

## Beschlussvorlage

Vorlage Nr.

0058/14

öffentlich

Betreff

### **Maßnahmen zur Konsolidierung des Kultur- und Kommunikationszentrums Lindenbrauerei**

Beratungsfolge

Kulturausschuss

Haupt- und Finanzausschuss

Rat der Kreisstadt Unna

Beschlussvorschriften

§ 41 GO NRW

Verfasser/in(nen)

Frau Krauß, Herr Thomae

Federführende/r

Dez 1 Kornatz

Bereich

1-KBU

Beteiligte

1. Bg StK Mölle

Endzeichner/in

gez. BM Kolter

Datum

28.08.2014

## Beschlussvorschlag

Der Rat der Kreisstadt Unna

1. nimmt die eigenen Maßnahmen des Vereins zur Kenntnis und fordert das Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei auf, weitere eigene Anstrengungen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Lage zu finden und umzusetzen.
2. unterstützt die aufgezeigten Kooperationen und die Prüfung von steuerlichen Optimierungsmöglichkeiten.
3. beschließt -auf Empfehlung des Kulturausschusses und der Gesellschafterversammlung der Marketing GmbH -ggf. Angebotsverlagerungen und/ oder Angebotseinschränkungen zugunsten der Lindenbrauerei.

## Finanzielle Auswirkungen

Finanzielle Auswirkungen:

siehe Sachverhalt

Beteiligung des Rechnungsprüfungsamtes:            Nein

## **Sachverhalt**

---

Vor dem Hintergrund der finanziellen Leistung für die laufende Arbeit des Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei e.V. für das Jahr 2014 und Vorjahre in Höhe von 120.000 Euro wurde (u.a. laut Ratsvorlage 0900/14 vom 25.03.2014) die Verwaltung beauftragt, den inhaltlichen und organisatorischen Prozess der kulturellen Arbeit und Institutionen in Unna bis zu den Haushaltsplanberatungen 2015 zu diskutieren. Die drei Hauptbeteiligten „Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei e.V.“, „Stadthalle Unna GmbH“ und „städtischer Kulturbereich“ wurden angehalten, sich in diesen Prozess einzubringen.

Für den Konsolidierungsprozess des Kultur- und Kommunikationszentrums Lindenbrauerei haben die Gutachter 2-3 Jahre prognostiziert. Um diesen Prozess einzuleiten, wurde ein Steuerungskreis bestehend aus VertreterInnen der Parteien, der Verwaltung und des Kultur- und Kommunikationszentrums Lindenbrauerei gebildet. Dieser hat seit April dieses Jahres den Prozess konstruktiv begleitet und die im „Richter-Gutachten“ festgehaltenen Vorschläge zur Einnahmensteigerung bzw. Kostenreduzierung diskutiert.

Darüber hinaus empfehlen die Gutachter während der oben genannten Konsolidierungsphase einen deutlich höheren städtischen Zuschuss zu gewähren, um die Arbeit der Lindenbrauerei auf eine finanziell tragfähige Basis zu stellen. Das Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei prognostiziert einen weiteren erhöhten Zuschussbedarf für das Jahr 2015/2016.

Anschließend sollte der dauerhafte Zuschuss, nach der finanziellen Gesundung der Lindenbrauerei, um ca. 30.000 € im Jahr erhöht werden, wobei das Kultur- und Kommunikationszentrum gleichzeitig dazu aufgefordert ist, Kosten zu reduzieren und höhere Einnahmen zu erzielen.

Um das strukturelle Defizit des Kultur- und Kommunikationszentrums auszugleichen, wurden von den drei Einrichtungen Lösungsvorschläge erarbeitet. Der in dieser Vorlage niedergelegte Maßnahmenkatalog für die Konsolidierung wurde im Steuerungskreis ausführlich diskutiert und wird für die Beratung im Kulturausschuss empfohlen. Vorgestellt werden:

- eigene Maßnahmen des Vereins,
- Kooperationen/Organisation des Zusammenarbeitens,
- Maßnahmen ohne Angebotseinschränkungen
- Maßnahmen mit Angebotseinschränkungen

aus denen Ergebnisverbesserungen für das Kultur- und Kommunikationszentrums Lindenbrauerei erwartet werden. Insgesamt geht es um ein Umsatzvolumen in fünfstelliger Höhe. Welche echten Verbesserungen netto bei der Lindenbrauerei verbleiben, ist noch zu quantifizieren.

## **Erläuterungen zu den einzelnen Maßnahmen:**

### **1. Eigene Maßnahmen des Kultur- und Kommunikationszentrums:**

#### **a. Fremdveranstaltungen im Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei**

Im Gutachten wird vorgeschlagen, die Programmvierfalt des Kulturzentrums wieder herzustellen. So wird das Kultur- und Kommunikationszentrum zukünftig vermehrt auf das Einwerben von Fremdveranstaltungen setzen. Diese stärken die Angebotsvielfalt des Kulturzentrums und führen zu einer Budgetentlastung in Höhe von 2.500 Euro jährlich durch Verringerung der Produktionskosten.

