

Luzern, 30.10.2006 / Version 1.0

→ **BUSINESSPLAN**
KULTURZENTRUM SCHLACHTHOF



turino.ch

→ BUSINESSPLAN

Inhaltsverzeichnis

Managment Summary	3
1. Unternehmung	4
1.1 Rechtsform	
1.2 Verwaltungsrat SUB AG	
1.3 Betriebsleitung strategisch	
1.4 Externe Berater	
1.5 Gemeinwesen / Prävention	
2. Dienstleistungen	4
3. Markt	4
4. Konkurrenz	4
5. Marketing	4
6. Risikoanalyse	4
6.1 Interne Risiken	
6.2 Externe Risiken	
7. Finanzen	5
7.1 Jährliches Plan Betriebsbudget in CHF	
7.2 Jährliches Plan Veranstaltungsbudget in CHF	
8. Lebensläufe	7

→ BUSINESSPLAN

Management Summary

Die SUB AG mit Sitz in Luzern hat das Ziel, den Kulturwerkplatz im alten Schlachthof in Kriens selbständig zu führen. Sie stellt als kulturell und politisch unabhängiges Unternehmen den regionalen Kulturschaffenden Räume, Bühnen, Infrastruktur und Know-how zur Verfügung und schafft Orte der Präsentation für Profis und Amateure. Sie engagiert sich für ein vielfältiges Kulturprogramm mit dem Ziel des gleichberechtigten Nebeneinanders von Hoch-, Breiten- und Alternativkultur. Sie fördert den Nachwuchs im Musik- und Theaterbereich und bietet Bühne und Infrastruktur für ehrenamtliches Engagement. Durch Neutralität schafft sie produktive Vernetzungen, eine vielseitige Kooperation und mischt unterschiedlichste Milieus.

1. Unternehmung

1.1 Rechtsform

Rechtsform: SUB Aktiengesellschaft, mit Sitz in Luzern

1.2 Verwaltungsrat der SUB AG

Jesús Turiño, Vertreter «Schlachthof» Präsident und Investor
Bruno Milesi, Vertreter «Schlachthof» Delegierter und Investor
Roman Konrad, Vertreter «Schlachthof» Mitglied und Investor
Städtische Vertretung, Kulturdepartement Mitglied
Städtische Vertretung, Finanzdepartement Mitglied

1.3 Betriebsleitung strategisch

Jesús Turiño, Vertreter «Schlachthof» Präsident und Investor
Bruno Milesi, Vertreter «Schlachthof» Delegierter und Investor
Roman Konrad, Vertreter «Schlachthof» Mitglied und Investor
Städtische Vertretung, Kulturdepartement Mitglied
Städtische Vertretung, Finanzdepartement Mitglied

1.4 Externe Berater

Als Revisionstelle amtiert Xavier Gloggner Treuhand, in Luzern. Die Geschäftsleitung wird zudem beraten durch das Anwaltsbüro Keller & German in Kriens und das Grafik & Marketingbüro Ultralounge in Luzern.

1.5 Unternehmensziel und Leitbild

Wir bekennen uns zu den Prinzipien der freien Marktwirtschaft. Durch verantwortungsbewusstes Handeln wollen wir die Lebensqualität fördern und die Umwelt schonen. Das Unternehmen strebt danach, angemessene Gewinne zu erwirtschaften. Damit soll die Unabhängigkeit, der Fortbestand und der weitere Ausbau gesichert werden.

Wir treten für eine pluralistische Wirtschaft und Gesellschaft ein und berücksichtigen die Interessen und Bedürfnisse der Gemeinden und Kantone, in denen wir tätig sind. Wir setzen uns für eine leistungs- und konkurrenzfähige Wirtschaft ein.

Im Zeitalter der globalen Wirtschaft rücken Begegnungen und Konflikte zwischen Eigenem und Fremden, Welt und Heimat in den Mittelpunkt unserer Lebenserfahrung. Kernfragen unserer Zukunft werden sich in diesem Spannungsfeld entscheiden. Doch hinter den Schlagworten, die unsere Wahrnehmung der Gegenwart prägen, verbirgt sich die Fülle der Welt, und der Reichtum der Kulturen. Das Kulturzentrum soll die Welt, das Wechselspiel von eigener und fremder Kultur, sinnliche Wirklichkeit werden lassen. Räume für unmittelbare, poetische Begegnungen sollen geschaffen werden; jenseits exotischen Oberflächenreizes und ideologischer Schaumschlägerei. Denn in der Offenheit der Sinne, liegt der Schlüssel zu den Herausforderungen der Zukunft.

Der Schlachthof soll zum sehen und hören verführen. Auf der Bühne treten unbekannte und bekannte aus der ganzen Welt auf. und lassen Kultur als Fest und Leidenschaft Erfahrung werden. Trinken und Essen ist ein Herzstück des Zusammenlebens.

→ BUSINESSPLAN

2. Dienstleistung

Unser Verhalten gegenüber Gästen, Lieferanten, Geldgebern und der Öffentlichkeit ist vom Grundsatz der Seriosität und Vertrauenswürdigkeit geprägt.

