

Beschlussvorlage

zur Behandlung in **öffentlicher Sitzung**

Betreff

Freigabe zusätzlicher Mittel aus der Kulturförderabgabe

Beschlussorgan

Wirtschaftsausschuss Finanzausschuss

| Gremium | Datum |
|----------------------|------------|
| Wirtschaftsausschuss | 06.10.2011 |
| Finanzausschuss | 10.10.2011 |

Beschluss:

1. Im Haushaltsplan 2011 stehen insgesamt 700.000 EUR aus der Kulturförderabgabe für zusätzliche Maßnahmen zur Verfügung. Der Wirtschaftsausschuss beschließt für das Jahr 2011 die Durchführung der folgenden, aus dieser Abgabe zu finanzierenden Maßnahmen.

| | | Aufwand |
|-------------------------------------|---|-----------------------|
| Standortmarketing | Brasilien | 75.000,00 EUR |
| Markenbildung | Markenprozess Köln | 150.000,00 EUR |
| Kreativ- u. Kulturwirtschaft | Förderung der Internetmesse dmexco in Abstimmung mit dem Amt des Oberbürgermeisters | 30.000,00 EUR |
| | Preis für Tongestaltung | 5.000,00 EUR |
| | Wettbewerb "Kamera 30/30" | 5.000,00 EUR |
| | Folgeinitiative Arbeitsmarktkonferenz | 10.500,00 EUR |
| | Internationale Filmschule Köln (ifs) | 10.000,00 EUR |
| | Bildungsbedarfsanalyse | 10.000,00 EUR |
| | Filmclub 813, Zuschuss Ausstattung | 20.000,00 EUR |
| | Marketingmaßnahmen Film- u. Fernsehstadt | 32.500,00 EUR |
| | Theaterzeitung "akt", Zuschuss | 20.000,00 EUR |
| | Campus-Projekt on tour | 56.000,00 EUR |
| | Games-Veranstaltungen | 6.000,00 EUR |
| | DC Open | 11.000,00 EUR |
| KölnTourismus | | 139.000,00 EUR |
| | | 580.000,00 EUR |

Er empfiehlt dem Finanzausschuss die Annahme des folgenden Beschlussvorschlages:

2. Der Finanzausschuss beschließt zur Durchführung zusätzlicher Maßnahmen in den Bereichen Standortmarketing, Markenbildung, Tourismus sowie Kreativ- und Kulturwirtschaft auf der Basis des vorliegenden Umsetzungskonzeptes die Freigabe der im Haushaltsplan 2011 im Teilergebnisplan 1501 „Wirtschaft und Tourismus“ in Zeile 13 „Aufwendungen für Sach- und Dienstleistungen“ zusätzlich veranschlagten konsumtiven Auszahlungsermächtigungen in Höhe von 580.000 Euro in 2011.

Haushaltsmäßige Auswirkungen **Nein**

| | | | |
|--|-------------------------------|--|---------|
| <input type="checkbox"/> Ja, investiv | Investitionsauszahlungen | _____€ | |
| | Zuwendungen/Zuschüsse | <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ja | _____ % |
| <input checked="" type="checkbox"/> Ja, ergebniswirksam | Aufwendungen für die Maßnahme | <u>580.000</u> € | |
| | Zuwendungen/Zuschüsse | <input checked="" type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ja | _____ % |

Jährliche Folgeaufwendungen (ergebniswirksam): ab Haushaltsjahr: _____

| | |
|-------------------------------|--------|
| a) Personalaufwendungen | _____€ |
| b) Sachaufwendungen etc. | _____€ |
| c) bilanzielle Abschreibungen | _____€ |

Jährliche Folgeerträge (ergebniswirksam): ab Haushaltsjahr: _____

| | |
|---|--------|
| a) Erträge | _____€ |
| b) Erträge aus der Auflösung Sonderposten | _____€ |

Einsparungen: ab Haushaltsjahr: _____

| | |
|--------------------------|--------|
| a) Personalaufwendungen | _____€ |
| b) Sachaufwendungen etc. | _____€ |

Beginn, Dauer _____

Begründung:

