

Baden
bei Wien



Kulturstadt Baden

Dialog. Kooperation. Gestaltung.

Leitgedanken für eine vernetzte
und zukunftsorientierte Kulturarbeit



Inhaltsverzeichnis

1. Präambel

- Kultur als Fundament und Zukunftskraft
- Bedeutung der Kulturkonzeption als strategischer Rahmen
- Verantwortung von Politik und Verwaltung

2. Kultur in Baden – Identität und Selbstverständnis

- Kulturverständnis
- Kulturelle Identität und Marke
- Tradition und Innovation
- Alltagskultur und Teilhabe
- Kreativwirtschaft und Wirtschaftsdynamik

3. Politischer Anspruch – Fokussierung der Kunst- und Kulturarbeit

- Kultur als Teil ganzheitlicher Stadtentwicklung
- Synergien mit Bildung, Tourismus und Wirtschaft
- Kultur als verbindender Faktor städtischer Lebensqualität

4. Werte und Haltungen

- Leitwerte: Offenheit, Vielfalt, Nachhaltigkeit, Qualität, Experimentierfreude
- Umsetzung im Kulturalltag
- Nachhaltige und faire Kulturpolitik

5. Rolle der Stadtverwaltung und Geschäftsgruppe Kultur

- Struktur, Aufgaben und Zuständigkeiten
- Strategische Kulturentwicklung und Ressourceneffizienz
- Kooperation und Qualitätssicherung

6. Kommunikation, Vernetzung und Beteiligung

- Austausch zwischen Verwaltung, Kulturszene und Öffentlichkeit
- Beteiligungs- und Informationsformate
- Unterstützung bei Förderansuchen
- Brücken zwischen Kultur, Bildung und Wirtschaft

7. Übergeordnete Handlungsempfehlungen

- Kulturelle Rahmenbedingungen sichern
- Kooperationen und Partnerschaften stärken
- Innovation und Inklusion fördern
- Bürgerbeteiligung vertiefen
- Evaluation und Weiterentwicklung

8. Maßnahmen

8.1. Kulturelle Infrastruktur

8.1.1. Beethovenhaus

8.1.2. Kaiserhaus

8.1.3. Rollettmuseum und Stadtarchiv

- 8.1.4. Haus der Kunst
- 8.1.5. Theater am Steg
- 8.1.6. Strecker Villa
- 8.1.7. Halle B
- 8.1.8. Stadttheater und Sommerarena
- 8.1.9. Frauenbad (Arnulf Rainer Museum)
- 8.1.10. Puppen- und Spielzeugmuseum
- 8.1.11. Weitere kulturelle Infrastruktur

8.2. Kulturbeirat der Stadt Baden

8.3. Stadtbücherei

8.4. Musikschule Baden

8.5. Kunstverein Baden

8.6. Touristische Kulturformate

8.7. Kurkonzerte NEU

8.8. Badener Kulturpreise

8.9. Kulturvermittlung

8.10. Geschäftsgruppe Kultur

- 8.10.1. Kulturverwaltung - Personalentwicklung
- 8.10.2. Ticketing
- 8.10.3. Digitalisierung
- 8.10.4. Kommunikation
- 8.10.5. Perspektive des Welterbebüros
- 8.10.6. Förderungen

9. Summary

9.1. Leitziele mit Handlungsempfehlungen

9.2. Summary Kulturelle Infrastruktur

9.3. Gesamtstrategie der Geschäftsgruppe Kultur

10. Conclusio – Kulturstadt Baden 2025: Eine Perspektive

Anhang

- A. Organigramm
- B. Übersicht der Ziel- und Anspruchsgruppen
- C. Teilnehmende an den Workshops am 01.09.2025, 06.10.2025 und 25.11.2025
- D. Protokoll des Beteiligungsworkshops am 06.10.2025
- E. Sitzung des Kulturausschusses am 25.11.2025 / ausformulierte Fassung des Protokolls

Redaktion:

Christoph Thoma, Geschäftsführer CULTURELAB Beratung GmbH

Strategische Impulse:

Michael Capek, Kulturstadtrat der Stadt Baden

Ulrike Scholda, Abteilung Museen der Stadt Baden (ab 01.01.2026 Leitung der Geschäftsgruppe Kultur)

Stand: 20.01.2026

1. Präambel

Kultur ist Fundament und Zukunftskraft der Gesellschaft. Sie prägt Identität, stärkt Zusammenhalt, verbindet Generationen und inspiriert zu Innovation. In Baden bildet Kultur einen zentralen Bestandteil des öffentlichen Lebens – sie ist Ausdruck der Geschichte, lebendiger Ort des Geistes und zugleich Motor für die Zukunft.

Die Kulturkonzeption der Stadt Baden ist Ausdruck des politischen Willens, diesen Gestaltungsraum bewusst, verantwortungsvoll und vorausschauend zu entwickeln. Sie formuliert eine gemeinsame Vision für das kulturelle Leben der Stadt und schafft Orientierung für Politik, Verwaltung, Institutionen und Zivilgesellschaft gleichermaßen.

Eine Konzeption ist dabei mehr als ein Plan – sie ist ein Prozess. Sie bündelt Kräfte, schafft Transparenz und ermöglicht Prioritätensetzung. Gerade in Zeiten gesellschaftlicher, ökologischer und technologischer Veränderungen braucht es solche Leitplanken, um kulturelle Vielfalt, Teilhabe und Kreativität zu sichern.

Die Kulturkonzeption Baden versteht sich als strategischer Rahmen:

- Sie bekennt sich zur Kultur als öffentlichem Wert,
- als Standortfaktor für Lebensqualität und Zusammenhalt,
- als verbindendes Element einer offenen, demokratischen Gesellschaft und Motor sozialer Innovation.
- Sie gibt Orientierung, bündelt Kräfte und eröffnet Perspektiven – für eine lebendige, vielfältige und selbstbewusste Kulturlandschaft in Baden.

Diese Kulturkonzeption beruht auf klaren Werten und Haltungen, die den kulturellen Alltag leiten:

- Offenheit gegenüber neuen Ideen und Ausdrucksformen
- Vielfalt als gelebte Stärke im Sinne einer breiten Alltagskultur
- Nachhaltigkeit als Verantwortung gegenüber kommenden Generationen
- Qualität als Maßstab für künstlerische Exzellenz
- Experimentierfreude als Motor für Innovation und Weiterentwicklung

Sie steht für eine nachhaltige und faire Kulturpolitik, die Transparenz, Gerechtigkeit und Partizipation in den Mittelpunkt stellt. Kultur in Baden ist kein statisches Gut, sondern ein lebendiger Prozess – getragen von Menschen, die gestalten, teilen und verbinden.

Diese Konzeption ist Einladung und Auftrag zugleich: Sie beschreibt, wie Baden seine kulturelle Identität lebt, pflegt und weiterentwickelt – als Stadt, die auf Dialog, Kooperation und Gestaltung setzt.

Kultur ist das, was Menschen miteinander erschaffen – heute, morgen und in Zukunft.

2. Kultur in Baden – Identität, Selbstverständnis und Strahlkraft

Kultur ist in Baden Grundlage der städtischen Identität und zugleich Impulsgeberin für gesellschaftliche, wirtschaftliche und kreative Entwicklung. Sie verbindet Geschichte mit

Gegenwart, Tradition mit Innovation und schafft damit ein unverwechselbares Profil, das Baden regional wie international als Kulturstadt der Balance und des Dialogs positioniert. Kultur in Baden bedeutet:

- **Ganzheitliches Verständnis:** Kultur umfasst Kunst, kulturelles Gedächtnis, Alltags- und Hochkultur, Kreativwirtschaft und Lebensstil – sie prägt das Selbstverständnis der Stadt und macht ihre Vielfalt sichtbar.
- **Kulturelle Identität und Marke:** Baden verbindet Lebensqualität und Innovationskraft zu einer starken kulturellen Marke, die auf Qualität, Offenheit und Authentizität beruht.
- **Tradition und Innovation:** Das kulturelle Erbe – insbesondere Beethoven und die Sommerfrische – wird bereits zeitgemäß interpretiert, soll aber konsequent weiterentwickelt werden.
- **Alltagskultur und Teilhabe:** Die städtische Infrastruktur für Kunst und Kultur steht für niederschwellige Begegnung und Beteiligung.
- **Kreativwirtschaft und Wirtschaftsdynamik:** Kooperationen zwischen Kultur, Wirtschaft und Tourismus werden gezielt gefördert, kreative Akteurinnen und Akteure tragen zur Wertschöpfung und Sichtbarkeit der Stadt bei.

Kultur in Baden ist damit Erlebnis, Haltung und Standortfaktor zugleich – sie prägt das Selbstverständnis der Stadt, stärkt ihre internationale Strahlkraft und bildet das Fundament für eine offene, innovative und lebenswerte Kulturstadt der Zukunft.

3. Politischer Anspruch – Kultur als Querschnittsaufgabe

Kultur wird in Baden als Querschnittsaufgabe verstanden – eng verknüpft mit Stadtentwicklung, Bildung, Tourismus, Wirtschaft und Standortpolitik. Sie ist kein isolierter Bereich, sondern ein integraler Bestandteil einer ganzheitlichen Stadtstrategie, die Lebensqualität, Identität und Innovationskraft gleichermaßen stärkt.

Die Stadtgemeinde Baden setzt kulturelle Schwerpunkte an den Schnittstellen dieser Themenfelder und versteht Kulturpolitik als gemeinsame Verantwortung der Stadtpolitik und der Verwaltung im Zusammenspiel mit den Kulturakteurinnen und -akteure. Klare Prioritäten, verlässliche Finanzierung und messbare Indikatoren¹ sichern Transparenz und Wirkung. Kultur wird damit zu einem verbindenden Faktor für eine lebendige, zukunftsorientierte Stadtgesellschaft.

¹ Indikatoren, beispielsweise:

- Anteil des Kulturbudgets am Gesamthaushalt der Stadt
- Anzahl der Kulturinstitutionen, Vereinen und freien Initiativen
- Investitionen in kulturelle Infrastruktur (Erhalt, Sanierung, Neubauten)
- Anzahl an Kooperationen zwischen Kultur, Bildung, Tourismus und Wirtschaft
- Besucherzahlen in städtischen Kulturhäusern und -veranstaltungen
- Anteil von Veranstaltungen mit freiem Eintritt oder sozialem Zugang (z.B. „Hunger auf Kunst & Kultur“)
- Zahl von Projekten mit partizipativem oder inklusivem Ansatz
- Zufriedenheit der Kulturschaffenden mit den Rahmenbedingungen bzw. Zufriedenheit des Publikums (regelmäßige Umfrage)
- Medienresonanz und Wahrnehmung der Stadt als Kulturstandort
- Anzahl an Kooperationen und Gastspielen bzw. Förderzusagen
- Beteiligungsformate pro Jahr (Foren, Werkstätten, Bürgerinnen- und Bürgerräte)

Am wirkungsvollsten ist ein jährlicher Kulturbericht mit ausgewählten Kennzahlen und Reflexion, nicht als ein Controlling-Instrument, sondern ein Transparenz- und Lerninstrument. Darin könnten 10–15 Schlüsselindikatoren laufend beobachtet und mit qualitativen Kurzanalysen ergänzt werden, um allfällige Ergebnisse auch zu übersetzen.

Diese Kulturkonzeption bildet den strategischen Rahmen mit klaren Leitlinien und Handlungsschwerpunkten, die den Weg Badens als zukunftsorientierte Kulturstadt präzisieren und gestalten.

4. Werte und Haltungen

Die Kulturentwicklung der Stadt Baden orientiert sich an fünf Leitwerten:

Qualität, Vielfalt, Offenheit, Nachhaltigkeit, und Experimentierfreude.

Diese Werte prägen die Ausrichtung der Kulturpolitik und finden im Alltag Ausdruck durch:

- transparente Förderentscheidungen und faire Auswahlverfahren
- gezielte Unterstützung innovativer, interdisziplinärer Projekte
- Förderung von Vielfalt und Inklusion
- ökologische und soziale Verantwortung²
- fortlaufender Dialog mit Kulturschaffenden
- Sicherung künstlerischer und kuratorischer Qualität durch klare Kriterien, fachliche Begleitung und kontinuierliche Weiterentwicklung

Baden versteht Kultur als verantwortungsbewusstes und zukunftsgerichtetes Handlungsfeld, das gesellschaftliche Teilhabe und Innovation gleichermaßen ermöglicht.

5. Rolle der Stadtverwaltung und Geschäftsgruppe Kultur

Die Stadt Baden versteht sich als Rahmensetzerin und Ermöglicherin kulturellen Handelns. Mit der Einrichtung der Geschäftsgruppe Kultur bündelt sie möglichst viele kulturrelevanten Aufgaben und Ressourcen unter einem Dach:

Struktur:

- Abteilung Kunst- und Kulturförderung
- Abteilung Museen mit Stadtarchiv
- Abteilung Welterbe
- Stadtbücherei

Aufgaben:

- Umsetzung der Kulturkonzeption und strategische Kulturentwicklung, insbesondere im Kontext von Synergie und Effizienzsteigerung
- Finanz- und Ressourcenmanagement
- Förderung von Kooperation und Innovation
- Einnahmesteigerung durch neue Nutzungsmöglichkeiten städtischer Einrichtungen
- Prüfung der Integration von Event- und Veranstaltungsaufgaben aus dem Tourismusbereich
- Die Geschäftsgruppe Kultur initiiert auch eigenständig Kunst- und Kulturprogramme.

² Beispielsweise sind an dieser Stelle klimaneutrale Festivals, Inklusionsprojekt Beethovenhaus, „Hunger auf Kunst und Kultur“ oder Kooperationen mit dem Energie- und Klimareferat zu nennen.

Die Geschäftsgruppe Kultur fungiert als Serviceeinheit und Impulsgeberin, schafft klare Zuständigkeiten, sichert Transparenz und stärkt die strategische Handlungsfähigkeit der Stadt im Kulturbereich.

6. Kommunikation, Vernetzung und Beteiligung

Die Kulturkonzeption richtet sich an Politik, Verwaltung, Kulturschaffende sowie Bürgerinnen und Bürger. Sie setzt auf Dialog, Transparenz und Kooperation als Grundlage gemeinsamer Kulturentwicklung.

Zentrale Instrumente:

- regelmäßige Netzwerktreffen (inkl. eines jährlichen Kulturjahresrück- und -ausblicks), beispielsweise thematische Kulturforen und Austauschformate zwischen Politik, Verwaltung, Institutionen und freier Szene
- Newsletter- und Social Media-Tools etc. zur Information und Beteiligung
- Unterstützung bei Förderansuchen und Projektentwicklung
- gezielte Brücken zwischen Kultur, Bildung, Wirtschaft und Tourismus, insbesondere durch die Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketing und der Geschäftsgruppe Tourismus
- Nutzung von Best-Practice-Erfahrungen als Lernquelle für neue Kooperationen

So etabliert sich Baden als „Kulturstadt des Dialogs“ – eine Stadt, die Kulturpolitik als gemeinsames Gestaltungsprojekt versteht.

7. Übergeordnete Handlungsempfehlungen

Rahmenbedingungen sichern

- Dauerhafte Kulturfinanzierung entsprechend der Kulturkonzeption
- Ergänzende Sachleistungen (Raumnutzung, Technik, Kommunikation)
- Einheitliche Förderkriterien und transparente Entscheidungsprozesse

Kooperationen und Partnerschaften stärken

- Ausbau privater Kooperationen und Sponsoringmodelle
- Förderung gemeinsamer Projekte zwischen öffentlicher Hand, freier Szene und Wirtschaft
- Entwicklung nachhaltiger Public-Private-Partnership-Modelle

Innovation und Inklusion fördern

- Unterstützung interdisziplinärer, experimenteller Projekte
- Stärkere Einbindung junger Zielgruppen und Bildungseinrichtungen
- Digitalisierung als Vermittlungs- und Teilhabeinstrument weiterentwickeln

Bürgerbeteiligung vertiefen

- Etablierung regelmäßiger Dialogforen oder Bürgerinnen- und Bürgerräte, folglich aktive Einbindung in Programm- und Entwicklungsprozesse

Evaluation und Weiterentwicklung

- Einrichtung eines Kulturbeirats als beratendes Fachgremium
- Regelmäßige Evaluierung der Ziele anhand qualitativer und quantitativer Indikatoren
- Fortschreibung der Kulturkonzeption im fünfjährigen Rhythmus mit einer erstmaligen Evaluierung nach 3 Jahren

Prüfung von inhaltlichen Perspektiven aufbauend auf den budgetären Möglichkeiten

- Beethoven 2027
- Filmstandort Baden
- Fortführung der „Lichtkunst“ im öffentlichen Raum
- Feministisches Zentrum

8. Umsetzungsmaßnahmen

Die Kulturkonzeption der Stadt Baden versteht sich nicht als statisches Dokument, sondern als dynamischer Handlungsrahmen. Sie formuliert Ziele und Leitlinien, die in konkrete Maßnahmen, Projekte und Prozesse übersetzt werden.

Umsetzungsmaßnahmen sind jene praktischen Schritte, mit denen die im Konzept beschriebenen Werte, Leitziele und Strukturen im Alltag wirksam werden – in der Verwaltung, den einzelnen Kultureinrichtungen, bei Kulturschaffenden und in der Stadtgesellschaft. Sie verbinden Strategie und Praxis, sichern Kontinuität und schaffen Raum für Innovation.

Ziel ist es, eine umsetzbare, überprüfbare und lebendige Kulturarbeit zu ermöglichen, die sich flexibel an neue Entwicklungen anpasst und zugleich die langfristige kulturelle Entwicklung der Stadt Baden verlässlich absichert.

8.1. Kulturelle Infrastruktur und deren Entwicklungsperspektiven

Eine zukunftsorientierte Kulturstadt braucht Räume, die ermöglichen, verbinden und inspirieren. Die kulturelle Infrastruktur Badens bildet das physische und symbolische Fundament des städtischen Kulturlebens – von Museen über Bühnen und Ausstellungsorte bis zu temporären und experimentellen Nutzungsflächen. Sie spiegelt die Geschichte der Stadt ebenso wider wie ihre Offenheit für Wandel und Innovation.

Im Zentrum stehen die Weiterentwicklung und Profilierung der bestehenden Häuser, insbesondere der städtischen Museen und des Theaters am Steg oder des „Haus der Kunst“. Klare Nutzungskonzepte, gute Auslastung, rechtzeitige Sanierung und eine abgestimmte Kommunikation zwischen den Einrichtungen sind wesentliche Voraussetzungen für eine nachhaltige und effiziente Infrastrukturpolitik.

Darüber hinaus eröffnen Potenzialflächen wie das Feuerwehrhaus in der Grabengasse oder die Halle B neue Perspektiven für eine kulturelle Nutzung und kreative Zwischennutzungen. Auch private Locations sowie die Mitnutzung bestehender Räume, etwa der Sommerarena in

der spielfreien Zeit (kalte Jahreszeit), bieten Chancen, das Kulturangebot räumlich zu erweitern und neue Zielgruppen anzusprechen.

Die Stadt Baden versteht kulturelle Infrastruktur als dynamisches System, das sich an gesellschaftliche Entwicklungen, technologische Innovationen und veränderte kulturelle Bedürfnisse anpasst. Ziel ist es, ein flexibles, vielfältiges und nachhaltiges Netz an Kulturorten zu schaffen, das Raum bietet für Tradition und Experimente, für große Veranstaltungen ebenso wie für kleine Initiativen – und damit die kulturelle Identität der Stadt sichtbar, lebendig und zukunftsfähig macht.

Strategische Weiterentwicklung der bestehenden Häuser:

- Entwicklung klarer Nutzungskonzepte und Profilierungen für die Museen, die Stadtgartenvilla (Büro Welterbe), das „Haus der Kunst“ und das „Theater am Steg“
- Optimierung der Auslastung durch abgestimmte Jahresplanungen, Synergien und flexible Raumkonzepte sowie gezielten Vermietungen
- Rechtzeitige Sanierungs- und Instandhaltungsplanungen zur langfristigen Sicherung der bestehenden Infrastruktur
- Förderung von Kooperationen zwischen den Abteilungen (gemeinsame Formate, Vermittlung, Kommunikation)

Nutzung und Entwicklung von Potenzialflächen:

- Prüfung der kulturellen Nutzung³ des Feuerwehrhauses Grabengasse als möglicher Ort für Produktion, Ateliers, Ausstellungen oder Bildung bzw. als Stadtmuseum, Archiv, Bücherei und einem Ort für Kunst- und Kulturveranstaltungen
- Attraktivierung und Modernisierung der Halle B für Kultur-, Jugend- und Stadtveranstaltungen und Events
- Erarbeitung eines Leitfadens für temporäre und kreative Zwischennutzungen beispielsweise in der Bespielung von Leerständen in der Innenstadt (im Zusammenwirken mit dem Stadtmarketing)
- Erschließung zusätzlicher Räume über private Locations oder Kooperationen mit Wirtschaft und Tourismus

Kooperationen und Synergien:

- Abstimmung der Programmplanung zwischen den städtischen Einrichtungen und den Betrieben der NÖKU zur Stärkung des Gesamtprofils der Kulturstadt Baden, insbesondere mit Blick auf eine Optimierung des Veranstaltungskalenders
- Aufbau einer Kooperationsstruktur mit der Bühne Baden, um die Sommerarena in der spielfreien (kalten) Jahreszeit durch städtische Formate oder Partnerprojekte zu nutzen

Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit:

- Berücksichtigung von ökologischen Standards bei Sanierungen und Neubauten
- Förderung von barrierefreier Zugänglichkeit und Vermittlungsangeboten in allen Einrichtungen

³ Die Studie für die Etablierung eines „Zentrums für feministische Forschung“ dient als Grundlage für die weiteren Schritte zur Entwicklung einer kulturellen Nutzung in der Grabengasse.