Hierzu soll mit den städtischen und außerstädtischen Akteuren die Zusammenarbeit intensiviert werden, auch unter stärkerer Berücksichtigung der jüngeren Zielgruppe.

#### **b. Ausbau des Vermietungs- und Tagungsgeschäftes**

Durch eine gemeinsame Vermarktung der Räumlichkeiten aller drei Einrichtungen wird die Kreisstadt Unna attraktiv für Tagungen. Diese Vermarktung kann unter Einbeziehung des Säulenkellers und der Räume des Filmcenters optional erweitert werden. Auf der Website des Kreativquartiers Lindenviertel soll diese Option eingerichtet werden.

#### **c. Eintrittspreisgestaltung im Abgleich zum regionalen Kontext**

Das Kulturzentrum Lindenbrauerei überprüft seine Eintrittspreisgestaltung auch im regionalen Abgleich und erhöht ggfls. seine Eintrittspreise.

#### **d. Einrichtung eines Sommerbiergartens**

Die Einrichtung eines Sommerbiergartens auf dem „Platz der Kulturen“ wird zurzeit noch geprüft. Hier gilt - wie auch für die Großveranstaltungen -, dass die Schulungsräume der VHS und die Büroräume der MitarbeiterInnen der KBU (nur relevant bei einer Ganztagesöffnung) unmittelbar am Platz angrenzen (innerhalb der Semesterferien kein Problem).

#### **e. Sanierung der Heizungsanlage**

Durch die Sanierung der Heizungsanlage könnten Energiekosten voraussichtlich um 40% reduziert werden. Bezogen auf die derzeitigen Kosten beträgt das Einsparvolumen rund 27.300 Euro für die gesamte Liegenschaft. Die Einsparung für das Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei läge pro Jahr bei ca. 12.350 Euro. Berücksichtigt man die mit dieser Investition einhergehende Mieterhöhung von 110,30 Euro/mtl., verbleibt eine Budgetentlastung für das Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei in Höhe von rund 11.000 Euro. Die Kreisstadt Unna ist derzeit bestrebt hierfür Fördermittel des Landes einzuwerben.

## **2. Optimierung durch Kooperationen/ Organisation des Zusammenarbeitens**

### **a. Kabarett-Veranstaltungen des Kultur- und Kommunikationszentrums Lindenbrauerei in der Stadthalle**

Das Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei wird vermehrt in der Stadthalle Kabarettveranstaltungen mit namhaften Kabarettisten/innen durchführen. Durch die Auslastung und Größenordnung der Stadthalle verbleibt hier eine Einnahme pro Veranstaltung von 2.000 Euro bis 3.000 Euro für die Lindenbrauerei. Für 2015 sind zwei Veranstaltungen in diesem Format geplant. In den folgenden Jahren soll die Reihe weiter ausgebaut werden.

### **b. Vermehrte Einbindung des Schalanders bei der Vergabe von Bedarfsgastronomie**

Die Gastronomie der Lindenbrauerei soll noch stärker in Veranstaltungen der Kooperationspartner eingebunden werden. Denkbar sind hier weitere Bierstände, z. B. auf dem Stadtfest, beim MiSoFe sowie Catering bei Veranstaltungen im zib. Die zu erzielenden Einnahmen auf Seiten der Lindenbrauerei hängen vom Umfang und der Art der gastronomischen Aktivitäten im Rahmen der jeweiligen Veranstaltungen ab. Zusätzliche Einnahmen in Höhe von 5.000 Euro werden erwartet.

### **c. Gemeinsame Planungskonferenzen:**

Das Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei, die Stadthallen und Stadtmarketing GmbH und der Kulturbereich werden regelmäßige Planungskonferenzen im vierteljährlichen Rhythmus durchführen, um künftig Terminüberschneidungen zu verhindern, und Absprachen in Bezug auf größere Projekte/Veranstaltungen zu treffen oder eine attraktive Schwerpunktbildung für die Stadt (z.B. Kinder/Jugend/Familie) zu erreichen. Regelmäßige Sitzungen sollen die Kommunikation aller Parteien verbessern und Synergien erzeugen. Terminüberschneidungen lassen sich nicht gänzlich vermeiden, denn die Planung bestehender Projekte oder Veranstaltungen unterliegen einer Vielzahl von externen, nicht beeinflussbaren Faktoren.

### **d. Marketing und Öffentlichkeitsarbeit**

Durch die Vergabe der Plakatierung an das Kulturzentrum und eine Einführung von Gebühren in Höhe von 0,50 Euro ab 2015 für den Plakatierungsservice ist hier eine Einnahme von ca. 3.000 – 5.000 Euro zu erwarten. Voraussetzung für den Erfolg ist die Wahrnehmung der Aufgabe aus dem vorhandenen Personalstamm. Des Weiteren wurden eine Reihe von Maßnahmen zur gesamtstädtischen Vermarktung der Kultur- und Freizeitangebote vereinbart.

