

KULTURBESUCHE IN DER ZEIT NACH CORONA

Welche kulturellen Besuche haben die Schweizer.innen während der Corona-Krise am meisten vermisst?
Wie sehen sie die Wiederaufnahme von Kulturbesuchen?
Welche Massnahmen halten sie hierfür für erforderlich?



Studie in der Schweiz und in Frankreich | Juni 2020

Fabien Morf, Geschäftsführer L'Oeil du Public (Schweiz) GmbH
Adrian Mohr, Geschäftsführer L'Oeil du Public SAS

Die Studie wurde durchgeführt in Abstimmung mit der
KBK | CDAC
Konferenz der kantonalen Kulturbeauftragten
Conférence des Délégués cantonaux aux Affaires Culturelles



Kontext und Zielsetzung

Kunst- und Kultureinrichtungen waren zu tausenden gezwungen, während der Corona-Krise ihre Türen zu schliessen. Die sanitäre Krise hatte starke Auswirkungen auf ihren Betrieb und sie leiden nach wie vor an dem plötzlichen Betriebsstillstand, den die Krise mit sich gebracht hat.

Die Situation ist, je nach Kultursektor, sehr heterogen: verschiedene Kulturbetriebe können verhältnismässig leicht wieder öffnen (Museen, Kulturstätten). Für andere Einrichtungen (Theater, Oper, Konzertsäle) stellt die Wiederaufnahme des Betriebes aufgrund der Auflagen (jährliche Programmplanung von September bis Juni, Proben der beteiligten Künstler:innen, etc.) für darstellende Künste eine grössere Herausforderung dar.

Diese Kultureinrichtungen leben durch ihre Zuschauer:innen und Besucher:innen. Die Agentur für Kulturmarketing **L'Oeil du Public** hat es daher als sehr wichtig erachtet, sowohl die Schweizer als auch die französische Bevölkerung zu befragen, wie sie während des Lockdowns **kulturelle Angebote genutzt haben, wie sie Kulturbesuche in Zeiten der Corona-Krise sehen und was ihre Erwartungen an die Kulturbetriebe sind.**

Unser Anliegen ist es, den Verantwortlichen und den im Kunst- und Kulturbereich Tätigen **repräsentative Angaben und Einblicke an die**

Hand zu geben, die auf Fakten beruhen, und die ihnen bei ihren Entscheidungen helfen können.

L'Oeil du Public hat sich auf die Untersuchung und Analyse der Gewohnheiten und Erwartungen des Publikums von Kunst- und Kulturbetrieben spezialisiert und ist in der Schweiz und in Frankreich tätig.

Zielsetzung

Unsere Studie möchte dabei helfen, Antworten auf die Fragestellungen zu finden, mit denen sich die im Kultursektor Tätigen derzeit konfrontiert sehen:

- Was hat den Schweizer:inne.n im kulturellen Bereich während der Ausgangssperre am meisten gefehlt?
- Welche kulturellen Angebote haben die Schweizer:innen während der Ausgangssperre genutzt? Haben kulturelle Darbietungen via Streaming wirklich Anklang gefunden ?
- Wann hat das Publikum vor, seine Besuche wieder aufzunehmen? Und in welchen Kultureinrichtungen als erstes?
- Welche Sicherheitsmassnahmen erwarten die Besucher:innen und Zuschauer:innen, um wieder in die Museen oder die Oper zu gehen?
- Und wie steht es um die geplanten Ausgaben für kulturelle Besuche? Haben Abonnenten vor, ihr Abonnement zu erneuern?



Methodologie



Die Umfrage wurde in Zusammenarbeit mit *Dynata* vom **29. Mai bis 5. Juni 2020** online durchgeführt; also nach der Pressekonferenz des Bundesrats am 27. Mai 2020.



Repräsentative Stichprobe der Schweizer Bevölkerung (Deutschschweiz + Westschweiz), 20 Jahre und älter.



880 Befragte.
440 in der Westschweiz und 440 in der Deutschschweiz.



Ergebnisse Total Schweiz: die Ergebnisse Total Schweiz wurden gewichtet, so dass sie der Verteilung 74% Deutschschweiz vs. 26% Westschweiz entsprechen.

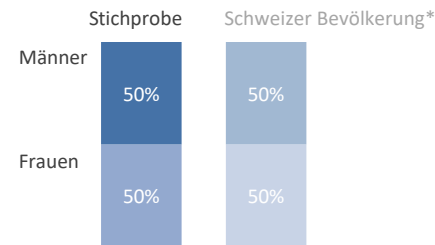


Für bestimmte Punkte der Studie haben wir einen **Fokus** eingebaut, um signifikante Unterschiede entsprechend verschiedener Altersgruppen oder Bevölkerungsgruppen (Deutschschweiz, Westschweiz) hervorzuheben, oder um das „**Kulturpublikum**“ genauer zu betrachten.

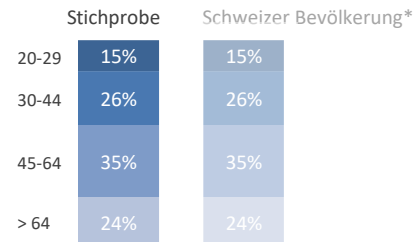
Mit dem Begriff Kulturpublikum bezeichnen wir die Bevölkerungsgruppe, die **mindestens einmal pro Jahr ein Museum und/oder eine Kulturstätte und/oder ein Festival und/oder eine Aufführung** besucht. So grenzen wir ein intellektuelleres Kulturverlangen von einem Kulturinteresse ab, das vornehmlich auf ein Freizeitvergnügen ausgerichtet ist.

Stichprobenzusammensetzung:

Geschlecht



Alter





Auf den Punkt gebracht

– die Ergebnisse in den 9 wichtigsten Punkten



Vor allem das Kino und Live-Aufführungen haben den Schweizern während des Lockdowns gefehlt.



3/4 der Schweizer haben während des Lockdowns kulturelle Aktivitäten online verfolgt.

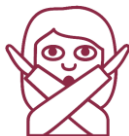
20 %

des Kulturpublikums* hat während des Lockdowns **mindestens 1 Aufführung** (Theater, Konzert...) **online** verfolgt, oder virtuell eine Ausstellung besucht.

*siehe S.3



1/4. Dies ist der Anteil der Schweizer, die bereit sind, kulturelle Einrichtungen "ohne grosse Bedenken" wieder aufzusuchen.



1/4 der Schweizer möchten ihren Kulturbesuche nicht wieder aufnehmen, solange die Krise nicht "komplett vorbei ist".

4 bis 5 Monate

Dies entspricht – *im Durchschnitt* – der Zeitdauer, die die Schweizer noch abwarten möchten, bevor sie Kultureinrichtungen wieder besuchen.



Sicherheitsvorkehrungen: Desinfektionsmittel und eine Beschränkung der Besucherzahl werden von **60%** der Schweizer gefordert.



53% der derzeitigen Abonnenten haben vor, ihr Abo zu erneuern, ungefähr so wie gehabt



46% der Schweizer möchten ihre Ausgaben für Kulturbesuche in den nächsten 12 Monaten reduzieren.



Profil der Teilnehmer

– Besuch der wichtigsten Kultur- und Freizeiteinrichtungen

% der Befragten, die mindestens einmal in zwei Jahren folgende kulturelle Angebote nutzen.



80% der Schweizer sind mindestens einmal in zwei Jahren ins Kino gegangen.



72% der Schweizer haben mindestens einmal in zwei Jahren eine Ausstellung besucht.



79% der Schweizer haben mindestens einmal in zwei Jahren ein Denkmal oder eine Kulturstätte besucht.



55% der Schweizer sind mindestens einmal in zwei Jahren in eine Bibliothek gegangen.



80% der Schweizer haben sich mindestens einmal in zwei Jahren eine Aufführung angesehen (Konzert, Theater, Oper, u. ä.)



62% der Schweizer haben mindestens einmal in zwei Jahren an einem Festival teilgenommen.



79% der Schweizer sind mindestens einmal in zwei Jahren in einen Freizeitpark oder einen Tierpark gegangen.

