, mit denen sich das Individuum in dieser Gesellschaft zum Ausdruck bringt und erfüllt.»

Unesco

Ausgangslage

Im Rahmen des Projektes «Solothurn Services» wurde von einem renommierten Beratungsbüro in einer breit angelegten Untersuchung mit grossem Konsens herausgefunden, dass Solothurn einen entscheidenden Standortvorteil hat – nämlich das sehr heterogene und breite Kulturangebot. Der USP heisst Kultur! Solothurn ist eine Kulturstadt! So steht es in den Konzeptpapieren.

Nur – dieses viel gelobte, breite und anspruchsvolle Kulturprogramm mit überregionaler Ausstrahlung wird momentan oft ehrenamtlich und zum Teil ohne genügende finanzielle Unterstützung organisiert. Wie lange ein Veranstalter durchhält, ist heute ein Frage der Selbstausbeutung. Ist niemand mehr da, so verschwinden Veranstalter, die mit langjährigem Engagement die Solothurner Kulturszene geprägt haben, sang und klanglos.

Will man also künftig verhindern, dass hoch stehende kulturelle Angebote mit überregionaler Ausstrahlung in der provinziellen Bedeutungslosigkeit versinken, ganz verschwinden oder sich in den Angeboten des Mainstreams bedienen, brauchen wir dringend ein für Stadt und Region gerechtes Finanzierungsmodell, eine bessere finanzielle Unterstützung und entsprechende Rahmenbedingungen.

Doch woher sollen die finanziellen Mittel dafür kommen? Die Beiträge an kulturelle Institutionen der Stadt Solothurn sind bereits jetzt ausserordentlich hoch. Im gesamtschweizerischen Vergleich liegt Solothurn mit Kulturausgaben von Fr. 624.– pro Kopf und Jahr an dritter Stelle. Die Kleinstadt Solothurn ist Zentrum einer ca. sechsmal grösseren Agglomeration, für die sie momentan den Grossteil des kulturellen Angebotes, mehrheitlich genutzt von der regionalen Bevölkerung, alleine unterstützt und subventioniert.

Eine gerechte Finanzierung und die Sicherstellung der traditionellen Betriebe im Kulturzentrum Solothurn ist eine kulturpolitische Herausforderung, die Stadt und Region gemeinsam angehen müssen. Das vorliegende Material der breit angelegten Datenerhebung der Phase 1 im Regionsprogramm Kultur ist ein erster Schritt dazu.

Fahrplan der Datenerhebung

September 2005 – Juni 2006	Erhebung der Postleitzahlen in den Solothurner Kulturbetrieben
Februar – Oktober 2006	Veranstalter füllen Fragebogen mit allen wichtigen Kennzahlen zu ihrem Kulturbetrieb aus <ul style="list-style-type: none">• Finanzierung• Arbeitsaufwand zur Sicherstellung des Betriebs• Personal• Angebot• Altersstruktur Interviews mit allen Veranstaltern und Festlegung des Subventionsbedarfs für die Sicherstellung der Betriebe
November 2006 – Mai 2007	Kontrolle und Erfassung des Datenmaterials Auswertung des Datenmaterials Schlussbericht mit Zusammenfassung und Fazit
6. Juni 2007	Schlussveranstaltung in der Kulturfabrik Kofmehl Präsentation und Diskussion der Ergebnisse der Phase 1 unter dem Motto «Kultur ist uns nicht Wurst – jetzt gehts um die Wurst und das ist kein Käse»

An der Datenerhebung beteiligte Kultinstitutionen und verantwortlichen Personen

Altes Spital

www.altesspital.ch

Architekturforum im Touringhaus

www.touringhaus.ch

Bewegungskultur

www.bewegungskultur.org

Classic Openair

www.classic-openair.ch

Frag-Art

www.fragart.ch

Haus der Kunst St. Josef

www.hausderkunst.ch

Historisches Museum Blumenstein

www.solothurn.ch

Jazz Club Solothurn

www.jazzclubsolothurn.ch

Jazz im Chutz

www.jazzimchutz.ch

Kantorei der Stadtkirche Solothurn

www.kantorei-so.ch

Kreuz Kultur

www.kreuzkultur.ch

Kulturfabrik Kofmehl

www.kofmehl.net

Kulturgarage

www.kulturgarage.ch

Kultur im Uferbau

Kulturm

www.kulturm.ch

Künstlerhaus S11

www.s11.ch

Kunstmuseum

www.solothurn.ch

Naturmuseum

www.solothurn.ch

Nightbus Solothurn

www.nightbus.ch

Solothurner Filmtage

www.solothurnerfilmtage.ch

Solothurner Literaturtage

www.literatur.ch

Stadtheater Biel-Solothurn

www.theater-solothurn.ch

Theater Mausefalle Solothurn

www.mausefalle.ch

Zentralbibliothek

www.zbsolothurn.ch

Verantwortlich für die

- Konzeption
- Realisation
- Auswertung
- Präsentation
- Projektleitung

der Phase 1 «Datenerhebung» sind

Pipo Kofmehl (032 621 20 60, info@kofmehl.net) und

Heinz Urben (032 623 57 07, info@achaos.ch)

Die drei Phasen des Regionsprogramm Kultur

Phase 1 «Datenerhebung»

Um ein genaues Bild zu bekommen, wer was nutzt, wurden in der ersten Phase, während der Kultursaison 05/06, in den Solothurner Kulturbetrieben die Postleitzahlen der BesucherInnen gesammelt.

In einem zweiten Schritt ist mit detaillierten Fragebogen die Finanzierung, Organisation, Struktur, der Personalaufwand, der Geldrückfluss in Stadt und Region und das Angebot der einzelnen Kulturbetriebe erfasst worden. Anhand dieses Datenmaterials hat die Projektleitung in persönlichen Interviews mit allen Beteiligten den genauen Subventionsbedarf für die Sicherstellung des Betriebs festgelegt.

Abgeschlossen wird die Phase 1 mit der Veranstaltung am 6. Juni 2007 in der Kulturfabrik Kofmehl, an der die Ergebnisse der Datenerhebung den VertreterInnen der Regionsgemeinden, sowie der Stadt und des Kantons Solothurn vorgestellt und diskutiert werden.

Kosten der Phase 1: Fr. 90'000

Finanziert wurde diese Phase mit Beiträgen der Regionsgemeinden, der Stadt und des Kantons Solothurn, sowie der Stiftung zur Förderung der Jugendkultur im Kanton Solothurn.

Phase 2 «Umsetzungsplanung»

Wenn sich an der Schlussveranstaltung vom 6. Juni 2007 zeigt, dass die Regionsgemeinden bereit sind, gemeinsam mit der Stadt kooperative Lösungen für eine neue Finanzierungsstruktur zur Sicherstellung der Solothurner Kulturbetriebe zu erarbeiten, startet im Juli 2007 die Phase 2 des Regionsprogramm Kultur.

In dieser Phase geht es primär darum, dass die Ergebnisse der aufwändigen Datenerhebung der

Phase 1 nicht ohne nachhaltige Wirkung «schubladisiert» werden.

