



Sachbearbeitung TH - Theater Ulm

Datum 14.09.2015

Geschäftszeichen TH-VD

Beschlussorgan Fachbereichsausschuss Kultur

Sitzung am 20.11.2015 TOP

Behandlung öffentlich

GD 408/15

---

Betreff: Geschäftsbericht Theater Ulm für die Spielzeit 2014-2015

Anlagen:

**Antrag:**

Vom Geschäftsbericht über die Spielzeit 2014-2015 Kenntnis zu nehmen.

Angela Weißhardt

---

Zur Mitzeichnung an:

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

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

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 Spielzeit 2014-2015 schließt mit einer Gesamtbesucherzahl von 205.553 Besuchern/innen. In diesen Zahlen sind (neben den Abstechern) auch die Besucherzahlen der Wilhelmsburg enthalten. Damit ist eine Vergleichbarkeit eher nicht zur Vorjahresspielzeit, sondern eher zur Spielzeit 2012-2013 gegeben, da damals ebenfalls die Wilhelmsburg bespielt wurde.

Die Statistik über die Anzahl der Besucher/innen in der Spielzeit 2014-2015 ist in Anlage 1 beigefügt. Eine mehrjährige Übersicht über die Anzahl der Vorstellungen und Besuchern/innen findet sich in Anlage 2.

Das Große Haus hat in der Spielzeit 2014-2015 eine Auslastung von 73,52 % erreicht. Ein Vergleich der letzten Spielzeiten seit Beginn der Intendanz Andreas von Studnitz ergibt folgendes Bild:

Spielzeit 2006-2007:	70,64 %
Spielzeit 2007-2008:	70,88 %
Spielzeit 2008-2009:	78,04 %
Spielzeit 2009-2010:	78,46 %
Spielzeit 2010-2011:	75,08 %
Spielzeit 2011-2012:	75,45 %
Spielzeit 2012-2013:	71,97 %
Spielzeit 2013-2014:	76,42 %
Spielzeit 2014-2015:	73,52 %

### 2. Entwicklung in den einzelnen Kunstgattungen (Großes Haus und Congress Centrum Ulm (CCU))

Die Auslastung im **Schauspiel** liegt im Mittel der gesamten Spielzeit bei 63,65 % (ohne Märchen) und damit unter der Vorjahresspielzeit (67,95%). Die absoluten Zuschauer- und Vorstellungszahlen liegen in der Spielzeit 2014-2015 jedoch über denen des Vorjahres. Grund für diesen ungewöhnlichen Umstand ist hauptsächlich die Produktion **EVENT**, die (wie bereits im Zwischenbericht zur Spielzeit dargestellt) im Großen Haus aufgeführt, jedoch als Podiumsproduktion angelegt war. Positiv hervorzuheben ist **DER NACKTE WAHNSINN**, der mit einer Auslastung von mehr als 75% beim Publikum sehr gut angenommen wurde. Das Märchen **DER ZAUBERER VON OZ** war auch in der Spielzeit 2014-2015 erneut

ein Garant für hohe Zuschauerzahlen. Die insgesamt 35 Vorstellungen wurden von insgesamt knapp 24.000 Zuschauern/innen gesehen, davon mehr als 18.000 Kindern.

Die **Oper** hat eine Auslastung von gut 69 % erreicht und liegt damit niedriger als das Ergebnis der Vorjahresspielzeit. LA TRAVIATA hat als einzige Produktion eine herausragende Auslastung von knapp 90% erreichen können. Andere hochkarätige Produktionen, die regional und überregional ausgezeichnet kritisiert wurden, haben dagegen nicht das erhoffte Publikumsinteresse erzielt.

Die in der Spielzeit 2014-2015 gezeigte **Operette** DIE LUSTIGE WITWE hat bei immerhin 17 Vorstellungen, von denen einige ausschließlich im Freien Verkauf angeboten wurden, eine sehr achtbare Auslastung von gut 75% erreichen können.

Das **Ballett** hat im Großen Haus eine sehr erfolgreiche Produktion verzeichnen können: CARMEN & BOLERO hat eine Auslastung von mehr als 92% erreicht. Auch die Ballettschulgala DER NUSSKNACKER, die insgesamt 5 mal auf dem Programm stand, hat mit gut 71% viele Zuschauer/innen erreicht. Verstärkt wurde die Ballettschule hier durch Mitglieder der Ballettcompagnie.

Die **Konzerte** erfreuen sich weiterhin einer ungebrochen hohen Beliebtheit: im Vergleich zum Vorjahr hat TH ein Neujahrskonzert mehr gespielt und dennoch nur knapp die höchstmögliche Auslastung von 100% erreicht.

Auch die Philharmonischen Konzerte im Congress Centrum Ulm waren erneut extrem erfolgreich: dreimal konnte der Höchstwert von 100% Auslastung verzeichnet werden. Auch der mittlerweile seit drei Spielzeiten angebotene Zweitermin bei einem der Konzerte wird gut vom Publikum angenommen: die Entwicklung bringt hier stabil gut 600 Zuschauerinnen und Zuschauer - ausschließlich im Freien Verkauf.

