

6. Befragungswelle | April 2022

The Audience Agency: Cultural Participation Monitor

Seit Ausbruch der Pandemie hat das Londoner Institut für Publikumsforschung „The Audience Agency“ kontinuierlich das britische Publikum aller Kultursparten in Stadt und Land zu ihren **Einstellungen zum Besuch von Kulturveranstaltungen** befragt.

Im Frühjahr dieses Jahres konnten die Ergebnisse und Vorschläge im Rahmen eines Webtalks der IG Kultur in Kooperation mit der Europäischen Theaternacht mit den Studienverantwortlichen besprochen werden.

Die sechste und jüngste Befragungswelle (3.197 Befragte) fand im April 2022 statt. Wir haben die kurze Zusammenfassung übersetzt, den Originaltext inkl. Grafiken und weiterführenden links kann man unter folgender Adresse abrufen:

<https://www.theaudienceagency.org/evidence/covid-19-cultural-participation-monitor>

Derzeit führt die Audience Agency die siebente Befragungswelle zum Thema „Publikumsentwicklung nach Corona“ durch. Sobald die Ergebnisse vorliegen, werden wir euch über die Ergebnisse informieren.

Jüngste Schlüsselerkenntnisse

Die ersten **Ergebnisse der im April 2022 durchgeführten Welle** unseres Kulturpartizipationsmonitors zeigen, wie sich die Einstellungen zur Sicherheit des Publikums, zum Arbeiten von zu Hause aus, zur Teilnahme an Veranstaltungen vor Ort und zu den Auswirkungen der Lebenshaltungskostenkrise ändern, während die Pandemie in ihre letzte Phase eintritt.

Die wichtigsten Punkte:

1. **Insgesamt ist die Bereitschaft, Veranstaltungen zu besuchen, deutlich gestiegen**, und man ist optimistisch, was die künftige Teilnahme anbelangt, auch wenn **einige Gruppen weiterhin besonders besorgt** sind und Menschen mit Behinderungen weniger bereit oder in der Lage sind, Veranstaltungen zu besuchen.
2. Sicherheitsmaßnahmen werden als weniger wichtig eingestuft als früher, aber der Wunsch danach besteht weiterhin, wobei die Hälfte der Besucher immer noch angibt, dass sie keine Veranstaltungen besuchen würden, wenn die Sicherheitsvorkehrungen ganz wegfallen würden.
3. Fast die Hälfte der Menschen gibt an, dass sie sich während der Pandemie in irgendeiner Form online mit Kunst und Kultur beschäftigt haben, wobei der Schwerpunkt auf einem jüngeren Publikum liegt, das in der Regel ohnehin sehr kulturinteressiert ist oder eine Behinderung hat.
4. Die **Krise der Lebenshaltungskosten erweist sich als vorhersehbares Hindernis** für ein Engagement und wirkt sich wahrscheinlich besonders auf die Häufigkeit der Besuche aus (mehr als auf die Ausgaben pro Besuch - obwohl höhere Preise eine weitere Abschreckung darstellen würden).
5. Die Arbeit von zu Hause aus ist nach wie vor weit verbreitet, wird bevorzugt und dürfte in gewissem Maße von den meisten fortgesetzt werden, was wahrscheinlich zu der weit verbreiteten Absicht beiträgt, **in Zukunft mehr lokale Veranstaltungen** zu besuchen als vor der Pandemie.

