5. KULTURPOLITISCHES SYMPOSIUM

Zukunft:Kultur

Prof. Dr. Tibor Kliment

Rheinische FH Köln

KÖLNER KULTURRAT

Rheinische Fachhochschule Köln
University of Applied Sciences

Stadt Köln
Die Oberbürgermeisterin
Kulturamt

„Fast-Besucherbefragung Freie Szene Köln“, 2018

Beauftragt vom
Kulturamt der Stadt Köln 2017

Prof. Dr. Tibor Kliment
Rheinische FH Köln

Köln, im April 2018

Fragestellungen der Studie:

1. Wie sind die **Bekanntheit, Image und Besuch der freien Theater und des Tanzes** in Köln?

2. Wie ist das Verhältnis speziell zwischen dem **Besuch freier Theater und des Tanzes,** und **den Städtischen Bühnen**?

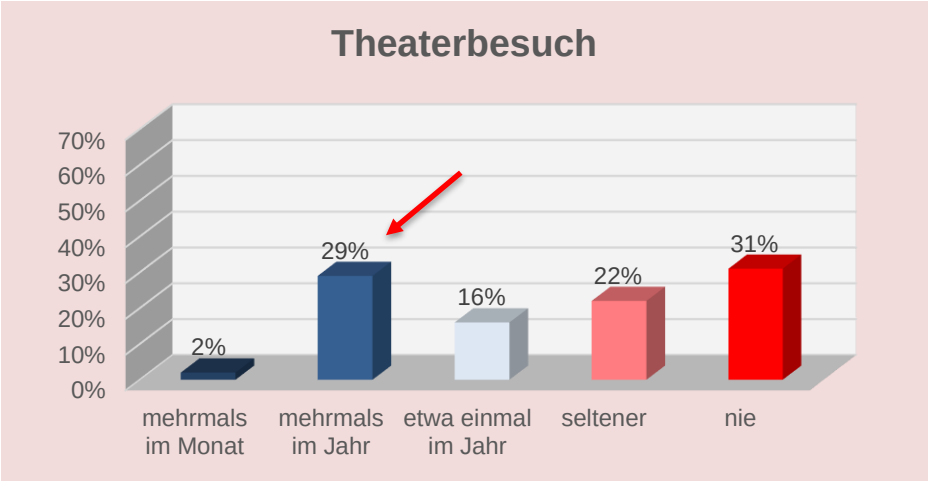
3. Was sind **Barrieren für den Besuch des Theaters allgemein bzw. speziell der freien Szene**? Welche Verbesserungen würden den B**esuch fördern**? Welche Medien erreichen die Zielgruppe?

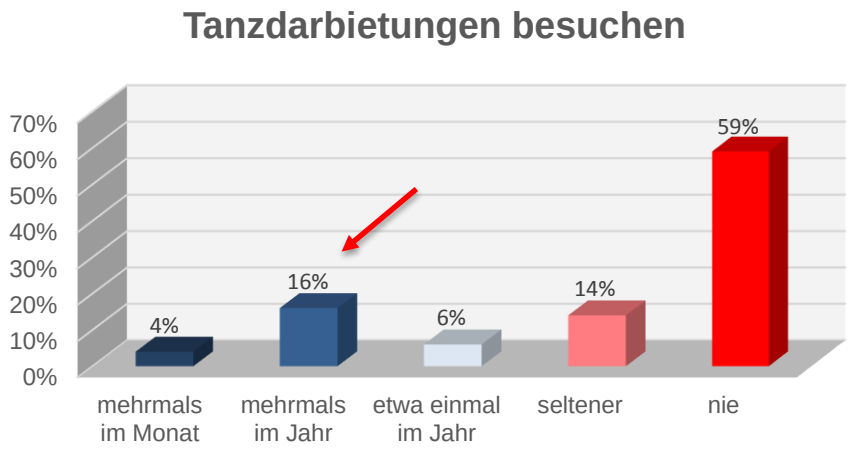
4. Wie ist das **Besucherpotential für die freie Szene** in Köln?

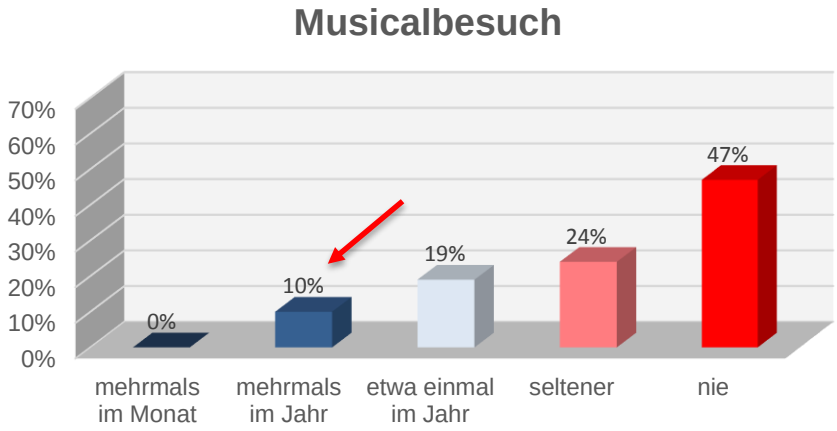
-> Bislang die erste und einzige (bekannte) Studie dieser Art in Deutschland
(Besucherbefragungen in Köln in 13 freien Theatern 2011, im Schauspiel 2015)

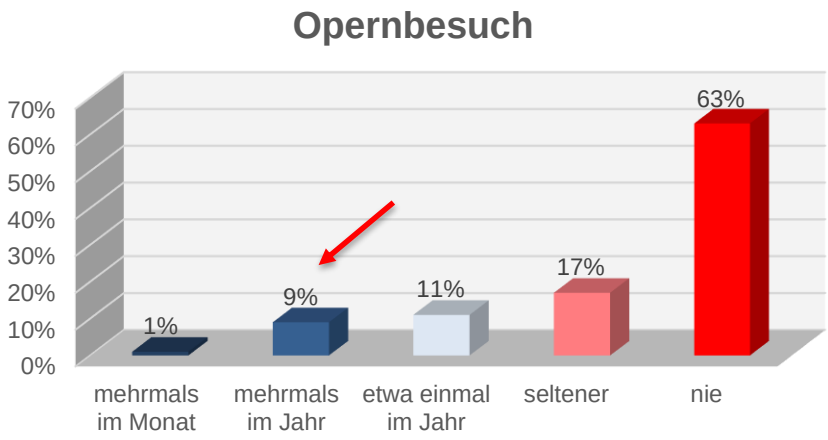
Durchführungszeitraum:	- **14.02. bis 09.03.2018** durch das Institut OMNIQUEST Bonn
Stichprobe:	- **1.000 Befragungspersonen ab 18 Jahren mit Wohnsitz in Köln**
Fragebogen:	- **Telefonische Befragung**; pro Interview ca. 25 Fragen, Interviewdauer im Mittel ca. 13 Minuten

Besuch von kulturellen Angeboten durch die Kölner (Basis: Alle Befragten, in %)





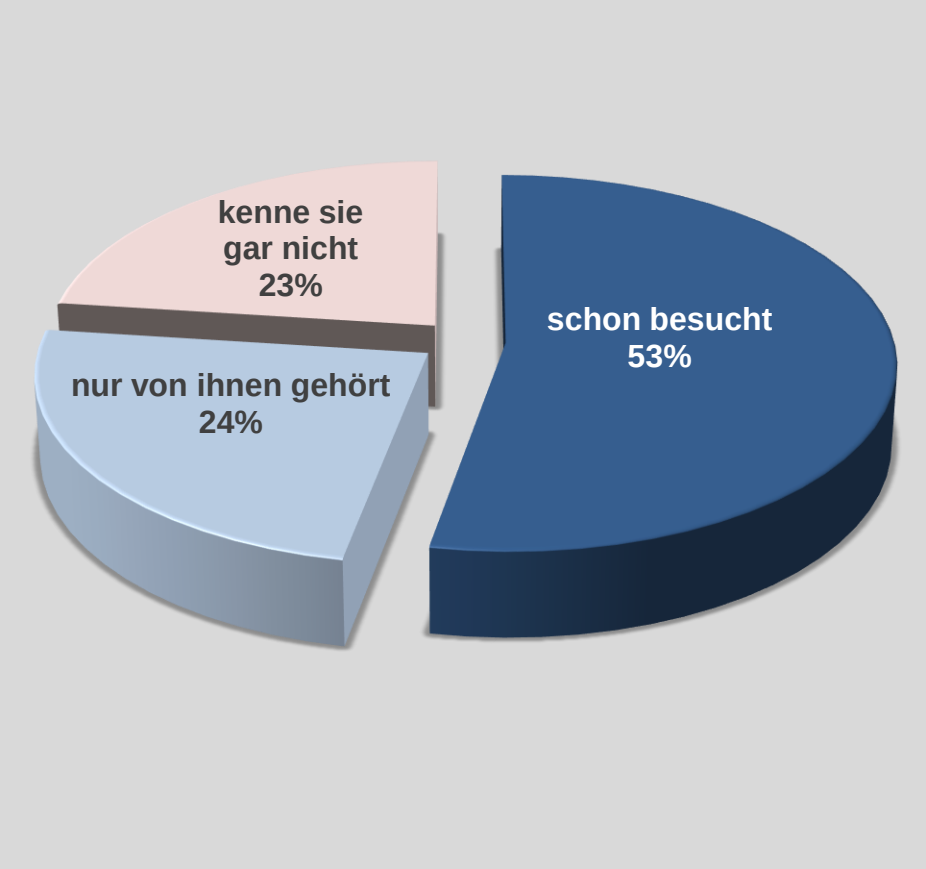




- Der **Theaterbesuch** gehört zu den häufigsten kulturellen Freizeitaktivitäten der Kölner: **31% gehen mind. mehrmals im Jahr in ein Kölner Theater**. Es folgen Tanzdarbietungen mit 20%. Die **Oper Köln wie auch Musicals** werden nur von 10% mehrmals im Jahr besucht. Die häufigste Aktivität ist der **Museumsbesuch** (ohne Abb., 44% mehrmals im Jahr)
- **Der Theaterbesuch ist Teil einer übergreifenden kulturellen Praxis: Zwischen 45% und knapp 70% der Besucher von Museen, Oper, Musicals und Klassik-Konzerten gehen auch regelmäßig ins Theater.**

Kenntnis und Besuch der freien Theater und Ensembles in Köln, gesamt

(Basis: Kölner ab 18 Jahren, in % aller Befragten)

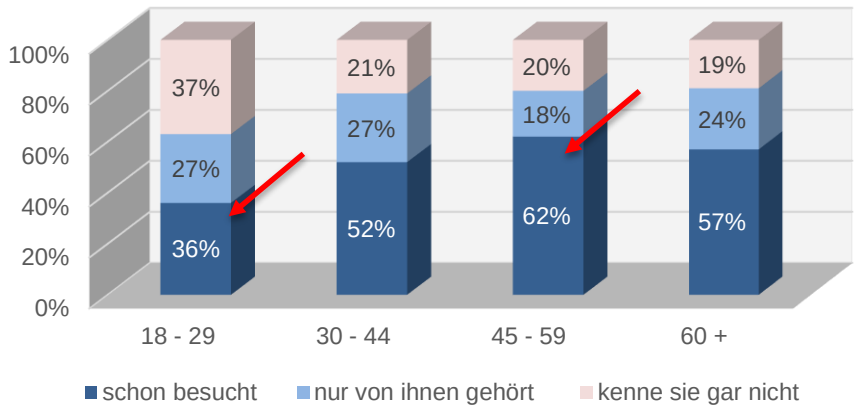


- **Mehr als jeder zweite Kölner ab 18** Jahren hat schon **einmal ein freies Theater/eine freies Ensemble in Köln besucht.**
- Ein weiteres Viertel der Kölner **kennt zumindest die freie Szene** bzw. hat **von ihr gehört.**
- In absoluten Zahlen besuchten **480tsd. Kölner die freie Szene schon einmal, weitere 220 tsd. Kölner kennen sie zumindest**.

