



Antwort

zur Anfrage Nr. AF/0004/2021

Vorlage: AW/0009/2021		Datum: 02.03.2021	
Dezernat 1			
Verfasser:	83-EB "Rhein-Mosel-Halle"	Az.:	
Betreff:			
Antwort zur Anfrage der CDU-Ratsfraktion: Romanticum			
Gremienweg:			
11.03.2021	Stadtrat	<input type="checkbox"/> einstimmig	<input type="checkbox"/> mehrheitl.
		<input type="checkbox"/> abgelehnt	<input type="checkbox"/> Kenntnis
		<input type="checkbox"/> verwiesen	<input type="checkbox"/> vertagt
		<input type="checkbox"/> Enthaltungen	<input type="checkbox"/> Gegenstimmen
	TOP	öffentlich	

Antwort:

Hintergrundinformation:

Das Zentrale Gebäudemanagement der Stadt (ZGM) ist Eigentümer des Romanticums; die Koblenz-Touristik GmbH ist Manager der Räumlichkeiten. Das heißt, sie ist laut Vertrag bis mindestens 31.12.2022 (Festlaufzeit) verpflichtet, „die gesamte operative Betriebsführung zur Erzielung von Einnahmen, Erbringung von Dienstleistungen und Durchführung aller im Zusammenhang mit dem Betrieb [stehenden] Maßnahmen“ (Managementvertrag, Anlage 3.3) für das Romanticum vorzunehmen. Die Kündigungsfrist beträgt 18 Monate zum Ende der Vertragsdauer (nach 2022 jeweils drei Jahre).

Alle über den Betrieb des Romanticums hinausgehenden Maßnahmen, insbesondere baulicher Art, sind vom Betreiber ZGM zu genehmigen und sind als Kosten im Kernhaushalt einzuplanen. Auch die Planung und Umsetzung der Alternativkonzepte würden im Haushalt eingeplant werden müssen.

Zu erwähnen ist, dass die Erlebnisausstellung im städtischen Vergleich der Museen mit ihren Besucherzahlen grundsätzlich gut dasteht. Die Besucher, die das Romanticum aufsuchen, sind zum überwiegenden Teil sehr zufrieden. Das zeigt das Feedback in der Tourist Information aber auch die Online-Bewertungen. Bei Google und TripAdvisor hat das Romanticum eine Bewertung von 4 von 5 Punkten. Allerdings werden die vor dem Bau des Romanticums prognostizierten, auf einer Machbarkeitsstudie basierenden Besucherzahlen auch künftig nicht annähernd erreicht werden können.

1. Konnten mit den ab Mai 2019 im Romanticum geplanten Aufführungen des R(h)einromantischen Theaterstückes „Goethes Fuß“ die Besucherzahlen und Einnahmen gegenüber den Vorjahren gesteigert werden?

Die Besucherzahlen lagen 2018 bei 14.846 Personen und konnten 2019 auf 15.670 Personen gesteigert werden. Somit wurden knapp 900 Tickets mehr verkauft als 2018. 2020 konnten aufgrund des Lockdowns und der anschließenden Beschränkungen immerhin noch 6454 Tickets verkauft werden.

2. Hat sich das Konzept zur Entwicklung des Romanticums zum außerschulischen Lernort mit Frau

Prof. Dr. Juchem von der Universität Koblenz/Landau bewährt?

