**„Verständigung zwischen den Menschen mit den Mitteln der Kultur“**
*Interview mit Dr. Oliver Scheytt*
*KM Kultur und Management im Dialog, Monatsmagazin von Kulturmanagement Network*
*Nr. 1, November 2006*

www.kulturmanagement.net

Das Gespräch führten Dirk Heinze, Dirk Schütz und Johannes M. Schrievers

**KM Magazin:** Herr Dr. Scheytt, wir möchten Sie zunächst noch einmal beglückwünschen zur Ernennung Essens und dem Ruhrgebiet zur Kulturhauptstadt 2010! Was meinen Sie, hat den Ausschlag für Ihre Ernennung gegenüber Görlitz gegeben?

**Dr. Oliver Scheytt:** Ich glaube, wir können über den Strukturwandel einer riesigen Industrieregion viel erzählen, zudem haben wir diesen Wandel auch mit den Mitteln der Kultur vorangetrieben. Kultur als verbindendes Element zwischen den Kulturen im Ruhrgebiet – das stellt ein dringendes Thema dar. Was früher die vielen Immigranten verbunden hat, die Arbeit in den Zechen, unter Tage und in den Stahlwerken, die ist weg gefallen. Deshalb fragen wir heute danach, was die Menschen verbindet, was ist zukunftsweisend? Da hat die Kreativwirtschaft ebenso Anteil wie die Frage nach der Verständigung zwischen den Menschen über die Mittel der Kultur, sei es Musik, sei es Tanz, mit Theater oder auch mit der Lebensweise, die sich hier entwickelt hat. Es sind die Fragen nach der Historie und nach der Zukunft, mit denen sich eine Kulturhauptstadt beschäftigen und aus denen sie eine Perspektive entwickeln muss.

**KM Magazin:** Wie bereiten Sie sich auf dieses Ereignis vor?

**Dr. Oliver Scheytt:** Zunächst müssen wir eine Organisationsstruktur aufbauen. Bisher hatten wir nur ein Bewerbungsbüro mit den Mitarbeitern der Gemeinden. Im Augenblick stehen wir vor der Gründung einer GmbH, die im Januar ihre Arbeit operativ aufnehmen soll. Wir haben einen Konsens zwischen den vier Gesellschaftern geschlossenen: Die Stadt Essen als Bannerträger und der Regionalverband Ruhrgebiet, ein Kommunalverband mit allen 53 Gemeinden, werden 50 % der Anteile der Gesellschaft halten. Die anderen 50 % teilen sich auf zwischen dem Land Nordrhein-Westfalen und dem Initiativkreis Ruhrgebiet. Der Initiativkreis Ruhrgebiet ist ein Zusammenschluss der 50-60 größten Unternehmen und Unternehmerpersönlichkeiten, die sich von dem Gesamtbudget von 48 Mio. Euro für 8,5 Mio. Euro stark machen werden. So wird von unserer Seite nicht unbedingt Sponsoringmanagement betrieben, sondern das wird über den Initiativkreis laufen.

Zur Frage der programmatischen Gesamtkulisse erreichen uns tagtäglich Ideen: Wir haben bisher 250 Projektideen für die Kulturhauptstadt. Sobald die GmbH gegründet sein wird, wird ein künstlerisches Personal mit Kuratoren diese Ideen bearbeiten und daraus ein Gesamtprogramm stricken. Natürlich gibt es bereits Fixpunkte wie das *Twins-Projekt*: Das Ruhrgebiet hat über 150 Partnerstädte in Europa und diese waren im Februar zu einer dreitägigen Konferenz eingeladen. Es waren 102 Städte vertreten, die eine Erklärung unterzeichnet haben, sich mit uns und unseren drei Kulturstadtthemen – Identität, Urbanität und Integration – in den Partnerschaften oder den bi- oder trilateralen Beziehungen auf den Weg zu machen. Bespiel: Wie geht man mit den Themen Integrations- und Migrationhintergrund in den Städten in Frankreich, England und Deutschland um? Wie kann man dabei mit Jugendlichen umgehen? Wie kann man diese mit einbeziehen, z.B. ein gemeinsames, internationales Theaterstück inszenieren? Solche Projekte können an den Start gebracht werden, die dann 2010 sichtbar werden sollen. Dafür haben wir in