- Regelmäßige Evaluierung der Raumnutzung und Auslastung als Steuerungsinstrument für Effizienz und Bedarf

8.1.1. Beethovenhaus Baden – kulturelles Ankerhaus mit internationaler Strahlkraft

Das Beethovenhaus Baden ist ein zentrales Element der kulturellen Infrastruktur der Stadt und trägt maßgeblich zur internationalen Sichtbarkeit und Markenbildung Badens als Beethovenstadt bei. Durch seine Innenstadtlage, die umfassende Renovierung und Neuausrichtung im Jahr 2014 sowie die professionelle, innovative museale und inhaltliche Arbeit hat sich das Haus als qualitativ hochwertiger, stabil geführter und wachsender Kulturbetrieb etabliert.

Mit rund 13.500 Besuchenden im Jahr 2024 – seit vier Jahren mit kontinuierlichem Wachstum – zählt das Beethovenhaus zu den erfolgreichen städtischen Kultureinrichtungen. Die Verhältnisstruktur von Kosten (EUR 358.735,90) und Erträgen (EUR 120.592,15) zeigt eine solide Wirtschaftsbasis im Jahr 2024, die durch Ticketverkauf und Shopumsätze nahezu ausgeglichen getragen wird.

Das Beethovenhaus belebt die international bekannteste kulturelle Marke der Stadt, generiert einen hohen medialen Werbewert und positioniert Baden im internationalen Kulturtourismus. Durch Sonderprogramme, Kooperationen und eine aktive digitale Präsenz trägt es wesentlich zur Profilbildung Badens als Ort kultureller Exzellenz und historischer Authentizität bei.

Empfehlungen und Entwicklungsperspektiven:

Profil stärken und erweitern: Die Position als Leitinstitution der Beethovenstadt Baden weiter festigen – durch inhaltliche Innovation, Vermittlungsprogramme und Kooperationen mit anderen Beethoven-Städten (z.B. Bonn) sowie internationalen Partnerinnen und Partnern

Zielgruppen erweitern: Neue Besucherinnen und -Besuchergruppen ansprechen, insbesondere durch ungewöhnliche, zeitgenössisch-kontextualisierte Beethoven-Programme, die Bezüge zur heutigen Lebensrealität herstellen (z.B. Themen wie Freiheit, Hörwahrnehmung, Kreativität, Mut zur Veränderung)

Vermittlung und Partizipation ausbauen: Entwicklung interaktiver, partizipativer und inklusiver Formate, die das Beethovenhaus stärker mit Schulen, der jungen Bevölkerung und neuen Kulturinteressierten vernetzen

Digitale Reichweite stärken: Ausbau der Social-Media- und Online-Kommunikation, um internationale Sichtbarkeit und Community-Bindung zu erhöhen, sowie von digitalen Vermittlungsformaten (z.B. Mini-Dokus, Einblicke in Exponate, „Beethoven Moments“)

Kooperation und Synergien: Weitere Vernetzung mit Tourismus, Wirtschaft und Bildungseinrichtungen, das Beethovenhaus als „Ankerpunkt“ für thematische Stadterlebnisse, Festivals oder Bildungsinitiativen nutzen

Das Beethovenhaus ist eine stabile, international relevante Kultursäule und zugleich ein strategischer Leuchtturm der Stadt Baden. Seine Aufgabe liegt weiterhin nicht nur in der Bewahrung, sondern in der zeitgemäßen Vermittlung Beethovens Erbes – als Verbindung zwischen Geschichte, Gegenwart und Zukunft. Es verkörpert damit exemplarisch das Leitmotiv der Badener Kulturkonzeption: Tradition als Ausgangspunkt für Erneuerung.

8.1.2. Kaiserhaus Baden – historisches Erbe zwischen Anspruch und Neuausrichtung

Das Kaiserhaus ist eines der geschichtsträchtigen Gebäude der Stadt Baden und ein bedeutendes Zeugnis der kaiserlichen Sommerfrischekultur. Mit seiner hervorragenden Innenstadtlage am Hauptplatz, seiner historischen Bedeutung und seiner repräsentativen Architektur bildet es ein zentrales Element der kulturellen Topografie Badens.

Nach dem Ankauf durch die Stadt im Jahr 2008 und der Sanierung 2013 wurde das Kaiserhaus als städtisches Museum etabliert. Es präsentierte seither Ausstellungen auf hohem Niveau zu stadthistorischen Themen, die teils überregional Beachtung fanden und regelmäßig vom Land Niederösterreich gefördert wurden. Gleichzeitig zeigen die letzten Jahre auch die strukturellen und finanziellen Herausforderungen dieses Standortes: hohe Kosten (rund EUR 300.000,- jährlich, abhängig von Ausstellungsthemen), ein hoher Kommunikationsaufwand und rückläufige Besucherinnen- und Besucherzahlen bei längerer Laufzeit und Einsparungen beim Werbebudget.

Die baulichen und funktionalen Rahmenbedingungen sind zudem eingeschränkt: Das Haus ist nicht barrierefrei, die Raumaufteilung erschwert einen modernen Museumsbetrieb, und der Denkmalschutz limitiert mögliche Umbauten oder alternative Nutzungen. Hinzu kommen ein verbleibender Mieter, ein technisch aufwändiger Betrieb und ein unauffälliger Eingangsbereich, die die Sichtbarkeit des Hauses im Stadtraum mindern.

Mit der Aussetzung des Museumsbetriebs ab 2025 aus Kostengründen steht das Kaiserhaus an einem Wendepunkt. Die Herausforderung besteht nun darin, seine historische und symbolische Bedeutung in ein tragfähiges Zukunftskonzept zu überführen – jenseits eines rein musealen Betriebs, aber im Bewusstsein seiner kulturellen und identitätsstiftenden Rolle für die Stadt.

Nutzungsstrategie und Zukunftskonzept entwickeln:

- Erarbeitung eines klaren Nutzungskonzepts der verfügbaren Flächen in allen Stockwerken unter Einbindung externer Expertise (z.B. Museumsberatung, Denkmalpflege, Architektur)
- Prüfung einer Mehrfachnutzung: Kultur, Repräsentation, Bildung, Forschung oder Stadtgeschichte in neuer Form bzw. externe Vermietungen
- Temporäre oder hybride Nutzungen (z.B. Pop-up-Ausstellungen, Diskussionsformate, künstlerische Interventionen), um das Haus im öffentlichen Bewusstsein zu halten

Bauliche und funktionale Machbarkeit klären:

- Evaluierung des Investitionsbedarfs für eine nachhaltige Sanierung und technische Modernisierung
- In Abstimmung mit dem Denkmalschutz Möglichkeiten für barrierefreie Lösungen und eine stärkere optische Öffnung zum Hauptplatz hin prüfen

Sichtbarkeit und Zugänglichkeit erhöhen:

- Verbesserung der Erschließung und Außenkommunikation (z.B. temporäre Außeninszenierungen, Veranstaltungen im Vorraum oder Hof)
- Intensivere Nutzung des Vortragssaals im Erdgeschoss als Veranstaltungs- und Vermittlungsraum – etwa für kleine Konzerte, Lesungen oder Bürgerdialoge

Inhaltliche Neupositionierung:

- Thematische Neuausrichtung über rein stadtgeschichtliche Schwerpunkte hinaus (z.B. „Kaiserzeit, Moderne und Wandel“)
- Stärkere Kooperation mit Wissenschaft, Tourismus und Kreativwirtschaft zur gemeinsamen Nutzung und Vermittlung

Langfristige Perspektive sichern:

- Entscheidung über eine dauerhafte kulturelle Nutzung oder eine neue, multifunktionale Ausrichtung auf Basis einer Wirtschaftlichkeits- und Wirkungsevaluierung
- Entwicklung eines finanzierbaren Betriebsmodells mit realistischen Personal- und Nutzungsszenarien

Das Kaiserhaus ist ein Haus mit Geschichte, dessen Zukunft zwischen musealer Tradition und kultureller Funktion neu definiert werden muss. Es steht exemplarisch für die Herausforderung, kulturelles Erbe zeitgemäß zu nutzen, ohne seine historische Identität zu verlieren. Eine offene, interdisziplinäre Neuausrichtung – die Kultur, Bildung, Begegnung und Erinnerung verbindet – kann das Kaiserhaus von einem kostenintensiven Museumsstandort zu einem lebendigen Kultur- und Begegnungsort weiterentwickeln, der Geschichte erfahrbar macht und zugleich Zukunft gestaltet.

8.1.3. Rollettmuseum und Stadtarchiv Baden

Das Rollettmuseum, das älteste Museum Niederösterreichs, befindet sich im ehemaligen Rathaus von Weikersdorf und beherbergt gemeinsam mit dem Stadtarchiv Baden die historische Sammlung und das „Gedächtnis der Stadt“. Beide Institutionen erfüllen zentrale Aufgaben der Bewahrung, Erforschung und Vermittlung der Stadtgeschichte und sind eng miteinander verbunden – räumlich wie inhaltlich.

Aktuelle Situation:

Das Rollettmuseum verfügt über eine bedeutende Sammlung mit internationaler Wahrnehmung – etwa durch Leihanfragen und Kooperationen – und leistet einen wichtigen Beitrag zur historischen Bildung. Im Haus finden regelmäßig Sonderveranstaltungen statt,

zudem nimmt die Vermittlungsarbeit einen hohen Stellenwert ein, insbesondere für Schulen. Das Museum betreibt eine eigene Website und Social-Media-Kanäle mit stetig wachsender Reichweite.

Das Stadtarchiv sichert gemäß seinem gesetzlichen Auftrag die rechtliche und historische Dokumentation der Stadt Baden, verwahrt Verwaltungsschriftgut, betreut rund 260 schriftliche Anfragen jährlich und ist auch in der digitalen Langzeitarchivierung bereits zukunftsorientiert aufgestellt. Es unterstützt Sonderprojekte, wissenschaftliche Forschungen und war wesentlich an den Grundlagen für die Welterbe-Nominierung beteiligt.

Das bestehende Gebäude weist erhebliche strukturelle Defizite auf:

- Sanierungsbedarf lt. Studie beauftragt durch Immobiliengesellschaft Baden (12/2024) von rund 3 Mio. Euro (u.a. Tiefspeicher als räumliche Erweiterung, Dach, Elektrik, Klimatisierung)
- fehlende Barrierefreiheit und unzeitgemäßer Grundriss
- keine Wechselausstellungsfläche, veraltete Dauerpräsentation, kein Leitsystem
- eingeschränkte Vermittlungsmöglichkeiten und geringe Sichtbarkeit außerhalb der Innenstadtfrequenz
- Auch das Stadtarchiv ist durch räumliche Enge, ineffiziente Depotflächen, hohe Energiekosten und eine erhebliche Distanz zum Rathaus belastet.

Zusammen liegen die jährlichen Betriebs- und Personalkosten beider Einrichtungen bei rund EUR 590.000,-. Diese Summe inkludiert die gesamte Verwaltung der Abteilung Museen und Stadtarchiv.

Entwicklungsperspektiven:

Die Stadt Baden prüft die Schaffung eines neuen zentralen Museumsstandortes im Bereich der Feuerwehr Grabengasse – als „Baden Museum“ mit integrierter Stadtgeschichte, weiteren inhaltlichen Schwerpunkten, beispielsweise „Frau in Baden“ („feministische Kulturforschung“), die Aufarbeitung der jüdischen Geschichte sowie die „Kaisergeschichte“, thematischen Wechselausstellungen, Archivnutzung und Veranstaltungsraum. Ziel ist eine zeitgemäße, innerstädtische, barrierefreie und publikumsorientierte Institution, die Geschichte erlebbar macht und Synergien zwischen Forschung, Vermittlung und kulturellem Erleben mit nachhaltigem Eindruck schafft.

Kernideen des neuen Konzeptes:

- Zusammenführung der bestehenden Strukturen (Rollettmuseum, Stadtarchiv, Puppenmuseum) zu einem integrierten Standort
- Nutzung von Synergien (Veranstaltungssaal, Vermittlungsräume, Archive, Depotflächen)
- Erlebnisorientierung mit multisensorischen, partizipativen Formaten („Ort des Entdeckens“)
- Kooperationen mit regionalen Betrieben und Bildungseinrichtungen
- Entwicklung eines partizipativen Ausstellungskonzepts unter externer fachlicher Begleitung
- Finanzierung über jährliche Budgetrücklagen, Förderungen und mögliche Partnerschaften
- Politisches Bekenntnis und Förderberatung im Rahmen der Stadterneuerung

Strategische Empfehlungen:

- **Standortentscheidung vorbereiten:** Entwicklungsperspektive für den aktuellen Standort der Feuerwehr in der Grabengasse (architektonisch, wirtschaftlich, denkmalpflegerisch)
- **Inhaltliches Konzept erarbeiten:** Themen, Narrativ, Vermittlungsstrategie, Sammlungspräsentation
- **Gesamtkonzept Museum/Archiv entwickeln:** Synergien nutzen, Schnittstellen definieren, Betriebskosten optimieren
- **Beteiligung und Kommunikation:** Frühzeitige Einbindung der Bevölkerung und Kulturszene (Workshops, Bürgerbeteiligung)
- **Nachnutzung des Gebäudes des Rollett-Museum prüfen:** alternative Nutzungsszenarien (Bildungseinrichtung, Kanzlei, Gastronomie, Wohnen etc.) bzw. Veräußerung
- **Langfristige Sicherung des Archivwesens:** Modernisierung, Digitalisierung und infrastrukturelle Integration

8.1.4. Haus der Kunst

Das Haus der Kunst zählt zu den repräsentativsten Kulturorten der Stadt Baden. Die historische Villa in zentraler Lage, geprägt von klassischem Ambiente und hoher atmosphärischer Qualität, verfügt über eine Alleinstellung innerhalb der Badener Kulturlandschaft. Seit Jahrzehnten dient sie als Bühne für Musik, bildende Kunst, Literatur, Bildung, gesellschaftliche Begegnung und Feiern – und trägt wesentlich zur kulturellen Identität der Stadt bei.

Räumlichkeiten:

- Veranstaltungssaal im Obergeschoss (ca. 120 Sitzplätze)
- Drei Ausstellungs- bzw. Veranstaltungsräume im Erdgeschoss (ca. 250 Stehplätze)

Hauptnutzungen:

- Kammermusik, Jazz, Chor- und Solokonzerte
- Ausstellungen nationaler und internationaler Künstlerinnen und Künstler
- Lesungen, Diskurs- und Literaturformate, Film, Performances
- Bildungsk Kooperationen (u.a. VHS), Workshops, Kurse
- Proben und Veranstaltungen kultureller Ensembles und der Musikschule
- Hochzeiten, Empfänge, Seminare, private Feiern

Auslastung 2024:

215 Nutzungstage mit rund 105 Veranstaltungen – damit ist das Haus der Kunst ein zentrales, aktiv genutztes Kulturhaus der Innenstadt.

Gebäudezustand und Ausstattung:

Das Gebäude befindet sich in einem funktionalen, zum Teil sanierungsbedürftigen Zustand. Für die Mehrheit der Veranstaltungen ist die Infrastruktur jedoch noch ausreichend.

Gleichzeitig bestehen strukturelle Entwicklungsbedarfe:

- fehlende Barrierefreiheit (kein Lift)
- punktuell unzureichende Licht- und Tonanlage
- behelfsmäßige Küche und veraltete Sanitäranlagen
- fehlende Klimatisierung
- Modernisierungsbedarf bei Garderoben und energetischer Ausstattung

Empfohlene Prüf- und Investitionsfelder:

- Lift und barrierefreie Erschließung
- technische Modernisierung (Licht/Ton)
- Energie-Check (Dämmung, PV-Potenzial, Klimatisierung)
- Sanierung Sanitärbereiche und Kücheninfrastruktur

Kulturelles Profil:

Das Haus der Kunst erfüllt derzeit wichtige kulturelle Funktionen:

- Raum für hochrepräsentative Kulturformate
- Bühne für klassische Musik, Jazz, bildende Kunst und Literatur
- Ort für künstlerische und gesellschaftliche Begegnung
- niedrigschwelliger Zugang zu regionalen Kulturangeboten
- sichtbare Plattform für lokale Kulturschaffende

Sein besonderes Ambiente und seine Lage machen es attraktiv für Kulturprogramme (Hochkultur), und Bildungsarbeit.

Ökonomische und strukturelle Rahmenbedingungen:

- begrenzte Einnahmepotenziale aufgrund kleiner Raumkapazitäten
- hohe Identifikation und Nachfrage, aber eingeschränkte Wirtschaftlichkeit
- Erwartung an die Stadt, Erhalt und kulturelle Nutzung zu sichern

Strategische Zukunftsperspektive:

Das Haus der Kunst als ein Ort, der repräsentativen kulturellen Zwecken dient, soll vorerst weiterhin als offener Kultur- und Begegnungsort betrieben und bedarfsorientiert weiterentwickelt werden. Parallel dazu empfiehlt sich eine strukturierte Prüfung infrastruktureller Möglichkeiten (im Lichte einer zukünftigen Nutzung und allfälligen Sanierungskosten).

Dabei sind folgende Leitfragen relevant:

- Welche kulturellen Aufgaben soll das Haus langfristig erfüllen?
- Welche Investitionen sind wirtschaftlich, sozial und kulturell vertretbar?
- Welche Synergien ergeben sich mit anderen Kulturstandorten (z.B. Theater am Steg, mögliches Museumsareal in der Grabengasse)?
- Wie kann das Profil geschärft werden – etwa als Kammermusik- und Galeriezentrum?
- Welche Alternativen bestehen, falls Sanierung oder Weiterbetrieb nicht finanzierbar sind?

Eine mögliche Zukunftsoption:

Teil- oder vollständige Verlagerung bestehender Formate in barrierefreie, modernisierte Kulturorte, sofern diese langfristig effizienter betrieben werden können.

Eine solche Entscheidung erfordert sorgfältige Abwägung:

- Kultur: atmosphärischer Verlust vs. zeitgemäße Räume
- Wirtschaft: Investition vs. Betriebskostenreduktion
- Stadtentwicklung im Kontext alternativer Nutzungsmöglichkeiten

Empfehlungen:

- Erstellung eines Nutzungskonzepts „Haus der Kunst 2030“
- detaillierte Bau-, Energie- und Barrierefreiheitsprüfung inkl. Kostenschätzung
- Entwicklung eines Finanzierungsmixes (Land, Bund, EU, Sponsoring)
- moderate Stärkung der Eigenwirtschaftlichkeit (beispielsweise durch Hochzeiten, Seminare, Firmenformate und durch externe Kulturveranstalter)
- programmatische Abstimmung mit Musikschule, Kunstverein, Museen und Theater am Steg
- Einbettung in den Masterplan „Kulturelle Infrastruktur Baden 2035“⁴

8.1.5. Theater am Steg

Das Theater am Steg ist ein zentraler kultureller Begegnungsort der Stadt Baden – ein Haus, das Offenheit, Vielfalt und Teilhabe sichtbar verkörpert. Mit seiner programmatischen Ausrichtung „Jede:r darf hier bespielen“ erfüllt es eine wichtige soziale und kulturelle Funktion: als Bühne für lokale Initiativen, Vereine, Künstlerinnen und Künstler, Schulen, soziale Einrichtungen und professionelle Kulturschaffende gleichermaßen. Es ist damit nicht nur ein Veranstaltungsort, sondern ein kulturelles Labor der Stadtgesellschaft – ein Ort, an dem sich das kulturelle Leben Badens in seiner ganzen Breite widerspiegelt.

Aktuelle Situation:

Das Theater am Steg liegt am Rand der Innenstadt und wurde lange Zeit gemeinsam mit dem Café der Lebenshilfe NÖ (Projekt „Chance Plus“) sowie dem Eltern-Kind-Zentrum „Kids & Co“ (NÖ Familienbund) als konstant im Gebäude arbeitende Institutionen genutzt. Diese Kooperationen schaffen ein soziales Umfeld, das das Haus zusätzlich belebt und dessen Charakter als offenes Haus für alle Generationen unterstreicht.

Die Auslastung ist beachtlich (2024):

- 206 Veranstaltungen an 261 Nutzungstagen
- rund 12.600 Besuchenden pro Jahr

Das Programm reicht von Theateraufführungen, Lesungen und Konzerten über Kabarett, Tanz, Film, Kinder- und Familienformate bis zu Workshops, Vorträgen, Seminaren und sozialen Veranstaltungen.

Die Stadt leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur kulturellen Grundversorgung und schafft einen niederschweligen Zugang zu Kunst und Kultur für alle Bevölkerungsgruppen.

Räumliche Situation

Das Haus verfügt über:

- zwei Säle, wobei einer der Säle bühnentechnisch gut ausgestattet ist, während dem anderen diese Ausstattung fehlt und dieser seltener genutzt wird

⁴ siehe Punkt 10

- einer kleinen „Arena“
- ein Foyer
- ein Tonstudio
- einen Zwischenraum, der sowohl als Lagerraum sowie als Künstlerzimmer verwendet wird
- eine Bar (betrieben von der Lebenshilfe), die sich im Zusammenwirken mit dem Foyer als Veranstaltungslocation eignet

Die räumliche und technische Ausstattung ist teilweise veraltet und entspricht nicht mehr den heutigen Anforderungen an ein modernes Kulturhaus:

- begrenzte Saalkapazitäten, keine Schalldichte der Räume
- fehlende Künstlerinnen- und Künstlerräume und adäquate Lagerflächen
- unzureichende Infrastruktur (Küche, Garderobe) für größere Veranstaltungen
- allgemeiner Sanierungsbedarf (Gebäudehülle, Innenausstattung, Technik, Akustik, Schwefelsicherheit)
- Das Außenbild bzw. die Atmosphäre des Hauses wirken in die Jahre gekommen.

