



KULTUR-VERANSTALTUNGEN IN CORONA-ZEITEN WIE REAGIEREN DIE TICKETKÄUFER*INNEN?



Eine Erhebung von vollblut LiveMarketing

Stand Februar 2021

Vorwort

Wie reagieren die Ticketkäufer*innen auf die Pandemie?

Die Corona-Krise hat die Kultur hart getroffen. Dies belegt die Studie des europäischen Kreativ-Verbandes GESAC. Der Umsatz der europäischen Kulturbranche brach 2020 um 31 Prozent ein, ungefähr 200 Milliarden Euro gingen verloren. Die Folgen werden laut der Studie noch bis 2025 spürbar sein. ¹

Die Zulassungen verschiedener Impfstoffe machen Hoffnung. Dennoch ist auch für das Jahr 2021 nicht an Events ohne aufwendige Hygienemaßnahmen und Einschränkungen bei der Besucherzahl zu denken. Nach ersten erfolgreichen Veranstaltungen im Sommer 2020, planen nun zahlreiche Macher*innen, auch mit Hilfe von staatlichen Konjunktur- und Förderprogrammen, den kulturellen Neuanfang 2021.

Damit dieser Neustart gelingen kann, müssen die richtigen Entscheidungen in Bezug auf Preisgestaltung, Kundenansprache, Hygienemaßnahmen, Veranstaltungsort und Programmgestaltung getroffen werden.

Haben Erfahrungswerte und Marktdaten aus der Zeit vor Corona noch ihre Gültigkeit? Erste Studien in anderen Branchen zeigen ein stark verändertes Kaufverhalten. Zu diesen Ergebnis kommt z.B. der „The Shape of Retail“ Report für den Einzelhandel im Juni 2020.²

Die Kultur muss sich daher die Frage stellen: **Haben sich die Bedürfnisse, Einstellungen und Verhaltensweisen der Besucher*innen von Kulturveranstaltungen durch die Pandemie verändert?**

Diese Erhebung folgt diesen Ansatz und zeigt die wichtigsten Erkenntnisse für einen erfolgreichen Neustart der Kulturbranche während der Pandemie.

Danke, dass Ihr durchhaltet und neue Ideen entwickelt!

Methode

Gezielte Ansprache der Besucher*innen von Kulturveranstaltungen.

Die Umfrage wurde vom 13. November 2020 bis 25. Februar 2021 durchgeführt. Das Ziel der Befragung ist, Veränderungen von Verhalten, Einstellung und Bedürfnissen von Ticketkäufer*innen während der Corona-Pandemie zu eruieren.

Befragt wurden 775 Ticketkäufer*innen in ganz Deutschland, wobei mit 73% der größte Teil aus Bayern stammt.

Die Einladung zur Umfrage erfolgte über die Unterstützer, indem gezielt Ticketkäufer*Innen über Newsletter und Social-Media zur Teilnahme an der Umfrage aufgefordert wurden. Jede*r Teilnehmer*in konnte den Fragebogen nur einmal ausfüllen.

Die Umfrage wurde per Online-Panel DSGVO-konform durchgeführt.

Zahlreiche Teilnehmer*innen haben die Umfrage genutzt, um der Kultur ein paar aufmunternde Worte mit auf den Weg zu geben. Einzelne Statements sind rechts in den Sprechblasen zu finden.

Never, never give up!
Bald geht's wieder aufwärts
und dann seid ihr wichtiger denn je!

Unterstützer



Zentrale Erkenntnisse

Kernaussage: Die Ticketkäufer*innen passen ihr Verhalten der Pandemie an.

Hohe Akzeptanz von Hygieneregeln



Die Besucher*innen von Kulturveranstaltungen akzeptieren strenge Hygieneregeln. 67% sind demnach bereit, auf einem Open-Air einen Mund-Nasen-Schutz zu tragen. Die Maßnahmen werden nicht nur akzeptiert, sondern vielmehr gefordert.

Veranstaltungsort ausschlaggebend



Der Veranstaltungsort ist hinter dem Künstler und vor dem Hygienekonzept der wichtigste Beweggrund für den Erwerb von Tickets. Je besser Hygienemaßnahmen an einer Venue umsetzbar sind, desto größer ist die Bereitschaft zum Ticketkauf.

Zahlungsbereitschaft für Hygienekonzepte



Es besteht eine hohe Bereitschaft, für Hygienekonzepte zu bezahlen. 84% der Befragten sind bereit, bis zu 5 Euro mehr pro Ticket auszugeben.

Solidarität mit der Kultur



Die Solidarität ist groß. 96% der Befragten sind bereit, die Kultur, neben dem Erwerb von Tickets, auch mit anderen Maßnahmen zu unterstützen. Hierzu zählen Spenden, Merchandise, Petitionen etc.

Vertrauen trotz Zurückhaltung



Die Rückerstattung von Tickets war 2020 ein großes Thema. Dennoch verlassen sich die Käufer*innen beim Ticketkauf weiterhin auf die Ticketanbieter. Der Kauf erfolgt jedoch wesentlich kurzfristiger als vor der Pandemie.

Besucher*innen kommen solo



9% der Besucher*innen von Veranstaltungen kommen während der Pandemie alleine. Das ist bei einer reduzierten Sitzplatzkapazität und zu wahren Abstandsregeln ein nicht unerheblicher Teil.

Kombination von Aktivitäten



Auch während der Pandemie haben die Befragten das Bedürfnis, den Besuch von Veranstaltungen mit weiteren Freizeitaktivitäten zu kombinieren. Lediglich 14% planen ausschließlich den Besuch der Veranstaltung.

Weite Anreise mit Auto



Während der Pandemie ist das Auto das bevorzugte Verkehrsmittel für die Anreise zu einer Kulturveranstaltung. Dabei legen 40% der Befragten bis zu 50 km und 26% bis zu 100 km für eine Tagesveranstaltung zurück.

Empfehlungen

Wichtige Punkte bei der Konzeption von Kulturerlebnissen während der Pandemie:



In der Kommunikation zum einen Fokus auf das Hygienekonzept und zum anderen auf die Vorteile des Veranstaltungsorts (z.B. Lüftungsanlagen, Abstandsmaßnahmen) legen. Das schafft Vertrauen.



Weitergabe der Kosten für Hygienekonzepte an die Besucher*innen. Die Mehrheit hat Verständnis für einen Aufpreis von bis zu 5 Euro.



Erhöhung der Einnahmen durch einen Appell an die Solidarität der Ticketkäufer*innen. (z.B. im Merchandise oder Erschließung neuer Einnahmequellen wie Crowdfunding)



Im Ticketing sind verkaufsfördernde Maßnahmen erst 1 bis 2 Monate vor der Veranstaltung sinnvoll. Die Maßnahmen müssen bis wenige Wochen vor dem Veranstaltungstermin intensiviert werden.



Finden attraktiver Lösungen für Käufer*innen von Singletickets, um möglichst viele Plätze vergeben zu können. (z.B. temporäre Kulturpartnerschaften für je zwei Personen)



Eingehen von regionalen Partnerschaften mit Anbieter*innen von anderen Freizeitaktivitäten und Nutzung von Synergieeffekten.

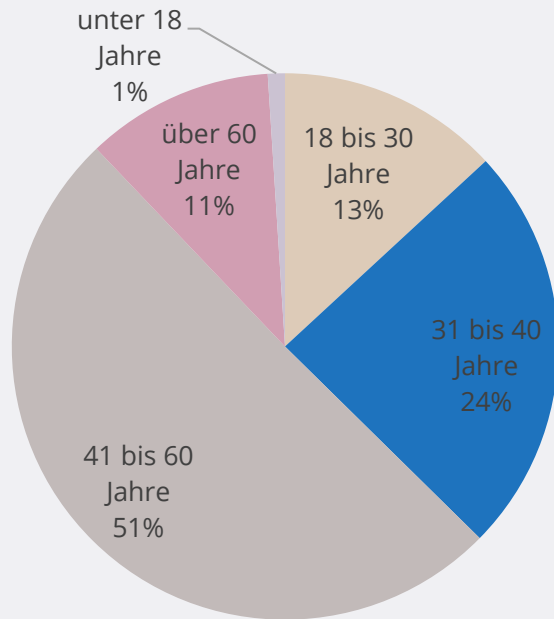


Anpassung der Kommunikation auf das größere Einzugsgebiet und zusätzliches Hinweisen auf Parkmöglichkeiten.

