

<b>Landeshauptstadt Magdeburg</b> - Der Oberbürgermeister -  Dezernat IV                      Amt 43	<b>Drucksache</b> DS0240/03	<b>Datum</b> 16.04.2003
---	--------------------------------	----------------------------

Beratungsfolge	Sitzung Tag	Ö	N	Beschlussvorschlag		
				angenommen	abgelehnt	geändert
Der Oberbürgermeister	13.05.2003		X			
Ausschuss für Kultur	14.05.2003	X				
Ausschuss f. Stadtentw., Bau und Verkehr	15.05.2003	X				
Finanz- und Grundstücksausschuss	21.05.2003	X				

<b>beschließendes Gremium</b> Stadtrat	05.06.2003	X			
---	------------	---	--	--	--

<b>beteiligte Ämter</b> 20, 65 , NKE	Beteiligung des	Ja	Nein
	RPA		[X]
	KFP		[X]

**Kurztitel:**

Richard-Wagner-Festspiele open air ab 2005 auf der Seebühne

**Beschlussvorschlag:**

1. Der Stadtrat beauftragt das Theater der Landeshauptstadt Magdeburg unter Leitung des Generalintendanten Max K. Hoffmann, ab 2005 - beginnend mit der Aufführung des kompletten "Rings des Nibelungen" - jährlich "Richard-Wagner-Festspiele open air auf der Seebühne" auf der Grundlage und der Basis der jährlichen Budgets des Theaters der Landeshauptstadt vorzubereiten.
2. Der Stadtrat stimmt einem Umbau der Seebühne vorbehaltlich der Vergabe von Fördermitteln in Höhe von 75 % entsprechend der hier vorgelegten Unterlagen zu.

<b>Pflichtaufgaben</b>	<b>freiwillige Aufgaben</b>	<b>Maßnahmenbeginn/ Jahr</b>	<b>finanzielle Auswirkungen</b>			
	<b>X</b>	<b>2003</b>	<b>JA</b>	<b>X</b>	<b>NEIN</b>	

<b>Gesamtkosten/Gesamteinnahmen der Maßnahmen</b> (Beschaffungs-/Herstellungskosten)	jährliche Folgekosten/ Folgelasten ab Jahr	<b>Finanzierung</b> Eigenanteil (i.d.R. = Kreditbedarf)	Objektbezogene Einnahmen (Zuschüsse/ Fördermittel, Beiträge)	<b>Jahr der Kassenwirk- samkeit</b>
Euro	keine <input type="checkbox"/>	Euro	Euro	

<b>Haushalt</b>		<b>Verpflichtungs- ermächtigung</b>		<b>Finanzplan / Invest. Programm</b>	
veranschlagt: <input type="checkbox"/> Bedarf: <input type="checkbox"/> Mehreinn.: <input type="checkbox"/>	veranschlagt: <input type="checkbox"/> Bedarf: <input type="checkbox"/> Mehreinn.: <input type="checkbox"/>	veranschlagt: <input type="checkbox"/> Bedarf: <input checked="" type="checkbox"/>		veranschlagt: <input type="checkbox"/> Bedarf: <input checked="" type="checkbox"/> Mehreinn.: <input type="checkbox"/>	
davon Verwaltungs- haushalt im Jahr mit Euro	davon Vermögens- haushalt im Jahr mit Euro	Jahr 2003	Euro 1.000.000	Jahr 2004	Euro 1.000.000
Haushaltsstellen	Haushaltsstellen				
	Prioritäten-Nr.:				

<b>federführendes Amt</b>	Sachbearbeiter Dr. Eisner	Unterschrift AL Max K. Hoffmann
-------------------------------	------------------------------	------------------------------------

<b>Verantwortlicher Beigeordneter</b>	Dr. Koch Unterschrift
---	--------------------------

## **Stellungnahme des Theaters der Landeshauptstadt Magdeburg (Amt 43) zu den Stellungnahmen der Ämter 20 und 65 sowie der NKE**

**Amt 20** bezieht sich in seiner Stellungnahme zunächst auf die Auswirkungen, die das internationale Projekt „Ring des Nibelungen“ open air auf die NKE hat.

Allgemein wird gesagt, die vorliegende Drucksache ignoriere „völlig die Komplexität der Auswirkungen auf die NKE und damit indirekt auf den Gesellschafter Landeshauptstadt Magdeburg“. Amt 20 versucht daher aus seiner Sicht, Auswirkungen, verbal darzustellen.

Die allgemeine Aufzählung, dass  
 die Gemeinnützigkeit der Gesellschaft,  
 förderrechtliche Auflagen und Bindungsfristen,  
 steuerrechtliche Besonderheiten der Gesellschaft  
 und Ausschluss von verdeckten Gewinnausschüttungen

durch das in Magdeburg auf der Seebühne zu etablierende Event berührt werden, wird dazu genutzt, von „nicht abschließend zu beziffernden Risiken“ zu sprechen.

Die konkrete Auseinandersetzung mit dem in der DS 0240/03 vorgestellten Projekt fehlt. Die Gewinne, die das weltweit einmalige Projekt für Magdeburg bringt, wären in Relation zum Status quo der NKE zu setzen.