Herausforderungen:

- sanierungsbedürftige Infrastruktur und begrenzte Raumgrößen
- aktuell sehr hohe Energiekosten⁵
- fehlende Barrierefreiheit in Teilbereichen
- Verstetigung der Kooperation mit der Lebenshilfe NÖ, um den Café-Betrieb langfristig aufrecht zu halten
- eingeschränkte Möglichkeiten für größere oder technisch komplexe Veranstaltungen

Potenziale:

- hohe Nutzung und breite Akzeptanz in der Bevölkerung
- starke Identifikation als Ort für Begegnung, Teilhabe und niederschwellige Kultur
- Synergien mit sozialen und bildungsorientierten Akteurinnen und Akteure im Haus
- Potenzial zur Weiterentwicklung als offenes Kultur- und Begegnungszentrum der Stadt
- Möglichkeit, durch die teilweise Verlagerung bestehender Veranstaltungsreihen an andere Orte zeitliche Freiräume zu schaffen und das Profil stärker in Richtung Vereinsnutzung weiterzuentwickeln
- Chance, größeren Badener Kulturvereinen (z. B. Beyondbühne, Stadtmusik, Musikfreunde, Chöre, Orchester der Musikschule) dauerhaft adäquate Proberäume zur Verfügung zu stellen und damit sowohl die kulturelle Basisarbeit als auch kontinuierliche Einnahmen aus regelmäßigen Nutzungen zu sichern
- zusätzliche Attraktivierung des Standorts durch eine mögliche Neuverortung der Stadtbücherei, die das Theater am Steg zu einem jungen, lebendigen Kultur- und Bildungsort macht

Haus der Vielfalt – Kulturelles Zentrum für alle:

Das Theater am Steg soll als „Haus der Vielfalt“ positioniert werden – ein niederschwelliges Kulturzentrum, das lokale Initiativen, soziale Akteurinnen und Akteure, Bildungseinrichtungen und professionelle Kulturschaffende verbindet.

- Weiterführung des Prinzips „Jede, jeder darf hier spielen“ als Leitgedanke der Teilhabe

⁵ Siehe Energiebericht der Stadtgemeinde Baden 2024, Abteilung Energie und Klima

- Schaffung klarer Nutzungsschwerpunkte (Musik, Theater, Literatur, Soziokultur, Bildung)
- Ausbau der Rolle als kulturelles Experimentierfeld – z.B. kleine Festivals, Nachwuchsprojekte, „Open Stage“-Abende
- Haus, das junge Menschen kulturell einlädt und auf diese anziehend wirkt

Infrastruktur und Sanierung:

- Veränderung der räumlichen Gegebenheiten auf einen größeren und einen kleineren Saal
- Prüfung der Nutzungsmöglichkeiten und Veränderungen der „Arena“
- Überlegungen zu Umgang mit Schwefelquelle
- Sanierung und funktionale Adaptierung der Räumlichkeiten (u.a. Künstlerin- und Künstlerräume, Küche, Tonstudio, Haustechnik, Schalldichtheit beider Säle, Schwefelschutz für Geräte und Geruch)
- Modernisierung des Außenbildes des Hauses sowie der Säle in deren Ausstattung (mobile Bühne, Licht- und Tontechnik)
- Barrierefreiheit und energetische Optimierung
- Möglichkeit zur variablen Nutzung (z.B. modulare Wände, mobile Ausstattung)
- Prüfung einer Co-Finanzierung über Förderprogramme (Stadterneuerung, Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit)

Soziale und kulturelle Kooperation:

- Fortführung und mögliche Neugestaltung der Kooperation mit der Lebenshilfe NÖ. Prüfung einer alternativen Führung eines in seinem Nutzen vergleichbaren Cafés, das auch kosten darf.
- Gemeinsame Projekte mit dem Eltern-Kind-Zentrum „Kids & Co“ für Familien- & Freizeitkultur und frühe Bildung
- Nutzung der Synergien zwischen Kultur, Soziales und Bildung als Alleinstellungsmerkmal des Hauses

Programmatische Weiterentwicklung:

- Einführung einer Jahresprogrammlinie (z.B. „Baden im Dialog“)
- Kooperationen mit lokaler Gastronomie und Stadtmarketing

Wirtschaft und Betrieb:

- Entwicklung klarer Miet- und Nutzungskonzepte
- Ausbau des Eigenwirtschaftsanteils (Vermietungen, Kooperationsformate)
- Professionalisierung des Betriebsmanagements (Ticketing, Marketing, Kalender)

Empfehlungen:

- Erstellung eines Entwicklungskonzepts „Theater am Steg 2030“ mit Fokus auf Nutzung, Architektur, Kooperation und Finanzierung
- Prüfung einer gemeinsamen Investitionsstrategie von Stadt, Land und relevanten Partnerorganisationen
- Prüfung, ob eine Übersiedelung der Stadtbücherei in das Theater am Steg möglich und sinnvoll wäre, um dort einen multifunktionalen Kultur- und Bildungsstandort mit Synergien zwischen Literatur, Musik, Theater und sozialer Begegnung zu schaffen

- Positionierung des Hauses als Pilotprojekt für Inklusion, Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Teilhabe in der regionalen Kulturlandschaft
- Aufbau eines ehrenamtlichen Unterstützungsnetzwerks (z.B. Freundeskreis oder Kulturpaten), welches das Haus und das Programm ideell und organisatorisch stärkt. Diese Idee könnte auch übergreifend über alle städtischen Kultureinrichtungen ausgerollt werden
- Einbindung in die Kulturkommunikation der Stadt Baden mit eigener visueller Identität und Online-Präsenz

Das Theater am Steg ist das offene Kulturhaus der Stadt Baden – ein Ort, an dem Kunst, Bildung und Gemeinschaft aufeinandertreffen. Hier wird Kultur niederschwellig erlebbar, Beteiligung selbstverständlich und Vielfalt sichtbar gelebt. Mit einer zeitgemäßen Infrastruktur, klarer programmatischer Ausrichtung und sozialem Anspruch wird das Theater am Steg zu einem kulturellen Herzstück Badens – nah, inklusiv und lebendig.

8.1.6 Strecker-Villa

Die Strecker-Villa ist ein kulturhistorisch bedeutender Ort, der das musikalische Erbe des Komponisten Heinrich Strecker bewahrt und vermittelt. Die Heinrich Strecker Gesellschaft hat es sich zur Aufgabe gemacht, das Werk und Wirken des Komponisten lebendig zu halten und als Teil der Badener Musikgeschichte sichtbar zu machen. Ziel ist es, dieses Erbe nicht nur museal zu präsentieren, sondern in das kulturelle Selbstverständnis der Stadt Baden zu integrieren – als Ausdruck lokaler Identität, musikalischer Tradition und kritischer Auseinandersetzung mit Geschichte.

Rechtlicher Rahmen:

Mit der im September 2025 wirksam gewordenen Schenkung der Villa an die Stadtgemeinde Baden, die bereits im Jahr 2006 angenommen wurde, wurde eine langfristige kulturelle Zweckwidmung festgelegt:

- Das Erdgeschoß ist bis zum Jahr 2080 dem Vermächtnis von Heinrich Strecker gewidmet und soll öffentlich zugänglich sein. Dazu wird festgehalten, dass die Stadtgemeinde Baden kein neues Strecker-Museum installieren wird, sondern beabsichtigt, die im Erdgeschoß befindliche ehemalige Strecker-Wohnung in Abstimmung mit der Strecker-Gesellschaft zu erhalten und darin die Ergebnisse der Historikerkommission einzubinden und auszustellen, wodurch der Aufarbeitung dieses Kapitels in der Geschichte auch entsprechend Rechnung getragen werden könnte.
- Die Stadtgemeinde Baden bemüht sich zudem, bis zum Ende des Jahres 2080 „Heinrich Strecker-Gartenkonzerte“ zu veranstalten.

Damit trägt die Stadt eine dauerhafte Verantwortung, das musikalische Erbe Streckers im öffentlichen Bewusstsein zu erhalten und die Villa unter anderem als kulturellen Ort zu betreiben.

Aktueller Betrieb:

Derzeit finden jährlich:

- vier Führungen mit begleitenden Konzerten im Wintergarten (je ca. 40 Besucherinnen und Besucher) und

- das traditionelle Gartenkonzert mit etwa 100 Zuhörenden statt, möglich auch in einem neuen Setting

Eine regelmäßige Öffnung für den Publikumsverkehr erfolgt bislang nicht. Die Nutzung ist somit punktuell und vorwiegend vereinsgetragen, ein kontinuierlicher Museumsbetrieb besteht nicht.

Entwicklungsperspektive:

Für die Zukunft wird eine erweiterte kulturelle und bürgerschaftliche Nutzung der Villa Strecker angestrebt. Ziel ist es, den Ort behutsam zu öffnen und in die kulturelle und administrative Infrastruktur der Stadt Baden zu integrieren.

Mögliche Entwicklungslinien:

Erdgeschoß:

- Weiterführung des „Präsentationsraumes Strecker“ in Kombination mit einem Erinnerungsort für andere Badener Musikerinnen und -Musikerpersönlichkeiten und die ehemaligen Hausbesitzenden
- Nutzung als Ausstellungs- und Veranstaltungsraum, insbesondere für Musik, Literatur und Zeitgeschichte
- Trauungssaal oder kultureller Salon für kleinere Feiern und Konzerte
- Durchführung von künstlerischen Masterclasses (z.B. Gesang, Komposition, Musikpädagogik)
- Unterrichtsort der Musikschule

Obergeschoße:

- Prüfung einer adaptiven Nutzung für Verwaltungszwecke (z.B. Kulturabteilung, Standesamt)
- Unterrichts-, Probe- oder Seminarräume für die Musikschule, Volkshochschule und mögliche Kooperationsprojekte
- Möglichkeit einer Zwischennutzung durch künstlerische Residenzprogramme

Eine sanfte, aber gezielte Aktivierung des Hauses könnte die Villa zu einem lebendigen Kulturort im Spannungsfeld von Musik, Geschichte und Bürgerschaft machen.

Empfehlungen:

- Erstellung eines Nutzungskonzepts „Villa Strecker 2030“ durch die Geschäftsgruppe Kultur, mit Fokus auf Öffnung, Vermittlung und Mehrfachnutzung
- Koordination mit der Musikschule Baden, extern eingemieteten Meisterkursen und der Heinrich Strecker Gesellschaft zur regelmäßigen Bespielung und Nachwuchsförderung
- Beauftragung einer wissenschaftlichen Historikerkommission zur Aufarbeitung von Streckers Biografie und Kontextualisierung des Museums
- Prüfung der räumlichen Adaptierung (Barrierefreiheit, museale Standards, Energieeffizienz)
- Integration in die Stadtkommunikation als Ort der Musikgeschichte, der Erinnerung und der Begegnung

Aufarbeitung und historische Verantwortung:

Das Leben und Werk Heinrich Streckers ist von historischen Ambivalenzen geprägt. Um diesen Aspekt verantwortungsvoll zu behandeln, wird empfohlen, eine unabhängige Historikerkommission einzusetzen oder eine Kooperation mit einer Universität einzugehen, die:

- Leben, Werk und politische Verstrickungen des Komponisten wissenschaftlich aufarbeitet,
- die Rolle der Villa und ihrer Sammlung historisch kontextualisiert,
- und Empfehlungen für eine zeitgemäße museale und pädagogische Vermittlung erarbeitet.

Ein entsprechender Beschluss⁶ der Stadt Baden zur Einsetzung einer Historikerinnen bzw. Historikerkommission liegt vor. Damit übernimmt die Stadt Baden nicht nur das kulturelle Erbe, sondern auch die ethische Verantwortung für eine reflektierte Erinnerungskultur.

Die Strecker-Villa soll sich zu einem offenen Haus der Erinnerung, Begegnung und kulturellen Bildung entwickeln – ein Ort, der die Musikgeschichte Badens bewahrt, kritisch reflektiert und zugleich neue kulturelle Impulse setzt. Als Schnittstelle zwischen Erinnerungskultur und Gegenwartskunst kann die Villa ein "Ort des Dialogs" – auch im Hinblick auf die jüdische Vergangenheit der Stadt werden, zwischen Vergangenheit und Zukunft, Forschung und Praxis, Stadtgeschichte und Bürgergesellschaft.

8.1.7. Halle B

Die Halle B ist als multifunktionale Veranstaltungsstätte im Ostteil der Stadt Baden situiert – abseits der touristischen und historischen Achsen, aber mit hervorragender Verkehrsanbindung (Badner Bahn, Parkdeck, Busanbindung, Scooter-System). Sie verfügt über eine große Raumkapazität (500 Sitzplätze mit Bühne, maximal 1200 Stehplätze) und ist damit einer der wenigen Orte in Baden, an denen Großveranstaltungen mit mehreren hundert Besuchenden durchgeführt werden können. Das Umfeld ist funktional geprägt, was die Halle für breitenwirksame Events prädestiniert, jedoch weniger für Formate mit starkem Repräsentations- oder Kulturerbeanspruch.

Die Halle wird derzeit für sehr unterschiedliche Veranstaltungen genutzt, darunter:

- Tanzshows, Clubbings und Sportevents,
- ethnische und interkulturelle Feste,
- Großveranstaltungen der Musikschule Baden,
- punktuelle Kulturevents und Stadtveranstaltungen.

Das Gebäude verfügt über eine technische Grundausstattung, die funktioniert, jedoch nicht mehr „state of the art“ ist, das Ambiente und die Einrichtung entsprechen jedoch nicht dem Niveau eines klassischen Kulturhauses. Eine infrastrukturelle Aufwertung wäre für anspruchsvollere Formate erforderlich.

Betrieb und Wirtschaftlichkeit:

⁶ Beschluss im Gemeinderat vom 22.09.2025: „Die Stadtgemeinde Baden setzt eine externe und unabhängige Historikerinnen- und Historikerkommission ein, die sich vor allem mit dem Übergang der Villa Marchetstraße 76 in das Eigentum von Heinrich Strecker im Jahr 1942 ff auseinandersetzt, den mit der Familie Heller im Jahr 1949 geschlossenen Vergleich beleuchtet und das Leben und Werk von Heinrich Strecker aufarbeitet [einsetzen]. Die Erkenntnisse der unabhängigen Historikerinnen und Historikerkommission sollen richtungsweisend für die Nutzung und die Deutung der Villa Marchetstraße 76 sein. Die Kommission ist zeitnah einzusetzen.“

Die Halle B wird derzeit nicht von der Geschäftsgruppe Kultur, sondern von der Geschäftsgruppe Jugend und Sport (Abteilung Jugend und Sport).

Zahlen 2024 (gemeinsam mit der Sporthalle):

- Erträge: EUR 515.418,87
- Die Einnahmen aus Kulturveranstaltungen betragen im Jahr 2024 EUR 26.252,- bei 13 Veranstaltungen.
- Aufwendungen: EUR 1.447.789,82
- Fehlbetrag für die gesamte Halle: EUR 932.370,95

Der Fehlbetrag ist größtenteils als zusätzliche Sportförderung zu interpretieren.

Die Auslastung liegt bei nur 734 Stunden jährlich, was auf ein deutliches Ungleichgewicht zwischen Aufwand und Nutzung hinweist.

Kulturelle Perspektive:

Trotz ihrer Lage und derzeitigen Nutzung hat die Halle B Potenzial als ergänzende kulturelle Infrastruktur – insbesondere für Veranstaltungen, die aufgrund von Größe, Lautstärke oder technischer Anforderungen in anderen Häusern (z.B. Theater am Steg, Haus der Kunst) nicht durchführbar sind.

Mögliche kulturelle Nutzungslinien:

- Jugendkulturformate (Pop, Urban Dance, Filmnächte, Clubkultur, Poetry Slam, Gaming, Crossover-Events)
- Großkonzerte und Musikschulshows
- Interkulturelle Festivals und Community-Events
- Kombinationsveranstaltungen von Musik, Bewegung, Sport und Performance

Derartige Formate könnten die soziale und kulturelle Breite der Stadt sichtbar machen und Baden als "Ort kultureller Vielfalt und Teilhabe" stärken.

Entwicklungsperspektiven:

Da die Halle B keine originäre Kulturimmobilie ist, sollte ihre Nutzung strategisch abgestimmt, aber vorerst nicht direkt in die Kernkulturplanung integriert werden. Empfohlen wird ein partnerschaftliches Modell zwischen Kulturabteilung, Sportverwaltung und externen Veranstaltern.

Empfohlene Maßnahmen:

- Erarbeitung eines Nutzungskonzepts „Halle B+“ durch die Stadtverwaltung, das Kultur-, Sport- und unterschiedlichste Veranstaltungsnutzungen differenziert beschreibt
- Prüfung einer teilweisen Auslagerung des Eventbetriebs an einen externen Betreiber oder Kulturveranstalter mit klaren Auflagen für öffentliche Nutzung
- Sicherung städtischer Veranstaltungstermine (z.B. Musikschule, Stadtfeste, Jugendkulturprojekte, Informationsveranstaltungen).
- Technische und ästhetische Verbesserungen (Akustik, Beleuchtung, Möblierung, Sanitäreinrichtungen, Bestuhlung und Garderobe) zur flexibleren Nutzung
- Zielgruppenorientierte Neupositionierung: Fokus auf Jugendkultur, Vielfalt, Experiment und Begegnung

Die Halle B ist kein klassisches Kulturhaus, kann jedoch als ergänzender Ort urbaner und populärer Kultur eine wichtige Rolle im Badener Kulturgefüge spielen – als Raum für die Jugend, Vielfalt, Bewegung und neue Ausdrucksformen. Eine klare strategische Abgrenzung, aber auch kooperative Öffnung zwischen Sport, Stadt und Kultur ermöglicht eine effiziente Nutzung öffentlicher Ressourcen und stärkt die soziale und kulturelle Integration in der Stadt.

8.1.8. Stadttheater Baden und Sommerarena

Das Stadttheater Baden und die Sommerarena zählen zu den renommiertesten Kulturstätten Niederösterreichs und sind zentrale Säulen des Musik- und Theaterlebens in der Stadt.

Beide Häuser werden von der TMB Theater und Musik Baden Kulturbetriebs GmbH, einer Tochtergesellschaft der NÖ Kulturwirtschaft (NÖKU), betrieben. Die Stadtgemeinde Baden hält dabei eine 26%ige Beteiligung und ist für den baulichen Erhalt der Gebäude verantwortlich. Damit besteht eine klare Aufgabenteilung: Die künstlerische und betriebliche Verantwortung liegt bei der NÖKU, während die Stadt Baden die bauliche, infrastrukturelle und repräsentative Mitverantwortung trägt.

Infrastruktur und Investitionen:

- Das Stadttheater ist ein architektonisches und kulturhistorisches Juwel, das in den letzten Jahren mehrfach saniert und modernisiert wurde.
- Zu den jüngsten Investitionen zählen eine neue Bestuhlung, eine Belüftungsanlage sowie die Gesamtsanierung der Sommerarena, die als international beachtetes Beispiel für eine historische Theaterarchitektur gilt.
- Aktuell steht eine Erneuerung der Bühnenanlage an, deren Kosten im zweistelligen Millionenbereich liegen.

Finanziell leistet die Stadt Baden erhebliche Beiträge (2024):

- Mieterträge der Stadt Baden: EUR 271.438,04
- Gesamtaufwendungen: EUR 1.994.681,24 (inkl. Förderung an die Betriebsgesellschaft, Instandhaltung und Pensionsaufwand)

Künstlerisches Profil und Wirkung:

- Die Bühne Baden stand bisher für hochqualitative Produktionen in den Bereichen Oper, Operette, Musical, Konzert und Ballett.
- Mit der neuen Intendanz (ab 2025) setzt ein veränderter, schärfer zugeschnittener künstlerischer Fokus ein: Musical wird prioritär behandelt, gleichzeitig soll die Operette weiter gepflegt werden.
- Es ist nicht nur ein kulturelles Aushängeschild für die Stadt, sondern auch ein wichtiger touristischer Frequenzbringer und Wirtschaftsfaktor für Gastronomie, Hotellerie und Handel.
- Durch seine Verankerung in der NÖKU-Struktur verfügt das Haus über professionelle Produktionsbedingungen, überregionale Marketingreichweite und ein starkes künstlerisches Netzwerk.

Empfehlung und strategische Haltung der Stadt:

- Das Stadttheater Baden und die Sommerarena sind Leuchttürme der Badener Kulturlandschaft – ihre Qualität und Strahlkraft sichern Baden einen festen Platz auf der österreichischen Theater- und Musiklandkarte.
- Für die Stadt Baden gilt es, diese Häuser als Partner und Aushängeschilder zu verstehen, nicht als operative Zuständigkeit.
- Eine Einmischung in künstlerische oder betriebliche Entscheidungen wäre weder sachlich noch strategisch zielführend.
- Vielmehr sollte die Stadt eine kooperative, begleitende Rolle einnehmen – als Eigentümerin, Standortpartnerin und Förderin, nicht als Mitbetreiberin.

Empfohlene Handlungsfelder:

- Klare Trennung der Zuständigkeiten zwischen Stadt und NÖKU (baulich vs. betrieblich).
- Regelmäßige Abstimmung zwischen Stadt, NÖKU und TMB über strategische Entwicklungen, Investitionen und Synergien mit der lokalen Kulturarbeit
- Gemeinsame Kommunikation im Sinne des Stadtimages der Kulturstadt Baden
- Aktivere Nutzung von Synergien zwischen den TMB-Häusern und der städtischen Kulturarbeit (z.B. Vermittlungsprogramme, Nachwuchsformate, Kooperationen mit Musikschule und Schulen)
- Wahrung der finanziellen Balance: künftige städtische Beiträge sollen sich auf bauliche und infrastrukturelle Aufgaben konzentrieren, nicht auf den laufenden Betrieb

Das Stadttheater Baden und die Sommerarena bleiben damit künstlerische Leuchttürme mit überregionaler Strahlkraft. Die Stadt Baden versteht sich in diesem Zusammenhang als verlässliche Partnerin und Ermöglicherin, die durch infrastrukturelle Verantwortung, konstruktive Zusammenarbeit und kulturpolitische Rückendeckung dazu beiträgt, dass Baden als „Stadt der Bühne“ weiterhin glänzt

8.1.9. Arnulf Rainer Museum (Frauenbad)

Das Arnulf Rainer Museum im ehemaligen Frauenbad Baden ist eines der architektonisch wie kulturhistorisch markantesten Gebäude der Stadt. Seit seiner Eröffnung im Jahr 2009 widmet sich das Haus dem Werk des international renommierten Badener Künstlers Arnulf Rainer und der Präsentation zeitgenössischer Kunst. Es steht damit sinnbildlich für die Verbindung von historischem Erbe und moderner Kunst – ein zentrales kulturpolitisches Leitmotiv der Stadt Baden.

