

**Sitzungsvorlage 163/2015**

**öffentlich**

**TOP: Beschluss zur Rückübertragung des Kulturhauses an die Stadt Weißenfels**

Beratungsfolge	Sitzungstag	TOP
Kulturausschuss	29.09.2015	
Stadtrat	08.10.2015	

<input type="checkbox"/> Einbeziehung des Senioren- und/oder	<input type="checkbox"/> Behindertenbeirats
--	---

Finanzierung:			
Mittel stehen bereit im Budget:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> Nein, jedoch	<input type="checkbox"/> apl <input type="checkbox"/> üpl <input type="checkbox"/>
aus dem lfd. Haushalt: aus VE / Resten:	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Deckung in Budget Nr. aus Produkt: aus SK / USK aus Maßnahme-Nr. Ansatz auf SK noch verfügbar im SK	
KSt: SK: USK:			
Unterschrift Budgetverantwortlicher			
Mitzeichnung im Bedarfsfall:	Unterschrift		
Zustimmung eines anderen Budgetverantwortlichen			
Bestätigung durch Amt Finanzen			

## Sachstandsbericht:

Am 15.11.2007 wurde mit dem Beschluss Nr. 367-36/2007 die Erweiterung des Sport- und Freizeitbetriebes um das Kulturhaus beschlossen. Der Beschlussfassung lag eine ausführliche Studie der Unternehmensberatung PWC zu Grunde, die bei Bedarf natürlich nochmals vor-gestellt werden kann. Im Ergebnis wurden diverse Rechtsformänderungen vorgeschlagen, von denen letztlich keine umgesetzt wurde. Für die vorliegende Entscheidung sind die damaligen Ausführungen nur noch bedingt relevant.

Zitat des Sachstandsberichtes vom 15.10.2007:

„Durch die Erweiterung des Sport- und Freizeitbetriebes sollen mehr Selbstständigkeit und Flexibilität im Veranstaltungs- und Betriebsmanagement erreicht werden, was letztlich mehr Wirtschaftlichkeit bedeuten wird. Ein hoher Grad an Handlungsautonomie der Eigenbetriebsleitung wird mit gleichzeitiger Ergebnisverantwortung einhergehen.“

Grundsätzlich war dieser Ansatz 2007 nachvollziehbar, konnte doch im Rahmen des Haushaltsrechts bis zum Jahr 2013 (Doppik und Budgetierung) nicht flexibel innerhalb beschlossener Haushaltsansätze gearbeitet werden. Dem oben zitierten Anspruch wurde allerdings nur bedingt Rechnung getragen. Speziell beim Bühnenneubau und der technischen Ertüchtigung des Hauses ist hier eine sehr gute Arbeit geleistet wurden. Im Veranstaltungs- und Betriebsmanagement blieben die bereits damals erkannten Defizite bestehen.

Zitat des Sachstandsberichtes vom 15.10.2007:

„Im Wesentlichen sollen dadurch personalwirtschaftliche Vorteile in einem gemeinsamen Gebilde erzielt werden.... Auch ist der Aufwand zur Erstellung von Wirtschaftsplänen und Jahresabschlüssen somit nur einmal erforderlich.“

Hier gilt es noch einmal klarzustellen:

1. Das Kulturhaus war und ist grundsätzlich ein Betrieb gewerblicher Art. Damit unterlagen und –liegen Einnahmen und Ausgaben dem Umsatzsteuerrecht. Speziell der Vorsteuerabzug war und ist unabhängig der Rechtsform/Trägerschaft zulässig.
2. Die „Erträge aus Beteiligungen und Wertpapieren“ (Gewinnausschüttung SWW) konnten und können niemals mit den Defiziten des Hauses verrechnet werden.
3. Auch innerhalb des Eigenbetriebs Sport und Freizeit (siehe Punkt.1) ist stets eine separate Abrechnung und Bilanzierung notwendig und geleistet wurden.
4. Eine Übernahme von Aufgaben des Veranstaltungsmanagements ist durch die Leitung des Eigenbetriebes nur begrenzt zu leisten (Art und Umfang von Investitionen und Instandhaltungen, artfremd zum eigentlichen Unternehmenszweck und Aufgabenzuwachs durch die Gemeindegebietsreform).
5. Eine Haushaltskonsolidierung war bis 2013, schon durch den Liquiditätsabfluss der Abschreibung nicht gegeben.

