



Sachbearbeitung KA - Kulturabteilung

Datum 31.01.2014

Geschäftszeichen KA/RH

Beschlussorgan Gemeinderat

Sitzung am 19.02.2014 TOP

Behandlung öffentlich

GD 060/14

Betreff: Münsterjubiläum 2015: 125 Jahre Ulmer Münsterturm

Anlagen:
Anlage 1 - Kuratorium
Anlage 2 - Beteiligte Künstlerinnen und Künstler
Anlage 3 - Projektbeschreibung zum Maßnahmenpaket
Anlage 4 - Konzept für die Präsentation im Stadthaus
Anlage 5 - Stadthaus-Programm 2015
Anlage 6 - Erscheinungsbild – erste Umsetzungsbeispiele
Anlage 7 - Vorläufiger Terminplan 2014/2015

Antrag:

Der Gemeinderat beschließt:

1. die Verwaltung mit der Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen im Rahmen der genehmigten Mittel (Beschluss vom 08.06.2011, GD 209/11) zu beauftragen.
2. Einen Betrag in i. H. v. insgesamt 100.000€ für die Jahre 2014/2015 (2014: 60.000 €, 2015: 40.000€) für lokale/regionale Aktivitäten zur Verfügung zu stellen.
3. der Evangelischen Münstergemeinde Ulm im Jubiläumsjahr 2015 eine Anschubfinanzierung in Höhe von 161.500€ im Rahmen der Unterstützungskampagne für die Sanierungsmaßnahmen des Münsterturmes zur Verfügung zu stellen.

Ivo Gönner

Oberbürgermeister

Genehmigt:

BM 1, BM 2, OB, ZD/ÖA, ZS/F

Bearbeitungsvermerke Geschäftsstelle des
Gemeinderats:

Eingang OB/G _____

Versand an GR _____

Niederschrift § _____

Anlage Nr. _____

Sachdarstellung:

Zusammenfassende Darstellung der finanziellen Auswirkungen

Finanzielle Auswirkungen:	ja
Auswirkungen auf den Stellenplan:	nein

1) Vorlauf

Der Arbeitskreis Stadtmarketing wurde im Jahr 2005 eingerichtet. 2009 wurde Prof. Dr. Jürgen Häusler (Firma Interbrand Zintzmeyer & Lux AG, Zürich) mit der Durchführung des Projektes „Initiative Marke Ulm“ beauftragt. Der Arbeitskreis Marketing hat in mehreren Sitzungen die Phase der Konzeptentwicklung begleitet, die Inhalte erörtert und weiterentwickelt. Die Ergebnisse des Abschlussberichtes wurden im Hauptausschuss am 08.10.2009 von Prof. Dr. Häusler präsentiert und erläutert (GD 393/09).

In weiteren Sitzungen des Arbeitskreises Marketing wurden im Rahmen eines mittelfristigen, strategischen Marketingkonzeptes für die Marke Ulm mehrere Ideen für „Leuchtturmprojekte“ vorgestellt, vertieft und diskutiert. Aus den Themen, die zur Auswahl standen – Einstein, Berblinger, Donau, Münster, HfG – sprach sich der Arbeitskreis in der Sitzung am 11.06.2010 einstimmig dafür aus, dem Gemeinderat die Projektidee hinsichtlich des Münsterturmjubiläums im Jahr 2015 zur Realisierung zu empfehlen.

Anlass des Jubiläums 2015 ist die Turmvollendung vor 125 Jahren: Am 31. Mai 1890 war mit dem Aufsetzen Kreuzblume auf der Spitze des Münsterturms das Ulmer Münster 513 Jahre nach der Grundsteinlegung fertig gestellt worden. Nach Verstärkungsarbeiten an Fundamenten und aufgehendem Mauerwerk vollendete der Baumeister August Beyer – in enger Anlehnung an die mittelalterlichen Pläne des Münsterbaumeisters Matthäus Böblinger – zwischen 1885 und 1890 den Hauptturm, den mit 161,5 m bis heute höchsten Kirchturm der Welt.