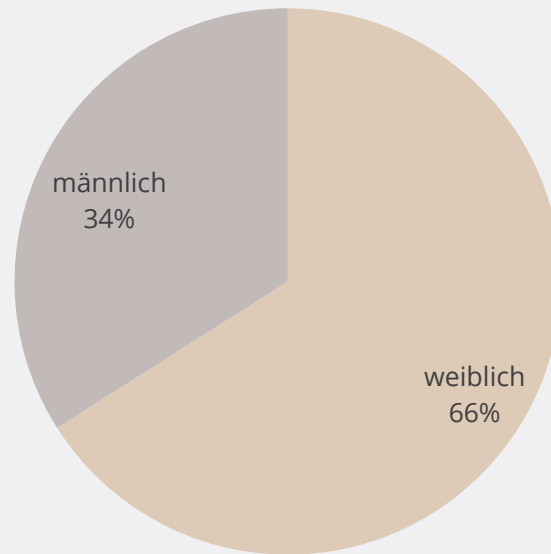
„Gebt bitte nicht auf, wir brauchen euch und gehen nach dem Lockdown sofort wieder auf eure Veranstaltungen, wir haben einen riesigen Nachholbedarf.“

Frage 1+2

Wie alt sind Sie?
[Einfach-Auswahl]



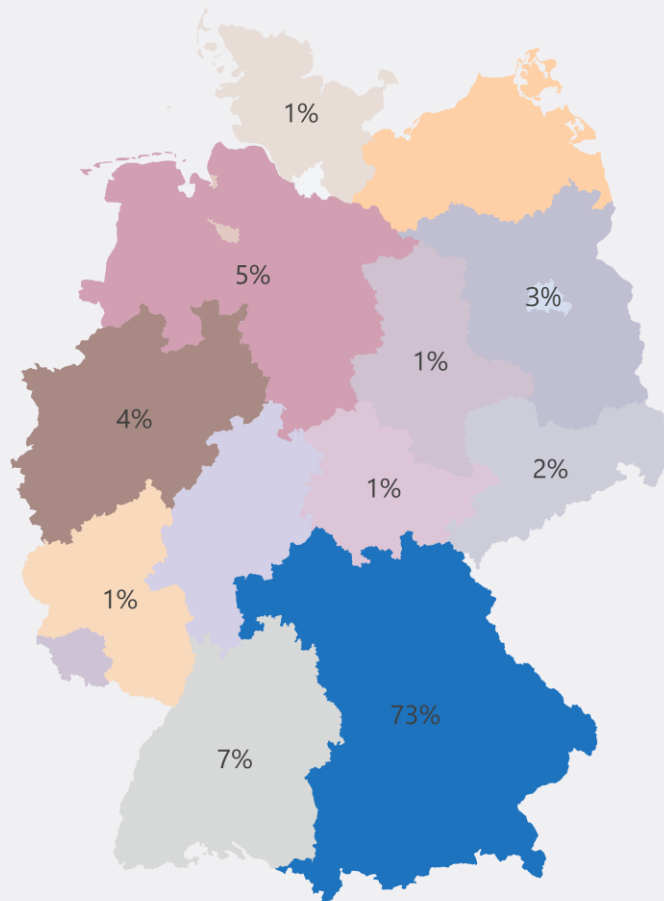
Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.
[Einfach-Auswahl]



Halten Sie durch! Es geht bald wieder los mit Kulturveranstaltungen, ohne die ist alles doof

Frage 3

Bitte geben Sie Ihre Postleitzahl an.
[Eingabefrage]

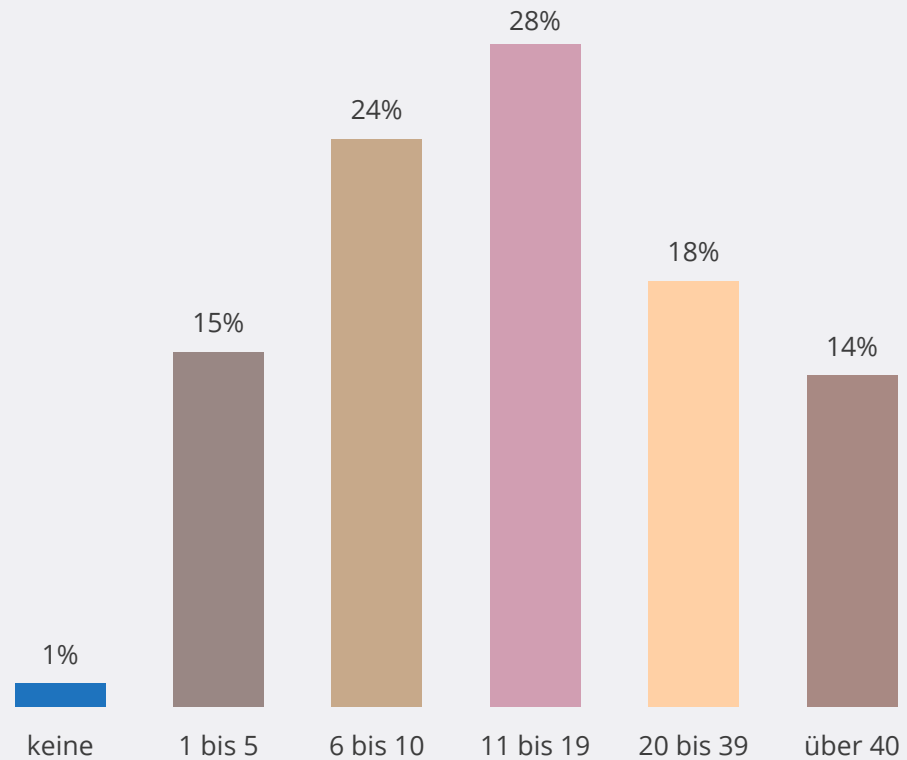


Unterstützt von Bing
© GeoNames, Microsoft, TomTom

Haltet die Ohren steif,
irgendwann geht es wieder aufwärts.
Schreibt eine Inhaberin von einem
Reisebusunternehmen, das gerne mit dem Bus
auf Konzerte fährt.

Frage 4

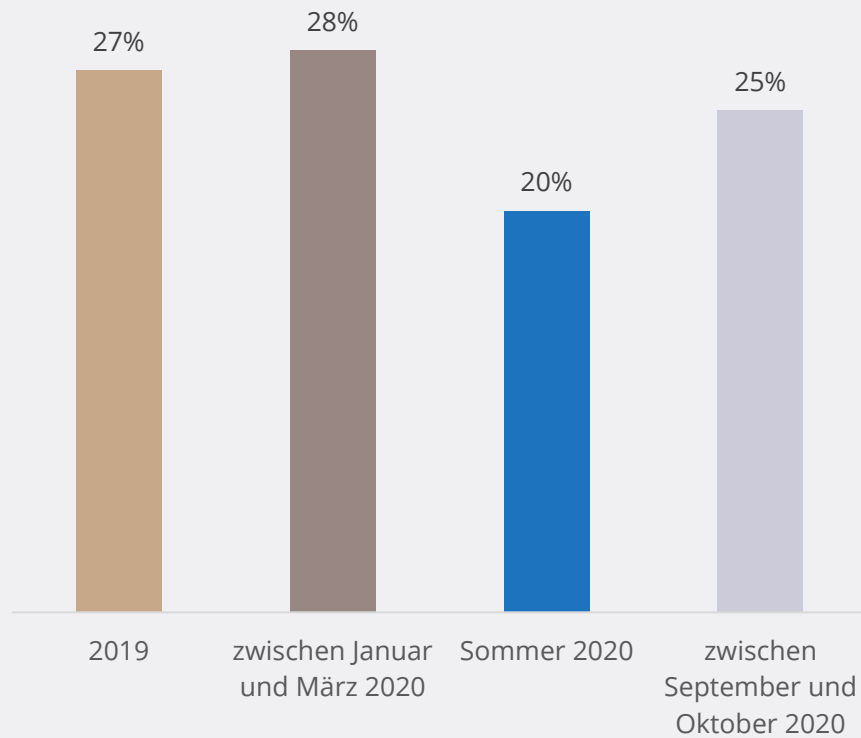
Wie viele Veranstaltungen haben Sie vor der Pandemie pro Jahr besucht?
[Einfach-Auswahl]



Mein Mitgefühl und ein Stoßgebet, dass sich sichere Alternativen finden lassen, bis wir die Pandemie überstanden haben.