diesem Jahr in unserem Budget 2,5 Mio. Euro zu vergeben. Wir haben darüber hinaus ein weiteres Projekt mit dem Titel Melles, das heißt zu Deutsch: Mischling – ein türkisches Wort. Im Ruhrgebiet leben ca. 560 000 Menschen ohne deutschen Pass, davon ca. 260 000 mit türkischem Pass. Istanbul ist ja ebenfalls Kulturhauptstadt 2010, die ungarische Stadt Pécs hat eine osmanische Tradition. Wir werden diese türkische Population, die türkischen Künstler besonders beleuchten. Es hat bereits letzten Oktober ein größeres Festival in der Jahrhunderthalle in Bochum gegeben, bei dem wir türkische Künstler aus dem Ruhrgebiet und Gäste auf die Bühne gebracht haben. Damit ist eine ganz neue Aufgabenstellung beschrieben, nämlich dass wir uns nicht nur in der deutschen Kultur bewegen, sondern uns fragen, wie man mit anderen Ethnien umgehen kann, auf diese einzugehen, aber auch genauer hinzusehen, was sie machen. Sich zu fragen, was sie für künstlerische und kulturelle Interessen haben.

**KM Magazin:** Sie haben die Gründung der GmbH erwähnt. Wird diese Gesellschaft auch das Organisationsteam stellen?

**Dr. Oliver Scheytt:** In dieser Gesellschaft werden wir natürlich eine Geschäftsführung haben und ein Team von ca. 20 Personen, davon sind 8 bis 10 bereits vor Ort. Die anderen 10 werden im Moment gesucht. Unter den Gesellschaftern herrscht das Einverständnis, dass ich einer der Geschäftsführer sein werde. Ich werde mein Amt hier weitgehend abgeben und mich auf die größeren Dinge, auf die Tätigkeit in der GmbH, konzentrieren.

**KM Magazin:** Das heißt, es wird kein Intendantenmodell mit einem Leiter von außen geben?

**Dr. Oliver Scheytt:** Wir benötigen auch eine künstlerische Struktur, mit der wir uns augenblicklich beschäftigen. Wir möchten Europa eine Geschichte mit allen Medien erzählen, und dazu laden wir Künstler aus ganz Europa ein, die unsere Geschichte mit- und auch weitererzählen. Natürlich nutzen wir die Möglichkeit, dass wir das bisher existierende Kulturleben im Ruhrgebiet, mit weltweiten Statisten, nach außen kommunizieren und zeigen können, dass auch außerhalb von Berlin und München etwas passiert.

**KM Magazin:** Damit wird auch der Gedanke der Nachhaltigkeit einbezogen.

**Dr. Oliver Scheytt:** Schon während der Bewerbungsphase haben wir sehr intensiv über die Region und deren Profil nachgedacht. Es wurde sehr bewusst über das, was und wie es gemacht wird, diskutiert. Aus diesem Prozess wurden Ideen für das Jahr 2010 entwickelt. Bei Weimar z.B. wurden mit Goethe und Schiller bereits vorher weltweit und national bedeutende Formate gesetzt. Wir aber mussten sehr genau darüber nachdenken, womit wir antreten, wofür wir überhaupt stehen. Das hat dazu geführt, dass wir im Bewerbungsverfahren Ideen wie Twins und anderes entwickelt haben. Zudem kommen nun die Intendanten und Museumsdirektoren, die eigene Projekte starten wollen. Jetzt sehen wir die Defizite im Bereich der Zusammenarbeit in den Gemeinden, im Tourismus z.B. im gemeinsamen Marketing, im gemeinsamen Ticketing. Wenn es uns gelingt, die Kulturhauptstadt als Projekt zu nutzen, diese Orientierung hinzubekommen, dann haben wir einen riesigen Schritt gemacht, der uns dauerhaft nutzen wird. Und hier denke ich, ist es durchaus sinnvoll, eine Veranstaltung weniger durchzuführen und dafür den Gästen eine klare Orientierung über die Geschehnisse zu ermöglichen.

