

Sachbearbeitung	TH - Theater Ulm		
Datum	17.02.2015		
Geschäftszeichen	TH-VD		
Beschlussorgan	Fachbereichsausschuss Kultur	Sitzung am 20.03.2015	TOP
Behandlung	öffentlich		GD 097/15

Betreff: Zwischenbericht Theater Ulm über die laufende Spielzeit 2014-2015

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

Antrag:

Vom Zwischenbericht über die laufende Spielzeit 2014-2015 Kenntnis zu nehmen

Angela Weißhardt

Zur Mitzeichnung an:	Bearbeitungsvermerke Geschäftsstelle des Gemeinderats:
<u>BM 1, BM 2, BM 2, C 2, ZS/F</u>	Eingang OB/G _____
_____	Versand an GR _____
_____	Niederschrift § _____
_____	Anlage Nr. _____

Sachdarstellung:

Zusammenfassende Darstellung der finanziellen Auswirkungen

Finanzielle Auswirkungen:	Nein
Auswirkungen auf den Stellenplan:	Nein

1. Entwicklung der Zuschauerzahlen und der Auslastung

Die Gesamtzahl der Veranstaltungen im Berichtszeitraum 01.09.2014 – 31.01.2015 liegt mit 239 wieder deutlich höher als im Vorjahr. Diese höhere Veranstaltungszahl wurde jedoch hauptsächlich in den kleineren Spielstätten erzielt, deshalb sind die Besucherzahlen nicht in ähnlichem Umfang mit angestiegen.

Die Auslastung im Großen Haus liegt bei 80,41%. Insbesondere bei Betrachtung der Anlage 1 (Mehrjährige Spielstättenübersicht) fällt zunächst auf, dass im Vergleich zum Vorjahreszeitraum im Großen Haus mehr Vorstellungen gezeigt wurden, dabei jedoch weniger Zuschauer verzeichnet sind. Das hat insbesondere mit der Produktion Event zu tun, die im Großen Haus aufgeführt wurde (und deshalb in der dortigen Statistik enthalten ist), jedoch als Podiumsproduktion angelegt ist, was die maximale Besucherzahl anbelangt (99 Plätze).

2. Entwicklung in den einzelnen Kunstgattungen

Die Auslastung im **Schauspiel** liegt mit gut 71% wie im Vorjahr wieder erfreulich hoch. Besonders hervorzuheben ist die Produktion Der nackte Wahnsinn, die eine Auslastung von mehr als 84% erreicht hat. Eine solche Auslastung ist im Schauspiel in den letzten Spielzeiten kaum erreicht worden.

Zu Event ist in Ergänzung zu Ziff. 1 anzumerken, dass die Produktion selbst mit einer Auslastung von gut 60% im Rahmen der üblichen Schauspiel-Auslastung liegt.

Die Auslastung in der **Oper** liegt bei gut 76% und damit deutlich unter der der Vorjahresspielzeit. La Traviata hat eine sehr gute Auslastung von mehr als 90% erreicht. Dagegen fand die Wiederaufnahme von Hänsel und Gretel als besonderes Angebot für Familien in der Weihnachtszeit bei weitem nicht das Interesse der Vorjahresspielzeit, in der der Zuspruch mit 85% sehr hoch war. Jedoch fand die Wiederaufnahme ausschließlich im Freien Verkauf statt – im Unterschied zum Vorjahr; das ist ein maßgeblicher Einflussfaktor für die Auslastung.

Die Oper Il Ritorno d'Ulisse in Patria hat mit ihren insgesamt 8 Vorstellungen im Berichtszeitraum eine Auslastung von 58% erreicht. Dies hat zwei Ursachen: die Produktion geht nicht durch sämtliche Abonnements und ist auch ein eher unbekannteres Werk des Komponisten Claudio Monteverdi.

Die Operette dieser Spielzeit Die Lustige Witwe hat mit ihren 12 gezeigten Vorstellungen im Berichtszeitraum (davon auch einige im Freien Verkauf) eine durchaus solide Auslastung von 78% erreicht.

Im **Ballett** wurde in dieser Spielzeit eine Neuheit präsentiert: die Ballettschule hat – mit Unterstützung aus dem Ensemble – eine Produktion selbst gestemmt, nämlich Der Nussknacker. Die drei in der Vorweihnachtszeit gezeigten Vorstellungen fanden riesigen Zuspruch beim Publikum und erreichten eine Auslastung von über 99%.

