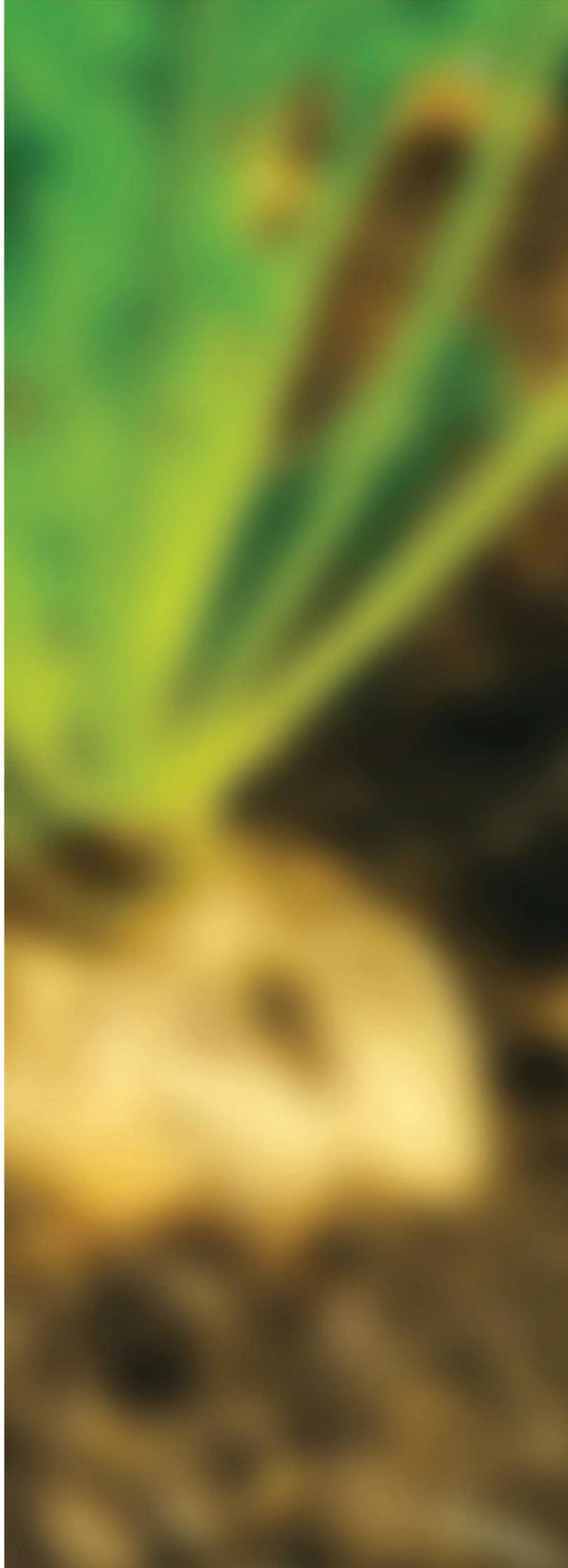


**RÜBEN, ROSEN UND
DER SINN DES LEBENS**
RE[¹RU:]TING HILDESHEIM

**BEWERBERSTADT
KULTURHAUPTSTADT EUROPAS 2025
VORAUSWAHL**



EINLEITUNG – ALLGEMEINES	0	0.1 0.2 0.3 0.4	1
BEITRAG ZUR LANGZEITSTRATEGIE	1	1.1 1.2 1.3 1.4 1.5	8
KULTURELLE UND KÜNSTLERISCHE INHALTE	2	2.1 2.2 2.3 2.4	16
EUROPÄISCHE DIMENSION	3	3.1 3.2 3.3	34
ERREICHUNG UND EINBINDUNG DER GESELLSCHAFT	4	4.1 4.2 4.3	41
VERWALTUNG	5	5.1 5.2 5.3 5.4	48
UMSETZUNGSFÄHIGKEIT	6	6.1 6.2 6.3	58

Das offizielle Bewerbungsschreiben von Stadt und Region Hildesheim um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“, das sogenannte Bid Book, wurde am 30. September 2019 bei der Kulturstiftung der Länder in englischer Sprache in gedruckter und digitaler Form eingereicht und am 7. November 2019 in digitaler Form über www.hi2025.de veröffentlicht. Dieses Bewerbungsschreiben ist in Form und Inhalt maßgeblich für die Bewerbung.

Beim vorliegenden Text handelt es sich um eine deutsche Übersetzung. Sie wurde angefertigt, um Aussagen und Inhalte der Bewerbung einer breiteren Öffentlichkeit leichter zugänglich zu machen. Wegen der besseren Verständlichkeit wurden dabei z.T. Kürzungen und Ergänzungen vorgenommen oder Erklärungen eingefügt, die vom Original abweichen. Manchmal schien auch eine eher freie Übersetzung angeraten. Im Zweifelsfall gilt das offizielle, englische Bewerbungsschreiben.

Wir danken ganz besonders unserer FSJ-Ierin Koko Lana Hörr für ihren großartigen text- sprach- und design-technischen Einsatz für die deutsche Fassung!

0 EINLEITUNG

–

ALLGEMEINES

„Es gibt eine Theorie, die besagt, wenn jemals irgendwer genau herausfindet, wozu das Universum da ist und warum es da ist, dann verschwindet es auf der Stelle und wird durch noch etwas Bizarreres und Unbegreiflicheres ersetzt. – Es gibt eine andere Theorie, nach der das schon passiert ist.“

– Douglas Adams

Betrachtet man den Zustand der Welt, so scheint sich dieses Wechselspiel in immer kürzer werdenden Abständen zu vollziehen. Aber bisher ist unser Planet, der Supercomputer zur Berechnung der Frage – nicht der Antwort – nach dem Leben, dem Universum und dem ganzen Rest, noch da. Willkommen in der Niederlassung Hildesheim, wo die Berechnungen gerade enorm an Fahrt aufgenommen haben.

Die Hildesheimer*innen leben in einem Universum aus Zuckerrübenfeldern und einem legendären Rosenstock auf dem europäischen Kontinent. Eine Gesellschaft wie viele Gesellschaften, mit einer überwiegend passiven und reaktiven Denkweise. In den letzten Jahren ist jedoch in der Mitte unserer Gemeinschaft ein intensiver Denkprozess in Gang gekommen. Wollen wir das Steuer für unsere gemeinsame Zukunft übernehmen, müssen wir in einen proaktiven Modus übergehen.

Eine proaktive Denkweise wird uns auf eine Reise nach verborgenen Schätzen führen – zwischen Stadt und Land, zwischen Hildesheim, Europa und der Welt. Gemeinsam werden wir uns dafür einsetzen, Schritt für Schritt, bessere Routen zu finden.

Schließen Sie sich uns an für eine Neukalibrierung des Weges. Es ist an der Zeit, **die Route neu zu berechnen!**

Kunst und Kultur geben uns seit über 1.200 Jahren Orientierung und Identität – Kunst und Kultur werden weiterhin unser Kompass sein. Zusammen mit kreativen Köpfen und kulturellen Institutionen und unter starker Beteiligung unserer Bürger*innen werden wir ganz unterschiedliche Fragen stellen, um den Sinn des Lebens zu erforschen.

Hildesheim will 2025 Kulturhauptstadt Europas sein. Wir brauchen diesen bedeutenden Titel, um unsere

Anstrengungen zu bündeln und zu legitimieren. Die Verleihung wird uns helfen, die notwendigen Verbindungslinien zu ziehen – zwischen dem Leben auf den Feldern, auf unseren Straßen, in unseren Mythen sowie den existentiellen Herausforderungen Europas und der Welt. Wir werden liefern!

F 0.1 Warum möchte Ihre Stadt am Wettbewerb um den Titel Kulturhauptstadt Europas teilnehmen?

„Rüben, Rosen und der Sinn des Lebens“. Geht´s noch größer? Oder noch kleiner?

Ob alles spektakulär begann vor 1.200 Jahren ist schwer zu sagen. Aber ein Wunder musste es schon sein. Kaiser Ludwig der Fromme wollte eine Stadt und eine Diözese gründen. Er bemerkte einen Rosenstock, der über Nacht gewachsen war und hartnäckig sein Marienreliquiar festhielt. Er nahm dies als göttlichen Fingerzeig und ließ die erste Kapelle bauen. Seitdem teilt die Rose unser Schicksal. Sie zieht sich wie ein rosa Faden durch unsere Geschichte und erzählt eigene Geschichten. Man kann sie noch immer an der Apsis unseres Doms besuchen.

Einige meinen, dass wir wieder ein Wunder bräuchten, um Kulturhauptstadt Europas zu werden. Die Zeiten, in denen unsere Stadt eine wichtige Kulturmetropole war, sind seit vielen Jahrhunderten vorbei. Heute sind wir ziemlich durchschnittlich. Und manchmal scheint es, dass wir bis zur Unkenntlichkeit normal sind. Anscheinend ist das Schlimmste, das passieren kann, im Spätsommer auf gut asphaltierten Straßen hinter einem Zuckerrübenschlepper festzusitzen.

Anscheinend! Denn auch in Hildesheim verändert sich die Welt. Starkregen und Überschwemmungen gaben uns einen Vorgeschmack darauf, was der Klimawandel mit sich bringen könnte; die starke Kinderarmut in bestimmten Teilen der Stadt zeigt, dass unsere Gesellschaft auseinanderdriftet; die Zusammensetzung unserer Bevölkerung war noch nie so vielfältig. Das Leben in Hildesheim wird nicht mehr das sein, was es war – und das wird uns gerade erst bewusst. Zu oft geben wir uns damit zufrieden, durchschnittlich zu sein. Und zu oft warten wir

darauf, dass Lösungen anderswo gefunden werden. Die großen Herausforderungen der Zukunft in Bezug auf Klima, Technologie, gesellschaftlichen Zusammenhalt, Migration und dergleichen lassen sich derzeit in Hildesheim noch ausblenden. Aber sie sind schon allgegenwärtig. Und diese Herausforderungen sind nicht nur technischer oder wirtschaftlicher, sondern auch kultureller Natur. Sie verlangen von uns, dass wir unsere Lebensweise, unsere Einstellungen und Gewohnheiten überdenken. Derzeit scheint es, dass viele unserer Annahmen und Grundprinzipien auf dem Spiel stehen. Deshalb müssen wir uns in unserer Region und in Europa mit grundlegenden Fragen befassen. Es ist an der Zeit – auch im Hinterland von Niedersachsen – wieder nach dem Sinn des Lebens zu fragen. Der Titel kann uns helfen, ein Bewusstsein der Dringlichkeit und des Mutes zu entwickeln, das wir brauchen, um uns den Herausforderungen zu stellen. Wir wollen Kulturhauptstadt Europas sein, weil wir zur Zukunftsfähigkeit unserer Region und Europas beitragen wollen.

Hildesheim leidet seit Jahrzehnten unter einem wirtschaftlichen Niedergang mit Abwanderung von Großunternehmen, unzureichenden öffentlichen und privaten Investitionen und knappen Ressourcen für den Kultur-, Sozial- und Bildungssektor. Angesichts dieses Brain-Drains von jungen und gebildeten Menschen hat die Region Schwierigkeiten, neue Unternehmen zu gewinnen und die etablierten zu halten. In Teilen von Stadt und Region herrscht das Gefühl, abgehängt zu sein. Natürlich sind wir uns bewusst, dass Kulturhauptstadt Europas zu sein allein unsere Probleme nicht lösen wird. Aber der Titel kann uns helfen, den kulturellen Reichtum unserer Region als Motor ihrer Entwicklung zu nutzen. Wie groß und wertvoll dieses Gut ist, das hat uns bereits der Prozess der Bewerbung gezeigt. Der Titel kann ein Wendepunkt werden, um die Ansprüche an uns selbst zu erhöhen und unser kulturelles Angebot auf ein noch höheres Niveau zu bringen. So können wir uns als Stadt und Region der Kultur und Kreativität auf der europäischen Landkarte positionieren. Wir wollen Kulturhauptstadt Europas sein, weil wir einen Impuls brauchen, um die Abwärtsspirale umzukehren.

Sind wir dazu in der Lage – zwischen unseren Rüben und Rosen? Man sagt, wir seien auf negative Weise provinziell, d.h. langweilig, engstirnig, muffig. Aber wir wissen, dass das Gegenteil der Fall ist. Hier sind Dinge möglich, die in der Metropole unmöglich sind.

Die kurzen Wege, die nachhaltigen, direkten Verbindungen, die überschaubare Größe, die Fähigkeit zur Mobilisierung, die kollektive Wachsamkeit, der Raum für Experimente, die Freiheit für etwas Neues. Es war vielleicht kein Zufall, dass mit dem Fagus-Werk von Walter Gropius das Bauhaus in unserer Region gegründet wurde und dass die kulturwissenschaftliche Ausbildung in Hildesheim besonders erfolgreich ist. Wir wollen Kulturhauptstadt Europas sein, um weiter zu experimentieren und zu zeigen, dass eine kleinere Stadt mit einer ländlichen Region ein Hort kultureller Ideen und ein künstlerisches Labor sein kann. Nicht *obwohl* wir Provinz sind, sondern *weil*.

Hildesheim ist immer, allein schon architektonisch, eine Stadt der Kirchen gewesen. Heute denken einige, dass wir eher eine Stadt der Friseure sind. Hier wie vielerorts in Deutschland sind Kirchen und Religion nicht mehr die wichtigen und universellen Institutionen, die sie einst waren. Darüber hinaus haben die Kirchen für viele Menschen ihre Glaubwürdigkeit und moralische Autorität eingebüßt. Dazu haben die Fälle sexualisierter Gewalt – auch im Bistum Hildesheim – beigetragen. Leben und Lebensentwürfe haben sich verändert und sind vielfältig geworden. Werte werden nicht mehr nur vorgegeben oder müssen befolgt werden. Es bedarf stattdessen kontinuierlicher Anstrengungen, um einen gesellschaftlichen Konsens zu erreichen. Dieser Prozess ist nicht immer erfolgreich. Die zunehmende Uneinigkeit über gemeinsame Werte zeichnet sich nicht nur in den Vororten der europäischen Großstädte ab – Hildesheim selbst hatte eine extremistische salafistische Szene, wo Hass gepredigt wurde. Wir sprechen nicht über entfernte philosophische Fragen, sondern über unseren sozialen Zusammenhalt.

Ein europäisches Integrationsprojekt wie Hi2025 kann zu einem tieferen Verständnis von uns selbst beitragen. Es kann uns helfen, unser kulturelles Erbe sowie den Reichtum unserer kulturellen Vielfalt zu verstehen und zu schätzen. Durch die Arbeit und Zusammenarbeit mit Menschen und Gesellschaften in anderen Teilen Europas werden wir sowohl an unserer eigenen Integration arbeiten als auch zur europäischen Integration beitragen. Wir wissen aber auch, dass es notwendig sein wird, über Europa hinauszuschauen – angesichts der Komplexität einer globalisierten Welt, in der die Herausforderungen nicht an den Küsten und Grenzen des Kontinents enden.

F 0.2 Hat Ihre Stadt die Absicht, die umliegenden Regionen mit einzubeziehen? Warum?

„Ohne unsere Zuckerrüben gäbe es in Hildesheim kein Theater für Niedersachsen“, sagte uns ein Landwirt. „Der Reichtum der Region kommt aus der Erde“. Na dann... (es ist tatsächlich die beste Erde in Deutschland, aber wir wollen natürlich nicht prahlen). Wir bewerben uns als Stadt und Region, weil wir glauben, dass eine stärkere Vernetzung von Städten, Gemeinden und ländlichen Gebieten eine Voraussetzung für echte Integration in Europa ist. Hildesheim bewirbt sich zusammen mit dem Umland: Die Städte und Gemeinden Alfeld, Algermissen, Bad Salzdetfurth, Bockenheim, Diekholzen, Elze, Freden, Giesen, Harsum, Holle, Lamspringe, Nordstemmen, Samtgemeinde Leinebergland, Sarstedt, Schellerten, Sibbesse und Söhlde wollen Kulturhauptstadt Europas sein. Der Landkreis Hildesheim liegt im Zentrum Niedersachsens, wo die Norddeutsche Tiefebene auf die ersten Höhenzüge trifft. In der Region leben 280.000 Menschen, davon rund 100.000 in der Stadt Hildesheim, der Rest auf einer Fläche von 1.200 km² in Städten und Gemeinden.

Das Verhältnis zwischen den übrigen Gemeinden des Landkreises und Hildesheim als größter Stadt ist nicht ungetrübt. Es gibt viele Streitigkeiten, meist um Geld: Finanzierung von Theater, Musikschule, Kindergärten. Alle Kommunen sind überzeugt: Sie bezahlen zu viel und entscheiden zu wenig. Der Zusammenschluss der verschiedenen Orte zu einem Landkreis war nicht gerade eine Liebesheirat.

Ist es eines der vielen Hildesheimer Wunder, dass Stadt und Region sich dieser Bewerbung gemeinsam annehmen? Und das mit politischem Engagement und finanziellen Verpflichtungen? Vielleicht. Aber es hat auch mit dieser gemeinsamen Überzeugung zu tun: Nur durch die enge Zusammenarbeit von Stadt und Region können wir unsere gemeinsamen Potenziale entfalten.

Stadt und Land? Am besten, wir vergessen stereotype Zuschreibungen ganz schnell. Im Norden bereits stark in Richtung Hannover orientiert, mit intensiv landwirtschaftlich und industriell genutzter Landschaft, in der Mitte eine Stadt, die sich gerade noch Großstadt nennen darf, nach Süden und Osten viel unberührte Natur und schwierige Verkehrsanbindung, vereinen wir zahlreiche Spielarten von Urbanität und Ländlichkeit. Dabei entwickeln sich auch bei uns die einzelnen Teilräume immer mehr ausein-

ander. Während die einen solide wirtschaftliche und demografische Prognosen aufweisen, sind andere mit Landflucht und einem Rückgang des kulturellen und gemeinschaftlichen Lebens konfrontiert.

Es ist für unsere Bewerbung von grundlegender Bedeutung, dass wir über diesen großen Erfahrungsschatz verfügen und einen weiten Raum für Forschungen vor uns haben. Wir werden untersuchen, wo das gute Leben in Zukunft stattfindet. Wir erwarten, dass es dort sein wird, wo die ruralen und urbanen Elemente eine gemeinsame Kultur entwickeln und wo sie beginnen, sich auf einander zu beziehen.

F 0.3 Erklären Sie kurz das Gesamtkulturprofil Ihrer Stadt.

Hildesheim war im Mittelalter ein Knotenpunkt wichtiger Handelswege und förderte als wichtiger Bischofssitz den kulturellen Austausch in ganz Europa. Der Mariendom und seine heiligen Objekte zeugen von der Blütezeit der Stadt, ebenso wie die Kirche St. Michaelis. Beide gehören seit 1985 zum UNESCO-Weltkulturerbe. Eine weitere UNESCO-Weltkulturerbestätte in unserer Region ist das Fagus-Werk von Walter Gropius. Zusammen mit 3.300 Baudenkmälern und weltberühmten Museumssammlungen verfügt die Region Hildesheim über ein bedeutendes kulturelles Erbe.

Die Universität Hildesheim und die Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst Hildesheim/Holzminde/Göttingen (HAWK) machen die Stadt mit ihrem Angebot an künstlerischen, kulturwissenschaftlichen und gestalterischen Studiengängen zu einem Zentrum für junge zeitgenössische Kunst, für Bildung und Forschung in Kulturwissenschaft und -management sowie für viele verschiedene Designrichtungen. Für die Studierenden ist die Stadt Spielwiese, Labor und Gegenstand ihrer Projekte, ihrer Forschung und ihrer künstlerischen Experimente. Hildesheimer Absolvent*innen arbeiten überall in der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft sowie in Teilen Europas, viele sind in leitenden Positionen tätig.

Darüber hinaus ist in der Stadt und Region eine breite und professionelle Kulturszene aktiv. Mit zahlreichen Museen, Theatern und Theatergruppen, Kulturzentren, Musikschulen, Chören und Laienspielgruppen ist unsere Kulturlandschaft reich und einzigartig, darunter hochkarätige nationale und internationale Angebote aus verschiedenen Diszi-

plinen. Die für Deutschland so typischen Vereine, die Heimatvereine, Chöre, Sportvereine, Ortsfeuerwehren, schaffen vor allem im ländlichen Raum Gemeinschaft und Gemeinsinn.

Unsere Kulturszene hat zuverlässige und aktive Netzwerke aufgebaut. Diese Interessengemeinschaften haben eine starke Stimme in Stadt und Region und vereinen regelmäßig zahlreiche einzelne Kulturschaffende zur Zusammenarbeit an Großprojekten. Kein Wunder, dass sie uns zum Motto unserer Bewerbung inspirierten. (Vielen Dank an das Netzwerk Kultur & Heimat, das uns „Rosen und Rüben“ ausleiht! Wir hoffen, wir müssen das Motto nicht vor 2026 zurückgeben).

Das klingt nach guten Voraussetzungen für ein herausragendes kulturelles Leben – wenn es nur sichtbarer und greifbarer wäre. Aber oft bleiben die Kulturakteur*innen unter sich und erreichen keine größere öffentliche Aufmerksamkeit. Oder die kulturellen Hotspots – wie der Kulturcampus der Universität – sind dezentral versteckt. So ist die studentische Energie und Lebendigkeit in der Stadt kaum zu spüren und trotz schnell wachsender Studierendenzahlen in den Straßen von Hildesheim fast unsichtbar. Viele junge Kreative gehen so schnell wie möglich weg – leider auch wegen des Mangels an Arbeitsplätzen im Kultur- und Kreativsektor und des fehlenden kreativen Klimas in der Stadt.

Außerdem fehlt uns eine internationale und weltoffene Haltung. Nur Teile unserer Kulturszene sind intensiv an internationaler Zusammenarbeit und internationalem Austausch beteiligt, und der eigene kulturelle Reichtum und die Vielfalt unserer Stadt spiegelt sich nur zum Teil in den aktuellen Angeboten und kulturellen Netzwerken wider. Das Kulturangebot zieht häufig kein breites und vielfältiges Publikum an. Tatsächlich betrachten viele Hildesheimer Kultur als etwas Elitäres, das wenig mit ihrem Alltag zu tun hat.

Um unser kulturelles Leben neu zu kalibrieren, eine neue Route einzuschlagen, können wir jedoch auf die Erfahrungen mit unserem Stadtjubiläum „1.200 Jahre Hildesheim“ im Jahr 2015 zurückgreifen. Da erlebten wir, wie ein Großereignis mit über 150 Kulturprojekten unsere Stadtgesellschaft zusammenwachsen lassen kann. Wir wurden uns des Reichtums der kulturellen Vielfalt in unserer Stadt und unserer Vergangenheit bewusst, die uns zu dem gemacht hat, was wir sind. Wir haben gelernt, wie

Kultur – gepaart mit einer großen kollektiven Anstrengung – Inklusion und Integration fördern und zu einem gemeinsamen Gefühl der Zugehörigkeit führen kann.

Aber das Stadtjubiläum, das mit dem 70. Jahrestag des Endes des Zweiten Weltkriegs zusammenfiel, erinnerte uns auch an die dunklen Seiten der Geschichte in Stadt und Region. Im Nationalsozialismus fielen Terror und Propaganda in Hildesheim auf fruchtbaren Boden. Und während wir heute aktiv die Botschaft von Frieden, Verständnis und Menschlichkeit verbreiten, fordern neue Tendenzen der Feindseligkeit und Abgrenzung unsere Gesellschaft heraus. Die Stadt Hildesheim, die vor dem Zweiten Weltkrieg als schönste Fachwerkstadt Europas galt, wurde fast vollständig zerstört, um anschließend schnell und funktional wieder aufgebaut zu werden. Und so ist es heute nicht mehr das kulturelle Erbe, das unser Stadtbild (und unsere Identität) prägt, sondern die ungeliebte Nachkriegsarchitektur. Um das verbleibende und noch reiche Kulturerbe wieder ins Bewusstsein zu rufen und für unsere Gäste erlebbar zu machen, brauchen wir neue Kommunikations- und Marketingideen sowie Möglichkeiten zur kreativen Mitgestaltung. Wem „gehört“ unser Erbe, wer wird es antreten? Wie können neue Einwohner*innen von Hildesheim mit ihrem eigenen Erbe teilhaben?

Viel Potenzial. Und viel zu tun.

F 0.4 Erklären Sie das Programmkonzept, das Sie umsetzen würden, wenn die Stadt zur „Kulturhauptstadt Europas“ ernannt wird.

Die bekannteste Pflanze in Hildesheim ist der Rosenstock. Mit seinem Mythos erinnert er an die Vergangenheit, an die Zeiten der großen kulturellen und geistigen Blüte Hildesheims. Gleichzeitig steht er mit seiner wundersamen Auferstehung aus den Ruinen des Zweiten Weltkriegs für Hoffnung, Lebenswillen und Identifikation.

Dazu gesellt sich eine runzlige Feldfrucht, die Zuckerrübe. Unser wichtigstes Agrarprodukt ist im Boden verwachsen und der Gegenwart verpflichtet. Diese sehr unterschiedlichen Pflanzen erzählen viel über Hildesheim. Eine bedeutende kulturelle Geschichte, die der einstigen Größe noch etwas nachweint. Und Bodenständigkeit, Landschaft, Traditionen, Landwirtschaft und industrielle Lebensmittelproduktion. Eine Geschichte der Gegensätze und des Wettbewerbs zwischen Stadt und Land.

Hier, zwischen Rüben und Rosen, erkunden wir den Sinn des Lebens – das bedeutet für uns, eine ernsthafte Haltung einzunehmen. Es ist jetzt und hier an der Zeit, ganz grundlegende Überlegungen anzustellen und den großen Herausforderungen kritisch, mutig und visionär zu begegnen. Kultur und Kunst werden uns helfen, die Herausforderungen an der Wurzel zu packen. Und sie werden uns helfen, wahrzunehmen, dass es viel mehr zu entdecken gibt zwischen Rüben und Rosen, und auch darüber hinaus. Die jungen, kreativen Energien in unserer Stadt, die vielfältigen kulturellen Ausdrucksformen der heutigen urbanen und regionalen Gesellschaft – sie sind oft unsichtbar. Sie sollten in unsere Narrative und in das öffentliche Leben einbezogen werden, um Teil des Gesamtbildes zu sein. Für uns ist diese Sinnsuche eine Neuvermessung des Weges, auf dem wir uns befinden – gehen wir in die richtige

Richtung oder enden wir in einer Sackgasse; wissen wir, wo wir unsere Reise beginnen und welche Kompass wir benutzen sollten? Wir nennen das **re-routing** – eine neue Route finden.

Re-Routing bedeutet auch, zu erkennen, dass jede*r eingeladen (und manchmal auch genötigt) ist, die Koordinaten seines Lebensweges und seiner Biographie neu zu berechnen, sich neu zu erfinden. Es geht um persönliche Freiheit und die Möglichkeit der Lebensgestaltung, aber auch um Zwang und Entwurzelung. Deshalb bedeutet re-routing für uns auch **re-rooting**, d. h. die Überprüfung der eigenen Herkunft, Wurzeln (= englisch: roots), Zugehörigkeit, mit dem Ziel, wieder aufbrechen zu können. Um die beiden Bedeutungen in ein Wort, in einen Klang zu fassen, werden wir die Lautschrift **re[ˈru:]ting** verwenden.

Hildesheims kulturelles Potenzial. Leuchttürme, Glühwürmchen und viele Hidden Champions. Eine Auswahl:

Kulturerbe und Museen

- UNESCO-Weltkulturerbe: 1. der *Hildesheimer Mariendom* sowie die *St. Michaeliskirche* als bedeutende Zeugnisse frühromanischer Kunst, samt ihrer Kunstschatze (davon zahlreiche im neu gestalteten *Dommuseum*);
- 2. das *Fagus-Werk* in Alfeld als eines der frühesten Bauwerke des Bauhaus-Gründers Walter Gropius;
- das *Roemer- und Pelizaeus-Museum*, das über 500.000 Objekte beherbergt, darunter eine weltbekannte altägyptische Sammlung und bedeutende Objekte aus Ethnologie und Naturkunde;
- das *Center for World Music*: Archiv der Klänge der Welt;
- die *Dombibliothek* als älteste Bibliothek Norddeutschlands mit dem Albanipsalter, einer der wertvollsten romanischen Schriften in Europa;
- *Schloss Derneburg* mit der einzigartigen Kunstsammlung der *Hall Art Foundation* mit Werken der bedeutendsten Künstler*innen der Gegenwart;
- insgesamt 30 *Heimatstuben und -museen*, z. B. das *Salz- und Kali-Bergbaumuseum Bad Salzedt furth*, das *Tiermuseum* in Alfeld, das *Töpfermuseum* in Duingen, das *Turmuhrenmuseum* in Bockenem;
- über 3.300 Denkmäler, wie das barocke *Schloss Wrisbergholzen*.

Junge Kultur

- rund 1.000 Studierende aus den Studiengängen *Kulturwissenschaften und Ästhetische Praxis* sowie anderer kulturwissenschaftlicher und künstlerischer Studiengänge an der *Stiftung Universität Hildesheim*; studentische Festivals mit nationalem bzw. internationalem Profil: *Prosanova* (deutschsprachige Gegenwartsliteratur) und *transeuropa* (Theater); Das Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim mit dem *UNESCO-Lehrstuhl „Cultural Policy for the Arts in Development“* mit seinen weltweiten Netzwerken.
 - rund 800 junge Menschen studieren an der *Fakultät Gestaltung der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst (HAWK)* die verschiedenen Designfachrichtungen sowie diverse Restaurierungsstudiengänge an der *Fakultät Bauen und Erhalten der HAWK*; zahlreiche preisgekrönte Projekte von Studierenden und Absolventen, wie u.a. das interaktive Ampel-Game „Street Pong“.
-

Eine breite und vielfältige Kulturszene

- das Drei-Sparten-*Theater für Niedersachsen* (jährlich ca. 85.000 Besucher*innen) mit der deutschlandweit einzigartigen Musical-Company; das *Theaterhaus Hildesheim e.V.*, das 30 freien Theatergruppen als Spielstätte dient, die u.a. wiederholt den bedeutendsten Preis für Freies Theater in Deutschland (Bereich Nachwuchs) erhalten haben;
- das soziokulturelle Zentrum *Kulturfabrik Löseke* mit jährlich etwa 700 Veranstaltungen und 60.000 Besucher*innen in Hildesheim; die *Bischofsmühle Cyclus 66 e. V.* bringt u.a. Jazz-Musiker*innen von Weltrang nach Hildesheim; der Konzert- und Veranstaltungsraum *Vier Linden* und die *Rasselmania* mit Galerie und Veranstaltungsraum. In der Region kleinere Zentren wie der *Kulturkreis Gronau* mit Betrieb eines 50er-Jahre-Kinos und jährlicher Programmauszeichnung, oder das *Landschaftstheater Forum Heersum* mit 200 Mitwirkenden und ca. 5.000 Besucher*innen pro Jahr u.v.m.;
- internationale Kulturfestivals wie die *Internationalen Fredener Musiktage* (Kammermusik), die *EVI LICHTUNGEN* (Lichtkunst-Biennale, 60.000 Besucher*innen) sowie *M'era Luna* (Musikfestival der Gothic-Szene, jährlich mit 25.000 Besucher*innen), die *Hildesheimer Wallungen* (Regionale Kulturszene, 10.000 Besucher), *Pflasterzauber* (internationales Straßenkunstfestival), die *Jazztime* (Jazz, Blues), der *Musik Grand Prix hört! hört!* (Amateurmusikfestival) sowie die Veranstaltungsreihe „*Rosen & Rüben*“;
- große und hervorragende Institutionen der Kulturellen Bildung und Partizipation: die *Musikschule Hildesheim*, die *Volkshochschule Hildesheim* und die *Kunstschule Hildesheim* sowie das *Theaterpädagogische Zentrum Hildesheim*, außerdem zahlreiche Bibliotheken und mehrere große Tanzschulen;
- das *Literaturhaus St. Jakobi Hildesheim* und die Verlage *Olms* (Sharjah International Book Fair Award for the Best International Publisher) und *Gerstenberg* (deutscher Jugendliteraturpreis 2017 und 2018), *Forum Literaturbüro* (Poesie im urbanen Raum);
- der *Kunstverein Hildesheim* mit einer Galerie im Kehrriederturm, der *Bund Bildender Künstlerinnen und Künstler Hildesheim (BBK)* mit eigener Galerie im Stammelbachspeicher;
- über 50 Heimat- und Kulturvereine, 100 Musikvereine, über 100 Chöre, 173 Ortsfeuerwehren und über 100 Heimatpfleger*innen;
- starke kulturelle Netzwerke: *Interessengemeinschaft Kultur Hildesheim e.V. (IQ)*, das *Netzwerk Kultur & Heimat Hildesheimer Land e.V.*, *KulturInklusiv*;
- große Szene der Angewandten Kunst;
- mehr als 240 Kirchen mit 221 Orgeln, 21 Posaunenchoren und mehr als 1550 Sänger*innen in Kirchen-, Kinder- und Gospelchoren;
- 365 Sportvereine mit knapp 94.000 Mitgliedern

Wir sind überzeugt, dass es gerade Orte wie Hildesheim sind, in denen Antworten gefunden werden müssen. Obwohl Hildesheim eine Großstadt ist (wenn auch knapp), kommt diese Bewertung von einem Ort, der als provinziell gilt. Und das wird oft gleichgesetzt damit um sich selbst zu kreisen oder sich nicht verantwortlich zu fühlen. Mit dem Programmbereich RÜBEN&ROSEN erforschen wir sowohl sozial als auch künstlerisch das Potenzial dieser Umgebung. Wir wollen eine Modell-Kulturregion werden, die die Möglichkeiten und Chancen nutzt, die man nur in einer Provinz findet.

DAS SICHTBARE & DAS UNSICHTBARE versucht, die verborgenen, vergessenen Themen Hildesheims, aber auch Europas aufzugreifen und bereichert unsere Geschichten mit jenen kulturellen Ausdrucksformen, die allzu oft übersehen werden. UND DER SINN DES LEBENS handelt vom Sinn des Lebens. Hier erforschen wir ernsthaft und weniger ernsthaft Möglichkeiten zur Neuorientierung in Veränderungsprozessen, suchen nach einer gemeinsamen Basis für Werte und Prioritäten, reflektieren und feiern unterschiedliche Lebensstile. Mit Hi2025 werden wir einen künstlerischen

re[ˈru:]ting-Prozess starten, der unsere Einstellungen und unsere Straßen verändern wird. Unser Programm wird **ko-kreativ** sein und Menschen, Einwohner*innen wie Gäste, einladen, Hi2025 aktiv mitzugestalten. Es wird **erforschend** sein, was bedeutet, dass wir keine festen Themen oder Ideen haben, sondern Experimente und außergewöhnliche Erfahrungen koordinieren. Um schließlich Vielen die Teilnahme zu ermöglichen, werden die künstlerischen Projekte überwiegend **vor Ort**, in verschiedenen sozialen Umfeldern, nahe am Alltag stattfinden.

Hi2025 wird neue kulturelle Formen und Orte der Begegnung und Interaktion schaffen. Es bietet experimentelle, diskursive Möglichkeiten zur Teilnahme an einem komplexen kulturellen Austausch zwischen Menschen mit sehr unterschiedlichem kulturellen Hintergrund. Deshalb setzen wir uns für ein Europa der Bürger*innen ein, die mitmachen und mitreden. Unsere Vision für Hi2025 lässt sich in sechs Kernzielen zusammenfassen. Sie entsprechen unseren Gründen, uns zu bewerben, als Stadt und Region. Sie beziehen sich auf die Herausforderungen der Entwicklung unseres kulturellen Profils und schwingen in unserem künstlerischen Konzept von **re[ˈru:]ting Hildesheim** mit.

Als Kulturhauptstadt Europas 2025 wollen wir Folgendes:

- **Sinn ergeben. Neue bedeutungsvolle Beziehungen aufbauen.**
Zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen, zwischen Stadt und Region, zwischen uns und der Natur, zwischen Vergangenheit und Zukunft, zwischen Südniedersachsen und der Welt.
- **Eine Modell-Kulturregion werden.**
Hildesheim als provinzielle Region fördern, die den Wandel mit künstlerischen und kulturellen Mitteln gestaltet.
- **Eine inklusive städtische und regionale Gesellschaft entwickeln.**
Beteiligungsmöglichkeiten schaffen und die kulturelle Vielfalt nutzen,
- **Die Jugend unterstützen und stärken.**
Neue Ideen fördern, Bildungs- und Lebenschancen schaffen,
- **Den Kultursektor stärken.**
Verbesserung und Erleichterung der kulturellen Produktion.
- **Nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung vorantreiben.**
Förderung von Innovation, Kreativität und Tourismus.

Walter Gropius fragte vor hundert Jahren: Wie wollen wir leben? Wie können wir Kunst und Alltag verbinden?

**RÜBEN, ROSEN UND DER SINN
DES LEBENS.**

1 BEITRAG ZUR LANGZEITSTRATEGIE

F 1.1 Beschreiben Sie die Kulturstrategie, die in Ihrer Stadt zum Zeitpunkt der Bewerbung besteht, einschließlich der Pläne für die Fortführung kultureller Aktivitäten über das Veranstaltungsjahr hinaus.

F 1.2 Beschreiben Sie die Pläne der Stadt zur Steigerung der Leistungsfähigkeit des Kultur- und Kreativbereichs, auch durch die Entwicklung langfristiger Verzahnungen zwischen diesen Sektoren und den Sektoren Wirtschaft und Soziales in Ihrer Stadt.