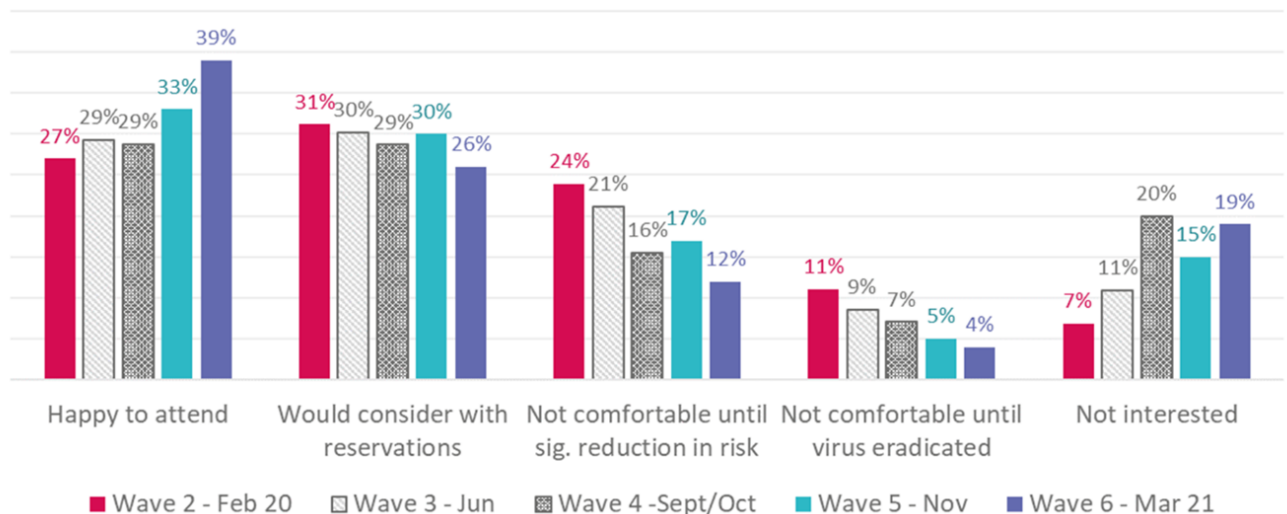
1. Die wahrgenommenen Risiken im Zusammenhang mit Covid-19 nehmen ab, während die Bereitschaft, Veranstaltungen, insbesondere im Freien, zu besuchen, steigt.

Allgemeine Bereitschaft zur Teilnahme

Die Bereitschaft, an Veranstaltungen teilzunehmen, ist insgesamt auf 39 % gestiegen (gegenüber 30 % im November 2021), während 20% der Befragten Covid-19 als Grund für ihre Ablehnung anführen.

- Bei der Frage, ob das Ende der Covid-19-Regelungen ihre Zuversicht stärkt oder schwächt, sind die Befragten geteilter Meinung: Jeweils etwa ein Drittel bejaht dies, der Rest verneint es.
- Sie sind auch geteilter Meinung darüber, ob sie gleich viel oder weniger Kunstveranstaltungen besuchen werden als vor der Pandemie, wobei etwa 40 % beides bejahen. Dies ist ein Anstieg im Vergleich zum November, als mehr Menschen mit weniger als mit mehr Besuchen rechneten.

Willingness to Attend was Steady Feb to Oct '20, then Started to Increase...



Wahrgenommenes Risiko beim Besuch von Veranstaltungen in geschlossenen Räumen

Das Risiko, sich mit dem Virus anzustecken, wird bei Veranstaltungen im Freien weitaus geringer eingeschätzt.

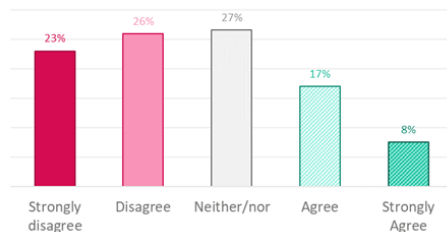
- 39 % der Menschen halten das Risiko, sich in geschlossenen Räumen anzustecken oder das Covid-19-Virus zu verbreiten, im Durchschnitt aller kulturellen Veranstaltungen für hoch/sehr hoch, aber dieser Anteil sinkt auf 13 %, wenn die Veranstaltungen im Freien stattfinden.
- Im Vergleich dazu gehen 20 % von demselben Risiko aus, wenn sie ihren alltäglichen Aktivitäten nachgehen.