Es soll sichergestellt werden, dass

- auf Grund des vorliegenden Materials in den Gemeinden tatsächlich eine kulturpolitische Auseinandersetzung stattfindet
- nach möglichen Lösungen und Modellen aktiv gesucht wird
- die kulturpolitischen Entscheidungsträger als auch die kulturpolitisch interessierte Bevölkerung in den Regionsgemeinden gut informiert sind
- mögliche Umsetzungsprobleme und Widerstände erkannt und taugliche Hilfeleistungen definiert sind

Mit folgenden Massnahmen sollen diese Ziele erreicht werden:

Die VertreterInnen der politischen Parteien in den Regionsgemeinden werden über die Ergebnisse der Datenerhebung informiert und für ein kulturpolitisches Engagement motiviert.

In Hearings der Projektleitung mit den Gemeindepräsidenten sollen folgende Fragen geklärt werden:

- Wie geht es weiter?
- Wie wird informiert?
- Wie sieht der Zeitrahmen aus?
- Wie könnte ein neues Finanzierungsmodell für die städtischen Kulturbetriebe aussehen?
- Welche Meilensteine sollen bis wann erreicht werden?
- Wo zeigen sich Probleme und Widerstände?
- Wie sollen Probleme gelöst und Widerstände behoben werden?
- Welche Unterstützung ist nötig?

Die Ergebnisse der Hearings werden in einer Arbeitsgruppe überprüft und ausgewertet und daraus resultierende Massnahmen definiert und umgesetzt.

Die Ergebnisse werden in einem Schlussbericht zusammengefasst, der die nötigen Schritte und Massnahmen für die Umsetzungsarbeiten in der Phase 3 aufzeigt.

Die Umsetzungsplanung der Phase 2 soll April 2009 abgeschlossen sein, so dass ab Mai 2008 die konzipierten Schritte und Massnahmen in der Phase 3 konkret umgesetzt werden können.

Kosten der Phase 2: Fr. 101'500.–

Die Finanzierung ist noch nicht sichergestellt.

Phase 3 «Umsetzung»

Zeigt sich in der Umsetzungsplanung, dass eine kooperative Weiterarbeit möglich ist, startet im Mai 2009 die Phase 3.

In dieser Phase geht es darum, das Regionsprogramm zu realisieren, indem Stadt und Regionsgemeinden die Leistungen und das Angebot der Solothurner Kulturbetriebe mittelfristig nach einem neuen Modell mitfinanzieren und sicherstellen.

Kosten und Finanzierung der Phase 3 sind noch nicht festgelegt.

Auswertung Postleitzahlen

Diagramm 1

Anteil BesucherInnen nach Kantonen

Diagramm 2

Anteil Stadt Solothurn zu Kanton Solothurn

Diagramm 3

Anteil Stadt Solothurn zu RSU

Diagramm 4

Anteil Stadt Solothurn – RSU – Regionen Grenchen und Olten – übrige Kanton Solothurn

Diagramm 5

BesucherInnen Stadt Solothurn – RSU und pro Gemeinde

Diagramm 6

Attraktivitätsfaktor des Solothurner Kulturangebots für die Stadt Solothurn und die RSU-Gemeinden

Diagramm 1 Anteil BesucherInnen nach Kantonen

Kanton	Ergebnis
SO	160216
BE	20301
ZH	3716
AG	2645
BS	1805
BL	1113
LU	928
Total	190724
Andere	
SG	541
VD	472
CH	354
TG	282
TI	262
ZG	254
GE	200
FR	460
NE	154
JU	133
SH	131
AR	106
SZ	127
VS	148
GR	62
NW	44
GL	15
OW	36
UR	32
AI	4
FL	1
Total andere	3818
Gesamtergebnis	194542

