



Finanzministerium | Postfach 7127 | 24171 Kiel

**Staatssekretär**

An den  
Vorsitzenden des Finanzausschusses  
des Schleswig-Holsteinischen Landtages,  
Herrn Peter Sönnichsen, MdL  
Landeshaus  
24105 Kiel

An die  
Vorsitzende des Bildungsausschusses  
des Schleswig-Holsteinischen Landtages,  
Frau Susanne Herold, MdL  
Landeshaus  
24105 Kiel

nachrichtlich:

Herrn Präsidenten  
des Landesrechnungshofes  
Schleswig-Holstein  
Dr. Aloys Altmann  
Hopfenstraße 30  
24103 Kiel

Kiel, 1. März 2011

**Vorlage des Ministeriums für Bildung und Kultur i.S. Zuwendung für die Eutiner Festspiele (Titel 0740-684 38 MG 10)**

Sehr geehrte Frau Vorsitzende, sehr geehrter Herr Vorsitzender,

anliegend übersende ich Ihnen die Vorlage des Ministeriums für Bildung und Kultur i.S. Zuwendung für die Eutiner Festspiele (Titel 0740-684 38 MG 10) mit der Bitte um Zustimmung.

Mit freundlichen Grüßen

gez.  
Dr. Olaf Bastian

Anlage



Staatssekretär

Ministerium für Bildung und Kultur |  
Postfach 7124 | 24171 Kiel

An die  
Vorsitzende  
des Bildungsausschusses  
des Schleswig-Holsteinischen Landtages  
Frau Susanne Herold, MdL  
Landeshaus

24105 Kiel

An den  
Vorsitzenden  
des Finanzausschusses  
des Schleswig-Holsteinischen Landtages  
Herrn Peter Sönnichsen, MdL  
Landeshaus

24105 Kiel

über das  
Finanzministerium des  
Landes Schleswig-Holstein  
- VI 22 -  
Düsternbrooker Weg 64

24105 Kiel

Kiel, den 24.02.2011

**Ausführung des Haushalts 2011**  
**hier: Inanspruchnahme der Mittel aus Titel 0740 – 684 38 (MG 10)**  
**Zuwendungen an die Eutiner Festspiele**

Sehr geehrte Frau Vorsitzende,  
sehr geehrter Herr Vorsitzender,

nach dem Haushaltsplan für 2011/2012 ist die Inanspruchnahme der veranschlagten Haushaltsmittel in Höhe von 80.000 € für die Eutiner Festspiele an die Zustimmung des Bildungs- und Finanzausschusses gebunden.

Wie Sie über die Medien verfolgen konnten, mussten die Eutiner Festspiele Ende letzten Jahres Insolvenz anmelden. Hintergrund hierfür sind insbesondere zwei Fehlentwicklungen:

Zum einen mangelte es an einem professionellen Marketing. Weder vor Ort, noch in den touristisch belebten Bäder- und Kurorten oder auf einschlägigen Touristikmessen wurde für die Festspiele geworben. Daher fehlten beispielsweise Busreiseangebote für operninteressierte Touristen, die in früheren Jahren mehrere Tausend Besucher ausmachten. Insgesamt führte dies zu einem erheblichen Besucherverlust. Die Auslastung lag 2010 bei unter 50 %, im Wirtschaftsplan war von einer Auslastung von 65 % ausgegangen worden, was zu entsprechenden Mindereinnahmen führte.

Des Weiteren fehlte es an einem professionellen Controlling. So wurden Vorverkaufseinnahmen von rund 300.000 € für die Spielzeit 2010 wegen der Liquiditätsengpässe bereits 2009 verausgabt. Sie wurden jedoch erneut in den Wirtschaftsplan 2010 als Einnahme eingestellt. Bemerkte wurde dies erst zum Ende des Wirtschaftsjahres 2010, als im Zusammenhang mit der Zahlungsunfähigkeit der Festspiele ein Defizit in Höhe von über 300.000 € errechnet wurde. Nachdem die Zuwendungsgeber Stadt und Land bereits in den Vorjahren durch überplanmäßige Zuschüsse eine Zahlungsunfähigkeit abgewendet hatten - das Land hatte 2009 zusätzlich zum regulären Betriebskostenzuschuss von 55.400 € weitere 135.000 € bereitgestellt - , bestand Ende 2010 bei allen öffentlichen Zuschussgebern keine Bereitschaft mehr, erneut zusätzliche Mittel zur Verfügung zu stellen.

Fazit: Den Festspielen mangelte es nicht an künstlerischer Überzeugungskraft aber an professionellem Management.

Die Wirtschaftsvereinigung Eutin (WVE), deren Mitglieder ein erhebliches kulturelles und auch wirtschaftliches Interesse an einer Fortführung der Eutiner Festspiele haben, hat nun die alleinige Trägerschaft für eine neue, gemeinnützige Eutiner Festspiele GmbH übernommen. In einem umfangreichen Gesamtkonzept wird als ein wichtiger Baustein ein neues, professionelles Marketingkonzept vorgestellt, das zunächst ehrenamtlich von der Projektmanagerin des „Immenhofes“, Katharina Berges, umgesetzt werden soll. Für die kaufmännische Geschäftsführung steht Marcus Gutzeit, Betreiber des Eutiner Brauhauses, zur Verfügung. Künstlerisch wird mit der Musikhochschule der Partnerstadt Eutins, Lawrence/Kansas, kooperiert, was gemäß Planung zu erheblichen Kosteneinsparungen führen soll. Prof. David Neely obliegt die künstlerische Gesamtverantwortung, unterstützt wird er von Jörg Fallheier, der als Opernregisseur und früherer Intendant in Eutin bekannt ist. Orchester und Solisten aus Lawrence sind bereit, gegen Reisekosten und unentgeltliche Unterbringung zwei Opern aufzuführen: Humperdincks „Hänsel und Gretel“ und Mozarts „Don Giovanni“ stehen neben der Kinderoper „Die Zauberflöte“ auf dem Spielplan. Eine Zusammenarbeit mit den Lübecker Philharmonikern unter der Leitung von Generalmusikdirektor Brogli-Sacher ist für die Gala-Abende vorgesehen, die Musikhochschule Lübeck ist Partner bei der Kinderoper.

Dieses Konzept führt gegenüber den vorausgegangenen Spielzeiten zu Einsparungen in Höhe von rund 770.000 €. Die Gesamtkosten sind mit 903.186 € kalkuliert (WP 2010: 1.671.000 €), wobei Investitionen in Höhe von 70.000 € hinzukommen, über deren Finanzierung erst am Ende der Spielzeit entschieden wird. Die Auslastung ist vorsichtig mit 40 % kalkuliert. Neben daraus prognostizierten Eintrittseinnahmen von rund 610.000 € (WP 2010: 1.127.000 €) bringt die WVE als Stammkapital und Liquiditätshilfe insgesamt

155.000 € ein. 130.000 € Liquiditätshilfe sollen bei Erzielung eines positiven Ergebnisses zurückgezahlt werden. Des Weiteren sind 100.000 € Sponsorengelder und 20.000 € Spenden des Fördervereins im Wirtschaftsplan eingestellt. Von den öffentlichen Zuwendungsgebern werden 75.000 € von der Stadt Eutin, 30.000 € vom Kreis Ostholstein und 80.000 € Seitens des Landes beantragt. Ohne diese öffentliche Förderung ist gemäß Wirtschafts- und Liquiditätsplan die Durchführung der Festspiele nicht möglich.

Aufgrund der vorstehenden Ausführungen bitte ich einer Inanspruchnahme der Haushaltsmittel bei Titel 0740 – 684 38 (MG 10) in Höhe von 80.000 € im Haushaltsjahr 2011 zuzustimmen.

Mit freundlichen Grüßen

gez.  
Eckhard Zirkmann

**Anlage:**  
Gesamtkonzept Eutiner Festspiele



# GESAMTKONZEPT EUTINER FESTSPIELE

Künstlerisches Konzept  
Wirtschaftskonzept  
Marketing- und Pr- Konzept

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.



# Eutiner Festspiele

## Marketing Konzept

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

## Marketing und PR

### 1. Gesamtkonzeption

#### 1.1. Merkmale

Situationsbeschreibung

- Bekannt
- Etablierte historische / kulturelle Einrichtung
- 60 jährige Tradition, musikalisches Erbe
- Carl- Maria von Weber
- Charme
- Kleinod
- Romantik
- Einzigartige Stadtkulisse
- Kultursommer
- Waldbühne
- Hervorragende Bedeutung für Kultur der Holsteinischen Schweiz
- Herausragende Bedeutung für Tourismus der Holsteinischen Schweiz
- Mixkonzept möglich aufgrund der unterschiedlichen kulturellen und touristischen Einrichtungen und Angebote
- Internationaler kultureller Austausch
- Verständigung durch Musik
- Solidarität
- Exponierte landschaftliche Lage
- Naturerlebniseinrichtung
- Aufbau auf die Historie – Story: „telling a story“, für das Marketingkonzept
- Wohlühlcharakter
- Junge Zielgruppe kennt die Festspiele teilweise nicht mehr
- Große Konkurrenz im gesamten Land
- Alleinstellungsmerkmale vorhanden: einzige Freilichtbühne mit Klassik- Programm.



### 2. Alleinstellungsmerkmale

**Natur und Kultur**, das ist das Charakteristikum der Holsteinischen Schweiz. Eine Hauptrolle spielen dabei die Eutiner Festspiele mit **ihrer 60 jährigen Tradition**. Zu Füßen des Eutiner Schlosses gelegen, finden sie auf einer **einzigartigen**

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

**Freilichtbühne**, die ihres gleichen in Deutschland sucht, statt. Die Freilichtoper im alten englischen Schlossgarten strahlt weit über die Grenzen der Region hinaus. Die Festspiele hatten bereits spektakuläre Erfolge, bis zu 40.000 jährliche Besucher waren begeistert vom Charme der Opernreihe. Damit zählt die etablierte Ausstellungsreihe zu den schönsten Opernfreilichtveranstaltungen in Deutschland. Die Festspiele positionieren sich gegenüber anderen Veranstaltungsreihen durch die einmalige räumliche und kulturelle Situation Eutins. Die Seelage und Waldbühne sind eine hervorragende Kulisse für die Aufführungen romantischer klassischer Musik. Das gut erhaltene historische Stadtbild Eutins mit den Backsteinbauten, die durchaus bedeutende Stadtgeschichte vermitteln Musiker und Besucher einen Eindruck vergangener Zeiten, in denen viele der aufgeführten Werke entstanden sind. Die Musik Webers wird am Entstehungsort aufgeführt, authentischer geht es nicht. Als Kleinod stehen die Stadt und ihr heutiges kulturelles Leben den Gästen zur Verfügung und schaffen einen einzigartigen Aufenthaltswert. Die Einbindung der Bevölkerung, städtischer Aktivitäten, kultureller Einrichtungen und der Region transportieren die Festspielreihe in die Moderne, was durch den internationalen Musikaustausch noch gefördert wird.



Durch die Einbeziehung der wunderschönen Schlossanlagen, der speziellen historischen Musikkultur Eutins und der Musik Carl Maria von Webers, einem Sohn der Stadt, und des persönlichen engagierten Einsatzes der Gastgeber und Förderer sind und werden die Festspiele zu einem bedeutenden Treffpunkt für Musikliebhaber. Die Ausrichtung des künstlerischen Programms mit Werken wie die Oper Hänsel und Gretel und erstmalig die“ Eutin Night oft he Proms „sollen jüngere Gäste ansprechen und als Zielpublikum binden.

### 3. Zielgruppen

Kernzielgruppen:

- Eutiner Festspielfans, große Adressdatei vorhanden
  - Kulturbegeisterte
  - Musikliebhaber
  - Klassikfreunde
  - Naturfreunde
- generationsübergreifend:
- Best Ager
  - Familien mit Kindern und Großeltern
  - junges Publikum
- Topographisch:
- Regional verbundene Besucher



# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

- Touristen
- Tagesgäste
- neue Festspiel- bzw. Opernfans national

Nebenzielgruppen:

- Paare, die Ruhe und Erholung suchen
- Gäste in Verbindung mit Veranstaltungsbuchungen und Reiseveranstaltern

## 4. Gesamtplanung

### 4.1. Emotionale Beschreibung für CI und CD:

- Musiklandschaft
- Klangwelten
- Opern-Klassik auf hohem Niveau und in freier Natur
- Natur, Wald, See und Landschaft
- Eutiner Schloßpark und Schloß
- Mensch und Musik
- Mensch und Humanität, Romantik
- Familie
- Sommer
- Ferien
- Herz und Herzlichkeit
- Seele und Menschsein, Ferien mit Seele, Sehnsucht
- Authentizität und Identität
- Gemeinsamkeit
- Verlässlich, beständig, solide
- Liebenswert
- Nach den Sternen greifen und auf dem Boden bleiben



### 4.2. Marketingphase Schritt 1/ 2011

#### Erstellung eines Zeitplans für die Ausarbeitung und Umsetzung des Marketing- und Pressebereiches

Die Marketingkonzeption wird von zwei renommierten Agenturen überprüft und besonders unterstützt in Hinblick auf Markenrechte und -pflege und deren Vermarktung. Diese Arbeit wird von den Agenturen EsKom Partner GmbH aus Hamburg und B. O. Brand Box aus Aschaffenburg kostenfrei geleistet.

Die Analyse der vergangenen Jahre weist eine unkoordinierte PR- und Marketingarbeit auf. Wichtige Maßnahmen für die Finanzierung wie die Mittelbeschaffung durch Kartenvorverkauf durch Mitnahme und direkte Ansprache der vorhandenen Besucher und Sponsoren durch Direktmailings wurde nicht mehr durchgeführt. Es gab keine detaillierten Sponsorenpakete.

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

## 4.2.1. Corporate Identity Erstellung/ Markenbildung

Das Corporate Identity

- beschreibt die Sprachwelt und interne und externe Kommunikation des Konzeptes, wie zum Beispiel intern Schulung der Mitarbeiter und extern die Pressekommunikation.
- beinhaltet die Markenbildung. Alles läuft unter der Dachmarke **Eutiner Festspiele**
- Musikerlebnis
- Oper
- Themen rund um die Oper
- Kultur in der Holsteinischen Schweiz
- Sommer- Orchesterinstitut
- Kinder und Musik, Kindermusikschule
- Kulturelles Rahmenprogramm in Eutin und der Region
- Kultursommer
- Gesellschaftliches Ereignis
- Picknick im Schloßpark



## 4.2.2. Corporate Design

- Das Corporate Design umfaßt das Designkonzept, welches sich durchzieht von Einpassung in die Landschaft, Wahrung der Landschaft und der Parkanlage,
- Später in der verbesserten Sichtbarmachung des Sees, Transparenz zum Wasser,
- in der **Einrichtung und Ausstattung** der Anlagen des Kulturbetriebs mit entsprechender Farbgebung, festlichem Ambiente, ausgewählten Einzelstücken, Liebe zum Detail in der Dekoration,
- die sich auch in der Gestaltung der **Printmedien und Homepage**
- und den Entwürfen von ersten **Merchandising- Produkten** wiederfindet.
- **Logoentwicklung**, im Logo muss die Geschichte auf Anhieb zu erkennen sein. Das Logo sollte sich auf die Alleinstellungsmerkmale beziehen. Ein Logo, Symbol ist sehr gut aus dem Luftbild der Anlage zu entwickeln.
- **Farbkatalog**, die Farbwelt spiegelt sich nicht nur im Design, Gestaltung der Printmedien und in der Homepage wider, sondern kennzeichnet auch verschiedene Themen-Bereiche wie Ausschilderung des Geländes, ... Grün, Blau stehen für die Natur, rot für die Backsteinbauten Eutins. Rot und Blau sind zudem die oldenburgischen, Rot, Blau und Weiß die SH- Farben.
- **Schrifttypologie**
- **Internetauftritt**: Gestaltung und inhaltliche Besetzung wie allgemeine Informationen zur Geschichte, des Konzeptes, Übersicht des Programms, Reservierungssysteme, Vorstellung der räumlichen Verhältnisse, der Sonderveranstaltungen und des

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

- Rahmenprogramms, der Charityaktionen, Schriftwechsel, Onlinehandel, Gewinnspielaktionen zur Bekanntmachung...
- **Briefkopf** für Printmedien wie Karten, Flyer, Briefpapier, Mappen, Programme, Stempel
- **Ausschilderung**, Namen für Gebäude und Bezeichnung der Bereiche aus regionalen, ortstypischen Vorlagen
- **Ausschilderung der städtischen Infrastruktur**
- **Einheitliches CD** für alle Printmittel der verschiedenen operativen Bereiche
- **Einheitliche Gestaltung externer Auftritte und Messeteilnahmen**
- **Etiketten und Aufkleber**
- **Newsletter**

## 4.2.3. Akquisition Partnerschaften

Die Zusammenarbeit der Eutiner Festspiele soll auf verschiedenen inhaltlichen Ebenen erfolgen. Dazu zählen Kooperationen in den Bereichen Medien, Sponsoring, Vertrieb und Projekt sowie Multiplikatoren durch Politik, Förderer, Freundeskreis.

