

Landeshauptstadt Magdeburg - Der Oberbürgermeister -		Drucksache DS0065/06	Datum 27.02.2006
Dezernat: IV	FB 04	Öffentlichkeitsstatus öffentlich	

Beratungsfolge	Sitzung Tag	Behandlung	Zuständigkeit
Der Oberbürgermeister	04.04.2006	nicht öffentlich	Genehmigung (OB)
Kulturausschuss	19.04.2006	öffentlich	Beratung
Finanz- und Grundstücksausschuss	10.05.2006	öffentlich	Beratung
Stadtrat	01.06.2006	öffentlich	Beschlussfassung

Beteiligte Ämter Amt 30,Behind.b,II	Beteiligung des	Ja	Nein
	RPA		
	KFP		
	BFP		

Kurztitel

Entgeltordnung theater magdeburg

Beschlussvorschlag:

Der Stadtrat beschließt die in der Anlage beigefügte Neufassung der Entgeltordnung Theater Magdeburg.

Pflichtaufgaben	freiwillige Aufgaben	Maßnahmenbeginn/ Jahr	finanzielle Auswirkungen			
			JA	X	NEIN	
	X	2006				

Gesamtein- nahmen der Maßnahmen (Beschaffungs-/ Herstellungskosten)	jährliche Folgekosten/ Folgelasten ab Jahr		Finanzierung Eigenanteil (i.d.R. = Kreditbedarf)		Objektbezogene Einnahmen (Zuschüsse/ Fördermittel, Beiträge)		Jahr der Kassenwirk- samkeit	
		keine	x					
Euro	130.000	Euro		Euro		Euro		

Haushalt				Verpflichtungs- ermächtigung				Finanzplan / Invest. Programm					
veranschlagt:		Bedarf:		veranschlagt:		Bedarf:		veranschlagt:		Bedarf:			
Mehreinn.:		x		Mehreinn.:				Mehreinn.:		x			
				Jahr				Euro					
davon Verwaltungs- haushalt im Jahr 2006				davon Vermögens- haushalt im Jahr				2007		40.000			
mit		50.000	Euro	mit			Euro	2008		40.000			
Haushaltsstellen 1.33100.110000.5				Haushaltsstellen									
				Prioritäten-Nr.:									

federführendes Amt FB 04	Sachbearbeiter Hr. Ruppert	Unterschrift AL Hr. Wellemeier
-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------------

verantwortlicher Beigeordneter	Unterschrift Dr. Koch	
-----------------------------------	-----------------------	--

Begründung:

I. Einführung

Mit seinem Beschluss Nr. 2763-75(III)03 vom 04.12.2003 hatte der Magdeburger Stadtrat die Fusion der ehemals selbständigen Struktureinheiten Theater der Landeshauptstadt und Freie Kammerspiele zum *theater magdeburg* (FB 04) mit Wirkung zum 01.01.2004 vollzogen. Dies führte zum Rechtsstatus zweier konkurrierender Entgeltordnungen:

- Entgeltordnung des Theaters der Landeshauptstadt vom 03.07.2003
- Entgeltordnung der Freien Kammerspiele vom 21.09.2001

Im Gesamtkontext der umfänglichen und äußerst komplexen Aufgabenstellungen bei der Neustrukturierung der Magdeburger Theaterlandschaft war es daher auch geboten, eine einheitliche Entgeltordnung für die neue Struktureinheit *theater magdeburg* zu konfigurieren.