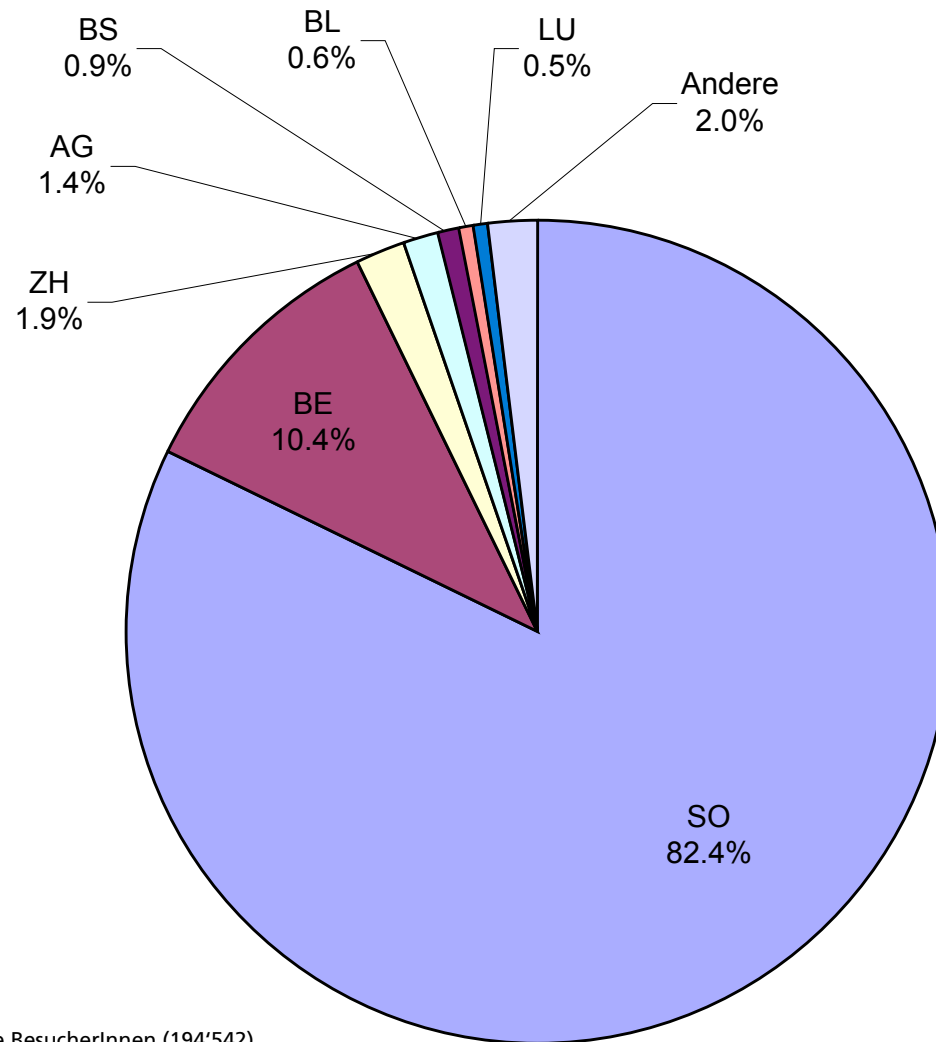
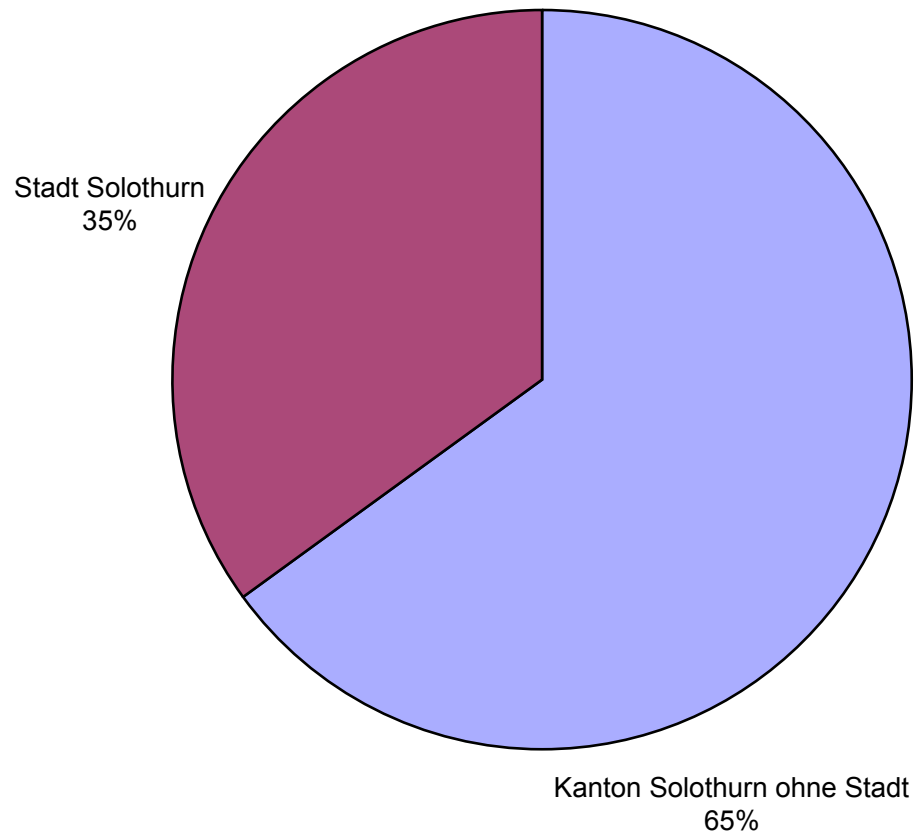
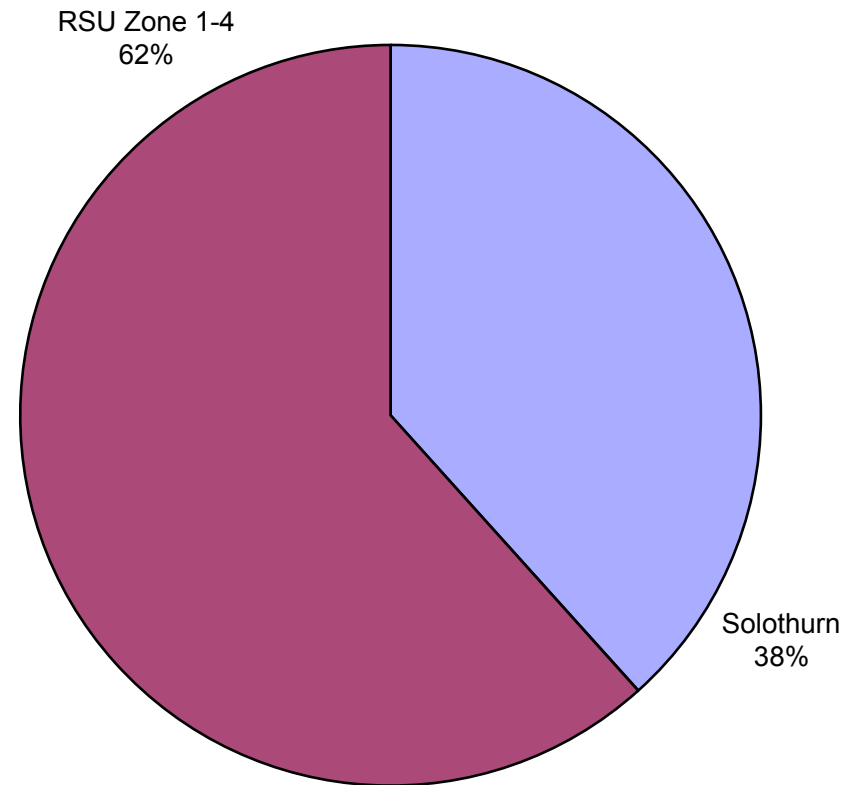


Diagramm 2 **Anteil Stadt Solothurn zu Kanton Solothurn**



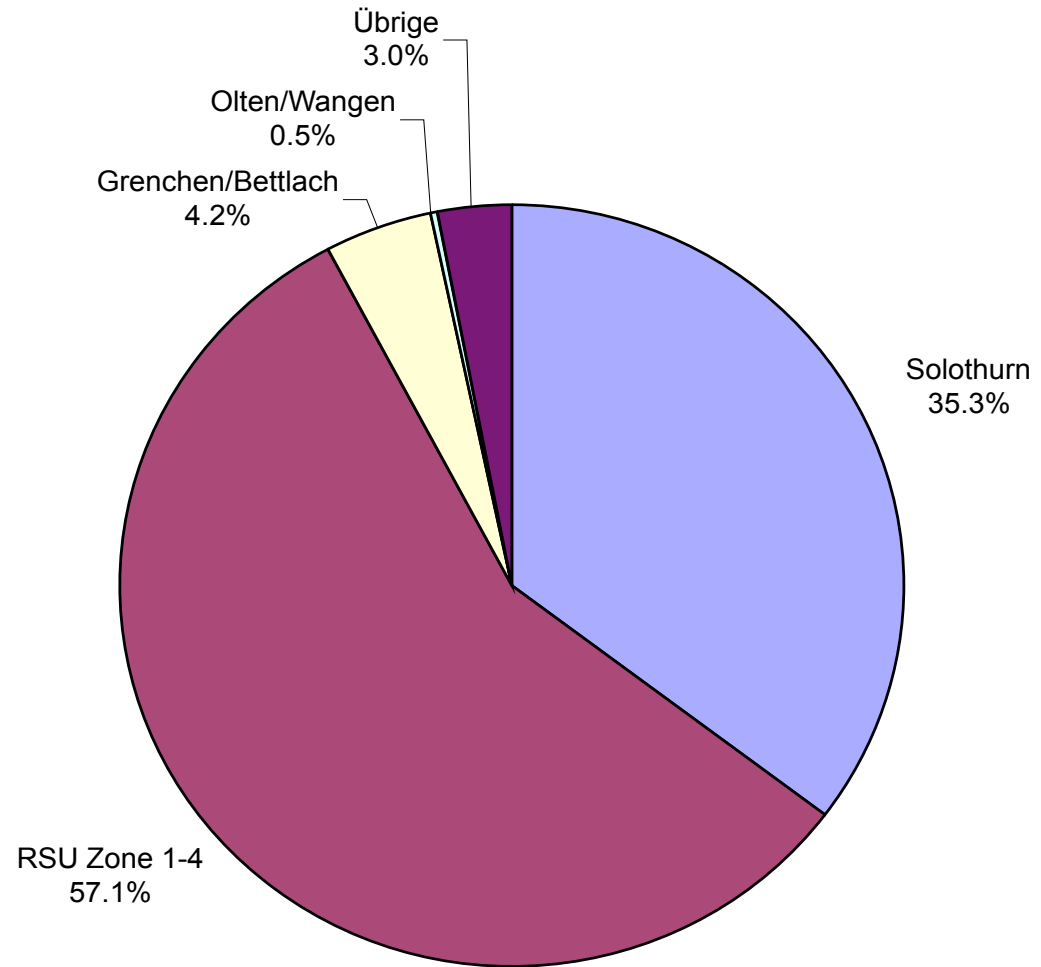
100% = alle BesucherInnen Kanton Solothurn (160'216)