Allgemeine Einstellung zu COVID-19

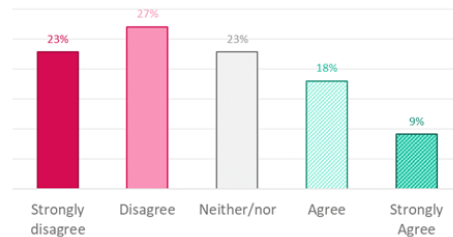
Die Einstellung zu Covid-19 ist nach wie vor sehr gespalten, wobei die Öffentlichkeit ein breites Spektrum von Standpunkten vertritt.

- Insgesamt geben mehr Menschen an, dass sie der Meinung sind, dass Covid-19 noch nicht vorbei ist und dass sie immer noch Vorsichtsmaßnahmen treffen, als das Gegenteil behaupten.
- Andererseits sagen auch mehr Menschen, dass es an der Zeit ist, zur Normalität zurückzukehren, und dass ihre eigene Anwesenheit wieder normal ist.

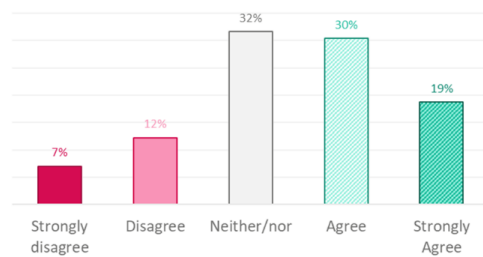
'The pandemic is effectively over'



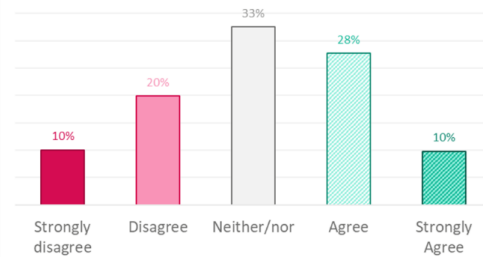
'I no longer take particular precautions'



'It's time to get back to normal'



'I feel back to normal re cultural attendance'



Auf individueller Ebene sind die Menschen jedoch in der Regel konsistenter in ihrer Risikoeinschätzung oder in ihrer Bereitschaft, Veranstaltungen im Verhältnis zu ihrer Einstellung zu Covid-19 zu besuchen, als es dieses Gesamtbild vermuten lässt. Das bedeutet, dass dieselben Personen, die die Bedrohung für gering halten und der Meinung sind, dass wir zur Normalität zurückkehren sollten, auch gerne wieder Veranstaltungen in geschlossenen Räumen besuchen und planen, den gleichen Betrag für Unterhaltung auszugeben.

- Diejenigen, die sich über die Teilnahme an Veranstaltungen freuen, schätzen das Risiko von Covid-19 in geschlossenen Räumen weitaus geringer ein, und dreimal mehr von ihnen sind der Meinung, dass wir Covid-19 akzeptieren und normal leben sollten als die Gesamtbevölkerung.
- Bei denjenigen, die ein geringes Risiko sehen, ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie sagen, dass sie ihre Ausgaben für Unterhaltung ein wenig/viel reduzieren werden, weniger als halb so groß wie bei der Gesamtbevölkerung.

