



Sachbearbeitung TH - Theater Ulm

Datum 01.09.2016

Geschäftszeichen TH-VD

Beschlussorgan Fachbereichsausschuss Kultur

Sitzung am 09.12.2016 TOP

Behandlung öffentlich

GD 342/16

Betreff: Geschäftsbericht Theater Ulm für die Spielzeit 2015-2016

Anlagen: Besucherstatistik (Anlage 1)
Mehrjährige Spielstättenübersicht (Anlage 2)
Budgetentwicklung (Anlage 3)

Antrag:

Vom Geschäftsbericht über die Spielzeit 2015-2016 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

Finanzielle Auswirkungen:	nein
Auswirkungen auf den Stellenplan:	nein

1. Entwicklung der Zuschauerzahlen und der Auslastung

Die Spielzeit 2015-2016 schließt mit einer Gesamtbesucherzahl von 175.938 Besuchern/innen. Wichtig dabei ist, dass in der Spielzeit 2015-2016 die Wilhelmsburg nicht bespielt worden ist. Damit ist eine Vergleichbarkeit eher nicht zur Vorjahresspielzeit, sondern eher zur Spielzeit 2013-2014 gegeben, da damals ebenfalls kein Theatersommer auf der Wilhelmsburg stattgefunden hat.

Die Statistik über die Anzahl der Besucher/innen in der Spielzeit 2015-2016 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 2015-2016 eine erfreuliche Auslastung von 76,53 % 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 %
Spielzeit 2015-2016:	76,53 %

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

Die Auslastung im **Schauspiel** liegt im Mittel der gesamten Spielzeit bei 70,21 % (ohne Märchen) und damit über der Vorjahresspielzeit (63,65%). Einen wesentlichen Anteil daran hat die Produktion WIE IM HIMMEL, die in insgesamt 13 Vorstellungen eine Auslastung von über 84% erreicht hat.

Das Märchen PINOCCHIO war auch in der Spielzeit 2015-2016 erneut ein Garant für hohe Zuschauerzahlen. Die insgesamt 35 Vorstellungen wurden von mehr als 25.000 Zuschauern/innen gesehen, davon mehr als 19.000 Kindern.

Die **Oper** hat eine Auslastung von gut 72 % erreicht und liegt damit deutlich höher als das Ergebnis der Vorjahresspielzeit. Die Eröffnungsproduktion der Spielzeit, TURANDOT, hat dabei mit über 90% ein hervorragendes Ergebnis erreichen können. Weiter positiv hervorzuheben ist TREIBGUT, die Koproduktion mit dem Donaübüro Ulm/Neu-Ulm. In den 5 Vorstellungen, die aufgrund der Verfügbarkeit der beteiligten international hochkarätigen Musiker/innen in rascher zeitlicher Folge hintereinander angesetzt werden mussten, konnte ein sehr gutes Ergebnis von mehr als 66% erreicht werden.

Als Musical der Spielzeit stand THE BLACK RIDER auf dem Spielplan. Mit der erreichten Auslastung von gut 67% konnte die Produktion nicht an die Auslastungen der Musicals im Großen Haus früherer Spielzeiten anknüpfen.

Das **Ballett** kann erneut eine sehr erfolgreiche Spielzeit im Großen Haus verzeichnen: DER NUSSKNACKER war bei drei gezeigten Vorstellungen nahezu ausverkauft. SCHWANENSEE konnte eine herausragende Auslastung von mehr als 91% erreichen - und das ausschließlich im Freien Verkauf. Gemeinsam mit dem Doppelabend WANDERERS /LASCIA CHE ACCADA und der Ballettschulgala ergibt sich so eine insgesamt Auslastung von mehr als 81%.

Auch die **Konzerte** stehen für hohe Zuschauerzahlen: erneut wurden im Großen Haus insgesamt 10 Neujahrskonzerte gespielt und dabei wiederum nur knapp die 100%-Auslastung verfehlt.

Auch die Philharmonischen Konzerte im Congress Centrum Ulm waren wiederum sehr erfolgreich: erstmals hat TH nicht nur eines, sondern zwei der fünf Konzerte in einem Wiederholungstermin angeboten. Dies führte insgesamt zu einer nochmals gesteigerten Zuschauerzahl, aber logischerweise auch zu einer reduzierten prozentualen Auslastung im Vergleich zu den vorigen Spielzeiten.

