



# 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.<sup>1</sup>

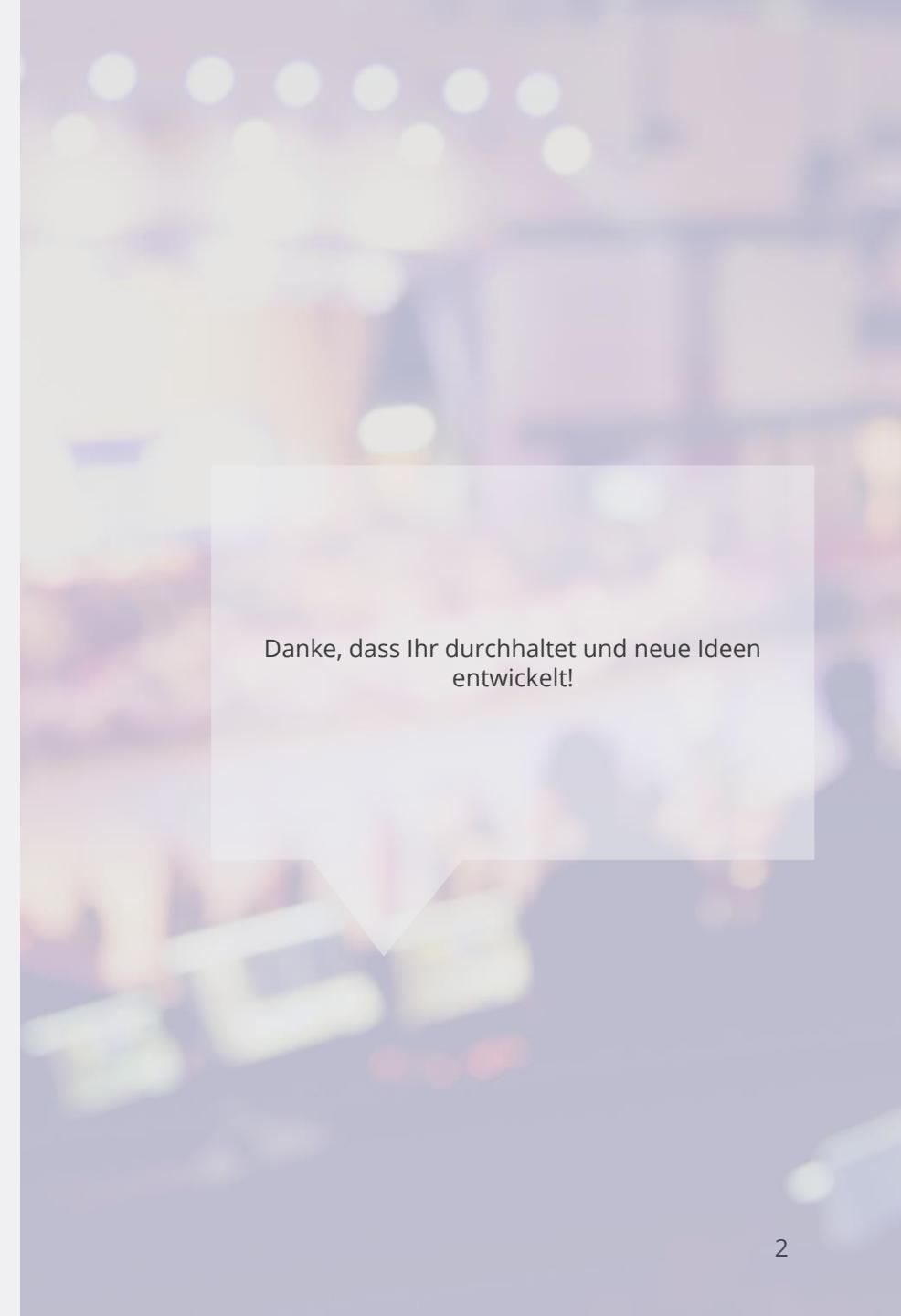
Die Zulassungen verschiedener Impfstoffe machen Hoffnung. Dennoch ist auch für das Jahr 2021 nicht an Events ohne aufwendige Hygienemaßnahmen und Einschränkungen bei der Besucherzahl zu denken. Nach ersten erfolgreichen Veranstaltungen im Sommer 2020, planen nun zahlreiche Macher\*innen, auch mit Hilfe 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.<sup>2</sup>

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.

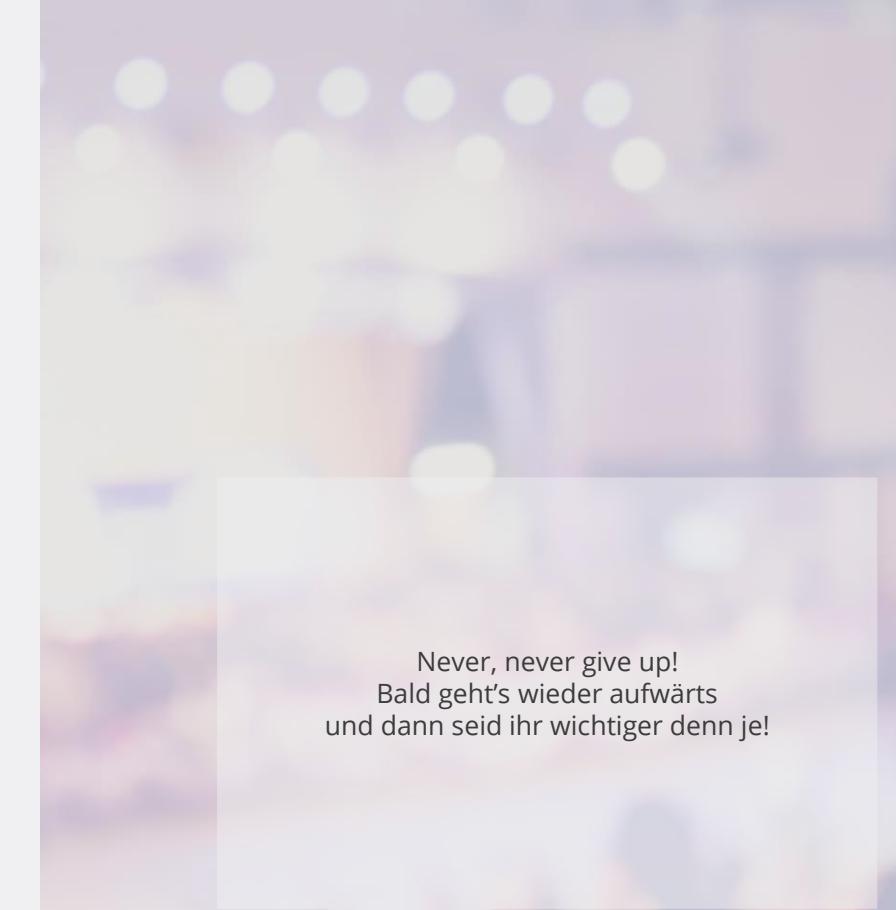
Befragt wurden 775 Ticketkäufer\*innen in ganz Deutschland, wobei mit 73% der größte Teil aus Bayern stammt.

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 DGSVO-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.

### 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.

## 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.

## 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.

## 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.

## 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.

## Weite Anreise mit Auto



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.

# 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.



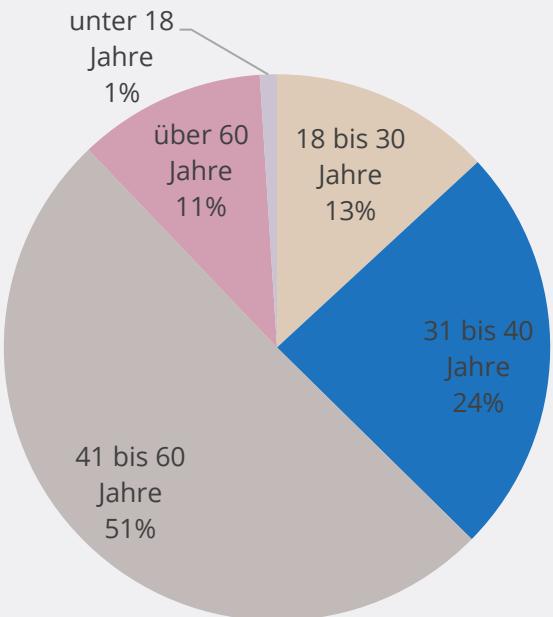
Anpassung der Kommunikation auf das größere Einzugsgebiet und zusätzliches Hinweisen auf Parkmöglichkeiten.



