



„Fast-Besucherbefragung Freie Szene Köln“ Präsentation vor dem Kulturausschuss der Stadt Köln

Prof. Dr. Tibor Kliment
Rheinische FH Köln

Köln, 15. Mai 2018

Themen bzw. Fragestellungen der Studie:

1. **Bekanntheit, Image und Besuch der freien Szene** in Köln
2. Verhältnis **der freien Szene** zu den **Städtischen Bühnen**
3. **Besucherpotential für die freie Szene** in Köln - **Besuchsbarrieren und deren Überwindung**

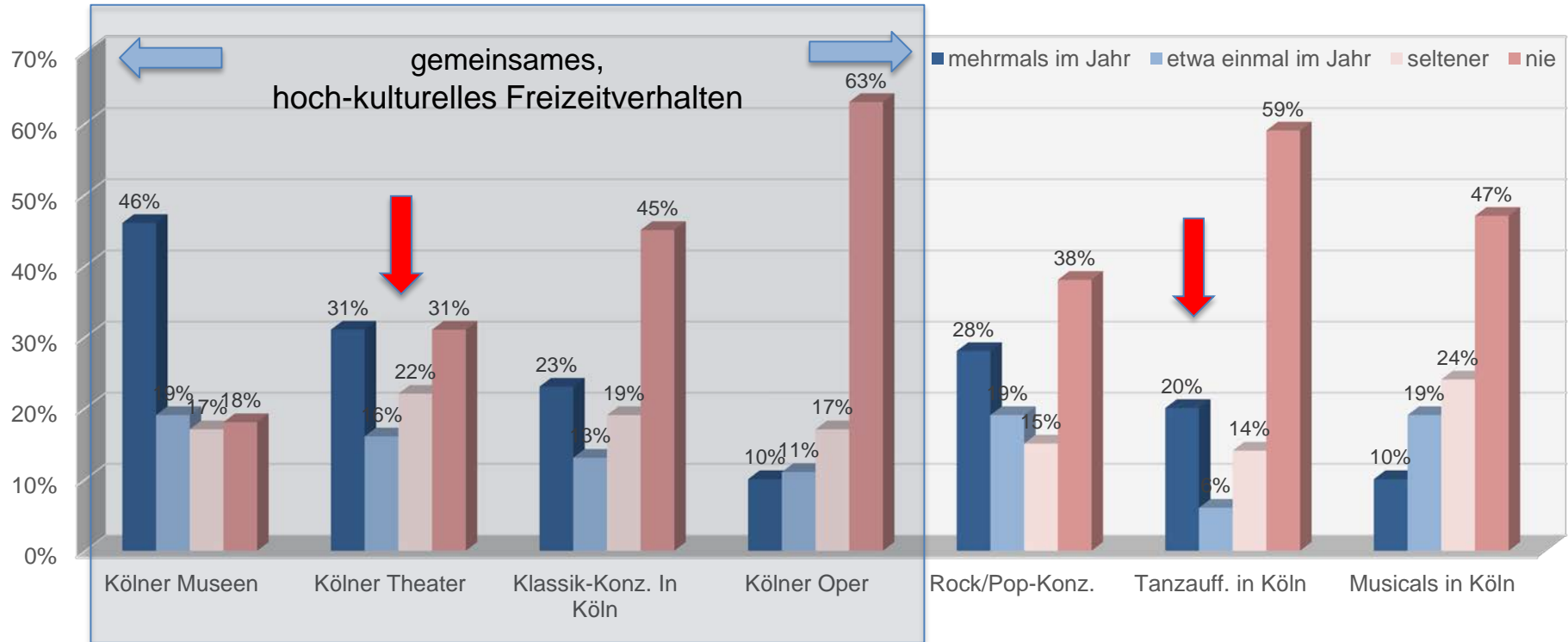
-> **Bislang die erste und einzige (bekannte) Studie dieser Art in Deutschland**

Durchführungszeitraum: - **14.02. bis 09.03.2018** durch das Institut OMNIQUEST Bonn

Stichprobe: - **1.000 Befragungspersonen**, repräsentativ ab 18 Jahren mit Wohnsitz in Köln (entspricht ca. 908.000 Personen)

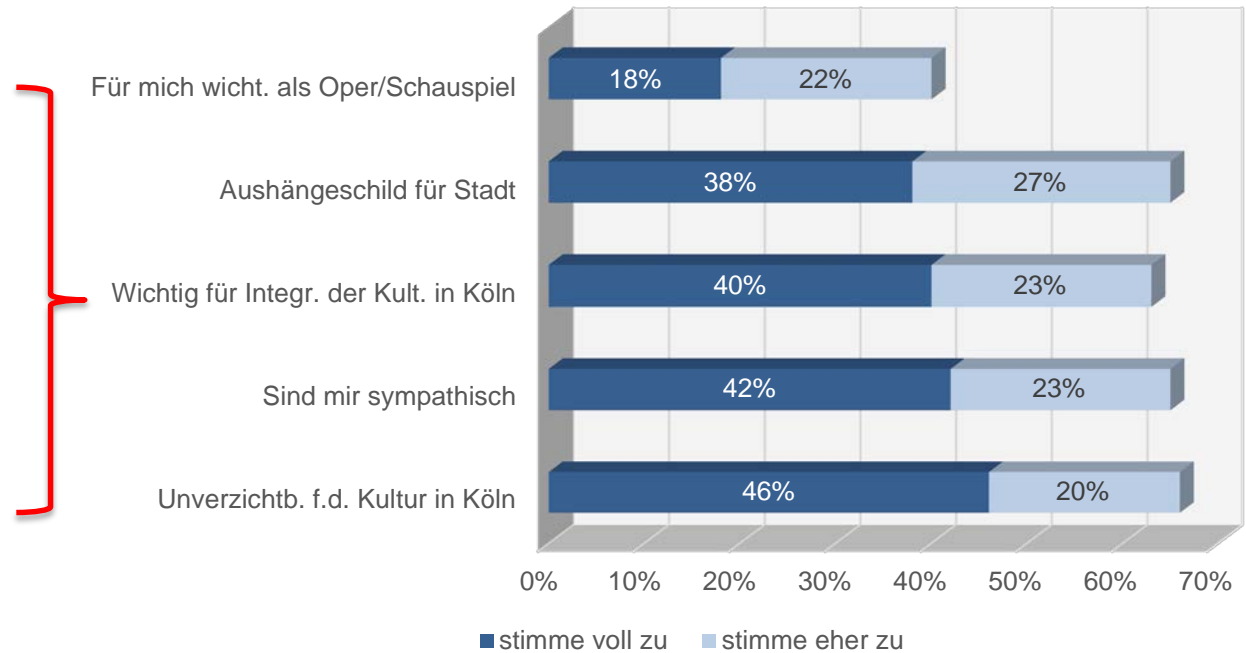
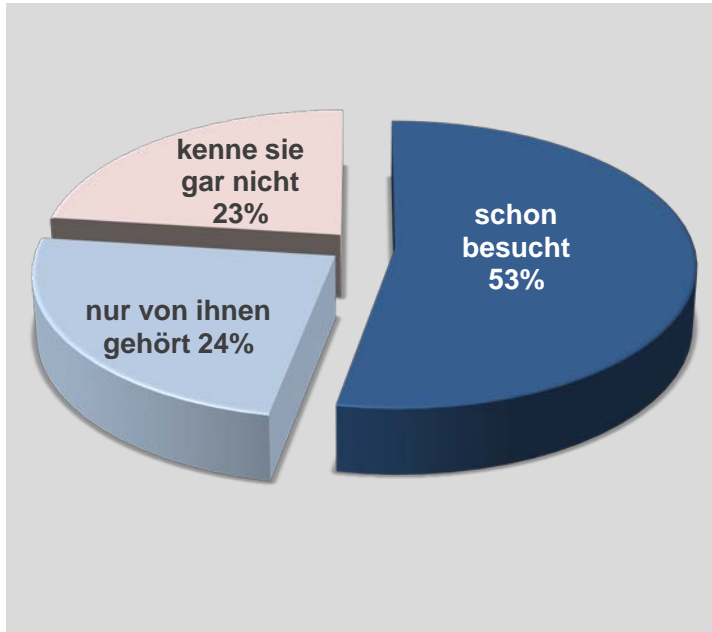
Fragebogen: - **Telefonische Befragung**; pro Interview ca. 25 Fragen,