Frage 5

Wann waren Sie zum letzten Mal auf einer Veranstaltung?
[Einfach-Auswahl]



Haltet durch!
Wenn das vorbei ist,
rennen wir euch die Bude ein!
Nur Netflix is nix auf Dauer...

Frage 6

**Welche Veranstaltung haben Sie zuletzt besucht?
Bitte geben Sie den Namen der Veranstaltung an.**

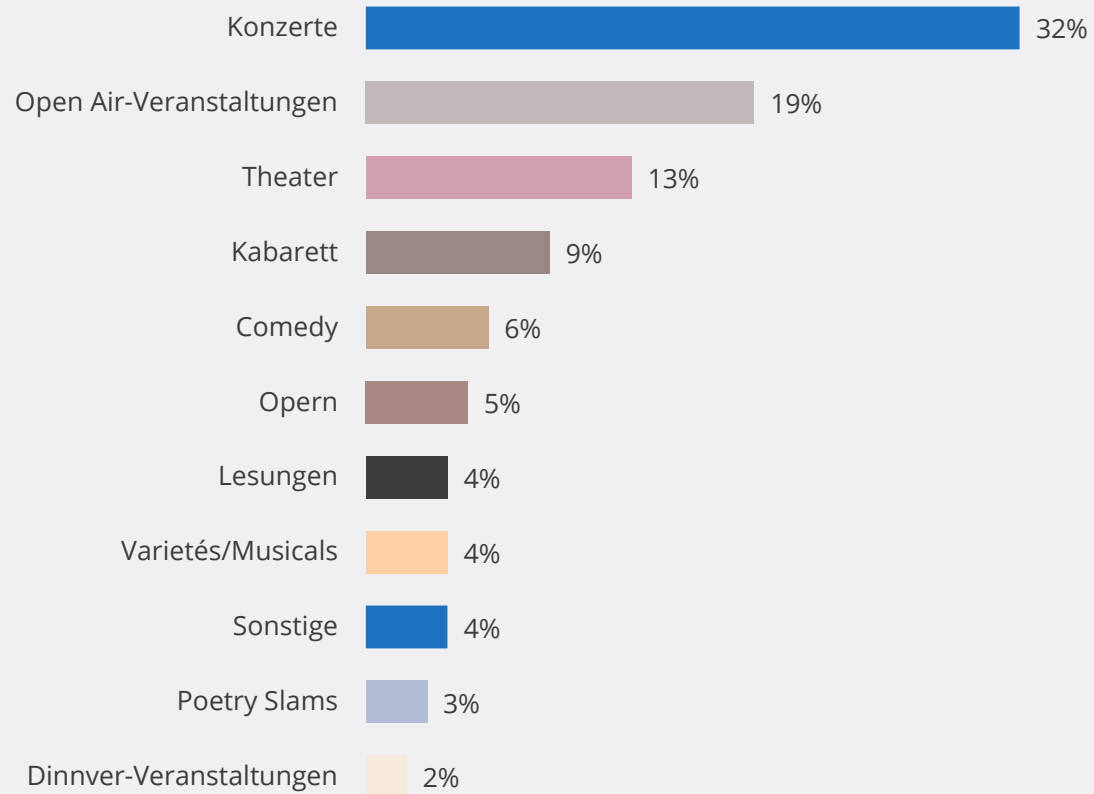
[Auszug – Eingabe-Frage]

| | | | | | | | |
|--------------------------------------|------------------------|--|---|---|---------------------------------------|-----------------------------|-----------------|
| PamPam Ida | Residenz- theater | Provinz (Live- Open-Air München | Flying Circus Eulen- spiegel | Sommer in der Stadt am Gasteig | Giant Rocks Picknick Konzert | Winter- Tollwood | Paul van Dyk |
| Wanda Konzert | Killerpilze Konzert | Django Asül im Lustspielhaus München | dicht&ergreifend in der Olympiahalle | | Cirque de Soleil | Andrea Berg | |
| Thunder- mother | DJ Hell München | Staatsoper, 7 Death of Maria Callas | Dreiviertelblut im Innenhof des Deutschen Museums | | Harry G | Deichkind | |
| Giesing is a feeling am Grünspitz | | Monika Gruber in Seemannshausen | Südbahnhof-Konzerte im Bahnwärter Thiel | | Luise Kinseher | Hannes Ringl- stetter | |
| GOP Variete München | Wolfgang Krebs | Sum41 Konzert | Roger Rekless Konzert | Einstürzende Neubauten | Liam Gallagher | Nbg Pop Festival | |

Ich hoffe, dass die, für Sie schlimme, Situation bald ein Ende hat und zumindest kleinere Events regelmäßig stattfinden können, unter Einhaltung der Infektionsschutzregeln.

Frage 7

Welche Veranstaltungsarten besuchen Sie am häufigsten?
[Mehrfach-Auswahl]



Durchhalten – sobald es wieder möglich ist,
möchten wir sehr gerne wieder Veranstaltungen,
Theater und Konzerte besuchen!

Frage 8

Die Teilnehmer sollten Aussagen, nach persönlicher Einschätzung ihrer Wichtigkeit, bewerten.
[Matrix-Fragenkatalog]

98%



der Befragten stimmen zu, dass Kulturveranstaltungen wichtig für ihre Lebensqualität sind.

[77% „stimme voll zu“, 21% stimme zu“]

82%



werden Veranstaltungen mit Sitzplatzreservierung, gutem Hygienekonzept und Mindestabstand besuchen.

[49% „stimme voll zu“, 33% „stimme zu“]

77%



sind bereit, zur Erfassung personenbezogener Daten ihren Personalausweis vorzulegen.

[42% „stimme voll zu“, 35% „stimme zu“]

77%



sind bereit, auf einer Veranstaltung auf Alkoholkonsum zu verzichten.

[48% „stimme voll zu“, 29% „stimme zu“]

67%



sind bereit, auf einer Open-Air-Veranstaltung eine Mund-Nasen-Bedeckung zu tragen.

[33% „stimme voll zu“, 34% „stimme zu“]

63%



gehen auch bei schlechtem Wetter auf Open-Air-Veranstaltungen.

[22% „stimme voll zu“, 41% „stimme zu“]

63%



sind bereit, während der kompletten Veranstaltung auch auf reservierten Sitzplätzen eine Mund-Nasen-Bedeckung zu tragen.

[32% „stimme voll zu“, 31% „stimme zu“]

59%



sind bereit, kurz vor einer Veranstaltung einen Corona-Schnelltest durchführen zu lassen.

[28% „stimme voll zu“, 31% „stimme zu“]

Frage 8

Die Teilnehmer sollten Aussagen, nach persönlicher Einschätzung ihrer Wichtigkeit, bewerten.
[Matrix-Fragenkatalog]

53%



sind bereit, eine Veranstaltung ohne Sitzplatzreservierung, mit freier Platzwahl, Hygienekonzept und Mindestabstand zu besuchen.

[29% „stimme voll zu“, 24% „stimme zu“]

46%



sind bereit, für Live-Streams zu bezahlen.

[12% „stimme voll zu“, 34% „stimme zu“]

43%



würden sich auf einer Veranstaltung sicherer fühlen, wenn alle Besucher*innen getestet oder geimpft wären.

[16% „stimme voll zu“, 27% „stimme zu“]

38%



sind bereit, beim Ticketkauf oder am Einlass ihren Impfstatus überprüfen zu lassen.

[18% „stimme voll zu“, 20% „stimme zu“]

29%



werden erst wieder Veranstaltungen besuchen, wenn es ohne Einschränkungen möglich ist.