## PR- und Medienkooperationen

Die PR- Arbeit umfaßt viele verschiedene Bereiche, die für dieses umfangreiche Projekt differenziert werden müssen:

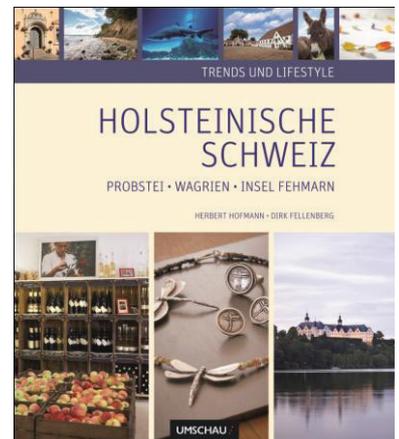
PR auf den Sektoren:

- Tagespresse, regional und national
- Später durch die Fehmarn- Belt Anbindung auch Medienansprache in Dänemark
- Wochen-, Fachzeitungen
- TV- und Radiomedien
- Zeitschriften und Magazine, Verlage
- Online
- Freie Journalisten und Fotografen

Bereiche:

- Musik
- Kultur und Kunst
- Politik und Wirtschaft
- Tourismus
- Veranstaltungen
- Hamburg, Lübeck, Kiel, Lifestyle
- Ländlicher Raum, Jagd, Landwirtschaft, Natur, Naturschutz

Durch die Einbindung von Partnern können kostengünstige Publikationen wie 12 seitige Beilagen in der Welt am Sonntag, im SHZ- Verlag und in den Lübecker Nachrichten durchgeführt werden.



# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

## Akquisition Sponsoring und öffentliche Mittel

Das Sponsoring richtet sich an die Wirtschaft und Banken der Region und in Norddeutschland, kulturelle Stiftungen, sowie an Musik- und Opernliebhaber. Langfristig soll durch Gewährleistung der Künstlerischen Qualität auf nationaler Ebene Sponsoring stattfinden. Öffentliche Mittelgeber sind Stadt, Landkreis, Land und Stiftungen, sowie Einrichtungen wie die Aktivregion und kulturelle Förderprogramme ( General Patton- Stiftung, ... )

Die Mitteleinwerbung erfolgt individuell durch Erstellung von Leistungspakete durch die Eutiner Festspiele und eines fundierten künstlerischen und wirtschaftlichen Konzeptes.

Detaillierte Ausführungen sind in den Anschreiben ersichtlich.

## Vertrieb- und Projektpartnerschaften

Auf verschiedenen Ebenen finden Vernetzungen statt:

Mit anderen kulturellen Institutionen grundsätzlich wie Musik-Einrichtungen, Musikhochschulen, Musikverbände, Opernhäuser, Theaterbetriebe

- Internationaler Austausch und Unterstützung durch die Partnerstadt Lawrence in Kansas, USA und der dortigen Musikhochschule
- Kooperation mit der Musikhochschule Lübeck

Vernetzung in der Vermarktung mit

- anderen kulturellen Einrichtungen und Leuchttürmen der Region:
  - Eutiner Schloß, Plöner Schloß, regionale Gutsanlagen
  - Schleswig- Holstein- Musikfestival
  - Gut Immenhof
- Tourismusverbänden:
  - Zweckverband Holsteinische Schweiz
  - Touristinfos Eutin, Malente und Plön
  - Ostseebäder
  - Tash
  - Reiseveranstalter
- Regionaler und nationaler Wirtschaft. Das Kooperationsmodell Eutiner Festspiele dient als vorbildliches Modell für die Verzahnung von Tourismus u, Kultur und Wirtschaft. Der Verlust an Kaufkraft in der Region wird mit 2- 3 Millionen Euro bewertet.
  - Dehoga
  - IHK Lübeck, veranstaltet eine Benefizkonzert zugunsten der Festspiele
  - Famila Kiel als Mitglied der WVE ( 1. Familamarkt bundesweit wurde in Eutin gegründet )
  - Einzelunternehmen
- 



# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

- Kooperationspartner für das Crossmarketing: Co-Branding mit anderen Marken und Herstellern.

## Multiplikatoren aus Politik, Förderer und Freundeskreis

Wichtig sind die Einbindung von Multiplikatoren in der unmittelbaren Nachbarschaft, Politik auf städtischer, regionaler und landesweiter Ebene und dem bestehenden Freundeskreis der Eutiner Festspiele. Durch Informationsveranstaltungen und Einladungen zu Kaminabenden, Orchesterproben und kleinen Aufführungen sollen diese Unterstützer gewonnen werden. Der Freundeskreis kann in konkrete Hilfe-Maßnahmen eingebunden werden.

## Maßnahmen

- Erstellung von Projekt- und Imagemappen für Kooperationspartner

Die Mappen informieren die verschiedenen Multiplikatoren und dienen der Akquisition.

- Gemeinsamer Vertrieb und Aktionen durch die Partnerschaften beinhalten:
  - gemeinschaftliche Druckmittel wie mit Famila Kiel, deren Veranstaltungsflyer eine Auflage von 2 Millionen Exemplaren hat.
  - Publikationen
  - Teilnahme an Werbeaktionen wie Sonderbeilage in der
  - Messeauftritte in: Tagespresse
    - Reisemesse Kiel
    - Grüne Woche Berlin
    - Reisemesse in Hamburg
  - nationale Werbung in Medien
  - Verlinkungen,...
  - Mailingaktionen

## 4.3. Marketingphase Schritt 2

### Konkrete Umsetzung und Vertrieb

#### 4.3.1. Erstellung von Druckmitteln

(Siehe Auflistung der Marketingkosten )

- **Imagebroschüre**, 8 Seiten
- **Festspielflyer**

Für die verschiedenen Bereiche und Zielgruppen werden entsprechende Flyer ausgearbeitet. Flyer für die verschiedenen Aufführungen, Infos Besucher, Packages,

- **Akquisitionsmappen**
- Festspielprogramme
- Programmhefte, Spielplan
- Eintrittskarten

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

## 4.3.2. Kartenverkauf

Erstellung von **Buchungspaketen** für erste Werbemaßnahmen. Der Kartenvorverkauf ist durch Direktmailings der vorhandenen 20.000 Besucher großen Adressendatei anzuschieben. Dies erfolgte in den vergangenen Jahren nicht mehr, so daß bis Ende März nur 1500 Kartenbestellungen vorlagen.

Die **Produktpolitik** wird geprägt sein von Arrangements (Festspielfans, Musikliebhaber, Familien, Großeltern mit Enkeln, Paare, Best Ager). Darauf basiert das zielgruppenorientierte Marketing. Die Preispolitik wird sich im mittleren und gehobenen Bereich ansiedeln. Das Preisniveau muss keine Vorselektion der Gäste zulassen. Grundsätzlich wird nicht über Preisaktionen vermarktet, sondern über Mehrwertpakete. Mit Preisaktionen wird nur in ausgewählten Vertriebskanälen gezielt gearbeitet werden, die die Standardvertriebskanäle nicht kannelalisieren.

Die Kommunikationspolitik wird in den Stichworten authentisch, anspruchsvoll, „Kultur nach Schleswig- holsteinischer- Art“, dezent sein und sich an den Motiven der Zielgruppen ausrichten. Entsprechend sind die werblichen Aktivitäten aufzubauen, die zu gegebener Zeit von der künstlerischen Leitung bezüglich der Standards zu entwickeln sind. Wesentlicher Inhalt des Marketingplans sind die Zielgruppenarrangements zur Auslastungssteigerung. Der Kartenvorkauf wird grundsätzlich zwar als spät, jedoch noch rechtzeitig bewertet. Der Verkauf kann erst nach Gründung der neuen FestspielGmbH ( voraussichtlich 7.02.2011 ) und Mittelzusagen bzw. sichergestellter Finanzierung erfolgen. Im Vergleich zum Vorjahr waren die Monate Januar bis März 2010 sehr schwach, der Kartenvorverkauf bewegte sich Ende März lediglich unter 30 %.

Der Karten- Vorverkauf erfolgt durch

- Zielgruppenorientiertes Mailing auf Basis der vorhandenen Besucherdatei
- Online Buchungssystem auf eigener Homepage
- Vorverkauf **durch Agenturen wie Eventim:**  
Eventim hat zugesagt, als Kooperationspartner eine Marketingdienstleistung für den Kartenvertrieb im Vorverkauf in Höhe von 40.000 € zur Verfügung zu stellen, siehe Anlage.
- Vorverkauf durch Touristinfos in der Region und Ostseebäder und Geschäftsstellen der Lübecker Nachrichten
- Mailings mit Reiseveranstaltern
- Sonderbeilage Welt am Sonntag durch Kooperation Gut

Immenhof

- Verlosungskationen

## 4.3.3. PR- Maßnahmen

- Aufbau eines Presseverteilers für Tagespresse lokal, regional, national
- Aufbau von Standardpresseinformationen
- Einbindung Presse lokal, regional und national durch Pm und Pressekonferenzen
- PR-Aktionen
- Begleitende PR

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

- NDR
- Pressereisen nach Eutin organisieren
- Redaktionelle Beiträge und Publikationen, ausgesuchte Magazine, Verlage und Musikpublikationen, Radio und TV
- Publikationen in Fachzeitschriften
- Fernsehpräsenz erzeugen
- Bei den unterschiedlichen Veranstaltungen Charity Projekte und Veranstaltungen aus der Region mit unterstützen durch Musikalische Auftritte
- Musikalische Vorstellung der Eutiner Festspiele bei den Kooperationspartnern wie Auftritte in den Ostseebädern
- Anzeigenkonzept

## 4.3.4. Rahmenprogrammkonzept

Das Rahmenprogramm soll die Festspiele begleiten und die Attraktivität der Operaufführungen steigern, um so größere Zielgruppen anzusprechen. Es soll verschiedene, zumeist jährlich wiederkehrende Events umfassen:

- Einbindung in Stadt-Führungen, Touren
- Picknick im Park, Galaessen
- Mittsommernachtsfest, Lampionsfest mit Einbindung des Sees,
- Kunst, Kultur und Wissenschaft
- Konzertreihe im Schloß
- Veranstaltungen um das Thema Kulturerbe, Freundeskreis,
- Koppelung an das Veranstaltungskonzept von Eutin
- Kinderfest, Entwicklung eines Kinderklubs, Charity-Veranstaltungen mit Schirmherrschaft: Kinder und Musik, Kinder und Erholung, Kinder und Ferien,
- Packages für Gäste mit organisiertem Aufenthaltsprogramm, dadurch Stärkung von Touristik, Museen und Unternehmen vor Ort.

Kleine Events als Kundenbindende Maßnahmen wie Auftritte in der touristischen Region entlang der Ostsee, Ausflüge an Kulturorte als Reminiszenzen zu Weber,... Lesungen, Gast- Aufführung in der Winterzeit, Weihnachtsgeschichte

## 4.4. Marketingphase Schritt 3

### 4.4.1. Mailing und Pflege Kundendatei

Durch Mailingaktionen über Internet und Direktmailings per Post ganzjährig werden Kunden informiert über Paketangebote und Veranstaltungen. Dreimonatiger Newsletter, Entwicklung und Erweiterung einer Kundendatei.

### 4.4.2. Akquisition und Pflege von Homepage und Printmedien

- Mappen für Sponsoren, Image und Konzept
- Aktualisierung Spielplan
- Aktualisierung und Erweiterung Homepage

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

- Flyererneuerung
- Akquisitionsunterlagen Veranstaltungen
- Anzeigengestaltung

## 4.4.4. Bildarchivierung

Erstellung eines Bildarchivs

## 4.4.5. Archivierung Gegenstände, Museum

## 4.4.6. Entwicklung der ersten Merchandisingprodukte

Zu den ersten Merchandisingartikeln zählen:

- Bücher, Kalender, Postkarten, Autogrammkarten
- Musik- CDs
- Regencapes
- Sitzkissen
- Schirme
- Kleinigkeiten zum Mitnehmen
- Außergewöhnliches aus Eutin
- Werbemittel: Kugelschreiber, Blöcke, Brillenputztuch, Bleistifte

## Start

- So schnell es geht, erste Veranstaltungen im kleineren und größeren Rahmen durchführen, darf ruhig den Charme von noch nicht fertig haben – Motto „Wir sind wieder da“
- Aufgrund der Kürze der Zeit bewußt Direktmarketing und bekannte Zielgruppen ansprechen. Neukunden sind nur durch langfristige Maßnahmen zu gewinnen.
- Direktmailing mit Spileplan der vorhandenen Adressdatei durch die Eutiner Stadtwerke
- Hierzu möglichst alle „VIPs“ aus der Region einladen und wichtige Multiplikatoren, die z. B. zur Einwerbung von Fördermitteln notwendig sind
- Logoentwicklung für Korrespondenzunterlagen und erste Messeauftritte
- Kleine Imagebroschüre erstellen
- Internetpräsenz aufbauen
- Finanzmittelakquisition durch individuelle Sponsorenpakete, Projektbezogene Angebote, Landesmittel:
- wichtig Sponsorenmappe!!
- Kartenvorverkaufsstellen einrichten
- Detaillierte Darstellung des Konzeptes, der Finanzierung und Betriebsstruktur , sowie Sponsoren- Pakete mit genauen Angaben der Leistungen für Sponsoren mit damit verbundenen Zahlungen.

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.



# Eutiner Festspiele

## Künstlerisches Konzept

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

## Künstlerisches Konzept

### 1. Gesamtkonzeption

Zu Füßen des Eutiner Schlosses gelegen, finden die Eutiner Festspiele seit 60 Jahren auf einer **einzigartigen Freilichtbühne**, die ihres gleichen in Deutschland sucht, statt. Die Freilichtoper im alten englischen Schlossgarten strahlt weit über die Grenzen der Region hinaus. Die Festspiele hatten bereits spektakuläre Erfolge, bis zu 40.000 jährliche Besucher (bis 2007) waren begeistert vom Charme der Opernreihe. Damit zählt die etablierte Ausstellungsreihe zu den schönsten Opernfreilichtveranstaltungen in Deutschland.

Die Festspiele positionieren sich gegenüber anderen Veranstaltungsreihen durch die einmalige räumliche und kulturelle Situation Eutins. Einerseits verknüpfen sich die herrliche Lage am See und die Waldbühne zu einer hervorragenden Kulisse für die Aufführungen romantischer klassischer Musik. Eutin als Geburtsstadt Carl Maria von Webers mit den historischen Backsteinbauten, die durchaus bedeutende Stadtgeschichte lassen die Besucher einen Widerhall vergangener Zeiten erahnen, in denen viele der aufgeführten Werke entstanden sind.