Diagramm 3 **Anteil Stadt Solothurn zu RSU**



100% = alle BesucherInnen Stadt Solothurn und RSU Zone 1-4 (146'960)

Diagramm 4 **Anteil Stadt Solothurn – RSU – Regionen Grenchen und Olten – übrige Kanton Solothurn**



100% = alle BesucherInnen Kanton Solothurn (160'216)

Diagramm 5 **BesucherInnen Stadt Solothurn – RSU und pro Gemeinde**

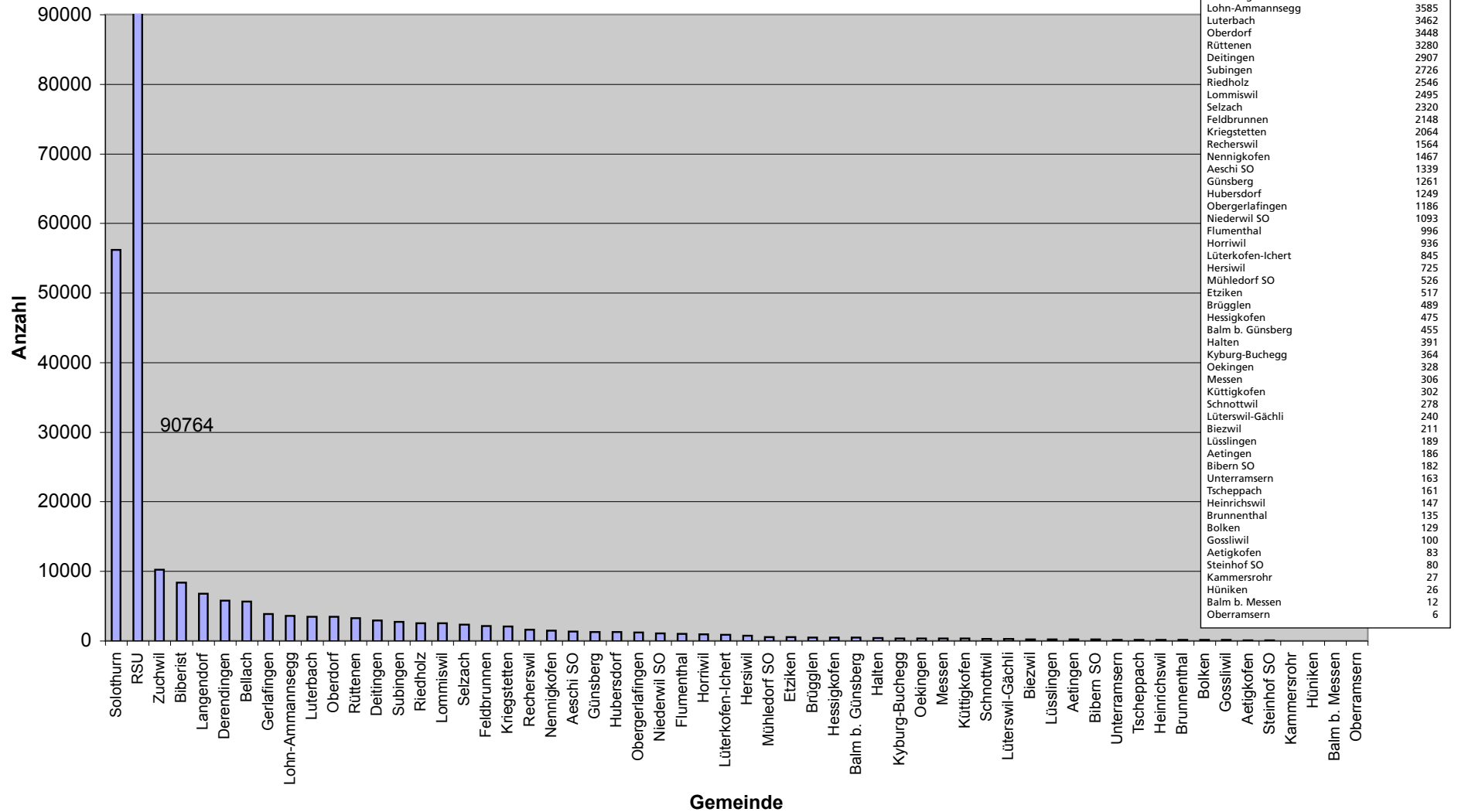
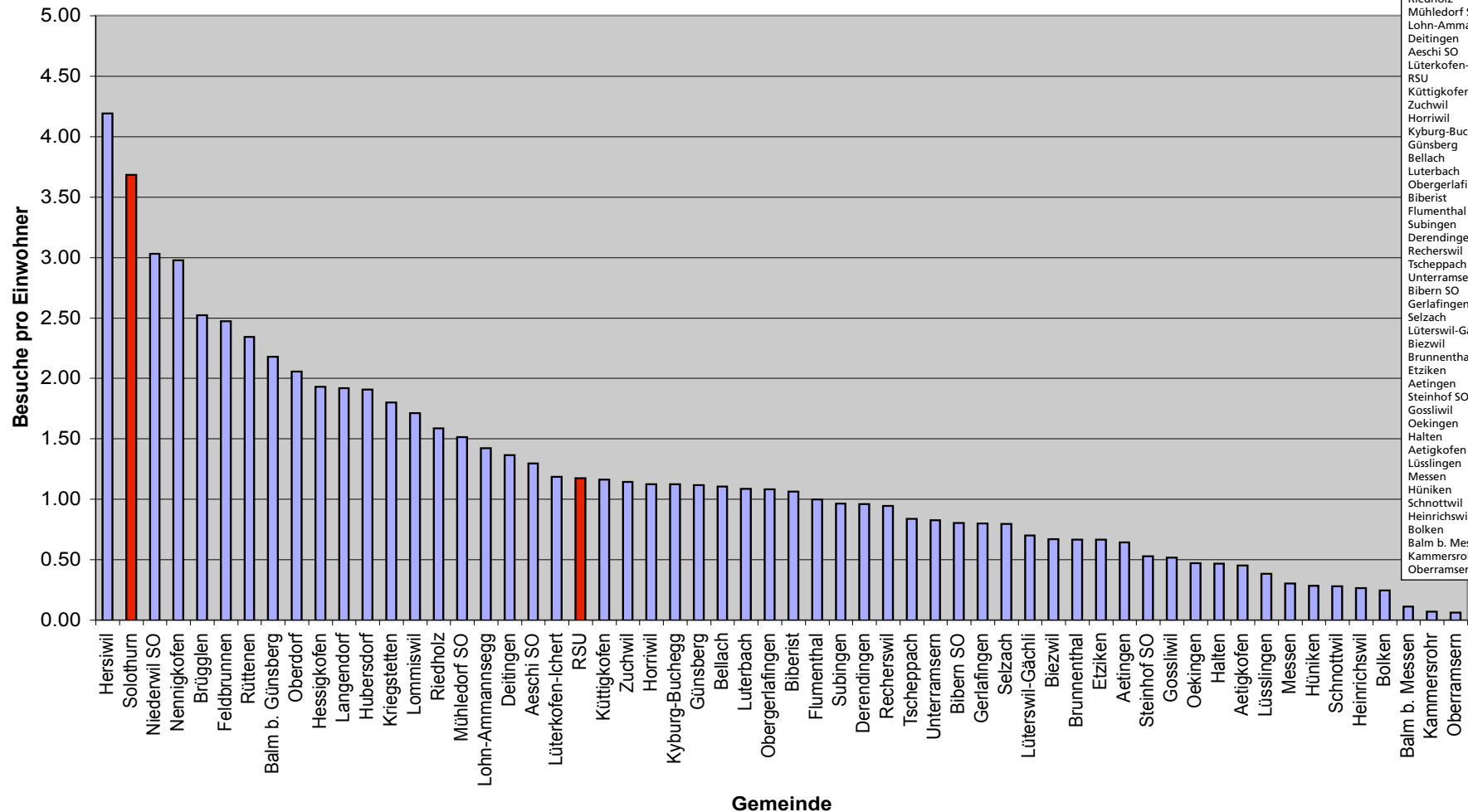


