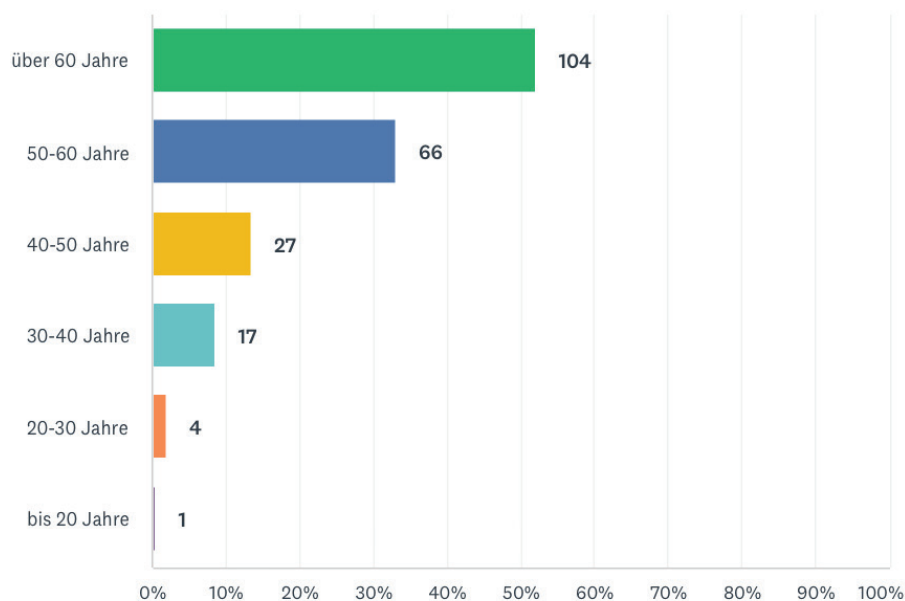


# Publikumsbefragung

## Kunstbox/Emailwerk Jänner 2023

Befragt wurden Besucher des Emailwerks auf zwei unterschiedlichen Wegen: 1. Aussendung an alle registrierten Newsletter-Empfänger und 2. Aufforderung zur Teilnahme auf den Kunstbox- und Emailwerk-Facebook-Seiten.  
Grundgesamtheit aller Teilnehmer: 219

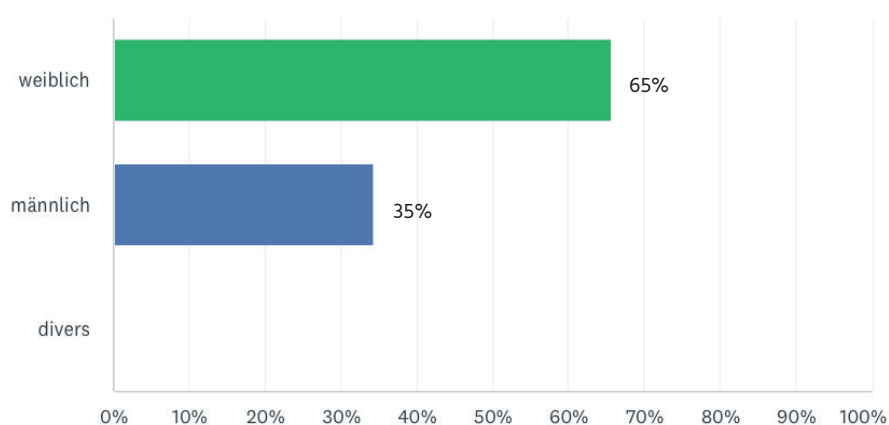
## Frage 1: Alter



### Kommentar:

Die größte Altersgruppe ist jene ab 50+, verfälscht wird das Ergebnis etwas, weil hier die Gesamtheit des Kinder-Publikums sowie die Schulveranstaltungen nicht berücksichtigt sind.