Andererseits schlagen die Festspiele den Weg in die Moderne ein durch die aktive Einbindung der Bevölkerung, der Region und anderer kultureller Einrichtungen. Neu im Portfolio sind Musicalabende und erstmalig 2011 eine lebendige Eutin Night of the Proms. Das neue Konzept steht vorbildlich für die Verknüpfung von Kultur, Touristik und Wirtschaft, verbunden mit einem internationalen Kulturaustausch.

Die kulturelle und auch wirtschaftliche Bedeutung lassen es deswegen nicht zu, daß diese Traditionsreihe nach über 60 Jahren unterbrochen wird. Durch Einsatz vereinter Kräfte sollen die Festspiele nun für die kommende Saison und darüber hinaus fortbestehen. **Solidarität mit den Festspielen**, das ist das **Motto**, unter dem das neue tragfähige Festspielkonzept steht. Die wirtschaftlichen Leistungsträger der Festspielstadt Eutin, die WVE, und ein engagiertes Festspiel-Team sind professionelle und nachhaltige Organisationsgaranten.

Durch die Einbeziehung der wunderschönen Schlossanlagen, der speziellen historischen Musikkultur Eutins und der Musik Carl Maria von Webers und des persönlichen engagierten Einsatzes der Gastgeber und Förderer sind und werden die Festspiele zu einem bedeutenden Treffpunkt für Musikliebhaber. Die Ausrichtung des künstlerischen Programms mit Werken wie die Oper Hänsel und Gretel sollen jüngere Gäste ansprechen und als Zielpublikum binden. Das ausgewählte Programm 2011 umfaßt eine



# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

Mozart-Oper, große Klassiker wie Hänsel und Gretel, Musical-Highlights, George Gershwin-Songs und erstmals eine spannende „Eutin Night of the Proms“.

Der Spielplan ist im Anhang aufgeführt.

Das langfristige Ziel der Festspiele Eutin muß sein, die Zuschauerzahlen der Jahre bis 2007 wieder zu erreichen. In den erfolgreichen Jahren wurden drei Premieren angeboten, 2 Opern und eine Operette. In den folgenden Jahren ergänzte eine Kinderoper das Programm.

Der neue Start auf dem „Grünen Hügel“ im Schlossgarten wird durch eine Zusammenarbeit mit dem renommierten Symphonie-Orchester der amerikanischen Partnerstadt Lawrence (Kansas) und der Musikhochschule Lübeck ermöglicht. Für die Spielzeit 2011 wurde eine Kooperation mit der Kansas University (KU) in Lawrence aufgebaut. Lawrence ist Partnerstadt von Eutin. Das KU Symphonie Orchestra wird sämtliche Opernaufführungen spielen und mit „Hänsel und Gretel“ kann sogar eine komplette Opernproduktion unter der Leitung des Dirigenten David Neely übernommen werden.



## Zu den Künstlern

Prof. David Neely, Direktor des Orchesterbereiches an der Universität Kansas, ist ein Dirigent mit großer Orchestererfahrung, der sowohl im sinfonischen, als auch im Opernfach zu Hause ist.

In Eutin wird „Don Giovanni“ mit Sängern, die in Deutschland arbeiten, inszeniert werden. Als Dirigent konnte Rudolf Piehlmayer gewonnen werden, der in den letzten Jahren auch das Gewandhausorchester Leipzig dirigiert hat und nach den Festspielen in Oslo arbeiten wird.

Weiterhin wird das Phil. Orchester der Stadt Lübeck unter seinem Chefdirigenten GMD Roman Brogli-Sacher die Galaabende übernehmen. Beide Dirigenten haben bereits in Eutin gearbeitet und sind an einem Fortbestand der Festspiele interessiert. Sie denken über eine langfristige Zusammenarbeit nach.

Klaus Zimmermann, der die Beleuchtungsabteilung des Staatstheaters Stuttgart geleitet hat, wird den gesamten technischen Bereich übernehmen, Ursula Wanderess die künstlerische Ausstattung (Bühnenbild und Kostüm); beide ebenfalls mit Eutin-Erfahrung.

Die neue Festspiel GmbH verzichtet bewußt auf einen Intendanten, um in der jetzt wichtigen Aufbauzeit die Aufgaben auf verschiedene Schultern zu verteilen.

Alle Beteiligten wollen für die Festspiele eine positive Zukunft ermöglichen und werden alles, was in ihrer Macht steht, für den Neuanfang einbringen.

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

## Ausblick

In der Spielzeit **2012** soll wieder eine Produktion aus Kansas übernommen, weiterhin eine Oper vor Ort und ein Musical produziert werden. Mit dem Musical können neue Publikumsschichten gewonnen werden. Die Kinderoper und Galaabende runden den Spielplan für ein anspruchsvolles Musikpublikum ab.

Es werden daher in Zukunft die jeweiligen Regisseure für die einzelnen Produktionen in Eutin zu engagieren sein.

Weiterhin wird eine Zusammenarbeit mit dem Schleswig- Holstein Musikfestival, dem Kultursommer, angestrebt.

Ein künstlerischer Beirat soll die Sicherstellung der Festspiel- Qualitäten gewährleisten.

## Vorteile der internationalen Zusammenarbeit sind:

- Gründung eines Orchesterinstituts während für die Dauer der Spielzeit in Eutin, die Teilnahme ist für Musik- Studenten möglich
- Zusammenarbeit mit der Musikhochschule Lübeck
- Kooperation mit der Musikhochschule der KU
- Mixkonzept möglich aufgrund der unterschiedlichen kulturellen und touristischen Einrichtungen und Angebote
- Internationaler kultureller Austausch
- Verständigung durch Musik
- Solidaritätsgedanke



# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

## 2. Lebensläufe

### Mitwirkende aus den USA

**David Neely** 47 Jahre alt, ist ein renommierter Dirigent, der sowohl im sinfonischen, als auch im Opernfach zu Hause ist. Nach dem Studium in den Vereinigten Staaten (Klavier und Dirigieren an der Indiana Universität in Bloomington sowie am Cincinnati Konservatorium) arbeitete der Amerikaner vor allem auch in Deutschland mit zahlreichen Orchestern zusammen und dirigierte in den Opernhäusern in Bonn, Dortmund, Saarbrücken, Coburg, Halle, Bielefeld, Kaiserslautern. Über 400 Vorstellungen in über 50 Opernproduktionen führten ihn aber auch in die Schweiz, nach Österreich und Malaysia. Auch als Dirigent von Ballett-Produktionen machte er sich einen Namen. 2010 dirigierte er beim *Des Moines Metro Opera-Festival*, wo er seit 2003 Opernproduktionen sowie das Sängereinstitut leitete, Mozarts *Figaro* und Verdis *Macbeth*. Er tritt regelmäßig als Dirigent der Sarasota-Opera (Florida) auf, wo er *Die Fledermaus*, *Halka*, *La Rondine* und *L'amico Fritz* aufgeführt hat. In den kommenden Monaten wird er in Sarasota eine Produktion der Oper *Die Hexenjagd* sowie in Des Moines *La Bohème* und *Die letzte am Schaffott* leiten. Einen weiteren Schwerpunkt nimmt David Neely's Hochschultätigkeit ein. 2001-2007 war er Musikdirektor der Opernabteilung an der Universität von Texas in Austin. Als Professor an der Universität Kansas in Lawrence ist er seit 2007 Direktor des gesamten Orchesterbereichs.

Die Sopranistin **Amy Cahill** studiert als Stipendiatin im letzten Studienjahr Gesang bei der renommierten Mezzo-Sopranistin Joyce Castle an der University Kansas. Seit Herbst 2009 ist sie an der Lyric Opera of Kansas City engagiert, wo sie die Rollen der Frasquita in *Carmen* sowie Gräfin Ceprano in *Rigoletto* gesungen hat. Kürzlich erhielt Amy Cahill den Kaplan Preis der Kansas City Opera. Bei verschiedenen Sommerfestivals sowie Hochschulproduktionen hat sie Partien in Opern, Operetten und Musicals gesungen, u. a. Anne Trulove in Strawinskys *The Rake's Progress*, Romilda in *Serse*, Yum-Yum in *The Mikado*, Rose Muarrant in Weills *Street Scene*, Sarah Brown in *Guys and Dolls* und Luisa in *The Fantasticks*.

Sopranistin und KU Stipendiatin **Kristian Bucy** stammt aus Montana und studierte an der University Idaho. Seit einem Jahr ist sie ihr Master-Studierende bei Joyce Castle an der University of Kansas. Kürzlich nahm sie mit dem renommierten Liedbegleiter John Wustman an einer Schubertiade der KU School of Music teil. Im April wird sie an der KU die Rolle der Mutter in *Hänsel und Gretel* singen. Rollen in letzter Zeit waren Rosalinde in *Die Fledermaus*, Nella in *Gianni Schicchi* und Mutter Gans in Stravinskys *The Rake's Progress*. Sie ist dreifache Preisträgerin der National Association of Teachers of Singing, und sie hat am Coeur D'Alene Young Artists Wettbewerb teilgenommen.

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

**Dr. Robert Walzel** ist Dekan an der Hochschule für Musik der Universität von Kansas, davor Direktor der Musikhochschulen der Universität von Utah und der Sam Houston State University. Als aktiver Solist und Kammermusiker trat er in zahlreichen Ensembles auf, u. a. im Ensemble of Santa Fe, Dallas String Quartett, Texas Clarinet Consort, Intermezzo, Clear Lake Chamber Music Society und in der Society for the Performing Arts in Houston. Seine künstlerische Tätigkeit als Klarinettist und Saxofonist umfasste bereits Auftritte mit bedeutenden Symphonieorchestern bis hin zu Jazzbands in Europa, Asien, Afrika und Mittelamerika. Gemeinsam mit Pianisten Steven Glaser ist er als Künstlerischer Botschafter der United States Information Agency tätig. Zusammen haben sie die CD *Con Fuoco* herausgebracht. Robert Walzel war Organisator des „Clarinet Fest ‘97“ und war zehn Jahre lang Mitglied des Aufsichtsrates des Texas Association of Music Schools.

Geiger **Lukasz Lagun-Kuzminski** war bereits als Jugendlicher Preisträger mehrerer polnischer Wettbewerbe. Seit seinem Debut im Alter von 13 Jahren mit dem Stettiner Philharmonischen Orchester gab er zahlreiche Konzerte in Polen, Kanada, Finland, Italien, Deutschland, Österreich, Dänemark und den Vereinigten Staaten und hatte Fernsehauftritte in Polen und Kanada. An den Musikfesten von Lugano und Usedom nahm er teil. Lukasz Lagun-Kuzminski gewann Sonderpreise bei solch namhaften Violinwettbewerben wie dem Jehudi Menuhin Wettbewerb, dem Wieniawski Wettbewerb in Posen und dem Isla Wettbewerb in Italien. 2007 feierte er sein Debut in der Carnegie Hall. Anschließend machte er eine Konzerttournee durch die USA. Seit 2009 ist er Stipendiat in Geige an der University of Kansas bei Prof. Tami Lee Hughes und Konzertmeister des Kansas University Symphonieorchesters unter der Leitung von David Neely.

Der amerikanische Bariton **Robert McNichols** machte sein professionelles Debüt 2008 an der Lyric Opera of Kansas City mit den Doppelrollen Jim und Daniel in der Uraufführung der Opera *John Brown* von Kurt Mechem. Seitdem sang er Marullo in *Rigoletto*, Masetto in *Don Giovanni*, Bill Bobstay in *H.M.S. Pinafore* und Samuel in *The Pirates of Penzance* ebenfalls an der Lyric Opera of Kansas City. Bei der Southern Illinois Music Festival sang er Belcore in *Der Liebestrank*; den Grafen Almaviva. In *Figaros Hochzeit* sang er bei der Amalfi Küste Musik Festival in Salerno. Zur Zeit macht er sein Doktorstudium bei Prof. John Stephens an der University of Kansas.

Der aus Texas stammende Tenor **Hugo Vera** feierte vor Kurzem sein Debüt der **Metropolitan Opera in New York**. Auch an anderen namhaften Opernhäusern trat er bereits auf, u. a. an der Minnesota Opera, Chautauqua Opera, New York City Opera, Glimmerglass Opera, Sarasota Opera, Opera North, Kansas City Lyric Opera, Nashville Opera, Shreveport Opera, dem Aspen Opera Theater und auf dem Tanglewood Music Festival. An der Avery

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

Fisher Hall an der Lincoln Center sang er kürzlich die nordamerikanische Erstaufführung von Mascagnis *Il piccolo Marat*. Zu seinen Rollen zählen Alfredo in *La Traviata*, Radames in *Aida*, Don Jose in *Carmen*, Linkerton in *Madama Butterfly*, Des Grieux in *Manon*, Hoffmann in *Hoffmanns Erzählungen*, Cavaradossi in *Tosca*, Rodolfo in *La Boheme*, Manrico in *Der Troubadour*, die Titelrolle des *Faust* sowie Raffaele in Verdis *Stiffelio*. Im kommenden Jahr wird er in St. Louis erstmalig den *Werther* singen, und an der Metropolitan Opera die Rolle des Kedrilin aus Janaceks *Aus dem Totenhaus* verkörpern.

Hugo Vera ist ebenfalls als Konzertsänger gefragt, sein Repertoire umfasst Werke wie Verdis Requiem, Schuberts G-dur Messe, Haydns Lord Nelson Mass, Carmina Burana, Elias, Bachs Magnificat und H-moll Messe, und Beethovens Choralfantasie, C-dur Messe, Missa Solemnis und 9. Symphonie.

## Mitwirkende aus Deutschland

**Roman Brogli-Sacher** ist Generalmusikdirektor der Hansestadt Lübeck, ab 2007 zusätzlich Operndirektor. Der 1966 in der Schweiz geborene Dirigent Roman Brogli-Sacher ist seit der Spielzeit 2001 GMD in Lübeck. Zu seinen namhaften Vorgängern zählen u.a. W. Furtwängler, E. Jochum, C.v. Dohnanyi, G. Albrecht und B. Klee. Davor war er von 1997- 2001 1. Kapellmeister und stv. GMD in Halle/Saale. Begonnen hat er 1986 in St.Gallen CH als Soloposaunist des dortigen Sinfonieorchesters aus dem ihn der damalige Chefdirigent John Neschling als sein Assistent heraushob.

Nebst seiner Dirigententätigkeit in St.Gallen war er auch mehrere Jahre als Chef des Tourneetheaters "Stagione d'opera Italiana" in ganz Europa tätig. Studien mit Diplomabschlüssen in Lehramt, Dirigent und als Posaunist führten über die Musikhochschulen von Zürich, Bern, Luzern und Wien. Roman Brogli-Sacher verfügt heute über ein Opernrepertoire von ca. 70 dirigierten Opern.

Auch im Konzertbereich dirigierte er mit ca. 50 Orchestern Weltweit, das übliche Repertoire vom Barock bis in die Moderne. Hierbei setzt er sich besonders für die Zeitgenossen, auch in verschiedenen Uraufführungen, ein. Hervorzuheben sind Orchester wie der Bayerische Rundfunk, Berliner Sinfonie Orchester, Orchester des Teatro Massimo Palermo, Sinfonieorchester Rom, Orchester de la Suisse Romand, Staatsopernorchester Stuttgart und Hannover, das Staatsorchester Porto (Portugal), Sao Paulo (Brasilien), China National Sinfonie Orchestra Peking, National Sinfonie Orchestra Taiwan und Hongkong. Seit 2003 dirigiert Brogli-Sacher regelmässig an der Staatsoper Stuttgart die Zauberflöte, Troubadour, Carmen, Tosca und Butterfly.

Außerdem arbeitet R. Brogli-Sacher gerne mit Jugendorchestern. Darunter sind die Hochschulorchester von Hamburg, Lübeck, Zürich, Wien, sowie das Landesjugendorchester Schleswig-Holstein.

