

Sachbearbeitung TH - Theater Ulm

Datum 28.02.2014

Geschäftszeichen TH-VD

Beschlussorgan Fachbereichsausschuss Kultur

Sitzung am 04.04.2014 TOP

Behandlung öffentlich

GD 108/14

---

Betreff: Zwischenbericht Theater Ulm über die laufende Spielzeit 2013-2014

Anlagen: Mehrjährige Spielstättenübersicht (Anlage 1)  
Halbjahresbericht (Anlage 2)  
Entwicklung der Abonnements (Anlage 3)  
Budgetbericht (Anlage 4)

**Antrag:**

Vom Zwischenbericht über die laufende Spielzeit 2013-2014 Kenntnis zu nehmen

Angela Weißhardt

---

Genehmigt:

BM 1, BM 2, C 2, ZS/F

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Bearbeitungsvermerke Geschäftsstelle des  
Gemeinderats:

Eingang OB/G \_\_\_\_\_

Versand an GR \_\_\_\_\_

Niederschrift § \_\_\_\_\_

Anlage Nr. \_\_\_\_\_

## Sachdarstellung:

Zusammenfassende Darstellung der finanziellen Auswirkungen

---

<b>Finanzielle Auswirkungen:</b>	<b>Nein</b>
<b>Auswirkungen auf den Stellenplan:</b>	<b>Nein</b>

---

### 1. Entwicklung der Zuschauerzahlen und der Auslastung

Die Gesamtzahl der Veranstaltungen im Berichtszeitraum 01.09.2013 – 31.01.2014 liegt mit 218 niedriger als im Vorjahr. Jedoch sind die Besucherzahlen angestiegen; das spiegelt auch die höhere Auslastung allein im Großen Haus mit 82,01% wieder.

### 2. Entwicklung in den einzelnen Kunstgattungen

Das **Schauspiel** liegt mit gut 72% erfreulich hoch und damit auch deutlich über der Vorjahresauslastung. Die im Berichtszeitraum einzig gezeigte Produktion Tartuffe hat beim Publikum einen extrem guten Zuspruch gefunden.

Die Auslastung in der **Oper** liegt bei gut 85% und damit wieder deutlich über der der Vorjahresspielzeit. Die Produktionen Otello sowie Hänsel und Gretel haben jeweils eine Auslastung von mehr als 85% erreicht. Der Rosenkavalier ist erst Ende Januar gestartet und erreichte in den bislang 3 gezeigten Vorstellungen eine Auslastung von knapp 77%.

Das **Ballett** zeigte im Berichtszeitraum 7 Vorstellungen der Produktion Gleichzeitig & Catatumbo Lightning und erzielte dabei eine Auslastung von knapp 30%. Zu beachten ist dabei, dass sämtliche Vorstellungen ausschließlich im Freien Verkauf angeboten wurden. Der Ballettabend, der durch die Abonnements geht, startet Ende März, also im zweiten Spielzeithalbjahr.