[14% „stimme voll zu“, 15% „stimme zu“]

23%



besuchen eine Indoor-Veranstaltung nur, wenn ein zertifiziertes mechanisches Lüftungssystem vorhanden ist.

[5% „stimme voll zu“, 18% „stimme zu“]

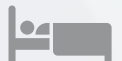
16%



finden, Live-Streams sind ein guter Ersatz für Live-Veranstaltungen.

[3% „stimme voll zu“, 13% „stimme zu“]

11%



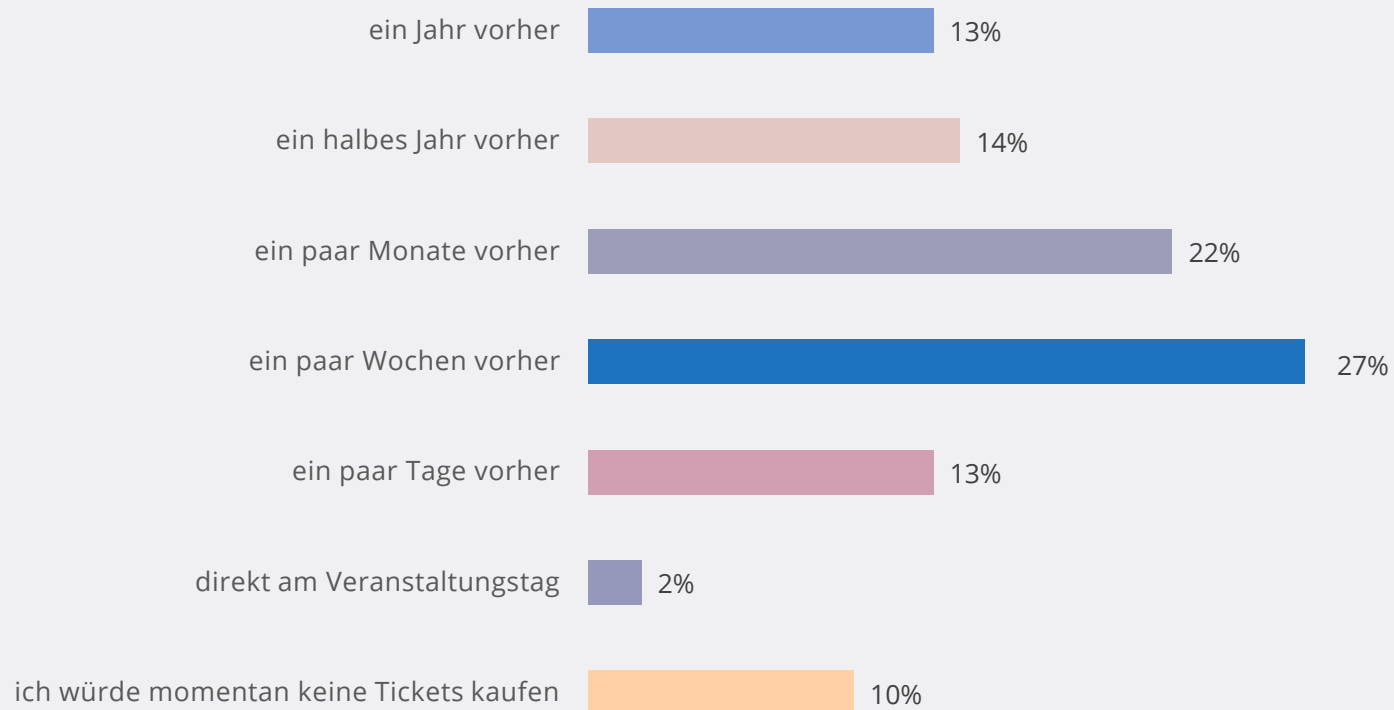
sind bereit, vor einer Veranstaltung einen sicheren Corona-Test zu machen und sich ca. zwei Tage in Quarantäne zu begeben.

[3% „stimme voll zu“, 8% „stimme zu“]

Frage 9

Wie weit im Voraus kaufen Sie Ihre Tickets?

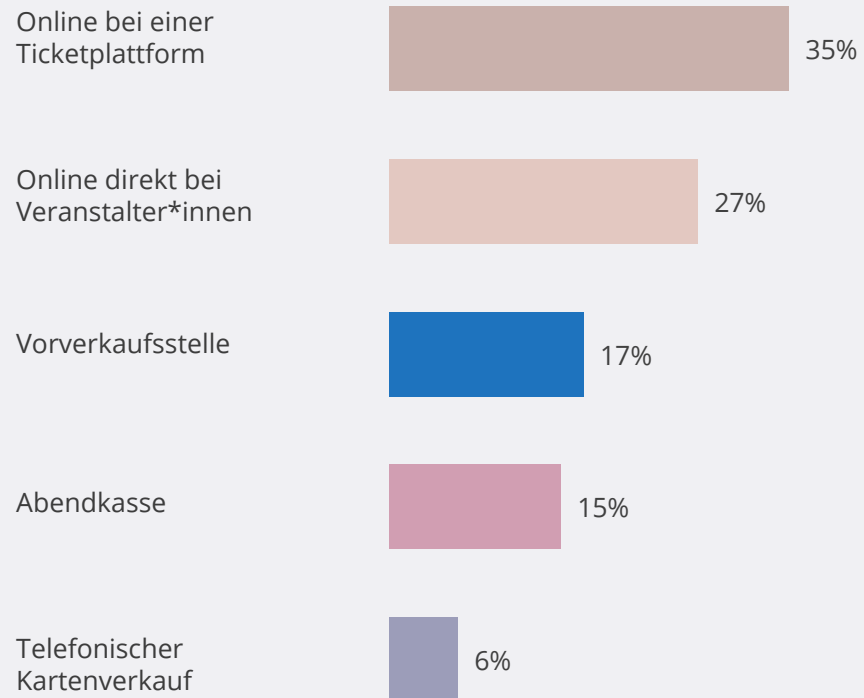
Annahme: Veranstaltungen sind erlaubt, Pandemie ist noch nicht vorüber.
[Einfach-Auswahl]



Nicht aufgeben...
es kann nur noch bergauf gehen!!!

Frage 10

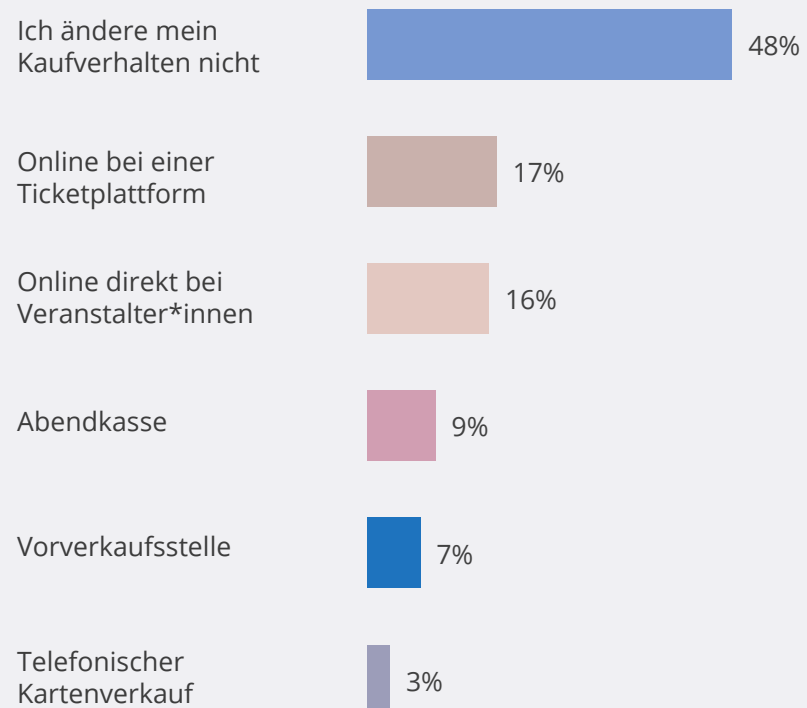
Wo haben Sie vor der Pandemie Ihre Tickets gekauft?
[Mehrfach-Auswahl]