**KM Magazin:** Wie stellen Sie eine Nachhaltigkeit sicher?

**Dr. Oliver Scheytt:** Wir haben nicht nur einen Gesellschaftsvertrag entworfen, sondern auch ein Gesellschaftsprofil, in dem steht, mit welchen Zielen wir antreten. Ich denke, das ist etwas Untypisches für Kulturmanagement. Viele warten sehr lange und auf die Angaben des künstlerischen Leiters, bevor sie ein Profil entwerfen. Aber ich wollte sicherstellen, dass der

künstlerische Leiter weiß, was er machen soll und ihn danach auch aussuchen. Viele Kulturinstitutionen holen sich jemanden nach dem Namen und sind dann verwundert über das, was passiert. Wir haben mit unserem Profil ein von allen Seiten überarbeitetes und genehmigtes Gerüst entwickelt, auf dessen Grundlagen nun gearbeitet werden soll. Dieses sagt zum Beispiel, dass wir kein reines Eventmanagement betreiben, sondern nachhaltige Strukturen schaffen und Entwicklungen anstoßen möchten.

**KM Magazin:** Das heißt also, dass die Organisationsstruktur das aufnimmt und Vorbildfunktion übernimmt?

**Dr. Oliver Scheytt:** Richtig. Wenn wir wissen, das wir das Management und Marketing verbessern müssen, brauchen wir dazu die geeignete Persönlichkeit respektive wir brauchen Persönlichkeiten, die mit den zuständigen Organisationen im Ruhrgebiet so gut zusammen arbeiten, dass diese dazu gebracht werden.

**KM Magazin:** Essen hat sich bekanntlich stellvertretend für das Ruhrgebiet beworben – wie werden Sie die Region einbeziehen?

**Dr. Oliver Scheytt:** Die Region ist schon über den Regionalverband Ruhrgebiet einbezogen und das Entscheidende ist die Markentechnik: Die Gesellschaft wird den Namen Ruhr 2010 GmbH tragen. Essen kommt in diesem Namen nicht mehr vor. Es kann aber vorkommen, dass die einzelnen Städte im Titel erscheinen. Das Logo haben wir überarbeiten lassen. Nun kann der Stadtname mit Ruhr 2010 kombiniert werden. Es ist wichtig, dass diese Identifikation entstehen kann.

**KM Magazin:** Wie hoch ist der Etat, auf den Sie zurückgreifen können?

**Dr. Oliver Scheytt:** Unser Budget ist angesetzt mit 48. Mio. Euro. Das Land bringt davon 12 Mio. Euro, der Regionalverband Ruhrgebiet 12 Mio. Euro. Der Initiativkreis macht sich, wie gesagt, für 8,5 Mio. Euro stark, das heißt er gewinnt Unternehmen, deren Zuschüsse direkt in Projekte fließen. Die Stadt Essen übernimmt 6 Mio. Euro, den Bund haben wir vorsichtig mit 9 Mio. Euro angegeben und die EU steuert sage und schreibe eine halbe Million Euro bei. Wir möchten aber ein Ausbaubudget von 12 Mio. Euro erreichen, indem wir einen Matching-Fund einrichten. Dabei soll insbesondere die kulturelle Bildung in den Fokus genommen werden. Die Bundeskulturstiftung und das Land werden auf diesem Feld etwas tun. Wir denken, dass wir auch noch weitere Sponsorengelder über den Initiativkreis hinaus einwerben können. Zudem kommen natürlich noch die Budgets der einzelnen Einrichtungen hinzu.

**KM Magazin:** Es gab in der Vergangenheit viel Kritik an dem Festival Ruhr-Triennale, das den Anspruch einer weltweiten Ausstrahlung hat. Sind die Kritiker inzwischen verstummt?