Idee des vorgeschlagenen Konzepts „Ulmer Weitblick“ war es, mit einem Vorlauf von ca. zwei Jahren einen internationalen Künstlerwettbewerb auszuloben. Die Künstlerinnen und Künstler sollten die Aufgabe erhalten, den höchsten Kirchturm der Welt zu interpretieren und in Szene zu setzen. Im „Jubiläumsjahr“ sollten diese Ergebnisse präsentiert werden. Diese Stadtmarketing-Maßnahme sollte eine große, möglichst internationale Öffentlichkeit für dieses Bauwerk interessieren und dadurch auch zusätzliche Spendenmittel für die Sanierung des Münsters bzw. des Münsterturms gewinnen.

Der Gemeinderat folgte der Empfehlung des Arbeitskreises am 8.06.2011 (GD 209/11) und stellte für dieses Jubiläum Finanzmittel in Höhe von insgesamt 1,88 Mio. € im Zeitraum 2013 – 2015 bereit (2013: 255 T€, 2014: 655 T€, 2015: 970 T€). Die Firma Interband wurde mit der Konzeptentwicklung beauftragt und die Verwaltung mit der Umsetzung der Maßnahmen und der Gewinnung entsprechender Sponsoren und Medienpartner beauftragt.

2) Künstleransprache und Resonanz

Der Arbeitskreis Marketing beauftragte daraufhin ein Kuratorium aus Fachleuten, den Prozess des Kunstwettbewerbs zu organisieren, Künstler und Künstlerinnen anzusprechen und die eingereichten Ideen zu bewerten. (Mitglieder des Kuratoriums: s. Anlage 1.)

Das Kuratorium, das fünf Mal tagte, empfahl die gezielte, direkte Ansprache und Beauftragung von ausgewählten Künstlerinnen und Künstlern aus verschiedenen Bereichen und regte zusätzlich an, partizipatorische Kunstprojekte zu initiieren, die die Bevölkerung vor Ort einbinden sollten.

26 Künstlerinnen und Künstler bzw. Künstlergruppen wurden von den Kuratoren vorgeschlagen, 20 davon reichten Projektvorschläge ein (vgl. Anlage 2). Das Kuratorium bewertete die eingegangenen Vorschläge und sprach seine Empfehlungen an den Arbeitskreis Marketing aus, der den Prozess begleitete und die Verwaltung beauftragte, die Realisierung einzelner Projekte zu prüfen.

- a) Im Bereich Skulptur gab es Projektvorschläge von neun Künstlerinnen und Künstlern. Das Kuratorium zog die Projektvorschläge „Solar equation“ von Rafael Lozano-Hemmer und „Stairways to heaven“ von Alfredo Jaar in die engere Wahl. Alfredo Jaars Vorschlag beschrieb die Aufstellung eines begehbaren, 161,5 m hohen Kranturms auf dem Münsterplatz, um mit der Spitze des höchsten Kirchturms der Welt auf Augenhöhe stehen zu können. Rafael Lozano-Hemmers Idee sah eine Installation mit einer Sonnenprojektion in der Turmhalle, im Inneren des Münsters vor. Im Auftrag des Arbeitskreises hat die Verwaltung die Realisierbarkeit insbesondere des Projektvorschlags von Alfredo Jaar näher überprüft (Gespräche mit dem Künstler, Ingenieuren, einer Kranbaufirma, Vertretern des Münsters und verschiedener Abteilungen der Stadtverwaltung).

In seiner letzten Sitzung am 17.12.13 sprach sich das Kuratorium für den Projektvorschlag von Alfredo Jaar aus, allerdings mit der Einschränkung, dass alle finanziellen, rechtlichen, sicherheitsrelevanten und organisatorischen Fragen abschließend geklärt sein müssten. Während im Kuratorium die künstlerischen Aspekte im Mittelpunkt standen, hat sich der Arbeitskreis Marketing in der folgenden Sitzung am 20.12.13 mit sämtlichen Aspekten einer etwaigen Realisierung beschäftigt. Er kam zu dem Ergebnis, dass das Jaar-Projekt bei der Realisierung einen hohen Finanzierungsaufwand auslösen würde, Sonderkonstruktionen in Auftrag gegeben werden müssten und Unwägbarkeiten in rechtlicher Hinsicht und Sicherheitsfragen nicht abschließend geklärt werden können. Dementsprechend kam der Arbeitskreis übereinstimmend zu dem Entschluss, im Bereich Skulptur das Projekt „Solar equation“ von Rafael Lozano-Hemmer zu realisieren.