A photograph of an empty theater or cinema. Rows of grey upholstered seats with armrests are visible, receding into the distance. The walls are dark, and a small rectangular light fixture is visible on the left wall. A semi-transparent maroon banner is overlaid across the middle of the image.

während der Schliessung der kulturellen Einrichtungen



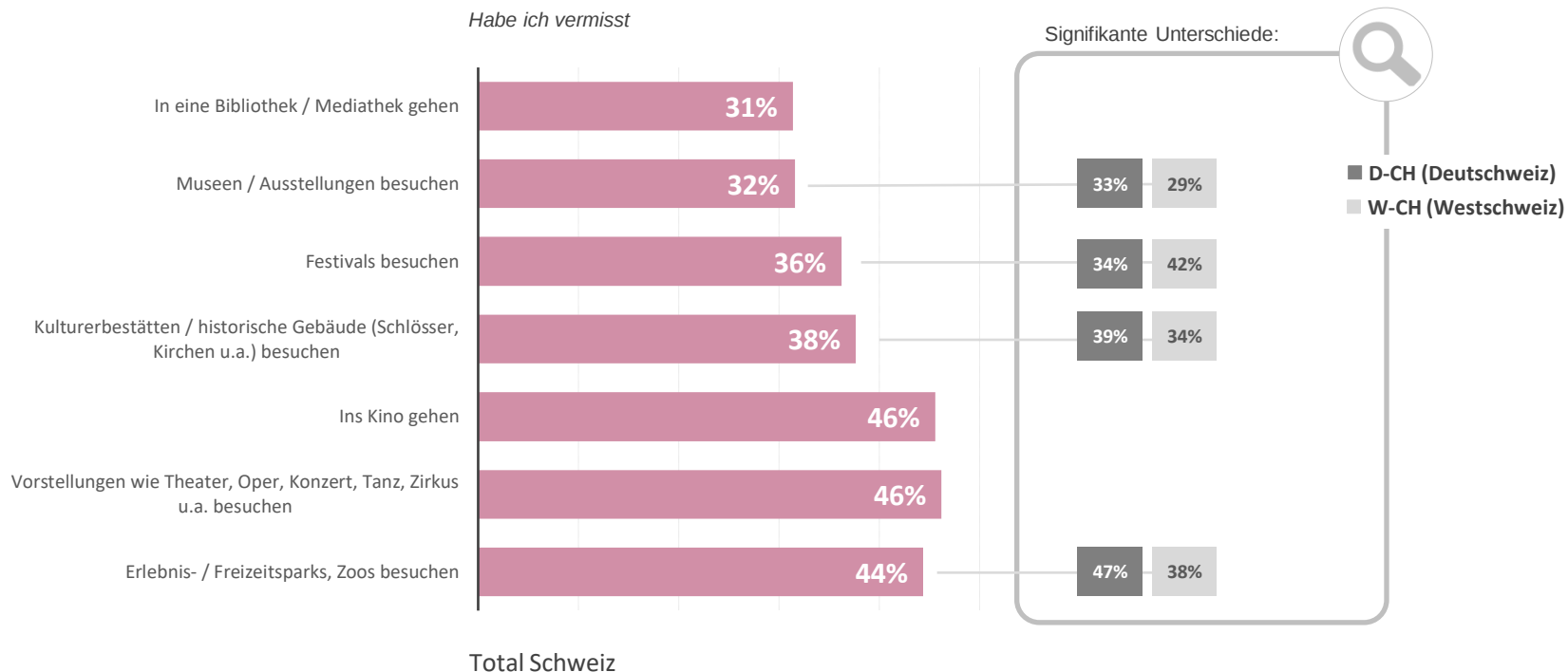
Kulturelle Aktivitäten, die den Schweizern gefehlt haben

Vor allem darstellende Kunst, Kino, Tier- und Freizeitparks.

Im Vergleich zu den Deutschschweizern sind die Westschweizer den Festivals stärker verbunden.

Der Besuch von Tier- und Freizeitparks spielt hingegen in der Deutschschweiz eine wichtigere Rolle.

Der gefühlte Mangel spiegelt den Besuch der jeweiligen Einrichtungen in normalen Zeiten wider.



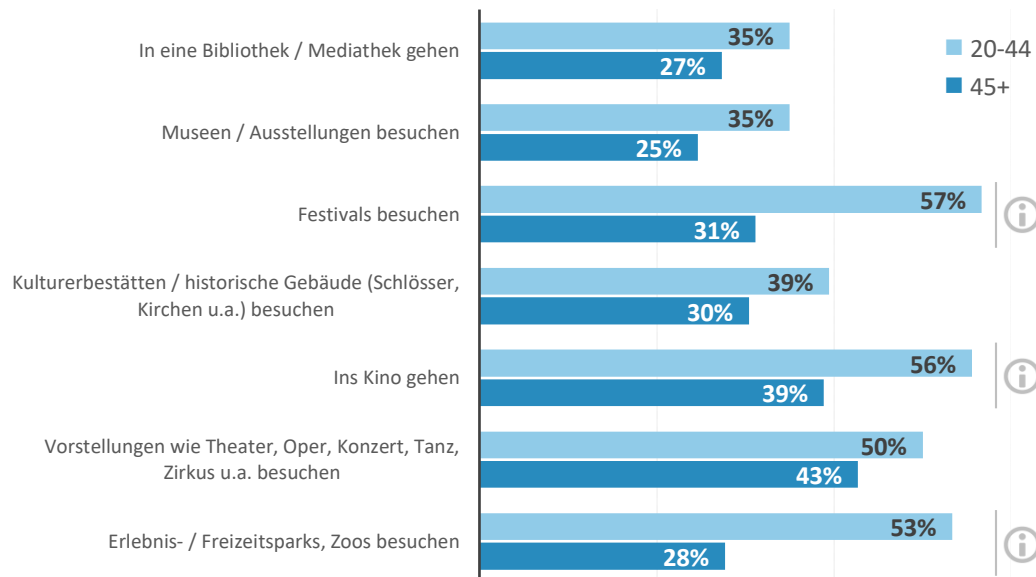


Kulturelle Aktivitäten, die den Schweizern gefehlt haben

Fokus auf die Westschweiz: starke Unterschiede entsprechend der Altersgruppen, vor allem was Festivals betrifft



Habe ich vermisst



Westschweiz



Kino, Festivals, Freizeitparks haben ganz deutlich der Altersgruppe 20-44 Jahre mehr gefehlt.

Dies gilt ebenfalls für Museen und Kulturstätten, allerdings in geringerem Ausmass.

Zu beachten: 1/3 der Westschweizer gaben an, dass sie an der Schliessung der Bibliotheken gelitten haben.

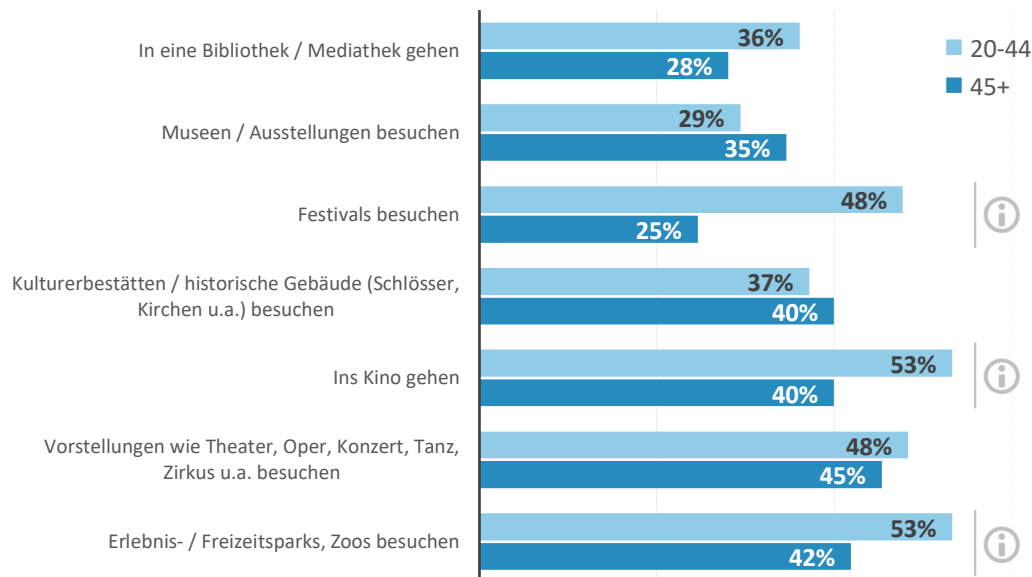


Kulturellen Aktivitäten, die den Schweizern gefehlt haben

Fokus auf die Deutschschweiz: Obgleich sie vorhanden sind, die Unterschiede hinsichtlich der Altersgruppen sind in der Deutschschweiz deutlich schwächer ausgeprägt als in der Westschweiz.



Habe ich vermisst



Deutschschweiz



Festivals, Kino wie auch Freizeit- und Tierparks haben den 20-44 jährigen mehr gefehlt.

In der Deutschschweiz ist das Verhältnis von 20-44 vs. 45+ umgekehrt für Museen und Kulturstätten.