Abb. 1: Besuch von kulturellen Angeboten in Köln (Basis: Alle Befragte, in %)



- Der Besuch des **Theaters** gehört zu den besonders häufig ausgeübten kulturellen Aktivitäten, **31% der Kölner besuchen diese mehrmals** im Jahr. Es folgt der **Konzertbesuch**, Tanzaufführungen rangieren weiter hinten.
- Auf dem ersten Platz: Besuch der **Kölner Museen**, auf dem letzten Platz: **Musik-Theater**, populär (Musical) oder ernst (Oper). Nur jeder 10te Kölner nutzt diese Angebote mehrmals im Jahr.
- Zwischen 50% und 70% der der Besucher von Museen, Oper und Klassik-Konzerten gehen auch regelmäßig ins Theater.

Abb. 2: Bekanntheit und Image der freien Szene (Basis: Alle Befr. bzw. „Kenner“ der fr. Szene)



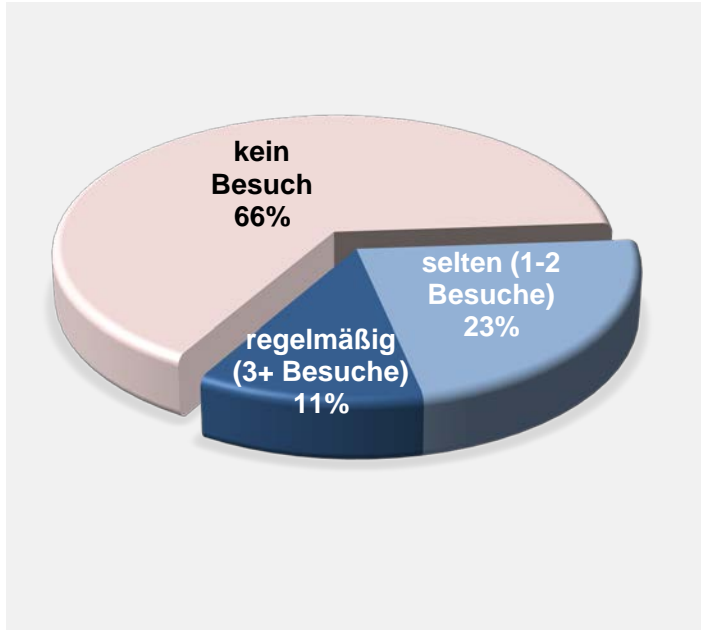
- Mehr als jeder zweite Kölner hat schon einmal ein freies Theater/freies Ensemble in Köln besucht. Am bekanntesten sind die freien Theater unter Akademikern ab ca. 30 Jahren, gefolgt
- Auffällig: Unter den jungen Akademikern ist freie Szene nahezu komplett unbekannt.

- Die Freie Szene verfügt über ein hervorragendes Image: Dies sowohl kulturpolitisch als auch persönlich für die Befragten.
- Auch gegenüber den Städtischen Bühnen ist die freie Szene anerkannt.
- Und: Die Nicht-Besucher der freien Szene unterscheiden sich von den Besuchern in den positiven Urteilen insgesamt nur wenig.

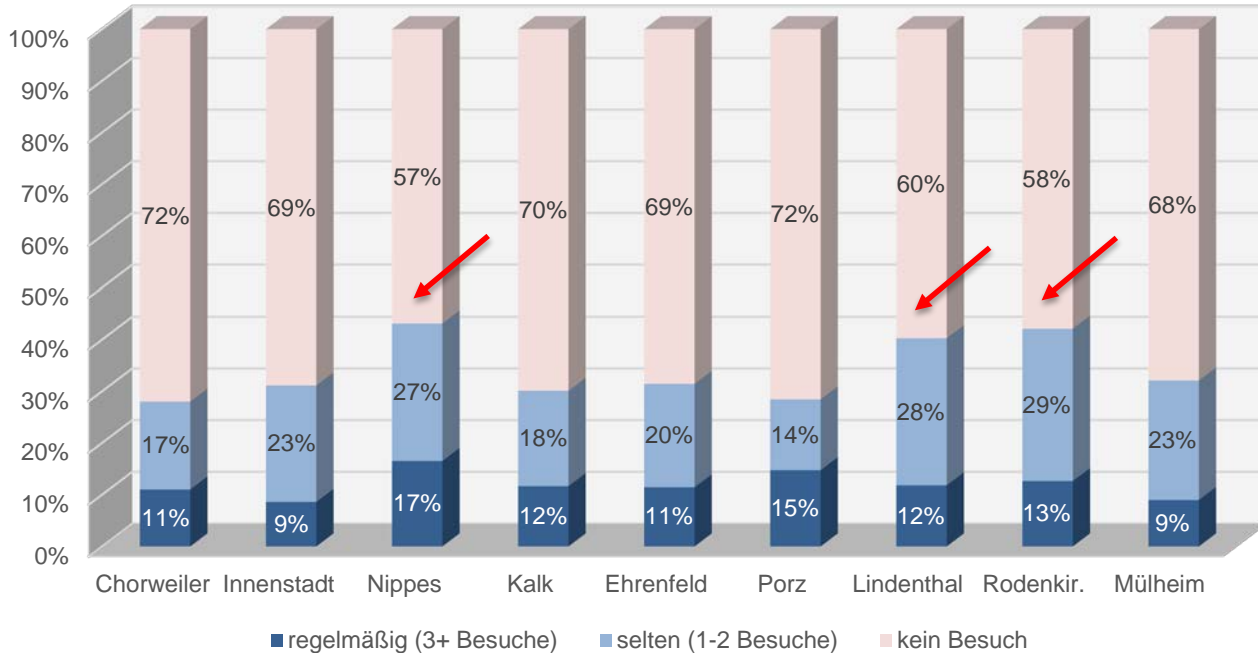
Abb. 2.1: Besuchshäufigkeit der freien Szene

(Basis: Besuche in den letzten 12 Monaten, alle Befragte)