- b) Im Bereich Lichtkunst gab es Projektvorschläge von sieben Künstlerinnen und Künstlern bzw. Künstlergruppen. Nachdem zunächst keiner der eingereichten Projektvorschläge den Zuspruch der Kuratoriumsmitglieder fand, wurden weitere Projektvorschläge angefordert. Das neu eingereichte Konzept „Abtastung Münsterturm“ von Joachim Fleischer überzeugte sowohl das Kuratorium als auch den Arbeitskreis Marketing auf Anhieb.
- c) Partizipationsprojekte mit ins Programm aufzunehmen war sowohl dem Kuratorium, als auch dem Arbeitskreis Marketing ein wichtiges Anliegen, um die Bürgerschaft aktiv am Jubiläum teilhaben lassen zu können. Die Auseinandersetzung mit einem historischen Thema kann dazu anregen, sich mit ähnlichen Themen der heutigen Zeit zu beschäftigen. Diese Auseinandersetzung zu fördern, ist das Anliegen aller Maßnahmen im Rahmen des Jubiläums. Partizipationsprojekte ermöglichen darüber hinaus auch die direkte Teilhabe der Bürgerschaft und fördern damit die Entwicklung der Stadtgesellschaft. Das Ulmer Münster ist als Bürgerkirche entstanden und wird auch

heute noch als solche wahrgenommen. Auch aus diesem Grund sollte es selbstverständlich sein, das Münsterjubiläum – neben allen Marketingaspekten zur Stärkung der Außenwahrnehmung Ulms – auch als Projekt der Ulmer Bürgerinnen und Bürger zu gestalten.

Im Bereich Partizipation empfiehlt das Kuratorium zur Umsetzung: das Musikprojekt „Ulmer Oratorium“ von Dr. Marios Joannou Elia, das Literaturprojekt „Poetry and Party“ von Susanne Heinrich und die soziale Stadtplastik „Ich, Ulm“ von Doris Graf. Für das Projekt „Ulmer Oratorium“, das sofort große Zustimmung im Kuratorium wie auch im Arbeitskreis fand, sah der Arbeitskreis Handlungsbedarf: Um eine Umsetzung im Mai 2015 zu gewährleisten, war es notwendig, Komposition und Libretto baldmöglichst in Auftrag zu geben. Daher wurde die Verwaltung Mitte 2013 aufgefordert, erste Maßnahmen zur Realisierung einzuleiten.

Mit der heutigen Beschlussfassung findet der Prozess der Konzeptentwicklung für ein „Leuchtturmprojekt“ im Rahmen eines mittelfristiges, strategisches Marketingkonzeptes für die Marke Ulm seinen Abschluss.

3) Maßnahmenpaket für das Jubiläumsjahr

Auf Grundlage der Beratungen in Kuratorium und Arbeitskreis sowie der Realisierbarkeitsüberprüfungen der Verwaltung empfiehlt der Arbeitskreis Marketing, zum Jubiläum 125 Jahre Ulmer Münsterturm 2015 als Maßnahmenpaket folgende Projekte umzusetzen (Details zu den Projekten: s. Anlage 3):

- „Solar Equation“ von Rafael Lozano-Hemmer
- „Abtastung Münsterturm“ von Joachim Fleischer
- „Ulmer Oratorium“ von Dr. Marios Joannou Elia
- „Poetry and Party“ von Susanne Heinrich
- „Ich, Ulm“ von Doris Graf

„Solar equation“ von Rafael Lozano-Hemmer

Das Projekt sieht eine Skulptur in der Turmhalle des Münsters vor. Auf einen Ballon wird eine Sonnenanimation mit sich stetig verändernden Bildern projiziert. Die Installation wird die Wahrnehmung innerhalb der Kirche verändern, einen starken Akzent in der Kirche setzen, zugleich aber eine meditative Wirkung entfalten. Die Installation reagiert auf die Menschen und ermöglicht eine Interaktion: Je mehr Menschen in der Nähe sind oder über eine App Kontakt aufnehmen, desto mehr Turbulenzen entstehen auf der Kugel.