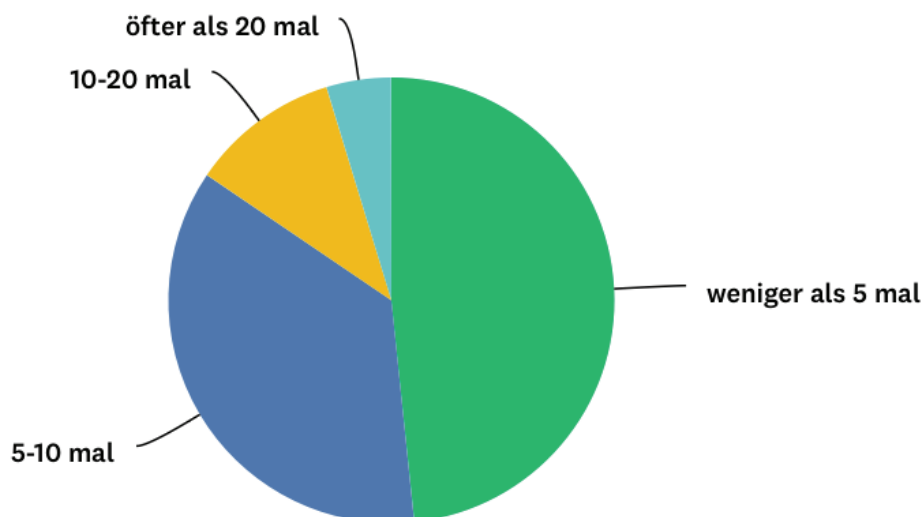
## Frage 2: Geschlecht



### Kommentar:

Das Emailwerk-Publikum ist - wenig überraschend - vorwiegend weiblich

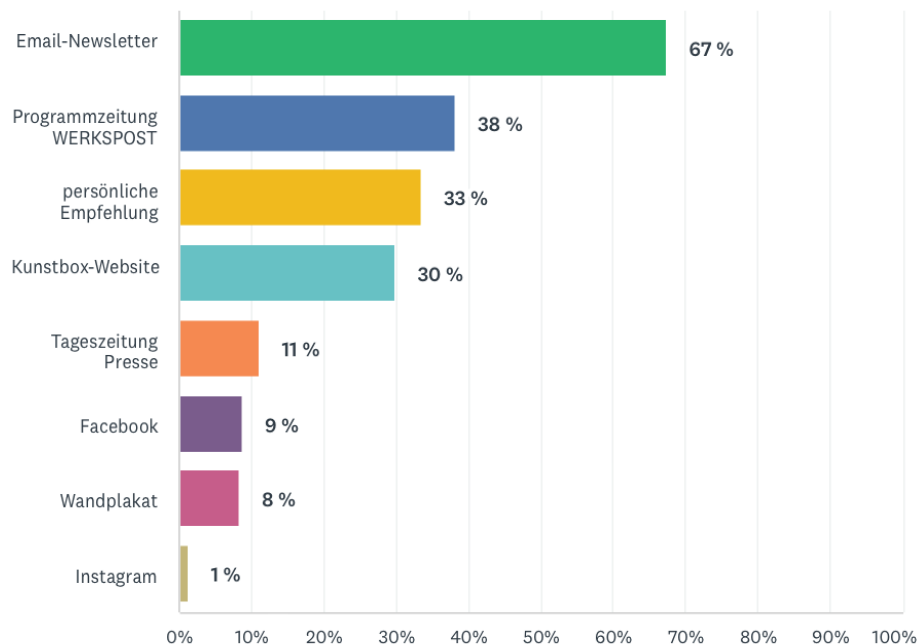
### Frage 3: Wie oft besuchen Sie das Emailwerk pro Jahr?



