

## Protokoll der Sitzung der Arbeitsgruppe 1, 7.3.2017

Anwesend: Claus Arndt, Michael Birr, Heinz-Gerd Hackstein, Gotthilf Kaus, Georg Kresimon, Heiner Napp, Petra Renniecke, Christian Rosendahl, Wenke Seidel, Carmen Weist, Hans-Gerhard Rötters

Leitung: Diana Finkele/ Tobias Pawletko

Protokollführung: Simone Simon

TOP	Inhalt	Wer veranlasst was?	Bis wann?
1	<b>Genehmigung des Protokolls der Sitzung vom 28.02.2017</b> Der letzte Satz bei Punkt 3 wurde geändert zu: Herr Kaus fügt hinzu, dass das Kulturbüro auch ein Ansprechpartner/Förderer von Kinder- und Jugendkultur sein kann.		
2	<b>Rückblick auf die Sitzung vom 28.02.2017</b> Frau Finkele fasst die wesentlichen Ergebnisse der letzten Sitzung bezüglich des Kulturbüros zusammen und Herr Pawletko führt nochmal zu den zentralen Punkten die Moers Kultur GmbH betreffend aus.		
3	<b>ENNI</b> Frau Finkele heißt Herrn Rötters, Vorstandsvorsitzender der Enni AöR und Geschäftsführer der Enni Sport & Bäder GmbH, willkommen. Herrn Rötters waren vorab die Fragen zugegangen, über die es heute einen Austausch mit der AG geben sollte. Frau Finkele leitet zur ersten Frage über:  <u>3.1. Welche Rolle spielt zukünftig die ENNI im Kulturleben der Stadt: Welche Aufgaben kultureller Art oder mit Kulturbezug nimmt sie künftig wahr?</u> Herr Rötters erläutert, dass ENNI eine AöR ist und ein Unternehmenskonzern darstellt, der aus 3 Teilen besteht: ENNI Stadt & Service Niederrhein ENNI Energie & Umwelt Niederrhein und ENNI Sport & Bäder Niederrhein		

Jeder der Betriebsteile hat einen eigenen Geschäftsführer, die dem Unternehmensziel als wirtschaftlich arbeitender Betrieb verpflichtet sind. Durch Veranstaltungen bringt ENNI auch Kultur nach Moers, z. B. Comedy Salon, Neujahrkonzert, Night of the Bands.

Ziel ist es hierbei kostenneutral zu arbeiten. Außerdem ist ENNI in einem gewissen Rahmen im Kultursponsoring aktiv (z. B. Schlosstheater oder Veranstaltungen in der Stadtkirche) soweit sich dies mit der Marketingstrategie des Unternehmens deckt.

### 3.2. Gibt es Schnittstellen zur städtischen Kultur?

Schnittstellen gibt es beispielsweise über die Festivalhalle, die an ENNI übergegangen ist, bzw. sich im Übergang befindet. Als Beispiel nennt Herr Rötters auch den Karnevalszug in Moers, bei dem sich ENNI innerhalb der Rahmenbedingungen einbringt.

### 3.3. Festivalhalle: Ist eine Nutzung durch städtische Kultureinrichtungen und die freie Szene möglich? Zu welchen Konditionen?

Herr Rötters erläutert, dass ENNI auf Beschluss des Rates der Stadt Moers die Festivalhalle übernommen hat und eine Nutzung durch Kultureinrichtungen der Stadt natürlich möglich ist. Die normalen Konditionen belaufen sich auf:

Halle: 2.500 € pro Tag + 45 €/h Hallenmeister + Umsatzsteuer

Alternativ kann auch pro Platz abgerechnet werden, wobei es eine Mindestbelegung geben muss. Auch ist eine Anmietung des Foyers allein möglich.

Derzeit überlegt ENNI, eine Genossenschaft ins Leben zu rufen. Gastrobetriebe könnten hier ebenso Genossenschafter werden wie Kulturveranstalter. Ein Vorteil für die Genossenschafter wäre, die Halle zu günstigeren Konditionen mieten zu können.

