

Der Bürgermeister

Hilden, den 01.02.2010

AZ.: III/41 Doe



Hilden

WP 09-14 SV 41/014

Mitteilungsvorlage

öffentlich

Analyse der Kostensituation des Produktes Kulturelle Veranstaltungen

Beratungsfolge:	Sitzung am:	Bemerkungen
Ausschuss für Kultur und Heimatpflege	17.02.2010	

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Kultur und Heimatpflege nimmt die Darstellung der Entwicklung des Produktes „Kulturelle Veranstaltungen“ 2003 bis 2010 zur Kenntnis.“

Finanzielle Auswirkungen

Produktnummer		Bezeichnung	
Investitions-Nr.:			
Mittel stehen zur Verfügung:			
Haushaltsjahr:			

Der Mehrbedarf besteht für folgendes Produkt:

Der Monatsplan besteht aus folgenden 7 Produkten:			
<u>Kostenstelle</u>	<u>Kostenträger</u>	<u>Konto</u>	<u>Betrag €</u>
Die Deckung ist durch folgendes Produkt gewährleistet:			
<u>Kostenstelle</u>	<u>Kostenträger</u>	<u>Konto</u>	<u>Betrag €</u>
Finanzierung:			
Vermerk Kämmerer:			
gesehen in Vertretung Danscheidt			

Erläuterungen und Begründungen:

Der Kulturausschuss fasste in seiner Sitzung vom 11.02.2009 den Beschluss die Verwaltung zu beauftragen, Vorschläge zur Verbesserung des Aufwanddeckungsgrades des **Produktes „Kulturelle Veranstaltungen“** vorzulegen.

Mit dem vorliegenden Sachstandsbericht zeigt die Verwaltung die positive Entwicklung im Bereich der ordentlichen Erträge (Rechnungsergebnisse) im Zeitrahmen 2003 bis 2009 auf:

2003: 49.180,- €
2004: 77.836,- €
2005: 78.875,- €
2006: 73.597,- €
2007: 123.576,- €
2008: 110.712,- €
2009: 101.806,67 € (voraussichtliche Ertragshöhe, vorbehaltlich von Abschluss- und Korrekturbuchungen /Stand 02.02.10)

Diese Darstellung zeigt signifikant, dass die Verwaltung während der zurückliegenden Jahre einen mehr als doppelt so hohen Ertragsstand erreichte und belegt die hohe Wirtschaftlichkeit innerhalb des Produktes „Kulturelle Veranstaltungen“.

Diese Entwicklung ist maßgeblich auf die kontinuierliche Steigerung der Abonnentenzahlen zurückzuführen, die seit der Spielzeit 2004/2005 stetig stieg:

2004/2005 um 7,61%,
2005/2006 um 2,71%,
2006/2007 um 1,17%
2007/2008 um 2,60%
2008/2009 leichter Rückgang um 0.71%

Derzeitiger Abonnentenstand: 704 Personen bei einer Bestuhlung der Stadthalle von 735 Plätzen.

Desweiteren führten die annähernd konstant gebliebenen Personalkosten (4 Vollzeitstellen) zur Konsolidierung des Aufwandes:

2003: 197.250,- €
2009: 212.438,18 €

Mit dieser personellen Besetzung wurden sämtliche Veranstaltungsreihen, die im Produktplan „Kulturelle Veranstaltungen“ aufgeführt sind, im konstanten Umfang umgesetzt.

Dies sind die Theaterreihen A und B, Familientheater, Kindertheater, Kleinkunstreihe „Kultur mobil“, Kammermusikreihe „Kunst um ½ 7“ einschließlich Neujahrskonzert, „Kultur am Nachmittag“, „Kultur der Länder“, „Hildener Sommer“, Jugendkulturveranstaltungen einschließlich der Jugendkonzerte, Kulturbusreisen, Ausstellungen im Kunstraum und in der Städtischen Galerie im Bürgerhaus, Kinder- und Jugendkunstschule KuKuK.