Die im Haushaltsplan 2011 ff. bereitgestellten zusätzlichen Mittel in Höhe von insgesamt 700.000 Euro korrespondieren mit den erwarteten Erträgen aus der Kulturförderabgabe und wurden auf Grund der unklaren Rechtslage im HPL 2011 mit dem Bewirtschaftungsvermerk „Gem. Beschluss des Finanzausschusses vom 27.09.2010 erfolgt die Mittelfreigabe durch den jeweiligen Fachausschuss und Finanzausschuss auf der Basis von Umsetzungskonzepten.“ versehen. In dieser Vorlage werden die zusätzlichen Maßnahmen im Bereich des Teilplanes 1501 - Wirtschaft und Tourismus - dargestellt, die ein Volumen von 580.000 EUR haben. Die restlichen Mittel in Höhe von 120.000 EUR sollen für Maßnahmen im Bereich „Internetstadt“ eingesetzt werden. Über die Verwendung dieser Mittel erfolgt eine separate Vorlage.

Im November findet keine Sitzung des Fachausschusses statt. Zur Vermeidung einer Dringlichkeitsentscheidung erfolgt die Beschlussvorlage als Tischvorlage im Wirtschaftsausschuss.

Bereich Standortmarketing**Brasilien/Städtepartnerschaft Köln – Rio de Janeiro**

Die Städtepartnerschaft mit Rio de Janeiro wird für Köln große Vorteile haben. Brasilien birgt als das größte, politisch wie wirtschaftlich bedeutsamste und kulturell überaus reiche Land Lateinamerikas zumindest mittel- und langfristig ein ungeheures Potential für eine engere wirtschaftliche Kooperation. Brasilien zählt neben China, Indien und Russland zu den vier wichtigsten Schwellenländern der Welt. Die Unterzeichnung der Städtepartnerschaft gerade im Rahmen der Deutsch-Brasilianischen Wirtschaftstage ist eine einmalige Gelegenheit, Köln als attraktiven internationalen Wirtschaftsstandort bei brasilianischen und deutschen Unternehmen zu profilieren. Auch von seiner Branchenstruktur her - besonders im Hinblick auf die Bereiche Medien- und Kommunikationswirtschaft, Musikwirtschaft, Versicherungen und die Chemiebranche - passten die beiden Städte bestens zusammen. Die städtepartnerschaftlichen Kontakte zu Peking oder Istanbul haben gezeigt, dass sich die Effekte nicht nur auf

die Wirtschaftsbeziehungen zu den Partnerstädten selbst beschränken, sondern auch die wirtschaftliche Zusammenarbeit der Länder insgesamt beflügeln. Die Mittel werden benötigt, um die bei der Aufstellung des Haushalts 2011 noch nicht bekannte Städtepartnerschaft und die Teilnahme an den Deutsch-Brasilianischen Wirtschaftstagen wirkungsvoll, auch im Nachgang, für Standortmarketingaktivitäten zu nutzen.

Aufwand: 75.000,00 Euro

Bereich Markenbildung

Markenprozess Köln

Der Markenprozess für die Stadt Köln soll fortgesetzt werden. Der Hauptausschuss hat die Verwaltung auf seiner Sitzung am 12.09.2011 beauftragt, einen entsprechenden Prozess zu organisieren. Ziel ist es dabei, die Stadt als Marke zu stärken und sie für ihre Zielgruppen attraktiver zu machen. Denn die Anziehungskraft einer starken Marke hilft einer Stadt, sich im Wettbewerb gegenüber Konkurrenzstädten durchzusetzen. Als erster Schritt soll eine geeignete professionelle Agentur nach Ausschreibung mit der Betreuung des Markenprozesses beauftragt werden.

Aufwand: 150.000,00 Euro

Bereich Kreativ- und Kulturwirtschaft

Förderung der Internetmesse dmexco in Abstimmung mit dem Amt des Oberbürgermeister

Die Medienwirtschaft ist Kölns prägendes Markenzeichen. Nicht nur, aber vor allem dieser Wirtschaftszweig sieht sich gegenwärtig einem gravierenden Umbruch gegenüber. Digitalwirtschaft und Telekommunikation üben zunehmend Einfluss auf die Entwicklung aller Branchen aus; sie sind ein wesentlicher Schlüssel für Innovationsprozesse und für weiteres Wachstumspotenzial der gesamten regionalen Wirtschaft. Um die Bedeutung der Digitalen Wirtschaft für Köln deutlicher zum Ausdruck zu bringen (s. Ratsbeschluss vom 17.06.2010, TOP 3.1.10, Internetstadt), ist es erforderlich, das Engagement in diesem Wirtschaftsbereich zu verstärken.