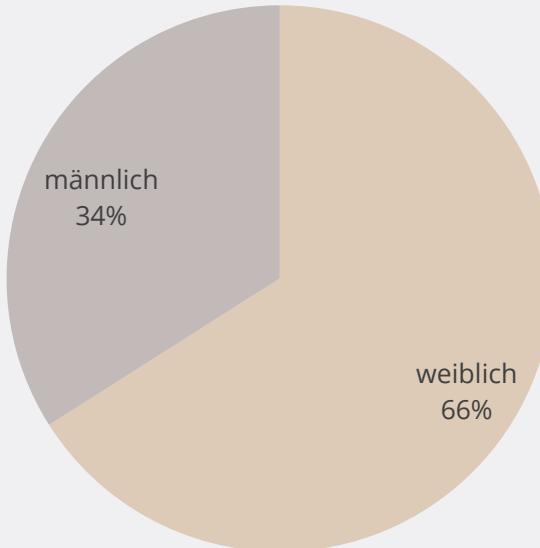
„Gebt bitte nicht auf, wir brauchen euch und gehen nach dem Lockdown sofort wieder auf eure Veranstaltungen, wir haben einen riesigen Nachholbedarf.“

## Frage 1+2

Wie alt sind Sie?  
[Einfach-Auswahl]



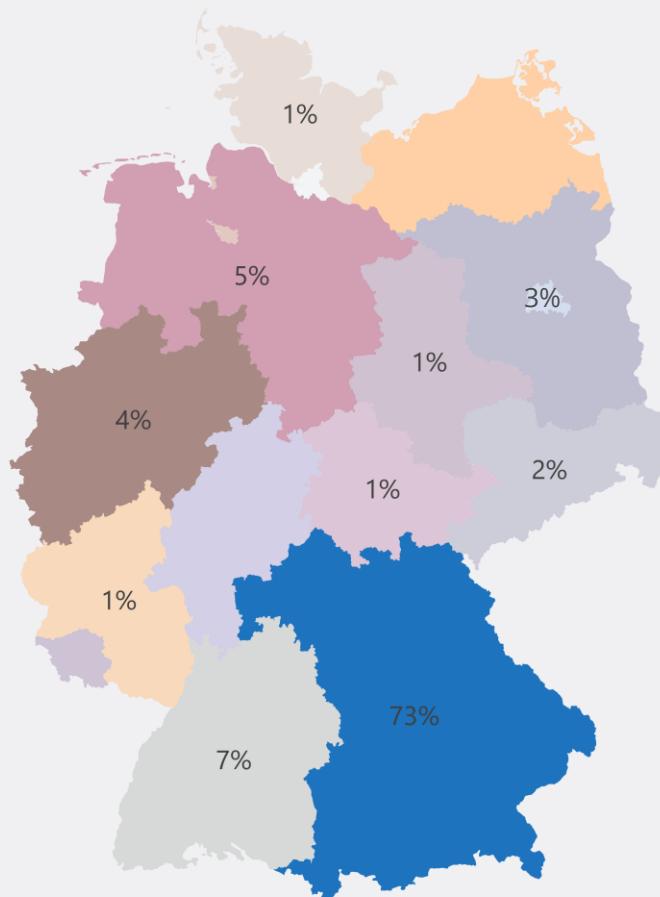
Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.  
[Einfach-Auswahl]



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

## Frage 3

Bitte geben Sie Ihre Postleitzahl an.  
[Eingabefrage]

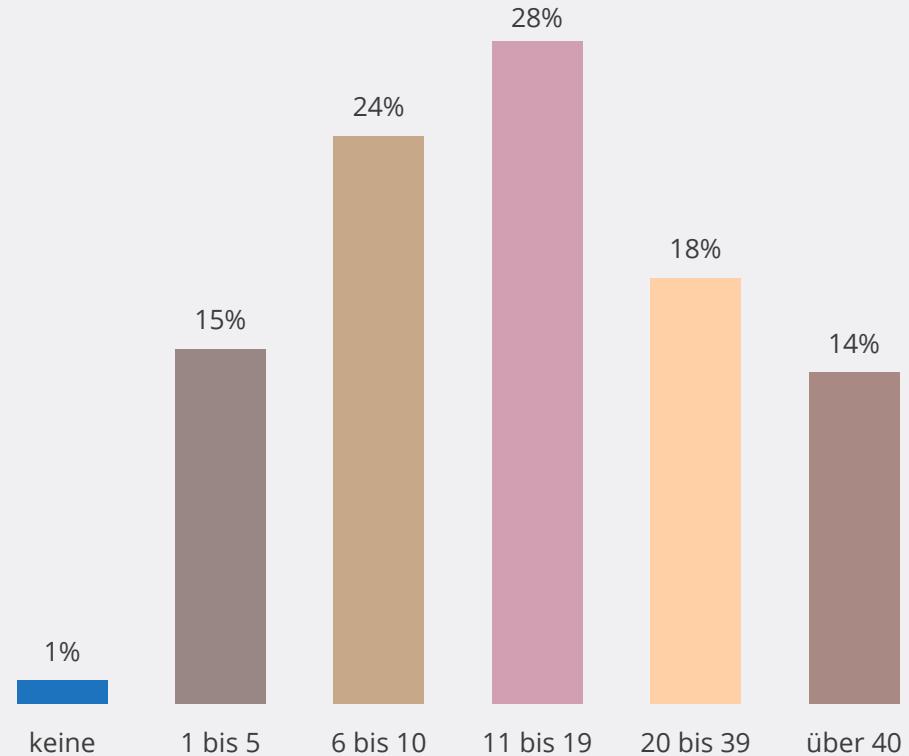


Unterstützt von Bing  
© GeoNames, Microsoft, TomTom

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

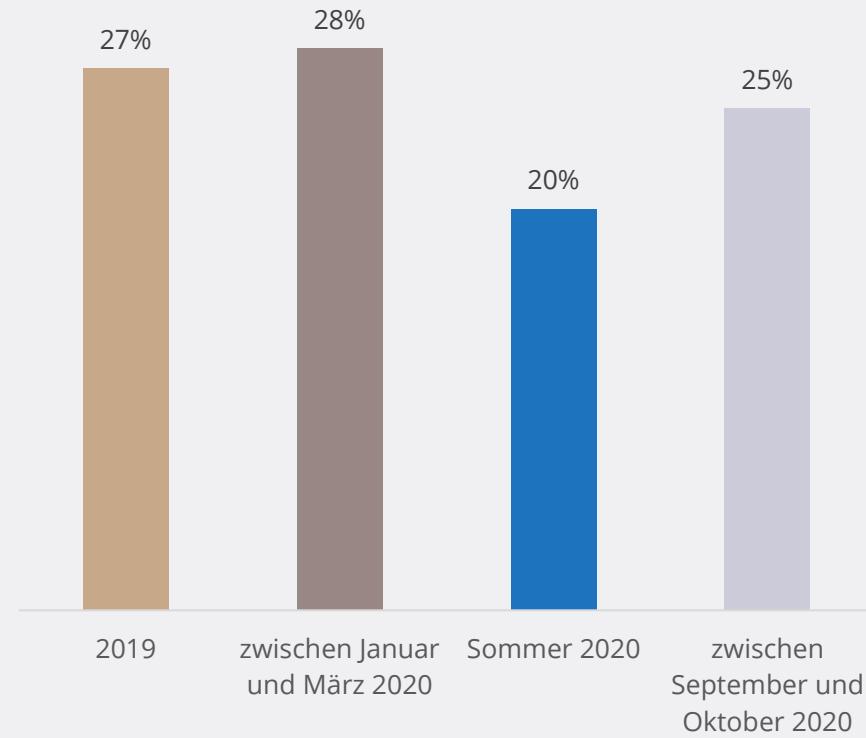
Wie viele Veranstaltungen haben Sie vor der Pandemie pro Jahr besucht?  
[Einfach-Auswahl]



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]

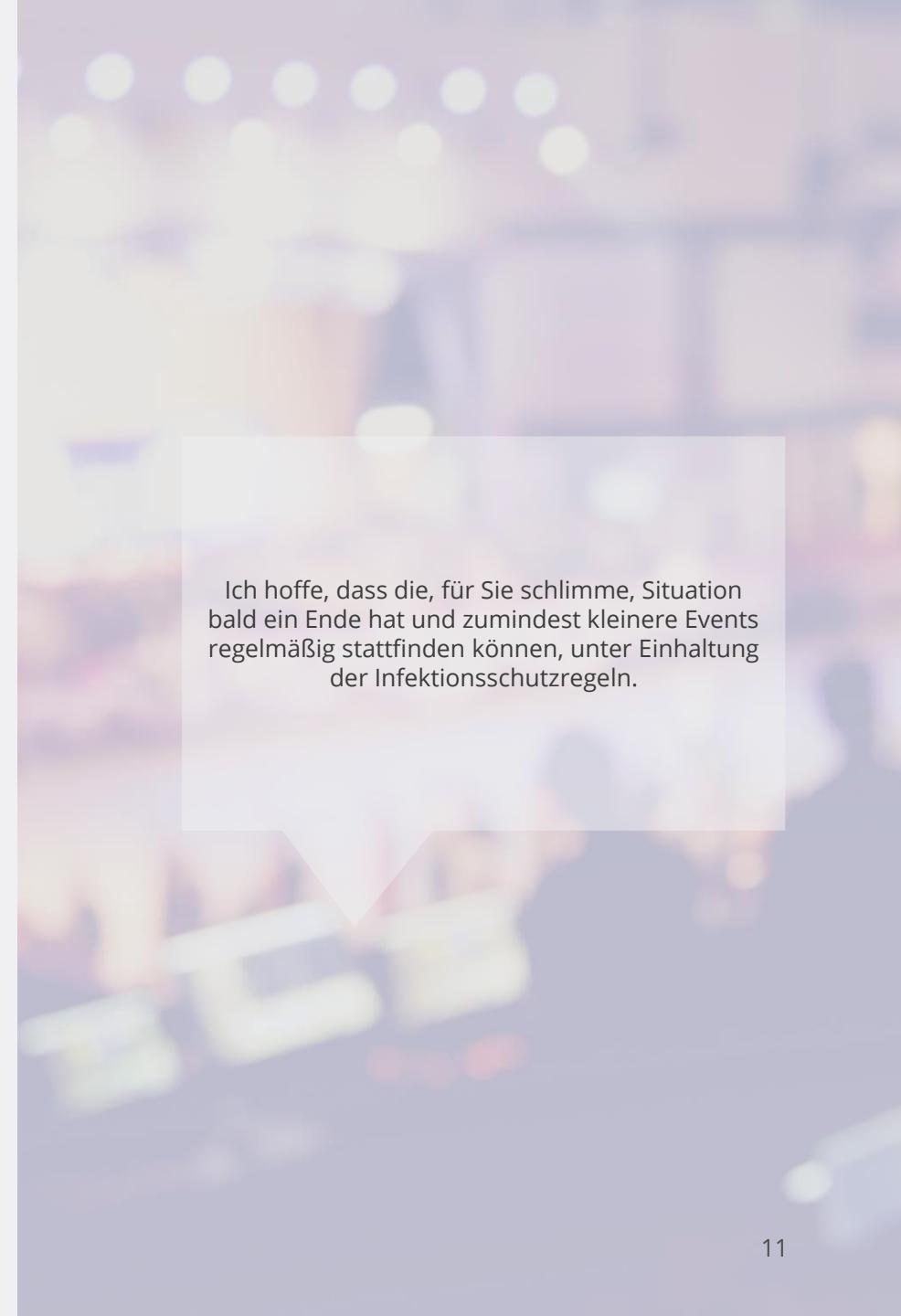


Haltet durch!  
Wenn das vorbei ist,  
rennen wir euch die Bude ein!  
Nur Netflix is nix auf Dauer...