Besuchshäufigkeit gesamt



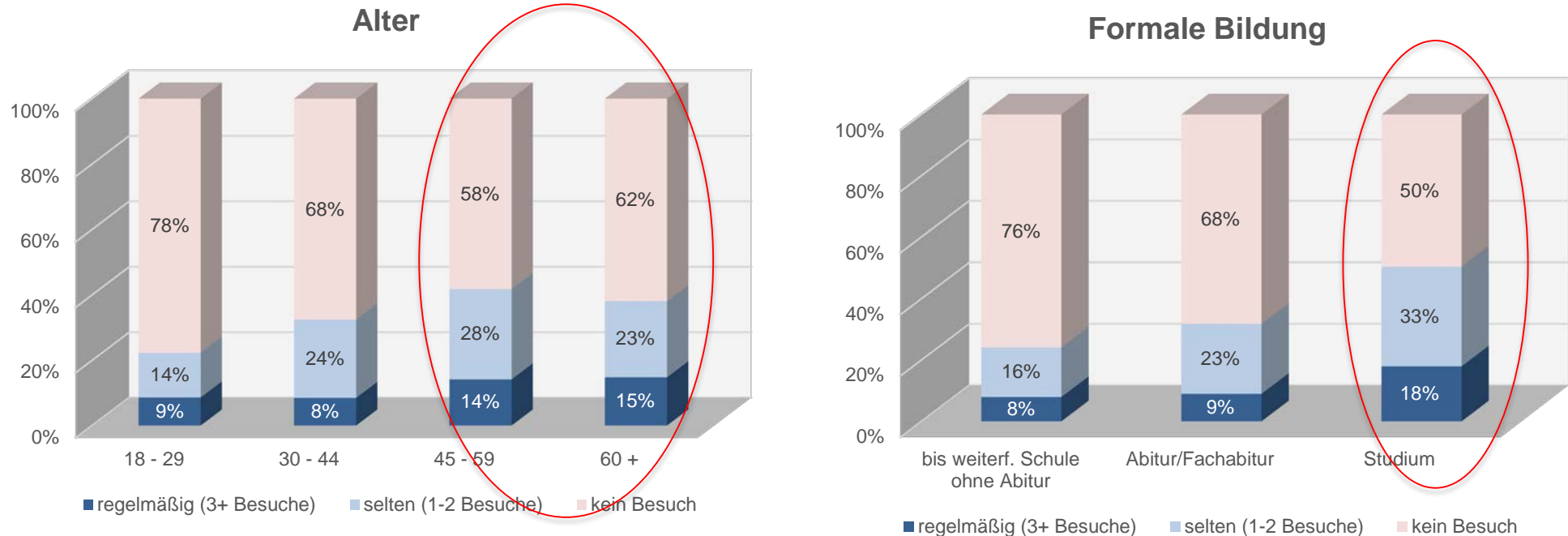
Besuchshäufigkeit nach Bezirken



- Ein gutes Drittel der Kölner geht in ein freies Theater, dies allerdings eher selten.
- Die Stammesbesucher der freien Szene kommen aus sozial gehobenen (Lindenthal, Rodenkirchen) und kulturell lebendigen Bezirken (z.B. Nippes). Eine schwächere Sozialstruktur (Kalk, Chorweiler) oder abgelegene Lage (Porz) erschweren den Besuch.

Abb. 2.2: Besucher der freien Szene, nach Demografie

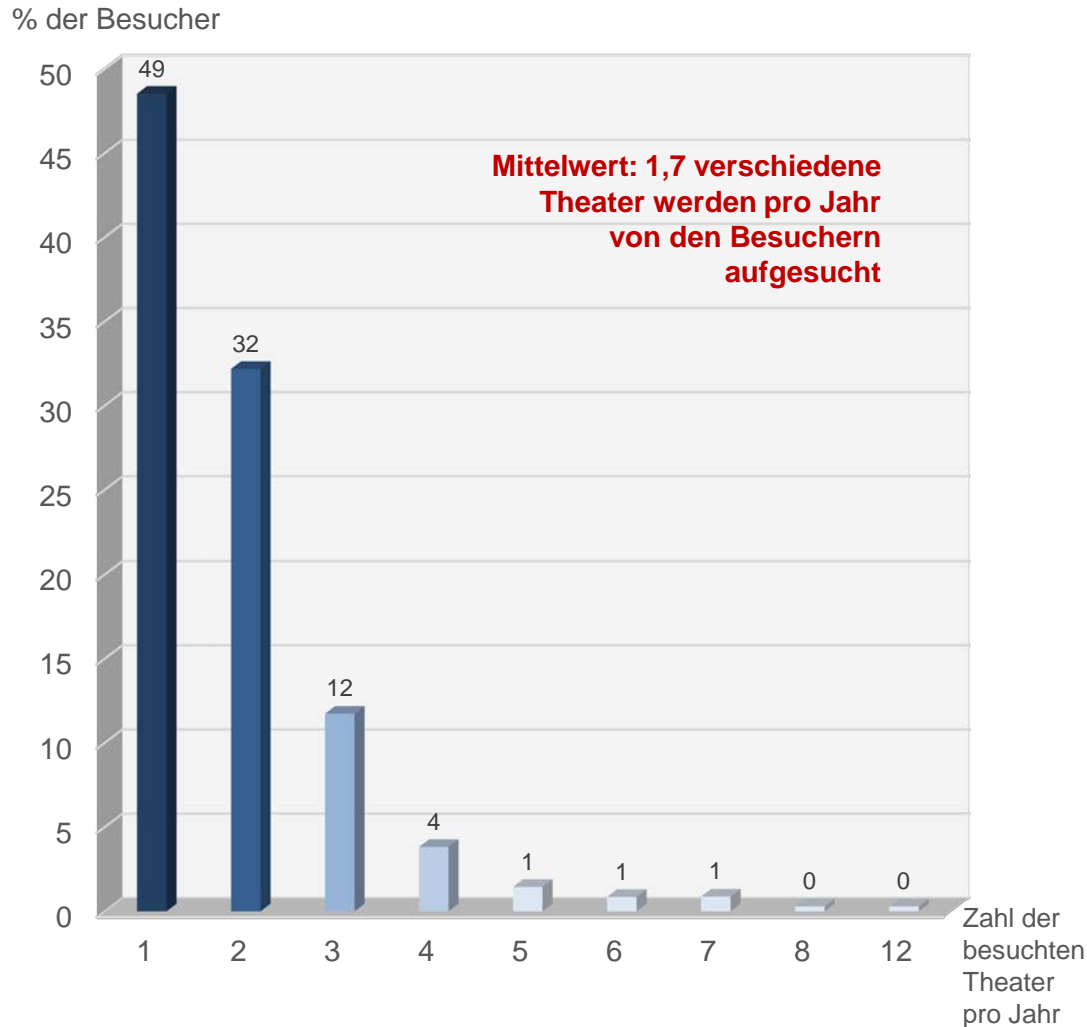
(Basis: Besuche in den letzten 12 Monaten, alle Befragte)



- Besucher der freien Szene sind älter, stärkere Besuchstätigkeit erst ab 45 Jahren aufwärts. Jüngere Befragte gehen eher selten.
- Starker Schwerpunkt unter Akademikern bzw. Personen mit Abitur (51% bzw. 32%).
- **Insgesamt: Sozial gehobenes, eher älteres und vor allem akademisch gebildetes Publikum – das „übliche“ Kulturpublikum in Köln.**

Abb. 2.3: Zahl der besuchten freien Spielstätten

(Basis: Befragten, die in letzten 12 Monaten im fr. Theater waren, in %)



Die Besucher sind in der Wahl der besuchten Spielstätten ausgesprochen selektiv:

- Knapp 50% gehen in eine einzige Spielstätte, ein knappes Drittel besucht zwei.

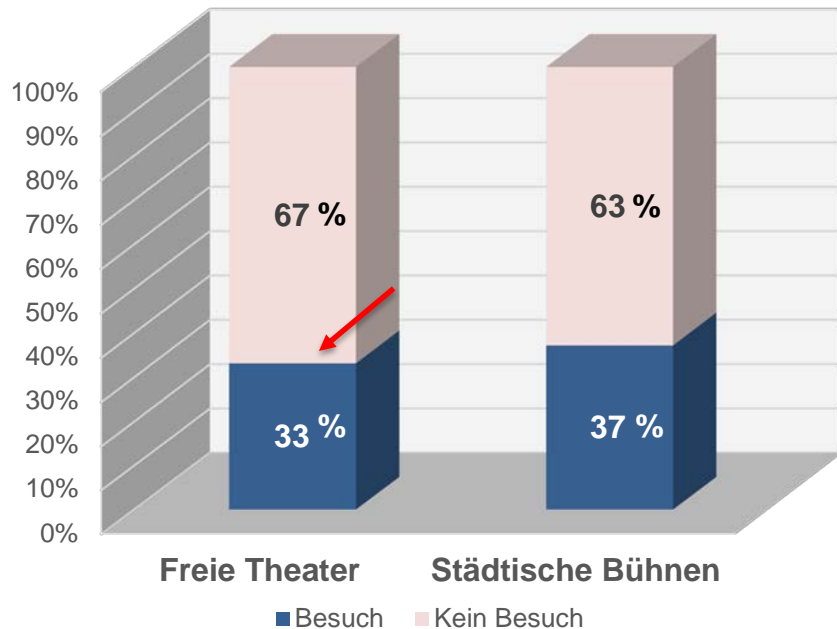
Andere Spielorte sind weder bekannt, noch werden sie besucht.