Bezogen auf das Jahr 2014 werden die Missverhältnisse erneut deutlich. Insgesamt betrug der Umsatz 181.499€. Zusätzlich rund 90.000€ so genannte Kommunale

Sonderrechnungen. Damit werden die Kosten abgegolten, die durch eigene Veranstaltungen (Neujahrsempfang, Personalversammlung, Wahlen, Geburtstaler, etc.) entstehen. Dem gegenüber stehen Kosten in Höhe von 466.730€. Im Wesentlichen Personal (177.538€), Abschreibungen (104.347€), Reparatur und Betriebskosten. Wenn man davon ausgeht, dass die kommunale Sonderrechnung weitestgehend vollumfänglich erfolgt (so beträgt die Saalmiete für den Neujahrsempfang 4.425€) entspricht das Defizit 2014 in Höhe von 245.340€ einem Zuschuss von 1,35€ pro 1€ Umsatz. Natürlich wird das Kulturhaus immer defizitär laufen, diesen hohen Verlustausgleich kann sich die Stadt allerdings zukünftig nicht leisten.

Wo liegen die Ursachen für diese Verhältnisse. Vorab, die Eigenbetriebsleitung handelt stets abgestimmt, d.h. konform der Beschlüsse der Gremien. Die Grundausrichtung des Hauses liegt auf Fremdvermietung/Verpachtung. Mit der Begründung kein eigenes Risiko einzugehen, wird zu erzielbaren Preisen vermietet. An zwei Beispielen soll die übliche Praxis dargestellt werden:

Auftritt der Magic Tenors 31.01.2014

Erlöse	1.413,00€
Defizit ausweis	3.512,00€ (incl. Vor- und Nachbereitung)

Auftritt Zwinger Trio 11.02.2014

Erlöse	974,00€
Defizit ausweis usw.	2.414,50€ (incl. Vor- und Nachbereitung)

Insgesamt belaufen sich die direkten Defizite aus Veranstaltungen Dritter im Jahr 2014 auf 86.216,30€. Dies ist ein Teil des Gesamtdefizits, auf den allerdings die gesetzliche Umsatzsteuer in Höhe von 16.364€ an das Finanzamt abzuführen ist. Was damit deutlich wird, natürlich hat das Kulturhaus kein Veranstaltungsrisiko, der Mieter allerdings (bezogen auf die Raumkosten) auch nicht! Tatsächlich trägt es die Stadt!

Ein notwendiger Paradigmenwechsel ist mit der derzeitigen personellen Ausstattung nicht möglich (s. folgende Ausführungen unter Punkt 1 + 2)

Im damaligen Sachstandsbericht wurde der Charakter des Hauses sehr gut beschrieben:

„Das Kulturhaus soll auch in Zukunft ein Ort der Bildung, der Tradition, der Kultur des Erlebens, der Kommunikation, auch der Erhaltung und der Fürsorge, als ein Ort erfahrbarer Lebensqualität und Wertevermittlung bleiben.“

Eine Erweiterung dieser anspruchsvollen Definition muss die Herausforderung sein, dies für alle Zielgruppen unserer Umgebung (weit über die Stadtgrenzen hinaus) umzusetzen.