3. Kleinere Spielstätten

Auch die Spielzeit 2015-2016 beweist, dass das Podium und auch die Podium-Bar mit ihrem eigenständigen Charakter einen festen Platz in der Wahrnehmung des Publikums gefunden haben. Im Podium konnte für die dort gezeigten 139 Vorstellungen insgesamt eine Auslastung von mehr als 83% erreicht werden. Die beiden in der Podium-Bar gezeigten Produktionen ZU MÜDE, UM SCHLAFEN ZU GEHEN sowie KRIPO ULM konnten gar bei insgesamt 19 Vorstellungen eine 100%ige Auslastung erreichen.

4. Entwicklung der Abonnements

Die Abonnements haben sich folgendermaßen entwickelt:

	Zahl der Vorstellungen	Zahl der Abonnenten in den Spielzeiten			
		2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016
Haupt Abonnements	13	1.217	1.119	1.048	974
Premieren Abonnement	12	491	447	422	416
Kleines Premieren Abo	7	116	110	127	145
Musiktheater Pur Premieren Abonnement	4	53	75	61	55
Schauspiel Pur Premieren Abonnement	4	30	27	27	29
Besucherring Abo	11	2.043	1.900	1.772	1.637
Kleines Abonnement	7	325	399	382	385
Kleines Abo Besucherring		565	643	698	721
Musiktheater Pur Abo	4	165	153	138	124
MT Pur Abo Besucherring		451	460	472	520
Schauspiel Pur Abo	4	92	100	129	127
SP Pur Abo Besucherring		138	134	142	131
altes Schauspiel Pur Abo	4	57	53	52	50
Besucherring Sonntag Nachmittag Abonnement	8	694	682	656	666
Sonntag Nachmittag Abo	6	194	178	199	196
Werkabonnement	5	687	667	649	617
Jugend-Abonnement	6	10	10	13	18
Konzert-Abonnement	5	1.123	1.146	1.148	1.168
Besucherring Konzert- Abo	5	186	176	166	157
Jugend-Konzertabo	4	15	15	12	10
Abonnement Geislingen	7	71	67	71	68
Podium Abonnement	8	199	200	204	210
Kinder-Abo	4	159	161	213	198
Geschenk-Abos	4	66	75	85	64
Einsteiger-Abo	6				49
Summe		9.147	8.997	8.886	8.735
Anzahl Abo-Tage		74.977	72.485	70.417	68.422
Einnahmen aus Abos (Stand: jeweils 31.07.)		1.528.490 €	1.486.621 €	1.544.969 €	1.512.162 €

Der Vergleich über mehrere Jahre hinweg zeigt folgendes:

Auch in der Spielzeit 2015-2016 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). Insgesamt bleibt der Trend weg von der Struktur der Abonnements jedoch weiter unverändert bestehen.

Das Theater hat mit der Einführung der TheaterCard in der Spielzeit 2013-2014 die gewohnte Struktur der Abonnements um ein weiteres attraktives Angebot ergänzt.

Aktuell sind (Stichtag: 31.07.2016) 62 TheaterCards gültig ausgestellt.
Die TheaterCard ist jeweils ein Jahr gültig (ab Ausstellungsdatum).

5. Abstecher

Das Theater Ulm hat in der Spielzeit 2015-2016 insgesamt 5 Abstecher gezeigt:

- DIE GLÄSERNE WAND (Kempten)
- NEUJAHRSKONZERT (Eislingen)
- JUNGE CHOREOGRAFEN (Lindau)
- JUDITH (Lindau)
- WERTHER (Fürth)

Insgesamt haben die benannten 5 Vorstellungen 2.084 Zuschauer/innen gesehen.

6. 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.

6.1. 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 2015-2016 konnten insgesamt 34 neue Abonnenten gewonnen werden. Als Dankeschön haben wir die erfolgreichen Werber und Werberinnen zu etwas ganz Besonderem, nämlich zu einer Arbeitsprobe von TREIBGUT eingeladen. Der Regisseur und Dramaturg der Produktion, Matthias Kaiser, gab zuvor eine kurze Einführung, um die Besonderheiten der Produktion und ihrer Entstehung zu erläutern. Die Veranstaltung klang bei bestem Wetter auf der Terrasse bei einem kleinen Getränk und Häppchen aus.

