

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

# Umfrage zur Nutzung von Online-Kulturangeboten in der Corona-Krise

Projekt Tourismusmanagement Sommersemester 2020

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

Projekt: Kulturvermittlung in der Corona-Krise

© Claudia Kepke M.A. 2020 | Institut für Tourismusforschung

FB Wirtschaftswissenschaften

# Hintergrund

Im Rahmen eines Projektes zum Thema „Kulturvermittlung in der Corona-Krise“ im Studiengang Tourismusmanagement an der Hochschule Harz, haben Studierende der höheren Semester eine Onlineumfrage in der deutschen Bevölkerung durchgeführt.

Ziel war es, herauszufinden, ob das vielfältige Online-Angebot im kulturtouristischen Bereich, das während der Corona-Krise spontan von der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Verfügung gestellt wurde, genutzt wird. Sind die Angebote zukunftsfähig? Welche Formate sind attraktiv?

Diese Umfrage gibt lediglich ein Stimmungsbild wieder.

# Methodik

Die Umfrage fand online statt. Die Studierenden streuten den Link über persönliche Kontakte im Freundes- und Bekanntenkreis. Damit wird zum großen Teil die Zielgruppe widergespiegelt, die zukünftig als Hoffnungsträger für digitale Kulturangebote gelten.

Befragte: 262

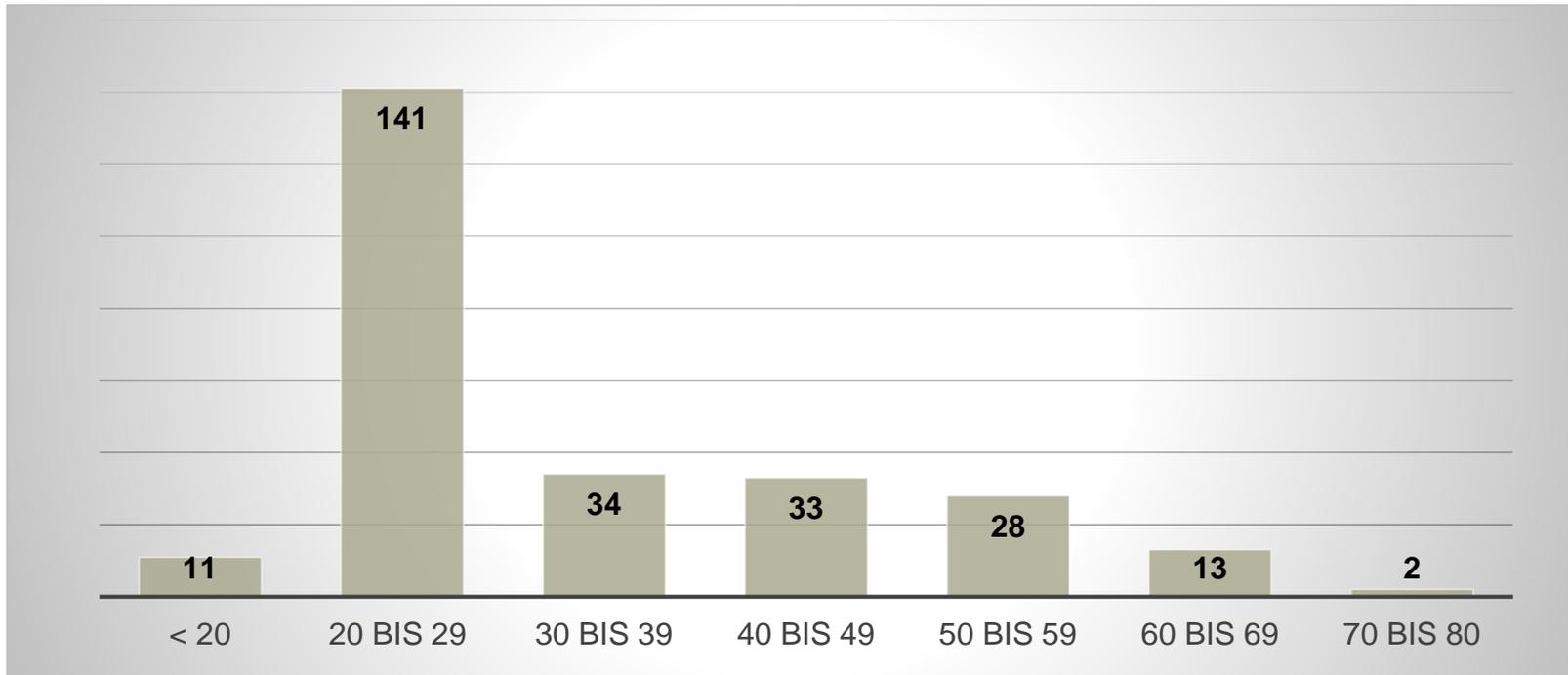
Umfragetool: Survio.com

Zeitraum: 10 Tage Anfang Mai 2020

Nachfolgend werden die Ergebnisse der 11 Fragen dargestellt.

