

Öffentliche Bekanntmachung

- Sitzung des Kultur-, Tourismus- und Weltkulturerbeausschusses
- am Mittwoch, den 07.08.2019 um 17:00 Uhr
- im Großen Sitzungssaal im Rathaus der Stadt Alfeld (Leine), Marktplatz 1, 31061 Alfeld (Leine),

Tagesordnung:

- 1 Eröffnung der Sitzung; Feststellung der ordnungsgemäßen Einberufung und der Beschlussfähigkeit des Kultur-, Tourismus- und Weltkulturerbeausschusses sowie der Tagesordnung
- 2 Genehmigung des Protokolls über die Sitzung des Kultur-, Tourismus- und Weltkulturerbeausschusses am 16.05.2019
- 3 Förmliche Verpflichtung und Pflichtenbelehrung der Bürgerdeputierten Frau Fabienne Gohres
- 4 Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025;
Vorlage: 268/XVIII
- 5 Mitteilungen der Verwaltung
- 6 Anfragen



Amt: Bürgermeister
AZ: BGM

Vorlage Nr. 268/XVIII

Beschlussvorlage	Gleichstellungsbeauftragte
öffentlich	<input checked="" type="checkbox"/> beteiligt <input type="checkbox"/> nicht beteiligt

Beratungsfolge	Termin
Kultur-, Tourismus- und Weltkulturerbeausschuss	07.08.2019
Verwaltungsausschuss	20.08.2019
Rat der Stadt Alfeld (Leine)	22.08.2019

Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025

1 Hintergrund

Die Stadt Hildesheim, der Landkreis und die weiteren 17 Kommunen im Landkreis Hildesheim haben sich gemeinsam ins Rennen um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ begeben; ein ambitioniertes Vorhaben und ein Bekenntnis dazu, das beachtliche kulturelle Potenzial der Region weiterzuentwickeln und für eine nachhaltige Regionalentwicklung zu erschließen.

Nachdem die Idee maßgeblich in der Hildesheimer Bürgerschaft entstanden ist und vom eigens gegründeten Freundeskreis 2025 der Kulturregion Hildesheim e.V. (im Folgenden Freundeskreis) vorangetrieben wurde, beauftragte der Rat der Stadt Hildesheim die Verwaltung mit Beschluss vom 03.04.2017 (Vorlage 17/106-1), unter Einbindung des Landkreises und weiterer Partnerinnen und Partner ein begründetes, nachhaltiges Bewerbungskonzept vorzubereiten, das

- die Bestandsaufnahme, Entwicklung und Beteiligung der Kultur- und Bildungseinrichtungen, inklusive der Freien Kulturszene, berücksichtigt,
- die vorhandenen stadtteil- und regionalbezogenen, inklusiven, sozialen und soziokulturellen Angebote im Konzept erfasst, stärkt und ausbaut,
- die Erstellung eines verbindlichen, regionalen Kulturentwicklungsplanes für Stadt und ggf. Landkreis, der als wesentliches Element nachhaltige Ergebnisse über 2025 hinaus beinhaltet und sichert und
- die Finanzierung transparent darstellt.

Umfassende Informationen zum Projekt „Kulturhauptstadt Europas 2025“, dem Ausschreibungsverfahren und der Genese der Hildesheimer Bewerbungsidee enthält die Vorlage 17/053.

Am 01. März 2018 schlossen 17 Landkreiskommunen und die Stadt Hildesheim gemeinsam

mit dem Landkreis Hildesheim eine „Interkommunale Vereinbarung zur Zusammenarbeit im Bereich Kultur“ (IKV). Als gemeinsames Ziel nennt die Vereinbarung die umfassende Stärkung der regionalen Kulturlandschaft und eine nachhaltige, gleichberechtigte Teilhabe der gesamten Bevölkerung am breiten Spektrum von Kultur und Bildung in der Region Hildesheim sowie die Vorbereitung der Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025. Auch die Gemeinde Söhlde fasste Anfang 2019 den Beschluss, der Vereinbarung nachträglich beizutreten.

Das Budget für die Jahre 2018 bis 2019 betrug durchschnittlich jährlich rund 340.000,00 Euro, von denen die Stadt Hildesheim je 100.000,00 Euro inklusive einer Personalstelle zur Verfügung stellte, der Landkreis Hildesheim ebenfalls je 100.000,00 Euro und die Landkreiskommunen jährlich rund 53.000,00 Euro. Für die Restsumme konnten mit Hilfe des Freundeskreises zahlreiche Sponsorinnen und Sponsoren gewonnen werden (siehe 2.2.4). Überdies beteiligte sich das Bistum Hildesheim, indem eine halbe Personalstelle für die Leitung des Projektbüros KULTURHAUPTSTADT Hi2025 (im Folgenden Projektbüro) zur Verfügung gestellt wurde.

Anfang November 2017 nahm das Projektbüro seine Arbeit auf, ab Mai 2018 in eigenen, von drei Studierenden des Fachbereichs Gestaltung der HAWK individuell umgestalteten Räumlichkeiten eines leerstehenden Ladenlokals in der Bernwardstraße 32 inmitten der Fußgängerzone von Hildesheim.

In der Folge entwickelte das Projektbüro, mit Unterstützung des Freundeskreises, der Kulturbüros von Stadt und Landkreis, der Stadtverwaltung, der Hochschulen, Hildesheim Marketing GmbH, der HI-REG Wirtschaftsförderungsgesellschaft Hildesheim Region mbH (im Folgenden HI-REG) sowie zahlreicher weiterer Partnerinnen und Partner und unter Einbindung der Kulturszene, Zivilgesellschaft und Bürgerinnen und Bürgern innerhalb von ca. eineinhalb Jahren das vorliegende Bewerbungskonzept.

2 Der Bewerbungsprozess

2.1 Organisationsstruktur

Die Interkommunale Vereinbarung zur Zusammenarbeit im Bereich Kultur regelt die Organisationsstruktur des Bewerbungsverfahrens. Während dem Projektbüro die Steuerung des gesamten Prozesses obliegt, wurde eine Lenkungsgruppe aus Vertreterinnen und Vertretern unterschiedlicher Institutionen, Bildungseinrichtungen und Unternehmen eingerichtet, der Oberbürgermeister, Landrat sowie der Sprecher der kreisangehörigen Kommunen vorsitzen. Weiterhin erfolgt regelmäßig eine Berichterstattung an die Bürgermeisterinnen und Bürgermeister im Landkreis.

2.2 Bisherige Aktivitäten im Bewerbungsprozess

2.2.1 Einbindung der Bevölkerung

Ein wichtiger Bestandteil des Bewerbungsprozesses ist es, Anliegen und Ziele der Bewerbung den Bürgerinnen und Bürgern der Region bekanntzumachen und auch deren Ideen und Impulse zu berücksichtigen. Das Projektbüro führte hierzu diverse, teils partizipative Kampagnen (u.a. „DAS NENN' ICH KULTUR“ und „Jenseits der Angst“ in Zusammenarbeit mit der HAWK) sowie Veranstaltungen (z.B. „Pecha-Kucha-Night Vol. 1 - Europageschichten aus Hildesheim“) durch. Bei der „Tour de Landkreis“, die in Kooperation mit dem KreisSportBund Hildesheim stattfand, wurde ein Großteil des Landkreises in 20 Stunden und 25 Minuten läuferisch, auf dem Fahrrad, Mofa oder Pferd erschlossen. Nach einem Aufruf des Freundeskreises beteiligten sich außerdem mehr als 2025 Schülerinnen und Schüler am

Plakatwettbewerb „DAS NENN' ICH EUROPA". Und unter dem Titel „DAS NENN' ICH HEILIG" fand im vollbesetzten Audimax der Universität Hildesheim eine Podiumsdiskussion mit Vertreterinnen und Vertretern unterschiedlicher Religionen zu einem der für die Bewerbung relevanten Themenfelder „Bekenntnisse" statt. Dass die Bewerbung Begeisterung zu wecken und Kräfte zu bündeln vermag, wurde u.a. dadurch deutlich, dass ganz unabhängig vom Projektbüro zahlreiche Ideen und Aktionen entstanden, beispielsweise die „Hildes-Hymne", ein Kooperationsprojekt der Musikschule Hildesheim und dem Gymnasium Andreanum, oder die Aktion „Kießling&Kafka machen Kulturhauptstadt — eine musikalische ImproComedy" im TfN.

2.2.2 Inhaltliche Vorbereitung der Bewerbung

Die inhaltliche Vorbereitung der Bewerbung fand unter Einbindung von Bürgerinnen und Bürgern sowie einer breiten Fachöffentlichkeit statt. Um die in der Region virulenten Themen zu berücksichtigen, besuchte das Projektbüro alle Städte und Gemeinden im Landkreis. In zahlreichen Fachgesprächen und Arbeitsgruppen wurden die Themensammlungen geschärft und in erste Projektideen überführt.

Auch hier war zu beobachten, dass die Bewerbung Prozesse in Gang setzen und zu Projekten inspirieren kann, so zum Beispiel die Befragung „Alfeld fragt Alfeld" als Beitrag zur lokalen Kulturentwicklung, die erste Jugendkonferenz im Landkreis Hildesheim, der sogenannte „Wirtschaftsgipfel" in Sarstedt oder auch die Exkursion in die Kulturhauptstadt Europas 2018 Leeuwarden, bei der die freie Kulturszene gemeinsam mit dem Freundeskreis auf Entdeckertour ging.

