RIO

Strategy Paper

Inhalt:

Executive Summery

Die Idee

Das Konzept

Die Marke

Die Räume

- **Das Foyer**
- **Der Eventraum**
- **Das Kino**

Das Team

Die Rechtsform

Die Konkurrenzanalyse

Die Finanzierung

Der Zeitplan

Die Risikoanalyse

Das Fazit

designlöwen

Executive Summery

Unser Ziel ist es ein neues Konzept für das Rio Kino zu erschaffen welches dem geschichtsträchtigen Kino Palast eine neue wirtschaftliche Basis gibt und somit das langfristiges Überleben sichert. Wir selber wollen uns damit einen Traum erfüllen. Schlüsselelemente sind hierbei eine klare Positionierung, eine deutliche Vision & Ziele und eine konsequente Umsetzung.

Ein Unternehmen muss sich prinzipiell auf Erfolgversprechende Tätigkeitsfelder konzentrieren. Dies ist der grundsätzliche Ansatz den wir verfolgen wollen um für das RIO ein wirtschaftlich tragbares Konzept zu kreieren. Wir wollen auf der anderen Seite aber auch kulturelle Events in unser Programm aufnehmen, und sind uns dabei sehr bewusst darüber dass einige dieser kulturelle Events wie z. B. Lesungen etc. sich oft meist nicht selbst tragen. Deshalb zielt unser Konzept darauf ab das Kommerzielle mit dem Kulturellen zu verbinden und somit für Nürnberg eine noch nicht da gewesene Attraktion zu schaffen. Die Einzigartigkeit des RIO ist uns hierbei sehr wichtig und für eine Positionierung notwendig. Unser Geschäftsmodell bildet den Kern einer nachhaltigen Differenzierung und ist Schutz vor Austauschbarkeit.

Das Strategy Paper ist nicht zu verwechseln mit einem Businessplan sondern soll einen ersten Eindruck unseres Vorhabens vermitteln.

designlöwen

Die Idee

Ist Analyse Rio Kino (Geschichte, Marktlage, geographische Lage, Gebäude)

Das RIO Kino in der Fürther Straße hat eine lange Geschichte und ist zu einer Institution in Nürnberg geworden. Leider haben sich die Zeiten geändert und durch Kinokomplexe wie dem Cinecitta hat das RIO unschlagbare Konkurrenz bekommen mit der ein wirtschaftlich profitabler Kinobetrieb nur sehr schwer zu erhalten ist. Die geographische Lage und die Möglichkeiten die das teilweise unter Denkmalschutz stehende Gebäude bietet lassen Überlegungen aufkommen ein neues Konzept für das RIO zu erschaffen das dem Anspruch der Öffentlichkeit gerecht wird, Nürnberg ein weiteres Kulturelles Highlite liefert und dem RIO eine neue wirtschaftlich tragbare Basis bietet. Insgesamt muss sich das RIO verändern ohne aber seine Wurzeln zu vergessen. Das einzige Beständige ist allerdings der Wandel und genau diesen gilt es nun anzugreifen und den Gegebenheiten immer wieder anzupassen.

Das RIO liegt relativ zentral und ist aus der Innenstadt zu Fuß wie aber auch per U-Bahn etc. sehr schnell zu erreichen, dies macht es attraktiv für eine Vielzahl von möglichen Verwendungen und ist geradezu perfekt um eine neue Eventlocation zu schaffen.

Ist Analyse Eventmarkt Nürnberg

Betrachtet man den Eventmarkt in Nürnberg (Veranstaltungen, Clubs, etc.) ist zu beobachten das viele Aktivitäten immer nur jeweils auf eine bestimmte Zielgruppe ausgelegt sind bzw. diese ansprechen und es nur wenige schaffen unterschiedlichste Gruppen „unter einem Dach" zu vereinen. Die Schnittmenge der Personen die Abends gerne z.B. das Indaba oder Mach<1 besuchen und denjenigen die in die Desi oder in das K4 gehen, ist sehr gering. Gerade in Großstädten ist aber genau dieser „Mix" ein Erfolgsrezept vieler angesagten Locations.

designlöwen

⇨ Marktlücke

Genau hier sehen wir eine Marktlücke und die Chance mit einem guten Konzept eine Nische auszufüllen und sich in dieser zu etablieren. In den Vorraussetzungen in Nürnberg (Umfeldanalyse) sehen wir Differenzierungsmöglichkeit.