#### Kommentar:

Mehr als die Hälfte aller Besucher kommt 5-20 Mal, 5% sogar über 20 Mal

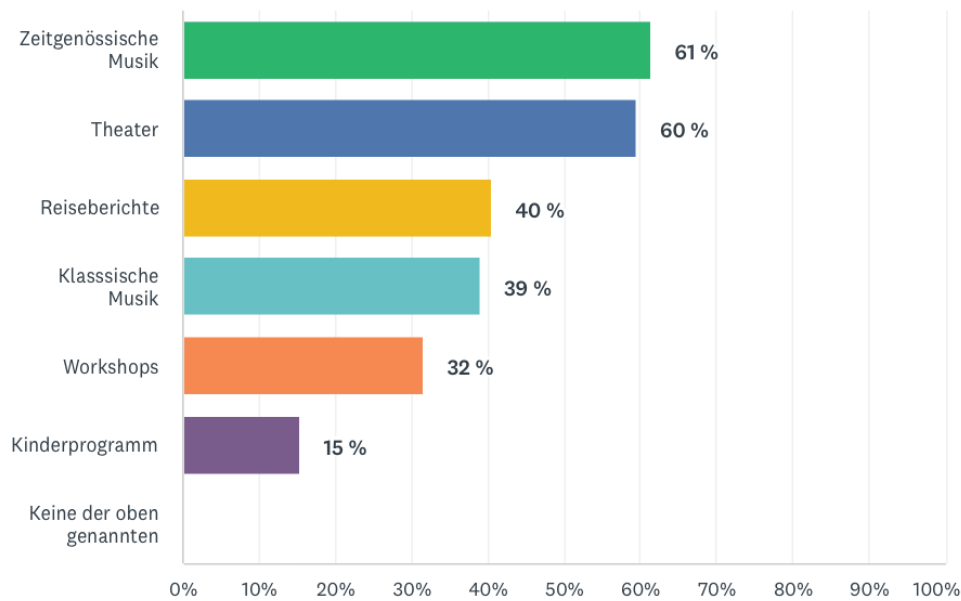
### Frage 4: Wie haben Sie von unseren Veranstaltungen erfahren?



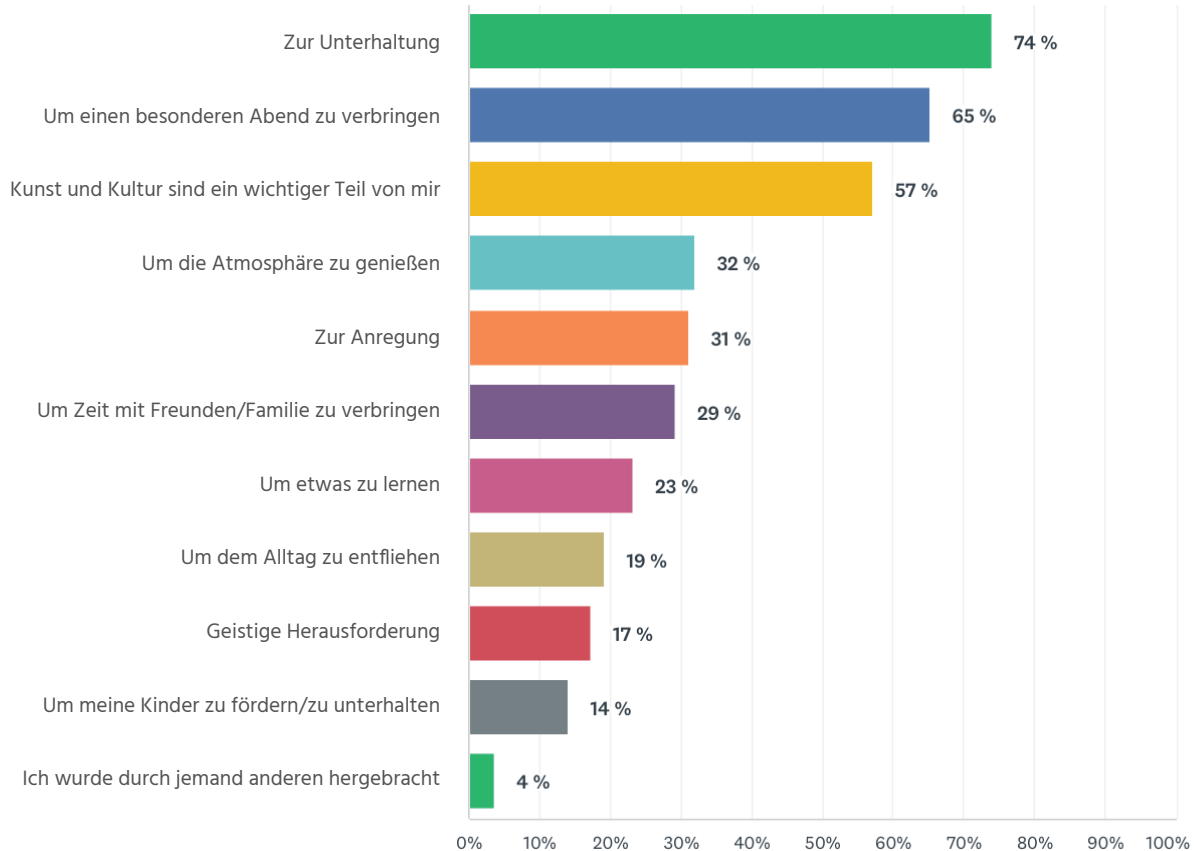
#### Kommentar:

Die direkte Ansprache siegt: Email, Programmzeitung und persönliche Empfehlung gewinnen, Tageszeitung und Presse verlieren zunehmend, Socialmedia im Kommen

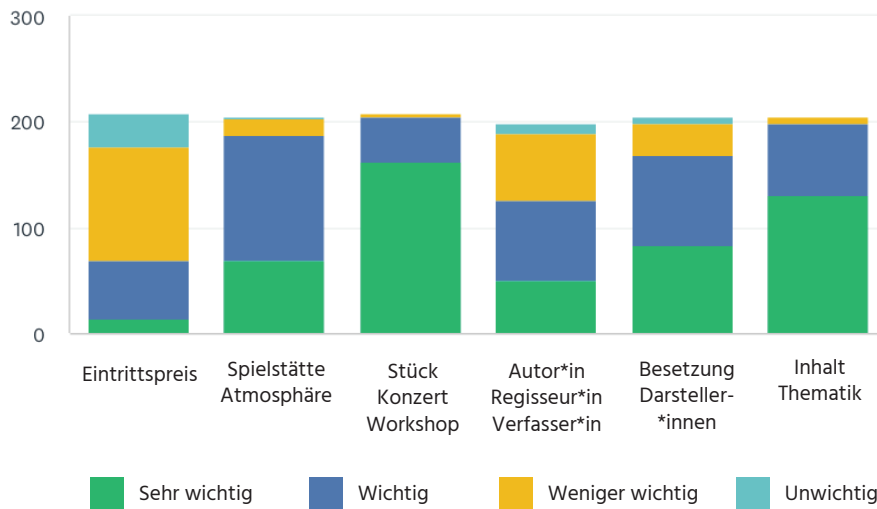
## Frage 5: Für welche Veranstaltungen interessieren Sie sich schwerpunktmäßig?



## Frage 6: Welche der folgenden Punkte beschreiben Ihre Motivation zum letzten Besuch?



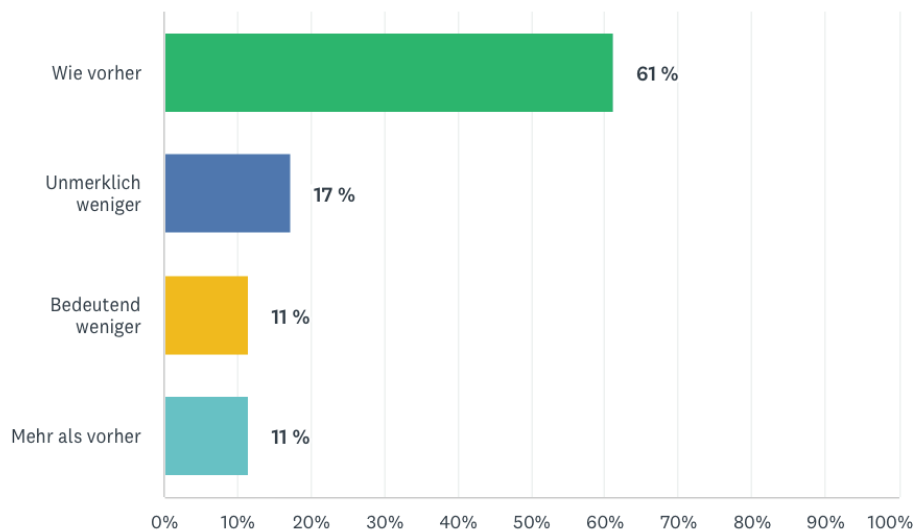
## Frage 7: Wie wichtig waren die folgenden Punkte für Ihre Entscheidung für ihren letzten Besuch?



