



**Schlussbericht
Regionsprogramm
Kultur
Phase 1
«Datenerhebung»**

Ablauf

- **Begrüssung**
Johannes Friedli, Präsident Repla RSU
- **Präsentation der Ergebnisse der Phase 1 «Datenerhebung»**
Heinz Urben und Pipo Kofmehl, Projektleitung
- **Vorstellen der Verantwortlichen der Solothurner Kulturbetriebe**
- **Table ronde Gespräche**
Diskussion der Ergebnisse der «Datenerhebung» mit Wurst, Käse, Brot und Getränken aus der Region

Umfrage

- **Schlusskommentar zur Umfrage**

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.

Regionsprogramm Kultur?

STADT SOLOTHURN

Solothurn Services

Sitzung No 3 in der Projektgruppe

Protokoll

Ort, Datum und Zeit:

- Hotel Roter Turm, Solothurn
- Dienstag, 29. April 2003, 08.45 - 11.45 Uhr

Teilnehmende:

- Stadt Solothurn:
 - Bernhard Straub Chef Stadtplanung EGS (Projektleiter)
 - Peter Basler Hotel Roter Turm
 - Erich Egli Region Solothurn Tourismus
 - Werner Haberer Loeb AG
 - Thomas Marbach Stadtvereinigung Solothurn
 - Peter Lukas Meier Rothus-Verlag AG
 - Heinz Urben Solothurner Kultur-Pool
 - Christoph Vögele Kunstmuseum Solothurn
 - Brigit Wyss Bevölkerungs-Vertreterin
- Daniel Fischer & Partner:
 - Beat Burkhalter Operative Projektleitung

③ Inhaltliche Positionierung der Stadt Solothurn

❶ Zehn Optionen und deren Bewertung

Rang	Option	Punkte
1	Kulturstadt	36
2	Eventstadt	24
3	Kongress- und Seminarstadt	23
4	Wohnstadt	21
5	Shoppingstadt	13
6	Bildungsstadt	6
7	Wirtschaftsstadt	5
8	Tourismus- und Freizeitstadt	5
9	Geschichtsstadt	2
10	Weitere	2

2 Standort-Strategie "Solothurn 2008"

SOLOTHURN

⑦ Das Schlüssel-Thema "Kultur & Events"

Perimeter/ Markt	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamte Schweiz • Angrenzendes Ausland (Süddeutschland, Elsass)
Strategische Ziele	<ul style="list-style-type: none"> • Erhalten und weiterentwickeln: <ul style="list-style-type: none"> ④ Die 6 bisherigen Top-Events erhalten und selektiv erneuern ④ 1-2 neue Events mit nationaler Ausstrahlung realisieren • Permanente Kulturinstitutionen: <ul style="list-style-type: none"> ④ Fördern und unterstützen (Museen, Theater, Kultur-Lokale)
Einzigartige Verkaufsargumente für Solothurn (USP's)	<ul style="list-style-type: none"> • Nationale Bekanntheit als Kultur-Standort: <ul style="list-style-type: none"> ④ Ausstrahlung der kulturellen Top-Events • Vielfalt des kulturellen Angebotes im Verhältnis zur Standortgrösse • Ambiente: Stadtbild, Lebenskultur • Erreichbarkeit auf Strasse und Schiene
Voraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Aufrechterhaltung des vielfältigen kulturellen Angebotes (Basis): <ul style="list-style-type: none"> ④ Wiederkehrende Top- Events ④ Permanente Kultur-Veranstaltungen • Bereitstellung einer übergeordneten Kultur-Plattform: <ul style="list-style-type: none"> ④ Koordination und Support (Administration, Vermarktung)

Daniel Fischer & Partner

Lösungsmodell "Solothurn Services" - Version 2



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

Fahrplan der Datenerhebung

September 2005 – Juni 2006

Erhebung der Postleitzahlen in den
Solothurner Kulturbetrieben

Februar – Oktober 2006

Veranstalter füllen Fragebogen mit Kennzahlen
zu ihrem Kulturbetrieb aus:

- Finanzierung
- Arbeitsaufwand zur Sicherstellung
des Betriebs
- Personalaufwand
- Angebot
- Altersstruktur

Interviews mit allen Veranstaltern und Festle-
gung des Subventionsbedarfs für die Sicherstel-
lung 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

Finanzierung der Datenerhebung

**Kosten der Phase 1 «Datenerhebung»
Fr. 90'000.–**

**Die Datenerhebung wurde finanziert mit
Beiträgen**

- **der Repla RSU**
- **der Stadt Solothurn**
- **des Kantons Solothurn**
- **der Stiftung zur Förderung der
Jugendkultur im Kanton Solothurn**

pool
verein solothurner kulturveranstaltende

Wir sammeln Postleitzahlen!