### 3. Kleinere Spielstätten

Das Podium und auch die Podium-Bar sind für das Ulmer Publikum längst eine feste Größe und nicht mehr aus dem Angebot des Theaters wegzudenken. Mit den unterschiedlichsten Formaten für alle Interessen und Zielgruppen wird hier mit großem Erfolg ein Angebot geschaffen, das längst den Charakter nur als "Ergänzung zum Großen Haus" abgestreift hat. Vielmehr bieten diese Spielstätten einen völlig anderen Zugang und damit eine völlig andere Wahrnehmbarkeit von Bühnengeschehen. Dies zeigt sich auch in der Nachfrage der Angebote, die jeweils bei über 80% liegt.

### 4. Wilhelmsburg

Der im zweijährigen Turnus stattfindende Theatersommer auf der Wilhelmsburg ist ein absolutes Erfolgsmodell. Infrastruktur und Service für das Publikum verbessern sich jedes Mal und bieten einen würdigen Rahmen für die gezeigten Produktionen. In der Spielzeit 2014-2015 konnten die beiden Produktionen WEST SIDE STORY und EIN SOMMERNACHTSTRAUM insgesamt noch mehr Publikum auf die Wilhelmsburg locken als in den früheren Jahren: insgesamt haben mehr als 35.000 Zuschauer/innen die Vorstellungen besucht.

Diese inzwischen traditionell parallel zum laufenden Betrieb im Haus stattfindende Open-Air-Bespielung hat jedoch auch ihren Preis: die personellen Kapazitäten geraten in vielen Gewerken an ihre Grenzen, teilweise auch darüber hinaus. Ein teilweise

hohes Maß an erforderlichen Mehrstunden und -belastung ist die Folge. Der teilweise Zukauf von Fremddienstleistungen bringt in Teilen zwar Entlastung, dabei jedoch natürlich auch Mehrkosten und damit ein vergrößertes finanzielles Risiko mit sich.

## 5. Entwicklung der Abonnements

Die Abonnements haben sich folgendermaßen entwickelt:

	Zahl der Vorstellungen	Zahl der Abonnenten in den Spielzeiten			
		2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
Haupt Abonnements	13	1.272	1.217	1.119	1.048
Premieren Abonnement	12	495	491	447	422
Kleines Premieren Abo	7	98	116	110	127
Musiktheater Pur Premieren Abonnement	4	56	53	75	61
Schauspiel Pur Premieren Abonnement	4	34	30	27	27
Besucherring Abo	11	2.225	2.043	1.900	1.772
Kleines Abonnement	7	329	325	399	382
Kleines Abo Besucherring		529	565	643	698
Musiktheater Pur Abo	4	184	165	153	138
MT Pur Abo Besucherring		480	451	460	472
Schauspiel Pur Abo	4	99	92	100	129
SP Pur Abo Besucherring		139	138	134	142
altes Schauspiel Pur Abo	4	60	57	53	52
Besucherring Sonntag Nachmittag Abonnement	8	705	694	682	656
Sonntag Nachmittag Abo	6	195	194	178	199
Werkabonnement	5	690	687	667	649
Jugend-Abonnement	6	8	10	10	13
Konzert-Abonnement	5	1.020	1.123	1.146	1.148
Besucherring Konzert-Abo	5	204	186	176	166
Jugend-Konzertabo	4	24	15	15	12
Abonnement Geislingen	7	81	71	67	71
Podium Abonnement	8	165	199	200	204
Kinder-Abo	4	93	159	161	213
Geschenk-Abos	4	95	66	75	85
<b>Summe</b>		<b>9.280</b>	<b>9.147</b>	<b>8.997</b>	<b>8.886</b>
Anzahl Abo-Tage		77.014	74.977	72.485	70.417
Einnahmen aus Abos (Stand: jeweils 31.07.)		1.462.213 €	1.528.490 €	1.486.621 €	1.544.969 €

Der Vergleich über mehrere Jahre hinweg zeigt folgendes:

Auch in der Spielzeit 2014-2015 setzte sich die bekannte Entwicklung fort: große Abonnements gehen zurück - durchaus zugunsten von kleineren Abonnements. Diese aber können den Rückgang nicht kompensieren, weil sie sich auch teilweise an ihrer Kapazitätsgrenze befinden (z.B. Podium-Abo).

## 6. Abstecher

Das Theater Ulm hat in der Spielzeit 2014-2015 insgesamt 12 Abstecher gezeigt:

- DER HAUPTMANN VON KÖPENICK (Langenthal/Schweiz)
- OLEANNA (Kempten)
- NEUJAHRSKONZERT (Eislingen)
- KABALE UND LIEBE (Lindau)
- DREI (Lindau)
- NUR EIN TAG (Lindau, 3 Vorstellungen)
- DER WEG FÜHRT / BALLETT (Chemnitz)
- BALLETT ( Gießen)
- DIE BAKCHEN (PUSSY RIOT) (Heidelberg - Baden-Württembergische Theatertage)
- SCHWÖRKONZERT (Ulmer Münster)

Insgesamt haben die benannten 12 Vorstellungen 6.691 Zuschauer/innen gesehen.