### Kommentar:

Während das gewählte Theaterstück/Konzert sowie Inhalt und Thema die wichtigsten Entscheidungskriterien sind, folgt unmittelbar die Atmosphäre der Spielstätte. Der Preis der Eintrittskarten spielt eine untergeordnete Rolle.

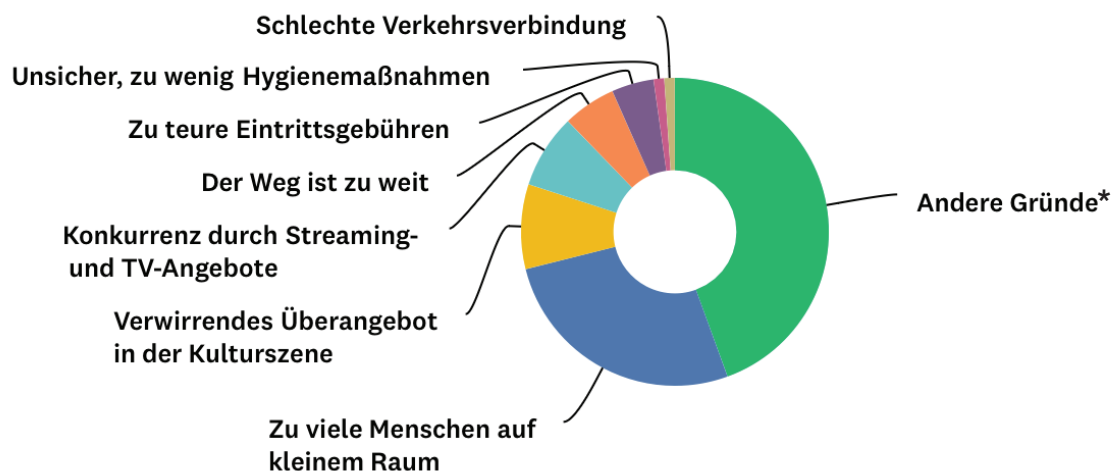
## Frage 8: Ist Ihre Bereitschaft, Kulturveranstaltungen zu besuchen, nach der Pandemie gesunken?



### Kommentar:

Die Lage scheint sich mit Anfang 2023 deutlich bzw. entspannen, das Publikum hat wieder erhöhte Lust auf Live-Bühnenerlebnisse...

## Frage 9: Bei einem oder mehr „weniger“ in der letzten Frage: Welche Gründe halten Sie von einem Kulturbesuch ab?



### \*Andere Gründe (Auszug):

Verhalten muss wieder neu aktiviert werden, „Konkurrenz“ unterschiedlicher Bereiche, die wieder besucht werden (Museen, Sport, Kultur, Menschen, Gaststätten,...), Gewöhnung insgesamt an ein „weniger“ - hat mit keiner einzelnen Einrichtung zu tun, genaue Überlegung, wofür ich wieviel Geld ausgeben (5-köpfige Familie)

...bin etwas fauler geworden

Entwöhnung während der Pandemie Zeit...

zu viele Menschen auf kleinem Raum und die stickige Atmosphäre

Gemütlichkeit zuhause

Ich merke nur an mir selbst, dass ich schon lange nicht mehr im Kino war. Ein zweiter Grund ist, dass manche Veranstalter die Covid Regeln übertrieben angewendet haben. Dorhin habe ich jetzt weniger Lust, zu gehen. Das gilt aber nicht für das Emailwerk.

