



Unser Barsinghausen e. V. – c/o Gödeke Optik – Marktstraße 3-5 – 30890 Barsinghausen
An den Rat der Stadt Barsinghausen

Barsinghausen, 07.11.2017

Antrag auf Förderung der Barsinghäuser Kulturtermine

Sehr geehrte Mitglieder des Rates,

hiermit möchten wir einen Antrag auf Förderung der „**Barsinghäuser Kulturtermine**“ über 9000 Euro stellen.

1) Der Hintergrund

Wir haben es uns als Stadtmarketingverein zur Aufgabe gemacht, die einzelnen „Säulen“ der Stadt zu vermarkten und damit die Wahrnehmung der Stadt Barsinghausen als attraktives Gesamtpaket sowohl bei den Bürgern der Stadt selbst als auch in der Region zu steigern.

Zu den Säulen zählt neben Themen wie „Zivilgesellschaft & Vereine“ und der „Einkaufsstadt Barsinghausen“ auch die Kultur.

Zur Bewerbung der wichtigen Säule Kultur entstanden vor rund 1,5 Jahren in Zusammenarbeit mit lokalen Barsinghäuser Kulturschaffenden und Designunternehmen die „**Barsinghäuser Kulturtermine**“ (kurz: BKT).

2) Was sind die BKT?

Die „**Barsinghäuser Kulturtermine**“ sind eine **Zusammenfassung sämtlicher Kulturtermine, die in Barsinghausen stattfinden**. Diese erscheinen sowohl auf einer Internetseite kulturtermine.unser-barsinghausen.de als auch in einer **quartalsweise erscheinenden Printbroschüre**, die mit einer Auflage von aktuell rund 18.000 Stück mittels der lokalen Tageszeitung und per Handverteilung in der Region Calenberg (Barsinghausen, Gehrden, Wennigsen, Empelde/Ronnenberg) und Hannover verteilt wird. Zusätzlich dazu haben wir angefangen, Facebook als weiteren Kanal zu nutzen.

Unser Barsinghausen e. V. – Stadtmarketing für alle
c/o Gödeke Optik,
Marktstraße 3 - 5
30890 Barsinghausen

www.unser-barsinghausen.de
kontakt@unser-barsinghausen.de
Tel.: 0172-201 37 31 (Mo. 10-12, Di. 10-12 und 14-17, Do. 9-12 Uhr)

Vereinsregisternr. 14 01 54, AG Hannover

Vertretungsberechtigter Vorstand:
Hendrik Mordfeld (1. Vorsitzender), Karin Dörner,
Andreas Goltermann, Margret Gödeke

Steuernummer: 23 21 00 67 19
Bankverbindung:
Stadtparkasse Barsinghausen
IBAN DE85 2515 1270 0000 6449 71
Volksbank Hannover
IBAN DE28 2519 0001 0397 0230 00

3) Gute Gründe für eine Förderung

Viele Gründe sprechen für eine Förderung der „Barsinghäuser Kulturtermine“:

Die BKT erfreuen sich seit ihrer Entstehung eines großen Erfolges

- Es wird das erste Mal die gesamte Vielfalt an unterschiedlichen Kulturveranstaltungen und – Anbietern deutlich. **Das führt dazu, dass Barsinghausen als Kulturstandort wahrgenommen wird.**
- Insgesamt haben die „Kulturtermine“ in ihren bisherigen fünf Ausgaben **über 250 Veranstaltungen** von zahlreichen Kulturanbietern beworben.
Dazu zählen neben großen Anbietern wie der „Deister Freilichtbühne“ und „Calenberger Cultour & Co“ auch kleine Kunst- und Kulturschaffende wie Galerien oder einzelne Künstler, die durch die „BKT“ die Möglichkeit bekommen, ihre Termine einem wesentlich größeren Interessentenkreis näherzubringen als dies sonst für sie möglich wäre.
- **Wir werden immer stärker proaktiv von Organisationen angesprochen**, die gerne ihre Kulturveranstaltungen bei uns platzieren möchten und dazu Infos anfragen.
Als Resultat merken wir, dass die BKT immer mehr Kulturveranstaltungen abbilden (in der aktuellen Ausgabe das erste Mal mehr als 60 Stück!).
- In diesem Zusammenhang findet auch eine immer **stärkere Vernetzung der Kulturschaffenden** untereinander statt.
- Die Online-Ausgabe der „Kulturtermine“ gibt ihnen darüber hinaus die Möglichkeit, **Termine untereinander besser abzustimmen**.
- Seitens der überregionalen Presse haben wir das Feedback bekommen, dass **andere Städte dieses Projekt bewundern**. Dort wurde ein solches Unterfangen zwar auch versucht, aber ohne Erfolg.