Diagramm 6 **Attraktivitätsfaktor des Solthurner Kulturangebots für die Stadt Solothurn und die RSU-Gemeinden**

Der Attraktivitätsfaktor zeigt wie oft die BesucherInnen einer Gemeinde durchschnittlich während einer Kultursaison einen Anlass im Kulturzentrum Solothurn besucht haben.
 Anzahl Besuche pro Gemeinde : EinwohnerInnenzahl = Attraktivitätsfaktor Beispiel Feldbrunnen: 2'148 Besuche : 869 EinwohnerInnen = Attraktivitätsfaktor 2.47

Ort	Attraktivität
Herswil	4.19
Solothurn	3.68
Niederwil SO	3.03
Nennigkofen	2.98
Brüggl	2.52
Feldbrunnen	2.47
Rüttenen	2.34
Balm b. Günsberg	2.18
Oberdorf	2.05
Hessigkofen	1.93
Langendorf	1.92
Hubersdorf	1.91
Kriegstetten	1.80
Lommiswil	1.71
Riedholz	1.58
Mühledorf SO	1.51
Lohn-Ammannsegg	1.42
Deitingen	1.36
Aeschi SO	1.29
Lüterkofen-Ichert	1.18
RSU	1.17
Küttigkofen	1.16
Zuchwil	1.14
Horriwil	1.12
Kyburg-Buchegg	1.12
Günsberg	1.12
Bellach	1.11
Luterbach	1.08
Obergerlafingen	1.08
Biberist	1.06
Flumenthal	1.00
Subingen	0.96
Derendingen	0.96
Rechterswil	0.94
Tscheppach	0.84
Unterramsern	0.82
Bibern SO	0.80
Gerlafingen	0.80
Selzach	0.80
Lütterswil-Gächli	0.70
Biezwil	0.67
Brunenthal	0.67
Etziken	0.64
Aetingen	0.53
Steinhof SO	0.53
Gossliwil	0.51
Oekingen	0.47
Halten	0.46
Aetigkofen	0.45
Lüsslingen	0.38
Messen	0.30
Hüniken	0.28
Schnottwil	0.28
Heinrichswil	0.26
Bolken	0.24
Balm b. Messen	0.11
Kammersrohr	0.07
Oberramsern	0.06



Fazit Postleitzahlsammlung

Diagramm 1

Das Gesamtergebnis zu Diagramm 1 zeigt, dass während der Kultursaison 05/06 194'542 mal ein Angebot in den Solothurner Kulturbetrieben konsumiert worden ist.

Bei dieser Zahl handelt es sich um die, an der Kasse der traditionellen Kulturbetriebe erfassten Eintritte. Das Gesamttotal der jährlichen Kulturkonsumationen in der Stadt Solothurn ist aber bei weitem höher, da es vor allem in den grösseren Kulturbetrieben nicht immer möglich war, über die gesamte Zeitdauer des Anlasses die Postleitzahlen zu erheben und im weiteren viele Kulturveranstalter ihre Lokalitäten für Fremdanlässe zur Verfügung stellten, an denen die Postleitzahlen nicht erhoben werden konnten. Dazu kommen noch all die Konzerte, Openairs in den Sommermonaten, Veranstaltungen in Restaurants und andern private und öffentlichen Räumen, die ebenfalls in unserem Gesamtergebnis nicht berücksichtigt sind.

Der weitaus höhere Kulturkonsum, als der von uns erfasste, ist aber für unsere Berechnungen nicht relevant, da die knapp 200'000 registrierten Eintritte durchaus repräsentativ sind, um die prozentualen Verhältnisse bezüglich Herkunft der BenutzerInnen darzustellen.

Der recht hohe Anteil an ausserkantonalen BesucherInnen (aus **allen** Kantonen der Schweiz) zeigt die überregionale Ausstrahlung, Bedeutung und Attraktivität des städtischen Kulturangebotes.

Diagramm 2, 3 und 4

In diesen drei Diagrammen ist klar ersichtlich, dass sowohl im Verhältnis Stadt und Kanton als auch im Verhältnis Region, Stadt und angrenzende Regionen das Angebot des Kulturzentrums Solothurn mehrheitlich von der kantonalen, insbesondere der Bevölkerung der RSU Gemeinden genutzt wird.

Interessant für die kulturpolitische Diskussion ist darum Diagramm 3. Vergleicht man das Verhältnis dieser HauptnutzerInnengruppe von Stadt (1/3) und RSU-Gemeinden (2/3) mit dem Verhältnis

der Mitfinanzierungsanteile der Solothurner Kulturbetriebe durch die Stadt (ca. 10 Mio.) und die Regionsgemeinden (ca. 1 Mio.) oder ausgedrückt in Pro-Kopf-Beiträgen von jährlich ca. Fr. 620.– der städtischen Bevölkerung und ca. Fr. 22.– der regionalen Bevölkerung, ergibt sich eine massive Diskrepanz zwischen Nutzung und Finanzierung.

Diagramm 5

Dieses Diagramm zeigt, dass die städtischen Kulturangebote der EinwohnerInnen aller RSU-Gemeinden von einigen, bis einigen tausend Malen genutzt werden.

Diagramm 6

Augenfällig wird in dieser Darstellung, dass das städtische Kulturprogramm für die EinwohnerInnen vieler Gemeinden eine hohe Attraktivität genießt. Bemerkenswert ist, dass alle 93'000 Menschen von Stadt und Region im Durchschnitt mindestens einmal jährlich eine kulturelle Veranstaltung in der Stadt Solothurn besuchen.

