

## **Kurzfassung Konzeptpapier:**

### **Ausbau der Klubkomm-Website samt Launch einer Termin-App**

#### **Grundsätzliche Definition und Ziele des Projekts**

Zur Stärkung und besseren Vernetzung der Kölner Clubszene soll der mediale Austausch optimiert werden. Im Mittelpunkt steht der Austausch gemeinsamen Wissens und die Bereitstellung branchennaher Fakten. In erster Linie verfolgt das Projekt das Ziel der Existenzsicherung der kulturell geprägten Clubs und ihrer Gesamtstruktur in Köln. Ob hierbei in erster Linie die Vernetzung untereinander oder der Ausbau der PR zielführend ist oder aber eine Mischung dieser Inhalte gehört mit zur grundsätzlichen Fragestellung und damit Untersuchung dieses Projekts.

#### **Konkrete Ziele:**

- Vernetzung der Kölner Clubs und Veranstalter stärken
- Mehr Service für Mitglieder und Nichtmitglieder bieten
- Öffentlichkeit ausbauen, auch in Richtung Verwaltung und Politik vor dem Hintergrund der Selbstdarstellung: „Wer wir sind!“
- Umsetzung von innerhalb der Klubkomm erarbeiteten Handlungsempfehlungen
- Klubkomm attraktiver gestalten und damit den Kreis der Mitglieder erweitern

Als Vorbild zur inhaltlichen wie formalen Umsetzung diene zunächst grundsätzlich die „Clubfibel“ des Klubkombinats Hamburg, ein erfolgreiches Kompendium für Neueinsteiger und Leitfaden für Betreiber, Veranstalter und Interessierte sowie Behörden mit einem umfassenden Einblick in die Arbeit der Branche. Die daraus abgeleiteten Ideen und Ziele der Klubkomm lassen sich in drei Bereiche gliedern:

#### **a. Wissenstransfer innerhalb der Clubszene**

Info-Sammlung und Abbildung von allgemeinem wie speziellem Know-how der Kölner Szene, sinnvollerweise als interaktive Plattform. Möglich ist die Darstellung dieser Inhalte auch in Form von moderierten Foren in einer Art Servicebereich, der auch als akute Online-Hilfe bei Problemen dienen kann – entweder durch eine Community oder einen Kontakt zu speziellen Ansprechpartnern bei bestimmten Themen. Mögliche Rezipienten neben den Mitgliedern wären hier die Branche an sich sowie interessiertes Business, das erst zukünftig in Richtung Spielstätten- oder Veranstaltungsbetrieb denkt. Teile der angedachten Inhalte hätten Potenzial, weit über die Stadtgrenze hinaus anwendbar zu sein, sofern sie nicht speziell stadtpolitische Relevanz besitzen. Die hier entstehende Community sollte exklusiv den Mitgliedern vorbehalten sein – nicht zuletzt auch als Argument für eine Mitgliedschaft in der Klubkomm. Allgemeine Informationen hingegen stehen selbstverständlich auch Nichtmitgliedern zur Verfügung. Die Überlegungen zur Herstellung eines klassischen Print-Produkts haben wir vorstandsintern schnell ausgeklammert, da ein solches lediglich mit kontinuierlicher Aktualisierung nutzbar wäre.

#### **b. Online-System für Clubtermine**

Eine Vorstellung der Mitgliedsbetriebe in Form von Porträts, Storys, Interviews mitsamt eines Links bzw. einer Unterseiten mit Terminen der Clubs, sowie insgesamt eine Terminübersicht mit Monatshighlights und Tagestipps. Bei dieser Überlegung bilden sowohl die Konsumenten (also Kunden der Klubkomm-Mitglieder) als auch ihre potenziellen Geschäftspartner die anvisierte Zielgruppe: Zur Stärkung der Mitgliederaktivitäten erscheint eine gemeinsame Vorstellung der in der Klubkomm

vereinten Betriebe und ihrer Veranstaltungstermine unmittelbar sinnvoll bzw. unverzichtbar. Auch hinsichtlich der Imagepflege der gesamten Szene ist die Selbstdarstellung ein wünschenswerter Schritt – auch, um in Richtung Politik und Verwaltung optimiert handeln zu können. Eine solche Darstellung der Klubkomm-Mitglieder und ihrer Betriebe sowie ihres kulturellen Engagements wäre in gebündelter Form auch ein unverzichtbares Werkzeug hinsichtlich der Stärkung einer über die Stadtgrenze hinaus gehenden Öffentlichkeitsarbeit.