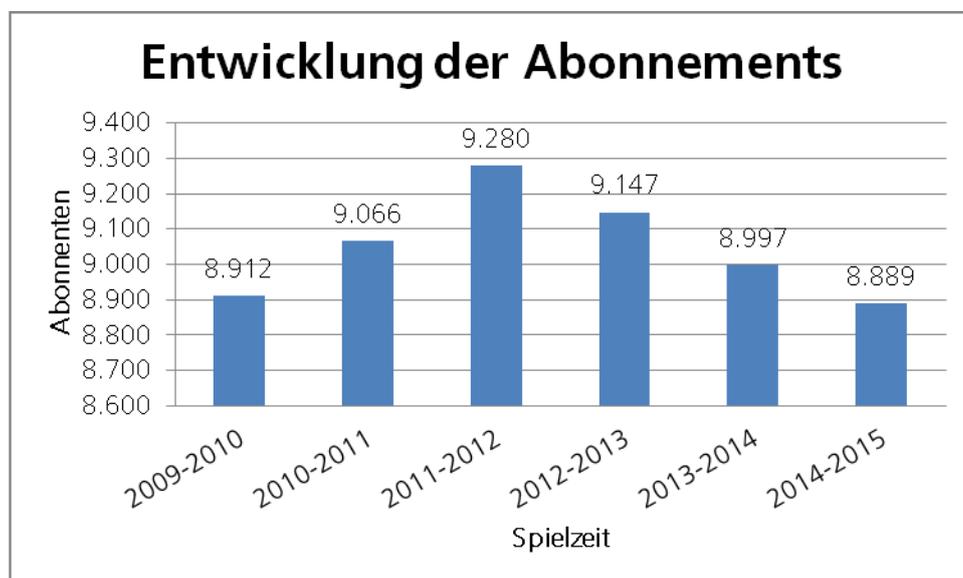
Auch der Ballettabend mit Orchester im Großen Haus Carmen & Bolero begeistert schon seit seinem Start viele Zuschauerinnen und Zuschauer und hat bereits in den ersten drei Vorstellungen eine Auslastung von mehr als 91% erreicht.

Die **Konzerte** sind ebenfalls wieder in gewohnter Attraktivität in die Spielzeit gestartet. Das 1. Philharmonische Konzert im Congress Centrum hat direkt die maximale Auslastung von 100% erzielen können.

Auch die insgesamt acht im Großen Haus gespielten Neujahrskonzerte stehen dieser makellosen Bilanz kaum nach und erreichten eine Auslastung von mehr als 99%.

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 Abo tage deutlich.



Eine Detailanalyse zeigt folgende Ergebnisse, die in ihrer Entwicklung ebenfalls seit mehreren Spielzeiten stabil sind:

- 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“
- Theatercard:
Dieses ergänzende Angebot mit einer für die Besucherinnen und Besucher maximalen Flexibilität findet erfreulicherweise zunehmend Resonanz. Zum Stichtag 31.01.2015 waren insgesamt 46 gültige Theatercards zu verzeichnen (Gültigkeitsdauer: 1 Jahr ab Ausstellungsdatum).
- Firmencard
- Geburtstagskinder-Spezial
- Verbesserungen beim Online-Ticketing (v.a. Warenkorb)
- (Firmen-)Weihnachtsfeiern im Theater

Selbstverständlich ist TH ständig in Überlegungen zur Schaffung weiterer attraktiver Angebote bzw. Verbesserungen im Servicebereich. Daneben aber gilt es gleichermaßen, die bereits initiierten Angebot gut bekannt zu machen.

4.2. Neue Maßnahmen und Überlegungen

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

- **Livestreaming von Vorstellungen**

Bereits seit einiger Zeit streamt das Theater einige wenige Vorstellungen pro Spielzeit live und kostenlos im Internet. Im Berichtszeitraum waren das z.B. die Produktionen Refugium, Kabale und Liebe, La Traviata sowie Il Ritorno d'Ulisse in Patria. Die Resonanzen sind sehr positiv und zwar aus den unterschiedlichsten Gründen: zum einen kann über dieses Medium eine Verbundenheit zum Theater Ulm in aller Welt hergestellt bzw. aufrecht erhalten werden und zum anderen erreicht das Theater damit auch Menschen, die sich einen Theaterbesuch ansonsten nicht leisten können. Darüber hinaus werden durch den Einsatz dieses Mediums auch Altersgruppen erreicht, die bislang noch nicht zu den ständigen aktiven Theaterbesuchern zählen.

Grundsätzlich ist das Thema Livestreaming derzeit in der bundesweiten Diskussion. Auf einer Fachtagung der Heinrich-Böll-Stiftung im Dezember 2014 wurden die jeweiligen Positionen dazu ausgetauscht und Ideen entwickelt. Der Deutsche Bühnenverein spricht sich ausdrücklich für ein Livestreaming aus, allerdings nicht flächendeckend, sondern gezielt überlegt für einzelne Produktionen.