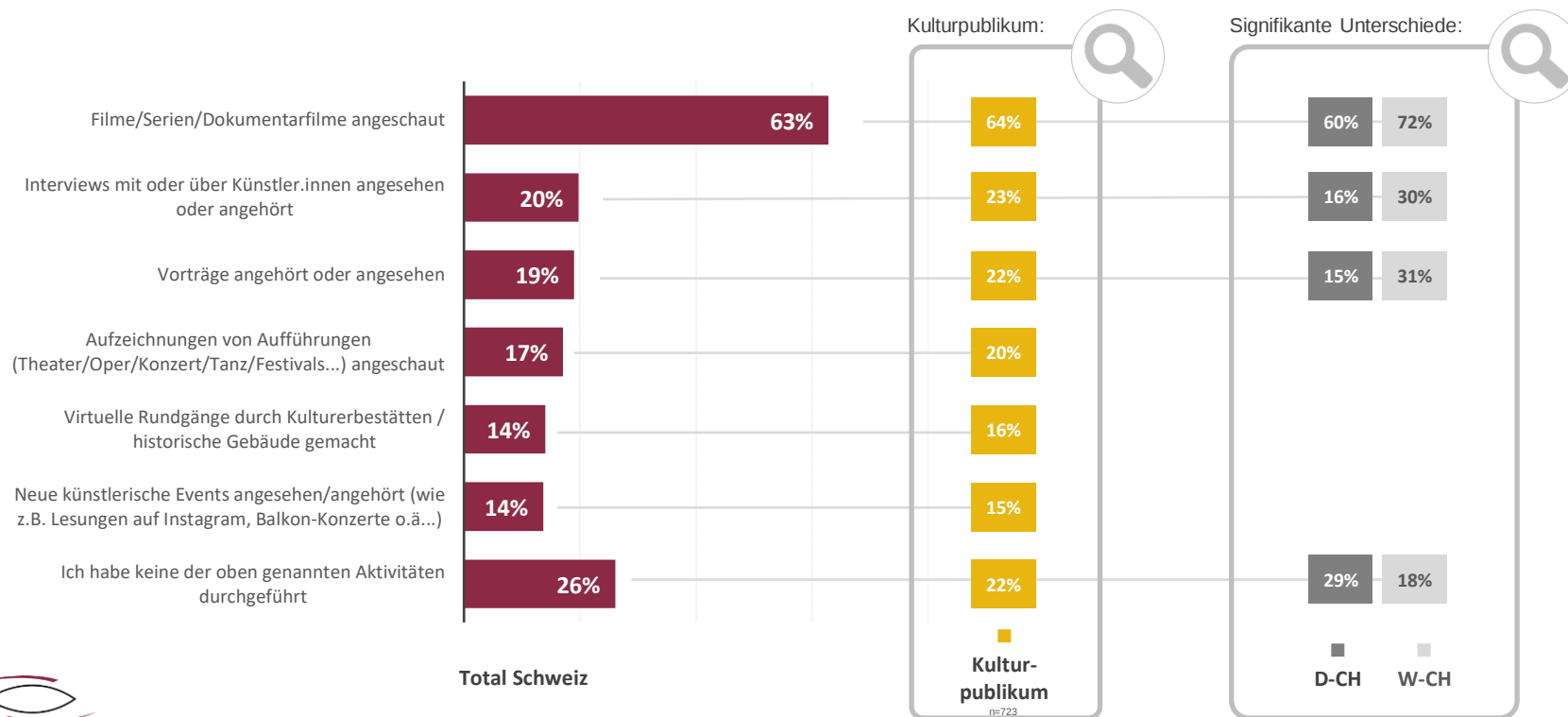
Auch den Deutschschweizern haben die Bibliotheken gefehlt.



Das Internet hat teilweise die fehlenden Kulturbesuche ausgeglichen

Während des Lockdowns haben 2/3 der Schweizer Filme und Serien online angeschaut, mit Unterschieden zwischen D-CH und W-CH.

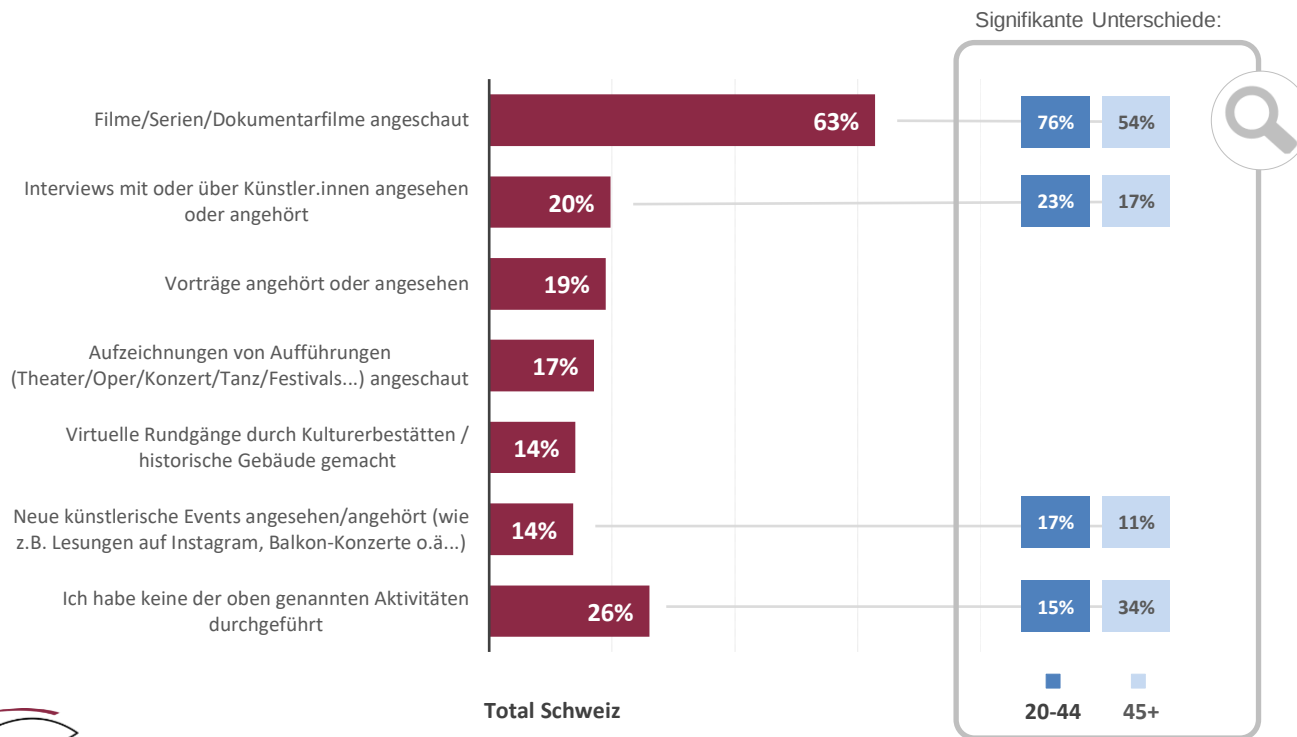
Zu beachten: ein Viertel der Schweizer hat keine der abgefragten Online-Aktivitäten verfolgt. In D-CH waren es sogar 29%. Vom Kulturpublikum (wie auf S.3 definiert) wurden alle angegebenen Online-Aktivitäten etwas stärker genutzt (~+2 %Pkt.)





Das Internet hat teilweise die fehlenden Kulturbesuche ausgeglichen... vor allem für den jüngeren Bevölkerungsanteil

Wie erwartet, sieht man bei den Jüngeren eine höhere Nutzung von digitalen Kulturangeboten. Ein Drittel der Älteren haben keine dieser Kulturangebote genutzt.



Unterschiede zwischen den Altersgruppen zeigen sich sehr deutlich beim Ansehen von Filmen und Serien online.

Zweimal so viele Befragte der Altersgruppe 45+ als Befragte der Altersgruppe 20-44 gaben an, dass sie keine digitalen Kulturangebote genutzt haben.

Die Ergebnisse sind hier sehr ähnlich wie in Frankreich.



Die Aufführungen im Streaming wurden intensiv angeschaut

Die Schweizer, die sich Mitschnitte von Aufführungen im Streaming angesehen haben, haben sich viele angesehen und mit grossem Interesse: nicht nur teilweise sondern bis zum Ende.

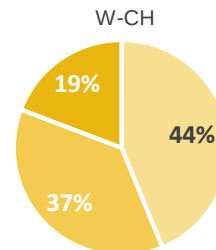
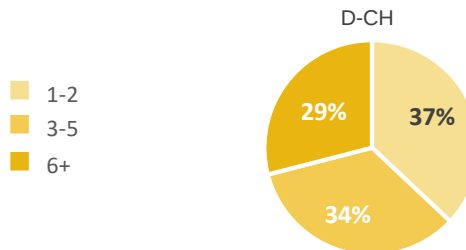


Unter den Befragten, die Aufführungen (Theater, Oper, Konzert, Tanz, Festival, ...) online verfolgt haben:

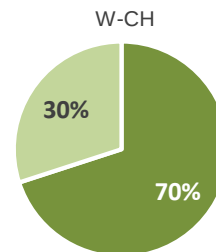
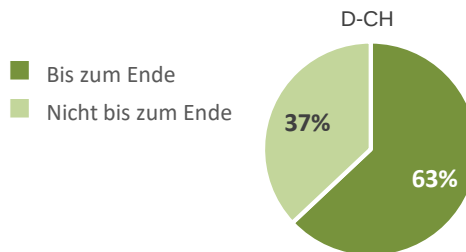
Eine starke Mehrheit der Personen hat 3 Aufführungen oder mehr online angesehen, insbesondere in der Deutschschweiz, wo fast 29% mindestens 6 Mitschnitte verfolgt haben.

Das starke Interesse lässt sich ebenfalls daran feststellen, dass die Aufführungen mehrheitlich bis zum Ende angesehen wurden, was deutlich mit der beschränkten Aufmerksamkeitsspanne kontrastiert, die dieser Art von medialen Angeboten *normalerweise* zuteil wird. Zu diesem Thema können Sie hier einen [Beitrag von Rainer Glaap](#) einsehen.

Anzahl der Mitschnitte, die sie während des Lockdowns online gesehen haben



Bis zum Ende angesehen oder nur teilweise





Die Ausgangssperre hatte einen Promotioneffekt für Streaming.

