

Sachbearbeitung TH - Theater Ulm
Datum 06.10.2023
Geschäftszeichen TH-VD
Beschlussorgan Fachbereichsausschuss Kultur Sitzung am 10.11.2023 TOP
Behandlung öffentlich GD 366/23

Betreff: Geschäftsbericht über die Spielzeit 2022-2023

Anlagen: Besucherstatistik (Anlage 1)
Übersicht über die Abonnements (Anlage 2)
Budgetentwicklung Theater Ulm (Anlage 3)

Antrag:

Den Geschäftsbericht über die Spielzeit 2022-2023 zur Kenntnis zu nehmen

Angela Weißhardt

Zur Mitzeichnung an:	Bearbeitungsvermerke Geschäftsstelle des Gemeinderats:
BM 1, BM 2, C 2, OB, ZSD/HF, ZSD/P	Eingang OB/G _____
_____	Versand an GR _____
_____	Niederschrift § _____
_____	Anlage Nr. _____

Sachdarstellung:

Zusammenfassende Darstellung der finanziellen Auswirkungen

Finanzielle Auswirkungen:	nein
Auswirkungen auf den Stellenplan:	nein

1. Erste "nach-pandemische" Spielzeit ohne behördliche Einschränkungen

Die zurückliegende Spielzeit 2022-2023 war die erste, die nach Ausbruch der Corona-Pandemie ohne behördliche Einschränkungen des Vorstellungsbetriebs stattfinden konnte. Auch die bis dato bestehenden Empfehlungen der Unfallkassen hinsichtlich Schutzmaßnahmen wie verpflichtenden Testungen, das Tragen von Masken etc. sind bereits im Mai 2022 außer Kraft getreten.

Um dennoch eine höchstmögliche Sicherheit der Beschäftigten und damit nicht zuletzt des Proben- und Vorstellungsbetriebs zu erreichen, wurden verschiedene Maßnahmen wie Testungen, Raumluftmessungen, Regelungen zur Rückkehr in den Dienstbetrieb nach überstandener Corona-Infektion etc. weiter fortgesetzt. Teilweise mussten Regelungen des Landes (z.B. zur Absonderung bei einer Corona-Infektion) auf die Bedarfe des Theaters angepasst werden, da sie in ihrer ursprünglichen Form nicht umsetzbar waren.

Trotz aller scheinbar zurückgekehrter Normalität waren - und sind es bis heute noch - deutliche Spuren und Nachwirkungen aus der Pandemie zu verzeichnen. Über diese wurde im Zwischenbericht (GD 066/23) inhaltlich bereits ausführlich berichtet, daher erfolgt hier eine Beschränkung auf die Kurzbeschreibung der Themen:

- **Abonnementzahlen:**

Die Abonnementzahlen sind deutlich zurückgegangen, was mit unterschiedlichen Einflussfaktoren zu tun hat. Zu nennen sind nach wie vor bestehende Sorgen und Ängste, eine Infektion zu erleiden, neu entwickelte Gewohnheiten ("Netflix statt Theater"), Unzufriedenheiten mit den vorgenommenen Änderungen bei einigen Abonnements

- **Veränderungen im Besucherring:**

deutlich zurückgegangene Abonnementzahlen, Wegfall einiger Ansprechpersonen vor Ort, Wegfall einiger Busunternehmen, deutlich gestiegene Preise bei den Busunternehmen

Die Bewältigung all dieser Herausforderungen erfordert einen langen Atem. Eine Rückkehr zu einer aus früheren Spielzeiten gewohnten Auslastung (so das denn überhaupt möglich ist) ist aus den genannten Gründen ein weiter Weg und kann nur in kleinen Schritten gegangen werden.

Über einen aktuellen Zwischenstand zur Umsetzung der Maßnahmen, die im Zwischenbericht angesprochen sind, erfolgt an späterer Stelle dieser GD ein Überblick.