Besonders hervorzuheben ist auch hier das überragende Engagement des Freundeskreises sowie die Kooperationen mit dem IQ-Interessengemeinschaft Kultur Hildesheim und dem Netzwerk Kultur und Heimat, die die inhaltliche Arbeit in besonderem Maße unterstützt und vorangebracht haben, sowie mit der HI-REG, die gemeinsam mit dem Projektbüro eine große Diskussionsveranstaltung zur Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas durchführte. Seit August 2018 erhält das Projektteam Unterstützung von einer dänischen Kulturhauptstadt-Expertin, die in regelmäßigen Abständen zum Verfahren berät. Auch wurde ein Beratungsgremium aus neun Expertinnen und Experten aus Stadt und Landkreis sowie internationalen Künstlerinnen und Künstlern gegründet, die das Projektteam bei der Konzeption und Ausarbeitung des künstlerischen Konzepts unterstützten.

In einem offenen „Call for Ideas" wurden Projektideen aus der gesamten Kulturszene gesammelt. Zahlreiche dieser Ideen wurden aufgegriffen und fanden — zu größeren Projektclustern zusammengestellt — Eingang in das künstlerische Konzept der Bewerbung. Darüber hinaus wurden zahlreiche Gespräche geführt, die in Projektideen und mögliche Kulturhauptstadt-Partnerschaften mündeten, z.B. mit den Hochschulen, dem Management des UNESCO Welterbes Fagus-Werk in Alfeld oder der Hall Art Foundation in Derneburg.

Für die Erarbeitung der Inhalte waren neben dem Projektbüro zahlreiche weitere Partnerinnen und Partner und Fachbereiche der Stadt Hildesheim eingebunden, allen voran die Stabsstelle Kultur und Stiftungen sowie der Fachbereich Finanzen/Zentrales Controlling und das Beteiligungsmanagement der Stadt, das Kulturbüro des Landkreises sowie Hildesheim Marketing.

2.2.3 Entwicklung einer kulturellen Langzeitstrategie

Für die Entscheidung, ob eine Bewerberstadt bzw. -region in die zweite und finale Auswahlrunde und damit auf die sog. Shortlist kommt, sind das Vorhandensein und die Qualität einer kulturellen Langzeitstrategie von zentraler Bedeutung. Dabei ist wichtiger, dass ein strate-

gischer Entwicklungsprozess angestoßen ist, als dass die Strategie beschlossen wurde. Für die Endauswahl ist eine politisch beschlossene Kulturstrategie dann zwingende Voraussetzung. Die Europäische Union möchte hiermit sicherstellen, dass der Bewerbung ein langfristiges Konzept und ein Bekenntnis zur Kultur zugrunde liegen. Unter Federführung der Stabsstelle Kultur und Stiftungen entwickelte die Stadt Hildesheim unter breiter Beteiligung der Kulturszene die Kulturstrategie Hildesheim 2030 (vgl. Vorlage 19/165), während im Landkreis derzeit ein Regionales Entwicklungskonzept und ein Konzept für die touristische Entwicklung entstehen.

2.2.4 Sponsoring

Dank des großen Engagements und der erfolgreichen Akquise des Freundeskreises unterstützen die Bewerbung finanziell mehr als 25 Unternehmen und Institutionen aus der Region, die offiziell als „KULTURBEREITER/INNEN“ bezeichnet werden. Für das Jahr 2018 wurden insgesamt 84.100,00 Euro in die Bewerbung investiert, für das Jahr 2019 sind bereits 87.100,00 Euro vertraglich zugesichert.

2.3 Weiterer Ablauf des Bewerbungsverfahrens

Auf der Grundlage der Ausschreibung zur Aktion Kulturhauptstadt Europas (vgl. Vorlage 17/053) und des vorliegenden Bewerbungskonzepts wird die Stadt Hildesheim als sogenannte „Lead City“ die Bewerbungsschrift um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025, das sogenannte Bid Book, bei der nationalen „Managing Authority“, der Kulturstiftung der Länder, einreichen. Das weitere Bewerbungsverfahren läuft wie folgt ab:

bis 31.08.2019	Absichtserklärung zur Einreichung einer Bewerbung
bis 30.09.2019	Einsendung des Bewerbungsdokuments „Bid Book“ in digitaler und gedruckter Form
10.-12.12.2019	Präsentation der Bewerbung vor der zwölfköpfigen europäischen Jury in Berlin
voraussichtlich Ende 2019 <i>im Falle des Shortlistings:</i>	Verkündung der Shortlist und Empfehlungen der Jury
Juli 2020	Frist für die Überarbeitung der Bewerbungsunterlagen
voraussichtlich Sommer 2020	Besuch einer Delegation der europäischen Jury in Hildesheim
September/Oktober 2020	Entscheidung der Jury und Bekanntgabe der deutschen Kulturhauptstadt 2025

2.4 Kosten und Finanzierung des weiteren Bewerbungsverfahrens

Sollte Hildesheim auf die Shortlist der deutschen Bewerberstädte gelangen, bedeutet dies für die nur neun Monate umfassende, aber intensive zweite Bewerbungsphase einen erheblichen Aufwand. Im Wesentlichen gilt es, die Bewerbungsschrift zu überarbeiten und die Umsetzung des Veranstaltungsjahres zu konkretisieren. Zahlreiche Inhalte müssen neu erarbeitet werden; zentrale Teile der ersten Version, insbesondere das künstlerische und kulturelle Konzept und die Programmpunkte müssen konkretisiert werden. Aus den bereits differenzierten Projektideen der ersten Runde müssen Veranstaltungsplanungen mit konkreten Orten, Zeiten, Namen von Mitwirkenden und Kooperationspartnerinnen und -partnern sowie Kostenschätzungen entstehen. Weiterhin gilt es, einen eintägigen Besuch der europäischen Jury in der Stadt zu planen und durchzuführen.

Der Zeitfaktor ist dabei von erheblicher Bedeutung. Denn abzüglich der Zeiten für die Produktion des Buches mit Layout, Übersetzung etc. bleiben nur ca. 4 bis 5 Monate. Das Büro muss nicht nur erhalten, sondern parallel ausgebaut werden. Es sind mindestens noch zwei Vollzeitstellen zu besetzen: eine Künstlerische Leitung sowie eine Projektmanagerin bzw. ein

Projektmanager für den Bereich Internationales. Die Arbeit in Arbeitsgruppen und Gremien sowie an den kulturellen Langzeitstrategien gehen unter Zeitdruck weiter.

Durch zusätzliches Personal und andere, notwendige Aufwendungen (u.a. vermehrte Teilnahme an Konferenzen, Vorbereitung der Evaluation, europäisches Networking, höherer Beratungsbedarf in der zweiten Auswahlrunde, Finanzierung des Jurybesuchs in Hildesheim) werden insgesamt höhere Ausgaben entstehen. Für den Fall, dass Hildesheim in die „zweite Runde“ kommt, ist für das Jahr 2020 im Vergleich jeweils zu den Jahren 2018 und 2019 von Mehraufwendungen in Höhe von ca. 110.000,00 Euro auszugehen.

Zur Finanzierung müssten Stadt Hildesheim, Landkreis Hildesheim und die restlichen Landkreiskommunen ihre Interkommunale Vereinbarung verlängern und die dort vereinbarten Beiträge wie folgt erhöhen:

- Stadt und Landkreis Hildesheim von je 100.000,00 Euro auf 130.000,00 Euro (entspricht für die Stadt Hildesheim ca. 1,30 Euro pro Einwohnerin bzw. Einwohner),
- die restlichen Landkreiskommunen von 0,30 Euro pro Einwohnerin bzw. Einwohner auf 0,60 Euro;
- das entspricht im Vergleich zu 2019 erhöhten Mitteln um 110.000,00 Euro.

	2019		2020	
	pro Einwohner/in ca.	Betrag	pro Einwohner/in ca.	Betrag
Stadt Hildesheim	1,00 €	100.000 €	1,30 €	130.000 €
Landkreis Hildesheim		100.000 €		130.000 €
restl. Landkreiskommunen	0,30 €	53.000 €	0,60 €	106.000 €
Sponsoring		87.000 €		84.000 €
GESAMT		340.000 €		450.000 €

Konsequenzen im Falle des Ausscheidens

Voraussichtlich werden neben Hildesheim sieben weitere deutsche Städte Bewerbungen einreichen, namentlich Nürnberg, Hannover, Gera, Magdeburg, Zittau, Dresden und Chemnitz (übrigens: Die meisten von ihnen planen, ihr Umland einzubeziehen; ob jedoch wie im Falle Hildesheims eine konsequent regionale Bewerbung abgegeben wird, ist unklar). Im Verlauf des Bewerbungsprozesses besteht an zwei Punkten die Möglichkeit auszuschneiden. Sollte Hildesheims Bewerbung nicht für die Shortlist ausgewählt werden, wäre die Stadt zum 01.01.2020 ausgeschieden. Sollte sie zwar auf die Shortlist kommen, nicht jedoch zur Kulturhauptstadt gewählt werden, wäre sie Ende 2020 ausgeschieden.

