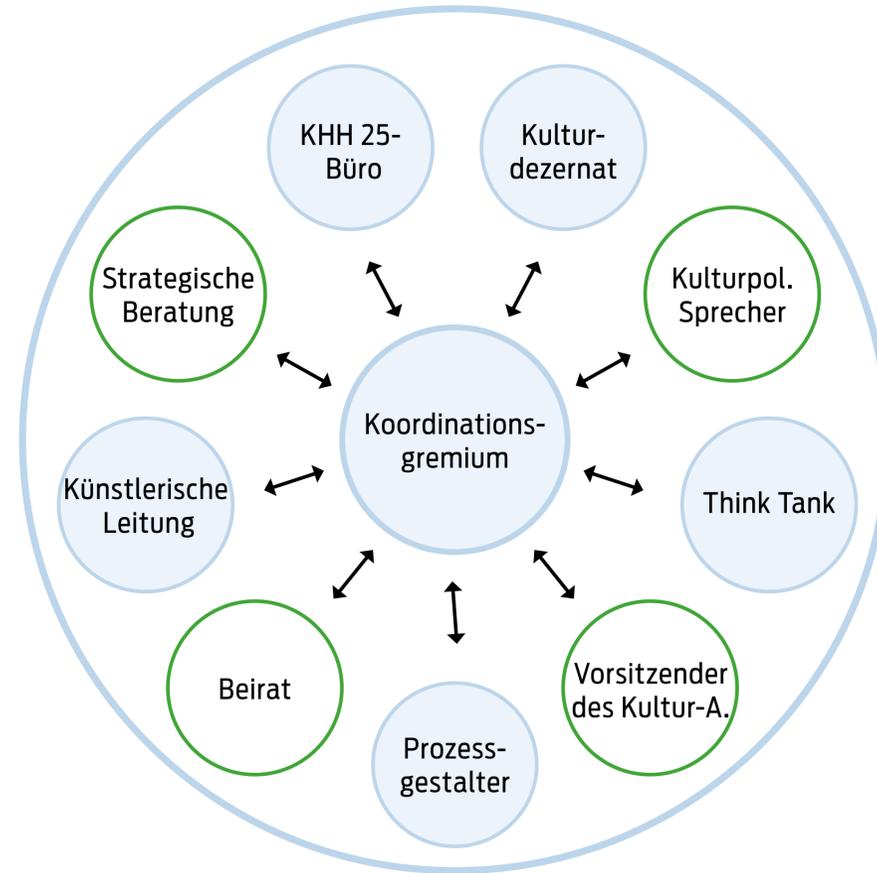


Hannover hat nichts

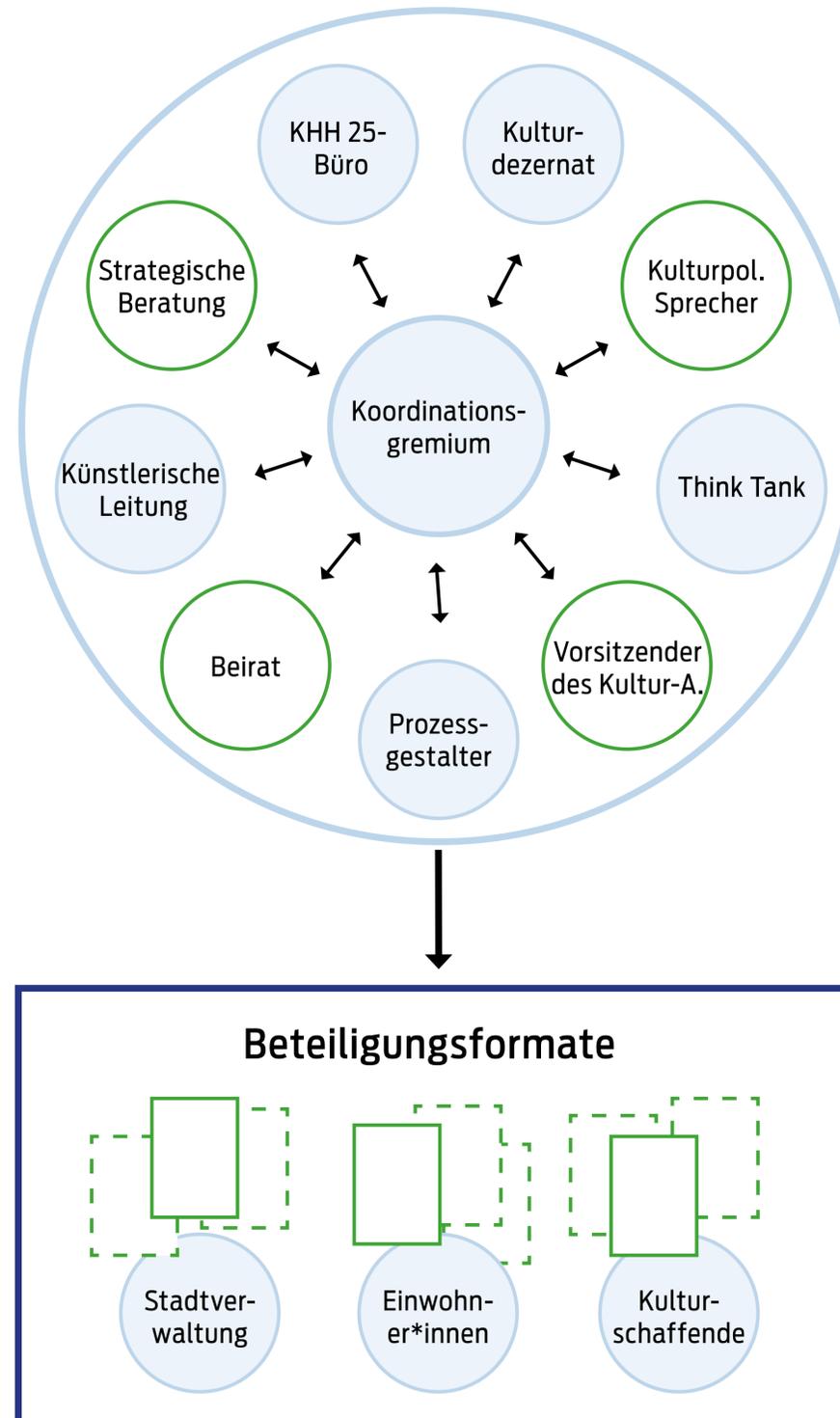
**Konzeptionelle und strukturelle
Rahmenbedingungen der Erarbeitung
einer Bewerbung Hannovers als
Kulturhauptstadt Europas 2025**