### **c. Ausweitung oder Neuaufbau einer Art „Kölnkontakter“**

Sammlung von Adressen und Ansprechpartnern szenerelevanter Branchenbetriebe in Köln, auch über die Klubkomm-Mitglieder hinaus, inkl. einer Kurzdefinition des Betriebs. Hintergrund der Überlegung ist auch hier die Vernetzungsmöglichkeit durch eine Community sowie der Austausch von Erfahrungen. Auch sinnvoll zur Umsetzung von existenten oder neuen Handlungsempfehlungen durch eine Community mit Einbindung der Politik/Behörden, evtl. auch ein aktuelles „schwarzes Brett“ mit akuten Problemen und einem allg. Nachschlagewerk „Club-Know-how A bis Z“ – übertragen auf branchennahe Businessformen. Sowohl Mitglieder als auch branchennahe Kölner Unternehmer (bzw. solche aus dem Umland) sollten sich hier auf einer gemeinsamen Plattform wiederfinden und vernetzen können. Nicht zuletzt auch Konsumenten oder Verwaltung auf der Suche nach bestimmten Anbietern sind hier die Zielgruppe. Wie unter Idee a) bliebe hier zu prüfen, ob ein Teil der Community öffentlich, ein weiterführender Teil evtl. passwortgeschützt zur Verfügung gestellt werden sollte. Die Veröffentlichung sowohl als Website-Inhalt als auch in einer App ist hier denkbar. Der vom Kulturamt der Stadt Köln geförderte und seitens des Vereins PopkulturKöln schon seit langem existente und in unterschiedlichen Gewichtungen gepflegte „Kölnkontakter“ könnte hier als Vorbild bzw. noch eher als Kooperationspartner dienen.

### **Fazit der Grundkonzeption:**

Eine Zusammenfassung der ersten drei Ideen erscheint als sinnvollste Maßnahme in naher Zukunft. Daraus leitet die Klubkomm den vorläufigen Plan einer Komplettüberarbeitung, Programmierung und Neukonzeption der Klubkomm-Website ab – inklusive einer mobilen Version sowie Übertragung der Inhalte auf eine umfassende App nach dem Hamburger Vorbild „Clubplan“.

### **Die wichtigsten Inhalte:**

- Open-Source-Service-Teil mit Community und Online-Beratung/Fachwissen, teilweise in öffentlichen, teilweise in passwortgeschütztem MG-Bereich
- red. Aufarbeitung und Vorstellung der Kölner Club- und Veranstalterszene. „News & Stories“ aus MG-Szene: „Das sind wir“, auch an Öffentlichkeit und Politik gerichtet mit dem Ziel, Qualitätsanspruch zu unterstreichen
- Terminplattform (entweder als Verlinkung zu Clubseiten oder als Eingabemöglichkeit für Veranstalter oder in Verknüpfung mit bereits existenter Terminplattform)
- inkl. Kontaktplattform mit interaktiver Vernetzungsmöglichkeit – mit dem Hintergrund, die Vernetzung zu anderen Businessformen (Labels, Agenturen, Equipment, Bands & Künstler etc.) auszubauen
- evtl. Idee zu einer Börse für Rest- und Tauschkarten

## **Analyse verwandter Websites und Mitgliederbefragung**

Durch Analyse der Angebote der Mitstreiter in Hamburg und Berlin haben wir festgestellt, dass die Hamburger Online-Lösung des „Clubplans“ mit seinen diversen Tools rundum vorbildlich gelöst ist. Lediglich der Zugang zu Szene-„Know-how“ ist beim Clubkombinat Hamburg e.V. durch eine Online-Version der „Clubfibel“ gegeben, von der wir als Klubkomm in dieser Form Abstand nehmen möchten. An dieser Stelle kämen hinsichtlich des Downloadbereichs für Köln eher die Inhalte des Berliner Vorbilds des Clubcommission e.V. in Frage.

In einer Mitgliederbefragung haben wir zusammengetragen, welche der geplanten Inhalte und Umsetzungsformen den Mitgliedern der Klubkomm am ehesten einen sinnvollen Mehrwert liefern würden. Insgesamt acht teilnehmende Mitglieder bildeten dabei einen repräsentativen Querschnitt durch die verschiedenen Tätigkeitsfelder der Mitgliedsbetriebe. Die Befragungsergebnisse zu den einzelnen Inhaltspunkten lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

### **1) Wissenstransfer:**

Der von den meisten Mitgliedern mit viel Euphorie begrüßte und damit wichtigste Punkt des Konzepts, an dem lokales Wissen zusammenfinden muss, wie z. B. Ansprechpartner bei der Klubkomm, unter Kollegen und bspw. in der Stadtverwaltung ist ein Online-Tool, bei dem sich Mitglieder bei bestimmten Problemen einklinken und unter verschiedenen Themen Beratung und Erfahrung finden können. Gewünscht ist den oft herrschenden Wissensnotstand zu beheben – ob in Community-Form oder als beständiges Wiki bleibt hinsichtlich der Umsetzbarkeit zu prüfen. Am ehesten kristallisiert sich heraus, dass das gemeinsame spezifische Wissen der Kölner Szene durch redaktionelle Moderation bzw. entsprechende Sortierung zusammengetragen werden sollte. Für grundsätzliches Allgemeinwissen der Branche ließe sich auch auf die Inhalte der Clubcommission Berlin und Clubkombinat Hamburg zurückgreifen.

