

Passionsspiele Oberammergeau 2020

# Leidenschaft für die Leidensgeschichte



Die weltweit bekanntesten Passionsfestspiele werfen schon heute ihre langen Schatten voraus. Der Großevent in Oberammergeau (16.5.-4.10.2020), der im Zehnjahresrhythmus veranstaltet wird, begeistert gut 500 000 Besucher. Die Passionsspiele Oberammergeau Vertriebs GmbH stützt sich beim Ticketing auf die Erfahrung ihres Partners und Kommanditisten aovo (Hannover). Wir sprachen jetzt mit Gerhard Griebler (Foto), Geschäftsführer aovo Touristik und der Vertriebs-GmbH.

**BUSMAGAZIN:** Herr Griebler, wie kommt es, dass Sie bzw. die aovo Touristik den alleinigen Vertrieb der Oberammergauer Passionsspiele 2020 übernommen haben?

**Gerhard Griebler:** Den Vertrieb der Karten für die Passionsspiele Oberammergeau 2020 gewann die aovo als Partner der Gemeinde Oberammergeau im Rahmen einer europaweiten Ausschreibung im Herbst 2016. Bei dieser Ausschreibung handelte es sich, um ein in der Aufgabenstellung interessantes und natürlich wirtschaftlich attraktives Angebot mit einem fixen Honorar für die Infrastruktur und einer attraktiven Gewinnbeteiligung. Beides hatte unser Interesse geweckt.

**BM:** Ist das für einen Mittelständler aus Hannover vielleicht nicht eine zu große Hausnummer, einen solchen Großevent im Vertrieb zu managen?

**Griebler:** Hier gibt es ein klares „Nein“: Wir, bzw. Tochtergesellschaften von uns, haben schon ähnlich große Projekte mitrealisiert, wie z. B. die Weltausstellung in Hannover 2000. Hierfür haben wir die Aufgabenbereiche Unterkunft, Tickets und sonstige touristische Leistungen übernommen, organisiert und gebündelt. Wir engagieren uns zudem seit über zehn Jahren für jede CeBIT und jede Hannover Messe. Darüber hinaus sind wir organisatorisch an der Automechanika, einer der Leitmessen der Automobilbranche, beteiligt.

Der Vertrieb der Tickets und Hotelzimmer für die Stage Entertainment ist z. B. eine weitere unserer Dienstleistungen. Wir sind daher auch mit Blick auf die Passionsspiele sehr gut aufgestellt und erfahren.

**BM:** Wie ist die Zusammenarbeit mit der Gemeinde Oberammergeau bzw. den Passionsspielen strukturiert?

**Griebler:** Es gibt die Passionsspiele Oberammergeau Vertriebs GmbH & Co. KG. Hier sind wir als Kommanditist mit 24 % beteiligt. Den Rest hält die Gemeinde Oberammergeau. Diese Gesellschaft vertreibt als Monopolist die Kartenkontingente der Spiele. Die aovo stellt dabei dieser GmbH die Technologie für

Ticketing und Vertriebsmarketing zur Verfügung. Auf die künstlerische Gestaltung und die Organisation sowie die Preis- und Provisionsgestaltung vor Ort hat unsere gemeinsame Vertriebs-GmbH keinen Einfluss.

**BM:** Über welche Vertriebsvolumina reden wir bei den Passionsspielen?

**Griebler:** Es gibt 102 Aufführungen, das heißt, wir sprechen von ca. 450 000 Karten. Davon werden 260 000 im Arrangement verkauft. Die Gemeinde Oberammergeau legt die Preise und Packages sowie die Schwerpunktmärkte für den Vertrieb fest. Zur Auswahl stehen Ein- oder Zwei-Tages-Arrangements. Diese umfassen Tickets, Übernachtung – in

## ← Die Dorfbewohner Oberammergaus stellen die letzten fünf Tage im Leben Jesu nach (im Bild: der Chor) Foto: Passionsspiele Oberammergau 2020

verschieden Preiskategorien – und das sogenannte Passionsessen zwischen dem ersten und zweiten Auf-führungsteil. Inkludiert im Preis sind Steuern, Kultur-abgaben und Textbuch usw.

**BM:** *Wie gehen Sie aktuell im Vertrieb vor?*

**Griebler:** Seit März 2017 bis 2019 steht allein das B2B-Geschäft im Fokus, erst dann folgt das Endkunden-geschäft. Wir konzentrieren uns im Ver-

trieb zurzeit auf die deutsch-sprachigen Länder. Sehr bedeutend sind zudem der englische und der US-amerikanische Markt. Hier gibt es ein großes Interesse an der Passionsgeschichte. Auch Skandinavien und Osteuropa zeigen ein hohes Interesse an den Spielen.