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

**Rudolf Piehlmayer**, in Straubing geboren, studierte Klavier, Klarinette und Dirigieren an der Hochschule für Musik und Theater München. 1986 war er Förderpreisträger des C. M. v. Weber-Wettbewerbes, sowie des Felix Mottl-Wettbewerbes in München, weiters 1987 Preisträger beim "Internationalen Weber-Wettbewerb" für Klarinette in Warschau. Nach einem Stipendium im Orchesterseminar der Deutschen Oper Berlin war er Soloklarinettist der Berliner Symphoniker. In dieser Zeit studierte er bei Prof. Hermann Michael Dirigieren und schloss sein Diplom mit Auszeichnung ab. Im Rahmen der Hochschule nahm er an Meisterkursen bei Leonard Bernstein und Sergiu Celibidache teil.

1991 wurde er als Solorepetitor an das THEATER REGENSBURG engagiert und gab dort sein Operndebüt mit Humperdincks "Hänsel und Gretel". Bald darauf wurde er zum Ersten Kapellmeister und in Folge zum stellvertretenden Generalmusikdirektor ernannt. In der Spielzeit 2001/02 war er 1. Dirigent am Theater St.Gallen/ Schweiz. 1994 wurde ihm der Bayerische Staatsförderpreis verliehen. Von 2002 bis 2009 war Rudolf Piehlmayer Generalmusikdirektor der Stadt Augsburg und Leiter der Sinfoniekonzerte der Augsburger Philharmoniker. Durch die kurzfristige Übernahme der Uraufführung von Gisbert Nächsters "Der kleine Prinz" mit Mario Adorf und dem Orchester der DEUTSCHEN OPER BERLIN wurde er dort zu weiteren Gastdirigaten eingeladen. So leitete er Orffs "Carmina Burana", Mozarts "Zauberflöte", Glucks "Orfeo e Euridice" und Wagners "Der fliegende Holländer".

**Gabriele Pott** ist Chordirektorin bei den Eutiner Festspielen, ist sowohl als Kapellmeisterin wie auch als Pianistin, Liedbegleiterin und Kammermusikerin tätig. Sie studierte Klavier in Detmold und Köln, bevor sie am Mozarteum Salzburg ihren künstlerischen Abschluss im Klavier-Solo- und Klavier-Duo-Studium bei Prof. Alfons Kontarsky absolvierte. Zusätzlich studierte sie Dirigieren bei Prof. Michael Gielen und Prof. Hagen-Groll.

Nach zahlreich erlangten Preisen bei internationalen Klavier-Duo-Wettbewerben (u.a. BDI-Förderpreis Leverkusen 1990 und Caltanissetta/Italien 1990) und einem Dirigenten-Förderpreis 1993 in Müzzzuschlag/Österreich begann sie ihre Laufbahn als Assistentin des Chordirektors am Münchener Staatstheater am Gärtnerplatz.

Nach mehrjährigem Engagement als Chordirektorin und Kapellmeisterin am Theater Lübeck und an den Wuppertaler Bühnen arbeitet sie seit 2006 als Chordirektorin der Eutiner Festspiele. 1995 gründete Sie das Trio „p.s.t.“ – piano-saxophon-tuba in München, mit dem sie Konzerte und crossover-Projekte veranstaltete. Neben pianistischen Engagements deutschlandweit (Bonn, Berlin, Kiel, München) übernahm sie die musikalische Leitung der Lübecker Sommeroperette 2005.

Seit 2003 leitet sie außerdem die Lübecker Singakademie, mit der sie spartenübergreifende Programmideen („MozartTraumNacht“ 2006) und außergewöhnliche musikalische Konzepte wie das jährliche fortlaufende Projekt „Nordische Weihnacht“ (seit 2003) erfolgreich umsetzt.

**Eutiner Festspiele  
Marketig und PR-Kosten**

**Marketing und PR- Kosten Eutiner Festspiele 2011**

**Marketing und PR**

		<b>Gesamt</b>
<b>1.</b>	<b>Gesamtkonzeption</b>	<b>2.500,00</b>
<b>2.</b>	<b>CI CD Erstellung:</b>	<b>4.800,00</b>
	Logo, Farbenkatalog, Typographie	
	Internetauftritt	
	Briefkopf	
	Karten	
	Flyer	
	Stempel	
	CD- Handbuch	
<b>3.</b>	<b>Druckmittel</b>	
<b>3.1.</b>	<b>Akquisitionsmappen</b>	<b>1.000,00</b>
	Anschreiben Sponsoren	500,00
<b>3.2.</b>	<b>Presse</b>	
	Pressemappen	1.000,00
	Kurzinfos Presse	400,00
	Postkarten Presse	400,00
<b>3.3.</b>	<b>Werbung</b>	
	Imagebroschüre 8 seitig	2.000,00
	Festspielflyer 8 seitig	5.000,00
	Einzelflyer 1 seitig	900,00
	Programmhefte	3.000,00
	Eintrittskarten	500,00
	Lose	400,00

**Eutiner Festspiele  
Marketig und PR-Kosten**

	Newsletter		1.000,00
	Mailinganschreiben		2.000,00
	Plakate	5000	3.500,00
	Banner		2.000,00
	Briefpapier, Visitenkarten, Blöcke		2.000,00
<b>4.</b>	<b>Anzeigen</b>		
	Tagespresse		5.000,00
	Zeitschriften		3.000,00
	Sonderpublikationen		2.000,00
<b>5.</b>	<b>Radiospot</b>		3.000,00
<b>6.</b>	<b>Sonstiges</b>		
	Plakatierung Schleswig- Holstein		2.000,00
	Portokosten		2.500,00
	Buchungssystem		2.500,00
	Sonderaktionen		2.000,00
	Homepagepflege		1.000,00
	Fotos		1.000,00
	Merchandising		1.000,00
	PK		1.500,00
	Kundendateipflege		600,00
<b>7. Pressearbeit</b>			
	<b>Pressearbeit</b>		
	Pressesprecher		6.000,00
	Aufbau Presseverteiler		2.000,00
	Organisation PK		1.000,00
	PM		600,00
	gesonderte Presstexte		2.400,00
	<b>Gesamtkosten:</b>		<b>72.000,00</b>

Die Kostenangaben beziehen sich auf Angebotseinholungen bei Grafikern, Druckereien und bestehenden Medienkontakten.

**Erstellt durch Katharina Berges, Projektleitung Gut Immenhof**

Klaus Emil Zimmermann  
Travelmannstr. 41  
23564 Lübeck  
Tel.: 0451-98930229  
Mobil: 01712757055  
Mail: [klaus.e.zimmermann@web.de](mailto:klaus.e.zimmermann@web.de)

12. Januar 2011

Betr.: Festspiele-Eutin 2011

Sehr geehrte Damen und Herren,  
hiermit überreiche ich folgendes Angebot.

Technische Leitung	5.000,- €
Lichtgestaltung	5.000,- €
Gesamt:	10.000,- €

Dieses Angebot liegt weiter unter meinen normalen Forderungen und dient zur Gründung der Festspiele Eutin. Dieses Angebot gilt für die Spielzeit 2011.

Mit freundlichen Grüßen  
Klaus Emil Zimmermann

Ursula Wandaress  
Travelmannstr. 41  
23564 Lübeck  
Tel.: 0451-98930229  
Mobil: 01704707266  
Mail: [wandaress@web.de](mailto:wandaress@web.de)

12. Januar 2011

Betr.: Festspiele-Eutin 2011

Sehr geehrte Damen und Herren,  
hiermit überreiche ich folgendes Angebot.

Bühnenbildentwurf für „Don Giovanni“	4.000,- €
Kostümgestaltung für „Don Giovanni“	4.000,- €
Bühnenbildbetreuung „Hänsel und Gretel“	2.000,- €
gesamt:	10.000,- €

Mit freundlichen Grüßen

Ursula Wandaress

# Finanzkonzept Geschäftsjahr Darstellung auf den 30.09.2011

Stand 30.1.2011

# Einnahmen

	Summe
<b><u>Eintrittsgelder</u></b>	
E1 Oper	533.700,00 €
E2 zzgl. Vorverkaufsgebühr	21.348,00 €
E3 Kinderoper	30.000,00 €
E4 zzgl. Vorverkaufsgebühr	1.200,00 €
E5 VIP-Abend Gut Immenhof	25.000,00 €
	<u>611.248,00 €</u>
<b><u>Zuwendungen</u></b>	
E6 Land Schleswig-Holstein	80.000,00 €
E7 Kreis Ostholstein	30.000,00 €
E8 Stadt Eutin	75.000,00 €
	<u>185.000,00 €</u>
<b><u>Sponsoring</u></b>	
E9 Firmensponsoring	100.000,00 €
E10 Liquiditätshilfe/Eigenkapital	155.000,00 €
E11 Förderung Verein d. Festspiele	20.000,00 €
	<u>275.000,00 €</u>
<b>SUMME:</b>	<b>1.071.248,00 €</b>

# Ausgaben

Darstellung auf den 30.09.

Personalkosten		Summe	zzgl. Sozialabgaben
A1	Geschäftsführer/org. und künstl. Planung	24.000,00 €	3.478,50
A2	Assistenzkräfte	7.600,00 €	2.311,16
A3	Buchhaltung	12.000,00 €	
A4	Schreibkraft	5.000,00 €	1.520,50
A5	Hausmeister	2.100,00 €	638,61
		<b>50.700,00</b>	<b>7.948,77</b>
A6	Kartenvorverkauf	12.000,00 €	3.649,20
A7	Ordnungspersonal	9.000,00 €	2.736,90
A8	Kapellmeister	15.000,00 €	
A9	Chordirektorin	5.000,00 €	
A10	Berufschor	33.000,00 €	10.035,30
A11	Laienchor	4.000,00 €	
A12	Solisten	93.500,00 €	
A13	Orchester	98.500,00 €	
A14	Regie/Assistenten	6.000,00 €	
A15	Inspizienten	4.000,00 €	
A16	Statisterie	1.000,00 €	
A17	Technik	68.500,00 €	4.257,40
A18	Dekorationspersonal	2.400,00 €	729,84
A19	Reinigungswart / Aushilfen	5.275,00 €	1.604,13
		<b>357.175,00 €</b>	<b>23.012,77</b>
A20	Sozialversicherungsabgaben	30.961,54 €	
A21	Bay-Versicherungsk	6.500,00 €	
A22	Berufsgenossenschaft	9.000,00 €	
		46.461,54 €	0
	<b>SUMME:</b>	<b>454.336,54 €</b>	<b>30.961,54</b>

Sachkosten		Summe
A23	Fahrt-/Unterbringungskosten GF	6.000,00 €
A24	Raumkosten Opersscheune	1.700,00 €
A25	Miete Opersscheune 2011	13.500,00 €
A26	Betriebsbedarf	1.000,00 €
A27	Strom und Gas	15.000,00 €
A28	Wasser	2.300,00 €
A29	Bürobedarf	5.000,00 €
A30	Wartung EDV	2.000,00 €
A31	Porto	6.000,00 €
A32	Telefon	2.000,00 €
A33	Rechts-/Beratungskosten	3.000,00 €
A34	Prüfungskosten	6.000,00 €
A35	Kosten des Geldverkehrs	4.000,00 €
A36	Versicherungen	10.000,00 €
A37	sonst. Betriebsl. Aufwand	4.500,00 €
A38	Instandhaltung Tribüne/Bühne	17.500,00 €
A39	Instandhaltung	3.000,00 €
A40	Beiträge Gebühren Gestattung/Behörden	850,00 €
A41	Bewachung	5.000,00 €
A42	Feuerwehr/DRK	5.000,00 €
A43	Material Beleuchtung	5.000,00 €
A44	Bühnenbild / Deko	37.000,00 €
A45	Requisiten	1.500,00 €
A46	Notenleihgebühr	1.000,00 €
A47	Kinderoper	32.500,00 €
A48	Reisekosten Musiker	45.000,00 €
A49	Unterbringung	50.000,00 €
A50	Öffentlichkeitsarbeit	12.000,00 €
A51	Werbekosten	60.000,00 €
A52	Kosten Galaabend/Gastspiel	63.500,00 €
A53	Reserveposition	15.000,00 €
A54	Stiftung Uni Kansas	13.000,00 €
		448.850,00 €
	<b>SUMME:</b>	<b>448.850,00 €</b>

<b>Einnahmen*:</b>	1.071.248,00 €
<b>Ausgaben:</b>	903.186,54 €
<b>Investitionen Inventar***</b>	70.000,00 €
<b>Liquidität KK-Konto:</b>	98.061,46 €
<b>Rückzahlung**:</b>	130.000,00 €
<b>KK-Saldo nach Rückzahlung:</b>	-31.938,54 €

**Ergebnis:**

	1.071.248,00 €
<b>./.. Liquiditätsdarlehen und EK</b>	155.000,00 €
<b>Einnahmen:</b>	916.248,00 €
<b>Ausgaben:</b>	903.186,54 €
<b>Ergebnis:</b>	<b>13.061,46 €</b>

\* Auslastung von rd. 40% wird geplant. Im Vorjahr wurde eine Auslastung von unter 50% erreicht.

\*\*Bei der Rückzahlung handelt es sich um ein Liquiditätshilfedarlehen der Wirtschaft. Es muss zurückgezahlt werden, wenn ein positives Ergebnis erzielt wird.

\*\*\* das vorhandene Inventar incl. Namensrechte, Software wird zu einem Kaufpreis von 70.000,- Euro erworben - am Ende des Geschäftsjahres wird über die Finanzierung entschieden

**Einnahmen der Oper ergeben sich aus:**

Anzahl Vorstellungen:	18 Stück
durchschnittl. Kartenpreis:	35,00 Euro
Sitzplätze:	750 Stück
Auslastung:	41,67 %

In der Berechnung der Auslastung sind 60 Freiplätze einkalkuliert (Presse, etc.)

**Generalprobe:**

Anzahl Vorstellungen:	2 Stück
durchschnittl. Kartenpreis:	25,00 Euro
Sitzplätze:	720 Stück
Auslastung:	40,00 %

In der Berechnung der Auslastung sind 60 Freiplätze einkalkuliert (Presse, etc.)

Anteil Verkauf über Eutin GmbH 40 %  
Vorverkaufsgebühr 10 %

**Einnahmen der Kinderoper ergeben sich aus:**

Anzahl Vorstellungen:	5 Stück
durchschnittl. Kartenpreis:	10,00 Euro
Sitzplätze:	600 Stück
Auslastung:	33,33 %

In der Berechnung der Auslastung sind 60 Freiplätze einkalkuliert (Presse, etc.)

**Last Night of the Proms:**

Anzahl Vorstellungen:	1 Stück
durchschnittl. Kartenpreis:	35,00 Euro
Sitzplätze:	720 Stück
Auslastung:	40,00 %

In der Berechnung der Auslastung sind 60 Freiplätze einkalkuliert (Presse, etc.)

Anteil Verkauf über Eutin GmbH 40 %  
Vorverkaufsgebühr 10 %

Sofern die Liquiditätshilfe in vollem Umfang verbraucht werden sollte, so kann im worst-case Szenario folgende Auslastung getragen werden:

**Einnahmen der Oper ergeben sich aus:**

Anzahl Vorstellungen:	20 Stück
durchschnittl. Kartenpreis:	35,00 Euro
Sitzplätze:	540 Stück
Auslastung:	30,00 %

In der Berechnung der Auslastung sind 60 Freiplätze einkalkuliert (Presse, etc.)

Einnahmen verringern sich dann um: 122.304,00 €

**Einnahmen der Kinderoper ergeben sich aus:**

Anzahl Vorstellungen:	5 Stück
durchschnittl. Kartenpreis:	10,00 Euro
Sitzplätze:	600 Stück
Auslastung:	33,33 %

In der Berechnung der Auslastung sind 60 Freiplätze einkalkuliert (Presse, etc.)