Beispielhaft in der Stellungnahme benannte „Einzelrisiken“ werden behauptet, nicht aus der eingeforderten Komplexität heraus betrachtet. So wird dem Architekturbüro unbegründet unterstellt, dass der veranschlagte Kostenrahmen für den Umbau der Seebühne falsch sein könnte. Dabei beurteilt Amt 20 die Größe des Gesamtkostenrahmens des Umbaus nicht in Abhängigkeit von der Größe der notwendigen Umbaumaßnahmen, sondern in Abhängigkeit von der Höhe der Förderung!!! Förderung (egal ob brutto oder netto) dient aber dazu, die benötigten Summen zur Verfügung zu haben. Kostenrahmen ergeben sich aus den praktischen Anforderungen, die ein Umbau stellt!

Ebenso kurzschlüssig ist die Behauptung, dass das „umfassende Eingreifen in die Handlungsspielräume der NKE bis zum Jahr 2011“ „erhebliche zusätzliche finanzielle Risiken für die Landeshauptstadt Magdeburg“ birgt. Es wird damit argumentiert, dass der Park einseitig ausgerichtet werden würde, mit Besucherrückgang und daher Einnahmeverlusten zu rechnen wäre. Allgemein wird behauptet, für Dauerkartenbesitzer und Besucher bisheriger Highlight „könnte z.B. der Park zukünftig seinen Reiz verlieren“. Auch hier fehlt die eingeforderte komplexe Sicht auf den Elbauenpark. Die Belegung der Seebühne montags, mittwochs, freitags und sonntags mit einem Ereignis, das die Welt anlockt, sowie eine erheblich im Niveau gesteigerte Gastronomie werden gerade von Dauerkartenbesitzern auch geschätzt werden. Die von der NKE im Park organisierten Veranstaltungen (zum Park gehört nach wie vor weit mehr als nur die Seebühne) bleiben vom Richard-Wagner-open-air natürlich unberührt.

Die allgemein negativ behaupteten Auswirkungen auf die NKE bleiben einerseits unbewiesen, ziehen andererseits den Fehlschluss, dass die Landeshauptstadt Magdeburg als Gesellschafter finanzielle Risiken („in Millionenhöhe“) eingehen würde. Nicht berücksichtigt wurde von Amt 20, dass es die gleiche Landeshauptstadt allerdings auch ist, die vom Projekt, das ihr Amt 43 mit der DS 0240/03 vorstellt, über Jahre profitiert. Der Kostenplan liegt in der Drucksache vor, die gestiegene Anziehungskraft des Elbauenparks durch eine erhöhte Aufführungszahl auf der Seebühne, die steigende Attraktivität der Stadt werden sich in Zahlen des Parks, des Theaters der Hotellerie, des Einzelhandels, kurz – der gesamten Landeshauptstadt Magdeburg niederschlagen.

Amt 20 lehnt „aus der Sicht des Verwaltungshaushalts die Aufnahme **neuer** freiwilliger Vorhaben bei der derzeit bestehenden defizitären Haushaltslage ab“. Dieses Defizit wird bis 2007 erwartet. Leider wird nicht beachtet, dass das neue Vorhaben dazu dienen kann, Gelder in die Stadtkassen zu bringen, um das Defizit zu verringern. Wenn keine Projekte unterstützt oder wenigstens zugelassen werden, die Einnahmen schaffen, wird sich der finanzielle Mangel auch nicht durch Eingriffe in die Lebensqualität durch strengste Rotstiftspolitik beheben lassen.

Amt 20 weist im Zusammenhang mit dem Vermögenshaushalt darauf hin, dass zusätzliche Investitionsvorhaben, für die die Stadt bisher kein Geld eingestellt hat, von anders geplanten Geldern bezahlt werden müssen. Es wird einleuchten, dass kein Amt der Stadt Vorschläge unterbreiten wird, wie die Prioritätenliste 2003-2006 zu verändern oder zu ergänzen ist. Dazu bedarf es des Gesamtüberblicks wie er der Politik gegeben ist.

Amt 20 verweist abschließend darauf, dass die vorläufige Haushaltsführung nach § 96 GO LSA aufgrund der Beanstandung des Haushaltsplanes 2003 keine neuen Baumaßnahmen ermöglicht. Dies dürfte aber doch wohl der letzte Punkt sein, an dem das identitätstiftende Projekt scheitern sollte. Der Fakt, dass sich die Stadt mit einem beanstandeten Haushaltsplan die Hände bindet, muss ohnehin aus der Welt geschafft werden – sogar ohne Wagner-open-air.

Das **Amt 65** erkennt den vom Architekturbüro vorgelegten Kostenrahmen als plausibel an.

Es wird darauf hingewiesen, dass im weiteren Verfahren eine rechtzeitige Abstimmung der Baupläne mit den Architekten der Seebühne stattfinden muss, um deren Urheberrechte zu wahren.

**NKE** lehnt die Beschlussvorlage ab und begründet das mit allgemeinen, unbewiesenen Behauptungen, wie sie ähnlich vom Amt 20 formuliert wurden. Warum sollte die Bespielung der qualifizierten Seebühne „der weiteren Ausprägung des Elbauenparkes als multikulturelle Stätte für Jung und Alt“ entgegenstehen und gar – wie behauptet – „insgesamt zu einer Rückentwicklung des Parkes führen“?