Im Vorfeld wurden auch andere Szenarien geprüft:

- a) Verbleib der Immobilie im Eigenbetrieb, Bewirtschaftung durch das Kulturamt. Bereits heute ist das Veranstaltungsmanagement ein Betrieb gewerblicher Art, der neben dem Markt auch das Schlossfest umfasst. Hier ist das Kulturhaus zu integrieren. Andererseits müsste eine wie immer geartete Nutzungsvereinbarung (Pachtvertrag o.ä.) geschlossen werden. Neben zusätzlicher Umsatz-

steuer, verbliebe die Pflicht eines separaten Jahresabschlusses nebst Bilanz zusätzlich beim Eigenbetrieb erhalten. Dies wird auch durch das Steuerbüro „Connex“ so gesehen.

- b) Unterstellung der Mitarbeiter des Eigenbetriebes dem Kulturamt  
Damit bliebe die Gesamtverantwortung im Eigenbetrieb erhalten und neben arbeitsrechtlichen Konsequenzen müsste z.B. stets eine Verrechnung bei unterschiedlichen Einsatzorten bleiben. Nicht zielführend! Abrechnung, Bilanzerstellung etc. bleiben!
- c) Ein Verkauf/Verpachtung an Dritte ist keine Option. Kunst, Angebote an Kinder und Jugendliche, Vereine etc. werden niemals kostendeckend zu organisieren sein und wird dem Haus nicht gerecht.

Folgende Konsequenzen, Veränderungen ergeben sich aus der Rückübertragung

### **1. Konzentration des Veranstaltungs- und Künstlermanagements im Kulturamt, Abt. Veranstaltungsmanagement**

Aus dem oben dargestellten Istzustand, ergäbe sich die Notwendigkeit personelle Verstärkungen zu organisieren. Mit der Konzentration der Aufgaben und verantwortlichen Personen an einer Stelle der Stadtverwaltung wird dies „geheilt“, ergeben sich im täglichen Handeln eine Vielzahl von Vorteilen. Derzeit laufen z.B. die Planungen im Kulturhaus unabhängig von denen der Stadtverwaltung, vor allem aufgrund zahlreicher Einmietungen (wer zahlt bekommt den Termin...siehe Punkt 3). Um eine effektivere und für die entsprechenden Zielgruppen abgestimmte Planungen zu erreichen, ist eine zentrale Organisation notwendig. Damit wird auch eine eigentlich schon immer stehende Aufgabe deutlich: Veranstaltungen sind zielgruppengenau zu organisieren, nicht entsprechend der Nachfrage diverser Agenturen!

Noch weitaus wertvollere Effekte lassen sich in den Bereichen des Künstlerbookings, der Vermarktung und der Bewerbung von großen und kleinen Veranstaltungen der Stadt erzielen (siehe Punkt 5). Hierbei ist ein einheitliches Auftreten des Kulturbereichs der Stadt Weißenfels unabdingbare Grundlage. Es ist für eine Künstleragentur nicht nachvollziehbar und erschwerend, weshalb das Kulturamt für das Buchen von Künstlern bei Openair-Veranstaltungen zuständig ist aber die Entscheidungskompetenzen im Kulturhaus enden. Lukrative und gern verhandelte Doppelbookings oder mehrere Buchungen bei derselben Agentur sind bei der jetzigen Verteilung der Verantwortlichkeiten nicht realisierbar und die damit zusammenhängenden Einsparungen von Honorarkosten können somit ebenfalls nicht erzielt werden. Eine Ursache für den Ausweis der „Theatertage“ in Eigenregie der Stadt! Weiterhin fehlt der Gesamtüberblick auf die Planungen.

Auch die gemeinsame Bewerbung von Veranstaltungen würde die Kosten auf der einen Seite senken und auf der anderen Seite den Verbreitungsgrad der Angebote wesentlich erhöhen (siehe Punkt 5). Ferner kann auf Mietverträge und Rechnungslegungen bei eigener Nutzung zwischen Stadt und Sport- und Freizeitbetrieb zukünftig verzichtet werden (Senkung Umsatzsteuer!)

