

Auszug aus der Niederschrift über die 03. Sitzung der Bürgerschaft am 15.05.2025

Zu TOP: 9.1

Auskunftsersuchen zu den Möglichkeiten ermäßigter Theatertickets für die Zielgruppe junger Theaterbesucher und -besucherinnen

Einreicher: Jürgen Suhr und Ute Bartel, Fraktion Bündnis 90/Die Grünen/SPD/Piratenpartei/Die Partei

Vorlage: AN 0043/2025

Die Bürgerschaft der Hansestadt Stralsund verlangt gem. § 71 Abs. 4 der Kommunalverfassung M-V Auskünfte zu den folgenden Fragen:

Welche Möglichkeiten sieht die Theater Vorpommern GmbH, Tickets für Schülerinnen und Schüler, Studierende, Auszubildende sowie Freiwillige im Bundesfreiwilligendienst oder im sozialen Jahr zur Verfügung zu stellen, sofern diese unmittelbar vor der Vorstellung nicht besetzt sind?

Wurden diese Möglichkeiten schon einmal geprüft?

Teilt die Theater Vorpommern GmbH die Einschätzung, dass die Zielgruppe junger Theaterbesucher*innen über den oben beschriebenen Weg in geeigneter Form angesprochen werden kann?

Welche Hinderungsgründe sieht die Theater Vorpommern GmbH für eine Umsetzung des oben beschriebenen Weges?

Herr Kretzschmar, Geschäftsführer der Theater Vorpommern GmbH, beantwortet das Auskunftsersuchen wie folgt:

zu 1.:

Die Theater Vorpommern GmbH könnte, nach Beschlussfassung im Aufsichtsrat der Gesellschaft mit mehrheitlicher Zustimmung, eine entsprechende Maßnahme umsetzen. Im Rahmen dieser Maßnahme könnte das Theater Tickets für nicht besetzte Plätze zu einem reduzierten Preis oder kostenlos anbieten. Und das Theater könnte diese preislich reduzierten oder kostenlosen Tickets in begrenzter oder unbegrenzter Zahl anbieten. Unter Umständen könnte die Umsetzung dieser Maßnahme der Forderung genügen, stetig mehr Besucher in die Vorstellungen des Theaters zu locken. Das funktioniert aber nicht, wenn bisher zahlende Zuschauer dieser Zielgruppe dann einfach zukünftig immer auf die Möglichkeit warten, an kostenfreie Tickets zu gelangen. Dann würde die Maßnahme sogar dem Gebot einer wirtschaftlichen Unternehmensführung gem. TAIVO MV sowie der Vorgabe des Landes einer langfristigen Steigerung der Umsatzerlöse entgegenwirken. Die Auswirkungen dieser Maßnahme sind auf Grund der möglichen Szenarien in jedem Fall aktuell nicht abschätzbar und zukünftig kaum vorhersehbar oder planbar.

zu 2.:

Die Ticketpreise des Theaters werden in regelmäßigen Abständen der Preis- und Kaufkraftentwicklung in Deutschland angepasst. Diese Anpassungen werden, wie eingangs bereits erwähnt, im Rahmen der Aufsichtsratssitzungen von der Geschäftsführung zunächst umfänglich vorgestellt und erläutert, vom Aufsichtsrat der Gesellschaft sodann beraten und zur Beschlussfassung gestellt.

Wie auch bereits im Rahmen der Beschlussfassung zur Preisgestaltung ab der Spielzeit 2025/2026 im Aufsichtsrat ausgesagt, werden entsprechende Maßnahmen der Preisgestaltung auch regelmäßig innerhalb des Theaters diskutiert.

Da aber derartige „Dauer-Rabatt-Aktionen“ das Nutzerverhalten ganz erheblich auch negativ beeinflussen können - wie sich mit dem Niedergang einer großen Baumarktkette vor Jahren immer wieder recht plakativ belegen lässt - wurden derartige Maßnahmen, zumindest im Rahmen der jetzigen Preisgestaltung, abgelehnt.

zu 3.:

Ein Konsumverhalten entsteht klassischerweise nicht aus einem geringen oder nicht vorhandenen Preis als Gegenleistung für ein Produkt oder eine Dienstleistung. Es entsteht aus dem Wunsch nach Bedürfnisbefriedigung.

Damit erklärt sich beispielsweise auch, dass wirklich hohe Preise für große Festivals oder Konzerte von angesagten Künstlern von eben dieser Zielgruppe akzeptiert werden. Denn der Besuch dieser Events befriedigt beispielsweise das Bedürfnis nach der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Peer-Gruppe, der Präsentation des sozialen Status mit einem Post in den sozialen Medien oder einfach auch nur, gute Musik zu hören.