Die Frage von Frau Rennicke, ob die Genossen eingeworben würden, bejaht Herr Rötters. Mit dem Theater und der Moers Kultur GmbH sei man schon im Gespräch. Comedy Arts oder der Eigenbetrieb Bildung könnten auch Genossen werden, wenn daran Interesse bestünde.

3.4. Ist eine Einbindung in die Kommunikation und Koordination des Kulturbereiches sinnvoll/machbar?

Herr Rötters bestätigt, dass die Vernetzung ein wichtiges Thema sei. Je stärker man vernetzt ist, desto mehr Möglichkeiten können sich ergeben. Mit Frau Helmke habe man bei ENNI eine Veranstaltungsmanagerin für die Festivalhalle und den Sportpark Rheinkamp, die für die Kultureinrichtungen als Ansprechpartnerin fungiert. Herr Rötters berichtet, dass ENNI plane, die Festivalhalle in „ENNI Eventhalle“ umzubenennen. Frau Finklele fragt nach, ob ENNI ein bestimmtes Profil für Veranstaltungen festgelegt habe, die zukünftig in der Halle stattfinden können. Herr Rötters antwortet, dass zurzeit geklärt wird, ob alle Veranstaltungsanfragen, auch nicht-kulturbezogene, angenommen werden. Anfragen aus der Kultur haben aber auf jeden Fall Priorität, die Nutzung für das Moers Festival und für Aufführungen des Schlosstheaters und von Comedy Arts stehen außer Frage. Weiter erklärt er, dass die Halle nur 10 Monate im Jahr bespielbar ist. Im Juli und August dürfen wegen des Parkplatzes keine Veranstaltungen stattfinden. Die Halle ist zum jetzigen Zeitpunkt gekauft, aber noch nicht in das Eigentum von ENNI übergegangen.

Weiter fragt Frau Finklele nach, wie und wo ENNI seine Veranstaltungen und ggf. die externen Veranstaltungen in der Festivalhalle veröffentlicht. Nach Auskunft von Herrn Rötters, sind alle entsprechenden Veranstaltungen – die Dritter soweit es von dem Veranstalter gewünscht ist – über die ENNI Homepage und über eine ENNI-APP veröffentlicht. Herr Rötters ist offen für einen gemeinsamen Veranstaltungskalender. Wer diesen bespielen könnte, könne zu einem anderen Zeitpunkt besprochen werden.

Frau Weist wirft ein, dass Ortsfremde nicht auf der Homepage von ENNI nach Veranstaltungen suchen würden.

Herr Birr erklärt, dass die Kommunikation und Vernetzung zwischen ENNI und dem Stadtmarketing gut funktioniert, die Termine von ENNI sind auch im Portal von Herrn Birr zu finden, soweit die Veranstalter dies zulassen.

Herr Kaus fragt nach, wie viele Veranstaltungen pro Jahr in der Eventhalle stattfinden müssen, um kostendeckend zu arbeiten und erklärt weiter zum Kalender, dass in einem einheitlichen Format eine Schnittstelle geschaffen werden solle. Herr Rötters erklärt, dass im Jahr um die 80 Veranstaltungen stattfinden müssten um kostendeckend zu arbeiten. Natürlich haben die Halle und entsprechende Veranstaltungen für ENNI einen Marketingwert.

Herr Arndt erklärt, dass im städtischen Kalender jede Veranstaltung gesammelt wird und Informationen zu einzelnen herausgegeben werden. Außerdem gibt es die ENNI-App, über die jeder Bürger Daten abrufen

kann. Somit ist der Rahmen für eine Schnittstelle gegeben. Schade sei, dass nicht alle Veranstalter die Termine im Kalender von ENNI haben wollen. Dies sei aber vielleicht auf einer neutralen Stadtseite möglich. Das Zwischenspiel ist also noch etwas optimierbar.

