

Bericht von für den Zeitraum Juni 2017 – November 2018 von
Erwin Ruckes als Berater der Stadt Meckenheim für die
Vermarktung der Jungholzhalle

(Erstellt am 08.11.2018)

A. Vorbemerkung

Die Programmgestaltung der Jungholzhalle(JHH) entwickelte sich ab Juni 2017 zunächst etwas anders als erwartet. Meine Beratungstätigkeiten konzentrierten sich primär auf die Ertüchtigung der Halle in verschiedenen strukturellen Bereichen, deren Erfüllung Voraussetzung für potenzielle Veranstaltungsformate war. Erst danach konnte die Halle am Markt ins Gespräch gebracht werden.

Einen ersten Zwischenbericht habe ich der Verwaltung intern im Februar 2018 vorgelegt. Die Gesprächskontakte zwischen der Fachverwaltung und mir sind eng und zeitnah, es finden – außer in Urlaubszeiten – regelmäßige, wöchentliche Meetings statt.

Auch 2018 befanden wir uns in Teilen noch im Gestaltungsmodus und sammeln Erfahrungen in Detailfragen. „Wir“, das sind der zuständige Fachbereich „Bildung, Kultur und Sport“ unter der Leitung von Frau Zwicker mit den zuständigen Mitarbeitern und ich, der sich als Ratgeber und Klammer zwischen der Verwaltung und den infrage kommenden Interessenten mit ihren individuellen Anforderungen versteht, gleichzeitig aber auch gerne für die Beantwortung grundsätzlicher Fragen zur Verfügung steht.

An dieser Stelle sei hier auch gleich zu Beginn dieses Berichtes gesagt: Ich schätze die Zusammenarbeit mit den zuständigen Personen, weil trotz mitunter auftretender Sachprobleme bei der Koordination unterschiedlicher Interessen von Veranstaltern, Künstlern und Verwaltungsvorgaben der Fachbereich ‚40‘ schnell und lösungsorientiert arbeitet,

B. Ergebnisse von Juni 2017- November 2018

Maßnahmen zur Ertüchtigung der Halle:

Bei meiner Akquise für Veranstaltungen war es unter Berücksichtigung noch nicht komplett erfüllbarer Grundvoraussetzungen zu Beginn nicht möglich, den Interessenten verbindliche Auskünfte in Bezug auf Kosten und zu beachtende Vorschriften zu geben, weil diese teilweise (Baubereich) noch fehlten oder es an notwendigen Nachinvestitionen fehlte (Technik, Akustik, Saalpläne, Brandschutzbestimmungen, fehlendes Kücheninventar, Mobilar, Personal, etc.).

Die einzelnen Arbeitspunkte mit ihrer Verflechtung und Auswirkung auf die Programmgestaltung hat die Fachverwaltung detailliert dargelegt, eine Wiederholung kann ich mir in meinem Bericht deshalb ersparen, gleichzeitig aber die Richtigkeit dieses Berichts gerne bestätigen.

Vor Vermarktungsbeginn und Inanspruchnahme der Halle stand daher die Verfassung einer später vom Rat beschlossenen Benutzungsordnung und Mietpreistabelle.

Maßnahmen zur Vermarktung der Halle:

Parallel fanden Besichtigungsterme und Gespräche mit potenziellen etablierten Kulturveranstaltern statt (Pantheon, Springmaus, Beethoven-orchester, Philharmonie Westfalen, Schloss Goedens etc.). Einige Veranstaltungsanfragen wurden deshalb verschoben, konnten dabei aber für einen späteren Zeitpunkt in 2019 weiter interessiert werden.

Bei der Akquise wurde auf einen ausgewogenen Mix der verschiedenen Veranstaltungsarten geachtet. Ein solcher Mix ist nicht nur für die Qualität und Publikumsnachfrage, sondern auch für die wirtschaftliche Vermarktung der Halle wichtig. Generell stellen Konzert- und Theaterveranstaltungen *wegen ihrer schwieriger zu kalkulierenden Besucherzahl* ein größeres Risiko dar als Messen, Tagungen und Ausstellungen.

Es erfolgten Prüfungen angefragter Veranstaltungen aus dem weiter entfernten Bundesgebiet und deren Sortierung. Hier mussten Erfolg, Seriosität und Image der Bewerbungen hinterfragt werden.

PR+Vertrieb: Mit BONNTICKET wurde ein Vertrag zur Vermarktung von Eintrittskarten für Veranstaltungen und deren PR-Vermarktung im Köln-Bonner Raum unterzeichnet. BONNTICKET ist im Rheinland als Marktführer bestens mit Vorverkaufsstellen organisiert und besitzt vor Ort in Meckenheim mit der Fa. Ruland auf der Hauptstraße eine exklusive BONNTICKET-Agentur.