2. Auslastung im Großen Haus in den einzelnen Kunstgattungen

Die Spielzeit 2022-2023 schließt mit einer Auslastung im Großen Haus von insgesamt 66,3%. Dieser Wert beschreibt den (steinigen) Weg zurück zu den Zahlen früherer Spielzeiten, was nachfolgender Vergleich verdeutlicht:

Spielzeit 2018-2019:	75,94%
Spielzeit 2019-2020:	hier erfolgte pandemiebedingt keine Auswertung, da es lange Zeiten des Lockdowns gab
Spielzeit 2020-2021:	für diese Spielzeit erfolgte ebenfalls pandemiebedingt keine Auswertung
Spielzeit 2021-2022:	54,1%

Im **Schauspiel** hat die vergangene Spielzeit (ohne Märchen gerechnet) eine Auslastung von 53,7% erreicht. Die erfolgreichste Produktion dabei war KUNST mit einer Auslastung von 62,6%. Aber auch die weiteren gezeigten Produktionen DER ZERBROCHNE KRUG, DER KAUFMANN VON VENEDIG, der letzten Inszenierung des scheidenden Schauspielers Jasper Brandis und UNTERWERFUNG beeindruckten nicht nur das Publikum, sondern erhielten hervorragende Kritiken der Presse.

Ein Kuriosum hat die ursprünglich ausschließlich für die Podium-Bar geplante Produktion AM ENDE TRAT PLÖTZLICH DER SCHLUSS EIN - EIN KARL-VALENTIN-ABEND erreicht: die dort angebotenen Vorstellungen waren jeweils extrem schnell ausverkauft, sodass ein Vorstellungsausfall im Großen Haus genutzt wurde, um den Abend einmalig ins Große Haus zu verlegen. Sämtliche Erwartungen an den Zuschauerzuspruch wurden übertroffen: das Große Haus mit 815 Plätzen war restlos ausverkauft.

Die Bereiche **Oper und Operette** haben insgesamt eine Auslastung von 65% erreicht. Dabei konnte DIE FLEDERMAUS eine sehr gute Auslastung von knapp 80% erzielen.

Die Welt-Uraufführung von LA LÉGENDE DE TRISTAN erreichte hohe überregionale Aufmerksamkeit und Anerkennung: so wählte die internationale Fachzeitschrift "Die Opernwelt" die Produktion zur Uraufführung des Jahres.

Darüber hinaus wurde LA LÉGENDE DE TRISTAN zwischenzeitlich in der Kategorie "Wiederentdecktes Werk" für den "International Opera Award 2023" nominiert. Das Theater Ulm steht damit in einer Reihe mit renommierten Festivals und Opernhäusern. Seit 2013 werden die "International Opera Awards" von einer fachkundigen Jury vergeben, um herausragende Opernleistungen zu würdigen. Die Verleihung der diesjährigen Preise findet am 09.11.2023 in Warschau statt.

Mit den weiteren gezeigten Produktionen CAVALLERIA RUSTICANA / IL PAGLIACCI, LES CONTES D'HOFFMANN sowie AMADIGI DI GAULA wurden nicht nur attraktive weitere Farben im Musiktheater-Spielplan gesetzt, sondern auch Publikum und Presse begeistert.

Das **Musical** im Großen Haus DER KLEINE HORRORLADEN erfreute sich mit einer Auslastung von mehr als 78% eines großen Zuschauerzuspruchs.

Im **Ballett** wurde eine Auslastung von knapp 58% erzielt. Erfolgreichste Produktion dabei war die Wiederaufnahme NUSSKNACKER UND MAUSEKÖNIG, die in der (Vor-) Weihnachtszeit mehr als 81% an Auslastung erreichen konnte. Aber auch die beiden weiteren Produktionen SHAKESPEARE 2.2: MACBETH UND OTHELLO und ABENDLICHE TÄNZE erreichten ein begeistertes Ballettpublikum. Mit den ABENDLICHEN TÄNZEN verabschiedete sich der scheidende Ballettdirektor Reiner Feistel vom Ulmer Publikum. Auch die während der Pandemie lange Zeit ausgesetzte BALLETTSCHUL-GALA konnte wieder stattfinden, bei der die rund 200 Schülerinnen und Schüler der Ballettschule in allen

Altersklassen ihr Können unter Beweis gestellt haben.

