

Wirtschafts- und Organisationsuntersuchung

Kultur- und Kommunikationszentrums Lindenbrauerei e.V.
Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH
Bereich Kultur der Kreisstadt Unna
03.12.2013

Richter Beratung



Das Beraterteam

- **Dipl.-Kfm. Reinhart Richter** geschäftsführender Gesellschafter Richter Beratung Osnabrück www.richter-beratung.de
- **Dipl.-Kfm. Peter Börner** Steuerberater und Wirtschaftsprüfer Intecon Osnabrück www.intecon.de
- **Dipl.-Kfm. Dr. Prasuhn** Steuerberater und Wirtschaftsprüfer Intecon Bad Oeynhausen www.intecon.de
- **Dipl.-Kfm. (FH) Olaf Nobbe** Steuerberater Intecon Bad Oeynhausen www.intecon.de
- **Dipl. Sozialpädagoge Klaus Thorwesten**, Kulturmanager, Geschäftsführer des Kultur- + Kommunikationszentrums Lagerhalle e.V. in Osnabrück, Regionalberater der Landesarbeitsgemeinschaft Soziokultur in Niedersachsen
- **Prof. Günther Valjak** Hochschullehrer und Berater Stadthallen
- **Klaus Terbrack MA**, Kulturberater, www.kulturberatung.de, Geschäftsführer von Fokus e.V. Osnabrück

Auftrag

Untersuchung Lindenbrauerei e.V., Stadthalle/Stadtmarketing, Kulturbereich (ohne VHS+ Stadtbibliothek)

- Wie ist der Arbeitszustand der Einrichtungen?
- Wie ist ihr Standort im Rahmen der städtischen Aufgaben zu beurteilen?
- Analyse der Wirtschaftlichkeit (Personaleinsatz, -kosten, Einnahmen, Zuschussbedarf)

Auftrag

- Gibt es bessere geeignete Rechtsformen? Sind die Aufgaben den richtigen Organisationen zugeordnet?
- Vorschläge für Maßnahmen
- Quantifizierung der künftigen Budgetbedarfe

Leistungsbestandteile	Jahresergebnisse der Leistungsbestandteile		
	Ist	Ist	Ist
	2011	2012	bis 12.11.2013
	T€	T€	T€
Kulturbereich der Stadt Unna	-951	-1.037	-1.076
- <i>Beratungsleistungen</i>	-100	-103	-84
- <i>Richtlinienförderung</i>	-258	-261	-395
- <i>Sonstige Förderung</i>	-20	-14	-17
- <i>Sammlung und Bewahrung</i>	0	0	0
- <i>Museumspädagogik</i>	0	0	0
- <i>Goldschatz</i>	0	0	0
- <i>Hellweg-Museum</i>	-84	-100	-72
- <i>I-Punkt gesamt</i>	-61	-83	-67
- <i>Kartenvorverkauf</i>	0	0	0
- <i>Artikelverkauf</i>	0	0	0
- <i>Veranstaltungen, Ausstellungen und Projekte</i>	-16	-14	-14
- <i>Kindertheater</i>	-12	-13	-11
- <i>Theater/Schauspielreihe</i>	-6	6	14
- <i>Vormiete DO/BO</i>	-3	-3	-2
- <i>Donnerstags im Stadtgarten</i>	-40	-27	-47
- <i>Open-Air-Kino</i>	-6	0	0
- <i>Kultur im Stadtteil</i>	-5	-6	-5
- <i>Sonstige Sommerprogramme</i>	-18	-22	-9
- <i>Mord am Hellweg</i>	-22	-52	-21
- <i>Extraschicht</i>	-11	-11	-4
- <i>Hellweg ein Lichtweg</i>	-5	-7	-4
- <i>Schule und Kultur</i>	-2	-6	-9
- <i>Kunst und Medien</i>	-19	-19	-22
- <i>ZIB-Galerie</i>	-2	-2	-2
- <i>Rathausgalerie</i>	-5	-5	-4
- <i>Kunst im öffentlichen Raum, Betreuung der Kunstobjekte</i>	-13	-27	-22
- <i>Serviceleistungen für Lichtkunst</i>	-132	-148	-142
- <i>Komponistinnen-Wettbewerb</i>	0	0	0
- <i>Komponistinnen-Bibliothek</i>	3	9	-17
- <i>Medienkunstraum</i>	-34	-30	-18
- <i>Ausstellungen und Kunstobjekte</i>	-3	-3	-2
Sonstige Aufgliederungen außerhalb der Leistungsbestandteile			
Kulturhauptstadt 2010	3	0	0
Archiv/Stolpersteine	-80	-96	-100

Kernaussagen zu den Ergebnissen

Stadt der Künste, der Kultur und der Kreativitätswirtschaft

- Unna hat die Potentiale, sich zu einer national und international angesehenen Stadt der Künste, der Kultur und der Kreativitätswirtschaft weiter zu entwickeln
- Sobald die Haushaltslage der Stadt dies zulässt, sollte diese Entwicklung vorangetrieben werden
- Bis dahin müssen die wichtigen Potentiale dafür erhalten und gesichert werden

Kernaussagen zu den Ergebnissen

Rechtsformen

- Die Leistungen werden grundsätzlich in den richtigen Organisationen / Rechtsformen erbracht
- Die Eingliederung des Kulturbereiches in die Stadthalle/Stadtmarketing GmbH ist u.a. aus steuerlichen Gründen nicht sinnvoll
- Für die Fortführung der Lindenbrauerei ist die Rechtsform des Vereins weiterhin sinnvoll

Kernaussagen zu den Ergebnissen

Rechtsformen (Fortsetzung)

- Wenn die rechtliche Lage in NRW zulässt, was in Niedersachsen zugelassen wurde, sollte der Kulturbereich incl. VHS und Stadtbibliothek aus steuerlichen Gründen in eine gGmbH überführt und diese der Wirtschaftsbetriebe Unna GmbH als Tochter - GmbH eingegliedert werden
- In der Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH sollte die Stadt 100 % der Gesellschaftsanteile bekommen

Kernaussagen zu den Ergebnissen

Lindenbrauerei e.V.

- Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei e.V. ist ein wichtiges Element der Kultur in Unna
- Lindenbrauerei kann durch einen Konsolidierungsprozess von 2-3 Jahren wieder stabilisiert werden
- Problemursachen sind erkannt, Vorschläge für eine Verbesserung des Angebotsspektrums, des Gastronomiebetriebes und der Attraktivität liegen vor und können teilweise kurzfristig umgesetzt werden

Kernaussagen zu den Ergebnissen

Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH

- Die Gesellschaft arbeitet erfolgreich in ihren drei Aufgabenfeldern
- Zusammenführung der Aufgaben Stadthalle, Stadtmarketing, Außenveranstaltungen und Wochenmärkte ist sinnvoll und wird in guter inhaltlicher und ökonomischer Qualität erfüllt

Kernaussagen zu den Ergebnissen

Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH (Fortsetzung)

- Schwerpunktsetzung im Tagungs- und Kongressgeschäft wird empfohlen, auch weil der Umwegnutzen für Hotels, Gastronomie und Einzelhandel besonders hoch ist
- Für die Entwicklung des Tagungs- und Kongressgeschäftes wird dringend der Bau eines Hotels an der Stadthalle empfohlen

Kernaussagen zu den Ergebnissen

Kulturbereich

- Kulturbereich ist der wichtigste Knotenpunkt für das Kulturleben der Stadt und für die überregionale Ausstrahlung des Kulturangebotes
- Kulturbereich ist durch den Verlust von Kulturfachleuten in seinen Wirkungsmöglichkeiten bedroht

Ziele

Stadtentwicklungspolitische Ziele als Bezugsrahmen

- Unna hat viele Fachkompetenzen und viele gute Konzepte aber keine vom Stadtrat beschlossenen Ziele der Stadtentwicklung
- In einem Beteiligungsprozess sollten die 10-15 wichtigsten Ziele der Stadtentwicklung erarbeitet und dann vom Rat beschlossen werden
- Zur Bewertung der Ergebnisse sind vom Gutachter folgende Ziele – teilweise auf Basis des vom Rat 2009 beschlossenen Konzeptes Innenstadt 2020 – formuliert worden

Ziele

Vorschlag für Stadtentwicklungsziele Unna

- 1) Die Zukunftschancen der Stadt Unna im Standortwettbewerb der Städte erhalten und verbessern als Stadt die:
 - Qualifizierte Arbeitskräfte anzieht
 - lebenswert ist für Familien mit Kindern
 - allen jungen Menschen gute Voraussetzungen für Ihre menschliche und berufliche Entwicklung bietet
 - lebenswert ist für Menschen, die einen Wohnort für ihr Leben nach dem Arbeitsleben wählen
 - lebenswert ist als Lebens- und Arbeitsort für junge Menschen - zu bleiben oder zurück zu kehren

Ziele

Vorschlag für Stadtentwicklungsziele Unna (Fortsetzung)

- 2) Alle jungen Menschen in Unna sollen gute Möglichkeiten für ihre persönliche und berufliche Entwicklung erhalten
- 3) Kultur als bedeutsame (und in Teilen auch unverwechselbare) Funktion der Stadt weiterentwickeln und erlebbar machen
- 4) Unna (und insbesondere die Innenstadt) als kulturellen „Vorreiter“ positionieren

Ziele

Vorschlag für Stadtentwicklungsziele Unna (Fortsetzung)

- 5) Besucherfrequenzen in der gesamten Innenstadt durch Kultur- und Freizeitanbieter fördern
- 6) den Ankerpunkt Lindenbrauerei für ein „Kultur- und Freizeitviertel“ nutzen und perspektivisch weiterentwickeln (inkl. der umgebenden Einrichtungen wie ZIB, Lindenbrauerei und Filmcenter Unna)
- 7) stärkere Verankerung der Innenstadt als stadttouristisches Ziel

Rechtsformen und Steuern

GmbH: Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH

- Für die Rechtsform der Gesellschaft sind keine Optimierungsvorschläge sinnvoll. Steuerliche Vorteile können durch eine Veränderung dieser Rechtsform nicht erreicht werden.

Rechtsformen und Steuern

Eingliederung des Kulturbereichs der Stadt in die Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH?

- Kulturbereich aus steuerlicher Sicht nicht mit der Stadthalle/Stadtmarketing GmbH zusammen führen
- Verlust der Gemeinnützigkeit, da die GmbH Stadthalle / Marketing fast keine als gemeinnützig anerkennbare Tätigkeiten erbringt, und ihr Bereich verhältnismäßig so umfangreich ist, dass er „Selbstzweck“ ist und neben den Kulturbereich der Stadt in der GmbH tritt.

Rechtsformen und Steuern

Neugründung einer gemeinnützigen GmbH (gGmbH) nur für den Kulturbereich

- Erzielen von Steuerersparnissen, indem der Kulturbereich (im Umfang wie bis 2010 im Eigenbetrieb Kultur) in eine gemeinnützige GmbH (gGmbH) eingebracht / umgewandelt wird
- diese als Tochtergesellschaft der Wirtschaftsbetriebe Unna GmbH (WBU) eingliedern

Rechtsformen und Steuern

Neugründung einer gemeinnützigen GmbH (gGmbH) nur für den Kulturbereich (Fortsetzung)

- die WBU leistet bis zur Höhe ihres Gewinnes (vor KESt) Ausschüttungen an die Tochter-Kultur-gGmbH (Anm: KESt = Kapitalertragsteuer)
- noch keine bundeseinheitliche Verlautbarung der Finanzverwaltung dazu. Eine Klärung für NRW wird erwartet. Antrag sollte beim Finanzamt für Unna gestellt werden.

Rechtsformen und Steuern

Verein: Lindenbrauerei e.V.

- Rechtsform als e.V. ist für Lindenbrauerei geeignet
- Vereinsstruktur mit den Mitgliedern hat erhebliche Vorteile für die Aktivitäten
 - a) Engagement der Mitglieder generell
 - b) Mitgliedsbeiträge als Einnahmen
 - c) eventuell eher ehrenamtliches Engagement von Mitgliedern in Form von Tätigkeiten innerhalb des e.V.
 - d) sonstige Vorteile eines Vereins

Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei

Ursachen für die Finanzprobleme:

- verändertes Freizeitverhalten der jungen Menschen, dadurch sehr starker Einnahmerückgang bei Eintrittseinnahmen und der Gastronomie bei den Jugenddiscos –Zu starke Fokussierung auf diesen Bereich
- Im Vergleich mit anderen Städten Unterfinanzierung bei dem städtischen Zuschuss, vorher wegen starker Einnahmen im Jugenddisco-Bereich nicht problematisch (Umsatz/Zuschuss: Soest (1,45 Mio.€ /291T€) Bochum (1,22 Mio.€/343 T€) beide keine Pachtzahlung. Unna (1,19 Mio.€ /199 T€ -Pacht= 26 T€)
- Es gibt einen starken und erfolgreichen Musikbereich mit Nachwuchsförderung

Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei

Programmdefizite: Fehlen /Unterrepräsentation inhaltlicher Angebote

- Kinder- und Familienangebote (langfristige Kundenbindung, Nachwuchs)
- Lesungen (inkl. neuer szeneorientierter Ansätze z.B. „Poetry Slam“, Sportszene „11 Freunde“) Kooperation m. Westf. Literaturbüro + Anderen
- Vorträge und Diskussionen
 - a) Allgemeine Informationsabende, Reisevorträge, Dia-Shows
 - b) Politische Foren, Bildungsveranstaltungen

Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei

Programmdefizite (Fortsetzung)

- Filmkunst (gänzlich abgedeckt durch ZIB /Lichtkunst? Kommerzielle Kinos?)
- Theater/Kleinkunst (Theater im Narrenschiff –im Programm der LB aber nicht präsent !)
- Kabarett/Comedy (sehr wenig Veranstaltungen, unter nur 8x im Jahr 2012)

Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei

Programmdefizite (Fortsetzung)

- Veranstaltungen durch fremde Anbieter
 - a) Kommerzielle Anbieter
 - b) Gemeinnützige Träger
- Gruppen aus der gesellschaftspolitischen Szene, die sich treffen aber auch selbst kleine Veranstaltungen generieren

Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei

Empfehlungen

- Entwicklung eines Leitbilds Lindenbrauerei Unna
- Stärkung der Angebotsvielfalt (neue Zielgruppen), der Zielgruppenerreichung und des Images als Kultureinrichtung
- Keine Ausweitung der Disco-Angebote
- Entwicklung neuer kulturnaher Geschäftsfelder (z.B. Tagungen, Seminare, Märkte) Erlössteigerung ca. 4.000,- €

Lindenbrauerei: Erscheinungsbild des Gebäudes

Erstellung eines Investitionsplans „Treppenhaus und Gruppenräume und Büro“:

- Renovierung der Eingangssituation(Nebeneingang) und des Treppenhauses (Farbliche Gestaltung, Licht /LED, Wegeleitsystem)
- Verbesserung der gastronomischen Situation im Atelier (Theke, Kühlung, etc.)

Lindenbrauerei: Erscheinungsbild des Gebäudes

Erstellung eines Investitionsplans „Treppenhaus und Gruppenräume und Büro“ (Fortsetzung)

- Raumausstattung der Seminarräume mit Tagungsmaterialien, Erneuerung der Tische und Stühle, Farbgestaltung.
- Überprüfung Verlegung der Büros in das Obergeschoss und die Nutzung der jetzigen Büros als Gruppen- und Seminarräume. Die Räume würden ihre abseitige Lage verlieren. Das Büro hat ohnehin keinen nennenswerten Publikumsverkehr.

Lindenbrauerei: Erscheinungsbild des Gebäudes

Erstellung eines Investitionsplans „Treppenhaus und Gruppenräume und Büro“ (Fortsetzung)

- Veränderung der Bürosituation in Richtung „Großraumbüros“ zwecks Verbesserung der internen Kommunikation
- Kostenerstattung von Nutzergruppen im Rahmen einer sozialen Staffelung
- Einbindung in ein Wegeleitsystem für den Gesamtkomplex Lindenbrauerei
- Kosten ca. 40-45.000,-€ (Prüfung :Einsatz sozialer Betriebe/Maßnahmen)

Lindenbrauerei: Erscheinungsbild des Gebäudes

Energiekosten

- Deutliche Senkung durch Sanierung der Heizungsanlage
- Energiegutachten für das Gebäude erstellen lassen
- Einsparpotential nach Sanierung der Heizungsanlage/Optimierung der Betriebskosten: ca. 10.000,- €

Lindenbrauerei: Gastronomie

Empfehlungen:

- Anpassung der Getränkepreise um 5-8% Speisenpreise produktbezogen anpassen. Preiserhöhung: ca. 25.000,-€
- Einführung eines Getränkeaufschlags in Höhe von 0,30 € bis 0,50 € pro Getränk bei Eintrittsfreien Veranstaltungen im Schalander +2.000,-€

Lindenbrauerei: Gastronomie

Empfehlungen (Fortsetzung):

- Entwicklung einer „Prägung“ auf das Thema „Bier“ für den Schlander. Verbreiterung des Bierangebots (Flasche) auf viele Spezialitätenbiere. Begleitende Speisekarte mit „Biergerichten“. Veranstaltungen mit Biersommeliers/Seminare und Bierevents. (s. Biermuseum)
- Überarbeitung des Weinangebots, klarere Darstellung der Produkte, Weinkundschaft „erarbeiten“, z.B. Weinverkostungen in Kooperation mit Weinhändlern.

Lindenbrauerei: Gastronomie

Empfehlungen (Fortsetzung):

- Prüfung einer Küchenverpachtung. „Pächter für ein „Bierkonzept“?, oder attraktive ausländische Küche? die auch veranstaltungsunabhängig „Speisen-Kundschaft“ anzusprechen.
- Anschaffung eines Kassensystems (mit Handhelds, ca. 15.000,-€) oder Leasing. Service wird durch die Arbeit mit „Handhelds“ /Tischbedienung Schalander) verbessert.

Lindenbrauerei: Gastronomie

Empfehlungen (Fortsetzung):

- Überprüfung der Führungsstruktur Gastronomie (Aufträge an Mitarbeiter und Überprüfung der Umsetzung, Arbeitsorganisation). Schulung des Führungspersonals und der Servicekräfte.
- Überarbeitung der Betriebsabläufe und technisch/organisatorischen Gestaltungen und Anordnungen von Thekentechnik
- Leitbild für die Gastronomie entwickeln, welche Zielgruppen können mit welchen Angeboten erreicht werden.

Lindenbrauerei: Gastronomie

Empfehlungen (Fortsetzung):

- Biergarten: Falls entsprechende Gestattungen möglich sind neues Mobiliar Bei Open-Air-Gastronomie sollte von der Brauerei bessere Bierverkaufswagen zur Verfügung gestellt werden.
- Falls die Zielgruppe „Familie“ (s. Programm) angesprochen werden soll, müssen Hochstühle, und eine Spielecke angeboten werden. Ebenso „Familiengerichte“ mit speziellen Preisen, z.B.: 4x bestellen nur 3 x zahlen.