# Alter der Befragten

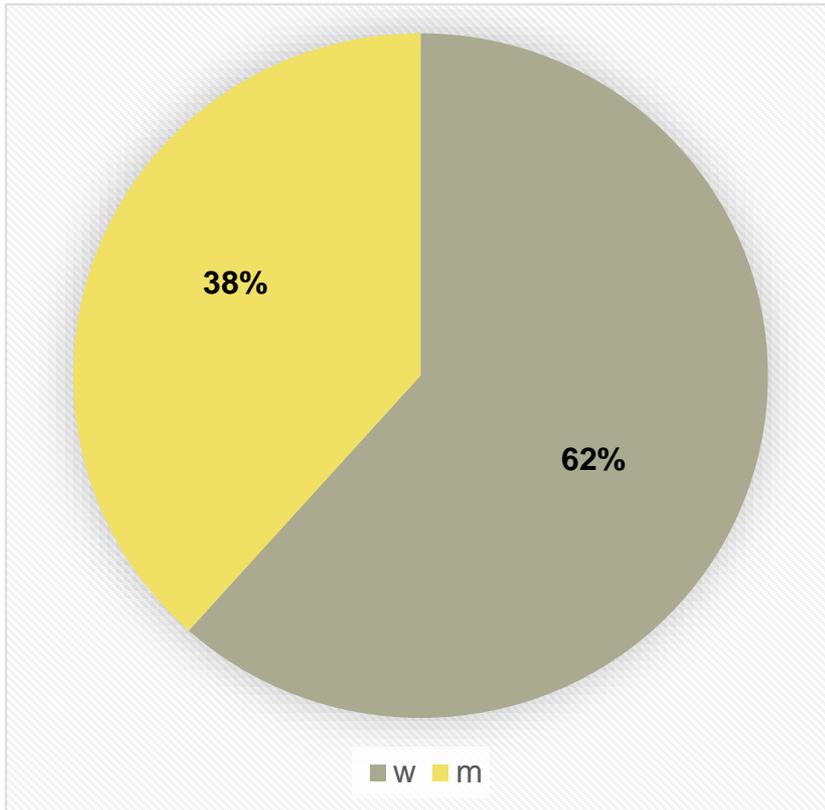
## absolute Angaben



Eigene Darstellung

An der Umfrage nahmen größtenteils Personen der Altersgruppe 20 bis 29, was mit der Auswahl der Link-Empfänger im Zusammenhang steht. Dennoch ist diese Zielgruppe im Hinblick auf die zukünftige Nutzung digitaler Kulturangebote sehr interessant.