„Abtastung Münsterturm“ von Joachim Fleischer

Joachim Fleischers Konzept überzeugt durch eine dezente, aber sehr wirkungsvolle Lichtinstallation im Turm. Mit einfachen Mitteln erzielt sie eine veränderte Wahrnehmung der Architektur. Weißes Licht wird als Material eingesetzt und lässt den Turm erstrahlen, statt ihn anzustrahlen. Darüber hinaus erstrahlt der Turm aber nicht einfach, vielmehr entsteht durch eine flexible Choreographie ein freies Spiel von Licht und Schatten in wechselnden Rhythmen. Die Installation kann über das gesamte Jubiläumsjahr eingesetzt werden und ist sogar dauerhaft denkbar. Eigens für das Ulmer Münster und mit Blick auf eine mögliche Nachhaltigkeit entwickelt, könnte sich der Ulmer Münsterturm damit auch in der Lichtinszenierung von anderen Kirchenbauten abheben.

„Ulmer Oratorium“ von Dr. Marios Joannou Elia

Ebenfalls eigens für das Jubiläum konzipiert wird das „Ulmer Oratorium“: Der Ulmer Münsterturm stellt denn thematischer Mittelpunkt des Librettos von Robert Kleindienst (Salzburg) dar. Dr. Marios Joannou Elia wird daraus eine Komposition für ein musikalisches

Gemeinschaftsprojekt vieler Ulmer Akteure komponieren: Rund 300 Musikerinnen und Musiker aus Ulm sollen das Werk auf dem Münsterplatz uraufführen.

„Poetry and Party“ von Susanne Heinrich

Susanne Heinrichs Projekt beinhaltet vier Literaturlesungen völlig neuer Art. Die „Electro Poetry Performance“ dreht die sich um Themen, die sich im Münster wiederfinden: Body, Soul, Family, Death. Durch dieses Projekt kann das Jubiläum aufgrund seines Formats einer weiteren Zielgruppe eröffnet werden. Die Umsetzung würde unter Beteiligung Ulmer Künstlerinnen und Künstler erfolgen, so dass aus jeder Veranstaltung ein individuelles Ulmer Projekt entstände.

„Ich, Ulm“ von Doris Graf

Bei Doris Grafs Projekt, einer „soziale Stadtplastik“ (erweiternd zum Kunstbegriff „Die soziale Plastik“ von Joseph Beuys), sollen Menschen aufgefordert werden, ihre persönliche Verbindung zu Ulm zeichnerisch darzustellen. Daraus entwickelt die Künstlerin Piktogramme, die ausgestellt werden, aber auch in vielfältiger Weise weiter eingesetzt werden können, sofern noch weitere Projektmittel akquiriert werden. Das Projekt kann die Entwicklung des Jubiläumsjahrs ab Mitte 2014 begleiten. Die Präsentation der Ergebnisse könnte im Rahmen der Jubiläumsfeierlichkeiten erfolgen. Reizvoll ist das Projekt deswegen, weil es die Teilhabe unabhängig von Vor- und Sprachkenntnis ermöglicht. Damit kann wirklich jede und jeder partizipieren.

Zur terminlichen Einbettung der Projekte ins Jubiläumsjahr vgl. den vorläufigen Terminplan in Anlage 7 sowie die Anmerkungen in Kapitel 7.

4) Ausstellung im Stadthaus

Das Kuratorium empfahl in seiner ersten Sitzung, die ursprünglich von Herrn Dr. Häusler vorgeschlagene „ulmer box“ auf dem Münsterplatz noch einmal zu überdenken und die Präsentation stattdessen im Stadthaus einzurichten.

Der Arbeitskreis folgte der Empfehlung und bat die Verwaltung dahingehend Maßnahmen zu ergreifen, da ein Start der Ausstellung bereits Mitte 2014 erfolgen sollte.

In einem Workshop unter Beteiligung von Kulturabteilung, Stadthaus, Stadtarchiv, Öffentlichkeitsarbeit, OB-Bereich und Vertretern des Münsters wurde gemeinsam mit der Firma m.o.l.i.t.o.r ein Konzept erarbeitet, das sowohl geschichtlichen als auch Marketingaspekten Rechnung trägt, vor allem aber den Prozess und die Projektvorschläge der Kunstausschreibung dokumentieren und öffentlich machen soll.