## 7. Maßnahmen zur Stärkung des Vertriebs

Ein wichtiges Augenmerk in den Aktivitäten des Theaters liegt auf der dauerhaften Stärkung des Vertriebs. Bereits in früheren Zwischen- bzw. Geschäftsberichten wurden unterschiedliche Maßnahmen dargestellt, die auch weiterhin umgesetzt werden; daher wird in diesem Bericht nur auf neue Maßnahmen hingewiesen bzw. werden einige wenige Maßnahmen (nochmals) ergänzend erläutert.

### 7.1. **Beteiligung an der Kulturloge**

Auch in der Spielzeit 2014-2015 hat sich das Theater in erheblichem Umfang an der in 2011 gegründeten Kulturloge beteiligt.

Insgesamt wurde ein Kartenkontingent von 760 Karten zur Verfügung gestellt. Davon wurden 693 Karten abgerufen. Letztlich tatsächlich abgeholt wurden 619 Karten.

### 7.2. **Aktion „Abonnenten werben Abonnenten“**

Diese Aktion wird jährlich durchgeführt mit dem Ziel, weitere Abonnenten/innen durch das Werben bereits aktiver Abonnenten/innen zu gewinnen. In der Spielzeit 2014-2015 konnten insgesamt 27 neue Abonnenten gewonnen werden. Als Dankeschön haben wir die erfolgreichen Werber und Werberinnen auf die Wilhelmsburg eingeladen: nach einem Getränkeempfang wurden die Teilnehmenden zunächst durch die Wilhelmsburg geführt. Im Anschluss gab es die Möglichkeit zu einem Probenbesuch bei EIN SOMMERNACHTSTRAUM.

### 7.3. **Einführung der Theatercard**

Die Theatercard, die zur Spielzeit 2013-2014 eingeführt wurde, erfreut sich zunehmender Beliebtheit. Am Stichtag 31.07.2015 gab es 48 gültige Karten (die

Gültigkeit beträgt jeweils ein Jahr nach Ausstellung und ist also nicht auf eine Spielzeit begrenzt).

## 8. Finanzieller Abschluss der Spielzeit 2014–2015

Die Spielzeit 2013-2014 schließt insgesamt mit einem Budgetüberschuss von 325.000 EUR ab.

Dieser ergibt sich rechnerisch wie folgt:

Erträge	9.177.000 EUR
Aufwendungen	16.837.000 EUR
Ordentliches Ergebnis	7.660.000 EUR
Bereinigter Budgetzuschuss (IST)	7.705.000 EUR
Bereinigter Budgetzuschuss (PLAN)	8.031.000 EUR

## 9. Entwicklung der Einnahmen/Erträge

Im Vergleich der letzten Jahre haben sich die Einnahmen/Erträge insgesamt wie folgt entwickelt:

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Einnahmen	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Gesamtsumme	7.962	7.842	8.575	8.145	9.177
Einnahmen/Erträge					

Die Erträge resultieren ganz überwiegend aus der enorm erfolgreichen Wilhelmsburg.

Als weitere wichtige Einnahmen konnte TH im Berichtszeitraum insgesamt 94.000 EUR aus Spenden und Sponsoring verbuchen.

Der Landeszuschuss hat sich im Vergleich zur Vorjahresspielzeit um 111.000 EUR erhöht. Diese Erhöhung ist hauptsächlich durch den Ausgleich der Tarifsteigerungen begründet.

## 10. Entwicklung der Ausgaben/Aufwendungen

### 10.1. Personalaufwendungen

Die Personalaufwendungen der Spielzeit 2014-2015 liegen um 375.000 EUR höher als die der Vorjahresspielzeit. In dieser Summe sind zum einen Tarifsteigerungen enthalten; aber auch die Aufwendungen für Gäste auf der Wilhelmsburg beeinflussen dieses Ergebnis maßgeblich.

## 10.2. Sachaufwendungen

Auch die Sachaufwendungen der Spielzeit 2014-2015 liegen höher als die der Vorjahresspielzeit und sind ebenfalls signifikant durch die Wilhelmsburg beeinflusst, für die traditionell höhere Aufwendungen in Form von Mieten, Lizenzen und Konzessionen sowie Werbung anfallen.

## 10.3. Zusammenfassende Beurteilung

Die Spielzeit 2014-2015 schließt mit einem Überschuss, der einzig dem überragenden Erfolg der Wilhelmsburg zuzurechnen ist. Somit kann leider keine stetige Fortsetzung einer solchen Entwicklung für die nächsten Spielzeiten prognostiziert werden.

Jedoch schafft dieser Überschuss natürlich einen finanziellen Puffer für kommende Spielzeiten; zum anderen versetzte er TH in die Lage, im Rahmen des Budgetabschlusses 2014-2015 nicht jeden Sonderfaktor als solchen beantragen zu müssen (z.B. Betriebskosten Paketposthalle).