Die einzelnen Auslastungszahlen je Produktion sind in Anlage 1 dargestellt.

3. **Theatersommer auf der Wilhelmsburg**

Eine höchst erfreuliche Erfolgsgeschichte konnte mit dem Theatersommer auf der Wilhelmsburg geschrieben werden: sämtliche 24 angesetzten Vorstellungen konnten gespielt und zu Ende gebracht werden. Wetterbedingt erforderliche Vorstellungsabbrüche gab es nicht. Der Publikumszuspruch war riesig: die Produktion SISTER ACT erreichte eine Auslastung von mehr als 94%; mehr als 37.500 Menschen haben sie gesehen. Auch das finanzielle Ergebnis des Theatersommers ist ein sehr positives: trotz erheblicher Kostensteigerungen für Mietmaterial etc. konnte ein erfreulicher Überschuss bei SISTER ACT von mehr als 327.000 EUR erreicht werden.

4. **Abonnementzahlen (vgl. Anlage 2)**

Die Abonnementzahlen zum Ende der Spielzeit 2022-2023 unterscheiden sich kaum von denen, die bereits im Zwischenbericht vorgestellt wurden:

- Die stärksten Rückgänge sind im Besucherring zu verzeichnen, gefolgt vom Haupt- und Premierenabonnement.
- Der seit einigen Jahren beobachtbare Trend weg von den großen Abonnements mit vielen Terminen hin zu den kleineren Abonnements mit weniger Vorstellungen setzt sich auch in der Spielzeit 2022-2023 fort.

5. **Maßnahmen zur Stärkung der Abonnements**

TH hat verschiedene Maßnahmen ergriffen, über die zum Teil bereits im Zwischenbericht informiert wurde:

5.1. **Einsatz eines neuen Direkt-Marketing-Tools (future demand)**

Die vornehmlich für Kulturveranstalter entwickelte Software future demand verfolgt folgende Ziele:

- Vorhersage von Besucherzahlen
- Ermöglichung konkreter und passgenauer Marketingmaßnahmen
- Steigerung des Umsatzes

Um diese Ziele zu erreichen, werden etliche Daten gesammelt und ausgewertet. Durch verschiedene Anwendungsoptionen ist es möglich, Nachfrage zu prognostizieren, Kundensegmentierungen vorzunehmen und unter Nutzung KI-generierter und zielgruppenspezifisch angepasster Inhalte Social-Media-Kampagnen zu schalten.

In der Spielzeit 2022-2023 wurden insgesamt 12 Kampagnen geschaltet. Nachdem im späten Frühjahr 2023 alle technischen Schnittstellen funktionsfähig waren, war die Auswertung der Kampagnen möglich.

Die zielgruppenspezifischen Werbeanzeigen wurden insgesamt rund 3.000.000 mal eingesetzt. Daraus folgten insgesamt rund 40.000 Zugriffe auf die jeweiligen Stückseiten der jeweiligen Produktionen. Aus diesen wiederum resultierten 3.500 Ticketkäufe in einem Gesamtwert von rund 110.000 EUR.

In der Analyse der Kampagnen ergibt sich damit ein Ausgaben-Einnahmen-Verhältnis von 1:7, speziell für die Kampagnen betrachtet. Gestartet mit einer Zielstellung von 1:3 ist dieses Ergebnis als sehr positiv einzuschätzen.

Unter Einschluss sämtlicher entstandener Kosten (also auch der monatlichen Gebühren etc.) ergibt sich das Ergebnis von 1:3. Die mit dem Einsatz verfolgte Zielstellung wurde also exakt erreicht.