Zentrales Element der Präsentation ist eine sich ständig wandelnde Ausstellung, die mit den geplanten Marketingmaßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit (s. Kapitel 7) Hand in Hand geht. Die Ausstellung soll am 29. Juni 2014 starten und sich anschließend in 14 Etappen zunächst der Münster- und Stadtgeschichte widmen und ab Januar 2015 den Prozess der Kunstausschreibung darstellen (s. Anlage 4).

Im Stadthaus selbst gibt es außerdem zwei Schwerpunktausstellungen mit Bezug zum Jubiläumsjahr: Im ersten Halbjahr wird der iranisch-französische Fotograf „Abbas“ einen befragenden Blick auf die Religionen in der gegenwärtigen Welt werfen. Ab Sommer steht Richard Meiers Beschäftigung mit dem spätgotischen Münsterturm im Fokus (s. Anlage 5).

5) Lokale/regionale Aktivitäten

Das Kuratorium hat nachdrücklich empfohlen, in diesem Prozess lokale und regionale

Aktivitäten vor Ort in das Jubiläumsjahr einzubeziehen. Zwar ermöglichen auch die partizipatorischen Projekte (s. Kapitel 2) eine Beteiligung, doch sollte für die kreativen Prozesse vor Ort ein eigenes Budget zur Verfügung gestellt werden. Der Arbeitskreis Marketing empfiehlt daher, hierfür ein zusätzliches Budget in Höhe von 100.000€ zur Verfügung zu stellen und einen Teil davon bereits im Jahr 2014 für Vorlaufkosten bereit zu stellen.

Freie Akteure der lokalen und regionalen Kulturszene haben bereits mit unterschiedlich konkreten Vorschlägen ihr Interesse an einer Teilnahme an den Jubiläumsaktivitäten bekundet. Darunter finden sich z. B. Ideen zu pädagogischen Begleitprojekten, für Konzerte, Bürgeraktionen, Kunstprojekte, Ausstellungen, Vorträge und vieles mehr. Es handelt sich sowohl um Projektmittelanträge als auch um rein informative Meldungen mit der Bitte um Aufnahme in eine gemeinsame Programmübersicht. Nach der Erfahrung bisheriger Themenjahre werden in der nächsten Zeit noch weitere Projektvorschläge bei der Stadt eintreffen.

Die Verwaltung wird wie folgt vorgehen: Alle Interessierten sind aufgerufen, ihre Vorschläge mittels Online-Antragsformular bis 31. März 2014 bei der Kulturabteilung einzureichen. Die Projektanträge werden von der Verwaltung gesichtet und ein Abgleich mit den gesetzten Schwerpunktveranstaltungen vorgenommen. Das Ergebnis wird dem Arbeitskreis Marketing in einer Sitzung vorgestellt.

6) „Geburtstagsgabe“ für die Evangelische Münsterergemeinde Ulm

Zum Jubiläumsjahr startet die Evangelische Münsterergemeinde Ulm zusammen mit dem Münsterbauverein eine Unterstützungskampagne, da ab 2015 die Sanierung des Hauptturms beginnt. Diese Sanierung wird sich über viele Jahre hinziehen und einen enormen finanziellen Aufwand erfordern. Die Verwaltung schlägt vor, diese Kampagne der Münsterergemeinde mit einer symbolischen „Geburtstagsgabe“ i. H. v. 161.500€ zu unterstützen.

7) Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

Der Bau des Münsters zog sich über insgesamt 513 Jahre hin. Entsprechend bunt und verzweigt stellt sich die Baugeschichte dar. Und auch das Bauwerk selbst besteht aus den verschiedensten Bausteinen, unterschiedlichster Herkunft. Dieses Puzzle greifen die Kunstprojekte und die Werbemaßnahmen auf. Es werden unterschiedliche Facetten beleuchtet und zu einem großen Gesamtbild zusammengefügt.