Auswertung Veranstalterdaten

Finanzierung

Der Gesamtaufwand von Fr. 21'642'457 für die Bereiche

- Verbrauchsmaterial und Waren
- Dienstleistungen
- Personal
- Spesen
- Betriebsunterhalt
- Energie und Entsorgung
- Verwaltung und Informatik
- Werbung
- Abschreibungen und Rückstellungen

wird finanziert durch

- den Kulturbetrieb (Einritte, Bar- und Restauration, Vermietung der Räumlichkeiten, Spenden und Gönnerbeiträge, Sponsoring und Mitgliederbeiträge) Fr. 5'119'732.– (24%)
- Subventionen und öffentliche Beiträge Fr. 9'391'703.– (43%)
- Andere Erträge und Eigenleistungen Fr. 7'131'022.– (33%)

Arbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand zur Sicherstellung des Betriebs, für

- Gesamtleitung
- Administration
- Finanzen
- Programmkoordination und -betreuung
- Werbung/PR
- Medienbetreuung
- Sicherstellung der Infrastruktur
- Technik und Hausdienst

beträgt

245'046 Stunden

Personal

Gesamthaft arbeiten in den Solothurner Kulturbetrieben
davon ohne finanzielle Entschädigung
sie leisten pro Jahr total
zu einem durchschnittlichen Stundenlohn von

774 Personen
259 Personen
258'406 Arbeitsstunden
Fr. 3.10

Angebot

In den Bereichen

- Konzert (Jazz, Klassik, Pop, Neue Musik)
- Theater
- Literatur
- Tanz
- Film
- Ausstellung
- Architekturvermittlung
- Soziokulturelle Veranstaltung

Total

1'413 Anlässe

Davon für eine Publikum

- unter 16 Jahren 65 Anlässe
- ab 16 Jahren 449 Anlässe
- ab 18 Jahren 361 Anlässe
- ab 20 Jahren 388 Anlässe
- ab 30 Jahren 150 Anlässe

Durchschnittsalter

Das Durchschnittsalter der Betriebsleitungen beträgt

46 Jahre

Das Durchschnittsalter der MitarbeiterInnen

35 Jahre

Fazit Datenerhebung

Die kulturelle Dimension des Kulturzentrums Solothurn

Die in der Datenerhebung erfassten Kulturbetriebe der Stadt Solothurn bieten Anlässe in einer grossen Bandbreite an. Alle kulturellen Sparten sind für eine Kleinstadt mit einem weit überdurchschnittlichen Angebot abgedeckt. Die über 1'400 Einzelanlässe pro Jahr, mit weit über 200'000 BesucherInnen, schaffen ein kulturelles Klima in Stadt und Region, das gesamtschweizerisch einzigartig ist und das zur kulturellen Identität und zum Wohlbefinden der Bevölkerung in Stadt und Region wesentlich beiträgt.

Bemerkenswert sind auch die vielen Angebote ausserhalb des Mainstreams, für die in jahrelanger Arbeit der Veranstalter ein kulturelles Qualitätsbewusstsein bei einem grösseren Publikum geschaffen wurde.

Auch für die Bildungsinstitutionen bietet das Kulturzentrum Solothurn eine breite Palette gezielter Kulturvermittlung und -förderung. Zum Beispiel im Bereich Film, mit dem speziellen Jugend- und Kinderprogramm an den Filmtagen, den Filmvorführungen in den Schulen und der Zauberlaterne, im Bereich Literatur, mit dem Kinder- und Jugendprogramm an den Literaturtagen und den Speziallesungen in den Schulen, im Bereich Theater mit speziellen Aufführungen in Schulen und Theaterarbeiten mit und für Jugendliche, der Theaterarbeit der Mausefalle, wo sich permanent über 70 Jugendliche aktiv mit Theaterarbeit auseinandersetzen, im Bereich Kunst mit den zahlreichen Workshops und Führungen für Kinder und Jugendliche in unseren Museen, im Bereich Musik mit «Applause», wo junge Bands erstmals vor grösserem Publikum auftreten können und mit vielen weiteren Angeboten von Klassik über Jazz, Neue Musik, Pop und anderen Musikstilen.

Die rund 20% BesucherInnen aus allen Kantonen der Schweiz, zeigen, dass viele kulturellen Angebote der Stadt Solothurn auch eine überregionale Ausstrahlung und Bedeutung haben.

Die wirtschaftliche Dimension des Kulturzentrums Solothurn

Eine Stadtmarketingstudie im Rahmen von «Solothurn Services» hat vor einigen Jahren gezeigt, dass das Markenzeichen von Solothurn primär durch sein breites und vielfältiges Kulturangebot geprägt ist.

Die Datenerhebung bestätigt diese Aussage und zeigt zudem, dass das Angebot von Stadt und Region rege genutzt wird und eine hohe Attraktivität geniesst. Das kulturelle Leben in der Kleinstadt Solothurn lässt sich durchaus mit grosstädtischen Angeboten vergleichen.

Für 93'000 Menschen, aber auch NeuzuzügerInnen, bietet das Kulturzentrum Solothurn einen Wohn- und Lebensraum abseits der grossen Zentren, ohne dass sie dabei auf ein vielfältiges und qualitativ hochstehendes Kulturangebot in nächster Nähe verzichten müssen.

Dazu kommt, dass die Solothurner Kulturbetriebe auch ökonomisch einen beachtlichen Nutzen bringen. Mit rund 20 Mio. Franken, die sie jährlich in Stadt und Region umsetzen, tragen sie sicher wesentlich zum wirtschaftlichen Erfolg vieler Unternehmen bei.

Mit über 500 bezahlten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist das Kulturzentrum zudem ein nicht zu unterschätzender Arbeitgeber für Stadt und Region. Weitere 250 Menschen arbeiten in den Solothurner Kulturbetrieben mit viel Herzblut und Engagement ohne finanzielle Entschädigung, obwohl sie wesentlich zum wirtschaftlichen und kulturellen Wert der Solothurner Kultur beitragen.

Nicht zuletzt ist es ein Verdienst der städtischen Kulturinstitutionen, dass der Name «Solothurn» als Brand national aber international bekannt ist und ein gutes Renommee geniesst.

Die soziale Dimension des Kulturzentrums Solothurn

Jedes kulturelle Engagement, ob rezeptiv oder produktiv, ist grundsätzlich gemeinschaftsbildend. Miteinander ein kulturelles Angebot zu konsumieren, gemeinsam darüber zu reflektieren oder einen Anlass zu organisieren, ist in der Regel nur in Kommunikation und Kooperation einer Gemeinschaft möglich.

Das Kulturzentrum Solothurn bietet sowohl für die rezeptive als auch für die produktive Auseinandersetzung mit Kultur für eine Kleinstadt aussergewöhnlich viele Möglichkeiten. Über 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, darunter auch viele Jugendliche, organisieren jährlich 1'400 Anlässe mit weit über 200'000 BesucherInnen und tragen so zur Gemeinschaftsbildung und kulturellen Identität breiter Bevölkerungsschichten von Stadt und Region bei.

Grundsätzlich sind gemeinschaftsbildende Massnahmen ein wirkungsvolles Mittel gegen Gewalt und Vandalismus. In diesem Bereich spielen, neben anderen Institutionen des Kultzentrums Solothurn, die Kulturfabrik Kofmehl und das Alte Spital eine wichtige Rolle. Wie zahlreiche Erfahrungen zeigen, bieten sie für viele Jugendliche, als KonsumentInnen oder als aktive MitarbeiterInnen, einen Sozialisationsrahmen, den sie im Elterhaus und in der Schule nicht finden oder wahrnehmen wollen. In einem für sie akzeptablen Umfeld lernen sie sich in heterogenen Gruppen bewegen und gemeinschaftbildende Regeln zu akzeptieren. So sind wichtige Voraussetzungen geschaffen für eine Entwicklung der Sozial- und Selbstkompetenz und für eine echte soziale Integration.