# Frage 6

**Welche Veranstaltung haben Sie zuletzt besucht?  
Bitte geben Sie den Namen der Veranstaltung an.  
[Auszug – Eingabe-Frage]**

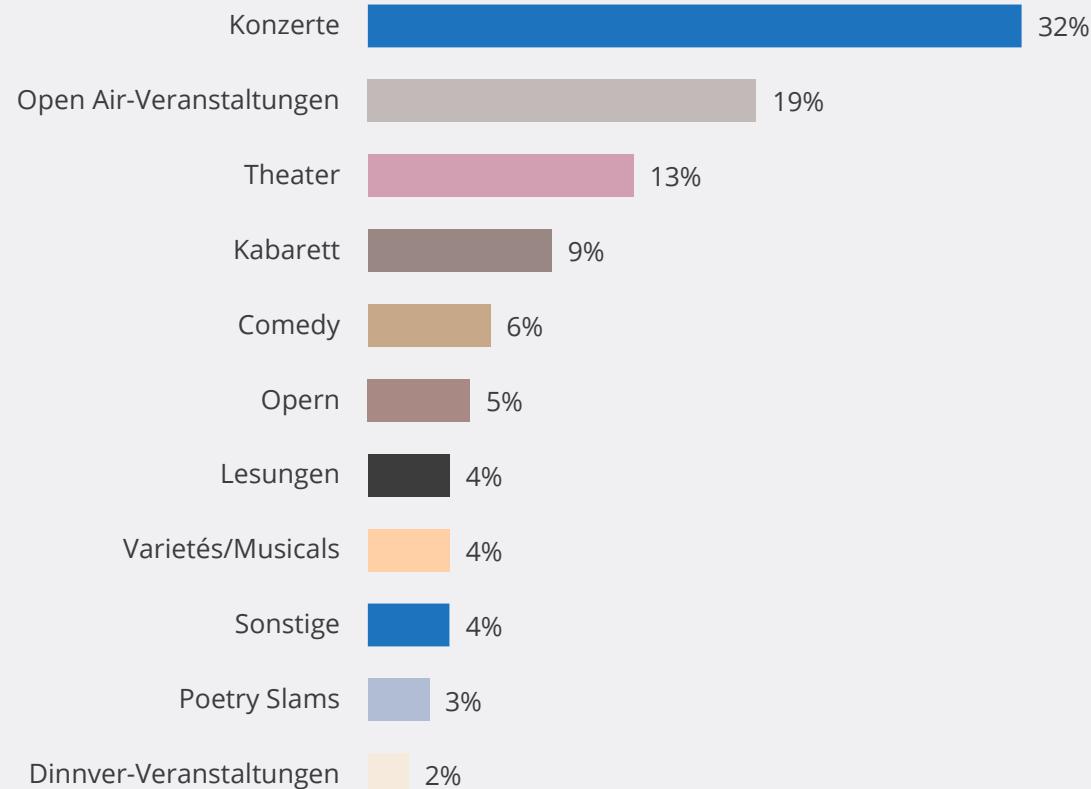
PamPam Ida	Residenz- theater	Provinz (Live- Open-Air München)	Flying Circus Eulen- spiegel	Sommer in der Stadt am Gasteig	Giant Rocks Picknick Konzert	Winter- Tollwood	Paul van Dyk
Wanda Konzert	Killerpilze Konzert	Django Asül im Lustspielhaus München	dicht&ergreifend in der Olympiahalle	Cirque de Soleil	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

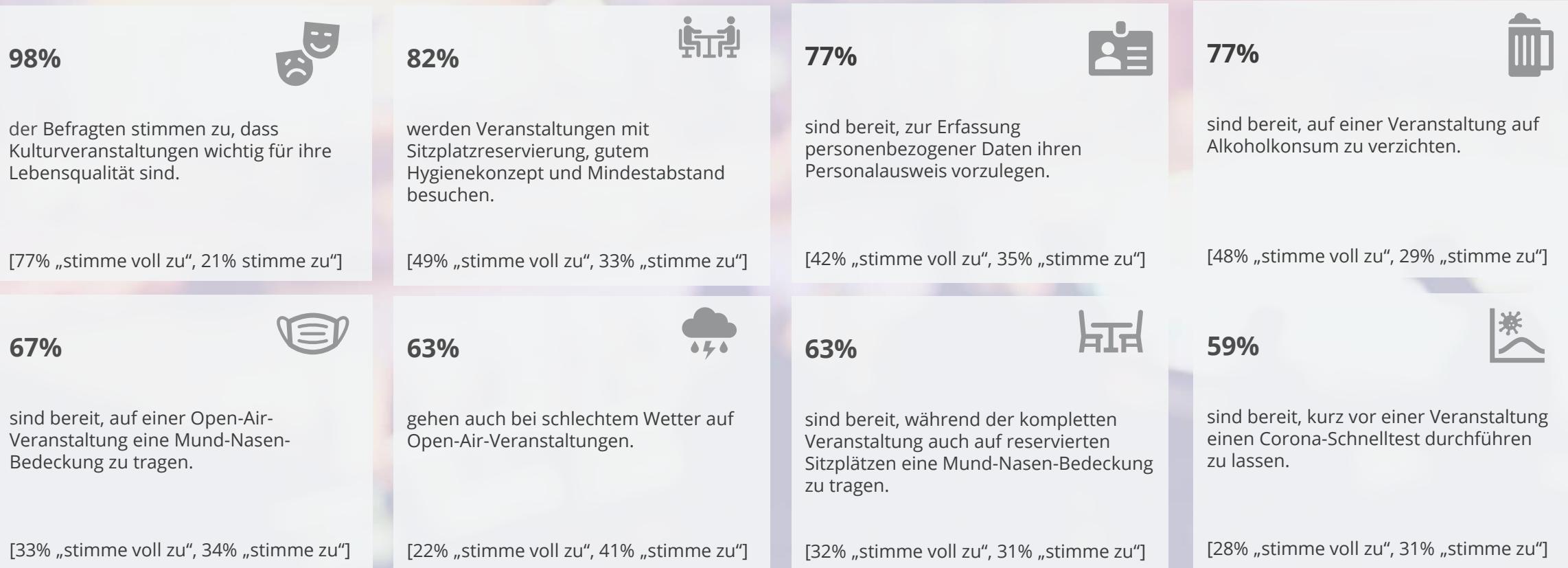
Welche Veranstaltungsarten besuchen Sie am häufigsten?  
[Mehrfach-Auswahl]