Geschäftsidee:

Generell basiert die Idee darauf für alle vorhandenen verschiedenen Gruppierungen unter Jugendlichen /Jungen Erwachsenen hauptsächlich von 18 bis 45 eine „Begegnungsstätte" zu kreieren. Das Konzept soll einen gemeinsamen Nenner (Schnittmenge) schaffen und unterschiedliche Menschen zusammen bringen.

⇨ das geschieht durch:

Das Konzept

1.) Nutzung der vorhanden 3-Teilung der Räume (Kino, Eventraum, Tagescafè (Lounge). Alle 3 Räumlichkeiten werden für

- Kultur-,
- Musik-,
- Kleinkunst-, Ausstellungs-, und Theaterveranstaltungen,
- Privat Anmietung / Firmen Events
- sowie Kino genutzt.

Unter Kulturveranstaltungen verstehen wir eine Zusammenarbeit mit bereits vorhanden und bekannten Kulturvereinen (z.B. GOHO-Tage, Gostenhofener Literatur- und Kulturverein, Amerikahaus, usw...). Auch Modeschauen oder Ähnliches können wir uns hier vorstellen.

designlöwen

Musikveranstaltungen können sehr breit gefächert sein und sich von Livekonzerten über Club-Events in verschiedenen Musikrichtungen erstrecken (z. B. Newcomer-

bands, NN-Rockbühne, internationale und lokale Bands und DJ´s wie auch neue- oder auch etablierte Partyveranstaltungen Nürnbergs z. B. SoulRoyale, Bukovina Club, H5, Pessewenk, Diagonal, Buckshot, Max Masher etc.). Wichtig ist hierbei darauf zu achten generell Veranstaltungen aufzunehmen, die durch außergewöhnliche oder individuelle und neuartige Konzepte auffallen und förderungswürdig sind. Hierbei gibt es zwei Wege: Eigenveranstaltungen und fremde Veranstalter.

Kleinkunstveranstaltungen wären Lesungen, Kabarett, Zauberabende, usw... (z. B. Oliver Tissot, Lutz Görner, Schulveranstaltungen etc.) welche hauptsächlich im kleinen Kinosaal stattfinden werden.

Unter Theaterveranstaltungen könnte sich eine Zusammenarbeit unter Anderem mit der EWF anbieten, oder privat produzierte Musicals und Schauspielgruppen können im RIO einen Austragungsort finden. Auch eine Zusammenarbeit mit dem Schauspielhaus (als aufgrund der Umbaumaßnamen ausgelagerten Spielort) wäre denkbar.

Kunstausstellungen und Vernissagen sind ebenfalls mit eingeplant.

Die Räumlichkeiten können des Weiteren auch durch Firmen und privat Personen angemietet werden für z. B. Firmenfeiern, Präsentationen, Geburtstagfeiern etc. Eine Nutzung auch als Hörsaal für Uni (Beispiel Erlangen) oder private Lerninstitute ist hier ohne viel Aufwand möglich. Städtische Veranstaltungen sind unter vielen andern Möglichkeiten der Nutzung möglich und sehr willkommen!

Viele der genanten Möglichkeiten sind schon heute Teil unserer Events und unsere Kontakte werden uns hier bei der Realisation helfen.

Unser Konzept sieht auch eine Weiterführung des RIO Kinobetriebs vor welcher durch Themenbezogene Veranstaltungen gefördert und ergänzt wird (z. B. Montag Abend ist Kultfilmtag, es werden alte Filme unter einem passendem Motto gezeigt). Für das Stammpublikum wird somit trotz eines Wandels des RIO`s die Möglichkeit bestehen bleiben das Rio als Kino zu besuchen. Wichtig ist hierbei das die

designlöwen

unterschiedlichen Nutzungsarten des Kino 2 unter dem Konzept eine Einheit ergeben und Synergien entstehen.

Eine Nutzung des RIO´s als Eventlocation kann durch die 3 vorhandenen Bereiche (Foyer, Eventraum und Kino 2) individuell gestaltet werden. Der Vorteil liegt in der Symbiose der einzelnen Veranstaltungen und Bereiche. Anschaulich wird die Symbiose der verschieden Zielgruppen und Räume anhand eines Beispielbesuchers:

> *Ein Besucher betritt tagsüber, oder auch abends das Rio über das Foyer und hat dort die Möglichkeit in „Wohnzimmer-Atmosphäre" einen Cocktail zu trinken, Zeitung zu lesen, sich mit unterschiedlichen Leuten zu unterhalten (Steh-, und Sitzbereich) und dabei evtl. eine Ausstellung zu betrachten. Des Weiteren kann er sich für einen Kinobesuch entscheiden und / oder am späteren Abend (Do - Sa) eine der unterschiedlichsten Veranstaltungen im großen wie auch im kleinen Kinosaal zu besuchen.*