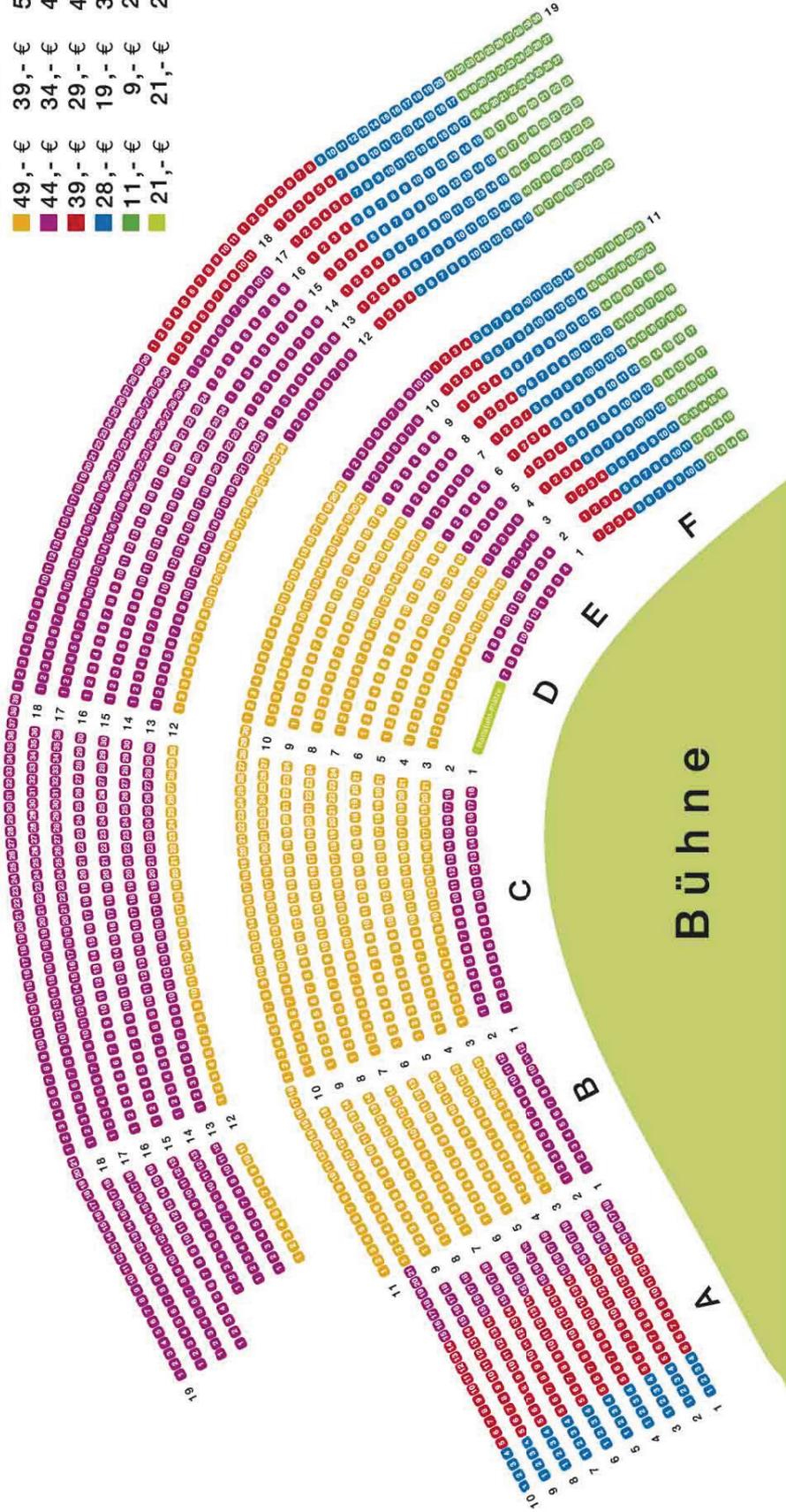
**Herleitung durchschnittlicher Kartenpreis:**

Kartenpreis	Anzahl Plätze	Ergebnis	30% der drei besten Kategorien
49,00 €	530	25.970,00 €	7.791,00 €
44,00 €	773	34.012,00 €	10.203,60 €
39,00 €	206	8.034,00 €	2.410,20 €
28,00 €	261	7.308,00 €	
11,00 €	90	990,00 €	
<b>ANZAHL:</b>	<b>1.860</b>	<b>SUMME:</b>	<b>20.404,80 €</b>

**durchschnittlicher Kartenpreis: 41,03 €**

**Normal- General- GALA**  
preis probe

49,- €	39,- €	54,- €	(PK 1)
44,- €	34,- €	49,- €	(PK 2)
39,- €	29,- €	44,- €	(PK 3)
28,- €	19,- €	33,- €	(PK 4)
11,- €	9,- €	22,- €	(PK 5)
21,- €	21,- €	21,- €	Rollstuhlplatz



## Personalkosten (Geringfügig Beschäftigte)

Rentenversicherung	15%
Krankenversicherung	13%
Insolvenzgeldversicherung	0,41%
einheitliche Pauschalsteuer	2%

Position:	A2	A3	A4	A5	A6	A10	A17	A19	A20
	Assistenzkräfte	Schreibkräfte	Hausmeister	Kartenvorverkauf	Ordnungspersonal	Berufschor	Maske	Dekopersonal	Reinigungswart
Lohn	7.600,00	5.000,00	2.100,00	12.000,00	9.000,00	33.000,00	14.000,00	2.400,00	5.275,00
Rentenversicherung	1.140,00	750,00	315,00	1.800,00	1.350,00	4.950,00	2.100,00	360,00	791,25
Krankenversicherung	988,00	650,00	273,00	1.560,00	1.170,00	4.290,00	1.820,00	312,00	685,75
Insolvenzgeldumlage	31,16	20,50	8,61	49,20	36,90	135,30	57,40	9,84	21,63
einheitl. Pauschalsteuer	152,00	100,00	42,00	240,00	180,00	660,00	280,00	48,00	105,50
Summe Sozialabgaben:	2.311,16	1.520,50	638,61	3.649,20	2.736,90	10.035,30	4.257,40	729,84	1.604,13

**SUMME Sozial insgesamt: 27.483,04**

## Personalkosten

Rentenversicherung	10%
Krankenversicherung	7%
Arbeitslosenversicherung	1,40%
Pflegeversicherung	1%

Position:	A1
	Geschäftsführer
Lohn	18.000,00
Rentenversicherung	1.791,00
Krankenversicherung	1.260,00
Arbeitslosenversicherung	252,00
Pflegeversicherung	175,50
Summe Sozialabgaben:	3.478,50