In den letzten 15 Monaten hat die Stadt Hildesheim erstmals eine Kulturstrategie entwickelt. Genau wie unsere Bewerbung basiert sie auf der Erkenntnis, dass es an der Zeit ist, **die Route neu zu berechnen**. Unser kultureller Reichtum ist ein hohes und wertvolles Gut – ein potenzieller Schlüsselfaktor für unsere Stadt- und Regionalentwicklung, wenn wir ihn fördern und stärken. Dafür müssen wir unsere bislang eher rückwärtsgewandte Erzählung von der „Stadt der Rose“ neu erfinden und sie mit den jungen, zeitgenössischen und vielfältigen kulturellen Identitäten Hildesheims anreichern. Wir müssen Kultur als zentralen Bestandteil in unserem Alltag verankern: sichtbar, greifbar und für alle leicht zugänglich. Wir brauchen Kultur, die uns hilft, Orientierung zu finden und kreatives Denken zu fördern. Und wir müssen von uns reden machen – national wie international. Dass unser Ehrgeiz weit über Hi2025 hinausreicht, ist offensichtlich. Der Titel „Kulturhauptstadt Europas“ wird unser Sprungbrett für diesen Prozess sein.

Die Kulturstrategie Hildesheim 2030

Die Kulturstrategie Hildesheim 2030 wurde am 27. Juni 2019 vom Hildesheimer Stadtrat verabschiedet. An ihrer Entstehung war die gesamte Stadtgesellschaft beteiligt. Die Führungsebene der Stadt und Expert*innen aus der Stadtverwaltung, Politiker*innen, Führungskräfte von Universitäten, Kirchen, Bildungs- und Sozialeinrichtungen und natürlich zahlreiche Kulturakteur*innen und Expert*innen haben sie in einem breit angelegten Kooperationsprozess gemeinsam entwickelt. Sie sind die Vordenker*innen der Kulturstrategie 2030. Sie werden sie unter

stützen und sich an ihrer Umsetzung beteiligen.

Unsere Kulturstrategie 2030 ist sehr eng mit der Gesamtstrategie der Stadt Hildesheim verbunden, deren übergeordnetes Ziel es ist, eine **lebenswerte, tolerante, weltoffene und innovative Großstadt der Bildung und Kultur** zu werden. Um diese Vision zu verwirklichen, hat die Stadt eine Reihe von strategischen Zielen festgelegt, wie z.B. die Steigerung der Lebensqualität in der Stadt (u.a. in Bezug auf Aspekte der Mobilität und die Aufwertung städtischer Grünflächen). Indem die Kulturstrategie 2030 ebenfalls an diesen Zielen orientiert ist, stützt sie die strategische Ausrichtung der Stadt, anstatt eine alleinstehende Säule zu bilden. Darüber hinaus basiert die Kulturstrategie auf den Inhalten und Maßgaben der „Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“ der Vereinten Nationen und ihren europäischen und nationalen Umsetzungsstrategien.

Für jedes der strategischen Ziele haben wir kulturpolitische Ziele (meist „SMART“) entwickelt. In aller Kürze:

1. Um die **Lebensqualität in der Stadt zu erhöhen**, werden wir Hildesheim als kreative Universitätsstadt mit einer lebendigen Urbanität weiterentwickeln. Wir werden den Umfang, die Vielfalt und die Qualität unseres einzigartigen kulturellen Angebots ausbauen und sichtbar machen. Wir werden aus öffentlichen Räumen – in der Innenstadt und in den Stadtteilen – Treffpunkte und kulturelle Experimentierfelder formen. Unsere Kulturstätten werden zu wichtigen städtebaulichen Bezugspunkten. Wir werden die kulturelle (Zwischen-)Nutzung öffentlicher und verlassener Räume fördern und eine Atmosphäre eines einzigartigen kulturellen Lebens schaffen – insbesondere für junge Menschen, auch nachts.

2. Um **das Zusammenleben und die Gemeinschaft in der Stadt zu fördern**, wird unsere kulturelle Vielfalt zu einer Quelle der Inspiration werden und in unseren kulturellen Institutionen und Szenen aufblühen. Wir werden unser Bestes tun, um Zugangsbarrieren zur Kultur abzubauen – in dem Bewusstsein, dass verschiedene Menschen und Generationen hierzu verschiedenartige Formate und

Zugangsmöglichkeiten benötigen. Wir werden kulturelle Ansätze nutzen, um die Teilnahme an Stadtentwicklungsprozessen zu ermöglichen.

3. Um **Kinder und Jugendliche bestmöglich zu unterstützen**, werden wir Kulturelle Bildung zu einem integralen Bestandteil unserer Jugend-, unserer Sozial- und Bildungseinrichtungen und unserer Kindertagesstätten machen. Kinder und Jugendliche wollen eigenständige kulturelle Ausdrucksformen entwickeln und ihre Zukunft in einem lebenswerten Umfeld gestalten. Also geben wir ihnen die Möglichkeit und die Freiheit, dies zu tun. Gleichzeitig gibt es von ihnen viel zu lernen, von ihrer Energie, ihrem Geist und ihrer kompromisslosen Einstellung. Wir werden daher auf die Innovationskraft der Jugendkulturen – insbesondere auch der digitalen – setzen.

4. Um das **Image der Stadt und ihren nationalen und internationalen Bekanntheitsgrad zu verbessern**, werden wir auf ihren unterschiedlichen Identitäten aufbauen und Netzwerke und Partnerschaften innerhalb und außerhalb Europas etablieren. Die Anziehungskraft der Stadt wird durch ihr großartiges und erlebbares Welterbe und den Einfluss der renommierten Hildesheimer Kultur- und Designschulen geprägt sein. Wir werden zu einem wichtigen kulturtouristischen Reiseziel. Unser Storytelling und Marketing werden zugänglich und in multimedialer und mehrsprachiger Form verfügbar sein.

5. Um den **Kultur- und Kreativsektor zu stärken**, werden wir einen unterstützenden Rahmen etablieren mit klaren Zielen, Transparenz und fairem Wettbewerb bei der Kulturförderung. Wir werden Künstler*innen und Kulturschaffende durch Beratung – auch bei der Mittelbeschaffung – sowie mit Raum und Ressourcen unterstützen. Wir werden partnerschaftliche und vertrauensvolle Steuerungs- und Verwaltungsstrukturen aufbauen und Inseldenen durch Zusammenarbeit und Austausch ersetzen. In der Stadtverwaltung wird Kultur fachbereichsübergreifend „Mainstream“. Hildesheim verfügt über starke Netzwerke, die die kulturelle Inklusion fördern. Wir werden die Zusammenarbeit weiter vertiefen und sie als internationale Best-Practice-Beispiele aufbauen.

Die Kulturstrategie 2030 ist für uns ein Prozess. Wir werden ihre Umsetzung kontinuierlich überwachen und alle fünf Jahre intensiv prüfen.

Die Erarbeitung der Kulturstrategie für den Landkreis Hildesheim

Unsere Bewerbung hat ein Bewusstsein geschaffen, dass wir uns nicht nur als Kulturstadt, sondern auch als Kulturregion entwickeln müssen. Deshalb erarbeiten wir ebenfalls eine Kulturstrategie für den Landkreis Hildesheim. Sie ist Teil eines umfassenden Regionalen Entwicklungskonzeptes, das darauf abzielt, die verschiedenen regionalen und sektoralen Aktivitäten zu verbinden. Ihre Fertigstellung, einschließlich der entscheidenden Ziele und konkreter Maßnahmen, ist für 2020 geplant. Ergänzt wird sie durch gezielte Tourismus- und Marketingstrategien. Wir werden für eine maximale Kongruenz und Abstimmung der kulturellen Strategien der Stadt und des Landkreises sorgen.

Einige Zwischenergebnisse können bereits vorgestellt werden:

- Kultur wird in den einzelnen Städten und Gemeinden von lokalen Kulturschaffenden und oft auch von zahlreichen lokalen Freiwilligen geprägt. Diese Basisstrukturen müssen verstärkt und durch Kompetenzaufbau und/oder die Bereitstellung von Räumlichkeiten unterstützt werden.
- Darüber hinaus sollten wir in Zukunft eine Reihe von Fragen gemeinsam angehen. Um größere Projekte bewältigen zu können, brauchen wir Strukturen, die ein höheres Maß an Zusammenarbeit und Austausch von Wissen und Ressourcen ermöglichen.
- Die Möglichkeiten, die der Fachbereich „Kulturwissenschaften und Ästhetische Praxis“ der Universität sowie die einschlägigen Studiengänge der HAWK mit sich bringen, sollten auch in kleineren Kommunen für die kulturelle Entwicklung genutzt werden.
- Einige Projekte in der Region verbinden bereits traditionelle Kulturformen und das ländliche Leben mit zeitgenössischen Positionen und interdisziplinären Ansätzen. Wir sollten diese weiter unterstützen.

Der gemeinsame Marketingansatz für Kultur, der derzeit in der gesamten Region genutzt wird, sollte sowohl für das Binnenmarketing als auch für die touristische Vermarktung von Kulturangeboten im Landkreis intensiviert werden.

F 1.3 Wie ist die Aktion „Kulturhauptstadt Europas“ in diese Strategie eingebunden?

Eine lebenswerte, tolerante, weltoffene und innovative Großstadt der Bildung und Kultur: Die Vision der Stadt Hildesheim ist selbstbewusst und erfordert mutiges Denken und Handeln. Wir sind überzeugt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Aber erst durch den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ werden wir in der Lage sein, alle unsere Energien zu bündeln, um die entscheidenden großen Schritte zu gehen. Wir brauchen den Titel, um unsere allzu oft allzu passive Haltung zu überwinden und unsere Strategie mit dem nötigen Selbstvertrauen und der nötigen Leidenschaft anzugehen.

Hi2025 trägt aber auch sehr konkret zur Umsetzung der Kulturstrategie 2030 bei. Das Projekt wird es uns ermöglichen, uns der Welt zu öffnen und Kooperationen mit anderen Städten und Regionen im internationalen Kontext einzugehen. Gerade diese internationale Dimension ergibt sich in unseren regionalen Strukturen nicht einfach von selbst. Oft

birgt der Alltag scheinbar dringlichere Herausforderungen. Hi2025 kann den entscheidenden Impuls für eine neue Qualität internationaler Zusammenarbeit und für die Gewinnung eines internationalen Publikums geben. So wird Hi2025 einen groß angelegten Lernprozess für die ganze Stadt mit sich bringen. Bereits der Bewerbungsprozess hat lokale Kulturakteur*innen motiviert, sich internationalen Netzwerken anzuschließen, an internationalen Konferenzen teilzunehmen und grenzüberschreitende Partnerschaften zu suchen.

Die Schnittmengen der Ziele für Hi2025 mit unseren strategischen Zielen sind nicht zu übersehen. Wir haben beide Dimensionen (unter Rückgriff auf die Zielformulierungen aus der Kulturhauptstadt (KHS)-Evaluationsrichtlinie, „Richtlinien für die von den Kulturhauptstädten Europas selbst vorzunehmende Bewertung der Ergebnisse ihres jeweiligen Veranstaltungsjahres“) verknüpft und mit Beispielen aus unserem Konzept hinterlegt:

KULTURSTRATEGIE HILDESHEIM 2030	KHS-RICHTLINIEN FÜR AUSWERTUNGEN	Hi2025 ZIELE	Hi2025 BEISPIELE AUS PROGRAMM UND KONZEPT
Die Lebensqualität in der Stadt steigern.	Vergrößerung des Spektrums, der Vielfalt und der europäischen Dimension des kulturellen Angebots in den Städten, u. a. durch länderübergreifende Zusammenarbeit.	Eine Modell-Kulturregion werden.	Hi2025 wird ein Konzept vorlegen, das den Umfang, die Vielfalt und die Qualität unseres kulturellen Angebots wesentlich weiterentwickelt und durch neue und internationale Inhalte ergänzt. Die enge Zusammenarbeit lokaler und internationaler Kulturschaffender in unserem Programm sichert die nachhaltige Entwicklung der Kulturregion Hildesheim. Projekte wie <i>Squares of Encounter</i> (Plätze der Begegnung), <i>Tonal Tidings</i> , <i>Art and Transformation</i> und <i>Churches 21</i> werden öffentliche, leerstehende und verlassene Räume als Orte des kulturellen Austauschs und der Begegnung wiederbeleben.

Gefühl der Zugehörigkeit zur städtischen Gemeinschaft stärken.	Erweiterung des Zugangs zur Kultur sowie der Teilhabe an der Kultur.	Sinn ergeben. Eine inklusive städtische und regionale Gesellschaft entwickeln.	Große Teile des Hi2025-Konzepts, zum Beispiel Archeology of Movement oder Beet 4.0 , erproben neue Wege der kulturellen Zusammenarbeit mit diversen gesellschaftlichen Gruppen in Stadt und Region und ermöglichen es ihnen, die Entwicklung unserer Region mitzugestalten. Hi2025 baut auf einer stark partizipativen Steuerungsstruktur auf. Programme wie VolunBeds und Hi2025 Scouts eröffnen niederschwellige Zugänge und laden zur Identifikation und Beteiligung ein.
Bestmögliche Unterstützung von Kindern und Jugendlichen.	Erweiterung des Zugangs zur Kultur sowie der Teilhabe an der Kultur.	Die Jugend unterstützen und stärken.	Little Big Minds, Moving Magic, The Hanseatic Video Clip League und Escape Hildesheim sind einige der Projekte, die sich direkt an Kinder und Jugendliche wenden. Der Kulturkompass bietet Kindern die Möglichkeit, Kunst und Kultur für Kinder in Schulen und Kindergärten zu erleben und mitzugestalten. In der Nordstadt wird eine neuartige, bereichsübergreifende Bildungslandschaft das Potenzial der kulturellen Bildung nutzen, um zur Verbesserung der Sprach-, Konzentrations- und Bewegungsfähigkeit der Jüngsten beizutragen.
Das Image der Stadt und ihr nationales und internationales Profil verbessern.	Schärfung des internationalen Profils der Städte im Wege der Kultur.	Eine Modell-Kulturregion werden. Nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung vorantreiben.	Mit Hi2025 wird Hildesheim das Image einer lebendigen Kulturstadt mit kulturellem Erbe und vielfältigen zeitgenössischen Angeboten etablieren. Mit dem Projektbereich RÜBEN&ROSEN wird Hi2025 eine positive und zukunftsorientierte Vision der Provinz entwickeln. Die prestigeträchtige Marke Kulturhauptstadt Europas wird beispiellose Aufmerksamkeit auf die Stadt und die Region lenken.
Den Kultur- und Kreativsektor stärken.	Ausbau der Leistungsfähigkeit des Kulturbereichs und seiner Verzahnung mit anderen Bereichen.	Eine Modell-Kulturregion werden. Nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung vorantreiben.	Hi2025 wird es lokalen Kulturschaffenden ermöglichen, internationale und bereichsübergreifende Kooperationen einzugehen. Durch Fortbildungs- und Unterstützungsmaßnahmen wird Hi2025 neue Finanzierungsmöglichkeiten für freie Kulturschaffende eröffnen. Dabei sollen Künstler*innen mit unterschiedlichem sozialen und kulturellen Hintergrund unterstützt sowie ihre Fähigkeiten gefördert werden, ein breiteres Publikum zu erreichen. Ein Cultural Hub wird die Maßnahmen zum Kompetenzaufbau bündeln und Raum für Künstler*innen und junge kreative Unternehmer*innen bieten.

F 1.4 Welche wären Ihrer Meinung nach die langfristigen kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen auf Ihre Stadt (einschließlich der Stadtentwicklung), sollte ihr der Titel „Kulturhauptstadt Europas“ verliehen werden?

Wir erwarten langfristig viel von Hi2025. Der Titel Kulturhauptstadt Europas wird eine Reihe von entscheidenden Entwicklungen für unsere Region einleiten. Hi2025 wird uns motivieren, unsere Herausforderungen gemeinsam anzugehen. Das Projekt wird uns helfen, unterschiedliche Communities zusammenzubringen und Chancen für schutzbedürftige und marginalisierte Gruppen zu schaffen. Es wird die Stadt und ihre Region als attraktiven Ort zum Besuchen und zum Bleiben etablieren – inklusiv, aufregend und lebendig.

Natürlich sind kulturelle, soziale und wirtschaftliche Entwicklungen mehrdimensionale Prozesse, und die erwarteten großen und langfristigen Auswirkungen werden kaum allein auf Hi2025 zurückzuführen sein. Um die direkte Wirkung von Hi2025 dennoch greifbar zu machen, haben wir unsere Vision zu sechs Hauptzielen zusammengefasst, für deren Erreichung der Titel eine entscheidende Rolle spielen wird. Diesen Zielen sind die konkret angestrebten Auswirkungen und Ergebnisse zugeordnet, an denen der Erfolg des Projekts ablesbar werden soll. Auch wenn jedes der Ziele kulturelle, soziale und wirtschaftliche Dimensionen beinhaltet, haben wir die jeweils maßgeblichen Dimensionen hervorgehoben.

Im Bereich der Stadtentwicklung zielt Hi2025 (wie auch die Kulturstrategie Hildesheim 2030) darauf

ab, unsere Stadtplanung durchweg mit einer starken kulturellen Dimension zu versehen. Daher werden wir einem ganzheitlichen Ansatz folgen, der Städtebau, gemeinschaftsstiftende Aktivitäten und Beteiligung, kulturelle Angebote und Unternehmertum verbindet und auf die lokalen Netzwerke und Interessengruppen baut.

Insbesondere wird Hi2025 ein entscheidender Treiber für unsere Pläne sein,

- die Neustadt als ein Quartier der Kreativität und jungen Kultur zu entwickeln, einschließlich der Neugestaltung eines zentralen Platzes im Rahmen von **Squares of Encounter** und der Installation des oben genannten **Cultural Hubs**,
- die Nordstadt als ein Quartier der kulturellen Teilhabe zu entwickeln (einschließlich eines neu eingerichteten **Zentrums für Kultur und Bildung** und der **Neuen Mitte Nordstadt**),
- die historischen Wallanlagen visuell wieder stärker zu verbinden sowie Sicht- und Wegeverbindungen zu den UNESCO-Weltkulturerbestätten herzustellen und Freiflächen für kulturelle Nutzungen zu schaffen.

Darüber hinaus werden wir in der gesamten Region verlassene oder selten genutzte Räume durch kulturelle Veranstaltungen und Interventionen wiederbeleben und für eine langfristige kulturelle Nutzung zur Verfügung stellen. Auch Alltagsorte, z.B. Einkaufszentren oder medizinische Zentren, werden zu Orten der kulturellen Begegnung, sodass die Kultur schließlich zu einem allgegenwärtigen Element in unserer Stadt und Region wird.

Hi2025	Langfristige Auswirkungen und Ergebnisse	kulturell	sozial	wirtschaftlich
1 Sinn ergeben. Neue bedeutungsvolle Beziehungen aufbauen.	Verstärkte internationale Vernetzung der lokalen Kulturszene und der Bürger*innen	+	+	
Zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen, zwischen Stadt und Region, zwischen uns und der Natur, zwischen Vergangenheit und Zukunft, zwischen Südniedersachsen und der Welt.	Stärkung der regionalen Identität und des Zusammenhalts der Region	+	+	+
	Intensivierung des interreligiösen Dialogs	+	+	
	Sensibilisierung für eine nachhaltige Entwicklung von Stadt und Region	+	+	+

2 Eine Modell-Kulturregion werden. Hildesheim als provinzielle Region fördern, die den Wandel mit künstlerischen und kulturellen Mitteln gestaltet.	Verbesserung des Images sowie eine deutliche und nachhaltige Steigerung der nationalen und internationalen Bekanntheit der Region	+	+
	Bessere Sichtbarkeit der Kultur in der gesamten Region	+	
	Größere Reichweite, Vielfalt und europäische Dimension des kulturellen Angebots	+	
3 Eine inklusive städtische und regionale Gesellschaft entwickeln. Beteiligungsmöglichkeiten schaffen und die kulturelle Vielfalt stärken.	Verstärkte Teilnahme an kulturellen Veranstaltungen und verstärkte aktive Beteiligung der Bürger*innen, einschließlich Minderheiten und benachteiligter Gruppen	+	+
	Überdurchschnittlicher Anstieg der Teilnahme an kulturellen Veranstaltungen und der aktiven kulturellen Beteiligung in der Hildesheimer Nordstadt	+	+
	Bestehende Kulturangebote und -einrichtungen sind konsequenter inklusiv ausgerichtet	+	+
	Größere kulturelle Vielfalt des Publikums, bei der Programmgestaltung und in der Umsetzung	+	+
4 Die Jugend unterstützen und stärken. Neue Ideen fördern, Bildungs- und Lebenschancen schaffen.	Verstärkte kulturelle Aktivitäten von Kindern und Jugendlichen – insbesondere, aber nicht nur, in Schulen und Kindertagesstätten	+	+
	Neue bereichsübergreifende Kooperationen und Netzwerke von Kultur-, Bildungs- und Sozialeinrichtungen	+	+
5 Den Kultursektor stärken. Eine Verbesserung und Erleichterung der kulturellen Produktion erreichen.	Verstärkte transnationale Zusammenarbeit sowie Zusammenarbeit mit anderen deutschen Städten und Regionen	+	+
	Neue Finanzierungsmöglichkeiten und Geschäftsmöglichkeiten für Kulturschaffende	+	+
	Deutliche Rendite für die lokale Wirtschaft (z. B. Gastronomie, Handwerk) im Jahr 2025		+
6 Nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung vorantreiben. Innovation, Kreativität und Tourismus fördern.	Erhöhung der Übernachtungszahlen um 200.000 im Jahr 2025 (ca. +30 %); 30.000 im Jahr 2024; 50.000 in den Jahren 2026 und 2027.		+
	Erhöhung der Anzahl der Tagesbesuche um 500.000 im Jahr 2025; 50.000 in den Jahren 2024, 2026 und 2027.		+

F.1.5 Umreißen Sie kurz die Monitoring- und Bewertungspläne.

Selbstverständlich liegen zu der Aktion Kulturhauptstadt Europas zahlreiche wissenschaftliche Erkenntnisse und bewährte Verfahren vor, und natürlich wird unser Konzept eingehend geprüft. Dennoch sind wir uns darüber im Klaren, dass ein KHS-Titel eine große Verantwortung darstellt, und dass die Umsetzung eine Herausforderung sein wird. Die Entscheidung für unsere Bewerbung stellt einen großen Vertrauensvorschuss zahlreicher Stakeholder in Hildesheim und darüber hinaus dar.

Für uns bedeutet das, wir müssen

- unsere Schwächen kennen und sie bestmöglich ausgleichen,
- möglichst wenige Fehler machen und aus ihnen lernen,
- unsere ehrgeizigen Ziele erreichen und dies nachweisen und erklären können.

Das Monitoring und die Evaluation unserer kulturpolitischen Ziele und des Kulturmanagements erfolgt in Zusammenarbeit mit unserem renommierten, professionellen und unabhängigen Partner, dem Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim. Die Evaluation wird den hohen einheitlichen Standards der KHS-Evaluationsrichtlinie entsprechen. Dafür werden die dort genannten Indikatoren ausgewertet, von denen die meisten ohnehin unseren Prioritäten entsprechen, wie z.B. die Steigerung der kulturellen Beteiligung oder die Schärfung des internationalen Profils der Stadt. Darüber hinaus werden unsere zusätzlichen Ziele wie z.B. die Stärkung des regionalen Zusammenhalts untersucht. Neben unserer eigenen Untersuchung werden wir Großprojekte auffordern, eine selbstständige Evaluation auf der Grundlage verbindlicher Standards durchzuführen.

Zwei wesentliche Aspekte werden die Evaluation auszeichnen:

- **Prozessbegleitung** als Steuerungsunterstützung für bestmögliche Ergebnisse, Beginn: 2023, regelmäßige Feedbackschleifen, Einbindung personeller Ressourcen aus dem Projektteam zur bestmöglichen Implementierung der Zwischenergebnisse und Empfehlungen,
- **Beteiligungsorientierte Evaluation**, die die partizipativen Steuerungsorgane, wie im Kapitel „Management“ beschrieben, intensiv in den Evaluationsprozess einbezieht.

Neben der regelmäßigen Erhebung statistischer Daten, deren Auswertung und der Sekundäranalyse bestehender Studien werden unter anderem die folgenden Methoden angewendet:

Vor dem Hi2025-Jahr:

- qualitative und repräsentative Bevölkerungsbefragungen,
- Einrichtung und regelmäßige Befragung von Fokus-/Monitoring-Gruppen.

Während des Hi2025-Jahres:

- Befragung des Kultursektors davor und danach,
- Publikumserhebungen,
- Befragung der Beiräte und Fokusgruppen,
- Kurzinterviews auswärtiger und ausländischer Besucher*innen,
- systematische Auswertung der Medienberichterstattung einschließlich Social Media,

Nach dem Hi2025-Jahr:

- Stakeholderbefragung: Most-Significant-Changes-Methode,
- repräsentative Bevölkerungsbefragung,
- systematische Auswertung der Medienberichterstattung einschließlich Social Media.

Das Institut für Kulturpolitik wird die Evaluation umfassend in seine Lehre einbeziehen. Darüber hinaus ist geplant, durch die Ausschreibung weiterführender wissenschaftlicher Themen für Bachelor- und Masterarbeiten sowie Dissertationen zur Erforschung des Projekts „Kulturhauptstadt Europas“ beizutragen. Darüber hinaus wird das Institut für Kulturpolitik Kontakte zu den Forschungs- und Evaluationsspartnern anderer Kulturhauptstädte Europas herstellen, um aus der vergleichenden Betrachtung zu lernen und zur Weiterentwicklung der Evaluationsstandards beizutragen.

Wir werden die Evaluationsergebnisse der Öffentlichkeit zugänglich machen. Die Verbreitung und Sicherung der Ergebnisse wird auch in mindestens zwei Konferenzen (eine davon auf internationaler Ebene) erfolgen, sobald das Projekt abgeschlossen ist. Darüber hinaus werden wir in Zusammenarbeit mit anderen Kulturhauptstädten Europas Konferenzen organisieren, die sich beispielsweise mit der Frage nach dem Potenzial kultureller Entwicklungsprozesse in der Provinz befassen.

Zum Monitoring der wirtschaftlichen und organisatorischen Prozesse werden wir mit einem weiteren kompetenten Partner zusammenarbeiten, der regelmäßige Kontrollen durchführt und unabhängige Berichte liefert.

Zusätzlich zur prozessbegleitenden Evaluation werden wir eine*n Beauftragte*n für nachhaltige kulturelle Entwicklung („legacy“) innerhalb des Projektteams ernennen, der*die die kontinuierliche Aufgabe hat, entsprechende Ziele und Strategien in der Programmentwicklung sowie in den Durchführungsstrukturen zu spezifizieren und sicherzustellen.

2 KULTURELLE UND KÜNSTLERISCHE INHALTE

F 2.1 Wie sieht die künstlerische Vision und Strategie für das Kulturprogramm des Veranstaltungsjahres aus?

Mit Hi2025 werden wir eine international vernetzte Modell-Kultur-Region entwickeln. Sie stellt Fragen und findet Antworten auf existenzielle und globale Herausforderungen, indem sie sich unsere alten (Verhaltens-)Muster vornimmt und neu ausrichtet, kalibriert, kurz: **re[’ru:]ted**. Eine Region, in der Kultur sowohl Anlass als auch Mittel zur Reflexion und Veränderung ist. Eine Region, in der Kultur alle Lebensbereiche durchdringt und Menschen, Länder und Themen verbindet.

Der Landkreis Hildesheim, zu dem die Stadt Hildesheim gehört, ist ein gutes Beispiel dafür, wie viele Facetten des städtischen und ländlichen Lebens es gibt. Wir wollen das Potenzial dieses Raumes erforschen und freisetzen, indem wir Fragen stellen und experimentieren. Wo wird das gute Leben in der Zukunft stattfinden? Wenn eine neue Ära der künstlichen Intelligenz die Art unserer Arbeit und die Art und Weise, wie wir leben, verändert, werden sich dann auch die Möglichkeiten und Notwendigkeiten der Mobilität verändern? Ist eine Vorstellung von einem Land ohne Stadt, von einer Stadt ohne Land, möglich? Sind die Rosen an unserem Dom, die Mythen und Hoffnungen, die Schönheit und Geschichte, verstehbar und fruchtbar ohne die Bodenständigkeit der Zuckerrübe, ohne den Respekt vor dem Boden, die Mühe der Produktion, das Bewusstsein für die Gefährdungen von Natur und Nahrung?

Gäbe es ohne die Rüben unser Theater? Hätten wir Handelswege, ohne ein mittelalterliches Zentrum der Bildung gewesen zu sein? Wir sind eine Region mit einer Stadt im Zentrum, kleineren Städten, Dörfern und Gemeinden und dem „flachen Land“. Jeder muss seine Rolle wahrnehmen, seine Chancen finden und seine Herausforderungen meistern.

Indem wir gemeinsam unsere Potenziale und Bedürfnisse teilen – und nicht nur nebeneinander her leben – wird etwas Neues geschaffen. In diesem vielfältigen Raum aus Großstadt, Gemeinden und

ländlichen Gebieten werden wir Proben der Gewohnheiten und Erfahrungen nehmen und alles zur Diskussion stellen. Wir sind wie so viele andere Provinzstädte und -regionen in Europa. Deshalb glauben wir, dass unser Fragen und Forschen auf dem gesamten europäischen Kontinent auf Interesse stoßen wird. Wir werden Partner aus ganz Europa und darüber hinaus einladen, mit uns nachzudenken und Experimente durchzuführen.

Die atemberaubende Geschwindigkeit der gegenwärtigen gesellschaftlichen Transformation führt zu einer erheblichen Desorientierung. Globale Machtverschiebungen, Veränderungen von Normen und Werten bringen uns zu der Einsicht, dass grundlegende Fragen neu verhandelt werden müssen. Die Frage nach der Richtung, in die sich Menschen, unsere Gesellschaft, unsere Stadt, Europa entwickeln. Um in solch große Fragen des Lebens und unserer Zeit einzutauchen, müssen wir für die richtigen Bedingungen sorgen. Deshalb müssen wir neue Räume schaffen und bestehende in der Stadt, in den Gemeinden und auf dem Land neu definieren.

Als eine Stadt, die auf und von Kirchen gegründet wurde, werden wir uns auch mit der Rolle und der Zukunft der Religion befassen, sowohl als spirituelle wie auch als auch institutionelle Größe. Wir werden untersuchen, wie die Verbindungen zu unserem gemeinsamen religiösen Erbe – dem materiellen und dem immateriellen – sich heute darstellen und wie es fruchtbar gemacht werden kann für eine Identität, die die heutige Diversität Europas widerspiegelt. Unser Kulturprogramm enthält Projekte zu interkulturellen und interreligiösen Fragen. Wir werden Debatten und Dialoge anzetteln mit Menschen aus allen Bereichen unserer Gesellschaft und mit Projektpartner*innen und Communities in anderen Teilen Europas und darüber hinaus.

Bei Hi2025 geht es um die Bedeutung, die Menschen in unseren Gesellschaften haben. Es ist uns wichtig, dass viele, auch temporäre Gäste, zu Designer*innen und Mitgestalter*innen werden und nicht in einer Zuschauerrolle verbleiben. Wir wollen,

dass sie ihren kulturellen Fußabdruck hinterlassen und unsere Stadt verändern und wir werden dafür sorgen, dass sie ihren Beitrag leisten können.

Hi2025 nimmt auch die Kunst selbst in den Blick. Ihre Bedeutung und Möglichkeiten werden neu vermessen, **re[ˈru:]ted**. Wir sind uns bewusst, dass die Frage nach dem „Sinn des Lebens“ allzu simpel oder aber ziemlich kühn klingen mag. Aber geht es in der Kunst nicht genau darum? Wir haben den Eindruck, dass kulturelle und künstlerische Prozesse zu oft in einer abgetrennten, in sich geschlossenen Welt stattfinden. In Zeiten erheblicher Verwirrung erforscht Hi2025 den Sinn der Kunst im Leben. Indem wir uns mit herausfordernden Fragen auseinandersetzen, sozial engagierte Kunstpraktiken anwenden und nach gemeinsamen Fundamenten zwischen unseren verschiedenen Communities suchen, wollen wir verstehen, wie die Kunst uns helfen kann, nachhaltige, widerstandsfähige und sinnvolle Lebensweisen zu entwickeln.

Geht das zwischen Rosen und Rüben? Wenn wir die Rüben und die Rose zusammenbringen, können wir alles vereinen! Wir nutzen die Dynamik von Widersprüchen und Gegensätzen. Wir wissen, dass nicht alles gelöst und nicht alles verstanden werden kann, aber dass es dennoch wichtig ist, wahrzunehmen und in Verbindung zu bleiben. Drei Schlüsselemente bilden die Grundlage unserer **re[ˈru:]ting**-Strategie:

- **Ko-Kreativ.** Unser kulturelles und künstlerisches Konzept basiert weitgehend auf der Zusammenarbeit zwischen lokalen Künstler*innen und solchen aus anderen Regionen, anderen Ländern und anderen Kontinenten. Wir laden Kunstschaffende und Kulturunternehmer*innen ein, mit Fachleuten aus anderen Bereichen wie Landwirtschaft oder Wirtschaft, mit Bürger*innen und Einheimischen in Hildesheim und mit Partner*innen in Europa zusammenzuarbeiten. Dazu gehören neue und experimentelle Dialogmethoden, die über den Meinungs austausch hinausgehen und kreative Prozesse sowie innovative kulturelle und künstlerische Entwicklungen initiieren. Wir brauchen Vertrauen und Zutrauen gegenüber denjenigen, die mit uns zusammenarbeiten. (Wenn wir bisher in unserer Bewerbung mit dieser Einstellung gearbeitet haben, hat sich dieser Ansatz immer als gewinnbringend erwiesen.) Der

ko-kreative Ansatz trägt auch zu unserer langfristigen kulturellen Entwicklung bei: Das erworbene Wissen wird auch nach dem KHS-Jahr hier verfügbar bleiben und damit unseren lokalen Kultursektor stärken.

- **Vor Ort.** Wir nutzen unsere kurzen Wege, um lokale Potenziale zu bündeln. Das gelingt, indem wir dorthin gehen, wo die Menschen ohnehin sind. Hi2025 findet auf den Wegen des täglichen Lebens statt: auf der Straße, auf den Plätzen der Dörfer, auf den Feldern, in den Schulen. Wir stellen die Kunst in den Weg. Wir verführen Menschen zur Teilnahme. Man wird der Kunst begegnen auf Schritt und Tritt. Und das Beste daran: Ohne immer wieder ohne Eintritt zu zahlen. Gleichzeitig ist dieser Ansatz Teil unserer Strategie zur Öffnung kultureller Institutionen. Überall dort, wo Menschen vorbeikommen, werden wir Fahrten legen, die in die Häuser der Kunst und Kultur, in die Museen und Theater führen. Hi2025 schafft Chancen zur Teilhabe.
- **Explorativ.** Ja, wir wissen noch nicht, wie die Zukunft aussehen wird. Aber wir müssen uns auch nicht in Unwissenheit zurücklehnen und auf das warten, was kommen wird. Mit unserem Hi2025-Programm werden wir vielfältige Experimente initiieren und durchführen. Wir werden bestimmte Fragen testen, mögliche Antworten sondieren und Bedingungen für Neu-Erfindungen schaffen. Um mit den großen, kommenden Themen umgehen zu können, die wir im Augenblick nur erahnen, ohne sie vollständig zu verstehen, werden wir in vielen unserer Projekte eine Haltung der Erkundung, des Ausprobierens und der Offenheit einnehmen. Ein Großteil unseres Programms ist prozessorientiert. Dadurch fördern wir Innovation und Kreativität.

Wir nennen unsere Methode zur kulturellen und künstlerischen Entwicklung einer sinnvoll verbundenen, zukunftsorientierten Stadt und Region: **re[ˈru:]ting**. **Re[ˈru:]ting** bedeutet, für den von uns gewählten Weg verantwortlich zu sein. Nach der Bedeutung dessen zu fragen, was wir tun. Die Route neu zu berechnen, um gemeinsame Ziele zu diskutieren und zu vereinbaren. Alternativen zu Wegen zu finden, die in Sackgassen führen.

Unsere Identität(en) zu **re[ˈru:]ten**.

F 2.2 Geben Sie einen allgemeinen Überblick über die Struktur Ihres Kulturprogramms, einschließlich des Umfangs und der Vielfalt der Aktivitäten/ Hauptveranstaltungen, die das Jahr kennzeichnen werden.

Re[ˈru:]ting Europa? Re[ˈru:]ting Hildesheim!

Unser Kulturprogramm gliedert sich in drei Bereiche.

RÜBEN&ROSEN

handelt davon, Gegensätze zu überbrücken, dem eigenen Erbe zu vertrauen und sinnvolle Verbindungen herzustellen.

Das alte Hildesheim lag am Schnittpunkt wichtiger Handelswege, die es mit ganz Europa verbanden. Schon damals ging es um den Austausch von Waren und Ideen. Wir fragen uns: Wie können Regionen die kulturellen Potentiale von „rural“, „urban“ und „international“ neu vermessen und erschließen? Wir suchen nach Vorbildern und Inspirationen und arbeiten mit anderen KHS(-Bewerbern) und europäischen Netzwerken zusammen, um zu verstehen, was es braucht, um Modell-Kulturregion zu werden. In RÜBEN&ROSEN fragen wir nach dem Erbe, das uns aus der Landschaft und der Kultur erwächst, um die Wurzeln (roots) wieder zu entdecken und die Route neu zu berechnen. Dabei werden wir Menschen zusammenbringen und feiern in Stadt und Land. „We feel the beet!“

DAS SICHTBARE & DAS UNSICHTBARE

handelt davon, Chancen, Bewusstsein und Einsichten zu schaffen.