# Geschlecht der Befragten

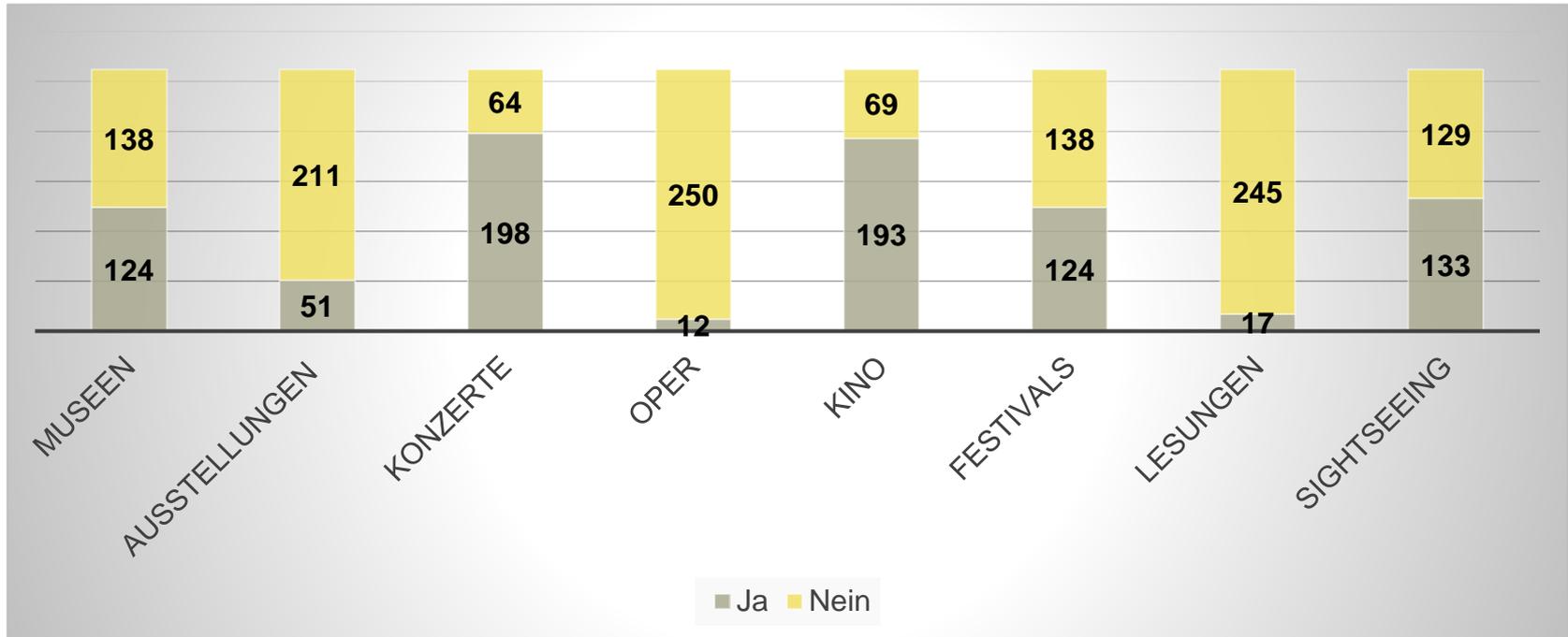


Eigene Darstellung

Die Mehrheit (62 %) der Befragten war weiblich (w), was auch damit zusammenhängen kann, dass das Tourismusmanagement-Studium zum großen Teil von Frauen absolviert wird.

# Welche realen kulturellen Aktivitäten nehmen Sie wahr?

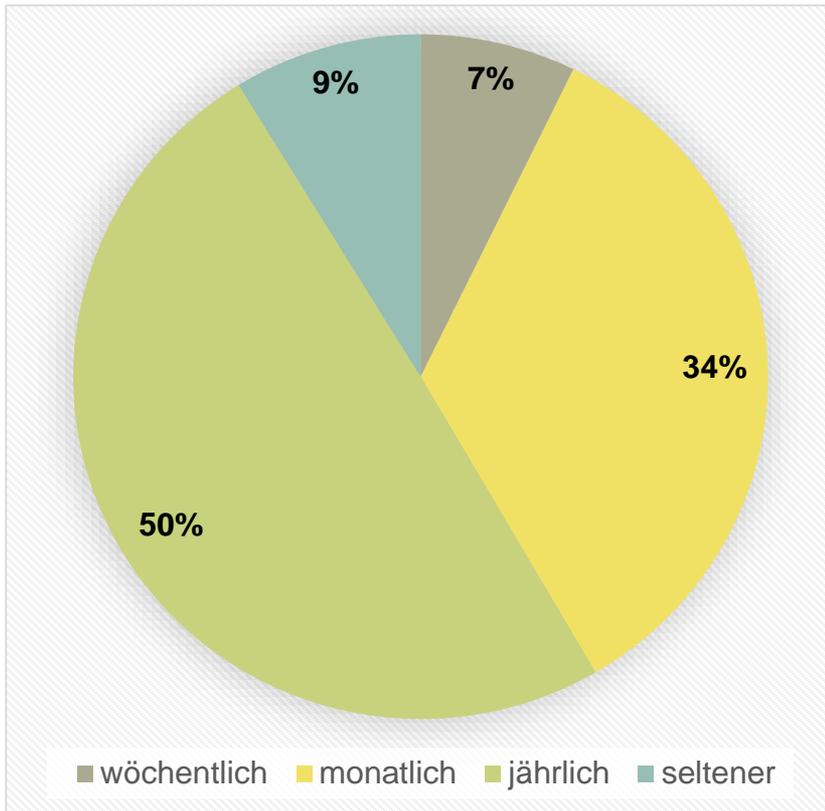
Mehrfachnennungen möglich, absolute Angaben



Eigene Darstellung

Vor der Krise besuchten die Befragten überwiegend Konzerte und Museen. Außerdem nutzten sie Kinos und Besichtigungen (inkl. Stadtführungen).