Don't give up
'cause you have friends!
(Peter Gabriel)

Frage 11

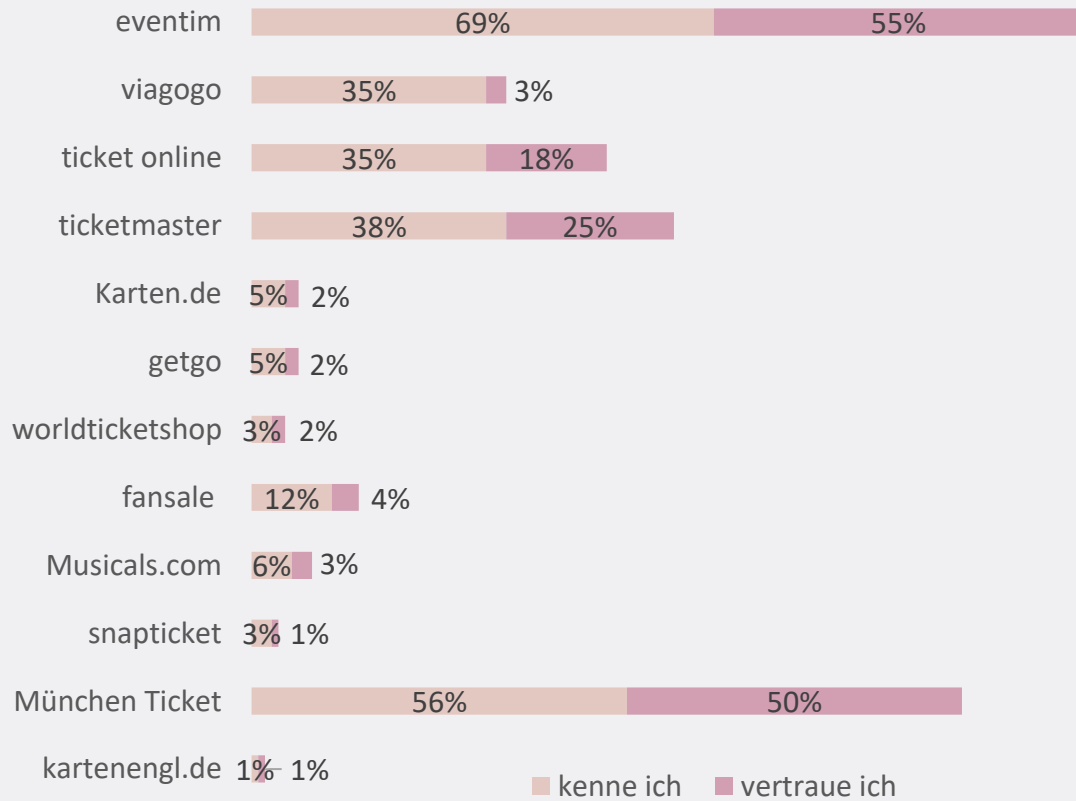
Werden Sie Ihr Kaufverhalten 2021 ändern?
Wenn ja, wo kaufen Sie Ihre Tickets dann?
[Mehrfach-Auswahl]



Bleiben Sie gesund,
damit wir so bald wie möglich wieder
Veranstaltungen besuchen können. ☺

Frage 12

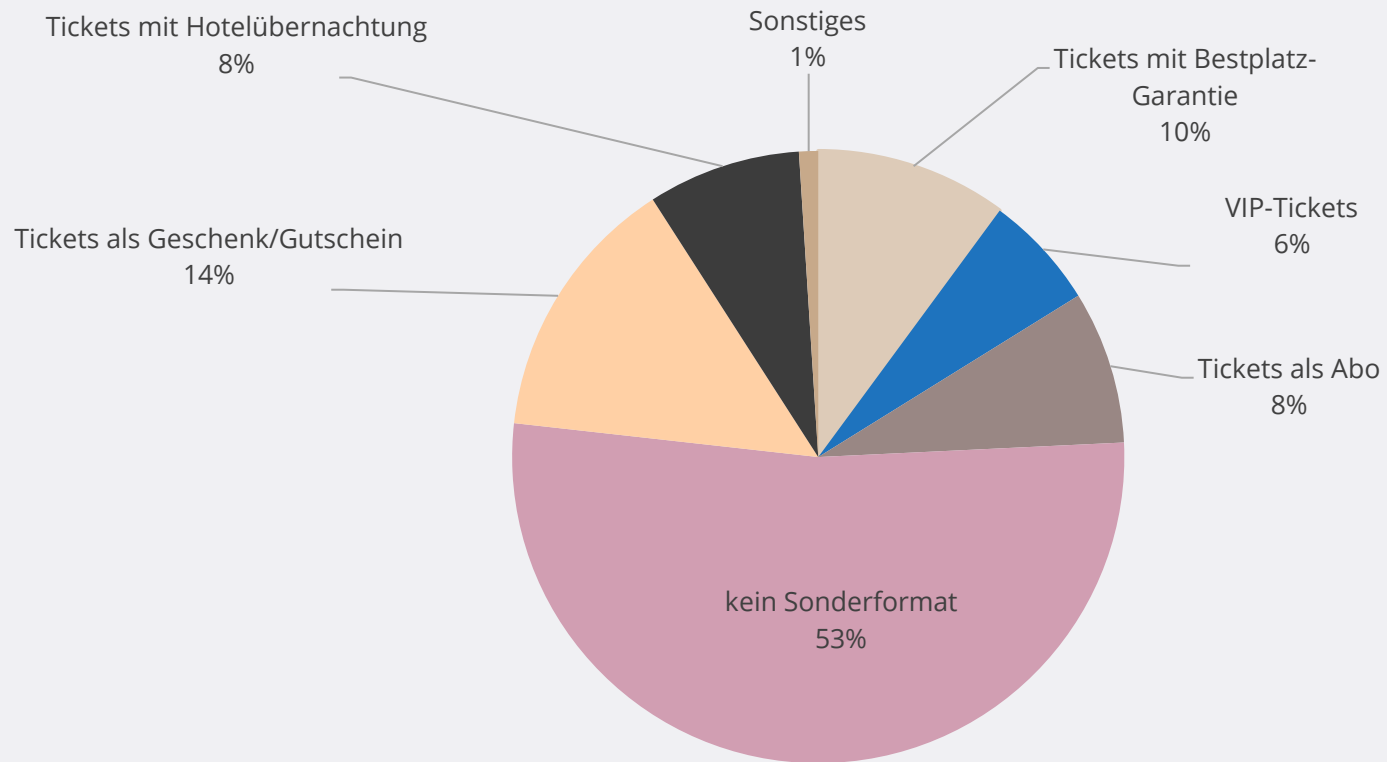
Welche der folgenden Ticket-Portale kennen Sie und vertrauen Sie diesen?
[Matrix-Frage]



Kraft, Positivität, Durchhaltevermögen und viel Kreativität, um die „stade“ Zeit mit Inhalten zu füllen.