Warum? **Solothurn ist eine Kulturstadt mit einem breiten und vielfältigen Kulturangebot!**

Dieses viel gelobte, breite und anspruchsvolle Kulturprogramm mit überregionaler Ausstrahlung wird aber heute weitgehend ehrenamtlich, und zum Teil ohne genügende finanzielle Unterstützung, organisiert. Wie lange ein Veranstalter letztendlich durchhält, ist eine Frage der Selbstaussbeutung.

Will man die Kulturangebote längerfristig sicherstellen, braucht es dazu dringend eine bessere finanzielle Unterstützung.

Doch woher sollen die finanziellen Mittel kommen?

Die Kleinstadt Solothurn ist Zentrum einer ca. fünfmal grösseren Agglomeration, für die sie momentan den Grossteil des kulturellen Angebotes weitgehend alleine sicherstellt.

Die Mitglieder des Solopool (Verein Solothurner Kulturveranstaltende) haben darum beschlossen, Mittel und Wege zu finden, die Agglomerationsgemeinden einzuladen, sich an den Kosten des Kulturzentrums Solothurn entsprechend zu beteiligen.

Ein erster Schritt dazu ist eine breit angelegte Datenerhebung

Durch Sammlung der Postleitzahlen aller Besucherinnen und Besucher in der Kultursaison 2005/06 wollen wir herausfinden, wer genau unsere Veranstaltungen besucht.

Helfen Sie mit!

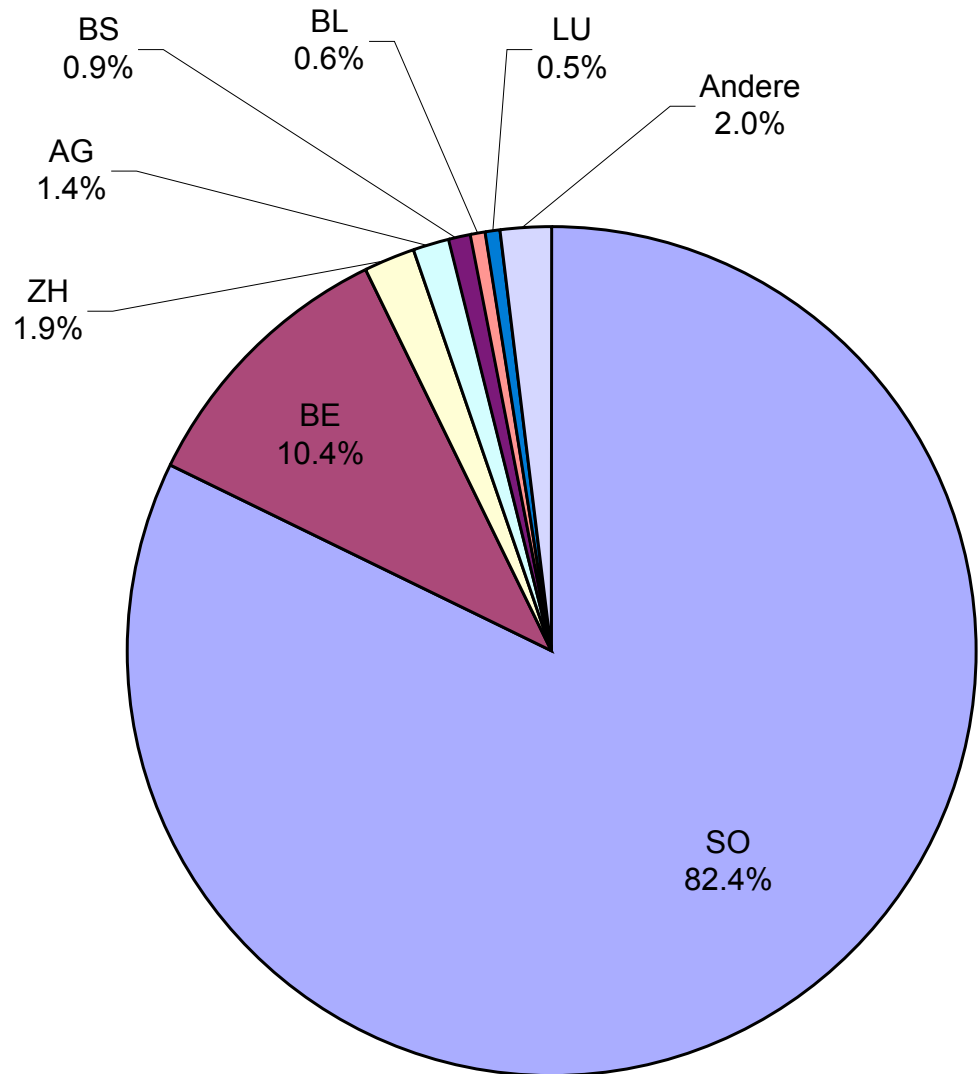
unsere Kulturbetriebe längerfristig sicherzustellen, indem Sie uns an der Kasse Ihre Postleitzahl bekanntgeben.