Betrieben wird das Museum von der TMB Theater und Musik Baden Kulturbetriebs GmbH, die künstlerische Leitung und kuratorische Verantwortung liegen seit dem neuen Kooperationsvertrag 2024 bei der Kunstmeile Krems GmbH, was die inhaltliche Qualität und internationale Vernetzung des Hauses weiter stärkt. Die Stadt Baden ist – wie bei den übrigen NÖKU-Häusern – für den baulichen Erhalt des Gebäudes zuständig.

Finanzierung und Betrieb:

Das Frauenbad erfordert aufgrund seiner historischen Bausubstanz einen erhöhten Instandhaltungsaufwand. Nach Berücksichtigung der städtischen Instandhaltungskosten, des Finanzierungsbeitrags an die Betriebsgesellschaft sowie der Einnahmen aus Vermietungen ergab sich für die Stadt Baden im Jahr 2024 ein Minus von EUR 207.820,15. Trotz dieses finanziellen Aufwands bietet das Haus einen hohen kulturellen und kommunikativen Mehrwert – es trägt wesentlich zur überregionalen Wahrnehmung Badens als Kunst- und Kulturstadt bei und positioniert die Stadt im Dialog mit den wichtigsten Kunstinstitutionen des Landes.

Künstlerisches Profil und Strahlkraft:

Das Arnulf Rainer Museum steht für zeitgenössische Kunst auf internationalem Niveau. Mit der Einbindung der Kunstmeile Krems ist gewährleistet, dass das Haus professionell kuratiert, programmatisch weiterentwickelt und national wie international vernetzt agiert. Es dient nicht nur der Pflege des Werkes Arnulf Rainers, sondern nun auch verstärkt der Präsentation aktueller künstlerischer Positionen und Diskurse Anderer – von Malerei, Grafik und Fotografie bis zu multimedialen und performativen Formaten. Durch diese inhaltliche Öffnung stärkt das Museum Badens Profil als Ort künstlerischer Innovation und Reflexion und bietet zugleich eine Brücke zur regionalen Szene.

Empfehlung und strategische Haltung der Stadt:

Das Arnulf Rainer Museum ist ein Leuchtturmprojekt der zeitgenössischen Kunst in Baden. Es steht beispielhaft für eine erfolgreiche Partnerschaft zwischen Stadt und Land sowie für die strategische Verknüpfung von lokaler Identität und internationaler Sichtbarkeit.

Für die Stadt Baden gilt:

- Sie soll sich nicht operativ in den Museumsbetrieb oder die Programmgestaltung einmischen, sondern ihre Rolle als verlässliche Infrastrukturpartnerin und Standortförderin wahrnehmen.
- Die Kooperation mit der Kunstmeile Krems als Teil der NÖKU ist strategisch und inhaltlich zu unterstützen, um die langfristige Qualität und Strahlkraft des Hauses abzusichern.
- In kommunikativer Hinsicht kann die Stadt Baden das Museum als Fixpunkt im Selbstverständnis der „Kulturstadt Baden“ noch stärker hervorheben – etwa durch gemeinsame Vermittlungsinitiativen oder stadtweite Kunstschwerpunkte (z.B. im Kontext von Beethoven oder Sommerfrische neu gedacht).
- In Abstimmung mit der NÖKU kann/soll im Arnulf Rainer Museum eine Anlaufstelle (Infopoint) für das Welterbe Baden eingerichtet werden.⁷

Das Arnulf Rainer Museum im Frauenbad bleibt ein Anker der Gegenwartskunst und ein architektonisches Wahrzeichen im Herzen Badens. Es verkörpert das Zusammenspiel von Tradition und Erneuerung, Regionalität und Internationalität – zentrale Leitgedanken der Kulturkonzeption Baden. Die Stadt Baden versteht sich in diesem Kontext als Partnerin und Ermöglicherin, die den Standort erhält, Kooperationen fördert und durch konstruktive Abstimmung mit Land und NÖKU die kulturelle Strahlkraft dieses Hauses dauerhaft sichert.

⁷ Erste Gespräche mit der NÖKU haben dazu am 27.11.2025 stattgefunden.

8.1.10. Puppen- und Spielzeugmuseum Baden

Das Puppen- und Spielzeugmuseum Baden ist ein kleines, thematisch spezialisiertes Haus, das seit vielen Jahren Teil der Badener Museumslandschaft ist. Es widmet sich der Sammlung, Bewahrung und Präsentation von historischem Spielzeug und Puppenhandwerk und spricht insbesondere Familien, Nostalgikerinnen und Nostalgiker sowie kulturinteressierte Besucherinnen und Besucher an.

Als Nischenmuseum ergänzt es die bestehende Museumsstruktur der Stadt um eine emotionale und generationsübergreifende Komponente. Es ist damit weniger markenbildend, aber durchaus identitätsstiftend im Sinne von kultureller Vielfalt und kulturellem Gedächtnis.

Struktur und Betrieb:

Das Museum befindet sich in angemieteten Räumlichkeiten und wird mit vergleichsweise geringem finanziellem Aufwand betrieben. Aufgrund der begrenzten räumlichen Kapazität können nur wenige Veranstaltungen durchgeführt werden, was die Sichtbarkeit einschränkt, aber auch das intime, charmante Profil des Hauses unterstreicht.

Kennzahlen 2024:

- Gesamtkosten: EUR 57.914,86
- Einnahmen durch Eintritt: EUR 11.979,92

Diese Zahlen belegen, dass das Haus kosteneffizient geführt wird und mit begrenzten Mitteln stabile Besucherinnen- und Besucherzahlen erreicht.

Rolle im kulturellen Gesamtgefüge:

Das Puppen- und Spielzeugmuseum ist kein profilbildendes Hauptmuseum, sondern ein wertvoller Begleiter im kulturellen Angebot der Stadt Baden – ein Ort, der Kindheitserinnerungen bewahrt, Familien anspricht und kulturelle Bildung niederschwellig ermöglicht. Es trägt damit zum breiten kulturellen Spektrum Badens bei, das sowohl Hochkultur als auch Alltags- und Familienkultur umfasst.

Durch Kooperationen mit Schulen, Kindergärten und der Musikschule könnten vermittelnde Formate (z.B. Workshops zu Handwerk, Materialkunde oder historischer Spielkultur) die Bedeutung des Hauses weiter erhöhen, um einen frühkindlichen Einstieg in die vielfältige Badener Museenlandschaft zu ermöglichen.

Empfehlungen:

- Erhalt des Puppen- und Spielzeugmuseums als eigenständiges Thema innerhalb einer größeren musealen Struktur – z.B. als Dauerabteilung oder Sonderausstellungsbereich.
- Gezielte Positionierung im Familien- und Tourismusmarketing als „kleines, feines Erlebnis für Groß und Klein“.
- Digitale Erweiterung der Ausstellung, etwa durch virtuelle Sammlungspräsentationen oder interaktive Online-Galerien.
- Entwicklung von Kooperationen mit Schulen und Ferienprogrammen zur Stärkung der kulturellen Bildung.

Das Puppen- und Spielzeugmuseum bleibt ein Ort der Erinnerung, Emotion und Vermittlung, der das kulturelle Spektrum Badens in seiner Vielfalt abrundet. Als kosteneffizient geführtes Nischenmuseum soll es künftig Teil einer integrierten Museumsstrategie sein, die unter einem gemeinsamen Dach Verwaltung, Kommunikation und Vermittlung bündelt – mit Fokus auf Qualität, Zugänglichkeit und familiäre Anziehungskraft.

8.1.11. Weitere Kulturorte und Netzwerke im Stadtgefüge

Neben den großen Kulturinstitutionen verfügt Baden über eine bemerkenswerte Dichte an kleineren, teilweise privaten oder kirchlichen Kulturorten, die das städtische Kulturleben maßgeblich prägen.

Diese Orte tragen zur Lebendigkeit, Vielfalt und Dezentralität des kulturellen Geschehens bei – sie sind wichtige Orte der Begegnung, des Experiments und der Alltagskultur. Ihre Nutzung zeigt, dass Kultur in Baden nicht nur in den klassischen Häusern, sondern überall in der Stadt stattfindet – in Kirchen und Parks, Gaststätten, Innenhöfen, Musiksalons und Ateliers.

Private und halböffentliche Kulturorte:

Diese Orte werden meist durch privates Engagement, Vereine oder Unternehmen getragen. Es folgt eine beispielhafte Auswahl dieser wichtigen Ergänzungen zur öffentlichen Kulturinfrastruktur, die Nähe zwischen Kunst, Publikum und Alltag schaffen.

- At the Park Hotel – Veranstaltungsorte für Lesungen, Kammermusik & Jazz; Kooperationen mit Stadt und Tourismus
- Café Central – Traditionscafé als Ort von Jazzabenden
- Casino Baden – Schauplatz hochkarätiger Kulturveranstaltungen, Kabaretts, Lesungen, Diskussionspodien, Galas und Konzerte; wichtiger Imageträger für die Stadt
- Sparkassen-Saal, Kolpinghaus, Hauswiese – flexibel genutzte Orte für Vorträge, Musik, Tanz und Vereinsaktivitäten
- Privatateliers und Studioformate (z.B. Studio 38 Mühlgasse, Musiksalon Fleischberger, Haus Brusatti) – Orte künstlerischer Bühnen und Vermittlung; fördern Austausch und Sichtbarkeit lokaler und überregionaler Kunstschafter

Kirchen und sakrale Räume:

Die kirchlichen Einrichtungen sind seit Jahrzehnten fester Bestandteil des kulturellen Lebens in Baden. Sie bieten Raum für Musik, Spiritualität und gesellschaftliche Reflexion:

- Pfarrkirche St. Stephan, St. Josef, St. Christoph, Evangelische Kirche, Helenenkirche, Frauenkirche, St. Anna-Kapelle – Orte für geistliche und weltliche Konzerte, Chor-/Orchester-/Orgelmusik, Lesungen, Ausstellungen und Gedenkveranstaltungen
- Kooperationen mit der Musikschule, Chören und Kulturvereinen schaffen lebendige Bezüge zwischen Kirche, Stadt und Bürgerschaft

Öffentliche Plätze und Freiräume:

Baden nutzt seine Freiräume zunehmend als kulturelle Bühnen im Stadtraum – sichtbare Zeichen einer offenen, zugänglichen Kulturarbeit:

- Kurpark (Musikpavillon, Bellevueplatz) Doblhoffpark (Rosarium, Wiesenflächen) – Orte für Sommerkonzerte, Kurkonzerte, Open-Air-Formate und Feste; zentrale Achse der Badener Sommerfrische-Tradition
- Theaterplatz, Hauptplatz, Rathausbalkon, Hauswiese, Trabrennplatz – multifunktionale Flächen für Veranstaltungen von Stadtfest über Schauspiel bis Jugendkultur.
Innenhof Gymnasium Frauengasse – als temporärer Veranstaltungsraum bei Kulturfestivals als Beispiel für gelungene Kooperation zwischen Bildung und Kultur

Galerien und Ausstellungshäuser:

Neben dem Arnulf Rainer Museum und dem Kunstverein existieren noch weitere Institutionen, die lokale und überregionale Kunst sichtbar machen und den Dialog zwischen freier Szene und Öffentlichkeit fördern:

- Galerie im Turm, Galerie Breyer, Kaiser Franz Josef-Museum (Verein) oder die Hauervinothek – Plattformen für Bildende Kunst, Fotografie, lokale Kulturgeschichte, Literatur und Musik
- Diese Orte können durch städtische Kommunikationsmaßnahmen (z.B. Kulturkalender, Online-Portal) stärker miteinander vernetzt werden.

Interkulturelle und gesellschaftliche Begegnungsorte:

- Zentrum interkultureller Begegnung (ZiB) – Ort des Austauschs und der kulturellen Vielfalt; wichtige Schnittstelle zwischen Integration, Bildung und Kultur
- Heurige und Gastronomiebetriebe – gelebte Alltagskultur, in Kombination mit Musik, Literatur und Kleinkunst; prägen das unverwechselbare „Badener Lebensgefühl“
- Das innerstädtische „Cinema Paradiso“ als Programmkinosamt angeschlossener Bar erfüllt einen wichtigen Beitrag zur urbanen Lebenskultur Badens. Mit seinem jährlichen Sommerkino bietet es dem Kulturpublikum hochwertiges Programm und vermittelt außergewöhnliches Lebensgefühl.

Strategische Bedeutung:

Diese Orte bilden das Netzwerk der kulturellen Nahversorgung – sie ergänzen die öffentlichen Institutionen um niederschwellige, oft spontane und bürgernahe Kulturformate.

Sie tragen entscheidend zur Identität der Stadt als Kulturstadt des Dialogs bei, indem sie:

- Räume für Teilhabe und Begegnung schaffen,
- lokale Künstlerinnen und Künstler sichtbar machen,
- neue Zielgruppen ansprechen,
- und das kulturelle Leben in alle Stadtteile tragen.

Empfehlungen:

1. Kartierung und Sichtbarmachung

→ Weiterentwicklung eines digitalen „Kulturstadtplans Baden“ mit allen öffentlichen, privaten und kirchlichen Kulturorten

2. Kommunikationsnetzwerk schaffen

→ Unterstützung beim Einpflegen aller Kulturveranstaltungen im Veranstaltungskalender der Stadt Baden

→ Weiterer Fokus auf eine gemeinsame Kommunikationsplattform für freie und institutionelle Kulturorte

3. Kooperationsförderung

→ Kleinprojektefonds oder Mikroförderungen für Kooperationen zwischen freien Orten, Schulen, Vereinen und Wirtschaft sind in einer zu erarbeitenden Kulturförderrichtlinie zu kontextualisieren

4. Temporäre Nutzung fördern

→ Unterstützung für Pop-up-Formate, Zwischennutzungen und Kulturaktionen im öffentlichen Raum

5. Kulturelle Präsenz im Alltag

→ Entwicklung eines Programms „Kultur findet Stadt“, welches die bestehenden Orte regelmäßig bespielt und miteinander verbindet

8.2. Kulturbeirat der Stadt Baden

Der Kulturbeirat Baden dient als beratendes und vernetzendes Gremium zwischen Stadtverwaltung, Politik und Kulturszene. Er stärkt den Dialog zwischen den Akteurinnen und Akteuren, bringt fachliche Perspektiven in kulturpolitische Entscheidungsprozesse ein und unterstützt die Umsetzung der Kulturkonzeption. Seine Arbeit basiert auf den Grundwerten Transparenz, Vielfalt, Qualität, Partizipation und Stadtidentität.

Der Beirat versteht sich als Impulsgeber und kritischer Begleiter der städtischen Kulturentwicklung – unabhängig in der fachlichen Einschätzung, aber konstruktiv im Dialog mit Verwaltung und Politik.

Der Kulturbeirat ersetzt die bisherige Kulturpreisjury und setzt sich interdisziplinär und repräsentativ zusammen, um die Breite des kulturellen Lebens in Baden abzubilden:

- Vertreterinnen und Vertreter der Sparten: Musik, Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Literatur, Film und beispielsweise der Medienkunst
- Vertreterinnen und Vertreter von Institutionen (z.B. NÖKU) und der freien Szene
- Fachpersonen aus Bildung, Tourismus, Stadtentwicklung und Kreativwirtschaft
- Ein Mitglied aus der Verwaltung (ohne Stimmrecht, zur Koordination und Rückkopplung)

Die Mitglieder werden für eine Amtsperiode von drei Jahren auf Vorschlag der/des Bürgermeisters/in vom Gemeinderat mehrheitlich bestellt, arbeiten ehrenamtlich und können für spezifische Themenfelder durch Expertinnen und Experten ad hoc ergänzt werden. Eine ausgewogene Geschlechter- und Generationenbalance ist sicherzustellen. Den Vorsitz führt Kraft Funktion die/der Bürgermeister/in bzw. die/der ressortverantwortliche Kulturstadtrat/rätin, die/der in Abstimmung mit der Geschäftsstelle die Sitzungen einberuft.

Der Kulturbeirat unterstützt die Stadt Baden in folgenden Bereichen:

Beratung:

- Fachliche Begleitung bei der Umsetzung der Kulturkonzeption
- Stellungnahmen zu kulturpolitischen Schwerpunktsetzungen und Förderstrategien

Vernetzung:

- Unterstützung bei der Pflege von Dialogstrukturen zwischen Stadt, freier Szene, Institutionen und Öffentlichkeit
- Initiierung thematischer Arbeitsgruppen und Austauschformate

Transparenz und Qualität:

- Unterstützung bei der Entwicklung von Förderkriterien und Leitlinien
- Beratung bei der Evaluierung kultureller Programme und Projekte

Impulse und Innovation:

- Identifikation neuer kultureller Trends und Bedarfe
- Vorschläge innovativer Formate und Kooperationen

Arbeitsweise:

- Der Beirat tagt mindestens zweimal jährlich, bei Bedarf häufiger zu spezifischen Themen.
- Die Geschäftsgruppe Kultur fungiert als Anlaufstelle und ist für Organisation, Protokollierung und Kommunikation zuständig.
- Ergebnisse und Empfehlungen werden in geeigneter Form öffentlich dokumentiert, um Transparenz und Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten.

Der neue Kulturbeirat übernimmt zudem die Jurytätigkeit für den Badener Kulturpreis und beschäftigt sich mit dessen kontinuierlicher Weiterentwicklung (siehe Punkt 8.8.).

Der Kulturbeirat Baden stärkt das Verständnis der städtischen Kulturpolitik. Er ist fachlich unabhängig, jedoch strategisch eingebunden – als „Thinktank“ des Dialogs, der Expertise und der gemeinsamen Verantwortung. Seine Arbeit trägt dazu bei, dass Baden seine Rolle als Kulturstadt des Dialogs mit Leben füllt und kulturelle Entwicklung als gemeinsames Projekt von Stadt und Gesellschaft versteht.

8.3. Stadtbücherei Baden

Die Stadtbücherei Baden soll sich zunehmend zu einem modernen Kultur- und Begegnungsort entwickeln, einem Raum, in dem Bildung, Literatur, Digitalisierung und gesellschaftlicher Dialog ineinandergreifen. Ihre Aktivitäten reichen von Lesungen und Medienkompetenz-Workshops bis zu kreativen Formaten, die kulturelle Teilhabe fördern.

Die Eingliederung in die Geschäftsgruppe Kultur stärkt diese Entwicklung strategisch: Sie schafft Synergien in Kommunikation, Digitalisierung, Ticketing und Veranstaltungsmanagement, fördert die inhaltliche Vernetzung mit den Museen und Kulturvermittlung wird in einem einheitlichen Erscheinungsbild der städtischen Kulturorte ermöglicht. Damit wird die Stadtbücherei künftig noch stärker sichtbar – ein offenes, innovatives Haus für Bildung, Kultur und Begegnung, das die kulturelle Identität der Stadt aktiv mitgestaltet.

Strategische Bedeutung:

Die Stadtbücherei erfüllt mehrere Schlüsselrollen im kulturellen und gesellschaftlichen Leben Badens:

- Bildungszentrum: Förderung von Sprach- und Lesekompetenz, lebenslangem Lernen und Medienbildung. Angebote wie „Science Afternoons“ oder Medienkompetenz-Beratungen stärken die digitale und kritische Informationsfähigkeit der Bevölkerung
- Kulturzentrum: Organisation von Lesungen, Autorenbegegnungen, Literaturfestivals und partizipativen Formaten zur Vermittlung von Literatur und kultureller Bildung
- Sozialer Begegnungsraum: Offener Ort für alle Generationen – insbesondere für Familien, Seniorinnen und Senioren sowie Jugendliche. Förderung von Inklusion, Integration und gesellschaftlichem Zusammenhalt
- Zukunftswerkstatt: Vermittlung digitaler, sozialer und kritischer Informationskompetenz als Beitrag zur Stärkung demokratischer Resilienz und gesellschaftlicher Partizipation

Aktuelle Situation und Herausforderungen:

Die Stadtbücherei befindet sich am Kaiser-Franz-Ring 9, in guter Innenstadtlage, jedoch mit begrenzter Sichtbarkeit und eingeschränkter Aufenthaltsqualität. Trotz hoher Kundenzufriedenheit bestehen strukturelle und räumliche Engpässe:

- Reduzierte Personalressourcen und eingeschränkte Öffnungszeiten
- Fehlende Barrierefreiheit und begrenzte Flächen
- Veraltete Einrichtung und unzureichende Aufenthaltszonen
- Vergleichsweise geringe Besucherinnen- und Besucherzahlen (ca. 13.000 Besucherinnen und Besucher, ca. 47000 Medien wurden im Jahr 2024 entliehen) bei hohen Kosten (Aufwendungen EUR 452.014,24 / Erträge EUR 47.377,56)

Im Vergleich zu anderen Städten – etwa St. Pölten – wird deutlich, dass der Erfolg einer Bibliothek heute wesentlich von Raumqualität, Atmosphäre und Nutzungsoffenheit abhängt. Eine zeitgemäße Stadtbücherei ist kein reiner Ausleihort, sondern ein multifunktionales Bildungs- und Begegnungszentrum. Die Weiterentwicklung der Stadtbücherei bietet großes Potenzial – sowohl für die Bildungslandschaft als auch für die kulturelle Belebung der Stadt.