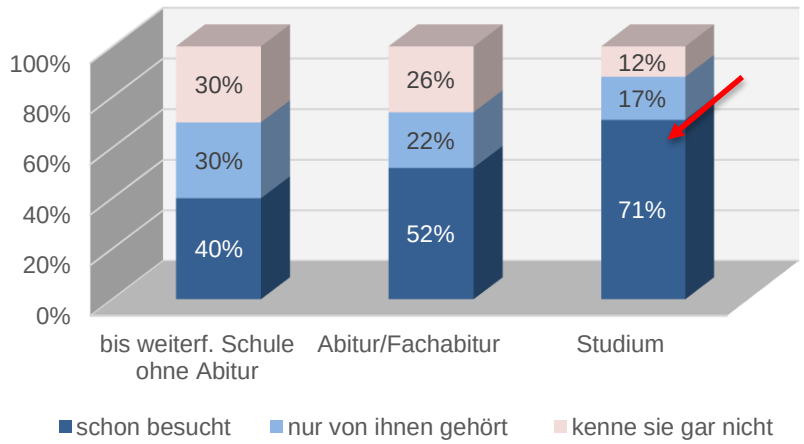
Kenntnis und Besuch der freien Theater und Ensembles, nach Demografie

(Basis: Alle Befragte, in % der Teilgruppen)

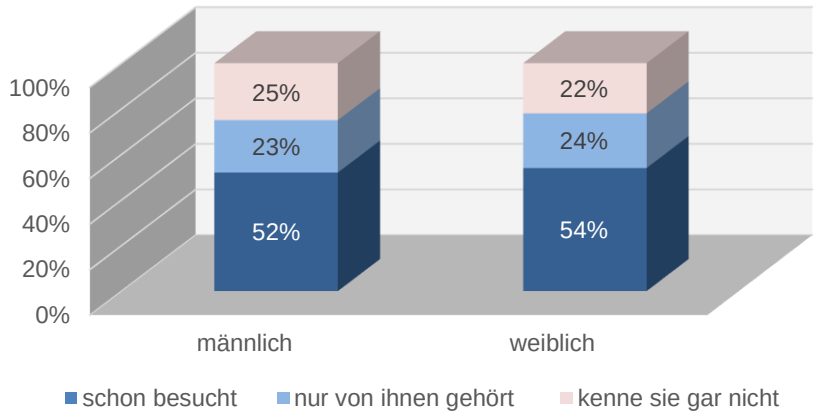
Alter



Formale Bildung



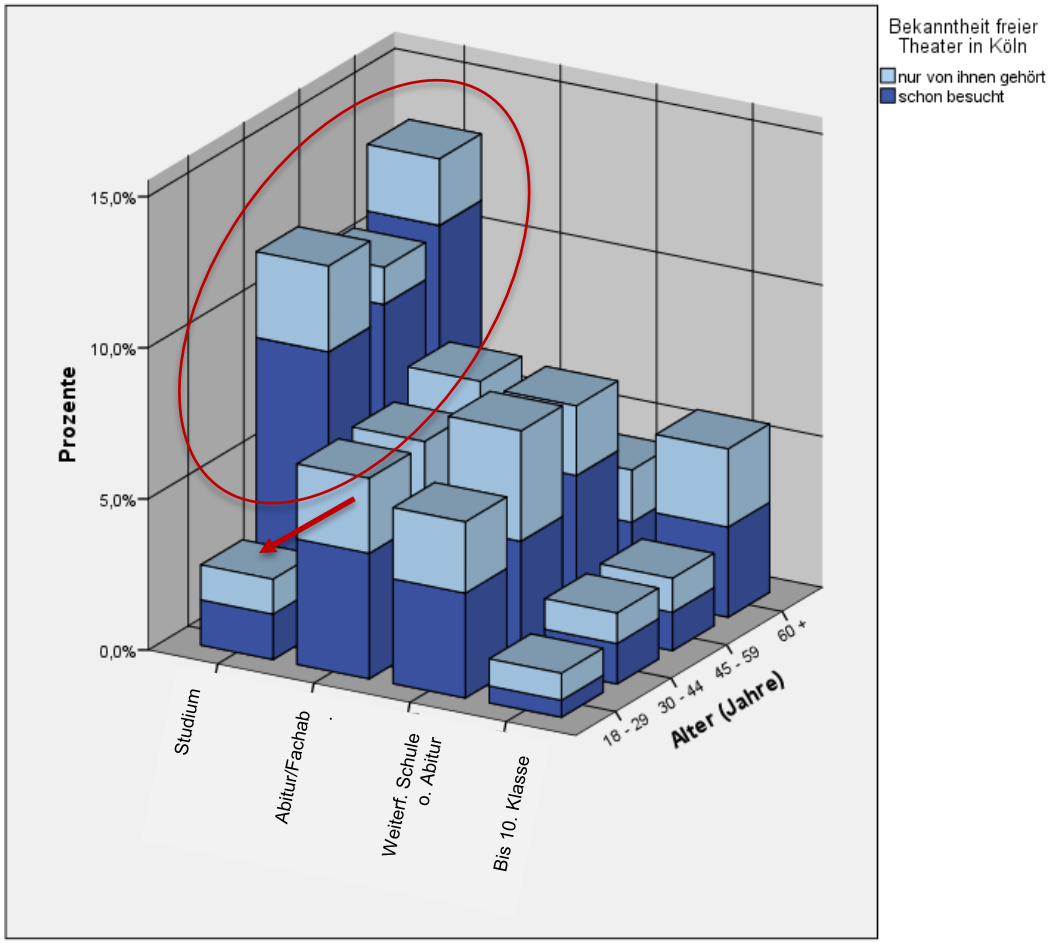
Geschlecht



- 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 ¾ 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.

3-Dimensionale Darstellung der Kenntnis der freien Theater und Ensembles

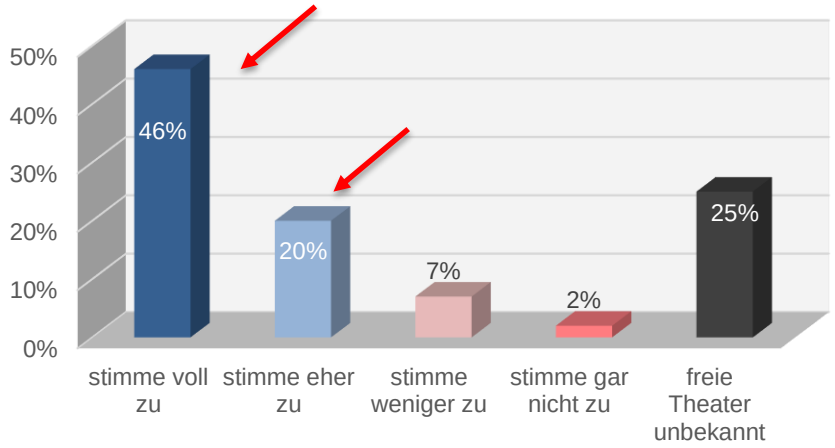
(Basis: Kölner ab 18 Jahren, in % aller Befragten)



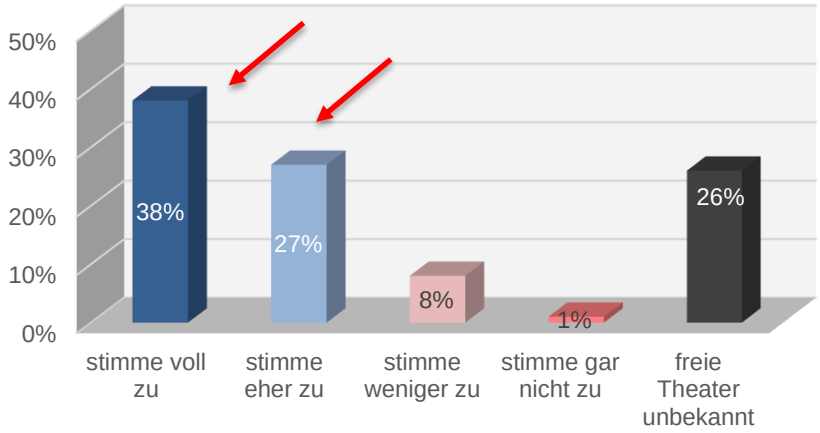
- Die mit Abstand **wichtigste Besuchergruppe sind danach Akademiker ab ca. 30 Jahren**. Sie machen zusammen etwa 1/3 der Besucher aus. An zweiter Stelle folgen die Kölner mit **mittlerer Bildung bis Abitur** bis zum Alter von etwa 60 Jahren.
- Überraschend sind zwei Befunde: Einmal, das mit Ausnahme 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.

Images der freien Theater und Ensembles in Köln I (Basis: Alle Befragten, in %)

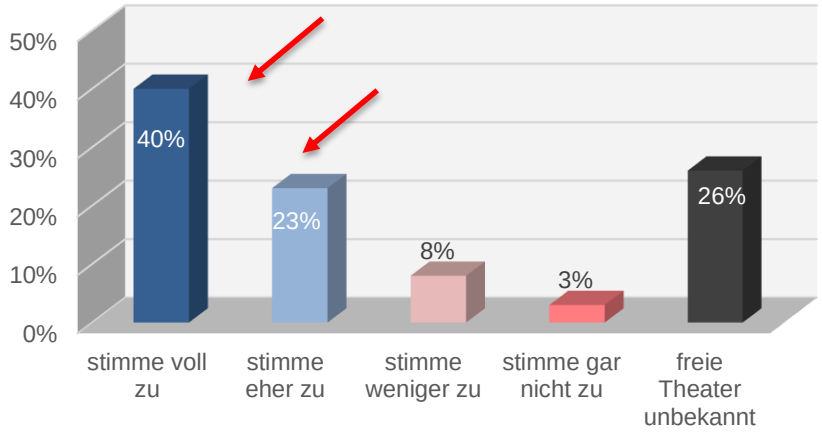
Unverzichtbar für die Kultur in Köln



Aushängeschild für die Stadt

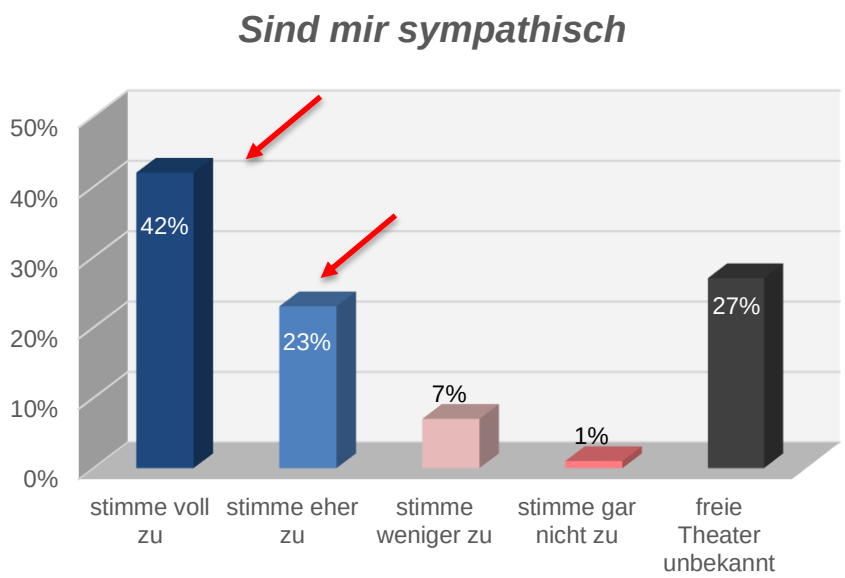


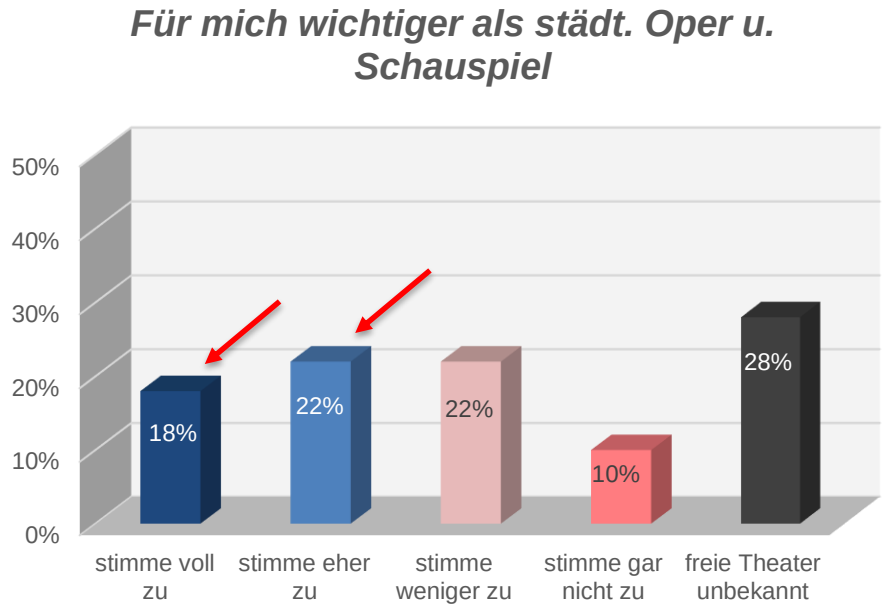
Wichtig für Integrat. d. Kulturen in Köln



- Das Image der freien Theater bzw. Ensembles ist ausgesprochen positiv: **2/3 der Kölner halten das Angebot für unverzichtbar für die Kultur in Köln**, 46% stimmen sogar der Aussage voll zu.
- Ein ähnlich großer Anteil der Kölner (65%) sieht die **freie Szene als ein Aushängeschild für die Stadt** oder betont ihre Bedeutung für die **Integration der Kulturen**.