Sichtbarkeit ist nicht nur ein optisches Phänomen. Sichtbarkeit hat mit Wertschätzung und Beteiligung zu tun. DAS SICHTBARE & DAS UNSICHTBARE untersucht verborgene Fragen, das Ungesehene und das Geheimnis sowie die verbotenen Dinge. Es zeigt vielfältige Gruppen und kulturelle Ausdrucksformen in Stadt und Region, die bisher nicht ausreichend in Erscheinung getreten sind. So wird eine integrative städtische und regionale Gesellschaft gefördert. Die rekonstruierten Fassaden auf dem Hildesheimer Marktplatz machen die große Geschichte des Mittelalters sichtbar, verbergen aber die Zerstörung und Schuld des Zweiten Weltkriegs. Es geht um die Aufarbeitung verdrängter, verschütteter Seiten der Geschichte, die Überwindung von Verlust- und Kriegs-Traumata. Wir wollen eine Grundlage schaffen, um mit internationalen Partner*innen eine

friedliche europäische Zukunft zu entwerfen.

UND DER SINN DES LEBENS

handelt davon, über Werte zu diskutieren, sich selbst zu erkennen und den Sinn für Humor zu bewahren

Der Sinn fällt nicht mehr vom Himmel. Werte müssen neu ausgehandelt werden. Dafür braucht es eine Haltung der Offenheit und des Wohlwollens. Und des Optimismus. Man muss die Vielfalt lieben, sich an der Diskussion beteiligen, das Leben und die Lebensstile feiern, sich beteiligen. Die Säkularisierung hat Lücken hinterlassen. **Re[ˈru:]ting** bedeutet, Räume und Gelegenheiten zu schaffen, um sich in den vielfältigen Veränderungsprozessen zu orientieren und diese transparenter zu machen, sich kulturell mit der Sinnfrage, Werten und Bekenntnissen auseinander zu setzen. Wie wollen wir in Zukunft leben? Was ist uns heilig und was halten wir für unverzichtbar? Was ergibt Sinn? Und für wen? Kinder, Jugendliche, Senior*innen, Dörfer, Nachbarschaften und Künstler*innen begegnen sich in einem kulturellen, experimentellen und forschenden Dialog in europäischen und globalen Dimensionen.

Innerhalb dieser Bereiche werden viele verschiedene Projekte durchgeführt, die eine Vielzahl von Formaten umfassen. Darunter Labore, Festivals, Kongresse, Versammlungen, Workshops und langfristige Initiativen. So werden Vorschläge, Perspektiven, Reflexionen und Fragen entwickelt. Künstlerische Performances verschiedener Sparten finden statt – im öffentlichen Raum, auf institutionellen Bühnen und im World Wide Web. Aber auch an ungewöhnlichen Orten, etwa in einer Zuckerfabrik oder leeren Ladenräumen. Künstlerische Interventionen werden Bürger*innen an zentralen Plätzen der Stadt und auf Dorfstraßen begegnen. Unsere Projekte bringen Menschen aller Generationen aus vielfältigen gesellschaftlichen Gruppen, in ihrer ganzen Diversität zusammen, um gemeinsam etwas zu bewegen.

Das Programm von Hi2025 wird es zumindest im Jahr 2025 für alle, die in Hildesheim leben und durch Hildesheim fahren, unmöglich machen, sich der Kunst und Kultur zu entziehen. Die meisten Projekte gehen von Fragen aus, wollen etwas herausfinden und verändern. Wir sind sehr gespannt, welche Ergebnisse sich zeigen werden. Einige Vorprojekte stehen modellhaft für die Prozesse, die während der Vorauswahlphase angestoßen wurden.

Das gesamte Hi2025-Programm soll 2020/2021 beginnen und im Jahr 2026 enden. Dabei werden nachhaltige Entwicklungen in Gang gesetzt – sowohl

im Kulturbereich als auch in Wirtschaft, Verwaltung und Zivilgesellschaft. Kulturelle Kooperationen und Diskurse in Europa und darüber hinaus werden neue Impulse erfahren. Für die Weiterentwicklung des Programms werden wir mit einer professionellen Kuratorin mit internationaler Expertise zusammenarbeiten. Das Team künstlerischer Kurator*innen wird in Zusammenarbeit mit lokalen und internationalen Künstler*innen und Kulturschaffenden ein authentisches europäisches Programm zusammenstellen, das auf unseren Strategien und Zielen basiert. Ein besonderer Schwerpunkt in der Auswahlphase liegt auf Intensivierung und Ausbau der internationalen und lokalen Partnerschaften. Die Ausarbeitung des vollständigen Programms wird auf der intensiven Bottom-up-Projektentwicklung des bisherigen Prozesses aufbauen.

Unsere Partner*innen:

Mit allen aufgeführten Personen und Institutionen haben wir uns auf ein gemeinsames Interesse an einer weiteren Zusammenarbeit verständigt. Im nächsten Schritt werden wir verbindliche Vereinbarungen treffen. Einige der Partner*innen haben die Projekte selbst entwickelt und werden die Ausführenden sein. Andere werden am Projekt teilnehmen oder es unterstützen – noch sind nicht alle Rollen festgelegt. Insgesamt wurden viel mehr Akteur*innen eingebunden und viele weitere erste Kontakte geknüpft. Keine der Partnerlisten ist als abgeschlossen anzusehen, aber sie veranschaulichen bereits die Bandbreite der beteiligten Projektpartnerschaften, und es werden noch viele hinzukommen. Wir streben eine umfassende Zusammenarbeit von Akteur*innen aus der Region mit Kulturschaffenden aus Europa und der ganzen Welt an. Aber auch verschiedene Bereiche der Stadtgesellschaft – von der studentischen Initiative bis zum Wirtschaftsunternehmen – werden sich an Projekten beteiligen. In diesen Koproduktionen können Kulturinstitutionen und Künstler*innen gleichberechtigt mit Partner*innen aus der Zivilgesellschaft zusammenarbeiten.

RÜBEN&ROSEN

handelt davon, **Gegensätze zu verbinden, dem eigenen Erbe zu vertrauen und Wegkreuzungen wiederherzustellen.**

Beet 4.0

(Rübe 4.0: FeldKulturerbe-Theater)

Seit 1990 steht das Forum Heersum für Landschaftstheater im Landkreis Hildesheim. Auf einer

Fläche von 1.206 Quadratkilometern wird im Sommer 2025 ein neues Stück zur Geschichte der Zuckerrübe und der Landwirtschaft gezeigt. Dafür werden internationale Künstler*innen in allen Gemeinden des Landkreises Labore einrichten, um die lokalen Geschichten rund um die Zuckerrübe sowie die globalen Verflechtungen der Zuckerproduktion zu erforschen. Gemeinsam mit Anwohner*innen, europäischen Partner*innen und Expert*innen – von der Bodenchemie bis hin zur Zuckerindustrie – werden Teilprojekte entwickelt. Die beteiligten Künstler*innen werden in diversen Sparten tätig sein wie Theater, Musik, Film oder Installation. Das Spektakel beginnt gleichzeitig in allen Gemeinden des Landkreises. Nach der Eröffnungsszene gibt es eine inszenierte Sternfahrt, mit der alle Gemeinden ihre Forschungsergebnisse zusammentragen. Beim Finale am Zucker- (naja, eigentlich: Kali-)Berg trifft sich ein großes generationenübergreifendes Publikum aus allen Bereichen der Gesellschaft.

Partner*innen:

Landschaftstheater Forum Heersum/ Kreis Hildesheim

Theater für Niedersachsen (TfN)/ Hildesheim

Theater in den Bergen e.V./ Schwarzwald

SandsteinSpiele e.V./ Bad Schandau, Deutschland

Bauhaus re[ru:]ted

(Zukunftsschmiede)

Im Fagus-Werk Alfeld wagen wir einen Blick in die Zukunft. Dort entsteht ein offenes Labor für Design, Kunst, Wissenschaft und Technik. In Zusammenarbeit mit Universität und HAWK treffen sich BioArtists, Nanotechnolog*innen, (Kunst)Handwerker*innen und Wissenschaftler*innen. Gemeinsam mit Studierenden werden sie an innovativen Technologien und Kulturprodukten arbeiten. Welche Ideen werden uns in das 22. Jahrhundert führen?

Im Sinne des Bauhauses verflüssigt das Labor die Grenzen von Kunst und Technik sowie von Hoch- und Populärkultur und verbindet visionäres Handwerk mit praktischem Denken und ästhetischem Design.

Partner*innen:

UNESCO-Welterbe Fagus-Werk/ Alfeld, Kreis Hildesheim

Fakultät Gestaltung der HAWK/ Hildesheim

Fakultät für Kulturwissenschaften und Ästhetische Praxis der Stiftung Universität Hildesheim

Churches 21

(Künstlerische Neuerfindungen des Zentrums)

Die Kirche war über Jahrhunderte der Fixpunkt ländlichen Lebens. Sie steht bis heute im Zentrum der meisten Dörfer. Aber Dörfer und die Einstellungen und Bedürfnisse ihrer Bewohner*innen haben sich im Laufe der Jahrhunderte verändert.

Wir werden interdisziplinäre Künstler*innen aus der ganzen Welt einladen, um 21 Kirchen der Region und ihr (Wohn-)Umfeld künstlerisch zu erkunden. Es geht um Konfrontation und Wettbewerb; um Spannungsfelder, die sich auf Raum, Geschichte, Umwelt, Architektur und Religion beziehen. Es geht um die Bewohner*innen des Dorfes bzw. des Stadtteils und ihrer Beziehung zur Kirche, um den Ort in all seinen Facetten und sozialen Verbindungen. So wird das Zentrum des Dorfes für das 21. Jahrhundert neu entdeckt, erforscht und erfunden.

Partnerin:

Hall Art Foundation | Schloss Derneburg Museum/
Kreis Hildesheim

Squares of Encounter

(Plätze der Begegnung)

Plätze prägen den Charakter einer Stadt. Sind es gesichtslose Gänge, bebaute Flächen, Parkplätze? Oder öffnen sie einen Raum, um zu verweilen und sich auszutauschen? Wo sich Menschen unterschiedlicher Lebensstile und sozialer Herkunft entspannt im Viertel begegnen? Fünf Plätze in Hildesheim werden, zunächst temporär, kulturell gestaltet und belebt. Die Plätze haben je ihren ganz eigenen Charakter und stehen doch miteinander in Verbindung.

Squares of Encounter bedeutet: Wir schaffen urbane Abenteuerspielplätze, gemeinsame Ess- und Kochgelegenheiten, soziokulturelle Kioske, Pop-up-Denkmäler, Wunschgärten oder Wanderbänke, die sich unabhängig im Stadtraum bewegen.

Als dauerhafte Verbindung zwischen der Innenstadt und der Neustadt, dem zukünftigen Quartier der Kreativität und jungen Kultur in Hildesheim, soll ein zentraler Platz architektonisch neugestaltet werden, der auch das **Cultural Hub** beherbergt.

Die Anwohner*innen werden aktiv in den Planungsprozess einbezogen. Gemeinsam mit Stadtplaner*innen, Künstler*innen, Stadtentwickler*innen sowie der Stadtverwaltung werden sie Einfluss darauf nehmen, wie die Plätze vor ihrer Haustür sinnvoll gestaltet werden. Ein Austausch mit Modellprojekten aus Europa und der Welt inspiriert die

Neugestaltung der Plätze.

Das Leben auf diesen Plätzen wird mit anderen Orten in Europa durch ein künstlerisches Multimedia-Projekt verbunden, das europäische Paralleluniversen per Livestream öffnet. Auf die Hildesheimer Plätze und Einkaufspassagen werden Marktplätze und Fußgängerzonen aus anderen Städten projiziert und umgekehrt – eine Annäherung an den abgelegenen Alltag, die Möglichkeiten zur Interaktion bietet.

Partner*innen:

KulturFabrik e. V./ Hildesheim

Stadtteilverein Nordstadt.Mehr.Wert e.V./
Hildesheim

Theaterhaus Hildesheim e.V.

Diakonie Himmelsthür e.V./ Hildesheim

Kinder- und Jugendtreff Go20, Timo e.V./
Hildesheim

Martin-Luther-Gemeinde/ Hildesheim

Fakultät Gestaltung der HAWK/ Hildesheim
Esch 2022/ Luxemburg

Vorprojekt 2019-2021:

Lebendige Plätze in der Nordstadt

Eine bereichsübergreifende Initiative vieler Akteur*innen in der Nordstadt widmet sich in den kommenden Jahren der Erforschung von Strategien und der Erprobung kreativer Maßnahmen zur (Re-)Vitalisierung öffentlicher Plätze. Teil des Prozesses wird eine Zusammenarbeit mit den Projekten von Esch 2022 sein, um das Viertel Esch-Belval lebenswerter zu machen.

The Beet&Sugar Con

(Der Zuckerkongress)

Zucker ist das Lebensmittel der westlichen Moderne schlechthin: Genussmittel und Gesundheitsgefahr. Mit der Zuckerrübe verbinden sich viele Geschichten, die unsere Region betreffen und die Widersprüche unserer globalisierten Wirtschaft veranschaulichen. Gemeinsam mit Landwirt*innen des Landkreises Hildesheim, weiteren Bürger*innen der Region und internationalen Gästen werden wir eine ungewöhnliche künstlerisch-transdisziplinäre Konferenz zur Zukunft der Hildesheimer Böden durchführen. Mit Austausch, Vorträgen und Tanz wird sowohl die widersprüchliche Kulturgeschichte des Zuckers untersucht als auch die globale Dimension der heutigen Zuckerindustrie beleuchtet – im Spannungsfeld zwischen Klimawandel, Protektionismus

und europäischer Kolonialgeschichte. Dabei werden die Teilnehmer*innen der Konferenz immer wieder nach Möglichkeiten fragen, nachhaltige Landwirtschaft in der Region mit solidarischem Handeln weltweit zu verbinden. Zur Vorbereitung werden im Jahr 2024 Auszubildende aus lokalen landwirtschaftlichen Betrieben in Zuckerfabriken und Unternehmen an vielen Orten der Welt entsandt. Nach ihrer Rückkehr werden die Jungbauern und -bäuerinnen gemeinsam mit lokalen Verbänden und internationalen Expert*innen unter der Leitung der Künstlerin Antje Schiffers (Myvillages) gemeinsam die Zuckerkonferenz in Nordstemmen, dem Standort der lokalen Zuckerfabrik, entwickeln.

Partner*innen:

Antje Schiffers, Myvillages/ Deutschland, Großbritannien, Niederlande

Dachverband Norddeutscher Zuckerrübenanbauer e.V.

C.I.B.E. – Internationaler Verband der europäischen Zuckerrübenanbauer

Nordzucker AG mit Partnern in Schweden, Dänemark, Finnland, Australien

Bundesverband Boden e.V./ Deutschland

Slowenischer Verband der Zuckerrübenanbauer Ormož/ Ptuj 2025, Slowenien

Landvolk Hildesheim Kreisbauernverband e.V.

Vorprojekt 2019-2024:

AgriKULTUR

(Großflächengestaltung)

FeldKulturErbe: Bereits im Sommer 2019 wurden von lokalen Bauern und Bäuerinnen Führungen angeboten, die charmant und unterhaltsam zum Thema Landwirtschaft informierten; Landart-Projekte und Zuckerkonzerte sind in Vorbereitung.

Sweet Stress

(Süßer Stress. Ein Zuckerfest für den ganzen Landkreis)

Das Fastenbrechen am Ende des Ramadans wird traditionell mit dem Zuckerfest gefeiert. Wir werden am 1. April 2025 das Zuckerfest im ganzen Landkreis als öffentlichen „Feiertag“ begehen, um regionale Bezüge zum Zucker mit der muslimischen Tradition zu verbinden. Es wird Baklava und Zuckerwatte geben, Konzerte und Karussells. Ein Volksfest für die ganze Familie, um Freunde zu treffen oder einen Abend mit den Nachbarn zu verbringen. Das ist „tatli stres“, wie es auf Türkisch heißt. In der Tat ein süßer

Stress. Mit der Ernennung von Stadt und Landkreis Hildesheim zur Kulturhauptstadt Europas werden wir eine Debatte über nicht-christliche Feiertage beginnen. Damit setzt Hildesheim ein Signal gegen Ressentiments und Spaltungstendenzen.

Partner*innen:

Türkisch Islamische Gemeinde zu Hildesheim e. V.

Abrahams Runder Tisch/Hildesheim

Landvolk Hildesheim Kreisbauernverband e.V.

Audiotopia

Musik lebt von der unmittelbaren Erfahrung des Singens, Spielens, Hörens. Sie ermöglicht Austausch und Begegnung, unabhängig von kulturellen und sprachlichen Barrieren. Darin liegt das große Potential von **Audiotopia**, dem Kooperationsprojekt des Centers for World Music der Universität Hildesheim und des Roemer- und Pelizaeus-Museums. Mit einem der größten Weltmusikarchive Europas, Instrumenten- und ethnologischen Sammlungen, wird ein offenes Forum musikalischer Klangwelten gegründet. Es geht um einen Ort musikalischer Praxis und global vernetzter Forschung.

Zusammen mit einem Netzwerk von internationalen Musiker*innen und Forscher*innen wird **Audiotopia** neue Wege der Musikethnologie beschreiten, um die Erhaltung des immateriellen Kulturerbes Musik sicherzustellen. Das Forum kann gegenseitiges Verständnis fördern und lokal-globale Verbindungen schaffen. Es soll im Roemer- und Pelizaeus-Museum Hildesheim beheimatet werden.

Celebrating Crossroads (*Ein ethnomusikalisches Festival*) – wird ein Teil des Programms im Jahr 2025 sein. Die weltweit verstreuten Alumni und Freund*innen des Center for World Music werden zu einem großen Treffen eingeladen. In einer Konferenz wird die Bedeutung des „Community Service“, des Einsatzes von Museen und wissenschaftlichen Einrichtungen für die lokale Gemeinschaft, diskutiert. In einem großen Musikfestival werden die Ehemaligen mit Hildesheimer*innen und KHS-Gästen in Workshops und Konzerten zusammenarbeiten. Sie werden Schulen und Kindergärten besuchen und sich mit der lokalen Musikszene austauschen.

Partner*innen:

Roemer- und Pelizaeus-Museum/ Hildesheim

Center for World Music/ Hildesheim

European Django Reinhardt Festival Hildesheim 2025
(Gypsy-Music in der Hauptstadt der Sinti)

Die Hildesheimer Sinti-Gemeinde ist eine der ältesten in Deutschland. Seit Anfang des 15. Jahrhunderts prägt sie die Kultur der Stadt. Gypsy-Musiker*innen aus ganz Europa treffen sich zum großen Django Reinhardt Festival 2025 in der „Kulturhauptstadt der Sinti“ in Hildesheim. Auf der Förderung und Vernetzung junger Künstler*innen wird ein besonderer Schwerpunkt liegen. Mit Gästen aus Plovdiv, Marseille und Angoulême und vielen anderen.

Partner*innen:

Verein Hildesheimer Sinti e.V.

Plovdiv 2019/ Bulgarien

Archeology of Movement
(Ein mobiles Museum)

Auf welchen Routen gelangten Auslegerkanus von der Südsee bis nach Südniedersachsen? Welche Beziehungen offenbaren die Kirchenbücher in Harsum? Oder: Was verbindet die Besucher*innen eines Museums mit den ausgestellten Exponaten? Es sind die Geschichten hinter den Ausstellungsstücken, die sie zu etwas Besonderem machen. Viele Objekte des Kulturerbes zeugen von Geschichte und Identität der Region Hildesheim. Und sie erzählen Geschichten der Bewegung, der Migration: Geschichten von Dingen und Menschen, von Werten und Wissen. Welchen Weg hat ein Brief zurückgelegt? Wer hat ihn geschrieben, und warum? Wie ist der Brief ins Stadtarchiv gelangt? Und was erzählt er über die Familientradition der eigenen Großeltern oder die Geschichte eines Dorfes?

Ein mobiles Museum wird eine Entdeckungsreise durchführen, um Objekte an die Orte ihrer Entstehung zurückzubringen und um nach unbekanntem und vergessenen Alltagsgeschichten zu suchen. Schüler*innen und Senior*innen werden in mehreren Workshop-Einheiten gemeinsam mit zeitgenössischen Kurator*innen ein innovatives Ausstellungs-konzept entwickeln, das materielle und immaterielle Kulturgüter zugänglich macht – auf leicht verständliche und spielerische Weise. So werden Archive in Erzählräume verwandelt und in Bewegung gebracht. Unsere Wurzeln, einmal freigelegt, verbinden uns mit einem globalen Kulturerbe.

Partner*innen:

Bistumsarchiv Hildesheim

Stadtarchiv Hildesheim

Dombibliothek Hildesheim

Roemer- und Pelizaeus-Museum /Hildesheim

Stadtmuseum Hildesheim

Center for World Music /Hildesheim

Volkshochschule Hildesheim

Netzwerk Kultur & Heimat Hildesheimer Land e.V.

Living Room

(Sehr private Kunst)

Wohnzimmerkonzert, Kleingartentheater, Scheunenlesung – an vier Wochenenden im Jahr 2025 öffnen die Hildesheimer*innen ihre Privaträume. In dieser Zeit werden Wohnzimmer und Hinterhöfe zum Herzstück von Hi2025. Gastfreundschaft beginnt mit einem Lächeln auf der Straße und endet mit einer Einladung in die eigenen vier Wände. Oder auf die andere Seite des Gartenzauns. Für diese privaten Veranstaltungsformate werden wir einen eigenen Veranstaltungskalender entwickeln. Dort können Besucher*innen leicht erkennen, welche Projekte in ihrer Muttersprache stattfinden. Kulturelle Angebote in den vielen Sprachen zu fördern, die in der Region Hildesheim gesprochen werden – dies ist ein zentrales Anliegen des Projekts.

Partner*innen:

Radio Tonkuhle e. V./ Hildesheim

Netzwerk Kultur & Heimat Hildesheimer Land e.V.

Jean-Lorin Sterian, Iorgean theatre/ Bukarest, Rumänien

Young Cuisine

(Europas junge Küche: Die Neuentdeckung regionaler Spezialitäten)

Nach der erfolgreichen Zusammenarbeit mit Berufsschulen in den Kulturhauptstädten Europas Leeuwarden und Valletta 2018 soll der Austausch intensiviert werden. Schüler*innen und Lehrer*innen werden gemeinsam Produkte, Rezepte und innovative Kultur- und Geschäftskonzepte entwickeln und 2025 gemeinsam an deren modellhafter Umsetzung arbeiten. Im Mittelpunkt stehen nachhaltige Formen der Lebensmittelproduktion und die vielfältigen regionalen Spezialitäten Europas.

Partner*innen:

Walter-Gropius-Schule/ Hildesheim

Nordwin College, Leeuwarden/ Niederlande

MCAST Universität Malta

Hi-Land e.V./ Hildesheim

Netzwerk Kultur & Heimat Hildesheimer Land e.V.

Vorprojekt 2020:

Wie können die Besucher*innen während einer Großveranstaltung wie Hi2025 nachhaltig und umweltfreundlich bewirtet werden? Mit dieser Frage beschäftigen sich Lehrer*innen und Schüler*innen berufsbildender Schulen aus Norwegen, Finnland, Island, den Niederlanden, Lettland und Deutschland, die im Jahr 2020 in Hildesheim zusammentreffen. In dem Projektcamp, das durch das Erasmus+ Programm „SITRA – Nachhaltigkeit in ländlichen Regionen“ unterstützt wird, werden die Schüler*innen unternehmerische Ideen entwickeln, um das KHS-Jahr kulinarisch vorzubereiten.

Network of Boring Cities**(Netzwerk der langweiligen Städte: Eine Plattform für den Austausch europäischer Kulturprovinzen)**

Wenn die Provinz langweilig ist: gut. Dann wollen wir die Hauptstadt der Langeweile sein. Wir werden uns mit anderen Städten und Regionen austauschen, die sich da befinden, wo der Pfeffer wächst. Abgeschnitten von den neuesten Diskursen, Orte – von Menschen und Kultur verlassen. Wir werden zeigen, dass es so etwas gibt wie eine progressive Provinz. Wir erkunden die Potentiale, um Ideen für die Zukunft zu entwickeln, die nur außerhalb der Metropolen zu finden sind.

In den letzten Jahren haben viele Städte ihre Regionen in die Bewerbung um den Titel „Kulturhauptstadt Europas“ einbezogen. Sie sind – was für ein Gedanke - natürlich überhaupt nicht langweilig. Aber sie sind alle in der gleichen Richtung unterwegs. Das Städtische und das Ländliche, das Globale und das Lokale – es lässt sich in diesen Landschaften auf engstem Raum erforschen. Mit diesen unterschiedlichen Erfahrungen werden wir eine Plattform für den Austausch von Ideen und Best-Practice-Projekten sowie die Sicherung und den Transfer von Wissen für unterschätzte Städte und Regionen in Europa schaffen.

Dazu waren wir bereits im Austausch mit dem European Network of Cultural Centres (ENCC) und Culture Action Europe. Wir planen darüber hinaus die Zusammenarbeit mit weiteren Netzwerken wie den UCLG („United Cities and Local Governments“) und anderen.

Im Jahr 2025 werden wir die Auswirkungen der jeweiligen Kulturhauptstädte Europas auf die Regionen in den letzten 10 Jahren umfassend ausgewertet haben. Die Ergebnisse werden wir in einer wissenschaftlichen Publikation veröffentlichen so-

wie in künstlerischen Ausstellungen und einer Präsentation des Netzwerks aufbereiten. Dabei wird ein besonderes Augenmerk auf den zahlreichen Verbindungen zwischen Bürger*innen und Institutionen in verschiedenen europäischen Regionen liegen.

Vorprojekt 2020:**Boring Province Lab**

Das Netzwerk Kultur & Heimat lädt ein vielfältiges Team von Künstler*innen, Forscher*innen und Expert*innen aus Malawi und der Schweiz, Italien, Georgien, Slowenien, Österreich, Russland/Spainien und Lettland zu einer Diskussion ein: Ist Provinz wirklich gleichbedeutend mit Langeweile und Rückständigkeit? Oder sind die ländlichen Gebiete die neuen (geheimen) Hot Spots? Was bedeutet „Provinz“ in verschiedenen Ländern Europas? Wissen und Erfahrungen werden ausgetauscht und mit einem breiten Publikum aus allen gesellschaftlichen Bereichen geteilt.

DAS SICHTBARE & DAS UNSICHTBARE

handelt davon, Chancen, Bewusstsein und Einsicht zu schaffen.

EVI LICHTUNGEN 2025 – Re[ru:]ting**(Internationales Lichtkunstfestival Hildesheim)**

Ein hochkarätiges Lichtkunstfestival mit internationaler Ausstrahlung: Künstler*innen aus Europa und der Welt eröffnen neue Perspektiven auf das bauliche Erbe Hildesheims von Weltkultur bis Waschbeton. Während der Festivalwoche wird die unsichtbare Geschichte der Stadt ausgeleuchtet – etwa die historischen Wallanlagen, heute ein begrüntes Naherholungsgebiet, oder überbaute Flussläufe der Stadt. Darüber hinaus werden aktuell umstrittene Infrastrukturprojekte, wie die Stromtrasse Südlink und andere Energiequellen der Region, künstlerisch sichtbar gemacht. Das Lichtkunstfestival beginnt am Eröffnungsabend des KHS-Jahres. Um Mitternacht. Bis Mitte Februar können die wichtigsten Exponate entdeckt werden. Ein Schwerpunkt des Festivals wird die nordafrikanische Lichtkunst sein; ein Expertensymposium zur Lichtkunst wird das Projekt begleiten.

Partner*innen:

Internationale Kunstprojekte Hildesheim e. V.

Hildesheim Marketing GmbH
 Strip Core/Guerilla Lighting Ljubljana und die
 slowenischen Künstler Tilen Sepic, Narkus Estan,
 Neza Jurman, Stran 22, Boštjan Drinovec, u.a.
 Lux Helsinki/Finnland
 Glow Eindhoven/Niederlande
 TAVA Architectural Lighting Design,
 Lichtkunstfestival Tartu/Estland
 Lights in Romania in Cluj-Napoca/Rumänien

Store of Forbidden Things

(Kaufhaus der verbotenen Dinge)

Hinter dem Bahnhof oder im Ehrlicher Park: Es waren immer schon die dunklen Flecken der Stadt, wo mit dem Tabuisierten und Verbotenen gehandelt wurde. Bis jetzt. Denn 2025 wird mitten in der Fußgängerzone der *Store of Forbidden Things* in einem Einkaufszentrum eröffnet. Künstler*innen aus verschiedenen Regionen der Welt werden jeweils einen Raum gestalten. Es kann um künstlerische Freiheit gehen, um Drogen, Obsessionen, den Schmuggel von Menschen und Gegenständen. Verschiedene künstlerische Formate werden mit interaktiven VR-Elementen kombiniert. Die Künstler*innen werden ein Schlaglicht werfen auf vieles, was sozial unsichtbar bleibt – und ihren Besucher*innen ein Angebot machen. Wer wird es annehmen? Im Erdgeschoss zeigt ein Kunstkino Filme, die in bestimmten Ländern oder zu bestimmten Zeiten verboten waren.

Partner*innen:

UNESCO-Lehrstuhl „Cultural Policy for the Arts in Development“/ Hildesheim
 Naoures Rouissi, Carthage Film Festival/Tunis,
 Tunesien

Europe from Beyond

(Die Konturen Europas: Eine Autorenreise)

28 Autor*innen aus den Nachbarländern der Europäischen Union werden eingeladen, eine Reise auf der Suche nach neuen Erzählungen über Europa zu unternehmen. Von den Außengrenzen der EU bis zur 500 Jahre alten Pilgerkirche in der Innenstadt von Hildesheim, in der heute das Literaturhaus St. Jakobi untergebracht ist. Von den Maghreb-Staaten bis Weißrussland – welche Konturen Europas werden von außen sichtbar? Ist die Normalität unserer Grenzen ein Grenzfall? Die Autor*innen beschreiben ihren persönlichen Weg, ihre Begegnungen und Be-

obachtungen. Menschen, Orte, Landschaften. Regelmäßig senden die Autor*innen Video- und Audio-Botschaften nach Hildesheim, die dann in einem Blog veröffentlicht werden. In Hildesheim angekommen, werden Begegnungsformate entworfen und Lesungen durchgeführt. Die Reiseberichte und essayistischen Überlegungen werden in einem Buch sowie in einer Filmdokumentation zusammengefasst.

Partner*innen

Literaturhaus St. Jakobi/ Hildesheim
 Institut für Literarisches Schreiben & Literaturwissenschaft der Stiftung Universität Hildesheim
 FROH! e.V./ Köln, Deutschland
 Litprom e. V./ Frankfurt, Deutschland
 Guy Stern, PEN Zentrum deutschsprachiger Autoren im Ausland
 Radar Sofia, Residenz für Schriftsteller*innen und Theaterschaffende/ Bulgarien
 Festival „Days of Poetry and Wine“, Ptuj 2025/ Slowenien
 Festival „Europe -the heart of Darkness?!“, Salzkammergut 2024/ Österreich

The Hanseatic Video Clip League

(Ein Reise- und Erkundungsprojekt für Jugendliche)

Im Landkreis Hildesheim gehörten einige Städte zur Hanse und waren damit stark europäisch vernetzt. Nun werden junge Menschen aus der Region Hildesheim den historischen Handelswegen folgen und in eine der europäischen Hansestädte entsandt. Das Ziel: Auf den Spuren der Hanse, die als „Kulturroute des Europarates“ ausgezeichnet wurde, die zeitgenössische europäische Identität zu erforschen. Die Reise erfolgt per Bus und Bahn. Alle Teilnehmer*innen werden in einem Filmworkshop geschult, um in Videoclips über ihre Reise berichten zu können. Schließlich laden die Teilnehmer*innen junge Menschen, denen sie in ganz Europa begegnet sind, nach Hildesheim ein – zu einem abschließenden Jugendfilm-Sommercamp. In dieser Woche werden kurze Dokumentationen, Clips und Reportagen erstellt. Die Ergebnisse dieses Projekts können in die Entwicklung eines europäischen Festivals für jungen Dokumentar- und Reportagefilm einfließen.

Partner*innen:

Volker Wortmann, Universität Hildesheim, Institut für Medien, Theater und Populäre Kultur
 youthHansa, Jugendorganisation der HANSE

Politipoetics: Writing Gender in Europe
(Öffentliche Poetikvorlesungen zu Schreiben & Gender in Europa)

Die Kunst war nie unschuldig. Derzeit erleben wir eine weitreichende Debatte über die Auswirkungen von Geschlecht, Rasse und Klasse auf die künstlerische Produktion. Kunst, und insbesondere Literatur, ist durch Gender geprägt – in Bezug darauf, wie sie hergestellt, verbreitet und gelehrt wird. Die Mechanismen von Literaturkritik, Verkauf und Preisverleihung funktionieren nach wie vor zugunsten von weißen, männlichen Autoren. Im Bereich der Kunstvermittlung sind Wissenschaftlerinnen, insbesondere in den höheren Rängen der Universitäten, stark unterrepräsentiert. Was bedeutet das für die Produktion und Rezeption von Literatur, für ihre Rolle in der Gesellschaft und für den Literaturmarkt? Wir möchten Autor*innen einladen, ihre Perspektiven auszutauschen und ihr eigenes Schreiben im Lichte der Geschlechterdebatten zu erforschen. In Hildesheim, wo kreative Fächer auf künstlerische Praxis treffen, wollen wir die Debatte für einen europäischen Kontext öffnen und Möglichkeiten des Wandels angehen.

Bei den Poetikvorlesungen können Künstler*innen und Wissenschaftler*innen mit einem breiten Publikum ins Gespräch kommen.

Partnerin:

Universität Hildesheim, Institut für Literarisches Schreiben & Literaturwissenschaft

Art Laboratory
(Ein Artist-in-Residence-Projekt)

Ein Künstler*innenaufenthalt in einem Ladengeschäft mitten in der Innenstadt von Hildesheim: für professionelle Künstler*innen und Designer*innen mit und ohne Assistenzbedarf, die mit Alltagsmaterialien und Abfallobjekten arbeiten.

Designobjekte, Kunstwerke oder neue Gebrauchsgegenstände werden entstehen. Die Objekte, Installationen oder Skulpturen lassen sich in Ausstellungen entdecken. Aus geeigneten Designentwürfen können neue Produktlinien entwickelt werden.

Partner*innen:

Atelier Wilderers, proTeam Himmelsthür gGmbH/
Hildesheim

cooperationsART Wiltz/ Luxemburg

Créahm Bruxelles/ Belgien

The World's a Stage
(Interaktives Welttheater)

Mit zahlreichen Theatergruppen und dem Theaterpädagogischen Zentrum (TPZ) ist Hildesheim bekannt für innovative Konzepte in der Darstellenden Kunst. Im Jahr 2025 werden wir interaktive Performancekunst in den Mittelpunkt stellen: Kulturschaffende aus dem In- und Ausland spielen Theater – in Einrichtungen wie Kindergärten, Sportvereinen, Krankenhäusern, Schulen oder der Universität. Die Performances können den Alltag der Menschen sichtbar machen. Welche Fragen und Wünsche bewegen die Bevölkerung der Region Hildesheim? Die Stücke werden vor Ort produziert – in Stadt und Land – und im öffentlichen Raum aufgeführt. Einige Gruppen werden das ganze Jahr über arbeiten, andere während intensiver Probenphasen oder in eintägigen Workshops. Während einer Woche im September werden alle Theaterleute und Teilnehmer*innen mit ihren Produktionen bei einem großen Festival zusammenkommen.

Partner*innen:

Theaterpädagogisches Zentrum Hildesheim e. V.

Theaterhaus Hildesheim e. V.

Theater für Niedersachsen (TfN)/ Hildesheim

Landesverband Theaterpädagogik Nieders. e. V.

Theaterlabor Bielefeld e. V.

TheatreFragile/ Detmold

BerlinOdin Teatret/ Holstebro, Dänemark

The Actors Space/ Barcelona, Spanien

Centre for Participatory Research/ Bamenda,

Kamerun

Vorprojekt 2020:

Interactive Dance Awareness Program

Die kanadische Tanzcompany SQX wird in Zusammenarbeit mit dem Netzwerk Kultur & Heimat ihr mehrfach ausgezeichnetes **Interactive Dance Awareness Program** durchführen. Dabei sollen besonders schutzbedürftige gesellschaftliche Gruppen aus Stadt und Landkreis einbezogen werden. Zielgruppen sind Schulen, Migrant*innen, aber auch Religionsgemeinschaften. Es werden öffentliche Aufführungen der Teilnehmenden entwickelt. Gemeinsam mit lokalen Partner*innen und professionellen Tänzer*innen entsteht zudem eine interdisziplinäre, professionelle Produktion. Ein spezielles Hildesheimer Videotanzformat aus lokalen Ton- und Bildarchiven rundet das Programm ab.

Moving Magic

(Internationales Jugendfestival für zeitgenössischen Zirkus, moving arts und community arts)

Der Zirkus bringt alle in Bewegung – ob Artist*innen in der Manege oder Gäste, die mit großen Augen auf den Rängen sitzen. Wir werden den Zirkus als sozio-kulturelles Instrument einsetzen und talentierte junge Künstler*innen fördern. Es gibt Schulungen, um lokale Kulturschaffende in Zirkuspädagogik weiterzuqualifizieren, gleichzeitig werden Netzwerke zu Zirkuskünstler*innen und Pädagog*innen im Ausland aufgebaut. Im Jahr 2023 beginnt ein Pilotprojekt mit Kindern, bei dem lokale Fachleute mit Kolleg*innen aus Luxemburg zusammenarbeiten. Im Jahr 2025 wird das Straßenkunstfestival Pflasterzauber europäische und internationale Zirkusschulen nach Hildesheim holen. In der Innenstadt und vermutlich auch in der Nordstadt werden Amateur*innen und Profis auf die Straße gehen, um erstaunliche und bezaubernde Auftritte hinzulegen – und die ganze Stadt und ihre Gäste mitzureißen. Im Vordergrund stehen Kinder und Jugendliche aus aller Welt, die künstlerische Praxis in der ganzen Stadt sichtbar machen.