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

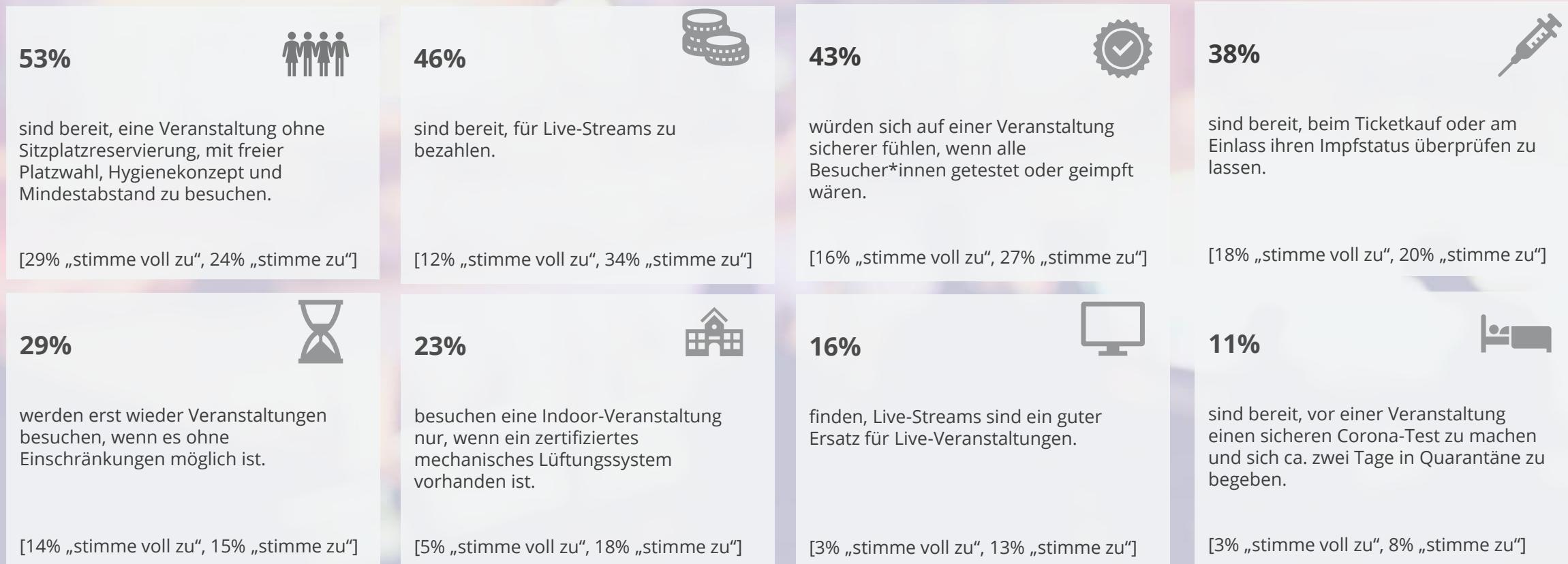
## Frage 8

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



## Frage 8

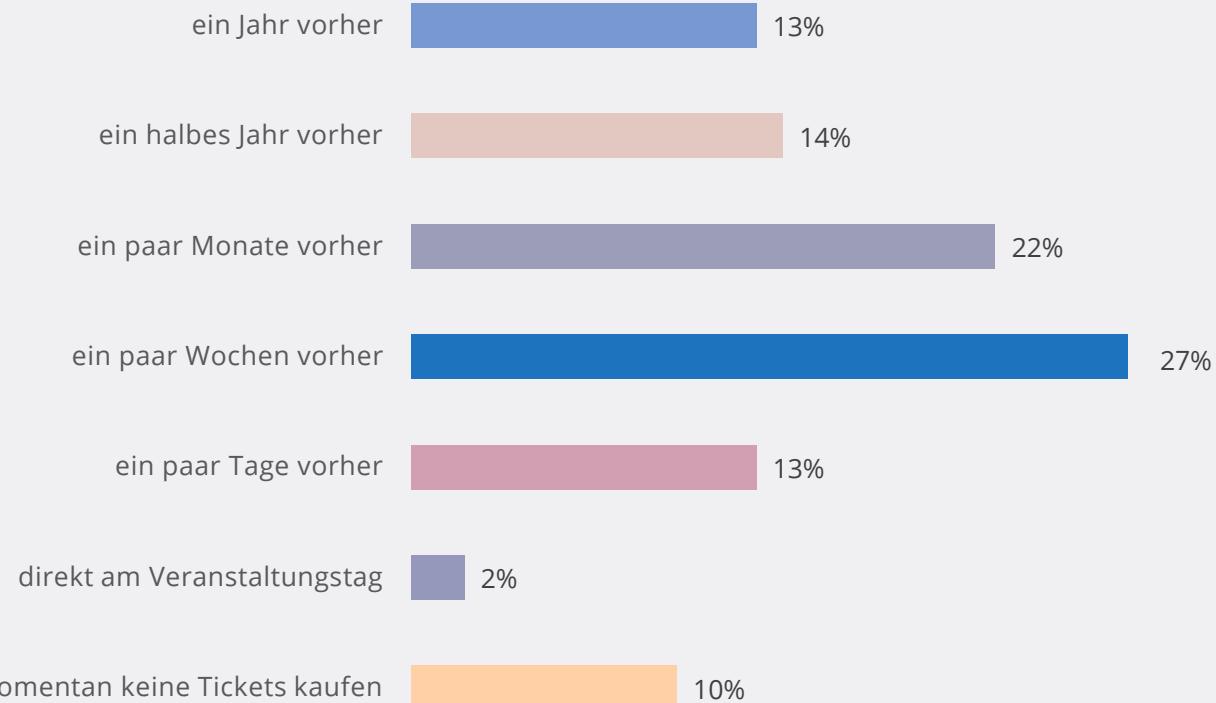
**Die Teilnehmer sollten Aussagen, nach persönlicher Einschätzung ihrer Wichtigkeit, bewerten.**  
[Matrix-Fragenkatalog]



## Frage 9

### Wie weit im Voraus kaufen Sie Ihre Tickets?

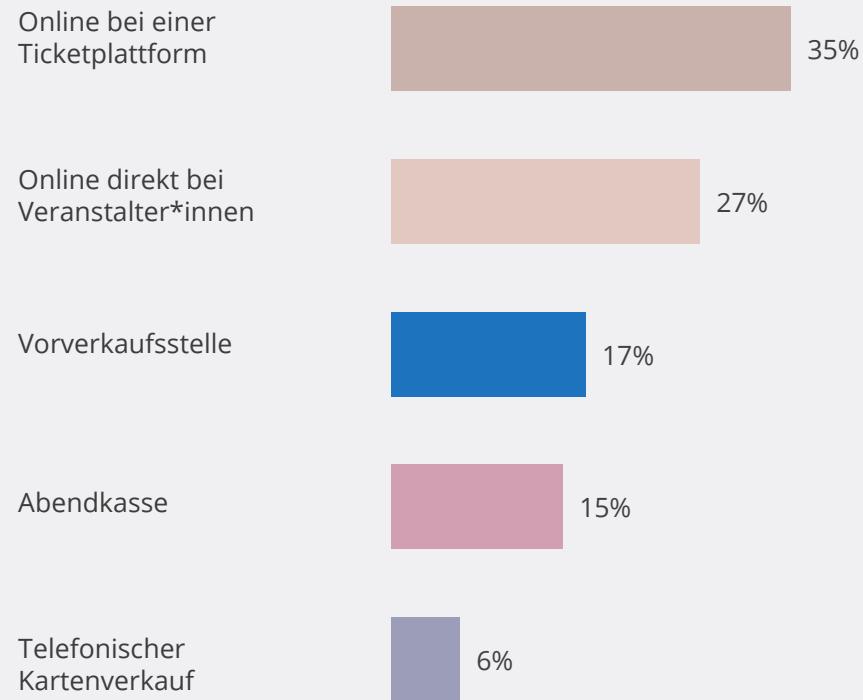
Annahme: Veranstaltungen sind erlaubt, Pandemie ist noch nicht vorüber.  
[Einfach-Auswahl]



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

## Frage 10

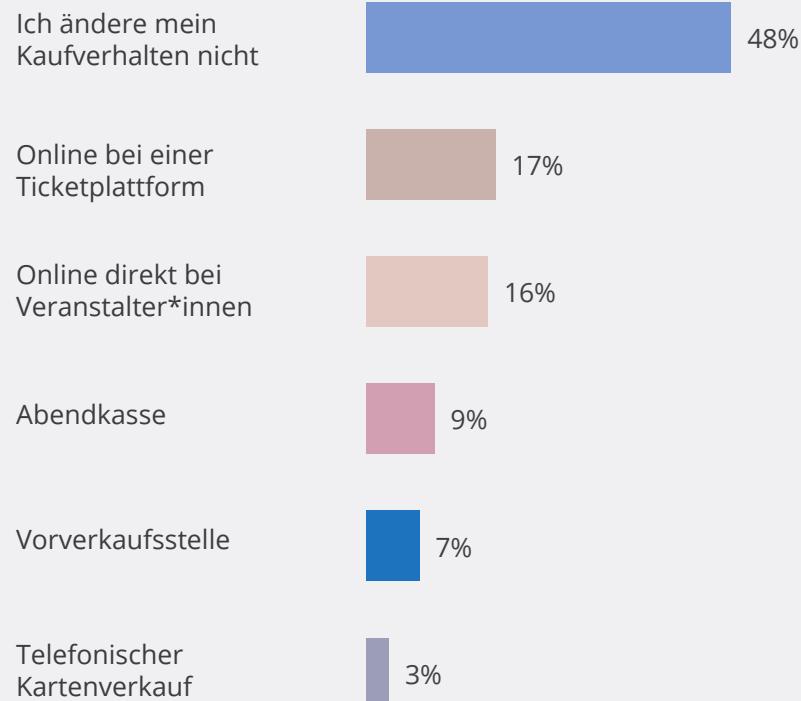
**Wo haben Sie vor der Pandemie Ihre Tickets gekauft?**  
[Mehrfach-Auswahl]



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

## Frage 11

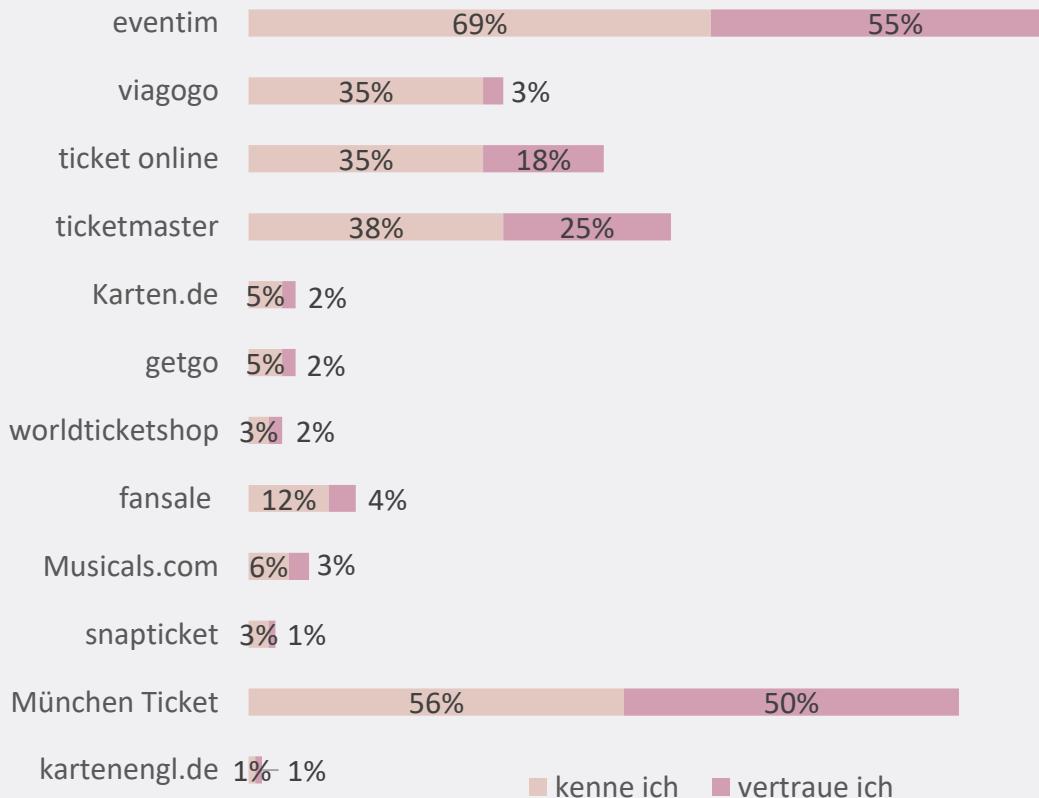
**Werden Sie Ihr Kaufverhalten 2021 ändern?  
Wenn ja, wo kaufen Sie Ihre Tickets dann?  
[Mehrfach-Auswahl]**