Herzlichen Dank!

Weitere Informationen und einen **Wettbewerb mit tollen Preisen** finden Sie unter **www.solopool.ch**

Diagramm 1 Anteil BesucherInnen nach Kantonen

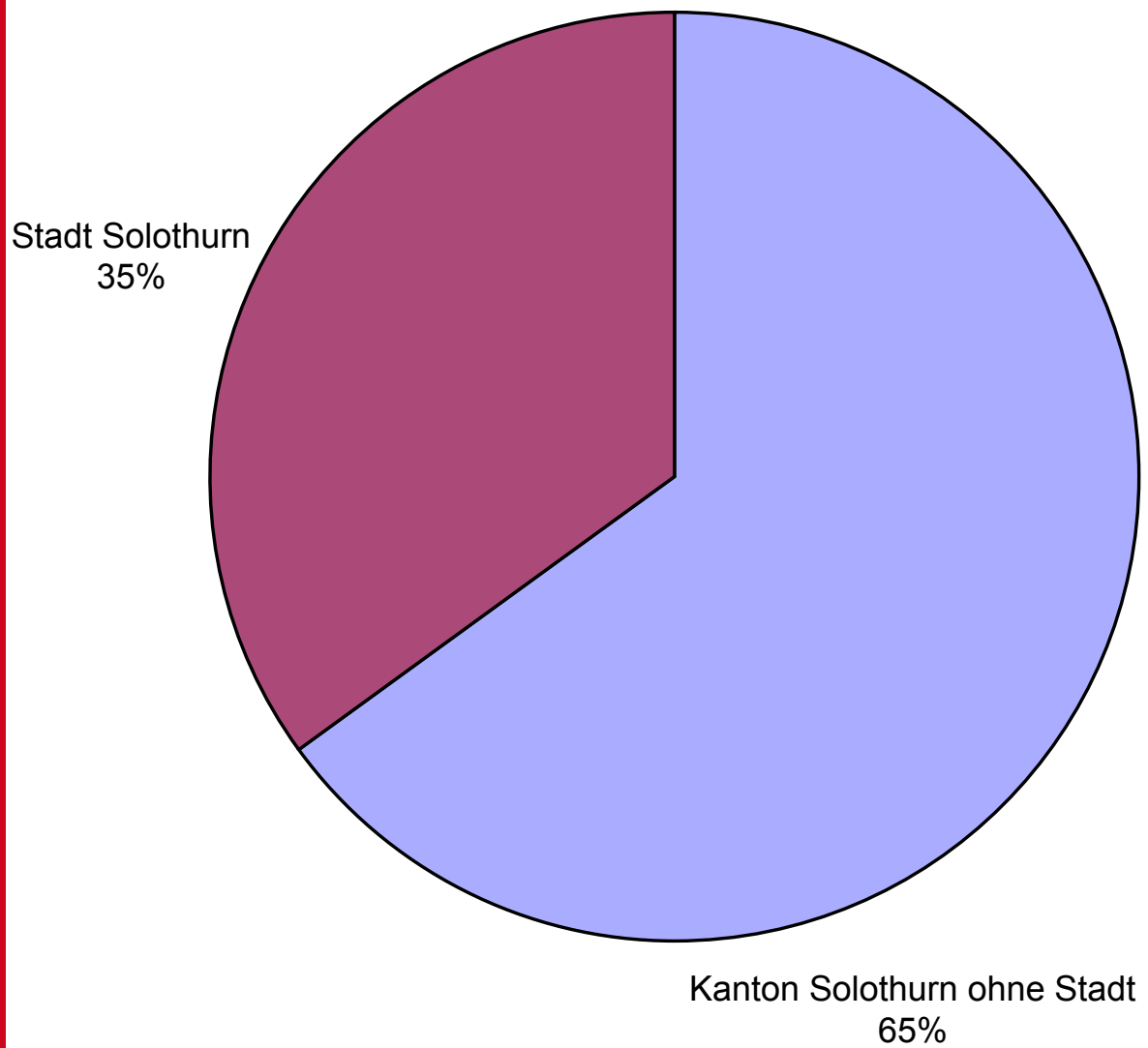
Kanton	Ergebnis
SO	160216
BE	20301
ZH	3716
AG	2645
BS	1805
BL	1113
LU	928
Total	190724
Andere	
SG	541
VD	472
CH	354
TG	282
TI	262
ZG	254
GE	200
FR	460
NE	154
JU	133
SH	131
AR	106
SZ	127
VS	148
GR	62
NW	44
GL	15
OW	36
UR	32
AI	4
FL	1
Total andere	3818
Gesamtergebnis	194542