- Von über 30 freien Theatern und ca. 50 Gruppen in Köln wird von dem einzelnen Besucher nur ein winziger Bruchteil genutzt.
- Eingeschränktes Repertoire gilt durchgängig für alle Besucher.

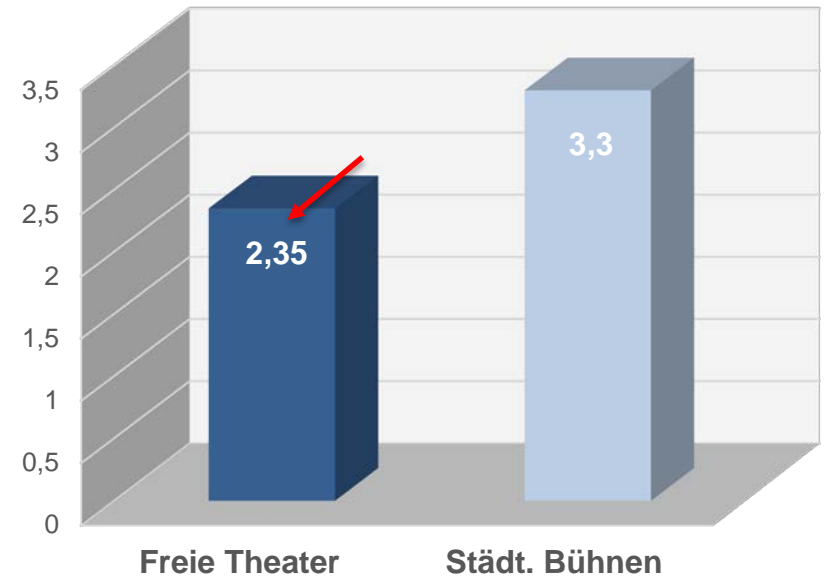
Abb. 3: Freie Theater und Städt. Bühnen im Vergleich

(Basis: Befragte, die in letzten 12 Mon. ein freies Theater bzw. Städt. Bühne besuchten)

Besucher der freien Theater u. Städt. Bühnen (in %)



Besuchshäufigkeit der freien Theater u. Städt. Bühnen (Mittelwert der Besuche pro Jahr)

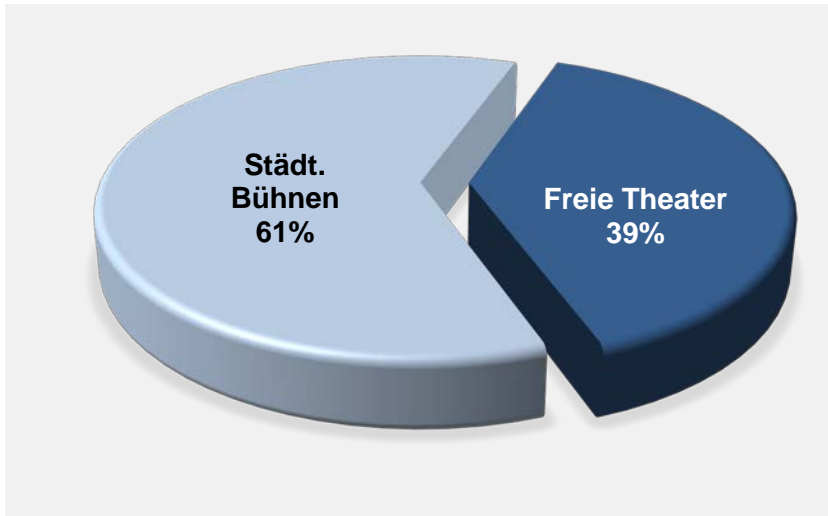


- In den letzten 12 Monaten waren **33% der Kölner in einem freien Theater, Städt. Bühnen 37%**.
- Allerdings gehen die **Besucher der Städt. Bühnen häufiger** ins Schauspiel bzw. in die Oper: Mit mindestens 3,3 Besuchen pro Jahr gegenüber 2,3 Besuchen ist die Besuchshäufigkeit gegenüber den freien Theatern um ca. 40% höher.

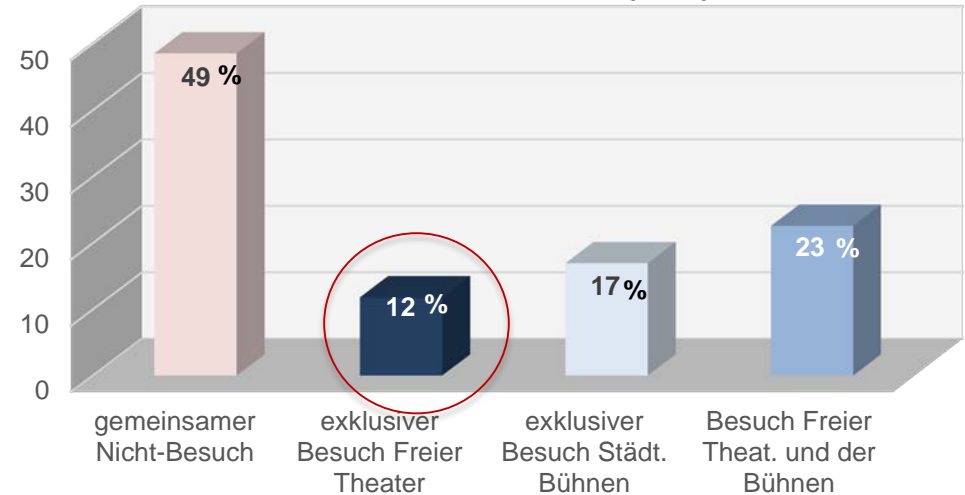
Abb. 4: Verteilung des Publikums zwischen freier Szene und Städt. Bühnen

(Basis: Theaterbesucher auf Basis der letzten 12 Monate)

„Marktanteile“ der fr. Szene u. Städt. Bühnen (Besuche in %)