„Vorwärts nach weit“

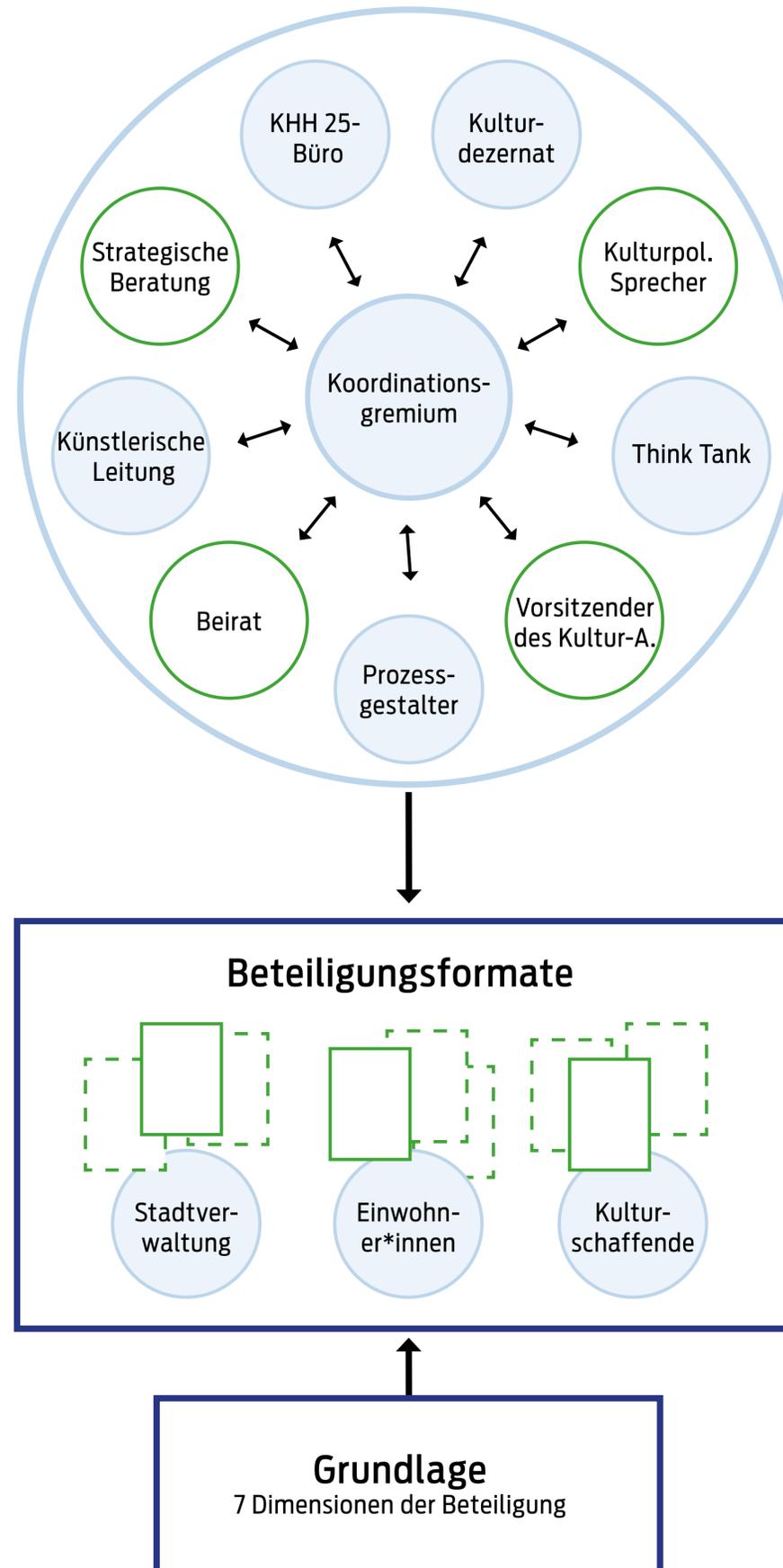
Struktur-Organigramm



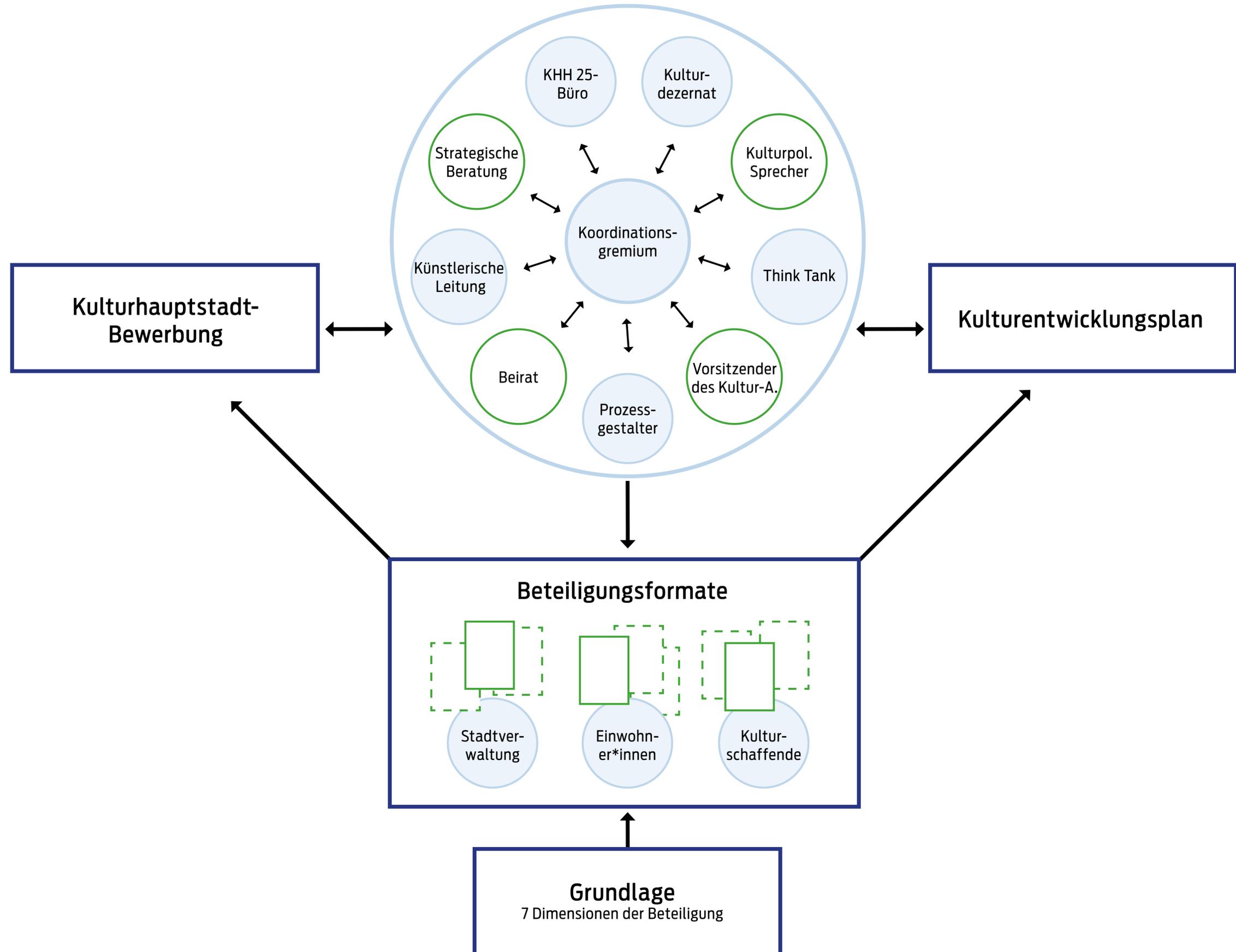
Struktur-Organigramm