NKE spricht davon, dass ihre „Handlungsfähigkeit in der Saison weitgehend auf Null zurückgefahren wird“. Das ist unhaltbar. Der Park steht die ganze Saison über zur Verfügung, die Seebühne eingeschränkt. Behauptung und Widerbehauptung bringen hier nicht weiter. Die NKE darf ihre Tätigkeiten nicht auf die Seebühne allein beschränken, sondern muss ihr Konzept auf den gesamten Park ausdehnen. Benannte Veranstaltungen wie Historienspektakel oder Ballonglühn (das auch parallel zu „Carmina burana“ bereits stattgefunden hat) bleiben selbstverständlich unberührt von den Operaufführungen.

Konkret benannte Verluste sind nicht nachvollziehbar: Warum sollten Jahreskartenbesitzer wegen des Open Airs keine Vergünstigungen bei der Nutzung der Panoramabahn mehr erhalten??? Warum sollte ein Gastronomierückgang von 20 000 EUR erwartet werden, wenn die gastronomischen Einrichtungen erheblich aufgebessert werden??? Auch die anderen benannten Zahlen sind nicht nachgewiesen, sondern durch Vermutung behauptet.

NKE gibt den Hinweis, dass sie durch Nutzungsüberlassung der Grundstücksflächen wie ein Eigentümer zu handeln hat, „alle Gebäude und bauliche Anlagen sind von der GmbH auf ihre Kosten entsprechend bestätigter Planung zu errichten und instand zu halten“. Das kollidiert in keiner Weise mit der DS 0240/03. NKE müsste lediglich beauftragt werden, den vom Stadtrat zu beschließenden Umbau der Seebühne in Auftrag zu geben.

Aus Sicht des Theaters der Landeshauptstadt stellen die Stellungnahmen von Amt 20 und 65 sowie der NKE keine Einwände dar, die die DS 0240/03 in ihrer Umsetzung hindern sollten.

Die Stellungnahmen verweisen vielmehr auf Probleme zwischen den Ämtern, die aus jeweilig einseitiger Sicht entstehen. Die gemeinsame Arbeit an dem sehr komplexen Projekt Richard-Wagner-Festspiele open air wird unter Beteiligung der benannten Ämter umso besser die möglichen Vorteile für die Stadt Magdeburg unter Berücksichtigung der Interessen der einzelnen Ämter ermöglichen.

Magdeburg, 09. Mai 2003

Max K. Hoffmann  
Generalintendant

## **Begründung**

1200 Jahre Magdeburg sind der Anlass, für die Seebühne im Elbauenpark eine der spektakulärsten Inszenierungen der Operngeschichte zu planen: Max K. Hoffmann inszeniert 2005 weltweit erstmalig Richard Wagners „Der Ring des Nibelungen“ open air. „Der Ring des Nibelungen“ ist gleichzeitig die Geburtsstunde der RICHARD-WAGNER-FESTSPIELE OPEN AIR AUF DER SEEBÜHNE ZU MAGDEBURG.

Das Opernwerk der Superlative bildet die Steigerung zu den Erfolgen des Balletts „Schwanensee“ (1999 und 2000) und der Oper „Aida“ (2002 und 2003; 2003 auch zum Gastspiel in sieben japanischen Großstädten, darunter zweimal Tokio).

Eine Wagner-Tradition gibt es in Magdeburg seit 1834-36. Damals bekleidete Richard Wagner das Amt eines Musikdirektors am Magdeburger Theater. Sein „Liebesverbot“ wurde 1836 in Magdeburg uraufgeführt. Seitdem stehen Opern des Titanen deutscher Komposition immer wieder im Spielplan. Die Vollendung eines „Rings“ konnte Ende des vorigen Jahrhunderts nur der Theaterbrand von 1990 stoppen.

Doch mit der glanzvollen Wiedereröffnung des Hauses 1997 strahlten auch Wagners Opern in neuem Glanz: Zur Eröffnung inszenierte Generalintendant Max K. Hoffmann „Die Meistersinger von Nürnberg“. Für „Die Walküre“ erhielt das Theater 2002 eine Nominierung bei der Umfrage nach der besten Inszenierung in der Zeitschrift „Die Opernwelt“. Zuletzt begeisterte „Lohengrin“ das mitunter von weither angereiste Publikum.

Mit „Der Ring des Nibelungen“ wird das Theater der Landeshauptstadt neue Dimensionen aufstoßen: Der Deutschen heiligstes Operngut, der „Ring“-Zyklus aus vier Opern wird erstmals auf einer Freilichtbühne gezeigt. Und das gleich zehn bis zwölfmal innerhalb des städtischen Jubiläumssommers 2005. Damit bietet Magdeburg in seinem 1200. Jahr eine Feier der Superlative.

Gäste aus der ganzen Welt können zur Oper erwartet werden. (Erste Interessenten haben sich bereits jetzt (!) aus Österreich und Holland gemeldet.) Montag, Mittwoch, Freitag und Sonntag steht im Programm der angereisten Gäste ein Besuch von „Das Rheingold“, „Die Walküre“, „Siegfried“ und „Götterdämmerung“, an den andern Tagen der Woche wird sie ein breitgefächertes touristisches Ausflugsprogramm zu den geschichtsträchtigen Orten sachsen-anhaltinischer Identität führen. 10 mal werden also 1500 Gäste je eine Woche lang im Zeitraum von Mai bis September in Magdeburg wohnen, die Aufführungen des Theaters der Landeshauptstadt sehen, durch Sachsen-Anhalt reisen und das Land erleben – und das über Jahre hinaus.