Abzüglich aller entstandener Kosten sowohl für die Werbekampagnen als auch für die generell im Zusammenhang mit der Nutzung von future demand entstandenen Kosten verbleibt dem Theater ein Erlös von 74.500 EUR.

Besonders hervorzuheben ist die sehr großzügige finanzielle Unterstützung des Vereins der Freunde und Förderer des Theaters Ulm, der dem Theater - zusätzlich zu allem anderen finanziellen Engagement - damit eine wertvolle Starthilfe gegeben hat, um ein solches Tool ausprobieren zu können.

5.1. **Steigerung der Busauslastung**

Die Problematik im Besucherring besteht in unverminderter Art und Weise (s. auch Ausführungen im Zwischenbericht). Da TH keinen Einfluss auf Angebotspreise von Busunternehmen hat, wird versucht, zielgerichtet die Auslastung der Busse zu erhöhen, um die finanzielle Unterdeckung, die bei etlichen Busrouten besteht, zu mildern. Dabei muss mit großer Sensibilität vorgegangen werden, denn ein schlichtes Einstellen von Busrouten wäre zwar ein kurzfristiger finanzieller "Erfolg", jedoch langfristig keinesfalls zielführend.

So wurde im Juni 2023 eine Werbeveranstaltung vor Ort durchgeführt, um die Busauslastung zu verbessern. Das Ergebnis in Abozahlen lässt sich sehen: war der Bus zuvor nur noch mit 7 Abonnenten/innen belegt, so sind es in der Spielzeit 2023-2024 immerhin 24 Personen, die den Bus für ihre Abfahrten nutzen.

Solche Veranstaltungen vor Ort sind in ihrer Realisierung nicht ganz einfach: die Termine müssen in die Vorstellungs- und Proben disposition eingepasst werden, vor Ort müssen geeignete Räume gefunden werden etc. Der Erfolg einer solchen Veranstaltung lässt sich nicht prognostizieren. War die beschriebene Veranstaltung auch erfolgreich, so gab es in der Vergangenheit auch Veranstaltungen, die zu keinen gestiegenen Abbonementzahlen geführt haben.

6. **Budgetentwicklung**

Die Entwicklung der Erträge der zurückliegenden Spielzeit ist sehr erfreulich. Maßgeblichen Anteil daran haben die Erträge aus Ticketverkäufen, zu deren Höhe (4.510 TEUR) der Theatersommer mit SISTER ACT einen großen Beitrag geleistet hat.

Die Aufwendungen bewegen sich in einem vertretbaren Rahmen, insbesondere im Vergleich zu den Planansätzen. Die bei einzelnen Posten höheren Aufwendungen (im

Vergleich zum Planansatz) sind hauptsächlich ebenfalls dem Theatersommer zuzuordnen.

7. **Fazit zur Spielzeit 2022-2023**

Die Spielzeit 2022-2023 darf als großer Erfolg gewertet werden. Waren auch die Besucherzahlen, v.a. aufgrund der zurückgegangenen Abonnements nicht immer diejenigen, die TH sich gewünscht hat, so wurde doch die Qualität der gezeigten Produktionen nahezu durchweg vom anwesenden Publikum sehr geschätzt.

Dankbar zurückblicken darf TH auf den Theatersommer, der durch eine qualitativ hochwertige Leistung, aber auch " fürsorglich begleitet vom Wetter" ohne Probleme über die Bühne gehen konnte. Dass dies nicht garantiert werden kann, hatten die etlichen wetterbedingten Vorstellungsabbrüche im Jahr 2021 vor Augen geführt.

TH ist mit unverminderter Kraft bestrebt, die noch immer deutlich spürbaren Folgen der Corona-Pandemie bei Besucherzahlen und Abonnements auszugleichen. Wie oben dargestellt ist und bleibt dies ein langer Weg, der noch einige Jahre in Anspruch nehmen wird.