Frage 13

Für welche Ticket-Sonderformate würden Sie sich während der Pandemie entscheiden? [Mehrfach-Auswahl]

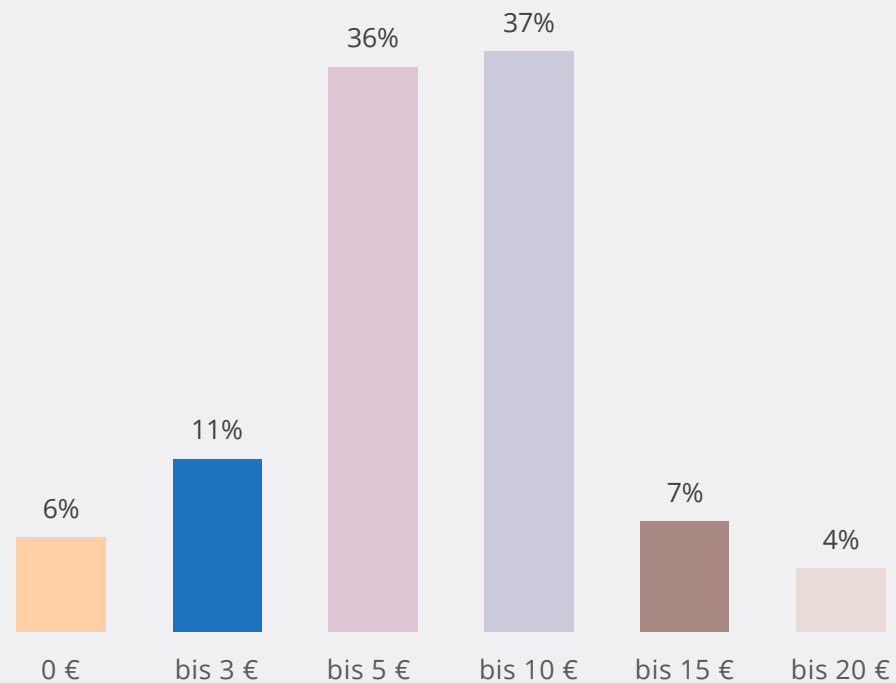


Gemeinsam schaffen wir das! ☺

Frage 14

Hygienekonzepte erhöhen die Kosten für Veranstalter*Innen. Wie viel sind Sie bereit, während der Pandemie, mehr für ein Ticket zu bezahlen?

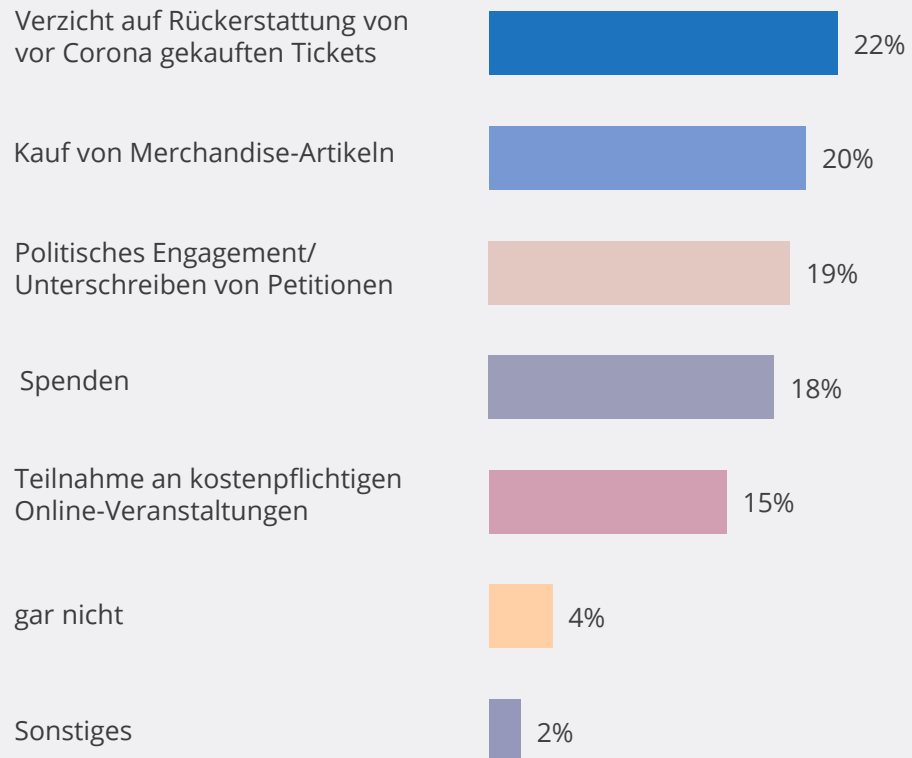
[Mehrfach-Auswahl]



Haltet durch! Und es reicht nicht, nur von der Politik zu fordern. Es muss mehr Solidarität eingefordert werden. Es gibt genug Branchen, denen es gut geht. Ich zähle mich dazu. Und darum ist es möglich, dass diese Branchen eben kleinere Veranstaltungen organisieren und durchführen. Auch wenn diese nicht kostendeckend sind. Ich wünsche mir wesentlich mehr Zusammenhalt in der Gesellschaft. Und ich sehe es auch als Pflicht, dass wir jetzt Künstler, Clubs, Veranstaltungstechniker usw. unterstützen! Mit höheren Preisen, vor allem aber auch, in dem wir auf Veranstaltungen gehen.

Frage 15

Wie unterstützen Sie die Kulturszene, außer durch Ticketkäufe?
[Mehrfach-Auswahl]

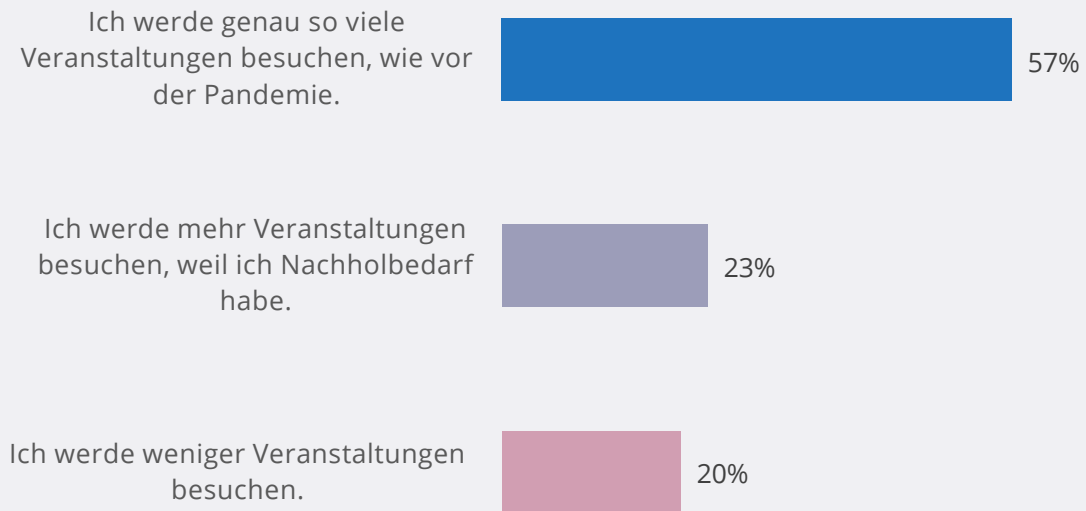


Haltet durch,
Kulturveranstaltungen sind extrem wichtig
für ein lebenswertes Leben.
Ich vermisse es total.

Frage 16

Wie wird sich die Pandemie auf die Anzahl Ihrer Veranstaltungsbesuche auswirken, wenn wieder Veranstaltungen stattfinden?

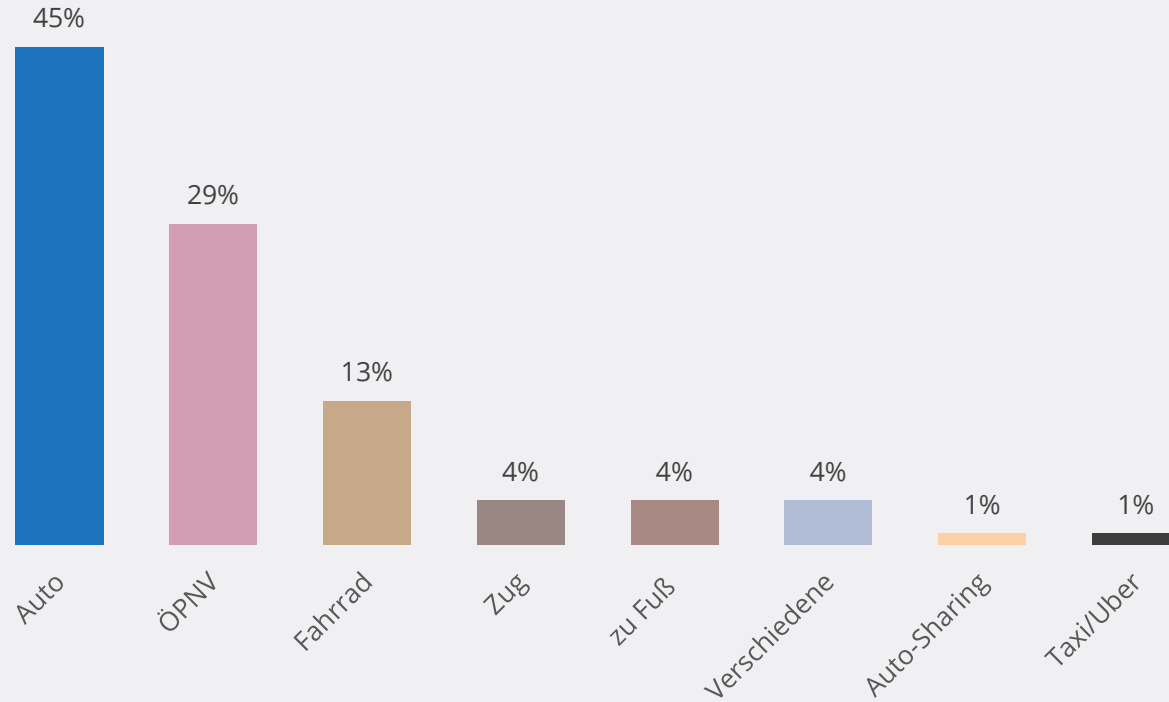
[Einfach-Auswahl]