Während man in Bayreuth z.Zt. 9 Jahre auf eine Eintrittskarte wartet, bietet Magdeburg schon in Kürze Karten im Freiverkauf. Sänger, die in Bayreuth erfolgreich sind, lassen den „Ring des Nibelungen“ auch in Magdeburg zu einer musikalisch runden Sache werden. Dennoch etabliert sich hier keine Konkurrenz für Bayreuth, denn „Der Ring des Nibelungen“ in Magdeburg wirbt zusätzlich mit anderen Qualitäten: Die Wagnersche Romantik, die – wie es sich überall abzeichnet – wieder mehr und mehr zu einem heutigen Lebensgefühl wird, steht hier im Mittelpunkt eines großen, internationalen Kulturfestes. Innerhalb eines solchen Events wird Wagners Werk dem Volk wieder zurückgegeben.

Den „Magdeburger Richard-Wagner-Festspielen Open air“ genügt schon ein Zufall, um zu erreichen, was anderen Projekten nur selten gelingt: Eine der bedeutendsten, international tätigen Public Relation Agenturen begeisterte sich. Die Markt- & Medien-Kommunikation GmbH Hamburg/Berlin erstellte sofort ein Konzept für die Zusammenarbeit mit dem Theater der Landeshauptstadt, um den „Magdeburger Richard-Wagner-Festspiele Open air“ die ihm gebührende internationale Achtung zukommen zu lassen.

Die Markt- & Medien-Kommunikation GmbH ist die erste PR-Agentur, die Public Relation als effizienten Marketing Tool etabliert hat. Dafür wurde die Agentur von 1999 bis 2002 jährlich als Preisträger beim Wettbewerb der Deutschen Public Relation Gesellschaft ausgezeichnet. Beim ersten Wettbewerb des PR Report Awards 2003 erhielt die Markt- & Medien-Kommunikation GmbH als einzige Agentur drei Preise. Damit wurde sie zur am häufigsten ausgezeichneten PR-Agentur des Jahres. Die Erstwähler-Kampagne „VOTE - Ohne Stimme hört Dich keiner“ wurde gleich zweimal ausgezeichnet: In der Kategorie Public Affairs und als „Kampagne des Jahres“. Das Projekt „Absolut Hair We Are“ für die Spirituosenmarke ABSOLUT erhielt den Visual Award.

Zu den Kunden der Markt- & Medien-Kommunikation GmbH gehören verschiedenste Branchen, die Liste reicht vom führenden japanischen Unterhaltungslabel Sony Classical über Lego, den Marlboro-Konzern und Milka bis zur Deutschen Bank sowie der Vereins- und Westbank und dem Burda-Verlag.

Kompetenz in der Vermarktung künstlerischer Spitzenereignisse hat die Markt- & Medien-Kommunikation GmbH bei der Schaffung des f6 Awards, dem führenden Talentewettbewerb im Osten Deutschlands, bei der Etablierung des Hamburger Musicals „König der Löwen“ sowie als PR-Verantwortlicher für das Schleswig-Holstein Musik Festival bewiesen. Dass sich eine solche Agentur dafür interessiert, die „Magdeburger Richard-Wagner-Festspiele Open air“ auf unserer Seebühne mitbegründen zu dürfen, ist eine Chance für Magdeburg.

Gemeinsam mit dem Theater der Landeshauptstadt entstand eine Projektbeschreibung sowie bereits eine Konzeption, wie die Festspiele ins Leben gerufen werden können.

Die Markt- & Medien-Kommunikation GmbH Hamburg/Berlin bietet an, für die Gestaltung der Kostüme Namen wie BOSS, Benetton, Vivienne Westwood oder Joop zu gewinnen. Für diese Größen stellt ein solcher Auftrag unter den von der Markt- & Medien-Kommunikation GmbH geschaffenen Voraussetzungen einen Imagegewinn dar. Das Engagement des bedeutenden Namens würde sich daher nicht als Kostenbelastung der Produktion „Ring des Nibelungen“ niederschlagen.

**Bemerkenswert ist, dass die Markt- & Medien-Kommunikation GmbH keinerlei finanzielle Vorleistungen verlangt, sondern ausschließlich am Erfolg des Projektes partizipieren will.**

Einer der Mitbesitzer der Markt- & Medien-Kommunikation GmbH, Klaus-D. Stoffers (60), ist persönlich von dem Projekt so begeistert, dass er sich zur Vorleistung im Marketingbereich bis ins Jahr 2005 spontan bereit erklärt hat. Er hat angeboten, dies auch vertraglich zu fixieren.

Da bisher keine prinzipielle Entscheidung in der Stadt für das Projekt gefallen ist, ist die Markt- & Medien-Kommunikation GmbH bisher natürlich noch nicht vertraglich gebunden.

Ein so gewaltiges Projekt für die Stadt muss gewollt sein. Es berührt nicht nur den Betrieb des Theaters und den der Seebühne, sondern fördert alle Bereiche der Landeshauptstadt Magdeburg und weit darüber hinaus. (Man bedenke nur, wie sich Bayreuther Festspiele positiv auf den dortigen Arbeitsmarkt auswirken.) Unmittelbar wird die Tourismuswirtschaft im ganzen Land Sachsen-Anhalt angekurbelt, langfristig bekommt die gesamte Region ein positives internationales Image.