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

## Frage 12

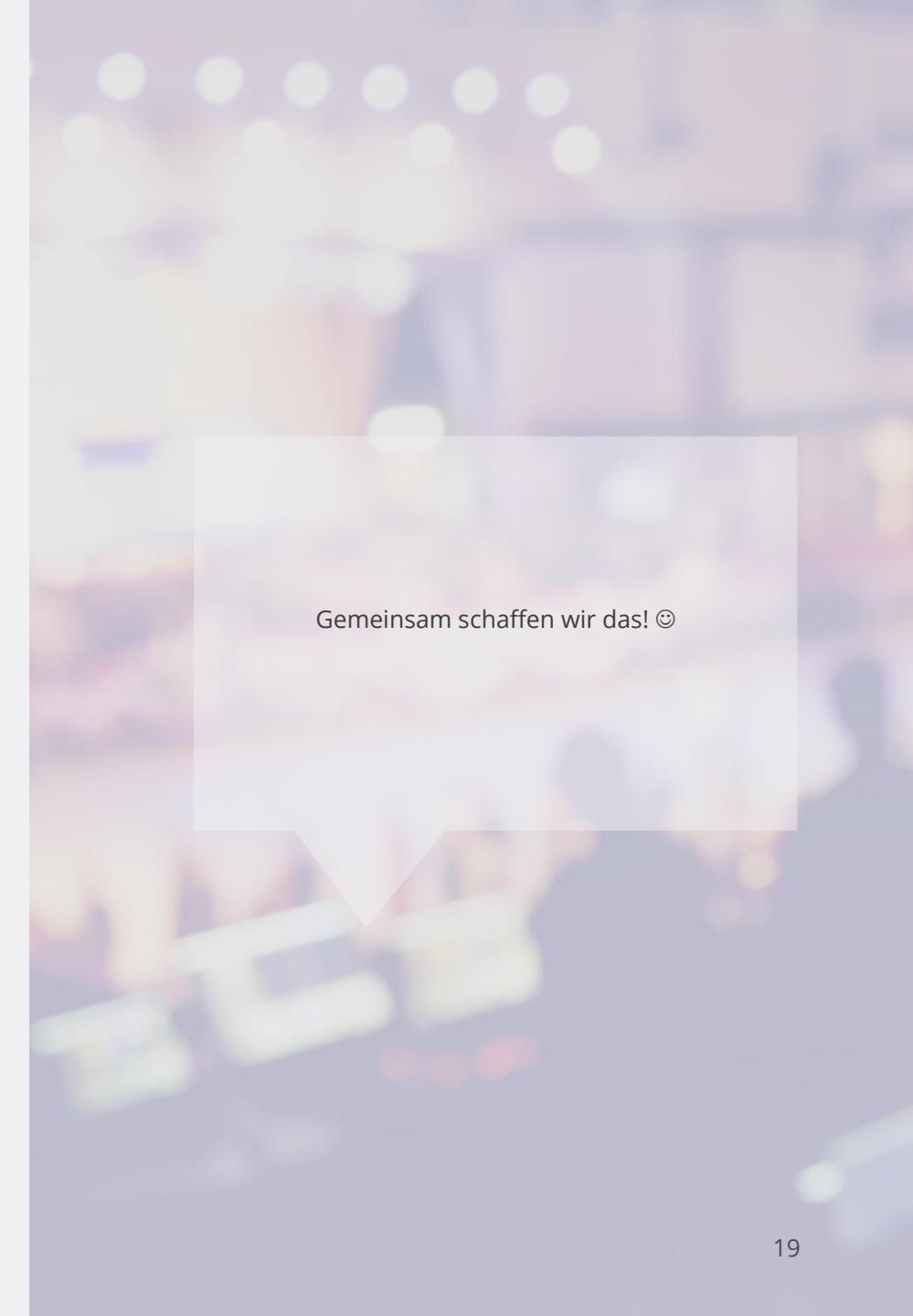
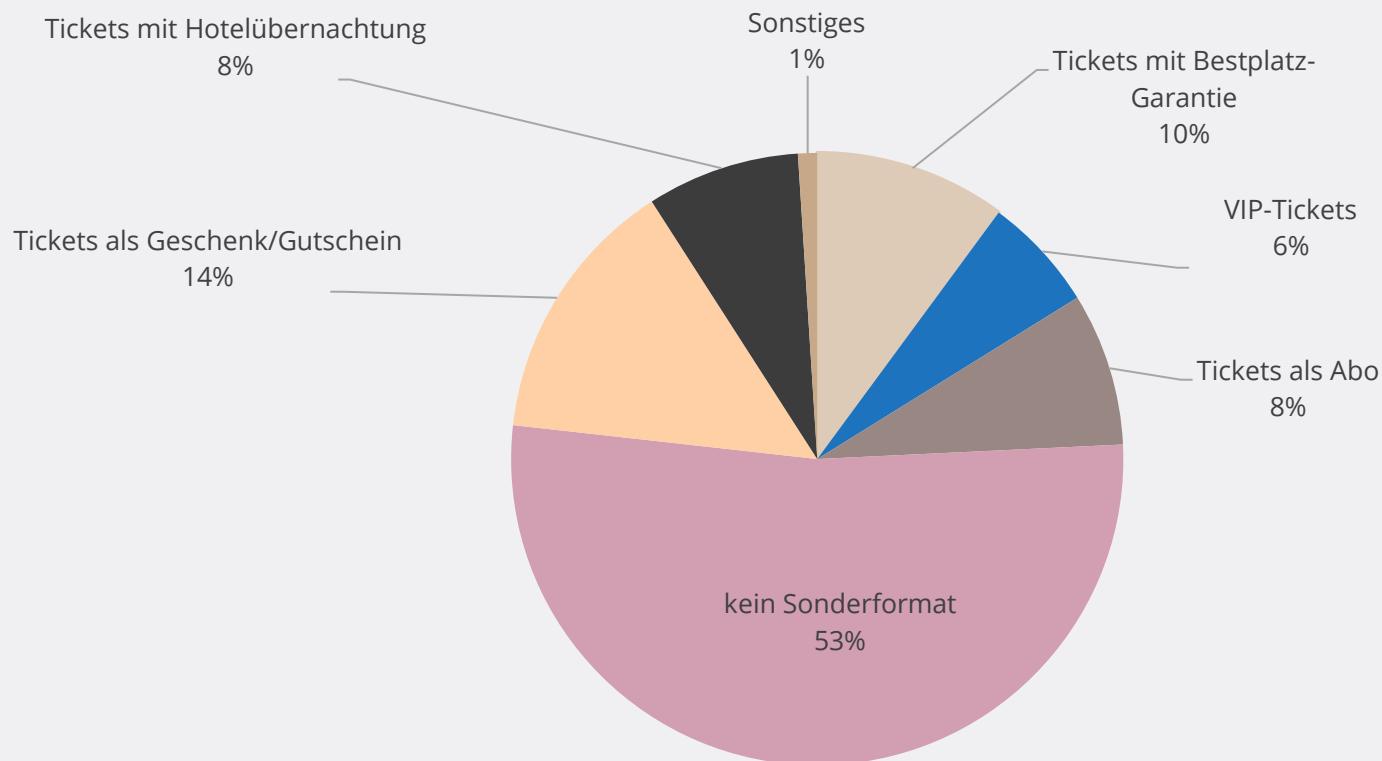
Welche der folgenden Ticket-Portale kennen Sie und vertrauen Sie diesen?  
[Matrix-Frage]