Images der freien Theater und Ensembles in Köln II (Basis: Alle Befragten, in %)

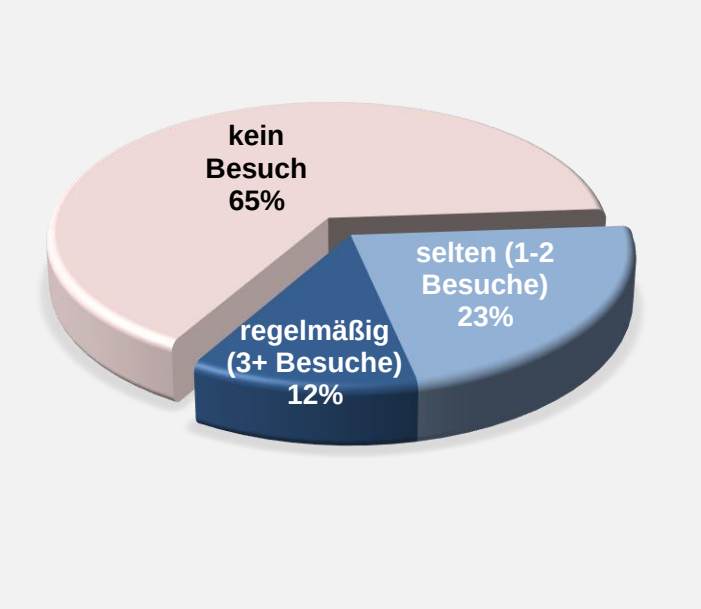




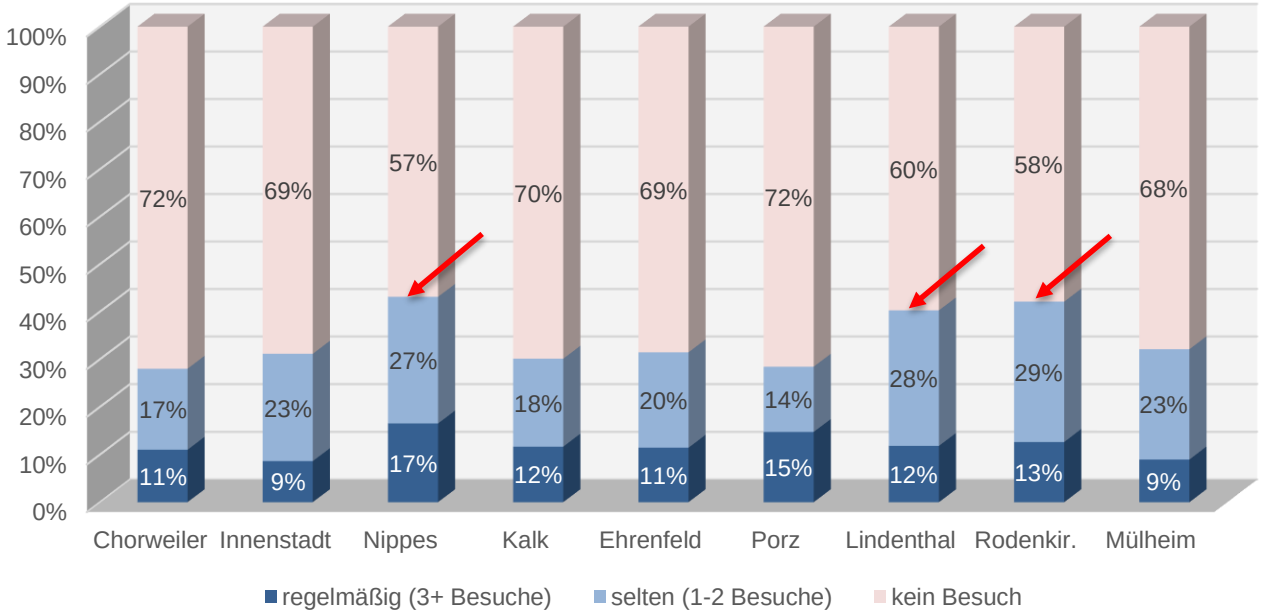
- Auch die (von kulturpolitischen Aspekten freie) **allgemeine Sympathie** für die freie Szene ist groß: Ca. **2/3 der Kölner ist sie sympathisch**.
- Auch gegenüber den **Städtischen Bühnen** ist die freie Szene anerkannt: Immerhin stimmen **40% der Kölner** der Aussage voll oder eher zu, dass sie **wichtiger sei als Oper und Schauspiel**.
- **Schließlich: Das Urteil ist kaum vom konkreten Besuch der Spielstätten abhängig - auch von denjenigen Befragten, welche die freie Szene nie besucht haben, halten deutlich über 70% diese Angebote für unverzichtbar für Köln, für ein Aushängeschild, finden sie integrativ oder sie sind den Befragten sympathisch.**
  -> Die Wertschätzung eines kulturellen Angebots bemisst sich längst nicht nur auf Basis von konkreten Besuchen.

Besuchshäufigkeit der freien Theater und Ensembles in den letzten 12 Monaten, gesamt und nach Wohnbezirk (Basis: Alle Befragte, in %)

Besuchshäufigkeit gesamt



Besuchshäufigkeit nach Bezirken

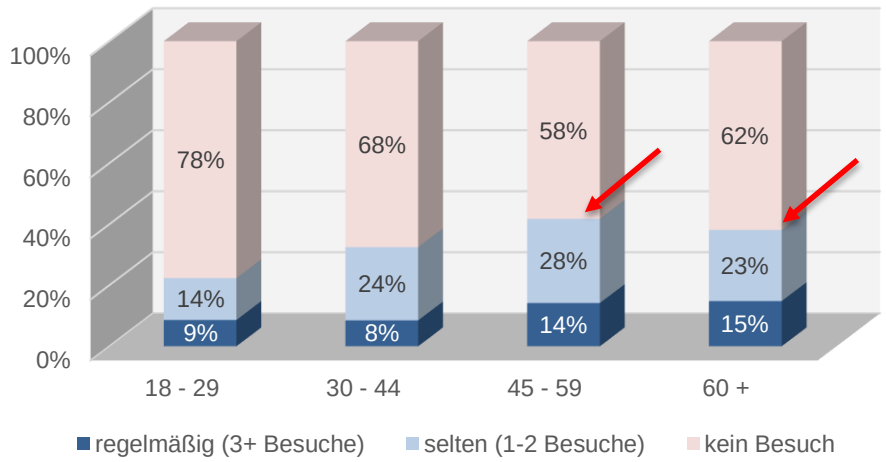


- Von den Befragten waren **35% in den letzten 12 Monaten in einem freien Theater** gewesen, dieses zumeist nur selten (23%). Regelmässige Besuche waren in der Minderheit (12%). Knapp 2/3 der Kölner haben in dieser Zeit kein freies Angebot aufgesucht.
- Stärker als die Kenntnis schwankt die **Besuchshäufigkeit** der freien Theater nach den **Stadtbezirken. Die Stammbesucher der freien Szene** kommen aus **sozial gehobenen Bezirken** (Lindenthal, Rodenkirchen) und aus kulturell lebendigen Bezirken (z.B. Nippes). Eine **schwache Sozialstruktur** (Kalk, Chorweiler) oder **abgelegene Lage** (Porz) erschweren den Besuch.

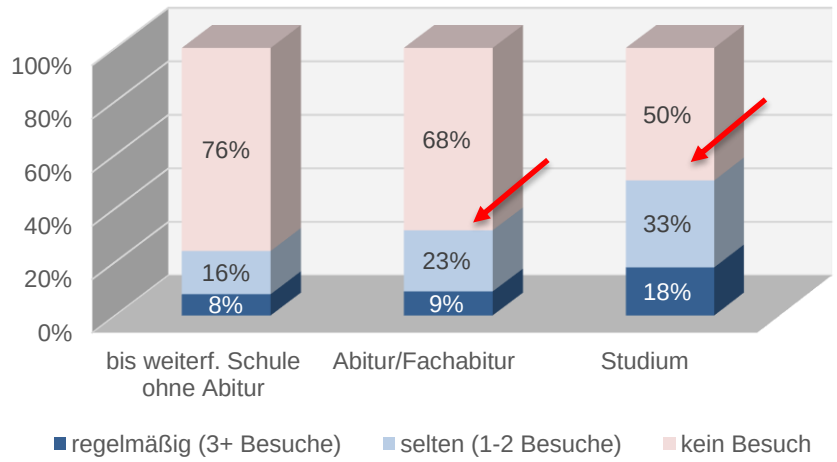
Besuchshäufigkeit der freien Spielstätten, in den letzten 12 Monaten, nach Demografie

(Basis: Alle Befragten, in % der Teilgruppen)

