

ABSCHLUSSBERICHT

der Agentur Ruckes als Berater der Stadt Meckenheim bei der Vermarktung der Jungholzhalle

(Erstellt am 13.05.2020)

A. Vorbemerkung

Die Programmgestaltung und deren Voraussetzungen entwickelten sich in der Berichtszeit überwiegend positiv. Bei der Ertüchtigung der Halle und Nachbesserungen in technischen Bereichen als Voraussetzung für potenzielle Veranstaltungsformate wurden Fortschritte erzielt. Als Beispiele seien genannt:

- *Ausstattung der Künstlergarderoben*
- *Anschaffung eines Rednerpultes*
- *Treppenaufgang mittig*
- *WLAN*
- *Zahlreiche genehmigte Bestuhlungspläne (bis 800 Personen)*
- *Personen-Bühnenlift-Freigabe*
- *Schulung des Personals*
- *Schaukasten*
- *Umlaufende Wandaufhängung zur Hallen-Innendekoration*

Technische Nachbesserungen verschiedener Art sowie wiederholte Reparaturarbeiten in der Halle waren allerdings auch der Grund, dass sie in den ersten Monaten für mögliche Vermietungen häufig nicht zur Verfügung stand.

Gesprächskontakte zwischen der Fachverwaltung und der Agentur erfolgten weiterhin in wöchentlichen Meetings, bei denen anstehende Themen zeitnah behandelt wurden.

Das Themenspektrum verlagerte sich dabei von der eigentlichen Programmgestaltung schnell in die Ertüchtigung und Nutzbarkeit der Halle, bzw. in ihre strukturelle Verbesserungen und die Image-Positionierung am Markt.

Die Zusammenarbeit mit dem zuständigen Fachbereich funktionierte reibungslos, die praktische Umsetzung der Alltagsarbeit wurde von Herrn Friedrich federführend ausgeführt, während sich die Agentur-Tätigkeit auf dazu erforderliche Beratung beschränkte und erforderliche Außenkontakte herstellte, vorbereitete und dazu notwendige Gespräche führte.

Bei der Koordination zwangsläufig auftretender unterschiedlicher Interessen von Veranstaltern, Künstlern und Verwaltungsvorgaben ist es dem Verwaltungsfachbereich ‚Bildung, Kultur und Sport‘ gelungen, das Gros der Sachprobleme schnell und lösungsorientiert zu bearbeiten.

B. Maßnahmen zur Vermarktung der Halle

- Während in früheren Berichtszeiträumen einige Grundvoraussetzungen für einen reibungslosen Hallenbetrieb noch nicht erfüllt waren, können inzwischen den Interessenten verbindliche Auskünfte für eine Vielzahl von individuellen Fragen und Wünschen gegeben werden. Diese Auskünfte sind aber in einem entscheidenden Punkt noch nicht vollständig erfüllt: Bis heute kann einem interessierten Veranstalter, der zur Kalkulation seiner geplanten Veranstaltung eine deutlich höhere Besucherzahl als 800 benötigt, diese aus baurelevanten Aspekten nicht verbindlich zugesagt werden. Negativ auf eine aus Veranstaltersicht profitable Veranstaltungskalkulation stellen sich auch Kosten im Bereich der Brandsicherheit sowie andere Zusatzkosten (Hausmeister etc.) dar. So lange hier nicht endgültig Klarheit herrscht, ist die Halle für professionelle Veranstalter, welche einen Mietpreis zu entrichten haben, noch nicht von allzu großem Interesse. Eine tragfähige Kalkulation über die Besucherzahlen ist aber Voraussetzung für das Engagement eines kommerziellen Veranstalters, der auf der Grundlage der gültigen Benutzungs- und Mietpreistabelle rechnen muss.
- Hier drängt sich der Eindruck auf, dass die Halle für kleine Veranstaltungen zu groß und für große Veranstaltungen zu klein ist, woran auch die optische Raumteilung durch einen Vorhang nicht viel ändert. Deshalb ist eine Ausweitung der zugelassenen Besucherzahl unbedingt erstrebenswert. Dies ist ein Grund, weshalb sich die Akquise für eine Vermarktung großer Veranstaltungen weiterhin verzögerte. Sobald ein Ergebnis über die endgültig zulässige Besucherzahl vorliegt, sollte auch über eine Neugestaltung der Benutzungs- und Mietpreistabelle neu diskutiert und entschieden werden.

