

Geht so Kulturhauptstadt?

Hildesheimer Bewerbungsteam stellt das zweite und entscheidende Bid Book für den Titel 2025 vor

Von Ralf Neite

Hildesheim hat sein Bid Book fristgerecht eingereicht, verkündet gestern Mittag Oberbürgermeister Ingo Meyer. Auf 100 Seiten stellt es vor, was Stadt und Region alles tun wollen, wenn sie 2025 europäische Kulturhauptstadt werden. Dafür gibt es ein Finanzierungskonzept mit einem Volumen von 68,7 Millionen Euro. Das sei solide und habe auch noch Reserven, so der OB. „Ich glaube, wir dürfen alle stolz sein auf das, was wir hier gemeinsam geleistet haben“, sagt Meyer. Und fügt in seinem gewohnt nüchternen Ton hinzu: „Wir möchten die Welt ändern.“

So geht Kulturhauptstadt-Bewerbung auf hildesheimisch: Die Pressekonferenz findet im Gemeindesaal an der Michaeliskirche statt, Verantwortliche und Pressevertreterinnen sitzen im Rechteck, jeder hat ein Tellerchen mit ein paar Keksen und Weintrauben vor sich. Carolin Hochleichter, die künstlerische Leiterin der Bewerbung, hat eine Zuckerrübe als „Feldkulturerbe“ auf dem Tisch liegen – mehr Schmuck ist nicht. Hannover hatte am Freitag den entgegengesetzten Weg gewählt und am Rathaus ein Kunstspektakel inszeniert, um das Bid Book in Form einer 21 Meter langen Schriftrolle zu präsentieren.

Hildesheim bleibt bei seiner Rolle als Underdog. „Wir bewerben uns nicht obwohl, sondern weil wir Provinz sind“, sagt Thomas Harling, Leiter des Projektbüros 2025. Mehr als die Hälfte der Menschen in Europa, hatte Algermissens Bürgermeister Wolfgang Mögerle vorher feststellt, leben auf dem Land. Hildesheim und die 17 Kommunen wollen exemplarisch für Europa zeigen, was und wie die Bewohner der Metropolen von Landmenschen lernen können. „Decentring our worldview“ – die Weltsicht dezentralisieren – heißt die Devise des Bid Books.

Das könnte schon ein Titel fürs Kulturhauptstadt-Jahr sein, ist es aber nicht. Sondern das Bewerbungsteam hat sich für „We care – Beets, Roses and the Meaning of Li-



Natürlich mit Zuckerrübe: Das Bewerbungsteam hatte die Michaeliskirche ausgesucht, um das Bid Book der Öffentlichkeit zu präsentieren.

FOTOS: JULIA MORAS

fe“ entschieden (die HAZ berichtet). We care: Zwei Worte, die vielfältig übersetzt werden können. „Wir sind am Start“ oder „Wir kümmern uns“ wären zwei Möglichkeiten, schlägt Carolin Hochleichter vor. Die These dahinter: Die Menschen haben in kleineren Lebensbezügen engere Bindungen als in der großen Stadt, mehr Miteinander und mehr Füreinander.

Dazu passen die 58 Modellprojekte im Bid Book (2025 sollen es dann viel mehr sein). Die meisten sind soziokulturell angelegt, Kooperationen zwischen lokalen Akteuren

geben die Basis. Diese Zusammenarbeit besteht an vielen Orten ohnehin schon, Birgit Krauß vom Kulturbüro des Landkreises hebt unter anderem das Zusammenspiel von freier Szene und Hochkultur hervor. Aber sie soll nun stärker zum Leuchten gebracht werden, indem internationale Partner – Kommunen, Künstler,

„The Half that has never been told“ geht es um die Rolle von Frauen in einer Jahrtausende lang von Männern geprägten Geschichte. Nicht zuletzt sollen alle 164 Städte, Gemeinden und Dörfer des Landkreises die Gelegenheit erhalten, für einen Tag zur Hauptstadt zu werden.

Natürlich sind auch die etablierten Kultur-Aushängeschilder mit im Boot, die Museen, das Theater für Niedersachsen (das zum Theater für Europa umbenannt werden soll), Lichtungen, Wallungen, Heersumer Sommerspiele, Transeuropa-

Theaterfestival, Hall Art Foundation in Derneburg. Immer bereichert um Beiträge von außerhalb – über 230 transnationale Akteure sind nach dem jetzigen Stand in den Projekten involviert, sagt Lene Wagner, Co-Leiterin der Bewerbung und verantwortlich für die Redaktion des Bid Books. Und die Liste der Partner sei „noch längst nicht abgeschlossen“.