### **2) Redaktionelle Vorstellung der Mitglieder und News-Blog:**

Auch dieser Punkt wird als möglicher Bestandteil einer Klubkomm-Website vorwiegend positiv begrüßt, auch als notwendiges Pendant zu geläufigen Netzangeboten oder einer z. T. kostenpflichtigen Plattform wie bei KölnTourismus. Als Ergänzung zu den statischen Inhalten wäre die Dynamik eines Blogs wünschenswert, um die Website entsprechend mit Leben zu füllen. Darüber, dass dieser Punkt mit den möglichen Ressourcen dahinter steht und fällt, sind sich die befragten Mitglieder einig. Der Wunsch geht von der mitgliedereigenen Kurzdarstellung über einen kleinen redaktionellen Text bis hin zu der Idee, hier auch weiter in die Tiefe zu gehen. Im Kern bleibt der Gedanke, dass die Selbstdarstellung auch in Richtung Verwaltung und Politik wichtig ist.

### **3) Gemeinsame Terminplattform inkl. Verknüpfung mit mobiler App:**

Die Idee findet – im besten Fall auch in Form einer mobilen App – im Großen und Ganzen Zuspruch, nur zum Teil schwingen Bedenken hinsichtlich einer sinnvollen Machbarkeit und Umsetzung mit. Eher gibt es eine ausdrückliche Befürwortung, um eine Gesamtübersicht für Kölner Termine zu schaffen und damit eine Alternative zu den selektiven Anbietern. Schnell findet bei Kennern das Hamburger Vorbild „Clubplan“ lobend Erwähnung aufgrund der hohen Qualität der App und des möglichen Mehrwerts sowohl für die Clubs als auch für die Klubkomm als stichhaltiges Argument für eine Mitgliedschaft.

Die Adaption einer – wie in Hamburg – funktionierenden und etablierten Softwarelösung würde für das Gros der Klubkomm-Mitglieder deutliche Vorteile mit sich bringen, wie wir nach interner Prüfung feststellen konnten. So empfehlenswert eine Übernahme der erprobten Software „Clubplan Hamburg“ für die Kölner Szene ist, so deutlich wird in den Gesprächen auch die Notwendigkeit des Marketings einer solchen Plattform nach ihrer Einführung.

#### **4) Kontaktplattform mit anderen Businessformen:**

Bei allen befragten Mitgliedern stellt sich heraus, dass es diverse Bedarfe gibt, sich mit anderen Agenturen, Zulieferern und Anbietern für und aus der Musikwirtschaft zu verknüpfen, auch wenn diese Kontakte in etablierten Betrieben vielfach bereits bestehen. Oft entsteht die Motivation zur Vernetzung in erster Linie aus einem Bedarf, der zum Teil auch mit dem ersten Konzeptionspunkt „Wissenstransfer“ stark verwandt ist, also als eine Art Nachschlagewerk für Problemlösungen. Der Unterschied läge darin, dass es sich hier in erster Linie um Adresssammlungen von Dienstleistern und Subunternehmern handeln würde und nicht um Faktenaufzählungen zum Thema.

#### **5) Börse für Rest- und Tauschkarten/Verknüpfung zu Ticketing-Plattform:**

Aufgrund einer möglicherweise entstehenden Konkurrenzsituation, drohender technischer Schwierigkeiten und eventueller Nähe zum Schwarzmarkt wird das Thema Ticketing im Grunde abgelehnt.

Die Mitglieder wünschen sich durch die Reihe, dass die Klubkomm sich auf ihre Kernthemen konzentrieren solle. Lediglich eine Verlinkung von den Terminen zu den auch vom Veranstalter selbst eingerichteten Ticketing-Plattformen wird als empfehlenswert eingestuft und wäre für eine solche App auch notwendig.