In Vorbereitung dieser Aufgabenstellung war es zunächst erforderlich, Erfahrungsdaten zu folgenden Schwerpunktthemenkomplexen zu sammeln:

- Etablierung eines Magdeburger Opernhauses mit Schwerpunktbespielung Musiktheater und sinfonisches Schaffen
- Etablierung eines Magdeburger Schauspielhauses mit Schwerpunktbespielung Schauspiel nach Abschluss der Sanierungsarbeiten im Herbst 2005
- Aufbau eines leistungsstarken Abonnementsystems
- Aufbau eines leistungsstarken Akquisesystems zur aktiven Publikumsgewinnung („Missionarssystem“)
- Aufbau eines leistungsstarken Transfersystems zur Erweiterung der regionalen und überregionalen Publikumsnachfrage

Im Zwischenresümee können folgende Aussagen getroffen werden:

1) Das Konzept eines Magdeburger Opernhauses als gesellschaftlicher Mittelpunkt der Landeshauptstadt und Ort überregionaler künstlerischer Ausstrahlung in den Genres Musiktheater und sinfonisches Schaffen findet durch kontinuierlich zunehmenden Publikumszuspruch und regelmäßige Präsenz in den überregionalen Feuilletons erste Bestätigung. Bälle, Galas, Festivals, Preisverleihungen und eine niveauvolle Gastronomie schärfen zunehmend das Profil als einem hervorgehobenen Ort des gesellschaftlichen Lebens der Landeshauptstadt.

2) Das Magdeburger Schauspiel entwickelt sich im glanzvoll sanierten Schauspielhaus zunehmend zum Treffpunkt der Generationen. Der Gestus des künstlerisch Experimentellen entfaltet sich nun an einem Ort, der in hoher atmosphärischer Verdichtung Intimität und menschliches Maß ausstrahlt. Die behutsame Restaurierung des Hauses sowie die Etablierung einer erfolgreichen Publikumsgastronomie bewirken inzwischen den Zuspruch von Zuschauern weit über das zuvor überwiegend jugendkulturell geprägte Spektrum hinaus, ohne dabei die Attraktivität in diesem Publikumssegment verloren zu haben.

3) Die Stabilität sowie das Steigerungspotential im Hinblick auf die Publikumsnachfrage ist in erster Linie und ausschlaggebend von Attraktivität des Programmangebotes und damit unmittelbar

von der künstlerischen Leistungsfähigkeit des *theaters magdeburg* abhängig.

4) Sowohl beim Magdeburger Publikum als auch bei Zuschauern aus dem erweiterten Einzugsbereich ist in besonderem Maße eine hohe Preissensibilität festzustellen. Anders als an Theaterstandorten, die sich bereits auf eine etablierte touristische Nachfrage verlassen können (z.B. Dresden, Weimar, Erfurt), spielt der Preisaspekt am Standort Magdeburg immer noch eine zentrale Rolle bei der Wahrnehmung von kulturellen Angeboten.

5) Das Publikum der jüngeren Generation zeichnet sich durch ein hoch individualisiertes Freizeitverhalten aus. Langfristig orientierte und statische Leistungsangebote werden durch diese Zielgruppe als unattraktiv bewertet.

6) Durch eine völlige Neukonzeption des Abonnementangebotes konnte bereits in der Spielzeit 2004/2005 (erste Spielzeit nach der Theaterfusion) eine Steigerung des Abonentenkreises um rund 30% erzielt werden. Diese Steigerungsrate dokumentiert zugleich den immensen Aufholbedarf in diesem Segment im Vergleich zu Theaterstandorten mit einer etablierten Abonentennachfrage. Grundsätzlich ist die Verfestigung dieses positiven Trends bei der Abonentennachfrage eine der wesentlichen Zielstellungen zur Etablierung einer kontinuierlichen und nachhaltigen Publikumsstruktur. Dies gilt um so mehr, als der Aufwand zur Akquise eines Abonnenten einen deutlich höheren Mehrwert nach sich zieht, als die im Durchschnitt nicht wesentlich unaufwendigere Zuschauerakquise für Einzelveranstaltungen.