### **e. Kooperationen bei Organisation von Großveranstaltungen und deren technischer Umsetzung, Groß Events auf dem Platz der Kulturen**

Die Kooperation auf diesem Sektor ist bereits weitestgehend optimiert, dennoch wird regelmäßig nach Verbesserungsmöglichkeiten gesucht.

Die Lindenbrauerei und die Stadthalle wollen ihre Kooperation bei

Großveranstaltungen ausbauen. Die Zusammenarbeit beim Flohmarkt rund um die Lindenbrauerei ist gerade initiiert worden. Hier geht es insbesondere um den Know-How-Transfer, z. B. in Sicherheitsfragen und die gegenseitige Nutzung personeller und technischer Kapazitäten. Zusätzliche Erträge sollen durch Gebühren und Eintrittskarten und gastronomische Einnahmen erzielt werden.

Die Option, über die Ferienzeit an den Wochenenden ein Open Air Kino mit jeweils Freitag- und Samstagabend Programm wurde geprüft und aus Lärmschutzgründen, logistischen und finanziellen Gründen (Absperrung wg. Eintritt) verworfen. Sollten sich größere Sponsoren für solch ein Programm finden, werden die Beteiligten den Vorschlag erneut prüfen.

Hierbei ist zu beachten, dass das nur zu bestimmten Uhrzeiten möglich ist, da die Schulungsräume der VHS und Büroräume der MitarbeiterInnen der KBU unmittelbar an den Platz angrenzen. Zudem muss der Lärmschutz (Anwohner, Altenheim, Krankenhaus) beachtet werden!

#### **f. Expertenprüfung Steuervorteile: die Zusammenfassung begünstigter Aufgaben nach Abgabenordnung in einer gemeinnützigen GmbH.**

Ein finanzieller Vorteil könnte aus der steuerlichen Sonderstellung gemeinnütziger Aufgaben erwachsen. Ein derartiger Prozess ist zunächst durch einen Wirtschaftsprüfer zu beleuchten und anschließend mit dem Finanzamt zu klären. Das EU-Beihilferecht und Förderangelegenheiten sind ergänzend bei dieser Prüfung zu berücksichtigen.

### **3. Maßnahmen mit Aufgabenverlagerung, Summertime / „Donnerstags im Sommer“**

Vor 39 Jahren hat der Kulturbereich der Kreisstadt Unna ein mittlerweile bundesweit nachgeahmtes Programm initiiert, das den Bürgerinnen und Bürgern der Stadt und in der Region anspruchsvolle und innovative Kunst und Kultur eintrittsfrei und draußen bietet. Ziel ist und war, Kunst und Kultur allen BürgerInnen näher zu bringen. Die eingeladenen KünstlerInnen sollten auch immer eine Anregung für die lokalen Kulturgruppen sein. Maßstäbe für die Programmauswahl sind: innovativ, Akzente setzen, Anstöße und Anregungen für die eigene Kulturarbeit oder Kunst geben, ästhetisch reizvoll, unterhaltend, gesellschaftlich relevante Themen aufgreifend u.v.m. Bisher wurde eine Reihe von Veranstaltungen der Reihe „Donnerstags im Sommer“ inhaltlich vom Bereich Kultur ausgestaltet und zusätzliche Drittmittel dafür akquiriert.

Auf Vorschlag des Kulturbereiches könnte zukünftig die Zuständigkeit für die vom Kulturbereich durchgeführten Veranstaltungen der „Donnerstags im Sommer“ - Reihe beim Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei liegen. Hierzu gehört auch die Erstellung des Gesamtprogrammheftes für alle kulturellen Veranstaltungen in den Sommermonaten.

Bei diesem Schritt stellt sich die Grundsatzfrage, welche Ausrichtung das Summertime-Programm zukünftig haben soll, ob es ein regionales oder lokales Ereignis sein soll. Seit Jahrzehnten hat das Summertime-Programm auch eine überregionale Bedeutung. Durchgeführte BesucherInnen - Umfragen bestätigen,

dass die Veranstaltungen eine Vielzahl von BesucherInnen aus der Region anziehen.

Dieser Schritt ist in drei Varianten denkbar:

Der Kulturbereich leitet das Budget an das Kultur-und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei über; diese ist inhaltlich und organisatorisch verantwortlich.

Vorteil: Die Lindenbrauerei kann mit den Mitteln Drittmittelakquise betreiben und das Programm ausweiten.

1. *Variante:* Die Lindenbrauerei führt 3 bis 4 Kleinkunst-Veranstaltungen anstelle der kostenintensiven und aufwendigeren Theaterproduktionen durch.

Eine Kooperation mit dem theater narrenschiff und anderer regionaler Gruppen aus dem sozio-kulturellen Bereich wären möglich. Die Lindenbrauerei wirbt zusätzliche Mittel für die gesamte Sommer-Reihe ein. Eine geringfügige Preiserhöhung im Gastro-Bereich sollte angedacht werden. Somit verbleiben ca. 13.000 Euro - 17.000 Euro zur Deckung des strukturellen Defizits.

