

## **Anlage zu Sitzungsvorlage Nr. 015/2019**

### **Ausschuss für Wirtschaft, Infrastruktur und Verwaltung am 27.11.2019**

#### Strategische Weiterentwicklung

Die FMF-Geschäftsführung hat bereits Anfang letzten Jahres einen internen Prozess zur Schärfung der Visionen für die beiden Veranstaltungen ITFS und Raumwelten begonnen, um die sich daraus resultierenden Strategien und Maßnahmen zu konkretisieren. Dies alles natürlich auch unter dem Gesichtspunkt der besonderen Dynamiken, die sich in diesen hochinnovativen Themenbereichen ergeben. In diesen Strategieprozess, der auch interne Arbeits- und Kommunikationsstrukturen verbessern soll, wurde die Belegschaft aktiv, partizipativ und transparent einbezogen, u.a. auch, um die Chancen der Mitarbeiterbindung zu erhöhen und die bisherige Fluktuation zu reduzieren.

Diese bisher sehr starke Fluktuation konnte zwischenzeitlich zwar reduziert werden, ist aber immer noch zu hoch. Dadurch entstehen unvermeidlich zusätzliche Kosten und es geht selbstverständlich immer wieder Know-how sowie entsprechend viel Zeit für die Akquisition neuen Personals verloren. Zwar konnte durch die letzte Erhöhung der Gesellschafterbeiträge die Finanzierung der Personalstruktur stabilisiert werden, die Belastung dieser Belegschaft zeigt sich jedoch immer noch zumindest grenzwertig. Sicherlich ist dies vor allem dadurch begründet, dass die Anforderungen an Programm und Programmstruktur kontinuierlich hochgradig herausfordernd sind, um einerseits der schnellen Dynamik am relevanten Markt zu folgen und das ITFS in der internationalen Wahrnehmung zumindest im Fokus zu halten und andererseits für Kooperationspartner und Sponsoren Möglichkeiten in der schwerer gewordenen Finanzierungsakquise zu schaffen.

Gerade beim Vergleich mit anderen Festivals scheint das ITFS deutlich schwächer aufgestellt zu sein. Für das Filmfest in München hat Ministerpräsident Markus Söder im vergangenen Jahr zusätzliche Zuwendungen in Höhe von 3 Mio. Euro angekündigt. In 2019 wird davon mit 1,7 Mio. Euro das bisherige Budget von 4,5 Mio. entsprechend erhöht. Davon kamen insgesamt 3,5 Mio. vom Freistaat und der Landeshauptstadt. Söder will München damit zum „internationalen Medienfestival“ ausbauen. Als ersten Schritt dorthin wird in 2019 ein neuer Koproduktionspreis in Höhe von 100.000 Euro ausgeschrieben und ab 2020 soll ein VR-Wettbewerb in das Festival integriert werden. In der benachbarten Schweiz ist das Internationale Filmfestival Locarno mit einem Budget von 13,1 Mio. Schweizer Franken und 172.000 Besuchern in elf Festivaltagen sowie die rein auf das nationale Filmschaffen begrenzten Solothurner Filmtage mit einem Budget von 3,1 Mio. Schweizer Franken und 66.000 Zuschauern in acht Festivaltagen bemerkenswert. Für das Animationsfilmfestival Annecy sind aktuell derartige Zahlen noch nicht recherchierbar. So hat jedoch dieses Festival kürzlich ihre 14 Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner in den Bereichen Kommunikation (Pressearbeit, Social Media, Design) veröffentlicht; das ITFS hatte in diesen Bereichen in diesem Jahr eine festangestellte Kollegin, eine Volontärin und einen freiberuflichen Mitarbeiter. Das ITFS wird sich mit derartigen strategischen Fragen weiter intensiv beschäftigen müssen.

## Wirtschaftliche Situation und Erwartungen

Der Lagebericht der FMF-Geschäftsführung als Teil des Prüfungsberichtes zum Jahresabschluss 2018 sowie die Erläuterungen zum Wirtschaftsplan Soll- / Ist-Vergleich 2018 nehmen zur wirtschaftlichen Einschätzung deutlich Stellung. Der bereits damals absehbare weitere Rückgang von Sponsorenmitteln, der bereits in 2017 eingesetzt hatte, konnte noch nicht gestoppt werden.

## Absicherung der Teilhabe der Bevölkerung an den FMF-Veranstaltungen

Diese wirtschaftliche Entwicklung veranlasste die FMF-Geschäftsführung frühzeitig zu ersten informellen Gesprächen mit Gesellschaftervertretern. Aus diesem Austausch resultierte der Antrag auf Erhöhung der Gesellschafterbeiträge. Diese Erhöhung soll insbesondere zur Sicherung der freiwilligen, aber sehr populären Veranstaltungsbestandteile im öffentlichen Raum verwendet werden, die im besonderen Maße den Schwankungen bei den Sponsorenmitteln ausgesetzt sind. Damit sollen vor allem die Angebote auf dem Schlossplatz sowie Raumwelten-Public, die nicht zum Kernbereich der Aufgabenstellung der FMF bzw. der jeweiligen Veranstaltungen zählen, jedoch wichtige Angebote zur Teilhabe der Bevölkerung und einer Kontinuität der qualitativen Angebote im öffentlichen Raum darstellen, abgesichert werden.

Darüber hinaus müssen jedoch auch die Kostensteigerungen erwähnt werden, die gerade das Open Air auf dem Schlossplatz deutlich verteuert haben: Während hierfür die externen Kosten in 2014 noch bei ca. TEUR 90 lagen, wird die Endabrechnung in 2019 eine Summe von mind. TEUR 140 ausweisen. Allein die erhöhten Sicherheitsauflagen in diesem Zeitraum führten zu einer Steigerung dieser Kosten von rd. TEUR 4 auf voraussichtlich mind. TEUR 17. Die möglichen Sponsoringeinnahmen auf dem Schlossplatz und der angrenzenden Königstraße sind durch die Restriktionen von Stadt und Land für Werbemaßnahmen sehr eingeschränkt.

Das verhindert natürlich bestimmte Sponsorings (in diesem Jahr die Firma Playmobil mit geplanten mind. TEUR 30) und bedeutet aktuell, dass die Kosten für die Bespielung dieser öffentlichen Flächen in einem krassen Missverhältnis zu den Möglichkeiten von Sponsoringeinnahmen stehen.

Für Raumwelten Public fielen in 2017 noch rd. TEUR 17 externe Kosten an. Dies war so auch für 2018 geplant; aufgrund des Wegfalls von Sponsorenmitteln und geplanten Zuwendungen wurde in 2018 dieser Kostenblock auf rd. TEUR 6,5 reduziert. Darin nicht enthalten sind die Kosten für den Pavillon Lichtwolke für Auf- / Abbau, Ausstattung, Unterhalt, etc. mit rd. TEUR 105.