Der Gast ist bei uns zu Besuch. Wir betreuen ihn unaufdringlich und sind bemüht, Wartezeiten zu vermeiden. Verkaufen heisst für uns beraten. Wir sind bestrebt, unser Angebot nahe zum Gast zu bringen, weil das Produkt selbst das beste Verkaufsargument ist.

Das Veranstaltungsbüro gestaltet das Programm des Schlachthofs und übernimmt gleichzeitig die Koordination und Beratung von externen Veranstaltern und Kooperationspartnern. Kontakt schafft Nähe durch Kommunikation. Die Fähigkeit, Wünsche zu erfassen, Entscheide zu respektieren und Bedürfnisse rasch, freundlich und diskret zu befriedigen ist unsere Voraussetzung zum Erfolg.

3. Markt

Der Kulturkuchen ist in den letzten Jahren enorm gewachsen. An jedem Wochentag finden zahlreiche Veranstaltungen statt. Eine leichte Übersättigung ist zu spüren. Die Entwicklung der vergangenen drei Jahre hat aber z.B. in Zürich gezeigt, dass mit einem guten Mix aus Konzerten, Theater und Party ein breites Publikum angesprochen werden kann. Wir richten uns an keine bestimmten sozialen, alters- oder kaufkraftmässigen Gästeschichten. Bei uns sind alle Gäste willkommen und wir bemühen uns, alle gleich zu behandeln.

4. Konkurrenz

Der Kontakt zu anderen kulturellen und gastgewerblichen Unternehmen ist offen und partnerschaftlich. Wir suchen aktiv die Zusammenarbeit, ohne dabei jedoch auf unsere Unabhängigkeit verzichten zu wollen.

Gegenüber unseren Konkurrenten profiliert sich die SUB AG durch:

- Konsequentes aufnehmen neuer Trends.
- Wahrnehmen der Bedürfnisse unserer Gäste.
- Anpassungsfähigkeit bei Veränderungen des Marktes.
- Bestmögliche Kundennähe und Pflege des Kontaktes mit unseren Stammgästen.

5. Marketing

Wir verstehen uns als professionelle Gastgeber. Ziel unserer Bemühungen ist es, dem Gast angenehme Erlebnisse zu bieten, die sie veranlassen bei uns Stammgäste zu werden. Unser Marketingkonzept basiert auf konstant hoher Qualität, Ambiente und Liebe zum Detail. Wir sind den anderen immer eine Nasenlänge voraus. Unsere Werbung ist originell, unser Motto trendy, frisch und frech.

6. Risiken

6.1 Interne Risiken

Meinungsverschiedenheit bei der Koordination von Veranstaltungen mit den Mitbenützern des Kulturwerkplatzes.

6.2 Externe Risiken

Auf gesetzlicher Stufe sind keine besonderen Auflagen bzw. Einschränkungen zu erwarten. Die Rahmenbedingung für das Entstehen eines Kulturzentrums sind geschaffen. Als grösstes Risiko ist eine massive Kostenüberschreitung der geplanten Investitionen. Diese könnte zur Streichung von notwendiger Infrastruktur führen, die einen professionellen Betrieb einschränkt, oder gar verunmöglicht.

→ BUSINESSPLAN

7. Finanzen

7.1 Jährliches Plan Betriebsbudget in CHF

	2008/2009	2009/2010	2010/2011
Barbetrieb / Bistro			
1 Umsatz	600'000.00	720'000.00	840'000.00
2 Variable Kosten	200'000.00	240'000.00	280'000.00
Deckungsbeitrag Bar Bistro	400'000.00	480'000.00	560'000.00
Veranstaltungen			
3 Umsatz	300'000.00	350'000.00	400'000.00
4 Variable Kosten	450'000.00	450'000.00	500'000.00
Deckungsbeitrag Veranstaltungen	- 150'000.00	-150'000.00	- 100'000.00
Total Deckungsbeitrag 1	250'000.00	380'000.00	460'000.00
Fixe Kosten			
5 Personal	550'000.00	600'000.00	650'000.00
6 Promotionen	30'000.00	30'000.00	30'000.00
9 Spesen	10'000.00	10'000.00	10'000.00
10 Unterhalt Inventar	50'000.00	50'000.00	50'000.00
11 Miete inkl. Nebenkosten	60'000.00	72'000.00	84'000.00
12 Gebäudeunterhalt	24'000.00	24'000.00	24'000.00
13 Reinigung Entsorgung	40'000.00	40'000.00	40'000.00
14 Verwaltung Administration	50'000.00	50'000.00	50'000.00
15 Fahrzeuge	12'000.00	12'000.00	12'000.00
16 Sonstiges	15'000.00	15'000.00	15'000.00
Total Fixe Kosten	841'000.00	903'000.00	965'000.00
Total Deckungsbeitrag 2	- 591'000.00	- 523'000.00	- 505'000.00
Ausserordenliche Erträge			
17 Sponsoring	20'000.00	20'000.00	20'000.00
18 Öffentliche Kultur u. Betriebsbeiträge	600'000.00	600'000.00	600'000.00
Total Deckungsbetrag 3	29'000.00	97'000.00	115'000.00