Ich werde Euch so oft es nur geht besuchen und freue mich schon riesig, Euch alle wieder in Aktion zu sehen!!!

Frage 17

Wie kommen Sie während der Pandemie an einen Veranstaltungsort?
[Einfach-Auswahl]

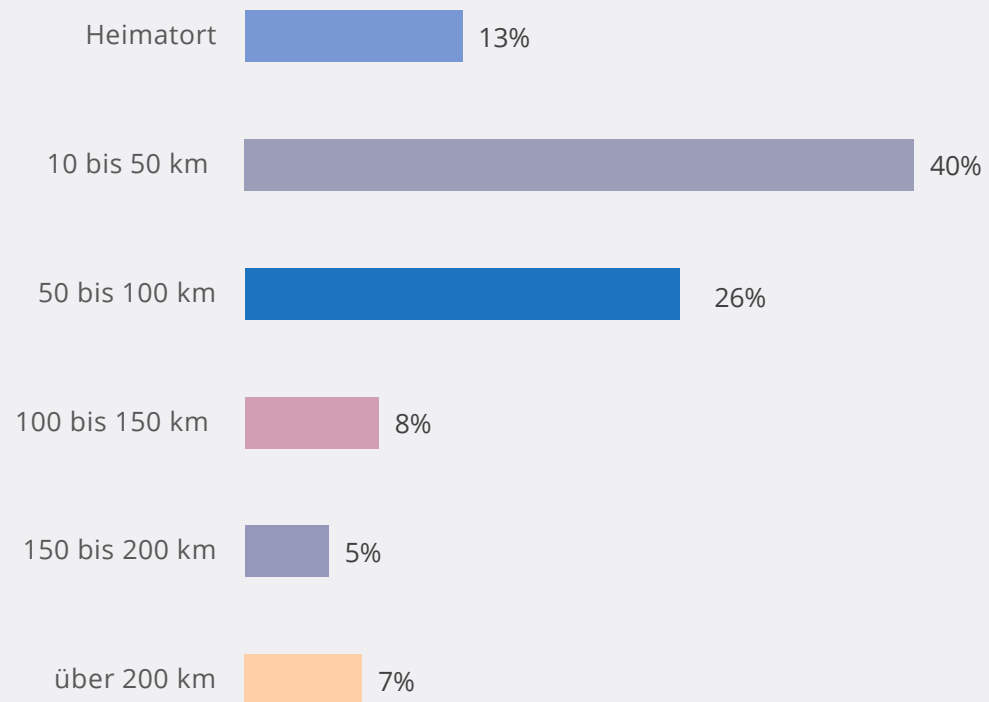


Wir sehen uns!
Hoffentlich bald!

Frage 18

Wie viele Kilometer legen Sie höchstens für eine Tagesveranstaltung während Corona zurück?

[Einfach-Auswahl]



Keep on! Ich hoffe sehr, dass bald alles wieder in „Normalbetrieb“ läuft –
Ohne Kultur stirbt ein elementarer Teil unserer Gesellschaft! Es ist schön, dass Ihr versucht einen Weg zu finden, danke!

Frage 19

Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte beim Ticketkauf?
[Rankingfrage]

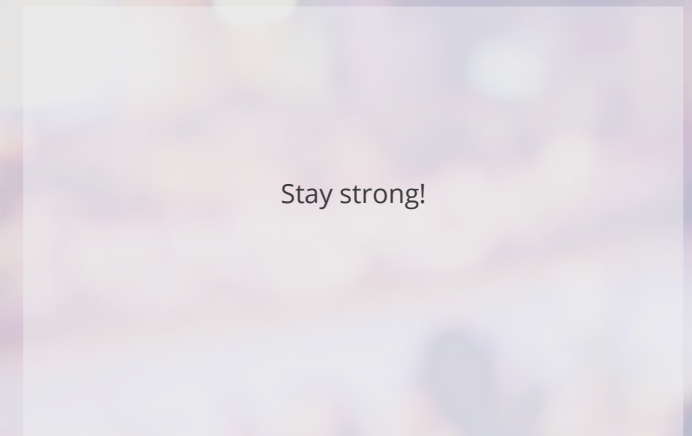
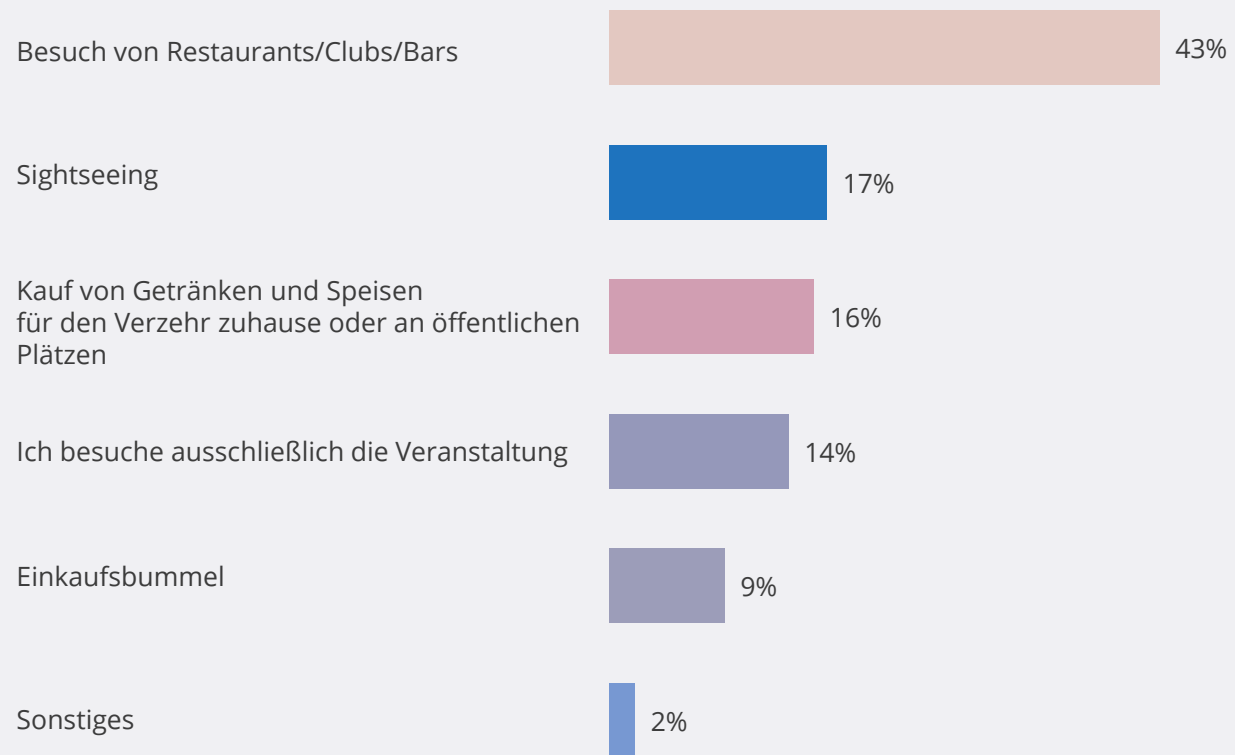
- | | |
|---|--|
| 1. Künstler (bei 83% der Befragten auf Platz 1) | 5. Unterstützung regionaler Künstler*innen und Veranstalter*innen |
| 2. Veranstaltungsort (bei 45% der Befragten auf Platz 1,2 oder 3, im Durchschnitt jedoch knapp über dem Hygienekonzept) | 6. Nähe zum Wohnort |
| 3. Sicheres Hygienekonzept (bei 50% der Befragten auf Platz 1, 2 oder 3) | 7. Geld-Zurück-Garantie |
| 4. Atmosphäre | 8. Gute Verkehrsanbindung |

Ich vermisse Sie sehr!!!
Bitte halten Sie durch.
Wir alle versuchen dies gemeinsam.
Auf bald.