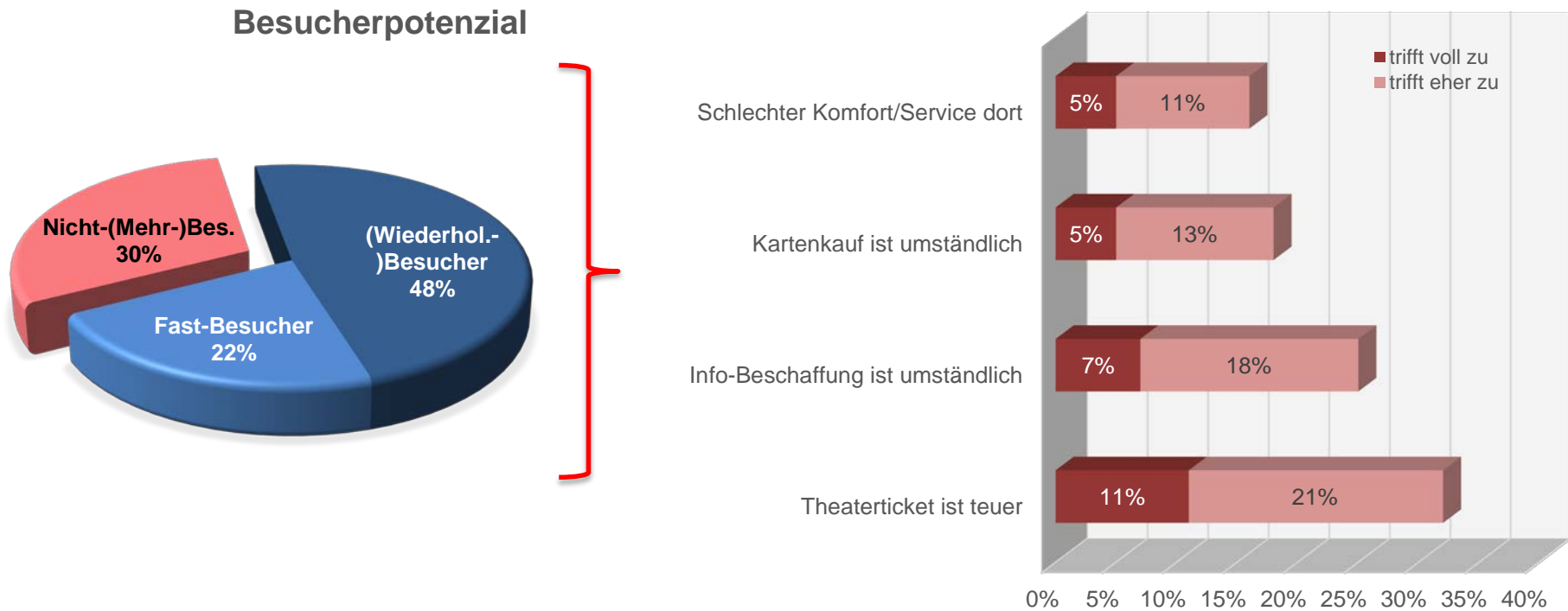
Verteilung der Theaterbesucher auf freie Szene u. Städt. Bühnen (in %)



- Insgesamt haben die Städt. Bühnen einen Anteil von 61% an allen Theaterbesuchen der Kölner, die freien Theater einen Anteil von 39%. Die Städt. Bühnen sind marktbeherrschend.
- Teilweise gleichzeitiger Besuch von Städt. Bühnen und freier Szene (23%). Freie Szene und die Städt. Bühnen bedienen aber auch jeweils exklusiv eigene Besuchersegmente.
- Die exklusiven Besucher der freien Szene entsprechen in besonderer Weise dem Muster eines älteren, akademischen gehobenen Kulturpublikums. Publikum der Bühnen ist mehr divers.

Abb. 5: Besucherpotenzial der freien Szene und Besuchshemmnisse

(Basis: Alle Befragte, in %)



- Das realisierte Besucheraufkommen aktuell bei max. 48% der Kölner. Etwa 22% Fast-Besucher bzw. 210tsd. als zusätzliches Potential.
- Fast-Besucher entsprechen weniger dem klass. hochkulturell orientiertem Besucher. Chance auf mehr Diversität im Publikum der freien Szene.
- Probleme im Marketing bei Info-Beschaffung, Ticket-Kauf, Komfort bzw. Service, und insbesondere den **Ticketpreisen**.

In welchen Feldern zeigt sich Handlungsbedarf?

- Das vorhandene Angebot an Gruppen und Spielstätten wird vom einzelnen Besucher **in der Breite nicht einmal ansatzweise genutzt**, noch ist es bekannt.
- Folge: Die **Besucherbindung** ist in der **freien Szene weit schwächer** als bei den Bühnen.
-> Stärkerer Fokus auf die Vermittlung des Angebots und das Marketing mit dem Ziel, die Zahl der pro Besucher frequentierten Spielstätten zu erhöhen und damit die besuchszahlen insgesamt zu steigern.
- Besucher der freien Szene rekrutieren sich aus dem **gleichen bildungsbürgerlichen Publikum, das auch die hochkulturellen Angebote in Köln nutzt**.
Ziel: **Diverseres** Publikum (Schauspiel Köln als Beispiel!).
Ausschöpfen des „Fast-Besucher“ Potentials (22%).
- Hürden bei Kommunikation und Ticket-Vertrieb überwinden:
- Ticketpreise sind – insbesondere für junge Besucher – zu hoch

Für die Kulturförderung heißt dies:

- Kulturamt: Neben künstlerische Produktion ebenso **Vermittlungsprogramme und Marketingmaßnahmen** der freien Szene fördern (speziell für Angebote in strukturell schwächeren Bezirken).
- **Städtische Plattform**, die das gesamte Kulturangebot in der Breite **erlebbar kommuniziert** und den **Ticketvertrieb** ermöglicht.
 - Gleichzeitig: **Info-Kanäle einzelner Zielgruppen nutzen** (z.B. You-Tube usw. für jüngere Besucher, regelmäßige Beilage im Kölner Stadtanzeiger für Ältere).
- **Kooperationen stärken:**
 - **Cross-Promotion** zwischen **freien Theatern und Ensembles**
 - Kooperationen mit **städt. Kulturanbietern und** anderen geeigneten Partnern (z.B. Univ./Hochschulen in Köln und anderen Partnern)
- Freie Szene in **Maßnahmen der Besucherbindung integrieren** (gem. Abo-Cards, Culture-Cards u.ä.)
 - Teilweise Subventionierung von Ticketpreisen für junge Besucher.
- Aufgaben an das neue Referat „Kulturelle Teilhabe“ im Kulturamt: Marketingmaßnahmen **für** freie Szene entwickeln und Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit **innerhalb** der freien Szene vorantreiben.