Obwohl auch in Solothurn Gewalt und Vandalismus vorkommen, ist das Ausmass, verglichen mit den umliegenden Zentren, eher Bescheiden. Sicher spielt dabei das vielfältige kulturelle Angebot mit seiner grundsätzlich gemeinschaftsbildenden Funktion eine nicht unwesentliche Rolle. Aus zahlreichen Studien wissen wir, dass die Folgekosten der sozialen Verwahrlosung verglichen mit den Kosten für die Sicherstellung eines breiten, kulturellen Angebotes um ein Vielfaches höher sind.

Regionales Kulturzentrum Solothurn: Zahlen und Fakten

1'413 Anlässe in den Sparten Musik, Theater, Film, Literatur, Tanz, Kunst, Architektur

194'542 Eintritte

29% aus der Stadt, 47% aus der Region und 24% aus allen Kantonen der Schweiz

774 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon

259 ohne finanzielle Entschädigung, leisten

258'406 Arbeitsstunden

Fr. 3.10 ist der durchschnittlich Stundenlohn

Fr. 20'517'016.– fliessen aus dem Kulturzentrum Solothurn in Stadt und Region

Fr. 10'000'000.– gibt die Stadt Solothurn jährlich für kulturelle Leistungen aus

Fr. 620.– pro Kopf und Jahr ist daran der Anteil der städtischen Bevölkerung

Fr. 22.– pro Kopf und Jahr bezahlt die regionale Bevölkerung

75% aller BesucherInnen des Kulturzentrums Solothurn stammen aus Stadt und Region, davon

1/3 aus Solothurn, und **2/3** aus der Region

Handlungsbedarf ist angesagt!

In der Phase 2 des Regionsprogramm Kultur sind Stadt und Region eingeladen, gemeinsam innovative Lösungen für eine gerechte Verteilung der Kosten und die Sicherstellung der Leistungen des regionalen Kulturzentrums Solothurn zu finden.

Weitere Informationen: www.solopool.ch

Die drei zentralen Punkte, die in der Phase 2 des Regionsprogramms Kultur geklärt werden müssen

1. Ein neuer und gerechter Verteilschlüssel für die städtischen Kulturbetriebe (Stadttheater, Kunstmuseum, Naturmuseum, Museum Blumenstein, Zentralbibliothek und Altes Spital) muss zwischen Stadt und Regionsgemeinden erarbeitet werden.

Die Datenerhebung des Regionsprogramms Kultur zeigt,

- dass Solothurn die städtischen Kulturbetriebe jährlich mit Fr. 10'000'000 unterstützt, das ergibt einen Beitrag der städtischen Bevölkerung von Fr. 620.– pro Kopf und Jahr.
- dass die regionale Bevölkerung die Solothurn Kulturbetriebe mit insgesamt Fr. 1'700'000 unterstützt, das ergibt einen pro Kopfbeitrag von Fr. 22.– pro Jahr.
- dass 75% aller BesucherInnen aus Stadt und Region stammen, davon 1/3 aus Solothurn und 2/3 aus den Regionsgemeinden.
- dass bezüglich Finanzierung und Nutzung eine grosse Diskrepanz besteht, für die Stadt und Regionsgemeinden einen neuen Verteilschlüssel finden müssen, um die Leistungen ihres gemeinsamen Kulturzentrums nach einem gerechteren Modell finanzieren zu können.

2. Für die nichtstädtischen Kulturbetriebe braucht es zusätzliche finanzielle Mittel um die professionellen Führungsarbeiten zu entlohnen und so die Kontinuität sicherzustellen.

Der in der Datenerhebung eruierte Subventionsbedarf dazu beträgt Fr. 1'550'910.–
Dieser Betrag beinhaltet:

- die Entlohnung für professionell geleistete Führungsarbeiten nach minimalen NGO-Ansätzen.
- die Entlohnung von professionell ausgeführten, administrativen und koordinativen Arbeiten, für die Führung des Betriebes, nach minimalen NGO-Ansätzen.
- eine Entschädigung der wichtigsten Helferrfunktionen, v.a. für die Durchführung der Anlässe.
- eine Kulturkoordinationsstelle, die verantwortlich ist für die Leistungsvereinbarungen mit den Kulturbetrieben auf Grund der Subventionszahlungen, die das Controlling übernimmt, um die Qualität der vereinbarten Leistungen sicherzustellen, die Anlaufstelle ist für neue Angebote, sowie als Zentralstelle koordinative und kommunikative Aufgaben übernimmt.

3. Für die städtischen Betriebe sind zusätzliche Mittel für anstehende Arbeiten in der Kulturvermittlung und die Qualitätssicherung nötig.

Der, in der Datenerhebung dafür budgetierte finanzielle Mehraufwand beträgt Fr. 768'000.–.
Dieser Beitrag beinhaltet:

- vier neue Stellen im Bereich Museums- und Theaterpädagogik, um die Leistungen der Kulturbetriebe einem breiteren Publikum zugänglich zu machen und gezielt neue Zielpublika anzusprechen.
- gezielte Massnahmen zur Qualitätssicherung.

Eine pdf-Datei mit den detaillierten erhobenen Subventionsleistungen mit entsprechender Begründung zu Punkt 2 und 3 kann auf www.solopool.ch heruntergeladen werden.

Studien zur Kulturwirtschaft und Kulturpolitik

In den Städten Genf Lausanne und Zürich wurden in den 80er Jahren verschiedene wirtschaftswissenschaftliche Studien gemacht, die klar aufzeigen, dass Kunstproduktion und Kunstvermittlung wichtige ökonomische Auswirkungen haben. Sie belegen, dass von jedem investierten Förderfranken mindestens ein Drittel in die Kassen der öffentlichen Hand zurückfliesst und zudem ein Umsatzvolumen von ca. 2 bis 3 Franken in der Privatwirtschaft auslöst. Weitere Untersuchungen in anderen Schweizer Städten haben diesen Mechanismus der Umwegrentabilität bestätigt.

Dazu ein Beispiel aus der Studie «Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Berner Kulturinstitute», Bern 1993 von Yvonne Hofer.

Es geht um die volkswirtschaftliche Bedeutung von Stadttheater, Symphonieorchester und Kunstmuseum in der Stadt Bern. Yvonne Hofer kommt zu folgendem Schluss:

«Den staatlichen Subventionen von [damals] rund 35 Millionen Franken stehen (...) Rückflüsse an den Staat in Form diverser Steuern sowie Transportausgaben und Parkgebühren von insgesamt 9,5 Millionen Franken (= 27 Prozent der staatlichen Unterstützung) gegenüber. Aus den Aktivitäten der Kulturinstitute entstehen (...) Ausgaben an die Wirtschaft in der Grössenordnung von insgesamt 61 Millionen Franken (= 174 Prozent der staatlichen Unterstützung). Dabei handelt es sich um Ausgaben der Kulturinstitute für Leistungen der Wirtschaft, des Personals der Kulturinstitute für die Bestreitung seines Lebensunterhalts sowie die Ausgaben der Besucher, beispielsweise für auswärts konsumierte Mahlzeiten, Einkäufe oder Dienstleistungen. Genauso eindrücklich sind die Zahlen pro Besucher. Für jeden Besucher der Kulturinstitute leistet die öffentliche Hand im Durchschnitt 155 Franken und erzielt Einnahmen in Form von Steuern, Transportausgaben und Parkgebühren im Wert von durchschnittlich 38 Franken. Demgegenüber betragen die Einnahmen der Kulturinstitute aus Eintritten, Programmheftverkäufen etc. 36 Franken pro Besucher. Die durchschnittlichen Ausgaben an die Wirtschaft belaufen sich pro Besucher auf 222 Franken.»