### **2. Schließung Vorderhaus / Zusammenlegung des Personals**

Im Rahmen der Rückübertragung des Kulturhauses an die Stadtverwaltung wird auf die Nutzung der Räumlichkeiten des Vorderhauses gänzlich verzichtet. Die zwei Verwaltungsmitarbeiter werden örtlich und organisatorisch in das Kulturamt (Mohrenapotheke) integriert. Die zwei technischen Mitarbeiter bleiben als Ansprech-

partner (z. B. für Besichtigungen des Hauses) und vor allem zur technischen Betreuung von Veranstaltungen vor Ort. Die Büroräume im 2. OG könnten stillgelegt oder vermietet werden. Somit können entweder zusätzliche Einnahmen generiert oder zumindest Betriebskosten eingespart werden. Ein weiterer Vorteil sind neben leichteren Kommunikations- und Abstimmungsmöglichkeiten, Vertretungsregelungen durch die Konzentration aller Mitarbeiter auf einer Büroetage im Gebäude „Mohrenapotheke“.

Die Räumlichkeiten im 1. OG (Klubsaal, großes und kleines Konferenzzimmer) stehen für die kaum vorhandenen Vermietungen nicht mehr zur Verfügung (Klubsaal 12 x davon 4 x Stadt / Konferenzzimmer 11 x ausschließliche Nutzung durch Stadt WSF). Die Räume sind für Veranstaltungen weder attraktiv noch barrierefrei erschlossen. Der Aufwand einer grundhaften Sanierung steht in keinem Verhältnis zu dem dahinter stehendem Nutzen. Veranstaltungen dieser Größenordnung können alternativ im Wintergarten oder im Foyer stattfinden. Die Betriebskosten können somit eingespart werden. Alternative Nutzung möglich.

Ein weiterer wichtiger Grund für die Rückübertragung des Kulturhauses ist der flexiblere Einsatz des vorhandenen Personals. Derzeit sind bspw. weder das technische Personal noch die Veranstaltungskaufleute des Kulturhauses außerhalb der Einrichtung einsetzbar. Gerade bei Großveranstaltungen (z.B. Schlossfest, Sondermärkte etc.) ist der Aufwand für die Mitarbeiter enorm (Planung und Verantwortung für: Schlosshof, Schlossterrasse, Badanlagen, Oldtimerrallye und Festumzug). Die Unterstützung von zwei weiteren Mitarbeitern würde somit wesentlich zur Entspannung der Situation beitragen.

Eine Aufgabenaufteilung wie bisher, in Openair-Veranstaltungen und Kulturhaus-Veranstaltungen, wird es nicht mehr geben. Die Aufteilung der Aufgaben erfolgt, unter Berücksichtigung von Fähigkeiten, Stärken und Schwächen, themen- und fachspezifisch.

Themengebiete sind z.B.:

- Künstlerbooking / Programmplanung / Vermietung
- Werbung / Öffentlichkeitsarbeit
- Durchführung von Veranstaltungen und Märkten
- Haushaltssachbearbeitung
- Veranstaltungstechnik

Ferner kann man durch den Einsatz der vorhandenen Veranstaltungstechnik (Ton, Licht, Bühnenelemente) und des technischen Personals des Kulturhauses zu anderen Veranstaltungen der Stadt durchaus Einsparungen erzielen.

### **3. Erhöhung des Anteils von eigenen Veranstaltungen / gezielte Akquise von Einmietungen**

Derzeit besteht der Veranstaltungsplan des Kulturhauses fast ausschließlich aus Veranstaltungen, die von Fremdveranstaltern (z.B. Agenturen, Privatpersonen, Vereinen) geplant und durchgeführt werden – Einmietungen oder prozentuale Einnahmeteilung.