Der Chef der Magdeburger Messegesellschaft, von Enzberg, würde für 2005 im Falle des Stattfindens der „Ring“-Aufführungen auf der Seebühne für den gleichen Zeitraum erstmals seit 1927 wieder eine internationale Theaterausstellung in Magdeburg planen. Die zieht nicht nur die Theaterenthusiasten an, sondern international alle Gewerke, die mit dem Theater zu tun haben – vom Stahlträgerbau bis zur Kosmetik.

Um die „Magdeburger Richard-Wagner-Festspiele Open air“ einzurichten, müssen gewisse Voraussetzungen erfüllt werden.

Um wirtschaftlich effektiv zu sein, soll der „Der Ring des Nibelungen“ im ersten Jahr zehn bis zwölfmal gespielt werden. In den Folgejahren wird der „Ring“ einige Male wiederholt und eine weitere Inszenierung einer Wagner-Oper kommt jeweils jährlich neu hinzu. Es kommen so 10 Opern Richard Wagners im Laufe von 7 Jahren auf die Bühne. Das historisch bewährte Bayreuther Konzept wird hier erstmals open air umgesetzt. Damit wird langfristig ein internationales Event-Publikum in die Stadt reisen.

Da im Sommer 2005 in einer Woche vier Opern (der „Ring“-Zyklus) Premiere haben werden, kommt im Haus von Januar bis Sommer keine Opernpremiere heraus. Im Großen Haus läuft jedoch das Opernrepertoire weiter, es kommen Schauspielproduktionen zur Premiere und die monatlichen Sinfoniekonzerte finden statt. Der Spielbetrieb des Theaters im Großen Haus wird nicht beeinträchtigt.

Die neue Strukturierung des Spielplanes durch die feste Planung der Aufführungen auf der Seebühne unter Beibehaltung von Inszenierungen aus den Vorjahren, lässt eine interne personelle Umstrukturierung im Theater der Landeshauptstadt möglich werden. Bis zum Jahr 2005 wird das Theater durch die „Richard-Wagner-Festspiele“ daher 12 Stellen einsparen können.

Es muss gewährleistet sein, dass keine Vorstellung des zu zeigenden Zyklus‘ ausfällt, denn es kann keine Vorstellung nachgeholt werden. Dazu macht sich ein regenunabhängiger Platz für das Orchester notwendig. Zudem muss die Seebühne einem gewissen internationalen Standard angeglichen werden. Sowohl die knappen Sanitäreinrichtungen für die Besucher als auch die sanitäre Containersituation für die Künstler genügen in keiner Weise.

Diesem Schreiben liegt ein Umbauentwurf (Gesamtkostenrahmen 4 Mio €) bei, nach dem die Seebühne an die notwendigen Standards herangeführt werden kann (Urheberrechte: Architekturbüro Dr. Brezinski, Anlage 1).

**Bis zu 75 % Fördermittel (GA-Mittel) sind nach Rücksprache mit dem Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Arbeit für den Umbau der Seebühne bei diesem wirtschaftlich-touristisch relevanten Kulturevent realistisch möglich, so dass die Stadt durch den Umbau maximal mit 1 Mio € belastet werden würde.**

Gleichzeitig liegt diesem Antrag ein Businessplan für die Durchführung der Richard-Wagner-Festspiele bei (Anlage 2). Grundprinzip des Businessplans ist: Sämtliche Ausgaben für die künstlerische Durchführung der Festspiele müssen aus

den insgesamt zu erspielenden Einnahmen aus Kartenverkauf und Sponsoring gedeckt werden. Grundvoraussetzung ist, dass dies im Rahmen des jährlich zur Verfügung stehenden Budgets im Theater der Landeshauptstadt realisiert wird. Der touristische Gewinn, wie er sich in Übernachtungen und Besuchen von Einrichtungen in Magdeburg und Sachsen-Anhalt niederschlägt, ist zunächst in der Kalkulation noch nicht berücksichtigt. Und selbst der internationale Imagegewinn für die Stadt lässt sich zum heutigen Zeitpunkt natürlich noch nicht in Euro und Cent umrechnen.

**Dem beigefügten Arbeitsplan der Markt- & Medien-Kommunikation GmbH (Anlage 3) ist zu entnehmen, dass die Wiederaufnahme der gefeierten Oper „Aida“ schon am 22. Mai 2003 *den idealen und einzigen Start* der PR-Kampagne der „Magdeburger Richard-Wagner-Festspiele Open air“ bietet. Das Dreistufen-PR-Konzept der Markt- & Medien-Kommunikation GmbH (MMK) baut über „Aida“ in Magdeburg und das nachfolgende Gastspiel in den japanischen Großstädten den internationalen Höhepunkt Richard-Wagner-Festspiele open air auf der Seebühne in Magdeburg auf. Diese Chance sollte Magdeburg als Landeshauptstadt nutzen.**

Mit einer verkürzten Beratungsdauer könnte ein Beschluss über die „Magdeburger Richard-Wagner-Festspiele“ den sofortigen Arbeitsbeginn der Markt- & Medien-Kommunikation GmbH einleiten, denn deren Vorleistung bis 2005 muss natürlich an die Sicherheit durch einen Stadtratsbeschluss gebunden sein. Eine verkürzte Beratungsdauer garantiert den Startschuss zu einem der imposantesten Projekte Sachsens-Anhalts, das den Namen unserer Landeshauptstadt und ihrer nicht nur kulturellen Leistungen in der ganzen Welt verbreitet.

