
Konzeption für die Roxy gemeinnützige GmbH

vorgelegt von Laurence Lachnit, Jens Gehlert und Thomas Rothacker
Ulm, Juni 2010

Roxy,
Ulm
Neue Wege ab
2011

Konzeption für die Roxy gemeinnützige GmbH

vorgelegt von Laurence Lachnit, Jens Gehlert und Thomas Rothacker
Ulm, Juni 2010

Das Roxy – gestern, heute und morgen	2
2010 bis 2011 – Die Konsolidierung im Fokus	3
Bewegungen in der Programmstruktur	4
Orientierung der neuen Geschäftsführung – Ausblick und Perspektiven	6
Öffentlichkeitsarbeit und Kulturvermittlung – eine neue Brücke in die Stadt bauen	8
Finanzierung – von der Grundsicherung zu einer neuen Organisationsstruktur	10
Soziokultur als Teil der „Marke“ Ulm	12
Anlage 1 Kalkulation Personalkosten	14
Anlage 2 Kalkulation Veranstaltungen	15
Anlage 3 Budgetplanung	16
Anlage 4 Werdegang Laurence Lachnit M.A. – neue Geschäftsführerin ab 2011	18

2 Das Roxy – gestern, heute und morgen

Viele gute Jahre, mit großem inhaltlichen und auch wirtschaftlichen Erfolg, liegen hinter dem Roxy. Das Haus wurde ab 1999 entschuldigt, mit der Gründung der gemeinnützigen GmbH im Jahr 2000 und der neuen Geschäftsführung bestehend aus Thomas Rothacker gemeinsam mit Jens Gehlert kontinuierlich konsolidiert und wieder zu einer festen, verlässlichen Größe in der Ulmer Kulturlandschaft gemacht. Das Roxy bereichert das kulturelle Angebot in der Region mit einem breiten Spektrum an Veranstaltungen; es ist ein lebendiger Ort der Zeitkultur und offen für alle Generationen. Es ist Treffpunkt für die Stadt, die gesamte Region, und damit ein wichtiger Standortfaktor.

Die Zielsetzung der jetzigen Geschäftsführung war, einerseits das inhaltliche, substantielle Kulturangebot wieder auszubauen, und andererseits im Angesicht der dramatischen Unterförderung des Hauses mit kommerziellen Partyangeboten diese Kultur erst möglich zu machen, um so das Haus, das Angebot und auch die Arbeitsplätze der Mitarbeiter zu sichern. So vervielfachte sich die Zahl der Besucher tatsächlich von rund 25.000 im Jahr 1999 bis zum Höhepunkt im Jahr 2004 mit 146.648 Besuchern. Im Jahr 2009 hatte das Haus trotz des Wegbrechens der kommerziellen Tanzveranstaltungen 75.555 Gäste.

Die Einnahmen aus dem kommerziellen Programmbereich sind in den vergangenen drei Jahren deutlich zurückgegangen. Nach Jahren mit guten Ergebnissen hat dies dazu geführt, dass das Roxy seit 2007 ein Negativergebnis ausweist. Auch die bereits vorliegenden Zahlen für 2009 sprechen eine deutliche Sprache und stellen das Haus vor eine schwierige Situation. Das von der Stadt Ulm 2009 beauftragte Gutachten bei der Firma Bachert & Partner zeigt die erhebliche Unterfinanzierung der Einrichtung, wenn die an sie gestellten soziokulturellen Anforderungen, die vom Land Baden-Württemberg definiert sind und die Grundlage für die Förderung durch die Stadt Ulm und das Land darstellen, erfüllt werden sollen.

Um mit neuem Denken in die Zukunft zu gehen, hat die Roxy gemeinnützige GmbH sich entschlossen, in einem geordneten Übergangsprozess einen Wechsel in der Geschäftsführung umzusetzen. Gefunden wurde als Nachfolgerin von Thomas Rothacker und Jens Gehlert die Kulturmanagerin Laurence Lachnit (siehe Anlage 4 Werdegang). Es ist geplant, dass sie ab dem 1. Januar 2011 die alleinige Geschäftsführung übernehmen wird. Ab Mitte September steht sie für die Übergabe und Einarbeitung zur Verfügung. Auch die vorliegende Konzeption wurde gemeinschaftlich erarbeitet.



Die Phase einer unbedingt nötigen Konsolidierung hat begonnen. So musste sich das Roxy aus wirtschaftlichen Gründen von den am besten bezahlten Mitarbeitern trennen: Büroleiter Adrian Büsselmann und Gastronomieleiterin Manuela Dobert haben das Haus mittlerweile verlassen. Ein ausgebildeter Lehrling konnte nicht übernommen werden. Ende 2010 wird der technische Leiter Thomas Colditz verabschiedet.

Wenngleich durch das Wegfallen der Stellen von Adrian Büsselmann (seit Januar 2010) und Manuela Dobert (seit April 2010) bereits in diesem Jahr Einsparungen erfolgen, wurden drei bestehende Teilzeitstellen um je 20% erhöht, um die noch im Vorjahr geplanten und gebuchten Veranstaltungen personell überhaupt abwickeln zu können. Hinzu kommt in diesem Jahr Laurence Lachnits Tätigkeit (60% von September bis Dezember).

Die dargestellten Maßnahmen schaffen also ein spürbares Sparpotential, dessen Auswirkungen jedoch de facto erst 2011 in Gänze zum Tragen kommen werden.

Auf der anderen Seite wird dadurch aber auch die Schlagkraft des Hauses und dessen Präsenz reduziert. Es wird immer deutlicher, dass weitere Kulturveranstaltungen, wie z.B. im Bereich der Donauaktivitäten nur mit zusätzlichen Mitteln durchzuführen sind.