Gerade um vom Bewerbungsprozess auch in diesem Fall zu profitieren, muss gewährleistet sein, dass die Errungenschaften aus dem Prozess nachhaltig gesichert werden. Die wichtigste Grundlage hierzu bilden die Kulturstrategie der Stadt und das derzeit in Entwicklung befindliche Regionale Entwicklungskonzept. Hier sind die zentralen Themen und Ziele der Kulturhauptstadtbewerbung mit Blick auf langfristige Entwicklungen festgeschrieben. Aber

gerade die intensive regionale Zusammenarbeit und geteilte Ambition zur Entwicklung der gesamten Region sollte nach Möglichkeit erhalten bleiben und eine sichtbare Verankerung finden. Dies könnte beispielsweise dadurch Ausdruck bekommen, dass für einige der geplanten Projekte und Vorhaben eine alternative Finanzierung und Umsetzungsplanung entwickelt werden.

Laut politischem Beschluss der Stadt Hildesheim (Vorlage 18/425, Änderungsliste Ziff. XI) soll der Betrag, der in den Jahren 2018 und 2019 für die Kulturhauptstadtbewerbung zur Verfügung stand, auch in Zukunft für den Kulturbereich bereitgestellt werden. Gemeinsam mit dem Landkreis und den übrigen Landkreiskommunen sollte frühzeitig eine

Meinungsbildung erfolgen, ob und inwiefern die Zusammenarbeit auch im Falle des Ausscheidens weitergeführt wird, um das bisher Erreichte nachhaltig zu sichern.

3 Hildesheims Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025

3.1 Ziele

Die Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas 2025 ist kein finanzielles Vabanque-Spiel, sondern dient der nachhaltigen und langfristigen finanziellen Konsolidierung und der Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Region. Ausgehend von der Erkenntnis, dass Kultur und Kunst gerade in der Provinz und in ländlichen Räumen eine Schlüsselrolle für eine positive Standortentwicklung spielen können, hat die Kulturhauptstadtbewerbung den Anspruch, den Landkreis Hildesheim als eine lebendige, kreative und vernetzte Region sowie als zukunftsfähigen Wirtschaftsstandort zu positionieren.

Die Ernennung als Kulturhauptstadt Europas und die Ausrichtung eines Kulturhauptstadtjahres in 2025 würde dazu beitragen, die finanzielle Handlungsfähigkeit der Stadt Hildesheim und der Landkreiskommunen nachhaltig zu optimieren, beispielsweise durch eine verbesserte (inter)nationale Wahrnehmung, größere touristische Attraktivität, mehr Arbeitsplätze im Gastronomie- und Hotelgewerbe oder durch einen weiteren Anstieg der Studierendenzahlen an den örtlichen Hochschulen. Nicht nur, aber insbesondere im touristischen Segment sind direkte und messbare Effekte zu erwarten.

Das vielfach diskutierte gesellschaftliche Auseinanderdriften ist in der Region Hildesheim glücklicherweise nicht so virulent wie anderswo. Nichtsdestotrotz ist es für die Entwicklung von Stadt und Landkreis von entscheidender Bedeutung, positive Gegenmodelle gegenüber dem allgemeinen Trend zur Urbanisierung zu bieten. Dass durch das gemeinschaftlich getragene Großprojekt Kulturhauptstadt Europas neuer Zusammenhalt, Identifikation und Aufbruchsstimmung entstehen können, lässt sich bereits nach der ersten Bewerbungsphase feststellen. Die konsequent internationale Ausrichtung verspricht wiederum, die Trends, Diskurse und die Atmosphäre der europäischen Metropolen in die Region zu tragen.

In Zeiten zunehmender Individualisierung und sozialer Segregation ist es zudem von großer Bedeutung, Möglichkeiten der Identifikation und Teilhabe anzubieten. Hier bietet der Kulturbereich vielfältige Anknüpfungsmöglichkeiten. Ob und in welcher Intensität Menschen an Kultur teilhaben, hängt jedoch ganz wesentlich von ihrem sozioökonomischen Status ab. Kulturelle Angebote insbesondere der Einrichtungen der Hochkultur erreichen lt. Studien zur Nicht-Besucherforschung hauptsächlich diejenigen, für die Kulturbesuche zur (bildungs)bürgerlichen Identität gehören. Kultur zu erleben — oder gar „Kennerin“ oder „Kenner“ zu sein —, ist insofern Statussymbol und Distinktionsmerkmal gesellschaftlicher Eliten. Und auch für Kinder und Jugendliche ist der Zugang zu Kultur oftmals abhängig von ihrer sozialen Lage. Im Klartext: Es profitieren in erster Linie diejenigen von der Begegnung mit Kunst und Kultur, die über das Elternhaus damit in Berührung kommen. So werden ungleiche Chancen unter Umständen reproduziert oder gar verstärkt. Deswegen verlangt

bereits die Ausschreibung zur Kulturhauptstadtbewerbung langfristige Verzahnungen von Schule und Kindertagesbetreuung mit dem Kulturbereich.

Die Bewerbung Hildesheims als Kulturhauptstadt steht für den Willen zur Ermöglichung kultureller Teilhabe sowie für ein neuartiges Qualitätsverständnis: Nicht nur höchste künstlerische Leistung, sondern je nach Angebot auch größtmögliche Teilhabe, Bedarfsgerechtigkeit und Mitgestaltungsmöglichkeiten und die Möglichkeiten der interkulturellen Begegnung gehören hierzu — und schließen einander im Übrigen nicht aus.

Ziel des Bewerbungskonzepts ist deswegen eine konsequent inklusive Ausrichtung, selbstverständlich auch mit Blick auf finanzielle, bauliche, psychische und sprachliche Barrieren.

Von den wirtschafts- und sozialpolitischen Ambitionen des Projekts profitiert natürlich gerade auch der Kulturbereich. Kulturangebote erhalten neue gesellschaftliche Bedeutung, sie erreichen neue und andere Publikumskreise, Kulturschaffende qualifizieren sich weiter, und die kulturelle Infrastruktur wird gestärkt. Im ehrenamtlichen Bereich ist mit einer deutlich erhöhten Beteiligung, gerade auch von jungen Menschen, zu rechnen. Nicht zuletzt geht mit dem Projekt ein deutlich erweitertes Kulturverständnis einher, das Potenziale für eine zeitgemäße, transdisziplinäre Herangehensweise mit sich bringt und den Anspruch hat, Zukunftsfragen zu thematisieren und notwendige Transformationsprozesse zu erleichtern.

Um es klar zu sagen: Die erwarteten Effekte für die ganze Region sind stark und beziehen sich auf die wirtschaftliche Dynamik und Zukunftsfähigkeit der Region, auf die Verbesserung der Chancengleichheit und der Teilhabegerechtigkeit und reichen weit über den kulturellen Bereich hinaus. Allerdings spielen hierbei multiple, teils kommunal gar nicht beeinflussbare Faktoren eine Rolle, sodass die spezifische Wirkung des Kulturhauptstadt-Projekts nicht einfach mess- und nachweisbar sein wird.

Die folgenden Zielformulierungen beinhalten deswegen nur diejenigen Bereiche, auf die ein mögliches Kulturhauptstadtprojekt allein oder maßgeblich Einfluss nehmen kann und die deswegen auch eindeutig überprüfbar sind (als Grundlage für die Evaluation werden sie sich im Laufe ihrer konkreten Ausgestaltung voraussichtlich noch weiterentwickeln. An der grundlegenden Ausrichtung wird sich jedoch nichts verändern).

3.1.1 Kulturelle Effekte:

- Die Ernennung zur Kulturhauptstadt Europas und die Durchführung des Veranstaltungsjahres führen zu einer deutlich gestärkten gemeinsamen regionalen Identität.
- Das Bewusstsein für die Zukunftsfragen der Region und Europas und für nachhaltige Entwicklung wird gestärkt.
- Es entwickelt sich ein breiteres, internationaleres kulturelles Angebot, das das Interesse für das gemeinsame europäische Kulturerbe und die Vielfalt und Unterschiedlichkeit der Kulturen deutlich erhöht, insbesondere durch:
 - nachhaltige internationale Kooperationen der lokalen Kulturszene,
 - Mehrsprachigkeit im Angebot und im Marketing,
 - Akzeptanz und Verbesserung der Kompetenz, sich auf Englisch zu verständigen und die Möglichkeit auch für die lokale Kulturszene, neue Projekte und Formate zu realisieren.
- Die kulturellen Einrichtungen, Initiativen und Vereine werden nachhaltig gestärkt, z.B. in Bezug auf neue Fördermöglichkeiten, z.B. durch Erschließung neuer Publikumskreise und durch intensive sektorübergreifende Vernetzung.
- Kultur wird sichtbarer, z.B. durch Nutzungen und Interventionen im Öffentlichen Raum oder durch Zwischennutzungen von Leerständen.

3.1.2 Soziale Effekte:

- Der Zusammenhalt und die Solidarität im Landkreis werden gestärkt.
- Die Identifikation mit dem kulturellen Erbe wird gestärkt
- Die bestehenden Kulturangebote und -einrichtungen richten sich konsequenter inklusiv aus.
- Das kulturelle Programm der Kulturhauptstadt erreicht im gesamten Landkreis deutlich breitere und diversere Bevölkerungskreise als das „übliche“ regionale Kulturangebot, mit nachhaltigen Effekten auf Letzteres.
- Breite Bevölkerungskreise und insbesondere auch Kinder und Jugendliche aus allen Bevölkerungsgruppen und -schichten gestalten das Kulturhauptstadtjahr mit und nehmen so aktiv am gesellschaftlichen Leben teil.
- Zahlreiche Schulen und Kindertageseinrichtungen sowie außerschulische Bildungseinrichtungen im Landkreis sind am Kulturhauptstadtprogramm aktiv beteiligt. Unterschiedliche Gruppen und Communities kommen bei der Gestaltung des Projekts und bei gemeinsamen Erlebnissen zusammen.
- Der interkulturelle und interreligiöse Dialog wird deutlich intensiviert.