### **Anlagen**

1. Baubeschreibung Umbau Seebühne Elbuenpark Magdeburg (Architekturbüro Dr. Brezinski); Bilder im Original nur im Amt 13
2. Businessplan der Richard-Wagner-Festspiele
3. Markt- & Medien-Kommunikation GmbH (MMK) für Wagner-Festspiele Open air in Magdeburg; Original nur im Amt 13

## Baubeschreibung

### Umbau Seebühne Elbauenpark Magdeburg

1999 ist auf dem Gelände des Cracauer Angers für die Bundesgartenschau eine Parklandschaft entstanden, die zweifellos zu den Attraktionen der Stadt gehört. Mit BUGA-Turm und Seebühne stehen hier zwei Objekte, die wegen ihrer Nutzungsmöglichkeiten von überregionaler Bedeutung sind. Der BUGA-Turm wird nach Winterpause und einer schwierigen Reparatur der Folien-Fassade ab 2003 wieder der Öffentlichkeit zugänglich sein.

Für die Seebühne ist eine ähnliche "Überarbeitung" notwendig, um ihre Bespielbarkeit (und damit Wirtschaftliche Disposition) zu verbessern.

Oberstes Prinzip: " Weiterbauen am Bestand"- oder besser: zu- Ende-bauen.

Aus der Erfahrung verschiedener Großveranstaltungen sind folgende Maßnahmen zu empfehlen:

#### 1 Schutzwand

Zuschauerränge ( 1.600 Plätze) und Bühne ( 1.400m<sup>2</sup>) sind mit einer spektakulären Zeltkonstruktion überdacht. Der Grundriss und die Konstruktion des Zeltdaches erlauben keine Kapazitätserweiterung. Sie wäre nur außerhalb des Daches und wegen zahlreicher Stützen und Fachwerkträger mit eingeschränkter Sicht auf die Bühne möglich. Der Komfort der vorhandenen Sitzplätze kann aber verbessert werden.

Vorgeschlagen wird eine Wetterschutzwand hinter den Rängen, die die gesamte Anlage unter dem Dach **ringförmig** umschließt. Sie besteht aus 25 Stahlrahmen ( Rundrohr, h= 13m, rad.Achsabstand 5,6m), die die Zuschauerränge hinten um 3m überragen. Auf der Außenseite sind diese Rahmen mit horizontalen Holzlamellen verbunden ( Abstand der Hölzer 33,3cm). Hinter den Lamellen ist auf der Innenseite eine Verglasung gegen das seitlich unter das Dach schlagende Wetter montiert. Die Oberkante der Verglasung folgt (mit Abstand) dem Schwung des Dachrandes. Die offenen Fugen zwischen den Zuschauerrängen werden ebenfalls geschlossen.

Nebeneffekt:Die Wand schützt nicht nur, sie ist ein hervorragender Werbeträger als **Ring für den Ring**.

#### 2 VIP- Bereich

Er ist als geschlossener Block für max. 200 Plätze vorgesehen.

Vorgeschlagen wird, die letzten 3-4 Reihen der mittleren drei Zuschauerblöcke mit einer Schiebeverglasung einzuhausen, wobei die Front zur Bühne aus akustischen Gründen zumeist offen bleiben soll. Die Plätze entstehen also nicht zusätzlich, sondern sind Teil der Gesamtkapazität von 1.600. Hinter den VIP-Reihen der mittleren drei Blöcke wird die schräge Rangplatte mit einer waagerechten Deckenkonstruktion bis zum Schutzwandring verlängert. Hier gibt es Bewegungsfläche ( Theke, Tische) und die Erschließung ( Treppen, Aufzug). Natürlich sind die VIP-Logen auch von vorn über die Ränge zu erreichen bzw. zu verlassen ( Brandfall). Die vorhandene Licht-/ Tonregiebox wird integriert.

#### 3 Umbau vorhandenes Studio- und Funktionsgebäude

Das vorhandene Gebäude war vorgesehen als VIP- Bereich und Tonstudio, sowie für Umkleide- und Toilettenräume ( Gesamtfläche 180m<sup>2</sup>).

Da bei bestimmten Großveranstaltungen für Bühnentechnik, Tontechnik, Darsteller und Orchester ca. 300m<sup>2</sup> an Nebenflächen nötig sind, sollte das Gebäude funktionell komplett neu sortiert werden. Vorgeschlagen wird, den VIP-Bereich herauszulösen ( siehe Pkt.2- neuer Standort: auf den Zuschauerrängen mit Blick auf Bühne), sowie für die Zuschauertoiletten an anderer Stelle ein größeres und komfortableres Gebäudeteil zu errichten ( siehe Pkt. 6).

Damit sind die Voraussetzungen für eine Umfunktionierung gegeben. Detaillierte Angaben bleiben der weiterführenden Bearbeitung vorbehalten, in deren Rahmen auch eine angepaßte Fassaden-Verkleidung für das Gebäude geplant wird.