Die Anzahl der Spieltage wurde auf 140 Eigenveranstaltungen reduziert. Hinzu kamen 21 Kooperationen mit anderen Kultureinrichtungen und 42 Vermietungen (kommerzielle Veranstalter, Firmen). Die schwächer frequentierten und nicht rentablen Veranstaltungen wurden aus dem Programm genommen und es wurde dafür gesorgt, dass die Arbeit in dieser Umstrukturierungsphase noch zu leisten ist.

Die von Bachert & Partner vergangenen Herbst im Bereich der Discoververanstaltungen vorgegebene Anhebung der Eintritts- und Getränkepreise wurde vom Roxy-Publikum sehr kritisch aufgenommen. Im Januar 2010 wurden daher die Preise wieder an das ursprüngliche Niveau angepasst, um nicht noch weitere Besucher zu verlieren und das Angebot sozial verträglich und niederschwellig zu halten.

Bevor Laurence Lachnit mit ihrem Team neue Wege gehen kann, ist erst einmal die personelle und strukturelle Konsolidierung abzuschließen. Die oben genannten kurzfristigen Maßnahmen zur Existenzsicherung sollen bis 2011 eine neue Basis für die weiter zu entwickelnde Programmarbeit bilden. Eine mehrjährige Planungssicherheit ist die unabdingbare Voraussetzung für die Entwicklung einer umfassenden mittel- und längerfristigen Strategie.

Bewährtes erhalten

Das Erfolgsstück „Caveman“ (über 100.000 Besucher im Roxy) soll auch im kommenden Jahr im Programm Bestand haben. Am 22.09.2010 hat „Hi Dad! Hilfe. Endlich Papa.“ mit Martin Luding in der Regie von Esther Schweins Premiere im Roxy. Es handelt sich um eine Fortsetzung von Caveman und wird in der kommenden Spielzeit voraussichtlich 20 Mal angeboten werden.

Weiterhin bildet der Musikbereich einen deutlichen Schwerpunkt: Die bewährte Mischung aus Konzerten mit namhaften internationalen Künstlern und Bands aus der Region soll beibehalten werden. In der Reihe „Heimspiel“ werden junge Bands aus Ulm und der Region präsentiert. Sie ist eine logische Erweiterung und Fortsetzung der Pop Bastion, indem sie jungen Nachwuchsgruppen eine Auftrittsmöglichkeit bietet. Da die Reihe bereits einige Jahre sehr erfolgreich läuft, werden

inzwischen auch immer wieder junge Bands aus anderen Teilen Deutschlands mit ins Programm aufgenommen, meist in Verbindung mit einem heimischen Act. Die Veranstaltungsreihe findet jeweils am ersten Freitag im Monat vor der Rockbar statt.

Mindestens alle zwei Jahre findet das „X-Rock Festival“ unmittelbar vor Weihnachten statt. Bei dieser Veranstaltung, die aus der Heimspielreihe heraus entstanden ist, spielen drei bis fünf Bands an einem Abend, meist mit einem Headliner wie z.B. Die Happy oder den Itchy Poopzkid's.

Auch die Openstage, die Laien, Anfängern und Profis die Möglichkeit bietet, ihre Talente zu präsentieren, ist beim Publikum, mit einem Durchschnitt von über 300 Besuchern nach wie vor sehr beliebt und bleibt als monatliches Highlight im Programm bestehen.

Integration von NEUEN Veranstaltungshighlights

Durch den Gemeinderatsbeschluss vom 27. November 2009 ist es möglich, verstärkt Kooperationen mit anderen Kulturschaffenden einzugehen. Dies wird ausgebaut und findet sich im Programm ab 2011 wie folgt wieder:

Rock aus Bayern

Kooperation mit dem Rockbüro Bayern

Die bayrische Landesregierung fördert die Gastspiele junger bayrischer Musiker aus den Bereichen Liedermacher, Rock/Pop & Jazz. Die Förderung gilt eigentlich nur für den Freistaat Bayern. Wegen der Nachhaltigkeit seiner Nachwuchsarbeit und der Grenznahe wurde das Roxy als einzige nichtbayrische Einrichtung mit in den Veranstaltungspool aufgenommen.

Fête de la Musique – Fest der Musik

Kooperation mit der Stadt Ulm, Musikveranstaltern und Gastronomiebetrieben

Die „Fête de la musique“ ist das Fest der Musik, das alljährlich weltweit zum Sommeranfang am 21. Juni an einem Tag gefeiert wird. Erstmals 1982 in Paris – inzwischen in 340 Städten weltweit und davon 60 Städte in Europa – wird Musik aller Stilrichtungen weltweit ihren Liebhabern und Interessierten geboten – kostenfrei, dank der MusikerInnen, Bands, Orchester, Chöre, Solisten und DJs, die an diesem Tag ohne Honorar auftreten. Das Roxy integriert diese Veranstaltung als Beitrag im Rahmen des kürzlich bundesweit lancierten und von der Stadt Ulm befürworteten Projektes „Tag der Musik“.