Durch diese Maßnahme soll der Theaterbesuch mitnichten ersetzt werden. Vielmehr soll das Interesse an Theater auch bei einem Personenkreis geweckt werden, der bislang noch keinen oder wenig Zugang zum Theater gefunden hat. Ziel ist, über diese Art der Zugangsmöglichkeit mehr Publikum ins Haus zu holen. Gleichzeitig bietet Livestreaming auch die Chance, sich als Theater in der kulturellen Diskussion zu verorten und präsent zu sein – unabhängig von Entfernungskilometern und –strecken.

Das Theater Ulm ist derzeit bundesweit das einzige Stadttheater, das regelmäßig und kostenlos Vorstellungen im Livestream zeigt. Grundsätzlich ist natürlich auch die Erhebung einer Gebühr für dieses Angebot möglich; denkt man das weiter, so kann man sich auch eine Art Abonnement hierfür vorstellen.

In diesem Zusammenhang sind verschiedene Fragestellungen neu zu klären, z.B. die angemessene Vergütung der Künstler/innen sowie die Problematik der Rechte. An die Verlage sind ggfs. entsprechende Gebühren für den Livestream abzuführen; auch dies ist ein wichtiger Aspekt in der Entscheidungsfindung darüber, welche Produktion live im Internet übertragen wird.

- **„Theater auf Rezept“**

Seit 2009 gibt es in Deutschland das Projekt „Theater auf Rezept“. Projektidee ist, dass Kinder und Jugendliche bei ihrem (teilnehmenden) Arzt kostenlose Theatergutscheine erhalten, wenn sie die Vorsorgeuntersuchungen U10, U11 und J1 wahrnehmen.

Finanziell gefördert wird das Projekt von der Siemens-Betriebskrankenkasse.

Damit soll ein zusätzlicher Anreiz gegeben werden, diese wichtigen Vorsorgeuntersuchungen überhaupt wahrzunehmen. Gerade Theatergutscheine dafür auszugeben, hat den Hintergrund, dass es nach Auffassung der Siemens Betriebskrankenkasse „nicht ausschließlich darum geht, den Körper gesund zu erhalten. Gerade im Kindes- und Jugendalter ist es besonders wichtig, auch ein Augenmerk auf die Förderung geistiger und seelischer Gesundheit zu legen. Kulturelle Erlebnisse wie beispielsweise Theaterbesuche können dazu einen wesentlichen Beitrag leisten.“ (Michael Breymaier, SBK Geschäftsstellenleiter in Ulm).

Für Ulm steht derzeit pro Kalenderjahr ein (Projekt-)Budget von 3.000 EUR zur Verfügung.

Konkret konnten bzw. können die Gutscheine beim Theater Ulm in Produktionen wie DER ZAUBERER VON OZ, NUR EIN TAG oder auch DIE DURSTIGEN eingelöst werden.

Das Projekt ist in Ulm Anfang Oktober 2014 gestartet. Bis Ende Januar 2015 sind zwar nur wenige Gutscheine tatsächlich eingelöst worden; TH geht aber davon aus, dass sich die Zahlen mit zunehmender Bekanntheit des Projekts steigern werden.

5. **Budgetbericht September 2014 bis Januar 2015 (vgl. Anlage 4)**

Die **Erträge** aus Gebühren und ähnlichen Abgaben (= Eintrittsgelder) liegen im Berichtszeitraum deutlich höher als im Vorjahr. Das ist auf den Vorverkauf für die Wilhelmsburg zurückzuführen, der bereits Anfang Dezember 2014 gestartet ist.

Bei den privatrechtlichen Leistungsentgelten liegen die Erträge höher als ursprünglich prognostiziert. In dieser Position sind hauptsächlich die Erträge aus Abstechern enthalten. Im Berichtszeitraum hat TH insgesamt vier Abstecher gezeigt.

Auch bei den **Aufwendungen** schlägt sich die Wilhelmsburg bereits nieder: die Prognose für die Personalaufwendungen wurde erhöht, was unter anderem mit den zu verpflichtenden Gästen zu tun hat. Allerdings ist die Prognose auch aufgrund erforderlicher Krankheitsvertretungen angepasst worden.

Bei den Sachaufwendungen werden vor allem die Aufwendungen für Mieten höher als im Vorjahr liegen. Dies ist ebenfalls der Wilhelmsburg geschuldet, für die z.B. Tribüne und technisches Material angemietet werden müssen.

Ähnlich verhält es sich bei der Prognose im Bereich der Aufwendungen für Ausstattung. Auch hier ist der Betrag aufgrund der Wilhelmsburg höher angesetzt worden.

Dennoch ist TH zuversichtlich, dass das Budget eingehalten werden kann, sofern sich nicht unvorhergesehene Belastungen zusätzlich noch ergeben.