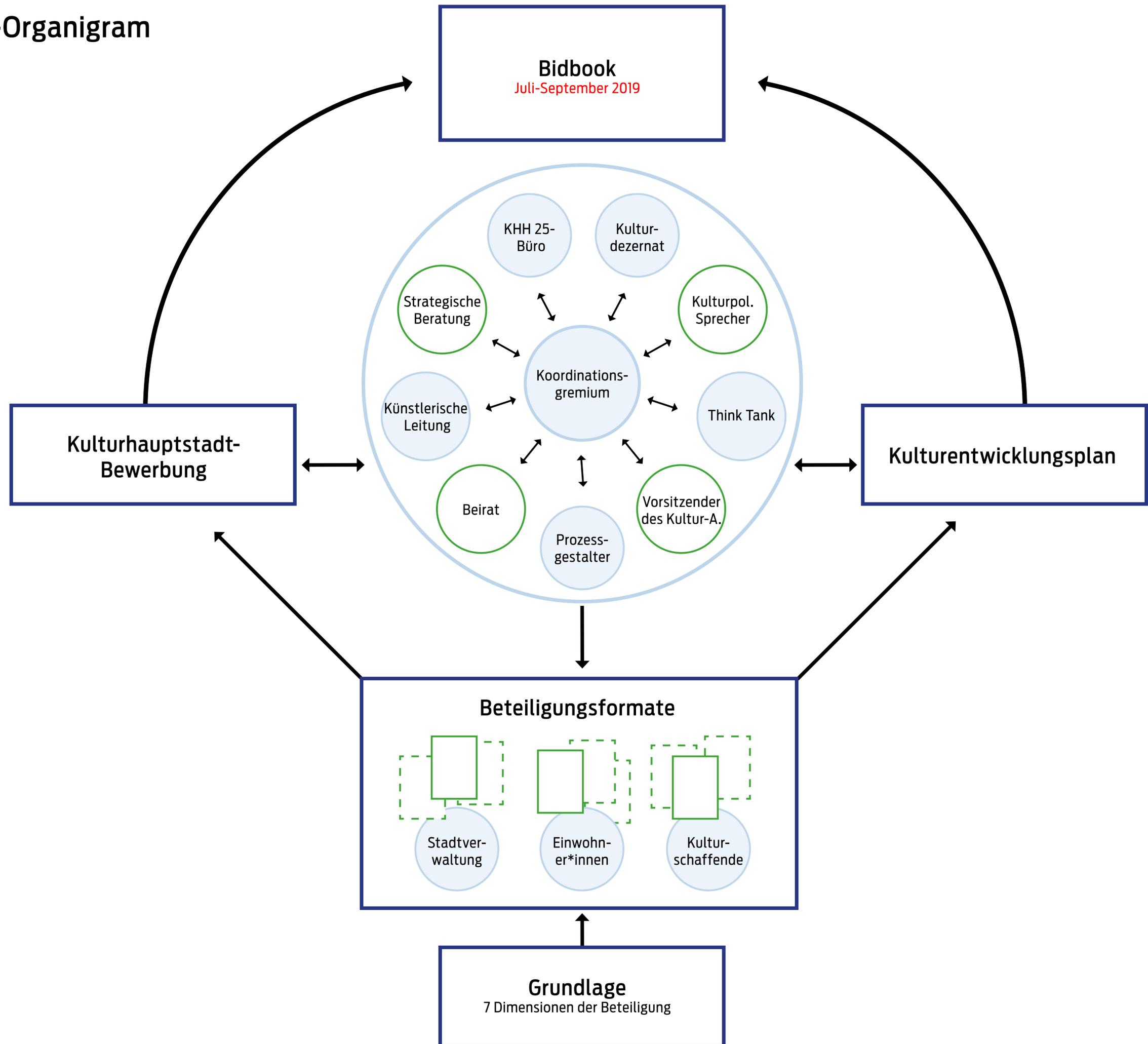
Struktur-Organigramm



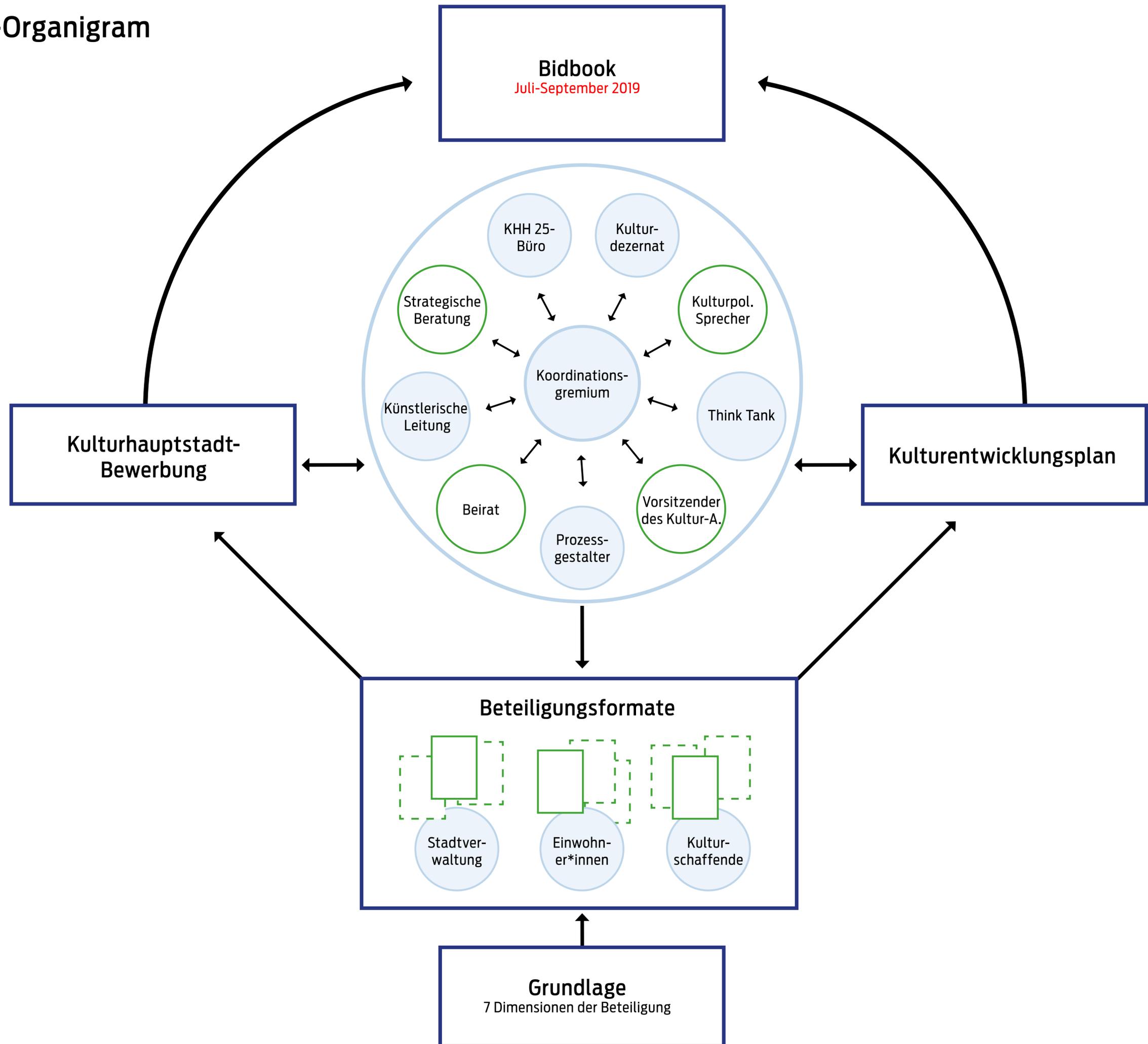
Struktur-Organigramm



Struktur-Organigramm



Struktur-Organigramm





**Koordinations-
gremium**

Das Koordinationsgremium

Funktion im Prozess

... ist ein strategisches Entscheidungsinstrument als Schnittstelle aller Gremien.