Hierzu sind diverse Aktivitäten im Rahmen sowie im Umfeld der dmexco in Planung, der bedeutendsten Messe des Onlinesektors, die seit 2009 in Köln beheimatet ist. 2010 präsentierte sich die Stadt Köln im Verbund mit medien.NRW erstmals auf der dmexco, um die Vertreter der Digitalwirtschaft in der Stadt und der Region herzlich willkommen zu heißen. Diese Möglichkeit besteht 2011 nicht, da medien.NRW keinen Stand auf der dmexco haben wird. Andere Regionen z.B. Berlin und Hamburg werden auch 2011 deutlich sichtbar präsent sein. Gespräche mit Kooperationspartnern (z.B. Wirtschaftsvertreter, koelnmesse) zu diversen Aktivitäten / Veranstaltungen im Bereich Digitale Wirtschaft finden derzeit statt zu den Themen: dmexco-Gemeinschaftsstand Stadt Köln, Empfang des OB im Rahmen des Messeauftritts.

Aufwand: 30.000,00 Euro

Preis für Tongestaltung

In Zusammenarbeit mit filmplus wird die Soundvision GmbH (Lothar Segeler) eine neue Veranstaltung für die Postproduktion/Tontechnik auflegen. Gespräche mit der Filmstiftung NRW, dem Land NRW sowie Partnern und Unterstützern aus der Branche haben bereits stattgefunden.

Durch eine solche Veranstaltung in Köln, die bundesweit einzigartig wäre, wird das Augenmerk auf die audiovisuelle Postproduktion gelegt, die in Köln durch KMUs gut vertreten ist.

Aufwand: 5.000,00 Euro

30 Jahre Deutscher Kamerapreis 2012 / Wettbewerb „Kamera 30/30“

Zum dreißigsten Jubiläum des Deutschen Kamerapreises soll erstmals der Wettbewerb „Kamera 30/30“ durchgeführt werden, der nur im Internet stattfindet. Damit wird die Gruppe junger Filmemacher an den Kamerapreis herangeführt und zudem wird der neuen Bildgestaltung im Netz Rechnung

getragen. Der Wettbewerb wird vom gesamten Vorstand des Kamerapreises einstimmig begrüßt, der OB hat als erster Vorsitzender seine Unterstützung – auch bei der Finanzierung – zugesagt. Nach dem Auftakt soll der Wettbewerb durch Sponsoren weiter geführt werden. Bei einer Bereitschaft der Kostendeckung der Stadt Köln ist davon auszugehen, dass durch Sponsoring die Summe reduziert wird. Die Kosten für die Durchführung des Wettbewerbs „Kamera 30/30“ betragen insgesamt 30.000,00 Euro, davon werden höchstens 20.000,00 Euro einmalig durch die Stadt Köln aufgebracht. Durch die Stadt Köln sollen zur Vorbereitung in 2011 5.000,00 Euro bereit gestellt werden, in 2012 höchstens 15.000 Euro, wobei davon ausgegangen wird, dass dieser Höchstbetrag durch das Sponsoring nicht ausgeschöpft werden wird. Derzeit finden Gespräche mit externen Sponsoren über die benötigte Summe statt.

Aufwand: 5.000,00 Euro in 2011, bis zu 15.000,00 Euro in 2012

Folgeinitiativen der Arbeitsmarktkonferenz

Bei der diesjährigen Arbeitsmarktkonferenz Medien und Kultur wurde deutlich, dass bei Freiberuflerinnen und Freiberuflern ein hoher Informationsbedarf über Beratungsangebote und Coaching besteht. Häufig fehlen Kenntnisse über bestehende Programme und Fördermöglichkeiten. Gleichzeitig wurde ein „Code of Practice“ in die Diskussion gebracht, der nachhaltige und gute Arbeitsbedingungen garantieren soll.

Geplant ist nunmehr eine praxisorientierte, pragmatisch ausgerichtete Pilot-Veranstaltungsreihe zu unterschiedlichen Schwerpunkten (Design, Kultur, Film/Fernsehen, Journalismus/PR). Diese soll kombiniert werden mit einer strategischen Perspektiv-Diskussion darüber, wie ein regionales „Bündnis für gute Arbeit“ aussehen könnte. Hierbei werden alle Branchen-Akteure einbezogen: Unternehmen, Förderinstitutionen, Beschäftigte, Freie etc. Die Arbeitsmarktkonferenz kann als einmal jährlich stattfindende Veranstaltung einen kontinuierlichen Informations- und Austauschbedarf nicht decken. Insofern ergänzen die Veranstaltungsreihe sowie die Perspektivdiskussion das Angebot der Arbeitsmarktkonferenz und reagieren auf dort identifizierte Bedarfe.