**BM:** *Wie erklärt sich das Interesse in Ländern, wo der katholische Glaube nicht so verwurzelt ist?*

**Griebler:** Es ist weniger ein katholisch, als insgesamt christlich motivierter Event. Das erklärt den Zuspruch aus den Ländern, die nicht unbedingt katholisch geprägt

sind, wie Skandinavien, Großbritannien oder die USA.

**BM:** *Wie ist zurzeit die Nachfrage aus den deutschsprachigen Regionen?*

**Griebler:** Die Nachfrage unter den Reisebusunter-nehmen ist insgesamt sehr rege. Darunter finden sich durchaus Busunternehmer, die schon die vierte oder fünfte Passion mitmachen und bereits jetzt schon mehrere hundert Tickets

### Bis 2019 steht das B2B-Geschäft im Fokus

bzw. Arrangements geordert haben. Dagegen zeigen sich viele Paketer noch zurück-haltend.

**BM:** *Wo liegen aktuell die Herausforderungen?*

**Griebler:** Unsere zurzeit größte Herausforderung ist es, zu vermitteln, dass wir einfach festgeschriebene Preise haben, die nicht ver-handelbar sind. Auch bei Großkunden

haben wir hier keinen Ver-handlungsspielraum. Die Konditionen sind einfach immer die gleichen, unab-hängig vom Ordervolumen. Denn wir haben eine markt-beherrschende Stellung und unterliegen der Kontrolle durch das Kartellamt. Das heißt, wir müssen in unserer Preispolitik sehr transparent und korrekt arbeiten.

**BM:** *Zögern vielleicht etliche Zwischenhändler mit ihren Bestellungen noch, weil sie auf billige Kartenkontingente im Schlussverkauf hoffen?*

**Griebler:** Das mag sein, ist aber unrealistisch. Natürlich steht es einem frei, in der Schlussphase des Verkaufs auf Restkontingente zu spekulieren, die dann eben zu günstigeren Konditionen auf den Markt geworfen werden.

### „Unsere Preise sind nicht verhandelbar“



↑ Die Passionsspiele führen Laienschauspieler aus Oberammergau (im Bild) auf Foto: Passionsspiele Oberammergau 2020/Florian Wagner

Das hat 2010 funktioniert, aber das war ein Sonderfall. Hier stornierten aufgrund der Wirtschaftskrise vor allem Kunden aus den USA im großen Stil. Diese Karten kamen in der Tat dann ver-billigt wieder auf den Markt. Die Erfahrung, die Ober-ammergau 2010 mit einem über-nervösen US-Markt

gemacht hat, ist übrigens der Grund, warum dieses Mal der Vertriebsfokus auf der als stabiler angesehenen D-A-CH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) liegt.

**BM:** *Was muss ich als Reise-veranstalter unternehmen, um für meine Kunden Karten zu sichern?*

**Griebler:** Reiseveranstalter mit Interesse an Karten müssen sich auf unserer Homepage registrieren und legitimieren. Nach der Freischaltung können sie dann, an den von ihnen ge-wünschten Daten, ihre Karten-kontingente anfordern. Es gibt dabei sozusagen eine handelsübliche Menge an Karten, die sie problemlos ordern können. Ab ca. 5000 bestellten Tickets behalten wir uns eine nochmalige Prüfung des Käufers vor. Damit wollen wir möglichen

Stornierungen oder gar Schwarzmarktgeschäften im großen Stil vorbeugen. Ab einem Verkauf von ca. 50 % aller Karten greifen allerdings etwas andere Ver-gabekriterien, um eine im Kern noch faire Verteilung umsetzen zu können. Dann werden nach gewissen Qualitätskriterien, vorab definiert von der Gemeinde, die Karten zugeteilt. Ein Beispiel: Wer Erfahrungen mit Oberammergau und den Spielen nachweisen kann, bekommt einen Bonus in puncto Kartenerwerb zu-erkannt.

**BM:** *Wie sind die Stornoregeln definiert und wo finden Bus- und Reiseveranstalter weitere Informationen?*

**Griebler:** Bis zur Vertrags-zusendung, die maximal zehn Tage dauert, können Sie kostenlos stornieren. Danach liegen die Storno-gebühren bei 5 % des Order-volumens. Nähere Informa-tionen für Bus- und Reise-veranstalter finden Sie unter [www.passionsspiele-oberammergau.de](http://www.passionsspiele-oberammergau.de).

**BM:** *Her Griebler, herzlichen Dank für das Gespräch.*

Das Interview führte Chefredakteur Dirk Sanne.



↑ Die Spiele gehen auf ein Pestereignis im Jahr 1633 zurück