Lindenbrauerei: Gastronomie

Empfehlungen (Fortsetzung):

- Prüfung eines Ruhetags im Schlander.
 - Durch die Schließung eines umsatzschwachen Tages z.B. am Montag könnten Overhead-, Betriebs- und Personalkosten eingespart werden.
 - Sollte ein „Familienangebot“ entwickelt werden könnten die eingesparten Kapazitäten für eine Sonntagsöffnung genutzt werden.

Lindenbrauerei: Gastronomie

- Der Verein hat zwei sehr kompetente Gastronomie - Fachleute gewonnen, die bereit sind, die Qualitätsentwicklung der Gastronomie kontinuierlich ehrenamtlich zu beraten.
- Im Rahmen des Gutachtens sind konkrete Handlungsvorschläge für den Betrieb des Schalander erarbeitet worden.
- Erhöhung der Erlöse durch Optimierungen in 2014: ca. 10.000,-€

Lindenbrauerei: Personal

- Hauptamtliche MA arbeiten mit hohem Engagement, verdienen sehr wenig
- Aushilfslöhne sind auf vorgeschriebenem Mindestniveau der Branche
- Im Vergleich zu anderen Zentren gibt es zu viele Stellen/Arbeitsstunden
- Sozialverträgliche Reduzierung der hauptamtl. Stellen um mindestens 10 %, bzw. Übernahme neuer Aufgaben

Lindenbrauerei: Personal

- Überprüfung gewachsener Aufgabenfelder, neue Aufgabenstruktur
- Nutzung von 50% evtl. eingesparter Personalkosten um Einkommensniveau zu verbessern
- Interne Kommunikation verbessern
- Einsparung Gesamtpersonalkosten ca. 10.000,-€

Lindenbrauerei: Entwicklungspotenzial

Begleitung der Konsolidierung

- Unterstützung des Konsolidierungsprozesses (2-3 Jahre)
durch ein Konsolidierungsteam

Finanzielle Entwicklung

- Kostenreduzierungen und höhere Einnahmen –
besonders in der Gastronomie: ca. 50.000,-€ (30.000 €
im ersten Jahr ab Maßnahmebeginn)
- Erhöhung des städtischen Zuschusses - zu Anfang höher,
dauerhaft 30.000 €/ Jahr

Vorschlag Lindenbrauerei: Einnahmeverbesserungen

	Finanz- bedarf	Umsetzungsbeginn	Zeitdauer der Umsetzung	Finanzielle Wirkung	Inhaltliche Wirkung/Anmerkung
Erhöhung der Preise Gastronomie um ca. 5%	kein	kurzfristig	dauerhaft	+25.000 € /Jahr	Je nach Preismfeld negative Auswirkungen auf den Besuch
Schalander Optimierung des Angebots: Neues Küchenkonzept oder Küchenverpachtung	gering	mittelfristig	6-8 Monate	+10.000 € Jahr	Neues Publikum Erhöhte Nachfrage ohne Veranstaltungsbesucher
Tagungen und Seminare nach Modernisierung und Verlegung der Räume	Zu ermitteln	Sommer 2014		+4.000,-/Jahr	
Vermietung für Kindertheater-Abo				+3.000,-/Jahr	
Von Stadthalle für Veranstaltungstechnik + Personal				+3.000,-€/Jahr	
Schalander-Veranstaltungen Getränkeaufschlag je 0,30-0,50€				+2.000-€/Jahr	
				Gesamt 47.000,- €	

Vorschlag Lindenbrauerei: Kostensenkung

	Finanzbedarf	Umsetzungsbeginn	Zeitdauer der Umsetzung	Finanzielle Wirkung	Inhaltliche Wirkung/Anmerkung
Optimierung der Betriebskosten: Heizungsanlage neu	Zu ermitteln	mittelfristig	dauerhaft	-10.000,-€/Jahr	
Gesamtpersonalkosten		mittelfristig	dauerhaft	-10.000,-€/Jahr	
Kosten Security/Disco		kurzfristig	dauerhaft	-5.000,-€/Jahr	Sinkender Bedarf bei älteren Gästen
Werbung Reduzierung, Gemeinsames Programm mit Narrenschiff, Mehr Anzeigen einwerben (ggf. outsourcen)		Kurz- bzw. mittelfristig	dauerhaft	-5.000,-€/Jahr	
				Gesamt: -30.000,-€	

Vorschlag Lindenbrauerei: Investitionen

	Finanzbedarf	Umsetzungsbeginn	Zeitdauer der Umsetzung	Finanzielle Wirkung	Inhaltliche Wirkung/Anmerkung
Finanzierung von Investitionen	Ca. 60.000,-€	Kurzfristig (Kasse)		-12.000,-€ /Jahr	Aufwertung
Modernisierung Räume, Büro und Umfeld		Mittelfristig		Auf 5 Jahre	Tagungsfähigkeit herstellen
Gastronomiekassensystem					Kassensystem Finanzamtskonform
Neue zielgruppenorientierte Programmangebote nach Konzepterstellung und Terminmöglichkeit		Mittelfristig		-15.000,-€/Jahr	Mehr Angebotsvielfalt Neue Zielgruppen
				Gesamt: 27.000,-€/Jahr	

Lindenbrauerei: Zusammenfassung Finanzen

Zusammenfassung der Faktoren	
Einnahmeverbesserungen, Kostensenkung und Investitionen	
Erhöhte Einnahmen	+47.000,-€
Kostensenkung	+30.000,-€
Investitionen Mehrkosten	-27.000,-€
Gesamt:	+50.000,-€

Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH

Benchmark

- Benchmark nur begrenzt aussagefähig: Stadthallen (im Vergleich) betreiben keine Außenveranstaltungen und Wochenmärkte
- als Stadthalle ist sie gut aufgestellt
- beachtlich: bei Außenveranstaltungen und Eigenveranstaltungen neben den Veranstaltungskosten Deckungsbeiträge zu den Personalkosten von ca. 20%

Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH

Gesellschaftsform

- die Stadt sollte 100 % der Gesellschaftsanteile der Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH bekommen
- da die Mitwirkung des Verkehrsvereins und des City-Werberings wichtig ist, sollte ein Aufsichtsrat bestellt werden, in dem beide Vereine und weitere fachkompetente Personen z.B. Vertreter der Wochenmarktbeschicker und der Schausteller vertreten sind.

Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH

Finanzierung, Einsparpotentiale:

- Verlustausgleich mittelfristig gleichbleibend
630.000 €, evtl. geringer wenn mögliche
Veranstaltungsrisiken nicht eintreten
- im Bereich Außenveranstaltungen Einsparungen möglich
– Festa Italiana nur alle drei Jahre, Reduzierung der Tage
Stadtfest, Weihnachtsmarkt, Reduzierung der Bühnen
auf dem Stadtfest -.

Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH

Finanzierung, Einsparpotentiale (Fortsetzung):

- Einsparungen wären jedoch mit Einschränkungen in der überregionalen Ausstrahlung, der Attraktivität, der Attraktivität für Sponsoren und der Einbeziehung der Massenerstraße in das Stadtfest verbunden. Daher wird davon abgeraten.

Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH

Personal:

- engagiertes, qualifiziertes Team von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.
- Personalmenge und Qualifizierung sind vom Aufgabenumfang her den Aufgaben angemessen.
- Wünschenswert wäre eine Personalaufstockung im Bereich Marketing, um in diesem Aufgabenbereich noch stärker aktiv werden zu können.
- qualifizierte Personalentwicklung durch sechs Ausbildungsverhältnisse.
- Möglichkeiten durch externe Hospitationen und Fortbildungen zusätzliche Erfahrungen und Informationen zu gewinnen, sollten umfangreich genutzt werden

Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH

Stadthalle als Gebäude

- architektonisch und funktional gute Situation.
- gute Variabilität der Nutzungsmöglichkeiten.
- Besucher fühlen sich in dem hellen, gepflegten Ambiente wohl.
- gute Parkmöglichkeiten
- schön wäre ein direkter Ausgang aus dem Bahnhofstunnel zur Stadthallenseite

Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH

Hotel

- Bau eines Hotels nahe der Stadthalle ist sehr wichtig für die Entwicklungschancen der Stadthalle im Tagungs- und Kongressgeschäft und für die Qualität des Hotelangebotes in Unna.
- Es wird dringend empfohlen einen Hotelinvestor und Betreiber zu suchen.

Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH

Verkehrsanbindung

- Sehr gute Verkehrsanbindung (Straße, Bahn, Flugzeug), schnelle Erreichbarkeit von den Autobahnen
- gute Voraussetzung für Entwicklungschancen im Tagungs- und Kongressgeschäft.

Stadthalle Unna: Entwicklungsschwerpunkte

Tagungs- und Kongressgeschäft

- besonderer Schwerpunkt im Ausbau des Tagungs- und Kongressgeschäftes
- der wirtschaftliche Umwegnutzen für Hotel, Gastronomie und Einzelhandel der Stadt ist um ein Vielfaches höher als bei anderen Nutzungsformen
- die überregionale touristische Arbeit/ Wirkung wird verbessert, wenn Menschen aus anderen Teilen Deutschlands/Europas nach Unna kommen.

Stadthalle Unna: Entwicklungsschwerpunkte

Messen:

- Systematische Aqoise externer Messeveranstalter
- Sozialraumanalyse des Einzugsbereiches der Stadthalle mit für Messeveranstalter relevanten Fragen, wäre eine Hilfe für die Gewinnung von Messeveranstaltern.
- „Meet and greet“: Überzeugung potentieller Messeveranstalter von den Qualitäten der Stadthalle und des Stadthallenteams.

Stadthalle Unna: Eigenveranstaltungen

Eigenveranstaltungen

- Es gibt Eigenveranstaltungen, für das kulturelle + soziale Leben wichtig und bereichernd. Für manche Veranstaltungen kommt nur die Stadthalle als großer Veranstaltungsraum in Frage.
- Bei Eigenveranstaltungen immer berücksichtigen, dass durch die eigene Raumnutzung evt. Fremdnutzungen, die wichtiger sein können, nicht möglich werden.
- Trotz höheren Risikos können durch Eigenveranstaltungen auch höhere Deckungsbeiträge erwirtschaftet werden.
- Bei Kulturveranstaltungen kann durch Entstehung eines Überangebotes ein „Kannibalisierungsproblem“ entstehen.

Stadthalle Unna: Außenveranstaltungen

Außenveranstaltungen

- Durchführung der Wochenmärkte, Stadtfest, Kirmesse, Weihnachtsmarkt, Festa Italiana, Autoschauen geschieht erfolgreich und mit – auch kultureller – Qualität.
- Schnittstellenpotentiale werden sinnvoll genutzt. Es ist sehr sinnvoll, dass diese Aufgaben durch die Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing GmbH übernommen werden.
- zu prüfen, ob der Wochenmarkt in Königsborn an einen in der Sozialarbeit tätigen Verein übertragen werden kann. Durch den Verzicht auf Standgebühren könnten kleine evt. auch gemeinnützige Anbieter gewonnen werden und eine Sicherung der Stadteilwochenmärkte erreicht werden.

Stadthalle Unna: Tourismus, Stadtmarketing

Tourismuskonzept, Stadtmarketingkonzept

- Die bestehenden Konzepte für Tourismus und Stadtmarketing, die teilweise schon älter als 10 Jahre sind sollten evaluiert und ggfs. aktualisiert werden.

Grundrisse und Bestuhlungspläne

- Die Aufnahme von Grundrissen und Bestuhlungsplänen auf der Homepage wird empfohlen.

Kulturbereich

- **wichtigster Knotenpunkt** für das Kulturleben in Unna und für die kulturelle Außenwirkung
- durch den Personalabbau und durch Personalwechsel, bei dem Kulturfachleute durch kulturfachlich nicht ausgebildetes Personal ersetzt wurden, in seiner Aufgabenerfüllung für die Kultur gefährdet

Kulturbereich

- wichtige Ziele für Stadtentwicklung und Kulturentwicklung können nur begrenzt erreicht werden
- es droht ein Verlust an Standortattraktivität durch Kultur
- bei Anträgen für Fördermittel ist der gute kulturpolitische Ruf wichtig, kann in Gefahr geraten

Kulturbereich: Leistungsbestandteile mit überregionaler Wirkung

Internationales Lichtkunstzentrum

- Das internationale Lichtkunstzentrum ist der wichtigste Leistungsbestandteil der Kulturarbeit mit dem Unna national und international bekannt wird
- 25.000 Besucher aus der Region, aus NRW, aus ganz Deutschland und der Welt im Jahr 2013
- weitere Steigerung der Besucherzahlen ist zu erwarten

Kulturbereich: Leistungsbestandteile mit überregionaler Wirkung

Internationales Lichtkunstzentrum (Fortsetzung)

- der Umwegnutzen des Lichtkunstzentrums für Stadtmarketing, Hotel, Gastronomie und Einzelhandel ist hoch.
- Damit das Lichtkunstzentrum seine optimale Wirksamkeit erreichen kann, muss auch das Umfeld als Kulturquartier sehr attraktiv sein.
- Das Lichtkunstzentrum sollte nicht nur als Solitär sondern auch als Element einer interessanten und attraktiven Kulturlandschaft wahrgenommen werden.