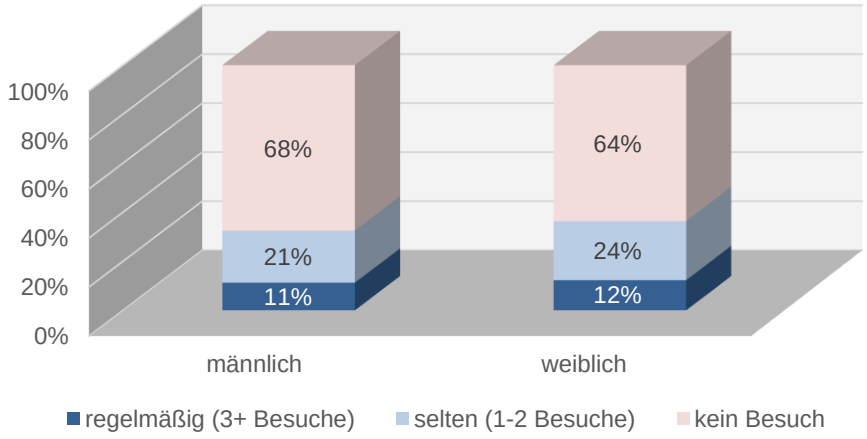
Alter



Formale Bildung



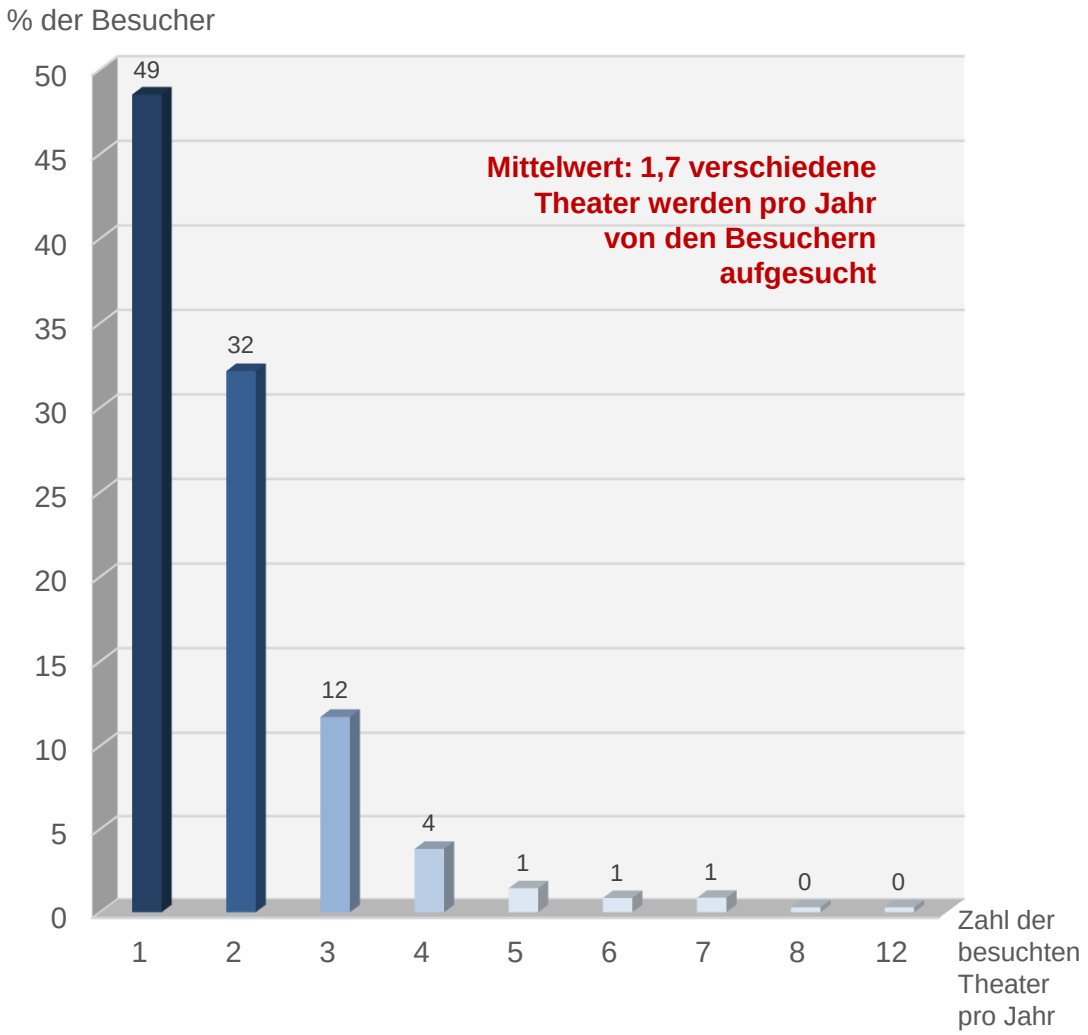
Geschlecht



- Die Besuchshäufigkeit variiert mit **dem Alter und der formalen Bildung**. Von den Befragten ab 45 Jahren besuchen über 40% die freien Angebote selten oder regelmässig. Unter den jüngeren Befragten taten dies nur knapp 25%.
- Von den Kölnern **mit Studium war jeder zweite zumindest selten in einem freien Theater.** Der Anteil ist im Vergleich zu Personen mit einfacher Bildung zudem mehr als doppelt so hoch. Von den Kölnern mit einfacher Bildung besucht aber auch **knapp jeder Vierte** im Jahr ein freies Angebot.
- Das Geschlecht wirkt sich dagegen weniger aus, die weiblichen Befragten besuchen nur tendenziell die freien Anbieter häufiger (36% zu 33%).

Zahl der besuchten freien Spielstätten in den letzten 12 Monaten

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



Die Besucher der freien Theater sind **ausgesprochen selektiv:**

- **Knapp 50% gehen nur in ein einziges Theater**, **ein knappes Drittel sucht gerade mal zwei Theater auf**. **Drei und mehr** Theater werden nur von einer **Minderheit besucht (19%).** Vor dem Hintergrund der ca. 30 freien Theater und ca. 50 Gruppen in Köln wird von dem einzelnen Besucher nur **ein winziger Bruchteil des Angebots genutzt**. **Die Besucher kennen auch meist nur die Spielstätten, die sie auch besuchen.**
- Dieses eingeschränkte Repertoire gilt **durchgängig für alle Besucher**. So gibt es keine Unterschiede zwischen den:
  - Altersgruppen,
  - Bildungsgruppen,
  - Geschlechtern und
  - Wohnbezirken (obwohl je nach Wohnlage das Angebot an nahe gelegenen Theatern sehr unterschiedlich groß ausfällt)

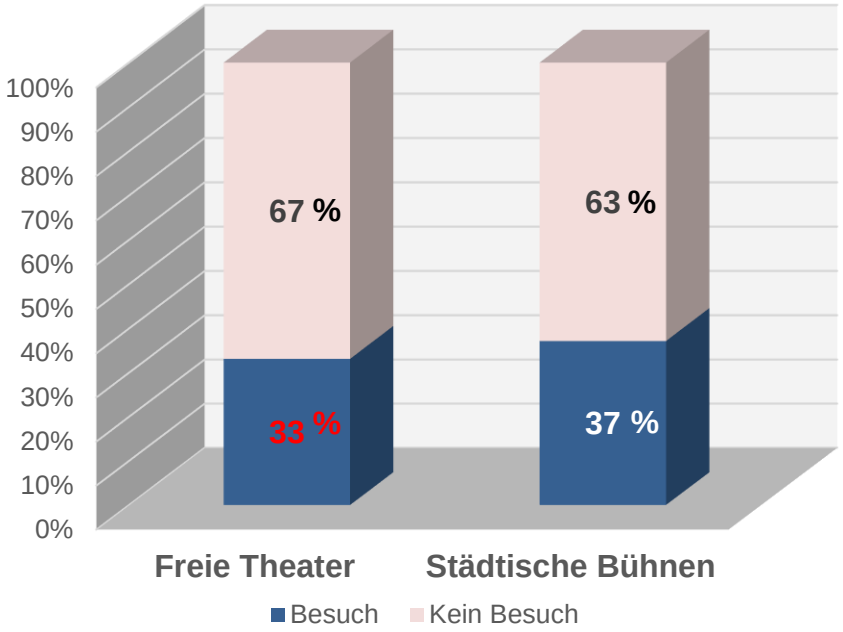
  der Besucher.

  Die freie Szene ist in ihrer Größe und Vielfalt weitgehend jenseits der Wahrnehmungsschwelle der Besucher.

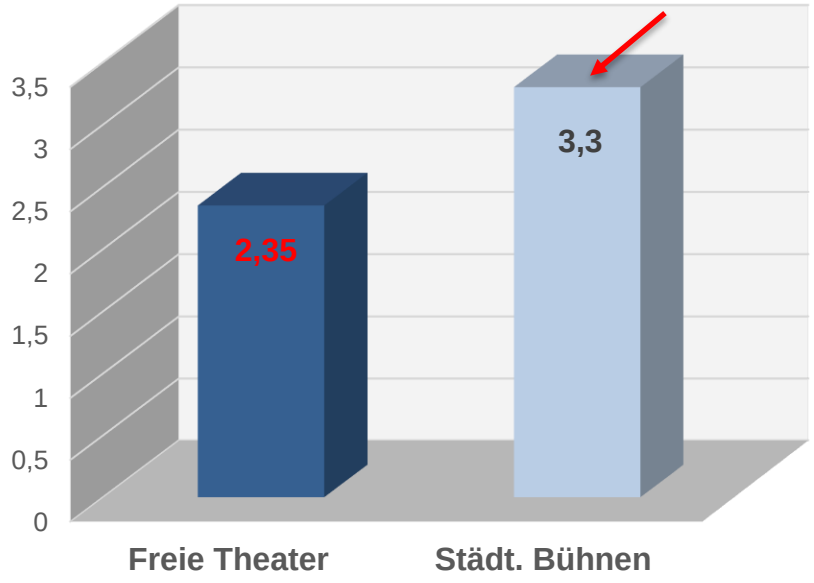
Besuche der freien Theater und der Städt. Bühnen

(Basis: Alle Befragte (linke Grafik)
Befragte, die in letzten 12 Mon. ein fr. Theater bzw. Städt. Bühne besuchten (rechte Grafik))

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



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

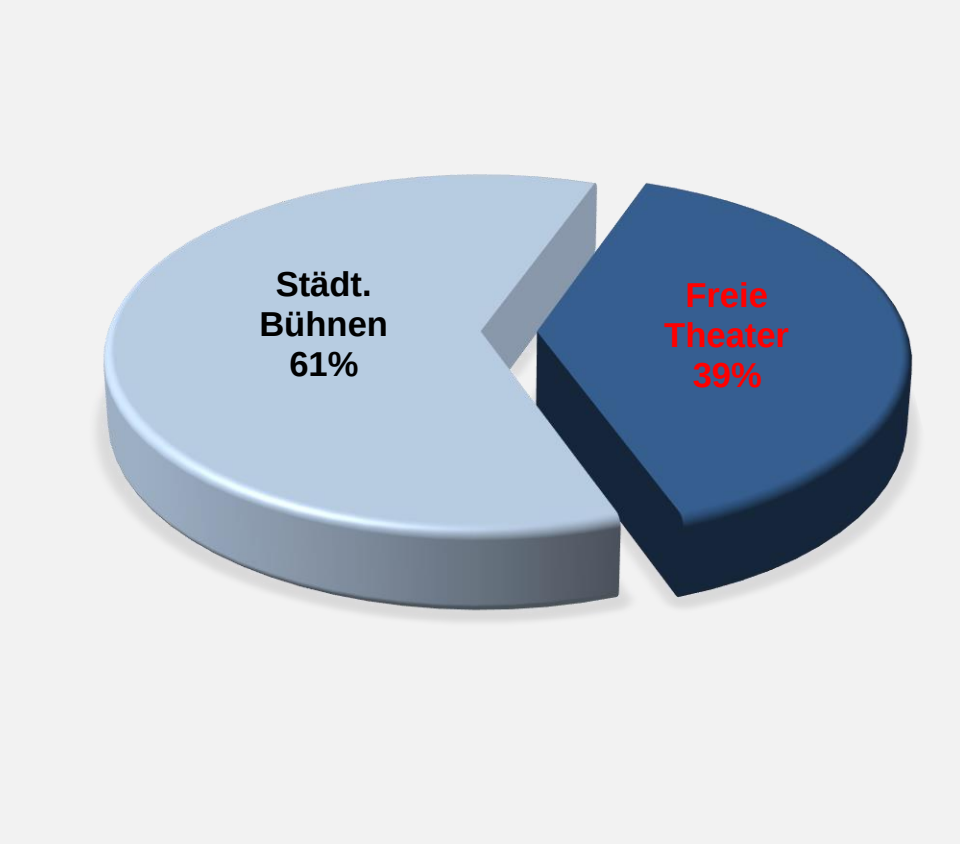


- In den letzten 12 Monaten waren **33% der erwachsenen Kölner in einem freien Theater**, in **die Städt. Bühnen** gingen mit **37% der Kölner nur unwesentlich mehr**.

- Allerdings gehen die **Besucher der Städt. Bühnen häufiger** ins Schauspiel bzw. in die Oper: Mit mind. 3,3 Besuchen pro Jahr gegenüber 2,3 Besuchen ist die Besuchshäufigkeit gegenüber den freien Theatern deutlich höher. Die Besucherbindung ist bei den Städtischen Bühnen damit größer.