3.1.3 Wirtschaftliche Effekte:

- Die Basis hierzu findet sich in der Evaluation der wirtschaftlichen und finanziellen (Lang-) Zeiteffekte verschiedener Kulturhauptstädte (z.B. Mons/Belgien 2015, „Ruhr 2010“ sowie der EU-Studie „European Capitals of Culture: Success Strategies and Long Term Effects“).
- Das Image der Stadt verbessert sich. Der nationale sowie der internationale Bekanntheitsgrad der Stadt steigen deutlich und nachhaltig an.
- Insbesondere für die Wirtschaft im Landkreis Hildesheim ergibt sich ein sogenannter „Return on Invest“. Aus den Erfahrungen vergangener Kulturhauptstädte gehen Expertinnen und Experten von einer Hebelwirkung von mindestens 1:6 aus. Das bedeutet, dass jeder investierte Euro rund sechs Euro Umsatz erzeugt.
- Es ist mit einem deutlichen und nachhaltigen Anstieg touristischer Besuche in Stadt und Landkreis Hildesheim zu rechnen:

a) Übernachtungsgäste

Ausgangslage:

Der Landkreis Hildesheim verfügt über eine UnterkunftsKapazität von 5.625 Betten in 104 gewerblichen Beherbergungsbetrieben.

Seit 2006 blickt der Landkreis auf eine steigende Entwicklung der touristischen Nachfrage zurück.

Mit einem Anstieg von rund 80 % bei den Ankünften und 69 % bei den Übernachtungen hat sich der Tourismus im Landkreis Hildesheim in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben sehr positiv entwickelt.

Von den insgesamt ca. 2 Mio. Übernachtungen entfallen ca. 34,5 %, also 690.000 auf gewerbliche Beherbergungsbetriebe.

Annahme: deutlicher Anstieg der Hotelübernachtungen ab Titelvergabe ggü. Vorjahr (Basis 2022) schon vor 2025 und nachhaltig auch nach 2025 (z.B. Ruhr 2010), mindestens:

2024: + 30.000 -> durchschnittlich + 83 Ü/Tag im LK
2025: + 200.000 -> durchschnittlich + 548 Ü/Tag im LK

2026: + 50.000 -> durchschnittlich + 137 Ü/Tag im LK
2027: + 50.000 -> durchschnittlich + 137 Ü/Tag im LK

- zusätzliche Effekte durch Wohnmobiltourismus (einkommensstarke und konsumfreudige Zielgruppe),
- keine Betrachtung von Privatübernachtungen.

b) Tagesgäste

Annahme: deutlicher Anstieg der Tagesgäste (TG) ab Titelvergabe ggü. Vorjahr (Basis 2022) schon vor 2025 und nachhaltig auch nach 2025, mindestens:

2024: + 50.000 -> durchschnittlich + 137 TG/Tag im LK
2025: + 500.000 -> durchschnittlich + 1.370 TG/Tag im LK
2026: + 50.000 -> durchschnittlich + 137 TG/Tag im LK
2027: + 50.000 -> durchschnittlich + 137 TG/Tag im LK

c) Touristische Wertschöpfung

Beispielrechnung, die sich ausschließlich auf die Übernachtungen im gewerblichen Bereich im Betrachtungszeitraum 2024 - 2026 bezieht:

Annahme:

330.000 zusätzl. Hotelgäste (> 140 €/Tag) -> Bruttoumsatz ca. 46,2 Mio.€
und 650.000 zusätzl. Tagesgäste (> 32 €/Tag) -> Bruttoumsatz ca. 20,8 Mio.€.

- Profiteurinnen und Profiteure: Hotels, Gastronomie, Kulturszene, Einzelhandel, Taxiunternehmen, lokale KMU, Handwerk, UNESCO Welterbestätten
- Kommunale Unternehmen (z.B. RPM, z.B. Kurbetrieb Bad Salzdetfurth), ÖPNV Kommunale Haushalte (Nettosteuerertrag je € touristischem Umsatz > 0,01 Euro, mindestens 670.000,00 Euro direkter Steuerrückfluss)
- ggf. zusätzliche Ertragspotentiale durch gezielte Beherbergungssteuer (2,00 Euro/Nacht -> 660.000,00 Euro), sowie erhöhte Ertragspotenziale aus Parkgebühren

3.1.4 Evaluation

Auf die Evaluation und Ergebnissicherung des Projekts legt das Programm „Kulturhauptstadt Europas“ großen Wert. Um den Erfolg und die Legitimation des Projekts nachzuweisen, sind hierfür hohe, einheitliche Standards definiert. Für die Bewerbung Hildesheim soll eine prozessbegleitende Evaluation insbesondere auch zur Steuerungsunterstützung des Vorbereitungsprozesses dienen. Die Grundlage bilden die im Bewerbungskonzept erklärten Ziele, die seitens der EU herausgegebenen Richtlinien zur Evaluation und darauf aufbauend ein Set aus vorgegebenen und eigenen Indikatoren (z.B. Publikumszahlen, touristische Zahlen, Medienreichweite, Umfragen zu bestimmten Aspekten und Fragestellungen, aber auch qualitative Untersuchungen z.B. der Medienberichterstattung). Auf Basis einer verlässlichen Datengrundlage, die nach Möglichkeit bereits den Zeitraum der Bewerbung betrifft, soll die Evaluation als begleitendes „Monitoring“ des Durchführungsprozesses aufgebaut werden, aber auch die nachhaltigen Ergebnisse und Wirkungen des Projekts in den Blick nehmen. Nicht zuletzt mit Blick auf diese langfristige Evaluation ist ein Budget für die Jahre 2026 ff. vorgesehen. Für deren Durchführung soll auf unabhängige und professionelle Institutionen zurückgegriffen und mit bestehenden Forschungsnetzwerken zum Programm „Kulturhauptstadt Europas“ zusammengearbeitet werden.

3.2 Das kulturelle Konzept

Das Projekt „Kulturhauptstadt Europas“ zielt nicht auf ein turbulentes Veranstaltungsjahr, sondern auf eine nachhaltige Regionalentwicklung mit den Mitteln von Kunst und Kultur. Dennoch sind natürlich die künstlerischen und kulturellen Projekte wesentlich für die Bewerbung und die Durchführung des Kulturhauptstadtjahres. In ihnen sollen Herkunft und Zukunft in Verbindung gebracht und insbesondere die Zukunftsfragen einer Region aufgegriffen, entdeckt, beleuchtet und so einem breiteren Diskurs in Stadt, Land und Europa zugänglich gemacht werden.

3.2.1 Herleitung

Hildesheim und die Region sind immer Orte der Kultur gewesen. Schon die Gründung als Bischofssitz und der damit verbundene Mythos zeugen von der Fähigkeit, das Notwendige (Wahl Hildesheims wegen der günstigen Lage an der Kreuzung von Handelswegen) mit den geeigneten Bildern und Vorstellungen zu versehen. Der Ort steht für einen Austausch von Handel und Ideen, der prägend für die Gegend wurde. Daraus entstand ein Zentrum mittelalterlicher Macht und Kultur. Eine bedeutende Bildungsstätte. Ausbildung von Kaisern, von hohem Klerus, von „movers and shakers“. Zu den Hochzeiten, unter Bischof Bernward bzw. während des Ottonischen Reichs, war Hildesheim eine bedeutende europäische Stadt, ihr Vorbild (wie es sich in Bernward-Tür und Bernward-Säule zeigt) war Rom.

3.2.2 Herausforderungen

Identität.

Spätestens nach der Zerstörung der Stadt Hildesheim im Zweiten Weltkrieg waren von der mittelalterlichen Größe nicht einmal mehr die Fachwerkbauten geblieben. Die Wiederaufbauten in den 50iger und 60iger Jahren wurden nicht wie ein Neubeginn bewertet, sondern wie Narben, die nachhaltig an die große Wunde des Krieges erinnern. Die Tatsache wiederum, dass in Dörfern und Städten der Region das historische Fachwerk noch erhalten ist, entzieht sich oftmals sogar der Kenntnis der Stadtbevölkerung. Und dort fehlt es oftmals an Ressourcen, die vorhandenen baukulturellen Schätze angemessen in Szene zu setzen. Die Beschädigung der Stadt ging einher mit einer Beschädigung der Identität. In der Folge hat sich Hildesheim mit einer Selbstwahrnehmung der Durchschnittlichkeit und einer bestimmten Art von Normalität abgefunden: Ein Leben im Schatten der großen Nachbarn mit ihrer wirtschaftlichen und akademischen Kraft. Es entstand eine negative Provinzialisierung: Mit kleinen Alltagsdingen beschäftigt, nicht mit den großen Themen der Welt: Klima, Migration, Wohnen, Mobilität, Arbeit.

Bekenntnisse.

Worauf Stadt und Region sich immer verlassen konnten, gerät ins Wanken: Die Religion. Die letzten Nachrichten, die überregional wahrgenommen wurden, waren verheerend und hatten, zumindest auch, eine religiöse Konnotation: Ein Salafisten-Hotspot in Niedersachsen und diverse Fälle sexualisierter Gewalt im Bistum Hildesheim. Die Selbstverständlichkeiten eines christlichen Hildesheims sind vorüber. Der Anteil der nichtchristlich Religiösen und der Menschen, die sich keiner Religion zurechnen, ist signifikant gestiegen. Was heißt das für die Stadt der Kirchen und ihr Selbstverständnis?