Aussperren von Ungeimpften hat noch Nachwirkungen

Bin etwas mehr zu Hause oder treffe Freunde privat seit der Pandemie

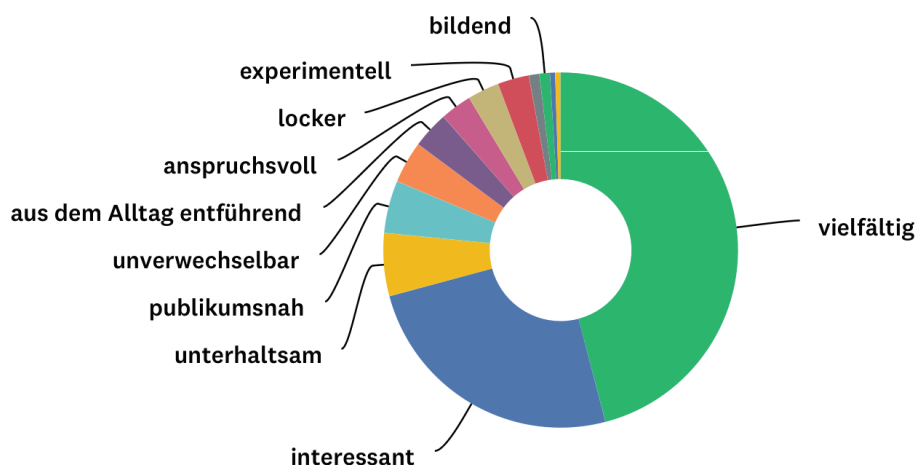
„verlernt“

stressiger Alltag, Bequemlichkeit, Regelmäßigkeit wiederfinden (Abos,...)

### Kommentar:

Die Motive, weniger in Kulturveranstaltungen zu gehen, liegen vor allem in den persönlichen Nachwirkungen der Pandemie wie „Cocooning“, „Bequemlichkeit“, „Angst vor vielen Menschen auf engem Raum, aber auch durchaus an Verletzungen, die durch das „Aussperren“ (2G etc.) ausgelöst wurden.

## Frage 10: Wie würden Sie das Programm-Angebot im Emailwerk bezeichnen:



### Kommentar:

„Interessant“ und „Vielfältig“ sind die meistgenannten Prädikate

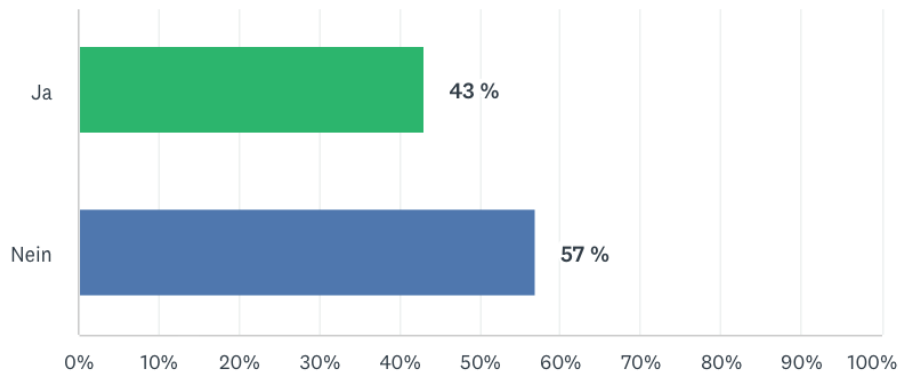
## Fragen 11 - 14: Wie zufrieden sind Sie im Emailwerk mit...



### Kommentar:

Deutlich unter dem guten Schnitt liegt das gastronomische Angebot des Emailwerks, in den Kommentaren wurde die Gründe dafür genannt: „mehr Speisenangebote“