Frau Finkle regt an, über ein open-data-Format Daten für alle abrufbar bzw. einlesbar zu machen. Herr Arndt fügt hinzu, dass für den Stadtkalender eine einfache Abstimmung ausreiche und dann auch z. B. Exceltabellen mit den Veranstaltungen ausreichen. Die Frage von Herrn Kresimon, ob das Kulturbüro Veranstaltungstermine meldet, verneint Herr Arndt. Vom Kulturbüro kommen nur Informationen für die Homepage.

Herr Rötters wiederholt, dass ENNI zum Austausch bereit ist und dies über Frau Helmke besprochen und abgewickelt werden kann. Nur glaubt er nicht, dass wirklich alle Termine abgebildet werden können. Man kann sich Mühe geben den Kalender so benutzerfreundlich wie möglich zu gestalten und dies sei auch ein Entwicklungsprozess.

Frau Finkle erklärt abschließend, dass ggf. ein gemeinsames Datenformat die Verarbeitung und damit die Verbreitung der Veranstaltungstermine wesentlich vereinfachen könne, sofern die verschiedenen Kalender diese dann auch automatisch einlesen können.

Frau Finkle fragt Herrn Rötters, ob ENNI vorhabe, weitere große Veranstaltungen wie beispielsweise „ENNI Night of the bands“ als Marken zu setzen. Herr Rötters erklärt, dass es vorstellbar sei, beispielsweise jährlich ein Neujahrskonzert zu unterstützen.

Frau Finkle fragt nach, ob es Überlegungen gab oder gibt, das Moers Festival Richtung ENNI zu verlagern. Herr Rötters erläutert, dass ENNI eine AöR ist und das Festival seiner Ansicht nach als GmbH besser organisiert sei, da dies auch mehr Möglichkeiten bietet. Frau Weist erklärt, dass bei einer Eingliederung Richtung ENNI die große Gefahr bestünde, dass das Festival Dritt- und Fördermittel, z. B. der Bundeskulturstiftung, dann nicht mehr erhalten könne. Die Fördermittel belaufen sich derzeit auf über 300.000 €, die Stadt Moers gibt einen Zuschuss von 336.000 €.

Herr Rötters erläutert, dass entsprechende Ideen bereits in der Vergangenheit überlegt, aber schnell wieder verworfen wurden, ein wichtiger Aspekt war damals auch die Frage der Identifizierung mit dem Festival. Die Stadt und das Festival würde sehr viel verlieren, wenn man das Festival mit ENNI und nicht mehr mit der Stadt identifiziere. Nach wie vor halte Herr Rötters die eigenständige GmbH-Form für das Festival für die beste Lösung. Herr Kaus fragt, wie die Eingliederung technisch geplant war und Herr Rötters erklärt, dass nur die Übernahme als GmbH möglich gewesen wäre.