Besuche der freien Theater und der Städt. Bühnen

(Basis: Besuche von Kölnern bei Städt. Bühnen und freien Theatern, in den letzten 12 Monaten)

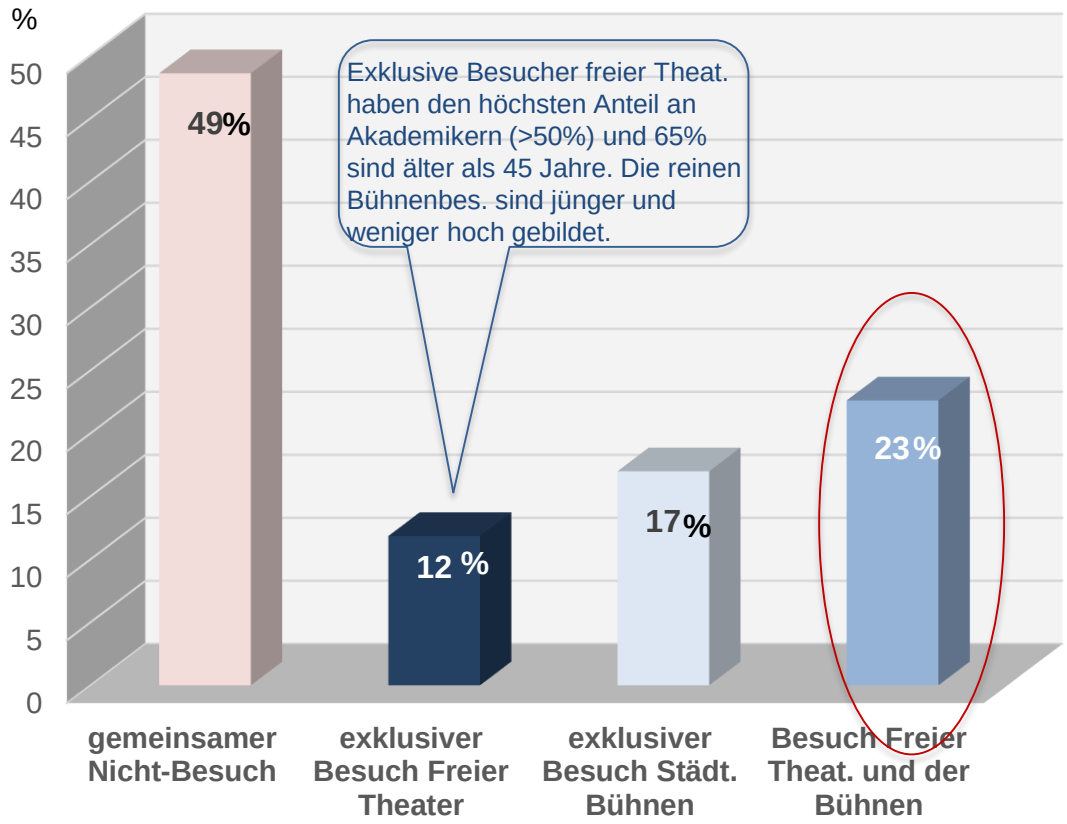


- Setzt man die **Reichweite und Besuchshäufigkeit** zueinander ins Verhältnis, werden die Marktanteile der beiden Anbieter deutlich:
- **Danach haben die Städt. Bühnen einen Anteil von 61%, die freien Theater einen Anteil von 39% an den Kölner Theaterbesuchen.**

  Bezugsbasis sind nur Kölner, Besucher von auswärts sind nicht mitgerechnet!

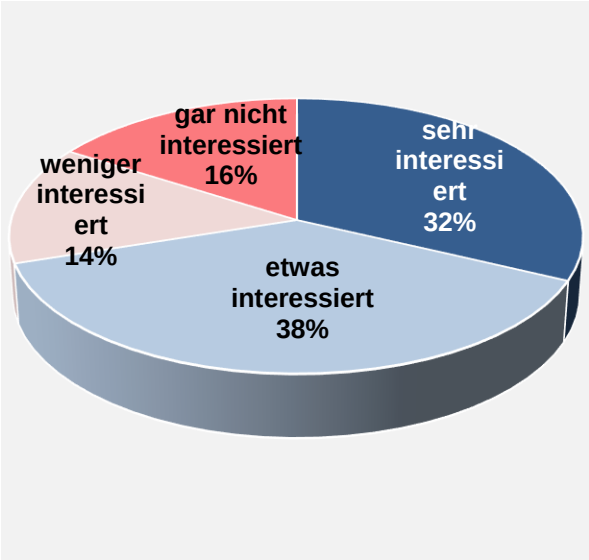
Das Publikum der freien Szene und der Städt. Bühnen im Vergleich

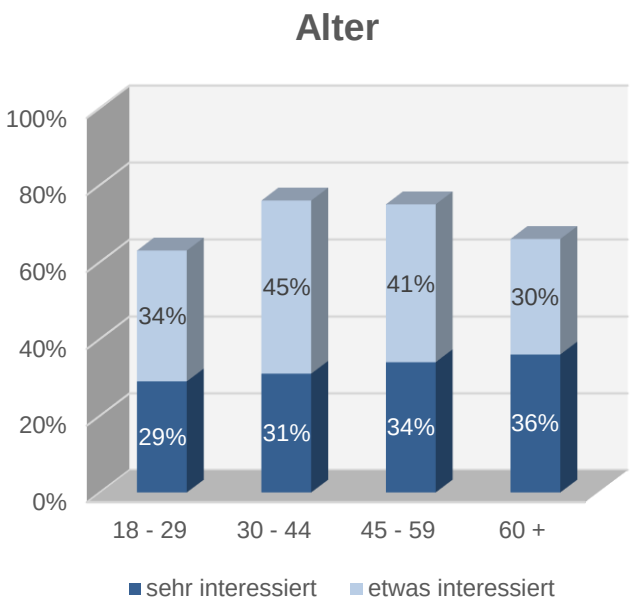
(Basis: Alle Befragten, Theaterbesucher auf Basis der letzten 12 Monate)

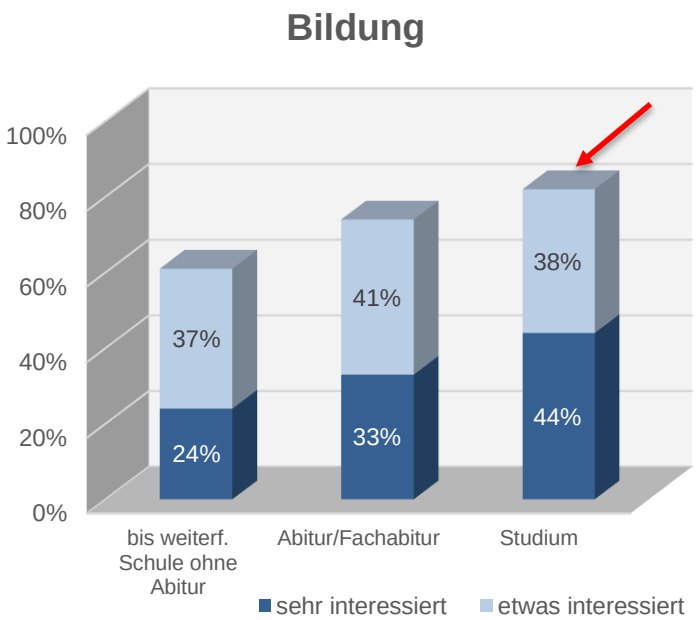


- **Knapp 50% der Kölner sind theaterabstinent: Sie** gehen weder in die freien Theater, noch in die Städt. Bühnen („gemeinsamer Nicht-Besuch“).
- Ein knappes Viertel der Kölner (23%) **besucht städt. und freie Theater.**
- Daneben bedienen die **freien Anbieter** wie auch die **städt. Theater** jeweils exklusiv eigene, kleine Besuchersegmente: **12% der Kölner besuchen ausschließlich die freien, 17% nur die städt. Anbieter.**
- **Die freien Anbieter füllen bei 12% der Kölner eine Nische, die nicht durch die Bühnen abgedeckt wird.**

Interesse am Besuch eines freien Theaters, in den nächsten 12 Monaten, gesamt, nach Alter und Bildung (Basis: Alle Befragte, in %)



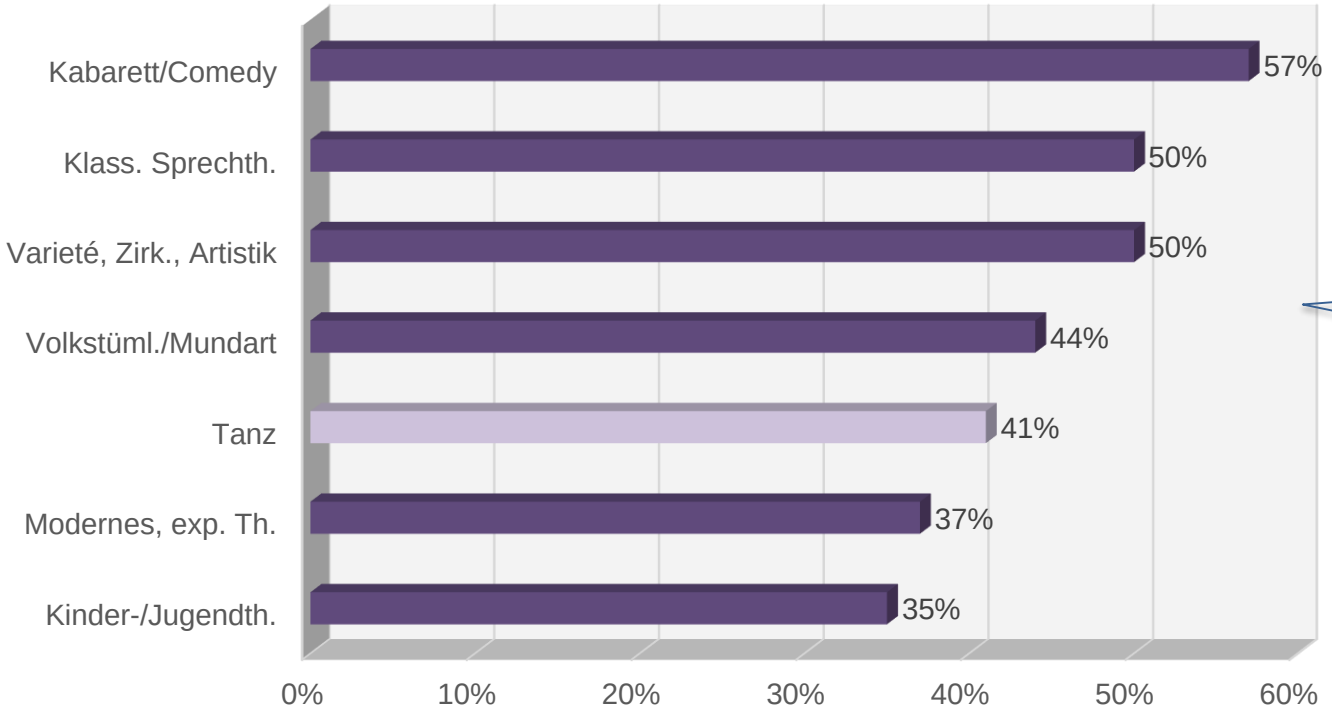




- Das Interesse am Besuch eines freien Theaters ist – gemessen am Zeithorizont der kommenden 12 Monate – hoch: Von den befragten Kölnern äußern sich **32% sehr und weitere 38% etwas interessiert**.
- Dieses Interesse zieht sich **durch alle Altersgruppen** relativ gleichmäßig hindurch, wobei die mittleren Jahrgänge zwischen 30 und 59 Jahren das größte Interesse dokumentieren. Bedeutsamer ist allerdings der Bildungsfaktor: Unter den **Akademikern äußern sich insgesamt 82%** interessiert, wohingegen bei den Befragten mit formal schwächerer Bildung dies nur zu 61% der Fall ist. Vor allem der Anteil der sehr Interessierten ist unter Akademikern weit höher.

- Zudem ist unter den **Kölnerinnen** mit einem Anteil von **74% Interessierten** das Potential gegenüber den Männern mit 65% größer (ohne Abb.).

