

Stadt Heidelberg
Dezernat I, Personal und Organisationsamt

**Übergang des Geschäftsbereichs
heidelbergTicket von der Heidelberg
Marketing GmbH zur Stadt Heidelberg zum
01.09.2008**

Beschlussvorlage

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Behandlung	Zustimmung zur Beschlussempfehlung	Handzeichen
Kulturausschuss	27.05.2008	Ö	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ohne	
Haupt- und Finanzausschuss	11.06.2008	Ö	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ohne	
Gemeinderat	26.06.2008	Ö	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ohne	

Beschlussvorschlag der Verwaltung:

Der Kulturausschuss und der Haupt- und Finanzausschuss empfehlen dem Gemeinderat folgenden Beschluss:

- 1. Dem Übergang des Geschäftsbereichs heidelbergTicket von der Heidelberg Marketing GmbH zur Stadt Heidelberg zum 01.09.2008 wird zugestimmt.*
- 2. Dem Abschluss des Vertrags (Anlage 1) mit der Firma CTS EVENTIM SOLUTIONS GmbH hinsichtlich des Einsatzes des Kassensystems „CTS Eventim“ ab 01.09.2008 wird zugestimmt.*

Anlagen zur Drucksache:	
Lfd. Nr.	Bezeichnung
A 1	Vorvertrag zwischen dem Theater und Philharmonischen Orchester und CTS Eventim Solutions GmbH (Vertraulich – nur zur Beratung in den Gremien!)

I. Prüfung der Nachhaltigkeit der Maßnahme in Bezug auf die Ziele des Stadtentwicklungsplanes / der Lokalen Agenda Heidelberg

1. Betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes

Nummer/n: (Codierung)	+ / - berührt:	Ziel/e:
KU 3	+	Ziel/e: Qualitätsvolles Angebot sichern Begründung: Im Idealfall erhöhen sich durch die Verbesserung des Kundenservice die Einnahmen durch eine Mehrung des Kartenverkaufs. Diese Mehreinnahmen dienen zur Sicherung des qualitativvollen Angebots des Theaters und Philharmonischen Orchesters.
KU 7	+	Ziel/e: Zugangsmöglichkeiten zum kulturellen Leben verbessern Begründung: Die Eingliederung bei der Stadt Heidelberg und die direkte Anbindung des Aufgabenbereichs der Theater- und Konzertkasse beim Theater- und Philharmonischen Orchester sowie die Verbesserung des Serviceangebotes ermöglichen eine bessere Beratung und Betreuung der KundInnen und dadurch auch eine Verbesserung der Zugangsmöglichkeiten zum kulturellen Leben.

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

keine



II. Begründung:

1. Übergang *heidelbergTicket* zur Stadt Heidelberg

1.1 Allgemeines

Mit der Übertragung der Aufgaben der Theaterkasse, zunächst im Jahr 2000 an das städtische Amt 48 (Kulturservice Heidelberg) und in 2004 an die HKT (jetzt: Heidelberg Marketing GmbH) - verbunden mit dem Übergang von Personal im Umfang von rechnerisch rund 8 Vollzeitkräften - wurde das Ziel verfolgt, „*heidelbergTicket*“ zu einer zentralen Kulturinformations- und -vertriebsstelle für Heidelberg auszubauen. In der Informationsvorlage vom 19.03.2008, DS 0026/2008/IV zum Thema „Heidelberg Ticketing“ wurde bereits ausführlich dargestellt, aus welchen Gründen (insbesondere aufgrund unterschiedlicher Anforderungen an die Kassensysteme) dies nicht gelungen ist.

Spätestens seit der Neuorientierung des Heidelberger Frühlings ist „*heidelbergTicket*“ faktisch wieder nahezu ausschließlich als Hauskasse für das Theater und Philharmonische Orchester tätig. Den stark zurückgegangenen Bereich der Verkäufe für sonstige Veranstaltungen wird die Heidelberg Marketing GmbH bis 31.08.2008 beenden. Es ist daher folgerichtig, dass „*heidelbergTicket*“ von der Heidelberg Marketing GmbH wieder zur Stadt Heidelberg übergehen und dabei der Aufgaben- und Verantwortungsbereich für die Theater- und Konzertkasse künftig beim Theater und Philharmonischen Orchester liegen sollte.

Die Umsetzung dieser Maßnahme soll sinnvoller Weise zu Beginn der Spielzeit 2008/2009 am 01.09.2008 erfolgen.

Hierdurch ergeben sich insbesondere folgende Vorteile:

- Die Personalverantwortung für die MitarbeiterInnen der Theater- und Konzertkasse liegt unmittelbar beim Theater und Philharmonischen Orchester.
- Flexible und auf die unmittelbaren Bedürfnisse des Geschäftsbetriebs oftmals kurzfristig auszurichtende Maßnahmen können durch die „kurzen Dienstwege“ schneller und effektiver umgesetzt werden.
- Durch die direkte Zugehörigkeit zum Theater und Philharmonischen Orchester entwickeln die MitarbeiterInnen eine höhere Identifikation mit der Aufgabe.