In den vergangenen Monaten wurden hierzu erste Werbemaßnahmen vorbereitet. Für die Zusammenarbeit wurden in der Folge des letzten Gemeinderatsbeschlusses die Agenturen „Instinktiv Media“ und „KBU“ in einem Gestaltungswettbewerb ausgewählt. „Instinktiv Media“ ist hierbei für das globale Erscheinungsbild und den Printbereich verantwortlich. „KBU“ setzt in enger Absprache die digitalen Maßnahmen um. Workshops und regelmäßige Besprechungen finden bereits seit Sommer 2013 statt. Gestaltungsbeispiele und erste Umsetzungsvorschläge sind dem Anhang beigelegt (s. Anhang 6).

Ab sofort kann die offizielle Jubiläumshomepage www.ulm125.de freigeschaltet werden. Die Besucherinnen und Besucher der Seite können dort Informationen zum Jubiläum, den Kunstprojekten und Termine abrufen. Die Internetseite soll für die Jahre 2014 und 2015 ein zentrales Portal für die Feierlichkeiten und das Münster darstellen. Daher gehen die Inhalte der Seite weit über das Jubiläumsjahr hinaus und greifen z. B. in einem bebilderten Zeitstrahl die Entwicklungsgeschichte des Münsters auf. Die Internetseite knüpft auch an die Ausstellung im Stadthaus an und erweitert diese um zusätzliche Inhalte.

Ein weiteres Element ist der Fotowettbewerb „Jubiläumskalender 2015“. Es werden dabei 12 Aufnahmen des Münsters gesucht, die im Münsterkalender des Ulmer City Marketing e. V. präsentiert werden.

Ein wichtiger Bestandteil der Gesamtwerbekampagne stellen Online-Filme dar. Die Umsetzung kann noch Mitte 2014 erfolgen. Ziel der verstärkten Onlinewerbung ist, den Bekanntheitsgrad über die Sozialen Netzwerke zu verbreiten. Spezielle Angebote für die Zielgruppe sind hierbei notwendig.

Weitere Werbemaßnahmen sollen den Bekanntheitsgrad der Internetseite erhöhen und sind zeitnah umsetzbar. Gleiches gilt für die Presse-/Sponsorenbox. Die hochwertige Erscheinungsform stellt einen wichtigen Baustein in der Ansprache der Presse und Sponsoren dar. Geplant ist, die Box an deutsche und europäische Leitmedien und zielgruppenspezifische Magazine zu verteilen. Analog gilt dies für die Suche von Sponsoren.

Weitere geplante Werbemaßnahmen sind u.a.: Postkartenaktion „Die Welt gratuliert Ulm“, zielgruppenspezifische Mailings und Anzeigen, ein Stand auf der CMT.

Webseite und Stadthausausstellung bilden einen Kommunikationsrahmen, der sich über die Jahre 2014 und 2015 erstreckt. Beide dienen zur Vermittlung der anstehenden Ereignisse und runden das Bild ab. In diesen Rahmen eingefügt sind die Kunstprojekte der internationalen und lokalen Künstlerinnen und Künstler. Um eine möglichst hohe Werbewirksamkeit zu erzielen, sind die Termine aufeinander abgestimmt. Vgl. hierzu den vorläufigen Terminplan in Anlage 7.

Hauptankerpunkt für die Jubiläumsaktivitäten 2015 wird das Wochenende 29. bis 31. Mai sein. 1890 erfolgte am 31. Mai die Vollendung des Münsters durch das Aufsetzen der Kreuzblume. An diesem zentralen Festwochenende werden die meisten der unter Kapitel 2 aufgeführten Kunstprojekte erlebbar sein. Weitere Veranstaltungen sind hierfür in Planung. So wird die Münstergemeinde z. B. einen Festgottesdienst abhalten.

Als zweiter Ankerpunkt ist der Zeitraum um das letzte Juniwochenende vorgesehen, rund um das historische Datum der Grundsteinlegung für das Ulmer Münster (30. Juni 1377). Der Bau des Ulmer Münsters steht in einer Reihe großer, europäischer Kirchenbauten. Die Baumeister aus der Familie Parler schufen u. a. auch die Kathedralen von Straßburg, Prag und Mailand. Diese Internationalität möchte die Verwaltung aufgreifen und hat daher hierzu u.a. eine europäische Tagung angedacht.