Mit dem Lockdown konnte das Streaming neue Anhänger finden: 91% der Zuschauer, die sich Vorstellungen im Streaming angesehen haben, sagen, dass sie dies in Zukunft stärker nutzen möchten.

Aufzeichnungen von Aufführungen
(Theater/Oper/Konzert/Tanz/Festivals...) angeschaut

17%



"Haben Sie vor, in Zukunft **mehr**
Vorstellungen online anzusehen **als im**
letzten Jahr?"

91%

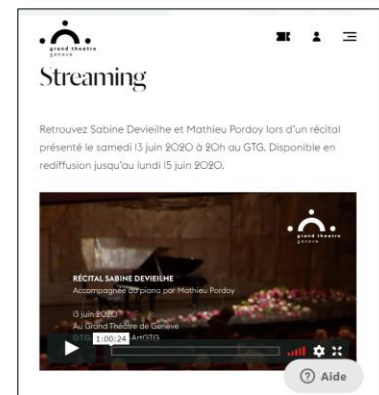
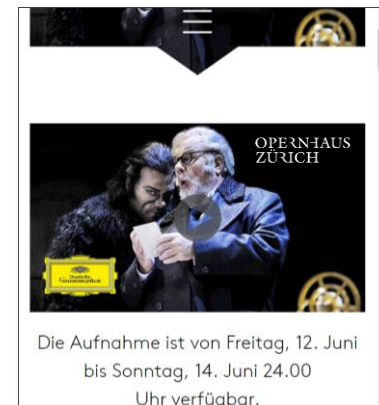
Ja

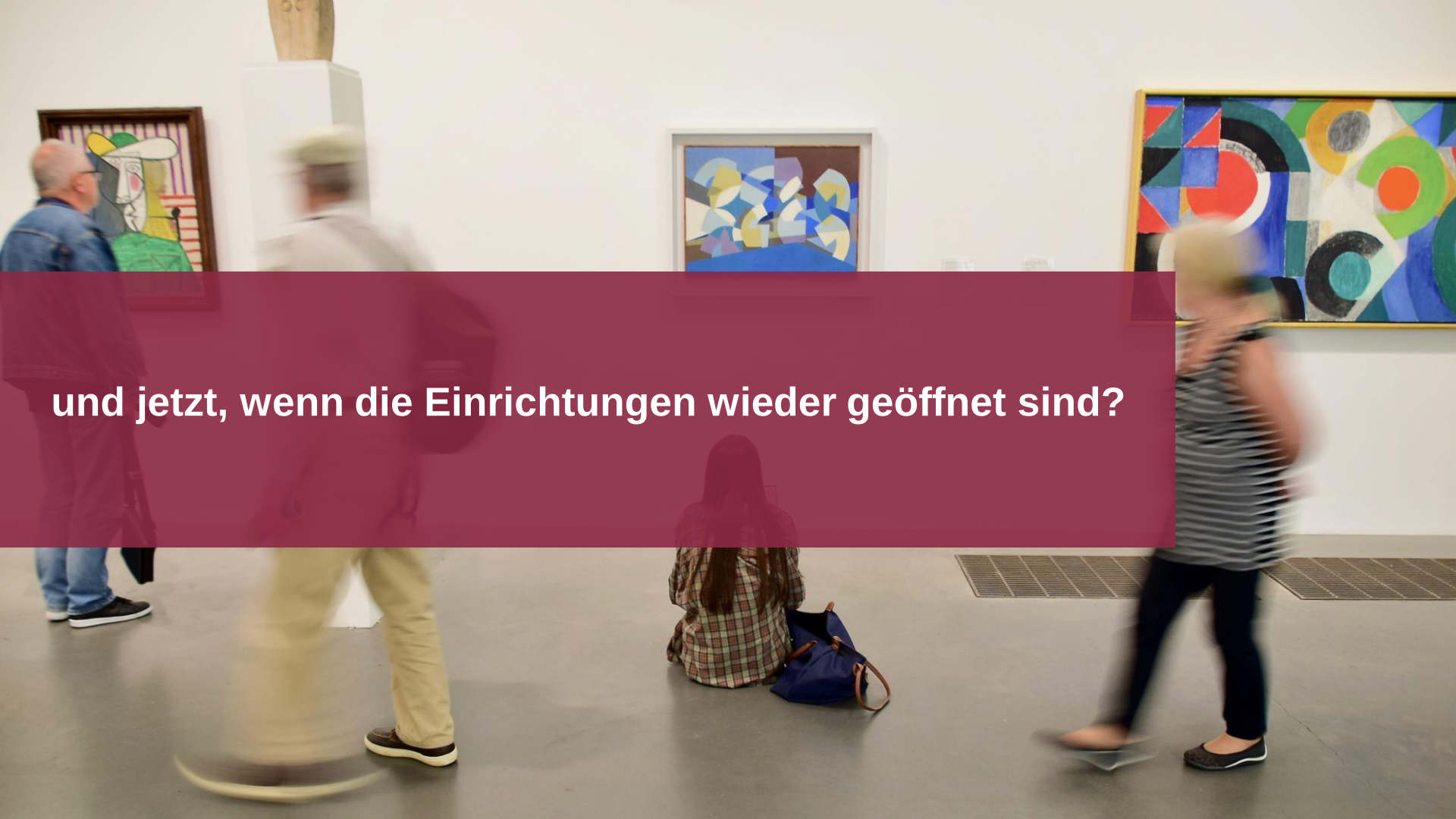
Nein

Ich weiss nicht

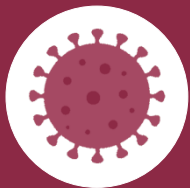
9%

0,4%



A blurred photograph of an art gallery. In the background, several abstract paintings are displayed on a white wall. One painting on the left features a stylized face with a large white hat. Another in the center has geometric shapes in blue, yellow, and purple. A large, vibrant abstract painting with red, blue, green, and yellow is on the right. In the foreground, several people are blurred in motion. A man in a blue jacket and jeans is on the left. A person in a light-colored jacket and tan pants is walking towards the center. A person with long dark hair, wearing a plaid shirt, is sitting on the floor with a blue bag next to them. A woman in a striped shirt and dark pants is walking on the right. A large, semi-transparent maroon rectangle is overlaid across the middle of the image, containing white text.

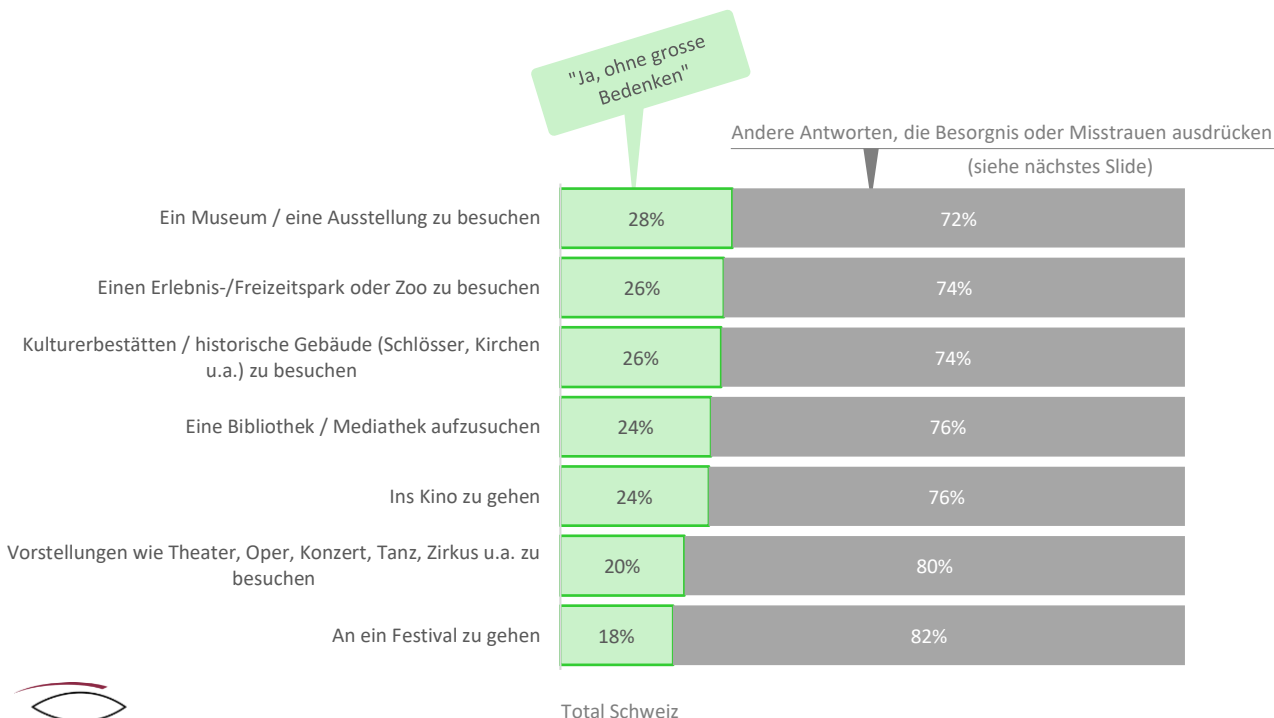
und jetzt, wenn die Einrichtungen wieder geöffnet sind?