Seite 3

- **Größere Besucherzahlen können daher gegenwärtig nur bei Veranstaltungen erzielt werden, bei denen die Veranstalter nicht primär auf Gewinnerzielung, sondern auf Einbringung der Künstlerhonorare hinarbeiten. Dieses fällt bei einer nicht zu errichtenden Hallenmiete natürlich leichter. Wenn aber die Stadt Meckenheim Hallenmieten für Konzertveranstaltungen erzielen möchte, müssen genehmigungsrechtliche Anforderungen an Veranstalter in einem kalkulierbaren Rahmen bleiben.**
- **Die Agentur hatte aus diesem Grund einen „Mixed-Modell“-Vertragsentwurf mit entsprechender Kalkulationsgrundlage für Veranstaltungen aus den Bereichen Kunst und Kultur vorgeschlagen. Die Stadt tritt dabei als Veranstalter oder Mitveranstalter auf: Das Risiko wird auf Stadt und Künstler nach dem „Mixed-Modell“-Vertrag verteilt, ein Drittveranstalter (Künstleragentur), der Geld verdienen will und muss, entfällt. Besonders geeignet ist dieses für kleinere Veranstaltungen mit regionalem Bezug und weniger bekannten Künstlern. Es bedingt jedoch eine erhöhte Anforderung an die organisatorische Durchführung durch die Verwaltung.**
- **Zur Durchführung der Eigenveranstaltungen benötigt das zuständige Verwaltungsreferat jedoch einen Finanzrahmen. Dieser stand nicht zur Verfügung, sollte daher zukünftig eingeplant werden. Ob im ‚Mixed-Vertrags-Modell‘ generierte Einnahmen dabei in diesen Finanzrahmen zurück fließen und nicht im allgemeinen Haushalt versickern, bedarf haushaltrechtlicher Prüfung.**
- **Für Eigenveranstaltungen, die das Image der Stadt Meckenheim fördern, sollten zudem einheimische bzw. regionale Sponsoren aus der örtlichen und regionalen Wirtschaft gewonnen werden, die sich inhaltlich bei den Veranstaltungen wiederfinden können. Die Wirtschaftsförderung der Stadt Meckenheim muss hier stärker eingebunden und gefordert werden.**
- **Die Besuchernachfrage bei den angebotenen Eigenveranstaltungen war trotz umfangreicher Bewerbung nicht befriedigend. Die Stadt muss aktuelle Werbeflächen zur Verfügung stellen und vermeiden, dass nicht in Einzelfällen Hindernisse bei der Bewerbung von Veranstaltungen durch Kompetenzgerangel und Zeitverzögerung entsteht.**
- **Bei mehreren durch die Agentur Ruckes vorgeschlagenen und in Vorverhandlungen bearbeiteten Konzerten mussten mangels personeller Ressourcen in der Verwaltung abgesagt bzw. die Verhandlungen über Verträge abgebrochen werden. Es handelte sich dabei um Konzerte im Funk-, Soul-, Latin-, Swing- und Jazzbereich.**

Seite 4

- **Der Anteil nicht-konzertanter Veranstaltungen hat sich im Berichtszeitraum erhöht. Dazu zählen u.a.:**
 - **Prüfungen der IHK Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg (IHK Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg)**
 - **Abiturprüfungen des Konrad-Adenauer-Gymnasiums (Stadt)**
 - **9. Netzwerktreffen Frühe Hilfen (Stadt)**
 - **Zeugnisübergabe der Theodor-Heuss-Realschule (Stadt)**
 - **Mittagessen im Rahmen der Städtepartnerschaft (Stadt)**

- **Schon in einem früheren Bericht wurde darauf hingewiesen, dass für die wirtschaftliche Vermarktung der Halle der Bereich nicht-konzertanter Veranstaltungen wie Messen, Tagungen und Ausstellungen wichtig ist und eine größere Bedeutung erlangen sollte. Nicht nur um der Einnahmen willen, sondern weil auch der zusätzliche technische und personelle Aufwand bei diesen Veranstaltungen geringer ist. In diesem Bereich entwickelte sich der neu konzeptionierte Antikmarkt sehr positiv.**

- **Um diese Bestrebungen voran zu treiben, fand ein Besichtigungstermin in der Jungholzhalle mit der Geschäftsführung der ‚Tourismus & Congress GmbH‘ (TuC) statt. Ziel war dabei, zukünftig eine verstärkte Aufmerksamkeit auf die Jungholzhalle bei eingehenden TuC-Veranstaltungsanfragen in diesem Bereich zu initiieren. Ergebnisse und Erkenntnisse im kurz-, mittel- und langfristigen Bereich der TuC-Analyse im Nachgang dieser Besichtigung und den danach erfolgten Gesprächen der TuC mit der Agentur Ruckes sind im Anhang dieses Berichtes separat nachzulesen.**

- **Dennoch ist ein ausgewogener Mix verschiedener Veranstaltungsarten besonders für das Image der Halle wichtig. Mit den Konzerten des Deutschen Streicherphilharmonie im Rahmen des letztjährigen Beethovenfestes und dem Neujahrskonzert der ‚Deutsche Streicher Philharmonie‘ in der Jungholzhalle sind mit gut besuchten Veranstaltungen positive Schritte zur Imagebildung der Halle gelungen.**

- **Nach wie vor erfolgen durch die Agentur Prüfungen angefragter Veranstaltungen aus dem weiter entfernten Bundesgebiet und deren Sortierung. Häufig handelt es sich hier um ‚Raritäten‘, die kritisch auf Erfolgsaussicht und Seriosität hinterfragt werden müssen.**

- Die JHH benötigt weiterhin auch in den nächsten Jahren ‚Leuchtturm‘-Veranstaltungen, die überregional Aufmerksamkeit nach sich ziehen. Dazu zählen Konzerte im Rahmen des jeweiligen Beethovenfestes ebenso wie Veranstaltungen, die jüngere Zielgruppen ansprechen wie der in der Jungholzhalle erfolgreich verlaufene „Dance Contest“. Hier wurde im Berichtszeitraum ein guter Start hingelegt. Das im Januar 2020 erstmals im Programmkalender aufgeführte ‚Neujahrskonzert‘ sollte – wenn es denn zu einer ‚Tradition‘ werden könnte – ebenfalls zu einer Image pflegenden Veranstaltung zählen.