Sparteninteresse des Befragten mit Besuchswunsch (Basis: Alle Befragte, in %)

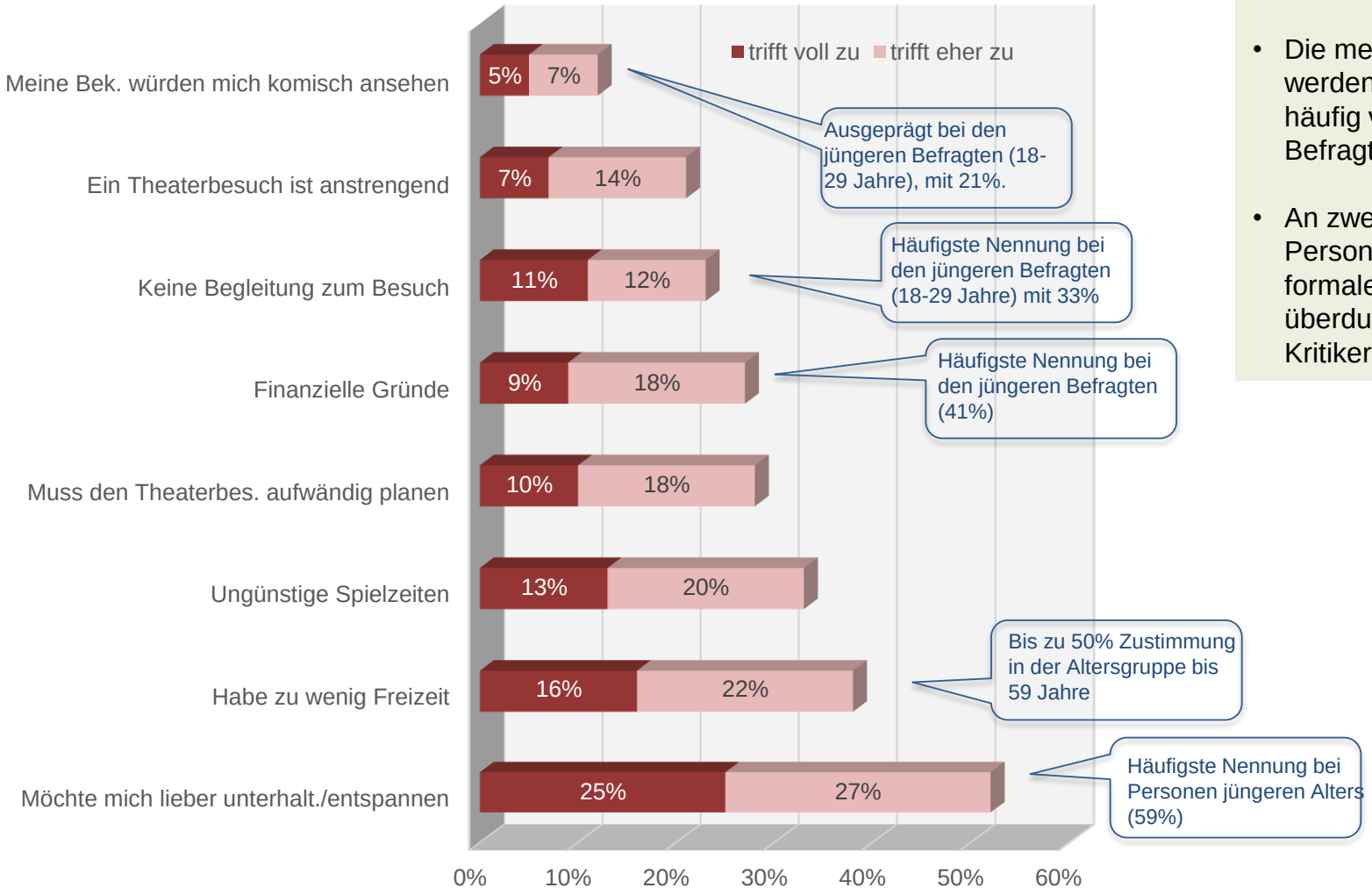


Im Mittel wurden von den Befragten 4,5 (von insgesamt 7) Sparten als Besuchswunsch genannt

- Das größte Besuchsinteresse ziehen **Kabarett,/Comedy, das klassische Sprechtheater und Varieté, Zirkus und Artistik** auf sich. Letzteres wird insbesondere von Familien mit Kindern genannt. **Volkstümliches und Mundart-Theater** finden ebenfalls mit über 40% ein umfangreiches Publikum.

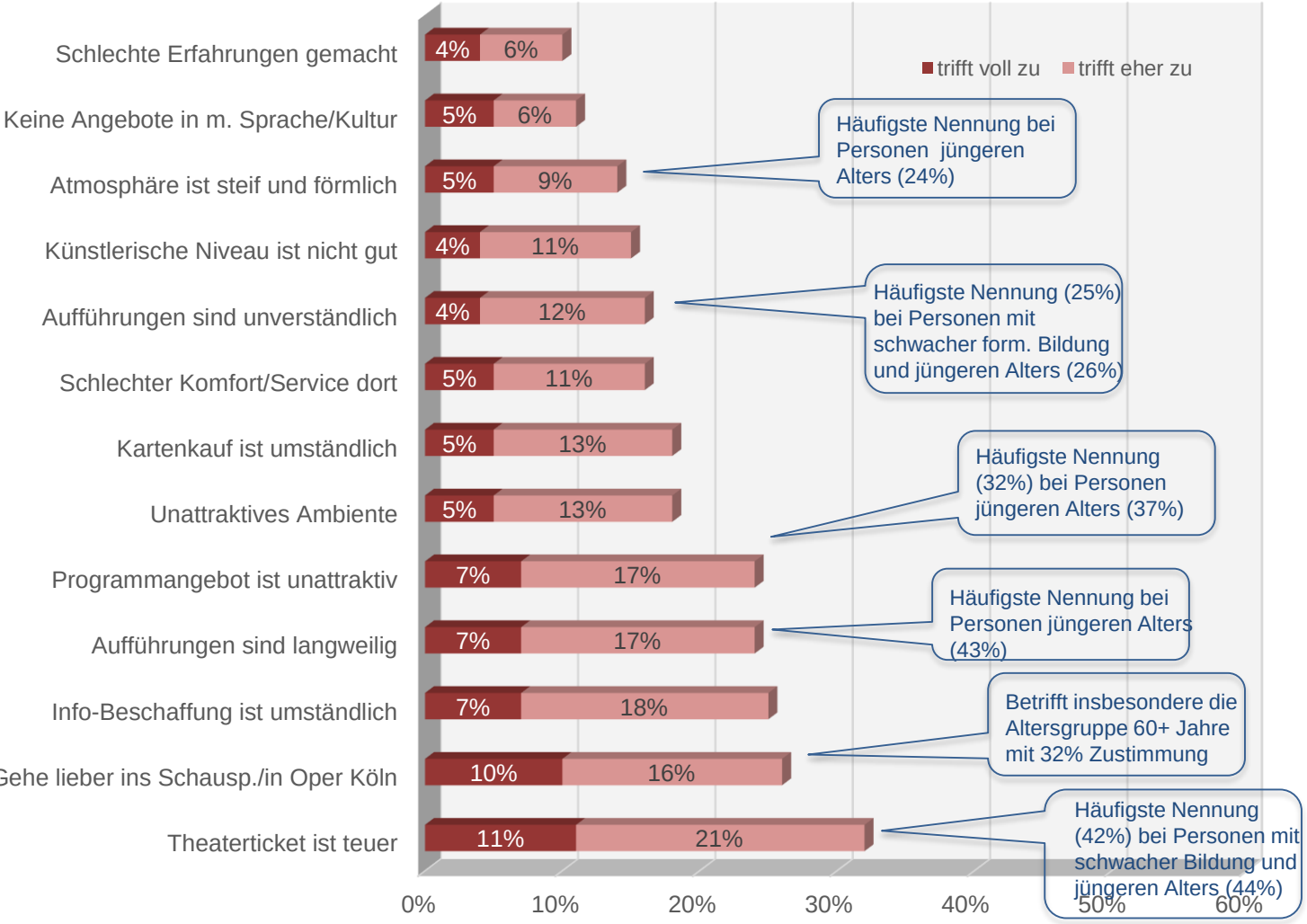
- **Tanz** – hier wurden allerdings sehr unterschiedliche Richtungen von den Befragten assoziiert (auch Ballett, Musicals u.ä.) – würden ebenfalls über 40% der Befragten besuchen.

Hindernisse zum Theaterbesuch allgemein (Basis: Alle Befragte, in %)



- Die meisten Hinderungsgründe werden überdurchschnittlich häufig von den jüngeren Befragten angesprochen.
- An zweiter Stelle gehören Personen mit schwächerer formaler Bildung zu den überdurchschnittlich häufigen Kritikern.

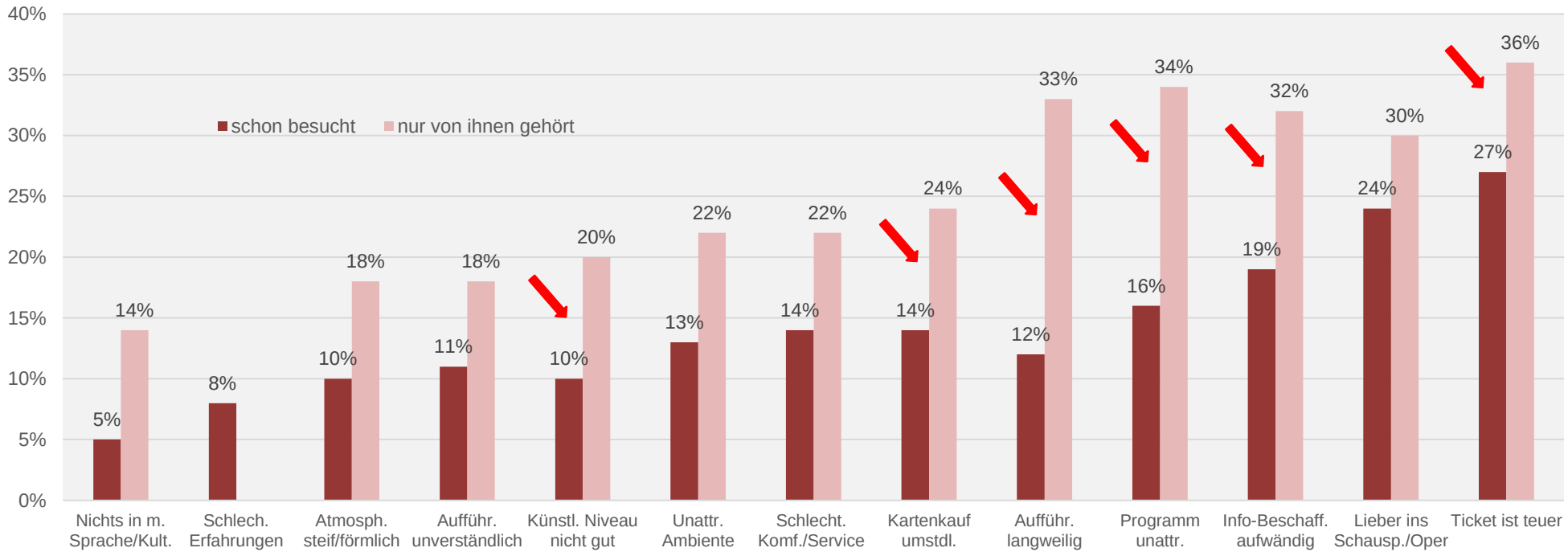
Hindernisse zum Besuch freier Theater (Basis: Alle Befragten, in %)



- **Barrieren zum Besuch der freien Theater werden insgesamt deutlich seltener genannt.**
- Das am häufigsten genannte Argument gegen den Besuch sind die **Kosten für ein Ticket**.
- **Darüber hinaus wird einmal mehr deutlich, dass die Hindernisse insbesondere wieder in der jüngsten Befragtengruppe (18-29 Jahre) angesprochen werden.**
- **Auch die Befragten mit niedriger formaler Bildung nennen die Kritikpunkte zumeist besonders häufig.**

Besuchshindernisse: Erfahrungen der Besucher vs. Image der freien Theater

(Basis: Alle Befragte, Teilgruppen in %)