Die Gruppen, die eher/weniger wahrscheinlich teilnehmen

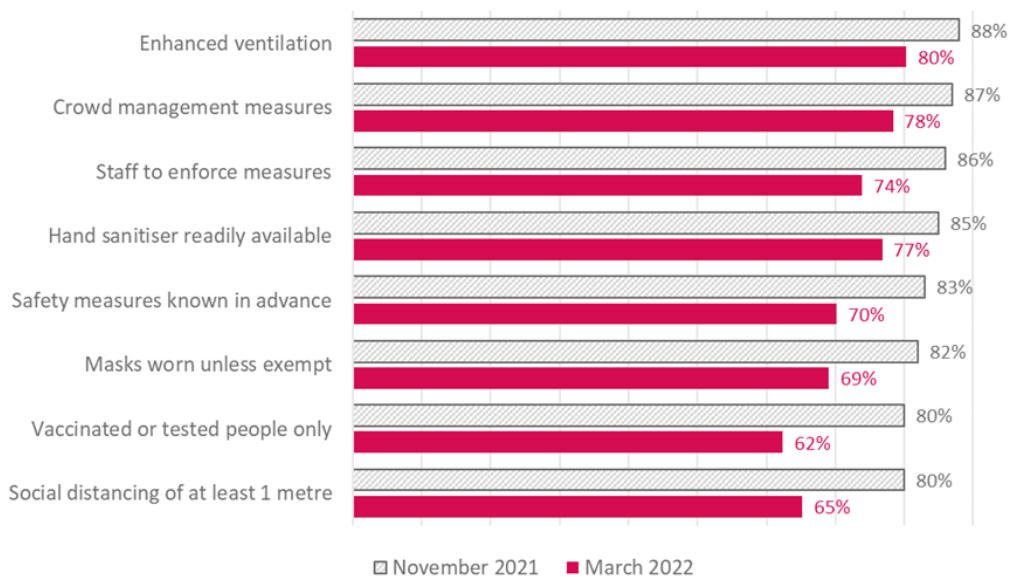
Ältere Menschen und Menschen mit Behinderungen oder langfristigen Gesundheitsproblemen sind nach wie vor am vorsichtigsten, wenn es darum geht, "wieder zur Normalität zurückzukehren", während die unter 25-Jährigen die Rückkehr anführen.

- Diejenigen, die sich als behindert/langfristig erkrankt bezeichnen (von nun an 'behindert'), geben seltener an, dass sie wieder normal an Veranstaltungen teilnehmen, und sagen sogar eher, dass sie eher lokale Veranstaltungen besuchen werden.
- Die Altersgruppe der 16- bis 24-Jährigen, in der mehr als die Hälfte der Befragten angibt, das Leben wieder als normal zu sehen, ist der Hauptgrund für die normale Teilnahme an Veranstaltungen.
- Auch bei den Asiaten/asiatischen Briten sind die Einstellung zur Normalität und die Teilnahme an Veranstaltungen deutlich höher.
- Wie erwartet, geben die über 65-Jährigen eher an, dass sie in Zukunft nicht mehr so häufig kulturelle Veranstaltungen besuchen werden.

2. Die Unterstützung für Covid-19-Sicherheitsmaßnahmen beginnt zu schwinden, aber die allgemeine Zurückhaltung bleibt bestehen.

Die meisten Menschen halten Sicherheitsmaßnahmen immer noch für wichtig, aber wie das nachstehende Schaubild zeigt, ist dieser Wert seit November deutlich gesunken.

Importance of safety measures - Indoors
% Rating Very Important/Important



Die Unterstützung nur für diejenigen, die an Impfungen oder Tests teilnehmen, ist am stärksten zurückgegangen.

- Wie erwartet, nimmt die Bedeutung der Maßnahmen aufgrund des erhöhten Risikos durch Covid-19 mit der Altersgruppe zu.
- Die meisten Personen stufen diese Maßnahmen auch im Freien als wichtig ein, allerdings in geringerem Umfang.

