

# 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



# Auf den Punkt gebracht

## – die Ergebnisse in den 9 wichtigsten Punkten

AUSZUG



Vor allem das Kino und Live-Aufführungen haben den Schweizer.inne.n während des Lockdowns gefehlt.



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

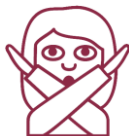
**20%**

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.innen, die bereit sind, kulturelle Einrichtungen "ohne grosse Bedenken" wieder aufzusuchen.



**1/4** der Schweizer.innen 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.innen noch abwarten möchten, bevor sie Kulturinstitutionen wieder besuchen.



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



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



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





# Kontext und Methodologie

AUSZUG

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.

## Methodologie



Umfrage 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.



Für bestimmte Punkte der Studie haben wir einen **Fokus** eingebaut, 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 intellektuelles Kulturverlangen von einem Kulturinteresse ab, das vornehmlich auf ein Freizeitvergnügen ausgerichtet ist.



kompletten  
Bericht hier  
kostenlos  
erhalten

## Erhalten Sie den kompletten Studienbericht kostenlos.

In dem Bericht finden Sie Schlüsselinformationen zu folgenden wichtigen Themen:

- Auswirkungen der Corona-Krise auf die geplanten Ausgaben für Kultur in der nahen Zukunft
- die für die nächste Saison zu erwartende Abonnementerneuerung
- Sicherheitsvorkehrungen, die vom Publikum gefordert werden
- Anklang von Streaming-Angeboten
- Zeitpunkt, an dem das Publikum vorhat, kulturelle Unternehmungen wieder aufzunehmen
- Orte und kulturelle Einrichtungen, die das Publikum als erstes wieder aufsuchen wird
- Unterschiede hinsichtlich der verschiedenen Altersgruppen

Zusätzlich werden in der Studie die Deutschschweiz und die Westschweiz separat betrachtet und wichtige Unterschiede zwischen den beiden Sprachregionen herausgearbeitet, die wir für Sie in unserem vollständigen Studienbericht abbilden

Die Studie für Frankreich können Sie auf der gleichen Seite auch anfordern.

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.

Kontakt:

L'Oeil du Public (Suisse) GmbH, Schweiz – Lausanne  
[www.loeildupublic.com](http://www.loeildupublic.com)

Fabien Morf, Gründer & Geschäftsführer  
[fabien@loeildupublic.ch](mailto:fabien@loeildupublic.ch)

Danksagung

**KBK | CDAC**



© Copyright L'Oeil du Public (Suisse) GmbH, Juni 2020.  
Die vollständige oder partielle Reproduktion des Dokuments ist unter folgenden Bedingungen erlaubt: Namensnennung "L'Oeil du Public (Suisse) GmbH" - Nicht-kommerziell - Weitergabe unter gleichen Bedingungen