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

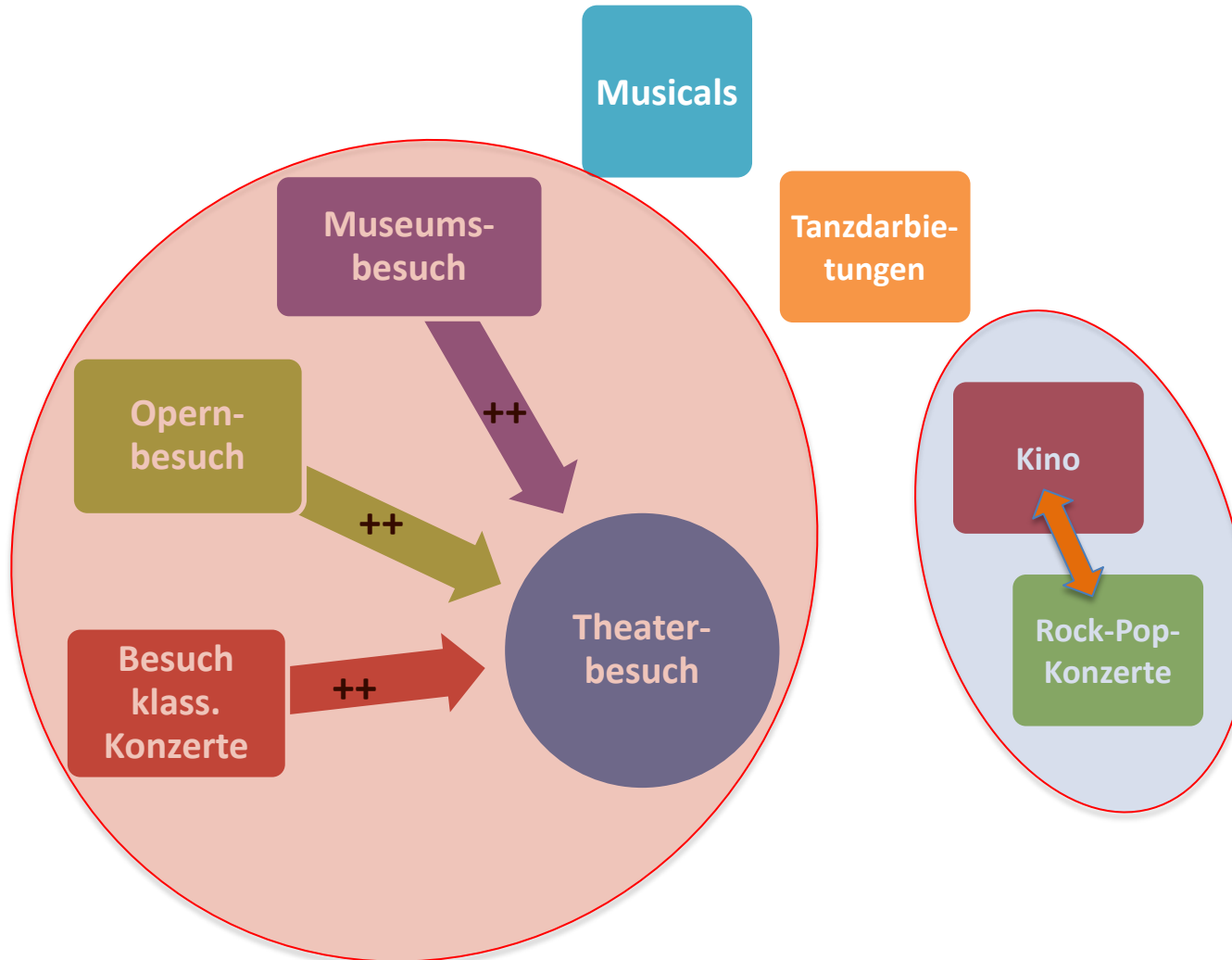


Die Oberbürgermeisterin
Kulturamt

Richartzstraße 2-4
50667 Köln
Postfach 10 35 64
50475 Köln

Leiterin Barbara Foerster

Abb. 1.1: Zusammenhang zwischen dem Theaterbesuch und anderen kulturellen Aktivitäten

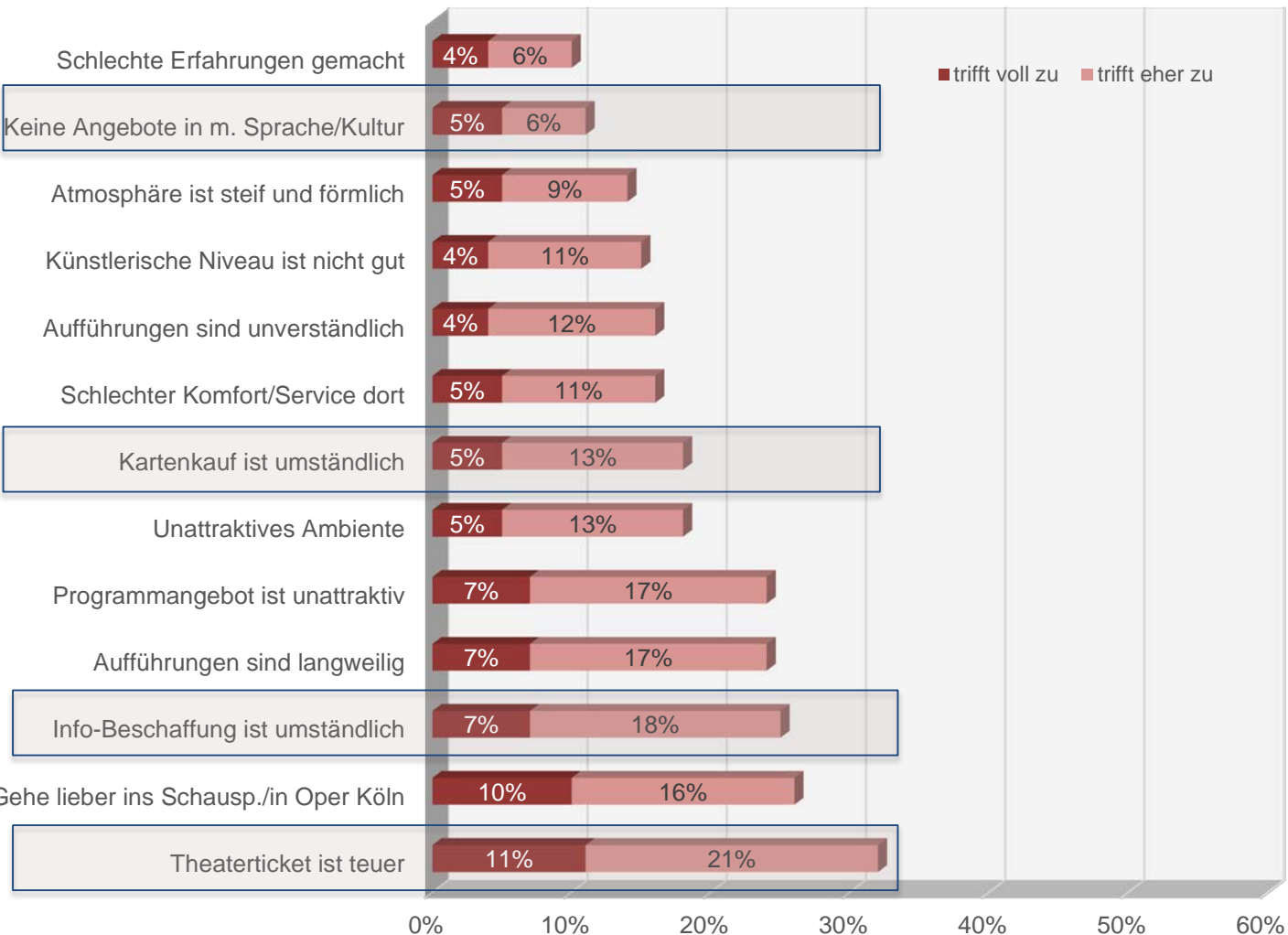


- Häufigkeit des Theaterbesuchs steht in engem Zusammenhang mit dem Besuch von Museen, klass. Konzerten und dem Opernbesuch.

Zwischen 46% und 68% der der Besucher von Museen, Oper und Klassik-Konzerten gehen auch regelmäßig ins Theater.

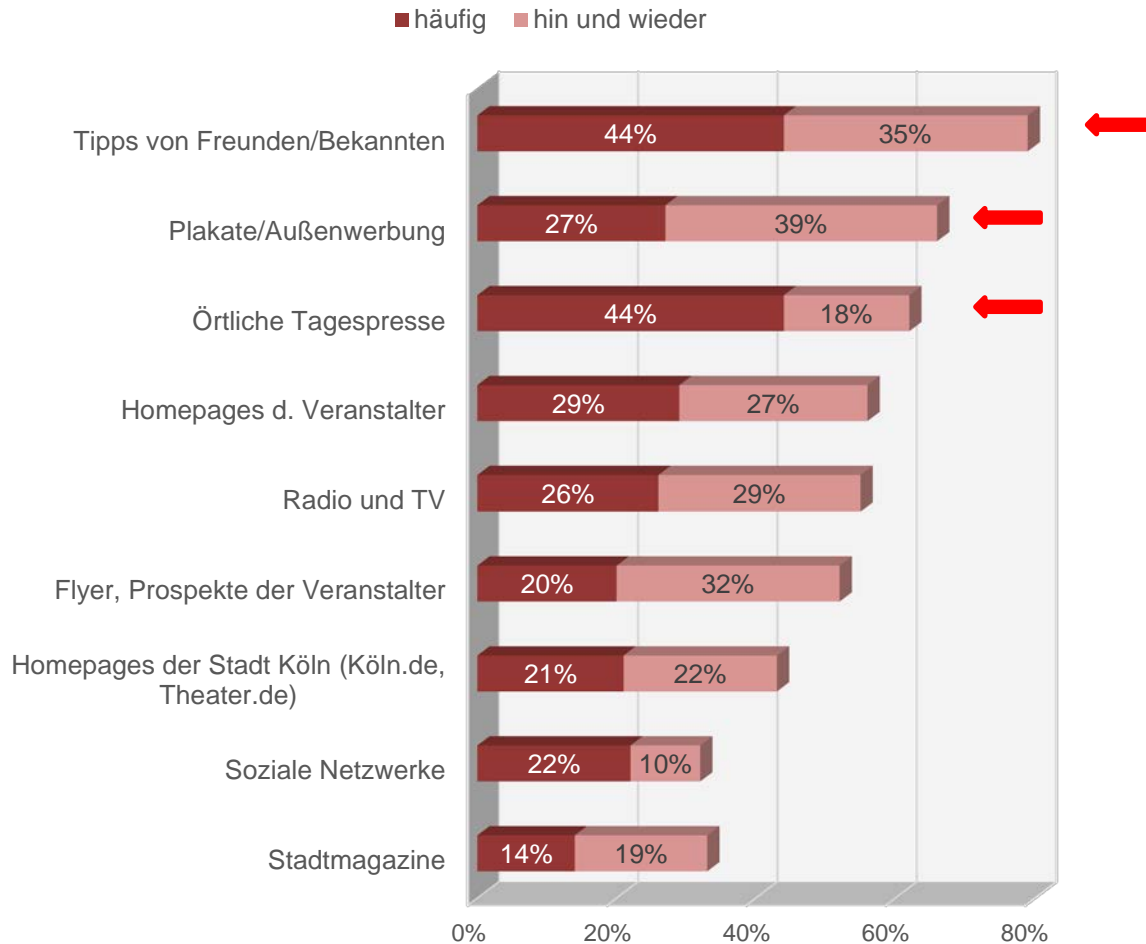
- Besuch populärer Darbietungen davon isoliert.
- Der „Kulturflaneur“, der alles irgendwie nutzt, ist noch nicht bildbestimmend.