Die Koblenz-Touristik hat das Konzept zum außerschulischen Lernort in 2020 noch weiter ausbauen können. In Zusammenarbeit mit Dr. Kerstin Kallas vom Zentrum für Lehrerbildung der Universität Koblenz/Landau (das ZfL wird von Frau Prof. Juchem-Grundmann geleitet) wurde das Projekt „Museumsralley“ weitergeführt. Um die Lehrer:innen bei einem Ausflug in das Romanticum weiter zu unterstützen und den außerschulischen Lernort noch bekannter zu machen, wurde begleitendes Unterrichtsmaterial erstellt. Mit diesem Material kann der Besuch im Romanticum in den Klassen vorbereitet werden. Den Lehrer:innen steht Material zur Verfügung, welches den Besuch unterstützt und ebenso wird Lernmaterial zur Nachbereitung zur Verfügung gestellt. Dieses Material ist im Rahmen einer Masterarbeit vollständig erstellt worden. Dieses Lernmaterial baut auf der ursprünglich unter der Federführung von Dr. Nicole Henrich vom Institut für Grundschulpädagogik erstellten Museumsralley auf. Nun wird dieses Material durch die Marketingabteilung in das Corporate Design des Romanticums gebracht und soll im Frühjahr / Sommer (je nach Corona-Lage) an Schulen in Koblenz und der Umgebung versandt werden. Ergänzend dazu wurde die Website des Romanticums vollständig überarbeitet. So erfüllt sie nicht nur alle neuen technischen Voraussetzungen, sondern ist vom Layout weiter an die Zielgruppe angepasst worden. Die Seite ist jünger und verspielter und spricht somit die Zielgruppe besser an. Sie ist im „responsiv Webdesign“ erstellt, kann also auf jedem digitalen Endgerät optimal ausgespielt werden. Durch den Einbau von spielerischen Elementen, einem Online-Ticketverkauf und natürlich auch den Informationen zum außerschulischen Lernort werden so Gäste besser angesprochen.

3. Welche Effekte wurden hierbei erzielt?

Das Romanticum ist bei Schülern und Familien beliebt. Besonders Schulgruppen sind vormittags die Hauptzielgruppe. Auch die Kooperation mit der Universität Koblenz/Landau konnte weiter ausgebaut werden. Nach Abschluss der letzten Kooperation gibt es schon Gespräche zu weiteren Möglichkeiten der Zusammenarbeit. Hier steht das digitale Lernen im und mit dem Romanticum im Fokus.

4. Wurden aufgrund der durch die AG in 2019 vorgelegten empfohlenen Alternativkonzepte zum Romanticum seitens der Verwaltung Untersuchungen zur Machbarkeit mit Kostenermittlung durchgeführt?

Als Ergebnis aus der AG Kulturbau unter der Leitung von Kulturdezernentin PD Dr. Margit Theis-Scholz stehen aktuell drei Möglichkeiten zum weiteren Umgang mit dem Romanticum im Raum:

I. Weiterbetrieb und Attraktivierung des Romanticums:

- Diese Möglichkeit könnte im Rahmen des Managementvertrages von der Koblenz-Touristik GmbH umgesetzt werden. Allerdings sind, sofern diese Option gewählt wird, Investitionen notwendig, um eine wirkliche Attraktivierung der Erlebnisausstellung zu erreichen.

- Das Romanticum ist mit das meistbesuchte Museum (Ausstellung) in Koblenz. Trotz fehlender Weiterentwicklung der Exponate liegt die Besucherzahl der letzten Jahre bei rund 15.000 Personen pro Jahr. Die Rheinerlebnisausstellung bietet nicht nur Schulen eine tolle Lern- und Ausflugsmöglichkeit, auch Familien und Best Ager nutzen die Ausstellung gerne. Zudem bietet das Romanticum eine der wenigen Möglichkeiten für Familien, auch bei schlechtem Wetter ein attraktives Programm für die Familie in Koblenz zu erleben.

Im Falle der Weiterentwicklung müssen allerdings die Erfahrungen der letzten Jahre in das Konzept mit einfließen:

- Das Thema Rheinerlebnis sollte das zentrale Thema der Ausstellung werden, die Romantik ist neben den Burgen, der Flora und Fauna und der Schifffahrt nur ein Bereich davon.
- Diese Schwerpunktänderung sollte sich auch im Namen der Ausstellung bemerkbar machen.
- Es muss ein Konzept erstellt werden, wie die Ausstellung langfristig weiterentwickelt werden kann, um auch zu wiederholenden Besuchen anzuregen.
- Neben der ursprünglichen Zielgruppe Best Ager muss der Fokus ebenfalls auf Familien und Schulklassen gelegt werden.
- Das Thema außerschulischer Lernort sollte mit der Universität Koblenz weiterentwickelt werden.