Der Zeitraum Mai bis Juni 2015 steht bei den Kommunikationsmaßnahmen im Zentrum und schafft so ein attraktives Angebot für Touristen. Die Projekte der lokalen Partnerinnen und Partner (Münstergemeinde und -kantorei, weitere städtische und freie Einrichtungen und Kulturakteure) rundet das Gesamtbild ab.

8) Budget

a) Vorlaufkosten 2013:

Position		Einzelbeträge
Budget 2013		
genehmigtes Budget 2013		255.000,00 €
Summe Budget		255.000,00 €
AUSGABEN		
Kuratorium		24.303,60 €
Projektentwurfshonorare	inkl. Steuern	95.343,67 €
Vorlaufkosten Kunstprojekte	Ulmer Oratorium, Stairways to Heaven (Jaar), sonstige Projekte, Steuerberater, Büromittel	53.087,84 €
Vorlaufkosten Präsentation Stadthaus		10.479,63 €
Personal		13.500,00 €
Werbemittel	Preisgelder Gestaltungswettbewerb, Website, Bildrechte, Künstlersozialabgabe	10.057,75 €
Summe Ausgaben		206.772,49 €
DIFFERENZ --> Übertrag ins HH 2014		48.227,51 €

b) Kalkulation 2014/2015:

Position		Einzelbeträge	Zwischen- summen
Finanzmittel			
Restbudget 2013		48.227,51 €	
genehmigtes Budget 2014	insg. 1.88 Mio. für 2013-2015	655.000,00 €	
genehmigtes Budget 2015		970.000,00 €	
Summe Budget		1.673.227,51 €	
AUSGABEN			
Kuratorium		40.000,00 €	40.000 €
Kunstprojekte			925.000 €
"Solar Equation" Lozano-Hemmer (Skulptur)		310.000,00 €	
"Abtastung Münsterturm" Fleischer (Lichtkunst)		240.000,00 €	
"Ulmer Oratorium" Elia (Partizipatorisches Projekt, Musik)		250.000,00 €	
"Poetry and Party" Heinrich (Partizipatorisches Projekt, Literatur)		20.000,00 €	
"Ich, Ulm" Graf (Partizipatorisches Projekt, soz. Stadtplastik)		95.000,00 €	
Gebühren/ Steuern	Künstlersozialabgabe, GEMA, Ausländersteuer etc.	10.000,00 €	
Ausstellung UG Stadthaus		225.000,00 €	225.000,00 €
Veranstaltungsschwerpunkte Mai und Juni	Rahmenprogramm/Tagung/ Empfänge/ Infrastruktur	50.000,00 €	50.000,00 €
Publikation (2-sprachig)		8.000,00 €	8.000,00 €

Sponsoringakquise		0 €	0 €
Personal		143.100 €	143.100,00 €
Büromittel/Sonstiges		5.200,00 €	5.200,00 €
Werbemittel		269.500,00 €	269.500,00 €
Rest für Unvorhergesehenes		7.427,51 €	7.427,51 €
Summe Ausgaben		1.673.227,51 €	
DIFFERENZ Einnahmen-Ausgaben		- €	

9) Sponsoring

Die eigentliche Sponsoringakquise hat noch nicht begonnen, da bislang noch nicht feststand, was potentiellen Sponsoren angeboten werden kann. Die Stadt steht in Verbindung mit einem Unternehmen, das gegen Provision Sponsorengelder einwirbt. Für die Akquise wird derzeit eine hochwertige Sponsoringbox im Erscheinungsbild des Münsterturmjubiläums vorbereitet.

Sollten entsprechende Sponsorengeldern eingeworben werden, kann das Maßnahmenpaket beispielsweise wie folgt erweitert werden:

- Die Installation von Rafael Lozano-Hemmer könnte länger als 3 Monate präsentiert werden.
- Das Projekt von Doris Graf könnte um publikumswirksame Elemente (überdimensionales Memoryspiel auf dem Münsterplatz usw.) erweitert werden.
- Das sehr knapp kalkulierte Budget für die Vermarktung der Projekte insgesamt könnte aufgestockt werden, zusätzliche Werbemittel und Marketingaktionen wären möglich.