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

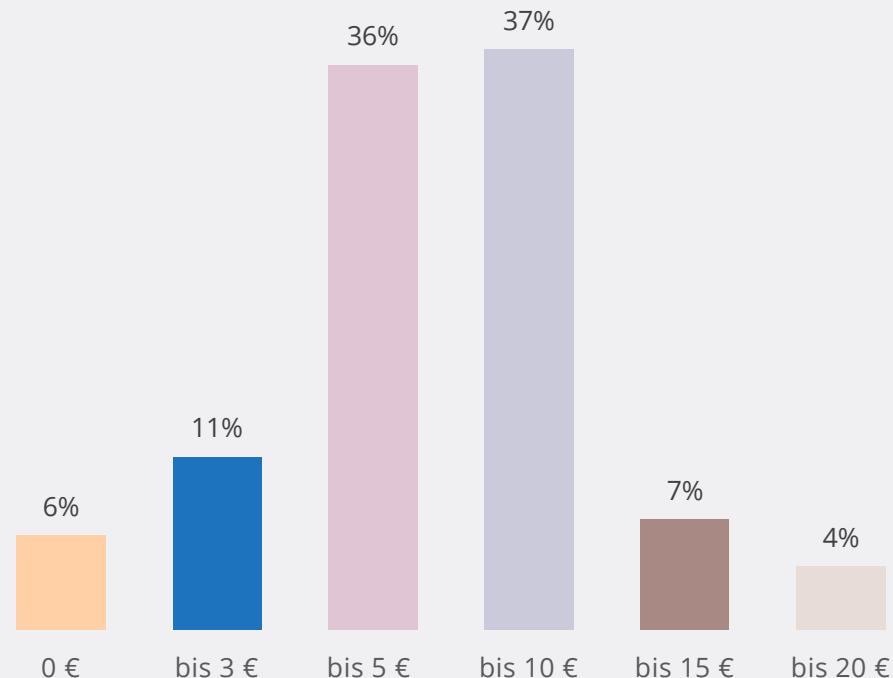
## Frage 13

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



## Frage 14

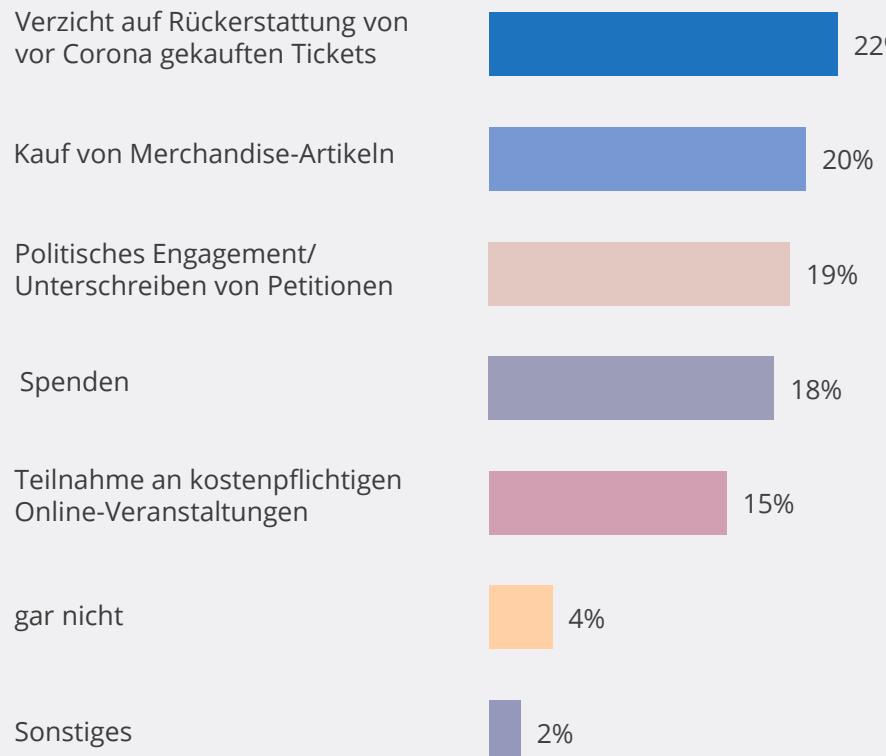
Hygienekonzepte erhöhen die Kosten für Veranstalter\*Innen. Wie viel sind Sie bereit, während der Pandemie, mehr für ein Ticket zu bezahlen?  
[Mehrfach-Auswahl]



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 vermisste es total.

## Frage 16

Wie wird sich die Pandemie auf die Anzahl Ihrer Veranstaltungsbesuche auswirken, wenn wieder Veranstaltungen stattfinden?  
[Einfach-Auswahl]

Ich werde genau so viele Veranstaltungen besuchen, wie vor der Pandemie.



57%

Ich werde mehr Veranstaltungen besuchen, weil ich Nachholbedarf habe.



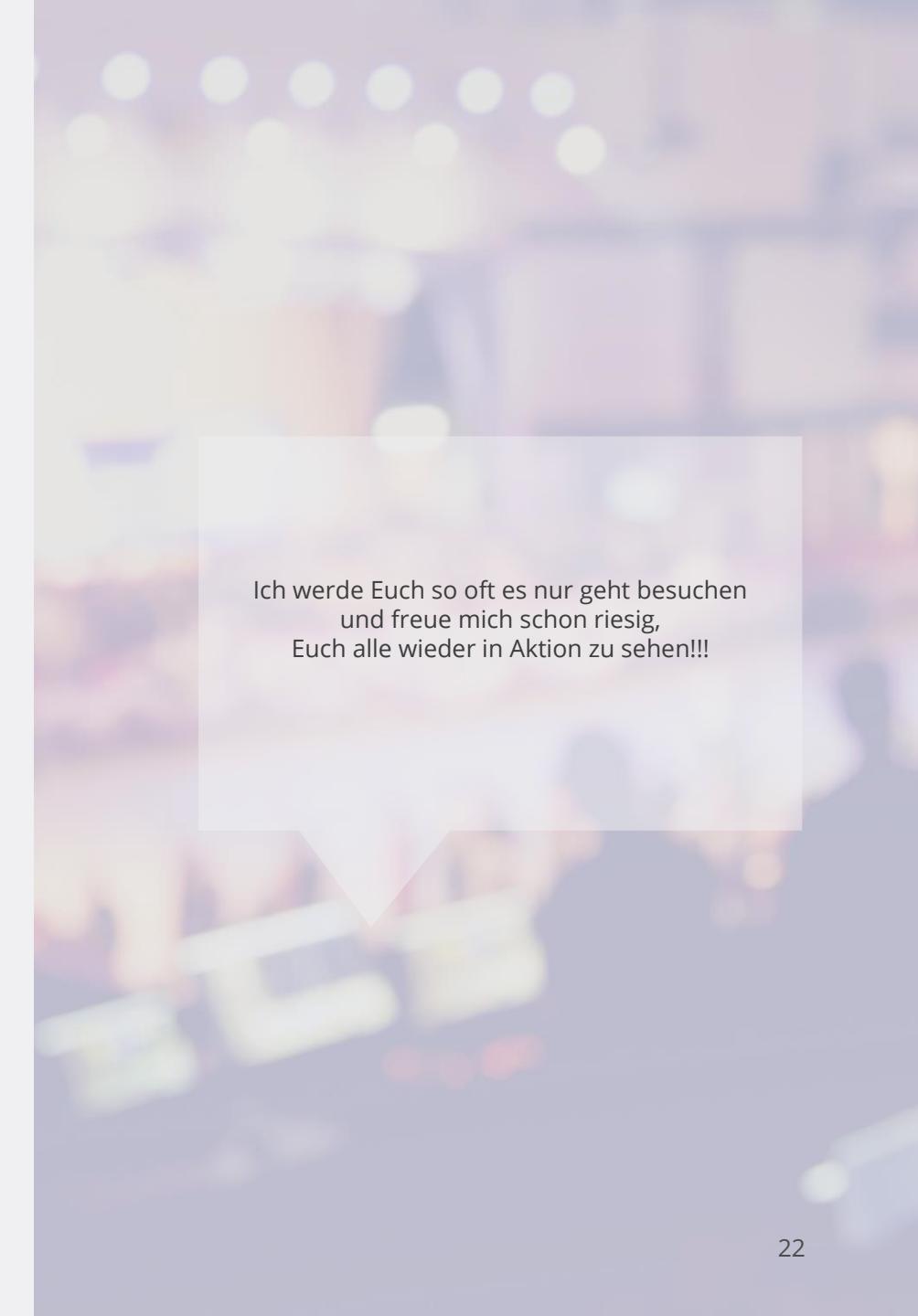
23%

Ich werde weniger Veranstaltungen besuchen.