100% = alle BesucherInnen (194'542)

Diagramm 2

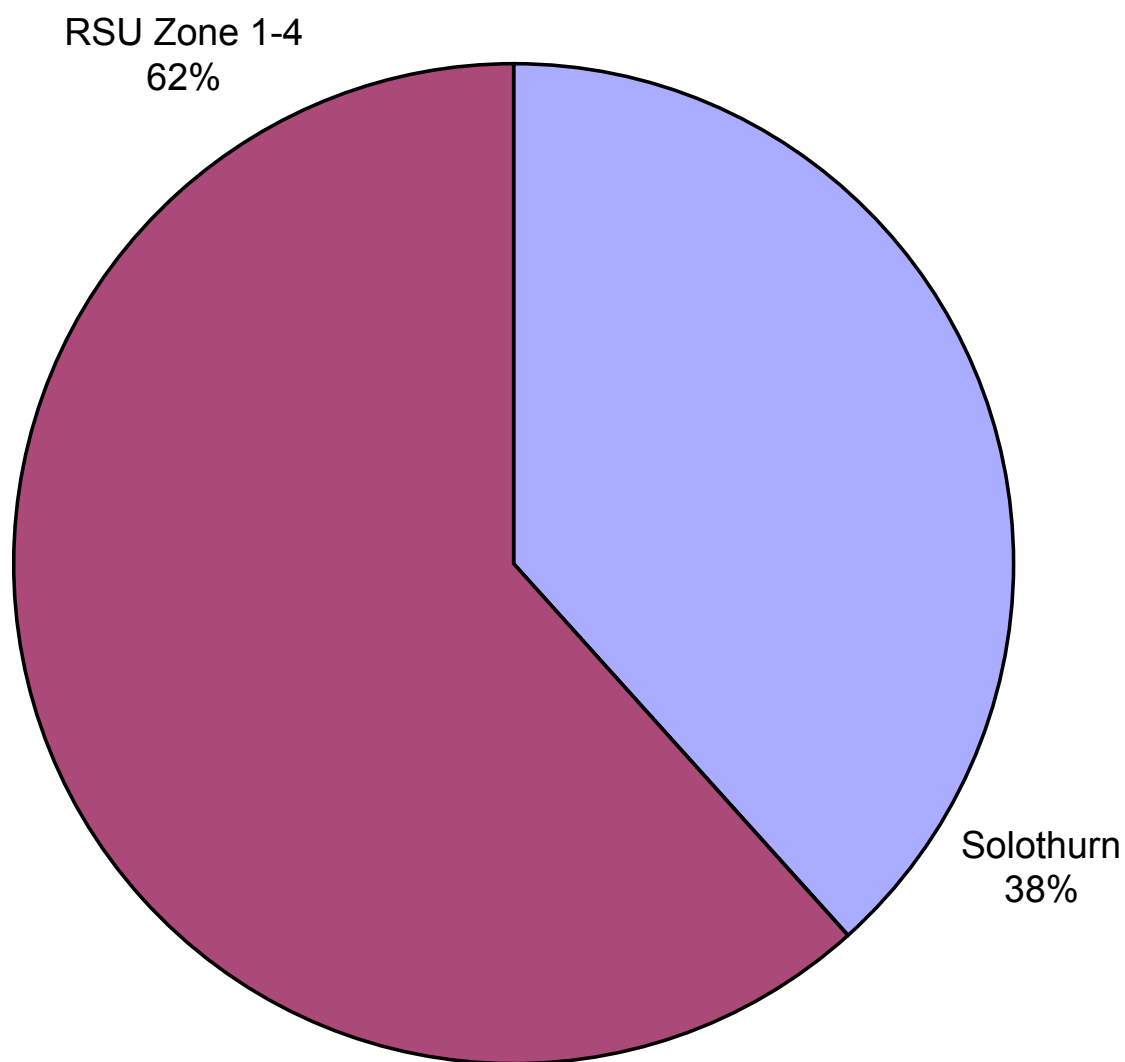
Anteil Stadt Solothurn zu Kanton Solothurn