7) Expansionsmärkte für das *theater magdeburg* liegen insbesondere in den Umlandlandkreisen, im Bundesland Sachsen-Anhalt (auch unter dem Aspekt „Landeshauptstadt“) sowie in den angrenzenden Bundesländern (insbesondere Süd-Ost-Niedersachsen, West-Brandenburg). Zur Erschließung dieser Expansionsmärkte ist von ausschlaggebender Bedeutung, dass dem *theater magdeburg* eine flexible, marktorientierte Zusammenarbeit mit den Unternehmen der Tourismuswirtschaft, der Hotellerie sowie Busreisebranche ermöglicht wird. Privatwirtschaftliche Unternehmen dieser Wirtschaftszweige investieren in Kooperation mit dem *theater magdeburg* häufig umfänglich in die Erstakquise neuer Publikumsadressaten und erwarten daher berechtigt die Möglichkeit zur Vereinbarung maßgeschneiderter Kooperationsmodelle.

II. Kernpunkte und Zielstellungen der Neuregelung

1. Regelentgelte für den Einzelkartenverkauf

Das Preissystem in diesem Verkaufssegment arbeitet mit den Grundparametern „Genre/Veranstaltungsart“ und „Spielstätte“.

Dabei wurde folgende Gruppenbildung vorgenommen:

- Oper, Operette, Ballett (Große Bühne im Opernhaus)
- Musical (Große Bühne im Opernhaus)
- Sinfoniekonzerte und Sonderkonzerte (Große Bühne im Opernhaus)
- Schauspiel (Bühnen im Schauspielhaus, Bühnen im Opernhaus außer Große Bühne)
- Kammeroper und Kammerkonzerte (Bühnen im Schauspielhaus, Bühnen im Opernhaus außer Große Bühne)
- Weihnachtsmärchen (Große Bühne im Opernhaus und Große Bühne im Schauspielhaus)
- Sonderveranstaltungen (Bühnen im Opernhaus und Schauspielhaus, externe Bühnen)

Für die Spielstätte „Große Bühne im Opernhaus“ wurde folgende Platzgruppenbildung vorgenommen:

- Musiktheater (Oper, Operette, Ballett, Musical): Platzgruppen A bis E gemäß Sitzplan „Musiktheater“ (Anlage 2)
- „Konzerte“ (Sinfoniekonzerte, Sonderkonzerte): Platzgruppen A bis D gemäß Sitzplan „Konzerte“ (Anlage 3)

Die oben genannte Klassifizierung entspricht dem in Magdeburg seit Jahren eingeführten System. Die einzige Modifikation besteht in der Einzelklassifizierung des Genres „Musical“, die aufgrund des besonders hohen Produktionsaufwandes in diesem Veranstaltungssegment sachlich geboten ist.

Folgende Preisänderungen wurden vorgenommen:

1.1. Oper, Operette, Ballett:

Hier erfolgt eine Anhebung der Tarife um je 1,00 EUR. Zusätzlich wurde der Sitzplan „Musiktheater“ dahingehend modifiziert, dass die Platzgruppen A und B im Parkett um je 1 Reihe erweitert wurden und die Platzgruppe E nur noch auf die sichteingeschränkten Plätze im Rang Anwendung findet. Durch die Kombination Tarifierhebung und sachlich begründete Modifikation der Platzgruppeneinteilung wird die Zielstellung einer sozial verträglichen und vom Publikum akzeptierten Eigeneinnahmeverbesserung verfolgt.

1.2. Musical:

Neu eingeführt wurde das Tarifsegment „Musical“. Der genrespezifisch besonders hohe Produktionsaufwand (überdurchschnittliche Rechtenkosten, sehr hoher Besetzungsaufwand) gebietet es, diesen Umständen entsprechende Preise zu konfigurieren. Die in der Entgeltordnung ausgewiesenen Preise orientieren sich an den diesbezüglichen Tarifen des Opernhauses Halle und des Theaters Chemnitz.