Das Gebäude soll nach Umbau Orchestergarderobe, Ablage, Requisite, Künstlergarderobe und Toiletten, Maske und eine Sammelgarderobe aufnehmen.



#### 4 Neues Studio- und Funktionsgebäude

Die Kapazität des vorhandenen Gebäudes muss für bestimmte Großveranstaltungen um ca. 140-150m<sup>2</sup> Erweitert werden können.

Vorgeschlagen wird, in Verlängerung der EG- Box des vorhandenen Gebäudes einen Neubau zu Errichten. Er schiebt sich unter den südlichen, letzten Zuschauerrang und kann über den vorhandenen Steg aus Süden erschlossen werden. Es gibt Übergänge zum vorhandenen Gebäude und zum Foyer, sowie einen unterirdischen Gang zum Orchestergraben und zur Bühne.

Die Kapazität an Nebenflächen würde sich auf insgesamt 320m<sup>2</sup> erhöhen. Damit sind alle unter Pkt.3 genannten Nebenfunktionen untergebracht.

#### 5 Gastronomie / Merchandising

Für die Versorgung der Zuschauer ist vor dem Objekt ein Kiosk aufgestellt, der diese Funktion nur Unzureichend erfüllen kann.

Deshalb wird vorgeschlagen, die Fläche des Hauptzugangsteges unter den Rängen D,E, F zu einem Offenen Foyer auszubauen und hier gleichzeitig Möglichkeiten für eine gastronomische Versorgung und kommerzielle Nutzung zu schaffen.

Die notwendigen Installationen bzw. Einbauten können sich unter den Rang E schieben.

Eine Verbindung zum neuen Funktionsgebäude ist vorgesehen.

#### 6 Toilettengebäude

Wie unter Pkt. 3 erwähnt, sollen die Zuschauer Toiletten aus dem vorhandenen Studiogebäude Herausgelöst werden.

Der neue Standort wird nördlich des Hauptzugangsteges unter den Rängen B und C sein.

Die einzelnen Bereiche ( Damen, Herren, Behinderten-WC, Reinigungsgerät) sind wie ein kleines Pfahldorf um einen kurzen Steg gruppiert. Sie schweben über der Wasserfläche.

Das Raumangebot ist ca. doppelt so groß, wie am alten Standort im Studiogebäude.

#### 7 Orchestergraben

Vor der Zuschauertribüne ist der Einbau eines Orchestergrabens mit 150m<sup>2</sup> geplant.

Er wird über einen Tunnel erschlossen.

Möglichkeiten für eine variabel verfahrbare, transparente Abdeckung, sowie eine Warmluftheizung sind vorgesehen.

#### 8 Tunnel

Das neue Funktionsgebäude ist durch einen Tunnel mit Orchestergraben und Bühne verbunden. Er ist 2m breit und 45m lang.

#### 9 Bühne

Fläche: 1.400 m<sup>2</sup>

Die beiden Wassergräben seitlich an der Hauptspielfläche werden zugebaut. Die Gesamtfläche erhält einen neuen Belag. Um die Beispielbarkeit der Bühne zu verbessern, muss das vorhandene Gitterrost-Dach abgebaut werden. Die architektonische Idee ist durch das Zelt ohnehin nicht mehr akzeptabel.

Außerdem stellt es für obere ( Logen-) Plätze eine Sichtbehinderung dar und hat für Licht- und Tontechnik, sowie Dekorationen keine Zulassung.

#### 10 Sonstiges

In der vorliegenden Studie sind Kosten für Ver- und Entsorgung (Tiefbau), Wasserhaltung, notwendige Anpassungen in den Freianlagen, sowie für Ausstattung und Bühnentechnik enthalten. Detaillierte Aussagen hierzu bleiben der weiterführende Planung vorbehalten.

Die Realisierung der Umbaumaßnahmen soll in 2 Bauabschnitte erfolgen.

Baubeginn: September 2003

Fertigstellung: 1.03.2005 (für Probetrieb)

Die Bespielung in der Sommer-Saison 2004 ist eingeplant.

## Anlage 2

**Geschäftsplan**

für die Durchführung der Richard-Wagner-Festspiele open air Seebühne Magdeburg  
Eröffnung 2005 mit „Ring des Nibelungen“

---

## 1. Prämisse

Dieser Geschäftsplan stellt die finanziellen Grundlagen der Durchführung der Richard-Wagner-Festspiele auf der Seebühne 2005 dar.

Die Festspiele erfordern ein international wirksames Marketingkonzept genauso wie Besucher aus aller Welt.

Der Geschäftsplan impliziert nicht die notwendigen Investitionen im Vorfeld der Festspiele (Anlage 1), nicht die möglichen Auswirkungen auf den Geschäftsbetrieb der NKE und auch nicht die absehbaren nachhaltigen Folgeumsätze im touristischen Bereich.

Unberücksichtigt bleibt auch die Leistung, die das Theater der Landeshauptstadt mit Know how, Management, künstlerischen Leistungen und der gesamten Human Power als unabdingbare Basis den Festspielen kostenlos zur Verfügung stellt – ohne den eigenen Betrieb zu gefährden.