Neben redaktionellen Texten im Vorraum gab es Berichterstattungen in Tageszeitungen und Anzeigenblättern sowie als Nachbetrachtung Texte von BONNTICKET-online und im BONNTICKET-Printmagazin sowie im online-Magazin www.bonndirekt.com. Bei BONNDIREKT können ebenfalls online-Tickets für Veranstaltungen bestellt werden. Das städtische Presseamt kann

diese Texte – nach Wunsch und Bedarf - offiziell für die Stadt Meckenheim kostenfrei übernehmen und verwenden.

Weiterhin wurde die JHH im offiziellen Katalog der Tourismus- und Congress GmbH (TUC) neben allen anderen großen Veranstaltungsstätten in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis in Wort und Bild präsentiert.

Die Stadt veranstaltet auch eigene Veranstaltungen. Dazu existiert ein Vertragsmuster, welches die finanziellen Interessen sowohl der Künstler als auch der Stadt berücksichtigt. Auf diese Weise können Eintrittspreise besucherfreundlicher kalkuliert werden. Eigenveranstaltungen jedweder Art durch die Stadt Meckenheim sind mit dem BONNTICKET-Vertrag jederzeit Möglichkeit. Sie unterliegen wie bei Fremdveranstaltern aber dem Gewinn- und Verlustrisiko und erfordern weiteren Personal- und Zeitaufwand der zuständigen Fachverwaltung.

Zu den Eigenveranstaltungen sollten Sponsoren der örtlichen und regionalen Wirtschaft gesucht werden, die sich inhaltlich bei der Verschiedenartigkeit der Veranstaltungen wiederfinden. Hierzu wurden Ideen vorgelegt, die in einem speziellen Veranstaltungsplan münden sollen.

Die JHH benötigt in den ersten zwei bis drei Jahren auch zwei bis drei ‚Leuchtturm‘-Veranstaltungen, die zum Image von Meckenheim beitragen können. Dazu zähle ich u.a. Cross-Over-Konzerte mit dem Beethovenorchester.

C. Mängel, Empfehlungen und Perspektiven:

Man kann – wie schon eingangs ausgeführt - nur erfolgreich ein Produkt verkaufen, was in sich stimmig und ‚fertig‘ ist. Der Zeitpunkt der kompletten Fertigstellung der Halle in Bezug auf die vom Stadtrat vorgegebenen Nutzungsmöglichkeiten hat funktioniert, aber die Praxis bei der Vermarktung hat auch gezeigt, dass die Halle bei einer Ausweitung ihrer Kapazität mehr Möglichkeiten hätte. Deshalb ist eine Ausweitung auf 1200 zugelassene Besucher unbedingt erstrebenswert.

Ein Anschreiben der Verwaltung an die für Hallen-Veranstaltungen infrage kommenden Meckenheimer Vereine zwecks grundsätzlicher und konkreter Terminwünsche wurde von den Vereinen nur sehr unzulänglich beantwortet. Offensichtlich setzen viele Vertreter aus der Vereinswelt mehr auf mündliche Kommunikation, für eine geordnete Planung ist dies aber kontraproduktiv.

Grundsätzlich muss in der Gesamtverwaltung die Einstellung bestehen, dass ein zahlender Veranstaltungsinteressent ein Kunde und kein Bittsteller ist. Kunden gegenüber sollte aber immer erklärt werden, was alles geht und wo die Vorteile der JHH sind und nicht dargestellt werden, was alles nicht geht, verboten oder mit zusätzlichen Kosten verbunden ist.

In Teilbereichen der Verwaltung muss in Bezug auf Hallenvermarktung flexibler und schneller gearbeitet werden. Durch unterschiedliche Zuständigkeiten einzelner Fachbereiche entstehen hier Zeit- und Reibungsverluste, die sicherlich im Einzelfall begründet sein können. Dennoch behindern sie den Dienstleistungsservice gegenüber dem Veranstaltungskunden und erzeugen in Teilbereichen auch noch zusätzliche Kosten.

Mittelfristig bis langfristig macht es Sinn, die JHH aus den zuständigen Verwaltungsreferaten auszugliedern und in eine hundertprozentige städtische Eigen-GmbH zu überführen. Für den praktischen Betrieb hätte dies viele organisatorische Vorteile und es ist auch gängige Praxis in anderen Kommunen. Je schneller dies gelingt, umso erfolgreicher wird die JHH in wenigen Jahren sein.

Erwin Ruckes