Abb. 4: Hindernisse zum Besuch freier Theater (Basis: Alle Befragten, in %)



- Das am häufigsten genannte Argument gegen den Besuch sind die **Kosten für ein Ticket, die insbesondere von den jüngeren Befragten kritisiert werden.**
- Die **Reduzierung der Ticketpreise wahrscheinlich zu einem Besucherwachstum und einem Umsatzwachstum führen.**
- **Weitere Probleme im Marketing sind die Info-Beschaffung, der Ticket-Kauf und der Komfort bzw. Service vor Ort.**
- **Weitere Kritikpunkte beziehen sich auf das Aufführungsangebot, wobei dieses zum Großteil eher ein Imageproblem als ein reales Problem darstellt.**

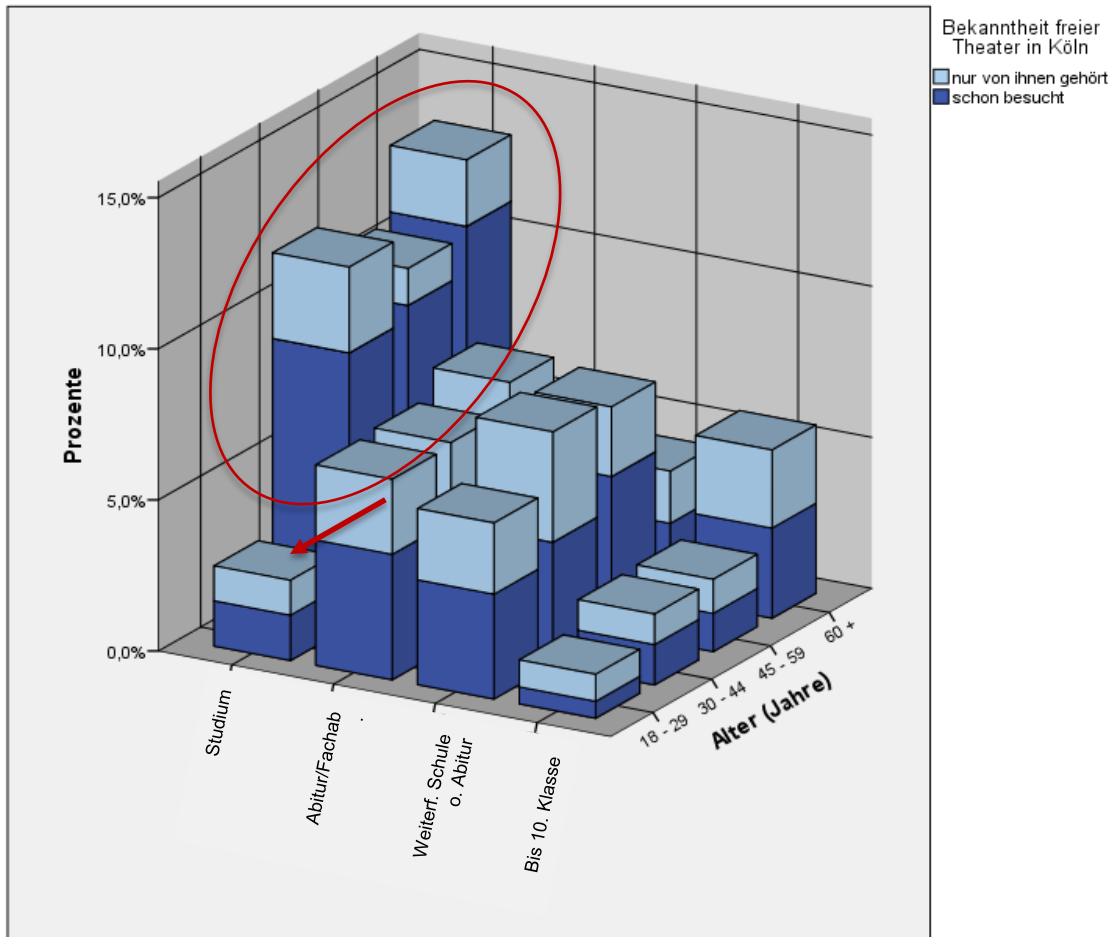
Abb. 5.1: Nutzung von Info-Quellen für das kulturelle Geschehen in Köln (Basis: Alle Befragten, in %)



Speziell bei der Nutzung von Informationsquellen sind altersspezifische Besonderheiten bedeutsam:

- Bei den **älteren Kölnern** sind **klassische Medien wie TV, Hörfunk und speziell die örtliche Tagespresse** weiterhin besonders bedeutsam.
- Bei den **jüngeren Kölnern bis ca. 30 Jahren** stehen **Homepages der Veranstalter und soziale Netzwerke** im Vordergrund.
- **Außenwerbung, geruckte Infos, wie Flyer u.ä. werden in allen Gruppen genutzt, besonders bei den Älteren.**
- An der Spitze bei allen Altersgruppen stehen durchweg die **persönlichen Tipps von Freunden und Bekannten**, die für ca. 80% der Kölner eine wichtige Info-Quelle sind.