Standortentwicklung:

- Revitalisierung am bestehenden Standort (geschätzte Kosten rund EUR 400.000, mögliche Förderung durch „Revitalisierung B“ durch das Land Niederösterreich)
- Neu-Verortung in einem multifunktionalen Kulturhaus – insbesondere im Theater am Steg oder in der Potenzialfläche Grabengasse, wo durch eine gemeinsame Nutzung von Infrastruktur, Räumen und Personal Synergien zwischen Literatur, Musik, Theater und Bildung entstehen könnten
- Eine solche Kombination würde die Bücherei stärker in das kulturelle Zentrum der Stadt integrieren und neue Zielgruppen ansprechen
- Ziel: Eine offene, barrierefreie, multifunktionale Stadtbücherei, die unterschiedliche Zielgruppen anspricht und längere Aufenthalte ermöglicht

Modernisierung und Sichtbarkeit:

- Verbesserung der Außendarstellung durch Beschilderung, Beleuchtung des historischen Schriftzugs und einheitliches Design
- Website in das CI der Stadt übertragen bzw. auf einer Landingpage Kultur der städtischen Website integrieren
- Einrichtung von Lern-, Lounge- und Familienzonen mit zeitgemäßer Möblierung und Caféelementen

- Integration ins Stadtleitsystem (Wegweiser, Banner, Flaggen)

Kooperationen und Netzwerke:

- Ausbau der Zusammenarbeit mit Schulen, Kindergärten, VHS, Museen, Vereinen und Unternehmen
- Entwicklung gemeinsamer Formate (z.B. Literatur und Tee, Lesekreise, MINT-Workshops)
- Gewinnung von Lesepatinnen und -paten sowie Sponsoren für Buchankäufe

Neue Formate und Vermittlung:

- Einführung innovativer Programme (z.B. Bibliothek der Dinge, Musiclabs, Schreibworkshops, Kino- und Gaming-Nachmittage, Saatgutbibliothek, Papiertheater, Mario Kart-Liga, Workshops zu Themen des fortgeschrittenen Alters, Nachhaltigkeit und Kulturvermittlung)
- Ausbau digitaler Angebote (Selbstverbuchung, QR-gestützte Ausleihe, Open-Library-System)

Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit:

- Verstärkte Nutzung von Social Media (Instagram, Facebook) und zielgruppengerechte Kommunikation
- Neue Informationsmedien (Flyer, Stadtmagazin-Beiträge, Pop-up-Formate im Stadtraum)

Strategische Empfehlungen:

- **Raumstrategie erarbeiten:** Standortentscheidung (Revitalisierung oder Neuverortung) unter Einbindung von Expertinnen und Experten, Nutzerinnen und Nutzer sowie der Bevölkerung
- **Infrastrukturmodernisierung:** Sicherstellung von Barrierefreiheit, Aufenthaltsqualität und Digitalisierung
- **Profilbildung:** Stadtbücherei als „Haus des Wissens“ und „Ort der Begegnung“ positionieren – sichtbar, offen, inspirierend
- **Kooperation und Synergien:** Vernetzung mit Kultur-, Bildungs- und Sozialpartnerinnen und -partnern vertiefen
- **Langfristige Finanzierung:** Kombination aus städtischen Mitteln, Landesförderung und möglichen EU-Programmen (z.B. „Kreatives Europa“, „LEADER“)

Vision

Die Stadtbücherei Baden soll sich als offenes, modernes und inspirierendes Haus mit Wohlfühlcharakter für Bildung, Kultur und Begegnung weiterentwickeln – ein Ort, der Wissen zugänglich macht, soziale Teilhabe stärkt und den Dialog zwischen den Generationen fördert. Sie steht exemplarisch für ein zeitgemäßes Kulturverständnis, das Bildung, Lebensqualität und gesellschaftlichen Zusammenhalt verbindet.

8.4. Musikschule Baden

Die Musikschule Baden als Abteilung der Stadtgemeinde Baden ist ein zentrales Bildungs- und Kulturinstitut der Stadt. Sie leistet einen wesentlichen Beitrag zur musikalischen Bildung, zur Förderung junger Talente und zur kulturellen Identität der Stadt. Durch ihre vielfältigen Angebote prägt sie die Lebensqualität Badens, stärkt die gesellschaftliche Teilhabe und trägt zur nachhaltigen Entwicklung der städtischen Kulturlandschaft bei.

Strategische Bedeutung:

Die Musikschule Baden ist weit mehr als eine Bildungseinrichtung – sie ist Ort des Lernens, der Begegnung und der Inspiration. Ihre Aufgaben lassen sich in vier zentrale Dimensionen gliedern:

- **Bildungsauftrag:** Förderung musikalischer Fähigkeiten von der frühen Kindheit bis ins Erwachsenenalter; Vermittlung von Kreativität, Ausdruck und sozialer Kompetenz.
- **Kulturelle Präsenz:** Sichtbare Mitgestaltung des städtischen Kulturlebens durch Konzerte, Kooperationen und öffentliche Auftritte.
- **Gesellschaftliche Teilhabe:** Offener, inklusiver Zugang zu musikalischer Bildung für Menschen aller Altersgruppen und sozialer Hintergründe.
- **Städtische Identität:** Beitrag zur kulturellen Marke und Positionierung von Musik als verbindendes Element zwischen Tradition, Innovation und Lebensfreude

Ziel ist es, die Musikschule stärker als sichtbaren, aktiven und vernetzten Kulturpartner im städtischen Leben zu positionieren und gleichzeitig musikalische Bildung als Teil der kommunalen Daseinsvorsorge zu verankern.

Öffentliche Präsenz und kulturelle Repräsentation:

Die Musikschule Baden soll als fester Bestandteil des städtischen Kulturgeschehens erlebbar sein.

- Kooperationen mit Stadtmusik, Musikfreunden Baden, Chören, Kirchen, Schulen, Heurigen, Geschäftsgruppen Kultur und Tourismus
- Regelmäßige Auftritte im öffentlichen Raum mit Kurzkonzerten auf Plätzen, Märkten, im Kurpark oder in Verbindung mit den Kurkonzerten
- Mitwirkung an Stadtveranstaltungen: Fotofestival, „Baden in Weiß“, Adventmärkte, Stadtführungen
- Innovative Formate: Pop-up-Konzerte, Höfefeste, Musik und Wirtschaft, genreübergreifende Projekte (z.B. Tanz, Bildende Kunst, Literatur), digitale Bühnenformate (Livestreams, YouTube-Kanal)
- Schaufenster-Musik: Präsentationen und Videos in Geschäftsauslagen und digitalen Displays

Bildung, Teilhabe und Gemeinschaft:

Die Musikschule soll als offener Ort für Begegnung, Teilhabe und gemeinsames Musizieren etabliert werden, beispielsweise:

- Offene Proben und Mitmach-Tage für Interessierte aller Altersgruppen
- Intergenerationelle Projekte mit Stadtmusik, Chören und lokalen Ensembles
- Nutzung der Musikschulräume für Lesungen, Workshops oder externe Veranstaltungen

- Erwachsenenbildung durch Wiedereinführung von Erwachsenenklassen und Ensembleformaten, die soziale Integration und lebenslanges Lernen fördern

Kooperationen mit Schulen und Kindergärten:

Musikalische Bildung wird als integraler Bestandteil der Bildungslandschaft verstanden.

- „Tag der Musikschule“ in Kindergärten und Volksschulen zur Instrumentenvorstellung und Frühförderung
- „Kukudu“-Programm zur musikalischen Frühbildung in Kindergärten
- Kooperative Unterrichtsmodelle mit Volksschulen
- Instrumentenkarussell zur spielerischen Orientierung für Kinder
- Präsenz in Bildungseinrichtungen: Jede Volksschule bzw. jeder Kindergarten soll eine Musikschul-Lehrkraft als kontinuierliche Ansprechperson haben.
- Zusammenarbeit mit dem Kulturvermittlungsprogramm der Stadt zur Entwicklung gemeinsamer Formate

Kommunikation und Marke:

Zur Stärkung der Wahrnehmung wird eine konsistente Kommunikationsstrategie etabliert

- Entwicklung einer starken Marke („Baden klingt“) als verbindendes Leitmotiv
- Digitale Präsenz: Ausbau von Social Media (z.B. Kurzvideos, Probenclips, Porträts, Online-Kalender, Adventvideos)
- Imagevideo der Musikschule zur Präsentation des Leitbilds und der Vielfalt des Angebots
- Öffentlichkeitsarbeit in Stadtmagazin, Presse und Online-Kanälen

Strukturelle und institutionelle Verankerung:

- Einbindung in die fortlaufende Kulturkonzeption der Stadt Baden als zentrale Bildungseinrichtung
- Förderpartnerschaften mit Unternehmen, Stiftungen und Vereinen zur Finanzierung von Wettbewerben, Projekten und Stipendien
- Räumliche und organisatorische Synergien mit anderen Einrichtungen (z.B. Stadtmuseum, Theater am Steg, Stadtbücherei, andere Veranstaltungsorte)
- Prüfung von Kooperationsräumen oder temporären Bühnen für Unterricht und Auftritte im Stadtgebiet

Strategische Empfehlungen:

- Stärkung der öffentlichen Sichtbarkeit durch regelmäßige Auftritte im Stadtraum und Kooperationen mit touristischen Formaten
- Sicherung der Bildungsqualität durch Förderung von Lehrpersonal, Fortbildungen und Ensemblearbeit
- Ausbau der frühkindlichen und intergenerationellen Bildungsangebote in enger Abstimmung mit Schulen und Kindergärten
- Verankerung der Musikschule im Stadtmarketing als Aushängeschild für Kreativität und Lebensfreude
- Langfristige Standort- und Raumentwicklung, um Unterricht, Aufführung und Begegnung räumlich zu verbinden

Die Musikschule Baden ist ein lebendiges Zentrum musikalischer Bildung, Begegnung und Kreativität.

Sie steht für Qualität, Offenheit und Teilhabe, prägt das Stadtleben durch künstlerische Impulse und verbindet Tradition mit Innovation. Musik wird so zu einem sicht- und hörbaren Ausdruck des Badener Lebensgefühls – mitten im Herzen der Stadt.

8.5. Kunstverein Baden

Der Kunstverein Baden ist einer der zentralen Träger zeitgenössischer Kunst in der Stadt und eine der ältesten Künstlervereinigungen Niederösterreichs. Mit über 110 Jahren Geschichte und der seit 30 Jahren bestehenden Galerie prägt der Verein das kulturelle Profil Badens wesentlich mit. Er steht für künstlerische Qualität, Kontinuität und die konsequente Förderung von Gegenwartskunst im regionalen wie internationalen Kontext.

Aktuelle Situation:

- Neben der Basisförderung in der Höhe von EUR 400,-, werden dem Kunstverein die Räumlichkeiten durch Stadtgemeinde Baden unentgeltlich zur Verfügung gestellt, der Verein erhielt im Jahr 2024 darüber hinaus eine Förderung von EUR 3.200,-.
- Das Haus ist innenstadtnah gelegen und barrierefrei, wird durch den Verein eigenständig bewirtschaftet.
- Der Verein setzt sich aus akademisch ausgebildeten Künstlerinnen und Künstlern mit Bezug zu Baden zusammen und zählt zu den wichtigsten Impulsgebern für die Bildende Kunst in der Region.
- Die Ausstellungen zeigen regelmäßig Arbeiten regionaler und nationaler Künstlerinnen und Künstler und widmen sich Themen der Gegenwartskunst mit hoher Qualität und Fachkenntnis.
- Zunehmend werden interdisziplinäre Formate wie Performances, Künstlerinnen- und Künstlergespräche oder musikalische Interventionen entwickelt, um neue Publikumskreise anzusprechen und die Zugänglichkeit zu erhöhen.

Herausforderungen:

- Fehlendes repräsentatives Entrée: Der Zugang erfolgt derzeit über den Gastgarten des Nachbarbetriebs; eine neue Eingangssituation über die Beethovengasse sowie alternative Lösungen sind in Planung.
- Begrenzte finanzielle Mittel und fehlende Infrastruktur für größere Ausstellungsprojekte.
- Geringe Wahrnehmbarkeit im Stadtraum – trotz hoher künstlerischer Qualität.
- Bedarf nach stärkeren institutionellen Partnerschaften, um Reichweite und Nachhaltigkeit zu sichern.

Sichtbarkeit und Standortaufwertung:

- Neugestaltung des Eingangsbereichs über die Beethovengasse als Signal der Wertschätzung für zeitgenössische Kunst
- Verbesserte Beschilderung und Beleuchtung zur besseren Auffindbarkeit im Stadtraum
- Integration in das künftige Stadtleitsystem für Kulturorte

Programmatische Weiterentwicklung:

- Ausbau interdisziplinärer Formate (Performance, Musik, Gesprächsrunden) zur Erweiterung des Publikums
- Kooperationen mit anderen Institutionen wie dem Arnulf Rainer Museum, dem Haus der Kunst oder regionalen Galerien
- Kuratierte Sonderausstellungen in städtischen Räumen (z.B. im Haus der Kunst) zur Präsentation des Vereins nach außen
- Kooperationen, etwa mit dem Arnulf Rainer Museum, zeigen das Zukunftspotenzial für die kuratorische Zusammenarbeit und die Entwicklung gemeinsamer Präsentationsformate

Netzwerke und Kooperationen:

- Entwicklung eines Artist-in-Residence-Programms, um Baden als Ort zeitgenössischer Kunstproduktion sichtbar zu machen
- Zusammenarbeit mit Partnerstädten – beispielsweise den „Great Spa Towns“ oder „Bonn 2027“ im Rahmen einer Beethoven-Ausstellung – zur internationalen Vernetzung
- Beteiligung an städtischen Initiativen wie einem Skulpturenweg Baden, der Kunst im öffentlichen Raum verankert

Organisatorische und räumliche Optionen:

- Prüfung einer Übersiedelung oder Erweiterung in den Vortragssaal des Kaiserhauses, um Synergien zwischen historischer und zeitgenössischer Kunst zu schaffen
- Möglichkeit der gemeinsamen Nutzung mit anderen Kulturakteuren für Workshops, Künstlerinnen- und Künstlergespräche sowie Vermittlungsangebote

Empfehlungen:

- Unterstützung der Standortaufwertung (Zugang Beethovengasse, Beschilderung, Lichtkonzept) durch die Stadt Baden
- Institutionalisierung der Kooperationen mit städtischen Einrichtungen (Museen, Musikschule, Stadtmarketing) und der NÖKU
- Integration des Kunstvereins in das jährliche Kulturprogramm der Stadt – z.B. durch eine gemeinsame Veranstaltungsreihe „Zeitgenössisch in Baden“

Der Kunstverein Baden ist das Zentrum für zeitgenössische Bildende Kunst in der Stadt – ein Ort für künstlerisches Experiment, Dialog und Begegnung. Er verbindet die künstlerische Tradition Badens mit der Offenheit für neue Ausdrucksformen und Positionen. In seiner Rolle als „Partner der Stadt“ und „Impulsgeber für die Kulturszene“ trägt er wesentlich dazu bei, Baden als Kulturstadt des Dialogs und der künstlerischen Innovation zu profilieren.

8.6. Touristische Kulturformate – Kultur als Erlebnis und Identitätsfaktor

Kultur ist in Baden auch ein zentraler Motor für den Tourismus. Da sich die Stadt als Gestalterin hochwertiger kultureller Erlebnisse versteht, die das Publikum emotional ansprechen, lokale Besonderheiten hervorheben und wirtschaftliche Synergien erzeugen, gilt es touristische Kulturformate zu entwickeln, die Badens Profil als Kulturstadt mit

Atmosphäre, Authentizität und künstlerischer Qualität stärken – und gleichzeitig den lokalen Kulturschaffenden neue Auftritt- und Einkommensmöglichkeiten eröffnen. Kulturelle Erlebnisse werden so zum Standortfaktor – sie verbinden Kunst, Gastfreundschaft, Geschichte und Stadtbild zu einem unverwechselbaren Gesamterlebnis.

Die Geschäftsgruppe Kultur bündelt vorhandene Ressourcen im Sinne des UNESCO Weltkulturerbes, nutzt die architektonischen und historischen USPs der Stadt und schafft Formate, die touristische Zielgruppen direkt ansprechen – von Tagesgästen bis zu internationalen Kulturreisenden, die auf mehrere Übernachtungen setzen.

Ziele:

- Entwicklung und Umsetzung zielgruppengerechter Kulturformate für Tourismus und Stadtmarketing (z.B. Exklusive Ensemblesettings in historischen Räumen, thematische Pop-up-Konzerte an ungewöhnlichen Orten, Musik im Heurigen, Musik und Film, sakrale Kurzkonzerte, Musik im Kurbad)
- Nutzung der architektonischen und historischen Kulissen der Stadt für kulturelle Erlebnisse
- Sichtbarkeit und Wertschätzung lokaler Kulturschaffender als Partnerinnen und Partner sowie Markenbotschafterinnen und -botschafter
- Wirtschaftliche Stärkung der Kultur durch touristische Verwertbarkeit und Kooperationen
- Schaffung eines neuen Fördermodells, das künstlerische Qualität und touristische Attraktivität verbindet (als Teil der zu implementierenden Förderrichtlinie)

Kooperation und Kommunikation:

- Entwicklung einer gemeinsamen Kommunikationsstrategie für touristische Kulturformate (in Abstimmung mit der Tourismusabteilung und dem Stadtmarketing)
- Direktansprache touristischer Zielgruppen durch Hotels, Reiseveranstalter und internationale Partnerstädte
- Entwicklung kultureller Formate in touristische Packages
- Nutzung aller städtischen Kommunikationskanäle (Social Media, Newsletter, Veranstaltungskalender) zur Bewerbung

Empfehlungen:

- Verankerung touristischer Kulturformate als eigenes Handlungsfeld in der Kulturkonzeption
- Koordinationsstelle „Kultur und Tourismus“ innerhalb der Geschäftsgruppe Kultur zur Steuerung und Synergiehebung
- Evaluierung bestehender Formate auf touristische Wirkung, Frequenz und Wirtschaftlichkeit
- Aufbau von Kooperationen mit regionalen und internationalen Partnern, etwa im Netzwerk der „Great Spa Towns of Europe“
- Verstärkte Bewerbung über Social Media, Hotels und Reiseveranstalter, um neue Zielgruppen zu erreichen

La Gacilly-Baden Photo

Das Fotofestival „La Gacilly-Baden Photo“ zeigt, welches Potenzial in mutigen, kuratierten Kulturformaten im öffentlichen Raum steckt. Entlang einer sieben Kilometer langen Garten- und Stadt-Route werden jährlich rund 1.500 Fotografien präsentiert – kostenfrei zugänglich,

vom Brusattiplatz aus in den Stadtraum und die Parks ausgreifend. Mit über 320.000 Besucherinnen und Besucher im Jahr 2024 ist es das größte Outdoor-Fotofestival Europas und ein eindrucksvolles Beispiel dafür, wie Kunst, Stadtbild, Tourismus und Alltagsleben ineinandergreifen können. Die Förderung belief sich im Jahr 2024 auf EUR 200.000,- sowie ergänzenden EUR 91.500,48 an Sachleistungen.

La Gacilly macht sichtbar, dass Baden erfolgreich ist, wenn es sich etwas traut: wenn internationale Themen mit lokaler Identität verbunden, öffentliche Räume temporär neu gelesen und Kultur konsequent als Erlebnis im Stadtraum gedacht werden. Dieses Festival steht damit exemplarisch für jene Richtung, in der sich auch zukünftige touristische Kulturformate entwickeln sollen – qualitativ, zugänglich, sicht- und spürbar in der ganzen Stadt.

8.7. Kurkonzerte Baden

Die Kurkonzerte Baden sind ein traditionsreiches und zugleich identitätsstiftendes Element des kulturellen Lebens der Stadt. Sie prägen das Bild und UNESCO Weltkulturerbe Badens als Kurstadt, „Stadt der Kunst“ und Beethovenstadt wesentlich mit und tragen als regelmäßig stattfindende Musikreihe zur kulturellen Belebung des Kurparks und zur touristischen Attraktivität der Stadt bei.

Aktuelle Situation:

Die Kurkonzerte finden jährlich rund 70 Mal statt, überwiegend im Kurpark während der Sommermonate. Sie sind ein niederschwelliges, stark frequentiertes Musikangebot, das sich an Kurgäste, Touristinnen und Touristen und die lokale Bevölkerung gleichermaßen richtet. Das Repertoire orientiert sich an der Tradition der Wiener Operette – mit Werken von u.a. Strauss, Lehár, Kálmán, Komzák oder Suppé – und wird vom Orchester der Bühne Baden ausgeführt, das über hohe künstlerische Qualität und Reputation verfügt.

Finanziell werden die Kurkonzerte derzeit über einen jährlichen Zuschuss der Stadtgemeinde in Höhe von EUR 245.000,- an die TMB Theater und Museum Baden Kulturbetriebs GmbH mitgetragen. Die Konzerte in der Wintersaison finden im „Haus der Kunst“ statt und verzeichnen im Vergleich zu jenen im Kurpark eine deutlich geringere Auslastung. Eine beträchtliche Umwegrentabilität durch Kurgäste oder beispielsweise Tagestouristen ist gegeben. Trotzdem ist das Modell für die Stadt finanziell herausfordernd. Gleichzeitig bekennt sich die Stadtgemeinde zur Tradition der Kurkonzerte und deren grundsätzlicher Weiterführung.

Herausforderungen:

- Hoher Zuschussbedarf bei begrenzter Haushaltslage der Stadt.
- Unterschiedliche Besucherdynamiken: hohe Resonanz im Kurpark, geringe Auslastung im Haus der Kunst
- Organisatorische Abhängigkeit vom Orchester der Bühne Baden, das sich selbst in einem strukturellen Transformationsprozess befindet
- Fehlende programmatische Erneuerung und eingeschränkte Zielgruppenansprache

Die Stadt steht damit vor der Aufgabe, die Tradition der Kurkonzerte zu bewahren, ihre Struktur und Finanzierung jedoch neu zu denken – als künstlerisch, wirtschaftlich und organisatorisch zukunftsfähiges Format.

