

Datum 08.06.2011
AZ SG 11 - sw

Kurzinformation über die Sitzung des Werkausschusses Forum am 04.05.2011

Bericht der Werkleitung - Chronik, Volksfest, Bibliotheca-Software

An der Erstellung der neuen Chronik mit einem Erscheinungstermin im April 2012 wird im Heimatmuseum und seitens des Redakteurs und der Autoren mit Hochdruck gearbeitet. Eine beträchtliche Anzahl der Artikel ist bereits fertig gestellt und wird derzeit redaktionell bearbeitet bzw. um Bildmaterial ergänzt.

SG 41/Veranstaltungen

Im Berichtszeitraum seit der letzten Sitzung des Werkausschusses am 24.02.2011 hat das Forum den bereits in dieser Sitzung inhaltlich genehmigten Spielplan 2011/12 fertig gestellt und die Finanzkalkulation aufgebaut.

Die Daten, Texte und Fotos für das Programmheft wurden am 28.4. der Grafikerin übergeben, das Heft wird pünktlich Anfang Juni vorliegen und verteilt werden können.

Die Monate März und April sind neben den Herbstmonaten die vorstellungs- und zeitintensivsten der Spielzeit, in 60 Tagen wurden 25 Abenddienste vor allem auch an den Wochenenden geleistet. Der Besuch der Veranstaltungen war durchweg sehr positiv, so dass wir bis jetzt mit einer sehr guten Auslastung des Programms im Jahr 2011 rechnen dürfen.

Die Veranstaltung mit dem neuen Programm von Bruno Jonas am Samstag, den 08.10.2011 im BallhausForum, ist bereits im Vorverkauf. Hier konnte gemeinsam mit der Fa. Dolce ein zusätzliches kulinarisches Angebot gestrickt werden, das dem Besucher zusätzlich zu seiner Eintrittskarte ein Bayerisches Buffet (ohne Getränke) vor der Vorstellung und ein Getränk nach der Vorstellung in der Hotelbar zum Komplettpreis von 22,- € anbietet.

Die Sportlerehrung am 18. März 2011 war auch in diesem Jahr nicht zuletzt wegen des sehr abwechslungsreichen Showprogramms ein großer Erfolg.

Das bevorstehende 10-tägige 60.Jubiläumsvolksfest beginnt am Freitag, 10.06.2011 um 18.00 Uhr, wenn es bei flotter Musik der Stadtkapelle Unterschleißheim wieder heißt:

„O'zapft is“. Der Bierpreis 2011 bleibt unverändert bei 6,20 € (inkl. 0,50 € Bediengeld).

Traditionell wird sich am Samstag, 11.06., um 14.00 Uhr wieder der farbenprächtige große Umzug in Bewegung setzen; diesmal beginnend bei der Kirche St. Ulrich. Dort findet zuvor ein Ökumenischer Gottesdienst zur Feier des Gründungsjubiläums der Schützenkompanie statt. Schon jetzt gilt unser besonderer Gruß und Dank im Voraus allen Teilnehmern für die Mitgestaltung. Es wird eine große Besucherzahl am Straßenrand und anschließend im Festzelt erwartet.

In diesem Jahr haben wir einige neue Ideen eingebracht, damit bei unserem Jubiläumsvolksfest keine Wünsche offen bleiben. Eine Volksfestzeitung mit historischem Beitrag wird eine Woche vor dem Fest genauestens darüber informieren. Nur so viel vorab:

Bis zum 19. Juni bietet das Lohhofer Volksfest eine einzigartige Mischung. Es ist nach langer Zeit wieder einmal gelungen, ein Riesenrad präsentieren zu können. Am Familientag Freitag, den 17.06., können alle Fahrgeschäfte von 14.00 Uhr bis 20.00 Uhr zum halben Preis genutzt werden.

Ein Wein- und Cafezelt, betrieben von einheimischen Gastronomen, lädt zum Verweilen ein und wird hoffentlich großen Anklang finden. Am Pfingstmontag findet ein Profiboxkampf statt und am letzten Volksfest-Wochenende wartet eine Märchenburg auf die kleinen Besucher.

Das traditionelle Feuerwerk am Donnerstag wird zum ersten Mal in der Geschichte des Volksfestes ein Musikfeuerwerk und doppelt so lange wie bisher sein. Bei schlechtem Wetter wird das Musikfeuerwerk am Samstag, 18.06., abgebrannt.

Am Pfingstsamstag erwarten wir die Power Party „Ruhestö(h)rung“ und am Pfingstsonntag spielt das Orchester „Paul Würges“ auf.

Alpen Rock'n Roll vom Feinsten präsentieren die „Wuidara Pistls“ am Freitag, 17.06., und am letzten Volksfesttag, Sonntag, 19.06., spielt die beliebte Oktoberfestband „Sumpfkroten“ auf.