Aufwand:

5.500,00 Euro für die Nachfolgeveranstaltungen

5.000,00 Euro einmalige Veranstaltung „Code of practice“

Bildungsbedarfsanalyse

Ziel der Expertise ist, einen aktuellen Überblick über die Bildungsangebote für die Medien- und Kommunikationsbranche in Köln / NRW zu geben und vorhandene Lücken und Bedarfe innerhalb der grundständigen Ausbildungs- und Studienangebote sowie der beruflichen Weiterbildung zu identifizieren. Darüber hinaus sollen Handlungsstrategien zum Ausbau der Bildungslandschaft entworfen werden. Einbezogen werden alle relevanten öffentlichen wie privaten Hochschulen, Berufskollegs, Weiterbildungsträger sowie die angebotene Bildungsberatung. Die Expertise wird zunächst auf Köln fokussiert und kann bei Gewinnung externer Mittel auf NRW ausgeweitet werden.

Aufwand: 10.000,00 Euro

Internationale Filmschule Köln (ifs)

Als private Bildungseinrichtung erhebt die ifs internationale filmschule köln für ihre Studiengänge eine Semestergebühr von 1.750 Euro. Aus diesem Grund hat der Förderverein der ifs einen Studienfonds eingerichtet, der zinslose Darlehen an besonders bedürftige Studierende vergibt. Die Vergabe der Stipendien erfolgt ausschließlich an besonders talentierte Studierende, am Auswahlverfahren wird der Stipendiengabe beteiligt. Vorgesehen ist zunächst eine einmalige Zahlung in den Studienfonds, überlegt wird in der Folge die Übernahme eines Vollstipendiums für besonders Begabte.

Aufwand: 10.000,00 Euro für die Aufstockung des Studienfonds

Filmclub 813 - Aufrüstung der technischen Infrastruktur des „Kino im Kunstverein“

Neben dem Filmclub 813 profitieren diverse Kölner Filmfestivals von einer Aufrüstung, wie z.B. die Cologne Conference, SoundTrack Cologne, unlimited Kurzfilmfestival usw.

Derzeit kann der Saal nur bedingt bespielt werden, da die Technik unzureichend ist. Eine Aufrüstung ist zugleich eine Investition in eine städtische Immobilie.

Aufwand: 20.000,00 Euro

Marketingmaßnahmen zur Film- und Fernsehstadt Köln

Der Ruf als maßgeblicher Medienstandort muss im nationalen und internationalen verbessert werden. Hierzu gibt es gemeinsame Überlegungen mit der Film und Medien Stiftung NRW.

Von Seiten der Stadt Köln soll die Cologne Conference als Kern-Event dabei genutzt werden. Zum einen ist es wichtig, dass der Filmpreis Köln weiter vergeben werden kann, zum anderen sollen weitere Marketingmaßnahmen durchgeführt werden.

Der Filmpreis schafft eine besondere Aufmerksamkeit für den Filmstandort Köln, ist mit 25.000 Euro dotiert und wird zur Hälfte von der Filmstiftung NRW übernommen.

Aufwand: 32.500,00 Euro, davon 12.500,00 Euro für den Filmpreis

Theaterzeitung „akt“

Die Weiterführung der Theaterzeitung sollte gesichert werden.

Aufwand: 20.000,00 Euro

Campus-Projekt on tour

Im letzten Jahr initiierte die Stadt Köln zusammen mit dem PopKultur Köln e. V. parallel zur C'n'B und zum c/o pop – Festival ein Wissens- und Ausbildungsforum unter dem Titel „**Campus Spotlight**“. In diesem Jahr soll dieses Projekt unter dem neuen Label „C'n'B Campus“ in Trägerschaft der Media-KulturKöln GmbH (MKK) weiterentwickelt werden. Als eigenständiges Veranstaltungsmodul ergänzt es die zeitgleich stattfindenden Veranstaltungen C'n'B sowie Medienfest.NRW in idealer Weise: Es richtet sich schwerpunktmäßig auf die Integration des Hochschulsektors in die kreativwirtschaftlichen Weiterbildungs- sowie institutionsübergreifenden Vernetzungsprozesse. Ein besonderer Fokus liegt aber auch auf dem Thema „Existenzgründung“. Studierende und Auszubildende aus allen Teilbereichen der Kreativwirtschaft erhalten die Möglichkeit zum praxisnahen Austausch mit Unternehmen, Fachleuten und Wissensträgern der Kreativwirtschaft. Dabei sind die Bildung und der Aufbau einer interdisziplinären Netzwerkplattform zum ständigen Austausch von Informationen, Kontakten und zur dauerhaften Vernetzung bundes- und europaweit wichtig. Darüber hinaus ist geplant, dass das Campus-Projekt zu einer ganzjährigen Veranstaltungsreihe mit differenzierten Programmmodulen ausgebaut wird.