... arbeitet Prozess begleitend und unterstützend.

Struktur und Arbeitsweise

... besteht aus Experten/Expertinnen aus der Stadtgesellschaft, Kultur, Verwaltung und Politik.

... wählt eine(n) Vorsitzende(n) für die Leitung, Koordination und Moderation.

... trifft sich 1 x im Monat nach den Sitzungen des Think Tank und des Beirats.

... kommuniziert seine Entscheidungen als Informations-Drucksachen in die politischen Ausschüsse.

Das Kulturhauptstadtbüro übernimmt die Geschäftsführung.

Die operativen Planungen, die auf den Entscheidungen des Koordinationsgremiums basieren, werden vom Kulturhauptstadtbüro verantwortet bzw. koordiniert.

„Nachbarschaft“

Wir begreifen Nachbarschaft als Möglichkeit für kulturelle Teilhabe im Gestaltungsraum der Stadt:

Hannover hat 204 km² Kulturraum für alle.

„Zusammenleben auf Augenhöhe gestalten.“

„Nachbarschaft“

Wir begreifen Nachbarschaft als Möglichkeit für kulturelle Teilhabe im Gestaltungsraum der Stadt:

Hannover hat 204 km² Kulturraum für alle.

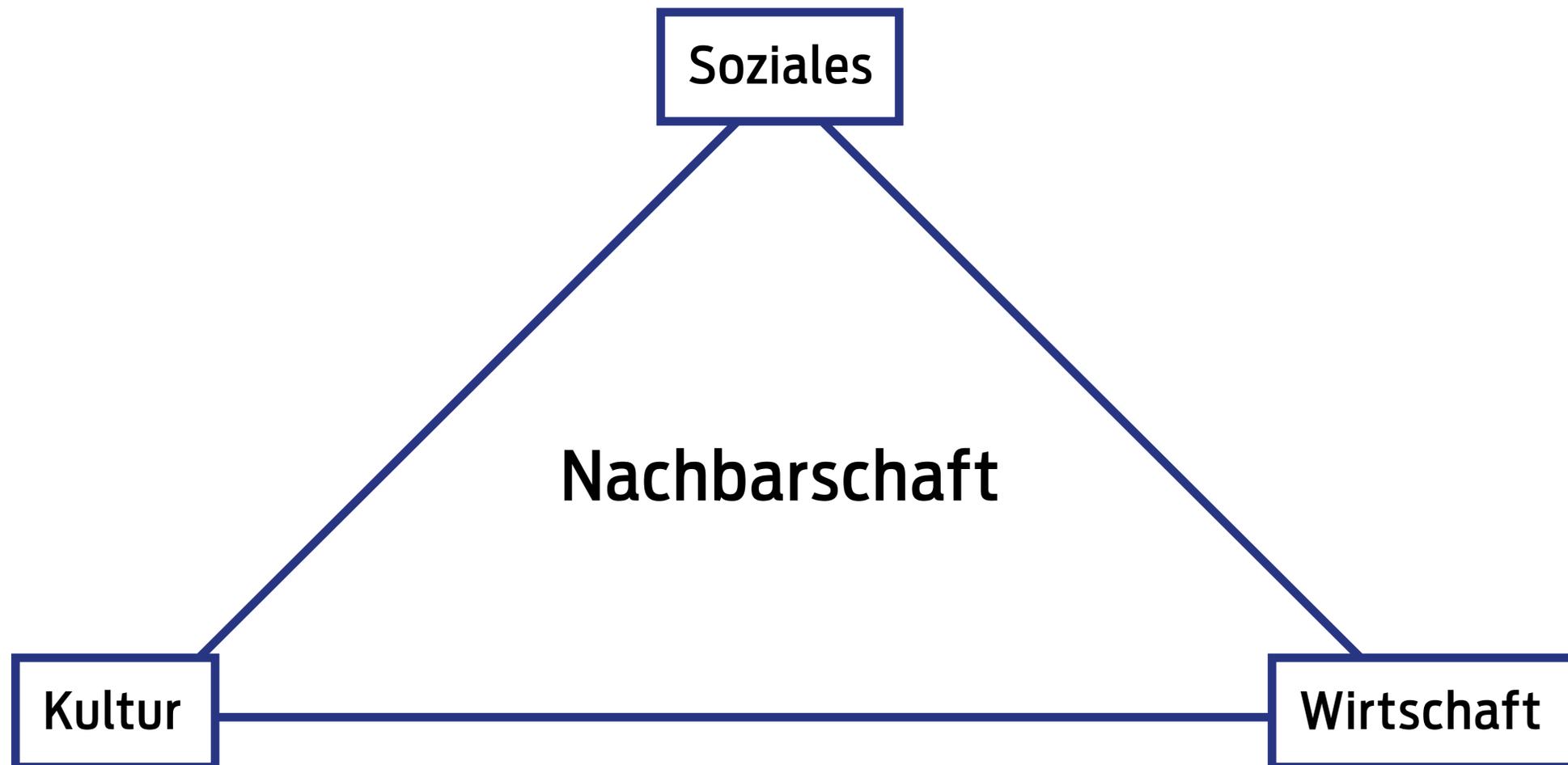
„Zusammenleben auf Augenhöhe gestalten.“

Achtung!