Mehrere Gespräche zur Sicherheitssituation und der Einhaltung des Jugendschutzgesetzes haben bereits stattgefunden. Die Aufgaben werden in diesem Jahr wegen des erwarteten großen Andrangs ganz besonders sorgfältig geplant.

SG 43/Bericht aus der Stadtbibliothek Ergebnisse Januar 2011 bis zum Stichtag 19. April 2011

Medienbestand: 56.783 (+0,2%)

Ausleihen: 85.655 (Vorjahr gesamt 280.391)

Ausleihen/Öffnungstag: 1.173 (+3,0%) Vorjahr 1.140

Neuanmeldungen: 221 (Vorjahr gesamt 723)

Die Erneuerungsquote beläuft sich zum Stichtag auf 3,0%

(Zum Jahresende ist eine Erneuerungsquote von 12% angestrebt)

Für die ersten 15 Kalenderwochen kann ein leichter Ausleihezuwachs festgestellt werden.

Wenn die stärkere Nachfrage anhält (zur zweiten Jahreshälfte werden zudem erfahrungsgemäß mehr Ausleihen erwartet), sind Kurs und Schlagzahl für ein erfolgreiches Bibliotheksjahr gesetzt.

Zur Kenntnis genommen

Konzeptvorstellung zum Einstieg des Forums in web 2.0 und social media

Die Medienlandschaft nicht nur in Deutschland hat sich in den vergangenen Jahren radikal verändert und entwickelt, das Schlagwort hierfür ist web 2.0. Längst sind diese Medien aus der Schmutzdecke „Plauderstübchen für private Interessensgruppen“ nicht nur herausgekommen, sondern werden von Unternehmen und Einrichtungen/Institutionen aller Art für den offiziellen Auftritt geschickt genutzt. Im gleichen Maß geht die Wahrnehmung und Akzeptanz der Printmedien erheblich zurück, die großen wirtschaftlichen Probleme der Tageszeitungen sind Beleg dafür.

In einer Studie der GfK, Gesellschaft für Konsumforschung, wird bereits im Jahr 2009 festgestellt, dass sich insbesondere auch Kultureinrichtungen aller Art immer mehr in den neuen Medien präsentieren.

Geschickte und vorausschauende Kulturbetriebe werden sich also intensiv mit den dort vorhandenen Möglichkeiten auseinandersetzen, insbesondere um ein jüngeres Publikum bis etwa 45 Jahre jetzt und später anzusprechen, für die entsprechende Online-Angebote und Plattformen längst Standard sind. Die

Nutzung ist also für die Kundenbindung (z.B. Sonderaktionen für User) und Kundengewinnung (Empfehlungen) unverzichtbar.

Selbstverständlich müssen die heute schon klassischen web 1.0 – Medien wie eine gut funktionierende Homepage oder Email-Newsletter sowie der Bereich Print ebenfalls weiter gepflegt werden, da die heute über 50-jährigen, die heute wie morgen einen großen Teil unserer Besucher stellen werden, sich nicht mehr in großer Zahl auf die web 2.0 – Medien umstellen werden. Aber auch die Generation der das social web nutzenden Mitbürger wird älter. Es kommt in der Zukunft auf einen entsprechenden Marketingmix klassischer und neuer Medien an und bedeutet auch eine zunehmende Einsparung von Kommunikationskosten. Dies wird auch von allen gewerblichen Einrichtungen bestätigt, die sich im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit der neuen Medien bedienen.

Das heutige Internet und vor allem die social media sind kein einseitiges Informationsmedium, sondern ein Austauschmedium. Jeder kann Sender und Empfänger gleichzeitig sein, auch die User vernetzen sich untereinander. Es geht nicht mehr nur um perfekte Formulierungen, sondern um eine persönliche und lebendige Darstellung des jeweiligen Betriebes und der Personen, die dahinter stehen. Authentizität und Transparenz haben hohe Priorität, dem „one-to-one“-Prinzip folgt das „many-to-many“-Prinzip.

Natürlich ist nicht jedes Tool der neuen Medien grundsätzlich bzw. im ersten Schritt auch für einen Kulturbetrieb zwangsläufig geeignet, so scheiden beispielsweise Twitter, Flickr oder LinkedIn zunächst aus. Sinnvoll ist aber in jedem Fall als Einstiegsmaßnahme die Einrichtung eines Kulturblogs auf Facebook, die Einrichtung muss extern erfolgen, da dies erhebliches Fachwissen voraussetzt und die Ziele, die verfolgt werden sollen, müssen vorab genau definiert werden. Die redaktionelle Betreuung sowie das Blog Content Management wird intern erfolgen müssen, da eine externe Vergabe nicht sinnvoll und zu teuer ist. Der Blog ist über backlinks auf unserer ebenfalls zu aktualisierenden Homepage sowie direkt über Facebook zu erreichen. Dies wird auch das Ranking unserer Homepage deutlich verbessern, die derzeit der städtischen Homepage nachgeordnet ist. Der Einstieg ist zudem schwierig und die Suchmaschinen/Crawler setzen die Site so weit hinten auf, dass wir mit den erzielten Klicks nicht zufrieden sein können.