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

Diagramm 3

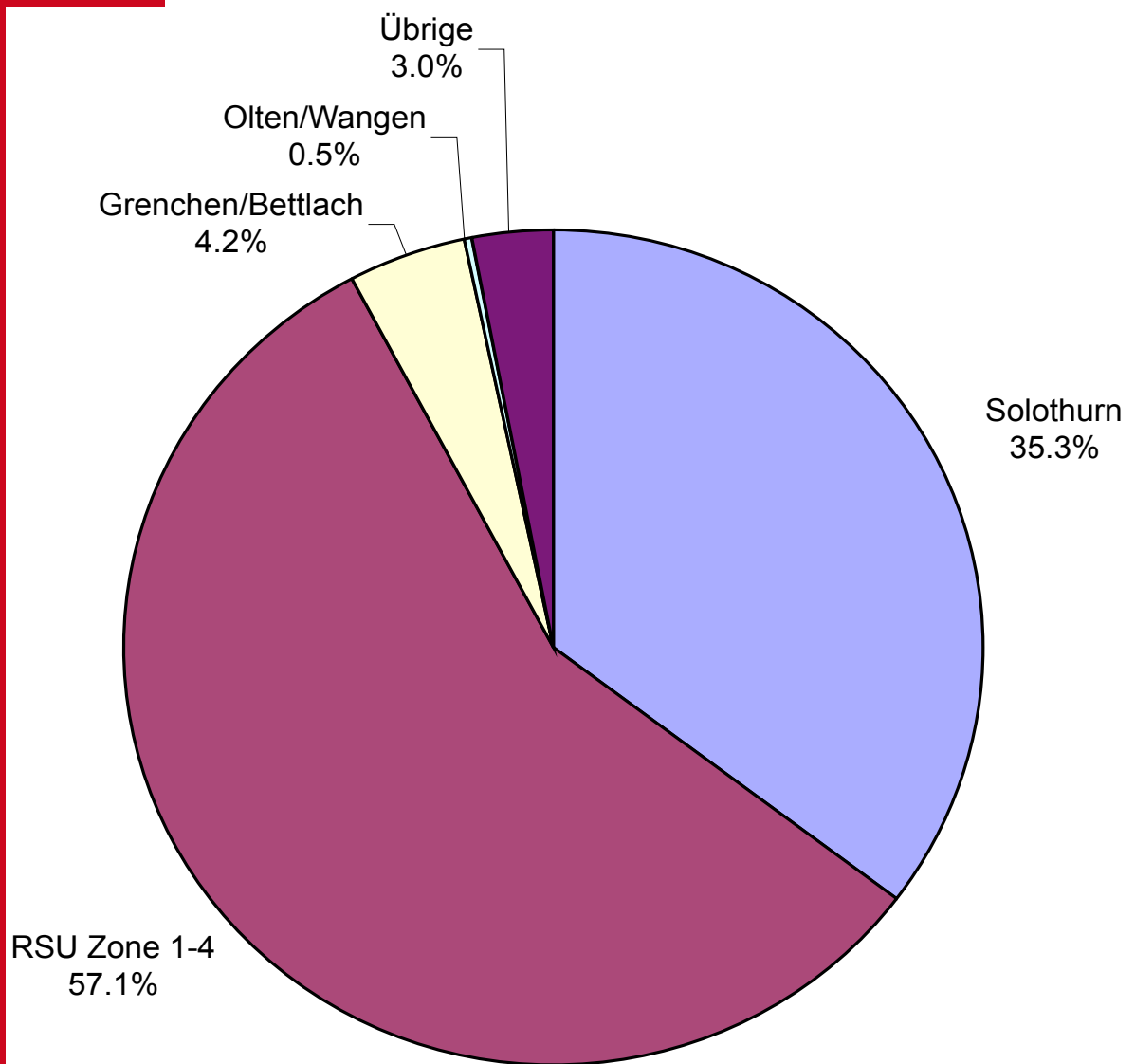
Anteil Stadt Solothurn zu RSU