Entwicklung der Personalsituation 2009–2011

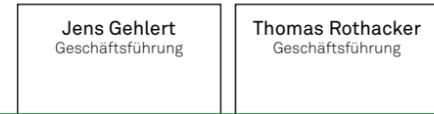
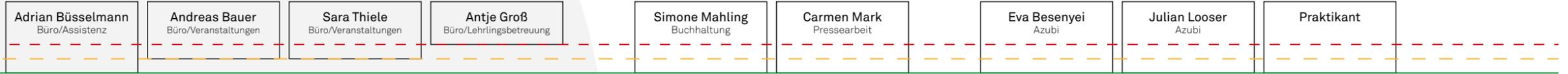
festangestellte Mitarbeiter

freie Mitarbeiter Azubi/Praktikanten

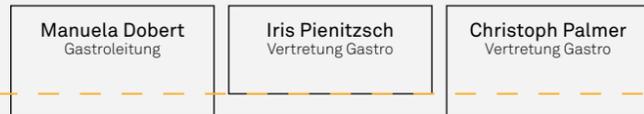
2009

Büro

60%
80%
100%



Gastro



Technik



2011



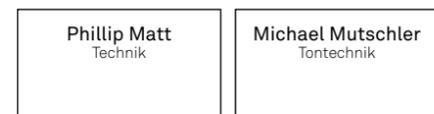
Büro



Gastro



Technik



Bewegungen in der Programmstruktur 5

Jugendtanzprojekt

Kooperation mit Schulen und sozialen Trägern/Einrichtungen

Über ein neu konzipiertes Jugendtanzprojekt werden Jugendliche aus Ulm und der Region für Bewegung und Tanz begeistert, man bietet ihnen neue Ausdrucks- und Begegnungsmöglichkeiten jenseits von sprachlichen und kulturellen Barrieren. Junge Menschen aus verschiedenen Ulmer Schulen werden gemeinsam mit einem professionellen Choreografen und Tänzern eine Choreografie erarbeiten, die dann öffentlich im Roxy aufgeführt wird. Der Choreograph entwickelt Stücke für die Schüler, die zum Teil bis zu ihrer Teilnahme an dem Projekt keinerlei Erfahrungen mit Musik und Tanz gemacht haben und bedient sich der gesamten musikalischen Bandbreite, um auch die Geschmäcker der Jugendlichen und kulturellen Besonderheiten innerhalb der Gruppe mit einzubeziehen.

Science-Slam

Kooperation mit der Universität Ulm

Die neue Reihe „Science Slam“ hat zum Ziel, der Vielzahl an Wissenschaftlern der Universität Ulm eine Möglichkeit zu geben, dem Laien und Nicht-Wissenschaftler Einblicke in ihre Arbeit zu ermöglichen, sich zu präsentieren und auf originelle Art vor einem neuen Publikum aufzutreten.

Info-Börse des Netzwerks Bildung Ulm/Neu-Ulm

Kooperation mit der Hauptabteilung Kultur der Stadt Ulm

Am 18. Juni 2010 findet die erste Info-Börse „Bildung Ulm/Neu-Ulm“ statt. Ziel ist es, Kulturschaffende und Bildungseinrichtungen zusammenzubringen, um gemeinsame Projekte in den Unterricht der Schulen einfließen zu lassen. Ausgerichtet auf die Zukunft soll diese Börse mit Referaten, Präsentationen, Kurzauftritten etc. jährlich im Roxy stattfinden.

Behindertentheaterfestival

Kooperation mit der Lebenshilfe Ulm/Neu-Ulm e.V.

Geplant ist ein zwei- bis dreitägiges Theaterfestival mit Menschen mit Behinderungen. Aufbauend auf der Erfahrung der beiden in den vergangenen Jahren im Roxy produzierten Stücke zusammen mit der Lebenshilfe ist die Idee für ein Theaterfestival entstanden. Die Premiere soll 2011 stattfinden und dann alle 2 Jahre eine erneute Ausgabe des Festivals durchgeführt werden, ab 2013 auch mit Gruppen aus den Donauländern – Österreich, Ungarn, Serbien, Rumänien – sowie Frankreich und weiteren EU-Ländern. Die Kontakte zu ausländischen Kooperationspartnern und Theatergruppen werden zur Zeit aufgebaut.

Neue Partyreihen

Nachdem die Notwendigkeit der Neukonzeption des Tanzbereichs deutlich geworden ist, werden zwei neue angesagte Partyreihen für ein junges Zielpublikum entstehen. Aktuelle Trends wie Balkan Musik, Soul, Indie und Elektronische Musik sollen aufgegriffen werden und sich in dynamischen Partykonzepten wider spiegeln. Die bewährte Kombination aus LiveAct und Party mit DJ und VJ im Anschluss wird weitergeführt und über eine offensive altersspezifische Öffentlichkeitsarbeit zur Neugewinnung der jungen Partyszene kommuniziert. Jeden zweiten und dritten Freitag findet bereits ab September eine neue Tanzreihe im Bereich Soul & Funk statt. Hierfür konnten zwei bekannte DJs aus München verpflichtet werden. Das Programm wird weiterhin ergänzt durch vier bis fünf Party-Highlights im Jahr, wie Shantel oder Big City Beats.

6 Orientierung der neuen Geschäftsführung – Ausblick und Perspektiven

Um bereits jetzt einen Eindruck der künftigen inhaltlichen Arbeit der neuen Geschäftsführerin zu geben, wird im folgenden die neue Programmlinie dargestellt, die ab der Spielzeit 2011/2012 in konkreten Projekten umgesetzt werden wird.

Mit dem Wechsel der Geschäftsführung wird der Projektbereich einen neuen Stellenwert bekommen. Anstatt Veranstaltungen isoliert anzubieten, werden Brücken geschlagen zwischen den verschiedenen Programmelementen und künstlerischen Disziplinen, und einzelne Schwerpunktbereiche und Reihen herausgearbeitet. Dies bietet neben der Möglichkeit einer zusätzlichen projektbezogenen Finanzierung eine größere „Lesbarkeit“ des Programms nach außen und eine deutlichere Profilierung in Hinblick auf das Angebot konkurrierender Veranstalter und neue Formen der Zusammenarbeit mit anderen Ulmer Kultur- und Bildungseinrichtungen.