Partner*innen:

Pflasterzauber – Internationales Festival der Straßenkünste/ Hildesheim

ARS SALTANDI Dance & Drama School/ Hildesheim

Zaltimbanq' Zirkus, Zirkusschule/ Luxemburg

Caravan, internationales Netzwerk/ Frankreich

Abuse and Power

(Missbrauch und Macht: Eine Ausstellung über sexualisierte Gewalt)

Sexualisierte Gewalt in der katholischen Kirche hat viele Opfer gefordert – auch im Bistum Hildesheim. Wie kann das Leiden dieser Menschen visualisiert werden? Und welche Machtstrukturen haben den Missbrauch ermöglicht? In einer Ausstellung im Dommuseum Hildesheim werden Künstler*innen zu einer Stellungnahme eingeladen: Arbeiten von Künstler*innen wie Jonathan Meese, Hermann Nitsch, Marion Lidolt u.a. zeigen radikal, wie Machtstrukturen und Missbrauch ineinandergreifen. Dabei werden auch die tabuisierten makrosozialen Perspektiven des Problems berücksichtigt.

Partner:

Dommuseum Hildesheim

Escape Hildesheim

(Das Hypernormalitätswirus-Spiel)

Ein Augmented-Reality-Action-Thriller-Game als interaktiver Stadtführer – nur für Menschen mit Nerven aus Stahl. *Escape Hildesheim* erzählt von einer mittelgroßen Stadt in der Mitte Deutschlands, die so normal ist, dass das Hypernormalitätswirus eines Tages eine Epidemie verursacht. Plötzlich werden Menschen zu bösartigen Mutant*innen, die alles in ihrer Umgebung als Bedrohung ihrer Normalität betrachten. Auferstanden aus den Gräbern einer unterdrückten und begrabenen Geschichte, genährt von medialer Überreizung.

Die Entwicklung des Spiels beginnt mit einem Wettbewerb junger Entwickler*innen. Anschließend werden internationale Teams gebildet, die gemeinsam *Escape Hildesheim* aufbauen.

Hildesheim European Weeks of Peace

(Hildesheimer Europäische Friedenswochen)

Hildesheim verfügt über eine intensive und kritische Erinnerungskultur, darunter das Gedenken an die weitreichende Zerstörung der Stadt durch die alliierten Luftangriffe vom 22. März 1945 und das vorangegangene nationalsozialistische Terrorregime. Doch seit einigen Jahren blickt Hildesheim nicht nur zurück. So fördert die Verleihung unseres Friedenspreises die Erhaltung des sozialen Zusammenhalts in einem vereinten Europa. Im Jahr 2025 werden wir dies mit den Europäischen Friedenswochen in Hildesheim unterstreichen – mit Ausstellungen, Konzerten, Lesungen und Diskussionsformaten zwischen Schulen, Universitäten, Kultureinrichtungen und Religionsgemeinschaften. Das 7-wöchige Programm beginnt am 22. März und endet am 8. Mai mit der Feier von 80 Jahren Frieden in Mitteleuropa.

Die Friedenswochen werden im Geiste der Partnerschaft von Kulturakteur*innen aus den einst verfeindeten europäischen Staaten organisiert, die sich unter anderem durch die freundschaftlichen Beziehungen zu den Partnerstädten Hildesheims, Weston-Super-Mare in England und Angoulême in Frankreich, auszeichnen. Es werden lokale Institutionen einbezogen, die sich für das friedliche Zusammenleben der verschiedenen Kulturen in der Region einsetzen.

Auf dem Programm steht ein *Festival für Kirchenmusik*, zu dem unter anderem Folgendes gehören wird:

– **Lux in Tenebris**

Aufführung eines Friedensoratoriums mit Musik, Sprache und Lichtkunst von Helge Burggrabe, speziell geschrieben und komponiert für den Mariendom, aufgeführt von verschiedenen Ensembles des Doms. In Anlehnung an die berühmten Bernward-Türen geht es um den Aufstieg und Fall der Menschheit und insbesondere um die Zerstörung von Hildesheim.

Partnerin: Dommusik Hildesheim

– **The Armed Man: A Mass for Peace**

Eine Messe für den Frieden, geschrieben von Karl Jenkins, gewidmet den Opfern der Kosovo-Krise. Mit Texten aus verschiedenen religiösen Traditionen, einem islamischen Gebetsruf, Texten aus der Bibel und dem Mahabharata. Professionelle Musiker*innen, Amateurchöre, Orchester und interkulturelle Chöre aus Hildesheim werden ein großes Ensemble bilden, um diese Friedensmesse aufzuführen.

Partner*innen:

Michaeliskloster Hildesheim – Evangelisches Zentrum für Gottesdienst und Kirchenmusik

Stiftung Universität Hildesheim

Volkshochschule Hildesheim

Collegium Musicum Hildesheim

Musiker*innen des Theaters für Niedersachsen (TfN)/ Hildesheim

– **Ausstellungen: The Art of Europe**

Ausstellung mit Beiträgen von zeitgenössischen Künstler*innen aus den Partnerstädten von Hildesheim und den Städten des Landkreises. Was ist der Stand der Technik, welche Fragen werden berührt, welche Konzepte tauchen auf? Wie sieht eigentlich dieses Europa aus, 80 Jahre nach Ende des Zweiten Weltkriegs?

Vorprojekt 2019:

Die Musikschule Hildesheim und das Konservatorium Angoulême beleben die Städtepartnerschaft durch gemeinsame Vorbereitung und Uraufführung der Komposition **927** in Zusammenarbeit mit dem Goethe-Gymnasium Hildesheim. Das Werk handelt von der ersten Deportation aus Frankreich während des Zweiten Weltkriegs, bei der 927 spanische Republikaner*innen vom Bahnhof in Angoulême ins Konzentrationslager Mauthausen in Österreich deportiert wurden.

UND DER SINN DES LEBENS

handelt davon, über Werte zu diskutieren, sich selbst zu erkennen und den Sinn für Humor zu bewahren.

Street's Philosophy

Welche Lebensfragen bewegen die Menschen in Europa? Bedeuten Liebe und Gerechtigkeit auf dem ganzen Kontinent dasselbe? Wie verhalten wir uns zu Tod und Geburt? Welche Vorstellungen teilen wir und welche nicht? Gibt es Werteverstärkungen zwischen Mikkeli in Finnland und Melilla, der spanischen Enklave in Marokko? Und wenn die Bürger*innen Europas in der Lage sind, ruhig zu schlafen – warum eigentlich?

12 Fragen werden innerhalb von 12 Monaten gestellt. Den Menschen auf der Straße, hinter den Schaltern, auf Chefsesseln, ob Lebenskünstler*in, Pädagog*in oder CEO. Von Kunstschaffenden, die ihre Fragen auf überraschende Weise formulieren. Überall in Europa. Die Antworten werden virtuell und auf Leinwänden in Hildesheim und den kooperierenden Standorten gezeigt. **Street's Philosophy** ist auch eine Anlaufstelle für die vielstimmigen Besucher*innen der Kulturhauptstadt Europas, die einen Koffer voller Fragen und Antworten mit nach Hildesheim schleppen.

Eine Sonderausgabe findet in Kindergärten und Grundschulen statt:

Little Big Minds

(Große Fragen von kleinen Leuten)

Sich Gedanken machen, Löcher in Bäume fragen – das können Kinder sowieso. Im Jahr 2025 wollen wir sie auf diesem Weg besonders ermutigen. Zahlreiche Kindergärten und Grundschulen im Landkreis erhalten einen Philosophiekurs (durchgeführt von Kunst- und Philosophie-Studierenden) und darüber hinaus eine europäische Partnerklasse. Welche Widersprüche können Kinder in unserer Gesellschaft entdecken? Worin besteht für Fünfjährige der Sinn des Lebens? Die Gedanken der Kinder hinterlassen ihre Spuren in der Stadt, mit Kreiden auf den Straßen und Plätzen. Das kann uns alle ermutigen, unserem Loch im Bauch wieder nachzuspüren.

Partner*innen:

Bettina Uhlig, Universität Hildesheim, Institut für Bildende Kunst und Kunstwissenschaft

Kunstverein Hildesheim, Verein zur Förderung der bildenden Kunst e.V.

Vorprojekt 2024:

In der entspannenden Umgebung eines Wellnessbads lassen sich gute Gespräche führen. Als Vorbereitung auf unsere intensiven europäischen Dialogprogramme zu den wesentlichen Lebensfragen nimmt Hi2025 am Projekt „Brined to the point of Happiness“ (wörtl. „In Salz eingelegt bis der Punkt des Glücks erreicht ist“) des Salzkammerguts 2024 in Oberösterreich teil.

Ein Hildesheimer Alltagsphilosoph wird ein Gespräch in einem Bad im Salzkammergut führen, begleitet von einer Reisegruppe aus unserer Region. Anschließend werden wir Gäste und Referent*innen aus Bad Ischl für eine Sonderausgabe in unserem Salzbad in Bad Salzdetfurth empfangen.

Partner*innen:

Stadt Bad Salzdetfurth/ Kreis Hildesheim
Salzkammergut 2024/ Österreich

Lasting Beauty

(Schönheit, die bleibt. Wettbewerb um ein zukünftiges Welterbe)

In Hildesheim trifft Provinzialität auf experimentelle Kunst, technische Innovation auf mehrere Weltkulturerbestätten. Aus dieser Spannung ergeben sich Fragen und Potenziale. Wo und wie werden Erfindungen gemacht, die weit in die Zukunft reichen? Was wollen wir bis zum Ende der Zeit erhalten? Welche Innovationen brauchen wir derzeit? Und wer entscheidet das alles?

Wir werden einen Wettbewerb organisieren: In einem internationalen, interdisziplinären Kooperationsprojekt soll ein Kunstobjekt entstehen, das das Zeug hat, Weltkulturerbe zu werden. Es geht darum, traditionelles Kunsthandwerk mit Spitzentechnologie zu verbinden. Es geht um sinnliche Qualität und Komposition. Um Sinn und Tiefe des Denkens. Um ein Kompendium der Schönheit unserer Zeit und die Wiederentdeckung unseres Weltkulturerbes in mittelalterlichen Kunstobjekten.

Why Are We Here?

(Eine transkulturelle Auseinandersetzung mit dem Sinn des Lebens)

Wir laden Künstler*innen (aus den Bereichen Musik, Bildende Kunst, Orale Kultur, Darstellende Künste, Tanz etc.) aus der ganzen Welt ein, deren Arbeiten sich mit dem Sinn des Lebens beschäftigen. Während einer intensiven Festivalzeit kann ein breites Publikum zuhören und mit den Kunstschaffenden in

den Dialog treten. In Konzerten, Workshops, Straßenaufführungen, Ausstellungen und anderen Formaten wird erforscht, wie Kultur zum Sinn des Lebens beitragen kann. Im zweiten Teil werden die teilnehmenden Künstler*innen etwas Neues gestalten und sich grenzen-überschreitend zusammenschließen, um Botschaften von Hildesheim in die Welt hinauszusenden über die Fragen und Ziele unserer Existenz.

Ihre Produktionen werden gründlich dokumentiert und über leicht zugängliche Medien so weit wie möglich auf der ganzen Welt verbreitet, als ein Bekenntnis zu Einheit in Vielfalt.

Partner*innen:

Bosoma Sheriff, Universität Maiduguri, Dept. of English and Literary Studies/ Borno State, Nigeria
Zainab Musa Shallangwa, Universität Maiduguri, Centre for Cultural Sustainability/ Borno State, Nigeria

Just You

(Nur du selbst. Im Inneren des White Cube)

Schalte den Flugmodus ein, bevor du diesen Raum betrittst. Hier bist du allein mit dir selbst. Mit Stille, mit Leere. Niemand sonst darf rein, solange du da bist. In diesem Raum zu bleiben, wird deine Filterblase platzen lassen.

12,5 qm, 25 Minuten. Im Raum kannst du sitzen, stehen, dich hinlegen. Es gibt keine elektronischen Medien. Es gibt keine Bilder. Es gibt keine Musik. Was wird passieren? Was wird dir begegnen? Sind Enthüllungen zu erwarten? Wir kümmern uns in der Zwischenzeit um Kinder, Haustiere und sogar um Lebenspartner*innen.

Tonal Tidings

(Klangkunstausstellung im öffentlichen Raum)

Klangwelten sind Zeugnisse der kulturellen Praxis, sie sind Träger von Bedeutung. Was sagt uns die Klanglandschaft eines Marktplatzes über seine Bedeutung für die Stadt? Was ist ein rituelles Lied? Welche (neue) Bedeutung kann man einem Sound zuweisen, den man zum ersten Mal hört?

Internationale Klangkünstler*innen, Kurator*innen und Kulturvermittler*innen bringen archivierte Klangmaterialien in den öffentlichen Raum der Stadt Hildesheim, um leere, lange verlassene Orte zum Leben zu erwecken. Standortspezifische Klangwelten – wie Installationen, Soundboxen oder Performance-Plattformen – werden für Künstler*innen,

Passant*innen und Anwohner*innen zugänglich und erlebbar gemacht, begleitet sowie spontan und unbeobachtet. Empfangen, Mitmachen, Philosophieren und (Mit-)Gestalten – das sind die Grundlagen des interaktiven Ausstellungskonzepts, das Alltagsgeräusche ebenso integriert wie sehr individuelle Klänge aus vielfältigen Kulturen. Rund um die Ausstellungsorte wird in einer Konzertreihe spirituelle und religiöse Musik zur Aufführung gebracht – seltsam und schön, beruhigend und beängstigend. Mit tibetischen Mönchen, muslimischem Gesang, gregorianischen Chorwerken, Schamanen, u.a.

Partner*innen:

Center for World Music/Hildesheim

Arts and Transformation

(Kunst in Transformationsprozessen)

Wir laden Künstler*innen ein, mit verschiedenen Gemeinschaften, Initiativen oder Unternehmen zusammenzuarbeiten, um Veränderungsprozesse künstlerisch zu begleiten. Das Ziel: Wandel durch Kultur partizipativ zu gestalten, Künstler*innen als Agent*innen der Veränderung ins Spiel zu bringen. Die Projekte werden mit spezifischen Interessengruppen entwickelt.

Ein Thema könnte die Erprobung autofreier Straßenzüge in einem Viertel sein, die Gründung einer Bürgeruniversität oder die Umwandlung einer Heimatstube in ein Upcycling-Center. Es geht darum, sich an transformativen Praktiken zu beteiligen und an der Neudefinition gesellschaftlicher Bedürfnisse teilzunehmen. Wir wollen eine Modellregion entwickeln, in der Kultur alle Bereiche der Gesellschaft durchdringt und bereichert.

No-Capital-Festival

Wir erforschen neue Konsumkulturen. Das 14-tägige **No-Capital-Festival** bietet eine Plattform für herausragende internationale Initiativen. Kulturaustausch, kooperatives Management, fairer Handel, Do-it-yourself, Upcycling oder solidarische Landwirtschaft. Welche Werte sind uns wichtig? Und wie könnte die Zukunft unserer Innenstädte aussehen? Was folgt auf die zunehmend trostlose Situation unserer Einkaufszentren? Tauschen statt kaufen – ein utopischer Freiraum in der Fußgängerzone.

Partner*innen:

El Puente, Fairtrade-Organisation/Hildesheim

Odyssey Lab 2050

(Sireningesänge der Zukunft)

Seit Homers Odyssee erkundet die europäische Literatur die Randgebiete der Zivilisation. Wo liegen die Grenzen unserer Erfahrung in einer Zeit exponentieller technischer Entwicklung? Junge europäische und internationale Klangkünstler*innen, Komponisten*innen und Schriftsteller*innen locken uns mit Vorträgen, Features und Sireningesängen in unerforschte Kontinente des digitalen Zeitalters. Interaktiv, mobil, experimentell. Wie können Narrative für eine neue, erhabene Art der technischen Vernetzung im 21. Jahrhundert erfunden werden?

Das **Odyssey Lab 2050** stimuliert die Fusion von künstlerischen Positionen und Methoden. Ob in einem Digital-Detox-Camp im Hildesheimer Wald oder bei 200 Gigabit in der Sarstedter Innenstadt. Es wird tückische Winde und Klippen geben, an denen wir scheitern können. Aber in unserer Zeit gibt es kein Zurück mehr.

Die verschiedenen Perspektiven und Ergebnisse werden in einer multimedialen und interaktiven Ausstellung präsentiert.

Hackerspace on the Market Place

(Ein interaktiver Hacker-Kongress in der Innenstadt)

Berühren, begreifen, sich zu eigen machen: Digitale Technologien, Gadgets und die dahinterstehende Infrastruktur werden in den Straßen der Innenstadt ausgestellt. Für Bürger*innen und Gäste werden ortsansässige Jugendliche und Digital Natives aus Indien, Kenia, Südkorea, Finnland und dem Silicon Valley gemeinsam mit Kulturschaffenden und Unternehmer*innen einen offenen Hackerspace auf dem Marktplatz betreiben. Elektronische Arbeitsplätze und 3D-Drucker. Interaktive Spiele und Installationen. Große Interface-Projektionen und Programmier-Workshops. Live-Gespräche und Übertragungen. Besucher*innen vom Kind bis zum Großelternteil werden damit beschäftigt sein, ihr Handy aufzuschrauben, einen intelligenten persönlichen Begleiter zu schaffen oder neue praktische Effekte intelligenter Technologien zu entdecken. Ein globales virtuelles Symposium mischt sich ein – auf der Suche nach unbekanntem medialen Galaxien im Geiste einer globalen Provinz.

Partner*innen:

Freies Labor e.V., Hackerspace für Kunst, Kultur und Technik/Hildesheim

Strange People explain the World to Us

(Merkwürdige Menschen erklären uns die Welt. Ein komödiantischer Zugang zu Sinn und Leben)

Martin Sonneborn, MdEP, wird uns Europa erklären. Weil er der Einzige ist, der es versteht. Was er nicht versteht: den Bewerbungsprozess zur Kulturhauptstadt Europas. (Er glaubt, unserer Anfrage leichtfertig zustimmen zu können, da kein Risiko besteht, dass Hildesheim zur Hauptstadt wird. Gar nicht witzig!)

Das erste, was Tan Çağlar erklären muss, ist, wie sein Name ausgesprochen wird. Dann erklärt er das Einkaufen in Hildesheim und das Parken auf Behindertenparkplätzen.

Wir werden zahlreiche Komiker*innen einladen – je fremder, desto besser –, um auf Punjabi Witze zu machen oder unsere Missverständnisse auf Dänisch aus der Welt zu schaffen. Am Ende werden wir alles verstehen.

Barber's Day

(Hildesheim soll schöner werden)

Die Schönheit der Stadt ist die Schönheit ihrer Bewohner*innen. Und so wird sich auch Hildesheim als Stadt der Friseure gründlich auf den Tag der Eröffnung vorbereiten. Ein öffentliches **re[ˈru:]ting** der Bevölkerung findet auf den Straßen und Plätzen statt (ja, mitten im Winter, wir meinen es wirklich ernst). Diverse Friseursalons und Visagist*innen aus den Theatern und Kosmetikstudios werden sich beteiligen. Es entstehen festliche und prächtige Frisuren, der Stil für das KHS-Jahr wird entworfen. Die frisch gestylten (tiefgefrorenen) Gäste und Bürger*innen werden anschließend an einer großen Parade teilnehmen. Sollten wir das zu frostig finden, werden wir so tun, als hätten wir die ganze Zeit vorgehabt, es im Sommer stattfinden zu lassen. Wir werden uns in der Fußgängerzone vereinen und zu einer starken Bewegung der Schönheit Hildesheims werden.

Human and Machine

(Mensch und Maschine: Eine Cyborg-Choreographie)

Welche Wege gehen wir? Wen lernen wir kennen? Und wen wischen wir beim Online-Dating lieber gleich beiseite? Unsere Kommunikation und unser Körper – vieles folgt schon heute einer Choreographie der Netzwerke und Suchmaschinen. In Zukunft werden künstliche Muskeln und intelligente Prothesen weiter in unser Leben vordringen, Bewegungsradien und Lebensrhythmen werden sich verändern. Aber wie lässt sich diese neue Anatomie mit

körperlicher Autonomie vereinen? Tanzcompagnien aus verschiedenen Teilen der Welt entwickeln Positionen zur Fusion von Mensch und Maschine.

Un/Holy

(Theaterfestival über Religion im 21. Jahrhundert)

Bedeutung schaffen oder in der Bedeutungslosigkeit versinken? Konflikte schüren oder lösen? Religionen stehen in unterschiedlichen Regionen der Welt vor gegenläufigen Herausforderungen. Und auch die Stadt Hildesheim hat in den letzten Jahren ihre Erfahrungen mit religiösem Fanatismus gemacht: In der Nordstadt wurde eine salafistische Moschee nach einem großen Polizeieinsatz geräumt, auch der Attentäter vom Breitscheidplatz hielt sich dort auf. Wir werden internationale Theaterfachleute, etwa aus Ost- und Mitteleuropa, Südafrika und dem Nahen Osten, einladen, um zu diskutieren und zu erörtern, welche Rolle Religion und Theater in der heutigen Zeit spielen können. Wir werden einen Austausch sowohl zwischen den teilnehmenden Kulturschaffenden als auch zwischen ihnen und dem Publikum anregen. Dabei soll besonders darauf geachtet werden, einen Dialog über Sprachgrenzen hinweg zu ermöglichen. Neben Theaterproduktionen finden Workshops und Diskussionsforen statt. Ein Expertensymposium wird sich mit den Möglichkeiten beschäftigen, die Kunst und Kultur in Konfliktsituationen eröffnen. Ein Bürger*innensymposium wird das Verhältnis von Religion und Gesellschaft in der Gegenwart diskutieren, um gemeinsame Wege für die Zukunft zu ebnen.

Partner*innen:

Theater für Niedersachsen (TfN)/Hildesheim

Theaterhaus Hildesheim e. V.

UNESCO-Lehrstuhl „Cultural Policy for the Arts in Development“/Hildesheim

Harmonies of Faith

(Harmonien des Glaubens: Festival für klassische Musik)

Die 35. Internationalen Fredener Musiktage behandeln 2025 das Thema „Harmonien des Glaubens“. Das Festival verbindet unter freiem Himmel und an ungewöhnlichen Orten klassische Konzerte mit landschaftlichen Klängen. Eine Landpartie im Hochsommer – über Freden, Alfeld, Winzenburg und Hildesheim. Die musikalischen Beiträge und Interpret*innen sind herausragend. Mit einer neuen Auftragskomposition des iranischen Komponisten Amir Ahmadi und verschiedenen Kooperations-

projekten präsentiert das Festival zahlreiche Musikrichtungen (u.a. verschiedene klassische und neue Musik sowie jüdische, christliche und maurische Musik). Die Fredener Musiktage werden begleitet von Workshops mit jungen Menschen aus ganz Europa – die Präsentation ihrer Ergebnisse wird in eine zweite Konzertreihe münden.

Partner*innen:

Internationale Fredener Musiktage e. V./ Kreis Hildesheim

Amir Ahmadi, Komponist/ Iran / Deutschland

Ragna Schirmer, Pianistin/ Hildesheim, Halle/ Deutschland

camerata freden, Festival-Ensemble

Bundesjugendorchester Deutschland

Bundesjugendchor Deutschland

amarcord & Calmus Ensemble/ Deutschland

Renée Morloc, Sängerin/ Deutschland

Musica Ficta, Ensemble Fontegara/ Spanien

Center for World Music/ Hildesheim

UNESCO-Welterbe Fagus-Werk/ Alfeld, Kreis Hildesheim

Europäisches Zentrum für Jüdische Musik/ Hannover

F 2.3 Erklären Sie kurz, wie das Kulturprogramm das lokale Kulturerbe und traditionelle Kunstarten mit neuen, innovativen und experimentellen künstlerischen Ausdrucksformen verknüpfen wird.

Der Fokus von **Hi2025 – Rüben, Rosen und der Sinn des Lebens** – liegt auf der Öffnung des Kultursektors für alle Lebensbereiche und -orte sowie seiner Einbettung in einen gesellschaftlichen Zusammenhang. Wir betrachten Kunst nicht in erster Linie als eine Präsentation, sondern als einen Prozess, der Begegnungen, Austausch und gemeinsame Erfahrungen ermöglicht. Aus diesem Grund soll ein wesentlicher Teil des Programms durch diskursive Formate begleitet werden. Die Veranstaltungen sollen nicht an der Abendkasse beginnen und enden, sondern Teil des **re[‘ru:]ting**-Prozesses sein. Deshalb werden wir nicht in erster Linie Konzertreihen initiieren, sondern Fragen stellen. Diese wurden bereits in der Vorbereitungsphase für die KHS-Bewerbung in (sozio-)kulturellen und künstlerischen Prozessen entwickelt. **Re[‘ru:]ting** fragt: „Woher kommen wir und wohin gehen wir?“ Es geht um einen Prozess der kontinuierlichen Entwicklung von Wissen und Erfahrungen. Um die Interpretation von Geschichte und

Gegenwart. Um visionäre Ausblicke. Der Mensch hat sich von Anfang an mit Werten und dem Sinn des Lebens beschäftigt. So reicht die Palette unserer Kulturformate von liturgischen Gesängen bis zu zukunftsweisender Klang-, Performance- und Medienkunst. In unserem Programm konzentrieren wir uns darauf, neue, spielerische, performative, interaktive und diskursive Ansätze für kulturelles Erbe und europäische Traditionen zu entwickeln.

Das bedeutet auch, dass wir die klassischen, kulturellen Formate wie Ausstellungen, Theater und Konzerte öffnen werden. Sie werden auf den öffentlichen Raum und die Landschaft ausgedehnt. So kann die räumliche Grenze zwischen Kulturorten und öffentlichen Räumen aufgehoben werden, um Barrieren zu senken und neue Zugänge zu eröffnen.

F 2.4 Wie hat die Stadt örtliche Künstler und Kulturorganisationen bei der Gestaltung und Durchführung des Kulturprogramms einbezogen bzw. wie beabsichtigt sie, dies zu tun?

Hi2025 zielt auf die Stärkung des lokalen Kultursektors ab und bringt gleichzeitig die Hildesheimer Bürgerschaft in den Dialog mit europäischen und internationalen Kunst- und Kulturschaffenden. Auf vielen Ebenen müssen neue Wege eingeschlagen werden. Dabei achten wir besonders darauf, dass möglichst viele und vielfältige Menschen sich einbringen können. Eine enge, vertrauensvolle Zusammenarbeit auf Augenhöhe mit lokalen Kulturschaffenden und Kulturorganisationen ist daher entscheidend für unseren Erfolg.

Unser Entwurf für das Kunst- und Kulturprogramm von Hi2025 basiert auf den Ideen, der Arbeit und den Ansätzen der Kunst- und Kulturschaffenden aus der Stadt und dem Landkreis Hildesheim. Selbstverständlich waren auch Berater*innen aus dem Ausland beteiligt (und wir werden ihre Expertise in Zukunft noch intensiver nutzen), doch unser Hauptaugenmerk lag auf der Einbeziehung lokaler Fähigkeiten und Kenntnisse. Dies hat einen großen Vorteil. Bereits der Bewerbungsprozess hat das Bewusstsein für die Bedeutung kulturellen Schaffens in Stadt und Region geschärft. Der gemeinsam zurückgelegte Weg hat zu einem authentischen und stimmigen Konzept geführt.

Von Anfang an haben wir uns gegenseitig ausgetauscht, z.B. durch Informations- und Arbeitstreffen sowie Treffen der kulturellen Netzwerke. In einem offenen „Call for Ideas“ haben wir Projektvorschläge aus der gesamten Kulturszene gesammelt. Zahl-

reiche Ideen wurden aufgegriffen und fanden ihren Weg in das kulturelle und künstlerische Konzept unserer Bewerbung. Aus der gezielten Zusammenarbeit mit Kultureinrichtungen und Betreiber*innen entstanden Projektideen und mögliche KHS-Partnerschaften – z.B. mit dem Roemer- und Pelizaeus-Museum Hildesheim, den Universitäten, den Partnerstädten von Hildesheim, dem Management des Fagus-Werks, der Hall Art Foundation und vielen mehr. Ein Beirat aus Vertreter*innen der lokalen Kulturinstitutionen und der freien Kulturszene sowie einige externe Expert*innen begleiteten die Entwicklung des künstlerischen Konzepts.

Künstler*innen und Institutionen engagierten sich proaktiv in zahlreichen kulturellen Initiativen. Sie starteten Projekte rund um die Bewerbung (Ausstellungen, partizipative Aufführungen im Theater für Niedersachsen) und nahmen verstärkt ihre internationalen Aktivitäten und Kontakte in den Blick. In den Leitungsgremien des Projektbüros Hi2025 sind Vertreter*innen der Interessengemeinschaft Kultur Hildesheim (IQ) und des Netzwerks Kultur & Heimat Hildesheimer Land e.V. vertreten. Sie machten sich für die Bewerbung in der Öffentlichkeit stark und unterstützten das Team, etwa bei der internationalen Vernetzung. Studierende und Absolvent*innen der Kreativfächer der Universität und der HAWK sowie der Braunschweiger Kunsthochschule waren intensiv beteiligt, z.B. an Befragungen von Bürger*innen oder an einer Konferenz zum Zusammenspiel von Stadt und Kulturcampus, aber auch an Seminaren zu möglichen KHS-Themen („un/common ground“ und „Jenseits der Angst“). So wurde auch das englischsprachige Bid Book von Studierenden, Absolvent*innen und Professor*innen der HAWK gestaltet.

Eines unserer Hauptanliegen war, bereits in einem frühen Stadium des Bewerbungsprozesses bereichsübergreifende Begegnungen zu initiieren. Im Jahr 2018 reisten der Freundeskreis 2025 (eine Gruppe leidenschaftlicher Hildesheimer*innen, die den Bewerbungsprozess in Hildesheim ins Leben gerufen haben) und zahlreiche Kulturschaffende gemeinsam nach Leeuwarden, um sich über die Durchführung eines KHS-Projektes zu informieren. Im Frühjahr 2019 haben wir gemeinsam mit der regionalen Wirtschaftsförderungsgesellschaft HI-REG und Expert*innen aus Brüssel einen offenen Workshop zur Förderung des Kultur- und Kreativsektors in Hildesheim und der Region organisiert.

Und so geht es weiter ...

Vertreter*innen der Kulturszene werden weiterhin in die relevanten Gremien eingebunden, sowohl während des weiteren Bewerbungsprozesses als auch während der Durchführung des KHS-Projekts. Wir werden gemeinsam mit den Kulturschaffenden unser Konzept in der möglichen zweiten Phase der Bewerbung verfeinern. Wie bisher werden wir die Kulturschaffenden einbeziehen, wenn es um die Kontaktaufnahme mit unseren europäischen und internationalen Partner*innen, die Teilnahme an Konferenzen und die Präsentation der Hildesheimer Bewerbung in nationalen und internationalen Netzwerken geht. Besonderes Augenmerk wird auf junge Künstler*innen gelegt, um sie zu fördern und zu stärken. Deshalb werden wir auf Vorschlag der am Bewerbungsprozess beteiligten Jugendlichen folgendes vorbereiten:

- **ein Jugendbudget** für Projekte, die nur von Kindern, Jugendlichen oder jungen Erwachsenen kuratiert und umgesetzt werden,
- **internationale Kunstcamps**, in denen sich künstlerisch interessierte Jugendliche aus ganz Europa treffen, um mit (aufstrebenden) jungen Kunstschaffenden und Young Professionals aus verschiedenen Bereichen zusammenzuarbeiten und ihren eigenen Beitrag zum Hi2025-Programm zu entwickeln. Dies kann ein Kunstwerk, ein Event, ein YouTube-Kanal, ein traditionelles Gemälde, eine transdisziplinäre experimentelle Intervention, eine Komposition oder etwas sein, an das wir heute nicht einmal denken können ...

Trotz schwieriger Rahmenbedingungen beschert unsere Kulturszene der Stadt und der Region Hildesheim ein lebendiges Kulturleben. Hi2025 wird die Weiterentwicklung der Fähigkeiten und Kenntnisse der lokalen Kulturszene wesentlich unterstützen. Dabei geht es insbesondere um die gestiegenen Anforderungen der kulturellen Produktion, die Entwicklung von Finanzierungsmöglichkeiten – und natürlich die neuen Herausforderungen, die mit der Entwicklung und Durchführung eines KHS-Programms verbunden sind. Wir werden kulturelle Start-Ups und etablierte Hildesheimer Künstler*innen dabei unterstützen, sich in den Bereichen Fundraising, Business Development und Marketing weiter zu professionalisieren und zu verbessern, insbesondere mit Blick auf europäische Institutionen. Expert*innen für Öffentlichkeitsarbeit und Ziel-

gruppenentwicklung werden kulturelle Institutionen und Projekte schulen. Besonderes Augenmerk wird darauf gelegt, Künstler*innen aus gefährdeten und marginalisierten Gruppen, insbesondere Künstler*innen mit Beeinträchtigungen, zu unterstützen. Diese Aktivitäten werden in einem Kulturzentrum, dem **Cultural Hub**, in der Neustadt gebündelt.

Das Quartier Neustadt sah – trotz des Namens – zu Beginn dieses Jahrhunderts ziemlich alt und heruntergekommen aus. Auf Initiative der Bürger*innen und mit Unterstützung der Stadt ist es zu einem aufstrebenden Viertel geworden. Hier werden wir, unterstützt durch ein Programm zur Quartiersentwicklung, den **Cultural Hub** errichten, in dem junge Künstler*innen und die zahlreichen Studierenden künstlerischer und kreativer Fächer Raum für Ideenaustausch und Zusammenarbeit in einem offenen Arbeitsumfeld finden. Es wird Platz für temporäre Projektbüros (z.B. zur Organisation von Festivals) sowie für kleine Vereine bieten. Möglicherweise wird der **Cultural Hub** auch Veranstaltungsbereiche und Gastronomie umfassen, um nicht nur ein Ort der Zusammenarbeit, sondern auch des Zusammenlebens zu werden.

3 EUROPÄISCHE DIMENSION

F 3.1 Geben Sie einen allgemeinen Abriss der vorgesehenen Aktivitäten in Hinblick auf Folgendes:

F 3.1.1 Förderung der kulturellen Vielfalt in Europa, des interkulturellen Dialogs und des besseren gegenseitigen Verstehens der europäischen Bürger:

F 3.1.2 Hervorhebung der Gemeinsamkeiten der Kulturen, des Erbes und der Geschichte Europas sowie der europäischen Einigung und aktueller europäischer Themen:

Wir brauchen Europa für den Wandel

Es ist leicht, in Niedersachsen europäisch zu sein. Aber es ist ziemlich schwer, Europa nicht als selbstverständlich hinzunehmen. Natürlich verschließen die Menschen der Region Hildesheim nicht die Augen vor der europäischen Union. Es gibt Verbindungen von Unternehmen, Kunstschaffenden, Kultur- und Bildungseinrichtungen. Doch häufig verkennen wir das große Potenzial, das in der strategischen Zusammenarbeit mit Europa besteht – sowohl in etablierten kulturellen Netzwerken und Institutionen als auch auf der direkten Ebene von Bürger*in zu Bürger*in, über Ländergrenzen hinweg. Hi2025 wird dazu beitragen, dass Menschen in Hildesheim und anderswo in Europa ihren Horizont erweitern, um eine stärkere gemeinsame europäische Identität zu entwickeln.

Wir werden mit Partner*innen in Europa und der Welt Kultur- und Bildungsprogramme durchführen, die zur Wahrung der Werte von Demokratie, Menschenrechten, Rechtsstaatlichkeit und Gleichheit beitragen. Hi2025 wird erforschen, was es bedeutet, ein*e Bürger*in Europas zu sein – und Europa nach Hildesheim zu bringen. Dies ist ein Prozess, der mit der Umsetzung des KHS-Programms nicht abgeschlossen sein wird. Unsere Integrationsstrategie mit Europa erfordert kurz-, mittel- und langfristige Pläne und Projekte, denn **re[ˈru:]ting** braucht Zeit.

Jede Stadt und Region in Europa spürt die Auswirkungen eines auseinanderdriftenden Europas, so auch Hildesheim und der Landkreis. Wir wollen die Werte und Identitäten des Kontinents besser verstehen, um seine kulturelle Entwicklung mitge-

stalten zu können. Wenn wir Fragen nach dem Sinn stellen, wollen wir auch erfahren, welche Bedeutung Europa für seine Einwohner*innen hat. Das Hi2025-Programm umfasst Werkzeuge für eine kulturelle Neuorientierung, ein **re[ˈru:]ting** Europas. Unser Ziel: Einen Beitrag zu leisten, damit Europa wieder zurückfindet zu einer Haltung gemeinschaftlicher Verantwortung und aktiver Zukunftsgestaltung.

Die Förderung der kulturellen Vielfalt, des interkulturellen und interreligiösen Dialogs ist zentral für unsere Bewerbung

In Hildesheim leben Menschen aus 140 Nationen aller fünf Kontinente. Insgesamt haben 28% der Hildesheimer*innen ausländische Wurzeln (Herkunftsländer hauptsächlich Türkei und Polen, seit 2015 auch Syrien und Irak), bei den 0-6-Jährigen sind es rund 50%. In der Stadt leben 4.200 Menschen aus anderen EU-Staaten, vor allem aus Polen, Bulgarien, Italien und Rumänien. Zu Hildesheim gehört seit dem 15. Jahrhundert eine große Sinti-Gemeinde.