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

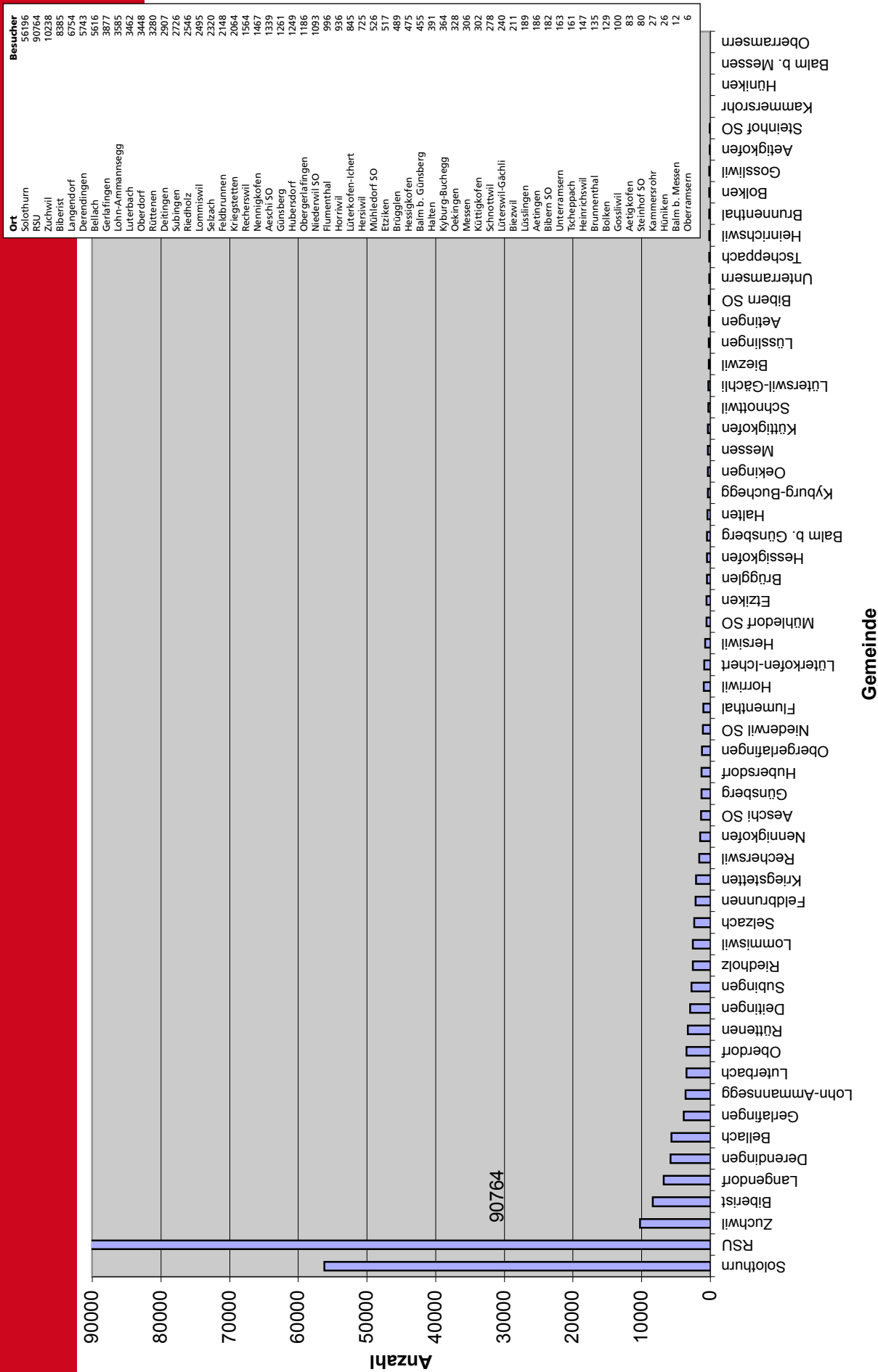
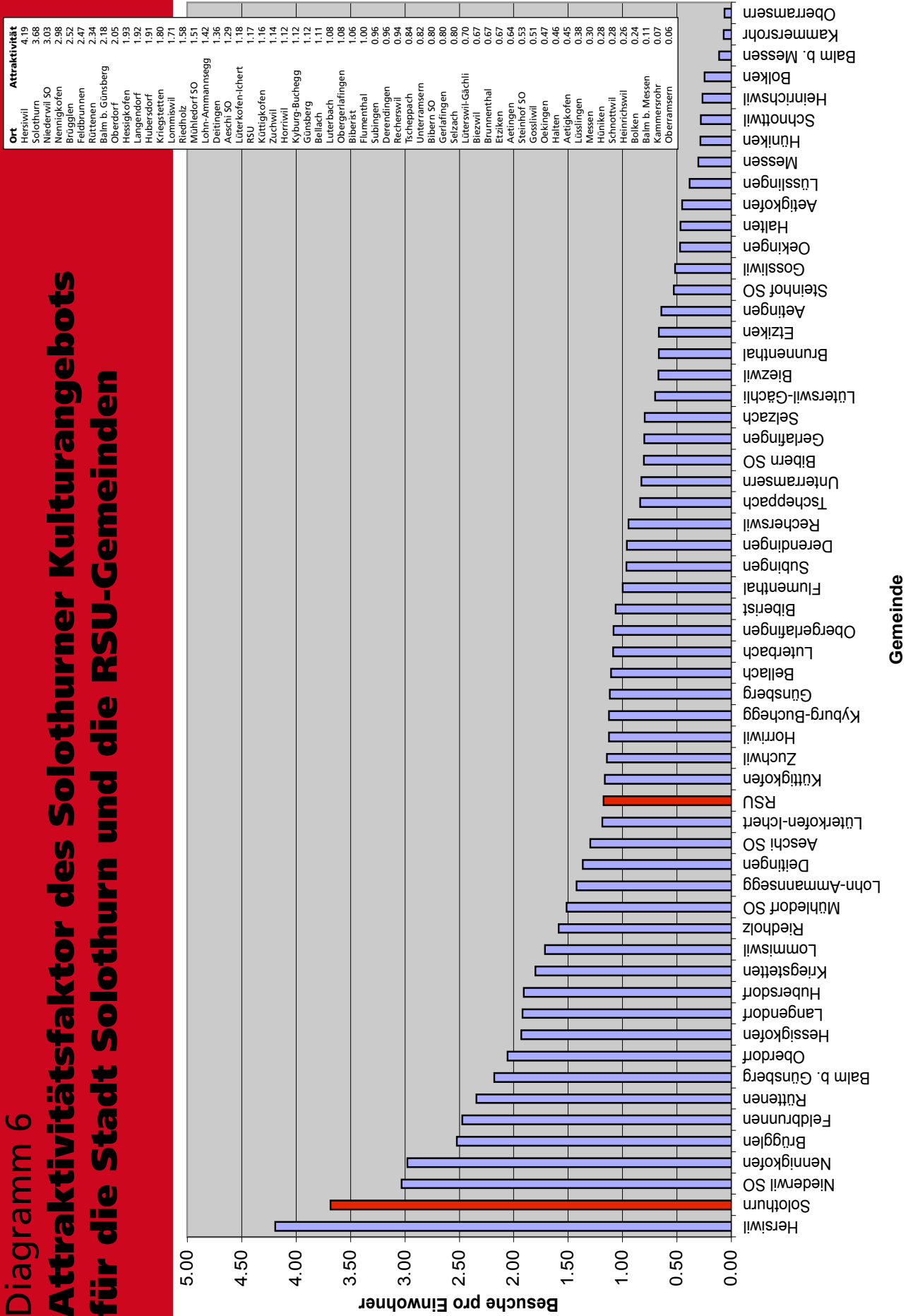