Soziokultur mit neuem Leben füllen

Interdisziplinäre, generationsübergreifende und interkulturelle Projekte fangen aktuelle Bewegungen und soziale Realitäten ein und bringen Dynamik in die Stadt. Eine kreative Auseinandersetzung mit zukunftssträchtigen Themen, die Berücksichtigung der kulturellen Bedürfnisse besonders junger Menschen und die aktive Einbeziehung der BesucherInnen bilden hierbei eine neue Linie.

Gesellschaftsrelevante Themen werden aufgegriffen und eine Reihe von Veranstaltungen rund um die Idee zusammengestellt. Dabei bieten sich Fragestellungen aus allen Lebens-

bereichen, wie Familie, Partnerschaft, Beruf und Freizeit, Äter werden, Jugendkultur, etc. an. Neue Zielgruppen werden über inhaltliche Botschaften einerseits („Das Programm geht mich etwas an“) und ungewöhnliche Formate („Ich erlebe dort etwas besonderes“) angezogen. So verstehen wir zeitgemäße soziokulturelle Arbeit.

Tanzen - in und um Ulm

Tanz ist heute mehr denn je die Kunstform, die der modernen Lebenswelt und der Globalisierung entspricht. Das Sprachorgan des Tanzes ist der Körper und es bedarf keiner Landessprache, um auf der Bühne seine bewegenden Geschichten zu erzählen. Zeitgenössischer Tanz ist DIE internationale Sprache der darstellenden Kunst und entspricht den neuen Erfordernissen unserer multikulturellen Gesellschaft. Zeitgenössischer Tanz mit seinen unzähligen Stilen, von HipHop über Folklore zum Tanztheater und Ballett, findet sowohl bei Kindern und Jugendlichen wie auch bei Erwachsenen und Senioren sein Publikum und ist wichtiger Teil der künstlerisch und institutionell vielfältigen Kunstszene in Baden-Württemberg.

In Ulm ist die Sparte Tanz bisher vor allem durch klassische und moderne Ballettaufführungen im Theater Ulm präsent; es mangelt jedoch an alternativen und ergänzenden Angeboten in anderen Bereichen der Performancekunst und des Tanzes.

Ein wichtiges Organ zum Austausch zwischen Tanzschaffenden und Aufführungsorten ist die „Interessensgemeinschaft zeitgenössischer



Tanz in Baden-Württemberg“, die aktuell an einer umfassenden landesweiten Strategie für die Stärkung des Tanzes arbeitet, auch im Hinblick auf die Förderung durch Bundesmittel im Rahmen einer Kandidatur beim „Tanzplan“. Diese Initiative wird vom Land Baden-Württemberg unterstützt. So wurden die durch die Landesarbeitsgemeinschaft Freie Theater e.V. vergebenen Landesmittel für Projekt- und Gastspielförderung vergangenes Jahr deutlich erhöht. Auch speziell für den Tanz eingerichtete Töpfe wie das National Performance Network bieten gute Möglichkeiten, an zusätzliche Projektmittel zur Gastspielförderung zu gelangen.

Das Roxy als „Tanzhaus“

Als Haus der Bewegung, der Dynamik, am Puls der Zeit wird das Roxy in dieser Perspektive noch deutlicher zu einem Ort der Begegnung werden – bewegend und in ständiger Bewegung. Über die Vielfalt des Roxy-Programms können einzelne Gruppen auch für die verschiedenen Bereiche des Tanzes sensibilisiert und interessiert werden, sei es über eine Partyreihe, eine Tanzveranstaltung oder ein pädagogisches Projekt. So entstehen neue Zuschauerkreise.

Der Bereich kulturelle Bildung wird über besondere Formen der Tanzpädagogik als fester Bestandteil des Hauses wieder belebt – Menschen lernen, sich mit ihrem Körper bewusster auszudrücken, haben Spaß an Bewegung und der Begegnung in der Gruppe. Neben einem Schwerpunkt auf Kinder- und Jugendarbeit sollen spezielle Angebote für Erwachsene, Senioren und Behinderte in das Konzept

einfließen. So können in Zusammenarbeit mit Schulen, Bildungseinrichtungen und sozialen Trägern spannende Workshops für Amateure, semiprofessionelle und professionelle TänzerInnen angeboten werden – von jung bis alt, von nah und fern – hier werden alle Generationen und kulturellen Minderheiten mit in die Programmplanung einbezogen.

Für Tanzschaffende können darüber hinaus Fachtagungen und Fortbildungen in Kooperation mit Hochschulen, Vereinen, Verbänden einen theoretischen Background bieten und zur Vernetzung innerhalb der baden-württembergischen Tanzlandschaft beitragen.

Ulm als Standort zwischen Stuttgart und München wird Choreografinnen und TänzerInnen aus anderen Städten anziehen. Regelmäßig wiederkehrende innovative Formate wie Festivals (z.B. länderspezifische Ausrichtung, Nachwuchsförderung, Präsentation einer bestimmten Tanzrichtung wie Tango, Flamenco, HipHop, afrikanischer Tanz) bilden Highlights im Veranstaltungskalender. Sie wirken impulsgebend und sind äußerst publikumswirksam. Daneben sind es unmittelbare Foren des künstlerischen Austauschs.

Gewünscht wird in diesem Zusammenhang eine Zusammenarbeit mit dem Ulmer City Marketing und/oder mit der Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH, denn Tanz kommt gerade bei internationalen Gästen und Touristen gut an, da er „alle Sprachen spricht“.

Eine wesentliche Besonderheit des Roxy als soziokulturellem Zentrum ist seine Fähigkeit und sein Bestreben, Kultur einem breiten Publikum – einem soziodemografischen Querschnitt der Bevölkerung – zugänglich zu machen.