# Wie häufig haben Sie kulturelle Angebote vor der Corona-Krise genutzt?



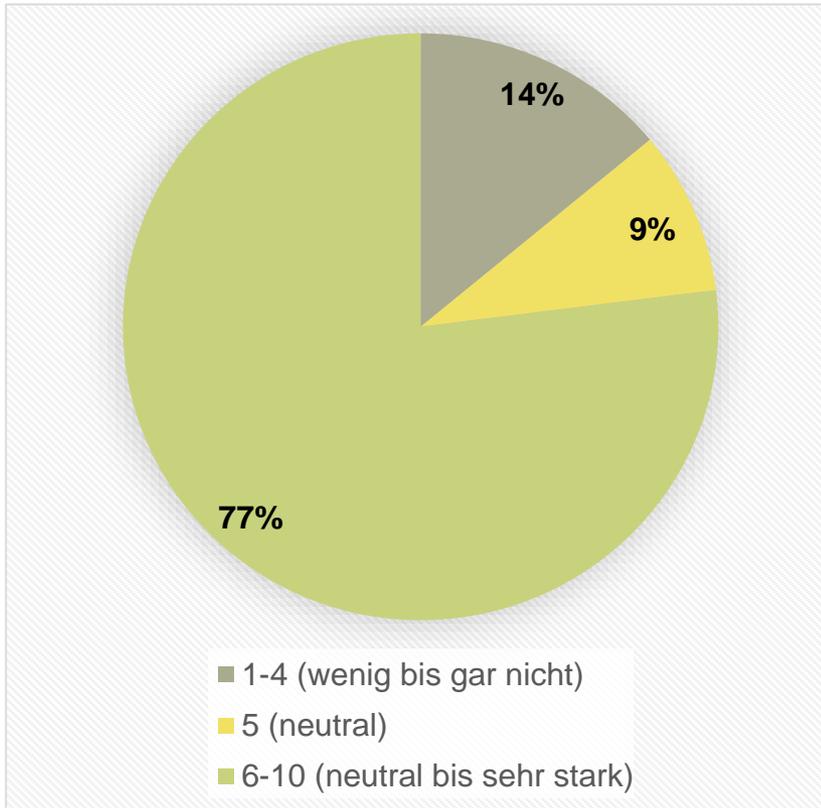
Eigene Darstellung

Die Hälfte der Befragten nutzten Kulturangebote nur einmal im Jahr.

34 % hingegen nutzten monatlich mindestens ein kulturelles Angebot.

# Wie sehr vermissen Sie kulturelle Angebote?

Auf einer Skala von 1 – 10.

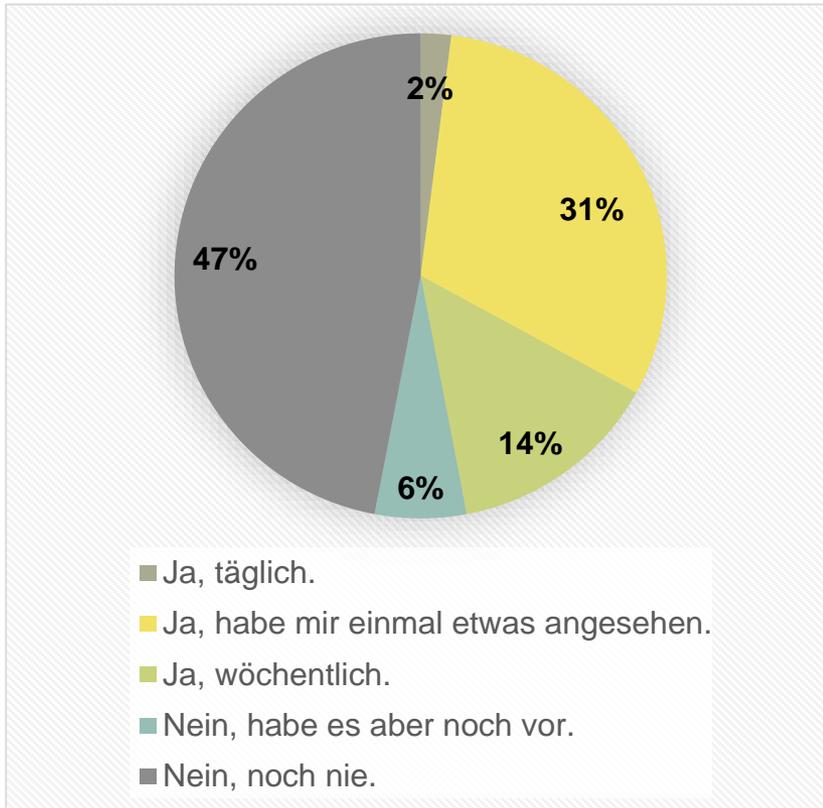


Eigene Darstellung

Mehr als  $\frac{3}{4}$  der Befragten vermisst während der Corona-Krise ein reales kulturelles Angebot.

Seite 12 zeigt, welche Aspekte den Nachfragern besonders fehlen.