4) Finanzierung

- Die Produktion und Distribution der Printbroschüre ist sehr kostspielig: **Rund 90% der Kosten von rund 3.000€/Ausgabe fallen auf diese Position**.
Dabei hat „Unser Barsinghausen“ bereits einen erheblichen Eigenanteil geleistet:

- **Die ersten 4 Ausgaben wurden (fast) komplett vom Verein finanziert.** Es sollte zunächst sichergestellt werden, dass das Projekt den gewünschten Effekt hat und die nötige Qualität besitzt, um weiter unterstützt zu werden. Aufgrund der Vielzahl der Projekte von „Unser Barsinghausen“ ist eine weitere Vollfinanzierung nicht möglich.
- Weiterhin leistet der Verein trotzdem einen Betrag von 5.000€/p.a.
- **Wir haben intensiv und erfolgreich Anzeigenakquise betrieben und werden dies auch in Zukunft tun;** allerdings sind die Anzeigenflächen und die damit verbundenen Einnahmen begrenzt, da wir einen hochwertigen, weitestgehend werbefreien Look beibehalten und damit das anspruchsvolle Niveau des Kulturangebots unterstreichen möchten.

5) Warum überhaupt (noch) eine Printversion?

Die Welt wird immer digitaler, der Konsum von Drucksachen geht stetig zurück. Trotzdem gibt es für uns triftige Gründe, zumindest derzeit noch an einer Druckfassung und der damit zusammenhängenden Verbreitung über die Presse festzuhalten:

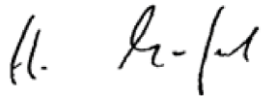
- **Barsinghausen und die BKT müssen sich erst noch als Marke etablieren, bevor der Schritt in den kompletten Online-Bereich getan werden kann.**
Der Grund dafür ist, dass im Online-Bereich zumindest ein gewisser Suchaufwand nötig ist, um die Barsinghäuser Kulturtermine zu entdecken, während sie im Printbereich mit der Post kommen bzw. an markanten Punkten ausliegen **und somit ohne Suchaufwand „entdeckt“ werden können.**
- Die Bürger-Umfrage von 2015 hat gezeigt, dass der **Printbereich in Barsinghausen noch einen sehr großen Stellenwert besitzt**; Online und Social Media sind stark im Kommen, jedoch längst noch nicht auf der gleichen Höhe.
- Dies bestätigt auch eine Studie aus dem gleichen Jahr des Marktforschungs-Startups POSpulse (<https://www.e-commerce-magazin.de/offline-schlaegt-online-fuer-die-informationssuche-beim-taeglichen-einkauf-ist-das-internet-nur>).
Diese besagt, dass für 80% der Konsumenten Handzettel und Prospekte immer noch das Informationsmedium Nr. 1 sind.

Dies bezieht sich zwar auf das Einkaufsverhalten, kann jedoch durchaus auch auf das Freizeitverhalten übertragen werden.

Wir sind bereits die ersten wichtigen Schritte in Richtung Digitalisierung gegangen und werden diese auch konsequent fortsetzen (wobei auch diese Schritte Geld kosten werden durch AdWords, Facebook Sponsored Posts, etc.).

Für den Moment sind wir aus o.g. Gründen der Ansicht, dass wir zumindest für die kommenden zwei Jahre noch an einer Printbroschüre festhalten sollten. **Ebenfalls aus den o.g. Gründen würden wir uns über eine Förderung sehr freuen, da wir dadurch eine Printausgabe und somit umfassende Kommunikation des reichhaltigen Kulturangebotes in Barsinghausen für die kommenden zwei Jahre sicherstellen können.**

Wir bedanken uns und verbleiben
Mit freundlichen Grüßen



Hendrik Mordfeld
Unser Barsinghausen e.V.



Karin Dörner
Unser Barsinghausen e.V.