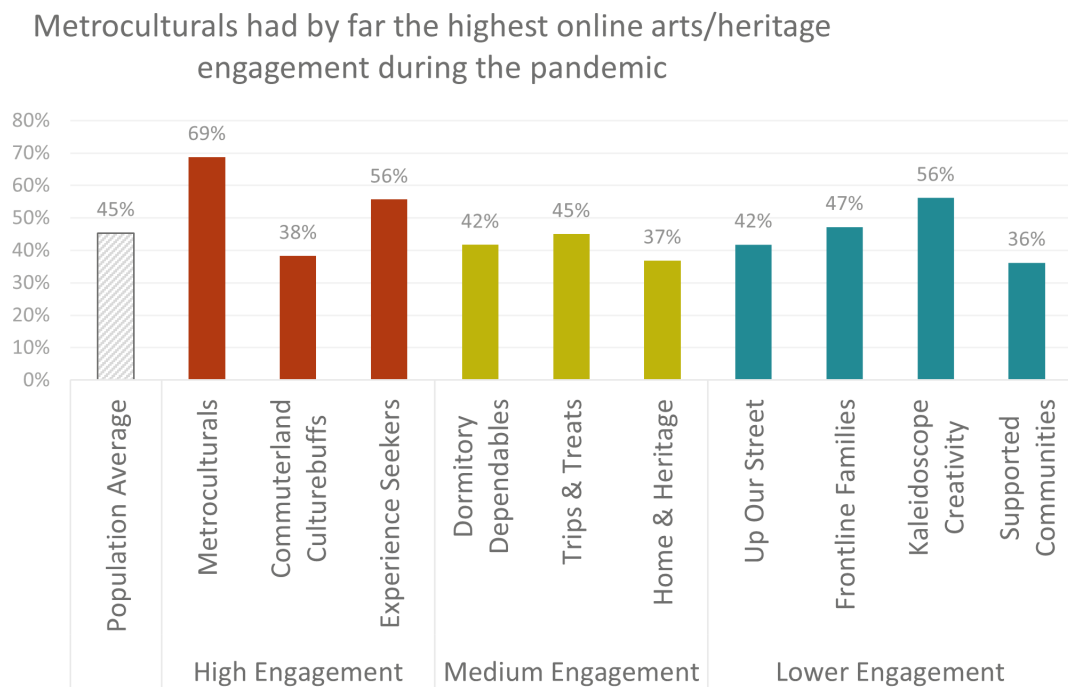
Fast die Hälfte der Befragten gab an, dass sie weniger Vertrauen in einen Besuch hätten, wenn Kultureinrichtungen alle Covid-19-bezogenen Sicherheitsmaßnahmen abschaffen würden.

- Die Hälfte der Befragten gab auch an, dass die Organisationen den Besuch von Covid-19 sicherer machen könnten, was gegenüber der Analyse vom November unverändert ist.
- Menschen mit Behinderungen sind eher der Meinung, dass die Abschaffung aller Maßnahmen das Vertrauen verringert, vor allem bei Menschen mit Mobilitäts- und Atemproblemen.
- Die Hälfte der Befragten war nicht der Meinung, dass die derzeitigen Covid-19-Sicherheitsmaßnahmen im Verhältnis zum Risiko zu extrem seien, der Rest schwankte zwischen "neutral" und "zustimmend", die Anteile blieben gegenüber November unverändert.

3. Fast die Hälfte der Menschen hat sich während der Pandemie digital mit Kunst und Kultur beschäftigt.

Insgesamt gaben 45 % der Menschen an, dass sie während der Pandemie an einer kulturellen Online-Aktivität teilgenommen haben.

- Dieser Anteil ist in der Altersgruppe der 16- bis 24-Jährigen und bei den Metroculturals (wohlhabende, liberale Stadtbewohner die sich für ein sehr breites kulturelles Spektrum interessieren) deutlich höher.
- Menschen mit bestimmten Arten von Behinderungen waren auch häufiger online aktiv als der Gesamtdurchschnitt, z. B. Sehbehinderte und Menschen mit Depressionen oder Angstzuständen.



Die Aktivitäten mit dem größten Online-Engagement sind das Anschauen einer Aufführung/Veranstaltung, gefolgt von einer virtuellen Tour/Online-Ausstellung.

- In Nischenkategorien wie immersive/virtuelle Kunst oder Online-Kreativworkshops beteiligen sich 5-10 % der Befragten.
- Es ist anzumerken, dass bei fast allen Online-Aktivitäten derselbe Prozentsatz der Befragten angab, dies vor der Pandemie getan zu haben.
- Die Ausnahme ist das Anschauen einer Live- oder aufgezeichneten Online-Vorstellung, die von 23 % auf 28 % gestiegen ist.

- Die Lebenshaltungskostenkrise wirkt sich allmählich auf die Bereitschaft oder Fähigkeit der Menschen aus, Geld für Kunst und Kultur auszugeben.