**SUMME Sozial insgesamt: 3.478,50**

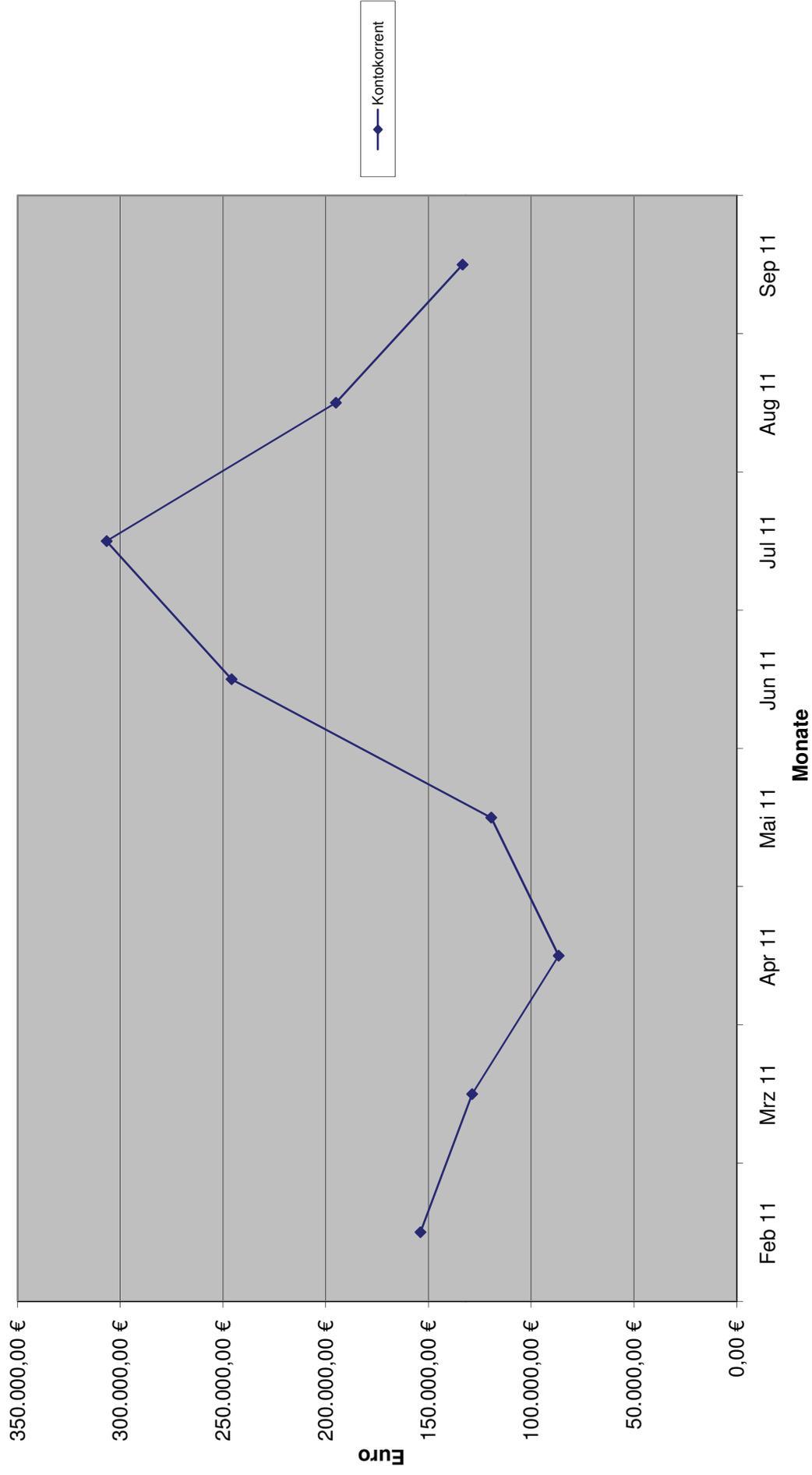
# Liquiditätsplan

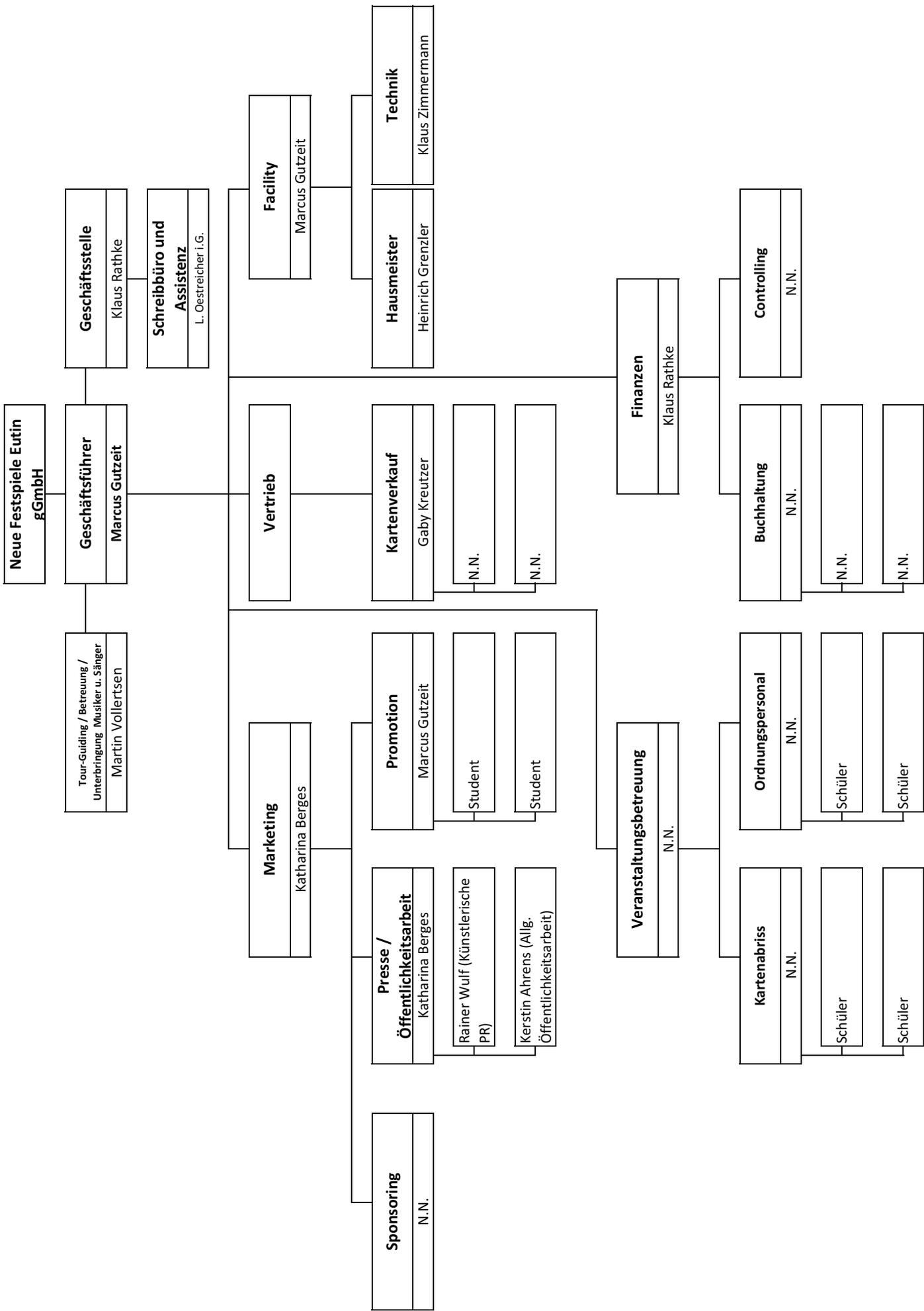
Liquiditätsplan	Festspiele Eutin 2/11-09/11									Reserve
	Feb 11	Mrz 11	Apr 11	Mai 11	Jun 11	Jul 11	Aug 11	Sep 11	Summen	
<b>Einnahmen</b>										
Eigenkapital/ Starthilfe	155.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	155.000,00 €
Kartenverkauf	0,00 €	15.000,00 €	20.000,00 €	60.000,00 €	145.000,00 €	146.600,00 €	174.648,00 €	25.000,00 €	586.248,00 €	
VIP Abend Immenhof	0,00 €	0,00 €	0,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	5.000,00 €	0,00 €	0,00 €	25.000,00 €	
Zuschüsse	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	
Stadt	0,00 €	45.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	30.000,00 €	0,00 €	0,00 €	75.000,00 €	
Land S-H	0,00 €	0,00 €	40.000,00 €	0,00 €	0,00 €	40.000,00 €	0,00 €	0,00 €	80.000,00 €	
Kreis OH	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	
Förderung Verein Festspiele	0,00 €	0,00 €	20.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	20.000,00 €	
Sponsoring	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	100.000,00 €	0,00 €	0,00 €	100.000,00 €	
<b>Summe Einnahmen</b>	<b>155.000,00 €</b>	<b>60.000,00 €</b>	<b>80.000,00 €</b>	<b>70.000,00 €</b>	<b>155.000,00 €</b>	<b>321.600,00 €</b>	<b>174.648,00 €</b>	<b>55.000,00 €</b>	<b>1.071.248,00 €</b>	
<b>Ausgaben</b>										
<b>Personalkosten incl. Sozialvers.kosten</b>										
Geschäftsführer/Org.kuenstl Planu	0,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	22.478,50 €	0,00 €	27.478,50 €	
Assistenzkräfte	521,64 €	1.043,28 €	1.564,92 €	1.564,92 €	1.564,92 €	1.564,92 €	1.564,92 €	521,64 €	9.911,16 €	
Buchhaltung	0,00 €	0,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	7.000,00 €	12.000,00 €	
Schreibkraft	521,64 €	521,64 €	521,64 €	521,64 €	521,64 €	521,64 €	521,64 €	521,64 €	4.173,12 €	2.347,38 €
Hausmeister	0,00 €	391,23 €	391,23 €	391,23 €	391,23 €	391,23 €	391,23 €	391,23 €	2.738,61 €	
Kartenvorverkauf	0,00 €	0,00 €	1.043,28 €	3.129,84 €	3.129,84 €	3.129,84 €	3.129,84 €	521,64 €	14.084,28 €	1.564,92 €
Ordnungspersonal	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	3.912,30 €	3.912,30 €	521,64 €	8.346,24 €	3.390,66 €
Kapellmeister	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	15.000,00 €	0,00 €	0,00 €	15.000,00 €	
Chordirektorin	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	0,00 €	5.000,00 €	
Berufschor	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	21.517,65 €	21.517,65 €	0,00 €	43.035,30 €	
Laienchor	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	0,00 €	4.000,00 €	
Solisten	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	46.750,00 €	46.750,00 €	0,00 €	93.500,00 €	
Orchester	0,00 €	0,00 €	21.500,00 €	0,00 €	0,00 €	28.000,00 €	49.000,00 €	0,00 €	98.500,00 €	
Regie/assistenten	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	0,00 €	6.000,00 €	
Inspizienten	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	0,00 €	4.000,00 €	
Statisterie	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €	500,00 €	0,00 €	1.000,00 €	
Technik	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	36.378,70 €	36.378,70 €	0,00 €	72.757,40 €	
Dekopersonal	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1.564,92 €	1.564,92 €	0,00 €	3.129,84 €	
Berufsgenossenschaft/Bay.Versich	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	15.500,00 €	15.500,00 €	
Reinigungswart usw	0,00 €	0,00 €	521,64 €	619,45 €	1.043,28 €	2.086,56 €	2.086,56 €	521,64 €	6.879,13 €	
<b>Sachkosten</b>										
Fahrtkosten GF	0,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	0,00 €	6.000,00 €	
Raumkosten Operscheune	0,00 €	0,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	350,00 €	250,00 €	1.700,00 €	
Miete Operscheune	0,00 €	0,00 €	2.250,00 €	2.250,00 €	2.250,00 €	2.250,00 €	2.250,00 €	2.250,00 €	13.500,00 €	
Betriebsbedarf	0,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	200,00 €	200,00 €	250,00 €	50,00 €	1.000,00 €	
Strom/Gas	0,00 €	0,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	12.500,00 €	15.000,00 €	
Wasser	0,00 €	0,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	750,00 €	750,00 €	200,00 €	2.300,00 €	
Bürobedarf	0,00 €	2.500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	0,00 €	5.000,00 €	
Wartung / EDV	0,00 €	1.000,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	500,00 €	200,00 €	0,00 €	2.000,00 €	
Porto	0,00 €	3.000,00 €	750,00 €	750,00 €	500,00 €	500,00 €	400,00 €	100,00 €	6.000,00 €	
Telefon	0,00 €	100,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	400,00 €	500,00 €	100,00 €	2.000,00 €	
Rechts-und Beratungskosten	0,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €	500,00 €	0,00 €	3.000,00 €	
Prüfungskosten	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.000,00 €	0,00 €	0,00 €	4.000,00 €	6.000,00 €	
Kosten Geldverkehr	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	4.000,00 €	4.000,00 €	
Versicherungen	0,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	0,00 €	0,00 €	2.500,00 €	0,00 €	2.500,00 €	10.000,00 €	
sonst. Betr. Aufwand	0,00 €	500,00 €	500,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	250,00 €	250,00 €	4.500,00 €	
Instandhaltung Tribühne/Bühne	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	17.500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	17.500,00 €	
Instandhaltung	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	0,00 €	3.000,00 €	
Gebühren / Beiträge	0,00 €	0,00 €	200,00 €	0,00 €	600,00 €	0,00 €	50,00 €	0,00 €	850,00 €	
Bewachung	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	0,00 €	5.000,00 €	
Rettungsdienste	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	0,00 €	5.000,00 €	
Material Beleuchtung	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	4.000,00 €	1.000,00 €	0,00 €	0,00 €	5.000,00 €	
Bühnenbild/Deko	0,00 €	0,00 €	20.000,00 €	10.000,00 €	7.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	37.000,00 €	
Requisiten	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1.500,00 €	0,00 €	0,00 €	1.500,00 €	
Notenleihgebühr	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1.000,00 €	0,00 €	0,00 €	1.000,00 €	
Kinderoper	0,00 €	0,00 €	10.000,00 €	0,00 €	0,00 €	10.000,00 €	12.500,00 €	0,00 €	32.500,00 €	
Reisekosten Lawrence	0,00 €	45.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	45.000,00 €	
Unterbringung Lawrence	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	25.000,00 €	25.000,00 €	0,00 €	50.000,00 €	
Öffentlichkeitsarbeit	0,00 €	500,00 €	4.500,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	1.000,00 €	0,00 €	12.000,00 €	
Werbekosten	0,00 €	10.000,00 €	30.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	60.000,00 €	
Galaabend/Musical	0,00 €	0,00 €	20.000,00 €	0,00 €	0,00 €	10.000,00 €	33.500,00 €	0,00 €	63.500,00 €	
Reserveposition	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	15.000,00 €
Stiftung Uni Kansas	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	13.000,00 €
<b>Summe Ausgaben</b>	<b>1.043,28 €</b>	<b>70.156,15 €</b>	<b>122.192,71 €</b>	<b>37.177,08 €</b>	<b>58.550,91 €</b>	<b>240.767,76 €</b>	<b>286.296,26 €</b>	<b>51.699,43 €</b>	<b>867.883,58 €</b>	<b>35.302,96 €</b>
										<b>903.186,54 €</b>
<b>Liquide Mittel</b>	<b>155.000,00 €</b>	<b>153.956,72 €</b>	<b>128.800,57 €</b>	<b>86.607,86 €</b>	<b>119.430,78 €</b>	<b>215.879,87 €</b>	<b>276.712,11 €</b>	<b>165.063,85 €</b>		
<b>Einnahmen</b>	<b>155.000,00 €</b>	<b>60.000,00 €</b>	<b>80.000,00 €</b>	<b>70.000,00 €</b>	<b>155.000,00 €</b>	<b>321.600,00 €</b>	<b>174.648,00 €</b>	<b>55.000,00 €</b>		
<b>Ausgaben</b>	<b>1.043,28 €</b>	<b>70.156,15 €</b>	<b>122.192,71 €</b>	<b>37.177,08 €</b>	<b>58.550,91 €</b>	<b>240.767,76 €</b>	<b>286.296,26 €</b>	<b>51.699,43 €</b>		
<b>Investitionen Inventar**</b>		<b>15.000,00 €</b>				<b>20.000,00 €</b>		<b>35.000,00 €</b>		
<b>Über-/Unterdeckung</b>	<b>153.956,72 €</b>	<b>-25.156,15 €</b>	<b>-42.192,71 €</b>	<b>32.822,92 €</b>	<b>96.449,09 €</b>	<b>60.832,24 €</b>	<b>-111.648,26 €</b>	<b>-31.699,43 €</b>		
<b>Kontokorrent</b>	<b>153.956,72 €</b>	<b>128.800,57 €</b>	<b>86.607,86 €</b>	<b>119.430,78 €</b>	<b>215.879,87 €</b>	<b>276.712,11 €</b>	<b>165.063,85 €</b>	<b>133.364,42 €</b>		
1. Korrektur 18.01.2011										
2. Korrektur 20.01.2011										
3. Korrektur 22.01.2011										
4. Korrektur 23.01.2011										
5. Korrektur 26.01.2011										
6. Korrektur 27.01.2011										
7. Korrektur 30.01.2011										
8. Korrektur 03.02.2011										

\* Nach Angaben des Kreises OH erfolgt der Zuschuss nachlaufend als Fehlbetragszulage

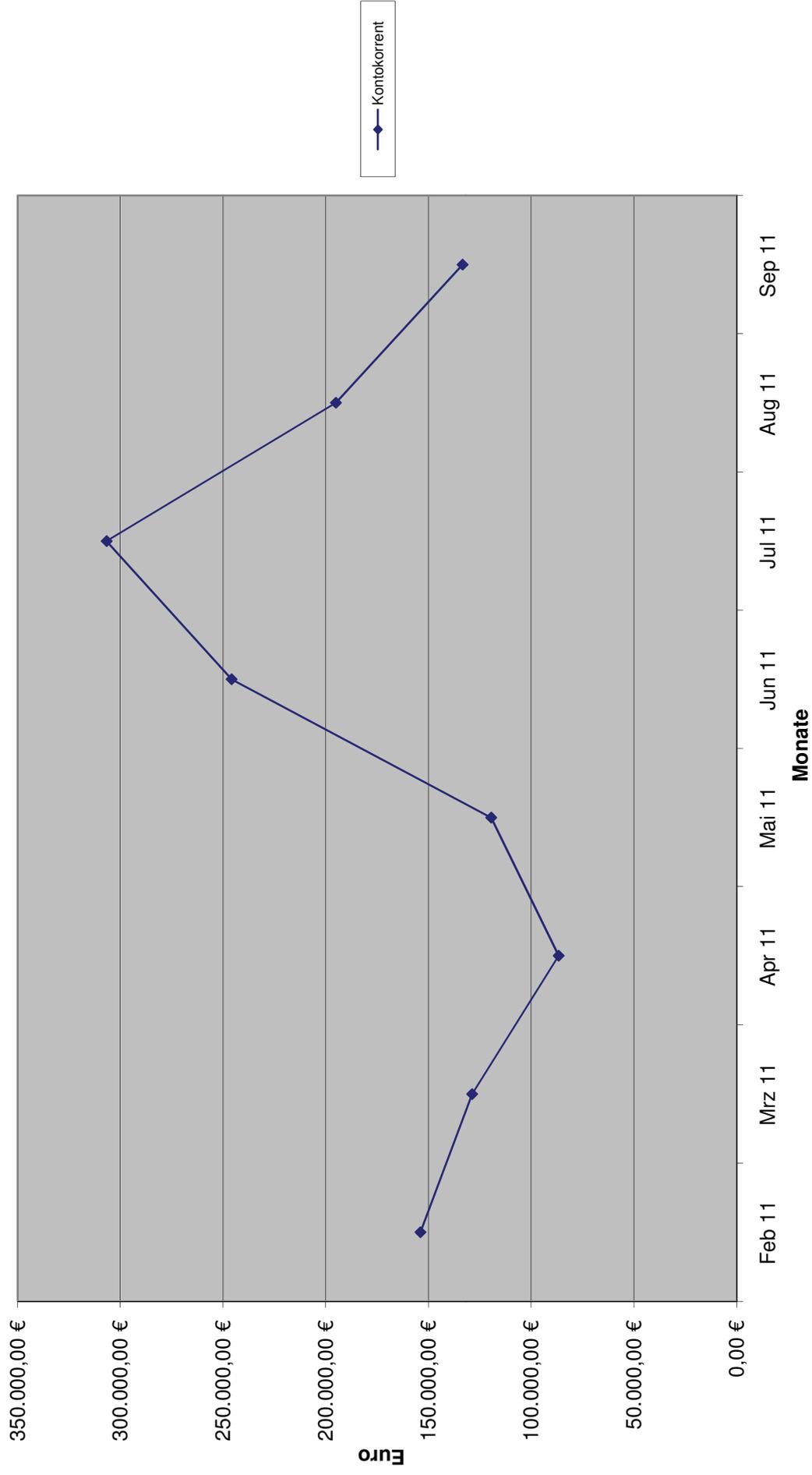
\*\* das vorhandene Inventar incl. Namensrechte, Software wird zu einem Kaufpreis von 70.000 Euro erworben - am Ende des Geschäftsjahres wird über die Finanzierung entschieden