Kulturbereich: Leistungsbestandteile mit überregionaler Wirkung

Internationales Lichtkunstzentrum (Fortsetzung)

- Zur Zeit ist die dafür notwendige Attraktivität und Strahlkraft des Lindenquartiers gefährdet.
- Der IPunkt als Anlauf- und Servicestelle des Lichtkunstzentrums entspricht in seiner räumlichen Ästhetik und Funktionalität nicht den notwendigen Ansprüchen
- Zuschussbedarf incl. Personalkosten ca 150.000 €

Kulturbereich: Leistungsbestandteile mit überregionaler Wirkung

Mord am Hellweg

- Das zweijährig stattfindende europäische Krimifestival „Mord am Hellweg“ ist auch für den internationalen Bekanntheitsgrad der Kreisstadt Unna von Bedeutung. Vernetzend für 22 Städte + Gemeinden
- Europäischer Preis f. Kriminalliteratur
- Zuschussbedarf biennal 10.000 -12.000 €.
- Umwegnutzen und überregionale und internationale Marketingwirkung werden mit einem vergleichbar geringen Mitteleinsatz erreicht

Kulturbereich: Leistungsbestandteile mit überregionaler Wirkung

Hellweg – ein Lichtweg

- Kulturprojekt des Städtenetzwerkes aus 10 Städten in der Hellweg-Region
- das Kulturprojekt Hellweg – ein Lichtweg schafft eine einzigartige öffentliche Plattform für die Lichtkunst im Stadt- und Landschaftsraum NRW
(Nukleus: Zentrum f. Internationale Lichtkunst
- Zuschussbedarf von ca 4.300 € , sinnvolle Investition für die überregional wirkende Attraktivität

Kulturbereich: Leistungsbestandteile mit überregionaler Wirkung

Internationale Komponistinnenbibliothek

- Potential für eine überregionale und nationale Ausstrahlung-
- könnte auch zu einem europäischen Projekt erweitert werden.
- zur Zeit wird die Sammlung nicht mehr durch Fachpersonal betreut. Die Stelle wurde gestrichen.
- es findet eine stiftungsfinanzierte Konzertreihe statt.

Kulturbereich: Leistungsbestandteile mit überregionaler Wirkung

Internationale Komponistinnenbibliothek (Fortsetzung)

- Die Entwicklung der Komponistinnenbibliothek mit nationaler oder gar internationaler Wirkung übersteigt die Möglichkeiten der Stadt Unna.
- Der in Vorbereitung befindliche Weg zu einer Kooperation mit einer Hochschule und dem in seiner Existenz bedrohten Archiv Frau und Musik in Frankfurt ist sinnvoll.

Kulturbereich: Internationale Komponistinnenbibliothek

Internationale Komponistinnenbibliothek (Fortsetzung)

- Dafür sind allerdings erhebliche Mittel erforderlich. Sie sollten bei Stiftungen eingeworben werden.
- In einem zweiten Schritt könnte der Versuch unternommen werden, daraus ein europäisches Kooperationsprojekt zu machen.

Kulturbereich: Unverzichtbare Leistungen der kulturellen Grundversorgung

Richtlinienförderung und sonstige Förderungen

- Richtlinienförderung rund 260.000 €
- sonstige Förderung etwa 15.000 €
- Personalaufwand dafür beträgt etwa 7.000 €.
- mit den Förderbeträgen wird eine vielfach größere finanzielle und ehrenamtliche Kulturarbeit möglich.
- es wäre wünschenswert mehr Geld für die sonstige Förderung einzusetzen. Sie ist das „Spielbein“ der Kulturförderung.

Kulturbereich: Unverzichtbare Leistungen der kulturellen Grundversorgung

Beratung und Akquise Drittmittel

- Eine unverzichtbare Leistung des Kulturbereiches ist die Beratung und Förderung der Kulturschaffenden und der 49 Kulturvereine mit über 2000 Mitgliedern
- Der Erfolg und die Vielfalt ehrenamtlicher Kulturarbeit in ihren vielen Facetten ist davon abhängig, dass ein fachlicher Kern für Beratung und Förderung vorhanden ist. Dies muss auf jeden Fall gesichert sein.

Kulturbereich: Unverzichtbare Leistungen der kulturellen Grundversorgung

Beratung und Akquise Drittmittel (Fortsetzung)

- Ein weiteres wichtiges Feld ist die Akquise von Drittmitteln für Kulturprojekte in Unna. Dabei ist der Kulturbereich sehr erfolgreich. Es wird ein Mehrfaches der eigenen Projekt mittel eingeworben, Jahr 2013 130.000 € - .
- Für beide Aufgabenbereiche entstehen Personalkosten von 48.000 €. Der Erhalt dieser fachlichen und quantitativen Kapazitäten ist sehr wichtig.

Kulturbereich: Unverzichtbare Leistungen der Grundversorgung

Stadtarchiv

- Stadtarchiv ist Pflichtaufgabe
- interessante Projektarbeit mit jungen Menschen
- Projekt Stolpersteine
- Zuschussbedarf incl. Projektarbeit 100.000 €

Kulturbereich: Unverzichtbare Leistungen der kulturellen Grundversorgung

Schule und Kultur – kulturelle Bildung als Querschnittsaufgabe

- die Optimierung der Entwicklungspotentiale von Kindern und Jugendlichen ist sehr wichtig für die Zukunftsfähigkeit einer Stadt.
- Mit dem „Gesamtkonzept Kulturelle Bildung“ 2007 verfolgt die Stadt Unna das Ziel: Ganzheitliche Bildung mit Kunst und Kultur als Leitziel kommunaler Gestaltung

Kulturbereich: Unverzichtbare Leistungen der kulturellen Grundversorgung

Schule und Kultur – kulturelle Bildung als Querschnittsaufgabe (Fortsetzung)

- Mit Förderung des Landes hat Unna zwei mal zwei Jahre 2005- 2009 die Servicestelle Jugend-Kultur -Schule erfolgreich nutzen können.
- Zur Zeit wird sehr erfolgreich nur noch das Kulturrucksackprojekt mit Landesförderung durchgeführt.