Die gegenwärtige Strategie, fast keine eigenen Veranstaltungen zu planen, hat den Vorteil etwaige Risiken des Veranstaltungsgeschäfts zu umgehen, was de facto nicht stimmt. Vorwiegend geht es hierbei um fehlende Besuchereinnahmen und somit um Veranstaltungen, die ungeplante Defizite verursachen. Nachteile ergeben sich vor allem daraus, dass das Haus immer mehr Gesicht und Charakter, also die Identität,

verliert (wer die Miete zahlt kann das Haus nutzen) – ein schwerwiegender Verlust. Hinzu kommt das Schwinden von wichtigen Kontakten in der Veranstaltungsbranche durch die derzeit nicht ausreichend durchgeführte Künstlerakquise.

Zukünftig müssen wieder deutlich mehr eigene Veranstaltungen geplant und durchgeführt werden. Diese müssen zielgruppenorientiert in das (noch zu entwickelnde) Gesamtkonzept passen. Der Kunde (Besucher des Kulturhauses) benötigt Kontinuität und Verlässlichkeit (z.B. jeden 1. Samstag im Monat Kabarett/Comedy, jeden 2. Samstag VA für Publikum U30, jeden 3. Samstag Rockkonzert, jeden 4. Samstag Volksmusik usw.). Die Sommerpause dient dabei zur Programmgestaltung. Wichtig ist hierbei, die äußerst vernachlässigte Zielgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen anzusprechen (gute Kontakte bestehen bereits zwischen Kulturamt und Jugendrudiosendern wie z.B. MDR Sputnik und Rockland).

Ziel muss sein, die Künstler- und Veranstaltungsakquise so durchzuführen, dass zumindest mehrheitlich Veranstaltungen entstehen, die mindestens kostendeckend sind oder zum Teil Gewinne erwirtschaften. Ziele zusammengefasst: Erhöhung der Besucherzahlen, Optimierung des Deckungsgrades einzelner Veranstaltungen, Reduzierung des Gesamtzuschusses. Hierbei können natürlich auch Einmietungen eine Rolle spielen. Allerdings müssen diese sich in das Gesamtkonzept des Hauses integrieren. Diese Herangehensweise fordert zwar mehr Kraft, es ergeben sich aber wesentlich bessere Gestaltungsmöglichkeiten die dem Haus eine sichtbare Identität verleihen. Die bereits bestehenden, etablierten Veranstaltungen (z. B. Konzerte mit der Jenaer Philharmonie) werden weitergeführt.

### **3.1. Vereine der Stadt Weißenfels**

Städtische Vereine bekommen einen 50%igen Rabatt auf den Mietpreis. Bei einer Veranstaltungsdauer von drei Stunden bedeutet dies eine finanzielle Belastung für die zumeist ehren-amtlichen Akteure i. H. v. 790,- (brutto). Hinzu kommen Kosten für Versicherung, Dekoration, Technik, Gema usw. Vielmehr muss die Stadt Weißenfels als Veranstalter auftreten und das ehrenamtliche Engagement nutzen um eine wiederum gute und möglichst kostendeckende Veranstaltung mit dem Verein gemeinsam durchzuführen. Der Verein sorgt dabei massiv, auch in eigenem Interesse, für die Verbreitung der Veranstaltung (wirkt also als fast unbezahlbarer Multiplikator) und für die Inhalte. Dem Verein werden somit die finanzielle Last und viele Risiken genommen. Die freiwerdende Kraft kann somit in die Gestaltung der Show oder des Programms investiert werden. Das Haus kann zudem mit eigener Technik und Personal mitwirken.

### **4. Erhöhung der Einnahmen durch Einwerbung von Drittmitteln**

Bislang werden im Kulturhaus keine Fördermittel eingeworben. Ausnahme: die Weißenfelser Theatertage für die das Kulturamt finanzielle Unterstützungen beim Kultusministerium und bei Lotto/Toto beantragt. Bisher erfolgte stets eine Bewilligung! Analog sind Veranstaltungsformate oder Projekte zu entwickeln, die in die Richtlinien verschiedener Geldgeber passen. Dem voran steht eine intensive Akquise von möglichen Fördermittelgebern. Auch die Vermarktung des Jahresprogramms und ggf. einzelner Veranstaltungen muss nachhaltig und tiefgründig betrieben werden. Ziel dabei ist vordergründig die Entlastung des Haushaltes und das Minimieren von Risiken bei steigender Qualität.