# Nutzen Sie Online-Kulturangebote in der Corona-Krise?



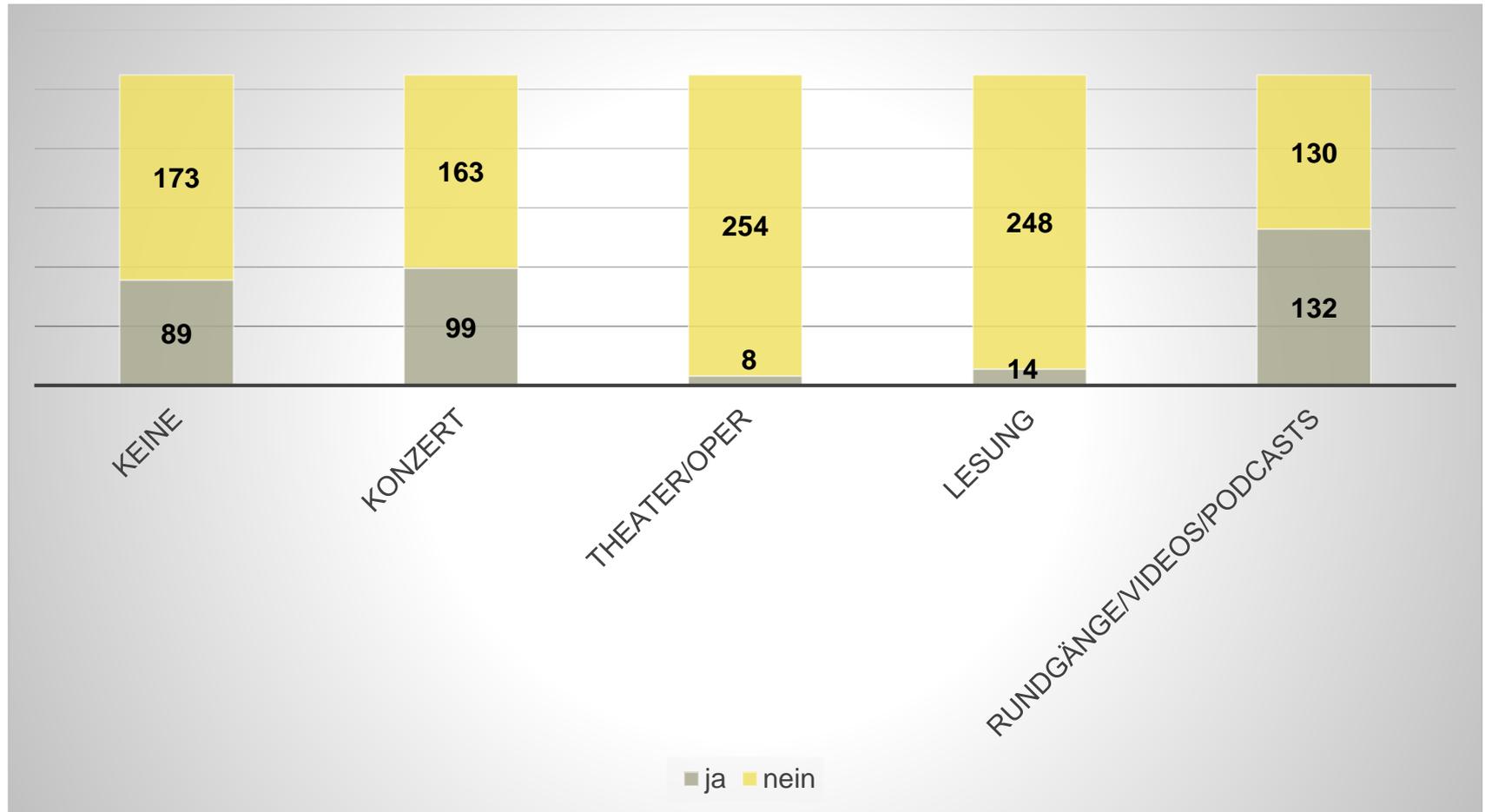
Eigene Darstellung

Rund die Hälfte der Befragten hat ihrem Verlangen nach Kultur bisher nicht digital entgegengewirkt.

31 % nutzen einmal ein digitales Kulturangebot in der Corona-Krise.