Die Marke

Zusammenfassend bleibt zu erwähnen, dass das RIO als oben beschriebener Ort zu einer MARKE etabliert werden soll und muss. So können die Besucher an einem Begriff das Konzept festmachen und beschreiben. Die MARKE „RIO" wird damit ein Begriff für gute Laune, Abwechslung, Spaß und unkompliziertes Miteinander. Jeder wird mit der MARKE positive Eigenschaften in Verbindung bringen. Durch geeignete Marketingmaßnamen wird die MARKE „RIO" vermarktet und beworben. Eien Zusammenarbeit bzw. ein enger Austausch der Stadt Nürnberg ist uns hier wie auch in vielen anderen Feldern wichtig und wünschenswert.

designlöwen

Die Räume

Das Konzept basiert, wie schon erwähnt auf einer Dreiteilung des Rio`s in Veranstaltungsraum, Foyer (Tagescafe & Lounge), und Kino. Die Individualität und Eigenständigkeit wie aber auch das Zusammenspiel der 3 Bereiche und die Vereinbarkeit unter der MARKE „RIO“ sind für uns essentielle Bestandteile für ein Gelingen des Konzepts.

Den einzelnen Bereichen muss durch bauliche- und gestalterische Maßnahmen ein „Gesicht“ gegeben und auf die entsprechende Nutzung vorbereitet werden. Wichtig ist uns allerdings diese Maßnahmen gering zu halten und die vorhandene Struktur und das Flair des RIO´s zu nutzen. Bauliche Eingriffe wie auch gestalterische Eingriffe werden überlegt und gezielt vorgenommen und unterstützen den einmaligen Charakter und Charme der vorhandenen Räume.

Das Rio-Foyer ist so gestaltet (auch durch Musik und Ausstellungen) dass viele Zielgruppen angesprochen werden. Das integrierte Kinoprogramm, sowie die Ausstellungen sorgen im ersten Schritt dafür unterschiedliche Menschen im RIO zusammenzubringen. Somit soll das RIO-Foyer sozusagen die Konstante (gemeinsamer Nenner) sein, die alle Bereiche miteinander verbindet. Gemütliche Sitzmöglichkeiten, erstklassiger Barbetrieb, wechselnde Ausstellungen und Bar DJ`ing sorgen hier für eine wohlfühl- Wohnzimmeratmosphäre und machen den RIO Besuch, auch ohne eine Veranstaltung zu besuchen oder ins Kino zu gehen, interessant.

Das Foyer soll nicht nur am Abend während des Kino- und Eventbetriebes geöffnet sein, sonder auch als Tagescafe arbeiten (News & Cafe). Ein Außenbereich im Hof ist hier denkbar und bietet eine schöne Erweiterungsmöglichkeit.

Wegen dem Rauchverbot werden wir vor dem Eingangsbereich eine „Raucherlounge“ entstehen lassen. Vorhänge schützen hier den Raucher vor Kälte und die Anwohner vor Lärm.

Das Foyer soll Lounge Charakter bekommen und der „feinste“ Raum im Rio werden. Gemütliche Sitzmöglichkeiten aus Leder, ein ansprechender Stehbereich, stimmungsvolle indirekte Beleuchtung und guter Service sollen diesen Charakter unterstützen. Die Bar im Foyer wird ausgewählte Cocktails (Cocktail – Lounge)

design löwen

anbieten und der Gast hat hier auch die Möglichkeit einen Snack zu bestellen. Qualität und extrem guter Service sind uns in diesem Bereich sehr wichtig