Nachbarschaft ist nicht das BEWERBUNGSMOTTO! Es ist ein Leitthema und Arbeitsgrundlage, um das Bewerbungsmotto aus den Ergebnissen des Beteiligungsprozesses zu erarbeiten!

Der Win-Win-Win Effekt

Unsere Stadtgesellschaft ist ein Zusammenspiel von verschiedenen Faktoren wie Wirtschaft, Soziales und Kultur. Wenn alle Faktoren gemeinsam wirken, entsteht ein übersummatives Ergebnis. Denn die Summe ist mehr als seine Teilchen.



Inhaltliche Struktur

Leitthema

„Nachbarschaft“

Zusammenleben auf Augenhöhe gestalten.

Inhaltliche Struktur

Leitthema

„Nachbarschaft“

Zusammenleben auf Augenhöhe gestalten.

Zielgruppe

Stadtver-
waltung

Einwohn-
er*innen

Kultur-
schaffende

Inhaltliche Struktur

Leitthema

„Nachbarschaft“

Zusammenleben auf Augenhöhe gestalten.

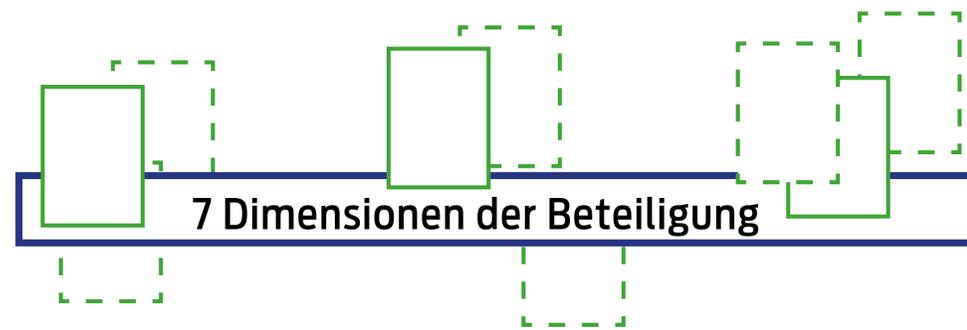
Zielgruppe

Stadtver-
waltung

Einwohn-
er*innen

Kultur-
schaffende

Beteiligungsformate



Inhaltliche Struktur

Leitthema

„Nachbarschaft“

Zusammenleben auf Augenhöhe gestalten.

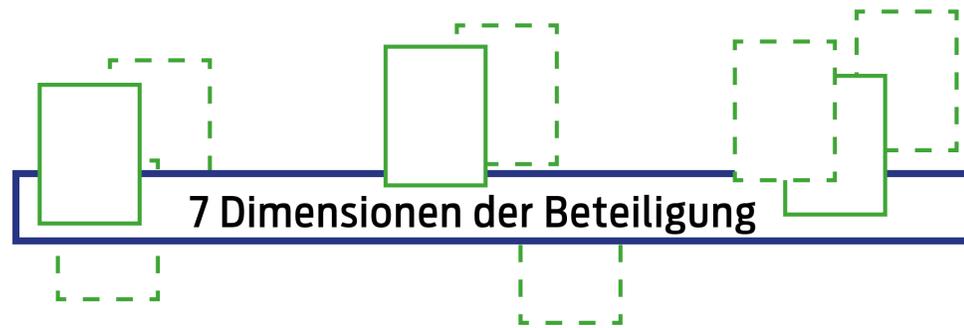
Zielgruppe

Stadtverwaltung

Einwohner*innen

Kulturschaffende

Beteiligungsformate



Beispiele für die Beteiligungsformate

Letter of Intent

Kulturhauptstadt-kiosk

Ausnahmezustand

Webseite

Inhaltliche Struktur

Leitthema

„Nachbarschaft“

Zusammenleben auf Augenhöhe gestalten.