Sind wir eine vielfältige, eine diverse Stadt? Ja und nein. Oft leben die verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen eher nebeneinander her als zusammen. Viele Gruppen bleiben mehr oder weniger unter sich. Es gab und gibt Spaltungen. Wir sind uns bewusst, dass wir in den Dialog treten und die interkulturelle und interreligiöse Begegnung fördern müssen, um unsere gerechte und offene Gesellschaft zu schützen und weiterzuentwickeln.

Während des Bewerbungsprozesses und der Entwicklung unserer Kulturstrategie 2030 ist uns bewusst geworden, dass wir bisher weder in unserem Verständnis von Kultur noch in unseren kulturellen Angeboten sowie in unserem Kulturmanagement die Vielfalt unserer Gesellschaft umfassend widerspiegeln. So haben es natürlich einige Gruppen leichter und bekommen mehr Anreize als andere, an Kultur teilzunehmen. Um wirklich inklusiv zu werden, muss Hi2025 für unterschiedliche Communities in unserer Stadt Sinn ergeben: Unser kulturelles und künstlerisches Programm muss sich auf verschiedene Gruppen und soziale Rahmenbedingungen beziehen. Es muss die Menschen auch befähigen, ihre eigenen kulturellen Identitäten zu erfahren und auszudrücken.

Hi2025 wird kulturelle Vielfalt und das gegenseitige Verständnis fördern. Durch eine inklusive Plattform

für kulturelle Zusammenarbeit, die sich über unsere Unterschiede, ethnischen Herkunft und Landesgrenzen hinweg erstreckt, wollen wir Vertrauen und gegenseitiges Verständnis fördern. Auf diese Weise können wir nicht nur näher zusammenrücken, sondern auch das kreative Potential der Vielfalt nutzen. Denn **re[ˈru:]ting** erfordert, über den Tellerrand hinauszudenken.

In einer sich immer schneller verändernden Welt werden die alten Orientierungspunkte weggefegt. Welche zeitgenössischen Konzepte ersetzen sie in verschiedenen Teilen der Welt? Und welche Rolle können Kultur und Kunst für die Widerstandsfähigkeit von Gemeinschaften spielen?

Das Projekt **Why Are We Here?** lädt Künstler*innen ein, deren Arbeiten sich mit dem Sinn des Lebens beschäftigen. Von sehr unterschiedlichen Orten der Welt anreisend, werden sie mit anderen Kunstschaffenden zusammenarbeiten. Mit **Street's Philosophy** tauchen wir in einen Dialog über europäische Werte ein.

Squares of Encounter wird die bereits in Hildesheim bestehende, europäische kulturelle Vielfalt hervorheben. Interventionen von europäischen und lokalen Kunstschaffenden bieten Gelegenheit, sich zu treffen und auszutauschen. Multimediale Projektionen von diesen Orten auf andere Plätze in Europa werden Ähnlichkeiten und Unterschiede aufzeigen und zu Interaktionen einladen.

Um insgesamt die Repräsentation und Interaktion verschiedener Kulturen und Menschen zu erreichen, werden wir mehrsprachige Projekte durchführen (**Living Room, Un/Holy, Strange People explain the World to Us**). Und natürlich werden wir nicht nur Europa einladen, zu uns zu kommen, sondern auch Menschen auf Reisen nach Europa und in die Welt schicken (**The Hanseatic Video Clip League, The Beet&Sugar Con**).

Religionen haben ihr Monopol verloren, die Welt zu deuten. Sie sind kein integrierendes Rückgrat unserer Gesellschaft mehr. In vielen Konflikten in Europa und weltweit sind sie eher Ursache als Lösung. Für das Theaterfestival **Un/Holy** laden wir Theatergruppen aus Konfliktgebieten aus der ganzen Welt ein, ihre Erfahrungen mit den heilenden und destruktiven Seiten des Glaubens zu inszenieren.

Zuckerrübe und Religion? Ja, das passt. Im Jahr 2025 wollen wir einen flächendeckenden Feiertag einführen, der den Zucker feiert, als wertvolles Produkt un-

serer Bauern. Und als Ende des Ramadan, der traditionell mit dem Zuckerfest gefeiert wird. **Sweet Stress** will die Möglichkeiten nicht-christlicher öffentlicher Feste ausloten.

Erbe, Geschichte und Zukunft

Bei **re[ˈru:]ting** geht es darum, die Beziehungen zu unserem kulturellen Erbe zu überprüfen und wiederherzustellen. Mit der Zerstörung der Stadt haben wir erfahren, was es bedeutet, wenn verloren geht, was über Generationen hinweg aufgebaut wurde. Aber auch mittelalterliche Kulturschätze, die unversehrt geblieben sind, erschließen sich heutigen Bewohner*innen der Stadt kaum mehr ohne weiteres.

Wer ist bereit, das Erbe anzutreten, es heute zu gestalten und zu erhalten? Hi2025 wird das kulturelle und natürliche Erbe erkunden und bespielen. Ob materiell oder immateriell: Unser Kulturerbe wird Inspirationsquelle sein für Diskussionen und Zukunftsvisionen. Unsere Projekte werden verschiedene Erzählungen enthüllen, die zum Verständnis des kulturellen Erbes beitragen können.

Wir werden unsere lokalen Kompetenzen nutzen, aber auch mit Partner*innen und Netzwerken in Europa zusammenarbeiten, um unser gemeinsames europäisches Kulturerbe besser zu bewahren.

Lasting Beauty wird versuchen – mit einem Augenzwinkern – die meisterhafte Kombination von Kunst und Handwerk des Mittelalters in unser technisches und digitales Jahrhundert zu übertragen. **Bauhaus Rerouted** wird die Relevanz der sozialen und ästhetischen Konzepte dieser Designschule für heute und morgen untersuchen. **Archeology of Movement** wird nachverfolgen, woher Objekte in Hildesheim und der Region kommen und welche Geschichten unsere Museumsgüter über die Menschen erzählen, die sie einst besaßen oder hierherbrachten. Es geht auch um die jüngsten und scheinbar außereuropäischen Erbschaften.

Audiotopia wird das weltweite immaterielle Kulturerbe von Musik, Instrumenten und Klang hinzufügen. Mit dem **European Django Reinhardt Festival Hildesheim 2025** werden die Musiktraditionen der Sinti und Roma gefeiert. Wir haben nicht nur ein „Welt-“, sondern auch ein „Feldkulturerbe“: **Beet 4.0** beschäftigt sich mit diesem Erbe, mit dem Reichtum, den die Zuckerproduktion mit sich brachte, aber auch mit neuen Formen nachhaltiger Landwirtschaft, dem Klimawandel, Protektionismus – und mit dem Schnaps, der daraus gebrannt wurde.

Was macht Europa europäisch?

Zur europäischen Geschichte gehören Konflikte und Kriege. Aber eben auch die Versöhnung nach den Katastrophen im 20. Jahrhundert. Im Jahr 2025 werden wir mit den *Hildesheim European Weeks of Peace* beide Daten miteinander verbinden: die fast vollständige Zerstörung von Hildesheim und das Ende des Zweiten Weltkriegs. Zusammen mit Städten aus Ländern, die früher unsere Feinde waren, insbesondere mit unseren europäischen Partnerstädten, werden wir die europäische Verständigung feiern, aber auch über Kriege und tödliche Konflikte in Europa nachdenken, die in den letzten 80 Jahren stattgefunden haben.

Eines der großen Versprechen Europas ist die Freiheit, insbesondere die Meinungsfreiheit sowie die Freiheit der Kunst. Der *Store of Forbidden Things* zeigt künstlerische Ausdrucksformen, die bis heute in vielen Ländern der Welt – und manchmal auch in Europa – strafrechtlich verfolgt und verboten werden.

Europe from Beyond versucht, Europa von seinen Grenzen aus zu betrachten. Schriftsteller*innen aus den Nachbarländern der EU – vom Maghreb bis Weißrussland – werden nach Hildesheim reisen und beschreiben, was sie erleben und sehen: die Konturen der Europäischen Union.

Provinziell sein

Provinziell zu sein, das hat im Deutschen eine negative Konnotation. Obwohl Hildesheim eine Großstadt ist, gilt die gesamte Region als Provinz, nicht zuletzt, weil sie von größeren Städten überschattet wird. Und ist die Provinzialität nicht das Gegenteil einer europäischen Dimension?

Mit unserer europäischen Plattform der Kulturprovinzen *Network of Boring Cities* werden wir Städte und Regionen mit ähnlichem Hintergrund einladen, die kulturellen Perspektiven provinzieller Regionen zu diskutieren. So werden wir – gemeinsam mit anderen europäischen Kulturhauptstädten und Bewerberstädten im ländlichen Raum – neue Wege der urban-ruralen Zusammenarbeit in Kultur und Kunst erkunden. Unsere Landwirt*innen bevorzugen manchmal den englischen Begriff für das, was sie tun: **AgriCULTURE** statt „Landwirtschaft“. Der Anbau von Lebensmitteln ist eine der wesentlichen kulturellen Errungenschaften. Mit ihrem Geschäftsfeld berühren sie sensible Zukunftsthemen: Ökonomie und Ökologie, globale Märkte und Gerechtigkeit, Gesundheit und Nachhaltigkeit. Im Projekt *The*

Beet&Sugar Con werden wir diese sehr europäischen Fragen wissenschaftlich und künstlerisch bearbeiten.

Die Klimakrise

Warum Bücher schreiben oder Theaterstücke, wenn die Erde stirbt? Wie können Kunstwerke zur Lösung grundlegender Umweltfragen beitragen? Mit Hi2025 wollen wir zu einem neuen Verantwortungsgefühl beitragen – gegenüber Natur, Umwelt und künftigen Generationen. Projekte wie *Bauhaus Rerouted*, *Street's Philosophy*, *Lasting Beauty* und *Why Are We Here?* werden sich den großen Zukunftsfragen stellen, während *Young Cuisine*, *The Beet&Sugar Con* oder das *No-Capital-Festival* sich ganz konkret mit nachhaltiger Entwicklung befassen. Um die Macht der Künste für den Umweltschutz weiter zu erforschen, werden wir von anderen Städten wie Tartu 2024 oder Leeuwarden 2018 lernen.

Das Bewusstsein für den Erhalt der Natur zu schärfen, reicht allerdings nicht aus, solange wir weiterhin zu ihrer Zerstörung beitragen. Daher ist unser Ziel, Hi2025 CO₂-neutral durchzuführen. Wir werden umweltfreundlich reisen und unsere internationalen Partner ermutigen, dies auch zu tun. Wir werden unsere eigenen Konferenzen, Meetings usw. bündeln, um das Reisen möglichst effizient zu gestalten. Wir werden Maßnahmen ergreifen, um die CO₂-Emissionen auszugleichen. Wir werden unser Publikum ermutigen, umweltfreundliche Verkehrsmittel zu nutzen, indem wir entsprechende Rabatte auf die Eintrittsgelder anbieten. Wir werden lernen, wie wir unsere Veranstaltungen mit wenig oder gar keinem Abfall durchführen und wann immer möglich Upcycling nutzen. Wir werden die Expertise anderer Kulturhauptstädte Europas sowie die vielfältigen Initiativen unserer Stadtgesellschaft einbeziehen, z.B. das Hildesheimer Aufforstungsprojekt in Tansania. Dies ist grundlegender Teil unserer künstlerischen Vision – eine nicht nur europäische, sondern erdumspannende Dimension in unserer Bewerbung.

F 3.1.3 Getragensein von europäischen Künstlern, Zusammenarbeit mit Akteuren und Städten in verschiedenen Ländern und länderübergreifende Partnerschaften.

Europa wird im Hi2025-Prozess großen Raum einnehmen. Kulturschaffende, zivilgesellschaftliche Initiativen, Städte, Regionen und Netzwerke aus ganz Europa werden intensiv in die Planungen einbezogen. Darüber hinaus werden wir Menschen aus

Europa und der Welt einladen, sich an unseren Projekten und Diskursen zu beteiligen, um Teil von Hi2025 zu werden.

Mit dem neuen EU-Förderzyklus, der ab 2021 einsetzbar sein soll, werden wir uns an die Entwicklung sinnvoller transnationaler und transversaler Kooperationsprojekte machen, die die Ziele unserer Bewerbung abbilden. Viele akademische Einrichtungen, Kulturinstitutionen und Unternehmen in Hildesheim sind bereits international vernetzt. Etwa das Center for World Music oder das Roemer- und Pelizaeus-Museum Hildesheim. Hi2025 wird diese Ausrichtung stärken und gleichzeitig für eine bessere Vernetzung der verschiedenen, internationalen Projekte in und um Hildesheim sorgen.

Die freie Kulturszene in Hildesheim hat seit Beginn des Bewerbungsprozesses vor zwei Jahren ihren internationalen Austausch intensiviert. Die Kulturschaffenden der Region engagieren sich zunehmend in europäischen Netzwerken und Projektkooperationen. Um einen besseren Überblick über diese Projekte, Partner und Netzwerke zu erhalten, wird derzeit eine umfangreiche Bestandsaufnahme durchgeführt. Dies wird der Szene ermöglichen, eine umfassende Strategie für internationale Kooperationen zu entwickeln. Von dieser Netzwerkarbeit wird auch das Programm von Hi2025 profitieren.

In unserem Kulturprogramm geht es darum, die Verwurzelung in europäischen Traditionen zu zeigen und europäische Fragen anzugehen. Wir wollen Herausforderungen im europäischen und globalen Maßstab mit modellhaften Lösungsansätzen vor Ort verbinden und internationalen Austausch fördern. Wir brauchen einen Austausch von Ideen, wir wollen lernen und etwas beitragen. Deshalb basiert die Mehrzahl unserer Projekte auf nationalen oder internationalen Kooperationen. Wir streben eine Struktur an, in der in den meisten Projekten lokale Kulturschaffende und europäische oder internationale Künstler*innen zusammenarbeiten. Ein Beispielprojekt dafür ist *The World's a Stage*, bei dem Theater aus Dänemark, Spanien und Kamerun mit Theatergruppen aus Hildesheim, Niedersachsen und Deutschland zusammenarbeiten.

Oft treiben unsere Partner*innen dieselben Fragen um, die auch uns beschäftigen. Überall in Europa entdecken wir Institutionen und Initiativen, die ebenfalls die Notwendigkeit sehen, das Verhältnis von rural und urban neu zu vermessen, zu **re[ru:]ten**, die Stereotypen der Provinzialität in Frage zu stellen

und Möglichkeiten der Zusammenarbeit neu auszuloten. Eines der vorherrschenden Vorurteile ist, dass ländliche Gebiete nicht mit der weiten Welt verbunden sind. Tatsächlich verfügen die Hildesheimer Landwirt*innen über ausgezeichnete europäische Netzwerke: Sie stehen in Kontakt mit dem Europäischen Parlament und der Kommission und haben Partner*innen auf der ganzen Welt. Bei der *Beet&Sugar Con* werden wir Landwirt*innen der Nordzucker AG und ihre Partner*innen in Schweden, Dänemark, Finnland und Australien mit Bauern aus Slowenien und Zuckerrohrregionen wie zum Beispiel Guadeloupe zusammenbringen. Gemeinsam mit Antje Schiffers aus dem niederländisch-britisch-deutschen Künstlerkollektiv Myvillages werden die Landwirt*innen wissenschaftlich und künstlerisch die Gerechtigkeit im Welthandel, Essen, Erbe und Heimat etc. untersuchen. *Europe from Beyond* ist ein Projekt, das den Zustand Europas aus einer Außenperspektive, von jenseits der Grenzen, betrachtet. Dabei werden Schriftsteller*innen auf ihrem Weg nach Hildesheim auch in anderen Bewerber- und Kulturhauptstädten Europas wie Bad Ischl oder Ptuj Station machen. Wir werden uns mit international arbeitenden Organisationen zusammenschließen. Etwa mit Litprom – einer Initiative, die sich für Autor*innen aus Afrika und Asien einsetzt – oder dem Residenzprojekt Radar Sofia in Bulgarien. Über diese Organisationen werden wir uns mit internationalen Kulturschaffenden vernetzen. Es ist geplant, das Projekt auch auf die Zusammenarbeit mit Initiativen wie PEN International/ Writers for Peace auszuweiten. Mit Partner*innen wie dem Magazin FROH! werden wir konkrete journalistische und andere projektbegleitende Formate entwickeln.

Wir verkaufen viele geheime Informationen im *Store of Forbidden Things*, einem Projekt über die Bewegungsfreiheit, die Meinungsfreiheit sowie die Freiheit der Kunst. Ein Unterstützungsprojekt für Menschen und Ideen, die versteckt werden müssen. Das Ausstellungsprojekt soll im Zusammenhang mit Artist-in-Residence-Programmen für gefährdete Künstler*innen realisiert werden. Angedacht ist eine Zusammenarbeit mit Radar Sofia und der vom Institut für Auslandsbeziehungen und dem Goethe-Institut gegründeten Martin-Roth-Initiative. *Moving Magic* wird vom Zaltimbanq' Zirkus (Luxemburg) organisiert in Zusammenarbeit mit Caravan, einem Netzwerk von 30 Zirkusschulen aus ganz Europa, dem Nahen Osten, Afrika und Asien, das sich für die positiven Auswirkungen des Jugend- und Sozialzirkus

einsetzt), sowie Ars Saltandi als lokaler Tanz- und Bewegungsschule.

Eine Kulturhauptstadt Europas ist für uns nicht nur eine Hauptstadt in Europa, sondern eine Hauptstadt für Europa in der Welt. Wir wollen insbesondere unsere Beziehungen zu afrikanischen Partner*innen und europäischen Partner*innen mit afrikanischem kulturellen Hintergrund stärken. Hier können wir auf langjährige und intensive Partnerschaften der Universität Hildesheim aufbauen – etwa des UNESCO-Lehrstuhls „Cultural Policy for the Arts in Development“ und des Centers for World Music. Hinzu kommen zahlreiche Projekte von Kulturschaffenden, Schulen und zivilgesellschaftlichen Initiativen in Hildesheim. Auf dieser Grundlage und ergänzt durch Ideen einer Konferenz in Rijeka, werden wir die künstlerische und kulturelle Zusammenarbeit europäischer und afrikanischer Künstler*innen und Kulturschaffender während des KHS-Zeitraums unterstützen. Gemeinsam mit lokalen, europäischen und afrikanischen Partner*innen werden wir Ideen austauschen, wie eine Plattform geschaffen werden kann, die den internationalen Austausch auf Augenhöhe entwickelt. Wie können sich Projektpartner über die Distanz verständigen? Wie lassen sich internationale Zusammenarbeit und lokale Kulturpraxis verbinden? Und wie lässt sich die Mobilität von Kulturschaffenden sicherstellen?

Als einen Schritt auf diesem Weg haben wir in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen internationalen Kunstfestival *The Walls We Built*, das von Hildesheimer Student*innen im September 2019 organisiert wurde, ein Diskussions- und Austauschtreffen veranstaltet. Kunst- und Kulturschaffende aus Ruanda und Uganda trafen sich mit der Hildesheimer Kulturszene, um Möglichkeiten der zukünftigen Zusammenarbeit zu diskutieren.

EVI LICHTUNGEN 2025 – Rerouting, unser Lichtkunstfestival wird sich auf die nordafrikanische Lichtkunst konzentrieren. Die transkulturelle Erkundung *Why Are We Here?* wird von der University of Maiduguri, Nigeria, mit lokalen Kulturschaffenden aus den Bereichen Orale Kultur, Tanz und Musik unterstützt. Das Projekt lädt Kulturschaffende aus der ganzen Welt ein, etwa aus dem Iran, Ghana, Japan und Kanada. Das Carthage Film Festival, Tunesien, wird unser Partner im *Store of Forbidden Things* sein. Darüber hinaus lebt *Audiotopia* von internationalen Netzwerken, insbesondere mit Westafrika.

F 3.2 Können Sie ihre Gesamtstrategie, das Interesse eines breiten europäischen und internationalen Publikums zu wecken, erläutern?

Unsere UNESCO-Weltkulturerbestätten, in Hildesheim und in Alfeld haben schon jetzt internationale Strahlkraft, doch im Augenblick statten uns viele Tourist*innen nur einen Kurzbesuch ab. So lassen sich weder unsere historischen Kulturschätze in ihrer Komplexität noch unsere zeitgenössischen, innovativen Kulturangebote in ihrer Vielfalt entdecken.

Hi2025 kann das ändern. Unser Programm wird geprägt sein durch eine besondere Gastfreundschaft. So werden Besucher*innen eingeladen, sich nicht nur mit Stadt und Region, sondern auch mit den Menschen, die hier leben, bekannt zu machen. Etwa im Projekt *Living Room*. Wir wollen, dass die Menschen auf ihren Wegen durch die Stadt Kunst und Kultur erleben. Deshalb werden wir viele Projekte im öffentlichen Raum umsetzen, z.B. *Squares of Encounter*, *Street's Philosophy* oder *Tonal Tidings*. Wir wollen, dass unsere Besucher*innen sich als Teil der Kulturhauptstadt Europas fühlen und ihren kulturellen Fußabdruck hinterlassen. Natürlich wird es auch herausragende künstlerische Projekte geben. *Churches 21* verspricht in Zusammenarbeit mit der Hall Art Foundation hochkarätige internationale Künstler*innen, die sich mit existentiellen europäischen Fragen beschäftigen. In unseren vielen Kirchen mit außergewöhnlicher Architektur werden wir Konzerte von international renommierten Kulturschaffenden veranstalten. Und es wird weitreichende Projekte wie *Europe from Beyond* geben, welches ein ehrgeiziges Trans-EU-Projekt ist. Ausgehend von unserem bedeutenden und bekannten Kulturerbe werden unsere Projekte *Bauhaus Rerouted*, *Lasting Beauty*, *Archeology of Movement* oder *Beet 4.0* Ansätze zu seiner Erkundung fördern, die sicherlich neue und andere Menschen anziehen werden.

Um in die Welt zu tragen, was wir tun werden – und wie – werden wir die bereits bestehenden Netzwerke nutzen. So stehen die öffentlichen Schulen im Landkreis Hildesheim in Kontakt mit mehr als 50 Partnerschulen in Europa und der Welt. Die Stadt Hildesheim und die Gemeinden des Landkreises haben mehr als 40 europäische und internationale Partnerstädte. Wir haben begonnen, unsere Partnerschaften – zum Beispiel mit Padang und Minia – zu intensivieren, indem wir an wichtigen Themen wie Tourismus und Nachhaltigkeit mit Partner*innen vor Ort arbeiten.

Ein großer Teil unseres Programms kann aus der Ferne miterlebt werden. Auch von Menschen, die aus gesundheitlichen oder wirtschaftlichen Gründen nicht nach Hildesheim reisen können oder wollen – oder aus Gründen des Klimaschutzes oder noch anderen. Natürlich werden wir unsere Werbung intensivieren. Im Umkreis von 300 km sind wir von großen deutschen Städten wie Berlin, Hamburg, Frankfurt, Köln, Dresden für ihre internationalen Besucher*innen erreichbar. Dort werden wir unser kulturelles Angebot bekannt machen. Wir wollen Menschen nach Hildesheim locken, die Lust haben, mit uns über die großen Fragen des Lebens nachzudenken und Neues zu erleben. Darüber hinaus müssen wir sicherstellen, dass unser Kulturprogramm starke Themen und partizipative Elemente aufweist, die die Menschen in ganz Europa zur Teilnahme befähigen und mobilisieren. Um ein breiteres europäisches und internationales Publikum zu gewinnen, werden wir im Schnittpunkt zwischen Kulturprogramm und Marketingstrategie agieren. Wir werden uns mit ehemaligen, gegenwärtigen und zukünftigen Kulturhauptstädten Europas auseinandersetzen, mit internationalen und europäischen Kulturnetzwerken, mit europäischen Kulturinstituten und ihren Verbänden auf der ganzen Welt. Aber auch mit Netzwerken in EU-Institutionen, EU-Vertreter*innen, Botschafter*innen sowie speziellen Interessengruppen, etwa mit Klimaaktivist*innen, Vertreter*innen von religiösen Gemeinschaften, Jugendorganisationen usw. Wir organisieren spezielle Programme für die internationale Presse, bieten umfangreiche Kulturreisen sowie Artist-in-Residence-Programme an. Wir werden kulturelle Reiseveranstalter weltweit und internationale Studierende und Unternehmen einbeziehen. Wir werden mit Veranstalter*innen von Konferenzen sowie Tourismus- und Gastgewerbeorganisationen zusammenarbeiten, um Meetings und Großveranstaltungen in Hildesheim zu organisieren.

F 3.3 Inwieweit planen Sie, Verknüpfungen zwischen Ihrem Kulturprogramm und dem Kulturprogramm anderer Städte, die den Titel „Kulturhauptstadt Europas“ tragen, zu schaffen?

Unsere Bewerbung ist ohne den Austausch mit ehemaligen, gegenwärtigen und potenziellen Kulturhauptstädten in ganz Europa nicht denkbar. Informationen wie z.B. von Creative Europe, Bewertungen, Leitlinien, wissenschaftliche Veröffentlichungen und Juryberichte: Wir haben versucht, das vorhandene Wissen aufzusaugen, verfügbare

Erkenntnisse aufzunehmen und die vielfältigen Kooperationsmöglichkeiten auszuloten. Hinzu kamen ausführliche Gespräche mit Personen, die in KHS-Teams in ganz Europa tätig waren und sind.

Wir haben intensiv mit deutschen Städten gesprochen, die Kulturhauptstadt Europas waren oder sich beworben haben. Mit unserer Nachbarstadt Braunschweig haben wir über den Bewerbungsprozess gesprochen, der seinerzeit zunächst noch in Niedersachsen angesiedelt war. Wir erfuhren, wie Bremen für 2010 ein Bid Book entwickelt hat und sprachen mit einem Vertreter des damaligen KHS-Büros in West-Berlin. Dabei wurde deutlich, wie sehr sich die Idee hinter diesem europäischen Wettbewerb im Laufe der Jahre verändert hat und was heute wichtig ist. Ein Gespräch mit Essen/Ruhr2010 gab uns eine Vorstellung davon, wie ein KHS-Jahr zu strukturieren ist. Dabei diskutierten wir insbesondere unsere Vorstellungen über die beabsichtigte Gesellschaftsform zur Vorbereitung und Durchführung des KHS-Jahres.

Wir haben uns auf verschiedenen Konferenzen mit deutschen Bewerberstädten ausgetauscht; die erste dieser Konferenzen wurde 2017 von der Universität Hildesheim ausgerichtet. Gemeinsam mit Hannover haben wir uns bei der niedersächsischen Landesregierung für die Unterstützung unserer Bewerbungen eingesetzt. Wir trafen uns mit Leeds in der britischen Botschaft in Berlin, um mehr über die Bedeutung internationaler Musikwettbewerbe zu erfahren. Mit Linz diskutierten wir ihren Umgang mit Religion im Kulturprogramm sowie die intensive Auseinandersetzung der Stadt mit ihrer nationalsozialistischen Vergangenheit. In Marseille haben wir gelernt, wie wichtig es ist, die dunklen Flecken der Stadt mutig anzugehen und bereit zu sein, Konflikte einzugehen – und wie eine Kulturhauptstadt Europas das Image einer Stadt verändern kann. Während der verschiedenen Konferenzen und Workshops, an denen wir teilnahmen, trafen wir ehemalige oder gegenwärtige KHS- oder Bewerbungs-Manager*innen aus Kaunas, Eleusis, Cluj-Napoca, Kalamata, Bodø, Wrocław, Galway und Dornbirn. Um einen Eindruck davon zu bekommen, wie eine Kulturhauptstadt Europas aussieht (jenseits eines Bid Books), besuchten wir Aarhus, Wrocław, Plovdiv und Leeuwarden sowie im Vorbereitungsjahr Rijeka. Die Diskussionen in Leeuwarden waren äußerst hilfreich, da es viele Gemeinsamkeiten mit Hildesheim gibt: ein ländliches Gebiet, eine Stadt mit rund 100.000 Einwohner*innen, ein harter Wettbewerb. Sehr intensive Beratung erhielten wir von Sønderborg, dessen

Kernziel mit „Countryside Metropolis“ die Neudefinition von Land und Stadt war. Wir waren auf Konferenzen in Lissabon, wo wir unsere Erfahrungen über Kunst im ländlichen Raum austauschten und Vorprojekte für unsere Bewerbung entwickelten, außerdem in Weimar und in Rijeka, wo wir an Netzwerken mit afrikanischen Partner*innen arbeiteten.

Und das sind einige der Pläne für die zukünftige Zusammenarbeit:

Im *Network of Boring Cities* werden wir Erfahrungen mit anderen europäischen Kulturprovinzen austauschen – zunächst mit Ptuj in Slowenien, Aarhus in Dänemark, Bad Ischl in Österreich und Leeuwarden in den Niederlanden. Weitere Partner*innen, mit denen wir bereits Kontakte geknüpft haben, könnten Veszprém in Ungarn, Galway in Irland und Tampere in Finnland werden. Da die wachsende Kluft zwischen Stadt und Land eine Zukunftsfrage Europas ist, gehen wir davon aus, dass auch viele andere Kulturhauptstädte Europas interessiert sein werden. Neben der Entwicklung eines konkreten Kooperationsprojekts mit der slowenischen Kulturhauptstadt Europas von 2025 und der Zusammenarbeit bei unserer Eröffnungsveranstaltung werden wir mit vielen slowenischen Kunstschaaffenden zusammenarbeiten, um unser KHS-Schwesterland Slowenien zu unterstützen. Mit Ptuj – einer ebenfalls landwirtschaftlich geprägten, Zuckerrüben anbauenden Region – haben wir uns darauf geeinigt, den Austausch über das Thema: „die Verbindung von Stadt und Land“ auf neue Weise fortzusetzen. Landwirt*innen und Künstler*innen aus der Region um Ptuj werden Teil unserer *Beet&Sugar Con* sein. Auch mit Ljubljana haben wir eine Vereinbarung über die Zusammenarbeit getroffen. So wird *EVI LICHTUNGEN 2025 – Rerouting* eine starke Beteiligung slowenischer Künstler*innen haben. Darüber hinaus diskutieren wir gemeinsam über die Zusammenarbeit mit afrikanischen Partner*innen. Auch ein Beitrag aus Ljubljana zum Theaterfestival *Un/Holy* ist bereits skizziert. Weitere Partner*innen für dieses Festival können Mostar oder Banja Luka werden. Wir werden in den nächsten Jahren einen intensiven Austausch mit den genannten Kulturhauptstädten Europas einleiten, um von ihren Erfahrungen zu lernen und Fertigkeiten und Partnerschaften für Hi2025 aufzubauen. Die Walter-Gropius-Schule in Hildesheim wird mit dem Nordwin College in Leeuwarden und dem MCAST College of Malta, in *Young Cuisine*, einem Austauschprojekt für Berufsschulen, zusammenarbeiten,

das sich mit nachhaltiger Gastronomie und verschiedenen europäischen regionalen Spezialitäten beschäftigt. Zusammen mit Esch 2022 werden wir lernen, wie man den öffentlichen Raum in *Squares of Encounter* neu gestaltet. Natürlich werden wir starke Verbindungen zu den Kulturprogrammen anderer zukünftiger Bewerber- und Kulturhauptstädte Europas aufbauen. Während ihrer Reise im Projekt *Europe from Beyond* werden Autor*innen viele dieser Städte besuchen. Wir werden auch Künstler*innen aus Hildesheim an Artist-in-Residence-Programmen anderer Kulturhauptstädte Europas, beispielsweise im Salzkammergut 2024, teilnehmen lassen. Das Salzkammergut 2024 wird auch mit Bad Salzdetfurth im Kreis Hildesheim verbunden. In den Salzwasserbädern beider Orte werden Besucher*innen *Brined to the Point of Happiness* (wörtl. „In Salz eingelegt bis der Punkt des Glücks erreicht ist“ oder auch „glücklich gesolt“) (Projekt Salzkammergut 2024). Wir werden Künstler*innen und Kulturprojekte anderer Bewerber- und Kulturhauptstädte Europas zur Teilnahme an Hi2025 einladen, zum Beispiel von Tartu 2024 und Cluj-Napoca in *EVI LICHTUNGEN 2025 – Rerouting*. Plovdiv hat eine große Roma-Community, das Gleiche gilt für Marseille. Hildesheim ist die europäische Hauptstadt der Sinti. Im Jahr 2025 werden beim *European Django Reinhardt Festival Hildesheim 2025* unter anderem Gypsy-Musiker*innen aus Marseille und Plovdiv zu Gast sein.

Des Weiteren werden wir in Zusammenarbeit mit den Internationalen Jugendgemeinschaftsdiensten (ijgd) einen KHS-Jugendfreiwilligendienst in Hildesheim einrichten. Junge Menschen werden eingeladen, in Kultureinrichtungen in anderen Bewerber- und Kulturhauptstädten Europas im Ausland zu arbeiten und sich über die Sichtweise anderer Kulturhauptstädte Europas auf junge Kultur zu informieren.

Wie Hildesheim haben viele Städte eine Geschichte von Krieg und Zerstörung und Erfahrungen im Umgang mit den Narben der Vergangenheit. Mit einigen von Ihnen wollen wir über die Aufarbeitung und Bewältigung reden. Erste Kontakte wurden mit Wrocław geknüpft, wo viele Migrant*innen des Zweiten Weltkriegs ihre Wurzeln hatten, die sich dann in Hildesheim niederließen. Wir haben noch viele Ideen und sind überzeugt, dass wir bereits in der Auswahlphase Koproduktionen entwickeln und Kooperationen vertiefen können bei der Ausarbeitung unserer Projekte.

4 ERREICHUNG UND EINBINDUNG DER GESELLSCHAFT

F 4.1 Erklären Sie, wie die örtliche Bevölkerung und Ihre Zivilgesellschaft bei den Bewerbungs- und Vorbereitungen eingebunden wurden und wie sie an der Durchführung des Veranstaltungsjahres teilhaben werden.

Im Jahr 2015 feierte die Stadt Hildesheim ihren 1.200. Geburtstag mit einem großen Kultur- und Veranstaltungsprogramm. Innerhalb dieses Jubiläumsjahres entstand ein neues „Stadtgefühl“, und eine Gruppe begeisterter Bürger*innen wollte mehr davon. Die Idee, sich als Kulturhauptstadt Europas zu bewerben, war geboren. Die Gruppe gründete den Freundeskreis der Kulturregion Hildesheim 2025 e.V. und setzte Himmel und Erde in Bewegung, um einen Bewerbungsprozess anzustoßen. Die Frage ist also nicht: Wie wurde die örtliche Bevölkerung einbezogen? Sondern eher: Wie hat die Bevölkerung Verwaltung und Politik eingebunden? Es war der Freundeskreis 2025, der bereits 2016 die erste Kampagne ***Du bist Kultur*** startete und die Website www.hi2025.de in Betrieb nahm. Im Rahmen der ersten Online-Kampagne ***Gib Hildesheim deine Stimme*** sprachen sich mehrere hundert Bürger*innen für die Bewerbung aus. Und dieses Engagement konnte überzeugen. Bald kam die Politik mit ihrer vollen Unterstützung an Bord und stellte ein Budget zur Verfügung, um ein kleines Bewerbungsteam zu gründen. Der Freundeskreis 2025 unterstützte die Bewerbung weiterhin maßgeblich, warb Sponsorengelder ein, präsentierte Hi2025 in vielen einflussreichen Kreisen und veranstaltete sehr erfolgreiche Beteiligungsveranstaltungen. Von Anfang an war der Bewerbungsprozess für die Bürgerschaft der Stadt transparent. Über Social Media Plattformen und unsere Website – erstellt mit Hilfe der Fakultät Gestaltung der HAWK – starteten wir mehrere Kampagnen, wie zum Beispiel unsere „Mutkampagne“ ***Unmöglich***. Wir reisten mit einem mobilen Informationsschalter durch Stadt und Region und nahmen an zahlreichen öffentlichen Veranstaltungen teil.

Aber es ging nicht nur darum zu informieren, sondern auch darum, Bürger*innen einzubeziehen und ihre Ansichten und Ideen aufzugreifen. So veranlassete unser Fotowettbewerb ***Das nenn' ich Kultur*** Hil-

desheimer*innen dazu, über den Kulturbegriff nachzudenken. Viele der ausgewählten Fotos werden seitdem für unsere Werbeaktivitäten verwendet.

In einem groß angelegten Konsultationsprozess wurden Ideen für die Zukunft der Region Hildesheim diskutiert und gesammelt. In ganz unterschiedlichen Runden und Formaten begegneten Kulturschaffende einer vielfältigen Zivilgesellschaft, darunter Vertreter*innen von Politik, Verwaltung, Religionsgemeinschaften sowie Migranten- und Jugendorganisationen. Über Monate hinweg wurde über die Zukunft Hildesheims diskutiert. Es wurden Problemlagen und Schwächen identifiziert sowie Träume, Hoffnungen und Wünsche für Stadt und Region formuliert.

Im Mai 2018 eröffneten wir ein Projektbüro in einem leerstehenden Ladenlokal in der Innenstadt. Dieses wurde von Studierenden der HAWK gestaltet und reagiert auf das Bedürfnis der Bürger*innen nach Dialog und Information. Darüber hinaus bietet es einen Ausstellungsraum für studentische Initiativen und erprobt Möglichkeiten für kulturelles Co-Working.

Wir haben die Bürger*innen der Region in zahlreichen öffentlichen Veranstaltungen und Kampagnen eingebunden, von denen viele zu ersten Impulsen für Folgeveranstaltungen oder Initiativen wurden.

Mission Hi2025 – Eine Reise durch den Landkreis mit Bus und Bahn

Von März bis Juni 2018 bereiste das Projektteam den Landkreis Hildesheim mit öffentlichen Verkehrsmitteln, besuchte alle Gemeinden und führte Gespräche mit wichtigen Akteuren vor Ort und allen Interessierten.