# Welche Online-Kulturangebote haben Sie genutzt?

Mehrfachnennungen möglich, absolute Angaben



Eigene Darstellung

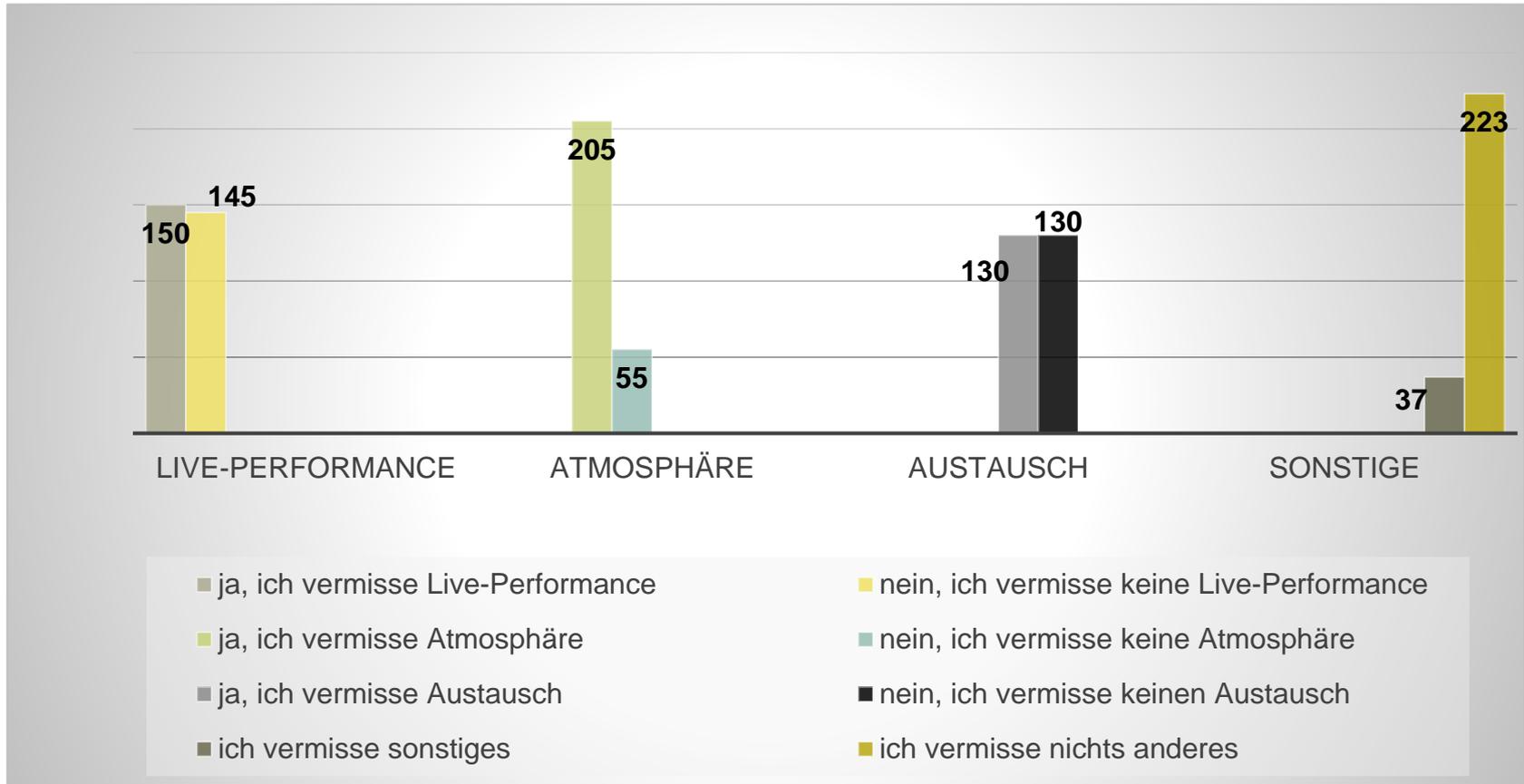
# Welche Online-Kulturangebote haben Sie genutzt?

Mehrfachnennungen möglich

Die Mehrheit derjenigen, die Online-Kulturangebote ausprobiert haben, nutzten Konzerte, Videos und Podcast.

Virtuelle Rundgänge und Lesungen wurden von den Teilnehmern der Umfrage selten genutzt.