Der Veranstaltungsraum (Kino 1) soll für Veranstaltungen unterschiedlichster Form genutzt werden. Aufgrund der Größe des Raumes und dessen Fassungsvermögens wird er nur Do bis SA geöffnet sein, da sonst eine Auslastung nur schwer zu erreichen ist. Natürlich gibt es aber auch Sonderveranstaltungen wie Live Konzerte die auch außerhalb dieser Zeiten stattfinden können. Gerade „Wort und Geist" würde aufgrund taktischer Nachbarschaftspflege und einer Sonntagsauslastung Sinn machen. Von Live Konzerten und Club Events bis hin zu einer Modenschau ist dieser Raum vielseitig nutzbar und wird am Wochenende die größeren Veranstaltungen beherbergen. Die große Leinwand und Bühne sind hier das Markenzeichen und verleihen dem großen Raum seinen Charme.
Im Veranstaltungsraum wird es im Gegensatz zum Foyer keine große Auswahl an Cocktails geben. Der Barbetrieb ist hier eher auf Standart Cocktails, Longdrinks und Erfrischungsgetränke spezialisiert.
Voraussetzung für die Nutzung in dieser Form ist allerdings die vollständige Schallisolierung des Raumes, da ohne einen ausreichenden Schutz ein Betrieb so nicht möglich und sinnvoll erscheint. Diese bauliche Maßnahme wird die umfangsreichste und kostenintensivste sein und muss genau geplant werden.
Weitere bauliche Maßnahmen werden die Installation der Sound- und die Lichttechnik und der Einbau einer langen Bar / Theke sein. Hinzukommen auch hier Sitzmöglichkeiten die wir teilweise auch auf einem erhöhten Bereich haben werden.
Die der Zeit vorhandenen Türen nach Außen werden durch neue schalldichte Türen ersetzt und evtl. muss der Boden in diesem Raum begradigt werden. Wir sind derzeit mit einigen Architekturbüros in Kontakt und werden in Kürze genaue Angaben über nötige Investitionen haben.

Das Kino wird als Kinosaal bestehen bleiben, in seiner Nutzung aber erweitert zu einem variabel nutzbaren Veranstaltungsraum. Neben dem Kinobetrieb können z.B. Firmen diesen Raum zu Präsentationszwecken nutzen und Kabarett Aufführungen und eigene Events (z. B. Poetry Slam) stattfinden. Das Kinoprogramm wird sich wie schon erwähnt in das Konzept mit Veranstaltungsreihen, Kulturevents ect. einfügen bzw. das Programm ergänzen.

designlöwen

Hierzu benötigt es nur kleinere Erneuerungen wie die Investition in Digitaltechnik, größere Umbaumaßnahmen sind für diesen Raum erst einmal nicht geplant.

Das Team

Das Team setzt sich Zusammen aus Timo Reichhart, Harry Pelloth , Patrick Schrems-Moreira und Franz Ach (Besitzer des Rio kino). Franz Ach wird das Kino 2 leiten. Die genaue Konstellation legt sich hier noch fest. Fest steht aber, dass ein enger Austausch (freundschaftlich) die Basis der Zusammenarbeit und künftigen Konstellation sein soll.

Timo Reichhart ist Inhaber der Werbeagentur „Designlöwen“ und hat vielseitige Kontakte in der Region. Seine Agentur wird sich mit der Bildung der Marke „RIO“ , deren Vermarktung und dem bewerben der einzelnen Events befassen.
Harry Pelloth und Patrick Schrems-Moreira werden Veranstaltungen organisieren und koordinieren. Schon seit einiger Zeit helfen sie diversen Clubs und Veranstaltungszentren (Club Stereo, Indaba, Nano Club, Desi, Rakete, Hirsch, Hausverbot etc.) beim buchen von DJ´s und Künstlern. Erfahrungen in der Eventorganisation und unterschiedlichste Kontakte zum Nürnberger Nachtleben werden sehr hilfreich sein um neue Konzepte für das RIO zu kreieren und bestehende Feiern ins RIO zu ziehen.

Wer verantwortet Was?

Timo Reichhart : Werbung, Planung, Finanzierung
Harry Pelloth: Booking und Gastronomie
Patrick Schrems-Moreira: Finanzen, Gastronomie und Booking
Franz Ach: Kinobetrieb

Das Team sieht sich, trotz den einzelnen Personen zugeschriebenen Verantwortungsbereichen, als ein „Ganzes“ und wird in allen Fragen immer gemeinsam handeln.

Wir sind sehr zuversichtlich das sich unsere neuen Ansätze mit der Geschichte und dem Anspruch des RIO`s sehr gut verbinden lassen, und wir somit eine neue kulturelle Attraktion in Nürnberg schaffen. Wir als Team vereinen langjährige Erfahrung im Marketing und Veranstaltungsplanung mit sehr guten Kontakten zu anderen Locations, Künstlern, Clubbesitzern, Szenemagazinen und Firmen in und außerhalb von Nürnberg, und sehen uns damit mehr als in der Lage ein neues wirtschaftlich tragfähiges Konzept für das Rio zu schaffen

Die Rechtsform und Verwaltungsstruktur

Als Träger des RIO`s wird die Rechtsform einer GmbH gewählt die eng mit der von Franz Ach gegründeten GmbH zum Betreiben des Kinos 2 zusammenarbeitet.