1.2 Personelle Auswirkungen

Bei dem organisatorischen Übergang des Geschäftsbereichs *heidelbergTicket* von der Heidelberg Marketing GmbH zur Stadt Heidelberg handelt es sich um einen Betriebsübergang nach den Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB). Danach tritt der neue Inhaber in die Rechte und Pflichten aus den im Zeitpunkt des Übergangs bestehenden Arbeitsverhältnissen ein.

Für den Geschäftsbereich *heidelbergTicket* und somit inzwischen nahezu ausschließlich für die Theater- und Konzertkasse des Theaters und Philharmonischen Orchesters sind zurzeit MitarbeiterInnen im Umfang von rund 8 Vollzeitkräften (inklusive 1 Kassenleitung) tätig; 3 dieser MitarbeiterInnen sind bereits Beschäftigte der Stadt Heidelberg und gegen Kostenersatz in diesem Bereich eingesetzt. Den übrigen Beschäftigten der Heidelberg Marketing GmbH sind nach den Regeln eines Betriebsübergangs zum 01.09.2008 entsprechende Weiterbeschäftigungen bei der Stadt Heidelberg anzubieten.

Das vorhandene für den Geschäftsbereich *heidelbergTicket* aktuell eingesetzte Personal ist mit den Aufgaben für das Theater und Orchester der Stadt Heidelberg vollständig ausgelastet. Um den Wünschen und Bedürfnissen der BesucherInnen des Theaters und Philharmonischen Orchesters insbesondere in den Bereichen Beratung und Betreuung künftig noch besser gerecht zu werden, sollen **zwei weitere zusätzliche Kräfte** eingesetzt werden. Eine dieser Personen soll sich künftig intensiv der Betreuung der AbonnentInnen annehmen. Die zweite Kraft ist für die Optimierung der telefonischen Kundenberatung vorgesehen. Durch diese Verbesserung des Kundenservice in der Beratung und Betreuung sowie durch eine erhöhte telefonische Erreichbarkeit sind eine bessere Kundenbindung und im Idealfall eine Steigerung der Einnahmen durch vermehrte Kartenverkäufe zu erwarten.

Die künftige Theater- und Konzertkasse soll als eigenes Sachgebiet der Abteilung Allgemeine Verwaltung beim Theater und Philharmonischen Orchester eingegliedert und einer Kassenleitung unterstellt werden. Für den Stellenplan 2009/2010 wird die entsprechende Schaffung von 10 Planstellen vorgesehen.

1.3 Finanzielle Betrachtung

Für die Abwicklung des Kartenverkaufs hat das Theater und Philharmonische Orchester Personal- und Sachaufwand an die Heidelberg Marketing GmbH von **bisher** jährlich rund
erstattet.

330.000 €

Nach dem Übergang des Geschäftsbereichs *heidelbergTicket* an die Stadt Heidelberg wird voraussichtlich mit folgenden jährlichen Aufwendungen zu rechnen sein:

Personalaufwendungen: 389.400 €

Sachaufwendungen: 57.600 €

Ticketgebühren Kassensystem*: 46.400 €

sonstiger Verwaltungsaufwand: 11.200 €

*(Bei einem Mindestvolumen von 130.000 verkauften Tickets;
jedes zusätzlich verkaufte Ticket erhöht diesen Betrag
entsprechend.)

Somit ergibt sich eine **Gesamtbelastung** für die Stadt Heidelberg
von insgesamt **447.000 €**

Gegenüber der bisherigen Aufgabenerledigung durch
die Heidelberg Marketing GmbH ergibt sich ein jährlicher
Mehrbedarf von rund **117.000 €**

Der Großteil dieses Mehrbedarfs (rd. 70 T€) entfällt auf die bereits erwähnten Serviceverbesserungen - Einsatz von zwei zusätzlichen Kräften zum einen für die intensive Betreuung der AbonentInnen, zum anderen zur Verbesserung/Optimierung der telefonischen Erreichbarkeit (vgl. auch Ausführungen unter Ziffer 1.2). Daneben gilt es auch zu berücksichtigen, dass die Heidelberg Marketing GmbH „freie“ Entgeltvereinbarungen treffen konnte, die Stadt Heidelberg als Tarif gebundene Arbeitgeberin jedoch an den TVöD gebunden ist mit der Folge, dass hier „automatisch“ (geringfügig) höhere Aufwendungen entstehen. Auch waren die jährlichen Zahlungen der Stadt Heidelberg an die Heidelberg Marketing GmbH für den Bereich Ticketing nicht zu 100 % kostendeckend, so dass innerhalb der Gesellschaft ein Verlustausgleich erfolgte.

Unter Abwägung dieser Gründe ist der laufende jährliche Mehrbedarf aus Sicht der Verwaltung zu verantworten.