Ziele und Perspektiven:

Die künftige Ausrichtung der Kurkonzerte soll den Spagat zwischen Tradition und Innovation meistern: Sie bleiben Markenzeichen der Stadt, werden aber zugleich zeitgemäß, vielfältig und wirtschaftlich tragfähiger gestaltet.

Kernziele:

- Sicherung des Formats als kulturelle Institution mit hoher touristischer Strahlkraft
- Reduktion der öffentlichen Ausgaben bei gleichzeitiger Qualitätswahrung
- Diversifizierung der Formate und Spielorte, um neue Zielgruppen und Einnahmequellen zu erschließen
- Stärkere Kooperation mit Tourismus, Wirtschaft und Kuranstalten zur gemeinsamen Finanzierung und Vermarktung
- Erweiterung der künstlerischen Handschrift durch thematische und ortsbezogene Programme

Neupositionierung und Profilbildung:

- Kurkonzerte als Markenzeichen einer „Kulturstadt im Grünen“ – Verbindung von Musik, Kurtradition und Lebensqualität
- Entwicklung eines „Kurkonzert NEU“-Konzepts, das Qualität, Erlebnis und Wirtschaftlichkeit vereint
- Verstärkung der touristischen Vermarktung („Great Spa Towns of Europe“, Kur- und Wellnessmarketing, internationale Kooperationen)

Differenzierte Angebotsstruktur:

- Konzentration auf Sommermonate (Mai bis September) mit etwa 35 hochwertigen Konzerten
- Reduktion der Indoor-Konzerte im Haus der Kunst zugunsten atmosphärischer Open-Air-Formate
- Einführung von „Special Concerts“ mit thematischem Bezug zu Ort und Geschichte – z.B.: Musik im Bad (Arnulf Rainer Museum, Strandbad), Musik im Schloss (Leesdorf), Serenadenmusik (Orangerie, Bellevueplatz, Grüner Markt) oder Musik im Kirchenraum (Stadtpfarrkirche)
- Entwicklung partizipativer Konzertformate (z.B. Publikumswünsche, interaktive Elemente, Mitmachaktionen)

Wirtschaftliche Nachhaltigkeit:

- Eintrittsmodelle und Spendenkonzepte zur schrittweisen Reduktion der Gratiskonzerte
- Kooperationen mit Hotellerie und Gastronomie
- Beteiligung der Kuranstalten und Partnerbetriebe an der Finanzierung (Sponsoring, Kulturpakete)
- Gewinnung eines strategischen Förderpartners (z.B. Bank, Tourismusorganisation, Unternehmen)

Strukturelle und organisatorische Anpassung:

- Enge Abstimmung mit der Tourismusabteilung der Stadt Baden und der TMB
- Prüfung alternativer Orchester- oder Ensemblemodelle, falls sich die Situation der Bühne Baden verändert

Empfehlungen:

- Strategieklausur aller beteiligten Partnerinnen und Partner (TMB, Stadt, Orchester, Tourismus, Wirtschaft) zur Zukunft der Kurkonzerte
- Erstellung eines neuen Veranstaltungskonzeptes mit Fokus auf Qualität, Effizienz und Zielgruppenorientierung
- Finanzplan 2026–2030 zur schrittweisen Reduktion des Zuschussbedarfs bei gleichzeitiger Sicherung des Markenkerns.
- Evaluation zwei Jahre nach Setzen der Maßnahmen zur Überprüfung der neuen Strukturen und wirtschaftlichen Effekte

Die Kurkonzerte Baden bleiben ein kulturelles Aushängeschild und identitätsstiftendes Symbol der Stadt – aber in erneuerter Form:

- als lebendiges Musikformat, das Tradition im Sinne des UNESCO Weltkulturerbe mit Erlebnis, Qualität mit Wirtschaftlichkeit und lokale Identität mit internationaler Ausstrahlung verbindet
- Sie sollen künftig stärker als Dialogplattform zwischen Stadt, Kur, Kultur und Tourismus verstanden werden – als klingendes Bindeglied zwischen Geschichte und Gegenwart der Stadt Baden.

8.8. Badener Kulturpreis – Auszeichnung für Exzellenz, Vielfalt und kulturelle Leistung

Der Kulturpreis der Stadt Baden würdigt herausragende künstlerische, wissenschaftliche und kulturelle Leistungen, die das kulturelle Leben der Stadt prägen und bereichern. Er ist Ausdruck der Anerkennung für Menschen, die mit ihrer Arbeit die kulturelle Identität Badens stärken, neue Impulse setzen und zur regionalen wie internationalen Strahlkraft der Stadt beitragen. Die Preisverleihung ist zugleich ein öffentliches Zeichen für die Wertschätzung von Kunst und Kultur als gesellschaftliche und identitätsstiftende Kräfte.

Aktuelle Struktur:

Die Kulturpreise werden auf Vorschlag der/des Bürgermeister:in vergeben und vom Kulturbeirat geprüft und bestätigt. Traditionell erfolgt die Auszeichnung in mehreren Kategorien:

- Kulturpreis der Stadt Baden (EUR 3.000,-)
- Anerkennungspreise der Stadtgemeinde Baden (je EUR 1.500,-)

mit den Sparten:

- Bildende Kunst und Architektur
- Wissenschaft und Forschung
- Darstellende Kunst und Medienkunst
- Literatur und Musik

Zudem bestehen weitere Preise, die konzeptionell überdacht werden müssen:

- Rollettpreis

- Weilburgpreis

Neuaustrichtung und Weiterentwicklung:

Zukünftig ist vorgesehen, den Kulturpreis nur alle fünf Jahre zu vergeben, um die Auszeichnung noch stärker zu profilieren. Diese Verlängerung des Vergabezyklus bietet neue Möglichkeiten:

- Höhere Sichtbarkeit durch feierlichen Rahmen, Medienpräsenz und überregionale Kommunikation
- Stärkere inhaltliche Profilierung: klare Kriterien, thematische Schwerpunkte (z.B. Innovation, Nachhaltigkeit, Vermittlung, Diversität)
- Mehrwert durch größere Preissumme oder zusätzliche Kategorien (z.B. Publikumspreis, Nachwuchspreis, Ehrenpreis für Lebenswerk)
- Verknüpfung mit dem Kulturbeirat: Juryarbeit, kuratorische Begleitung, Vorschlagsverfahren
- Einbindung der Öffentlichkeit: Vorschlagsmöglichkeit für Bürgerinnen und Bürger („Nominierung durch Baden“)
- Eventcharakter: Gala, Konzert oder Ausstellung als kulturelles Jahres-Highlight

Klare Preisstruktur und Kommunikation:

- Hauptpreis (Kulturpreis der Stadt Baden)
- Anerkennungspreise
- Optional Sonderpreise (Publikumspreis, Jugendpreis, Lebenswerkpreis, Artist-in-Residence-Modell)

Transparente Verfahren:

- Öffentliche Nominierung möglich
- Fachliche Juryentscheidung durch erweiterten Kulturbeirat
- Veröffentlichung der Preisträgerinnen und -träger auf allen städtischen Kommunikationskanälen

Rahmenprogramm:

- Ausstellung oder Konzertreihe mit Werken der Preisträgerinnen und Preisträger
- Kooperation mit Schulen und Medien zur Vermittlung

Kommunikative Nutzung:

- Integration ins Kulturmarketing
- Jährliche Rückblicke im Kulturnewsletter
- Sichtbarmachung im Stadtraum (z.B. Ehrenwand, digitale Porträts)

Der Badener Kulturpreis soll bis zur nächsten Auflage auf Vorschlag des neuen Kulturbeirates weiterentwickelt werden, um damit zu einem sichtbareren Symbol der kulturellen Identität der Stadt zu werden: Er verbindet Tradition und Gegenwart, Leistung und Teilhabe, Wertschätzung und Öffentlichkeit. Er stärkt das Selbstverständnis Badens als Kulturstadt des Dialogs, die Menschen für ihre künstlerischen Beiträge ehrt und zugleich neue Generationen inspiriert.

8.9. Kulturvermittlung in einer sich wandelnden Gesellschaft

Kulturvermittlung baut eine Verbindung zwischen Kultur und Gesellschaft, zwischen den Orten der Kunst und den Menschen, die sie erleben. In einer Zeit tiefgreifender gesellschaftlicher und technologischer Veränderungen wird sie zu einem zentralen Instrument demokratischer, digitaler und kreativer Stadtentwicklung.

Die Stadt Baden versteht Kulturvermittlung als dialogischen, partizipativen und interdisziplinären Prozess, der Wissen, Werte und Erfahrungen teilt und dadurch soziale Teilhabe, kritisches Denken und kulturelle Identität stärkt.

Kulturvermittlung in Baden soll:

Zugang schaffen: Kultur für alle Generationen, Menschen aus allen gesellschaftlichen Schichten, unabhängig von Herkunft, Bildungsweg oder Einkommen erfahrbar machen.

- Verstehen fördern: kulturelle Inhalte kontextualisieren, Neugier wecken, Austausch anregen
- Teilnahme ermöglichen: Bürgerinnen und Bürger aktiv einbeziehen – vom Mitdenken bis zum Mitgestalten
- Kompetenzen stärken: ästhetische, digitale und soziale Fähigkeiten fördern
- Veränderung begleiten: kulturelle Narrative reflektieren, neue Perspektiven auf Zukunft und Gesellschaft eröffnen

Dimensionen zeitgemäßer Kulturvermittlung:

1. Analoge Begegnung – Kultur als sozialer Raum

Kulturelle Bildung bleibt in erster Linie ein menschlicher, sozialer Prozess.

Begegnung, Gespräch, gemeinsames Erleben bilden das Fundament – ob im Museum, Theater, Konzert, in der Musikschule oder im öffentlichen Raum.

→ Niederschwellige Formate wie Führungen, Mitmachprogramme, offene Werkstätten, Bürgerinnen- und Bürgerausstellungen oder Stadtspaziergänge (im Zusammenwirken mit dem Tourismus) schaffen Nähe, Identifikation und Vertrauen.

2. Digitale Vermittlung – Kultur als vernetztes Erlebnis

Digitalisierung eröffnet neue Wege kultureller Teilhabe.

Virtuelle Rundgänge, Livestreams, Podcasts, Online-Archive oder interaktive Apps ermöglichen es, kulturelle Inhalte unabhängig von Ort und Zeit zu erleben.

Digitale Formate schaffen zusätzliche Zugänge, erweitern Zielgruppen und machen Kultur global sichtbar.

→ Ziel Baden 2030: Weiterentwicklung der digitalen Kulturplattform www.badeninkultur.eu mit interaktiven Angeboten aller städtischen Häuser, Medienarchiv, Veranstaltungskalender, Ticketing und Bildungsinhalten

3. Kulturelle Bildung – Brücke zwischen Schule, Freizeit und Stadt

Kulturelle Bildung ist die Grundlage kultureller Teilhabe.

In Kooperation mit Musikschule, Bücherei, Museen, Schulen und Vereinen soll Baden ein Netzwerk kultureller Bildung aufbauen, das Neugier, Kreativität und kritisches Denken von Kindern und Jugendlichen fördert, sie allgemein früh an Kunst und Kultur heranzuführt und konkret an den kulturellen Charakter und die speziellen kulturellen Ausprägungen/Institutionen ihrer Heimatstadt heranzuführt.

→ Beispielhafte Formate: „Tag der Musikschule“, „Museum macht Schule“, „Baden liest!“, Schreibwerkstätten, Kreativferien, digitale Lernmodule

4. Gesellschaftlicher Wandel – Kultur als Resonanzraum

Kulturvermittlung bedeutet immer auch eine Horizonterweiterung, reflektiert gesellschaftliche Themen wie Diversität, Migration, Geschlechtergerechtigkeit, Inklusion oder Nachhaltigkeit und verankert zugleich bewährte kulturelle Überlieferungen, regionale Identität sowie überzeitliche Werte wie Verantwortung, Zusammenhalt und Kontinuität. Kulturelle Bildung wird damit zum Werkzeug gesellschaftlicher Resilienz – sie hilft, Komplexität zu verstehen, Empathie zu fördern, demokratische Werte zu verankern und stärkt das Bewusstsein für Tradition und gemeinsame Geschichte als Fundament für Stabilität und Orientierung.

→ Baden setzt auf Vermittlung, die Fragen stellt, statt Antworten zu liefern: dialogisch, offen, kritisch, aber verbindend.

5. Künstliche Intelligenz und neue Technologien – Kulturvermittlung im Zeitalter der Transformation

Die rasante Entwicklung von Künstlicher Intelligenz, immersiven Medien und datengetriebener Kommunikation verändert auch die Art, wie Kultur erlebt, vermittelt und produziert wird.

Kulturvermittlung passierte bisher von Mensch zu Mensch. Dabei wurden Wertvorstellungen zwischenmenschlich übertragen. Nun gibt es die Möglichkeit der Übertragung von Nicht-Mensch zu Mensch. Kulturvermittlung muss diesen Wandel aktiv gestalten – nicht als Bedrohung, sondern als kreatives und ethisches Lernfeld.

Mögliche Ansätze:

- Digitale Kuratierung: KI-gestützte Empfehlungssysteme für personalisierte Kulturerlebnisse (z.B. Ausstellungs- oder Konzertvorschläge)
- Virtuelle Führungen: interaktive Avatare und Chatbots als Begleiter durch Museen
- Digitale Archive: automatische Verschlagwortung und Text-/Bildanalyse für Sammlungen
- Kreative Experimente: Workshops zu KI in Kunst, Musik, Literatur
- Reflexionsräume: Diskursveranstaltungen zu Ethik, Authentizität und Urheberschaft in der digitalen Ära

Umsetzung und Handlungsempfehlungen:

1. Koordinationsstelle Kulturvermittlung

Einrichtung einer internen Ansprechperson innerhalb der Geschäftsgruppe Kultur, die alle Vermittlungsaktivitäten vernetzt und mit Schulen, Vereinen, Museen und Musikschule koordiniert

2. Förderung innovativer Vermittlungsprojekte

Schaffung eines eigenen Fördertopfs für partizipative und digitale Vermittlungsformate (z.B. Schülerkuratorinnen und -kuratoren, Podcasts, interaktive Stadtführungen)

3. Kooperationen mit Bildungseinrichtungen

Ausbau der Zusammenarbeit mit Schulen, Kindergärten, Volkshochschule, Universität für Musik und darstellende Kunst (mdw), um Baden als Lern- und Kulturstadt zu positionieren

4. Evaluation und Wissensaustausch

Jährliche Auswertung der Vermittlungsaktivitäten (Teilnahmezahlen, Feedback, Wirkung) und Aufbau einer „Lernplattform Kulturvermittlung Baden“ als internes Wissensarchiv

Kulturvermittlung ist die Sprache der Gegenwart und Zukunft gleichermaßen – sie übersetzt Werte in Erfahrungen, Vergangenheit in Gegenwart und Information in Bedeutung. Sie ist das Medium, durch das Baden seine kulturelle Identität im 21. Jahrhundert lebendig hält: offen, digital, dialogisch und menschlich. Kulturvermittlung ist schlussendlich das, was Kultur in Beziehung bringt – zwischen Kunst und Alltag, Mensch und Stadt, Gegenwart und Zukunft.

8.10. Geschäftsgruppe Kultur – Herzstück der kulturellen Entwicklung Badens

Die neue Geschäftsgruppe Kultur bündelt alle zentralen Kulturgängen der Stadt Baden – von Verwaltung, Veranstaltungsmanagement, Vermittlungsangeboten bis zu Digitalisierung, Kommunikation und Welterbe. Sie versteht sich als strategische Drehscheibe, Gestalterin, Impulsgeberin und Ermöglicherin, aber auch Servicestelle, die Kultur in Baden effizient, professionell, transparent und zukunftsorientiert gestaltet. Ihre Arbeit folgt den Leitwerten Professionalität, Partizipation, Qualität und Innovation.

8.10.1 Kulturverwaltung und Personalentwicklung

Die Kulturverwaltung ist das organisatorische Rückgrat der städtischen Kulturarbeit. Sie koordiniert den Betrieb und die Programmplanung der stadteigenen Kulturhäuser (Haus der Kunst, Theater am Steg, Stadtbücherei u.a.) und der städtischen Museen (inkl. Beethovenhaus), das Welterbe, verwaltet Förderungen, begleitet Kooperationen und sorgt für die inhaltliche und finanzielle Abstimmung zwischen Verwaltung, Politik und Kulturschaffenden.

Aktuelle Situation der bisherigen Kulturabteilung

- Büro im Rathaus mit derzeit zwei Mitarbeitenden
- Zuständig für Organisation, Administration, Budgetierung, Förderabwicklung und Öffentlichkeitsarbeit
- Räumliche und technische Erneuerung erforderlich (Modernisierung, Einrichtung, Digitalisierung)

Personalentwicklung:

- Aufbau einer interdisziplinären Kulturverwaltung mit klaren Zuständigkeiten (Programm, Finanzen, Kommunikation, Technik)
- Schulungen zu Digitalisierung, Förderrecht, Kommunikation und Eventmanagement
- Einführung eines digitalen Haushalts- und Controllingsystems zur transparenten Mittelverwendung
- Förderung einer Service- und Beratungskultur gegenüber Kulturschaffenden („One-Stop-Shop für Kulturfragen“)
- Synergienutzung zwischen Museen, Welterbe, Verwaltung, Stadtmarketing und Tourismus

8.10.2 Ticketing

Die Einführung eines gemeinsamen Ticketingsystems ist ein wesentlicher Modernisierungsschritt und ein Beitrag zur Digitalisierung und Professionalisierung der Kulturarbeit, was insbesondere den Bürgerinnen und Bürgern zu Gute kommt.

Ziele und Vorteile:

- Strategisches Ziel: Ein zentrales Kultur- und Ticketportal Baden, das Veranstaltungen, Buchungen und Kommunikation bündelt
- Ausbau der einheitlichen Ticketplattform für alle Kulturhäuser (Beethovenhaus, Theater am Steg, Haus der Kunst, Stadtbücherei, ggf. Musikschule)
- Online-Verkauf und Echtzeit-Statistiken über Besucherzahlen und Umsätze, auch um eine professionelle Besucherstromanalyse zu gewährleisten
- Gemeinsamer Zugriff verschiedener Abteilungen, um Synergien bei Service und Vertrieb zu erzielen
- Nutzung auch durch den Tourismus (u.a. „Ball Royale“)
- Schrittweise Ausweitung nach einer Testphase auf alle Veranstaltungen der Stadt Baden

8.10.3 Digitalisierung

Digitalisierung ist eine Querschnittsaufgabe der Geschäftsgruppe Kultur und betrifft Organisation, Kommunikation und Kulturvermittlung.

Schwerpunkte:

- Digitale Verwaltungsabläufe
- Fördermanagement und dessen Controlling
- Digitaler Veranstaltungskalender:
 - Bisherige Darstellung unübersichtlich und technisch veraltet
 - Ziel: Neustrukturierung oder eigener Kulturkalender (z.B. „Baden in Kultur“)
 - Vereinfachte Eingabe, automatische Datenübernahme, verbesserte Darstellung
- Digitale Vermittlung: Strategischer Ausbau von Social Media, Videos, Podcasts, Livestreams
- Archivierung und Wissensmanagement: Aufbau eines zentralen digitalen Kulturarchivs
- Datenmanagement: Monitoring von Besucherzahlen, Förderströmen, Projektergebnissen

Empfehlung:

Erstellung eines Digitalisierungskonzepts samt Umsetzung für die Kulturverwaltung mit Zeithorizont 2026–2030.

8.10.4 Kommunikation und Marketing

Die Geschäftsgruppe Kultur entwickelt ein eigenständiges Kommunikationsdesign und eine neue Kulturmarke, die Offenheit, Vielfalt und Qualität sichtbar macht.

Strategische Ziele:

- Übergeordnetes Ziel: Eine eigene Landing-Page auf der Website der Stadt Baden mit Veranstaltungskalender, Ticketing, Newsletter, Förderinfos und Akteursverzeichnis – als zentrale digitale Plattform für die gesamte Kulturlandschaft

- Einheitliches Erscheinungsbild (Corporate Design) für alle stadteigenen Kulturinstitutionen
- Zentraler Kulturnewsletter in professioneller Gestaltung
- Koordinierte Social-Media-Strategie:
 - Überregionale Zielgruppen: Fokus auf Marken und Häuser
 - Regionale Zielgruppen: Sichtbarkeit des lokalen Kulturlebens, Förderung freier Szene
- Jährliche Rück- und Ausblicksveranstaltung zu Highlights und zum Kulturkalender
- Kontinuierliches Datumsscreening aller Kulturveranstaltungen, Ziel ist eine bessere Übersicht und Terminkoordination
- Verbesserte Pressearbeit und Öffentlichkeitsarbeit in Kooperation mit der Pressestelle der Stadt

8.10.5 Perspektive des Welterbebüros

Das Welterbebüro im Kurpark ist eine wichtige Schnittstelle zwischen Kultur, Stadtentwicklung, Tourismus und internationaler Vernetzung. Es trägt Verantwortung für die Kommunikation und Umsetzung der Verpflichtungen im Rahmen der UNESCO-Welterbestätte „Great Spa Towns of Europe“.