Darüber hinaus muss nach Möglichkeit ein Förderverein, bestehend aus potenziellen ehren-amtlichen und auch gewerblichen Nutzern, gegründet werden. Der Förderver-

ein hat die wichtige Aufgabe, gemeinsam mit der Verwaltung, alternative Geldquellen zu akquirieren, Fördermittelanträge zu stellen aber auch hin und wieder bei der Durchführung von Veranstaltungen zu helfen (z. B. Einlassdienst, Garderobe o. ä.). Ein weiterer positiver Effekt, neben den monetären Vorteilen, ist die Identitätsstiftung. Ein „Wir-Gefühl“ wird vermittelt: „Das ist unser Kulturhaus“. Dies trägt wiederum zu einer besseren Multiplikation der Veranstaltungen bei. Auch Kooperationen mit anderen Vereinen und ähnlichen Häusern sind erstrebenswert. Zudem sollte für mögliche Sponsoren ein Paket aus verschiedenen Veranstaltungen z. B. Schlossfest / Kulturhaus / Museumsnacht, wesentlich interessanter sein als Einzelveranstaltungen. Ein Veranstaltungsmarketing in dem Sinne findet derzeit im Kulturhaus nicht statt, muss aber dringend installiert werden. Diesbezüglich gibt es auch die Möglichkeit sich der Leistungen Dritter (z.B. Werbeagenturen) zu bedienen, ähnlich wie es bereits beim Schlossfest praktiziert wird.

## 5. Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

Um mit dem Angebot des Kulturhauses möglichst viele potenzielle Besucher bzw. Kunden zu erreichen, sind eine optimale Abstimmung mit dem gesamten Stadtmarketing

einerseits und ein gesunder Marketingmix andererseits unbedingt notwendig. Das bisherige Auftreten der Einrichtung nach außen reicht bei weitem nicht aus. Innerhalb des städtischen Marketings können durch geschickte Koordination und Kommunikation positive Werbeeffekte für alle Beteiligten erreicht werden. Unter der Prämisse, so viele Menschen wie möglich zu erreichen, müssen gemeinsame Werbemaßnahmen kreiert und verbreitet werden. Die mittels verschiedenen Medien präsentierten Produkte (Konzerte, Lesungen, Shows, Theater, Märkte usw.) profitieren automatisch voneinander (Amazon-Strategie: Der Kunde, der dieses Produkt gekauft hat, den interessiert auch das). Es werden demnach mehr potenzielle Kunden erreicht und Gelder durch Verteilung auf verschiedene Produkte eingespart. Weiterhin sollte das s. g. Corporate Design speziell für das Kulturhaus aufgefrischt / modernisiert, zielgruppenorientierte Layouts entworfen und die Homepage heutigen Standards angepasst werden. Zur besseren Kundenbindung macht ein Kultur(haus)-Abo Sinn, vielleicht sogar in Verbindung mit unseren Museen, Heimatnaturgarten, Schwimmbhalle.

Folgende Medien und Maßnahmen sind für das Marketing unentbehrlich:

- Jahresprogrammheft
- Zielgruppenorientierte Flyer / Programme
- Kooperationen mit Funk und Fernsehen
- Soziale Netzwerke
- Homepagepflege (Nachberichte, Fotos, Videos usw.)
- Plakatwerbung (eventuelle Schaffung von Plakatierungsstellen)
- Anzeigenschaltung
- Pressearbeit (regelmäßige Pressegespräche, Nachberichte, Vorschau usw.)
- Kultur(haus)-Abo

Zur besseren Vermarktung des Hauses gehört ebenso die Schaffung einer gemütlicheren Atmosphäre im Foyer und im Wintergarten. Das Foyer kann ebenfalls für Kleinkunstveranstaltungen genutzt werden wie z. B. Lesungen, Vorträgen etc.