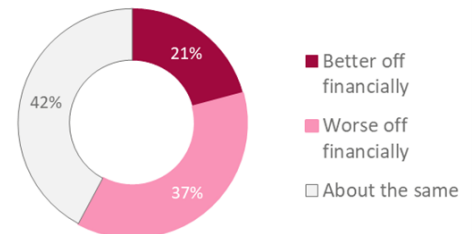
Einkommenserwartungen im Vergleich zur Zeit vor der Pandemie

Die Lebenshaltungskostenkrise macht sich bereits bemerkbar. Im Vergleich zur Zeit vor der Pandemie erwarten 37 % der Menschen, dass es ihnen schlechter gehen wird, obwohl 21 % davon ausgehen, dass es ihnen besser gehen wird.

Zu den Gruppen, die besonders häufig mit einer Verschlechterung ihrer Lebenssituation rechnen, gehören:

- Menschen mit Depressionen/Angstzuständen (59 %),
- Personen mit neurodiversen Störungen (47 %),
- Personen, die in "unteren Aufsichts- und technischen Berufen" arbeiten (46 %),
- behinderte Menschen (45%),
- Frontline-Familien (sparsame halbstädtische Familien in Mietverhältnissen, mit denen Kunst und Kultur, wenig wert ist, Gemeinschaft aber viel, 44%),
- Personen mit unterhaltsberechtigten Kindern (42 %),
- und diejenigen, die im Quartil der am stärksten benachteiligten Gebiete leben (40 %).

Compared to the year before the pandemic, are you...?

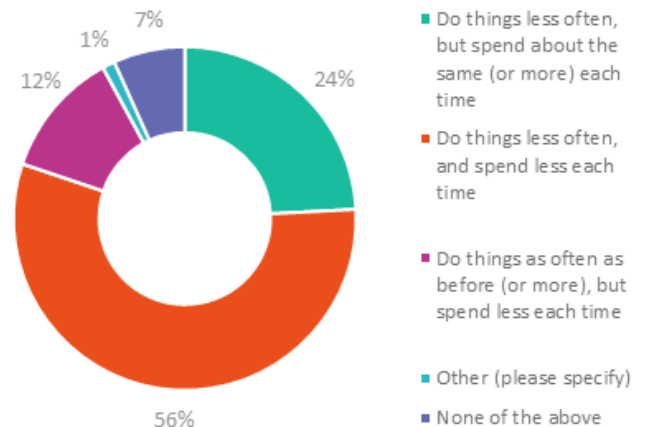


Auswirkungen auf die Ausgaben für Unterhaltung und Freizeit

Die Menschen sind geteilter Meinung darüber, wie viel sie für Unterhaltung/Freizeit ausgeben werden, da ein Drittel sagt, dass die Ausgaben ein wenig/viel zurückgehen werden, aber mehr als ein Viertel sagt, dass sie steigen werden.

- Insgesamt ist der Anteil derer, die weniger ausgeben wollen, um 6 Prozentpunkte höher als der Anteil derer, die mehr ausgeben wollen.
- Dies ist niedriger als die 16 Prozentpunkte, die eine Verschlechterung erwarten, was darauf hindeutet, dass die Ausgaben für Unterhaltung/Freizeit für viele Menschen nicht so stark zurückgehen, wie es die allgemeine finanzielle Situation vermuten ließe.
- Auf die Frage, wie sie ihre Ausgaben reduzieren würden, antwortete mehr als die Hälfte der Befragten, dass sie sowohl seltener etwas unternehmen als auch jedes Mal weniger ausgeben würden (56 %).
- Von denjenigen, die angaben, entweder die Häufigkeit zu verringern oder weniger Geld auszugeben, erwarteten mehr, Ersteres zu tun als Letzteres (25 % gegenüber 12 %).

Approach to lower engagement



5. Das Arbeiten von zu Hause aus wird sich durchsetzen und wahrscheinlich dazu führen, dass sich mehr Menschen vor Ort für Kunst und Kultur engagieren.