Die umfangreiche Resonanz in der Presse und der Bevölkerung hat den Stellenwert und die feste lokale und regionale Verankerung des Roxy als Kultureinrichtung verdeutlicht und den Veranstaltern Mut gemacht, nach einem besonderen Weg im Austausch mit der Ulmer Bevölkerung im Allgemeinen und neuen potentiellen Zielgruppen im Speziellen zu suchen. Der begonnene öffentliche Dialog über das, was das Roxy für Ulm war, ist und sein kann, soll fortgeführt werden, um es als zentralen Raum in der Stadt zu stärken und auf eine neue Art und Weise in das öffentliche Bewusstsein zu bringen.

Geplant ist, Ulmerinnen und Ulmer, sowie Vertreter aus Kultur, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft in regelmäßigen Abständen dazu einzuladen, sich gemeinsam über „ihre

Kultur“ auszutauschen. In Anlehnung an das „rote Sofa“ wird es endlich wieder einen Jour fixe im Roxy geben, der es ermöglicht, den Austausch mit dem Publikum in Form von offenen Diskussionsrunden zu finden, und auch Anregungen aus der Stadt direkt in die Programmarbeit einfließen zu lassen. „Ulmer Gespräche“ über aktuelle kulturpolitische Themen, Veranstaltungen in Kooperation mit Hochschulen oder anderen Bildungs- und Kultureinrichtungen sowie Künstlergespräche bilden eine abwechslungsreiche Veranstaltungsreihe, die sich fest im Kulturkalender etablieren soll.

Neuerungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit werden ebenfalls auf der Agenda stehen: Von der Überarbeitung der Printmedien über die Nutzung neuer zielgruppenspezifischer Wege der Kommunikation bis hin zu einer erweiterten Nutzung der Roxy-Homepage wird es „sichtbare“ Veränderungen geben, die auch in imagefördernder Hinsicht wirken werden. Als Highlights werden immer wieder originelle und publikumswirksame Aktionen in die Stadt getragen, bei denen die UlmerInnen auf per-

Bewegung macht beweglich –
und Beweglichkeit kann
manches in Bewegung setzen.

P. Haschek

Öffentlichkeitsarbeit und Kulturvermittlung – eine neue Brücke in die Stadt bauen 9

sönliche Art und Weise reflektieren und kommentieren, was im Roxy passiert.

Kommunikationsprojekt mit der Hochschule Neu-Ulm, Studiengang Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation

In Kooperation mit der Hochschule Neu-Ulm

wird im Sommersemester 2010 das Roxy-Marketing-Konzept überprüft und optimiert. Studenten des Studiengangs Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation (5.Semester) erarbeiten im Rahmen eines Kommunikationsprojekts neue Vermarktungsideen und Marketingstrategien sowohl für einzelne Roxy-Reihen als auch für das Kulturzentrum im Gesamtkontext.

Mit diesem Projekt sollen neue Kommunikationswege und somit neue Publikumsströme erschlossen und die bestehenden Marketingmaßnahmen optimiert werden.

In Projektgruppen beschäftigen sich die Studenten mit Themen wie z.B. Media-Analyse, Mediennutzung verschiedener Zielgruppen, Social Networks, Benchmarking, Ambient

Media, Sponsoringkonzeption. Eingebaut in das Projekt sind auch einige Umfragen, deren Auswertung eine optimale Hilfestellung zur Erschließung neuer Kommunikationswege bieten wird.

Präsentiert werden die Arbeiten im Sommer – somit können die Ergebnisse bereits ab Herbst in der Vermarktung der Roxy-Veranstaltungen umgesetzt werden. Die Kooperation ist längerfristig angelegt: Vom begleitenden Dozenten Prof. Dr. Achim Dehnert ist bereits angedacht, einzelne Themenstellungen in Masterarbeiten zu vertiefen.

10 Finanzierung – von der Grundsicherung zu einer neuen Organisationsstruktur

Basisfinanzierung durch einen städtischen Zuschuss in Höhe von 250.000 €

Die gemeinnützige Ausrichtung und die Kombination aus kommerziellen und kulturellen Angeboten kann nur dann aufrecht erhalten werden, wenn eine Grundfinanzierung der Programmarbeit durch Stadt und Land gewährleistet ist. Durch eine Erneuerung und Fixierung des städtischen Zuschusses für die kommenden drei Jahre ist die Basis gesichert, auf der auch neue Kulturprojekte entstehen und mithilfe einer gezielten Akquise zusätzlicher öffentlicher und privater Gelder realisiert werden können.

In diesem Zusammenhang soll der Bereich Sponsoring und Fundraising ab dem kommen-

den Jahr langsam aufgebaut werden. Gerade für Projekte mit starkem soziokulturellem Charakter wie das geplante Jugendtanzprojekt eröffnen sich neue Spielräume und bisher ungenutzte Möglichkeiten der Mischfinanzierung aus sozialen und kulturellen Töpfen, sowohl aus öffentlicher Hand wie auch aus dem Bereich der Stiftungen.

Dies alles ist jedoch nur möglich, wenn eine solide Finanzierung des Hauses gewährleistet wird.

Derzeit sind folgende grundlegende Modelle in der Überlegung:



Finanzierung – von der Grundsicherung 11 zu einer neuen Organisationsstruktur

1/ Das Roxy bleibt, wie und was es ist: ein Kulturbetrieb, eine eigenständige, eigenverantwortliche Spielstätte und auch Organisation, die mit Fördergeldern der Stadt Ulm und des Landes Baden-Württemberg frei ein kulturelles Angebot am Markt zu platzieren hat. Bei einem Zuschuss von 250 000 € wird ein Programm mit ca. 200 Spieltagen realisiert. Während die Eigenveranstaltungen auf ca. 130 reduziert werden, wird vor allem der Bereich der Kooperationen ausgebaut (siehe Anlage 2 Kalkulation Veranstaltungen und Anlage 3 Budgetplanung).