C. Empfehlungen und Perspektiven

- Die zur Ermittlung einer höchstzulässigen Gesamtbesucherzahl erfolgten Vorarbeiten (CO2-Messungen) in der Halle sind bisher noch nicht in konkrete Anweisungen und/oder Empfehlungen eingeflossen. Hier sollte spätestens in der zweiten Jahreshälfte 2020 ein Ergebnis vorliegen.
- Die im ersten Quartal 2020 entstandene Corona-Krise führte und führt zu Absagen in der Jungholzhalle, u.a. auch zu einer Veranstaltungsabsage im Rahmen des diesjährigen Beethovenfestes. Das Ende der Pandemie kann gegenwärtig noch niemand voraussagen und die damit verbundene Umschichtung von Terminen in verschiedenen künstlerischen Bereichen lässt gegenwärtig eine erfolgreiche Veranstaltungsakquise und verbindliche Vertragsgestaltung in diesem Bereich noch nicht zu.
- Der letzte Absatz dieses Berichts ist nach wie vor so aktuell wie bei früheren Berichten, Hinweisen und Gesprächen. Er sei deshalb an dieser Stelle nochmals eindringlich wiederholt: Mittelfristig macht es Sinn, die JHH aus den zuständigen Verwaltungsreferaten auszugliedern und in eine hundertprozentige städtische Eigen-GmbH und eine dieser Gesellschaft zugeordnete Geschäftsführung zu überführen. Die Kontrolle von kommunaler Politik und anteiliger Verwaltung wäre dabei über den Aufsichtsrat sicher gestellt. Für den praktischen Betrieb hätte dies viele organisatorische Vorteile, es gäbe kürzere Entscheidungswege und es ist auch gängige Praxis in den meisten anderen Kommunen. Je schneller dies gelingt, umso erfolgreicher wird die JHH in wenigen Jahren sein.

- Wenn es gelingt, die Jungholzhalle als einen zentralen Veranstaltungsort der Meckener Stadtgesellschaft mit ihren feierfreudigen Vereinen, ihren Initiativen, wie z.B. dem Bürgerverein und anderen dem Gemeinwohl verpflichteten Organisationen ins Bewusstsein zu setzen („Unsere Halle“) und darüber hinaus ein regionales Unterhaltungsprogramm den Zuspruch potentieller Besucher aus Stadt und Region findet, sieht diese Halle guten Zeiten entgegen. An einigen Details muss allerdings noch gefeilt werden, u.a. bei Auf- und Abbaueiten für Veranstaltungen.

Meckenheim im Mai 2020

Agentur Ruckes

53343 Wachtberg

Erwin Ruckes

Anhang

Notiz der Tourismus & Congreß GmbH betreff Jungholzhalle

TuC-Maßnahmen zur Vermarktung der Jungholzhalle

Auf Initiative der Agentur Ruckes fanden ein Besichtigungstermin in der Jungholzhalle und nachfolgende Gespräche mit der Geschäftsführung der Tourismus & Congress GmbH (T&C) statt. Im Nachgang dazu sind Maßnahmen angestoßen worden mit kurzfristigen, mittelfristigen (1-6 Monate) wie auch langfristigen (>6 Monate) Ansätzen. Dazu zählen im Kern:

Kurzfristig:

- Besichtigung der Jungholzhalle.
- Definition der Tätigkeitsfelder in denen die Jungholzhalle im Schwerpunkt Veranstaltungsgeschäft generieren möchte und kann. Hier sind im Kern für Veranstaltungen die Bereiche Kultur, Tagungen, Events und Messen zu nennen.
- Schulung der T&C Mitarbeiter in Bezug auf die Möglichkeiten der Jungholzhalle als Grundlage für die Vertriebs- und Beratungsaktivitäten der T&C.
- Teilnahme am T&C Tagungsplaner und die damit verbundene Vermarktung über den Location-Guide 24.
- Gegenseitige Verlinkung.
- Ausbau der SocialMedia-Aktivitäten über die T&C, auch im Bereich des Kulturangebotes.

Mittelfristig:

- Definition der dazugehörigen Zielgruppen.
- Gezielte Ansprache von potentiellen Kunden (T&C Datenbank) im Tagungs- und Eventbereich. Hierzu muss ein Angebot erstellt werden, welches die Tourismus & Congress GmbH den potentiellen Kunden zukommen lässt.
- Teilnahme an ausgewählten Messen und Workshops