Kein Kapital.

Nach dramatischer Schrumpfung von Industriebetrieben und Schließung von Kasernen entstanden erhebliche finanzielle Schieflagen im Landkreis Hildesheim. Überdies zeigt sich verstärkt ein wirtschaftliches Auseinanderdriften der einzelnen Kommunen mit teils bedroh-

lichen wirtschaftlichen und demografischen Prognosen. Die geringe Finanzkraft bis hin zur Abwendung der Zahlungsunfähigkeit durch Zukunftsverträge einzelner Kommunen mit dem Land Niedersachsen führte zu geringen Gestaltungsmöglichkeiten und einer Haltung, irgendwie über die Runden kommen zu müssen. Dementsprechend hat auch die Bewerbung zur Kulturhauptstadt eines der geringsten Budgets aller Bewerberstädte.

Unsichtbarkeit.

Schon heute haben 30 % der Hildesheimerinnen und Hildesheimer eine Migrationsgeschichte. Dennoch sind diese kaum repräsentiert in wesentlichen Gremien in Politik, Wirtschaft, Kultur und auch im Kulturhauptstadt-Bewerbungsprozess.

An Stiftung Universität Hildesheim, der HAWK und der Norddeutschen Hochschule für Rechtspflege sind über 11.000 Studierende eingeschrieben, die merkwürdig wenig das Stadtbild prägen.

3.2.3 Elemente des künstlerischen und kulturellen Konzepts, oder: Rüben, Rosen und der Sinn des Lebens. Europäische Kreuzwege der Kultur

Die Zuckerrübe, die Rose und ihr Beitrag zur Identität

Die Kulturhauptstadtbewerbung wird genutzt, um eine neue Erzählung von Hildesheim und der Region zu entwickeln. Es wird nicht mehr versucht, Hildesheim zu einer der vermeintlichen Metropolen zu machen oder mit diesen mithalten. Vielmehr werden Hildesheim und die Region als das genommen, was sie sind: Provinz. Aber eine neue Art von Provinz. Hier — gerade auch in den ländlichen Räumen — sind Dinge möglich, die in Metropolen nicht möglich sind. Die kurzen Wege, die nachhaltigen, intensiven Vernetzungen, die Überschaubarkeit, die Mobilisierungsfähigkeit, die gemeinsame Wachsamkeit. Dass in Alfeld mit dem Fagus-Werk das Bauhaus vor dem Bauhaus gestartet ist, ist vielleicht kein Zufall. Dass die Ausbildung in den Kulturwissenschaften gerade in Hildesheim erfolgreich ist, womöglich ebenso wenig. Während die großen Städte an ihre Grenzen kommen — wirtschaftlich, intellektuell, sozial, kulturell — wird die Bewerbung zeigen, dass die Provinz Ideengeberin und Laboratorium für die Fragen der Zukunft sein kann. Das Hildesheimer Provinzmodell ist nicht Mangel, sondern Chance. Es hat mit Identität und Selbstbewusstsein zu tun: Nicht obwohl hier die Provinz ist, sondern weil — hält die Zukunft Einzug.

Projektbeispiel: Zuckerland

Der Rübenanbau hat die Region und die jüngere Geschichte wesentlich geprägt. Deshalb werden Rübe und Zucker verschiedentlich thematisiert:

- Rübe 4.0: Landschaftstheater Heersum, das sich Gedanken macht über Wirtschaftsbeziehungen und Heimat, über Zuckerextraktionsverfahren und das Verhältnis von Rübe und Zuckerrohr. In Koproduktion mit einem Theater in Guadeloupe.
- Zuckerkongress: Handelsbedingungen, Welthandel, Subventionen, Gerechtigkeit. Einsatz von Zucker als Nahrungsmittel und darüber hinaus. U.a. mit dem Hildesheimer Bauernverband:
- Zuckerfest: Zum Abschluss ein Fest- und Feiertag zum Zucker. Und zum muslimischen Fastenbrechen.

Die Rose fügt der Rübe noch eine wichtige Facette bei. Durch den Gründungsmythos, und besonders aber durch das Wunder nach der Zerstörung des Doms im Zweiten Weltkrieg ist sie in die Tiefenschichten der Stadt und ihres Bewusstseins eingedrungen. Es geht um Schönheit, Hoffnung, Visionen, Erbe.

Projektbeispiel: Die Frage nach dem Erbe:

- Theaterpädagogisches Projekt mit Jugendlichen: Welches Erbe haben die Menschen in Stadt und Region, und wer tritt es an?

Der Sinn des Lebens

Seit der Gründung als Bischofsstadt hat Hildesheim (auch) immer mit den großen Fragen des Lebens zu tun. Doch was sich in vergangenen Zeiten im Wesentlichen als religiöses Anliegen dargestellt hat, ist heute eine Frage von heterogenen Lebenseinstellungen. Es ist notwendig, für das 21. Jahrhundert das Verhältnis von Religion und Öffentlichkeit neu zu justieren und zu erkunden, wie man sich in einer Stadt und einer Gesellschaft bei aller Unterschiedlichkeit der Herkünfte auf gemeinsame Werte verständigen kann. Bei den Herausforderungen der Zukunft wie Klimawandel, Mobilität, Migration, Arbeit, Wohnen etc. ist wesentlich die Überprüfung der Sinnhaftigkeit des Tuns und dessen Verantwortbarkeit. Hildesheim wird ein europäisches Laboratorium des Sinns.

Projektbeispiel:

- Jugendfestival der Bekenntnisse. Kunst, Politik, Religion, Zukunft: Junge Leute aus ganz Europa tauschen sich künstlerisch, diskursiv, meditativ über ihre Bekenntnisse aus: Von Fridays for Future bis Taizé, Metal-Begeisterten bis NGOs, von YouTuberinnen und YouTubern bis Jugendfeuerwehr

Europäische Kreuzwege der Kultur

Der Austausch von Waren, Ideen und Kulturen liegt in der DNA von Stadt und Region. Von Anbeginn liegt Hildesheim an der Kreuzung von Handelswegen. Das ist mehr als nur ein Netzwerk. Es ist ein Kommen und Gehen und Bleiben, ein Bereichern und Infragestellen, eine Weiterentwicklung von Wissen, Fertigkeiten und Identität. Die Geschichte Hildesheims zeigt: immer wenn die Region verbunden war mit Europa, stand sie in Blüte — wie zu Zeiten Bischof Bernwards. Wenn Sie sich abgetrennt hat, wie in der Zeit des Nationalsozialismus, führte das zu Vernichtung und Zerstörung. Auch vor dem Hintergrund der zentrifugalen Kräfte in Europa ist ein europäischer Kreuzweg ein Beitrag zur Verteidigung und Fortentwicklung der Integration des Kontinents und zur Weiterentwicklung von Stadt und Region. Bedeutsam ist die Vorstellung eines Kreuzweges auch für das Zusammenführen von Kulturen und unterschiedlichen Bevölkerungen, die es in Hildesheim schon gibt, für den Austausch zwischen Stadt und Land und über das Land und über Europa hinaus.

Projektbeispiel:

- Das Platzprojekt. In den öffentlichen Raum wird eingegriffen, er wird zurückerobert. Es gibt Gastgeberinnen und Gastgeber für die Plätze, die die Passantinnen und Passanten zu Diskussion und Mitwirkung verführen. Die großen Themen Europas und die kleineren Themen der Quartiere. Ein Kreuzweg verschiedener Nationen und Lebensgeschichten.

Rübe, Rose, Sinn? Der Humor der Bewerbung

Natürlich sind Rübe, Rose und Sinn des Lebens eine gewagte Zusammenstellung. Denn schon Ackerfrucht und Blume ziehen sich nicht auf den ersten Blick an. Aber Rübe und Rose erden den großen Anspruch, das Nachdenken über die wirklich wichtigen Dinge wird ironisch gebrochen. Die Bewerbung braucht den großen Wurf und den weiten Humor.

3.2.4 „Outreach“

Die Bewerbung enthält unter dem Titel „Outreach“ zahlreiche Maßnahmen, die sicherstellen, dass die Bürgerinnen und Bürger selbst Teil der Ausgestaltung des Kulturhauptstadtjahres sein können. Es werden Themen wie Barrierefreiheit, Mobilität oder Digitalisierung adressiert und insbesondere auch Bevölkerungsgruppen wie Menschen mit Migrationsgeschichte, Seniorinnen und Senioren oder Jugendliche gezielt angesprochen.

Das Outreach-Programm wird

- neues Publikum gewinnen, indem konsequent vor Ort und partizipativ gearbeitet wird, die Kulturakteurinnen und -akteure befähigen, ihre kulturellen Erzeugnisse durch neue, multikulturelle, junge und digitale Einflüsse zu bereichern,
- neue, sinnstiftende Beziehungen zwischen Kulturakteurinnen und -akteuren und (diversem) Publikum in der realen und virtuellen Welt schaffen,
- durch klare, zielgruppenorientierte und barrierefreie Kommunikation das Publikum informieren und anziehen.