2/ Das Roxy findet neue Perspektiven und Wege. Es geht eine neue und enge Partnerschaft mit der Ulm-Messe GmbH ein. Die Ulm-Messe übernimmt das der Stadt Ulm gehörende Gebäude der „Roxy-Hallen“. Die gemeinnützige Roxy GmbH erhält ca. 200 Spieltage im Jahr für eigene Veranstaltungen und Kooperationen mit anderen Kulturschaffenden. Sämtliche Fremdveranstaltungen werden über die Ulm Messe abgewickelt, neue Veranstaltungen und Partner werden gemeinsam mit der Ulm Messe akquiriert. Bei diesem Modell ergeben sich viele neue Synergieeffekte, die der eingeführten Spielstätte „Roxy-Hallen“ eine

weitaus bessere Finanzierung und Auslastung garantieren können. Gleichzeitig wird das Angebot der Ulm-Messe um einen weiteren Veranstaltungsort erweitert. Die Arbeitsstrukturen der Roxy-Hallen unter Federführung der Ulm-Messe, der Roxy gemeinnützigen GmbH inklusive ihrer Mitarbeiter und damit eine sichere Organisation der künftigen Betriebsabläufe werden in die Zukunft hinein gewahrt und gesichert. Auf Basis einer Dienstleistungsvereinbarung führt das erfahrene Roxy-Team die Fremdveranstaltungen für die Ulm-Messe durch. Seit Dezember 2008 wurden bereits gute Erfahrungen in dieser Art der Zusammenarbeit mit dem „Alten Theater“ gemacht. So betreut das Roxy im Auftrag der Hauptabteilung Kultur der Stadt Ulm sämtliche Fremdveranstaltungen, die im Alten Theater durchgeführt werden.

Bei dem neuen Modell kann das Roxy den von der Stadt Ulm gegebenen Darlehensbetrag zurückführen: Die Stadt Ulm, respektive die Ulm-Messe, übernehmen Teile des hochwertigen Haus-Inventars, welches für einen geregelten Betrieb notwendig ist. Dieser Ansatz wird zur Zeit durch die Ulm Messe geprüft.

Bei beiden Modellen wird der im Organigramm dargestellte feste Personalstamm und die damit verbundenen Kosten von rund 320 000€ zugrunde gelegt (siehe Anlage 1 Kalkulation Personalkosten).

12 Soziokultur als Teil der „Marke“ Ulm

In und mit der Stadt Ulm blickt das Roxy schon bald als ein Ort mit eigener Geschichte „verjüngt“ in die Zukunft, mischt sich aktiv in das kulturelle Stadtgeschehen ein und setzt neue Akzente. Dafür erhält es, wie jede große Kultureinrichtung der Stadt, eine adäquate Förderung und eine öffentliche Legitimation, um sein enormes Potential weiter zu entfalten, sichtbar und erfahrbar werden zu lassen. Das Roxy ist ein zentraler Handlungsraum der Bürgergesellschaft der Stadt Ulm, und neben dem Theater Ulm, der Volkshochschule, der Musikschule, dem Stadtarchiv, der Kunsthalle

Weishaupt und dem Ulmer Museum fester Bestandteil des Ulmer Kulturkanons. Als soziokulturelles Zentrum leistet es einen elementaren Beitrag im Bereich der kulturellen Grundversorgung, da es generationenübergreifend, interkulturell und sozial integrativ wirkt und dafür Sorge trägt, dass reine Eventveranstaltungen den Ansatz von freier Kunst und Kultur nicht verdrängen. Und diese Vielfalt und Offenheit im kulturellen Angebot ist es, die eine Stadt attraktiv und unverwechselbar machen.





Festangestellte Mitarbeiter (Jahresgehälter inklusive Sozialabgaben, Nachtzuschläge sowie Fahrtgelder für Auszubildende)

Lachnit, Laurence	Geschäftsführung	100 %	59.040 €
Bauer, Andreas	Büro, Veranstaltungen	100 %	29.520 €
Thiele, Sara	Büro, Veranstaltungen	100 %	21.402 €
Groß, Antje	Büro, Lehrlingsbetreuung	60 %	22.140 €
Hutterer, Joscha	Technik	100 %	30.258 €
Wegscheider, Ulrich	Haustechnik	100 %	35.719 €
Palmer, Christoph	Leitung Gastro	100 %	39.852 €
Pienitzsch, Iris	Leitung Gastro	100 %	39.114 €
Auszubildende			
Krmeta, Katharina	Lehrling, Bürokauffrau		9.550 €
Looser, Julian	Lehrling, Bürokaufmann		10.686 €
Rabus, Patrik	Lehrling, Veranstaltungstechnik		9.550 €
Scheible, Anna	Lehrling, Bürokauffrau		9.550 €
Praktikanten			
2 Praktikanten	Büro/Gastro		5.904 €
Gesamtsumme			322.285 €

In dieser Übersicht nicht aufgeführt sind Gehälter für freie Mitarbeiter sowie Aushilfskräfte.