→ BUSINESSPLAN

7.2 Jährliches Plan Veranstaltungsbudget in CHF

	2008/2009	2009/2010	2010/2011
Einnahmen			
Vorverkauf	100'000.00	100'000.00	150'000.00
Abendkasse	200'000.00	250'000.00	250'000.00
Total Einnahmen	300'000.00	350'000.00	400'000.00
Ausgaben			
Gagen Musik	110'000.00	110'000.00	130'000.00
Gagen DJ's	30'000.00	30'000.00	30'000.00
Gagen Theater etc.	110'000.00	110'000.00	130'000.00
Catering Künstler	20'000.00	20'000.00	25'000.00
Technik	30'000.00	30'000.00	30'000.00
Promotion	90'000.00	90'000.00	90'000.00
Security	30'000.00	30'000.00	30'000.00
Suisa	15'000.00	15'000.00	20'000.00
Quellensteuer	15'000.00	15'000.00	15'000.00
Total Ausgaben	450'000.00	450'000.00	500'000.00
Einnahmen / Ausgaben	- 150'000.00	- 150'000.00	- 100.000.00



→ BUSINESSPLAN

7. Lebensläufe

	Jesús Turiño	Roman Konrad	Bruno Milesi
Adresse	Dreilindenstrasse 50, 6006 Luzern 079/677 86 64 jesus@turino.net	Gallusstrasse 5a, 6010 Kriens 079 / 680 86 37 konman@hispeed.ch	Brünigstrasse 5, 6010 Kriens 076/ 430 07 68 milesi@bluemail.ch
Geboren	1966	1965	1965
Heimatort	Doppelbürger Willisau-Stadt (CH) und A Coruña (E)	Bürger von Kriens (CH)	Bürger von Kriens (CH)
Zivilstand	Ledig Aufgewachsen in Willisau, lebt seit 20 Jahren in Luzern. Dipl. Bauingenieur FH, Soziokultureller Animator FH, Musiker Seit 25 Jahren Musiker und Kulturveranstalter. Bis 2004 als Architekt, Animator, Kulturveranstalter und Geschäftsführer in soziokulturellen Institutionen tätig. Seit 2004 selbständig. Einzelfirma „bonito-bonito“, welche auf soziale, kulturelle und soziokulturelle Projekte, Konzepte und Beratungen spezialisiert ist. Nebenbei noch Lehraufträge an der Hochschule für Soziale Arbeit Luzern /HSA.	Konkubinät, ein Kind Aufgewachsen in Kriens, lebt seit 41 Jahren in Kriens. Dipl. Textilkauflmann, Unternehmer Seit 1993 selbständiger Unternehmer.	Verheiratet, zwei Kinder Aufgewachsen in Kriens und Horw, lebt seit 7 Jahren in Kriens. Dipl. Hochbauzeichner, Unternehmer Seit 1986 selbständiger Unternehmer.
Leitungserfahrung	Geschäftsführer Zuger Jugendtreffpunkte (offene Jugendarbeit/ industrie45, Jugendkulturzentrum, Zug/ Podium41, Jugendbeiz, Zug – Total etwa 25 Angestellte.) industrie45, Jugendkulturzentrum, Zug Teamleiter Architekturbüro Imfeld, Strengelbach Geschäftsführer	Restaurant Spycher , Geschäftsführer, in Andermatt Café Matter , Restaurant, Bar und Discothek, Geschäftsführer, in Engelberg Seebad Luzern , Bademeister und Geschäftsführer, in Luzern Pinte Musikbar , Geschäftsführer, in Andermatt UG Bar, Luzerner Theater , Geschäftsführer, in Luzern	Pizza Mezzanotte , Geschäftsführer, Pizzakurier und Take-Away, in Horw Restaurant Spycher , Geschäftsführer, in Andermatt Café Matter , Restaurant, Bar und Discothek, Geschäftsführer, in Engelberg Seebad Luzern , Bademeister und Geschäftsführer, in Luzern Pinte Musikbar , Geschäftsführer, in Andermatt UG Bar, Luzerner Theater , Geschäftsführer, in Luzern
Konzepte	Jugendbeiz «podium41» Zug, 2002, Integrales Betriebskonzept und Finanzbeschaffung Kulturzentrum «Galvanik» Zug, 2000, Integrales Betriebskonzept und Finanzbeschaffung, Relaunch und PR-Aktionen Mobile Jugendarbeit Zug, 1998, Integrales Konzept und Finanzbeschaffung, Umsetzung Jugend- und Kulturzentrum «industrie45» Zug, 1997, Integrales Betriebskonzept und Finanzplan		
Konzeptberatungen	Beratungen und Mitarbeit an Betriebskonzepten und Finanzplanungen für: Improvisorium Huttwil, boa Luzern, Wärbhof Luzern, Jugendarbeit Reinach, Jugendtreff Willisau, Jugendtreff Hünenberg		