Wenn das Bedürfnis nach kulturellen Theaterangeboten nicht bereits besteht, wird der geringe oder nicht vorhandene Preis dieses nur sehr begrenzt erzeugen können. Das bedeutet, dass Stückauswahl und Spielplangestaltung aus Sicht der TVP GmbH die größte Bedeutung zukommen.

Selbstverständlich ist das Vorhalten von begehrten Produkten oder Dienstleistungen, ohne entsprechende Bewerbung, kein Erfolgsgarant. Neben dem Produkt ist der Preis natürlich ein Hauptbestandteil des Marketingmixes. Ein Sonderpreis kann ein Verstärker einer grundsätzlich vorhandenen Kaufbereitschaft sein, wie die mittlerweile stets und ständig anzutreffenden Schnäppchenpreise und Sonderangebote beweisen.

Um eine qualifizierte Bewertung der Maßnahme abgeben zu können, müsste man somit zunächst ermitteln, in welchem Ausmaß das Bedürfnis nach einem Theaterbesuch besteht, und inwieweit eine Preisreduzierung tatsächlich einen zusätzlichen Kaufanreiz schaffen könnte.

zu 4.:

Wenn man mit einer finanziellen Hürde wegen zu hoher Eintrittspreise argumentiert, ist da natürlich die Frage nach der fehlenden Berücksichtigung anderer sozial benachteiligter Menschen wie Arbeitslose, Geringverdiener, Alleinerziehende, Menschen mit gesundheitlichen oder geistigen Einschränkungen usw. und damit nach entsprechender Berücksichtigung dieser Zielgruppen bei der Preisgestaltung. Darüber hinaus besteht gerade bei der betrachteten Zielgruppe oft ein Zusammenhang zwischen der finanziellen Situation des jungen Menschen und der seiner Eltern, so dass innerhalb der Zielgruppe große finanzielle Unterschiede existieren und damit nicht stets von einer gegebenen schlechten Situation ausgegangen werden kann.

Die Preisgestaltung des Theaters sieht bereits jetzt Rabattierungen für Schüler, Studenten, Arbeitslose sowie für Inhaber des Stralsunder STRELA-Pass und des Greifswalder KuS-PASS auf so gut wie alle Theaterangebote vor. Diese Rabattierungen sind mit einem Nachlass von bis zu 50% auf den Normalpreis auch deutlich und zeigen mit ihrer Abweichung, dass sie eher auf einer sozialen Betrachtungsweise beruhen als auf einer betriebswirtschaftlichen.

Durch die verschiedenen Platzkategorien im Großen Haus ist es für die genannte Zielgruppe somit möglich, quasi alle Vorstellungen mit Ticketpreisen zwischen 8 und 13 Euro zu besuchen. An kleinen Spielstätten ohne Platzkategorien geht das für 14 beziehungsweise 17 Euro. Das gilt im Übrigen sogar für alle Premieren.

Schülergruppen erleben jede Vorstellung, egal an welcher Spielstätte, für 8 Euro und Schülergruppen von Kooperationsschulen für nur 6 Euro.

Darüber hinaus bietet das Theater seit geraumer Zeit das sogenannte Sixpack-Ticket an, das nur von der genannten Zielgruppe erworben werden kann. Dieses berechtigt zum Besuch von 6 Vorstellungen ohne jegliche Einschränkungen und kostet momentan 48 Euro. Damit kann man jede Vorstellung auch auf den besten Plätzen für 8 Euro erleben. Sollte man sich trotz dieser umfangreichen Rabattierungen und den unsicheren Auswirkungen für

die Maßnahme entscheiden, gäbe es letztlich eine organisatorische Herausforderung, die sich aus der Kassensituation zu Vorstellungsbeginn ergeben würde. Zum einen sind da die Gäste, die ohnehin erst an der Abendkasse Karten erwerben oder bereits erworbene Karten bezahlen und zum anderen stellt sich die Frage nach dem geeigneten Nachweis der Berechtigung zum Erwerb dieser Sonderkarten. Das ließe sich sicher alles lösen, nur wird das im Zweifel einen erhöhten Personalaufwand an der Abendkasse bedeuten, der aufgrund der Lage auf dem Arbeitskräftemarkt und vor dem Hintergrund der finanziellen Leistungsfähigkeit des Theaters nicht einfach zu decken sein könnte.

Herr Suhr geht auf die unterschiedlichen Rechtsauffassungen der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen/SPD/Piratenpartei/Die Partei und des Präsidiums zu der Möglichkeit der Aussprache bei Auskunftersuchen nach § 71 Abs. 4 KV M-V ein. Er zeigt sich zufrieden mit der Verständigung, eine abschließende Klärung über die Rechtsaufsicht herbeiführen zu lassen.

für die Richtigkeit der Angaben: gez. i.A. Steffen Behrendt

Stralsund, 28.05.2025