Da der Übergang zur Stadt Heidelberg zu Beginn der neuen Spielzeit 2008/2009 am 01.09.2008 vollzogen werden soll, sind die entsprechenden Haushaltsmittel im neu aufzustellenden Doppelhaushalt der Stadt Heidelberg für die Jahre 2009/2010 einzustellen. Sollten noch in der laufenden Spielzeit Vorbereitungskosten etc. anfallen, erfolgt in Verwaltungszuständigkeit ein Ausgleich im Rahmen des Jahresabschlusses.

Mit dem Übergang zur Stadt Heidelberg ist gleichzeitig auch ein Wechsel des Kassensystems von „Ticket Culturall“ auf „CTS Eventim“ vorgesehen. Die von Heidelberg Marketing getätigten Investitionen für den Einsatz von „Ticket Culturall“ – insbesondere Ticketsoftware, Anwenderschulung, spezielle Server – stehen dort noch mit einem Restwert von rund 44 T€ in den Büchern und sind entsprechend außerordentlich abzuschreiben. Über einen finanziellen Ausgleich der Stadt Heidelberg wird nach Vorlage des Jahresabschlusses 2008 der Heidelberg Marketing GmbH entschieden.

Neben den jährlichen laufenden Kosten fallen **einmalige Kosten** für die Beschaffung der notwendigen EDV-Ausstattung an, da die bisher eingesetzten Geräte den Anforderungen des neuen Systems nur bedingt genügen.

Im Einzelnen handelt es sich dabei um folgende Positionen:

- 7 PC einschließlich Bildschirm und Lizenzen
- 1 Drucker
- 2 Internetzugänge (Zwinger/Theaterstr.)

Der Gesamtaufwand hierfür beläuft sich auf rund 16.200 €. Diese Mittel werden in Verwaltungszuständigkeit überplanmäßig bereitgestellt.

2. Einsatz Kassensystem / Vertragsabschluss

Parallel mit der organisatorischen Änderung soll gleichzeitig der Umstieg auf ein neues Kassensystem vorgenommen werden. Bislang werden der Kartenverkauf und die Abonnementverwaltung für das Theater und Philharmonische Orchester über das Kassensystem „Ticket Culturall“ abgewickelt. Die Erfahrungen der zurückliegenden Monate haben leider gezeigt, dass dieses Kassensystem die komplexen Anforderungen des Theaters - insbesondere die vielfältige Abonnementsverwaltung auch unter dem Aspekt der Kundenorientierung – nicht zur vollständigen Zufriedenheit erfüllen konnte. Nach sorgfältiger Abwägung kam man daher zu dem Entschluss mögliche Alternativen zu prüfen.

Das Theater und Philharmonische Orchester hat daher die auf dem Markt befindlichen Ticketprogramme sondiert. Ein wichtiges Entscheidungskriterium war hierbei - neben der Professionalität und Verlässlichkeit - der Kundenservice.

Im Ergebnis konnte die Firma CTS Eventim in allen Punkten überzeugen. Bei der Firma CTS Eventim handelt es sich um eine der größten renommierten Ticketingfirmen Deutschlands. Bezüglich des Kundenservice gewährleistet CTS Eventim einen echten Internetverkauf inklusive der Möglichkeit Tickets bereits zu Hause auszudrucken ([print@home](#)). Für das Theater soll der besondere Service der Einlösbarkeit von Wahlabonnementgutscheinen im Internet eigens möglich gemacht werden. Des Weiteren sind Anbindungsmöglichkeiten an die bereits vorhandenen und zukünftigen Vorverkaufsstellen bzw. der Verkauf über Vorverkaufsstellen ohne größeren Aufwand realisierbar und CTS Eventim stellt ein Vertriebssystem zur Verfügung, welches einen bundesweiten Kartenverkauf ermöglicht.

Das Ticketsystem von CTS Eventim ist bei über 130 Kunden, überwiegend im öffentlichen Bereich, erfolgreich im Einsatz. Es wird in diesen Einrichtungen regelmäßig von Wirtschaftsprüfern in das Prüfprocedere eingebunden und testiert. Beispielhaft sind aufzuführen die Deutsche Staatsoper in Berlin, die Bayerische Staatsoper in München, für den Bereich Baden-Württemberg z.B. das Staatstheater Stuttgart, das Theater Heilbronn, das Theater Baden-Baden und für die nähere Umgebung die BASF in Ludwigshafen. Damit wird auch das Vorhaben einer intensiveren Zusammenarbeit der Institutionen der Metropolregion Rhein Neckar hinsichtlich Ticketing greifbarer.

Es ist vorgesehen den Vertrag mit CTS Eventim auf Basis des beigefügten Vorvertrages (Anlage 1) bis zum 15. Juli d. J. abzuschließen. Dabei soll eine fünfjährige Bindung bis zum 30.06.2013 eingegangen werden. Die Preise sind auskömmlich und liegen nur geringfügig über dem bisherigen Aufwand der Heidelberg Marketing GmbH für „Ticket Culturall“.

gez.
In Vertretung
Prof. Dr. Raban von der Malsburg