Diagramm 6
Attraktivitätsfaktor des Solothurner Kulturgebots
für die Stadt Solothurn und die RSU-Gemeinden



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 **774 Personen**

davon ohne finanzielle Entschädigung **259 Personen**

sie leisten pro Jahr total **258'406 Arbeitsstunden**

zu einem durchschnittlichen Stundenlohn von **Fr. 3.10**

Angebot

In den Bereichen

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

Total **1'413 Anlässe**

Davon für ein 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
beträgt **35 Jahre**

Die kulturelle Dimension des Kulturzentrums Solothurn

- **Das Angebot umfasst eine grosse Bandbreite und ist überdurchschnittlich für eine Kleinstadt.**
- **1'400 Einzelanlässe pro Jahr, mit weit über 200'000 BesucherInnen, schaffen ein Klima, das gesamtschweizerisch einzigartig ist und das zur kulturellen Identität und zum Wohlbefinden der Bevölkerung in Stadt und Region wesentlich beiträgt.**
- **Viele Angebote ausserhalb des Mainstreams.**
- **Viele Angebote für die städtischen und regionalen Bildungsinstitutionen in den Bereichen Film, Literatur, Theater und Musik.**
- **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

- **Das Markenzeichen von Solothurn ist primär durch sein breites und vielfältiges Kulturangebot geprägt ist.**
- **Das Angebot genießt für Stadt und Region eine hohe Attraktivität.**
- **Das kulturelle Leben in der Kleinstadt Solothurn ist grosstädtisch.**
- **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.**
- **Die rund 20 Mio. Franken, die von den Solothurner Kulturbetrieben jährlich in Stadt und Region umgesetzt werden bringen einen beachtlichen ökonomischen Nutzen und tragen 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.**

- **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.**
- **Dass der Brand «Solothurn» national, aber auch international bekannt ist und ein gutes Renommee genießt ist eine weitere Leistung der Solothurner Kulturbetriebe.**