# Welche Aspekte vermissen Sie gegenüber den realen Kulturangeboten? Mehrfachnennungen möglich, absolute Angaben



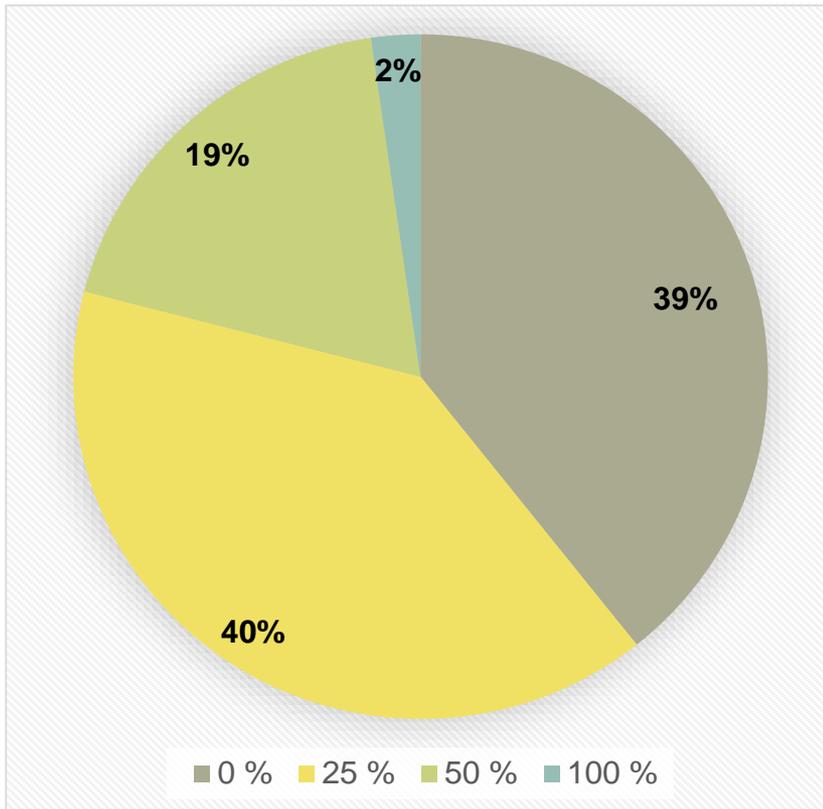
Eigene Darstellung

# Welche Aspekte vermissen Sie gegenüber den realen Kulturangeboten? Mehrfachnennungen möglich

77% der Befragten vermissen reale kulturelle Angebote während der Corona-Krise (vgl. Seite 8).

Die digitalen Angebote können die emotionalen Aspekte wie Atmosphäre und den zwischenmenschliche Austausch mit dem anderen Publikum nicht ersetzen.