Abb. 2.3: 3-Dimensionale Darstellung der Kenntnis der freien Theater u. Ensembles
(Basis: Kölner ab 18 Jahren, in % aller Befragten)

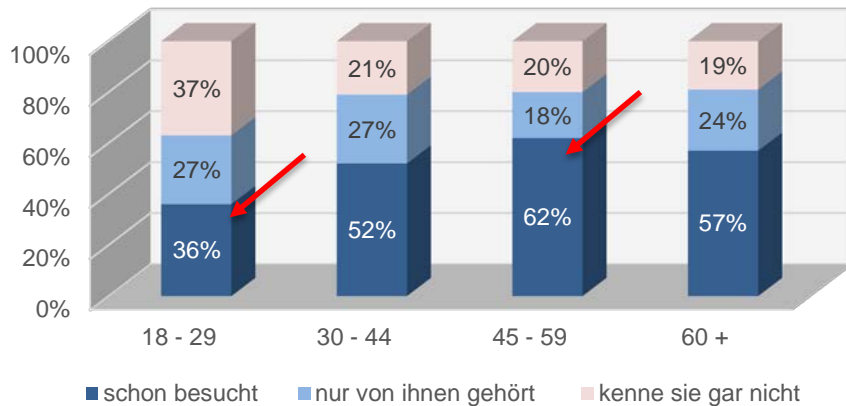


- Die mit Abstand **wichtigste Besuchergruppe sind danach Akademiker ab ca. 30 Jahren**. Sie machen zusammen etwa 1/3 der Besucher aus. An zweiter Stelle folgen die Kölner mit **mittlerer Bildung bis Abitur, wobei hier fast alle Altersgruppen angesprochen werden**.
- Überraschend sind zwei Befunde: Einmal, das mit Ausnahme der Akademiker **Personen ab 60 Jahren eher selten in die freien Theater gehen**. Zum zweiten, das unter den **jungen Akademikern** die freien Angebote nahezu komplett unbekannt sind.
- Mittelfristig sind angesichts dieser Altersstruktur Probleme bei der Gewinnung von zukünftigem Publikum anzunehmen.

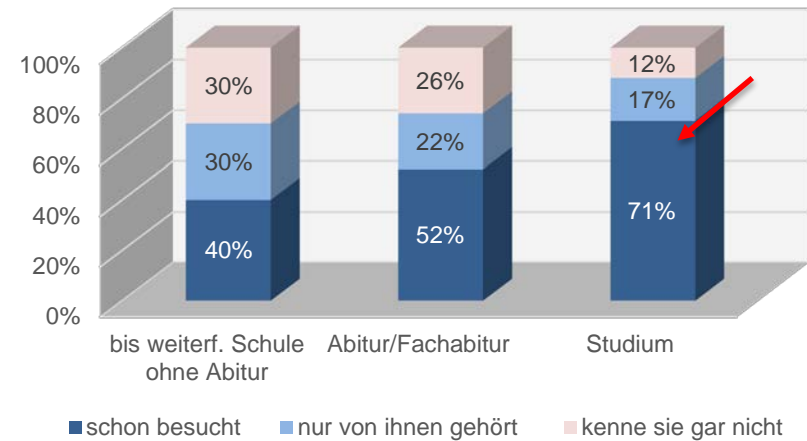
Abb. 2.1: Kenntnis der freien Theater und Ensembles, nach Demografie

(Basis: Alle Befragte, in % der Teilgruppen)

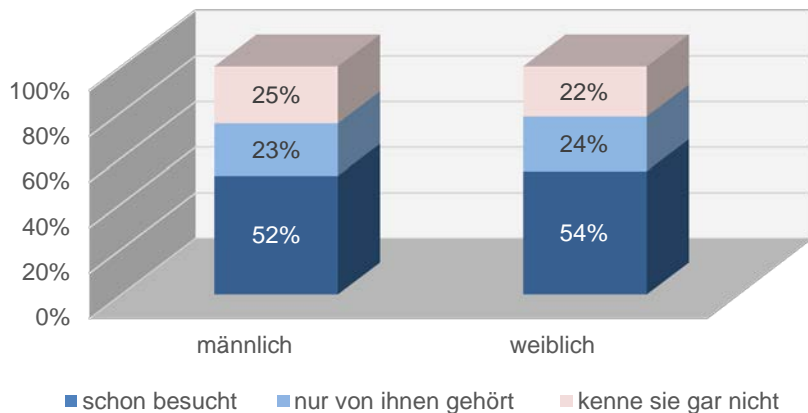
Alter



Formale Bildung

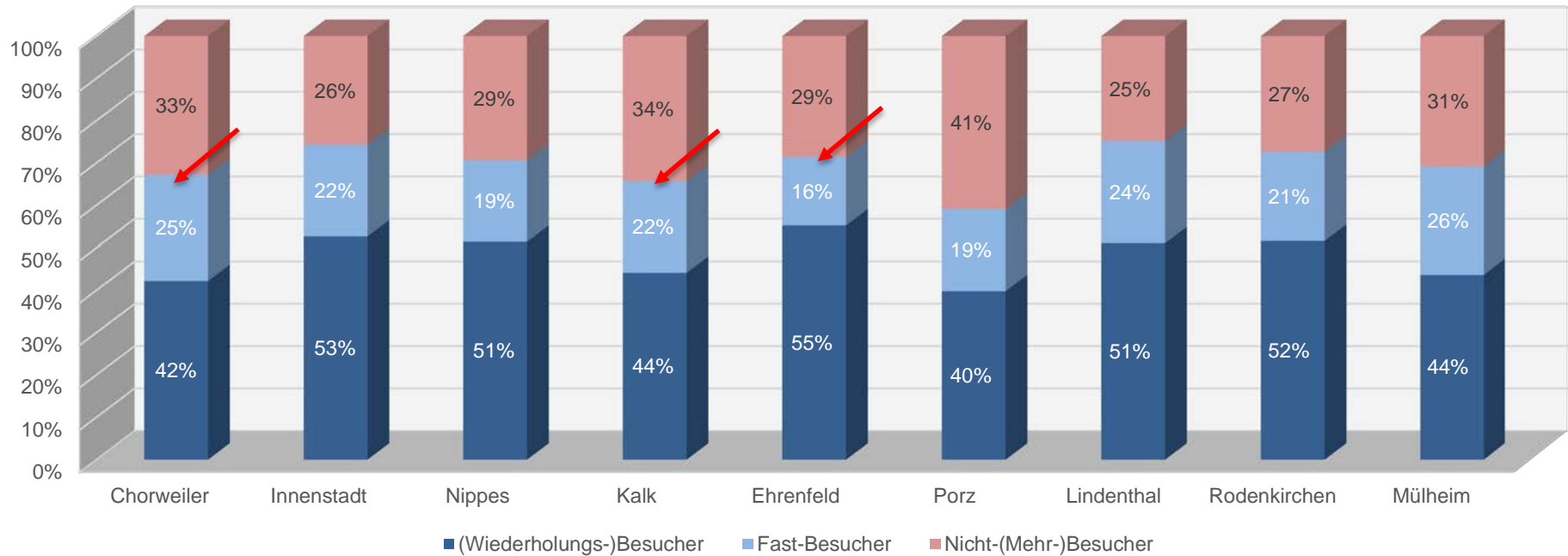


Geschlecht



- Die freie Szene ist in allen demografischen Gruppen gut bekannt, allerdings mit bestimmten Schwerpunkten:
- Mehr als **vier von fünf Kölnern ab 30 Jahren** kennen bzw. besuchten die freie Szene schon, von den jüngeren immerhin 63%.
- Von den Befragten mit Abitur kennen $\frac{3}{4}$ die freien Theater/Gruppen, mit **Studium sind es fast 90%**. Von den **Akademikern haben über 70%** ein freies Angebot schon besucht.
- Das Geschlecht besitzt kaum einen Einfluss.

Abb. 5.2: Besucherpotenziale der freien Szene, nach Kölner Bezirken
(Basis: Alle Befragte, in %)



- Die Potenzialanalyse folgt damit den bisher aufgezeigten Strukturen: Es handelt sich um dieselben Bezirke, die hinsichtlich der Bekanntheit der freien Theater und der dort getätigten Besuche vorn liegen. Auch **diese Bezirke dürfte zukünftig die meisten Besucher der freien Szene stellen**. Für die entsprechenden Theater dort sind dies gute Aussichten.
- Darüber hinaus zeigt die Analyse aber auch, dass auch in sozial schwächeren Bezirken, wie Ehrenfeld, Kalk oder Chorweiler ein entsprechendes Besucherpotenzial besteht. Gerade mit Blick auf die Integrationsfunktion der Szene bzw. das Ziel einer größeren Diversität kann aus diesen Bezirken zusätzliches Publikum gewonnen werden.