Die Rückkehr in kulturelle Einrichtungen: Besorgnis dominiert

Nur circa 1/4 der Befragten sind derzeit bereit, „ohne grosse Bedenken“ Kultureinrichtungen wieder zu besuchen. Circa 3/4 äussern, dass sie vorsichtig sind bzw. misstrauisch.

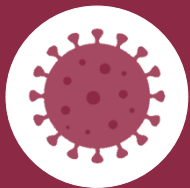
So tendieren die Befragten stark zur Vorsicht, was mit der scheinbaren Unbekümmertheit der vielen Passanten auf den Strassen in den Stadtzentren kontrastiert.



Geschlossene Räume, in denen die Besucher sitzen, stossen bei den Befragten auf mehr Vorbehalt als Orte, an denen sich Besucher ohne Einschränkungen frei bewegen können.

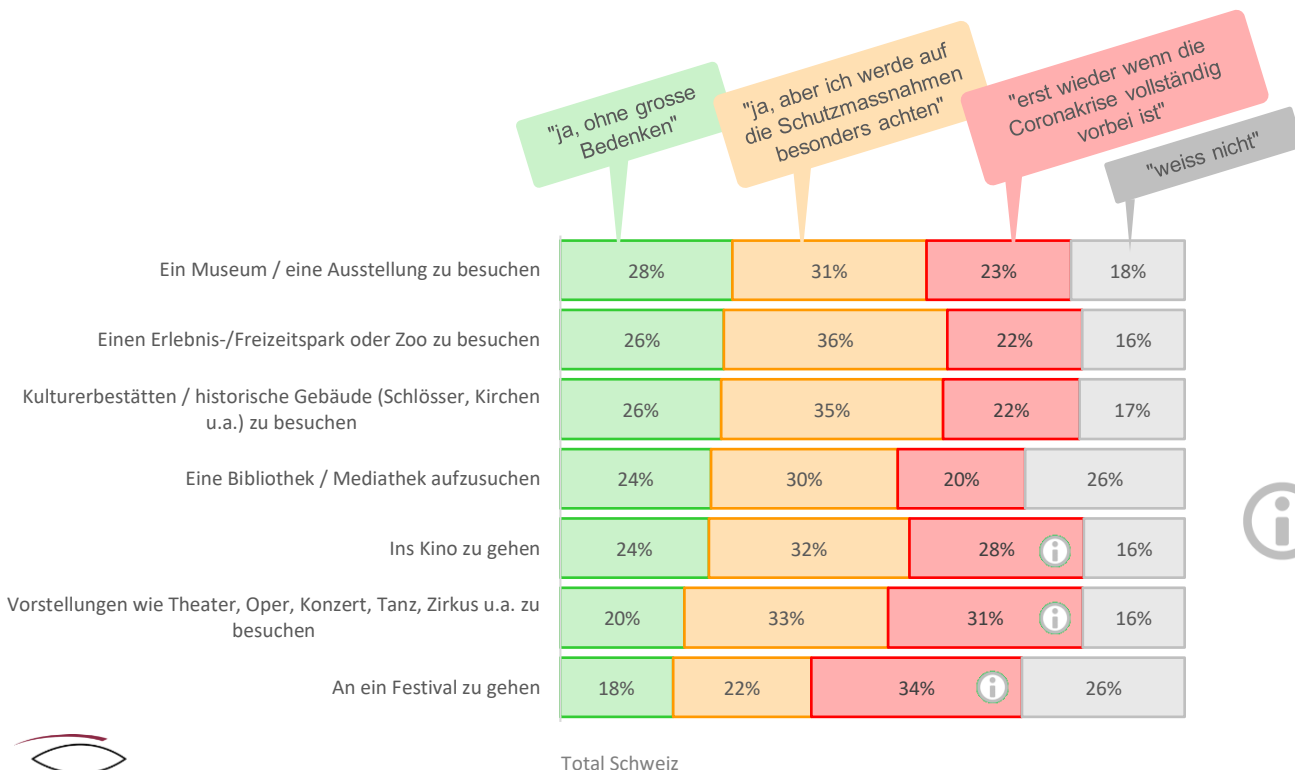
Wahrscheinlich können sich die Befragten leichter vorstellen, Einrichtungen zu besuchen, die Bewegung und freie Platzierung erlauben, als einem Konzert beizuwohnen, während dem die anderen Zuschauer Masken tragen.

Doch sind es vor allem die Festivals, denen die Befragten am skeptischsten gegenüberstehen; dies ist sicherlich auch der Tatsache geschuldet, dass die Festivalbesucher oft sehr zahlreich sind und Abstand nicht immer gut gewährleistet werden kann.



Trotz allem, 50% der Schweizer sind bereit, die Einrichtungen wieder zu besuchen.

Insgesamt hat jeder zweite Schweizer vor, die Kulturbesuche wieder aufzunehmen, auf wenn nach wie vor Vorsicht angesagt scheint: 1/3 der Schweizer achten sehr auf Hygienevorkehrungen. Aber ein 1/4 der Schweizer halten sich von Kulturbesuchen fern, bis die Krise „komplett vorbei“ ist.



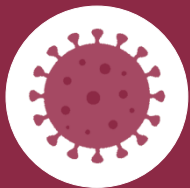
Skepsis ist sehr präsent. Insofern wird es eine sehr wichtige Rolle spielen, dass die Einrichtungen ihrem Publikum vergewissern, dass sie dessen Vertrauen in die Einhaltung der Sicherheitsvorkehrungen gerecht werden.

Die Unterschiede zwischen der Deutschschweiz und der Romandie sind gering. Die Deutschschweizer scheinen im Vergleich zu den Westschweizern etwas vorsichtiger zu sein.



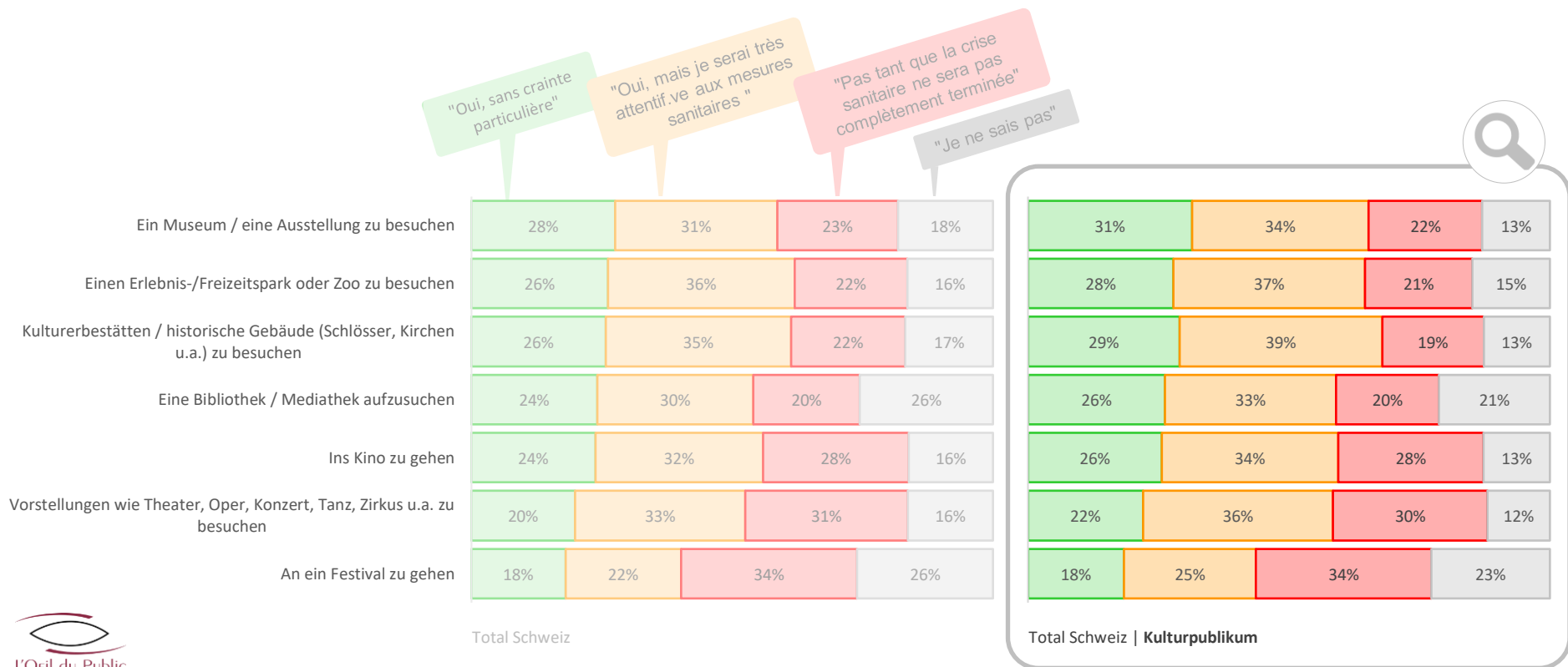
Die Befragten verzichten vor allem darauf, in geschlossene Veranstaltungsorte mit Sitzplatzzuweisung wie auch auf Festivals (Antwort in rot) zu gehen, solange die Krise nicht „komplett vorbei“ ist.