1.3. Sinfoniekonzerte, Sonderkonzerte:

Die diesbezügliche Preissystematik wurde hier durch die Einführung eines bisher nicht vorhandenen Ermäßigungstarifs modifiziert. Zielstellung ist es, die in diesem Verkaufssegment überdurchschnittlich hohe Altersstruktur des Publikums sukzessive durch die Gewinnung jüngerer Publikumskreise zu entzerren und eine nachfolgende Rezipientengeneration an das Genre heranzuführen. Die bisherigen Vollpreise waren allerdings für Schüler, Studenten und Auszubildende kaum finanzierbar. Zur Kompensation der Einführung des Ermäßigungstarifs wurde der Vollpreis in den Platzgruppen A bis C um je 2,00 EUR und in der Platzgruppe D um 3,00 EUR angehoben. Damit besitzt das Theater Magdeburg in diesem Verkaufssegment Preise, die sich an den diesbezüglichen Tarifen des Anhaltischen Theaters Dessau orientieren.

1.4. Schauspiel:

Im ersten Schritt erfolgt hier eine Anhebung des Tarifs um 1,00 EUR. Aufgrund der besonders hohen Preissensibilität des Publikums in diesem Verkaufssegment wird eine stufenweise Anhebung des Tarifs favorisiert. Damit wird die Zielstellung einer sozial verträglichen und vom Publikum akzeptierten Eigeneinnahmeverbesserung verfolgt.

1.5. Kammeroper und Kammerkonzert:

Hier erfolgt eine Anhebung der Tarife um je 2,00 EUR. Damit wird die Zielstellung einer sozial verträglichen und vom Publikum akzeptierten Eigeneinnahmeverbesserung verfolgt.

1.6. Weihnachtsmärchen:

Der Tarif für Kinder und Schüler bleibt konstant, für Erwachsene erhöht er sich um 1,00 EUR. Damit wird die Zielstellung einer sozial verträglichen und vom Publikum akzeptierten Eigeneinnahmeverbesserung verfolgt.

1.7. Premierenzuschlag:

Der Premierenzuschlag wurde um 1,00 EUR ermäßigt. Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass der Premierenzuschlag beim Publikum des *theaters magdeburg* bislang grundsätzlich keine hinlängliche Akzeptanz gefunden hat und viele Zuschauer aus diesem Grund auf die Vorstellungen nach der Premiere ausweichen. Zielstellung für das *theater magdeburg* muss es demgegenüber sein, die Premierenvorstellungen durch hohen Publikumszuspruch besonders glanzvoll zu gestalten. Da die Regelentgelte im Einzelkartenverkauf zugleich die Bemessungsgrundlage für die Preisgestaltung im Abonnementsegment sind, können durch die Ermäßigung des Premierenzuschlags auch die Preise für die Premierenabonnements stabil gehalten werden.

1.8. Sonderveranstaltungen:

Es muss der Theaterleitung in diesem Verkaufssegment optioniert sein, je nach Produktionsaufwand Preise flexibel und marktorientiert konfigurieren zu können. Wichtige Verkaufsbereiche sind die Open-Air-Produktionen und die Veranstaltungsreihe „Das Opernhaus präsentiert“. Hier handelt es sich um künstlerisch hochwertige und kommerziell erfolgreich zu vermarktende Formate, bei denen die ansonsten anzutreffende Preissensibilität des Publikums auch deutlich geringer ausgeprägt ist.

2. Regelrabatte für Besuchergruppen

2.1. Individualreisende Besuchergruppen ab 10 Personen (Oper, Operette, Ballett, Musical – Große Bühne Opernhaus)

Für das *theater magdeburg* besteht die Interessenlage, den Akquiseaufwand pro Zuschauer möglichst effizient zu gestalten. Deshalb spielt die Gruppenakquise über sog. Multiplikatoren eine wichtige Rolle. Neben dem vermittelten Gruppenerlebnis setzt die Rabattierung einen entscheidenden Kaufanreiz. Die Rabattierung rechtfertigt sich hier dadurch, dass durch einen Akquisevorgang mindestens 10 Zuschauer gewonnen werden.