Aufwand: 56.000,00 Euro

Games-Veranstaltungen

Mit der gamescom findet in Köln Europas Leuchtturm-Veranstaltung der Branche statt. Um die Aufmerksamkeit der Branche auch zu anderen Zeitpunkten auf Köln zu ziehen, werden zwei weitere Games-Formate unterstützt bzw. entwickelt. Zum einen die Next Level Conference (1.000 Euro), die im November zum zweiten Mal in Köln stattfinden wird und sich mit den Themen Games und Kunst und Kultur beschäftigen wird. Zum anderen eine zweite Games-Konferenz (Games und Verlage), die sich mit den Themen Content und Konvergenz beschäftigt (5.000 Euro).

Aufwand: 6.000,00 Euro

DC Open

Die DC Open ist eine Veranstaltung, die die Vielfalt der Galerienlandschaft in Köln und Düsseldorf ins Blickfeld rückt. Die sehr positive nationale und internationale Resonanz auf die Vorjahresveranstaltung hat gezeigt, dass die DC Open, an der in beiden Städten mehr als 70 Galerien teilnehmen, einen bedeutenden Faktor bei der Förderung des regionalen Kunst- und Galerieshandelsstandortes darstellt. Nebenbei ist sie ein Stück praktizierter regionaler Zusammenarbeit zwischen Köln und Düsseldorf. Die Förderung dieser Veranstaltung soll auch in 2011 fortgeführt werden, um die durch die Veranstaltung unterstützte Vernetzung der Akteure dieses Bereiches der Kreativ- und Kulturwirtschaft weiterzu-

führen.

Aufwand: 11.000,00 Euro

Bereich KölnTourismus

Wie im Aufsichtsrat der KölnTourismus GmbH erörtert, soll zur Stärkung der Inlandsnachfrage die Kooperation mit der Deutschen Bahn ausgebaut werden und Köln als Städtereiseziel sowohl für Geschäftsreisende (MICE-Segment) als auch für Freizeitreisende gemeinsam bundesweit beworben werden. Zwischen 2011 und 2014 sind umfangreiche Print- und Online Kampagnen vorgesehen, an denen sich auch weitere Städte und Partner beteiligen werden. Hintergrund ist, dass die Deutsche Zentrale für Tourismus DZT in Zukunft kein Inlandsmarketing mehr betreiben wird. Die Deutsche Bahn war in den vergangenen Jahren Partner der DZT bei Werbekampagnen auf dem Inlandsmarkt und will auch weiterhin, jedoch mit anderen Partnern, diesen wichtigen Quellmarkt bearbeiten. KölnTourismus hat frühzeitig Gespräche mit der Bahn und weiteren potentiellen Kooperationspartnern aufgenommen und so eine Vorreiterrolle für die Rheinmetropole erlangt. Um diese günstige Ausgangsposition weiterhin sicherstellen zu können, sind erste Investitionen bereits in 2011 erforderlich. Diese beinhalten einen umfangreichen Beihefter in der Zeitschrift DB mobil, welche einige Tage vor Weihnachten in Fernverkehrszügen ausliegt und von der Bahn zu 50 Prozent mit finanziert wird. Flankierend werden Online- und Social Media Maßnahmen durchgeführt mit dem Ziel, die Position Kölns als Bahnreiseziel weiter auszubauen. Diese Maßnahme legt die Basis für das Jahresleitthema 2012 "Business Destination Cologne". Unter diesem Motto wird das kommende Jahr für KölnTourismus und das Cologne Convention Bureau stehen und soll durch entsprechende Kommunikationsmaßnahmen begleitet werden. Geplant sind unter anderem neue Informationsunterlagen zum Standort Köln in den Bereichen Messe und Kongress.

Aufwand: 139.000,00 Euro