Sowohl auf dem Blog wie auch auf der Homepage wird zudem ein Direktreservierungssystem ohne Bezahlungsfunktion eingerichtet, das es dem Kunden ermöglicht, ohne Umwege Karten beim TicketShop zu bestellen. Im Hintergrund wird eine Email generiert, die beim TicketShop zur weiteren Bearbeitung aufläuft.

Die Mittel für diese Einstiegsmaßnahmen stehen im Haushalt 2011 zur Verfügung. Dies beinhaltet die Einrichtung des Blogs und des Blog CMS sowie die Mittel für die Programmierung des Ticketbestellsystems und die dafür notwendigen Aktualisierungsmaßnahmen unserer Homepage.

Grundsätzlich gilt aber auch, dass der Einsatz des Kulturblogs sorgfältig gesteuert und redaktionell betreut werden muss. Beiträge und Aktionen sind zu planen, vorzubereiten und zu schreiben, sie sollen einen Einblick in das Geschehen hinter den Kulissen und auf die Menschen im Unternehmen geben und sind deshalb langfristig vorzubereiten.

Mindestens einmal täglich sind Kommentare zu lesen und zu prüfen, zu postende Antworten ggf. mit den Sprachregelungen/Dienstanweisungen der Stadt abzustimmen und weiterzuverfolgen. All dies darf nur in der Hand von einigen wenigen Personen liegen.

Da dies mit der derzeitigen personellen Ausstattung im Bereich Öffentlichkeitsarbeit im Forum nicht zu leisten ist, konnte eine vorhandene und derzeit nicht besetzte Planstelle mit einer mit Marketing und Öffentlichkeitsarbeit vertrauten Kollegin aus dem Rathaus ab dem 1.5.2011 besetzt werden, die sich in den kommenden Monaten in die Aufgaben einarbeiten wird.

Kosten-/Nutzenanalyse:

Wer social media in Zahlen und Euro messen will, wird sich damit schwer tun. Auch der Erfolg von PR-Arbeit ist im klassischen Sinne nicht messbar. Man kann die Aktivitäten überwachen und auswerten, aber kaum seriös messen. Wie viele (neue) Besucher über Blogs, ein verbessertes Homepage-Ranking, dem Angebot einer online-Ticketbestellmöglichkeit bzw. über Empfehlungen innerhalb der Community zu einer Kaufentscheidung kommen, lässt sich nur in einem umfangreichen Evaluierungsprozess nachweisen. Wer wo kauft, beispielsweise online oder in unserem TicketShop bar oder mit Karte, ist dagegen über die elektronischen Rapporte leicht nachweisbar und wird uns entsprechende Erkenntnisse liefern. Dies im Vorfeld fiktiv zu beziffern wäre aus Sicht der Werkleitung nicht Ziel führend.

Da aber beispielsweise ein Blog bei intern vorhandenem Personal nach einmal erfolgter Einrichtung durch externe Fachleute kaum weitere Kosten verursacht und darüber hinaus die in der Herstellung und Verteilung teuren Printmedien und auch Anzeigen zurückgefahren werden können, ist eine Verringerung der Kommunikationskosten eines Unternehmens nur folgerichtig.

In jedem Fall aber bringt eine Erweiterung im Marketingmix in den Bereich social web hinein folgende Vorteile:

- Kostengünstigen und **direkten Zugang zur Öffentlichkeit.**
- Botschaften vermitteln, ohne durch den „Filter“, also die Redaktionen, der Medien zu müssen.
- Persönliche und ungefilterte Beiträge machen eine Einrichtung transparenter und geben ihr ein authentischeres „Gesicht“
- Imageaufbau und/oder Verbesserung des **Images**
- Aufmerksamkeit + Steigerung des **Bekanntheitsgrades.**
- Blogs werden durch die Aktualität der Beiträge von Suchmaschinen leichter gefunden als statische Internetseiten
- **Neue Zielgruppen** werden aufmerksam gemacht
- Austausch und **Kontaktpflege mit den Zielgruppen**
- Aufbau und Pflege eines **Netzwerks**
- Instrument der **Kulturvermittlung**

Ein Resümée des FAZ - Netzökonom Holger Schmidt zu einer leider nur in englischer Sprache verfügbaren äußerst positiven McKinsey-Studie vom Dezember 2010 mit Datum vom 18. Januar 2011 zum Nutzen von social media für Unternehmen ist dem Bericht als Anlage 1 beigefügt.

Die Mitarbeiter des Forums werden sich in den nächsten Monaten intensiv dem Aufbau einer sinnvollen Präsenz des Betriebes in den neuen Medien in Abstimmung mit den städtischen Vorgaben widmen.

Zur Kenntnis genommen