2.2. Theaterbus für Besuchergruppen ab 25 Personen (Oper, Operette, Ballett, Musical – Große Bühne Opernhaus, nur Platzgruppen A und B)

Da die wichtigsten Expansionsmärkte für das *theater magdeburg* insbesondere in den Umlandlandkreisen, im Bundesland Sachsen-Anhalt (Aspekt „Landeshauptstadt“) sowie in den angrenzenden Bundesländern (insbesondere Süd-Ost-Niedersachsen, West-Brandenburg) anzutreffen sind, ist es als ein Akquiseinstrument für das *theater magdeburg* unerlässlich, Serviceangebote zur Schaffung von Anreiseerleichterungen für diese Zielgruppen zu konfigurieren.

Das System des „Theaterbusses“ bildet hierfür ein zentrales Modul. Das Theater schließt für jede Gruppe individuell eine Vereinbarung mit einem privaten Busunternehmen zur Durchführung des Gruppentransfers. Die Rabattierung bildet sich in der Übernahme der Transportkosten durch das *theater magdeburg* ab. Umgelegt ergibt sich hierbei eine Rabattierung von bis zu max. 40% des Regelentgeltes im Einzelkartenverkauf. Die Rabattierung rechtfertigt sich hier dadurch, dass es sich bei der Zielgruppe um nicht hinreichend mobile Zuschauer handelt, die ohne dieses Serviceangebot das *theater magdeburg* regelmäßig nicht besuchen würden.

2.3. „Happy-Ticket“ für Schülergruppen ab 10 Schüler

Das „Happy-Ticket“ bildet das zentrale Instrument für die Akquise von Schulklassen und ist in diesem Verkaufssegment unerlässlich. Der Happy-Ticket-Tarif wurde in den Genres Oper, Operette, Ballett und Weihnachtsmärchen stabil gehalten. Neu eingeführt wurde der Happy-Ticket-Tarif für das Genre Musical unter den zu Punkt 1.2 dargestellten Maßgaben. Der Happy-Ticket-Tarif in den Genres Schauspiel und Konzerte für junge Zuschauer wurde jeweils um 1,00 EUR angehoben.

3. Abonnements

Die vorgelegte Entgeltordnung weist ein Spektrum von insgesamt 10 Abonnementangeboten aus. Die vorgelegten Abonnementangebote sind im Erfahrungsverlauf der Spielzeiten 2004/2005 und 2005/2006 auf die Anforderungen der nachfragenden Zielgruppen zugeschnitten worden und haben sich dabei als zunehmend attraktiv erwiesen.

Der Abonnementrabatt liegt in einer Spanne von rund 25% bis max. 40% der Regelentgelte für den Einzelkartenverkauf.

Wesentliche Zielstellung der mittelfristigen Vermarktungsstrategie ist es, das Abonnementverkaufssegment weiter zu extensivieren. Idealerweise sollte der Abonnementkunde der Regelkunde des Theaters sein.

4. Sonstige Rabatte

4.1. Bühnencard Sachsen-Anhalt:

Die bewährte Vereinbarung zwischen dem *theater magdeburg*, dem Opernhaus Halle, dem Nordharzer Städtebundtheater und dem Anhaltischen Theater Dessau wurde fortgeschrieben.

4.2. Lastminute-Ticket für Schüler und Studenten

Die Zielgruppe Schüler und Studenten zeichnet sich durch ein hoch individualisiertes Freizeitverhalten aus. Langfristig orientierte und statische Leistungsangebote werden durch diese Zielgruppe regelmäßig als unattraktiv bewertet. Das Last-Minute-Ticket ist insbesondere als Anreizinstrument konzipiert, Studenten vom anliegenden Campus der Universität zu einem spontanen Opernhausbesuch anzuregen. Da das Angebot nur bei noch freien Plätzen greift, ist bei fortgesetzt guter Auslastung des Hauses gewährleistet, dass die Zielgruppe nicht strategisch auf dieses Angebot Zugriff nehmen kann.