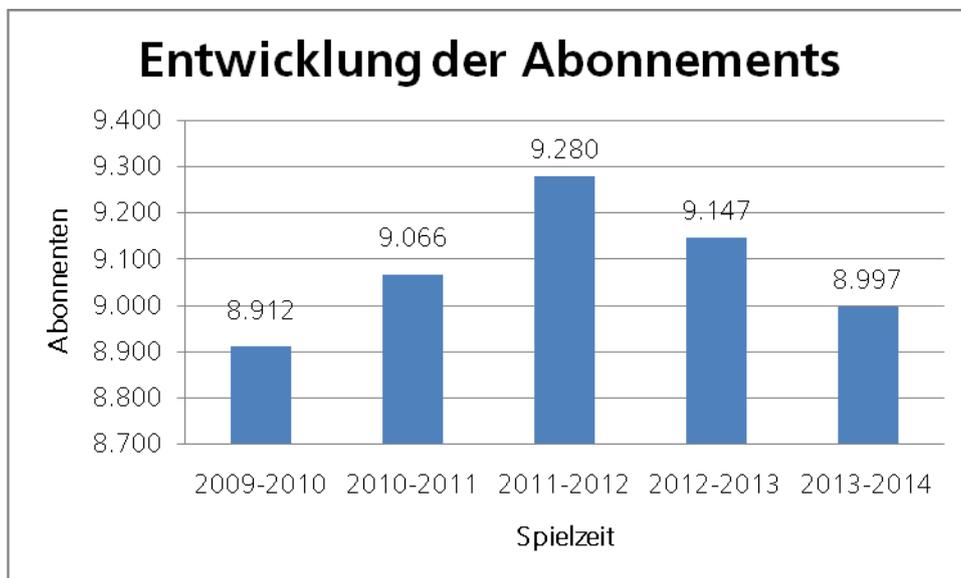
Im **Musical** zeigte TH zunächst eine Wiederaufnahme von Ghetto. Die dann gestartete Hauptproduktion im Musical in dieser Spielzeit Cabaret fand sehr guten Zuspruch und erzielte im Berichtszeitraum eine Auslastung von über 91%.

Die **Konzerte** erfreuen sich nach wie vor extrem hoher Beliebtheit beim Publikum. Die Reihe der insgesamt 5 Philharmonischen Konzerte im Congress Centrum Ulm (CCU) wurde im November eröffnet. Das dort präsentierte 1. Philharmonische Konzert wurde an zwei aufeinanderfolgenden Tagen gespielt. Der zweite, ausschließlich im Freien Verkauf angebotene Termin erreichte eine sehr erfreuliche Auslastung von mehr als 80%.

Die Neujahrskonzerte haben ebenfalls großen Zuspruch des Publikums erfahren. Die im Haus gezeigten 8 Vorstellungen haben eine Auslastung von mehr als 99% erreicht.

### 3. Entwicklung der Abonnements (vgl. Anlage 3)

Die Zahl der verkauften Abonnements liegt in dieser Spielzeit um 150 Abonnements niedriger als in der Vorjahresspielzeit. In der Folge sinkt auch die Zahl der verkauften Abotage deutlich.



Eine Detailanalyse zeigt folgendes Bild:

- Die bereits in den letzten Zwischenberichten angesprochene Entwicklung weg von den großen und hin zu den kleineren Abonnements setzt sich konsequent fort.

Leider jedoch kann die Steigerung bei den kleineren die Reduktion bei den großen Abonnements nicht kompensieren.

- Die Konzertabonnements sind erneut angestiegen. Weitere Steigerungen in diesem Bereich sind künftig aber kaum mehr möglich, weil schlicht die Kapazitätsgrenzen im CCU erreicht sind.
- Beim Podium-Abo, das sich weiterhin einer stabilen Attraktivität erfreut, sind die Kapazitätsgrenzen ebenfalls nunmehr fast erreicht.

### 4. Maßnahmen zur Stärkung des Vertriebs

#### 4.1. Bereits initiierte Maßnahmen

TH ist ständig dabei, den Kundenservice weiter zu verbessern, neue Angebote und Zugangswege zu schaffen, um damit die Attraktivität des Theaters möglichst noch weiter zu verbessern.

Bereits in Zwischenberichten der letzten Jahre wurden dazu Maßnahmen dargestellt,

die auch weiter bestehen und fortgeführt werden. Deshalb sind sie hier nur stichwortartig nochmals benannt. Solche Maßnahmen sind:

- Erweiterte Öffnungszeiten der Theaterkasse
- Öffnung Vorverkauf ab Spielzeitbeginn
- Theater@Campus
- Beteiligung an der Kulturloge
- Aktion „Abonnenten werben Abonnenten“

#### 4.2. **Neue Maßnahmen und Überlegungen**

Zusätzlich zu den unter Ziff. 4.1 genannten Maßnahmen zur Stärkung des Vertriebs hat TH folgendes unternommen bzw. überlegt folgendes:

- **Theatercard**  
Um dem zunehmenden Bedürfnis nach Flexibilität der Besucher/innen möglichst gut Rechnung tragen zu können, gleichzeitig aber eine möglichst hohe Bindung an das Haus erzielen zu können, hat TH im Sommer 2013 die Theatercard aufgelegt. Damit können – nach Leistung eines festen Einmalbetrages - für sämtliche Vorstellungen an allen Spielstätten zum ermäßigten Preis Karten erworben werden. Die Theatercard gilt jeweils für eine Spielzeit und ist nicht übertragbar.

Ziel ist es, neben den Abonnements bzw. in Ergänzung dazu ein weiteres Angebot zu schaffen, das den veränderten Bedarfen besonders gut Rechnung trägt.

Die Theatercard hat bereits einige Interessenten/innen gefunden – TH erhofft sich weiteren Absatz.

- **Firmencard**  
Ergänzend zur Theatercard bieten wir ab der kommenden Spielzeit 2014-2015 für Unternehmen eine Firmencard an. Diese ist nicht personengebunden und kann für sämtliche Vorstellungen an allen Spielstätten mit beliebiger Kartenzahl eingesetzt werden. Damit wird Flexibilität wie im Freien Verkauf geschaffen und dabei eine Rabattierung wie im Abonnement eingeräumt.

Die Firmencard wird es in drei unterschiedlichen Varianten geben:  
Bei einem Erwerbspreis von 500 EUR entsteht ein Guthaben von 550 EUR (10% Ermäßigung), bei 1.000 EUR Kaufpreis entsteht ein Guthaben von 1.150 EUR (15% Ermäßigung) und bei einem Erwerbspreis von 2.000 EUR steht schließlich ein Guthaben in Höhe von 2.400 EUR zur Verfügung, was einer Ermäßigung von 20% entspricht.

- **Geburtstagskinder-Spezial**  
Ebenfalls zur neuen Spielzeit 2014-2015 erhalten Geburtstagskinder bis einschließlich zu ihrem 14. Geburtstag freien Eintritt ins Große Haus oder ins Podium, wenn sie an ihrem Geburtstag eine Vorstellung des Theaters besuchen.
- **Verbesserungen beim Online-Ticketing**  
Künftig wird es möglich sein, über einen sog. Warenkorb Karten für mehrere Veranstaltungen zu buchen. Bislang konnte jeweils nur für eine Vorstellung ein Kauf getätigt werden, was teilweise Mehrfach-Porto ausgelöst hat.
- **(Firmen-)Weihnachtsfeiern im Theater**  
Ein weiteres Angebot für die neue Spielzeit 2014-2015 wird die Unterstützung von Weihnachtsfeiern von Unternehmen, Geschäften oder Praxen etc. im Sinne eines gemeinsamen Vorstellungsbesuches sein.

## 5. Budgetbericht September 2013 bis Januar 2014 (vgl. Anlage 4)

Zunächst ist festzustellen, dass sich sowohl die **Erträge** wie auch die **Aufwendungen** insgesamt jeweils im prognostizierten Rahmen bewegen.

Die Erträge aus Eintrittsgeldern liegen im Vergleich zum Berichtszeitraum des Vorjahres niedriger. Das ist jedoch insbesondere dadurch begründet, dass die letzte Spielzeit 2012-2013 Vorstellungen auf der Wilhelmsburg beinhaltete, für die der Vorverkauf gestaffelt bereits in der damaligen ersten Spielzeithälfte begonnen hatte.

Die Erträge aus privatrechtlichen Leistungsentgelten beinhalten hauptsächlich Erträge aus Abstechern. In der ersten Spielzeithälfte zeigte TH insgesamt 7 Abstecher.

Unter der Prämisse, dass sich keine unvorhergesehenen Belastungen ergeben, kann das Budget eingehalten werden.