2. *Variante:* Die zur Verfügung stehenden Mittel werden auf die Open-Air Reihe (Mai bis Sept.) verteilt. Außerdem werden 10 weitere Veranstaltungen (Konzerte, Matineen für Ältere, Kurkonzerte, Familien-Programme, Unnaer-Gruppen) durchgeführt, um zusätzliche Gastronomieerlöse zu erzielen. Somit verbleiben ca. 18.000 Euro - 23.000 Euro zur Deckung des strukturellen Defizits.

#### **4. Maßnahmen mit Angebotseinschränkungen**

##### **a. Summertime / „Donnerstags im Sommer“**

3. *Variante:* Der Kulturbereich der Kreisstadt Unna wird 2015 das 40-jährige Jubiläum des Sommerprogrammes begehen und stellt das Programm ab 2016 ein. Der Finanzbedarf in Höhe von 25.000 Euro wird direkt zur Stabilisierung der Lindenbrauerei eingesetzt.

##### **b. Stadtfest: Verzicht auf die Jugendbühne**

Die Einsparungen von 3.000 Euro können beim Sicherheitspersonal und den Organisationskosten für diesen Bühnenstandort erzielt werden. Ein Nachteil wäre, dass Jugendliche sich weniger im Stadtfestangebot wieder finden. Allerdings werden im Verlauf eines Veranstaltungsjahres bereits unterschiedlichste Veranstaltungen für Jugendliche angeboten, z.B. der Streetlife Day.

##### **c. Verlagerung der Bühne Lindenplatz**

Das Abendprogramm der Bühne Lindenplatz wird in den Biergarten des Schalenders verlegt, das Tagesprogramm kann auf andere Bühnenstandorte verteilt werden. Die Einsparungen von 2.000 Euro liegen beim Sicherheitspersonal und den Organisationskosten. Nachteilig wäre, dass ein sichtbarer Bühnenstandort "vor der eigenen Haustür" verloren geht.

## **Anhang:**

### **Darstellung der originären Aufgabenbereiche der einzelnen Einrichtungen**

#### **Das Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei e.V.**

##### **I.**

«Der Verein hat die Aufgabe, ein Kultur- und Begegnungszentrum einzurichten und zu betreiben mit dem Ziel, entsprechend dem Rahmenkonzept des Kultur- und Begegnungszentrum die Begegnung von Menschen aller Berufsgruppen, aller Altersgruppen und sozialen Schichten zu ermöglichen, Kritikfähigkeit, Initiative und kreative Betätigung anzuregen und soziales Verhalten zu fördern.»

§ 2.1 Satzung des Kultur- und Kommunikationszentrums Lindenbrauerei e.V.

Das Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei ist das gemäß seiner Vereinssatzung ein soziokulturelles Zentrum.

Seine soziokulturellen Aktivitäten sind vorrangig darauf ausgerichtet, die kreative Selbsttätigkeit möglichst vieler Menschen und breiter Bevölkerungsschichten unabhängig von ihrer sozialen oder nationalen Herkunft zu fördern und den Zugang zu Kunst und Kultur zu erleichtern.

Dies geschieht z.B. durch den Abbau von Hemmschwellen, niedrige Eintrittspreise, Bereitstellung von Infrastruktur, Förderung künstlerischer Fähigkeiten, die Vermittlung von Kenntnissen oder die Entwicklung und die Durchführung künstlerischer Projekte.

Zentrale Begriffe der originären Aufgabenstellung des Kulturzentrums sind:

##### **Vielfalt des kulturellen Angebots**

Das Kulturzentrum zeichnet sich aus durch spartenkonforme wie spartenübergreifende Veranstaltungsprogramme und Projekte, künstlerische und kreativitätsfördernde Angebote und Aktivitäten.

##### **Infrastruktur**

Es ist offen für eine selbstorganisierte Nutzung durch Künstlergruppen, Bürgerinitiativen, Vereine und andere gesellschaftliche Gruppierungen.

##### **Partizipation**

Das Zentrum bietet ohne Zugangsschwellen vielen Menschen die Möglichkeit, am kulturellen Leben der Stadt- und Zivilgesellschaft teilzunehmen;

Als ein typisches Beispiel, gewachsen aus dem Bereich der originären Aufgabenstellung, sei hier der Musikclub live erwähnt, der seit vielen Jahren bei freiem Eintritt wöchentlich im Schalander stattfindet.

Er ist konzipiert als einerseits niederschwelliges Angebot, das auch kulturferne oder

finanzschwache Menschen an Musik heranführt, andererseits Künstlern der Region, hier sowohl bekannteren wie auch Nachwuchsbands eine Bühne schafft. Zum Stammpublikum des Musikclubs gehören Gäste, die ansonsten keine weiteren Veranstaltungen des Hauses besuchen bzw. besuchen können, da mit den Eintrittsgeldern ihre Finanzkraft überstiegen wäre. Zugleich war und ist der Musikclub für einige Bands der Startpunkt für die Entwicklung von Renommé und Professionalität, für andere wiederum das Eintauchen in die vermisste intime Clubatmosphäre mit dem Ergebnis kleiner, brillanter Konzertperlen.