4.3. „Netter Preis“

Mit dieser Rabattierung wird einmal im Monat ein Leistungsangebot vorgehalten, das insbesondere an theaterunerfahrene Zuschauer adressiert ist, für die subjektiv die Höhe des Regelpreises die wesentliche Einstiegshürde darstellt.

5. Zusammenfassung: Synopse Regelentgelte für den Einzelkartenverkauf (Altpreise in Klammern)

5.1. Oper, Operette, Ballett

Platzgruppe	A	B	C	D	E
Vollpreis	24,00 [23,00]	22,00 [21,00]	18,00 [17,00]	13,00 [12,00]	9,00 [8,00]
Ermäßigungspreis	19,00 [18,00]	17,00 [16,00]	14,00 [13,00]	11,00 [10,00]	7,00 [6,00]

5.2. Musical

Platzgruppe	A	B	C	D	E
Vollpreis	29,00 [23,00]	27,00 [21,00]	23,00 [17,00]	18,00 [12,00]	14,00 [8,00]
Ermäßigungspreis	23,00 [18,00]	21,00 [16,00]	18,00 [13,00]	15,00 [10,00]	11,00 [6,00]

5.3. Sinfoniekonzerte und Sonderkonzerte

Platzgruppe	A	B	C	D
Vollpreis	20,00 [18,00]	17,00 [15,00]	14,00 [12,00]	10,00 [7,00]
Ermäßigungspreis	14,00 [-]	12,00 [-]	10,00 [-]	7,00 [-]

5.4. Schauspiel

Vollpreis (alle Plätze)	12,00 [11,00]
Ermäßigungspreis (alle Plätze)	6,00 [5,50]

5.5. Kammeroper und Kammerkonzerte

Vollpreis (alle Plätze)	12,00 [10,00]
Ermäßigungspreis (alle Plätze)	6,00 [-]

5.6. Weihnachtsmärchen

Kinder und Schüler (alle Plätze)	5,00 [5,00]
Jugendliche und Erwachsene (alle Plätze)	10,00 [9,00]

5.7. Premierenzuschlag

Premierenzuschlag (alle Genres)	4,00 [5,00]
---------------------------------	-------------

III. Auswirkungen auf das Budget 7

Das Budget 7 ist bis einschließlich dem HH-Jahr 2008 „eingefroren“. Die Förderung durch das Land Sachsen-Anhalt ist in diesem Zeitraum durch den laufenden Theatervertrag auf ein Volumen von 8.039.900 EUR p.a. festgeschrieben. Parallel dazu ist der Zuschuss der Landeshauptstadt Magdeburg auf ein Volumen von 13.222.800 EUR p.a. fixiert.

Alle Kostensteigerungen im Zeitraum bis 2008 sind daher im „eingefrorenen“ Budget zu kompensieren. Im Personalkostensegment handelt es sich insbesondere um die Kostensteigerungen erwachsend aus der tariflichen Westanpassung. Im Sachkostenbereich kommt der Kostensteigerung infolge der Entwicklung auf den Energiemärkten die größte Bedeutung zu. Außerdem spielt die Kostensteigerung infolge der Umsatzsteuererhöhung ab 1.1.2007 eine wesentliche Rolle.