## 2. Geschäftsprinzip:

Sämtliche Festspiel-Ausgaben können und dürfen nur im Rahmen der zu erzielenden Festspieleinnahmen getätigt werden. Die Ausgaben dürfen die Einnahme-Kalkulation nicht überschreiten.

Der Zuschussbedarf für das Theaterbudget wird nicht belastet.

Die Einnahmen sowohl wie die Ausgaben werden ausschließlich oder fast ausschließlich im Jahr der Leistungserbringung kassenwirksam (hier 2005).

## 3. Betriebsablauf und Kenngrößen

Die Festspiele beginnen mit dem „Ring des Nibelungen“ im Juni 2005 auf der Seebühne im Elbuenpark. Die vier Teile des „Ring“ sollen im wöchentlichen Zyklus Montag, Mittwoch, Freitag und Sonntag insgesamt elfmal (mindestens 10mal, maximal 12mal) bis Anfang September aufgeführt werden. Eine drei- bis vierwöchige Pause im Juli ist vorgesehen. Damit sind insgesamt 44 Einzelvorstellungen geplant.

Die Seebühne hat eine Kapazität von ca. 1.500 nutzbaren Sitzplätzen.

## 4. Einnahmen

Einnahmen können erzielt werden aus:

- Kartenverkauf
- Programmverkauf und Merchandisingartikeln
- Fördermitteln
- Sponsoring

Die Einnahmekalkulation aus Kartenverkauf geht von einem worst case und einem best case aus und setzt den Mittelwert als realistisch zu erwartende Einnahmegröße:

worst case: 10 Ring-Zyklen à 4 Vorstellungen  
Kartenpreise in 5 Preiskategorien von 25,00 bis 60,00 EUR und ca.  
20% Zyklusermäßigungen  
70% Auslastung  
ergeben eine Mindesteinnahme von: 1.540.000 EUR

best case: 12 Ring-Zyklen à 4 Vorstellungen

Kartenpreise in 5 Preiskategorien von 28,00 bis 100,00 EUR,  
zusätzlichen VIP-Karten und ca. 20% Zyklusermäßigungen  
92% Auslastung  
ergeben eine Mindesteinnahme von: 3.330.000 EUR

- kalkulatorisch anzunehmende Einnahmen aus Kartenverkauf: 2.435.000 EUR

- Sonstige Einnahmen:

1. aus Programm-Verkauf und Merchandising	50.000,00 €
2. aus Fördermitteln	
Land	100.000,00 €
Lotto Toto	100.000,00 €
3. aus Sponsoring	30.000,00 €
<b>Sonstige Gesamt-Einnahmen</b>	<b>280.000,00 €</b>
<u>Einnahmen aus Kartenverkauf</u>	<u>2.435.000,00 €</u>
<b><u>Kalkulatorische Gesamteinnahmen</u></b>	<b><u>2.715.000,00 €</u></b>

## 5. Ausgaben

Die Ausgaben spiegeln Vorbereitung und Durchführung des Festspielbetriebes:  
Marketing, Produktion und Spielbetrieb des „Rings“.

Investitionskosten, Human Power des TdL sowie Folgeerträge durch Tourismus sind  
hier nicht berücksichtigt.

<b>1. Honorare</b>	<b>1.255.000,00 €</b>
Solisten	850.000,00 €
Gast-Orchester bzw. Orchesteraushilfen	200.000,00 €
Sondervergütungen MD Philh.	25.000,00 €
Statisten	30.000,00 €
Inszenierungsteam (Dirigent, Regie, Ausstattung)	120.000,00 €
Sonstige	30.000,00 €
<b>2. Inszenierungskosten</b>	<b>500.000,00 €</b>
Davon Bühnenbild	100.000,00 €
Davon special effects	100.000,00 €
Davon techn. Einrichtung	50.000,00 €
Davon Kostüme	250.000,00 €
<b>3. Marketing in Zusammenarb. mit MMK Hamburg</b>	<b>550.000,00 €</b>
Werbung	
Sponsoring-Sche	
Karten-Vertrieb	
Einbindung Tourismusindustrie	
Druckkosten	
Anderes	
<b>4. Fahrt- u. Übernachtungskosten</b>	<b>270.000,00 €</b>
Fahrtkosten Solisten	100.000,00 €
Übernachungskosten Solisten	100.000,00 €
Fahrt- u. Übernachtungskosten Orchesteraushilfen	70.000,00 €
<b>4. sonst. Sachleistungen</b>	<b>60.000,00 €</b>
<b>5. Sonstiges</b>	<b>80.000,00 €</b>
<b>Gesamtausgaben</b>	<b>2.715.000,00 €</b>

Die Honorare und Inszenierungskosten sind mit dem voraussichtlichen Inszenierungsteam und auf der Grundlage der „AIDA“-Erfahrungen auf Machbarkeit durchkalkuliert.

MMK Hamburg ist über das Finanzierungskonzept vorinformiert und einverstanden, die erbrachten Marketingleistungen erst 2005 in Rechnung zu stellen.

6. <u>Saldo</u>	<u>0</u>
Kalkulierte Einnahmen:	2.715.000 EUR

**Ausgaben:** **2.715.000 EUR**

**Verluste werden vermieden. Gewinn wird (im 1. Jahr) nicht erwirtschaftet.**

**Unter den beschriebenen Bedingungen bildet der Geschäftsplan eine realistische Grundlage des Festspielkonzeptes ab.**