Anlage 2 Kalkulation Veranstaltungen **15**

	Einnahmen
Gagen	
Programmbereich Comedy	
- 12 Mal „Caveman“, 20 Mal „Hi Dad“, 4 Mal „Männerabend“ insgesamt 36 Veranstaltungen à 400 Besucher x 20 €	197.600 €
- 6 Mal „Backblech“ à 250 Besucher x 20 €	18.000 €
	30.000 €
Programmbereich Musik	
- Konzertreihe „Heimspiel“ (regionale Rock/Pop-Bands) 10 Konzerte à 150 Besucher x 10 €	7.500 €
- Konzertreihe Jazz 6 Konzerte à 100 Besucher x 25 €	12.000 €
- Konzertreihe Rock/Pop – international 18 Konzerte à 200 Besucher x 20 €	50.000 €
	72.000 €
Programmbereich Party/Disco	
- 2 neue Discoreihen sowie größere Partyevents 50 Discoververanstaltungen à 200 Besucher x 5 €	18.000 €
	50.000 €
Programmbereich Tanz	
- Auftakt für das Jugendtanzprojekt im Herbst 2011 (weiterer Ausbau und Drittmittelakquise in 2012) 5 Veranstaltungen à 100 Besucher x 15 Euro	10.000 €
	7.500 €
Kooperationen	
- verschiedene Schwerpunktveranstaltungen und Reihen wie Fête de la Musique, Behindertentheaterfestival, Science Slam, etc. 25 Veranstaltungen à 100 Besucher x 10 Euro	37.500 €
	25.000 €
Vermietungen	
50 Veranstaltungen à 700 Euro Mieteinnahmen	0 €
	35.000 €
Gesamt	
206 Veranstaltungen	
350.600 €	537.500 €

Anlage 3 16 Budgetplanung

	1/ Ist 2009	2/ Plan 2010 KA 27.11.09	3/ Plan 2010 aktuell	4/ Plan 2011 aktuell	5/ Plan 2011 alternativ
1. Veranstaltungserlöse					
1.1. - Kultureller Art	564.675	410.000	538.709	495.300	472.300
1.2. - Kommerzieller Art	221.576	170.000	88.872	105.000	105.000
1.3. - Gagen, Fremdleistungen	-664.025	-400.000	-556.599	-544.500	-544.500
in % Veranstaltungserlös	-84,5%	-69,0%	-88,7%	-90,7%	-94,3%
- davon Gagen	-413.841	—	-363.062	-350.600	-350.600
- in %	-52,6%	—	-57,9%	-58,4%	-60,7%
- davon Sonstiges	-250.184	—	-193.537	-193.900	-193.900
- in %	-31,8%	—	-30,8%	-32,3%	-33,6%
Rohergebnis Veranstaltungen	122.226	180.00	70.982	55.800	32.800
2. Gastronomie					
2.1. Gastronomieerlöse	352.708	290.000	268.056	315.000	315.000
2.2. Materialeinsatz Gastro	-149.347	-110.000	-106.398	-117.000	-117.000
in % Gastronomieerlös	-42,3%	-37,9%	-39,7%	-37,1%	-37,1%
Rohergebnis Gastronomie	203.361	180.000	161.658	198.000	198.000
Rohergebnis 1	325.587	360.000	232.640	253.800	230.800
3. Personalkosten					
3.1. Geschäftsführung	-69.702	-90.000	-84.707	-59.000	-59.000
3.2. Roxy	-248.357	-203.000	-225.517	-181.000	-181.000
3.3. Gastronomie	-204.088	-133.000	-146.148	-137.000	-137.000
Personalkosten	-522.147	-426.000	-456.372	-377.000	-377.000
Rohergebnis 2	-196.000	-66.000	-223.732	-123.200	-146.200
Abschreibungen	-40.270	-35.000	-31.128	-20.000	-10.000
Miete an Stadt Ulm	-50.739	-56.000	-55.776	-55.000	-161.500
Instandhaltungen Bau	-20.533	-5.000	-5.000	-1.000	0
Energiekosten, Reinigung	-104.077	-75.000	-85.312	-77.000	-20.000
sonstige Aufwendungen sald.	-107.439	-100.000	-101.737	-76.800	-65.300
Eigenergebnis	-519.617	-281.000	-502.685	-353.000	-403.000
Zuschuß Stadt Ulm	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000
Zuschuß Land	49.602	87.000	83.500	83.000	83.000
Fehlbetrag/Überschuß	-220.015	0	-169.185	-20.000	-70.000
zuzügl. Abschreibung	40.270	—	31.128	20.000	10.000
abzügl. Investitionen	-28.514	—	-5.000	0	0
zzgl./abzgl. Ändg. sonst Akt./Pass.	13.742	—	-80.674	0	0
eigener Cashflow	-194.517	—	-223.731	0	-60.000
Liquiditätshilfe Stadt	300.000	—	0	—	—
Zuschußvorauszahlungen	-81.778	—	0	—	—
Cashflow gesamt	23.705	—	-223.731	—	—
Bank 01.01.*	100.827	—	124.532	—	—
Bank 31.12.*	124.532	—	-99.199	—	—

*Bankbestände ohne Festgeld i. H. v. Stammkapital

31.05.2010/Ah

Finanzielle Situation 2010 / 2011

Zur Ergebnis- und Liquiditätsplanung 2010/2011 nachstehende Erläuterungen:

1. Die erste Spalte enthält die Ist-Zahlen laut Jahresabschluss 2009 vom 23.04.2010. Der Fehlbetrag in Höhe von rd. 220 TEuro entspricht weitgehend dem Modell „Rückbau“ im Sanierungskonzept Bachert & Partner vom 23.03.2009 (-256 TEuro) bzw. der Hochrechnung SP&P vom Oktober 2009 (-197 TEuro).
2. In Spalte zwei ist die Planung für 2010 dargestellt, wie sie in der Sitzung des Kulturausschusses am 27.11.2009 vorgelegt wurde. Sechs Monate später ist festzuhalten, dass das ehrgeizige Planungsziel nicht zu erreichen ist.
 - a. Im kommerziellen Bereich sind die prognostizierten Veranstaltungserlöse weiter eingebrochen. Die Veranstaltungserlöse im kulturellen Bereich werden dagegen über der Prognose liegen, so dass die prognostizierten Veranstaltungserlöse insgesamt erreicht werden.
 - b. Die Veranstaltungskosten im kulturellen Bereich liegen deutlich über denen im kommerziellen Bereich. Das prognostizierte Rohergebnis aus den Veranstaltungen wird deshalb deutlich verfehlt.
 - c. Der Gastronomiebereich ist stärker vom kommerziellen als vom kulturellen Bereich abhängig. Nachdem im kommerziellen Bereich die geplanten Veranstaltungserlöse nicht erreicht werden, bleibt auch die Gastronomie hinter den Erwartungen zurück.
 - d. Im Personalbereich konnte eine Reduzierung nicht so schnell wie erhofft umgesetzt werden. In 2011 sind hier nochmals deutliche Effekte zu erwarten.