Um die vorgenannten Kostensteigerungen im eingefrorenen Budget kompensieren zu können, haben die Tarifpartner für die Beschäftigten des *theaters magdeburg* mit Wirkung für die HH-Jahre 2005 bis 2007/2008 sog. Gehaltsverzichtshaustarifverträge abgeschlossen. Bei der Berechnung der jeweils notwendigen Gehaltsverzichts margins („strukturelles Defizit“) wurde im den Tarifpartnern vorgelegten Datentableau kalkulatorisch eine Steigerung der Eigeneinnahmen im Zeitraum von 2005 bis 2008 in Höhe von insgesamt 130.000 EUR zugrundegelegt. Demnach muss das *theater magdeburg* im Jahresvergleich 2005/2006 eine Eigennahmesteigerung in Höhe von 50.000 EUR, im Jahresvergleich 2006/2007 eine Eigeneinnahmesteigerung in Höhe von 40.000 EUR und im Jahresvergleich 2007/2008 eine Eigeneinnahmesteigerung in Höhe von weiteren 40.000 EUR realisieren, um zusammen mit dem Gehaltsverzichtshaustarifvertrag die eingefrorenen Budgetvorgaben einhalten zu können.

Bei den Optionen zur Steigerung der Eigeneinnahmen fällt der Fokus in Anbetracht des bereits sehr hohen Abschöpfungsgrades bei der Drittmittelakquise in erster Linie auf die Möglichkeiten der Ausdehnung des Volumens der Einnahmen aus Benutzungsentgelten. Diese wiederum lässt sich erreichen erstens durch eine Steigerung der Publikumsnachfrage (Quantität des Publikums sowie Nachfragehäufigkeit), zweitens durch eine Erhöhung des Preisniveaus sowie drittens durch eine kombinierte Verfügbarmachung beider Faktoren. Dabei sind die äußerst komplexen Wechselwirkungen zwischen den optionalen Gestaltungsmöglichkeiten im Hinblick auf das Preisniveau und der Publikumsnachfrage insbesondere vor dem Hintergrund regional in höchst unterschiedlicher Ausprägung anzutreffender Preissensibilitäten des jeweiligen Zielpublikums zu bewerten.

Mit der vorgelegten Entgeltordnung wird eine sachgerechte und verantwortungsvolle Ausjustierung dieses Spannungsfeldes angestrebt, um so die oben ausgewiesene und erforderliche mittelfristige

Steigerung der Eigeneinnahmen des *theaters magdeburg* möglichst umfassend abzusichern. Eine in sich differenzierte und maßvolle Anhebung der Regelentgelte im Einzelkartenverkauf gewährleistet einerseits Einnahmesteigerungen, trägt aber andererseits der festgestellten erhöhten Preissensibilität des Publikums des *theaters magdeburg* in angemessener Weise Rechnung. Die Akzeptanz des Publikums in Preissteigerungen kann insbesondere bei hoher Preissensibilität nur dann ohne Nachfrageverluste erreicht werden, wenn hinreichende Transparenz und Plausibilität im Hinblick auf die Preissystematik vermittelt werden können. Hier setzt die vorgelegte Entgeltordnung bewusst Akzente: durch das reichhaltige Abonnementangebot soll eine nachhaltige Publikumsbindung aufgebaut werden, durch die Konfiguration von Anreiseerleichterungen soll die Expansion des Einzugsbereiches aktiv unterstützt werden, speziell auf Schüler, Jugendliche und Studenten zugeschnittene Rabattangebote sollen das Nachwachsen einer jungen Rezipientengeneration anreizen und sozial ausgewogene Preise sollen der nach wie vor von hoher Arbeitslosigkeit belasteten Sozialstruktur Rechnung tragen. Durch diese mehrdimensional gesetzte Akzentuierung soll gewährleistet werden, dass durch die vorgesehene Anhebung des Preisniveaus auch tatsächlich die in der mittelfristigen Finanzplanung ausgewiesene schrittweise Steigerung der Eigeneinnahmemargen erzielt werden kann.

Anlagen:

Anlage zur DS 0065/06

Anlage 1 Entgelte für Veranstaltungen des Theaters Magdeburg

Anlage 2 Sitzplan Musiktheater (Oper, Operette, Ballett, Musical – Große Bühne Opernhaus)

Anlage 3 Sitzplan Konzerte (Sinfoniekonzerte, Sonderkonzerte – Große Bühne Opernhaus)