Des Weiteren wird ein Verein gegründet der sich darum kümmert kulturelle Events zu organisieren und der Bevölkerung und Nachbarn die Möglichkeit bietet sich aktiv an der Gestaltung des Rio Programms zu engagieren. Hierbei ist zu beachten das wir diese eventuelle Förderungen für Kulturevents ausschließlich für diese Events verwenden werden die ohne solche Förderungen niemals einen wirtschaftlich tragfähigen Rahmen hätten. Die Gründung eines Vereins neben der GmbH gibt uns die Möglichkeit unseren kulturellen Anspruch an die Location zu realisieren und die Bevölkerung einzubeziehen und mit ihr im Austausch das Rio zu gestalten.

Die Konkurrenzanalyse

Wir werden in eine Location erschaffen die es in dieser Form in Nürnberg noch nicht gibt. Das Konzept unterschiedlichste Menschen an einem Ort zusammenzubringen hat in Nürnberg keine Location. Betrachtet man Indaba, Mach<1 oder Planet sprechen diese Läden ein eher elitäres Publikum an und sind weit davon entfernt kulturelle Events zu fördern und auszurichten. Betrachtet man auf der anderen Seite Desi, K4 oder auch Rakete & Hirsch sprechen diese ein eher alternatives Publikum an!

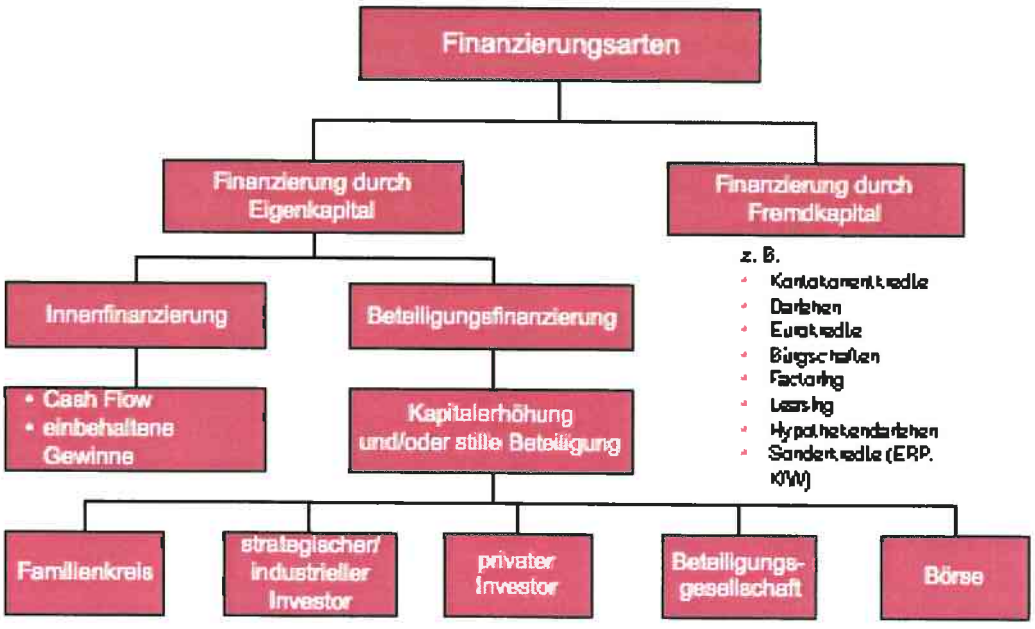
designlöwen

Auffällig ist das städtisch geförderte Einrichtungen wie Desi, Muz Club oder K4 und sich ausnahmslos an ein alternatives Publikum wenden. Leider ist es der Zeit so dass wohl kein Mensch sich vom Mach 1 in die Desi verirren würde und auch im Umkehrschluss ist dies leider so.

Eine genaue Positionierung und Differenzierung des RIO`s ist hier sehr wichtig. Im Allgemeinen sehen wir in Nürnberg aber einen großen Markt der gerade durch den Wegfall von Locations wie dem BA Hotel noch attraktiver ist. Ein Marketingplan der unterschiedlichste Kommunikationsmaßnamen beinhaltet wird das Vorhaben unterstützen.
Durch unsere Differenzierung erhoffen wir uns eher eine Zusammenarbeit als ein Konkurrenzverhalten mit Mitbewerbern. Dass dies sehr gut funktionieren kann sieht man an Veranstaltungen die wir der Zeit schon veranstalten und bei denen ein Austausch mit anderen Veranstaltern und Clubbesitzern an der Tagesordnung ist.