Kulturbereich: Unverzichtbare Leistungen der kulturellen Grundversorgung

Schule und Kultur – kulturelle Bildung als Querschnittsaufgabe (Fortsetzung)

- Die Vernetzung der vielen in Unna vorhandenen Potentiale in der Kinder- und Jugendkultur und in den Schulen ist für die Zukunftsfähigkeit und Standortqualität von großer Bedeutung.
- Es wird empfohlen dauerhaft eine Koordinierungsstelle *Kultur und Schule* im Kulturbereich einzurichten. Personalkosten pro Jahr ca 50.000 €.

Kulturbereich: Unverzichtbare Leistungen der kulturellen Grundversorgung

Hellwegmuseum

- Das Hellwegmuseum ist wichtiger Bestandteil bürgerschaftlichen Bewusstseins, bürgerschaftlicher Identität und Informationsquelle für die Beziehungen der eigenen Geschichte zum Verständnis der Gegenwart und zum Nachdenken über die Zukunft.
- Das Hellwegmuseum genügt mit seiner räumlichen Situation, der Ausstellungskonzeption und der Personalausstattung nicht den Mindestanforderungen, die eine Stadt wie Unna haben müsste.

Kulturbereich: Unverzichtbare Leistungen der kulturellen Grundversorgung

Hellwegmuseum (Fortsetzung)

- Gut ist, dass die Stadt durch das neue Depot und die digitale Archivierung die Sicherung und Erfassung der Exponate erreicht
- Zuschussbedarf 72.000 €

Kulturbereich: Unverzichtbare Leistungen der Grundversorgung Hellweg -Museum

Empfehlungen

- das Museum stärker im bürgerschaftlichen Bewusstsein und in der Stadtöffentlichkeit verankern
- alle Schülerinnen und Schüler sollten die Möglichkeit haben, mindestens zweimal in ihrer Schulzeit das Museum mit ihrer Schulklasse kostenlos mit einer Führung zu besuchen
- als Pilotprojekt: zusätzliche halbe Wissenschaftlerstelle - erst einmal auf drei Jahre befristet - Kosten pro Jahr ca 30.000 €.

Kulturbereich: Hellweg- Museum

Empfehlungen (Fortsetzung)

- Aufgaben: 1-2 Sonderausstellungen mit Bezug auf die Unn´aer Stadtgeschichte konzipieren + organisieren, 2-3 Ausstellungsvitrinen an stark frequentierte Orten im 2-3 maligen Wechsel pro Jahr
- für jede der Sonderausstellungen einen Hauptsponsor/ Hauptmäzen finden, der diese Sonderausstellung mit seinem Namen verbindet (Jubiläum, runder Geburtstag, besonders glückliches Ereignis im Leben, „Rettung aus Seenot“) und maßgeblich finanziert.

Kulturbereich: Hellweg-Museum

Empfehlungen (Fortsetzung)

- für Verwaltungsaufgaben und Management sollte eine ehrenamtliche Verwaltungsleitung mit Verwaltungs-/Managementenerfahrungen gewonnen werden.
- in Kooperation mit Schulen Schülerinnen und Schüler als Stadt- und MuseumsführerInnen ausbilden und sie einsetzen

Kulturbereich: Weitere Leistungen

Theater-Abos

- das Kindertheater-ABO ist ein wichtiges Kulturangebot für Kinder
- Zuschussbedarf incl. Personalkosten ca 13.000 €

Empfehlung: Die Theaterreihe in das Kühlschiff der Lindenbrauerei verlagern

- Einnahmeverlust bei Stadthalle, wenn freiwerdende Termine nicht vermietet werden können

Kulturbereich: Weitere Leistungen

Theater-Abos (Fortsetzung)

- Theater/Schauspielreihe: wichtiges, erfolgreiches Angebot für Theaterinteressierte das wachsend positive Deckungsbeiträge erreicht incl. Personalkosten 2013 ca. + 14.000 €
- Vormiete DO/BO: neue Theatereindrücke in Dortmund und Bochum, wichtig, geringer Zuschussbedarf incl. Personalkosten ca. 3.500 €

Kulturbereich: Weitere Leistungen

Bildende Kunst

- Betreuung der Kunstwerke im öffentlichen Raum, Seseke –Projekt, städteübergreifend
- Zuschussbedarf 22.000 €, nach Zuschuss Lippeverband 20.000 €
- ZIB-Galerie in Kooperation mit VHS, Zuschussbedarf 2.200 €
- Rathausgalerie, Zuschussbedarf 3.500 €

Kulturbereich: Weitere Leistungen

Bildende Kunst (Fortsetzung)

- Betreuung Kunstverein
- Kooperationen Kunstförderer e.V.
- Stiftungen (z.B. Carlnst Kürten)
- Publikation Kataloge (Buschulte, Baron)
- es fehlt fachliche Kapazität bildende Kunst durch Personalmangel
- es fehlen Mittel für größere Ausstellungsprojekte, wünschenswert wären selbstorganisierte Dauerausstellungsmöglichkeiten/ Produzentengalerie für die KünstlerInnen aus Stadt und Region

Kulturbereich: Weitere Leistungen

Sommerprogramme

- Donnerstag im Sommer + weitere Sommerprogramme, wichtig für die Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger und der Gäste
- Potential für Innovation, letzter Ort f. experimentelle Produktionen
- Zuschussbedarf incl. Personalkosten abhängig von Drittmitteln schwankend zwischen 37.000 -69.000 €, erhebliche Drittmittel 2013 - 29.000 €
- Open Air Konzert NPW, niederschwelliges Angebot der klassischen Musik

Kulturbereich: Weitere Leistungen

Kultur im Stadtteil

- Durch Personalmangel kaum Aktivitäten
- Wichtig f. Steigerung d. Ehrenamtes
- Zuschussbedarf: 5.400 €

Kulturbereich: Weitere Leistungen

Extraschicht

- ExtraSchicht ist ein eintägiges Kulturfest an ausgewählten Standorten des Ruhrgebietes, **Nacht der Industriekultur**
- Bezug Kreativquartier, überregionales Publikum
- Ankerpunkt Lindenbrauerei ist eine wichtige, die östlichste Station
- Touristische Attraktion, geringer Zuschussbedarf, schwankend abhängig von Programmgestaltung und Drittmitteln,
- Zuschuss 2013: 3.800 €

