

2.3.



KULTUR

Das Aufeinandertreffen mehrerer Kulturen innerhalb der Euregio Maas-Rhein (EMR) macht innovatives Denken möglich und schafft nicht nur ein künstlerisches und kulturelles Erbe, sondern leistet auch einen wesentlichen Beitrag zur Entwicklung des Arbeitsmarktes und eines realen wirtschaftlichen Mehrwerts.

2.3.1. SITUATIONSBESCHREIBUNG

Die Kulturlandschaft der EMR erscheint in ihrer Gesamtheit äußerst bunt und dynamisch: Kulturen, aber auch Vertreter unterschiedlicher künstlerischer und kultureller Initiativen und Unternehmen treffen aufeinander, überschneiden sich und bereichern sich gegenseitig. Dieser Reichtum und diese Vielfalt werden in vielerlei Hinsicht jedoch auch zu Herausforderungen.

Die Stärken

Die Kulturlandschaft fördert innovatives Denken, schafft kulturelle und soziale Angebote und stärkt sowohl den Arbeitsmarkt als auch den Tourismus. Die Kultur- und Kreativwirtschaft trägt auch erheblich zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) der EMR bei und übertrifft dabei sogar den nationalen Durchschnitt⁶.

Kreatives und künstlerisches Arbeiten findet zunehmend in einem grenzüberschreitenden und internationalen Kontext statt. Euregionale und internationale Wirtschaftsnetzwerke und -förderer unterstützen diesen Ansatz in der EMR intensiv. Euregionale und internationale Initiativen decken viele Bereiche ab (s. r.).

Euregionale Künstlertreffen

- *Creative Hub Euregio (CHE)* – kreative Köpfe helfen anderen kreativen Köpfen innerhalb der EMR dabei, sich zu treffen und ihre Projekte voranzubringen. Außerdem beraten sie politische Entscheidungsträger.
- *Hello Creator Tour* – trägt mit ihrem „Monat der offenen Ateliers“ zur Sichtbarkeit der kreativen Welt innerhalb der EMR bei, vernetzt diese und bietet Weiterbildungs- und Informationsveranstaltungen.
- *SMART-Coop* – die in Belgien, Deutschland, den Niederlanden, Spanien, Italien und Österreich tätige Kooperative von und für Freiberufler und Kreative beschäftigt sich mit der Entwicklung und Verwaltung von Projekten sowie mit grenzüberschreitenden Themen der Kultur- und Kreativwirtschaft.
- *Auf Ins Museum! Naar Het Museum!* bringt 26 Museen aus Ostbelgien, den Niederlanden und Deutschland in der Grenzregion der EMR zusammen. Geplant ist, dass diese Initiative zu einem euregionalen Museumspass führen wird.
- *Very Contemporary* bringt 11 Museen für zeitgenössische Kunst in der EMR zusammen und bietet Führungen, gemeinsame Aktivitäten und Ausstellungen an.
- *SPACE Collection People* realisiert öffentliche Kunstsammlungen mittels Crowdfunding, um junge Künstler in der Euregio zu unterstützen.
- Die *Task Force Cross-Border Culture* der Arbeitsgemeinschaft Europäischer Grenzregionen (T4CBC-AGEG) verbindet kulturelle Initiativen aus den Grenzregionen in Europa.

Die Herausforderungen

Die COVID-19-Pandemie hat die Dringlichkeit erhöht, den Status der Künstler und Kulturschaffenden über die Grenzen hinweg anzuerkennen und ihre Unterstützung zu koordinieren. Die Pandemie kommt zusätzlich zu den Herausforderungen hinzu, denen der Kulturbereich innerhalb der EMR generell gegenübersteht: die Vielfalt der Finanzierungs- und Rechtsformen von Status und Arbeitsverträgen für Künstler und Kreative, deren Einkommen in der Regel gering ist⁷; unterschiedliche Ansätze, Wahrnehmungen und Unterstützungsangebote; die mangelnde Sichtbarkeit und mangelndes Marketing in den Nachbarregionen; sowie ein hoher Verwaltungsaufwand für die 90 % sehr kleiner Kultur- und Kreativunternehmen⁸ der EMR.