	<p>Frau Finkle bedankt sich bei Herrn Rötters. Da in der heutigen Sitzung bereits alle Fragen mit ENNI besprochen werden konnten, kann voraussichtlich auf den zweiten angedachten gemeinsamen Termin verzichtet werden. Falls sich in der kommenden Sitzung aber dennoch Fragen ergeben sollten, die einen direkten Austausch mit Herrn Rötters wünschenswert machen, würde sie erneut auf ihn zukommen. Frau Finkle lädt Herrn Rötters herzlich zur Teilnahme an dem Workshop Digitalisierung am 17. März und zur Zukunftskonferenz am 19./20. Mai ein.</p>		
4	<p><b>MoersMarketing GmbH</b></p> <p>Herr Birr zeigt seine Präsentation und teilt Tischvorlagen aus (Anlage 1) und führt dazu aus. So wird deutlich, dass die MoersMarketing aktuell 135.000 Euro pro Jahr von der Stadt Moers erhält. Diese finanzielle Unterstützung ist an den Betrieb der Bürger- und Touristeninformation auf der Kirchstraße gekoppelt. Aktuell beschäftigt die MoersMarketing 3 Vollzeit und 2 geringfügig Beschäftigte.</p> <p>Generell führt er an, dass eine gemeinsame Strategie aller Kultureinrichtungen in Moers viele Vorteile hat, da man z. B. die Informationen breiter und effektiver streuen kann, wenn sie gemeinsam verbreitet werden. Menschen, die Moers besuchen wollen, informieren sich eben nicht nur über einen Kanal. Auch ein gemeinsames Dachmarketing wäre denkbar, dazu wären jedoch intensive Gespräche nötig. Zudem müsste das Thema der Kostenverteilung klar geregelt werden. Der Aufbau einer „Kulturmarke Moers“ muss langfristig angelegt sein – dazu wäre eine gemeinsame Strategie zu entwickeln.</p> <p>Frau Finkle fragt zu den geplanten Ortseingangsschildern, ob diese auch für Werbezwecke zur Verfügung stehen. Herr Birr antwortet, dass die Schilder die Möglichkeit bieten würden, aber die Frage, ob bestimmte Kulturveranstaltungen dort kostenfrei beworben werden dürfen, ist durch die Stadtverwaltung und/oder den Rat der Stadt Moers zu entscheiden. Die Schilder haben eine Größe von 2 x 4,5 m (inkl. Fundament) und kosten in der Anschaffung ca. 6.500 € pro Standort.</p> <p>Frau Finkle berichtet, dass es für die Kultureinrichtungen schwierig ist zu werben: Flyern in der Stadt ist so ohne weiteres nicht erlaubt, die großen Ortseingangsbannermasten sind nicht mehr da, Litfaßsäulen werden zurückgebaut. Das für die gesamte Stadt zur Verfügung stehende Freiplakatierungskontingent ist sehr gering. Hierüber werden Veranstaltungen des EBB, die Verwaltung (z. B. Stadtmarketing: Weihnachtsmarkt; Frauenbeauftragte: Kabarett zum Frauentag) beworben. Derzeit stehen noch 72 Litfaßsäulen zur Verfügung und es darf pro Dekade (10-11 Tage) jeweils nur ein Plakat einer der erwähnten Einrichtungen geklebt werden.</p>		

Frau Finklele fragt Herrn Birr, welche Mitgesellschafter die MoersMarketing ursprünglich hatte. Herr Birr zählt die ehemaligen Gesellschafter der MoersMarketing GmbH – neben der Stadt Moers - auf (Sparkasse am Niederrhein, ENNI Energie & Umwelt Niederrhein GmbH, Möbelhaus Friedrich Kleier GmbH & Co. KG, Niederrheinischer Schaustellerverein e.V., Verein Reisender Schausteller e.V., Moerser Weihnachtsmarkt e.V., Werbering Moers e.V. (ehemals AG Moers e.V.), Volksbank Niederrhein eG, Wohnungsbau Stadt Moers GmbH, Initiativkreis Moers e.V.) und erklärt, dass die Umstellung auf eine 100% Tochtergesellschaft der Stadt Moers u.a. auch Vorteile in der Übertragung von Geschäftsfeldern hatte. Weiter erläutert er auf die nächste Frage von Frau Finklele, dass die MoersMarketing, genau wie alle anderen externen Veranstalter auch, sämtliche Gebühren wie z. B. Sondernutzungen, an die Stadt Moers bezahlen muss.

Frau Finklele fragt nach den Zugriffszahlen auf die Stadtportal-Seite ([www.moers-stadtportal.de](http://www.moers-stadtportal.de)). Im Nachtrag zum Protokoll hat Herr Birr die Zahlen für 2016 wie folgt mitgeteilt:

Seitenaufrufe: 749.523

Zugriffe insgesamt aufs Portal: 4.025.559

Frau Finklele fragt, ob es Überschneidungen mit der Wirtschaftsförderung gibt. Herr Birr erläutert, dass es generell eine gute Zusammenarbeit mit der WiFö gibt. Per Ratsbeschluss werden zudem jährlich 9.500 T€ auf die Stadtmarketing übertragen, um damit Maßnahmen der Tourismusförderung zu bezahlen. Rund 80 % der Gelder sind allerdings festgelegt (z. B. Anzeigenschaltungen in den Katalogen von NT-Tourismus oder Teilnahme an der Tourismusmesse in Kalkar), sodass nur rd. 1.900 € im Jahr für die individuelle Tourismusförderung bei der MoersMarketing zur Verfügung stehen. Ein wesentlicher Baustein in Sachen Tourismusförderung durch die MoersMarketing bietet die Kooperation mit den Hoteliers Winny van der Valk (Hotel Moers van der Valk) und Elmar Welling (Hotel zur Linde). Nur so könnten Projekte, wie z. B. E-Bike-Ladestationen oder Stadtbegrüßungsschilder finanziert werden. Die Gremienarbeit ist bei der Übertragung von Tourismusaufgaben bei der Wirtschaftsförderung der Stadt Moers geblieben, das Anzeigenmarketing, der NRW (Niederrheinische Radwandertag) etc. liegen beim MoersMarketing.

Herr Pawletko teilt Kärtchen aus und bittet darum, dass wünschenswerte Kooperationen der MoersMarketing GmbH zu den anderen Kultureinrichtungen aufgeschrieben werden (Anlage 2).

Frau Seidel fragt nach, wer die Großplakatwände in der Stadt Moers mit den Moers Motiv „Geleucht“ bespielt. Herr Birr erläutert, dass die Wirtschaftsförderung hierauf Zugriff habe, wenn Flächen frei sind.

Herr Pawletko möchte wissen, ob der Vertrag mit der AWK die Schaffung zusätzlicher Werbeflächen im öffentlichen Raum zulässt. Herr Birr kann hier keine konkreten Auskünfte geben und verweist auf den existierenden Vertrag zwischen der Stadt Moers und der AWK. Als Alternative zu weggefallenen Werbeflächen (auch für die Kultur) sind sog. „City Cubes“ im Gespräch. Hier soll es Gespräche zwischen AWK und der Stadt Moers geben. Herr Birr bedauert, dass insgesamt immer weniger (bezahlbare, bzw. kostenfreie) öffentliche Werbeflächen zur Verfügung stehen. Herr Kaus schlägt vor, dass sich die Ausschüsse den Vertrag mit AWK im öffentlichen Teil nochmals ansehen sollten, um mögliche Potenziale in Sachen neuer Werbeträger zu ermitteln. Frau Finklele erläutert, dass in der Regel Verträge mit Dritten nur im nicht-öffentlichen Teil von Sitzungen behandelt werden können. Es sprengt aber den Rahmen der Arbeitsgruppe über entsprechende allgemeine Regularien der politischen Gremiensitzungen zu befinden.

Frau Finklele berichtet, dass die Kultureinrichtungen nach jeder kreativen und günstigen Werbemöglichkeit Ausschau halten. So werde derzeit beispielsweise der eigene Bauzaun vor dem Alten Landratsamt nun entsprechend mit Bannern bespielt. Sie würde sich wünschen, dass dies auch an anderen Stellen in der Stadt möglich wäre, beispielsweise auch an Brücken, soweit sie zur kommunalen Infrastruktur gehören.

Frau Weist schlägt Kooperationen mit Hotels vor, sodass Gruppen, die beispielsweise zu Seminaren im Hotel sind z. B. abends eine Vorstellung im Theater oder Bollwerk anschauen können. Herr Birr hält diese Idee für gut und ausbaufähig. Ähnliche Pakete gibt es auch schon für den Moerser Weihnachtsmarkt.