7. Finanzieller Abschluss der Spielzeit 2015–2016

Die Spielzeit 2015-2016 schließt insgesamt mit einem Budgetüberschuss von 252.000 EUR ab.

Dieser ergibt sich rechnerisch wie folgt:

Erträge	8.639.000 EUR
Aufwendungen	16.650.000 EUR
Ordentliches Ergebnis	8.011.000 EUR
Bereinigter Budgetzuschuss (IST)	7.985.000 EUR
Bereinigter Budgetzuschuss (PLAN)	8.237.000 EUR

Von diesem erneut sehr erfreulichen finanziellen Ergebnis der Spielzeit waren verschiedene Positionen abzuziehen:

- Korrekturen aus der vorherigen Spielzeit 2014-2015 (47.500 EUR)
- Bereits getätigte (teilweise) Verwendung des Budgetübertrags (8.000 EUR).

Unter Einbeziehung des Budgetübertrags aus der Spielzeit 2014-2015 ergibt sich ein neuer Übertrag in Höhe von 522.000 EUR.

8. Entwicklung der Einnahmen/Erträge

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

	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16
Einnahmen	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Gesamtsumme Einnahmen/Erträge	7.842	8.575	8.145	9.177	8.639

Die Erträge liegen zwar unter denen der Vorjahresspielzeit, jedoch fehlt in den Erträgen der Spielzeit 2015-2016 natürlich die Wilhelmsburg. Vor diesem Hintergrund ist die Höhe der tatsächlich erzielten Erträge als außerordentlich positiv zu bewerten. Herausragende Ursache hierfür ist die Produktion SCHWANENSEE, die ausschließlich im Freien Verkauf in insgesamt 12 Vorstellungen gelaufen ist und mit ihrer Auslastung von knapp 92% die entsprechenden Erträge eingespielt hat.

Als weitere wichtige Einnahmen konnte TH im Berichtszeitraum insgesamt 170.000 EUR aus Spenden und Sponsoring verbuchen.

Der Landeszuschuss hat sich im Vergleich zur Vorjahresspielzeit um 125.000 EUR erhöht. Diese Erhöhung ist regelmäßig durch den Ausgleich der Tarifsteigerungen begründet.

9. Entwicklung der Ausgaben/Aufwendungen

9.1. Personalaufwendungen

Die Personalaufwendungen der Spielzeit 2015-2016 liegen um 242.000 EUR höher als die der Vorjahresspielzeit. Die Erhöhung liegt in den vollzogenen tariflichen Anhebungen. Deren tatsächlicher Betrag liegt bei 307.000 EUR. Dass sich dieser Betrag nicht in der vollen Höhe in den gestiegenen Personalkosten niederschlägt, ist in der Nicht-Bespielung der Wilhelmsburg und damit dem Wegfall der dafür anstehenden Gastkosten begründet.

9.2. Sachaufwendungen

Die Sachaufwendungen der Spielzeit 2015-2016 liegen unter denen der Vorjahresspielzeit. Auch dies ist insbesondere durch den Umstand begründet, dass die Wilhelmsburg nicht bespielt wurde.

9.3. Zusammenfassende Beurteilung / weitere Planung der Verwendung des Budgetübertrags

Auch die Spielzeit 2015-2016 schließt wieder mit einem höchst erfreulichen Überschuss, der in die kommende Spielzeit übertragen wird. Da dieser insbesondere mit dem finanziellen Erfolg einer Produktion begründet ist, können daraus keine Rückschlüsse auf die künftigen Spielzeitergebnisse gezogen werden.

Aus dem Budgetübertrag sollen kurzfristig einige dringend notwendige technische Investitionen getätigt werden. Der regelmäßig je Spielzeit zur Verfügung stehende Betrag in Höhe von 50.000 EUR reicht dafür bei weitem nicht aus.

Geplant sind insbesondere die Neuanschaffung von LED-Scheinwerfern und Horizontflutern in einem Gesamtwert von rund 200.000 EUR sowie die Erneuerung des Verhangs (rund 50.000 EUR).

Die dafür erforderlichen Anträge auf Sachbeschlüsse werden in den kommenden Wochen dem Gemeinderat vorgelegt.