Aktuelle Situation:

- Sitz: Historische Villa im Kurpark
- Personal: 2 Personen (Leitung und Mitarbeiterin/Mitarbeiter)
- Aufwendungen 2024: EUR 283.729,69 (davon Personal: EUR 146.298,39)
- Erträge durch Förderungen von Bund und Land im Jahr 2024 in der Höhe von EUR 16.259,67
- Eigener Webauftritt vorhanden, aber wenig aktuell
- Hoher inhaltlicher Anspruch – aktuell jedoch intensivierbare Integration in das städtische Kulturgesehen

Empfehlungen:

- Einbindung in die Geschäftsgruppe Kultur (inhaltlich, organisatorisch und büroräumlich)
- Aktualisierung der Online-Kommunikation (regelmäßige Beiträge, Kooperation mit Stadt-Social-Media-Team)
- Entwicklung von gemeinsamen Projekten mit Museen, Tourismus und Bildungseinrichtungen
- Überprüfung der Ressourcenausstattung (Personal und Finanzen) im Verhältnis zur Output-Leistung

Ziel ist es, das Welterbe stärker in das kulturelle Selbstverständnis und die Programmarbeit einzubinden – durch Kooperationen mit Museen, Bildung, Tourismus und Stadtentwicklung. So wird das Welterbe nicht nur bewahrt, sondern lebendig vermittelt und weiterentwickelt – als verbindendes Element zwischen Vergangenheit und Zukunft.

8.10.6. Förderwesen und Kulturbeirat

Das Förderwesen wird modernisiert und transparenter gestaltet, im Fokus stehen Badener Kulturschaffende.

Neue Instrumente:

- Förderrichtlinien mit klaren (Qualitäts)Kriterien für alle Förderhöhen (zu erarbeiten im 1. Halbjahr 2026)
- Förderantrag NEU (mit Kalkulation und Nachbericht), ebenfalls im 1. Halbjahr 2026 zu erarbeiten
- Digitales Fördercontrolling im Jahresverlauf
- Erweiterte Aufgaben des Kulturbeirats: Prüfung von Förderanträgen über EUR 7.000,-
- Prüfung diverser Förderformen: beispielsweise Gagen, 70:30-/60:40-Modelle, Miete mit Kulturzweckreduktion, Sponsoringvermittlung
- Sachleistungen als Ergänzung zur monetären Förderung sind klar auszuweisen (z.B. Plakate, Technik, Bewerbung, Räume, Ticketing)

Strategische Ziele:

Ein transparentes, effizientes und nachvollziehbares Fördersystem, das Wirkung, Nachhaltigkeit und kulturelle Vielfalt fördert, sowie die Implementierung eines Kulturbeirates.

9. Executive Summary

9.1. Leitziele mit Handlungsempfehlungen

1. Baden als Kulturstadt des Dialogs und der Vernetzung

Handlungsempfehlungen:

- Etablierung dauerhafter Dialog- und Beteiligungsformate zwischen Politik, Verwaltung, Kulturszene, Wirtschaft und Bürgerschaft, beispielsweise die Durchführung regelmäßiger Netzwerktreffen, Kulturforen und Wissenstransfer-Plattformen zur gemeinsamen Weiterentwicklung der Badener Kulturlandschaft
- Aufbau eines lebendigen Kultur-Netzwerks, das städtische Einrichtungen, Institutionen, Vereine, freie Akteurinnen und Akteure sowie Unternehmen verbindet
- Förderung einer offenen, transparenten Kommunikations- und Entscheidungskultur über alle Ebenen hinweg
- Entwicklung von Kooperationsstrukturen und Public-Private-Partnerships zur Stärkung kultureller Innovation und Nachhaltigkeit

2. Kultur als Querschnittsaufgabe der Stadtentwicklung

Handlungsempfehlungen:

- Integration kultureller Ziele in Stadtentwicklungs-, Tourismus- und Bildungsstrategien, z.B. soll bei neuen Stadtentwicklungsprojekten frühzeitig geprüft werden, welche kulturellen Nutzungen, Begegnungsräume oder künstlerischen Interventionen integriert werden können, oder die touristische Entwicklung soll Kunst und Kultur als wesentliches Qualitätsmerkmal der Positionierung definieren
- Aufbau interdisziplinärer Arbeitsgruppen zwischen Kultur, Wirtschaft, Bildung und Umwelt

3. Tradition als Ausgangspunkt für Innovation

Handlungsempfehlungen:

- Zeitgemäße Vermittlung des kulturellen Erbes (Beethoven, Sommerfrische/Spa, Architektur)
- Förderung experimenteller und interdisziplinärer Kunstformen in historischen Kontexten
- Kooperationen mit Kreativwirtschaft und Forschung zur Entwicklung neuer Kulturformate

4. Kultur für alle – Teilhabe und Barrierefreiheit

Handlungsempfehlungen:

- Umsetzung ganzheitlicher Barrierefreiheit (baulich, sozial, digital)
- Förderung inklusiver Formate in allen Kulturhäusern und Festivals
- Ausbau von Vermittlungs- und Bildungsangeboten für unterschiedliche Zielgruppen

5. Nachhaltigkeit als Leitprinzip kulturellen Handelns

Handlungsempfehlungen:

- Entwicklung eines Leitfadens für ökologische und soziale Nachhaltigkeit im Kulturbereich
- Unterstützung klimaneutraler Veranstaltungen und ressourcenschonender Produktionsweisen
- Förderung langfristig tragfähiger Finanzierungs- und Betriebskonzepte

6. Kulturelle Infrastruktur als öffentlicher Wert

Handlungsempfehlungen:

- Entwicklung eines Masterplans „Kulturelle Infrastruktur Baden 2035“
- Bündelung von Ressourcen und Synergien zwischen Häusern (z.B. Theater am Steg, Stadtbücherei, Museen)
- Sicherung von Qualität, Zugänglichkeit und Nachhaltigkeit bei Sanierungen und Neubauten

7. Bildung und Vermittlung als Brücke zwischen Kultur und Gesellschaft

Handlungsempfehlungen:

- Aufbau eines Netzwerks kultureller Bildung (Museen, Musikschule, Schulen, Bücherei)
- Einführung innovativer Vermittlungs- und Digitalformate für alle Altersgruppen
- Einrichtung einer Koordinationsstelle Kulturvermittlung in der Geschäftsgruppe Kultur

8. Kultur als Standortfaktor und Wirtschaftsmotor

Handlungsempfehlungen:

- Entwicklung touristischer Kulturformate mit regionaler Wertschöpfung
- Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft durch Kooperation und Förderung
- Nutzung kultureller Marken (Beethoven, Sommerfrische, Welterbe) für Standortmarketing

9. Professionalisierung und Transparenz in Kulturverwaltung und Förderung

Handlungsempfehlungen:

- Aufbau einer schlagkräftigen Geschäftsgruppe Kultur mit klaren Zuständigkeiten
- Einführung digitaler Systeme für Ticketing, Fördermanagement und Kommunikation

- Etablierung eines transparenten, wirkungsorientierten Fördersystems mit Kulturbeirat

10. Kulturelle Verantwortung und nachhaltige Finanzen

Handlungsempfehlungen:

- Erarbeitung eines mittelfristigen Kulturfinanzierungsplans aufbauend auf den strategischen Zielen dieser Kulturkonzeption
- Priorisierung von Projekten nach klaren Kriterien (Wirkung, Nachhaltigkeit, gesellschaftlicher Mehrwert)
- Stärkere Einbindung externer Förderstellen (Bund, Land, EU) sowie privater Partnerinnen und Partner sowie Mäzenatinnen und Mäzenaten
- Prüfung von Public-Private-Partnerships, Sponsoring- und Stiftungsmodellen zur Entlastung des Gemeindehaushalts
- Förderung von Kooperationen und Ressourcenteilung zwischen den Kulturinstitutionen zur Kosteneffizienz
- Bewusstseinsbildung: Kommunikation des kulturellen Mehrwerts als gesellschaftliche und wirtschaftliche Investition, nicht als Budgetposten

9.2. Kulturelle Infrastruktur Baden

Baden verfügt über eine außergewöhnlich dichte kulturelle Infrastruktur – von Museen und Bühnen über Musikschule, Bibliothek und Kurkonzerte bis hin zu Galerien, Kulturvereinen und Veranstaltungsräumen. Diese Vielfalt prägt die kulturelle Identität der Stadt, erfordert aber auch klare Prioritäten und zukunftsfähige Strukturen, um Qualität, Teilhabe und Nachhaltigkeit zu sichern.

Die Kulturkonzeption Baden versteht kulturelle Infrastruktur als öffentlichen Wert und ein strategisches Entwicklungsinstrument – im Zusammenspiel von Stadtentwicklung, Bildung, Tourismus und Wirtschaft.

Zentrale Herausforderungen:

- Hoher Sanierungsbedarf bei historischen Gebäuden und musealen Einrichtungen
- Steigende Betriebskosten bei begrenzten Budgets
- Fehlende Barrierefreiheit und Aufenthaltsqualität in mehreren Häusern
- Neue gesellschaftliche Erwartungen an Kulturorte (Begegnung, Digitalisierung, Nachhaltigkeit)
- Hohe Erwartungshaltung der Kulturschaffenden an die Stadt
- Fragmentierte Zuständigkeiten zwischen Stadt, Land und NÖKU

Strategische Handlungsempfehlungen:

- Priorisierung Infrastrukturmaßnahmen durch die Geschäftsgruppe „Bauen und Infrastruktur“ auf Basis der Erkenntnisse der Kulturkonzeption und der finanziellen Möglichkeiten der Stadtgemeinde Baden im Rahmen eines Masterplanes „Kulturelle Infrastruktur Baden 2035“
→ Koordinierte Planung im Zusammenwirken mit Stadtentwicklung, Tourismus und Bildung
- Synergien institutionell verankern
→ Geschäftsgruppe Kultur als zentrale Koordinationsstelle

- Förder- und Finanzierungsmix entwickeln
→ Kombination aus städtischen Mitteln, Landesförderungen, EU-Fonds und privaten Partnerschaften
- Kommunikation stärken
→ Sichtbarmachung der Kulturorte im Stadtbild, gemeinsames Branding „Kulturstadt des Dialogs“
- Nachhaltigkeit als Leitprinzip
→ Ökologische Sanierungen, soziale Teilhabe und digitale Zugänge als Standard

Prioritäre Entwicklungsrichtungen:

1. Museumsstrategie „Baden Museum“:

Zusammenführung von Rollett-Museum, Stadtarchiv und Puppenmuseum in einem neuen, barrierefreien Standort mit touristischer Frequenz – z.B. Feuerwehrareal Grabengasse.
→ Effizienz, Attraktivität, Zukunftsfähigkeit

2. Stadtbücherei NEU

Entwicklung zu einem offenen Bildungs- und Begegnungszentrum; Prüfung einer Übersiedelung in das Theater am Steg bzw. der Potenzialfläche Grabengasse zur Schaffung eines integrierten Kulturhauses
→ Lesen, Lernen, Leben

3. Theater am Steg als Kulturhaus der Bürgerinnen und Bürger

Sanierung, flexible Raumkonzepte und stärkere Öffnung für Vereine und Initiativen
→ Ort der Teilhabe und kulturellen Demokratie

4. Haus der Kunst

Weiterentwicklung als Veranstaltungsort. Gleichzeitig jedoch Prüfung, ob und in welchem Ausmaß eine Sanierung möglich ist
→ Qualität in Infrastruktur und mehr Aufmerksamkeit

5. Musikschule Baden

Stärkung als zentrale Bildungseinrichtung, sichtbarer Auftritt im Stadtraum, Ausbau der Kooperationen mit Schulen und Vereinen samt stärkerer Einbindung ins öffentliche Leben
→ Musikalische Bildung als gesellschaftliche Aufgabe

6. Kurkonzerte NEU

Erhalt als Alleinstellungsmerkmal, aber Reduktion der Stadtzuschüsse u.a. durch Kooperationen und Einnahmenmodelle
→ Tradition trifft Erlebnis

7. Kooperation mit der NÖKU sichern

Klare Rollen: Stadt als Infrastruktur- und Standortpartnerin, NÖKU als Betreiberin von Stadttheater, Sommerarena und Arnulf Rainer Museum
→ Qualität durch Professionalität

8. Strecker-Villa

Nutzungserweiterung, wissenschaftliche Aufarbeitung (Strecker)
→ Erinnerung im Dialog

9. Kunstverein

Nutzungserweiterung und Stärkung zeitgenössischer Kunst (Kunstverein)

→ Gegenwart im Dialog

10. Halle B

Nutzungspotenzial für Großveranstaltungen prüfen, ggf. Teil-Auslagerung an externe

Betreiber bei gesicherter städtischer Nutzung

→ Synergien statt Leerstand

9.3. Gesamtstrategie der Geschäftsgruppe Kultur

Die Geschäftsgruppe Kultur ist Motor, Moderatorin und Mittlerin zwischen Verwaltung, Kulturakteurinnen und -akteure sowie der Politik.

Handlungsmaximen:

- **Qualität:** Sicherung künstlerischer Exzellenz durch professionelle Strukturen sowie Initiierung und Förderung neuer Formate
- **Effizienz und Transparenz:** Durch Digitalisierung, Controlling, klare Zuständigkeiten
- **Kooperation und Dialog:** Zwischen Einrichtungen, freier Szene, Tourismus, Bildung sowie Bürgerinnen und Bürger
- **Professionalität und Innovation:** Durch umfassende Kommunikation und zeitgemäßes Ticketing
- **Teilhabeerechtigkeit:** Barrierefreiheit, soziale Öffnung, faire Förderpraxis
- **Markenbildung:** Baden als „Kulturstadt des Dialogs“ sichtbar und erlebbar machen, die allen Kunstsparten Raum bietet

10. Conclusio – Kulturstadt Baden 2035: Eine Perspektive

Die Kulturkonzeption für Baden zeigt deutlich, welches Potenzial in dieser Stadt steckt: eine reiche Geschichte, starke kulturelle Einrichtungen, hochqualifizierte und engagierte Kulturschaffende – und eine Bevölkerung, die Kultur nicht als Luxus, sondern als Teil des Lebens begreift. Baden verfügt über eine kulturelle DNA, die zwischen Geschichte und Zukunft vermittelt, zwischen Tradition und Innovation, zwischen Kurstadt und Kreativlabor.

Was diese Konzeption auszeichnet, ist der Perspektivenwechsel: Eine Weiterentwicklung von einer Veranstaltungslogik, hin zu einer strategisch verstandenen Kulturpolitik, die insbesondere die Badener Kunst- und Kulturschaffenden einbindet und somit die Stadtgesellschaft zu einer aktiven Akteurin macht. Die Stadt begreift Kultur als Querschnittsaufgabe – als Motor für Identität, Bildung, Tourismus, soziale Kohäsion und wirtschaftliche Entwicklung. Dieses Bewusstsein ist die eigentliche Zäsur: Baden stellt sich zukunfts-fähig auf, mit einer klaren Vision, einem integrativen Selbstverständnis und Strukturen, die Professionalität und Nähe zugleich gewährleisten.

In den kommenden Jahren wird es darauf ankommen, diese Vision in konkretes, sichtbares Handeln zu übersetzen:

- durch eine schlagkräftige Geschäftsgruppe Kultur, die kulturelles Schaffen strategisch steuert und operativ unterstützt
- durch die konsequente Vernetzung von Verwaltung, Politik und Kulturszene
- durch mutige Investitionen in die kulturelle Infrastruktur und Digitalisierung

Kulturpolitik in Baden agiert als Moderatorin, Ermöglicherin und Impulsgeberin. Es gilt, Räume zu öffnen: für neue Akteure, neue Themen, neue Formate. Die Stadt kann damit ein Modell werden, wie Kultur im 21. Jahrhundert verstanden wird: als verbindendes System, das Kunst, Bildung, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und gesellschaftlichen Zusammenhalt zusammenführt.

Baden hat alle Voraussetzungen, wieder zu einer europäischen Kulturstadt im besten Sinn zu werden – mit Haltung, Stil und Vision. Wenn die Stadt diesen Weg entschlossen weitergeht, wird sie nicht nur ihre Vergangenheit bewahren, sondern ihre Zukunft gestalten – als Ort, an dem Kultur nicht nur stattfindet, sondern entsteht.

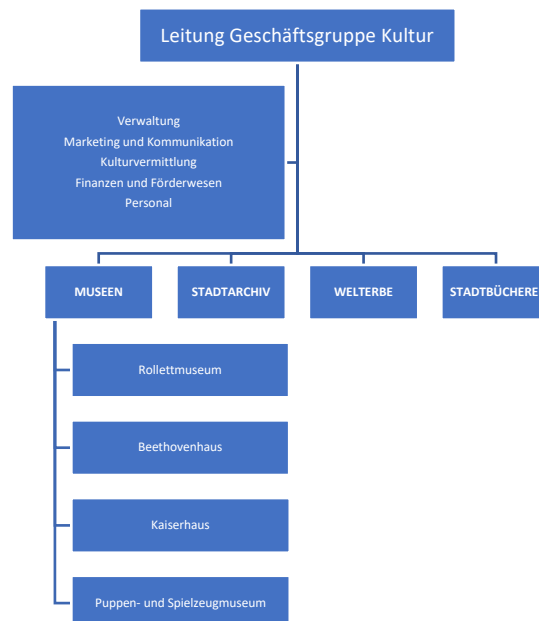
Christoph Thoma, 20.01.2026

Die **CULTURELAB Beratung GmbH** ist eine strategische Beratungsagentur an der Schnittstelle von Kultur, Stadtentwicklung, Tourismus und Politik. Sie begleitet Städte, Regionen und Institutionen bei der Entwicklung und Umsetzung von Kulturstrategien, Standortmarken und Zukunftskonzepten – mit dem Ziel, kulturelle Potenziale sichtbar zu machen und in nachhaltige Entwicklungsprozesse zu übersetzen. Zu den Referenzen zählen Projekte in Österreich, Deutschland und Luxemburg, darunter die Kulturhauptstadtbewerbung „Chemnitz 2025“ sowie strategische Prozesse für die Städte Luxemburg, Innsbruck, Dresden, Trier, Karlsruhe, Darmstadt, Weingarten, Rosenheim und Albstadt. www.culturelab.at

Christoph Thoma, Gründer und Geschäftsführer, ist Kulturmanager, (Kultur)Politiker und Strategieberater. Zuvor gründete er mit Thorsten Kausch die Stadtmanufaktur (www.stadtmanufaktur.com), leitete die Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH, die „Grazer Spielstätten Orpheum, Dom im Berg und Schloßbergbühne Kasematten GmbH“ und die Remise Bludenz (Bludenz Kultur gGmbH). Unter seiner Führung wurde Bregenz beim Kulturmarken Award 2014 in Berlin als „Stadtmarke des Jahres“ ausgezeichnet. Er war Kulturstadtrat in Bludenz, Abgeordneter zum Vorarlberger Landtag und ist seit Dezember 2024 Mitglied des Österreichischen Bundesrates. Seit Jänner 2023 ist er zudem Geschäftsführer des Wirtschaftsbund Vorarlberg und engagiert sich für eine innovative und zukunftsorientierte Standortpolitik. www.christoph-thoma.com

Anhang

A. Organigramm



B. Ziel- und Anspruchsgruppen

Kultur in Baden ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Sie entsteht nicht im Alleingang, sondern im Zusammenspiel vieler Akteurinnen und Akteure – von der Stadtverwaltung über Kulturschaffende bis hin zu engagierten Bürgerinnen und Bürger, Bildungseinrichtungen, der Wirtschaft und den Gästen der Stadt. Diese Kulturkonzeption versteht Kultur als lebendiges Netzwerk aus Menschen, Ideen und Institutionen, das Baden prägt, verbindet und nach außen sichtbar macht.

Ziel ist es, die Vielfalt dieser Gruppen in ein gemeinsames Verständnis zu führen: Kultur als öffentlicher Wert und als gemeinsamer Gestaltungsraum. Jede und jeder trägt in unterschiedlicher Weise dazu bei, dass Baden als Kulturstadt lebendig bleibt und sich weiterentwickelt.

Die folgenden Ziel- und Anspruchsgruppen definieren jene Partnerinnen und Partner, für die diese Kulturkonzeption Orientierung bietet und mit denen sie zugleich gemeinsam umgesetzt werden soll. Sie alle stehen für die Idee einer Kulturstadt des Dialogs, in der Partizipation, Verantwortung und Offenheit zentrale Prinzipien kulturellen Handelns sind.

Bürgerinnen und Bürger der Stadt

Die Bürgerinnen und Bürger der Stadt Baden bilden das Herzstück dieser kulturstrategischen Ausrichtung. Sie sind nicht nur Publikum, sondern aktive Mitgestaltende des kulturellen Lebens. Kulturelle Angebote stärken die Identität der Stadt Baden, fördern das Zusammengehörigkeitsgefühl und tragen wesentlich zur Lebensqualität bei. Ziel dieser Kulturstrategie ist es, allen Einwohnerinnen und Einwohner – unabhängig von Alter, Herkunft, Bildung oder Einkommen – den Zugang zu Kunst und Kultur zu ermöglichen. Kulturelle

Teilhabe bedeutet dabei nicht nur, Angebote zu konsumieren, sondern sie mitzugestalten und sich als Teil einer lebendigen, offenen Stadtkultur zu verstehen.

Kulturschaffende und Kulturinstitutionen

Künstlerinnen und Künstler, Kulturschaffende, Vereine, Initiativen und Institutionen sind die Träger des kulturellen Lebens. Sie schaffen Inhalte, prägen den Diskurs und machen Kultur im Stadtraum sichtbar. Ihre Arbeit braucht verlässliche Rahmenbedingungen, faire Förderung und Freiräume für Innovation. Eine zukunftsorientierte Kulturpolitik versteht sie als Partner auf Augenhöhe – nicht als reine Empfängerinnen und Empfänger von Förderungen, sondern als Impulsgebende und Kooperationspartnerinnen und -partner. Der Austausch zwischen freier Szene, etablierten Einrichtungen und Verwaltung ist entscheidend, um kreative Potenziale zu bündeln und das kulturelle Profil der Stadt weiterzuentwickeln.

Kinder, Jugendliche und Bildungseinrichtungen

Kinder und Jugendliche sind die kulturelle Zukunft einer Stadt. Ihre frühzeitige Begegnung mit Kunst, Musik, Theater, Literatur und kreativen Ausdrucksformen prägt ästhetisches Bewusstsein, soziale Kompetenzen und die Fähigkeit zum Perspektivenwechsel. Bildungseinrichtungen – von Kindergärten über Schulen bis hin zu außerschulischen Lernorten – sind zentrale Partner einer ganzheitlichen Kulturarbeit. Diese nachhaltige Kulturkonzeption begreift folglich kulturelle Bildung als Querschnittsaufgabe und fördert gezielt Kooperationen zwischen Kultur- und Bildungseinrichtungen, um Kreativität, Neugier und kritisches Denken zu stärken.