Vom Manager (Koblenz-Touristik) wurden bereits Ideen entwickelt. Hier wurden auch schon erste Gespräche geführt, unter anderem zum Thema VR – Brillen oder Naturerlebnisausstellungen. Allerdings sind für die konkrete Entwicklung Beratungsleistungen notwendig. Diese fachliche Beratung zur Neukonzeption und Überarbeitung der Erlebnisausstellung müsste durch städtischen und/oder externe Experten im Bereich Erlebnisausstellung erfolgen.

- II. Einrichtung einer Vinothek auf einem Teil der Fläche, einer anderen Ausstellung oder Nutzung als „Kulturclub“ oder anderweitige stadtinterne Nutzung
- Schließung der Ausstellung und Abbau der Exponate; Nutzung nur des Salons bspw. als Vinothek. Hier wäre ein Planungsauftrag notwendig um die genauen Kosten (und bestenfalls auch den Nutzen) zu ermitteln.
 - Die Koblenz-Touristik hat in ihrem Leitbild das Thema Wein als eines der Kernthemen für Koblenz definiert. Ergänzend zu der bereits sehr erfolgreichen Veranstaltung Electronic Wine wird es künftig ein Weinfestival geben, darüber hinaus hat die Koblenz-Touristik eine mobilen InfoVinothek angeschafft, weitere Ideen, das Thema Wein auch in Koblenz als festes Kernthema verankern zu können, werden derzeit diskutiert bzw. sind schon konkret in der Planung. Hierzu wäre eine Vinothek in einem Teil des Romanticums eine gute Ergänzung.

Allerdings gestaltet sich die Realisierung einer Vinothek/ Kulturclub im Forum Confluentes unter den baulichen Gegebenheiten schwierig:

- Durch die Lage im Kulturbau ist eine Nutzung außerhalb der Betriebszeiten ist kostenintensiver als bei vergleichbaren Locations.
- Durch die Lage im Keller ohne Fenster/ Außenbereich ist die Nutzung im Sommer weniger attraktiv als vergleichbare Angebote.
- In der Region gibt es zahlreiche Weingüter und Weinkeller, die authentischer in der Nutzung sind.

Bei dieser Möglichkeit gilt es zu beachten, dass alle über den Betrieb des Romanticums hinausgehenden Maßnahmen, insbesondere baulicher Art, vom Betreiber ZGM zu genehmigen und als Kosten im Kernhaushalt einzuplanen sind. Auch die Planung und Umsetzung der Alternativkonzepte würden im Kernhaushalt eingeplant werden müssen.

➤ Schließung und interne Nutzung;

Hinweis: Bei dieser Lösung würden die Betriebs-/Nebenkosten sowie die Gebäudeabschreibungen auf städtischer Seite weiterhin anfallen. Die Exponate des Romanticums müssten, sofern diese nicht verkauft werden können, abgeschrieben werden und die derzeit durch den Verkauf der Romanticum-Eintrittskarten generierten Einnahmen würden wegfallen.

III. Schließung und externe Nutzung

- Zur externen Nutzung wäre die gesamte Überarbeitung der Zugänge, Fluchtwege, Technik etc. notwendig. Umfangreiche Investitionen wären von Stadt bzw. ZGM zu tragen.
- Laufende Kosten könnten anschließend auf die externen Mieter aufgeteilt werden
- Ob unter diesen Gegebenheiten für die im Untergeschoss gelegenen Flächen ein externer Mieter gefunden werden kann, müsste geprüft werden.

5. Zu welchem Ergebnis führten diese Untersuchungen?

s. Ausführungen zu 4.

6. Wann werden die Ergebnisse dieser Untersuchungen in den entsprechenden Ausschüssen und im Rat präsentiert, um dann über die weitere Vorgehensweise zu entscheiden.

Idealerweise sollte in den städtischen Gremien bis Juni 2021 eine Entscheidung getroffen werden, wie die Fläche weiter genutzt wird. Danach könnte der Betreiber (ZGM) mit den Planungen beauftragt werden.