Beispiele für eine nachhaltige und langfristige Verbesserung von Strukturen und Angeboten sind:

- Vorhandene Strukturen des Ehrenamts werden genutzt und ausgebaut,
- sogenannte Kulturpaten-, Mentoring- und Scouts-Programme (AT) sorgen für noch mehr ehrenamtliches Engagement und schaffen Zugänge,
- Kulturschaffende in Stadt und Landkreis erhalten Beratung und Fortbildungsangebote in Bezug auf o.g. Themen, aber auch bzgl. Fördermittelakquise und Internationalisierung,
- durch verbesserte Vernetzung der unterschiedlichen Kulturakteurinnen und -akteure untereinander und mit weiteren Institutionen (z.B. Jugendpflege) werden neue Bevölkerungsbereiche aktiviert.

Hinzukommen umfassende Aktivitäten im Bereich Audience Development und Kulturelle Bildung, die insbesondere auf die Einbindung von Schulen und Kindertagesstätten zielen und auf vorhandene Konzepte, wie beispielweise den Kulturkompass, aufbauen.

Aber Menschen einzubinden, Kompetenzen zu entwickeln und Zugänge zu schaffen, ist ein Prozess, kein Event. Deswegen ist geplant, mit diesen Aktivitäten bereits mehrere Jahre vor dem Veranstaltungsjahr zu beginnen und nach Möglichkeit nachhaltig wirkende Formate und Strukturen zu entwickeln.

3.3 Umsetzungsfähigkeit und Infrastruktur

Ein Kulturhauptstadtjahr ist kein Event, das massive Anforderungen an die regionale Infrastruktur stellt. Bei einigen Großveranstaltungen ist mit einem hohen Publikumsandrang zu rechnen. Selbst bei diesen vereinzelt Veranstaltungen ist jedoch nicht davon auszugehen, dass die Besucherzahlen, die beim erfolgreichen Tag der Niedersachsen 2015 erreicht wurden, überschritten werden. Die Durchführung des Jahres wird ein organisatorischer und logistischer Kraftakt; Stadt und Region sind jedoch definitiv in der Lage, mit der vorhandenen Verkehrs- und Sicherheitsinfrastruktur den Anforderungen eines Kulturhauptstadtjahres gerecht zu werden. Das Programm würde sich über ein ganzes Jahr erstrecken, kleinteilig gestaltet und in der gesamten Region verortet sein. Von daher sind selbst bei dem erhofften hohen touristischen Interesse keine nicht händelbaren infrastrukturellen Engpässe zu erwarten.

Die Bettenkapazitäten der gewerblichen Beherbergungsbetriebe — selbst unter Berücksichtigung ähnlicher jährlicher Steigerungsraten wie zuletzt — wären auch im Kulturhauptstadtjahr

2025 bei einer zusätzlichen, um rund 30 % höheren Nachfrage nicht erschöpft. Auch ist in Planung, für das Kulturhauptstadtjahr weitere, temporäre touristische Angebote zu schaffen, die hier zu Stoßzeiten für Entlastung sorgen können.

Erreichbarkeit war bereits im Mittelalter die große Stärke der Region — Kreuzwege der Kultur! Und auch heute ist der Landkreis Hildesheim national wie international bestens angebunden. Durch die zentrale Lage in Deutschland kann die Stadt per Bahn, aber auch auf dem Straßennetz und mit dem Flugzeug bequem erreicht werden.

Ebenfalls ist davon auszugehen, dass die organisatorischen Kompetenzen und die Strukturen, die zur Durchführung notwendig sind, im Wesentlichen vorhanden sind. In Bezug auf die übergeordnete künstlerische Planung und insbesondere die internationale Vernetzung des Veranstaltungsjahres wird man hingegen externe Fachleute einbinden müssen und nachhaltig von deren Außenperspektive, den internationalen Netzwerken und Kompetenzen profitieren (Hiermit ist nicht die konkrete Ausgestaltung und Durchführung des Programms gemeint — hier sollen maßgeblich lokale Kunstschaffende und Einrichtungen in Zusammenarbeit mit internationalen Partnerinnen und Partnern zum Einsatz kommen).

Zahlreiche Städte haben — insbesondere in der Vergangenheit — mit dem Titel Kulturhauptstadt Europas umfassende Investitionen in ihre kulturelle Infrastruktur verbunden und teils prestigeträchtige Neubauten geschaffen. Dies wird bei der Hildesheimer Bewerbung nicht der Fall sein. Sie lebt von der Überzeugung, dass Stadt und Region über eine ausreichende kulturelle Infrastruktur verfügen, die es vielmehr zu sichern und weiterzuentwickeln gilt. Auch ist der Anspruch der Bewerbung, Kultur auch außerhalb kultureller Einrichtungen, im öffentlichen Raum oder an anderen Begegnungsorten niedrigschwellig erlebbar und so zu einem viel selbstverständlicheren Bestandteil des Alltags werden zu lassen. Nicht zu vergessen, dass sowohl in der Stadt Hildesheim als auch der Region in der jüngeren Vergangenheit umfangreich in die kulturelle Infrastruktur investiert wurde und wird, sei es durch das Hildesheimer Welterbeband, das neue Dommuseum, den Umbau des alten Salinengebäudes zu einem Kultur- und Begegnungszentrum oder die geplante "Neue Duinger Mitte" (um nur einige Beispiele zu nennen).

Nichtsdestotrotz sind im Bewerbungsprozess einige Ideen entstanden, die sich konkret aus dem Beteiligungsprozess zur Strategie- und zur Programmentwicklung ableiten. Mit der Bewerbung ist zudem die Hoffnung verbunden, dass im Erfolgsfall der Zugang zu Drittmittelfinanzierungen auch für Infrastrukturmaßnahmen und gerade auch Investitionen in die bestehende kulturelle Infrastruktur erleichtert wäre.

Diese Themen sind jedoch nicht Teil des politischen Beschlusses und keine Voraussetzung für eine erfolgreiche Teilnahme am Wettbewerb. Aus dem Beschluss entsteht keine Verbindlichkeit für nicht bereits beschlossene Investitionsmaßnahmen oder sonstige finanzielle Verpflichtungen über die in Kapitel 3.5.1 genannten hinaus.

3.4 Organisationsstruktur

Für die Durchführung des Kulturhauptstadtjahres soll eine Gesellschaft in privater Rechtsform (GmbH) gegründet werden. Diese Gesellschaftsform bietet verschiedenste Möglichkeiten der unbürokratischen Einbindung unterschiedlichster Akteurinnen und Akteure, ist eigenständig und auch außerhalb öffentlich-rechtlicher Strukturen handlungsfähig. Nicht zuletzt begrenzt sie die Haftung der partizipierenden Kommunen auf ein Mindestmaß. Die sich hieraus ergebende Gesellschafterversammlung ist das oberste Organ einer GmbH und bedarf daher eines besonderen Augenmerks, um hier sowohl ein gut und partizipativ strukturiertes, aber dennoch handlungsfähiges und schlagkräftiges Gremium zu schaffen.

In der Gesellschafterversammlung werden die Stadt und der Landkreis unter Einbindung aller

an der Bewerbung teilnehmenden kreisangehörigen Kommunen als Gesellschafterinnen agieren.

Das Teilnehmungsmanagement der Stadt Hildesheim wird im Rahmen seiner Möglichkeiten die Begleitung bzw. Betreuung der Gesellschafterinnen unterstützen. Die Gründung der Gesellschaft soll seitens des Teilnehmungsmanagements soweit abschließend vorbereitet sein, dass bei einer erfolgreichen Bewerbung die Gesellschaftsgründung unverzüglich durchgeführt werden kann. Abschließend ist anzumerken, dass die bisherigen Überlegungen zunächst losgelöst sind von einer weiteren Besetzung der Organe der GmbH, wie beispielsweise der Geschäftsführung oder des Aufsichtsrates. Für die inhaltliche Lenkung des Projekts wird eine Gremienstruktur entwickelt, die die unterschiedlichen, auch zivilgesellschaftlichen und wirtschaftlichen „Stakeholder“ einbindet und die darüber hinaus dafür sorgt, dass die künstlerischen Inhalte unabhängig von direkter politischer Einflussnahme entwickelt werden können.

Das Kulturhauptstadtjahr muss bereits im Vorfeld intensiv vorbereitet werden. Das Projektbüro würde über die Jahre auf ein deutlich größeres Team anwachsen, und auch Mitarbeitende der Stadtverwaltung(en) müssten sich mit diesem Thema befassen.

3.5 Finanzierung

3.5.1 Das operative Gesamtbudget für die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung der Europäischen Kulturhauptstadt 2025 in Stadt und Landkreis Hildesheim

Der gesamte Betrachtungszeitraum umfasst die Jahre 2021 bis mindestens 2026.

Das operative Gesamtbudget für diesen mindestens 6-jährigen Zeitraum beläuft sich nach gegenwärtiger Planung auf 55,7 Mio. Euro.