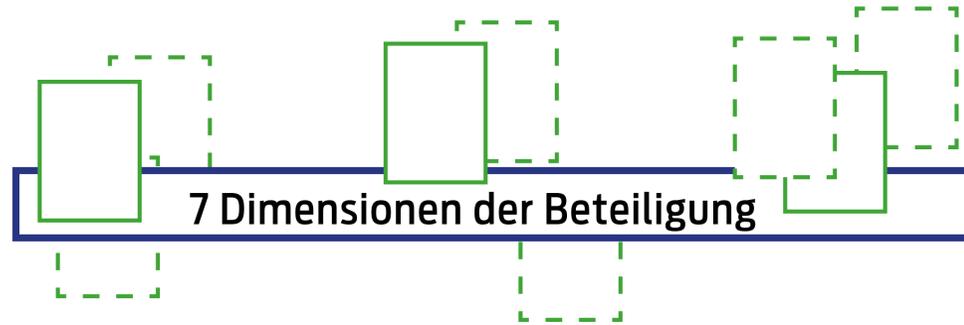
Zielgruppe

Stadtverwaltung

Einwohner*innen

Kulturschaffende

Beteiligungsformate



Beispiele für die Beteiligungsformate

Letter of Intent

Kulturhauptstadt-kiosk

Ausnahmezustand

Webseite

Themenfelder

Mobilität

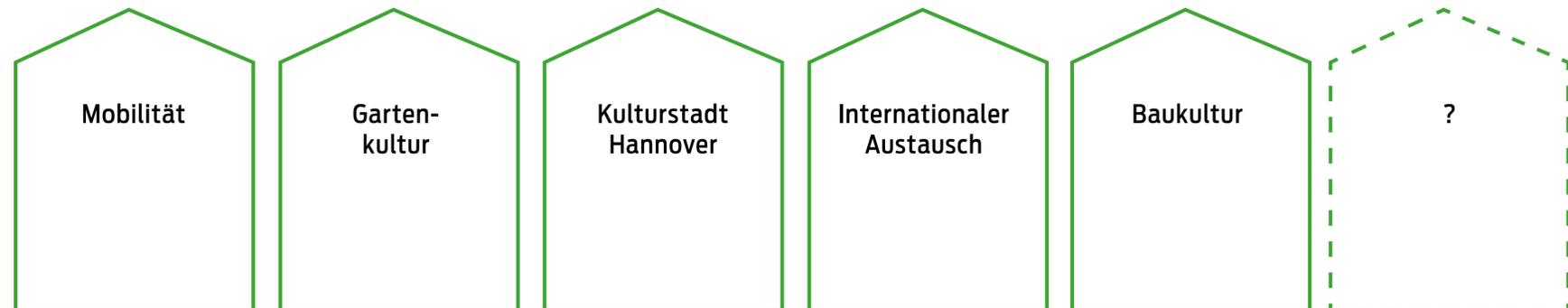
Gartenkultur

Kulturstadt Hannover

Internationaler Austausch

Baukultur

?



Beteiligungsformat: Kulturhauptstadtkiosk (Entwurf zur Weiterentwicklung mit Beirat und Think Tank)

Zielgruppe **Einwohner*innen**

Beteiligungsformat **Der Kiosk als Austauschpunkt der Nachbarschaft.
In Hannover und in europäischen Partnerstädten.**

Kultur als Motor **Fragestellung zur Beteiligung: „Wie kann Kultur die Stadtbezirkentwicklung antreiben?“**

Die Ganze Stadt **Kiosk ist für alle da. In allen 13 Stadtbezirken.**

Extern und Intern **Kommunikation und Vernetzung mit anderen Beteiligungsformaten
Lokale Kultur und die europäische Dimension.**

Design, Kommunikation und Inszenierung **Umnutzung bestehender Angebote, Verkaufsflächen und/ oder der Räumlichkeiten.**

Transparente Spielregeln **Erwartungshaltung, Mehrwert und Zielsetzung werden klar formuliert.**

Bestehende Strukturen **Bestehenden Kiosk-Struktur. Kioskbesitzer als Multiplikatoren und Sprachrohr der Nachbarschaft benutzen.**

Analog & Digital **Analoges Format in den digitalen Raum übersetzen und auf der Webseite darstellen.**

Beteiligungsformat: Letter of Intent (Entwurf zur Weiterentwicklung mit Beirat und Think Tank)

Zielgruppe **Stadtverwaltung**

Beteiligungsformat **Ein Bekennerschreiben als klares Zeichen in die Stadtverwaltung, Dezernate und Fachbereiche.**

Kultur als Motor **Dezernate und Fachbereiche können und sollen in ihren Projekten durch den Kulturhauptstadt-Bewerbungsprozess unterstützt werden.**

Die Ganze Stadt **Alle Fachbereiche sollen partizipieren.
Kulturhauptstadt ist in allen Fachbereichen zu Hause.**

Extern und Intern **Inspiriert durch den offenen Brief des Freundeskreises, als klares Zeichen der Einigkeit (intern und extern).**

Design, Kommunikation und Inszenierung **Ein unterzeichneter, offizieller Brief. Mit freier Wahl des Inhalts.**

Transparente Spielregeln **Auftrag der Gesamtverwaltung koordiniert durch das Kulturhauptstadtbüro. Oberbürgermeister als Unterstützer und Motivator.**

Bestehende Strukturen **Verteilung und Bekanntgabe über Intranet, Hauspost und E-Mail.**

Analog & Digital **Dokumentation des LOI auf der Bewerbungswebseite. Original wird für die Bewerbung archiviert.**

Außendarstellung

Kampagnentitel **Hannover hat nichts**

Design **Das weiße Blatt –
als Bild für den offenen und beginnenden Beteiligungsprozess**

Haltung

- **Echte Beteiligung!**
- **Es geht um eine gemeinsame Bewerbung und ihre Gestaltung, keine vorgegebenen Inhalte.**
- **Die Inhalte und die Form werden zusammen definiert und entwickelt.**
- **Der Prozess verbindet die Perspektiven.**
- **Das weiße Blatt füllt sich ...**

Nach der Beteiligung ~~Hannover hat nichts~~

Design **Neues Design Ende 2018**

Aus der Partizipation entsteht das Bewerbungsmotto!

Meilensteinplan

2018

2019

	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Januar	
Struktur/ KHH-Büro	<ul style="list-style-type: none"> • Konzeption der Evaluierung • Konzeption der Beteiligungsformate • Ausschreibung Künstl. Leitung • Konzeption Kulturentwicklungsplan 		<ul style="list-style-type: none"> • Foto und Text Dokumentation • Kooperationspartner und Termine • Webseite (Beteiligungs und Kommunikationsplattform) • Personal Ressourcen 		Organisation			Schreibphase		Kommunikation
Beirat	Bildung Beirat									
Think Tank	Bildung Think Tank									
Koordinations-Gremium										
Beteiligung			Organisation Beteiligungsformate	Durchführung Beteiligungsformate Launch: Kultur Kiosk	Durchführung Beteiligungsformate			Auswertung		Nachbearbeitung
					Beteiligungsformat: Einwohner*innen (je Stadtbezirk)			Corporate Design/ Visuelle Identität		
					Beteiligungsformat: Kulturschaffende					
					Beteiligungsformat: Verwaltung					
Kulturentwicklungsplan			Konzeption		Ausarbeitung		Ausarbeitung Phase 2	Nachbearbeitung		