In der Strategie für die städtische Kulturförderung 2008 – 2011, herausgegeben von der Präsidialdirektion der Stadt Bern

Bezugsadresse: Abteilung Kulturelle, Gerechtigkeitsgasse 79, 3011 Bern
Tel. 031 321 69 88, E-Mail heidi.corradi@bern.ch
ist zu den Themen Kulturpolitik, Tourismus und Standortfaktor nachzulesen:

Kulturpolitik

Das eigentliche Ziel der Politik ist Kultur: Kultur als Qualität unseres Zusammenlebens

sowie als Rahmen und Bedingung für die Entfaltung der Menschen. Kultur als Dimension, die in den Menschen das Bewusstsein stärkt, dass es andere, wichtigere und kostbarere Werte gibt als den materiellen Gewinn. Wenn wir über Kulturpolitik – also über eine Politik für die Kultur – reden, grenzen wir den Begriff von Kultur ein. Wir verstehen unter Kultur dann die Künste (Literatur, Musik, bildende Kunst, Film, Theater, Tanz etc.) sowie die Werte, Werke, Güter aller Art, die unser Herkommen bezeugen, damit zum Verständnis der Gegenwart beitragen und mithelfen, die Zukunft zu gestalten. Und natürlich verstehen wir unter den Künsten nicht nur Werke und Aufführungen, sondern auch alles, was es braucht, um uns mit ihnen in Kontakt zu bringen, uns an sie heranzuführen, uns ihre Bedeutung sachlich und für die persönliche Entwicklung zu erschliessen. Dabei wird zweierlei wiederum ausgeklammert: das Bildungswesen und die wissenschaftliche Forschung. Beide sind Teil der Kultur. Beide bilden aber Gegenstand eigener Politikbereiche. Das macht die Systematik der städtischen Aufgaben in der Gemeindeordnung deutlich. Im Interesse der Klarheit und einer konsequenten Aufgabenteilung konzentriert sich der Gemeinderat kulturpolitisch auf die Förderung der Künste und die Vermittlung der Kultur. Und er versucht, in den schattigen Grenzgebieten zu den anderen erwähnten Bereichen präsent zu sein. Kulturpolitik besteht in diesem Kontext also darin,

- *günstige Rahmenbedingungen für Kunstschaffende und Veranstaltende zu ermöglichen;*

- *Institutionen mitzutragen, die Werte, Werke und Güter, die unser Herkommen bezeugen, sammeln, bewahren, erschliessen und Wissen vermitteln (Archive, Bibliotheken, Museen);*
- *die Liebe für Kunst und Kultur bei den einzelnen Menschen und in der Gesellschaft zu fördern, das Kulturerbe zu vermitteln und den Zugang zum zeitgenössischen Kunstschaffen zu erleichtern.*

Und das Publikum? Kulturpolitik bezieht sich immer und in erster Linie auf «die Leute», auf alle, die Kunst und Kultur brauchen. Die Gesellschaft ist nicht nur mitgemeint; die Gesellschaft, das Publikum, ist das eigentliche Ziel aller Bestrebungen. Allerdings: Das Publikum gibt es nicht, es gibt Publika: Es gibt vielfältige Interessen, unterschiedliche Vorlieben in einem weiten Spannungsbogen. Und es gibt bei den Menschen ungleiche Vorbildung und ungleiche Bereitschaft, sich auf Kunst und erst recht auf neue, noch ungewohnte Kunst einzulassen. Kulturpolitik hat deshalb die unterschiedlich interessierten und bereiten Bevölkerungsgruppen unterschiedlich «abzuholen».

Tourismus

Ein kulturelles Angebot von hoher Qualität regt den Tourismus an. Ausstellungen, Festivals, Konzerte und Theateraufführungen können Menschen selbst in einer von den Massenmedien geprägten Gesellschaft dazu anregen, Kulturausflüge oder -reisen weit über die Grenzen ihrer Wohnregion hinaus zu unternehmen. Prominente Beispiele aus dem In- und Ausland belegen dies deutlich: Bilbao mit dem Guggenheim-Museum, Bregenz mit dem Museumsbau von Peter Zumthor und einem attraktiven Ausstellungsprogramm oder das neue Aargauer Kunsthaus, in dem Architektur und Kunst eine geglückte Verbindung eingegangen sind. Diese Kulturinstitutionen bringen Menschen dazu, Orte aufzusuchen, die erst dank den kulturellen Einrichtungen für sie besuchenswert geworden sind. Die Region Bern hat dank dem Zentrum Paul Klee einen neuen Kulturtourismus gewonnen. Ein kulturelles Angebot von hoher Qualität nützt also auch der Tourismusbranche.

Standortfaktor

Zu einem guten Standort gehört eine gute kulturelle Infrastruktur und ein attraktives Angebot kultureller Veranstaltungen. Dazu gehört aber auch eine gute Bildungsinfrastruktur mit Universität, Fachhochschule, Museen, Theater, Musik. Kunst lebt von Experimenten, vom Forschen, von der Innovation und vom gesellschaftlichen Diskurs, den sie ihrerseits reflektieren, beleben und vorantreiben kann. Es gibt Wechselwirkungen zwischen einem hohen Wohn- und Freizeitwert, der kulturellen und bildungsbezogenen Ausstrahlung einer Region und deren wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit. Unternehmen achten bei der Suche nach neuen Standorten auf deren Kulturpotenzial. Unternehmen in einer kulturell aktiven Stadt oder Region sind ihrerseits attraktive Arbeitgeber für Mitarbeitende mit guter Ausbildung und hohen Ansprüchen an kulturelle Angebote.

Weitere interessante Ausführungen zum Thema Standortfaktor finden sich in der **Dissertation «Stadt, Kultur, Innovationen» Kulturwirtschaft und kreative innovative Kleinunternehmen in der Stadt Zürich, des Geografen Philipp Klaus, erschienen im Seismo Verlag 2006.**

Die Studie **«Kultur. Wirtschaft. Schweiz. Das Umsatz- und Beschäftigungspotenzial des kulturellen Sektors. Erster Kulturwirtschaftsbericht Schweiz, der Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich, Zürich 2003, von Christoph Weckerle und Michael Söndermann** befasst sich erstmals mit der Kulturwirtschaft in der Schweiz. Der Begriff Kulturwirtschaft umfasst alle Unternehmen, die sich überwiegend mit der Entwicklung, Produktion, Verteilung oder medialen Verbreitung kultureller Güter und Dienstleistungen beschäftigen.