Kostenplanung:

Jahr	Programmkosten	Programmkosten (in %)	Werbung & Marketing	Werbung & Marketing (in %)	Gehälter, Fixkosten & Verwaltung	Gehälter, Fixkosten & Verwaltung	Sonstiges	Sonstiges (in %)	Gesamtkosten
2021	200.000 €	0,55 %	450.000 €	5,49%	850.000 €	9,60 %	0 €	0,00 %	1.500.000 €
2022	700.000 €	1,91 %	550.000 €	6,71%	1.300.000 €	14,69 %	0 €	0,00 %	2.550.000 €
2023	1.500.000 €	4,09 %	700.000 €	8,54%	1.600.000 €	18,08 %	400.000 €	20,00 %	4.200.000 €
2024	6.650.000 €	18,14 %	3.000.000 €	36,59 %	2.000.000 €	22,60 %	600.000 €	30,00 %	12.250.000 €
2025	25.000.000 €	68,21 %	3.000.000 €	36,59 %	2.500.000 €	28,25 %	600.000 €	30,00 %	31.100.000 €
2026	1.600.000 €	4,37 %	250.000 €	3,05%	600.000 €	6,78 %	400.000 €	20,00 %	2.850.000 €
später	1.000.000 €	2,73 %	250.000 €	3,05%	0 €	0,00 %	0 €	0,00 %	1.250.000 €
GESAMT	36.650.000 €	65,80 %	8.200.000 €	14,72 %	8.850.000 €	15,89 %	2.000.000 €	3,59 %	55.700.000 €

Die Durchführungskosten teilen sich auf in Programmkosten (also maßgeblich künstlerische und kulturelle sowie flankierende Projekte), Werbung und Marketing, Gehälter, Fixkosten und Verwaltung und sonstige Kosten. **Sie enthalten ausschließlich operatives Budget, also keine Investitionskosten für kulturelle Infrastruktur o.ä.**

Programmkosten: Für das Programm ist ein Budget von 36,65 Mio. Euro vorgesehen. Hiermit werden die Projekte und Veranstaltungen des Kulturhauptstadtjahres, die im gesamten Landkreis stattfinden werden, finanziert. Aus der Zeitplanung für die Ausgaben im Programmbereich wird der nachhaltige Ansatz des Projekts deutlich. Für vorbereitende Projekte und Aktionen, beispielsweise im Bereich der Kulturellen Bildung mit Einbindung breiter Bevölkerungskreise, zur Kompetenzentwicklung im Kulturbereich und in der Zivilgesellschaft u.a. ist bereits ab dem Jahr 2021 ein nennenswertes Budget reserviert.

Generell gilt: Die Programmkosten sind der am leichtesten skalierbare Bereich des Budgets. Sollten Finanzierungsbestandteile wegfallen, muss vorrangig das Programm entsprechend angepasst werden. Ebenso sollen Mittel, die über die geplanten Beträge hinaus akquiriert werden, im Wesentlichen direkt für zusätzliche Inhalte und Programm ausgegeben werden.

Marketing: Gerade für bis dato eher unbekanntere Kulturhauptstädte Europas ist es nötig, ein adäquates Budget für das Marketing zu reservieren, um die Inhalte der Bewerbung zu kommunizieren und die gewünschten touristischen und Image-Effekte auch zu erzielen.

Gehälter, Fixkosten und Verwaltung: Die zu gründende Durchführungs- und Produktionsgesellschaft muss mit Personal, Räumlichkeiten usw. ausgestattet werden. Geplant ist eine zweiköpfige Führungsebene, vergleichbar mit derjenigen anderer Kultureinrichtungen mit einer kaufmännischen und einer künstlerischen Leitung. Hinzu kommen Abteilungen für Künstlerisches Programm, Kommunikation und Marketing, Produktion und Technik sowie Verwaltung, die im Laufe der Vorbereitung nach und nach mit entsprechendem Personal ausgestattet werden müssen.

Finanzierungsplanung:

Folgende Finanzierung ist, unter Einbeziehung der Erfahrungen und Vorgehensweisen der Kulturhauptstädte in der Vergangenheit und mit Blick auf die Besonderheiten der Hildesheimer Bewerbung, vorgesehen:

Finanzierung durch	Betrag	in %
Bundesrepublik Deutschland	20.000.000 €	35,91 %
Land Niedersachsen	15.000.000 €	26,93 %
Stadt Hildesheim	5.000.000 €	8,98 %
Landkreis Hildesheim & kreisangehörige Kommunen	6.200.000 €	11,13 %
EU (Melina-Mercouri-Preis)	1.500.000 €	2,69 %
andere	8.000.000 €	14,36 %
GESAMT	55.700.000 €	100,00 %

Als Beteiligung von Stadt und Landkreis Hildesheim sind für den Zeitraum 2021 bis 2026 insgesamt jeweils 5 Mio. Euro vorgesehen. Die Beteiligung der übrigen Landkreiskommunen beläuft sich auf 1,2 Mio. Euro.

Beteiligung der Stadt Hildesheim: Die Stadt Hildesheim kämpft bis heute mit den Folgen des wirtschaftlichen Niedergangs in den Neunziger Jahren und der Finanzkrise der Jahre 2007 ff. Nach wie vor sind erhebliche Anstrengungen erforderlich, um alte Defizite und Schulden abzubauen.

Der sog. Zukunftsvertrag (Entschuldungsvertrag) mit dem Bundesland Niedersachsen — Laufzeit bis Ende 2022 — verpflichtet die Stadt Hildesheim dazu, den städtischen Haushalt nachhaltig zu sanieren. Die Konsolidierung der städtischen Finanzen kommt gut voran und damit auch die dauerhafte und nachhaltige Wiederherstellung der finanziellen Handlungsfähigkeit: Seit Abschluss des Entschuldungsvertrages ist es gelungen, die Kreditverschuldung (also Liquiditätskredite und Kommunaldarlehen) der Stadt Hildesheim von 279,7 Mio. Euro (Stand 31.12.2012) auf 95,5 Mio. Euro (Stand 31.12.2018 / zzgl. 10 Mio. Euro für Konzernfinanzierung) zurückzuführen. Von dieser Verringerung von insgesamt 184,2 Mio. Euro stammen 130 Mio. Euro aus der Entschuldungshilfe des Landes und 54,2 Mio. Euro aus „eigener“ Entschuldung der Stadt Hildesheim.

Analog zur Entwicklung der Kreditverschuldung konnte auch der sog. „kamerale Sollfehlbetrag“ — also die defizitären Jahresergebnisse aus der Zeit bis zum 31.12.2010 deutlich, um knapp 140 Mio. Euro abgebaut werden. Obwohl die Jahresabschlüsse 2015 - 2018 noch nicht erstellt sind, lässt sich prognostizieren, dass auch diese Jahre mit deutlichen Ergebnisüberschüssen abgeschlossen werden. Nach gegenwärtiger Einschätzung wird sich der kamerale Sollfehlbetrag per 31.12.2018 auf 20 - 30 Mio. Euro belaufen.

Der mit Datum vom 18.04.2019 durch die zuständige Aufsichtsbehörde — mit Nebenbestimmung zum Gesamtbetrag der Kreditaufnahmen — genehmigte Haushalt für das Jahr 2019 zeigt einen Überschuss im ordentlichen Ergebnis in Höhe von 2 Mio. Euro. Gleichzeitig zeigt die Mittelfristplanung für die Jahre 2020 - 2022 nur geringe Überschüsse bzw. ein Defizit für das Jahr 2022. Die Aufsichtsbehörde weist in ihrer Haushaltsgenehmigung vom 18.04.2019 auf das Risiko hin, „dass sowohl das Primärziel des Zukunftsvertrages, den Haushaltsausgleich zu erreichen, als auch das Sekundärziel, Ergebnisüberschüsse zum Abbau von Altfehlbeträgen zu erzielen, verfehlt wird“ und ermahnt die Stadt, die Verpflichtungen aus dem Zukunftsvertrag zu erfüllen und den anvisierten jährlichen Überschuss zu erzielen.

Genau dies — die Planung und Verabschiedung von mindestens ausgeglichenen, nicht defizitären Haushalten und damit die Erfüllung der Verpflichtungen aus dem Zukunftsvertrag und dem Gesetz — beabsichtigt die Stadt Hildesheim, nicht nur bis zum Ende der Vertragslaufzeit (31.12.2022), sondern auch darüber hinaus sicherzustellen. Obwohl die laufende Haushaltsplanung für die Jahre 2020 ff. gegenwärtig lediglich ein knapp ausgeglichenes Ergebnis für das Jahr 2020 und Defizite für die Jahre 2021 ff. zeigt, geht die Verwaltung davon aus, dass die o.g. Zielsetzung erreicht wird. Eine gezielte Konsolidierung erscheint unbeschadet dessen zwingend geboten.

Bereits in der grundlegenden Ratsvorlage 17/053 der Stadtverwaltung zur „Bewerbung der Stadt Hildesheim zur Erlangung des Titels „Kulturhauptstadt Europas 2025“ wird auf die problematische Haushalts- und Finanzlage der Stadt Hildesheim hingewiesen: „In Hildesheim wird ein Budget im Rahmen von Ruhr.2010 (Kulturhauptstadtjahr) nicht zu erreichen sein“. Ferner heißt es in der Vorlage, dass „angesichts der angespannten Haushaltslage ein mit dem Einsatz der (fast sechsmal größeren) Stadt Essen vergleichbarer Eigenanteil ... aus heutiger Perspektive unrealistisch und nicht vertretbar ist“.