28.6.-8.8 Sommerferien

EU Aufruf zur Bewerbung

BID BOOK
Deadline für Inhalte

Hannover hat nichts

Kommunikation

Bildung Beirat

Bildung Think Tank

Organisation Beteiligungsformate

Durchführung Beteiligungsformate

Auswertung

Nachbearbeitung

Launch: Kultur Kiosk

Beteiligungsformat: Einwohner*innen (je Stadtbezirk)

Beteiligungsformat: Kulturschaffende

Beteiligungsformat: Verwaltung

Corporate Design/ Visuelle Identität

Konzeption

Ausarbeitung

Ausarbeitung Phase 2

Nachbearbeitung

Meilensteinplan

2019

Januar

Februar

März

April

Mai

Juni

Juli

August

Set

Struktur/ KHH-Büro

Kommunikation des neuen Kampagnentitels und Corporate Design / Visuelle Identität

Redaktion

Endredaktion BID BOOK

Abgabe BID

Beirat



Think Tank



Koordinations-Gremium



Nachbearbeitung

Beteiligung

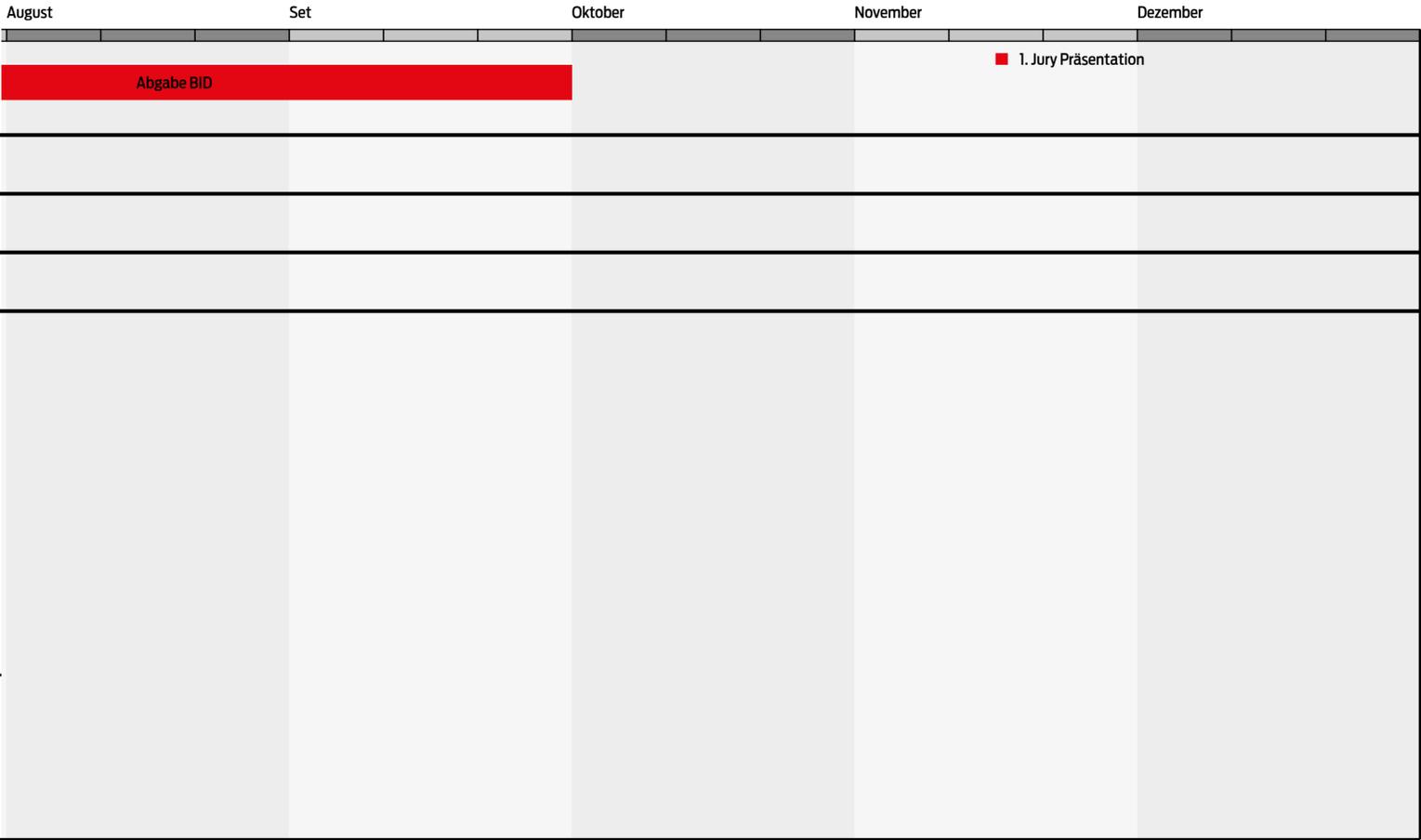
Beratung Gremien

Kulturentwicklungsplan



Meilensteinplan

2020



Struktur/ KHH-Büro

Abgabe BID

1. Jury Präsentation

■ Januar Shortlist

■ April Mai 2. Abgabe Bid BOOK und Jury Präsentation

■ Juli EU Delegation in Hannover

■ November Titelvergabe

Beirat

Think Tank

Koordinations-Gremium

Beteiligung

Kulturentwicklungsplan