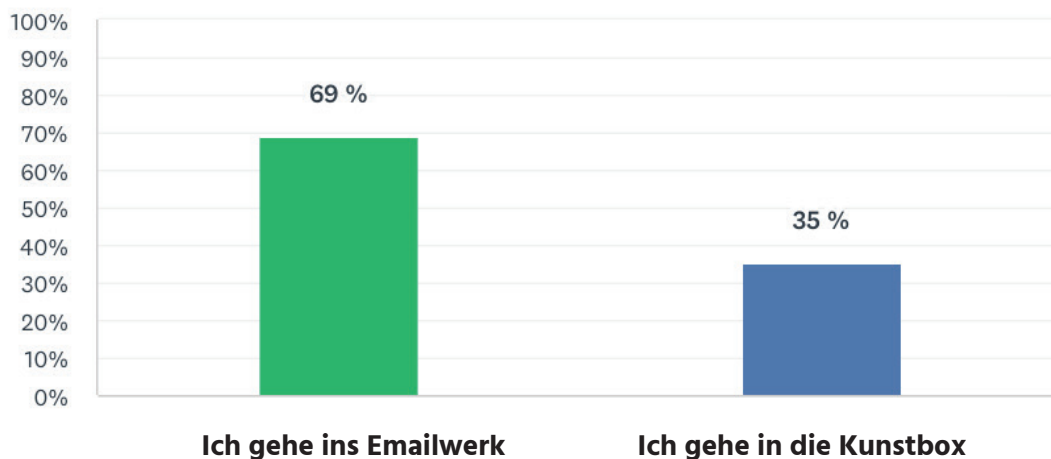
## Frage 15: Würden Sie eine eigene Kunstbox-App für Kartenreservierung, Popup-Nachrichten etc. verwenden?



### Kommentar:

In den Kommentaren wird deutlich, dass die Bereitschaft, eine App zu benutzen, vom Motiv getrieben wird, eine Erinnerung für ein gebuchtes Event zu erhalten.

## Frage 16: Wie formulieren Sie, wenn Sie uns besuchen:

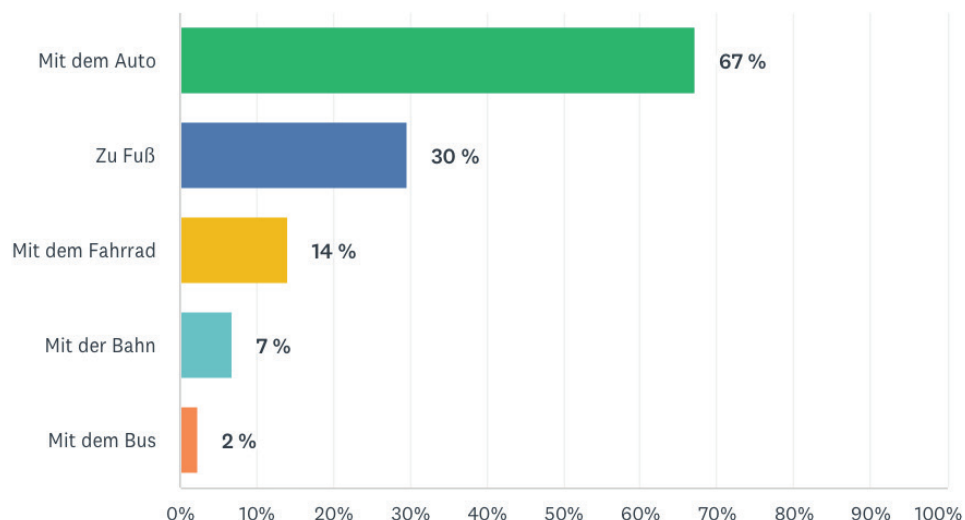


### Kommentar:

Die beiden Begriffe stellen von Anfang an eine Herausforderung dar, obwohl die Erklärung einfach ist: Emailwerk = Haus, Kunstbox = Trägerverein.



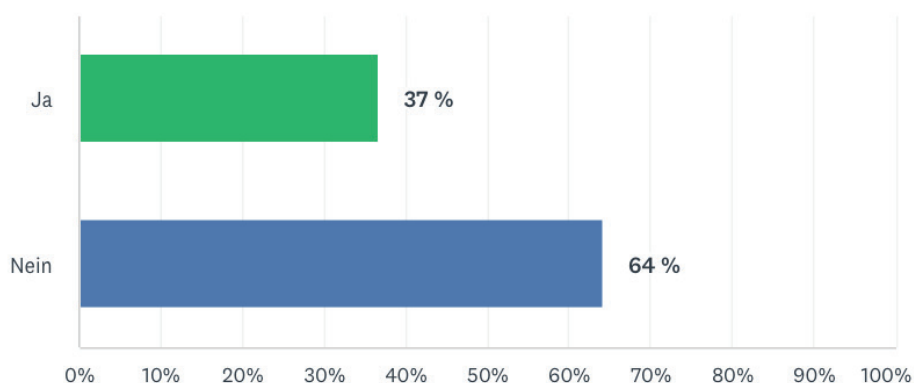
## Frage 17: Auf welchem Weg erreichen Sie das Emailwerk?