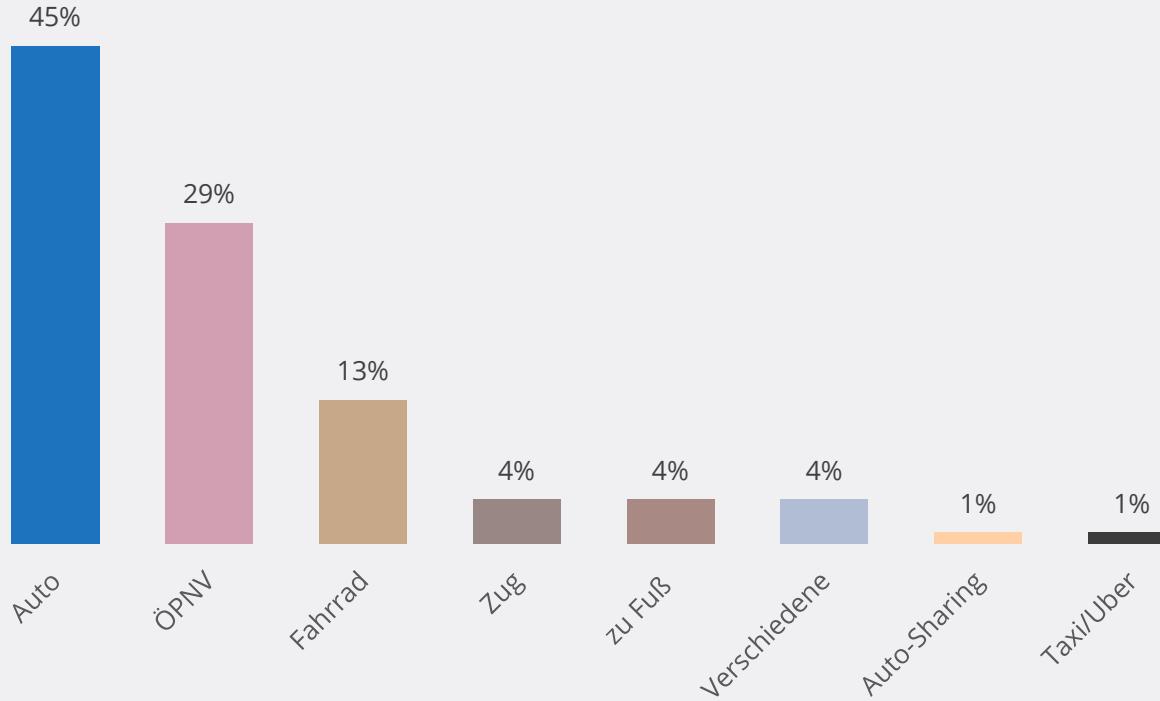
20%

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



## Frage 17

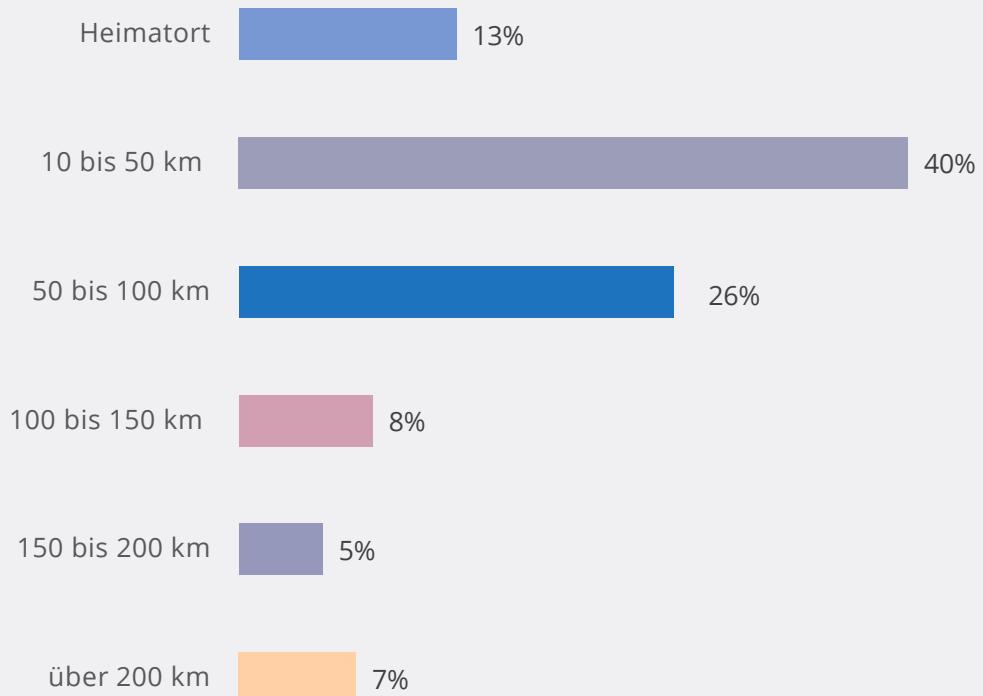
Wie kommen Sie während der Pandemie an einen Veranstaltungsort?  
[Einfach-Auswahl]



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]

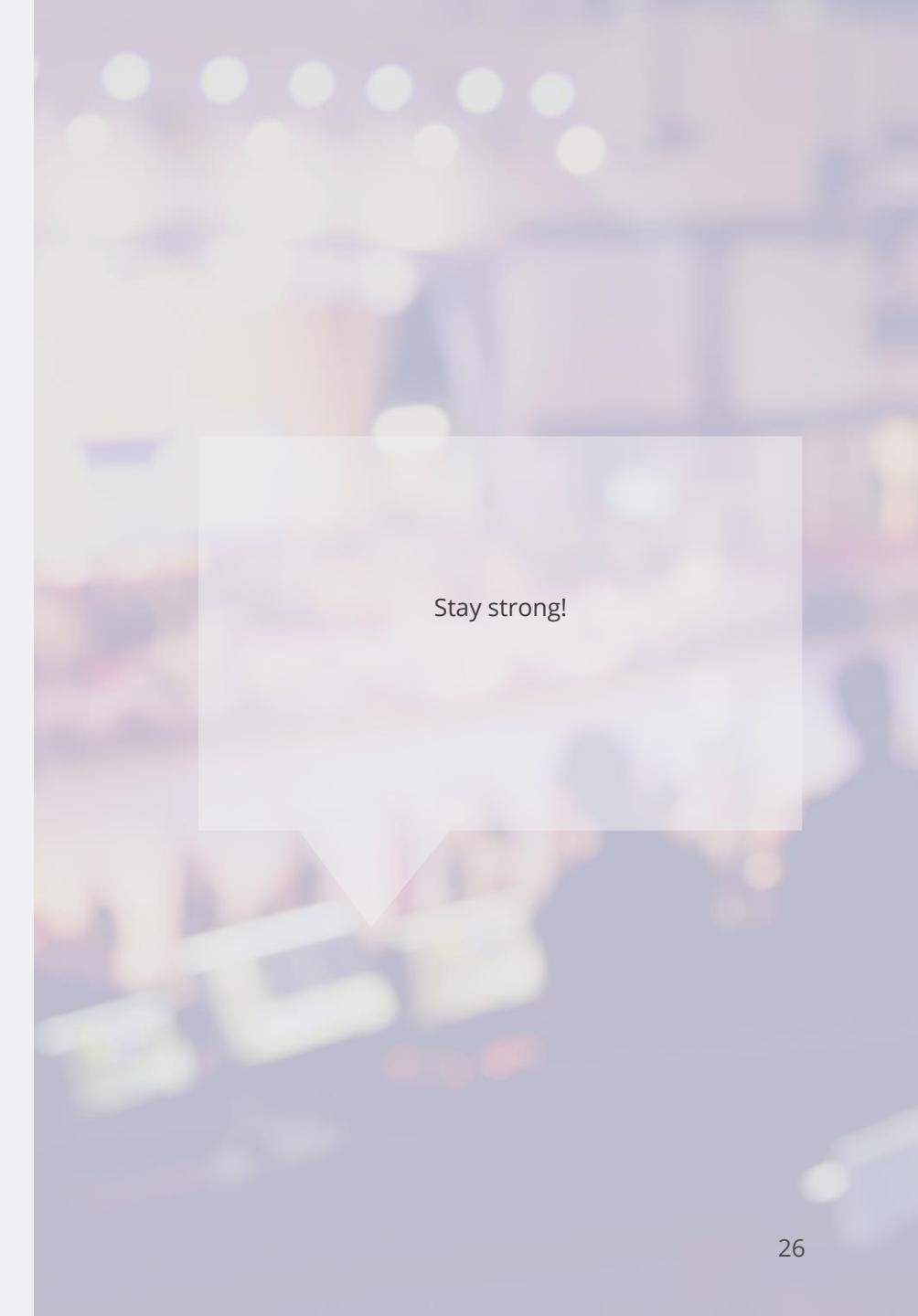
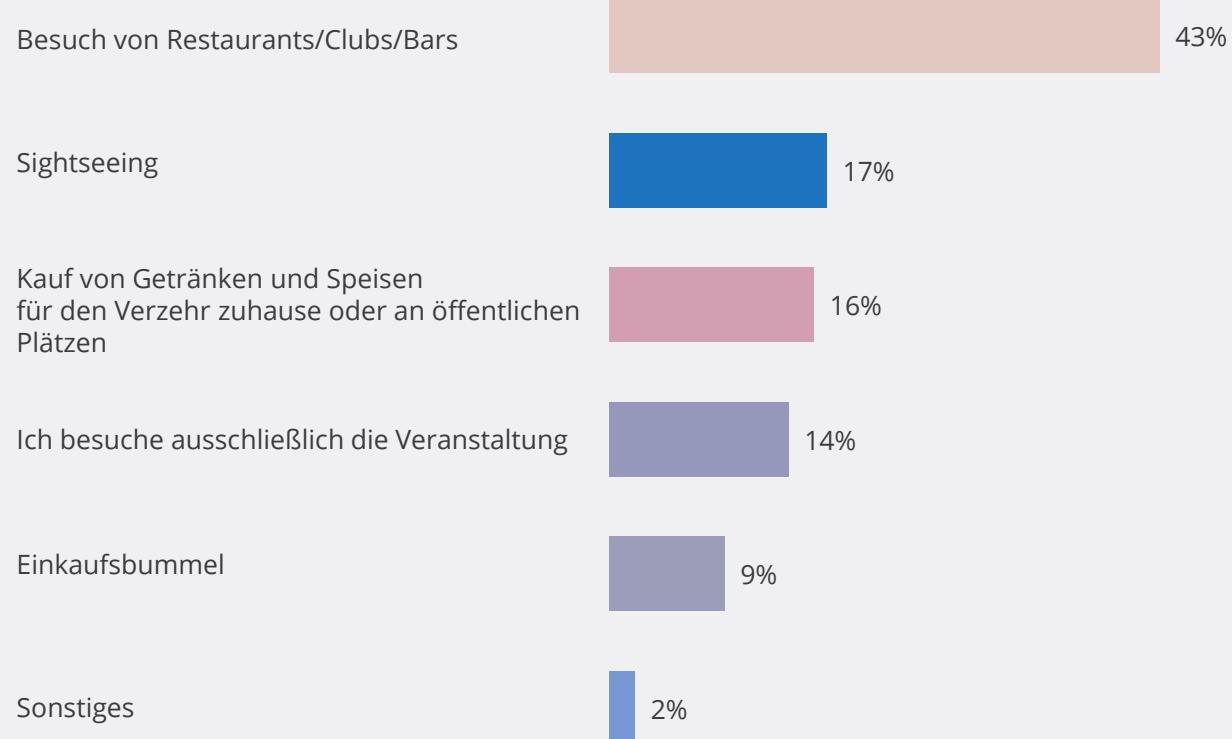
- |   |   |
|---|---|
| <b>1.</b> <b>Künstler</b><br>(bei 83% der Befragten auf Platz 1)  | <b>5.</b> <b>Unterstützung regionaler Künstler*innen und Veranstalter*innen</b> |
| <b>2.</b> <b>Veranstaltungsort</b><br>(bei 45% der Befragten auf Platz 1, 2 oder 3, im Durchschnitt jedoch knapp über dem Hygienekonzept)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