Kulturbereich: Weitere Leistungen

Ankerpunkt/ Kreativquartier

- wichtig für die Entwicklung des Kreativquartiers
Lindenplatz und das Umfeld des Lichtkunstzentrums
- Zuschussbedarf ca 13.000 €, Landesmittel 38.000 €
- Wichtiges Stadtentwicklungspotential
- wünschenswert wäre, dafür mehr Personalkapazität einsetzen zu können

Kulturbereich: Weitere Leistungen

Medienkunstraum

- ein besonderes Angebot, besonders interessant für die Medienarbeit mit jungen Menschen
- Sonderstellung im Kulturrucksackprojekt, Motor FatPIGtures – Filmprojekt
- Raum- und Technikpotentiale werden wegen mangelnder Personalkapazität nicht ausgeschöpft
- Zuschussbedarf schwankend 18.000 – 34.000 €, abhängig von teilweise umfangreichen Drittmitteln, die im Rahmen von FatPIGtures – Filmprojekt fließen
- wünschenswert mehr Personalkosten

Kulturbereich: Weitere Leistungen

I- Punkt

- sehr gute Zusammenführung von Bürgerinformation, Tourismusinformation, Kartenvorverkauf, Artikelverkauf, Serviceleistungen für VHS und Lichtkunstzentrum
- Ausbau von Vermarktung + Stadttourismus
- Zuschussbedarf ca 80.000 €
- Wünschenswert gelungenere Integration als Museumsshop f. Lichtkunst
- Bildtelefone/Infosäulen am Rathauseingang und am Bahnhof
- I-Punkt als Anlauf- und Servicestelle f. ZiB muss räumlich und ästhetisch verbessert werden

Allgemeine Vorschläge	Finanzbedarf	Umsetzungsbeginn	Zeitdauer der Umsetzung	Finanzielle Wirkung	Inhaltliche Wirkung/Anmerkung
Tagungs- und Kongressstadt Unna	60.000 €	2014 möglich	dauerhaft	Hoher Umwegnutzen + verbesserte Mieteinnahmen	Tagungs- und Kongressmarketing einrichten im I-Punkt ?
Verantwortungsgemeinschaft/ Allianz von Stadt und Arbeitgebern zur nachhaltigen Finanzierung Bildung + Kultur	gering hoher Arbeitszeiteinsatz z Bürgermeister	Ab 2014 möglich	dauerhaft	Nachhaltige Mitfinanzierung der Bildungs- und Kulturinfrastruktur	Um im Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte bestehen zu können Mitfinanzierung dessen was Stadt nicht kann
„Kreis der Freunde Unna´s“	gering	Ab 2014 möglich	dauerhaft	Unterstützerkreis kann helfen	Die Stadt gewinnt Botschafter und Berater Bindung Prominenter an die Stadt
Jahrestreffen der Ehemaligen im Zusammenhang mit dem Stadtfest	gering	Ab 2014 möglich	dauerhaft	gering	Bindung evt. Rückkehrbereitschaft stärken Identifikation „Botschafter“
Verwaltungssteuerung optimieren Schule, Jugend, Kultur, Sport gemeinsam steuern in Verantwortung eines Beigeordneten	Keiner, wenn dafür keine neue Beigeordnetenstelle geschaffen wird	mittelfristig	dauerhaft	Evt. durch stärkere Nutzung der Schnittstellenpotentiale	Optimierung der Schnittstellenpotentiale ist besonders wichtig
Kulturforum und Kulturrat e.V. gründen	keiner	Ab 2014 möglich	dauerhaft	Keine, aber Verstärkung Engagement, Beratungskompetenz	Kulturforum als Plattform aller Kulturrengagierten, Kulturrat Gremium der Verein und Organisationen
Sanierung der Heizungsanlage des Immobilienkomplexes Lindenbrauerei	Ca 300.000 €	2014/2015	dauerhaft	Hohe Energiekostensenkung für ZIB, Lindenbrauerei Lichtkunst	Klimafreundlich Ca 405 Energieeinsparung

Vorschläge für Kooperationen Stadthalle, Kulturbereich, Lindenbrauerei	Finanzbedarf	Umsetzungsbeginn	Zeitdauer der Umsetzung	Finanzielle Wirkung	Inhaltliche Wirkung/Anmerkung
Programmkonferenzen, regelmäßig, rechtzeitig	kein	2013	dauerhaft	indirekt	Reduzierung von Terminüberschneidungen attraktive Schwerpunktbildung
Einsatzmöglichkeiten des Veranstaltungstechnikteams der Lindenbrauerei in Stadthalle und Außenveranstaltungen	kein	2014	dauerhaft	Zus. Einnahmen LB 3000-4000 € kostenneutral f.Stadthalle	Weitere Vorteile in der Stadthalle
Regelmäßiger Austausch der Auszubildenden	kein	2014	dauerhaft	keine	Gewinn an Fachkenntnissen und berufspraktischer Erfahrung
Bessere Erreichbarkeit der Veranstaltungsinformationen, Homepage Stadt, Verlinkung „Noch mehr Unna“	gering	2014	dauerhaft	indirekt	Bürgerinnen und Bürger und Gäste bekommen schneller, besser Informationen evt. stärkerer Besuch
Zu besonderen Ereignissen gemeinsame anzeigen im Kolibri	Entsteht im Rahmen der Budgets	2014	dauerhaft	indirekt	z.B. Krimiwochenende Stadt der jungen Kulturen
Öffentlichkeitsarbeit im „Huckepack“ Unternehmen + andere Organisationen werben durch Beilagen zu Sendungen und bei Mails durch Verlinkung zu Ereignissen in Unna für ihre Stadt	Gering, Flyerdruck	2014	dauerhaft	indirekt	Standortbranding, Veranstaltungs- und Tourismuswerbung
Gastronomieführer als werbefinanzierte Broschüre, 1-2 mal im Jahr durch Verlag aus Unna	kein	2014	dauerhaft	indirekt	Information zur reizvollen Gastro- Szene für Gäste und Bürgerschaft
Infopunkte für BürgerInnen und Gäste Bahnhof, Rathauseingang außen Bildtelefon mit Direktleitung zum I-Punkt	gering	2014	dauerhaft	indirekt	Auch außerhalb der Öffnungszeiten des Rathauses bessere Information für BürgerInnen und Gäste
Lindenplatzquartier als Ort für Familien, Kinder, Jugendliche stärken Verstärkung der Kooperationen Einbeziehung Werkstatt e.V.	nicht kalkulierbar	2014	dauerhaft	keine	Besseres Angebot für die Zielgruppen, Heranführung der nächsten Generationen,