

## **Antwort zur Anfrage**

**Nr. AF/0004/2017**

Beratung im **Stadtrat** am **02.02.2017**, TOP öffentliche Sitzung

**Betreff: Anfrage der CDU-Ratsfraktion: Teilnahme von Schulklassen an Theateraufführungen**

**1. Wie viele Schulklassen und von welchen Schulen in Begleitung ihrer Lehrer besuchten im Jahr 2016 das Stadttheater, einschließlich Probephase?**

Folgende 27 Schulen, haben im Jahr 2016 (zum überwiegenden Teil auch mehrfach) Karten zum Schultarif (Tarif für Schulen bei Gruppenbuchungen) gebucht:  
BBS Wirtschaft, Bischöfl. Cusanus-Gymnasium, Clemens-Brentano / Overberg  
Realschule Plus, Diesterweg-Schule, Eichendorff-Gymnasium, Görres-Gymnasium,  
Grundschule Arenberg, Grundschule Asterstein, Grundschule Ehrenbreitstein,  
Grundschule Freiherr-vom-Stein, Grundschule Güls, Grundschule Koblenz-Lay,  
Grundschule Neukarthause, Grundschule Regenbogen, Grundschule St.Castor, GS  
Pestalozzi, Gymnasium Karthause, Hans-Zulliger-Schule, Hilda Gymnasium, IGS Koblenz,  
Joseph-Mendelssohn-Schule Horchheim, Julius-Wegeler-Schule, Max-von-Laue  
Gymnasium, Pestalozzi Grundschule, Regenbogen Schule Lützel, Schenkendorf-  
Grundschule, Zimmermannsche Wirtschaftsschule.

Insgesamt haben im Jahr 2016 188 Schulen und Kindertagesstätten aus Stadt und Region Karten zum Schultarif gebucht.

**2. Gab es Beschwerden zu der Höhe des Eintrittspreises?**

Beschwerden zur Höhe des vom Stadtrat festgelegten Schultarifs sind dem Theater nicht bekannt. Hinsichtlich der Sichtqualität sichteingeschränkter Plätze gab es eine (1) Beschwerde einer Lehrerin beim Vorstellungsbuchung von „Pippi plündert den Weihnachtsbaum“.

**3. In welcher Höhe wurden Einnahmen durch den Schulbesuch erzielt?**

Durch den Verkauf von Karten zum Schultarif (Tarif für Schulen bei Gruppenbuchungen) wurden im Jahr 2016 rund 125.000 EUR eingenommen.

**4. In welcher Form wird für den Theaterbesuch in den Schulen geworben?**

In allen dem Theater zur Verfügung stehenden Werbemitteln und auf allen dem Theater zur

Verfügung stehenden Werbekanälen werden grundsätzlich und regelmäßig auch Schulen bzw. Lehrerinnen und Lehrer bzw. Schülerinnen und Schüler angesprochen. Darüberhinaus wird zielgruppenspezifischen wie folgt geworben:

Digital:

- Newsletter Theaterpädagogik, 1082 Abonnenten aus pädagogischen Einrichtungen (Kindergarten, Grundschule, Förderschulen, Realschule plus, Gymnasium, Berufsbildende Schulen, Universität); im Jahre 2016 wurde der Newsletter Theaterpädagogik 21x versandt.
- E-Mail, Direktmarketing an Lehrer, die zu bestimmten Interessengruppen zählen, z.B. das neue Klassenzimmerstück an Lehrer empfohlen, die bereits Klassenzimmerstücke o.a. bei uns gebucht hatten.
- E-Mail, Akquise an Lehrer, z.B. Ausbildungsleiter am Studienseminar Koblenz für Realschulen plus auf unsere kostenfreien Rahmenangebote o.a. hingewiesen.

Postalisch:

- Im Jahre 2016: wurden an den Postverteiler der Theaterpädagogik vier Werbebriefe versandt:
  - Januar/Februar 2016: Vorschauheft Großes Haus plus Werbung (Realschule plus, Gymnasium, Berufsbildende Schule);
  - Im April/Mai 2016: Spielzeitheft plus Werbung für das Weihnachtsmärchen und allgemeine Werbung (Realschule plus, Gymnasium, Berufsbildende Schule);
  - Kleine Spielzeitvorschau für Kindergärten und Grundschulen plus Werbung für das Weihnachtsmärchen (Kindergärten, Grundschulen, Förderschulen);
  - Oktober 2016: Einladung zu den Schultheatertagen plus Werbung (Grundschulen, Förderschulen)
- Der Postverteiler der Theaterpädagogik umfasst (Stand Ende 2016): 81 Kontakte an Berufsbildende Schulen, 340 Kontakte an Gymnasien, 200 Kontakte an Realschulen plus, 513 Kontakte an Grundschulen und Förderschulen sowie 219 Kontakte an Kindergärten.