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

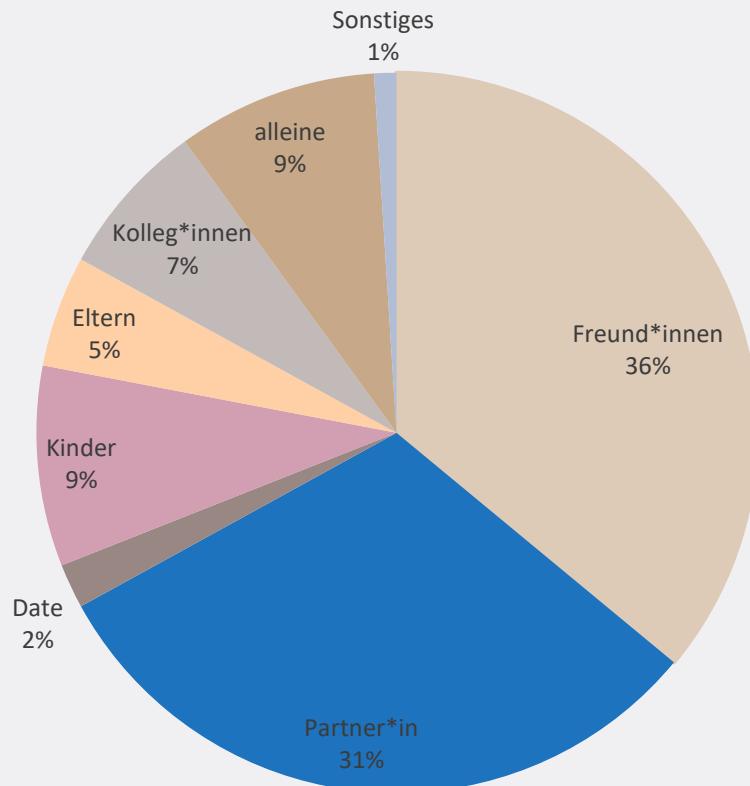
## Frage 20

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!

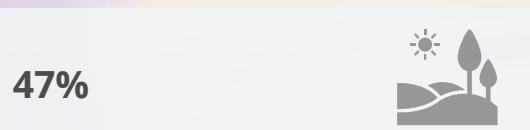
## Frage 22

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



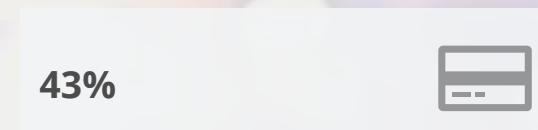
## Frage 22

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



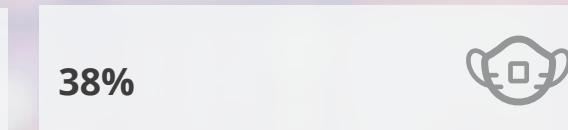
der Befragten ist das Stattfinden der Veranstaltung im Freien wichtig oder sehr wichtig.

[14% „sehr wichtig“, 33% „wichtig“]



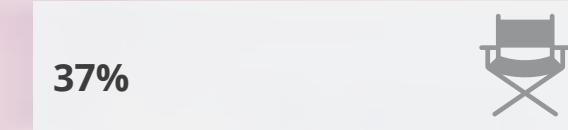
der Befragten ist kontaktloses Bezahlen wichtig oder sehr wichtig.

[17% „sehr wichtig“, 26% „wichtig“]



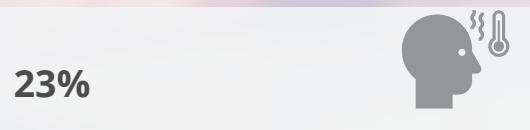
der Befragten ist das Tragen von Mund-Nasen-Bedeckungen auch auf Outdoor-Veranstaltungen wichtig oder sehr wichtig.

[11% „sehr wichtig“, 28% „wichtig“]



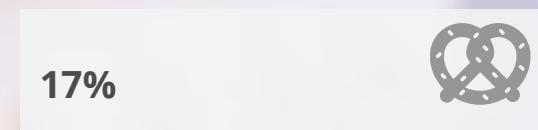
der Befragten sind ausschließlich Sitzplätze am Veranstaltungsort wichtig oder sehr wichtig.

[10% „sehr wichtig“, 27% „wichtig“]



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

[5% „sehr wichtig“, 18% „wichtig“]



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  
Hesselohnerstraße 15  
80802 München  
[www.vollblut-livemarketing.de](http://www.vollblut-livemarketing.de)

## Autoren\*innen

Tabea Kraus  
Sascha Schloifer

## Bildernachweis

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

## Quellen

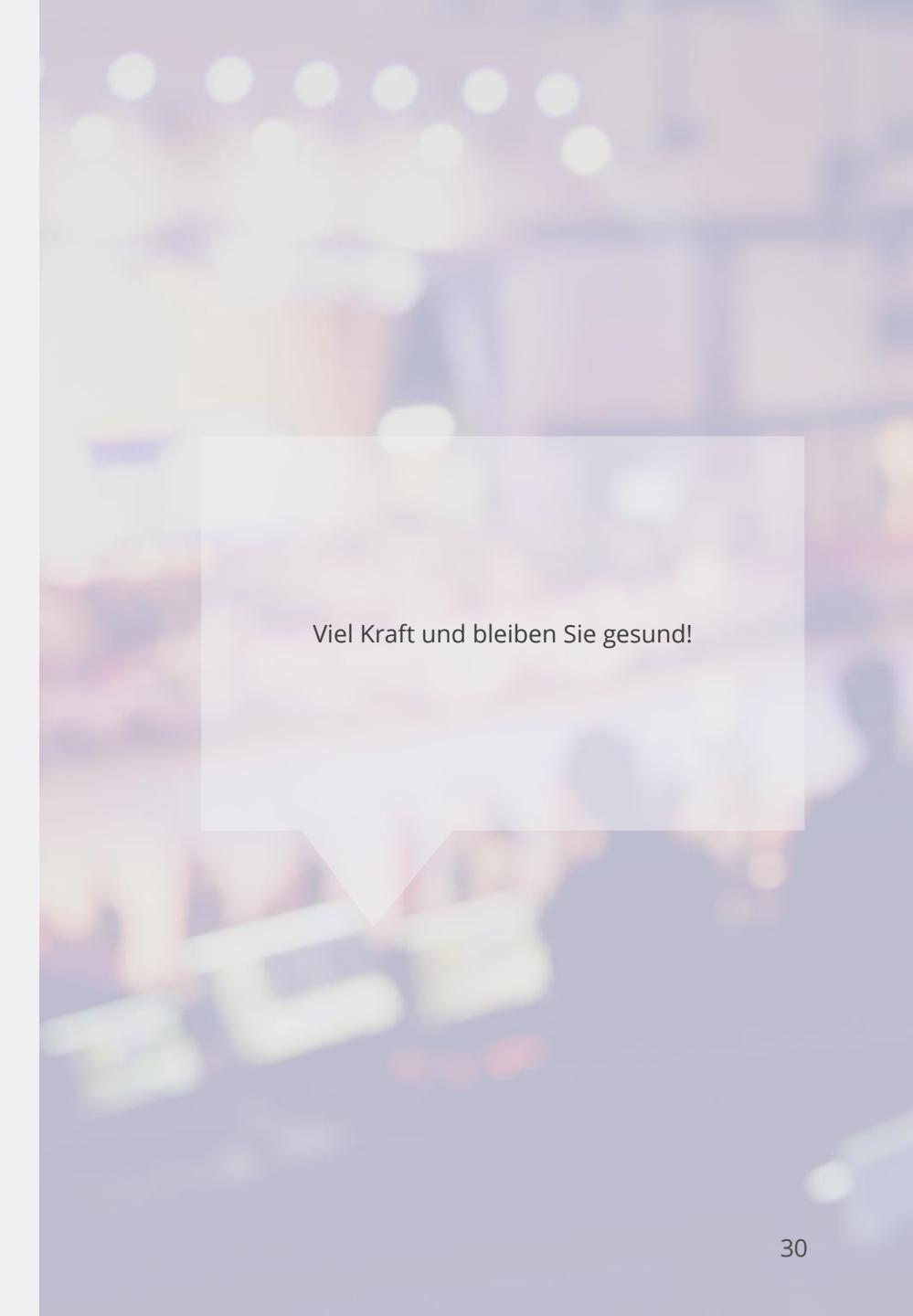
- 1 Seite 4: Peter Jungblut, br24 (26.01.2021, 11:36 Uhr) „Schock-Welle: Europas Kulturbranche verliert 200 Milliarden Euro“  
Abgerufen am 28.01.2021 von <https://www.br.de/nachrichten/kultur/schock-welle-europas-kulturbranche-verliert-200-milliarden-euro,SNBme63>
- 2 Seite 1: Alvarez & Marsal, PRESSEPORTAL (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](mailto:info@vollblut-livemarketing.de)



Viel Kraft und bleiben Sie gesund!