Die Verwaltung erläutert ergänzend zum Vermarktungskonzept, dass die Aufstockung der Besucherkapazität von 800 auf 1200 Personen weiter vorangebracht werden konnte. Außerdem wurden bereits Eigenveranstaltungen seitens der Stadt Meckenheim durchgeführt. Weitere Veranstaltungen stehen bevor und befinden sich auch in Planung. Die Verwaltungsabläufe wurden optimiert. Bis Herbst soll die Jungholzhalle auch mit WLAN ausgestattet sein.

Auf Nachfragen der Ausschussmitglieder erläutert die Verwaltung die weitere Vorgehensweise hinsichtlich der mittel- bzw. langfristigen Ausgliederung der Jungholzhalle als Tochtergesellschaft sowie der Erhöhung der Besucherkapazität.

Die von Ausschussmitglied Orti von Havranek gestellten Fragen werden von der Verwaltung in der Niederschrift beantwortet:

Vorbemerkung Agentur Ruckes:

Die von der Agentur Ruckes beschriebenen Anregungen und Empfehlungen zu einem Vermarktungskonzept der Jungholzhalle haben gutachterlichen Charakter und sollen eine Entwicklung bzw. das Ziel beschreiben.

Entscheidend in der Anfangsphase war hier auch die Verfügbarkeit der Halle, welche durch bauliche und technische Nachbesserungen und ungeklärte Hallenkapazität nur eingeschränkt zur Verfügung stand.

1) Imagebildende Veranstaltungen

Welche "imagebildenden Veranstaltungen", die laut Konzept notwendig seien, hat die Agentur Ruckes initiiert?

Agentur Ruckes:

Dazu zählen der neu konzeptionierte Antikmarkt, die Kooperation mit dem Beethoven Orchester, die Kontaktvermittlung zu den Verantwortlichen des Beethovenfestes und das geplante Neujahrskonzert mit der Neuen Philharmonie Westfalen. Hinzu kommen die Eigenveranstaltungen „Swinging Christmas“, „Paschke – Tag des jüngsten Gesichts“ und „Soul United“.

2) Messeakquise

Potentielle Veranstalter von Messen und Märkten müssten von der Verwaltung aktiv angeworben werden, so das Konzept. Ist die Agentur also der Meinung, es könnte mehr getan werden, als sie getan hat?

Agentur Ruckes:

Messen und Märkte benötigen eine längere Vorlaufzeit. Die Veranstalter planen teilweise mehrere Jahre im Voraus. Zusätzlich gilt es, regionale Konkurrenzsituationen zu beachten. Die Agentur ist der Meinung, dass die Verwaltung dort auf einem guten Weg ist.

Die tatsächliche Umsetzung aller im Konzept genannten Punkte ist zudem nicht alleinige Aufgabe der Agentur. Sie kann nur im Zusammenwirken von Politik, Verwaltung und den Marktgesetzen der Veranstaltungsbranche in Gang gebracht werden. Dies ist ein mittelfristiger Prozess.

3) Mixed-Modell-Vertrag

Bei Eigenveranstaltungen wird von einem "Mixed-Modell-Vertrag" gesprochen. Ganz konkret, da das im Detail variiert: Welches prozentuale Vertragsmodell

schlägt die Agentur vor? Wenn ein Vertragsentwurf für die Eigenveranstaltungen existiert, bitten wir darum, diesen dem Ausschuss (nicht-öffentlich) vorzulegen.

Agentur Ruckes:

Jede Eigenveranstaltung ist vertraglich ein Unikat und passt sich den speziellen Bedingungen der Künstler und den Interessen der Verwaltung an. Allgemein ist auf dem freien Markt ein prozentuales Vertragsmodell von 60:40 (Künstler/Veranstalter) üblich. An dieser Quote sollten sich auch die Eigenveranstaltungen in der Jungholzhalle orientieren.

Anmerkung der Verwaltung:

Ein exemplarischer Auszug mit dem entsprechenden Passus aus dem Vertrag für die Veranstaltung "Paschke" ist dem nicht öffentlichen Teil der Niederschrift beigelegt.

4) Eigenveranstaltungen

Zur Durchführung von Eigenveranstaltungen würde die Verwaltung einen Finanzrahmen benötigen, so das Konzept. Hieß es nicht immer, dass Eigenveranstaltungen eigentlich nicht notwendig sind, da die Veranstalter gerne die Risiken tragen?

Agentur Ruckes:

Der Agentur ist nicht bekannt, wer den zweiten Teil dieser Frage formuliert haben soll, deshalb kann diese Frage von der Agentur auch nicht beantwortet werden.

Anmerkung der Verwaltung:

Sofern seitens der Verwaltung Eigenveranstaltungen weiter durchgeführt werden sollen, ist die Bereitstellung eines Budgets erforderlich. Ohne dieses können haushaltsrechtlich keine Verträge geschlossen werden. Ziel der Veranstaltungen ist selbstverständlich eine mindestens kostendeckende Durchführung.

5) Sponsoren

Für Eigenveranstaltungen sollen, so das Konzept, einheimische Sponsoren gewonnen werden. Welche einheimischen Sponsoren hat die Agentur Ruckes bisher einwerben können?

Agentur Ruckes:

Gespräche mit infrage kommenden regionalen Sponsoren aus der privaten Wirtschaft und aus öffentlichen Institutionen laufen gegenwärtig. Im Interesse einer erfolgreichen Umsetzung sollten die betreffenden Namen vor einem Abschluss weder öffentlich noch nicht-öffentlich genannt werden, dies teilweise auch auf Wunsch der Sponsoren. Beim Zustandekommen eines Sponsorenvertrags steht der Namensnennung nichts entgegen

Frage an die Verwaltung:

Warum taucht der Bereich der sozialen Netzwerke, auf den die Verwaltung laut Eigenaussage zurückgreift, im Marketingkonzept nicht auf?

Antwort der Verwaltung:

Die sozialen Netzwerke (Homepage, Facebook) werden für die Ankündigung von einzelnen Veranstaltungen und nicht für die Vermarktung der Halle genutzt.