**Dr. Oliver Scheytt:** Das Festival hat sich etabliert und ist sicher die Veranstaltung aus dem Ruhrgebiet, die über die Grenzen Deutschlands hinaus bekannt ist und in relativ kurzer Zeit Aufmerksamkeit erregt hat. Es gab ja Kritik daran, dass die heimischen Künstler und die Szene nicht genug eingebunden worden sei, was aber nicht stimmt, da 50% der Musiker aus der Gegend kamen. Es gibt auch momentan in der hiesigen Kulturszene keine Debatten um die Ruhr-Triennale. Sie soll auch 2010 einen gewichtigen Anteil zum Programm der Kulturhauptstadt leisten

**KM Magazin:** Inwieweit wird in diesem Konzept der Kulturhauptstadt das Thema Kulturwirtschaftliche Existenz, das Thema ökonomische Kompetenzen bei Künstlerinnen und Künstlern berücksichtigt? Besitzt das einen Stellenwert?

**Dr. Oliver Scheytt:** Vorgesehen ist ein Kongress im Herbst nächsten Jahres mit dem Thema Kulturwirtschaft. Die Veranstalter werden das Wirtschaftsministerium, die Staatskanzlei und die Ruhr 2010 GmbH sein. Davor wird es natürlich noch Foren und Diskussionen zu diesem Thema geben. Allerdings stehen wir erst am Beginn der Konzeption dieses Kongresses.

**KM Magazin:** Sie sind ja nicht nur Kulturdezernent der Stadt Essen und Leiter der Ruhr 2010 GmbH, sondern auch Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft. Wo steht die Gesellschaft heute? Was haben Sie noch vor?

**Dr. Oliver Scheytt:** Wir haben immer noch die Aufgabe, in den neuen Bundesländern neue Mitglieder zu erreichen. Aber immerhin können wir sagen, dass wir uns in einigen Bundesländern verdoppelt haben. Der Verband hat in den letzten Jahren 400 neue Mitglieder geworben, im Augenblick haben wir 1400 aktive Mitglieder. Die Struktur ist konstant und mit einigem Wachstum versehen. Wichtig ist natürlich die Arbeit des Instituts für Kulturpolitik. Wir haben mit dem Jahrbuch Kulturpolitik dieses Jahr einen gewichtigen Beitrag geleistet, und die zweijährlichen Kongresse haben an Bedeutung zugenommen.

**KM Magazin:** Es gibt im Kulturbetrieb Deutschland nach unserer Ansicht einen hohen Bedarf an Reformen. Viele Veränderungsprozesse sind auch bereits in Gang gesetzt worden. Was kann die Kulturpolitische Gesellschaft tun, um diese Prozesse nicht nur zu moderieren, sondern auch Wege aufzuzeigen?

**Dr. Oliver Scheytt:** Die Kulturpolitische Gesellschaft ist eigentlich eine Plattform, ein Netzwerk, bei dem man sich trifft und austauscht. Unsere Stärke liegt im innerverbandlichen Diskurs, der dann auch in die Kulturpolitik auf allen Ebenen - Europäische Union, Bund und Länder - hineingetragen wird. Wir verstehen uns weniger als eine Lobbyvereinigung als viel mehr als „Verein der Köpfe“. Wir diskutieren sehr lange darüber, welche Themen wir bearbeiten sollten und müssen. Der Vorstand nimmt sich immer die Zeit, die Themen zu reflektieren, denn der Bereich der möglichen Themen ist riesengroß. Besonders im Bereich Kulturmanagement. Wir haben einen viel höheren Ausbildungstand bei den Leuten, die sich auf dem Arbeitsmarkt bewegen. Dadurch ist auch bei der „Kupoge“ ein nur zu begrüßender Professionalisierungsgrad eingetreten.

**KM Magazin:** Zu wie viel Prozent sehen Sie sich als Kulturmanager und zu wie viel als Kulturpolitiker?

**Dr. Oliver Scheytt:** Ich bin ein Grenzgänger zwischen Verwaltung und Politik, und sehr oft hängen diese beiden Dinge zusammen. Wenn man sich über die Ziele Gedanken macht, ist das sowohl für das Management als auch für die Politik wichtig. Ich versuche, meine Vorgänge konzeptgestützt, strategisch anzugehen. Und auch Strategie hat immer etwas mit Management und Politik zu tun. Ich bin also beides: Kulturmanager und Kulturpolitiker.

**KM Magazin:** Herr Dr. Scheytt, wir bedanken uns für dieses Gespräch!