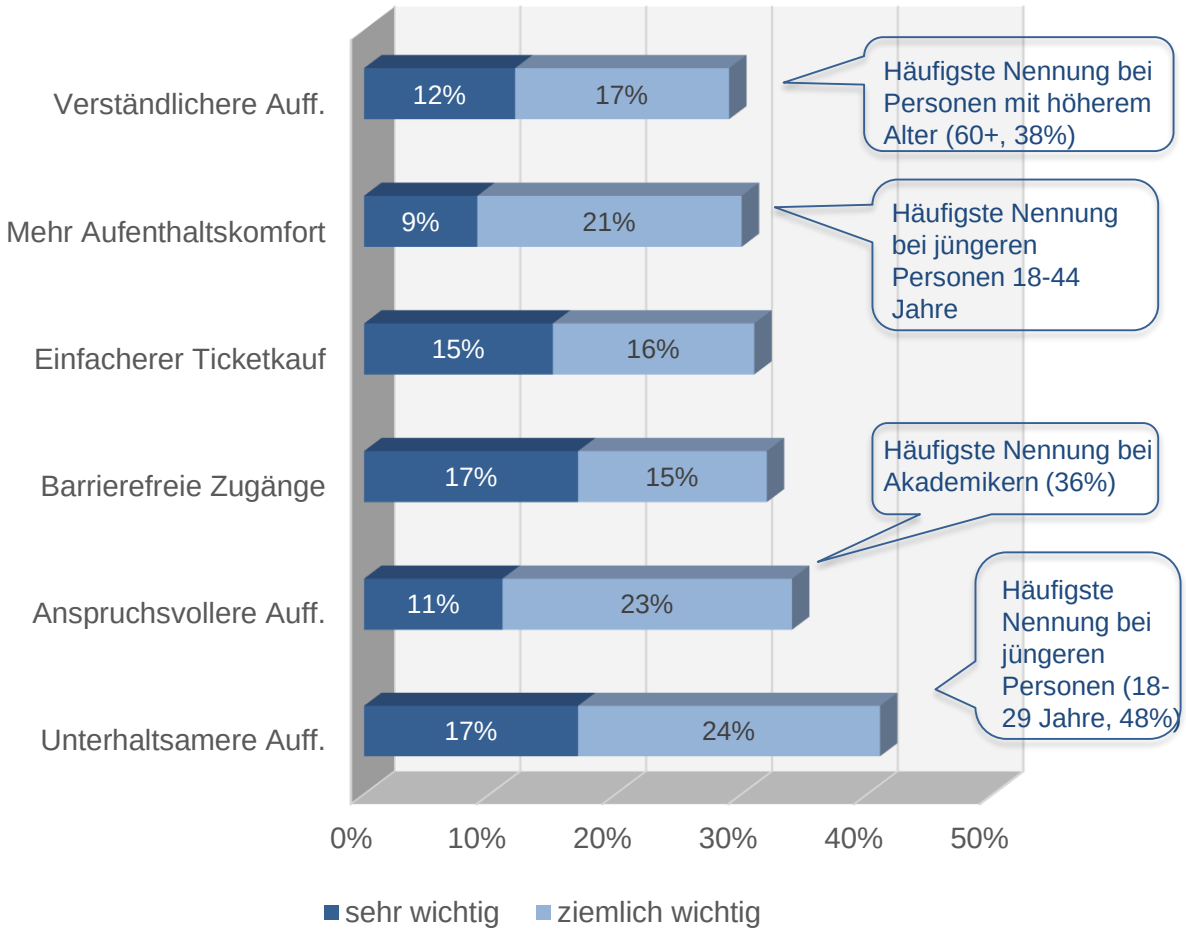


- Die größten Diskrepanzen zwischen den **realen Besuchserfahrungen des Publikums und dem Image der freien Theater** liegen vornehmlich in drei Bereichen: **Langweilige Aufführungen, unattraktives Programm und mühsame Informationsbeschaffung sowie umständlicher Kartenkauf**. Aber auch in fast allen anderen Bereichen fallen Image und reale Besuchserfahrungen jeweils um ca. 8-10 Prozentpunkte auseinander. Dies verdeutlicht die Anforderungen an die Imagearbeit.

- Eine Ausnahme bilden die in beiden Gruppen als hoch kritisierten **Ticketpreise.**

Bedeutung von Verbesserungen für den Besuch eines freien Theaters

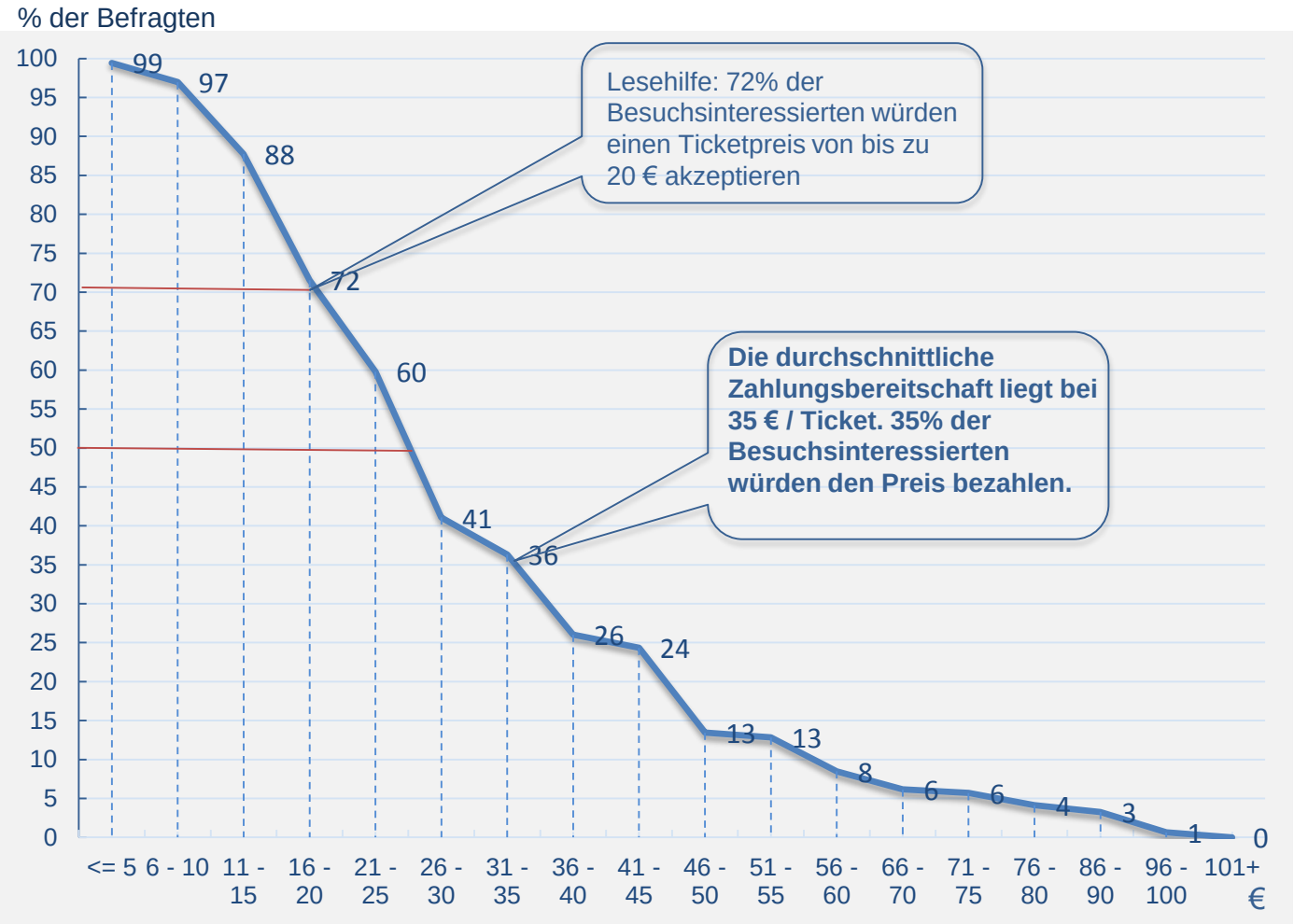
(Befragte, die am Besuch eines freien Theaters in den nächsten 12 Mon. interessiert sind (70%), in %)



- Die **aufführungsbezogenen Verbesserungswünsche stehen in einem wechselseitigen, starken Zusammenhang**. D.h. der Wunsch nach mehr Verständlichkeit, Unterhaltsamkeit und Anspruch wird gleichzeitig von den Befragten geäußert.
- Die barrierefreien Zugänge werden dagegen heute von den Besuchern eher als Selbstverständlichkeit gesehen und dürften kein zusätzliches Publikum generieren.
- Dagegen dürfte sich mehr Aufenthaltskomfort positiv auf den Publikumszuspruch auswirken.
- Anders als bei den zuvor erhobenen Kritikpunkten sind sozialstrukturelle Merkmale (vor allem Alter und Bildung) hier weit weniger bedeutsam.

Die Rolle des Ticketpreises: Zahlungsbereitschaft

(Basis: Befragte, die am Besuch eines freien Theaters in den nächst. 12 Monaten interessiert sind (70%))

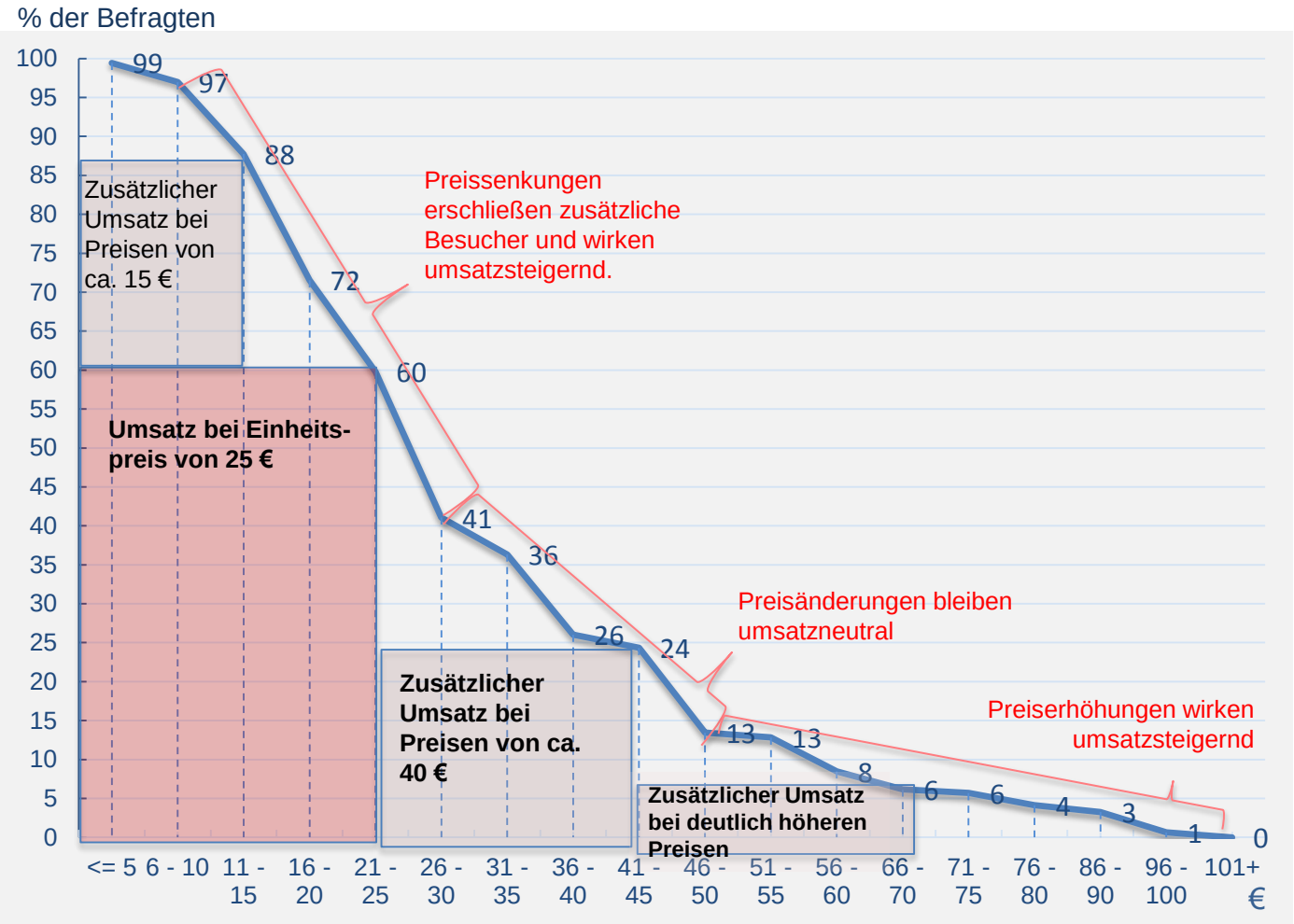


Die Analyse der Zahlungsbereitschaft der Befragten mit Besuchsinteresse an einem freien Theater offenbart eine weite Spanne, die von etwa **5 € bis an 100 €** für ein einzelnes Ticket zeigt.

Hier spielen „gelernte Preise“ von anderen Kultur- bzw. Unterhaltungsangeboten eine Rolle.