Die Finanzierung

Zur Finanzierung unseres Vorhabens gibt es eine Reihe von Möglichkeiten wie das untenstehende Schaubild aufzeigt.



Wir haben derzeit Kontakte zu Privaten Geldgebern wie auch zu Banken (Förderbanken wie z.B. Kfw-Bank). Angestrebt ist in unserem Fall eine Mischfinanzierung. Berufsbedingt haben wir hier Kontakte und Erfahrung. Gerade Timo Reichhart hat einige Finanzierungen mit seiner Firma wie auch privat durchgeführt und wird hier seine Erfahrung und Kontakte einbringen um ein tragfähiges Finanzierungskonzept für das Rio zu ermöglichen.
Eine Anschubfinanzierung durch die Stadt (Fördermittel) werden in unserem Konzept nicht ausgeschlossen und sind durch die Gründung eines Vereins neben der GmbH möglich.
Zusammenfassend werden wir alle Möglichkeiten und Kanäle nutzen und so ein optimales Konzept erarbeiten.

Der Zeitplan

Unser Zeitplan sieht eine Eröffnung des RIO`s unter dem neuen Konzept für frühestens September 2008 und damit nach der Sommerpause vor. Prinzipiell wäre dies zwar auch schon früher möglich doch sind einige bauliche Maßahmen durchzuführen und das „Sommerloch" zu überwinden.
Alle baulichen Maßnahmen werden im Sommer durchgeführt, dies beinhaltet für das Kino 1 die Schallisolierung, Bar, Sound- und Lichttechnik, Boden, Sitzbereich etc. und für das Foyer Bar, Sound- und Licht, Streichen, etc. und für das Kino 2 eine Investition in digitale Technik + kleinere Ausbesserungsmaßnahmen.

Risikoanalyse

Eine Realistische Einschätzung der Chancen und Risiken ist uns sehr wichtig.
Das Hauptrisiko besteht der Zeit in der Möglichkeit der Schallisolierung des Eventraumes also dem Kino 1 und dessen Kosten. Hierfür werden wir einen Sachverständigen damit beauftragen uns hierfür eine genaue Aufstellung der Möglichkeiten und Kosten zu geben.

design löwen

Ein weiters Risiko besteht in den direkten Anwohnern für die eine Lärmbelästigung etc. zu einer Schließung des RIO´s in der geplanten Form führen könnte, deshalb gilt es hier genügend Maßnahmen zu verwirklichen dies zu unterbinden. Falls der Eventraum allerdings Schalldicht gemacht ist verringert sich dieses Risiko auf ein Minimum. Ein Austausch mit der Bevölkerung und Anwohnern soll Akzeptanz stärken und Bedürfnisse ersichtlich machen.

Des Weiteren benötigen wir eine Lizenz für unser Vorhaben genauso wie eine Ausschankgenehmigung für das Kino 1. Hierfür werden wir unsere Kontakte zur Stadt und Behörden verstärken und auch den bestehenden Informationsfluss zur Stadt und insbesondere zu Herr Maly, Prof. Dr. Lehner intensivieren. Eine positive Zusammenarbeit mit der Stadt und Kulturamt ist angestrebt.

Da das Umfeld des RIO`s als sog. Mischgebiet gilt wird es auf das Konzept ankommen um die notwendigen Genehmigungen zu bekommen. Insgesamt sehen wir die Risiken, falls alle nötigen Genehmigungen vorhanden sind, und wir den Betrieb wie geplant aufnehmen können als eher gering ein.

Fazit

Insgesamt wollen wir das RIO wieder beleben und eine neue Attraktion in Nürnberg schaffen. Unser Konzept baut darauf wirtschaftlich zu sein und das vorhandene Flair des RIO´s zu nutzen ohne einen kulturellen Anspruch zu vernachlässigen.

Das Strategy Paper ist hier nicht als Ersatz für einen ins Detail gehenden Businessplan zu verstehen, sondern soll die Grundzüge unseres Vorhabens aufführen und einen ersten Eindruck verschaffen.

Auf die Verwirklichung unserer Ideen und unseres Traumes freuen wir uns und verbleiben.

Mit freundlichen Grüßen

Timo Reichhart
Harry Pelloth
Franz Ach
Patrick Schrems-Moreira

designlöwen