# Wieviel Prozent vom Ticketpreis würden Sie für Online-Kulturangebote ausgeben?

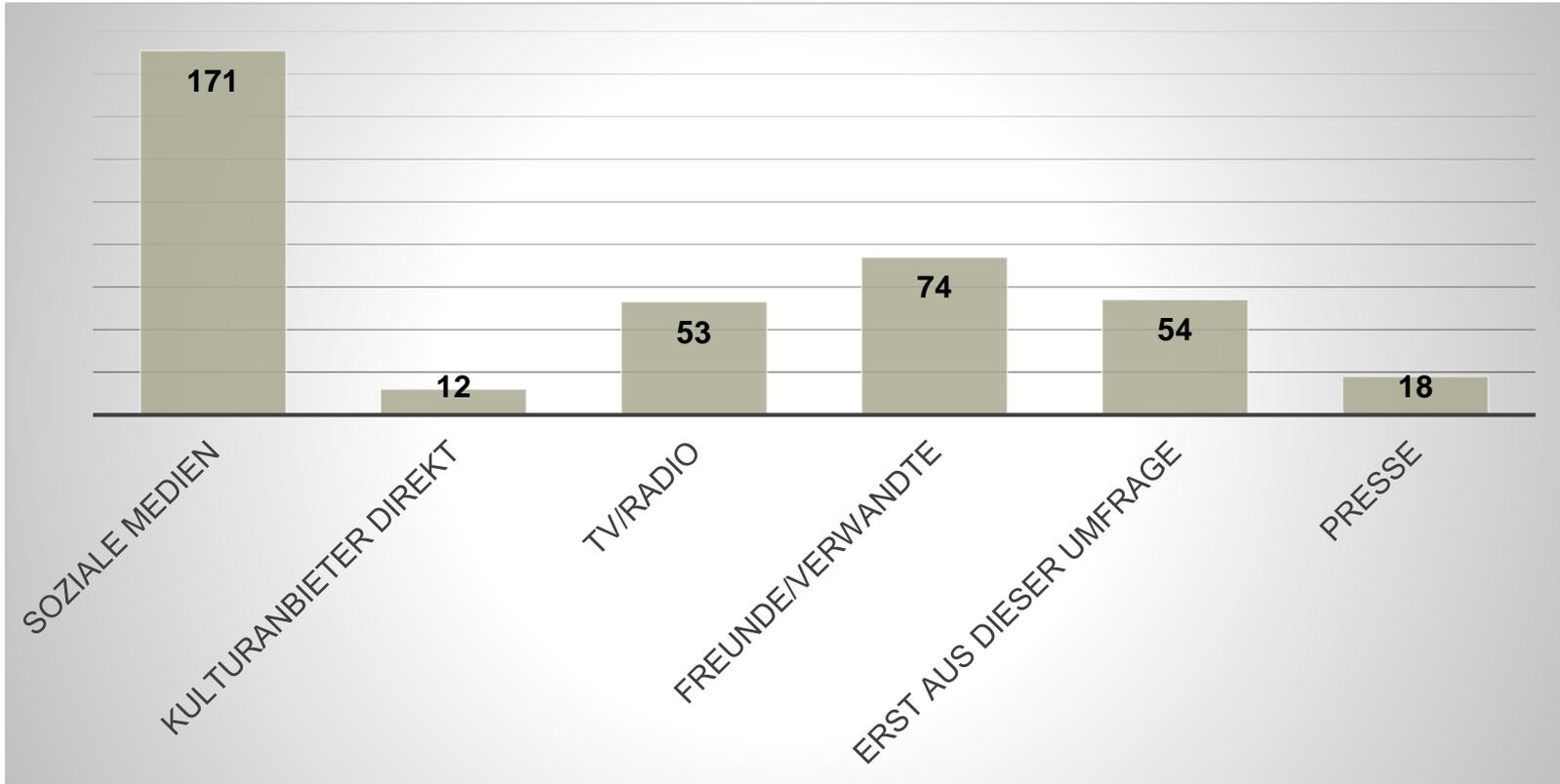


Eigene Darstellung

80% der Befragten würden nicht mehr als 25% vom ursprünglichen Ticketpreis für das digitale Pendant bezahlen. Das kann zum einen mit den emotionalen Aspekten zusammenhängen, die fehlen sowie mit der finanziellen Situation der Teilnehmer.

# Wie haben Sie von den Online-Kulturangeboten erfahren?

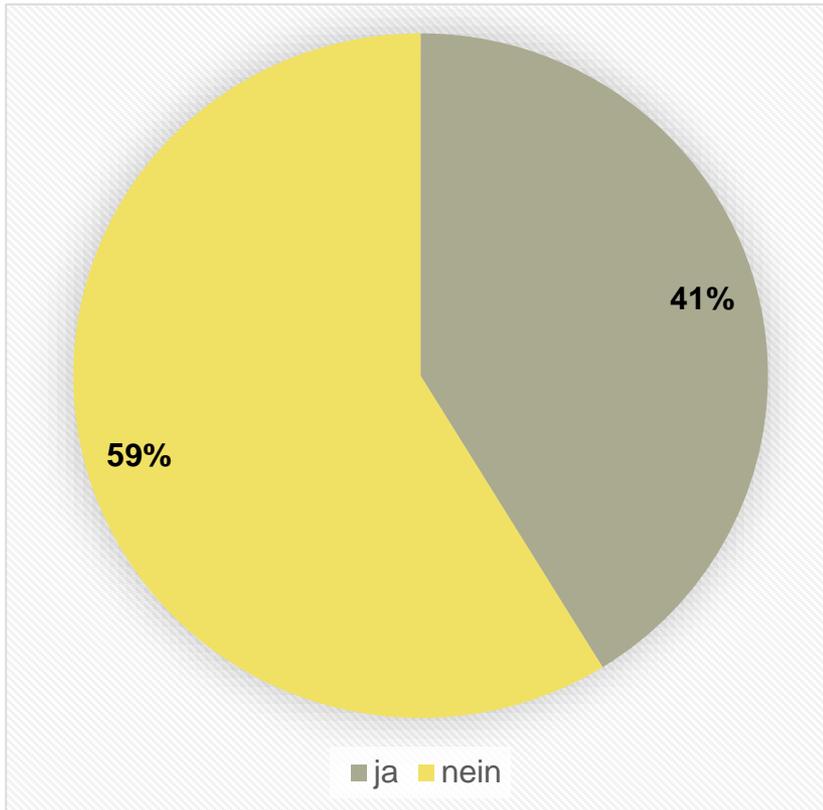
Mehrfachnennungen möglich, absolute Angaben



Eigene Darstellung

Die überwiegende Anzahl der Befragten hat aus den sozialen Medien von digitalen Kulturangeboten erfahren.

# Werden Sie die Online-Kulturangebote nach der Corona-Krise weiterhin nutzen?



Eigene Darstellung

Mehr als die Hälfte der Befragten interessieren sich nicht für eine Nutzung digitaler Kulturangebote nach dem Lockdown.

# ▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

## Weitere Informationen erhalten Sie bei:

### **Claudia Kepke M.A.**

Telefon +49 3943 – 659 271

E-Mail [ckepke@hs-harz.de](mailto:ckepke@hs-harz.de)

Friedrichstraße 57 – 59

38855 Wernigerode

## Vielen Dank an die Studierenden:

Cieslak, Michelle

Friedrich, Lilly

Göhring, Anja

Haßelmann, Antje Magdalena

Havenith, Mara Charlott

Hein, Catharina Elisa

Hipp, Kristin

Kahl, Tina Sophia

König, Florentine

Le Dantec, Marie

Liebert, Christin

Müller, Daria

Nickels, Robin