Die im Jahr 2017 vom Rat der Stadt Hildesheim beschlossene Finanzierung des Kulturhauptstadtjahres 2025 ergibt sich aus dem politischen Änderungsantrag gemäß Vorlage 17/106-1. Hiernach wird die Stadt Hildesheim „für den Fall einer Ernennung Hildesheims zur ‚Kulturhauptstadt Europas 2025‘ im Jahre 2020“ trotz des bestehenden Zukunftsvertrages

verteilt auf die Jahre 2020 - 2025 ein städtisches Budget i.H.v. 1 Mio. Euro zur Verfügung stellen. Darüber hinaus stellt die Stadt Hildesheim für den Zeitraum 2020 - 2025 zwei Personalstellen bereit." Dieses -- mit Vorlage 17/106-1 beschlossene — Budget ist nach der mittlerweile erfolgten intensiven Befassung mit der Thematik als nicht ausreichend anzusehen. Von der EU-Kommission bzw. der beauftragten internationalen Jury wird ein deutlich höherer Finanzierungsanteil der Bewerberin gefordert. Diese Erkenntnis führt dazu, dass die Verwaltung dem Rat der Stadt Hildesheim nunmehr den o.g. erhöhten Eigenanteil von 5 Mio. Euro vorschlägt. Die Verwaltung hält diese Beteiligung mit Blick auf die zu erwartenden Effekte für geboten und unter Berücksichtigung des Konsolidierungsbedarfs für realisierbar. Überdies wurden einige Synergiepotenziale identifiziert, die die zusätzliche Haushaltsbelastung deutlich geringer werden lassen.

Der Beitrag der **Stadt Hildesheim** setzt sich dementsprechend wie folgt zusammen:

- Personalkosten für zwei fachlich geeignete, spezifisch für das Projekt angestellte Kulturmanagerinnen bzw. -manager (von denen eine Stelle bereits für die Vorbereitung zur Verfügung gestellt und besetzt wurde) im Volumen von ca. 800.000,00 Euro,
- Anteilige Einlage Hildesheim Marketing GmbH: Es ist davon auszugehen, dass im Falle eines Zuschlags ein Großteil der Aktivitäten der Hildesheim Marketing GmbH in der Vermarktung des Kulturhauptstadtjahres bestehen werden. Von daher ist es angemessen, mindestens einen geringen Anteil der jährlichen Einlage in Höhe von durchschnittlich 100.000,00 Euro pro Jahr zur Implementierung des touristischen Marketings anzurechnen. Insgesamt ergibt sich somit ein Volumen von 600.000,00 Euro.
- Anteilige Personalkosten Beteiligungsmanagement, Stabsstelle Kultur, Fachbereich Finanzen, u.a.: Mitarbeitende und Führungskräfte der Stadtverwaltung Hildesheims haben sich bereits in der Vergangenheit mit der Bewerbung befasst und werden auch im Falle eines Zuschlags hierzu in besonderer Weise beitragen. Auch wenn dies in zunehmendem Maße auch für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anderer kreisangehöriger Kommunen gelten mag, nimmt die Stadt Hildesheim in Bezug auf Intensität und Umfang hier eine Sonderrolle ein. Es ist deswegen angemessen, einen — geringen — Personalkostenanteil in Höhe von insgesamt 200.000,00 Euro anzusetzen.
- Überdies beteiligt sich die Stadt Hildesheim mit einem Sachkostenanteil von 3,4 Mio. Euro.

Der **Landkreis Hildesheim** und die **kreisangehörigen Kommunen** bringen ihren Anteil vollständig in bar ein.

Weder die Bundesregierung noch das Land Niedersachsen haben zum gegenwärtigen Zeitpunkt konkrete Aussagen zur Höhe einer finanziellen Beteiligung gemacht. Es ist jedoch davon auszugehen, dass **die Bundesregierung** — als nationale Gastgeberin für das Kulturhauptstadtjahr 2025 — einen erheblichen Teil der Finanzierung der operativen Umsetzungskosten übernimmt, und zwar unabhängig von der Frage, welche deutsche Bewerberstadt den Titel „gewinnt“. Hildesheim strebt in Abstimmung mit weiteren Bewerberstädten an, eine verbindliche Finanzierungszusage der Bundesregierung zu erreichen, die einen festen Betrag für die Siegerstadt unabhängig von deren Gesamtfinanzierungsvolumen sowie einen Zuschuss für diejenigen Städte, die erst bei der finalen Entscheidung ausscheiden, beinhaltet. Angesichts der finanziellen Beteiligung des Bundes am letzten deutschen Kulturhauptstadtjahr Ruhr.2010 kann zum jetzigen Zeitpunkt mit einer Beteiligung des Bundes in Höhe von 20-30 Mio. Euro gerechnet werden.

Auch das **Land Niedersachsen** wird sich voraussichtlich, sowohl nach der üblichen Praxis als auch nach den bisherigen Gesprächen zu urteilen, in einem erheblichen Umfang an der Finanzierung der operativen Umsetzungskosten beteiligen. Die Niedersächsische Landesregierung hat, anders als das Kabinett des Freistaats Sachsen, bislang keine Finanzierungszusage für die niedersächsischen Städte gemacht, weder für eine Unterstützung in der Bewerbungsphase noch für eine etwaige Gewinnerstadt. Dies stellt nach Auffassung der Stadt

Hildesheim leider einen deutlichen Wettbewerbsnachteil für die niedersächsischen Bewerberstädte dar, da die Verbindlichkeit der Finanzierungsplanung ein wesentliches Kriterium im Verfahren darstellt. Die Stadt Hildesheim befindet sich hierzu in einem Dialog mit der Landesregierung und setzt sich dafür ein, noch in der „ersten Runde“ nach sächsischem Vorbild eine verbindliche Förderzusage für beide niedersächsischen Bewerberstädte zu erhalten, und zwar sowohl für die mögliche Durchführung eines Kulturhauptstadtjahres als auch für das weitere Bewerbungsverfahren in der „zweiten Runde“.

Die konkrete Höhe der Finanzierungsbeteiligung durch die Bundesregierung und durch das Bundesland Niedersachsen kann bzw. wird entsprechende Auswirkungen auf die Programmkosten haben.

Es ist davon auszugehen, dass über Projektfinanzierungen über die ausgewiesenen 1,5 Mio. Euro (Melina-Mercouri-Preis der EU) hinaus weitere EU-Mittel akquiriert werden können, beispielsweise über das Programm Creative Europe und weitere Förderprogramme. Die zu gründende Gesellschaft wird sich aktiv darum bemühen.

Die Finanzierungsart „andere“ umfasst Mittel von Sponsorinnen und Sponsoren sowie von Stiftungen, aber auch Einkünfte aus Ticketeinnahmen und Merchandising.

Planung für den Eingang der Einzahlungen

Einkommens- quelle	2021	2022	2023	2024	2025	2026 ff	Summe alle Jahre
Bundesrepublik Deutschland	250.000 €	500.000 €	750.000 €	5.000.00 0 €	11.500.000 €	2.000.000 €	20.000.000 €
Land Niedersachsen	0 €	500.000 €	1.000.000 €	4.000.00 0 €	9.000.000 €	500.000 €	15.000.000 €
Stadt Hildesheim	400.000 €	400.000 €	1.000.000 €	1.200.00 0 €	1.200.000 €	800.000 €	5.000.000 €
Landkreis Hildesheim	600.000 €	800.000 €	1.000.000€	1.000.00 0 €	1.000.000 €	600.000 €	5.000.000 €
Landkreiskom munen	200.000 €	200.000 €	200.000 €	200.000 €	200.000 €	200.000 €	1.200.000 €
Sponsoring	50.000 €	50.000 €	50.000 €	150.000 €	4.000.000 €	0 €	4.300.000 €
EU (Melina- Mercouri-Preis)					1.500.000 €		1.500.000 €
andere (z. B. Stiftungen/ Ticketing)	0 €	100.000 €	200.000 €	700.000 €	2.700.000 €	0 €	3.700.000 €
GESAMT	1.500.00 0 €	2.550.00 0 €	4.200.000 €	12.250.0 00 €	31.100.000 €	4.100.000 €	55.700.000 €

Aus der Planung ist zu ersehen, dass für die Landkreiskommunen eine zeitlich gleichmäßig verteilte Beteiligung vorgesehen ist, für den Landkreis eine leichte Steigerung in zeitlicher Nähe zum Veranstaltungsjahr. Die Stadt Hildesheim wiederum beteiligt sich in den Jahren 2021 und 2022 mit etwas geringeren Beträgen als der Landkreis, um dies im Umfeld des Veranstaltungsjahres durch eine höhere Beteiligung auszugleichen. Dies trägt zum einen den

erhöhten Anforderungen des Jahres Rechnung und entlastet die Stadt Hildesheim zum anderen während der Laufzeit des Zukunftsvertrags.

Beschlussvorschlag für den Rat der Stadt Alfeld (Leine):

„1.

Die Stadt Alfeld (Leine) beteiligt sich an der Bewerbung der Stadt Hildesheim als „Lead City“ (Ausrichterstadt) für die Region gemäß o.a. Bewerbungskonzept um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025.

2.

Im Falle des Erreichens der Shortlist beteiligt sich die Stadt Alfeld (Leine) unter Vorbehalt der Beteiligung der Stadt Hildesheim und des Landkreises an der Finanzierung des weiteren Bewerbungsverfahrens im Jahr 2020 nach Maßgabe des Punktes 2.4, also mit einem Betrag in Höhe von max. 12.000,00 Euro.

3.

Im Falle des Titelgewinns beteiligt sich die Stadt Alfeld (Leine):

- a) An der Finanzierung einer Durchführung des Kulturhauptstadtprojektes mit einem Betrag von 1,13 Euro pro Jahr und Einwohner/in, jeweils in den Jahren 2021 bis 2026 nach Maßgabe des Punkte 3.5.1 vorbehaltlich der Beteiligung der Stadt Hildesheim und des Landkreises Hildesheim in dort benannter Höhe.
- b) Unter dem o.g. Finanzierungsvorbehalt und vorbehaltlich der konkreten Ausgestaltung an der Gründung einer unabhängigen Gesellschaft für die Durchführung des Kulturhauptstadtjahres.“