Zudem ist die Kultur- und Kreativlandschaft der EMR noch weit davon entfernt, von der Bevölkerung und den Besuchern, aber auch von Kulturorganisationen und Künstlern voll wahrgenommen und genutzt zu werden.

Schließlich mangelt es generell an Sichtbarkeit, Koordination, Instrumenten und Finanzierungsmöglichkeiten, obwohl es bereits eine Vielzahl faszinierender Initiativen sowie positiver Entwicklungen und Programme gibt, wie z. B. den o. g. Museumspass oder die bottom-up Netzwerke.

Was eine euregionale/europäische Finanzierung angeht, so zeichnen sich Programme wie Kreatives Europa oder INTERREG durch einen hohen Verwaltungsaufwand, einen Mangel an finanzieller Kapazität seitens der Kulturgemeinschaft sowie die Schwierigkeit aus, gleichwertige Partner über Grenzen hinweg oder auf transnationaler Ebene zu finden. Die People to People Finanzierung ist die geeignete

Ebene für euregionale Projekte. Aber auch in diesem Fall ist der Verwaltungsaufwand für kleine Projektträger hoch und die 50%ige Eigenbeteiligung, die Vorfinanzierung oder der Verwaltungsaufwand bleiben oft unüberwindbare Hindernisse. Das neue INTERREG-Programm, das bezüglich des Verwaltungsaufwands viel einfacher ist, soll die Arbeit der kulturellen Akteure erleichtern.

Die COVID-19-Pandemie hat die Dringlichkeit erhöht, den Status der Künstler und Kulturschaffenden über die Grenzen hinweg anzuerkennen und ihre Unterstützung zu koordinieren.

2.3.2. ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN

Um das euregionale Potenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft zu entwickeln und die Akteure dieser Branche zu unterstützen, müssen euregionale Aktionen und Maßnahmen an die Bedürfnisse angepasst werden. Initiativen von Künstlern und Kulturschaffenden, z. B. diejenigen, die in den letzten Jahren euregionale (Selbsthilfe-)Netzwerke geschaffen haben, können helfen, Bedürfnisse zu erkennen und Barrieren zu beseitigen. Es wäre sinnvoll, eine Bestandsaufnahme dieser Netzwerke vorzunehmen, und so viele wie möglich strukturell zu sichern. Die bottom-up Netzwerke müssen weiterentwickelt, miteinander verknüpft, kontinuierlich ausgebaut und vor allem, wo nötig, finanziell abgesichert werden.

Um die Bedürfnisse und die Entwicklung der kreativen Welt zu erkennen, muss auch der Informationsfluss zu grenzüberschreitenden Möglichkeiten zwischen Kulturschaffenden, Verwaltungen und Bürger*innen vernetzt, verbreitet und für alle zugänglich gemacht werden. Diese Informationen sollten, wenn möglich, an einer einzigen Stelle gesammelt werden.

Dies erfordert gleichzeitig die weitere Digitalisierung des Kultur- und Kreativsektors, einschließlich der Museen, sowie das Einrichten einer Kulturdatenbank für die EMR und ihre Bevölkerung. Auch Initiativen wie der Museumspass „Auf ins Museum!“ sollten auf die gesamte EMR ausgeweitet werden.

2.3.3. ZIELE UND AKTIONEN

Zu den Zielen gehören folgende Schwerpunkte:

- **In enger Abstimmung mit den Partnerregionen und anderen relevanten Akteuren soll ein One-Stop-Shop geschaffen werden: Eine zentrale Anlaufstelle, die als Drehscheibe für euregionale Initiativen und Netzwerke sowie für die vorhandenen regionalen Kompetenzen der Kultur- und Wirtschaftsberatung und -förderung in der EMR fungiert. Diese zentrale Anlaufstelle soll nicht nur die Sichtbarkeit und Sicherheit der euregionalen Initiativen und Netzwerke gewährleisten, sondern auch angemessene Informationen liefern, um:**
 - Kultur- und Kunstschaffende zu beraten,
 - die politische Ebene der Euregio über aktuelle Entwicklungen und Themen zu unterrichten,
 - Barrieren in Zeiten der Pandemie und darüber hinaus abzubauen und regionale und nationale Initiativen und Förderprogramme grenzüberschreitend zugänglich zu machen,
 - Kultur- und Kunstschaffende proaktiv über laufende „Calls“ zu informieren,
 - euregionale Netzwerke und Stakeholder darin zu unterstützen, an Projekten, Veranstaltungen und Messen, sowohl euregional als auch international teilzunehmen,
 - regionale und internationale Netze zwischen Initiativen zu fördern und sie in internationale Netzwerke einzubinden,
 - den Austausch von Weiterbildungen und Ideen für Künstler und Kreative zu fördern und zu prüfen, ob die Möglichkeit besteht, die vorhandenen Initiativen der Partnerregionen auf die EMR zu übertragen,
 - Unterstützung anzubieten, insbesondere bei der Vorbereitung von Förderanträgen, der Suche nach Partnern und bei Übersetzungen,
 - die gemeinsame Nutzung von Orten sowie einen gemeinsamen Bestand zu fördern,
 - euregionale Wettbewerbe im Bereich der Kreativität strukturell zu entwickeln,
 - ein Verzeichnis von Netzwerken und kulturellen Akteuren in der EMR zu erstellen,
 - Initiativen zu unterstützen, die die Mehrsprachigkeit fördern oder es dem Publikum ermöglichen, das euregionale Angebot wahrzunehmen, wie z. B. mit Untertiteln im Theater,
 - die Mobilität von Kunst- und Kulturschaffenden, insbesondere für grenzüberschreitende Kulturveranstaltungen, zu fördern und Mobilitätshindernisse abzuschaffen.

- **Förderung der Bekanntheit der Euregio als Kulturregion:**
 - Erstellung einer Kulturdatenbank: Einrichtung einer euregionalen Plattform für den Datenaustausch zur Kultur und zu Veranstaltungen. Darin werden alle euregionalen Daten zusammengestellt, indem bestehende regionale/lokale Datenbanken miteinander verbunden werden. Diese werden auf lokalen und regionalen Plattformen grenzüberschreitend für alle Zielgruppen kostenlos zur Verfügung gestellt,
 - Schaffung eines Museumspasses: Entwicklung und Ausbau der euregionalen Museumskarte, des Ticketings und Marketings sowie deren Integration in die Kulturdatenbank.
- **Die Digitalisierung vorantreiben: Das Kulturerbe und die Museen digitalisieren und eine Plattform für die Digitalisierung des Kunstsektors einrichten,**
- **Das kulturelle Erbe der Euregio schützen und fördern: Das kulturelle Erbe der Euregio neu beleben und das Bewusstsein für unsere gemeinsame Geschichte verbessern,**
- **Eine People to People-Finanzierung initiieren: Verbesserung der Mobilität und des Austauschs von Künstlern und Initiativen innerhalb der EMR, zum Beispiel durch die Reduzierung von Eigenleistungen, die Anerkennung von ehrenamtlichem Engagement, mehr Flexibilität und die Reduzierung des Verwaltungsaufwands.**

FAZIT

Es ist besonders wichtig, die reiche und vielfältige euregionale Kultur- und Kreativlandschaft für die Bürger*innen und Besucher der EMR, genauso wie für die internationale Kulturszene, Wirtschaft und den Tourismus bekannt zu machen. Kulturelle Veranstaltungen müssen über die Grenzen hinaus bekannt und zugänglich gemacht werden, damit die Euregio als ein Lebensraum angesehen wird, der begeistert und das Leben bereichert. Ziel ist es, das Zugehörigkeitsgefühl zur Euregio zu stärken, den Kulturbereich der Euregio international, insbesondere für den Tourismus, zu positionieren und zu erschließen und ihn als lokalen Beschäftigungssektor anzuerkennen.