Die Rolle des Ticketpreises: Zahlungsbereitschaft

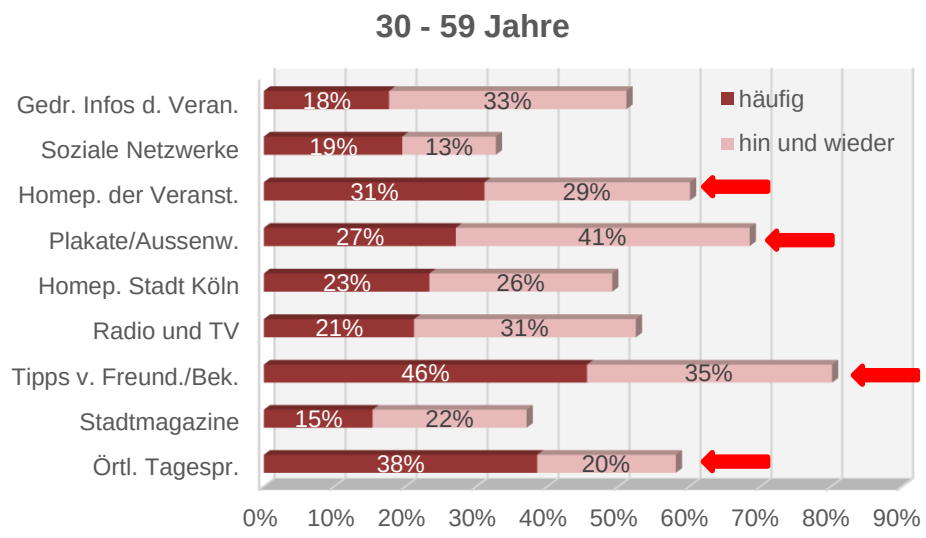
(Basis: Befragte, die am Besuch eines fr. Theaters in den nächst. 12 Monaten interessiert sind (70%))

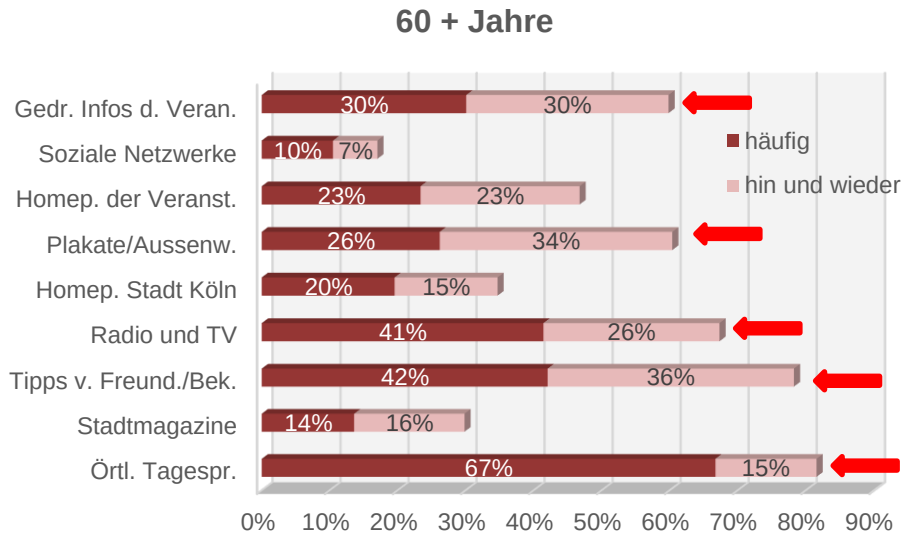


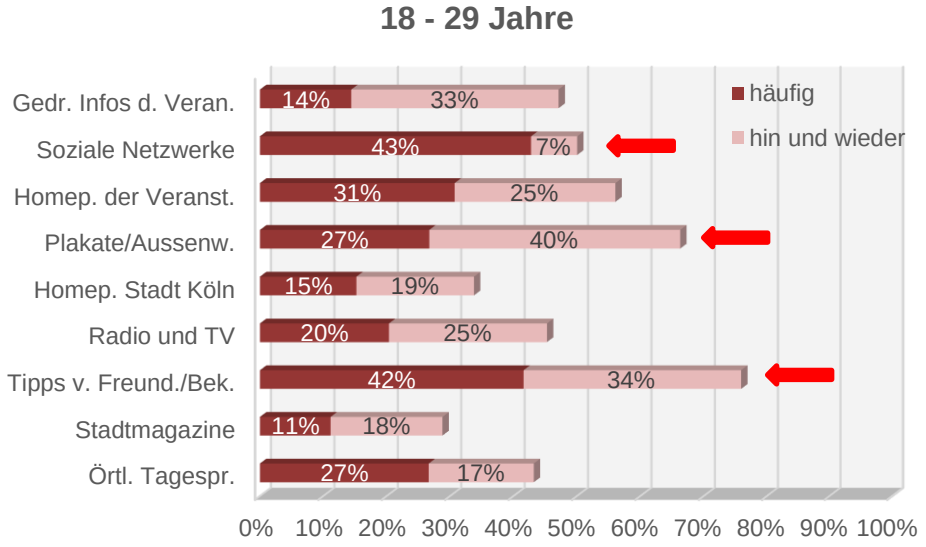
- Variationen bzw. Differenzierungen des Ticketpreises für bestimmte Zielgruppen würden unter bestimmten Bedingungen deutlich umsatzsteigernd wirken.

Nutzung von Info-Quellen für das kulturelle Geschehen in Köln, nach Alter

(Basis: Alle Befragten, Teilgruppen in %)







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

Zielgruppenpotenziale für die Freie Szene (in % der Bevölkerung ab 18 Jahren, in Köln)

Alle Prozentangaben in der Tabelle addieren sich zu 100% Basis: 908.000 Kölner ab 18 Jahren		Interesse am Besuch der freien Theater		
		sehr	etwas	weniger / gar nicht
Kenntnis der freien Theater	Kennt freie Theater von einem persönlichen Besuch	27% „Wiederholungs-/Besucher“	21% „Wiederholungs-Besucher“	5% „Nicht-Mehr-Besucher“
	Hat von fr. Theatern gehört, aber noch nicht dort gewesen	3% „Fast-Besucher“	12% „Fast-Besucher“	9% „Nicht-Besucher“
	Kennt sie gar nicht	3% „Fast-Besucher“	4% „Fast-Besucher“	16% „Nicht-Besucher“

Potenziale:

Wiederholungsbesucher: **48% bzw. 435.000 Personen als vorhandene Besucher**
„Fast-Besucher“: **22% bzw. 200.000 Personen zusätzliches Potenzial**
Nicht-(Mehr-)Besucher: **30% bzw. 263.000 Personen als Nicht-Erreichbare**

- Die Gruppe der **Wiederholungsbesucher** ist höher (akademisch) gebildet, im Mittel 48 Jahre alt, und geht häufiger zu den Städt. Bühnen. Sie **ist generell kulturell sehr aktiv.**
- Die „**Fast-Besucher“** verfügen demgegenüber über ein deutlich **geringeres Bildungsniveau** und sind **jünger (43 Jahre)**. Es überwiegt der **Frauenanteil.** Ihre **Zahlungsbereitschaft ist etwas geringer**. Sie sind ebenfalls kulturaffin, wenngleich weniger engagiert.
- In Bezug auf Sparteninteressen bzw. Besuchshindernisse sind **Fast-Besucher generell stärker unterhaltungsorientiert**. Im Grundsatz sind sich **Besucher und Fast-Besucher aber vergleichbar und können ähnlich angesprochen werden**.

Stärken der Freien Szene

- Die freie Szene ist im Köln bestens verankert: Die Kölner kennen die freie Szene gut, **53% haben** freie Theater und Gruppen **schon einmal besucht**, **23% kennen sie** zumindest.
- Sie besitzt ein **außerordentlich positives Image in weiten Teilen der Kölner Bevölkerung.**
  Dieses Image ist zudem weitgehend unabhängig vom konkreten Besuch der Theater.
- Der **Besucherzuspruch ist hoch**. Es besuchen kaum weniger Kölner die Angebote der freien Szene (33%) als die Städt. Bühnen (37%) im Jahr.
- Das **geschätzten Besucherpotenzial für die freie Szene liegt bei max. 70 %**, 22% wurden davon noch nicht ausgeschöpft.
- Das realisieren dieses Besucherpotentiales erscheint aufgrund der vergleichbaren Struktur der Besucher bzw. Fast-besucher und der ausreichenden Zahlungsbereitschaft möglich.

Schwächen der Freien Szene

- Die Wahrnehmung der Freien Szene ist sehr fragmentiert. Die **Masse der Theater bzw. Gruppen ist den Kölnern unbekannt**. Sie ist angesichts ihrer Vielfalt und Größe gleichsam ein „unbekannter Riese“.
- Das vorhandene Angebot wird nicht ansatzweise genutzt. Die Besucher nutzen nur jeweils **1-2 favorisierte Spielstätten**. Andere Theater werden weder besucht noch sind sie überhaupt bekannt.
- Die **Besucherbindung** ist im Gegensatz zur Bekanntheit der freien Szene schwächer. Wiederholungsbesuche sind (im Vergleich zu den Städt. Bühnen) seltener.
- Das Publikum der freien Szene rekrutiert sich wie bei den Städt. Bühnen weitgehend aus dem **gleichen, d.h. einem bildungsbürgerlichen und eher älteren Publikum.** Die Dringlichkeit zur weiteren Publikumsgewinnung ist hier ebenso gegeben.

Empfehlungen

- **Allgemein: Verbesserung der Kommunikation, Stärkung der Besucherbindung und Gewinnung der „Fast-Besucher“**
- **Cross-Promotion der freien Spielstätten untereinander:** Gegenseitig Aufführungen (ähnlicher oder anderer Sparten) von anderen freien Spielstätten bewerben. Ziel ist die **Information über die Breite und Vielfalt des freien Angebots in der Stadt**.
- **Kooperationen mit anderer Anbietern:** Die **Städt. Bühnen bieten sich an, e**benfalls die **Kunstmuseen**, die **Philharmonie** aber auch Locations wie **E-Werk, Palladium** und insbesondere die **Universität zu Köln**.
- **Intensivierung der Werbung**: Speziell in der **örtlichen Tagespresse, Außenwerbung, städt. Portale intensiv nutzen, soziale Netzwerke aktiv nutzen**.
- **Intensivierte Berichterstattung** der Tagespresse über die freie Szene.
- Eine **kontinuierliche Information der Besucher** mit **hauseigenen Medien** (ständige Pflege der Homepage, Angebote via Direct Mailings, monatliche Newsletter etc.). **Kontinuierliches Sammeln von Kontaktdaten der Besucher ist unerlässlich!**

- **Jenseits der Medien: Weiterempfehlungsbereitschaft der Besucher** stärken und dafür Anreize entwickeln.
- Ggfls. mehr **Vermittlungshilfen bieten, wie Stückeinführungen u.Ä..** Das Sparteninteresse der (Fast-)Besucher ist dabei breit und lässt vieles zu.
- Eine stärkere **Differenzierung der Preise prüfen: Preissenkungen** z.B. für jüngere Besucher vs. – in Kombination mit exklusiven Zusatzleistungen – **Preiserhöhungen** für ausgewählte und sehr zahlungsbereite Besucher.
- Instrumente der **Besucherbindung stärker einsetzen**, wie diverse Abo-Varianten, „Kultur-Cards“ mit ermäßigtem Eintritt für mehrere freie Theater (oder Preisermäßigungen bei anderen Partnern) **u.Ä.**
- Speziell für die „Fast-Besucher“: Schaffen von **erlebnisorientierten Serviceangeboten** und das Angebot **emotional bewerben**. Nicht „nur“ die Aufführungen, sondern das **Gesamterlebnis in den Vordergrund rücken** (z.B. „Ein besonderer Abend zu zweit“, „*Unterhaltung mit Anspruch*“, *„Kunst und Genuss gemeinsam erleben“ u.Ä.)*.
- Zu bedenken ist, dass die **außerhalb von Köln kommenden Besucher der freien Szene nicht untersucht werden konnten**. Sie machen vermutlich einen Anteil von 20-30% aus. Die hier vorgeschlagenen Maßnahmen dürften bei ihnen aber ebenso greifen!

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Stadt Köln
Die Oberbürgermeisterin
Kulturamt

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

Leiterin Barbara Foerster