Auf dieser 753 Kilometer langen Reise über 90 Stunden sammelten wir wertvolle Informationen über die kulturellen Identitäten der Städte und Gemeinden im Landkreis. Es gelang uns, die Menschen in der Region in den Bewerbungsprozess einzubeziehen.

Jugendkonferenz und Festival Nx19 – no excuses

Als Ergebnis unserer Landkreisberatungen fand die erste Jugendkonferenz im Landkreis Hildesheim statt. Jugendliche aus verschiedenen Gemeinden und Altersgruppen (14-21 Jahre) sammelten und diskutierten Ideen, um das junge kulturelle Leben in den Dörfern attraktiver zu machen. Später organisierte eine Gruppe von Jugendlichen ein Jugendkulturfestival (initiiert von Radio Tonkuhle) mit dem

Titel ***Nx19 – no excuses***. Es war ein Festival nach eigenen Vorstellungen, das von Jugendlichen eigenständig geplant und umgesetzt wurde. Dabei wurden Themen wie Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz sowie die Entwicklung der Region Hildesheim behandelt.

Tour de Landkreis – auf dem Weg zur Kulturhauptstadt Europas 2025

Um die Idee von Hi2025 zu vermitteln, organisierten wir gemeinsam mit dem Kreissportbund Hildesheim und 15 Gemeinden einen 125 Kilometer langen Staffellauf über 20 Stunden und 25 Minuten im gesamten Landkreis.

Entlang der Strecke organisierten Städte und Gemeinden ein Kulturprogramm und begleiteten die einzelnen Laufstrecken sportlich und kreativ, mal mit der Feuerwehr in Uniform, mal auf Ponys oder Oldtimermopeds. Die ***Tour de Landkreis*** machte eine Kernidee von Hi2025 greifbar. Kultur, Sport, lokale Traditionen und ehrenamtliches Engagement wurden verbunden, um Menschen zusammenzubringen und unerwartete Energien freizusetzen.

Plakatwettbewerb Das nenn' ich Europa

Der Freundeskreis 2025 startete einen Plakatwettbewerb, bei dem junge Menschen eingeladen wurden, ihre Perspektiven darüber auszudrücken, was Europa für sie bedeutet. Die Schirmherrin war die europäische Parlamentarierin Prof. Dr. Godelieve Quisthoudt-Rowohl. Eine Schülerin der 9. Klasse gewann eine zweitägige Klassenreise ins Europäische Parlament nach Brüssel. Die 1.600 Plakate dekorierten im Sommer 2019 leere Schaufenster in Hildesheim.

Podiumsdiskussionen, Pecha Kucha und mehr

Ein weiteres Projekt des Freundeskreises 2025 war die interreligiöse Podiumsdiskussion ***Das nenn' ich heilig***. Im überfüllten Auditorium der Universität Hildesheim beschäftigte sich eine Gruppe hochrangiger Vertreter*innen verschiedener Glaubensrichtungen und Weltbilder – darunter der Vorsitzende des Zentralrats der Muslime in Niedersachsen, Dr. Sadiqu Al-Mousllie, der Vorsitzende des Landesverbands der Jüdischen Gemeinden von Niedersachsen, Michael Fürst, der Religionskritiker Philipp Möller, die hannoversche Oberlandeskirchenrätin Nicola Wendebourg sowie der Hildesheimer Bischof Heiner Wilmer SCJ – mit der Frage nach der Relevanz und Bedeutung der Religion im 21. Jahrhundert.

Darüber hinaus verhandelten wir in mehreren Pecha-Kucha-Nächten und Podiumsdiskussionen Themen, die mit unserer Bewerbung im Zusammenhang stehen, z.B. die europäischen Beziehungen Hildesheims. Gemeinsam mit internationalen Expert*innen und lokalen Akteur*innen erkundeten wir Herausforderungen und Chancen für den lokalen Kreativ- und Unternehmenssektor.

Die Beziehung zwischen den Studierenden der Kulturwissenschaften und der Stadt war Thema einer Konferenz, die gemeinsam mit dem Alumni-Netzwerk ab.hier.kultur organisiert wurde. Die Stadt Alfeld organisierte eine große Online-Umfrage über die kulturellen Bedürfnisse und Einstellungen ihrer Bürger*innen, die Stadt Sarstedt zeigte in einem Wirtschaftsforum die Möglichkeiten für lokale Unternehmen auf.

Und dies wird kommen:

In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass viele Menschen hoch motiviert sind, sich für die Zukunft ihrer Stadt oder ihrer Gemeinde einzusetzen. So kann das kulturelle Netzwerk in der Region weiterentwickelt werden. Die kulturelle Zusammenarbeit aller kreisangehörigen Kommunen bildet die Grundlage unserer Bewerbung. Um dieses wertvolle Gefühl von geteilter Verantwortung und Gemeinschaft zu fördern und zu vertiefen, wird Hi2025 eine Reihe von Möglichkeiten zur Teilnahme bieten.

In erster Linie werden Projekte die Bewohner*innen der Städte und Gemeinden einladen, sich gemeinsam mit lokalen und internationalen Kulturschaffenden kreativ zu betätigen, wie z.B. ***Beet 4.0, Arts and Transformation, The World's a Stage*** und vielen andere.

Bürgerbeteiligung

Die offizielle Vertretung der Bewohner*innen von Stadt und Region wird der sogenannte „Bürger*innenbeirat“, der während des gesamten Hi2025-Prozesses als wichtiges Beratungsgremium fungiert. In offenen Bürger*innenmeetings werden darüber hinaus alle Interessierten eingeladen, Ideen einzubringen oder Bedenken zu äußern.

Digitales BarCamp

Die Hildesheimer*innen werden auch digital an der KHS-Vorbereitung beteiligt sein. Wir werden ein moderiertes digitales BarCamp mit verschiedenen

Gruppen (z.B. Schulklassen, Vereinen, Bezirksinitiativen) und ein webbasiertes, frei zugängliches Diskussionsforum einrichten. Dies ermöglicht es allen Teilnehmenden, den Hi2025-Prozess in Echtzeit zu diskutieren. Wir werden die Schwarmintelligenz nutzen, um Ideen weiterzuentwickeln und an die Beiräte zu berichten.

Gemeinsam entwickeln wir Kompetenzen.

Damit sich die Hildesheimer*innen aus Stadt und Region als gute Gastgeber*innen präsentieren und sich aktiv an Organisation und Durchführung des Projekts beteiligen können, bieten wir ihnen eine Reihe von Möglichkeiten, sich hierzu weiterzubilden und sich aktiv in das KHS-Projekt einzubringen.

- **Do you speak English?** Viele Hildesheimer*innen sind mit Englisch nicht allzu vertraut – Deutsch ist die vorherrschende Sprache im öffentlichen Leben. Kostenloser Englischunterricht mit Schwerpunkt auf Kommunikationsfähigkeiten für alle interessierten Bürger*innen kann dazu beitragen, die Sprachbarrieren zu unseren internationalen Gästen abzubauen. Hierzu streben wir eine Zusammenarbeit mit der Universität und der Volkshochschule Hildesheim an.
- **Weißt du was läuft?** Im öffentlichen Bereich tätige Personen wie Taxi- oder Busfahrer*innen, Polizist*innen und Cateringpersonal sind oft erste Ansprechpartner*innen für Gäste, die nach dem Weg fragen oder Informationen über eine Veranstaltung benötigen. Mit individuellen Informationsveranstaltungen werden wir sie auf ihre Rolle als Gastgeber*innen vorbereiten.
- **Möchtest du mithelfen?** In Vorbereitung auf Hi2025 werden wir einen **VolunTable** organisieren, um Gespräche über ein geeignetes Freiwilligenkonzept mit Menschen unterschiedlicher Altersgruppen und sozialer Herkunft zu beginnen. Gemeinsam werden wir herausfinden, wo und wie die Unterstützung der Freiwilligen am effektivsten ist. Dabei werden „Die Machmits“ eine wichtige Hilfe sein. Das Netzwerk verfügt über 20 Jahre Erfahrung im bürgerschaftlichen Engagement in der Stadt und im Landkreis Hildesheim.
- **Hast du ein freies Bett?** Oftmals fehlt den Gastkünstler*innen eine echte Begegnung mit der lokalen Bevölkerung. Mit **VolunBeds** werden wir internationale Künstler und Gäste privat unterbringen, was für ein einzigartiges

und authentisches Erlebnis sorgt.

- **Willst du Leute treffen?** Ein Austauschprogramm zwischen Jugendlichen ehemaliger und zukünftiger Kulturhauptstädte Europas wird dazu beitragen, junge Ideen und Erfahrungen sowohl in der Vorbereitungsphase als auch im KHS-Jahr auszutauschen. Mit **VolunCamps** werden wir in Zusammenarbeit mit dem ijgd einen internationalen Jugendfreiwilligendienst und später ein interkulturelles Workcamp in Hildesheim initiieren, um gemeinsam an der Vorbereitung von Hi2025 zu arbeiten.

F 4.2 Erklären Sie, wie Sie Möglichkeiten für die Mitwirkung von Randgruppen und benachteiligten Gruppen schaffen wollen.

Wir wollen Hi2025 so inklusiv wie möglich gestalten: Auf allen Ebenen werden wir Barrieren abbauen, die Menschen von der Teilnahme an Veranstaltungen und Programmen ausschließen können – seien es wirtschaftliche, infrastrukturelle, soziale, Informations- oder kulturelle Barrieren. Mit Hi2025 schaffen wir Beteiligungsmöglichkeiten und stärken die kulturelle Vielfalt in unserer Stadt und Region, und zwar nicht als Ergänzung, sondern als zentraler Bestandteil unserer Bewerbung. Bei der Umsetzung des KHS-Projekts werden wir besonders auf diejenigen achten, die im öffentlichen Leben unterrepräsentiert und oft unsichtbar sind.

In diesem Zusammenhang werden wir

- möglichst einfachen Zugang zu unseren Veranstaltungen gewährleisten,
- neue Publikumskreise ansprechen, indem wir konsequent vor Ort arbeiten und die Menschen einladen, die verschiedenen Projekte in ko-kreativer Zusammenarbeit mit Kulturschaffenden zu entwickeln und zu gestalten,
- Akteur*innen unterschiedlicher kultureller und sozialer Hintergründe einbeziehen und von ihnen lernen.

Diese Themen werden wir besonders berücksichtigen:

Projektsteuerung

Es reicht nicht aus, Gruppen, die bisher am Rande des öffentlichen und kulturellen Lebens gestanden haben, einzubeziehen. Sie müssen auch Einfluss haben. Die Vielfalt unserer Gesellschaft hat sich bislang weder in unseren operativen noch in unseren Entscheidungs- und Beratungsstrukturen ausrei-

chend widergespiegelt. Wir werden dafür sorgen, dass sich das ändert.

Brücken statt Barrieren

Jede*r zehnte Einwohner*in Hildesheims hat einen Schwerbehindertenausweis. Vor diesem Hintergrund verfügen unsere Kulturschaffenden bereits über viel Erfahrung in der **Öffnung kultureller Angebote für Menschen mit körperlichen, geistigen oder psychischen Beeinträchtigungen**. Im Netzwerk Kultur-Inklusiv arbeiten seit 2015 Expert*innen aus dem Sozial- und Kulturbereich daran, unser Kulturangebot zugänglich zu machen. Sie werden uns beraten und unterstützen. Wir werden weitere Expertise einholen, insbesondere, um die internationale Dimension zu verstehen – wie kann Hi2025 für ausländische Gäste mit einer Beeinträchtigung attraktiv werden? Übersetzungen in Leichte Sprache, Beschilderung nach dem Zwei-Sinne-Prinzip und barrierefreie Internetseiten sind nur einige Maßnahmen, die wir weiterentwickeln werden. Clevere Apps können helfen, Menschen mit körperlichen, geistigen oder psychischen Beeinträchtigungen individuelle Informationen zur Verfügung zu stellen. Für Projekte, die einen Eintrittspreis erfordern, implementieren wir ein transparentes und großzügiges Rabattsystem, das im gesamten Kulturprogramm zum Einsatz kommen soll. Unser Partner für die Konkretisierung und Umsetzung dieses Systems ist KulturLeben Hildesheim e.V., ein Verein, der Freikarten für Kultur- und Sportveranstaltungen für Menschen mit geringem Einkommen vermittelt. Wir werden KulturLeben dabei unterstützen, seine Aktivitäten auf den gesamten Landkreis Hildesheim auszudehnen.

Ein Schlüssel zur Beteiligung zahlreicher unterschiedlicher Gruppen ist es, **vor Ort** zu sein. So werden zahlreiche Projekte wie *Beet 4.0*, *Squares of Encounter*, der *Hackerspace on the Market Place* oder *Barber's Day* in bestimmten Quartieren oder Dörfern entwickelt und finden im öffentlichen Raum oder an alltäglichen Orten statt.

Ich sehe was, was du nicht siehst

Kulturschaffende brauchen vertrauenswürdige Ansprechpartner*innen, um in den Dialog zu treten und Kooperationen einzugehen – sei es mit einer lokalen Klöppelgruppe oder einer bestimmten Gemeinschaft von Migrant*innen. Wir werden **Hi2025-Scouts** identifizieren: Mitglieder bestimmter gesellschaftlicher Gruppen, die vom KHS-Prozess begeistert sind und andere motivieren wollen, dabei zu

sein. Unterstützt durch das Outreach-Team von Hi2025 werden sie zu Türöffner*innen für Kunstschaffende und Bürger*innen. Sie sind auch für die Beratung der Kulturschaffenden zuständig: Junge und ältere Menschen beraten beispielsweise Marketingabteilungen, oder Rollstuhlfahrende beraten die Verantwortlichen für Veranstaltungen an schwer zugänglichen Orten.

Wessen Kultur?

Bisher sind die meisten Kunst- und Kulturschaffenden in Hildesheim deutscher Herkunft, während fast 30 % der Hildesheimer Bürger*innen ausländischer Herkunft sind. Ein wichtiges Anliegen ist es für uns, **Künstler*innen unterschiedlicher kultureller Hintergründe** zu ermöglichen, sich an Hi2025 zu beteiligen und das Programm um neue Perspektiven und Einflüsse zu bereichern. Diese Künstler*innen können aus dem Ausland anreisen, aber auch in unserer Region beheimatet sein. Wir wollen ihre Arbeit erleichtern, und zwar auch über 2025 hinaus.

Deshalb werden wir

- unsere kulturellen Netzwerke dabei unterstützen, Künstler*innen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen einzubeziehen,
- unsere Kontakte zu lokalen migrantischen Communities und Migrant*innenselbstorganisationen intensivieren sowie
- die ko-kreative Zusammenarbeit von Gastkünstler*innen, lokalen Künstler*innen und Bewohner*innen fördern und erleichtern.

Damit diejenigen, die unser Kulturprogramm umsetzen, verschiedene gesellschaftliche Gruppen erreichen können, werden wir sie mit **Beratungsangeboten** unterstützen. Dazu arbeiten wir mit der Bundesakademie für kulturelle Bildung in Wolfenbüttel zusammen sowie mit nationalen und internationalen Expert*innen wie dem Bundesverband NEMO e.V. der Migrant*innenselbstorganisationen.

Wenn wir es nicht versuchen, werden wir es nie erfahren

Die Hildesheimer Nordstadt wird in den kommenden Jahren zu einem Quartier der kulturellen Teilhabe:

- Fast 60 % der Kinder unter 15 Jahren in der Nordstadt gelten nach offizieller Statistik als arm. Laut Schuleingangsuntersuchungen ist nur jedes fünfte Kind in der Nordstadt ohne weiteren Förderbedarf schulfähig. Und die Chancen, nach der Grundschule das Gymnasium zu besuchen, stehen für Kinder aus der Hildesheimer Nordstadt fünfmal schlechter als im Hildesheimer

Durchschnitt. Vor diesem Hintergrund werden wir ein bereichsübergreifendes Netzwerk von Schulen, Kindergärten, Kulturschaffenden, Sportvereinen und Jugendzentren aktivieren, um Bildungs- und Beteiligungsmöglichkeiten für einen besseren Start ins Leben zu schaffen. In einer modellhaften kulturellen Bildungslandschaft werden Maßnahmen entwickelt und umgesetzt, die die Jüngsten unterstützen, ihre Sprach-, Kreativitäts-, Konzentrations- und Bewegungsfähigkeit zu verbessern. Das Projekt wird wissenschaftlich begleitet, die Ergebnisse und Erkenntnisse werden ausgewertet und der Fachöffentlichkeit zur Verfügung gestellt.

- Eine ehemalige Moschee, die wegen salafistischer Aktivitäten geschlossen wurde, wird zu einem inklusiven **Zentrum für Kultur und Bildung** umgebaut. Die Lebenshilfe Hildesheim, eine Organisation zur Unterstützung von Menschen mit Beeinträchtigungen, und das Theaterpädagogische Zentrum (TPZ) werden dieses Zentrum gemeinsam betreiben und inklusive und interkulturelle Workshops, Kurse und Begegnungsmöglichkeiten schaffen. Die kulturellen Angebote zur Stadtteilentwicklung des TPZ Hildesheim werden als Modellprojekt durch das Bundesprogramm UTOPOLIS gefördert. Mit der **Neuen Mitte Nordstadt** wird auch ein interkulturelles Familienzentrum entstehen. Ergänzt werden die Aktivitäten durch ein Stadtentwicklungsprogramm für die nördliche Nordstadt.
- **Squares of Encounter** wird an bereits bestehende Initiativen anknüpfen und die lokalen Gemeinschaften ermutigen, sich die Plätze in ihren Quartieren als Orte der Begegnung anzueignen.

F 4.3 Erläutern Sie Ihre Gesamtstrategie zur Erreichung neuer Publikumskreise, insbesondere zur Verzahnung mit dem Bildungsbereich und zur Einbeziehung von Schulen.

„Dem Publikum verpflichtet.“ Dieser Anspruch, formuliert vom zukünftigen Intendanten des Theaters für Niedersachsen, gilt auch für Hi2025. Wenn wir nur mehr über unser Publikum wüssten... So ergab eine Jugendstudie in Hildesheim wenig überraschend, dass Konsolenspiele und Fernsehen als attraktivste Freizeitaktivitäten gelten und dass sich nur wenige mit kulturellen Aktivitäten wie Theater oder Musik beschäftigen. Andererseits gaben ein Drittel der Jugendlichen an, ihre Freizeit am liebsten

im Freien zu verbringen. Zentral für unser Audience Development wird die eingehende Untersuchung der Bedürfnisse unseres derzeitigen und zukünftigen Publikums sein. Anschließend werden wir kreativ und flexibel auf die Ergebnisse reagieren.

Wir werden besonders achten auf:

- **Programmgestaltung:** Mindestens ein*e Experte*in für Audience Development wird Teil des künstlerischen Teams sein. Die Positionen für die künstlerische Programmgestaltung, die Kommunikation und das Marketing sowie die Einbeziehung von Einwohner*innen und Gästen sollen auf gleicher Ebene angesiedelt sein. So stellen wir sicher, dass das Erreichen des Publikums eine entscheidende Rolle in unserer Programmgestaltung spielt. Damit Projekte Teil des KHS-Programms werden können, müssen Zielgruppen und die entsprechenden Strategien identifiziert werden. „An alle interessierten Bürger gerichtet“, wird nicht ausreichen.
- Hi2025 hat den Anspruch, die Lücke zwischen den Künsten, „dem Universum und dem ganzen Rest“ weiter zu schließen. Unsere künstlerische Vision umfasst und verbindet Hochkultur und populäre kulturelle Ausdrucksformen. Unser Programm wird Verknüpfungen zwischen Kunst, Sport, Freizeit, Gesundheit und Ökologie herstellen. Durch unsere Trainingsprogramme werden wir die bestehenden und zukünftigen Kulturakteur*innen ermutigen und unterstützen, neue, multikulturelle, genreübergreifende, junge und digitale Einflüsse aufzunehmen.
- **Teilhabe: VolunTable, VolunBeds,** Bürgergremien und eine Vielzahl von partizipativen Veranstaltungen. Es sind die bedeutungsvollen Beziehungen, die sich aus der Mitgestaltung von Hi2025 als Projektmitwirkende, Freiwillige und Beratende ergeben, die die Menschen in Stadt und Landkreis dazu inspirieren werden, sich auf das Projekt einzulassen.
- **Kommunikation:** Wir werden den Dachmarkeneffekt nutzen, um das Publikum zu mobilisieren. Hi2025 wird ein Gütesiegel sein, das Menschen motiviert, das Unbekannte zu entdecken. Auf diese Weise können wir Cross-Over-Kommunikationswege konsequent umsetzen: So werden z.B. bestimmte Projekte als mögliche Türöffner identifiziert und ihr Publikum auf weitere zu erkundende Veranstaltungen aufmerksam gemacht.

In Hildesheim sind zahlreiche professionelle Partner*innen für kulturelle Bildung aktiv, die uns bei der Umsetzung unserer Audience-Development-Strategie unterstützen werden: Die Musikschule, die Volkshochschule, die Bibliotheken, das Theaterpädagogische Zentrum, die Kunstschule, das Science Explore Lab, das Forum Literaturbüro, die Bildungseinrichtungen der großen Kulturinstitutionen und natürlich die Universität Hildesheim. Während die einzelnen Projekte von Hi2025 verschiedene Zielgruppen ansprechen, gibt es einige Gruppen, denen wir im Allgemeinen besondere Aufmerksamkeit schenken werden.

Kinder und Jugendliche

Im Einklang mit den strategischen Zielen unserer Stadt ist die Förderung und Stärkung von Kindern und Jugendlichen ein Kernziel von Hi2025. Neben zahlreichen Projekten für die junge Generation – wie *Little Big Minds* und *The Hanseatic Video Clip League* – werden wir strategische und zuverlässige Beziehungen zu Bildungseinrichtungen aufbauen.

Der *Kulturkompass*, entwickelt in Zusammenarbeit mit lokalen Kulturakteuren, umfasst eine Reihe von Aktivitäten für Schulen und Kindergärten. Er soll Bildungseinrichtungen die Teilnahme am Hi2025-Programm erleichtern:

- Unter dem Label *Kulturkompass* werden wir ab 2020 bestehende und neue kulturelle Bildungsangebote bündeln und sie an Schulen und Kindergärten vermitteln. Wir werden eine jährliche Broschüre sowie eine benutzerfreundliche Website zur Verfügung stellen, die alle relevanten Angebote nach Jahren sortiert präsentiert. Gleichzeitig werden wir sicherstellen, dass die Aktivitäten von hochkarätigen Künstler*innen und Kulturpädagog*innen durchgeführt sowie von Lehrer*innen begleitet werden.
- Auf diese Weise wird der Kulturkompass zu einer Qualitätsmarke für Kulturelle Bildung und deren reibungsloses Management werden. Für das KHS-Jahr 2025 streben wir an, dass alle Schulen und Kindertagesstätten auf die eine oder andere Weise an einem Hi2025-Projekt mitwirken.
- HildesHymne 2025: Zwei Schulorchester und ein gemischter Chor mit 120 Personen haben im Jahr 2019 eine Hymne für Hi2025 entwickelt und sie vor 800 Zuhörer*innen aufgeführt. Dieses Projekt entstand auf Initiative und in enger Zusammenarbeit zwischen der Musikschule Hildesheim und dem Gymnasium Andreanum.

Die Hymne soll zur Ouvertüre eines größeren Werks werden, das zum Auftakt von Hi2025 aufgeführt wird.

- Im Jahr 2015 brach Hildesheim den offiziellen Weltrekord im Cajon-Massentrommeln mit über 2.500 gleichzeitig auftretenden Schüler*innen und Lehrkräften. Zehn Jahre später werden wir bereit sein, den Weltrekord erneut anzugehen.

Die kommunale Jugendarbeit und die zahlreichen Jugendzentren in Stadt und Region bieten weitere Anknüpfungspunkte für Kinder und Jugendliche, um mit Kulturangeboten in Kontakt zu kommen. Im Landkreis gibt es ein Netzwerk von engagierten, professionellen Sozialarbeiter*innen. Von 18 Bezirkgemeinden verfügen 16 über Einrichtungen der Jugendhilfe. Sie können junge Menschen direkt ansprechen und überzeugen, an kulturellen Aktivitäten teilzunehmen.

Studierende

Wo sind all die Studierenden, derzeit rund 12.000, die täglich an den Hildesheimer Hochschulen ein- und ausgehen? In der Innenstadt sind sie jedenfalls selten zu sehen. Wir wollen wissen, wie sich diese jungen Menschen eine dynamische und erfolgreiche Stadtentwicklung vorstellen.

Besonderes Augenmerk wird auf die Studierenden der Kulturwissenschaften an der Universität gelegt. „Die Special Ones und die Normal Ones.“ So beschreibt einer der Lehrenden des Kulturcampus das Verhältnis seiner Studierenden zu den Bürger*innen Hildesheims. Und in der Tat sind die so genannten „KuWis“ eine der separiertesten Gruppen der Stadt – und das, wo die Studierenden für unsere kulturelle Entwicklung so wichtig sind! Sie bereichern das kulturelle Angebot mit zahlreichen Kunstprojekten und nationalen und sogar internationalen Festivals. Doch ihre zeitgenössischen, oft radikalen und akademischen künstlerischen Ansätze sprechen nicht unbedingt die Hildesheimer*innen an. Andererseits kann Hildesheim mit seiner begrenzten Ausstrahlung viele Studierende nicht überzeugen, sich in das kulturelle Leben der Stadt einzubringen. Beide Seiten fühlen sich oft missverstanden und nicht gesehen. Aber das wird nicht das Ende der Geschichte sein. Die Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas war bereits ein starker Anreiz, aufeinander zuzugehen und zusammen zu arbeiten. Die Universität unterstützt Hi2025 nachdrücklich. So werden bereits heute die Grenzen zwischen den „Special Ones“ und den „Normal Ones“ verwischt.

Bereits im Bewerbungsprozess gab es viele Kooperationsmöglichkeiten mit Designstudierenden der HAWK. Wir werden weiterhin mit der Fakultät Gestaltung mit Blick auf Marketing und Branding zusammenarbeiten. Dabei können die Studierenden sich ausprobieren und erste Berufserfahrungen sammeln. Wir wollen die vielen kreativen Impulse der Studierendenschaft in der Stadt mitnehmen auf dem Weg Richtung 2025.

Deshalb werden wir

- Studierende einladen, kulturelle Projekte und Kampagnen mitzugestalten,
- ihre Professionalisierung unterstützen,
- unser kreatives Placemaking in der Hildesheimer Neustadt in enger Zusammenarbeit mit Studierenden entwickeln,
- den Aufbau von Universitätseinrichtungen im Stadtzentrum erleichtern (zum Beispiel Audiotopia) sowie
- uns bemühen, die Anbindung durch öffentliche Verkehrsmittel von und zur Universität zu verbessern, insbesondere zum Kulturcampus am Stadtrand.

Senior*innen

Schon der Begriff ist umstritten: Es handelt sich um eine extrem heterogene Gruppe von Menschen, von denen viele noch Jahrzehnte aktiven Lebens vor sich haben. Im Jahr 2025 werden 35 % der Bevölkerung im Landkreis Hildesheim über 60 Jahre alt sein. Darunter sind sowohl Menschen, die sich für Kultur begeistern, als auch solche, die seit ihrer Schulzeit kein Theater von innen gesehen haben.

Die Volkshochschule Hildesheim verfügt über ein umfangreiches Know-how in der Freizeitgestaltung für ältere Menschen. Das im Rahmen eines akademischen Forschungsprojektes gegründete und vom Bundesministerium für Bildung und Forschung unterstützte „Senioren Beratungsnetz“ wird ein wichtiger Partner für die Einbindung der älteren Generation in das KHS-Programm sein.

25- bis 40-jährige Menschen

Die 25- bis 40-Jährigen sind alles andere als eine Gruppe mit ausgeprägten Mustern der Kulturnutzung und kulturellen Präferenzen. Dennoch werden wir uns bemühen, ihre Bedürfnisse und Wünsche zu erforschen, um dem „Braindrain“ entgegenzuwirken, unter dem Stadt und Region Hildesheim leiden.

5 VERWALTUNG

F 5.1 Finanzierung

Einen großen Mehraufwand wie einen KHS-Titel kann sich Hildesheim nicht ohne weiteres leisten. Angesichts eines enormen und immer größer werdenden Schuldenbergs schloss die Stadt 2014 einen Entschuldungsvertrag mit dem Land Niedersachsen und verpflichtete sich zu einer strikten Sparpolitik. Aber gerade die schwierige wirtschaftliche Situation erfordert mutige Maßnahmen. Wir sind uns bewusst, dass unsere Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas 2025 eine Investition ist – in unseren Kultursektor, in unsere Bürger*innen und die städtische und regionale Gemeinschaft und letztlich in eine nachhaltige Entwicklung als Stadt und Region. Aber natürlich werden wir finanziell keine Luftschlösser bauen. Wir haben ein Budget aufgestellt, das es uns ermöglicht, die hohen Standards einer Kulturhauptstadt zu erfüllen, und das machbar und realistisch ist. Da Hi2025 darauf abzielt, den Kultursektor zu stärken, anstatt ihn zu beeinträchtigen, werden wir für die Finanzierung natürlich nicht auf die regulären Mittel für die Kultur in Stadt und Region zurückgreifen.

Kulturbudget der Stadt

F 5.1.1 Wie hoch war das Jahresbudget der Stadt für Kultur in den letzten fünf Jahren?

In den letzten Jahren war die Stadt Hildesheim im Rahmen des Entschuldungsvertrags mit dem Land Niedersachsen verpflichtet, die sogenannten „freiwilligen Ausgaben“ für Kultur, Sport und Soziales streng zu begrenzen.

Dennoch ist es uns in den letzten Jahren gelungen, das Budget für Kultur leicht zu erhöhen und 2019 sogar eine Steigerung um 5% zu erreichen. Dass dessen Anteil am Gesamtbudget trotzdem leicht zurückging, liegt an jährlich steigenden Kreisumlagen und anderen Pflichtzahlungen an den Landkreis sowie an steigenden Sozialausgaben, die regelmäßig zu hohen Steigerungen des Gesamthaushalts führen. Unser Kulturbudget umfasst, wie unten dargestellt, die Ausgaben und Zuschüsse an die Kultureinrichtungen und die freie Kulturszene sowie Teile der Ausgaben für das Stadtmarketing.

Jahr	Jahresbudget für Kultur in der Stadt (in Tausend €)	Jahresbudget für Kultur in der Stadt (in % des Jahresgesamtbudgets)
2015	9.049	3,16
2016	9.052	2,99
2017	9.063	2,82
2018	9.163	2,75
2019	9.619	2,73

F 5.1.2 Für den Fall, dass die Stadt plant, Mittel aus ihrem Jahresbudget für Kultur zur Finanzierung des Projekts „Kulturhauptstadt Europas“ zu verwenden, geben Sie bitte diesen Betrag ab dem Jahr der Einreichung der Bewerbung bis zum KHS-Jahr an.

Aus dem Kulturhaushalt werden keine Mittel zur Finanzierung von Hi2025 entnommen. Unabhängig davon sollen selbstverständlich Synergien genutzt werden, um das reguläre Kulturprogramm der Stadt von der Aufmerksamkeit des KHS-Jahres profitieren zu lassen, und umgekehrt.

Zu Beginn des Bewerbungsprozesses wurde eine neue Vollzeitstelle in der Kulturverwaltung geschaffen und für die Dauer der Bewerbung in das Projektbüro Hi2025 abgestellt. Sie wird auch weiterhin bestehen bleiben, unabhängig davon, ob wir den KHS-Titel erhalten oder nicht.

F 5.1.3 Welchen Betrag aus dem Jahresgesamtbudget plant die Stadt nach dem KHS-Jahr für Kultur auszugeben?

Wie oben beschrieben, war das Kulturbudget der Stadt Hildesheim über einen langen Zeitraum fast eingefroren. Auch wenn sich die Konjunkturprognosen wieder verschlechtern, stimmen uns die stabile Entwicklung der Stadt und der umfangreiche Schuldenabbau der letzten Jahre zuversichtlich, dass wir die Kulturszene nach 2025 deutlich stärker als in der Vergangenheit unterstützen können. Das Kulturbudget soll auf über zehn Millionen Euro steigen und die Steigerungsraten der vergangenen Jahre (außer 2019) übertreffen. Hier gibt unsere Kulturstrategie 2030 eine klare Richtung vor und soll die Grundlage für politische Entscheidungen in den kommenden Jahren sein. Hi2025 selbst wird spürbare und nachhaltige Auswirkungen auf die wirtschaftliche Dynamik der Region haben, insbesondere auf die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Operatives Budget für das Veranstaltungsjahr

F 5.1.4 Einnahmen zur Deckung der operativen Ausgaben: Erklären Sie bitte das operative Gesamtbudget.

Wie aus der folgenden Tabelle ersichtlich, haben wir ein operatives Gesamtbudget von 54,2 Mio. Euro aufgestellt, das hauptsächlich vom öffentlichen Sektor, aber auch vom privaten (und gemeinnützigen)

Sektor finanziert wird. Letzteres umfasst die geplanten Sponsoringeinnahmen, die Finanzierung durch private Stiftungen sowie das Ticketing und Merchandising, die bewusst auf einem niedrigen Niveau angesiedelt sind, sodass wir nicht auf hohe Ticketpreise angewiesen sind. Wir möchten, dass die meisten Veranstaltungen kostenlos oder je nach Einkommen zu niedrigen Eintrittspreisen erlebt werden können.

Gesamteinnahmen

zur Deckung der operativen Ausgaben	in Tausend €	in %
Aus dem öffentlichen Sektor	46.200	85,24
Aus dem privaten Sektor	8.000	14,76
GESAMT	54.200	100,00

Einnahmen aus dem öffentlichen Sektor

F 5.1.5 Wie schlüsseln sich die Einnahmen aus dem öffentlichen Sektor auf, die zur Deckung der operativen Ausgaben dienen?

Einnahmen aus dem öffentlichen Sektor zur Deckung der operativen Ausgaben	in Tausend €	in %
Bundesrepublik Deutschland	20.000	43,29
Land Niedersachsen	15.000	32,47
Stadt Hildesheim	5.000	10,82
Kreis Hildesheim & Kreisgemeinden	6.200	13,42
EU (mit Ausnahme des Melina Mercouri-Preis)	0	0
Sonstige	0	0
Gesamt	46.200	100,00

Während der Projektlaufzeit werden die Stadt und der Landkreis Hildesheim jeweils 5 Mio. Euro beisteuern. Dies ist mit Abstand das größte freiwillige finanzielle Engagement der Stadt in den letzten zehn Jahren. Der Beitrag der übrigen Gemeinden des Landkreises beläuft sich auf 1,2 Mio. Euro – eine Herausforderung für einige Gemeinden, was die große Entschlossenheit unterstreicht, die KHS-Bewerbung als Region Hildesheim gemeinsam zu verfolgen.

Der berechnete Beitrag des Bundes basiert auf den Erfahrungen der ehemaligen deutschen Kulturhauptstädte Europas. Mit einem Betrag von 20 Mio.

Euro haben wir jedoch eine vorsichtige Schätzung vorgenommen. Da die deutsche Kulturhauptstadt Europas 2025 die Bundesrepublik Deutschland repräsentieren wird, gehen wir von einem Beitrag des Bundes von bis zu 30 Mio. Euro aus und natürlich davon, dass die Summe unabhängig davon ist, welche Stadt den Titel gewinnt.

Unsere Schätzung für den Beitrag des Landes Niedersachsen von 15 Mio. Euro basiert ebenfalls auf den Erfahrungen der ehemaligen deutschen Kulturhauptstädte Europas und ist vorsichtig berechnet, denn angesichts der zum jetzigen Zeitpunkt bestehenden Zusagen anderer Bundesländer gehen wir davon aus, dass Niedersachsen einen Beitrag von bis zu 20 Mio. Euro einbringen wird.

Natürlich werden wir uns aktiv darum bemühen, EU-Mittel für bestimmte Hi2025-Projekte zu erhalten. Vorsorglich haben wir diese Mittel jedoch noch nicht aufgenommen. Und natürlich hoffen wir, dass wir den Melina-Mercouri-Preis erhalten. Innerhalb der Auswahlphase wird eine Kommission aus lokalen und internationalen Experten einen konkreten Vorschlag für die bestmögliche Nutzung des Preises im Rahmen von Hi2025 entwickeln.

Teilweise werden, wie üblich, die angegebenen Beträge für spezifische Projekte von Hi2025 gewährt und nicht für das gesamte Vorhaben.

F 5.1.6 Haben die Finanzbehörden (Stadt, Region, Staat) bereits über finanzielle Verpflichtungen zur Deckung der operativen Ausgaben abgestimmt oder sind sie solche Verpflichtungen bereits eingegangen?

Die Stadt Hildesheim, der Landkreis und die Kommunen haben die Einbringung ihrer Haushaltsteile in verbindlichen Entscheidungen zugesagt.

Sowohl der Bund als auch das Land Niedersachsen haben ihre volle Unterstützung signalisiert, auch wenn beide sich bisher nicht eindeutig zu ihrem finanziellen Beitrag geäußert haben. Wir rechnen damit, dass die Bundesregierung sich nicht vor der Auswahlphase auf eine finanzielle Verpflichtung festlegt. Was den Landesbeitrag betrifft, so stehen wir derzeit in einem intensiven Dialog mit der niedersächsischen Landesregierung und sind zuversichtlich, noch innerhalb der Vorauswahlphase eine endgültige Förderzusage für beide Bewerberstädte im Bundesland zu erhalten.

Einnahmen aus dem Privatsektor

F 5.1.7 Wie sieht die Mittelbeschaffungsstrategie aus, um Unterstützung durch private Sponsor*innen zu suchen? Wie planen Sie, Sponsor*innen in die Veranstaltung mit einzubeziehen?