Besucherinnen und Besucher sowie Touristinnen und Touristen

Kultur ist ein wesentlicher Teil der Attraktivität und Außenwahrnehmung der Stadt Baden, und das betrifft nicht nur die Kurgäste. Kultur prägt das Image, steigert die Aufenthaltsqualität und schafft Anlässe für Begegnung. Besuchende und Kurgäste, die das kulturelle Angebot nutzen, tragen zur Wertschöpfung in Tourismus, Gastronomie und Handel bei, damit werden sie auch zu Botschafterinnen und Botschafter der Stadt Baden. Eine gezielte Vernetzung von Kunst, Kultur und Tourismus erschließt daher neue Zielgruppen, das Profil der Stadt wird geschärft und die kulturelle Vielfalt als Standortvorteil sichtbar. Dabei wird das Kulturangebot stets als authentischer Ausdruck städtischer Identität verstanden – nicht als reine Inszenierung für den Markt.

Wirtschaft und kreative Branchen

Kultur und Wirtschaft stehen in einem wechselseitigen Verhältnis. Kultur schafft Impulse für Innovation, Kreativität und gesellschaftlichen Fortschritt – und umgekehrt kann die Wirtschaft zur nachhaltigen Entwicklung der Kulturlandschaft beitragen. Besonders die Kultur- und Kreativwirtschaft – etwa in den Bereichen Design, Architektur, Film, Fotografie, Musik, Medien oder digitale Produktion – ist ein wachsender Zukunftssektor, der Beschäftigung, Wertschöpfung und internationale Sichtbarkeit schafft. Diese Kulturkonzeption stärkt die Verbindung zwischen Kultur, Wirtschaft und Technologie, fördert kreative Netzwerke und begreift kulturelle Innovation als Standortfaktor für eine zukunftsfähige Stadtentwicklung.

Zivilgesellschaft und Communities

Kulturelles Leben entsteht dort, wo Menschen sich engagieren. Vereine, Initiativen, Nachbarschaften und Communities – ob traditionell, interkulturell oder neu formiert – tragen

wesentlich zur Vielfalt und Lebendigkeit der Stadt bei. Sie schaffen Räume der Begegnung, des Dialogs und der Mitgestaltung. Kulturpolitik baut hier Brücken: durch Förderung von Eigeninitiative, durch Anerkennung zivilgesellschaftlicher Impulse und durch Unterstützung partizipativer Formate. Die Stadt Baden, die auf ihre Zivilgesellschaft hört und sie aktiv einbindet, stärkt demokratische Teilhabe, soziale Kohäsion und kulturelle Vielfalt zugleich.

C. Teilnehmende an den Workshops am 01.09.2025, 06.10.2025 und 25.11.2025

Die Kulturkonzeption Baden versteht sich ausdrücklich als Beteiligungsprojekt. Kulturpolitik, die ihre Wirksamkeit entfalten will, muss auf Dialog, Mitgestaltung und geteilte Verantwortung setzen. Denn Kultur entsteht dort, wo Menschen sich einbringen – durch künstlerisches Schaffen, durch ehrenamtliches Engagement, durch Ideen, Kritik und Begeisterung.

Bürgerinnen- und Bürger- sowie Akteursbeteiligung ist daher kein Selbstzweck, sondern ein Instrument demokratischer und nachhaltiger Kulturentwicklung. Sie ermöglicht, dass politische Entscheidungen auf einem breiten Fundament stehen, unterschiedliche Perspektiven berücksichtigt werden und kulturelle Angebote tatsächlich den Bedürfnissen und Interessen der Stadtgesellschaft entsprechen.

In Zeiten gesellschaftlicher Transformation – geprägt von Digitalisierung, Migration, Individualisierung und neuen Kommunikationsformen – wird Beteiligung zum entscheidenden Erfolgsfaktor: Durch Mitwirkung entsteht Mitverantwortung, denn es gilt die städtische Kulturarbeit langfristig zu sichern und im Bewusstsein der Stadtgesellschaft zu verankern.

Workshop mit den Spitzen der Koalition und der Spitze der Stadtverwaltung (01.09.2025):

Carmen Jeitler-Cincelli, Bürgermeisterin
Jowi Trenner, Vizebürgermeister
Michael Capek, Kulturstadtrat
Gerlinde Brendinger, Gemeinderätin
Roland Enzersdorfer, Stadtamtsdirektor

Workshop mit Akteurinnen und Akteuren aus der Kunst- und Kulturszene (06.10.2025):

Adam Doris - Musik
Adam Karin - Musik
Bankl Wolfgang - Musik
Bauer Wolfgang-Michael - Musik
Bendl Florian - Kulturvermittlung
Borower Djawid - Kunst
Cachée Alexander - Musik
Dafinger Sebastian
Gunacker Alfred - Musik
Hochwarter Hubert - Kunst
Hübsch Cornelia - Musik
Lackner Udo - Musik
Lammerhuber Lois - Fotografie

Lammerhuber Silvia
Mühlbacher Fabienne
Natterer Peter - Musik
Noventa Christine - Kabarett
Oppolzer Hannah - Literatur
Österreicher Wolfgang - Musik
Ragger Laura - Musik
Ruttner-Vicht Gregor - Theater
Schafzahl Elisabeth - Kunst
Silmlinger Astrid - Musik
Syllaba Alexander - Film
Todt Christine – Bildende Kunst
Vees Florian - Film
Vögl Andreas - Tourismus
Weber Rupert - Musik
Zeiler Stefan Film
Ziegler Wolfgang - Musik & Monika Ave Verum
Thomas Rösner - Musik
Ableidinger Ave Verum
Dr. Gerhard Withalm
Fischerauer Monika
Lane Christopher – Bildende Kunst
Ramstorfer Paulus - Kunstverein
Bayer Jakob - Festival Beethoven Frühling
Gattinger Lena – Theater, Medienkunst
Neugebauer Eileen-Emilia
Brendinger Gerlinde - Gemeinderätin

Sitzung des Kulturausschusses (inkl. Ersatzmitglieder) am 25.11.2025:

StR Michael Capek
GR Gerlinde Brendinger
GR Judith Händler
GR Eileen-Emilia Neugebauer
GR Sanin Hanusic
GR Christian Dusek
GR Eva Freistetter
GR Gabriele Gerstner
StR Gertraud Auinger-Oberzaucher
StR Stefan Eitler
VBgm. Jowi Trenner
GR LAbg. Helga Krismer-Huber
StADir. Roland Enzersdorfer
StADirStv. Harald Valenta
Otto Wolkerstorfer
Ulrike Scholda
GR Herbert Dopplinger
GR Dieter Watzak-Helmer
GR DI
Thomas Frühbeck

Klaus Lorenz
Doris Hartl (Schriftführerin)

D. Protokoll des Beteiligungsworkshops am 06.10.2025

Die Diskussionsteilnehmerinnen und -teilnehmer blickten auf die Kulturarbeit der letzten Jahre zurück, um sowohl Stärken als auch notwendige Veränderungen zu identifizieren.

Positive Aspekte und Stärken:

Etablierte Kulturinstitutionen: Baden verfügt über qualitativ hochwertige und etablierte Einrichtungen wie das Stadttheater, die Sommerarena, Museen, das Jazz Café, das Schubertinstitut also die Schubertiade und die Beethoven-Philharmonie.

Internationale Ausrichtung: Es gibt zahlreiche international renommierte Veranstaltungen, darunter die Fotoausstellung, die Tritonus Konzerte, der internationaler Chorwettbewerb Ave Verum und der Beethoven Frühling. Die Nutzung der Sommerarena, des Casinos und des Theaters für internationale Zwecke ist ein klarer Wunsch.

Gelungene Formate: Veranstaltungen wie „Baden in Weiß“ wurden als Publikumsmagnet, Stadtevent und Marke mit Zukunftspotenzial gelobt. Auch kleinere Formate wie Lesungen in Gärten/Villen und Veranstaltungen in der Synagoge sowie Film Festivals/Filmtage und das Rennbahntheater auf der Trabrennbahn Baden tragen zur Vielfalt bei.

Infrastruktur und Marke: Die erfolgreiche Restaurierung des Undine-Brunnens und des Pavillons wurde als bemerkenswerte und öffentlich zugängliche Bereicherung gewertet. Der UNESCO-Weltkulturerbe-Status wird als starkes Fundament der Marke Baden gesehen.

Förderungen/Strukturen: Die Förderung der Musikschule und die Gestaltungsmöglichkeiten von Projekten innerhalb klarer Zeitraster wurden positiv erwähnt.

Negative Aspekte und Verbesserungsbedarf:

Fehlendes Profil/Zielgruppenfokus: Das größte Problem ist die Wahrnehmung des Kulturimages als 55+ und der Mangel an Angeboten für junge Menschen. Es fehlt eine moderne, zeitgemäße Identität und die Balance zur Moderne wird nicht erreicht. Die Jugend ist in der Stadt unsichtbar und die Popkultur hat Aufholbedarf. Die vorhandenen Angebote werden als zu breit gefächert und ohne Alleinstellungsmerkmal (USP) im modernen Bereich empfunden.

Räumlichkeiten und Infrastruktur: Es mangelt an kontinuierlich offenen, geistigen und physischen Räumen für Kulturschaffende (z.B. Halle B, Frauenkirche). Die hohen Kosten/Mieten für Projekte sind ein Hindernis, ebenso wie der Mangel an Musikproberäumen (unter Berücksichtigung des Lärmschutzes). Das Haus der Kunst ist weiterhin nicht barrierefrei, was als inakzeptabel gilt, zudem wurde allgemeiner Sanierungsbedarf an Häusern wie das Theater am Steg und im Haus der Kunst festgestellt.

Koordination und Kommunikation: Es gibt einen gravierenden Mangel an Koordination und Synergien. Die Szene agiert als Einzelspieler statt als Team, und der notwendige Wissenstransfer der Verwaltung fehlt. Die Kommunikation mit Kulturschaffenden muss zeitgemäßer und digitaler erfolgen.

Förderwesen und Verwaltung: Die fehlende Transparenz in den Förderrichtlinien und das Fehlen eines nachvollziehbaren Fördermechanismus wurden scharf kritisiert (Wer entscheidet? Auf welcher Basis?). Es wird gefordert, dass der Prozess zur Beantragung und Vergabe im Jahr 2026 klar ersichtlich sein muss. Bürokratie ist ein zu hoher Hemmschuh.

Kulturelle Lücken: Es fehlt spezifisch an einem Ort, der das Thema Frau behandelt (z.B. ein Frauenmuseum) sowie an ausreichend Kammermusikkonzerten.

Themenschwerpunkt: Kultur als Standortfaktor

Der zweite Teil des Workshops konzentrierte sich auf die zukünftige Rolle der Kultur als gestaltender Faktor für die Stadtentwicklung.

Visionen und Anforderungen an die zukünftige Kulturstrategie

Die Marke Baden neu definieren: Die Stadt muss ihre einzigartige Stärke und ihr Zukunftsbild klar festlegen (z.B. Diversität, Lebensqualität, historisches Erbe). Die Teilnehmer fordern, die Exzellenz und die Alleinstellungsmerkmale Badens herauszustellen und die Konkurrenz zu Wien nicht zu scheuen.

Kulturelle Investition: Kultur soll als Investition in die Gesellschaft betrachtet werden und nicht als reiner Kostenfaktor. Es muss ein Budget für Innovationsformate bereitgestellt werden, das durch einen Kulturbeirat genehmigt wird.

Neue Orte und Förderer: Neue kulturelle Orte sollen genutzt und private Förderer aktiv in die Finanzierung und das Schaffen von Mäzenatentum also eine Finanzierung von Privatpersonen eingebunden werden.

Zielgruppenerweiterung und Partizipation: Die Kultur muss aktiv auf neue Zielgruppen zugehen, darunter Studenten, junge Familien, Asylanten und Personen, die bisher keinen Kulturkontakt hatten. Es wird gefordert, dass die Kulturvermittlung stärker nach außen geöffnet wird.

Vernetzung und Austausch: Es besteht der Wunsch nach kontinuierlichem Austausch. Mindestens einmal jährlich soll ein großes Vernetzungstreffen stattfinden, ergänzt durch unregelmäßige/regelmäßige, informelle Beratungstreffen zur stetigen Weiterentwicklung der Kulturkonzeption.

Wichtigste Handlungsfelder (Themeninseln)

Die diskutierten Wünsche und Anforderungen lassen sich in vier zentrale Handlungsfelder clustern:

1. **Profil/Identität:** Die Moderne fehlt in der Wahrnehmung. Ziel ist es, Einzigartigkeit herzustellen, zu modernisieren und neue, junge Zielgruppen anzusprechen.
2. **Räume und Infrastruktur:** Es müssen dringend neue (geistige) Räume und Präsentationsflächen geschaffen werden. Die Baukultur muss wertgeschätzt werden, wobei die Kammermusik sowie die Pop Nische fehlt.

3. **Zielgruppe/Partizipation:** Es muss eine aktive Strategie entwickelt werden, um junge Menschen und Studenten zu erreichen. Es braucht gezielte Maßnahmen zur Sichtbarkeit der Jugend (z.B. in der Badner Bahn, Halle B, Schulen).
4. **Marke/Kommunikation:** Der Mehrwert der Stadt muss klar kommuniziert werden. Die Kulturvermittlung ist zu erhöhen, um die Marke Baden aufzuladen. Die Erwartungshaltung des Publikums muss aktiv gesteuert werden.

Rückblick und Bewertung des Beteiligungsprozesses – Reflexion der Workshop-Erkenntnisse im Lichte der Kulturkonzeption 2035:

Die Ergebnisse des Beteiligungsworkshops haben wertvolle Impulse geliefert, die in die vorliegende Kulturkonzeption systematisch eingeflossen sind. Die Diskussionen am 06.10.2025 zeigten ein deutliches Spannungsfeld: Baden verfügt über eine beeindruckende kulturelle Substanz – mit guter Infrastruktur, internationaler Ausstrahlung und einem reichen kulturellen Erbe – zugleich aber über eine fragmentierte, teils in die Jahre gekommene Kulturorganisation, der ein klares Zukunftsprofil, Koordination und jugendliche Dynamik fehlten. Die neue Kulturkonzeption reagiert auf diese Befunde gezielt und strukturiert.

Profil und Identität

Der Wunsch nach einem klaren kulturellen Selbstverständnis Badens wird direkt aufgegriffen. Die Konzeption formuliert mit dem Zielbild „Kulturstadt Baden: Dialog. Kooperation. Gestaltung.“ eine eindeutige Richtung – Baden als Kulturstadt der Balance zwischen Geschichte und Zukunft, zwischen Exzellenz und Offenheit. Die Integration von Themen wie Tradition und Innovation, Kultur als Standortfaktor und Baden als Ort der Erneuerung schafft jenes moderne Selbstbild, das im Workshop eingefordert wurde. Gleichzeitig werden mit Formaten wie dem „Beethovenjahr 2027“ und der Stärkung der zeitgenössischen Kunst (Kunstverein, Kooperationen mit NÖKU, neue Ausstellungsformate) klare Akzente für eine moderne, lebendige Identität gesetzt.

Ergebnis: Das Defizit an Profil und Modernität wird in der Konzeption umfassend bearbeitet – Baden erhält eine klare inhaltliche Positionierung, die Tradition und Innovation verbindet.

Räume und Infrastruktur

Die Analyse der räumlichen Engpässe – von der Halle B über das Haus der Kunst bis zum Theater am Steg – war ein zentrales Anliegen des Workshops. Die Kulturkonzeption reagiert darauf mit einer vollständigen Infrastrukturanalyse und Prioritätenliste, die von Sanierungsbedarf bis hin zu möglichen Standortentwicklungen (z. B. Stadtmuseum in der Grabengasse, künftige Nutzung der Feuerwehrflächen) reicht. Zugleich werden neue Nutzungsperspektiven aufgezeigt: Mehrfachnutzungen, Synergien zwischen Institutionen und partizipative Nutzungskonzepte sollen Räume effizienter und lebendiger machen. Das Theater am Steg wird als inklusives „Haus für alle“ neu gedacht – eine direkte Antwort auf den vielfach geäußerten Wunsch nach einem offenen Kulturraum für alle Generationen und Sparten.

Ergebnis: Die Konzeption überführt Kritik an Raumnot und Sanierungsstau in ein strategisches Infrastrukturprogramm mit klaren Handlungslinien.

Zielgruppen und Partizipation

Das fehlende Angebot für junge Menschen, die geringe Sichtbarkeit der Jugend und die unzureichende Einbindung der Bevölkerung wurden im Workshop als gravierende Lücken benannt.

Diese Punkte werden in der Kulturkonzeption durch mehrere Stränge adressiert:

- Jugend- und Alltagskultur wird als eigenständiger Bestandteil des Kulturverständnisses definiert.
- Partizipation wird strukturell verankert – über den Kulturbeirat, Beteiligungsformate und offene Räume wie das Theater am Steg
- Kulturelle Bildung und Musikschule werden zu zentralen Partnern einer generationsübergreifenden Vermittlung ausgebaut.
- Darüber hinaus betont die Konzeption Kultur als Teilhabe und Grundrecht, wodurch auch Integration, Inklusion und soziale Vielfalt sichtbar gestärkt werden.

Ergebnis: Der partizipative und inklusive Ansatz der neuen Konzeption beantwortet die Forderungen des Workshops direkt – sie wird selbst zum Beteiligungsprojekt.

Marke und Kommunikation

Die Kritik an mangelnder Koordination und Kommunikation war einer der deutlichsten Befunde des Workshops. Die neue Geschäftsgruppe Kultur schafft hier erstmals eine klare organisatorische Struktur für Kommunikation, Ticketing und Öffentlichkeitsarbeit. Ein einheitliches Erscheinungsbild, ein professioneller Newsletter, ein digitaler Veranstaltungskalender und eine moderne Social-Media-Strategie schaffen die Voraussetzungen für eine zeitgemäße Sichtbarkeit. Zudem wird der Aufbau einer Kulturmarke Baden explizit als strategisches Ziel definiert – verbunden mit einer verbesserten internen Abstimmung, einer übergreifenden Jahresplanung und einem neuen Verständnis von Kulturmarketing als Stadtmarketing.

Ergebnis: Die Konzeption reagiert substantiell auf das Kommunikationsdefizit – Baden erhält erstmals eine integrierte, strategisch abgestimmte Kulturkommunikation.

E. Sitzung des Kulturausschusses am 25.11.2025 / ausformulierte Fassung des Protokolls

Der Vorsitzende StR Michael Capek eröffnete die Sitzung und übergab das Wort an Christoph Thoma. Thoma berichtet, dass ab 1. Jänner 2026 eine neue Geschäftsgruppe Kultur unter der Leitung von Dr. Ulrike Scholda eingerichtet wird. In einer Präsentation stellte er die zentralen Inhalte der Kulturkonzeption „Kulturstadt Baden“ vor, darunter Leitgedanken einer vernetzten und zukunftsorientierten Kulturarbeit, Prozess und Ausgangslage, Zielbild Kultur, Handlungsempfehlungen sowie die Gesamtstrategie der künftigen Geschäftsgruppe. Thematisiert wurden insbesondere Baden als Kulturstadt des Dialogs und der Vernetzung, Kultur als Querschnittsaufgabe, Tradition als Ausgangspunkt für Innovation, „Kultur für alle“, Nachhaltigkeit, kulturelle Infrastruktur als öffentlicher Wert, Bildung und Vermittlung, Kultur als Standortfaktor und Wirtschaftsmotor sowie Professionalisierung, Transparenz, Verantwortung und nachhaltige Finanzen.

In der anschließenden Diskussion meldeten sich mehrere Mitglieder des Gemeinderates sowie weitere Teilnehmende zu Wort. Seitens des Gemeinderates wurden u. a. die Notwendigkeit klarer Schwerpunkte (Kulturplan, Angebote für Jung und Alt), die Ausgestaltung von Förderrichtlinien und Förderverträgen, erforderliche Investitionen in kulturelle Gebäude (insbesondere ein möglicher Bühnenumbau im Stadttheater), mögliche Synergien durch Aufgabenbündelungen an neuen Standorten sowie Überlegungen zu einem „Stadtmuseum NEU“ mit Veranstaltungssaal in der Grabengasse angesprochen. Weitere Punkte betrafen Öffnungszeiten und Schließtage von Museen, eine klare Definition der Marke „Kultur in Baden“, die Einbindung von Weltkulturerbe und bestehenden Formaten (z. B. Fotofestival,

Kurkonzerte) sowie die Vorbereitung auf Beethoven 2027 (200. Todestag), digitale Vermarktung und die Rolle eines Kulturbeirats.

Da ein angekündigter Beschluss im Ausschuss für Bildung und Kultur am 9. Dezember 2025 nicht umsetzbar ist, werden folgende Termine genannt:

- 9. Februar 2026 (Information im Ausschuss für Bildung und Kultur)
- 16. März 2026 (Beschlussfassung im Ausschuss)
- 23. März 2026 (Beschlussfassung im Gemeinderat).

Christoph Thoma hielt abschließend fest, dass es wesentlich ist, dass der Gemeinderat Entscheidungen darüber treffe, was sich die Stadtgemeinde leisten könne und wolle, sowie die dazugehörigen Förderrichtlinien. Zum Schluss wurde ersucht, einen Fragenkatalog zu kulturpolitischen Prioritäten, dem Verhältnis von Tradition und Innovation, der politischen Einbindung in Dialog- und Beteiligungsformate, finanziellen Priorisierungen sowie Erfolgskriterien zur Bewertung der Kulturkonzeption bis 2030/2035 zu beantworten.