Darüber hinaus wurde mit der bereits seit 1986 gleichbleibenden personellen Besetzung eine Reihe weiterer Aktivitäten entwickelt, um die stets eng bemessenen Haushaltsmittel effektiv einzusetzen und den Bereich der Kulturellen Veranstaltungen darüber hinaus auf der Grundlage des Strategiepapiers Kultur weiterentwickeln zu können.

Frühzeitig setzte die Verwaltung daher auf die strukturelle Entwicklung innerhalb des Bereiches, auf die Bildung von Netzwerken und auf den Einsatz moderner Technik, da die finanzielle Entwicklung im Sachbereich stets im Zeichen größter Sparsamkeit stand und im Rahmen der bestehenden personellen Ausstattung erfolgen sollte.

Hier sind insbesondere zu benennen:

Bildung von Netzwerken:

Kulturjahr 2000 („Kräfte bündeln, Partner werden“),
Jugendkulturjahr 2005 (Synergien zwischen Kulturamt und Amt für Jugend, Schule und Sport/ seither Durchführung gemeinsamer Veranstaltungen und Werbung für Jugendkultur),
Netzwerk Jugendtheaterfestival „TheaTrend“ der Städte Hilden, Ratingen, Langenfeld (turnusmäßige Federführung und Austragungsort der Veranstaltungswoche),
Beteiligung an der Biennale Neanderland,
Netzwerk „Kunstcafé“, Zusammenschluss aller Ausstellungshäuser in Hilden
Gemeinsame Darstellung und inhaltliche Zusammenarbeit der Kultureinrichtungen beim „Kultursommer“ (Juni-September), dem „Kunstsonntag“, den „Genusstagen“

Public-private- Partnerships (Profilbildung als Jazzstadt):

Hildener Jazztage (Finanzierungsmodell „4-Säulen“),
Blue-Monday Jazzkonzerte

Entwicklung des Kreativbereichs:

Die Angebote der Kinder- und Jugendkunstschule KuKuK sind kostendeckend,
Projekt „Schule und Kultur“,
Kooperation Sommerakademie / Jazzsummer: Image-Gewinn Kulturstadt Hilden (geringe Unterstützung im Werbemittelbereich)

Entwicklung des Ausstellungsbereiches und Profilierung Hildens als Stadt der Bildenden Kunst:

Ausstellungsförderprojekte in Kostenbeteiligung der Künstler, um zu erreichen, dass die Städtische Galerie ganzjährig ausgelastet sein kann,
Förderung der lokalen Kunstszene (Ausstellungen im Standesamt in Kooperation mit H6 ohne Budgetmittel)

Entwicklung effektiver Werbemittel:

Newsletter Kultur (keine Budgetmittel),
Theaterbrief (Nutzerbindung),
Treffpunkt Hilden(Quartalsschrift) in Kooperation mit der Rheinischen Post (die Redaktionen aller drei Publikationen liegen im Kulturamt)

Service-Erweiterung in Kooperation mit der Rheinbahn:

Einführung des Kombitickets als Eintrittsticket für Städtische Kulturveranstaltungen (gültig im gesamten VRR-Bereich)

Die weitere Entwicklung inhaltlicher wie finanzieller Art des Produktes „Kulturelle Veranstaltungen“ auf der Grundlage des Strategiepapiers Kultur ist auch für 2010 und die Folgejahre Ziel der Verwaltung.

Insbesondere sei darauf hingewiesen, dass der Zuschussbedarf des Produktes „Kulturelle Veranstaltungen“ im Jahr 2010 - verglichen mit dem Haushaltsjahr 2009 - um 1,4% sinken wird. Mittelfristig bis 2013 ist geplant, den Zuschussbedarf um weitere 1% zu senken.

Durch die Entwicklung des Marketingkonzeptes in Zusammenarbeit mit der Bergischen Universität Wuppertal soll im Verlauf des Jahres 2010 ein Instrument erarbeitet werden, das die künftige Arbeit im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Werbung des gesamten Kulturbereiches wesentlich unterstützen wird. Daraus könnten sich weitere Möglichkeiten zur Einnahmesteigerung ergeben.

Horst Thiele