Frau Weist schlägt VIP-Bereiche bei Veranstaltungen vor, dies wäre für die Besucher etwas Besonderes und für die Veranstalter ohne höhere Kosten umsetzbar. Frau Finklele und Herr Hackstein befürworten diese individuelle Betreuung von Besuchern, die diese positive Erfahrung dann weitertragen. Auch die Idee von Frau Weist, Leute durch Pakete kostengünstig in Einrichtungen zu bekommen, die sowieso geöffnet haben, wie das Museum, wird von Frau Finklele begrüßt. Sie berichtet, dass das Museum auf entsprechende Anfragen immer versuche, einen Preisnachlass anzubieten. Das Museum biete aktuell selbst in Kooperation mit dem Niederrheinischen Museumsnetzwerk entsprechende Pakete (Museumsführung, Stadtführung, Besuch in einem Moerser Café mit entsprechender Bewirtung) an. Dies ist gute Werbung und stellt keine Mindereinnahmen dar.

Frau Finkle regt an, dass es eine „Moerser Festivalwoche“ zum Moers Festival geben sollte. Die ganze Stadt sollte unter dem Festivalmotto stehen. Ein kleiner Anfang könnte sein, dass unterschiedliche Einrichtungen deutlich sichtbar in unmittelbarer zeitlicher Nähe zum Festival für das Festival werben. Sie bietet an, wenn Herr Arndt die entsprechenden Werbematerialien zur Verfügung stellt, dass entsprechende Banner an den Bauzäunen vor dem Alten Landratsamt und am Schlossturm angebracht werden können, ebenso kann am Hanns-Dieter-Hüsch-Bildungszentrum entsprechend beflaggt werden, wenn die Moers Kultur GmbH die Materialien erstellen lässt. Vielleicht ließen sich dann auch Geschäfte gewinnen, in ihren Schaufenstern für das Festival zu werben. Herr Arndt hält diese Verstärkung für sinnvoll, Aktionen sollen in die Stadt getragen werden, der Einzelhandel kann mit ins Boot geholt werden, weitere Kooperationen können folgen. Frau Finkle führt weiter aus, dass alle Werbemöglichkeiten mit Unterstützung der anderen Kultureinrichtungen genutzt werden müssten. Wenn jeder Bereich seine Möglichkeiten erforscht und darauf achtet, dass im eigenen Betrieb die Werbung der anderen ausliegt, kann schon sehr viel erreicht werden. Herr Birr hat den gleichen Wunsch und schlägt vor, dass sich ein kleines Gremium am Anfang eines Jahres zusammensetzt um z. B. vorab Daten von z. B. Veranstaltungen zu besprechen. Herr Kaus fügt hinzu, dass die Organisation dieses Treffens das Kulturbüro übernehmen könnte.

Der Vorschlag Veranstaltungen, Ausstellungen, Konzerte etc. in der jeweiligen Emailsignatur zu bewerben, stellt sich bei den städtischen Kultur- und Bildungseinrichtungen als schwierig heraus, da die Einrichtungen über keine Administratorenrechte für diesen Teil der Mailsignaturen verfügen. Der Aufwand dies über die luk zu machen, ist zu personal- und zeitintensiv. Das Museum hatte bereits eine entsprechende Initiative versucht.

Im Nachgang zu der AG hat die luk aber signalisiert, dass eine entsprechende Vergabe von Administratorenrechten an die entsprechenden Einrichtungen nochmals geprüft wird. Dann könnten die Mailsignaturen direkt durch die entsprechenden Einrichtungen selbst mit Veranstaltungshinweisen aktualisiert werden.

Abschließend fragt Frau Seidel nach, wie die Termine in das Moerser Stadtportal aufgenommen werden können. Herr Birr erläutert, dass es eigentlich schon ausreiche, wenn er im Presseverteiler ist und bittet darum, immer ein Bild mitzusenden.

5	<p>Die nicht behandelten Themen, wie das Dachmarketing werden in die nächste Sitzung geschoben. Frau Finkle erklärt, dass sie für nächste Woche Herrn Schmücker angefragt hat, von ihm aber noch keine finale Antwort erhalten hat. Nachtrag zum Protokoll: Herr Schmücker wird leider nicht an der kommenden Sitzung teilnehmen. Weiter lädt sie alle AG-Mitglieder ein, an dem Workshop Digitalisierung am 17.3.2107 teilzunehmen.</p>		

Gez. Simone Simon