## **II. Aufgaben der Gastronomie im Rahmen der programmatischen Ausrichtung des Kultur- und Kommunikationszentrums**

Selbstverständliches Anliegen des Kulturzentrums ist es, mit seinem gastronomischen Angebot im Schalander und an den Veranstaltungstresen finanzielle Mittel zu gewinnen, die die wirtschaftliche Stabilität sichern. Allerdings muss auch die Gastronomie mit den originären Aufgaben des Zentrums kompatibel sein. Das heißt konkret, sie muss, was das Angebot, die räumliche Gestaltung und die Preise angeht, ebenso attraktiv wie auch niederschwellig konzipiert sein.

Dieser These widerspricht nicht eine kontinuierliche Überprüfung und Verbesserung des gastronomischen Angebots. Es gilt jedoch, sie bei allen Überlegungen ein zu beziehen.

Zu berücksichtigen ist:

Das soziokulturelle Zentrum Lindenbrauerei arbeitet für eine enge Verknüpfung des Alltagslebens der Menschen mit Kunst und Kultur und bietet mehr als eine „reine“ elitäre Kunstförderung. Es setzt auf die Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen mit künstlerischen und kulturellen Mitteln.

## **Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing mbH (UnnaMarketing)**

Die Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing mbH gliedert sich in drei Geschäftsfelder: dem Betrieb der Erich Göpfert Stadthalle, der Organisation der großen Außenveranstaltungen und dem Bereich Stadtmarketing. Im Gesellschaftsvertrag haben die Gesellschafter den besonderen Auftrag und die öffentliche Zweck- und Zielsetzung der Gesellschaft herausgestellt. Zur Erfüllung ihrer Aufgaben beschäftigt die Gesellschaft 15 Mitarbeiter/innen. Als aktiver Ausbildungsbetrieb werden junge Menschen an das Berufsleben herangeführt. Zudem werden regelmäßig rund 40 geringfügig beschäftigte Personen eingesetzt. Die Gesellschaft erwirtschaftete im Jahr 2013 in T€ 1.285. Die betrieblichen Aufwendungen inklusive Unterhaltung der Erich Göpfert Stadthalle, Abschreibungen und Materialaufwand lag 2013 in T€ bei 1.153. Der Personalaufwand lag bei T€ 737. Ausgesprochen positiv ist die von der Gesellschaft beeinflusste Wertschöpfungskette zu bewerten. Bei einem Umsatz von ca. 25 Euro pro Kopf (BMW, Tourismusstudie 2012) und 600.000 Besuchern der Veranstaltungen summiert sich der durch die Arbeit der Gesellschaft initiierte **Gesamtumsatz Dritter in Unna auf rund 15 Mio Euro jährlich!** Diese Umsätze werden bei den Leistungsträgern und Dienstleistern



wie Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie, Verkehrsunternehmen, Tankstellen etc. erzielt. Ein im Herbst des Berichtsjahres eingesetzter Gutachter (Richter, Herbst 2013) bescheinigt der Gesellschaft eine ungewöhnlich erfolgreiche Arbeit, sowohl in wirtschaftlicher Betrachtung als auch hinsichtlich der kulturellen Qualitäten.

### ***Erich Göpfert Stadthalle***

Die Halle trägt ein überaus positives Image als multifunktionales modernes Kultur-, Kongress- und Veranstaltungszentrum und stärkt somit Unnas Anspruch als lebenswertes attraktives Mittelzentrum in der Region Östliches Ruhrgebiet. Die Belegung der Stadthalle ist durch ein ausgewogenes Verhältnis von Nutzungen durch das Tagungs- und Messegeschäft, Kulturveranstaltungen und Angeboten der Unnaer Schulen gekennzeichnet. Nach über 30jähriger Nutzung mit mehr als 6.000 Veranstaltungen und rund 1.5 Mio Besuchern sind Modernisierungen in Gebäudetechnik, Barrierefreiheit und Brandschutz zu erwarten. **Arbeitsfelder sind: Vermietungen und Dienstleistungen in der Stadthalle an Dritte und an den Kulturbereich**

Vermietung von Flächen, Verbrauchsgütern, Dienstleistungen und Technik zur Durchführung von Veranstaltungen verschiedenster Art, -ca. 140 Termine p.A.

### **Vermietungen und Dienstleistungen in der Stadthalle an die Stadt Unna - nur Schulen -**

Vermietung von Flächen, Verbrauchsgütern, Dienstleistungen und Technik zur Durchführung von Veranstaltungen verschiedenster Art für das Schulzentrum NORD, -ca. 60 Termine p.A.