Festivals: Nachdem diese meistens im Sommer stattfinden, erklärt sich die Antwort „erst wenn die Krise komplett vorbei ist“ vielleicht auch durch die zeitliche Nähe der Veranstaltungen.



Das Kulturpublikum hat – ein bisschen – weniger Vorbehalte, die Kulturbesuche wieder aufzunehmen

Fast 60% möchten wieder in die kulturellen Einrichtungen zurückkehren, wobei sie grossen Wert darauf legen, dass die Sicherheitsvorkehrungen eingehalten werden. Circa 40% lehnen Kulturbesuche hingegen noch ab oder sind unschlüssig





Angst und Vorsicht dominieren die Gemüter noch.

Ein weiteres Zeichen dafür, dass in der Bevölkerung noch viel Besorgnis vorherrscht, ist die Tatsache, dass die Hälfte der Schweizer vorhat, weniger besuchte Orte aufzusuchen, und generell zunächst weniger auszugehen.

weniger frequentierte Orte zu besuchen

weniger kulturelle Veranstaltungen zu besuchen



Total Schweiz

54%

Total Schweiz

39%



20-44

48%

20-44

37%

45+

57%

45+

43%



20-44

56%

20-44

42%

45+

57%

45+

36%

In der Deutschschweiz wächst die Vorsicht mit steigendem Alter.

In der Romandie tritt dieser Unterschied nicht auf. Hier ist sogar umgekehrt die ältere Bevölkerungsgruppe weniger bereit, die Anzahl der Kulturaktivitäten zu verringern, als dies die Jüngeren sind.

Noch überraschender ist es, dass die Zahlen für das Kulturpublikum quasi gleich sind. Die Befragten dieser Gruppe beabsichtigen, die Anzahl ihrer Besuche im gleichen Ausmass zu reduzieren wie alle Befragten.



Circa die Hälfte der Schweizer erachtet Freiluft-Veranstaltungen und -festivals als weniger bedenklich als Veranstaltungen in geschlossenen Räumen.

Die Westschweizer sind vorsichtiger was Freiluft-Veranstaltungen betrifft.

Freiluftveranstaltungen und Festivals:
sicherer als in geschlossenen Räumen?



Eher ja



Eher nein



Weiss nicht

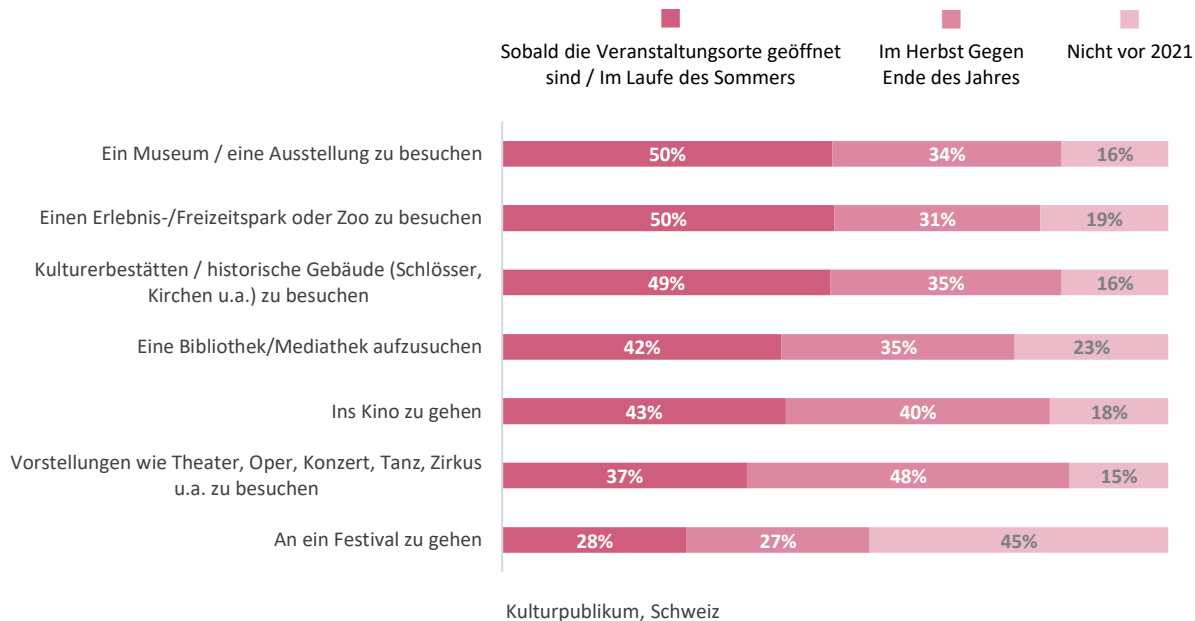


Diese Ergebnisse ergeben sich wahrscheinlich daraus, dass die Westschweizer bei 'Festival' an Festivals wie Paléo und Montreux Jazz denken. Beides Festivals, die stets sehr viele Besucher begrüßen. So würde leicht *Festival* mit *Menschenmenge* assoziiert.



Eine Wiederaufnahme der kulturellen Besuche in den kommenden Monaten

Die grosse Mehrheit des Kulturpublikums beabsichtigt, in die kulturellen Einrichtungen innerhalb des Zeitraums bis Ende des Jahres zurückzukehren. Was die Orte betrifft, in denen Besucher sich frei bewegen können, hält die Mehrheit eine Rückkehr sogar innerhalb der nächsten zwei bis drei Monate für möglich.



Wie bei den vorherigen Fragen lässt sich feststellen, dass die Orte mit Sitzplatzzuweisung bei den Besuchern grösseres Misstrauen auslösen. Hier ist eine spätere Rückkehr des Publikums zu erwarten, selbst wenn es kulturell sehr engagiert ist.

Diese Tendenz ist aber bei den Festivals noch deutlicher (s. Bemerkungen S. 16 und 19).

Unterschiede zwischen Deutschschweiz und Westschweiz sind gering. Die Besucher der Deutschschweiz planen die Einrichtungen ein wenig später wieder aufzusuchen als die Westschweizer.

**was sind die Auswirkungen auf das
Budget für Kulturbesuche?**

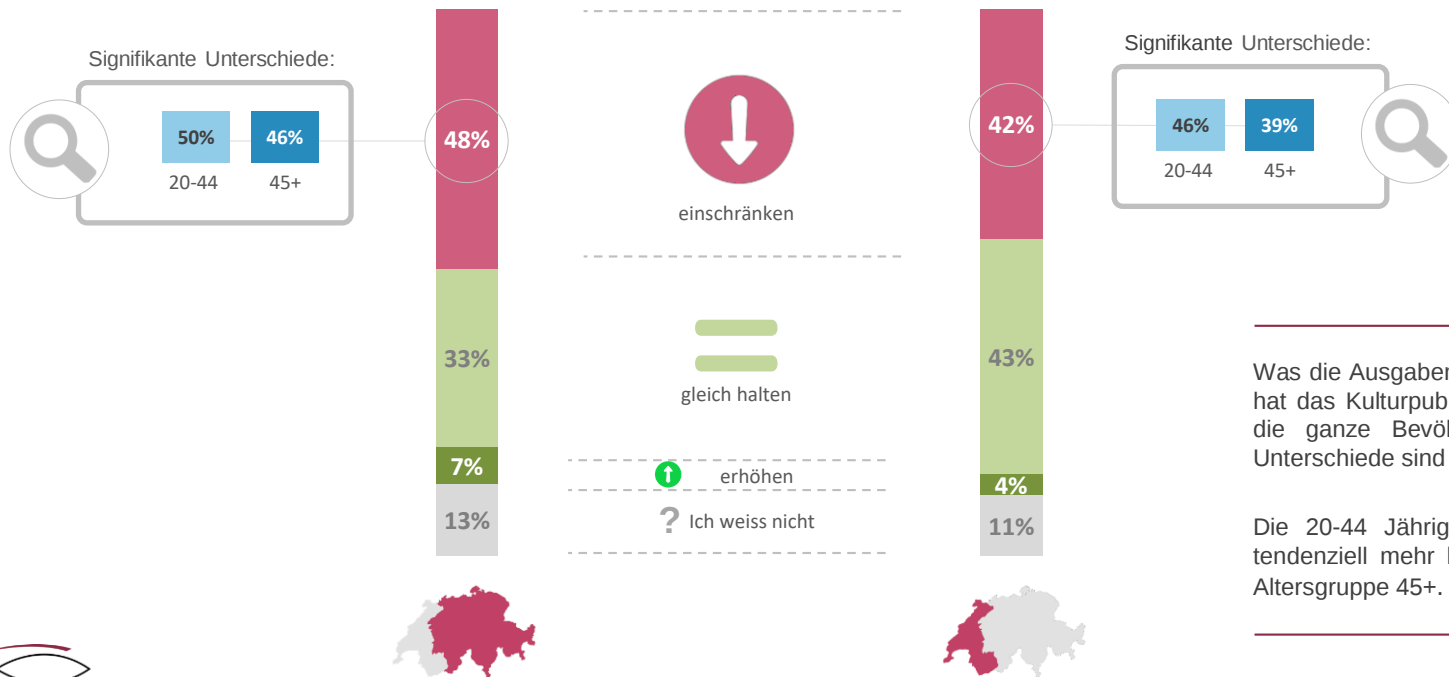




Signifikante Auswirkungen der Corona-Krise auf das Budget für Kulturbesuche

Knapp die Hälfte der Schweizer hat vor, die Ausgaben für Kulturbesuche zu reduzieren.