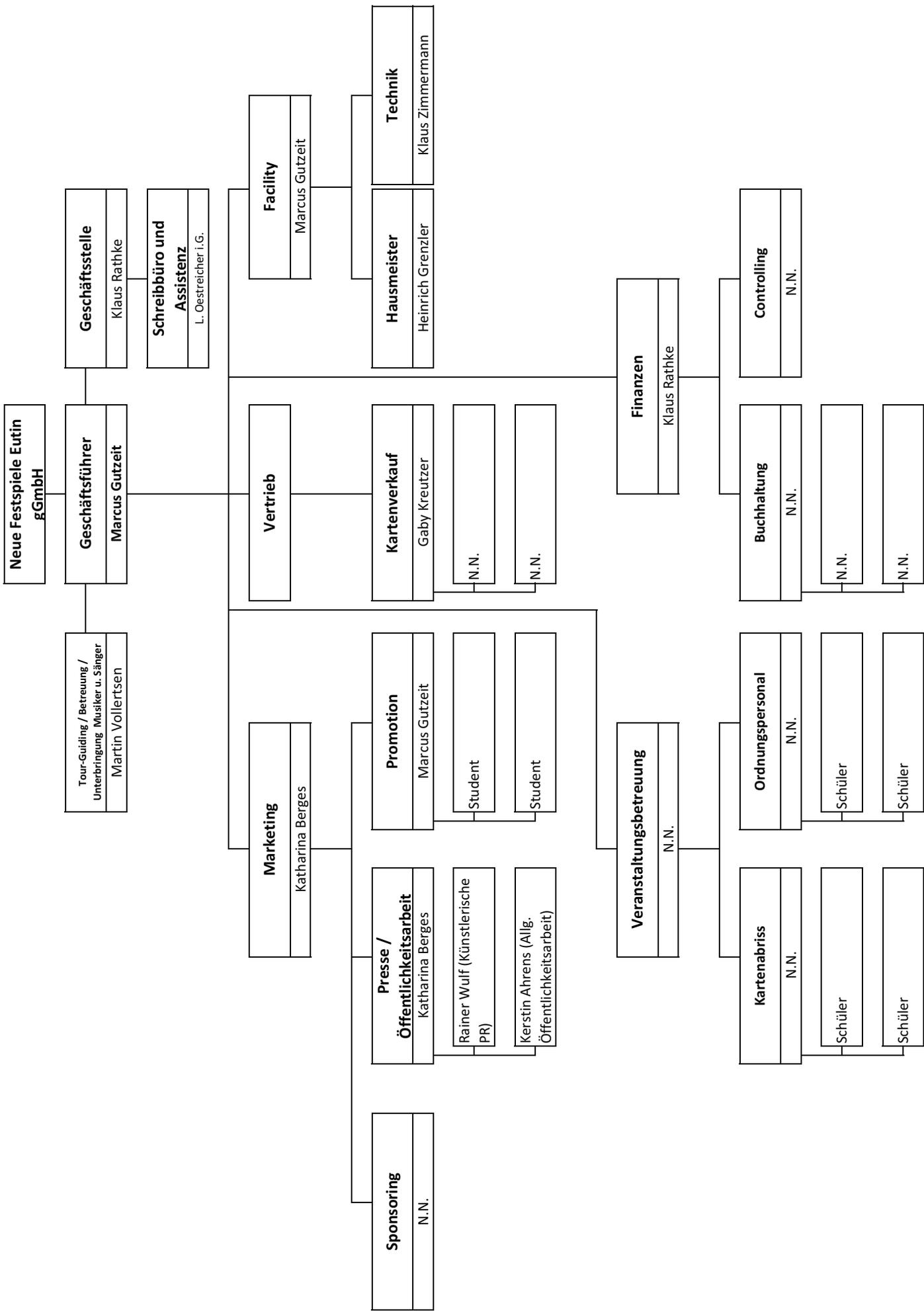
# Kontokorrent

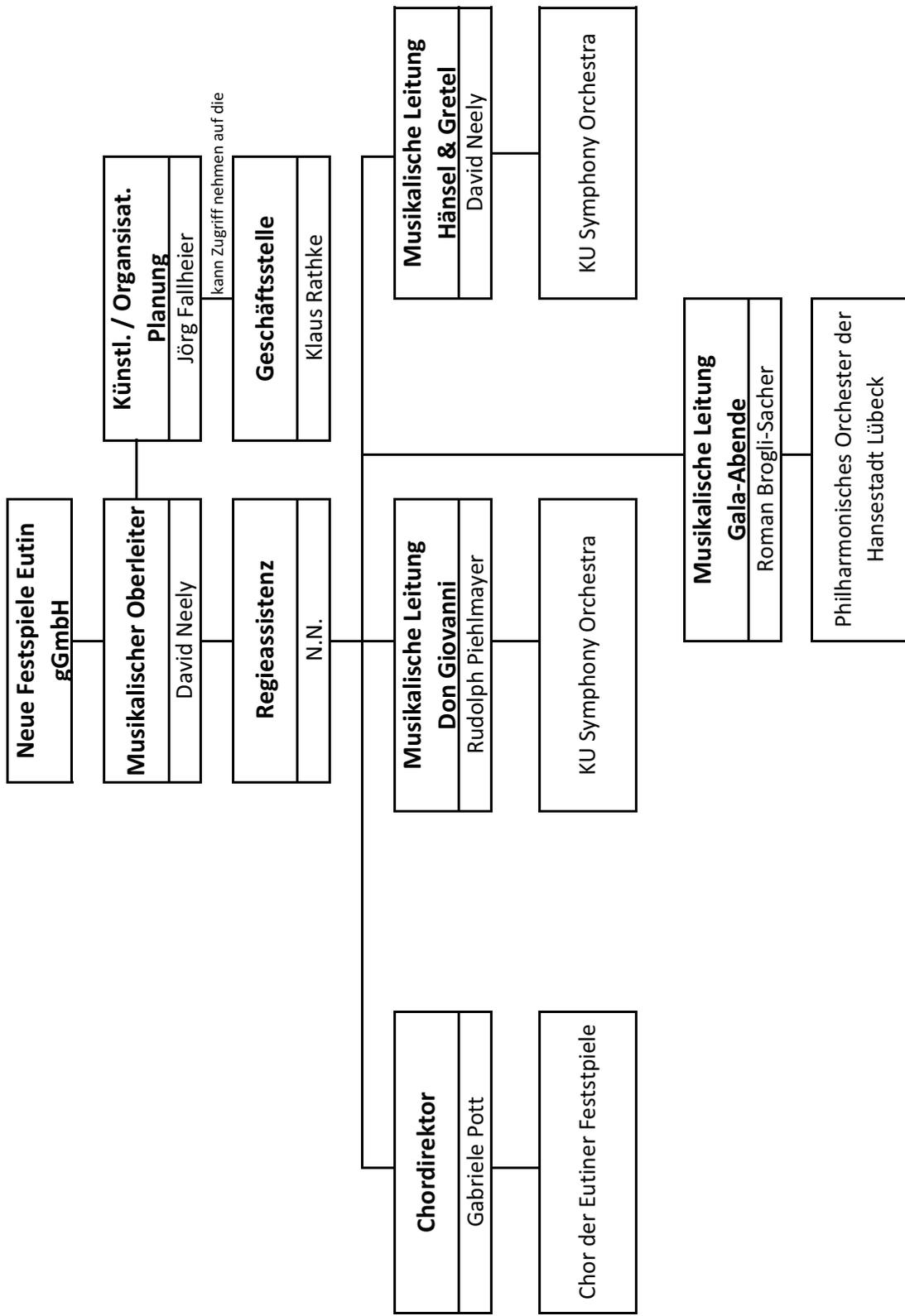




# Kontokorrent







**Neue Festspiele Eutin gGmbH**

**Musikalischer Oberleiter**  
David Neely

**Künstl. / Organisat. Planung**  
Jörg Fallheier

kann Zugriff nehmen auf die

**Regieassistent**  
N.N.

**Geschäftsstelle**  
Klaus Rathke

**Chordirektor**  
Gabriele Pott

Chor der Eutiner Festspiele

**Musikalische Leitung**  
Don Giovanni  
Rudolph Piehlmayer

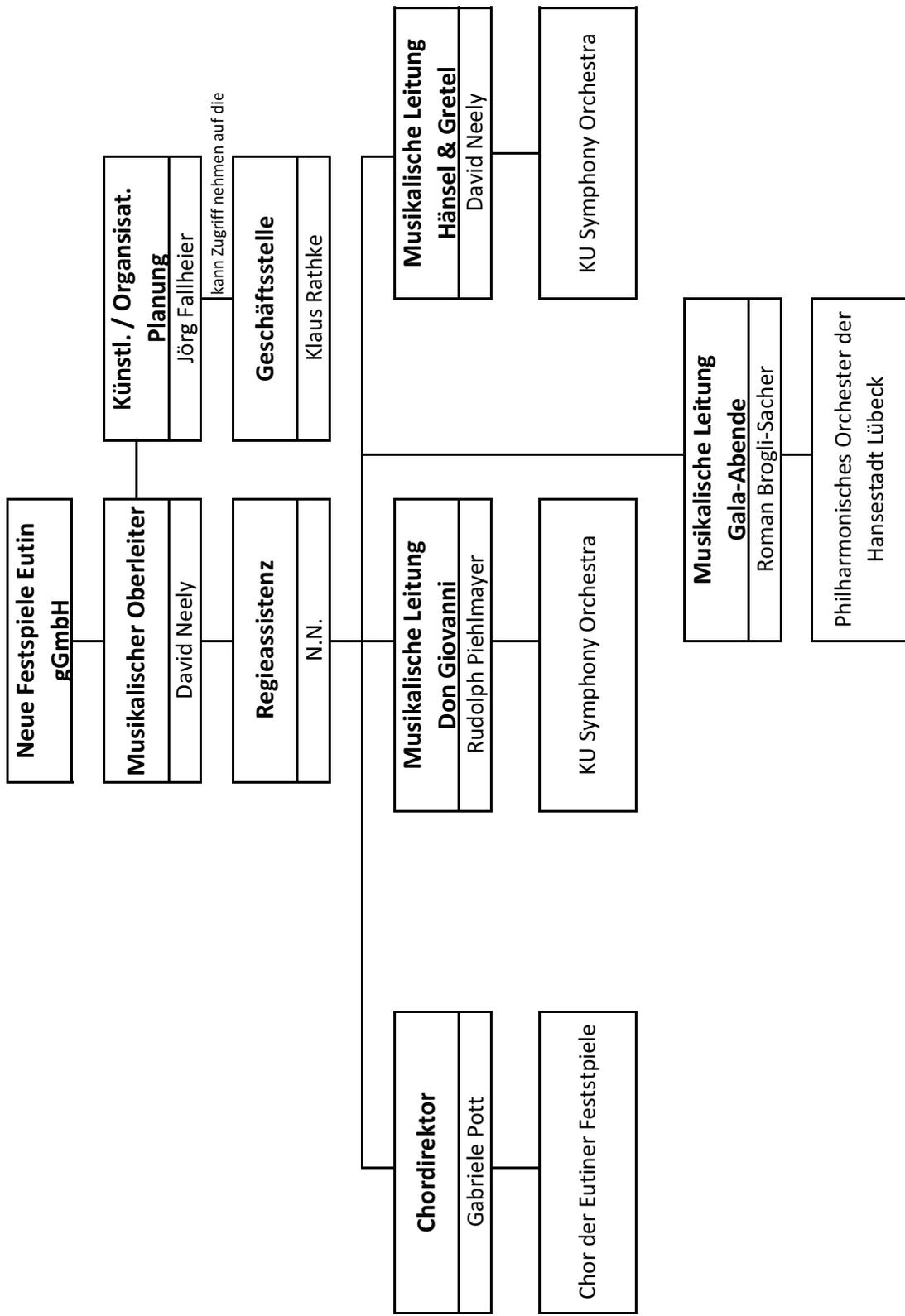
KU Symphony Orchestra

**Musikalische Leitung**  
Hänsel & Gretel  
David Neely

KU Symphony Orchestra

**Musikalische Leitung**  
Gala-Abende  
Roman Brogli-Sacher

Philharmonisches Orchester der  
Hansestadt Lübeck



**Neue Festspiele Eutin  
gGmbH**

**Musikalischer Oberleiter**  
David Neely

**Künstl. / Organisat. Planung**  
Jörg Fallheier

kann Zugriff nehmen auf die

**Regieassistentz**  
N.N.

**Geschäftsstelle**  
Klaus Rathke

**Chordirektor**  
Gabriele Pott

Chor der Eutiner Festspiele

**Musikalische Leitung**  
Don Giovanni  
Rudolph Piehlmayer

KU Symphony Orchestra

**Musikalische Leitung**  
Hänsel & Gretel  
David Neely

KU Symphony Orchestra

**Musikalische Leitung**  
Gala-Abende  
Roman Brogli-Sacher

Philharmonisches Orchester der  
Hansestadt Lübeck

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir freuen uns, Sie in diesem Jahr als Sponsor der **Eutiner Festspiele** einladen zu dürfen. Im Namen des Veranstalters, der gemeinnützigen Festspiel gGmbH, erlauben wir uns, Ihnen eine Mappe über das Veranstaltungskonzept zu überreichen.

Es handelt sich um ein etabliertes Festivalprogramm in **Premiumqualität**, in dem sich mehrere Operaufführungen mit verschiedenen Themenschwerpunkten zu einer außergewöhnlichen Veranstaltungsreihe in der Holsteinischen Schweiz zusammenfügen.



## DIE EUTINER FESTSPIELE

Natur und Kultur, das ist das Charakteristikum der Holsteinischen Schweiz. Eine Hauptrolle spielen dabei die Eutiner Festspiele mit ihrer 60 jährigen Tradition. Zu Füßen des Eutiner Schlosses gelegen, finden sie auf einer einzigartigen Freilichtbühne, die ihres gleichen in Deutschland sucht, statt. Die Freilichtoper im alten englischen Schlossgarten strahlt weit über die Grenzen der Region hinaus. Die Festspiele hatten bereits spektakuläre Erfolge, bis zu 40.000 jährliche Besucher waren begeistert vom Charme der Opernreihe. Damit zählt die etablierte Ausstellungsreihe zu den schönsten Opernfreilichtveranstaltungen in Deutschland.

Daran anknüpfen möchte das neue Konzept für den Kulturbetrieb, die kulturelle und auch wirtschaftliche Bedeutung lassen es nicht zu, daß diese Traditionsreihe nach über 60 Jahren unterbrochen wird. Durch Einsatz vereinter Kräfte sollen die Festspiele für die kommende Saison gerettet werden.

## DIE BESUCHER

Durch die Einbeziehung der Schlossanlagen, der speziellen historischen Musikkultur Eutins und Carl Maria von Webers, des persönlichen engagierten Einsatzes der Gastgeber und Förderer werden die Festspiele wieder zu einem bedeutenden Treffpunkt für Musikliebhaber. Es werden für das Festival bei ausverkauftem Haus rd. 40.000 ( zahlende ) Besucher erwartet. Die Marke „ Eutiner Festspiele“ zieht sowohl ein wohlhabendes Publikum ab 45 Jahre, aber auch Familien mit Kindern an. Junges Publikum soll durch die künstlerische Ausrichtung der Festspiele hinzugewonnen werden. Die Zahl der Stammkunden soll überproportional zur Besucherzahl wachsen, die Festspiele etablieren sich in Zukunft als gesellschaftlicher Pflichtevent. Durch Crossmarketing mit

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

Kooperationspartnern und Sponsoren, zielgruppenorientiertes Direktmailing wird die Zielgruppe direkt ohne große Streuverluste angesprochen.

## DIE PR- ARBEIT

Dem qualitativ hohen Anspruch Rechnung tragend, wird die Veranstaltung mit einem eigens entwickelten Erscheinungsbild beworben. Es werden **Plakate, Flyer und Einladungskarten** für ein Direktmailing entworfen. Die gesamten Druckmittel sind einem einheitlichen CI unterworfen und schaffen somit einen hohen Wiedererkennungseffekt. Die PR Arbeit erfolgt überregional durch Fachzeitschriften und TV- Medien, sowie über die regionale und nationale Tagespresse im redaktionellen und Anzeigenbereich. Die Pressearbeit ist auf großes Interesse gestoßen und von vielen Redakteuren mit Begeisterung aufgenommen worden.

Die Verbindung der etablierten Festspiele, des hervorragenden historischen und grünen Ambientes mit den hochwertigen Präsentationen der Solisten und Musiker, sowie dem umfangreichen Begleitprogramm bilden den Rahmen, in dem wir Ihnen einen **exklusiven Premium- Auftritt** ermöglichen möchten.

Unter dem Motto **Zukunft braucht Tradition** bieten wir Ihnen eine innovative Plattform zur erfolgreichen Werbung und Kundenansprache an: Präsentation im erlesenen Umfeld vor einem ausgesuchten Publikum.

Der Sponsorenkreis ist begrenzt; die Auswahl berücksichtigt die Vereinbarkeit mit der Performance des Festivals und den Umfang des jeweiligen Engagements.

Das detaillierte Leistungsprofil finden Sie in den ausführlichen Sponsoringverträgen ( Haupt- sowie Nebensponsoring ), das wir Ihnen gerne zusenden.

Der Aufbau des Sponsorings stellt sich wie folgt dar:

## Beteiligungsmöglichkeiten

### Sponsoring Eutiner Festspiele 2011

#### A Hauptsponsorship durch Zuwendungen

##### 1. Klassik- Paket

1.a. Aktions-Klassik- Paket

##### 2. Premium- Paket

##### 3. Großes Festspielpaket

#### B Nebensponsoring durch Kartenkontingentkäufe

Für kultivierte Kundenpflege ein gutes Investment, um Beziehungsqualitäten aufmerksam und nachhaltig zu gestalten.

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

## 1. Classic- Paket

Das Classic- Paket beinhaltet das Sponsoring **einer** Veranstaltung, die Präsentation vor Ort und die Einbindung in die Druckmittel.

Leistungen des Veranstalters:

1. Der Sponsor erhält eine **Präsentationsfläche im VIP-Bereich**. Gerne unterstützen wir Sie in der Gestaltung Ihres Standes, die der Veranstaltung angemessen sein soll.
2. Der Veranstalter nennt den Sponsor in den aufgeführten Printpublikationen jeweils in der Rubrik „Wir danken den Förderern und Sponsoren für ihre Unterstützung“.
3. Der Veranstalter druckt das Firmenlogo auf die Druckmittel die die ausgewählte Veranstaltung bewirbt.
4. Der Sponsor erhält 10 Freikarten zum Eintritt in die jeweilige Aufführung sowie 100 Eintrittskarten ohne Vorverkaufsgbeühr. Ab 100 Karten für jede Veranstaltung erhalten Sie zusätzlich ein kostenloses „Upgrade“ in die höhere Kartenpreisklasse -bis zum 30.4.2011-.