Geld ist wichtig. Vor allem für eine Stadt wie Hildesheim, die ihren Haushalt in den letzten Jahren stark konsolidieren musste. Aufgrund der eher begrenzten finanziellen Ressourcen benötigte Hi2025 bereits während des Bewerbungsprozesses Unterstützung aus dem privaten Sektor. Nur durch die Aktivitäten des Freundeskreises 2025 und die von ihnen gesammelten privaten Mittel von fast 220.000 Euro konnten wir eine ernsthafte Bewerbung vorbereiten.

Daher ist uns der verantwortungsbewusste Umgang mit unseren Mitteln sehr wichtig.

- So soll das eingeworbene Geld verantwortungsbewusst, transparent und effizient eingesetzt werden
- Sponsor*innen und Spender*innen steuern nicht nur Geld bei, sondern sind auch Partner*innen, die soziale Verantwortung übernehmen. Sie sind Abgesandte unserer Bewerbung und unterstützen unsere Ideale. In enger Zusammenarbeit mit ihnen werden wir Projekte entwickeln,
- Insbesondere werden wir Modelle der Unternehmensbürgerschaft/Corporate Social Responsibility implementieren, die auf langfristige Partnerschaften und neue Beziehungen zwischen Unternehmen und der städtischen und regionalen Gesellschaft abzielen und über das normale Sponsoring
- Ziele und soziale Verantwortung werden zusammenkommen. Dabei werden wir auf die positiven Erfahrungen zurückgreifen, die wir im Rahmen des Bewerbungsprozesses gemacht haben,
- Wir werden einen Kriterienkatalog für die Annahme von Fördermitteln und die Zusammenarbeit mit sozial und ökologisch orientierten Unternehmen entwickeln,
- Im Allgemeinen haben wir die Sponsoringbeiträge eher vorsichtig berechnet, um zu starke Abhängigkeiten zu vermeiden.

Wir wollen zwei bis drei Hauptsponsor*innen gewinnen, deren Marken mit dem gesamten Projekt verbunden sind, sowie eine Gruppe von „Senior“-Partner*innen, deren Marken direkt mit bestimmten Highlight-Projekten verbunden sind. Und auch für eine dritte Gruppe von meist lokalen Sponsorinnen werden wir gezielt Projektpartnerschaften aufbauen, um Sichtbarkeit und Eigenverantwortung zu gewährleisten.

Die besonders anspruchsvolle Aufgabe, Sponsor*innen für kulturelle Veranstaltungen zu gewinnen, erfordert kreative Ideen, wie maximale künstlerische Freiheit mit einem effektiven Markenbewusstsein einhergehen kann. Wir werden individuelle Werbeideen entwickeln, die das Sponsoring für den jeweiligen Partner*innen attraktiv machen.

Sach-, Raum- und Zeitspenden werden ebenso wichtig sein. Darüber hinaus werden wir mit Unternehmen und Institutionen zusammenarbeiten, um deren Know-how und Mitarbeiter*innen für bestimmte Aufgaben verfügbar zu machen. Und schlussendlich wird unser VolunBeds-Konzept nicht nur zwischenmenschliche Beziehungen und internationale Freundschaften entstehen lassen, sondern auch unser Budget entlasten. Für bestimmte Projekte werden wir Crowdfunding-Initiativen starten, die nicht nur darauf abzielen, Geld zu sammeln, sondern eine passgenaue Unterstützung zu gewährleisten. Ein erheblicher Betrag wird von Kulturstiftungen aufgebracht, von denen einige bereits Zuschüsse für Projekte, die ihrem Profil entsprechen, in Aussicht gestellt haben.

F 5.1.8 Operative Ausgaben: Bitte schlüsseln Sie die operativen Ausgaben auf.

Operative Ausgaben	in Tausend €	in %
Programmausgaben	35.150	64,85
Werbung und Marketing	8.200	15,13
Löhne, Gemeinkosten und Verwaltung	8.850	16,33
Sonstige Ausgaben	2.000	3,69
GESAMT	54.200	100,00

Die Projektlaufzeit beträgt 2021 bis 2026. Um in einer Übergangsphase die Nachhaltigkeit der angestoßenen Entwicklungen in Stadt und Region sicherzustellen und eine langfristige Evaluation zu

ermöglichen, wird jedoch auch für die Folgejahre ein Budget eingeplant. Die geplanten operativen Kosten für den gesamten Zeitraum belaufen sich auf 54,2 Mio. Euro.

Hiervon werden 35,15 Mio. Euro für die Programmausgaben bereitgestellt. Dieser Betrag wird einerseits zur Finanzierung von Projekten und Veranstaltungen im KHS-Jahr im gesamten Landkreis Hildesheim verwendet. Für vorbereitende Projekte und Aktionen, insbesondere in Bezug auf Öffentlichkeitsarbeit, Partizipation und Zielgruppenentwicklung, soll aber auch bereits ab 2021 ein beträchtlicher Bestandteil dieses Budgets zur Verfügung stehen. Weitere Ausgaben umfassen Monitoring und Evaluation, allgemeine externe Beratung sowie Büro- und Reisekosten.

Budget für Kapitalausgaben

F 5.1.9 Wie schlüsseln sich die Einnahmen aus dem öffentlichen Sektor auf, die zur Deckung der Kapitalausgaben im Zusammenhang mit dem Veranstaltungsjahr dienen?

Hi2025 ist nicht auf hohe Investitionen in die kulturelle Infrastruktur angewiesen – dies wird im Kapitel „Umsetzungsfähigkeit“ ausführlich erläutert. Dennoch sind einige Investitionen in Planung, andere werden bereits im Verlauf der Bewerbung getätigt. Die Aufstellung der Kapitalausgaben umfasst die unten aufgeführten Investitionen in unsere kulturelle Infrastruktur.

Einnahmen aus dem öffentlichen Sektor zur Deckung der Kapitalausgaben	in Tausend €	in %
Bundesrepublik Deutschland	2.617	30,08
Stadt Hildesheim	3.253	37,39
Kreis Hildesheim & Kreismunicipalitäten	1.382	15,88
EU (ohne Melina-Mercouri-Preis)	1.449	16,65
GESAMT	8.701	100,00
Zur Information: privater oder gemeinnütziger Sektor	10.978	
Zur Information: Gesamt (inkl. priv./gemeinnützig)	19.679	

Natürlich werden wir auch speziell für das KHS-Jahr Infrastruktur benötigen, wie z.B. Einrichtungen und Orte, die Gäste willkommen heißen und sie mit

Informationen versorgen. Darüber hinaus werden einige unserer Kulturprojekte auch Ausgaben mit sich bringen, die formal als Kapitalausgaben anzusehen sind. Unsere Maxime ist dabei, achtsam und nachhaltig mit Ressourcen umzugehen. Wir werden das nutzen, was da ist und nicht mehr gebraucht wird, seien es Gebäude oder Flachbildschirme. Wir werden temporäre, flexible, mobile und, wenn neue, dann ohnehin benötigte Infrastruktur nutzen.

Wir können noch keine genauen Kosten für diese Art von Infrastruktur nennen, und wir werden keine aus der Luft gegriffenen Beträge angeben. Daher stellen wir unser gesamtes Budget für die Durchführung der Veranstaltungen, Projekte und Dienste von Hi2025 als Betriebskosten dar. Sobald das Projekt ausreichend konkretisiert ist, werden wir einige Beträge neu einordnen und als Kapitalausgaben ausweisen.

F 5.1.10 Haben die Finanzbehörden (Stadt, Region, Staat) bereits über finanzielle Verpflichtungen zur Deckung der Kapitalausgaben abgestimmt oder sind sie solche Verpflichtungen bereits eingegangen?

Unsere Aufstellung der Kapitalausgaben (siehe Tabelle auf der nächsten Seite) umfasst nur solche Projekte

- bei denen die Finanzplanung abgeschlossen ist,
- die realistisch und machbar erscheinen,
- bei denen wir eine enge Verbindung zu Hi2025 sehen.

Die Aufstellung umfasst zahlreiche Finanzierungsbestandteile, wie z.B. EU-Förderung, Finanzierung durch die Stadt oder Gemeinde, aber auch private Beiträge. Der Großteil der finanziellen Verpflichtungen ist bereits eingegangen. Die Projekte 1, 2 und 3 sind gesichert. Für die anderen stehen noch einige Kofinanzierungszusagen aus.

Für das **Cultural Hub** in der Hildesheimer Neustadt befindet sich die Finanzplanung in der Anfangsphase, die Projekte **Audiotopia** und **Zentrum für Kultur und Bildung** sind nicht in der Aufstellung enthalten.

F 5.1.11 Wie sieht Ihre Mittelbeschaffungsstrategie zur Beantragung von finanzieller Unterstützung aus Programmen/Fonds der Union aus, um die Kapitalausgaben zu decken?

Im Laufe der Jahre haben verschiedene Bereiche unserer Stadt von verschiedenen EU-Förderprogrammen profitiert. Für die gesicherten Infrastrukturprojekte wurde die EU-Kofinanzierung meist über Regionale Richtlinien der Europäischen Struktur- und Investitionsfonds (ESI) beantragt, meist direkt von den Kommunen oder der Stadtverwaltung.

Unser lokaler Kultursektor hat jedoch nur in seltenen Fällen EU-Mittel erhalten. Vielen fehlt es bisher an Erfahrung und Wissen über die enormen Möglichkeiten von EU-Kooperationsprojekten im Kulturbereich. Aus diesem Grund werden wir mit dem **Aufbau von Kompetenzen** für unsere lokale Kulturszene und für die Kulturvertreter*innen in den Verwaltungen beginnen. Mit Unterstützung des Creative Europe Desk KULTUR Deutschland und lokaler Kompetenzzentren für EU-Förderung werden wir Informationsveranstaltungen organisieren und eine Beratungsstruktur aufbauen, um unsere lokalen Kulturakteure zu ermutigen und zu befähigen, Kooperationspartner*innen zu suchen und EU-Kofinanzierungen anzustreben.

Unser bereichsübergreifendes kulturelles und künstlerisches Konzept umfasst intensive europäische (und außereuropäische) Partnerschaften und wird **zahlreiche Verbindungen zu verschiedenen Programmbereichen** bieten. Da die konkrete Ausgestaltung der EU-Programme und die Mittel für die nächste Förderperiode noch nicht bekannt sind, machen wir keine konkreten Vorschläge, welche Projektideen angesprochen werden sollen, und

nennen auch keinen entsprechenden Haushalt. Der aktuelle Vorschlag der Kommission und des Parlaments sieht jedoch vor, dass **CREATIVE Europe, Erasmus** und **Erasmus+** in ähnlicher Form fortgesetzt werden. Wir planen eine Reihe von transnationalen Kooperationsprojekten, die unter die Ziele dieser EU-Programme fallen werden. Darüber hinaus prüfen wir derzeit einen Antrag im Rahmen des Programms Urban Innovative Actions für bestimmte Projekte.

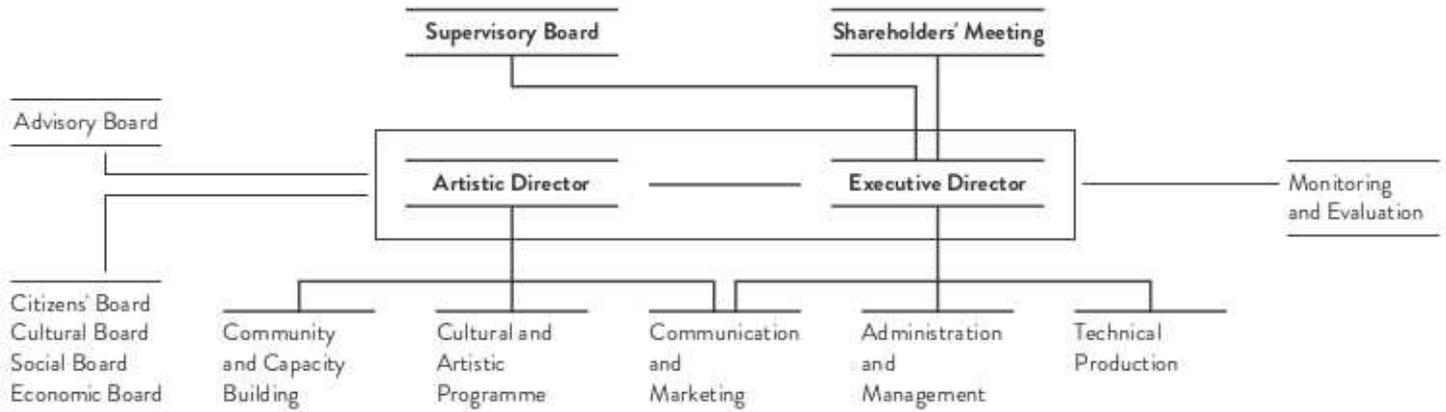
Auch das niedersächsische operationelle Programm für die EU-Strukturförderung wird mit Blick auf die neue Förderperiode überarbeitet (und für Deutschland um 21% gesenkt). Wir werden dafür werben, anders als in der Vergangenheit, die Kultur- und Kreativwirtschaft mit Priorität zu behandeln und damit – berechtigterweise – deutlich erweiterte Fördermöglichkeiten durch EFRE und ESF zu erreichen. Nicht zuletzt sehen zahlreiche EU-Kooperationsprogramme, auch über Creative Europe hinaus (z.B. die Niedersächsische ZILE-Richtlinie im Rahmen des ELER), das Thema „Kultur und kulturelles Erbe“ bereits als kofinanzierungsfähig vor. Wir werden nach solchen Synergien suchen und sie finden.

F 5.1.12 Fügen Sie hier bitte gegebenenfalls eine Tabelle ein, in der aufgeführt wird, welche Beträge für im Rahmen des Veranstaltungsjahrs zu nutzende neue kulturelle Infrastruktur ausgegeben werden.

In der folgenden Tabelle geben wir einen Überblick über die größten kulturellen Infrastrukturprojekte, die im Rahmen von Hi2025 in der Stadt (1-4) und in der Region (5-8) zu entwickeln sind. Wie bereits beschrieben, sind Audiotopia, das Cultural Hub sowie das Zentrum für Kultur und Bildung nicht enthalten.

Projekt	Investitionen in Tausend Euro	Zeitraumen
1 Neue Bühne und Renovierung im Theater für Niedersachsen	6.000	2019
2 Neues Depot für das Roemer- und Pelizaeus-Museum Hildesheim und das Stadtarchiv	3.010	2019–2021
3 Neue Mitte Nordstadt	2.111	2020–2022
4 Investitionsfonds für kleinere Kultur- und Bildungseinrichtungen	700	2020–2026
5 Soziokulturelles Zentrum im alten Salzhaus Bad Salzdetfurth	4.753	2020
6 Neue Duinger Mitte	900	2020
7 Neue oder komplett renovierte Veranstaltungsräume in zahlreichen Gemeinden des Landkreises	1.955	2019 ff.
8 Heimatstube Sibbesse	250	2020–2021
GESAMT	19.679	

F 5.2 Organisationsstruktur



F 5.2.1 Geben Sie bitte einen Abriss der beabsichtigten Steuerungs- und Durchführungsstruktur für die Umsetzung des Veranstaltungsjahres „Kulturhauptstadt Europas“.

Für die Umsetzung von Hi2025 wird eine **privatrechtliche Gesellschaft (GmbH)** gegründet. Diese Unternehmensform bietet vielfältige Möglichkeiten für eine unbürokratische Integration verschiedenster Parteien, ist unabhängig und agiert in einem weniger restriktiven Rechtsrahmen als die öffentliche Verwaltung. Wir werden dafür sorgen, dass das Unternehmen unmittelbar nach der Bekanntgabe von Hildesheim als Kulturhauptstadt Europas 2025 gegründet werden kann. In der **Gesellschafterversammlung** (Shareholders' Meeting) werden Stadt und Landkreis unter Einbeziehung aller beteiligten Kommunen als Akteurinnen auftreten. Der **Aufsichtsrat** (Supervisory Board) wird sich um alle strategischen Aspekte kümmern. Seine Mitglieder sind wichtige Stakeholder*innen des Projekts, wie Landrat*rätin und Oberbürgermeister*in, Vertreter*innen der Bundesregierung und der Landesregierung, Vertreter*innen von Sponsor*innen sowie lokale und internationale Kulturexpert*innen. Das Unternehmen wird über ein Managementteam von zwei Direktor*innen verfügen. Der*die **Geschäftsführer*in** (Executive Director) ist für die finanzielle, administrative und technische Umsetzung verantwortlich. Er*sie ist befugt, alle endgültigen Entscheidungen auf operativer Ebene zu treffen, mit Ausnahme von künstlerischen Entscheidungen. Der*die **Künstlerische Leiter*in** (Artistic Director) ist verantwortlich für die Entwicklung des künstlerischen Programms, für Outreach und die

Trainings- und Kompetenzentwicklungsprogramme. Er*sie entscheidet über alle künstlerischen Angelegenheiten. Kommunikation und Marketing werden von beiden gemeinsam verantwortet.

Niedrige, aber dennoch klare Hierarchien sorgen für transparente und klare Verantwortlichkeiten, effiziente operative Kommunikation, aber auch für Teamgeist und optimale Nutzung von Kompetenzen. Wir werden uns entschieden für die Gleichstellung der Geschlechter einsetzen – ein prestigeträchtiges Projekt wie die Kulturhauptstadt Europas 2025 muss sich in dieser Hinsicht als Best Practice-Beispiel herausstellen.

Die Zahl der Mitarbeiter*innen des Unternehmens soll von sechs Stellen (VZÄ) im Jahr 2021 auf rund 30 Stellen (VZÄ) im Jahr 2025 steigen. Neben dem Träger (der GmbH) werden wir eine Steuerungs- und Beratungsstruktur etablieren, die eine maximale Beteiligung der Bewohner*innen von Stadt und Landkreis sowie der Stakeholder ermöglicht und darüber hinaus eine profunde und unabhängige Expertise beinhaltet. Das Projekt wird die Beteiligung von Politiker*innen ermöglichen, aber sicherstellen, dass die kulturellen und künstlerischen Inhalte von Hi2025 unabhängig von direkten parteipolitischen Einflüssen entwickelt werden können. Ein **Beirat** (Advisory Board) als oberstes Beratungsgremium berät auf strategischer Ebene. Die Mitglieder werden wichtige Interessenvertreter aus Stadt und Region sowie Expert*innen sein (siehe unten). **Drei beratende Ausschüsse für kulturelle, für soziale und für wirtschaftliche Aspekte**

(Cultural, Social and Economic Board) werden das Wissen von Expert*innen und eine Beratung für die jeweiligen Bereiche bereitstellen. Sie werden aus lokalen und internationalen Expert*innen bestehen und sollen eng zusammenarbeiten.

Ein **Bürger*innenbeirat** (Citizens' Board), der die städtische und regionale Gesellschaft, d.h. unterschiedliche Altersgruppen sowie kulturelle und soziale Hintergründe vertritt, wird sich sowohl mit strategischen als auch mit operativen Aspekten befassen, insbesondere mit den kulturellen und künstlerischen Inhalten und den Vermittlungsaktivitäten. Vertreter*innen der drei beratenden Ausschüsse sowie des Bürger*innenbeirats werden

ordentliche Mitglieder des Beirats sein. Um eine enge Zusammenarbeit mit den Behörden zu gewährleisten, werden Geschäftsführung und Künstlerische Leitung regelmäßig und direkt mit den Vertreter*innen der Stadt und des Landkreises kommunizieren. Auf der Führungsebene sind die Leitungen der Kulturverwaltungen feste Ansprechpartner*innen, die für eine reibungslose Zusammenarbeit mit den Verwaltungen verantwortlich sind.

F 5.3 Notfallpläne

F 5.3.1 Welche sind die wesentlichen Stärken und Schwächen ihres Projekts? Wie planen Sie, die aufgezeigten Schwächen zu überwinden?

Hi2025	Stärken	Schwächen	Strategie
Beitrag zur Langzeitstrategie	Die Kulturstrategie 2030 ist fertiggestellt und wird von zahlreichen wichtigen Interessengruppen unterstützt. Sie ist mit der Strategie der Stadt verwoben.	Der regionale Aspekt ist stark in der Bewerbung, aber noch nicht strategisch ausgerichtet.	Wir werden die Kulturstrategie des Landkreises Hildesheim im Rahmen des Gesamtkonzeptes zur Regionalentwicklung innerhalb der Auswahlphase finalisieren.
		Es gibt nur ein geringes Bewusstsein für die Kreativwirtschaft und keine spezifische Strategie, die auf kulturelles Unternehmertum und Start-Ups im Kulturbereich abzielt.	Wir werden ein Cultural Hub einrichten, das die Professionalisierung von Hochschulabsolvent*innen und jungen Kulturunternehmer*innen fördert. Eine Kartierung und intensive Vernetzung der lokalen Kultur- und Kreativwirtschaft in Zusammenarbeit mit der lokalen Wirtschaftsförderungsgesellschaft wird der nächste Schritt sein.
Kulturelle und künstlerische Inhalte	Das kulturelle und künstlerische Konzept beruht auf den Themen und Fragestellungen der Stadt und ihrer Region. Es wurde in einem breiten, partizipativen Prozess entwickelt. Der Sinn des Lebens sowie re[ru:]ting sind mutige Aussagen, die Kultur und Kunst auffordern, zur transformatorischen Stadt- und Regionalentwicklung beizutragen.	Stadt und Region stehen vor komplexen Herausforderungen, die keine klare Erzählung liefern. Mutige, offene und forschende Themen lassen sich nicht ohne Weiteres in ein konsistentes, leicht verständliches (und unterhaltsames) Programm übersetzen.	Unsere Bewerbung stützt sich auf Kernelemente der lokalen Geschichte und eines etablierten Storytellings, erkennt aber die zunehmende Vielfalt und Hybridität von Identitäten in Stadt und Region an. Hi2025 schafft die Voraussetzungen für eine komplexe und vielstimmige regionale Identität, in der sich eine gemeinsame Erzählung als kontinuierlicher Prozess des Dialogs und der Interaktion entwickelt. In der Auswahlphase werden wir den Fokus auf die Programmgestaltung legen und sicherstellen, dass jeder Bereich das Potenzial hat, ein breites und vielfältiges Publikum anzuziehen.
		Künstlerische Projekte zu bestimmten wichtigen gesellschaftspolitischen Diskursen, etwa zum digitalen Wandel oder zur Erhaltung von Natur und Umwelt fehlen oder sind noch nicht hinreichend geschärft.	Wir werden diese Schwächen angehen und die entsprechenden Expert*innen in die Weiterentwicklung des Programms einbeziehen.

Europäische Dimension	In allen Aspekten unserer Bewerbung zeigen wir echte Bereitschaft, uns mit Europa zu befassen. Unser reiches kulturelles Erbe sowie unsere Themen, etwa die sich verändernde Rolle der Religion, sind eng mit wichtigen europäischen Fragestellungen verknüpft.	Die bestehenden internationalen Netzwerke in der Stadt haben wir noch nicht vollständig einbezogen. Es sollten mehr internationale Partnerschaften aufgebaut werden.	Wir werden dafür sorgen, dass wir in der Auswahlphase internationale Kooperationen auf hohem Niveau unter Einbeziehung von international erfahrenen Kurator*innen sowie unserer lokalen Szene eingehen. Insbesondere sollen Kooperationen mit Akteur*innen vor Ort gestärkt werden, die bereits international gut vernetzt sind – etwa mit der Universität Hildesheim, dem Roemer- und Pelizaeus-Museum sowie mit international tätigen Wirtschaftsunternehmen.
Erreichung und Einbindung der Gesellschaft	Die Idee, sich als Kulturhauptstadt Europas 2025 zu bewerben, entspringt der städtischen und regionalen Gesellschaft. Darüber hinaus kann sich unser Beteiligungskonzept auf lokale Expertise zurückgreifen, etwa das Institut für Kulturpolitik oder KulturInklusiv.	Die kulturelle und soziale Vielfalt unserer Stadt spiegelt sich bislang weder im Programm noch in den Verwaltungsstrukturen ausreichend wider.	Wir werden möglichst alle gesellschaftlichen Gruppen einbeziehen, den Dialog weiterführen und intensivieren und dabei noch mehr auf Expert*innen vor Ort zurückgreifen. Wir werden uns bemühen, mehr Menschen mit unterschiedlichem kulturellen Hintergrund in unsere Führungs- und Umsetzungsstrukturen einzubeziehen. Außerdem werden wir die bestehenden kulturellen Interessengemeinschaften dabei unterstützen, ihre Vielfalt zu erweitern.
Verwaltung	Wir stellen ein Budget vor, das realistisch ist und den hohen Standards des KHS-Projekts – trotz einer schwierigen wirtschaftlichen Situation in Stadt und Region – entspricht.	Die Stadt ist aufgrund ihrer wirtschaftlichen Situation nicht in der Lage, einzuspringen, wenn größere Finanzierungslücken auftreten.	Wir sind fest davon überzeugt, dass wir in der Lage sein werden, die hohen Standards des KHS-Projekts mit dem angegebenen Budget zu erfüllen, und dass wir dieses Budget aufbringen werden. Für viele Aspekte können wir auf lokale Kompetenzen zurückgreifen, wie bereits im Bewerbungsprozess erfolgreich gezeigt. Wir werden gleichzeitig darauf achten, dass Fähigkeiten und Fachwissen von außen einbezogen werden, wo immer dies erforderlich ist.
Umsetzungsfähigkeit	Neben der Stadt und der Region hat unsere Bewerbung eine starke und breite Unterstützung des lokalen Wirtschaftssektors, der Kulturszene, der Universitäten sowie der städtischen und regionalen Zivilgesellschaft. Die Stadtverwaltung war von Anfang an eng eingebunden.	Die Stadt, der Kreis und die Bezirksgemeinden haben für unsere Bewerbung und unseren Haushalt gestimmt, und alle Bürgermeister*innen unterstützen dies nachdrücklich. Bei einigen Politiker*innen gibt es jedoch nach wie vor Vorbehalte.	Wir werden unser Konzept veröffentlichen und ernsthafte Gespräche darüber führen, um zu erklären und zu diskutieren, wie es weiterentwickelt werden kann. Für den Fall, dass wir den Titel gewinnen, werden wir dafür sorgen, dass es zeitnah sichtbare und greifbare Projekte und wirklich integrative Möglichkeiten zur Teilnahme am Prozess gibt.

F 5.4 Marketing und Kommunikation

F 5.4.1 Geben Sie bitte einen Abriss der beabsichtigten Marketing- und Kommunikationsstrategie der Stadt für das Veranstaltungsjahr Kulturhauptstadt Europas“.

Die Kommunikationsstrategie von Hi2025 basiert auf Vertrauen zwischen den Kommunikationspartner*innen und auf Authentizität. Wir werden die vorhandenen lokalen Kapazitäten nutzen, neue aufbauen und uns extern beraten lassen.

Übergreifende Ziele sind:

- unser Selbstbewusstsein und damit unser Image verändern: Wir können und wir wollen viel!
- Die Stadt Hildesheim und die Region als Modell-Kulturregion in Deutschland und Europa bekannt machen,
- Verbindungen zwischen uns und Europa sowie zwischen Kunst und Gesellschaft herstellen,
- barrierefrei kommunizieren,
- Menschen erreichen, die sich von Hi2025 bisher noch nicht angesprochen gefühlt haben.
- Hi2025 nutzen, um das Bewusstsein und die Aufmerksamkeit für internationale und globale Herausforderungen zu schärfen,
- unsere Beteiligungsprojekte als Kommunikationsmotoren nutzen.

Rüdesheim? Heidenheim? Hildesheim!

Hildesheim ist nicht gerade das Zentrum des Universums und oft werden wir mit anderen Städten mit ähnlichen Namen in Deutschland verwechselt. Menschen mit kulturwissenschaftlichem oder historischem Interesse hingegen haben von Hildesheim gehört und haben die Stadt vielleicht sogar ein- oder mehrmals besucht, um unsere Weltkulturerbestätten und Museen zu erleben. Es ist uns selbstverständlich bewusst, dass der KHS-Titel nicht automatisch Tausende von Besucher*innen in unsere Stadt locken wird. In den Jahren bis 2025 müssen wir eine intensive nationale und internationale Marketing- und Kommunikationskampagne implementieren, um unsere Stadt und das bevorstehende KHS-Programm bekannt zu machen.

Wir werden uns mit ehemaligen Kulturhauptstädten Europas und anderen großen Veranstaltungsorganisator*innen auf nationaler und internationaler Ebene über kreatives Marketing nach innen und außen austauschen. Wir werden besonders darauf

achten, dass unsere Kommunikation auch Menschen erreicht, die sich nicht unbedingt mit kulturellen Aktivitäten identifizieren. Unsere Marketing- und Kommunikationsstrategie begann vor einigen Jahren, Ende 2017 wurde für unsere Bewerbung ein eigenes Design entwickelt. Seit Beginn des Bewerbungsprozesses achten wir darauf, dass Kultur – und die Aussicht auf Titel – gezielt, interessant und ungewöhnlich an verschiedene gesellschaftliche Gruppen in unserer Stadt und Region kommuniziert wird. Wir tun dies, indem wir Sprache, Bilder und Formate verwenden, die breite Bevölkerungskreise ansprechen, nicht nur Menschen, die sich bereits für Kunst und Kultur interessieren.

Verbale und nonverbale Kommunikation

Sprachliche Vielfalt ist ein Zeichen für kulturelle Vielfalt. „Sprache hat eine eigene Kultur und spiegelt dadurch die Identität des Sprechers wider“, sagt die deutsche Wissenschaftlerin Nacira Bourega. Die Überwindung von Sprachbarrieren wird der Schlüssel zur Gewinnung eines vielfältigen und vor allem internationalen Publikums sein. Daher werden wir besonders darauf achten, so barrierefrei wie möglich zu kommunizieren und die Verwendung von Leichter Sprache, Kommunikationsmaterial in mehreren Sprachen sicherzustellen. Die Beschilderung soll gut sichtbar, mehrsprachig und multisensorisch gestaltet werden.

YouTuber*innen und Blogger*innen aus ganz Deutschland und Europa werden eingeladen, über die Vorbereitungen auf dem Weg zur Kulturhauptstadt Europas 2025 sowie über das Titeljahr zu berichten. Sie werden Künstler*innen und Bürger*innen interviewen, das Programm vorstellen und persönliche Tipps für einen Besuch in Hildesheim geben. Der persönliche Austausch zwischen Menschen mit ähnlichen Erfahrungen wird ein wichtiger Bestandteil unserer Marketing- und Kommunikationsstrategie sein. Das KHS-Jugendfreiwilligenprogramm und die VolunCamps sind zwei von vielen Beispielen dafür, wie wir solche persönlichen Begegnungen ermöglichen wollen.

Maßgeschneidert!

Es soll eine maßgeschneiderte Website für Gäste entwickelt werden, auf der individuelle Wünsche und Bedürfnisse, etwa zur Unterkunft, Sprachkenntnissen, kulturellen Interessen usw., eingegeben werden können. Ein Algorithmus erzeugt einen individuellen Gesamtplan für den jeweiligen Gast.

Diese Website wird so gestaltet, dass sie nach dem Titeljahr zu einem Mainstream-Tool für das Tourismusmarketing wird. Als ungewöhnliches Kommunikationsmedium werden wir eine „altmodische“ Telefon-Hotline anbieten, unter der Fragen, Lob und Beschwerden an echte Menschen gerichtet werden können. Übergeordnetes Ziel ist es, dass alle Besucher*innen die Möglichkeit haben, schnell und unkompliziert mit den Hi2025-Organisationsteams in Kontakt zu treten – unabhängig von ihrer Anfrage oder ihrem Anliegen.

Kulturvermittlung – das können wir.

Viele Studierende haben sich bereits im Rahmen von Hochschulseminaren mit sehr unterschiedlichen Aspekten der KHS-Bewerbung beschäftigt. Auch in Zukunft werden wir diese Zusammenarbeit in unsere Kommunikations- und Marketingaktivitäten integrieren. Wir werden einen Schwerpunkt auf Audience Development und kulturelle Bildung legen, wie sie seit acht Jahren im deutschlandweit einzigartigen Masterprogramm „Kulturvermittlung“ auf dem Kulturcampus gelehrt werden. Weitere Kooperationsprojekte mit der Universität sind bereits im Gange.

Wir wollen die wertvolle Zusammenarbeit mit Lehrenden und Studierenden der HAWK-Fakultät für Gestaltung fortsetzen und so junge Gestalter*innen aktiv in die weitere Vorbereitung und Durchführung von Hi2025 einbeziehen. Insbesondere die Bereiche Advertising Design, Branding Design und Digital Environments sowie das Fachgebiet Temporäre Räume und Markenwelten sind für unsere Öffentlichkeitsarbeit wichtige Disziplinen.

Anders reisen

Die Forderung nach nachhaltigem Reisen hat für Hi2025 hohe Priorität. Unser Ziel sind glaubwürdige und transparente Angebote, die den CO₂-Fußabdruck minimieren, indem sie umweltfreundliche und sozialverträgliche Maßnahmen berücksichtigen. Obwohl wir uns bemühen werden, eine große Auswahl an Tourismusmessen abzudecken, liegt unser Fokus auf Messen, die sich durch einen nachhaltigen (Kultur-)Tourismus auszeichnen. In Zusammenarbeit mit lokalen Partnern der Hotellerie, Hildesheim Marketing und TourismusMarketing Niedersachsen sowie externen Expert*innen werden wir Kriterien für Nachhaltigkeit entwickeln, die unsere Angebote erfüllen müssen. Aus diesem Grund sind für uns in den nächsten fünf Jahren unter anderem folgende internationale Netzwerke, Messen und Ausstellungen von Interesse:

- European Cultural Tourism Network & Conference (ECTN), Entwicklung und Förderung des Kulturtourismus,
- Europäischer Tourismusverband (ETOA)
- FairHandeln – fairer Handel und global verantwortliches Handeln,
- Internationale Tourismusmesse – Kulturtourismus,
- Agri Travel & Slow Travel Expo – Förderung des ländlichen und „langsamen Tourismus“.

F 5.4.2 Wie möchte die Stadt betonen, dass die Aktion „Kulturhauptstadt Europas“ auf die Europäische Union zurückgeht?

Die europäische Dimension ist in unserer KHS-Bewerbung enthalten und wurde bei allen unseren Aktivitäten stets mit großem Erfolg berücksichtigt. Bis 2025 werden wir jedes Jahr am Europatag, dem 9. Mai, an verschiedenen Orten in der Stadt und im Landkreis KHS-Themenveranstaltungen mit klarem Bezug zur EU durchführen. Dies wird die Stimmung für das Jahr 2025 prägen und alle an der Vorbereitung Beteiligten einbeziehen, sowohl die Bewohner*innen der Region als auch die lokale, regionale, nationale und internationale Presse. Hier gibt es Gelegenheit, die Meilensteine zu feiern, die wir bis dahin erreicht haben. Wir werden ehemalige und zukünftige Vertreter*innen von Kulturhauptstädten Europas sowie EU-Vertreter*innen einladen, damit wir die gewonnenen Erkenntnisse und die zukünftigen Pläne persönlich diskutieren können.

Es versteht sich von selbst, dass wir ab dem Tag, an dem uns der KHS-Titel verliehen wird, dafür sorgen werden, dass das KHS-Logo der Europäischen Union auf allen Online- und Printmedien (Flyer, Plakatwände, Banner, Anzeigen, Werbegeschenke) abgebildet wird. Darüber hinaus werden wir auf www.hi2025.de einen Abschnitt haben, der die Geschichte der Kulturhauptstadt Europas konkret erläutert, mit Beispielen für transnationale KHS-Projekte, die sich über Jahrzehnte bewährt haben. Außerdem werden die Projekte von europäischer Tragweite, europäische Künstler*innen und Projektpartner*innen im Rahmen des bevorstehenden Programms Hi2025 vorgestellt.

6 UMSETZUNGSFÄHIGKEIT

F 6.1 Bitte bestätigen und belegen Sie, dass Sie politisch auf breiter Ebene und in starkem Maße unterstützt werden und sich die zuständigen lokalen, regionalen und nationalen Behörden dauerhaft beteiligen.

Die Stadt und der Landkreis Hildesheim sowie alle 17 Landkreiskommunen stimmten für die Bewerbung oder die Unterstützung der Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas 2025. Um ihr Engagement zu zeigen, versammelten sich alle Räte am 28. August 2019 an einem historischen Ort in Bad Salzdetfurth und gaben die Ergebnisse ihrer Entscheidungen öffentlich bekannt.

Der Bewerbungsprozess wurde von den Stadt- und Kreisverwaltungen sowie den Bürgermeister*innen der Kreisgemeinden mit Begeisterung eingeleitet. Sie alle sind bereit, sich mit vollem Einsatz zu beteiligen, obwohl Hi2025 auch für die Verwaltungsbehörden zusätzliche Herausforderungen bedeuten würde. Bisher, während des Bewerbungsprozesses, war eine große Anzahl von Mitarbeiter*innen fast aller Kommunen auf die eine oder andere Weise in die Unterstützung des Projektteams oder der Veranstaltungsorganisation eingebunden. An der Vorbereitung der Bewerbung waren fast alle Fachbereiche der Stadt Hildesheim beteiligt. Wir haben mündliche und schriftliche Erklärungen sowohl der Regierung der Bundesrepublik Deutschland als auch der Regierung von Niedersachsen, die, obwohl sie noch keinen finanziellen Beitrag festgelegt haben, ihre volle Unterstützung signalisiert haben.

Aber nicht nur die Behörden, sondern auch die städtische und regionale Gesellschaft unterstützen Hi2025 nachdrücklich.