#### **Fazit und Empfehlung**

Grundsätzlich begrüßen die Mitglieder der Klubkomm die geplanten Konzept-Ideen und empfehlen, sich dabei gezielt auf das Wesentliche zu konzentrieren, um damit einen Mehrwert für die Clubszene allgemein, die Mitglieder und die Klubkomm selbst zu schaffen. Dabei dominiert der Wunsch nach einem qualitativ hochwertigen Wissenstransfer als Einstieg in einen aktiven Informationsaustausch. Diese neuen Inhalte werden selbstverständlich web- und mobiltauglich erwartet – im Bestfall mit Einführung einer öffentlich nutzbaren App. Das Ziel, damit die Vernetzung unter den Mitgliedern und die Kommunikation miteinander auszubauen, steht hierbei an erster Stelle, gleich gefolgt von der Möglichkeit, damit ebenso eine gute Kommunikationsbasis im Auftritt nach außen aufzubauen, um den Musikstandort Köln zu stärken.

So sollte die neue Website auf den ersten Blick die Vielzahl und Wichtigkeit der Klubkomm und ihrer Mitglieder darstellen – vor allem in Richtung Politik und Neumitglieder. Ein Auftritt als starker, hochqualitativer Verband wäre dann gegeben, wenn die Klubkomm-Website entsprechend dynamisch auftritt, was nur durch ständige Pflege und aktuelle Themenerneuerung möglich ist – gerade auch in politischer und verwaltungstechnischer Hinsicht. Hier sollte ebenfalls das Ziel der Schaffung von „Awareness“ vor Augen sein – durch Inhalte, die evtl. sogar auch für externe Verbände und Institutionen interessant sind. Das wiederum unterstützt auch die verbandsinterne Zielsetzung zur Erweiterung des Marketings gegenüber Kunden und der Öffentlichkeit.

Somit gilt grundsätzlich, mit der Umsetzung der angestrebten Online-Maßnahmen und ihrer inhaltlichen Aufarbeitung, eine hohe Spürbarkeit der strukturellen Verbands-

Förderung unter den bisherigen Mitgliedern zu erzeugen. Ebenso zielführend ist es, mit den Maßnahmen die Attraktivität der Klubkomm und dadurch nicht zuletzt den Kreis der Mitglieder zu erhöhen. Die Ergebnisse der Befragung zeugen zum einen von einer hohen Bereitschaft zur Zusammenarbeit und verdeutlichen ebenso, dass der Bedarf nach Austausch zu branchenspezifischen Problemen in Form interaktiven Wissenstransfers immens ist. Ebenso attraktiv erscheint insgesamt die Darstellung der Szene und ihrer Akteure in einem redaktionell gestalteten Blog als auch eine gemeinsame Veröffentlichung ihrer Kulturevents als mobile App – zum einen, um den Zuspruch hinsichtlich der Besucherzahlen zu erhöhen, zum anderen, um das öffentliche Bild der Branche in Richtung Politik, Ämter und Verwaltung entsprechend positiv darzustellen.

**Davon abgeleitet sehen wir die Umsetzung der folgenden Punkte in naher Zukunft als notwendig zur Stärkung der Szene sowie Verbandsstruktur:**

Kurzfristig:

- Ausbau und Neuausrichtung der Klubkomm-Website
- Inbetriebnahme einer terminbasierten Klubkomm-App durch Einsatz der Vorbilds-Software Clubplan inkl. Darstellung der Mitgliedsbetriebe in Porträtform mit betriebseigenem Material und Texten
- Einrichtung einer Plattform „Wissenstransfer“ auf der Website, detaillierte Ausarbeitung der Form und Arbeitsweise
- Erarbeitung und Umsetzung von Bewerbungs- und Marketingmaßnahmen

Mittelfristig:

- Fortlaufende Aktualisierungsmaßnahmen durch
  - a) sukzessive Erweiterung der Inhalte und Themen im Wissenstransfer,
  - b) Erweiterung und Auffrischung der Mitgliederportraits im Zusammenspiel mit periodisch auftretenden Blogbeiträgen und
  - c) redaktionelle Aufarbeitung von Termintipps im Zusammenspiel mit der Facebook-Seite der Klubkomm, um Traffic der KK-Website dynamisch zu aktivieren

Langfristig:

- Ausbau des Wissenstransfers zu einer Community, kontinuierlicher Aufbau ausführlicherer Inhalte

**Insgesamt sehen wir in der Umsetzung der kurzfristigen Punkte in unmittelbarer Zukunft des Jahres 2018 und der anschließenden Arbeit an den mittelfristigen Zielen in diesen Maßnahmen den derzeit sinnvollsten und zudem dringenden Weg zur strukturellen Stärkung der in Köln ansässigen und kulturell ausgerichteten Veranstalter und Spielstätten und somit der Klubkomm-Mitglieder und ihrer Betriebe.**