**Beteiligungskosten: 5.000,00 €**

## 1. a. Aktions- Paket

Das Aktions- Paket beinhaltet die Leistungen des Classic- Paketes sowie die **Beteiligung an einem hochklassigen Festspielabend**:

Neben den Vorzügen in Bezug auf Public Relations möchten wir potentiellen Sponsoren pro Veranstaltung die Teilnahme an einem exklusiven Festspielabend anbieten:

**15 Doppelkarten** für von Ihnen eingeladene Teilnehmer für das ausgewählte Konzert inkl. Eintrittskarte für die Aufführung und zusätzlich einen Sektempfang mit Flying Buffet. Ein Vertreter der Festspiele gibt eine Einführung in die Veranstaltung und auf Wunsch wird eine Führung in dem backstage-Bereich angeboten. Außerdem bieten wir Ihnen individuelle „Festspielgastgeberpakete“ ab, z.B. ein Meet & Greet - Programm oder ein Aftershow-Programm mit den Festspielkünstlern, ganz nach Ihren Planungen. Die Abendveranstaltung nach dem Konzert ist begrenzt auf insgesamt 200 Gäste.

**Beteiligungskosten: 7.500,00 €**

## 2. Premium- Paket

Das Premium- Paket beinhaltet das Sponsoring **einer Aufführung/Inszenierung**, die Leistungen des Classic- und Aktions- Paketes sowie die Beteiligung an zusätzlichen Druckmitteln und einer Großpräsentation vor Ort **exklusiv**, einschließlich eines Pagodenzelts im Veranstaltungsgelände, in dem er seine Gäste angemessen begrüßen kann. Damit ist der Ausschluß von Konkurrenz / Mitbewerbern - ggfs. mit Ausnahme

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

des Hauptsponsors - gewährleistet. Die Präsentation seiner Produkte/Dienstleistungen ist ebenfalls auf Anforderung möglich.

Der Veranstalter druckt das Firmenlogo auf die Druckmittel der gesamten Aufführung/Inszenierung

- Eintrittskarten und Programm
- Veröffentlichung in den jeweiligen Anzeigenkampagnen
- Namensaufsteller / Tafel

Der Name des Sponsors erscheint in der Nennung des Aufführungsabends im Untertitel.

- Der Veranstalter druckt das Firmenlogo auf die Druckmittel
- Flyer ( Auflage 200.000 Stück) in der Förderleiste
- Plakate ( Auflage 5.000 Stück) in der Förderleiste

Der Sponsor erhält 30 Doppelkarten zum Eintritt in eine Veranstaltung, sowie 300 Eintrittskarten –ohne Vorverkaufsgebühr- bis zum 30.4.2011.

**Beteiligungskosten: a) 15.000,00 € (Last night of the proms)**

**b) 20.000,00 € (Kinderoper, Musicalabend, Gala-Abend)**

**c) 30.000,00 € (Hänsel & Gretel, Don Giovanni)**

### 3. Großes Festspielpaket

Im sogenannten Festspielpaket ist ein Hauptsponsoring aller Aufführungen enthalten. Je nach Bedarf des Hauptsponsors wird ein Paket an Leistungen geschnürt, die individuell nach Wunsch zusammengestellt werden können und grundsätzlich auf den vorher aufgeführten Paketen basieren. Zusätzliche Leistungen können sein:

Eigenständige Logo- Platzierung auf allen Druckmitteln wie

- Veröffentlichung in den jeweiligen Anzeigenkampagnen
- Imagebroschüre ( Auflage 50.000 Stück )
- Veranstaltungsflyer ( Auflage 200.000 Stück)
- Plakate ( Auflage 5000 Stück)
- Programme ( Auflage 50.000 )
- Fahnenaufdruck ( Auflage 10 Stück )

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

Weitere Leistungen umfassen

- Giveaways wie Regencapes, Sitzkissen
- Picknickkörbe für Ihre Kunden
- Namensaufsteller/ Tafel
- Auftritte Künstler für Sonderaufführung nach Absprache

Der Sponsor erhält 60 Doppelkarten zum Eintritt, sowie 600 Eintrittskarten –ohne Vorverkaufsgebühr- bis zum 30.5.2011. Der Hauptsponsor duldet bis zu vier Veranstaltungen bei dem ein Mitbewerber im Rahmen der anderen Pakete auftritt (außer Premieren und die Eröffnungsveranstaltungen). Die Termine, die sich mit einem eventuellen Mitbewerber überschneiden, werden mit ihm abgestimmt. Konkurrenzausschluss im Hauptsponsoring ist verhandelbar.

**Beteiligungskosten: ab 50.000,00 €**

## 4. Nebensponsoring

Das Nebensponsoring bietet sich für Firmen und Sponsoren an, die Kartenkontingente erwerben möchten. Verbunden damit sind

- Ermäßigung der Eintrittskarten, das Angebot wird auf Anfrage erstellt.
- Wenn Sie bis zum 30. März ein Kontingent ab 20 Karten kaufen, entfällt die Vorverkaufsgebühr.
- Der Käufer erhält je nach gekaufter Kartenanzahl Freikarten.
- Weiterhin bieten wir Ihnen und Ihren Gästen für ein wunderschönes Opernerlebnis an, Ihren Aufenthalt in Eutin zu organisieren. Packages von der Übernachtung, kulinarischen Versorgung, Führungen durch Museen, Schloß und die Stadt, Schifffahrtstouren,... können für Sie arrangiert werden.

Sprechen Sie uns gerne direkt an, oder lassen Sie Ihr Kartenengagement für die Eutiner Festspiele 2011 von unseren Partnern persönlich durchplanen.

Partizipieren Sie an dem hochklassigen Festival und nutzen Sie die Präsentationsmöglichkeiten. Den detaillierten Inhalt des Festspielprogramms entnehmen Sie bitte der Konzeptmappe.

Ihre Anfragen zu den Veranstaltungen richten Sie bitte an Herrn Marcus Gutzeit (Tel.:0170/2916694) oder Frau Katharina Berges (0172/7273433) emailadresse: [info@festspiele-eutin.de](mailto:info@festspiele-eutin.de).

In der Erwartung, Ihr Interesse geweckt zu haben,

verbleiben wir mit freundlichen Grüßen,

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

## Kundenbindung mit Applaus:

### Wir engagieren uns für Sie, Sie reservieren bei uns!

Mit frischem Schwung und neuem Gesicht starten die Eutiner Festspiele in die Spielzeitsaison 2011. Unter dem Motto **Ihr Engagement ist Ihr Vergnügen** bieten die Eutiner Festspiele eine ausgezeichnete Plattform und gutes Investment zur kultivierten Kundenpflege, erfolgreichen und nachhaltigen Werbung an:

Die Eutiner Festspiele, neben dem Schleswig-Holstein Musikfestival ein kulturell-traditionelles Großereignis unseres Landes, bleiben bestehen, erlebnisreich und vielfältiger im Programm. Die 60 jährige Operntradition auf einer einzigartigen Freilichtbühne bürgt für höchste Qualität und unvergessliche Musikerlebnisse.

Zusammen mit dem amerikanischen Symphonieorchester aus Kansas präsentieren die Festspiele ein frisches ausgewähltes Programm für anspruchsvolle Musikliebhaber.. Romantische Opern, Galakonzerte aber auch mitreißende Musicalabende füllen den Spielplan 2011. Freuen Sie sich - erstmals in Eutin 2011- auf eine spannende und lebendige "Eutin Nights of the Proms!"

### Ihre Vorteile:

Wir garantieren Ihnen und Ihren Kunden beste Plätze, optimale Konditionen und professionelle Planung in Verbindung mit guter, publikumsorientierter Kultur.

- Reservieren Sie Ihre Kartenwünsche bis zum 30. März 2011 - ab 20 Karten ohne Vorverkaufsgebühren.
- Ab 100 Karten für jede Vorstellung erhalten Sie zusätzlich einen kostenlosen "Upgrade" in die höhere Karten-Preisklasse der Eutiner Festspiele 2011 solange der Vorrat reicht - bis zum 30. März 2011.

Für ein unvergessliches Erlebnis der Eutiner Festspiele gestalten und organisieren wir für Sie und Ihre Gäste auf Wunsch ein individuelles Rahmenprogramm:

- Meet&Greet oder ein After Show Programm mit den Festspielkünstlern – ganz nach Ihren Planungen
- Gastgeberpaket mit Übernachtungen, kulinarischer Verpflegung, Stadttouren, Schlossführung und Seeschiffahrt...
- Persönliche Betreuung durch einen Festspielbegleiter bei Ihrer Ankunft, während der Veranstaltung, mit Blick hinter die Kulissen und in die Operscheune, Einleitung in Ihre Operaufführung sowie einem Kennenlernen mit den Künstlern.

Sprechen Sie mit uns und lassen Sie sich Ihr persönliches Festspielpaket zusammenstellen. Opern, Musicals, Galas, Night of the Proms. Nie waren die Eutiner Festspiele so applausverdächtig

Ihr Ansprechpartner ist Marcus Gutzeit , persönlich erreichbar unter Telefon Nr. 01702916694.

**Operscheune - Am Schloßgarten 7 - 23701 Eutin**

Telefon Nr. 01702916694

Email unter [info@festspiele-eutin.de](mailto:info@festspiele-eutin.de)

Telefax 0 45 21/80 01 11

# Kartenbestellung 2011

(auch als Fax-Vorlage verwendbar)  
**Telefon 0 45 21 / 8 00 10**  
**Telefax 0 45 21/ 80 01 11**  
**E-Mail: info@festspiele-eutin.de**  
**www.festspiele-eutin.de**

# Eutiner Festspiele

**Mensch. Natur. Kultur.**

Eutiner Festspiele  
 Operscheune  
 Am Schlossgarten 7  
 23701 Eutin

Neuinszenierung: Engelbert Humperdinck  
**HÄNSEL UND GRETEL**  
 Neuinszenierung: Wolfgang Amadeus Mozart  
**DON GIOVANNI**  
**MUSICAL SHOW**  
**LAST NIGHT OF THE PROMS**  
**GALA-ABEND**  
 aus Oper, Operette, Musical und Chanson  
 Neuinszenierung – Kinderoper  
**DIE KLEINE ZAUBERFLÖTE**

<b>Juli 2011</b>	29. Juli Hänsel & Gretel	14. Aug. Musicalshow
8. Juli VIP-Abend (Eröffnung) Gut Immenhof	30. Juli Hänsel & Gretel	15. Aug. Die kleine Zauberflöte
13. Juli Don Giovanni GP öffentl.	31. Juli Hänsel & Gretel	16. Aug. Die kleine Zauberflöte
15. Juli Don Giovanni Premiere	<b>August 2011</b>	17. Aug. Die kleine Zauberflöte
16. Juli Don Giovanni	5. Aug. Don Giovanni	18. Aug. Die kleine Zauberflöte
20. Juli Hänsel & Gretel GP öffentl.	6. Aug. Hänsel & Gretel	19. Aug. Die kleine Zauberflöte
22. Juli Hänsel & Gretel Premiere	7. Aug. Don Giovanni	26. Aug. Galaabend
23. Juli Don Giovanni	10. Aug. „Last night of the proms“	27. Aug. Galaabend
24. Juli Hänsel & Gretel	12. Aug. Musicalshow	28. Aug. Galaabend
28. Juli Don Giovanni	13. Aug. Musicalshow	

Beginn: Hänsel & Gretel 21.00 / Don Giovanni 20.30 / Musicalshow 20.30 / Gala-Abend 20.00 / Last night 20.30 / Kinderoper 15.00 Uhr

## Eintrittspreise (zzgl. Vorverkaufsgebühr 10 %)

### Normalpreis (Hänsel & Gretel, Don Giovanni, Last night of the proms)

€ 49,00 / € 44,00 / € 39,00 / € 28,00 / € 11,00

### Generalprobe (Hänsel & Gretel, Don Giovanni)

€ 39,00 / € 34,00 / € 29,00 / € 19,00 / € 9,00

### Gala-Abend

€ 54,00 / € 49,00 / € 44,00 / € 33,00 / € 22,00

### Kinderoper – Die kleine Zauberflöte

€ 10,- für ein Kind, € 16,- für zwei Kinder, € 8,- für jedes weitere Kind, € 15,- für Erwachsene

## Ich bestelle hiermit:

(Beginn des Kartenversandes ab 15. März 2011 in der Reihenfolge der Bestellungen)

Datum*	Alternativtermin	Anzahl	Einzelpreis €	Gesamtpreis €	Geschenkumschlag	Newsletter
						Ich bin am Festspiel- Newsletter interessiert:  JA <input type="checkbox"/>  NEIN <input type="checkbox"/>
zzgl. 10 % Vorverkaufsgebühr						
<b>Gesamtpreis</b>						

\* Bitte „Gutschein“ statt „Datum“ eintragen, falls der Termin noch nicht feststeht und deshalb ein Gutschein gewünscht wird.

Bitte buchen Sie den Betrag von meinem Konto ab.

Nr.: \_\_\_\_\_ BLZ: \_\_\_\_\_ Bank: \_\_\_\_\_

Ich überweise den Betrag nach Erhalt der Reservierungsnummer

Name/Vorname \_\_\_\_\_

Straße, Hausnummer \_\_\_\_\_

PLZ, Ort \_\_\_\_\_

für evtl. Rückfragen: Vorwahl/Telefon \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_

Unterschrift \_\_\_\_\_

# Eutiner Festspiele

Mensch. Natur. Kultur.

## Spielplan 2011

08. Juli bis 28. August

Liebe Freunde der Eutiner Festspiele!

Mit frischem Schwung und neuem Gesicht starten die Eutiner Festspiele in die Spielzeitsaison 2011.

Die Eutiner Festspiele, neben dem Schleswig-Holstein Musikfestival ein kulturell-traditionelles Großereignis unseres Landes, bleiben bestehen, erlebnisreich und vielfältiger im Programm. Die 60 jährige Operntradition auf einer einzigartigen Freilichtbühne bürgt für höchste Qualität und unvergessliche Musikerlebnisse. Zusammen mit dem amerikanischen Symphonieorchester aus Kansas präsentieren die Festspiele ein frisches ausgewähltes Programm für ein anspruchsvolles Kulturpublikum. Romantische Opern, Galakonzerte, aber auch mitreißende Musicalabende füllen den Spielplan für das Jahr 2011.

Freuen Sie sich - erstmals in Eutin 2011 - auf eine spannende und lebendige »Eutin Night of the Proms«!

Lassen Sie sich überraschen und seien Sie herzlich willkommen!

# Spielplan 2011

08. Juli bis 28. August

---

**Eröffnung | VIP-Abend**

08. Juli | Gut Immenhof

---

**Eutin begrüßt die Festspiele**

10. Juli | Marktplatz Eutin

---

**Don Giovanni**

13. Juli | GP öffentlich

---

**Don Giovanni**

15. Juli | Premiere

---

**Don Giovanni**

16. Juli

---

**Hänsel & Gretel**

20. Juli

---

**Hänsel & Gretel**

22. Juli

---

**Don Giovanni**

23. Juli

---

**Hänsel & Gretel**

24. Juli

---

**Don Giovanni**

28. Juli

---

**Hänsel & Gretel**

29. Juli

---

**Hänsel & Gretel**

30. Juli

---

**Hänsel & Gretel**

31. Juli

---

---

**Don Giovanni**

05. August

---

**Hänsel & Gretel**

06. August

---

**Don Giovanni**

07. August

---

**Eutin - Night of the proms**

10. August

---

**Musicalshow**

12. August

---

**Musicalshow**

13. August

---

**Musicalshow**

14. August

---

**Die kleine Zauberflöte**

15. August

---

**Die kleine Zauberflöte**

16. August

---

**Die kleine Zauberflöte**

17. August

---

**Die kleine Zauberflöte**

18. August

---

**Die kleine Zauberflöte**

19. August

---

**Galaabend**

26. August

---

**Galaabend**

27. August

---

**Galaabend**

28. August

---



Kontakt / Kartenreservierung:

Eutiner Festspiele  
Am Schlossgarten 7  
23701 Eutin

Tel.: 04521 - 80010 | Fax: 04521 - 800111  
www.festspiele-eutin.de  
info@festspiele-eutin.de

**Eutiner Festspiele**  
Mensch. Natur. Kultur.