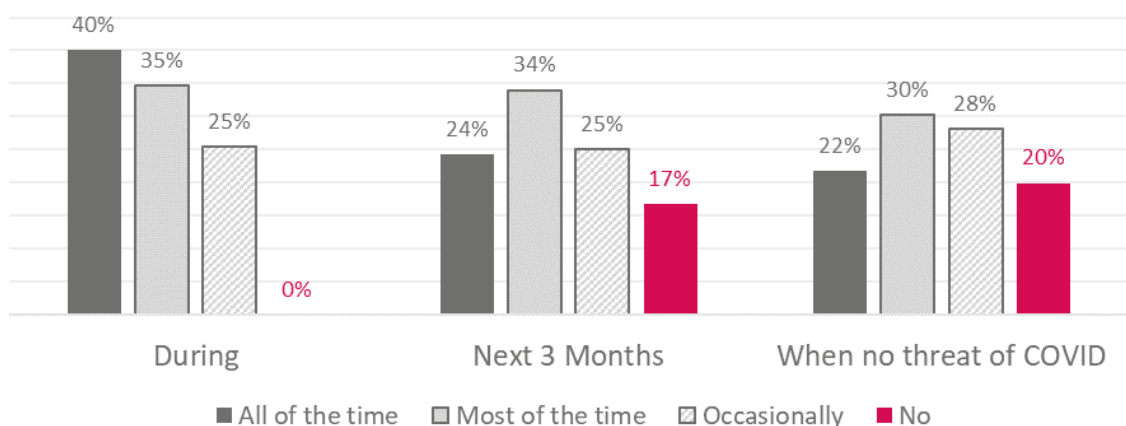
Präferenzen und Erwartungen

Von denjenigen, die bereits von zu Hause aus arbeiten, erwartet ein Viertel, dass sie dies in den nächsten drei Monaten ständig tun werden, und mehr als die Hälfte, dass sie es zumindest gelegentlich tun werden.

- Die Hälfte der Befragten geht davon aus, dass sie dies zumindest meistens tun werden, auch wenn keine Bedrohung durch Covid-19 besteht.
- Zwei Drittel der Befragten ziehen es vor, meistens oder immer von zu Hause aus zu arbeiten, und nur 9 % ziehen dies nie vor.
- Drei Viertel der Befragten haben während der Pandemie mehr von zu Hause aus gearbeitet, wobei dies in den jüngsten und ältesten Altersgruppen weniger der Fall war.

Working from home is expected to continue beyond COVID

(% of those who've worked from home during COVID)



Die Einstellung zu Covid-19 stimmt mit den Arbeitsgewohnheiten überein

- Diejenigen, die sagen, dass sie sich wegen Covid-19 bei der Teilnahme an Veranstaltungen nicht wohlfühlen, sagen viel eher, dass sie weiterhin von zu Hause aus arbeiten werden.
- Auch diejenigen, die der Meinung sind, dass wir alles tun sollten, um Covid-19 zu reduzieren, sagen mit größerer Wahrscheinlichkeit, dass sie weiterhin von zu Hause aus arbeiten werden und dass sie dies bevorzugen, als diejenigen, die sagen, dass wir einfach mit Covid-19 leben sollten.

Fortbestehen des Fokus auf Lokales

Selbst in diesen vorsichtigeren Gruppen erwarten 1/3 der Besucher von Live-Veranstaltungen, dass sie näher an ihrem Wohnort arbeiten werden als vor der Pandemie,

- Das sind viel mehr als die, die angeben, dass sie weiter reisen werden als früher, was wahrscheinlich darauf zurückzuführen ist, dass die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben immer stärker auf den Wohnort ausgerichtet ist.
- Dieser Trend zu einem verstärkten Besuch vor Ort und weg von einer größeren Anreise zu kulturellen Veranstaltungen gilt für die meisten Kunstformen.
- Fast 30 % der Befragten geben an, dass sie neue kulturelle Angebote in ihrer Umgebung entdeckt haben, von denen sie vor Covid-19 nichts wussten, was darauf hindeutet, dass das Bewusstsein für ein lokales Kunstengagement (und damit die Wahrscheinlichkeit, dies zu tun) stark zunimmt.