### **Durchführung von Veranstaltungen in der Stadthalle und eigene Messen**

Hierbei handelt es sich um von der Stadthalle Unna GmbH selbst durchgeführte Kulturveranstaltungen wie Kabaretts, Comedy, Konzerte oder Messen mit den Themen Bauen und Wohnen, Gesundheit, Heiraten, Familie, -ca. 10 Termine p.A.

### **Vermietungen und Dienstleistungen im Stadtgebiet**

Vermietung von Knowhow und Material der Stadthalle Unna GmbH, -ca. 20 Termine p.A.

### ***Außenveranstaltungen/CityEvents***

Veranstaltungen mit Qualität tragen das positive Image unserer Stadt in die Region. Stadtfest, Un(n)a Festa Italiana und der Unnaer Weihnachtsmarkt haben viele Freunde vom Niederrhein bis Ostwestfalen. Die Bedeutung der Sicherheit auf Veranstaltungen ist ein wichtiger Planungsteil von Veranstaltungen. **Arbeitsfelder sind:**

#### **Stadtfest**

Die Förderung der Unnaer Musik- und Kulturszene ist ein Kernbestandteil des Stadtfestes. Chöre, Bands und Theatergruppen aus Unna bekommen ihre eigenen großen Bühnen.

#### **Un(n)a Festa Italiana**

Im zweijährigen Rhythmus findet in Unna eines der größten Italo-Kulturfeste in Deutschland statt. Programm und die originalen Licht- Skulpturendekoration stammen aus Italien, aus Unnas Partnerstadt Pisa bereichern zahlreiche Kulturgruppen dieses ganz besondere Veranstaltungsjuwel.

#### **Weihnachtsmarkt**

Lichterglanz und strahlende Augen: Kasperl's Abenteuer faszinieren die kleinen und großen Freunde des Puppenspiels der Norddeutschen Puppenbühne.

#### **Public Viewing, RadKulTour, Kirmessen, Wintertreff, Autoschauen, Mittsommernachtsfest**

Bewährte und neue Veranstaltungsformate sorgen für Kurzweil und Unterhaltung.

## **Wochenmärkte**

Unnas Wochenmärkte dienen neben dem Ergänzungseinkauf vornehmlich dem Stadtklima und sind als generationenübergreifender Treffpunkt unverzichtbar für eine vitale und lebenswerte Innenstadt. 2013 wurden die Wochenmärkte in Unna zu den schönsten des Landes gewählt.

## **Stadtmarketing**

Veranstaltungen sind ein wichtiges Instrument des Stadtmarketings. Pflege von Traditionen, die Ansprache neuer Investoren, die Förderung von Tourismus und Einzelhandel oder das Werben um Zuzug neuer Bürger – immer stehen Events im Zentrum der Akquise. Starke Formate und eine gute Planung legen den Grundstein für hohe Besuchsfrequenzen in der Unnaer Innenstadt. Die Langzeitwirkungen positiver Erlebnisse auf den Festen und die damit verbundenen hohen Sympathiewerte Unnas bei den Besuchern sind enorm. Gleiche Ergebnisse sind mit normalen Werbekampagnen kaum erreichbar. Veranstaltungen sind daher das wertvollste Instrument, die Marke Unna mit einer attraktiven Innenstadt und hohen Aufenthaltsqualität überregional zu bewerben **Arbeitsfelder sind:**

### **Tourismusförderung**

Förderung und Unterhaltung der touristischen Infrastruktur, Fortbildung der Gästeführer, Teilnahme an touristischen Veranstaltungen, Heimatpflege, Entwicklung und Bewerbung neuer Angebote

### **Stadtmarketing/Umfragen**

Die strategische Fortentwicklung des Stadtmarketings erfordert die Evaluierung von Trends und Erwartungen aber auch die Kontrolle über Herkunft, Alter und Kaufkraft der Zielgruppen.

### **Beratungsleistungen/Projekte**

Veranstaltungen und Märkte unterliegen in Unna hohen Qualitätsanforderungen. So berät und unterstützt UnnaMarketing Veranstaltungen wie den AOK Firmenlauf, die CityGesundheitsMesse, das Oktoberfest oder die Stadtlichter. Das Projekt „Nachtbild Alter Markt“, das vornehmlich Verkehrsverein und CityWerbeRing, vorantreiben, die Erneuerung des stadthistorischen Spazierganges oder die Vernetzung von „Hellweg“-Kommunen zu einer radtouristischen Erlebnistour Westfälische Salzwelten sind weitere Projektbeispiele.

## **Kulturbereich der Kreisstadt Unna mit seinen Einrichtungen**

### **Der Kulturbereich**

Der Kulturbereich der Kreisstadt Unna hat sich auch überregional einen Namen geschaffen; das Kulturangebot gilt als modellhaft und innovativ. Das Programm mit einer anspruchsvollen Mischung interessanter Veranstaltungen ist Anziehungspunkt für Einheimische und Auswärtige zugleich: Das Spektrum umfasst alle Sparten. Er gibt die konzeptionellen Leitlinien der Kulturarbeit in der Kreisstadt Unna vor, um die kulturelle Grundversorgung mit einer Angebotsvielfalt zum Erhalt der Lebensqualität der Unnaer BürgerInnen sicherzustellen.