## 6. Gastronomie

Der Vertrag mit dem derzeitigen Gastronom läuft bis zum 31.01.2017. Es ist in den verantwortlichen kommunalpolitischen Gremien zu entscheiden, ob der Vertrag für einen bestimmten Zeitraum verlängert oder ein neues Interessenbekundungsverfahren eingeleitet wird. Unabhängig von dieser Entscheidung sollte ein Vertrag mit einer mittelfristigen Laufzeit (5 – 10 Jahre) angestrebt werden. Kulturhaus und Gastronom brauchen auch an dieser Stelle Beständigkeit um gemeinsam das Profil der Einrichtung weiter zu entwickeln.

## 7. Zusammenfassung

### *Zusammenlegung des Veranstaltungs- und Künstlermanagements im Kulturamt*

Gemeinsames Budget Kulturhaus, Markt, Schlossfest  
Abgestimmte Planungen, Gesamtüberblick  
Doppelbookings, bessere Verhandlungsbasis durch höhere Quantität  
klare Aufgabendefinition und Ansprechpartner

### *Schließung / Vermietung 1. und 2. OG im Vorderhaus*

- 1. OG:  
Stilllegung oder Nutzung als Archiv
- 2. OG:  
Einsparung Betriebskosten oder Mehreinnahme durch Vermietung

### *Zusammenlegung des Personals*

leichtere Kommunikations- und Abstimmungsmöglichkeiten  
Urlaubs- und Krankheitsvertretung  
Flexibler Einsatz des Personals

### *Nutzung vorhandener Ton- und Lichttechnik des Kulturhauses zu anderen städtischen*

*Veranstaltungen*

### *Deutliche Erhöhung Anzahl eigener Veranstaltung*

Veranstaltungskonzept  
Angebote für Jugendliche  
Entlastung aktiver Vereine

### *Drittmittel (Sponsoring, Fördermittel)*

Gründung Förderverein

### *Optimierung Öffentlichkeitsarbeit und Marketing*

optimale Abstimmung mit dem Marketing der Stadt  
gemeinsame Veröffentlichungen, Produkte

**Ziele:**

Erhöhung der Besucherzahlen

Erhöhung der Einnahmen / Verringerung des Zuschusses um mind. 50.000,- (ab 2017 ff)

Kontinuität für verschiedene Zielgruppen

Einsparung Betriebskosten Vorderhaus ca. 10.000,- € / Jahr

Bindung örtlicher Akteure

---

R i s c h

Oberbürgermeister

**Beschlussvorschlag:**

Der Stadtrat der Stadt Weißenfels beschließt

1. Die Rückübertragung des Kulturhauses der Stadt Weißenfels vom Sport- und Freizeitbetrieb der Stadt Weißenfels zur Stadt Weißenfels zum 01.01.2016 auf der Grundlage
  - a) der Sitzungsvorlage mit Anlagen der Betriebsleitung des Sport- und Freizeitbetriebes der Stadt Weißenfels und
  - b) der Sitzungsvorlage des Kulturamtes der Stadt Weißenfels zur Betreuung des Kulturhauses
  
2. Die Übertragung der Mitarbeiter des Kulturhauses der Stadt Weißenfels gemäß Stellenplan des Wirtschaftsplanes des Sport- und Freizeitbetriebes der Stadt Weißenfels an die Stadt Weißenfels zur Berücksichtigung im Haushaltsplan der Stadt Weißenfels ab dem 01.01.2016

---

R i s c h

Oberbürgermeister

**Anlagen:**

BAB 01 – 12/2014 vorläufiger Jahresabschluss Kostenstelle Kulturhaus

Kommunale Sonderrechnung 01/02 2014

Sachstandsbericht des Sport- und Freizeitbetriebes