Meine Ausgaben für Kulturbesuche will ich...



Was die Ausgaben für Kulturbesuche anbelangt hat das Kulturpublikum die gleiche Absicht wie die ganze Bevölkerung. Keine signifikanten Unterschiede sind zu verzeichnen.

Die 20-44 Jährigen möchten ihre Ausgaben tendenziell mehr kürzen als die Befragten der Altersgruppe 45+.

Frage: "Werden Sie Ihre Ausgaben für Kulturbesuche (Kino, Konzert, Festival, Theater, Museum, Gebäude, Oper, ...) in den kommenden 12 Monaten..." Mögliche Antworten: Deutlich einschränken | Ein bisschen einschränken | Mehr oder weniger gleich halten | Etwas erhöhen | Deutlich erhöhen | Weiss nicht. Auf dem Chart: [Summe Einschränken], [Gleich halten], [Summe Erhöhen], [Weiss nicht]. n= 880.

was sind die Konsequenzen
für Abonnements?



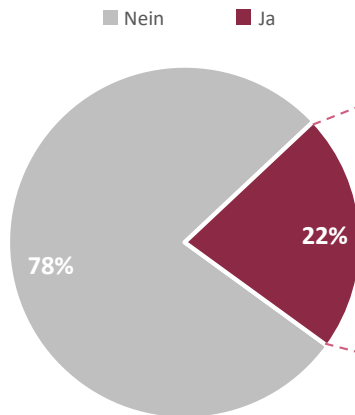
Haymarket, King's Theatre and Opera House, Lady Clarke
Ivory season ticket, 1796



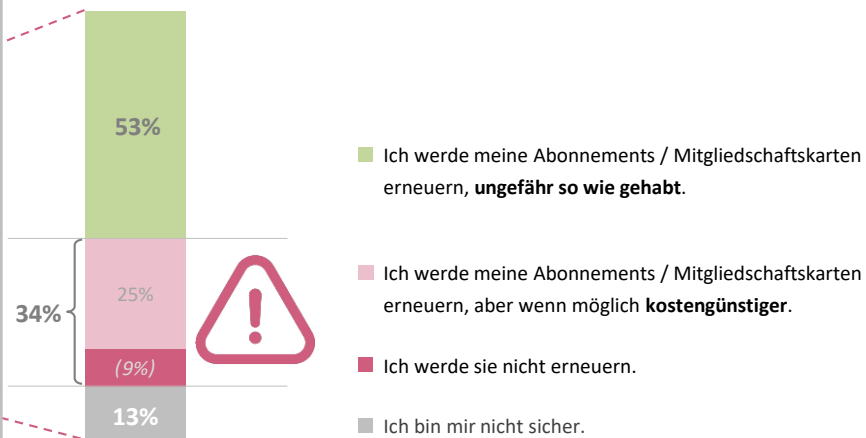
Die Corona-Krise wird sich spürbar auf die Erneuerung von Abonnements auswirken

Die Corona-Krise und deren finanziellen Konsequenzen, tatsächliche oder befürchtete, werden klare Auswirkungen auf die Erneuerung von Abonnements haben, denn circa ein 1/3 der derzeitigen Abonnenten wollen die Ausgaben für Abos kürzen oder Abos gar nicht erst erneuern.

Haben Sie Abonnements / Mitgliedschaftskarten bei kulturellen Institutionen?
(Basis: Kulturpublikum, ganze Schweiz, n= 723)



Haben Sie vor, diese Abonnements / Mitgliedschaftskarten zu erneuern?
(Basis: Antworten "Ja" bei vorheriger Frage. n = 155)



An aerial, high-angle photograph of a theater floor. The floor is made of dark, polished wood with numerous rectangular metal grates spaced out across it. Several rows of red upholstered theater seats with wooden armrests are visible, arranged in a semi-circular pattern. A large, semi-transparent maroon rectangle is overlaid on the left side of the image, containing white text.

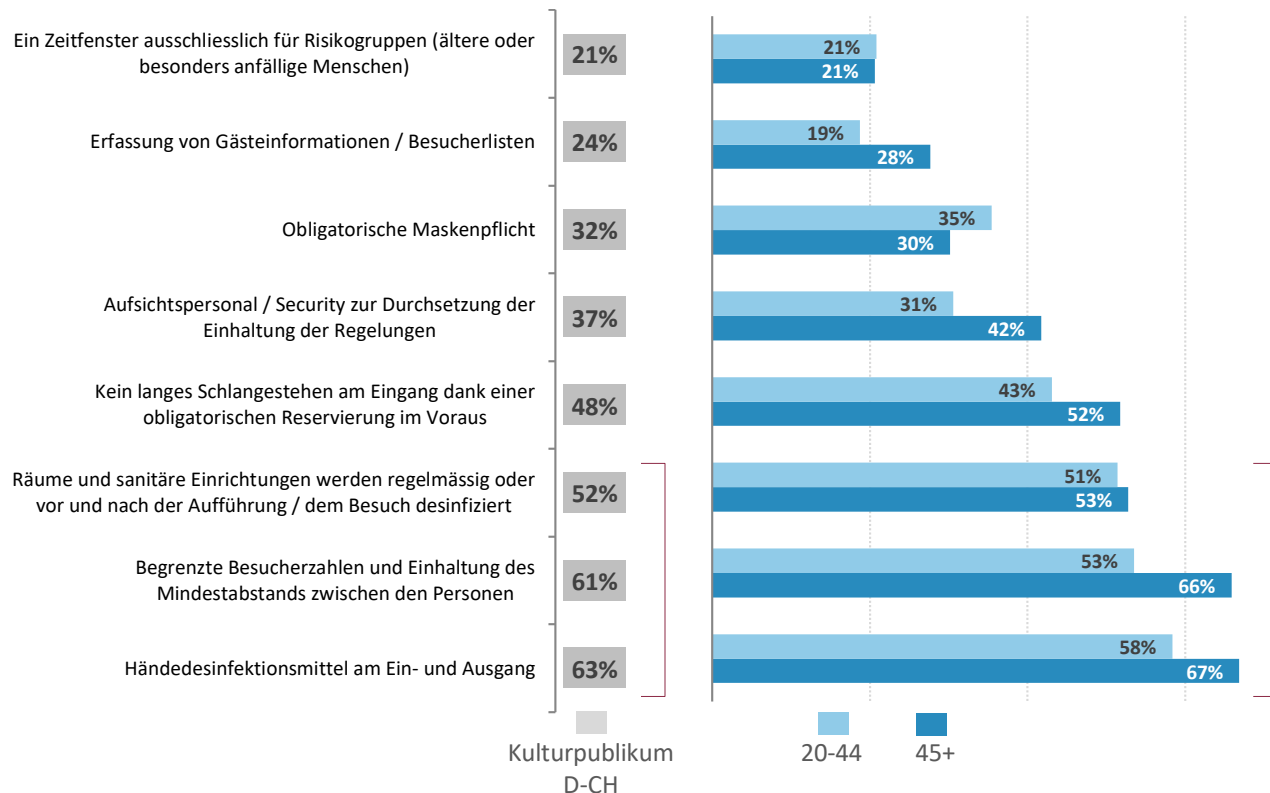
**welche Sicherheitsvorkehrungen
fordert das Publikum?**



D-CH: Mehrheitlich werden 3 Massnahmen gefordert:

Desinfektionsgel, limitierte Besucheranzahlen und regelmässige Desinfektion

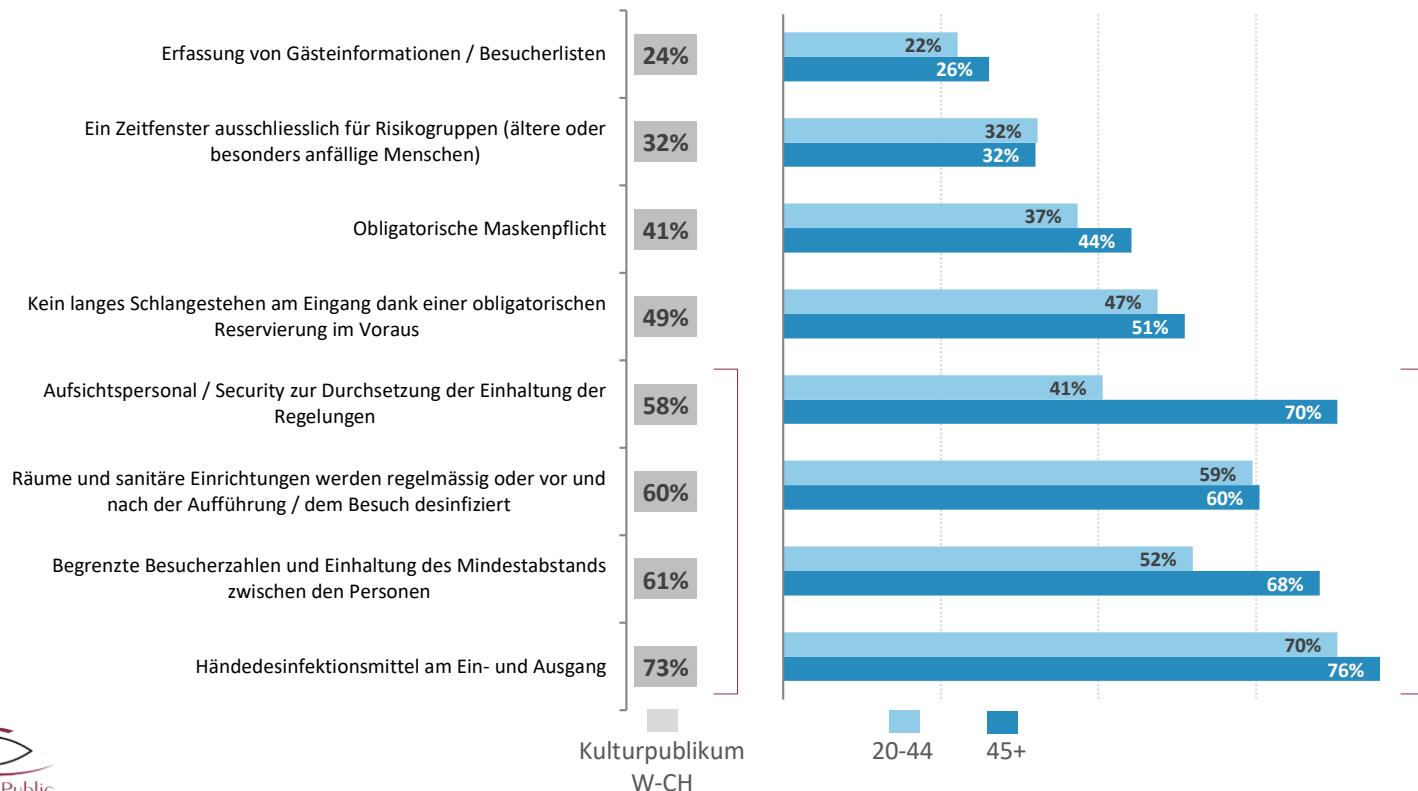
Die Deutschschweiz pocht weniger auf Vorsichtsmassnahmen als die Westschweiz. Die über 45+ Jährigen sind hier überdurchschnittlich anspruchsvoll. Jedoch ist der Unterschied diesbezüglich zwischen Jüngeren und Älteren nicht so ausgeprägt als in der Westschweiz.





W-CH: Hier werden 4 Massnahmen mehrheitlich gefordert

Ist die Romandie vorsichtiger? Aufsichtspersonal wird deutlicher gefordert als in der D-CH (58% vs 37%). Die Altersgruppe 45+ ist hier deutlich vorsichtiger. Möglicher Hintergrund: Die W-CH wurde von Corona insgesamt stärker betroffen als die D-CH.



Eine Studie zum gleichen Thema wurde im Mai 2020 in Grossbritannien durchgeführt. Obwohl die Frage zu den Schutzmassnahmen etwas anders formuliert war, sind die Ergebnisse vergleichbar. Der Abstand zwischen den Zuschauern ist eine der von den Befragten am häufigsten gewählten Schutzmassnahmen.



Perspektiven

Kontext der Studie und die schnelle Entwicklung der Krise

Um die Studienergebnisse richtig zu verstehen und zu interpretieren, ist es notwendig, die schnelle Entwicklung der Krise im Hinterkopf zu behalten. Die Teilnehmer wurden befragt, als sich gerade eine Verbesserung der Situation abzeichnete (Anfang Juni) und immer häufiger positive Meldungen hinsichtlich der Corona-Krise bekannt wurden. Eine ungünstigere Entwicklung der Krisensituation hätte somit einen sofortigen Einfluss auf die Gesamtstimmung der Befragten. Auch wenn in den Stadtzentren beinahe „wie vorher“ wieder reges Leben herrscht und die Leute meistens unbekümmert scheinen, stellt man fest, dass nach wie vor viel Skepsis besteht, was kulturelle Ausflüge und Besuche anbelangt. Abgesehen von der Angst, sich mit dem Virus zu infizieren, darf man nicht vergessen, dass die wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Krise die Stimmung der Bevölkerung dämpfen – egal ob die

Kaufkraft nun tatsächlich sinkt oder dies nur befürchtet wird.

Die wichtige Bedeutung der Kultur für die Schweizer

Die Studie ruft die wichtige Bedeutung von Kunst und Kultur in ihren verschiedenen Formen zurück ins Bewusstsein. Kulturelle Unternehmungen und Besuche, die von der Corona-Krise abrupt unterbrochen wurden, stellen nicht nur einen Zeitvertreib dar. So versteht man auch, dass diese Unterbrechung für entsprechend viele Befragte während des Lockdowns deutlich spürbar wahrgenommen wurde und den Schweizern Kulturbesuche gefehlt haben. Doch hat die Corona-Krise vielleicht auch dazu beigetragen, dass sich eine neue Entwicklung abzeichnet: Erfolgt gerade ein Übergang von einem im Voraus festgeplanten Kulturprogramm zu einem flexibleren Kulturprogramm, dessen Gestaltung im Laufe der Wochen erfolgt? Ein weiterer „Paradigmenwechsel“?



Perspektiven

Kultur online versus Kultur draussen?

Die Studie möchte es sich nicht anmassen, die Debatte bezüglich von Aufführungen im Streaming bzw. des digitalen kulturellen Angebots insgesamt zu beantworten. Doch ist es offensichtlich, dass die Ausgangssperre das kulturelle Angebot im Internet gefördert hat und dass dieses gerade beim jüngeren Publikum Anklang findet. So muss die Frage wahrscheinlich eher folgendermassen formuliert werden: welche anderen, komplementären Inhalte, die sich für das Internet eignen, können wir uns überlegen und gestalten? Und – vor allem – wie können wir diese Inhalte am besten fördern, um eine gesamtheitliche Vision, die alle Kanäle umfasst, zu bewahren; eine „omnichannel“ Vision, welche die Komplementarität der Inhalte herausstellt und somit, langfristig, die Beständigkeit des Systems ermöglicht?

Längerfristige Konsequenzen der Corona-Krise und deren finanzielle Auswirkungen

Die Studie lässt zudem die Ängste vor finanziellen

Einbussen – tatsächlichen oder befürchteten – infolge der Corona-Krise offenkundig werden. Sie zeigt welche Auswirkungen die Krise auf das Budget hat, das die Befragten für kulturelle Unternehmungen einplanen. In der Tat hat die Ausgangssperre mit sich gebracht, dass den Menschen die kulturellen Besuche - als fehlend - deutlich bewusst geworden sind. Doch herrschen in den Zeiten der Corona-Krise andere Gedanken vor: es geht darum, die wirtschaftliche und finanzielle Ungewissheit zu tragen, und für manche sogar darum, wieder eine Arbeit zu finden.

Diese wirtschaftlich bedingte Beunruhigung lässt sich vor allem bei Jüngeren wahrnehmen und erinnert an klare Tatsachen: Kulturbesuche kosten meistens etwas. Vielleicht lässt sich dieser Punkt in Verbindung mit der Entwicklung von digitalen kulturellen Inhalten und einem flexibler gestaltbaren Kulturprogramm betrachten?

Die Überlegungen bezüglich dieses Themas sind nicht neu. Doch stellen sie sich im Kontext dieser Krise deutlich dringlicher.



Ihr Publikum – sowie Ihr Nicht-Publikum – besser verstehen und ausbauen.
Ihre Kulturmarketingstrategie überdenken.
Das Image und die Identität Ihrer Organisation verstärken.

Seit 2018 in der Schweiz und 2013 in Frankreich berät **L'Oeil du Public** –
Agentur für Kulturmarketing und Publikumsforschung – Institutionen,
Körperschaften, öffentliche und private Unternehmen aus dem Kunst-,
Kultur-, und Freizeitbereich (Tourismus, Events).

Unser Ansatzpunkt: das Publikum.

Unsere Prinzipien: rigoroses, repräsentatives und pragmatisches Vorgehen,
Marketing & Kommunikation Exzellenz.

www.loeildupublic.com

Studie für Frankreich

Die Studie für Frankreich können Sie [hier](#) kostenlos anfordern.

Danksagung

KBK | CDAC

Konferenz der kantonalen Kulturbeauftragten

Conférence des Délégués cantonaux aux Affaires Culturelles

Aldo Caviezel, Präsident der KBK

Philippe Trinchan, Vize-Präsident der KBK

Jacques Cordonier, Chef der Dienststelle für Kultur des Kantons Wallis

Julia Irrgang

Johannes Knapp

für die Verbreitung der Studie:

Anne Le Gall, Mitstifterin & Präsidentin des TMNlab

Cyril Leclerc | communicant.info

Dynata

Kontakt

L'Oeil du Public (Suisse) GmbH, Schweiz – Lausanne

www.loeildupublic.com

Fabien Morf, Gründer & Geschäftsführer

fabien@loeildupublic.ch

