

500.000 Euro Betriebskosten pro Jahr: Sensoria-Vertrag noch einmal nachjustiert

Stadtrat Holzminden stimmt Betriebsführungsvertrag zu, obwohl noch Zahlen und Kosten unklar sind / Finale Debatte

VON THOMAS SPECHT

HOLZMINDEN. Sensoria, Europas erstes Erlebnishaus der Düfte und Aromen, steht unmittelbar vor seiner feierlichen Eröffnung. Zum 1. Juli hat die Stadt Holzminden in Abstimmung mit der Stadtmarketing Holzminden GmbH Barbara Richter als Sensoria-Geschäftsführerin eingestellt. Am Samstag, 28. September, um 16 Uhr will Bürgermeister Christian Belke Sensoria feierlich eröffnen. **Am selben Tag veranstaltet der Freundes- und Förderkreis in der Stadthalle den „Abend für die Sinne“. Dann feiert die eigens für Holzmindens neuen Leuchtturm komponierte „Sensoria Eterna“ ihre Uraufführung. Zusammen mit Mitwirkenden der Musikschule Holzminden und Bad Pyrmont, des Collegium Cantorum, der SymVocals, des Jazz-Clubs und externen Musikgruppen aus Niedersachsen geht es auf musikalisch-sinnliche Weltreise.**

Mit nüchternen, für manchen ernüchternden Zahlen und vertraglichen Inhalten befasste sich am Dienstag noch einmal, nicht zum ersten und ganz sicher nicht zum letzten Mal, der Stadtrat Holzminden. Zu beschließen war der Betriebsführungsvertrag für den Betrieb von Sensoria mit der Stadtmarketing GmbH in einer aktualisierten Fassung. Er regelt Verantwortlichkeiten, Rechte und Pflichten und bildet den finanziellen Rahmen ab.

Rund 500.000 Euro Betriebskosten pro Jahr

Das Kostenbudget für die Betriebsführung war noch einmal neu abzustimmen, wie Janett Brandt erklärte. „Es haben sich geringfügig Veränderungen ergeben“, heißt es zum Sachverhalt in der Vorlage mit Verweis auf den Paragraph 5 „Vergütung“. Demnach werden hierfür im Haushalts-

jahr 2024 207.024, 2025 498.372 sowie 2026 und 2027 jeweils 509.424 Euro benötigt. Mit 15 zu sechs Stimmen (CDU, SPD, FDP und Bürgermeister waren dafür, Grünen-Gruppe und UWG dagegen, Grünen-Fraktionschef Alexander Titze enthielt sich) stimmte der Stadtrat der Vorlage und dem Betriebsführungsvertrag zu. Die Stadtmarketing GmbH kann nun starten.

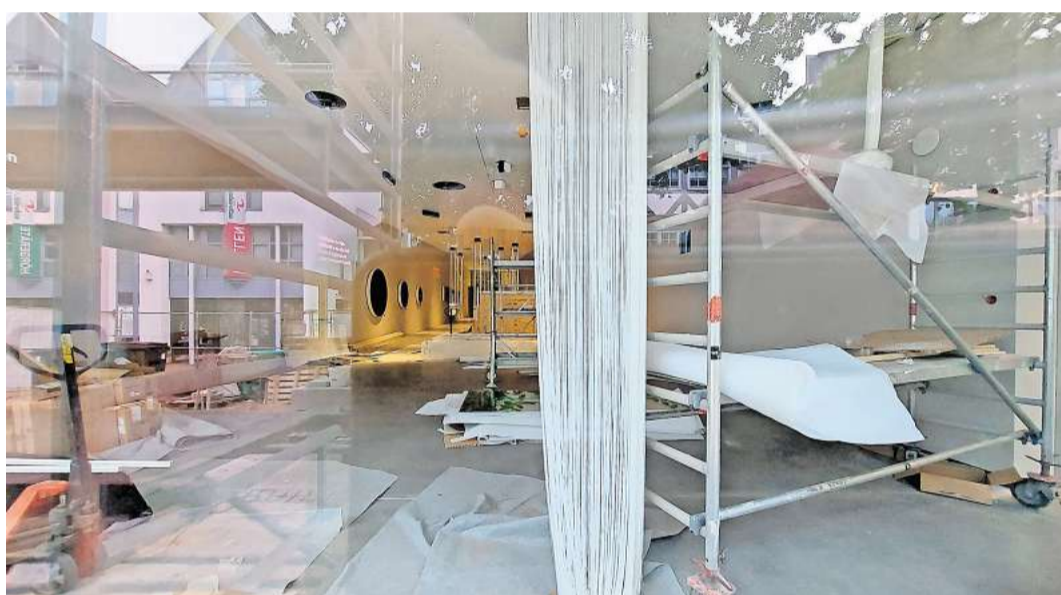
Allerdings sind einige Kostenfaktoren bisher nicht in Zahlen greifbar. So ist die Personalplanung hinsichtlich des tatsächlichen Bedarfs noch nicht abgeschlossen. „Der prognostizierte Personalbedarf weicht von dem ursprünglichen von der Stadtmarketing Holzminden GmbH dargestellten Bedarf ab“, heißt es in der Ursprungsvorlage. Das bedeutet, es sind weitere Sensoria-Stellen zu besetzen. Und weiter: „Die im Betriebsführungsvertrag genannten Anlagen werden abschließend erst nach Fertigstellung des Gebäudes und aller Arbeiten erstellt, um Doppelarbeiten zu vermeiden. Eine Gremienbefassung auf Seiten der Stadtmarketing Holzminden GmbH steht zudem noch aus.“