So hat neben der Kulturszene und den maßgeblich beteiligten Bürger*innen ein Lenkungsausschuss, bestehend aus Vertreter*innen zahlreicher Bürgerinitiativen, des Kulturbereichs sowie der Politik, aktiv am Bewerbungsprozess teilgenommen und ihn ausdrücklich befürwortet. Private und kommerzielle Sponsoren haben ihr Engagement durch erhebliche finanzielle Mittel bewiesen.

Auf Initiative des Freundeskreises 2025 hatten 23 wichtige Organisationen und Unternehmen der Region bereits zu Beginn des Bewerbungsprozesses ihre volle Unterstützung schriftlich zugesagt:

- Stiftung Universität Hildesheim,
- Fachhochschule Hildesheim/Holzminden/Göttingen (HAWK),
- Hochschule für Rechtspflege,
- Evangelische und katholische Kirche (Dekanat und Kirchenkreis),
- Interessengemeinschaft Kultur Hildesheim e. V. - IQ,
- Netzwerk Kultur & Heimat Hildesheimer Land e.V.,
- Kulturbeirat des Landkreises Hildesheim,
- Hildesheimer Museumsverein e. V.,
- Sparkasse Hildesheim Goslar Peine,
- Volksbank eG Hildesheim-Lehrte-Pattensen,
- Arbeitgeberverband Bezirk Hildesheim e. V.,
- Kreiswohnbau Hildesheim GmbH,
- Gemeinnützige Baugesellschaft zu Hildesheim AG,
- Fagus GreCon Greten GmbH & Co. KG Alfeld,
- Industrieverein Alfeld-Region e. V.,
- Schlote Holding GmbH,
- Kreishandwerkerschaft Hildesheim-Alfeld,
- AutoGyro GmbH,
- St. Bernward Krankenhaus GmbH,
- Helios Klinikum Hildesheim GmbH,
- Eintracht Hildesheim von 1861 e. V.,
- Volkshochschule Hildesheim gGmbH,
- Lebenshilfe Hildesheim e. V.

F 6.2 Bitte bestätigen und belegen Sie, dass Ihre Stadt über eine zweckmäßige und tragfähige Infrastruktur verfügt oder verfügen wird, um die Veranstaltung durchführen zu können.

F 6.2.1 Erläutern Sie kurz, wie die „Kulturhauptstadt Europas“ die kulturelle Infrastruktur der Stadt nutzen und entwickeln wird.

Die Stadt Hildesheim und andere haben in den letzten Jahren intensiv in die kulturelle Infrastruktur investiert. Mit Unterstützung eines nationalen Förderprogramms wurde das Areal rund um die UNESCO-Welterbestätten neugestaltet und entlang des so genannten „Welterbebandes“ visuell verbunden (18 Millionen Euro, Deutscher Lichtdesign-Preis 2015).

Der Mariendom wurde renoviert, das Dommuseum neugestaltet und mit vielen neuen Exponaten ausgestattet (Investitionssumme 43,2 Millionen Euro, gemeinsam mit dem Niedersächsischen Staatspreis für Architektur 2016 ausgezeichnet.) Darüber hinaus wurde das am Hildesheimer Marktplatz gelegene Besucherzentrum Welterbe Hildesheim eröffnet und ein neues Produktionszentrum für das Theater für Niedersachsen eingerichtet.

Hi2025 wird unsere kulturelle Infrastruktur weiter stärken und ihr Potenzial voll ausschöpfen. Unsere Projekte werden ein neues und vielfältigeres Publikum anziehen und den Menschen die Möglichkeit bieten, das kulturelle Erbe der Region zu entdecken sowie zu seiner Erforschung, Erhaltung und Nutzung auf intensivere Weise beizutragen, zum Beispiel mit den Projekten *Churches 21* und *EVI LICHTUNGEN 2025*. Durch eine bessere Vernetzung der kulturellen Einrichtungen der Region, z.B. durch Projekte wie *Archeology of Movement*, wird unsere kulturelle Infrastruktur weniger als eine Summe von Einzleinrichtungen, sondern als ein verbundener und gemeinsam genutzter Ressourcenpool verstanden. Zu unserem Konzept gehört aber auch, unsere „Kulturtempel“ zu verlassen. Dass Räume, Ausstattungen und Infrastruktur benötigt werden, steht außer Frage. Aber um Kultur auch in den einzelnen Sozialräumen in Stadt und Dörfern erlebbar zu machen, müssen Infrastrukturen zunehmend auch temporär, flexibel und wandelbar verfügbar sein.

Natürlich investieren wir – wie auch Dritte – sinnvoll in unsere kulturelle Infrastruktur. Dabei muss die Form der Funktion folgen. Wir investieren, wenn die Investition unseren langfristigen Zielen dient. Während einige Infrastrukturprojekte bereits geplant sind, befinden sich andere in einem frühen Planungsstadium.

Einige unserer geplanten Infrastrukturprojekte wie das *Zentrum für Kultur und Bildung*, das *Neue Zentrum Nordstadt*, *Audiotopia* und das *Cultural Hub Neustadt* wurden bereits ausführlich beschrieben.

Weitere wichtige Investitionspläne, die im engen Zusammenhang mit Hi2025 stehen, sind:

- **Neue Bühne und Renovierung im Theater für Niedersachsen:** Das Theater für Niedersachsen wird den ehemaligen Malsaal zu einer zusätzlichen, barrierefreien Bühne namens „ThiM“ (Theater im Malsaal) umbauen und

renovieren. Es wird ein besser zugänglicher Raum entstehen als der große, imposante Bühnensaal. Er wird innovative, experimentelle Formen ermöglichen und insbesondere Möglichkeiten zur Zusammenarbeit mit der freien Theaterszene bieten. Mit dem sogenannten „Hildesheimer Modell“ waren wir vor 20 Jahren eine Pionierstadt für solche Kooperationen. Darüber hinaus wird es Verbesserungen in den Bereichen Akustik, Lüftung und Mobiliar geben.

- **Neues Depot für das Roemer- und Pelizaeus-Museum Hildesheim und das Stadtarchiv:** Derzeit werden die wertvollen Sammlungen des Roemer- und Pelizaeus-Museums Hildesheim, bestehend aus über 500.000 Artefakten, in unzureichenden Depots gelagert. Ein ehemaliges Lagerhaus wird modernisiert, wo sie zusammen mit Dokumenten und Archivmaterial aus dem Stadtarchiv sicher gelagert werden können.
- **Soziokulturelles Zentrum im alten Salinenhaus Bad Salzdetfurth:** Für Bad Salzdetfurth ist das Salz, das „weiße Gold“, von besonderer Bedeutung. Es führte einst zum wirtschaftlichen Aufschwung der Stadt, der im Mittelalter den Salzern zu verdanken war. Im 19. Jahrhundert rückten Bergbau und Kurbetrieb mit Solebad in den Mittelpunkt. Mit dem Umbau des alten Salzhauses im Jahr 2020 entsteht ein multifunktionales, generationenübergreifendes, soziokulturelles Zentrum (mit einem historischen Museum, Pflege- und Bildungseinrichtungen). Realisiert von der Kreiswohnbaugesellschaft, der Stadt Bad Salzdetfurth und einem Netzwerk, an dem sich u.a. die Historische Gesellschaft Bad Salzdetfurth und die Universität Hildesheim beteiligen.
- **„Neue Duingen Mitte“** – Bürgerzentrum & Töpfermuseum der Pottlandregion. Duingen ist der größte Töpferort einer Region zwischen Leine und Weser, die wegen ihrer umfangreichen Keramikproduktion vom Mittelalter bis in 19. Jahrhundert „Pottland“ genannt wurde. Mit dem Neubau eines Bürgerzentrums in die „Neue Duingen Mitte“ (einer Industriebrache in der Ortsmitte, die zu einem öffentlichen Platz für Markt, Kultur und Freizeit wird) erhält das Töpfermuseum ein neues und zugleich barrierefreies „Zuhause“. Daran beteiligt: die Kommune, ein Netzwerk, dem u.a. auch die

Stiftung Universität Hildesheim angehört, und ein privater Investor.

- Früher Standard – heute Innovation (Heimatstube in Sibbesse) Das Museum, in dem alte Handwerkstechniken erlebt werden können, erhält neu eingerichtet im ehemaligen Rathaus durch eine Re- und Upcyclingwerkstatt eine neue ökologische Dimension.
- Weitere Investitionen in die kulturelle Infrastruktur: In Hildesheim werden über **Investitionsfonds für kleinere Kultur- und Bildungseinrichtungen** Fördergelder für Investitionen vergeben; im Landkreis werden mehrere **neue oder komplett renovierte Veranstaltungsräume** eingerichtet.
- **Restaurierung der Pyramide Derneburg:** Das Pyramidenmausoleum der Familie zu Münster am historisch-kulturellen Wanderweg von Georg Ludwig Friedrich Laves, dem berühmten Baumeister aus Hannover, soll unter Wahrung des historischen Ensembles umfassend saniert werden.

F 6.2.2 Welche Vorteile hat die Stadt im Hinblick auf Erreichbarkeit (regionaler, nationaler, internationaler Verkehr)?

Hildesheim ist national und international bestens vernetzt und in den europäischen Nachbarländern als Reiseziel beliebt. Durch ihre zentrale Lage in Deutschland ist die Stadt per Flugzeug, Auto und Zug aus allen Himmelsrichtungen bequem zu erreichen. Neben den infrastrukturellen Voraussetzungen verfügen wir in der Region über die nötige Erfahrung um auch mehrtägige Veranstaltungen mit über 300.000 Besucher*innen reibungslos umzusetzen, wie beispielsweise den Tag der Niedersachsen. Die wichtigsten innerstädtischen Transportmittel sind der Öffentliche Personennahverkehr und das Fahrrad.

Bahnfahren

Hildesheim ist auch auf Schienen international hervorragend zu erreichen. Der erst kürzlich von der Deutschen Bahn mit 9,5 Mio. Euro umgebaute Hauptbahnhof ist IC/ICE-Haltepunkt und direkt mit Städten wie Berlin, Basel, Freiburg, Mannheim, Karlsruhe und Frankfurt am Main (Flughafen) verbunden. Mit nur einem Umstieg sind große Städte aus nahezu dem ganzen Bundesgebiet sowie europäische Städte wie Amsterdam, Paris, Breslau, Posen, Zürich, Bern, Mailand oder Straßburg bequem erreichbar. Mit der S-Bahn und dem erixx besteht

stündlich eine Direktverbindung zum Flughafen Hannover und dem Hauptbahnhof der Landeshauptstadt Hannover.

Die Bahn eignet sich auch bestens als Verkehrsmittel innerhalb des Landkreises Hildesheim mit 18 Stationen und stündlicher Taktung. Darüber hinaus bietet die Bahn eine praktische Verbindung zwischen Hildesheim und dem Mittelgebirge Harz.

Fliegen

Der internationale Flughafen Hannover-Langenhagen liegt etwa 35 Kilometer nordwestlich von Hildesheim und ist der größte Flughafen Niedersachsens. Er ist von Hildesheim aus via Zug, Bus-Shuttle oder Auto in 25 bis 60 Minuten zu erreichen. Mit 6 Mio. Reisenden im Jahr ist er ein wichtiges internationales Drehkreuz.

Der Flughafen wird von ca. 35 Fluggesellschaften angefliegen – darunter u.a. Air France, Lufthansa, British Airways, KLM, SAS, Swiss und Turkish Airlines. Darüber hinaus hat die TUIfly, eine der größten Fluggesellschaften Deutschlands, hier ihren Sitz. Es gibt Direktflüge aus über 80 Städten, überwiegend europäischen Metropolen wie London, Paris, Amsterdam, Moskau, Minsk, Barcelona, Brüssel und Kopenhagen. In den nächsten Jahren wird der Flughafen umfassend umgebaut und das Streckennetz erweitert

Es gibt acht weitere Flughäfen im Umkreis von 280 km: Hamburg, Bremen, Leipzig, Berlin, Paderborn, Kassel, Münster-Osnabrück, Lübeck und Dortmund. Sie alle bieten direkte nationale und internationale Verbindungen.

Mit dem Auto, Überlandbus und Wohnmobil

Hildesheim liegt direkt an der Autobahn A7, der zentralen Nord-Süd-Achse des deutschen Autobahnnetzes und der längsten unterbrechungsfreien Autobahn Europas. Die A7 verbindet Hildesheim direkt mit den skandinavischen Nachbarländern. In 30 Kilometern Entfernung ist mit der A2 auch eine der Hauptautobahnen schnell erreichbar, die den Osten und den Westen des Landes miteinander verbinden. Darüber hinaus liegt Hildesheim an fünf Bundesstraßen und befindet sich im Streckennetz zweier Fernbusanbieter Eurolines und FlixBus. Für weitere Busreiseveranstalter stehen ausreichend Parkplätze zur Verfügung. Wohnmobilist*innen und Camper*innen stehen im Landkreis Hildesheim mehrere Stellplätze in ruhiger und angenehmer Lage zur Verfügung, bis 2025 soll auch in Hildesheim ein ausgestatteter Platz zur Verfügung stehen.

Zu Fuß und mit dem Fahrrad

Der Landkreis Hildesheim ist sehr beliebt, wenn es ums Wandern und Radfahren geht. Neben den regionalen Themenrouten führen durch den Landkreis auch innerdeutsche Wander- und Radfernwege. Auf zahlreichen regionalen Wanderwegen und den prämierten Routen des Ith-Hils-Wanderweges auf dem Europaweg 11 sowie dem Braunschweiger Jakobsweg kann man die Region Hildesheim zu Fuß entdecken. Zu den Radsportmöglichkeiten gehören der Leine-Heide-Radweg und die Kulturroute, die mehrere Landkreise im Umland verbindet. Darüber hinaus gibt es regionale Themen-Radwege und ein Radwegennetz von rund 460 Kilometern.

Auf dem Wasserweg

Sportbootbesitzer*innen können im Hildesheimer Hafen mehrere Liegeplätze anfahren. Ahoi!

F 6.2.3 Wie sieht das Fassungsvermögen der Stadt hinsichtlich der Gästeunterkünfte aus?

Hildesheim liegt zentral und gut erreichbar in einer der bedeutendsten Reiseregionen Niedersachsens. Die Stadt ist von einem Großteil der 454 Beherbergungsbetriebe in der Region innerhalb von 30 bis 60 Minuten erreichbar. Zur Beherbergung von Gästen stehen dementsprechend zusätzlich zur gewerblichen Unterkunftskapazität von 2474 Betten in der Stadt Hildesheim und 5625 Betten im Landkreis die insgesamt 37.129 Betten der Region zur Verfügung. So können Gäste auch zu enormen Stoßzeiten optimal versorgt werden. Landkreis und Stadt verzeichnen in den letzten Jahren jeweils einen bedeutenden Zuwachs an Übernachtungen. Gemeinsam stemmten Landkreis und Stadt im Jahr 2016 insgesamt etwa 2 Mio. Übernachtungen in allen Übernachtungssegmenten (Campingplätze, Privatunterkünfte, individuelle Besuche) – davon 690.000 in gewerblichen

Beherbergungsbetrieben – und konnten zusätzlich 7,8 Mio. Tagesgäste begrüßen. Auf diese Weise schafft der Tourismus 5.500 tourismusinduzierte Beschäftigungsverhältnisse und ist mit 2,6% des Volkseinkommens ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Region. Die Auslastung der gewerblichen Beherbergungsbetriebe liegt bei 31,2%. Die Bettenkapazität der Beherbergungsbetriebe wird daher, unter Berücksichtigung ähnlicher jährlicher Steigerungsraten wie zuletzt, auch im KHS-Jahr 2025 bei einer zusätzlichen – 30% höheren – Nachfrage nicht erschöpft sein.

Darüber hinaus ist geplant, im KHS-Jahr eine Reihe zusätzlicher und eher ungewöhnlicher Übernachtungsmöglichkeiten anzubieten. So sollen sogenannte Sleep-In-Shops – private Immobilien im Innenstadtbereich – zu temporären, erlebnisorientierten Übernachtungsorten umgestaltet werden. Lust auf Laube: Die Möglichkeit in eigens für das Projekt umgestalteten Kleingärten zu übernachten, greift nicht nur ein Charakteristikum einer beliebten deutschen Gartenkultur auf, sondern bietet einen individuellen Einblick in einen von vielen grünen Teilen Hildesheims.

F 6.3 Welche Infrastrukturprojekte (einschließlich Renovierungsprojekte) im Kultur-, Stadt- und Fremdenverkehrssektor plant Ihre Stadt im Zusammenhang mit der Aktion „Kulturhauptstadt Europas“ von jetzt an bis zum Veranstaltungsjahr umzusetzen?

Auf den folgenden Seiten stellen wir eine Auswahl der wichtigsten Projekte im Zusammenhang mit Hi2025 vor. Angesichts der Vielzahl von Infrastrukturprojekten im gesamten Landkreis konzentrieren sich die Informationen über die Region (d.h. über die Stadt Hildesheim hinaus) auf einige zentrale Vorhaben.

Stadt: Kulturelle Infrastruktur	Maßnahmen (z.B. Neubau, Renovierung)	Kostenplanung in Tausend €	Status Zeitraumen
Neue Bühne und Renovierung im Theater für Niedersachsen	Das TfN erhält eine bessere Ausstattung und eine neue, barrierefreie Studio-bühne (s. F 5.1.12).	6.000	Umsetzung 2019
Neues Depot für Roemer- und Pelizaeus-Museum und Stadtarchiv Hildesheim	Die 500.000 Sammlungsobjekte des Roemer- und Pelizaeus-Museums Hildesheim und das Archivmaterial des Stadtarchivs werden in einem neuen Depot sicher gelagert (s. F 5.1.12).	3.010	Umsetzung 2019–2021

Neue Mitte Nordstadt	Das bestehende Familienzentrum wird erweitert: Soziale Begegnungen, interkultureller Austausch und Gesundheit (s. F 5.1.12).	2.111	Umsetzung 2020-2022
Investitionsfonds für kleinere Kultur- und Bildungseinrichtungen	Ein Fonds zur Verbesserung der Infrastruktur kleinerer Kultur- und Bildungseinrichtungen wird den Antragsteller*innen der Stadt Hildesheim zur Verfügung stehen (s. F 5.1.12).	700	geplant 2020-2026
Kultur- und Bildungszentrum	Im Zentrum der Nordstadt werden eine Theaterwerkstatt sowie Büro- und Seminarräume Möglichkeiten der Begegnung und kulturellen Beteiligung bieten; eine Kooperation des Theaterpädagogischen Zentrums und der Lebenshilfe Hildesheim.	Investition Dritter	Umsetzung 2020
Audiotopia	Das Roemer- und Pelizaeus-Museum und die Universität werden ein Forum der Klangwelten schaffen, welches das Weltmusikarchiv und die ethnologischen Sammlungen des Museums vereint. Derzeit wird der Finanzierungsbedarf geklärt.	noch nicht bekannt	In Vorbereitung: 2020-2024
Cultural Hub Neustadt	In der Neustadt, in der Nähe von HAWK und Universität, ist ein Ort der Zusammenarbeit, Professionalisierung und Beratung sowie kreativer Startups geplant. Der Finanzierungsbedarf und mögliche Partnerschaften werden derzeit geklärt.	noch nicht bekannt	In Vorbereitung: 2020-2024

Stadt: Tourismus-Infrastruktur	Maßnahmen (z.B. Neubau, Renovierung)	Kostenplanung in Tausend €	Status Zeiträumen
Wohnmobilstellplatzanlage	Umsetzung eines Stellplatzes für Wohnmobile mit Anbindung an sanitäre Anlagen und touristische Infrastruktur.	600	In Vorbereitung: 2021-2022
Welcome Center	Willkommen in Hildesheim! Im Welcome Center werden Neubürger*innen, Fachkräfte, Studierende und Gäste ausführlich zu Arbeit, Unterkunft, Kulturangebot sowie touristischen Sehenswürdigkeiten in Hildesheim beraten.	570	Umsetzung 2019
Hostel im Stadtteil Ostend	Im neu erbauten Ostendquartier wird eine Kombination aus Hostel, Bistro, Treffpunkt und Inklusionseinrichtung eröffnet. Besonderheit: „Vertical gardening“ an der Außenfassade.	Drittpartei Investition	In Vorbereitung: 2020

Stadt: Stadtentwicklung und Mobilitätsinfrastruktur	Maßnahmen (z.B. Neubau, Renovierung)	Kostenplanung in Tausend €	Status Zeitraumen
Zukunft Stadtgrün: Hohnsensee und Wallanlagen	Die historischen Wallanlagen werden optisch wieder miteinander verbunden, dabei werden kompositorische Verbindungslinien zu den UNESCO-Weltkulturerbestätten gezogen. Die Grünflächen werden zu nutzbaren Freiräumen für alle Generationen weiterentwickelt, die auch kulturellen Nutzungen viele Anknüpfungspunkte bieten.	4.000	Umsetzung: 2019–2024
Quartiersentwicklung Neustadt	Die studentisch geprägte Hildesheimer Neustadt wird modernisiert und weiterentwickelt: Mit der Sanierung eines zentralen Platzes sowie dem Aufbau eines Cultural Hub kann die Neustadt ein lebendiges, kreatives Viertel werden – und damit ein Modellquartier für Stadtentwicklung durch Kultur.	6.000	geplant 2020–2028
Quartiersentwicklung Nördliche Nordstadt	Die Hildesheimer Nordstadt und ihre öffentlichen Räume werden weiterentwickelt. Eine intensive Einbeziehung der Anwohner*innen stellt sicher, dass die Umgestaltung zu Integration und Lebensqualität im Quartier beiträgt. Ergänzt wird dieses Stadtentwicklungsprojekt durch weitere Projekte, z.B. das Zentrum für Kultur und Bildung und das Neue Zentrum Nordstadt. So kann die Hildesheimer Nordstadt sich zu einem Quartier der kulturellen Teilhabe entwickeln.	5.200	Umsetzung 2019–2023
Zukunftssichere Verkehrsinfrastruktur	Klimaschutz, Lärmschutz und Luftreinhaltung sind dringend geboten, deshalb wird die Verkehrsinfrastruktur von Hildesheim auf allen Ebenen verbessert: ein integriertes Verkehrsentwicklungskonzept, eine „Fahrradpolitik“, ein „Green City Plan“, die Modernisierung von Stadtbussen, ein neuer S-Bahnhof sowie ein digitales Verkehrsmanagement.	11.700	Umsetzung: 2019–2025

Region: Kulturelle Infrastruktur	Maßnahmen (z.B. Neubau, Renovierung)	Kostenplanung in Tausend €	Status Zeitraumen
Soziokulturelles Zentrum im alten Salinenhaus Bad Salzdetfurth	Das alte Salzhausgebäude wird zu einem soziokulturellen Lebens- und Begegnungszentrum mit Museum umgebaut (s. F 5.1.12).	4.753	geplant 2020
Neue Duinger Mitte	Im Zentrum von Duingen entsteht ein multifunktionales, generationenübergreifendes soziokulturelles Zentrum mit einem neu gestalteten, barrierefreien Töpfermuseum (s. F 5.1.12).	900	geplant 2020
Neue oder komplett renovierte Veranstaltungsräume	Es entstehen Räume für Kultur, Vereine und die Feuerwehr in Harsum, Borsum, Derneburg und Sillium (s. F 5.1.12).	1.955	geplant 2019ff.
Heimattube Sibbesse	Im alten Rathaus wird die neu gestaltete Heimattube zu einem Bildungsort. Schwerpunkt: Nachhaltigkeit und Upcycling (s. F 5.1.12).	250	geplant 2020–2021
Sanierung der Pyramide Derneburg	Das Pyramidenmausoleum der Familie zu Münster am historisch-kulturellen Wanderweg von Georg Ludwig Friedrich Laves wird saniert.	700	In Vorbereitung 2020–2021

DOUGLAS ADAMS, TIMO AHLERS, BERNHARD ALBRECHT, ANDREAS AMFT, ANDREA ANDERS, DORIS ANSELM, JOCHEN ARNOLD, ANABEL ASELMAYER, HELMUT ABMANN, FRANK AURACHER, SASCHA BAHLS, THOMAS BARTELS, LUKAS BAUMESTER, DANIEL BAUMESTER, MAIKE BECKER, TERESA BECKER, ROLF BEHME, DOMINIK BEHRENS, ANDREAS BENTRUP, HORST BERGER, MARC BERTRAM, BERND BEUSHAUSEN, REINALD BEVER, ANDREA BEYES, JORG BIETHAN, WOLFGANG BIRKENBUSCH, HELMUT BLECKWENN, PETER BLOCK, RAINER BLOCK, BORIS BÖCKER, VOLKER BÖCKMANN, JÜRGEN BÖHNKE, UWE BOSCHHEIDE, MICHAEL BOSSE-ARBOGAST, DILEK BOYU, DIRK BRALL, MICHÈLE BRAND, KERSTIN BRAND, JESSICA BRANDES, UWE BRENNECKE, HEIKE BRENNECKE, BERNHARD BRINKMANN, HEIDRUN BRÖMER, SANDRA BROUER, JAN (LITO) BÜRMANN, HANS BUROSE, MEHMET ÇETIK, ELSE CHRISTENSEN-REDŽEPOVIĆ, BERNWARD CLOTH, CARL-JÜRGEN CONRAD, SÖNKE DEITLAFF, FRANK DENECKE, HENNING DENEKE-JÖHRENS, KARIN DERA, BIRGIT DIECKHOFF-HÜBINGER, MARION DOBIAS, CHRISTOPH DONNER, ANDREA DÖRING, CAROLINE DRECHSEL, SVENJA DRESCHER, WOLFGANG DRESSLER, TILO EICHHOFF, GERDA EICKMAN, ALINE FAAB, ULLA FAGE, LUZIE FLEIGE, IRENE FREYER, KAI FREYNHAGEN, JOHANNES FROMME, CLAUDIA FROST, MICHAEL FUHR, FRANCESCA FUHRMANN, DANIEL GAD, JÖRG GADE, MARTIN GANZKOW, SYLVIA GARTNER, JULIA GEBHARDT, MARIE GEDICKE, HORST GELDMACHER, ANNE-KATRIN GENDOLLA, KONSTANTIN GERBRICH, CLEMENS GERHARDY, RAINER GERKING, JOANA GIERGA-DETTMER, SEBASTIAN GILLNER, SHANTA GLASER, KAI GLÄß, HILKO GATZ(VERMUTLICH GATZ, KULTURIUM), FABIENNE GOHRES, ANJA GRAF, OLIVER GRAF, MICHAEL GRAJETZKY, STEFAN GRAMPE, KIRSTEN GRETEN, KAI GRETEN, CAROLIN GRIMM, DOMINIK GROENEN, MICHAELA GRÖN, LUZI GROSS, BENJAMIN GROSS, WULF GRUBE, BJORN GRYSCHKA, GERD GÜNTER, JASMINA HADŽIAHMETOVIĆ, HARTMUT HÄGER, ANDREAS HAHNE, GÜNTER HALEX, ANDY HALL, CHRISTINE HALL, JOHANNA HANK, MANFRED HANSCH, BRIGITTE HANSEN-FLEGEL, VOLKER HANUSCHKE, DETLEF HARTMANN, ULF HARZ, SASKIA HEBERT, HANS-JÜRGEN HEBNER, DERYA HEIDELBERG, ALMUT HEIMANN, WILFRIED HEIMANN, WOLFGANG HEIMANN, LORENZ HEIMBRECHT, ANDREA HEINEKE, MARTINA HEINEMEYER, CLAUS-ULRICH HEINKE, CLAUDIA HENNIES, DIETMAR HERBST, EIKE HILLEBRECHT, FILIP HILLMANN GONCALVES, BERND HILLRINGHAUS, ANKE HOEFER, ALENA HOEPPNER, COSIMA HOFACKER, HARALD HOFFMAN, CLAUDIA HÖHL, JAN-CEDRIC HOLME, PIA-MARIE HOLSTEIN, SANDRA HOLZINGER, MARCUS HÖLZLER, ECKHARD HOMEISTER, LAURA HOPMANN, MANUELA HÖRR, KLAUS HUCHTHAUSEN, MARC HUDY, ANDREAS HUMBERT, ILSE HURNAUS, JANET HURST-DITTRICH, RENÉ HUßNÄTTER, ALEXANDER HUSZAR, AÍMAN ISMAIL, ROLF JAKOBS, MATTHIAS JUNG, HANS ULLRICH KAETHER, LEONIE KAETHER, JONATHAN KAETHER, KATRIN KATHOLNIGG, HANNAH KATTNER, MATTHIAS KAUFMANN, BERND KAUFMANN, MARTIN KAUNE, JANA KEGLER, HARTWIG KEMMERER, MICHAEL KEMNAH, PHILIPPE KERN, JOSEF KHAYNI, BAHAREH KHOSRAVAN, LUIS KLAGES, MARIE KLEINE, ANNA-LENA KLENSANG, FRIEDRICH KLINGEBERG, JOSHUA KOCH, JO KÖHLER, YANNIK KOLMER, SYLVIA KÖNEKE, KRISTINA KÖNIG, HERMANN KÖNNECKER, STEFAN KÖNNEKE, FRIEDRIKE KÖNNEKER, CHRISTIAN KÖPPER, UTZ KÖSTER, BARBARA KOTTE, MICHAEL KRANIXFELD, STEFAN KRANKENHAGEN, WERNER KRAUSE, BIRGIT KRAUß, ANDREAS KREICHEL, MARCEL KREIPE, SABINE KRENDING, MILAD KRET, OLAF KRÖCK, MARTINA KROH, JOACHIM KRONE, KONRAD KRÜGER, STEFAN KÜHN, ANTJE KUHNE, CHRISTINE KUNDOLF-KÖHLER, MARTIN KÜSTER, LUKAS KWASNY, NINA LAJCSAK, KATHARINA LANDWEHR, JULIUS LANGE, KARSTEN LANGE, RICARDO LAUBINGER, FRANZISKA LENFERINK, PHILIP LENTZ, KATRIN LEPA, OLAF LEVONEN, STEFAN LINDINGER, BRITTA LINDNER, ANJA LINZ, MARCEL LITFIN, REINER LOCKHAUSEN, UTA LORENZ, ANNA-LENA LORENZ, KATRIN LÖWENSPRUNG, HANS-DIETER LUBRICH, ANDREAS LÜCKE, JUSTUS LÜDER, LEONIE LÜDER, GERALD LUDWIG, SUSANNE LUGE, EVA LUTZE-SIPPACH, JENS MAHNKEN, STEFAN MAHR, BIRGIT MANDEL, SÖREN MARX, JÖRG MASCHKE, DETLEF MAX, ANETTE MENGENSEN, RAINER MERTENS, LARS MEYER, RAFAEL MEYER, JOHANNES MEYER, HELGE MIETHE, WOLFGANG MOEGERLE, THEO MÖLLER, EVA MÖLLRING, JULIA MORAS, JASPER MOSLEIN, IRMTRAUD MUNDHENKE, THOMA MUNECKE, DENNIS MÜNTER, HANNES NAGEL, MARCEL-ANDRÉ NAVE, KORNELIA NETENJAKOB, FRANK NEUMANN, BRITTA NICKEL-UHE, ANDREA NICKLISCH, UDO NIEMANN, KAI NIEMETZ, GERHARD NIEMSCH, CAROLA NITSCHKE, WALTER JOHANNES KARL NOTHDURFT, LEIF OBORNIK, HENRIK OEHLMANN, THOMAS OELKER, MANFRED OSTWALD, CORNELIA OTT, FELIX OVERBECK, MARTINA PALINKAS, NORBERT PALLENTIN, SARAH PATZAK, RENATE PAULUSCHKE, ANNETTE PEHNT, MIRKO PEISERT, GREGOR PELLACINI, INGO PELTZER, OLEG PESOCHYN, THOMAS PETER, ALEXANDER PETERS, ROLF PFEIFFER, HOLGER PIEPER, RENATE PISCHKY-WINKLER, NICOLE POHNERT, PATRICK PRAUSE, STEPHAN PTAK, MICHAEL PTOK, PATRICK PÜTZ, GODELIEVE QUISTHOUDT-ROWOHL, JULIEN RATHJE, CHARLOTTE RAUTH, GITTA RECKZEH, ALBERT REHSE, ASTRID REIBSTEIN, HARTMUT REICHARDT, MAXIMILIAN REINIGER, SARA REINKE, RÜDIGER REST, RICHARD BRUNS, THOMAS RICHTER, VERONIKA RIEPL-BAUER, UWE RITTGERODT, MARK ROBERTS, ROCHUS SOUAN, BERNHARD RÖMER, OLIVER RÖSNER, DANIELA RUMP, SVEN SALZER, MUSTAFA SANCAR, JASPER SANDVOSS, RÜDIGER SAREIKA, ANDREA SATLI, THOMAS SATZKY, MICHAEL SAUER, JOANA SCHANZE, HANS-GÜNTHER SCHARF, THOMAS SCHARF-WREDE, ANNA-MAGDALENA SCHINDLER, MARTINA SCHINDLER, JÜRGEN SCHLOTE, HEIKE SCHMIDT, LARS SCHMIDT, PAUL SCHMIDT, THOMAS SCHMIDT, KIRSTIN SCHMIDT-WACHOWSKI, KLAUS SCHMITZ, JULIANA SCHNEIDER, THOMAS SCHODDER, KATJA SCHONER, INGO SCHÖNFUß, MARION SCHORRLEPP, LUCY SCHREIBER, MARTIN SCHREINER, ADALBERT SCHROETER, REGINE SCHULZ, LYDIAH SCHULZ-SYMON, KRISTIN SCHÜNEMANN, REINGARD SCHUSSER, MONIKA SCHUSTER, WOLFGANG SEIFFERT, BERNDT SEILER, LINA SHARIFI, NINA SICKFELD, NICOLE SIEMENS, UTE SINCLAIR, MANUEL SMUKAL, STEVEN SOLBRIG, RENÉ SOWADA, MALTE SPITZER, SEBASTIAN STANITZOK, MICHAEL STANISCH, HILKE STEEVENS, JULIANE STEINMANN, MARION STELZNER, SIGGI STERN, BRUNHILDE STÖTER, HEIZ-JOACHIM STÖTER, WERNER STRÖER, HEIKO STUMPE, INA SURAY, PHILIPP THALMANN, CLAUDIA THALMANN, STEPHAN THEUER, STEFAN THIEMT, TONI THOLEN, UWE THOMA, RITA THÖNELT, MARTIN THUMM, KERSTIN THÜRNUAU, MARION TIEDE, RENATE TIPPE, RICK TOWLE, RHABEA TROJAK, STEFAN TSCHIERSCHE, EMIN TUNCAY, JÜRGEN TWARDZIK, KIM-DENISE UHE, MATTHIAS ULLRICH, ANNETTE ULRICH, FOLDEN REHDER VIBEKE, THOMAS VIEZENS, WOLFGANG VOGES, BEN VOGL, BIRGIT VON CRAMM, LASSE VON RAISON, ROSA WAGNER-KRÖGER, CHRISTOF WAHLEFELD, CLAUDIA WALLBAUM, REINHARDT WALPRECHT, NORBERT WASSERFURTH, URSULA WEDIG, REINER WEGNER, KURT WEIDT, MIRCO WEIß, EDGAR WENDT, JÜRGEN WENTE, MINE WENZEL, MILANO WERNER, ANGELA WEYER, BARBARA WIEDEMANN, KLAUS WILHELM, DIRK WILKENING, TINA WINKEL, EVELIN WIßMANN, AXEL WITTE, VOLKER WITTECZEK, FOLKE WITTEN-NIERADE, JULIA WITTKER, FRANK WODSACK, MARCEL WOJESCHIKOWSKI, SONJA WUTKE, SABINE ZIMMERMANN, JÜRGEN ZINKE, HERMANN ZUSKE UND NATÜRLICH ALLE, DIE WIR VIELLEICHT VERGESSEN HABEN.

IMPRESSUM DES ENGLISCHEN ORIGINAL-BIDBOOKS

BEWERBUNG

Stadt Hildesheim, Dr. Ingo Meyer

CHEFREDAKTION

Thomas Harling, Lene Wagner

REDAKTION

Ulf Behnel, Elisabeth Böhnlein, Mareike Knobloch, Maïke Leibfried,
Anke Persson, Folke Witten-Nierade

UNTERSTÜTZUNG

Max Balzer, Lars Hadel, Birgit Krauß, Lisa Modrakowski, Matti Müller,
Amke Wollers, Wiebke Wrede-Olberg, Sabine Zimmermann

ROSA-FADEN TEXT

Doris Anselm

ÜBERSETZUNG INS ENGLISCHE

Martina Hoppe

LEKTORAT

Manuel Greiner

ABSCHLIESSENDE TEXTREDAKTION

Ric Giner

BUCHDESIGN

HAWK, Fakultät für Design, Redaktionelles Design Team:
Dominika Hasse (Art Direction), Anna-Lena Schotge (Design Konzept),
Tatjana Rabe, Anna-Lena Schotge, Sophie Stillig, Timo Strüber.
(Realisierung und Produktion im Projectlab HAWK, Fakultät für Design)

BUCHDRUCK

Gutenberg Beuys Feindruckerei GmbH

ERSTE AUSGABE

Hildesheim, September 2019
300 Stück/100 Stück Sonderedition: Martin Brandes, Dag Reulecke
(Laserbearbeitung im Colourlab HAWK, Fakultät für Design)

IMPRESSUM DER DEUTSCHEN FASSUNG

REDAKTION

Elisabeth Böhnlein, Thomas Harling (verantw.), Koko Lana Hörr, Lene Wagner (verantw.)

LEKTORAT

Max Balzer, Koko Lana Hörr, Astrid Reibstein

BUCHDESIGN

Caroline Drechsel, Koko Lana Hörr

HERAUSGEBERIN

Stadt Hildesheim – Der Oberbürgermeister