Zahlreiche kulturelle Vereine und Initiativen bereichern mit ihren Aktivitäten das Stadtbild. Er unterstützt und fördert dieses bürgerschaftliche Engagement, (Förderung nach Richtlinien, Beratung von Vereinen, Initiativen und Kulturschaffenden, Aktivitätsförderung etc.) genauso wie auch Institutionen, z.B. das Kultur- und Kommunikationszentrum Lindenbrauerei, das Theater Narrenschiff oder auch das Zentrum für Internationale Lichtkunst.

Der Kulturbereich, incl. Museum, Archiv, i-Punkt und MedienKunstRaum, besteht zur Zeit aus 13 MitarbeiterInnen, (5 VZ, eine 27 Std TZ, vier 25 Stunden TZ (Archiv, Museum, MKRU und i-Punkt), eine 17Std. TZ, ein FSJ, eine Auszubildende und drei 400 Euro Kräfte (Museumsaufsichten!)).

Die **Kulturelle Bildung** als Zusammenspiel zwischen den städtischen Bereichen Kultur, Kinder- und Jugend, den Schulen sowie allen kulturellen Einrichtungen und Initiativen hat in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. Neben dem Gesamtkonzept Kulturelle Bildung hat der Kulturbereich vor allem das Förderprojekte Kulturrucksack NRW vorangetrieben. Zudem ist er zertifizierte Ausbildungsstätte für ein Freiwilliges Soziales Jahr (FSJ).

### **Gesamtvermarktung Ankerpunkt Lindenbrauerei (auf der Route der Industriekultur)**

Die Vermarktung des Ankerpunktes Lindenbrauerei ist eine Schnittstellenaufgabe, die mehrere Projekte des Kulturbereichs berührt. Im Rahmen des Handlungskonzepts Innenstadt 2020 wird die inhaltliche und organisatorische Weiterentwicklung des Freizeitviertels Lindenbrauerei gemeinsam mit den Anrainern des Ankerpunktes erarbeitet. Die Vermarktung im Rahmen der Route der Industriekultur beinhaltet redaktionelle (Entdeckerpass und Veranstaltungsmeldungen) und organisatorische Aufgaben, vor allem mit dem Sommerfest der Route Industriekultur – der „ExtraSchicht“ - und dem NRW-Tag. Das Aufgabenfeld reicht dabei vom Erstellen einer Beschilderung bis hin zu einer einheitlichen gemeinsamen Vermarktung.

### **Kulturveranstaltungen und Projekte**

Im Kultursommer - zur „Summertime“ - findet ein Veranstaltungsprogramm „umsonst und draußen“ statt: mit der Reihe "Donnerstags im Sommer", dem Kindertheater im Stadtteil, der Stadtteilkultur, dem Open Air Konzert der Neuen Philharmonie Westfalen oder dem Day of Song. Darüber hinaus engagiert sich der Kulturbereich auch in überregionalen Verbund- und Kooperationsprojekten wie der langen Nacht der Route der Industriekultur „ExtraSchicht“, dem Lichtkunstprojekt im öffentlichen Raum "Hellweg - ein Lichtweg", dem Krimifestival "Mord am Hellweg" oder dem Seseke Projekt „Über Wasser gehen“ u.v.m.

### **Theater**

Kindertheaterproduktionen, Klassiker, Komödien und aktuelle Stücke aus dem Tournetheaterangebot werden vom Kulturbereich in der Stadthalle durchgeführt. Um ein adäquates Angebot an zeitgenössischem Schauspiel, Oper, Operette und Ballett auch für die Unnaer Bürger vorzuhalten, besteht seit über 30 Jahren eine Vernetzung mit dem Bochumer Schauspielhaus und dem Dortmunder Opernhaus. (insgesamt 30 Veranstaltungen pro Jahr!)

### **Interkulturelle Wochen**

Integration nimmt einen stetig steigenden Wert in der Unnaer Bevölkerung ein. Ein Austausch zwischen den Kulturen, ein Einblick in die Vielfalt der unterschiedlichen Lebensweisen aber auch Ausdruck gelebter Integration drückt sich in der immer im September stattfindenden Interkulturellen Woche aus. In ihr finden Friedensgebete, Podiumsdiskussionen, Ausstellungen, Konzerte, aber auch pol. Theateraufführungen oder Kabarettveranstaltungen statt. Zum Abschluss gibt es den

Internationalen Familientag „bUNT“, der neben zahlreichen Infoständen und kulinarischen Angeboten aus Orient und Okzident auch ein vielfältiges Kulturprogramm der unterschiedlichsten Nationen bietet. Die Koordination und Organisation dieser Wochen übernimmt der Kulturbereich.