Kosten für Reparaturen, Wasser und Abwasser, Energie und Abfall on top

Dass nicht alle Zahlen auf dem Tisch liegen, wesentliche Kostenfaktoren unbekannt sind, das kritisierten Peter Ruhwedel und Alexander Titze (beide Grüne) im Rat. Der Vertrag sei ja „insgesamt lesbar und verständlich“, führte Ruhwedel aus, die Aufstellung der Betriebskosten sei es „eher nicht“. Betrügen die Baukosten mittlerweile über 13 Millionen Euro, habe die Machbarkeitsstudie Betriebskosten von 442.000 Euro brutto „versprochen“, so lägen sie tatsächlich nun bei fast 500.000 Euro 2025 und fast 510.000



Noch Baustelle, bald hoffentlich Anziehungspunkt für Touristen: Sensoria in diesen Tagen. THOMAS SPECHT



Der Feinschliff fehlt noch im Erdgeschoss. THOMAS SPECHT

Euro 2026. Addiert werden müssten noch Kosten für Instandsetzung und Reparaturen, Wasser und Abwasser, Energie und Abfall. Die künftige Personalsituation sei ungeklärt und die künftigen Einnahmen unklar. Es gebe noch viel zu rechnen, gab Ruhwedel zu bedenken, „keiner weiß, wie sich die Kosten entwickeln“ und leider sei diesbezüglich auch noch keine Abstimmung mit den Gremien von Sensoria erfolgt. Deshalb könne die Gruppe „leider nicht zustimmen“.

Gleiches gelte für die UWG, führte Gerd Schläger aus. Auch seine Fraktion sehe den Vertrag skeptisch.

Heinrich Schaper (CDU) verteidigte das Vertragswerk und die prognostizierten Einnahmen zum jetzigen Zeitpunkt. Er rechnete vor: Der in der Machbarkeitsstudie von 2019 berechnete Zuschuss von 200.000 Euro netto sei

„sehr realistisch und konservativ“, wenn die angenommenen 30.000 Besucher jährlich (à 10 Euro Eintritt = 300.000 Euro) tatsächlich kämen. Nicht beziffern, aber einrechnen müsse man zudem den wirtschaftlichen Faktor von Sensoria, den Einfluss auf die Auslastung der Hotels etwa und für das Image der Stadt.

Alexander Titze hielt das für eine „Milchmädchenrechnung“ und bemängelte Intransparenz, weil nicht alle Zahlen vorlägen. Marketingtechnisch „müssen wir mehr machen, wenn wir wollen, dass Sensoria ein Erfolg wird“.

Koßmann: „Damen haben ganz tollen Job gemacht“

Das war das Stichwort für Ruth Koßmann (CDU): Man sei sich durchaus im Klaren, dass man sich mit den Zahlen „im luftleeren Raum“ bewege und sehe diese ebenfalls kritisch, aber: „Wir sollten Sensoria eine Chance geben. Wir sind zum Erfolg verdammt und wir wollen den Erfolg haben“, sagte sie. Das Marketing laufe auf vollen Touren. Koßmann verwies unter anderem auf „fünf Wochen Radiowerbung bei ffn“, auf Großplakate, Flyer, Werbung im Internet, überregional auf Messen und vier Monate Pop-Up-Ausstellung. „Mit dem Budget von 50.000 Euro haben die Damen einen ganz tollen Job gemacht“, lobte sie.

Michael Moruz, kommissarischer Baudezernent der Stadt, gab die anstehenden Termine für die Sensoria-Baustelle bekannt: Am Donnerstag, 12. September, werde das Gerüst abgebaut, am 13. und

16. September würden die Container abgeholt, am 23. und 24. September die Bauzäune demontiert und ab 25. September entfalle die Einbahnstraßenregelung in der Hinteren Straße/Höhe Johannismarkt.

Bürgermeister Belke: „Zeitlinie kann gehalten werden“

Bürgermeister Christian Belke hatte schon zu Beginn der Ratssitzung darauf hingewiesen, nach einem Besuch auf der Sensoria-Baustelle am 30. August sei seine Vorfreude auf die Eröffnung noch einmal deutlich gestiegen. Die Abschlussarbeiten liefen auf Hochtouren und würden rechtzeitig abgeschlossen, bis auf die Außenanlagen. „Die Zeitlinie kann gehalten werden“, so Belke.

Ganz zum Schluss der Ratssitzung goss Peter Ruhwedel noch einmal Weserwasser in den Sensoria-Wein und fand geradezu lyrische Worte: „Sensoria wartet in seiner rostigen Drachenhaut darauf, wachgeküsst zu werden...“ Die Architektur sei gewöhnungsbedürftig, er selbst hätte eine „luftig-leichte“ Hülle bevorzugt, doch da habe jeder Bürger sicher seine eigene Meinung, schwankend zwischen Zustimmung und Ablehnung. Die einen seien überzeugt, die anderen skeptisch wie er: Es werde sich zeigen, ob Sensoria „Erfolgsmärchen oder Nightmare“ werde. „Wir kommen nicht um Sensoria herum. Obwohl dagegen, wünscht unsere Gruppe dem Projekt dennoch Erfolg. Schauen Sie sich das einfach an.“



An den Cortenstahl-Schindeln der Fassade scheiden sich die Geister. THOMAS SPECHT



Blick ins Innere von Sensoria: Hier entsteht der Eingangsbereich. THOMAS SPECHT