Was man vergeblich sucht im Bid Book: einzelne Events mit großen Namen. Die soll es durchaus auch geben, kündigt Carolin Hochleichter an; sie werden später hinzukommen, wenn Hildesheim den Zuschlag erhalten sollte. Der Schwerpunkt liege darauf, Verbindungen und Konzepte zu schaffen, die über 2025 hinausreichen.

Das zweite Bid Book ist, wie das erste Bewerbungsschreiben im vergangenen Jahr, von Lehrenden und Studierenden der HAWK gestaltet worden. Unterschiedliche Themenfelder haben jeweils eigene Farben, wobei der besondere Reiz darin besteht, dass sie – je nach Lichteinfall – für einen Moment leuchten, wie Professorin Dominika Hasse erläutert.

So gesehen passt dann auch die unspektakuläre Vorstellung des Bid Book gestern Nachmittag. Lene Wagner bringt es auf den Punkt: „Unsere Bewerbung leuchtet von innen.“

KOMMENTAR



Von Ralf Neite

Respekt!

Schon das Motto hat es in sich: „We care“ – wir sind füreinander da – ist ein großartiges Zeichen der Solidarität in einer Gesellschaft, die von einem tiefen Graben geteilt wird: Die eine Seite schaut, vom Populismus angestachelt, nur auf sich. Die andere ist der Meinung, dass die großen Probleme unserer Zeit allenfalls gemeinsam zu lösen sind. Faszinierend in diesem Zusammenhang ist die neue Perspektive auf den ländlichen Raum. Die Provinz als Lernfeld für Ballungszentren: Das sticht heraus aus den Plänen der Bewerberstädte. Das Hildesheimer Bid Book liefert dafür eine Vielzahl spannender Ideen – unglaublich, was das Bewerbungsteam in so kurzer Zeit und mit vergleichsweise geringen finanziellen Mitteln auf die Beine gestellt hat. Die Projektbeschreibungen klingen ein bisschen akademisch, und im endgültigen Kulturhauptstadt-Programm müsste deutlich mehr für junge Menschen angeboten werden. Trotzdem ist es ein großer, mutiger Entwurf. Ob es für den Titel reicht, wird davon abhängen, welche Prioritäten die Jury setzt. In der Vergangenheit war sie oft für Überraschungen gut.



Endspurt bis zur Entscheidung am 28. Oktober

Mit der Abgabe des Bid Book 2 hat der Endspurt im Rennen um die Kulturhauptstadt 2025 begonnen. Ursprünglich war geplant, dass die europäische Jury alle fünf Bewerberstädte – außer Hildesheim noch

Hannover, Magdeburg, Chemnitz und Nürnberg – besucht, um sich ein Bild vor Ort zu machen. Wegen Corona wurden diese Besuche komplett abgesagt, die Städte sollen stattdessen Videos einreichen und sich mit

einem Livestream präsentieren. Die Region Hildesheim ist damit am 20. Oktober an der Reihe. Vom 26. Oktober an wird die Jury beraten und am 28. Oktober die endgültige Entscheidung verkünden.

Unternehmen – als Mitspieler dazustoßen.

Taylor Mac aus New York wird sich queeren (intersexuellen) Ikonen widmen, Ari Benjamin Meyers will mit „The Hildesheim Troubadour“ eine Langzeit-Oper realisieren, und die Performance-Künstlerin Candice Breitz aus Südafrika will in „Speechless“ erkunden, wie sich Menschen fühlen, die nach Hildesheim kommen, ohne Deutsch zu sprechen. Vor allem Geflüchtete sollen mitwirken. Und auch hier sind immer lokale Initiativen involviert.

Es wird ums Bauhaus gehen, um das Welterbe allgemein und das Welterbe in der Zukunft. In Sibbesse ist der „Seven Hills Walk“ geplant, eine Aktion zum Thema Hexen und Feminismus. In Alfeld will man das Verhältnis von Mensch und Tier ausloten, in Hildesheim soll ein „Cultural Hub“ entstehen – ein dauerhaftes Zentrum für künstlerische Ambitionen mitten in der Stadt.

Ein Kinder-Start-up-Orchester steht auf der Liste, ein Projekt zur Umwandlung der Landwirtschaft, Laboratorien zum Erfinden neuer Traditionen auf offenem Feld. Bei



HAWK-Professorin Dominika Hasse erläutert das Design des Bid Books.