### **Bildende Kunst**

Das Tätigkeitsspektrum reicht vom Ausbau und der Pflege der Rathausgalerie mit seinen über 80 Kunstwerken, über die Pflege und Erweiterung der Kunstobjekte im öffentlichen Raum, der Konzeption von Ausstellungen in der zib-Galerie bis hin zur Betreuung und Beratung der Unnaer Bildenden Künstler. Das im Rahmen der Kulturhauptstadt Ruhr 2010 initiierte städteübergreifende Projekt „Über Wasser gehen“ wird beständig erweitert und fortentwickelt. Im Rahmen von K.O.B.B. engagiert sich der Kulturbereich gemeinsam mit zahlreichen ehrenamtlichen Kräften, unterstützt die Unnaer Künstler bei der Herausgabe von Publikationen oder zu gründenden Stiftungen (Buschulte).

### **i-Punkt**

Der i-Punkt ist die Stadtinformation für Bürger und Touristen, vermittelt Stadtführungen, bietet Wissenswertes, Souvenirs, Bücher und Kartenmaterial der Kreisstadt Unna und ihrer Umgebung. Darüber hinaus ist der i-Punkt eine zentrale Kartenvorverkaufsstelle für nahezu alle Unnaer Veranstaltungen und zahlreiche überregionale Anbieter. Nicht zuletzt ist er zentrale Anlaufstelle des Zentrums für Information und Bildung mit seinen im Haus befindlichen Institutionen sowie Museums-Shop.

### **Der MedienKunstRaumUnna (MKRU)**

Der MKRU fördert und vermittelt zeitgenössische Medienkunst, die sich vor allem auf projektorientierte künstlerische Arbeitsweisen bezieht und Bewegtbild und Ton in digitaler oder analoger Natur als Schnittstelle zu anderen Künsten wie Tanz, Performance, Grafik oder E-Musik umfasst.

Er bildet einen leistungsstarken Baustein in Sachen Medienkunst, medienunterstützter Projektarbeit sowie Medienkompetenz-Vermittlung. Er führt Projekte für Kinder und Jugendliche durch, wie z.B. die Redaktion „Radio kurux“, Hörspiel-Schreibwerkstätten und -produktionen, Pilot-Projekte mit Bürgergruppen etc., sowie das überregionale Jugendfilmfestival FATPIGtures.

### **Stadtarchiv**

Es leistet einen Beitrag zur Rechtssicherheit der Stadt und seiner Bürger. Das Stadtarchiv dokumentiert die Arbeit der Verwaltung in den jeweiligen Zeitabschnitten. Schließlich bildet es die Grundlage für wissenschaftliche Forschung verschiedener Fachrichtungen.

Im Bestand des Archivs finden sich u.a. die Akten der Stadtverwaltung Unna, des Amtes Unna-Kamen sowie Urkunden des Standesamtes, lokale Zeitungen, Fotos, private Nachlässe und Sammlungen von Einzelpersonen, Vereinen, Initiativen, Verbänden und Parteien. Es steht jeder interessierten Person zur Verfügung. Es betreut federführend verschiedene Projekte, u.a. Stolpersteine.

### **Hellweg-Museum**

Das Hellweg-Museum Unna widmet sich der Stadtgeschichte und der Geschichte des Hellwegs. Als kulturgeschichtliches Museum dient es gleichermaßen der historischen Selbstvergewisserung wie der Identitätsbildung der Bürger.

Im Mittelpunkt der Aufgaben stehen die Sammlung und die dauerhafte Bewahrung der dreidimensionalen Sachkultur auf der Grundlage des Sammlungsprofils des Hauses. Eine weitere zentrale Aufgabe sind Forschungen zu den Beständen des Museums und zu stadt- und regionalgeschichtlichen Themen. Deren Ergebnisse werden in der Dauerausstellung und in Sonderausstellungen der Öffentlichkeit präsentiert und/oder publiziert. Zur Vermittlung der Inhalte der Ausstellungen bestehen dem jeweiligen Adressatenkreis angepasste museumspädagogische Angebote.

Die Planung und Durchführung von Veranstaltungen, deren Charakter dem Auftrag des Museums als außerschulischem Bildungsort entsprechen, runden das Aufgabenspektrum ab.

### **Internationale Komponistinnen Bibliothek Unna/Sybil-Westendorp Stiftung**

Die Internationale Komponistinnen Bibliothek in Unna ist eine öffentliche Einrichtung, deren Aufgabe es ist, Werke von Komponistinnen zu sammeln, zu archivieren und so auch vergessene Kompositionen wieder zu entdecken und sie dem Publikum zugänglich zu machen. Im Jahr 2000 vererbte die Hamburger Komponistin Sybil Westendorp der Stadt ihren gesamten kompositorischen Nachlass, mit der Aufgabe, das Werk Westendorps für die Nachwelt zu bewahren und ihre Werke der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. (Sybil Westendorp Stiftung)

Eine Konzertreihe –ca. 8 Konzerte - und Hörabende zum Thema „Frau und Musik“ sollen Werke von Komponistinnen aus allen Jahrhunderten einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich machen.

### **Anlage(n)**