Dies sind die Hauptursachen dafür, dass das ursprünglich geplante „Nullergebnis“ in 2010 nicht erreicht werden wird. Insgesamt bleibt festzuhalten, dass die Trendwende im kommerziellen Bereich nach wie vor nicht gelungen ist. Für die wirtschaftliche Gesamtsituation hielt diese Trendwende bereits das Sanierungskonzept von Bachert & Partner für unerlässlich, da die Defizite aus dem kulturellen Bereich nicht vollständig durch Zuschüsse abgedeckt sind.

3. Die „Planung 2010 aktuell“ (Spalte drei) basiert auf den Ist-Zahlen per 30.04.2010 und einer Hochrechnung auf Monatsbasis unter Berücksichtigung einer detaillierten Veranstaltungsplanung. Umsatzabhängige Erlöse (Gastro) und Kosten wurden prozentual ermittelt. Die Planung wurde vom Jahresergebnis zur Liquidität (Bankbestand) weiterentwickelt.
 - a. Das Jahr 2010 wird mit einem deutlich negativen Ergebnis abschließen.
 - b. Daraus ergibt sich ein über die zugesagten Zuschüsse hinausgehender Liquiditätsbedarf in Höhe von 100–150 TEuro.
 - c. Eine Rückführung 2009 bereits gewährter Finanzierungshilfen sowie der für 2010 zusätzlich benötigten Mittel könnte ggf. aus den Erlösen aus dem Verkauf von Anlagevermögen bei Weiterverfolgung des Modells „Ulm-Messe“ erfolgen.
4. Die vierte Spalte enthält die Planung der Geschäftsführung für 2011. Diese Planung basiert auf der vorgelegten Neukonzeption mit Veranstaltungsplanung und Personalplanung.
5. In die Planung für 2011 wurden in der fünften Spalte die finanziellen Auswirkungen einer Zusammenarbeit mit der Ulm-Messe GmbH eingearbeitet. Grundlage ist ein erster Kalkulationsansatz der Ulm Messe GmbH vom 20.05.2010.
 - a. Der vorgelegte erste Kalkulationsansatz zeigt keinen positiven Effekt. Dies liegt daran, dass die an die Ulm-Messe GmbH zu zahlende Pacht (fix und abhängig von Gastro-Umsatz) höher ist, als die bei ROXY entfallenden Aufwendungen für die Hallen. Außerdem entfallen bei ROXY Einnahmen für die Vermietung an Fremde.
 - b. Aus einer Zusammenarbeit mit der Ulm Messe GmbH sind ggf. weitere positive Effekte zu erwarten. Synergien können sich vor allem in den Bereichen Gastronomie und Technik ergeben.
 - c. Ggf. bestehen bei der Stadt Ulm und ihrer Tochtergesellschaft Ulm-Messe weitere Synergiemöglichkeiten.



Studium

- | | |
|------|---|
| 2001 | Universität Osnabrück
Zwischenprüfung Magister Europäische Studien
Hauptfächer: „Sprache, Literatur und Kultur in Europa“ und „Wirtschaft, Recht und Soziales“ |
| 2003 | Universität Saint Denis, Paris 8, Frankreich
Diplom „Etudes européennes“ (Europäische Studien)
Schwerpunkt: Kulturpolitik und Kulturarbeit in Europa
Diplomarbeit: „Die Mobilität von Künstlern – auf dem Weg zu einem kulturellen Europa?“ |
| 2004 | Universität Paul Valéry, Montpellier, Frankreich
Master of Arts „Direction artistique de projets culturels“ (Kulturmanagement)
Masterarbeit: „Solitudes – Konzeption eines interdisziplinären Projektes zum Thema der Einsamkeit im urbanen Raum“ |

Berufliche Erfahrungen

- | | |
|-----------|---|
| 2005 | Teamleitern bei ESTEL, Marktforschungsinstitut in Alfortville bei Paris |
| 2006 | wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kulturmanagement in Ludwigsburg |
| 2007–2009 | Kulturmanagerin im TREFFPUNKT Rotebühlplatz – vhs stuttgart
Schwerpunkte: Produktionsleitung, Veranstaltungskonzeption und -organisation, Entwicklung von Finanzierungs- und Sponsoringkonzepten, Drittmittelakquise |

Projekte:

- Internationales Solo-Tanz-Theater Festival – Wettbewerb für junge TänzerInnen und zeitgenössische Choreografinnen
- Aufführungen der freien regionalen Tanz- und Theaterszene im RotebühlTheater
- Gastspiele aus dem In- und Ausland
- Thematische Veranstaltungsreihen an der Schnittstelle zwischen Kultur und Bildung, wie z.B. ZukunftBilden – 90 Jahre vhs stuttgart, Kinder- und Jugendbuchwochen, etc.

- | | |
|------|--|
| 2010 | freiberufliche Tätigkeit als Kulturmanagerin |
|------|--|

Sprachkenntnisse –

Deutsch und Französisch (Muttersprache), Englisch (gut in Wort und Schrift), Italienisch (fortgeschrittenes Niveau)

ROY
KULTUR.ULM

Herausgeber: Laurence Lachnit, Jens Gehlert und Thomas Rothacker
Ulm, Juni 2010