Frage 20

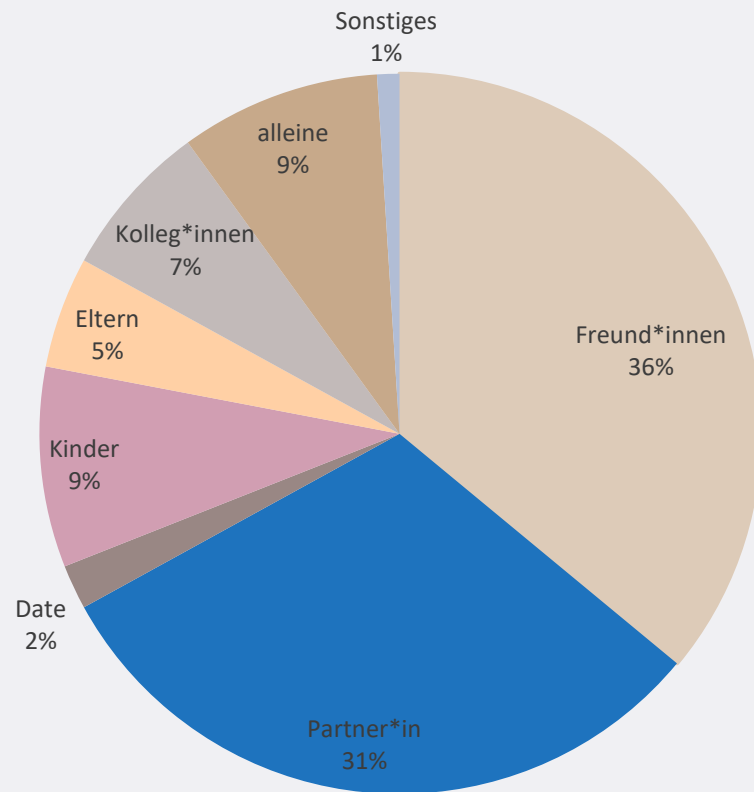
Mit welchen Freizeitaktivitäten kombinieren Sie den Besuch einer Veranstaltung?

[Mehrfach-Auswahl]



Frage 21

Mit wem gehen Sie während der Pandemie am liebsten auf eine Veranstaltung? [Mehrfach-Auswahl]



Haltet durch – Es wird leider noch dauern, aber dann brauchen wir euch alle!

Frage 22

Wie wichtig sind Ihnen folgende Sicherheitsmaßnahmen auf Veranstaltungen während der Pandemie?
[Matrix-Fragenkatalog]

84%



der Befragten ist das Einhalten von Abstandsregeln wichtig oder sehr wichtig.

[53% „sehr wichtig“, 31% „wichtig“]

82%



der Befragten ist die regelmäßige Reinigung und Desinfektion des Veranstaltungsortes wichtig oder sehr wichtig.

[42% „sehr wichtig“, 40% „wichtig“]

81%



der Befragten ist die Frischluftzufuhr durch Lüften (bei Indoor-Veranstaltungen) wichtig oder sehr wichtig.

[32% „sehr wichtig“, 49% „wichtig“]

80%



der Befragten ist die ausreichende Möglichkeiten zur Handdesinfektion wichtig oder sehr wichtig.

[40% „sehr wichtig“, 40% „wichtig“]

71%



der Befragten ist die Verpflichtung zum Tragen einer Mund-Nasen-Bedeckung wichtig oder sehr wichtig.

[38% „sehr wichtig“, 33% „wichtig“]

70%



der Befragten ist ein striktes Vorgehen von Sicherheitskräften bei Verstoß gegen Hygiene-Regeln wichtig oder sehr wichtig.

[37% „sehr wichtig“, 33% „wichtig“]

59%



der Befragten ist die Erfassung personenbezogener Daten wichtig oder sehr wichtig.

[20% „sehr wichtig“, 39% „wichtig“]

54%



der Befragten ist der Einsatz von zertifizierten Luftfilter- und Belüftungsanlagen (bei Indoor-Veranstaltungen) wichtig oder sehr wichtig.

[19% „sehr wichtig“, 35% „wichtig“]

Frage 22

Wie wichtig sind Ihnen folgende Sicherheitsmaßnahmen auf Veranstaltungen während der Pandemie?
[Matrix-Fragenkatalog]

47%



der Befragten ist das Stattfinden der Veranstaltung im Freien wichtig oder sehr wichtig.

[14% „sehr wichtig“, 33% „wichtig“]

43%



der Befragten ist kontaktloses Bezahlen wichtig oder sehr wichtig.

[17% „sehr wichtig“, 26% „wichtig“]

38%



der Befragten ist das Tragen von Mund-Nasen-Bedeckungen auch auf Outdoor-Veranstaltungen wichtig oder sehr wichtig.

[11% „sehr wichtig“, 28% „wichtig“]

37%



der Befragten sind ausschließlich Sitzplätze am Veranstaltungsort wichtig oder sehr wichtig.

[10% „sehr wichtig“, 27% „wichtig“]

23%



der Befragten ist das Fiebermessen am Einlass wichtig oder sehr wichtig.

[5% „sehr wichtig“, 18% „wichtig“]

17%



der Befragten ist die Ausgabe von Speisen und Getränken ausschließlich verpackt oder aus Automaten wichtig oder sehr wichtig.

[5% „sehr wichtig“, 12% „wichtig“]

Impressum

Diese Publikation wird ausschließlich als Download angeboten.

Herausgeber*innen

vollblut LiveMarketing
Geisler & Schloifer GbR
Hesselohrstraße 15
80802 München
www.vollblut-livemarketing.de

Autoren*innen

Tabea Kraus
Sascha Schloifer

Bildernachweis

Hintergrundfoto Seite 1 bis 29: BLUR LIFE 1975 / shutterstock.com

Quellen

¹ Seite 4: Peter Jungblut, br24 (26.01.2021, 11:36 Uhr) „Schock-Welle: Europas Kulturbranche verliert 200 Milliarden Euro“

Abgerufen am 28.01.2021 von <https://www.br.de/nachrichten/kultur/schock-welle-europas-kulturbranche-verliert-200-milliarden-euro,SNBme63>

2 Seite 1: Alvarez & Marsal, PRESSEPORTAL (08.07.2021, 10:13 Uhr) „Neue Studie von Alvarez & Marsal zeigt: 19,5 Millionen deutsche Verbraucher werden ihr Kaufverhalten nachhaltig verändern“

Abgerufen am 29.01.2021 von <https://www.presseportal.de/pm/118051/4646161>

Hinweis

Sämtliche Inhalte wurden sorgfältig recherchiert. Dennoch übernehmen Autor*innen und Herausgeber*innen keine Garantie für Vollständigkeit, Aktualität und Richtigkeit der bereitgestellten Informationen und somit keine juristische Verantwortung sowie Haftung in jeglicher Form.

Verwendung

Diese Erhebung stellen wir unter Nennung und [Verlinkung](#) von vollblut LiveMarketing als Urheber honorarfrei zur Verfügung. Belegexemplare erbeten an info@vollblut-livemarketing.de

Viel Kraft und bleiben Sie gesund!