Die soziale Dimension des Kulturzentrums Solothurn

- Kultur, ob konsumiert oder organisiert, fördert die Gemeinschaft.
- Das Kulturzentrum Solothurn bietet dazu aussergewöhnlich viele Möglichkeiten.
- Über 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, darunter auch viele Jugendliche, organisieren jährlich 1'400 Anlässe mit weit über 200'000 BesucherInnen.
Sie leisten damit zur Gemeinschaftsbildung und soziokulturellen Identität einen wichtigen Beitrag.
- Grundsätzlich sind gemeinschaftsbildende Massnahmen ein wirkungsvolles Mittel gegen Gewalt und Vandalismus.
- Die Solothurner Kulturbetriebe bieten vielen Jugendlichen, als KonsumentInnen oder als aktive MitarbeiterInnen, einen Sozialisationsrahmen, den sie im Elternhaus und in der Schule nicht finden oder wahrnehmen wollen. In einem für sie akzeptablen Umfeld lernen sie sich in heterogenen Gruppen bewegen und gemeinschaftsbildende Regeln zu akzeptieren.
- So werden 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 seinen gemeinschaftsbildenden Funktion eine wichtige 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 Kultur-
zentrum 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 So-
lothurn 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.

Wie soll es weitergehen?

Phase 2 «Umsetzungsplanung»

Geplanter Start: Juli 2007

In dieser Phase geht es primär darum, dass die Ergebnisse der aufwändigen Datenerhebung der Phase 1 nicht ohne nachhaltige Wirkung «schubladiert» 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:

Information der politischen Parteien in den Regionsgemeinden über die Ergebnisse der Datenerhebung

In Hearings mit den Gemeindeverantwortlichen sollen folgende Fragen gemeinsam geklärt werden:

- **Wie läuft der Meinungsbildungsprozess?**
- **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?**
- **Wie können sie gelöst werden?**
- **Welche Unterstützung ist nötig?**

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

Die Umsetzungsplanung der Phase 2 soll im April 2009 abgeschlossen sein.

**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.

**Drei zentrale Punkte
müssen in der Phase 2
des Regionsprorammm Kultur
geklärt werden!**

Städtische Kulturbetriebe

Altes Spital

www.altesspital.ch

Historisches Museum

Blumenstein

www.solothurn.ch

Kunstmuseum

www.solothurn.ch

Naturmuseum

www.solothurn.ch

Zentralbibliothek

www.zbsolothurn.ch

Stadtheater Biel-Solothurn

www.theater-solothurn.ch

Nicht städtische Kulturbetriebe

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

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

Nightbus Solothurn

www.nightbus.ch

Solothurner Filmtage

www.solothurnerfilmtage.ch

Solothurner Literaturtage

www.literatur.ch

Theater Mausefalle Solothurn

www.mausefalle.ch

1. Neuer Verteilschlüssel

Bezüglich Finanzierung und Nutzung besteht zwischen Stadt und Regionsgemeinden eine grosse Diskrepanz.

Ein neuer und gerechter Verteilschlüssel für die Kosten der städtischen Kulturbetriebe muss zwischen Stadt und Regionsgemeinden gemeinsam erarbeitet und festgelegt werden.

Die Datenerhebung des Regionsprogramm 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.

2. Sicherstellung des kulturellen Angebots

Die Kontinuität der kulturellen Angebote der nicht städtischen Kulturbetriebe ist mit den momentan zur Verfügung stehenden Mitteln nicht sicherzustellen.

Um die professionellen Arbeiten für die Führung und Verwaltung der Betriebe besser oder überhaupt entlohnen zu können braucht es zusätzliche finanzielle Mittel.

Der in der Datenerhebung eruierte Subventionsbedarf dazu beträgt Fr. 1'550'910.–

Dieser Betrag beinhaltet:

- **die Entlohnung**
 - für professionell geleistete Führungsarbeiten
 - administrative Arbeiten
 - Helferefunktionen
- **eine Kulturkoordinationsstelle, die verantwortlich ist für**
 - die Leistungsvereinbarungen
 - das Controlling
 - die Qualitätssicherung
 - die Kommunikation

3. Qualitätssicherung und Kulturvermittlung

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

Der, in der Datenerhebung budgetierte finanzielle Mehraufwand dafür 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 neue Zielpublika anzusprechen.**
- **Massnahmen zur Qualitätssicherung.**

Umfrage



Regionsprogramm Kultur • Phase 1 «Datenerhebung»

Umfrage Schlussveranstaltung 6. Juni 2007

Institution _____

Vorname _____

Name _____

Funktion _____

Antwort bitte ankreuzen

JA,
ich helfe aktiv mit das Regionsprogramm Kultur
weiter zu entwickeln.

NEIN,
ich werde mich für das Regionsprogramm Kultur
nicht weiter einsetzen.