### Kommentar:

Auch wenn viele der Besucher mit Rad oder zu Fuß kommen, ist das Auto mit zwei Dritteln noch immer das wichtigste Verkehrsmittel, wenn man auf dem Land eine Kulturveranstaltung besucht. Damit verknüpft sich auch die nächste Frage.

## Frage 18: Wenn es eine organisierte Mitfahrgelegenheit geben würde, wäre das für Sie eine Option?



### Kommentar:

37% der Autofahrer würden eine Mitfahrgelegenheit annehmen, was uns darin bestärkt, weiter an dem Thema „Mitfahrbörse für Kunst- und Kulturveranstaltungen“ zu arbeiten und eine landesweite Lösung anzustreben.

## Frage 19: Was können wir in Zukunft besser machen?

123 der 219 Befragten haben auch hier spezifische Kommentare hinterlassen. Wir haben die Kommentare und Wünsche der Befragten nach Häufigkeit und Themenzugehörigkeit zusammengefasst und nehmen dazu Stellung:

### **MEHR KONZERTE**

Es ist und war uns immer sehr wichtig, dass wir in der kleinen Stadt Seekirchen ein breites kulturelles Angebot für alle Altersschichten anbieten. Die logische Folge war die Ausrichtung zu einem Mehrspartenhaus, welches viele verschiedenen Kulturgenres anbietet und vom Kleinkind bis zu älteren Personen die Möglichkeit gibt, entsprechende Veranstaltungen zu besuchen. Wir verstehen uns also nicht als reines Konzerthaus, sondern möchten möglichst viele Facetten von kultureller Teilhabe ermöglichen. Dass wir im Genre Musik nicht den Musikgeschmack aller Besucher\*innen treffen, ist uns bewusst. Es wird aber ständig daran gearbeitet, neue Formate zu entwickeln und anzubieten.

### **MEHR KABARETT**

Der unüberhörbare Ruf nach mehr Kabarett bringt uns in ein alt bekanntes Dilemma: Für die wirklich guten, bekannten Kabarettist\*innen ist unser Raum zu klein, daher sind die teils astronomischen Gagen wirtschaftlich nicht zu stemmen. Bei den Kabarettist\*innen, die noch nicht in diesen Gagenhöhen angekommen sind – und von denen es inzwischen eine schier unübersehbare Schwemme an Newcomer gibt – ist leider die Qualität nicht immer gegeben. Wir werden uns aber bemühen, diesen Spagat zu meistern und im kommenden Herbst auf Wunsch unseres Publikums einen Kabarett-Schwerpunkt einzuplanen.

### **PREISGESTALTUNG KINDERVERANSTALTUNGEN**

Dass es vor allem in Zeiten wie diesen für kinderreiche Familien nicht einfach ist, zusätzlich zum täglichen Leben Kulturveranstaltungen finanziell zu stemmen, ist uns bewusst. Wir möchten aber zu bedenken geben, dass die Gage eines Künstlers, der Kindertheater oder -musik anbietet, nicht niedriger ist, als von einem Künstler, der für Erwachsene spielt. Unsere Kinderveranstaltungen werden also bis zu 80% aus unserem Förderbudget finanziert, da eine Kinderkarte um EUR 8,- oder EUR 10,- bei weitem nicht alle Kosten (Gagen, Technik, AKM, Overheadkosten) decken kann. So gesehen sind Kinderveranstaltungen am schwierigsten zu finanzieren. Obendrein bieten wir

## Frage 19: Was können wir in Zukunft besser machen?

einen Einheitspreis (gleicher Preis für Kind und Erwachsene) an, was bei weitem nicht in Kultureinrichtungen so gehandhabt wird. Trotz allem ist uns Kinderkultur ungemein wichtig und unsere KREATIVEN KINDERTAGE stehen seit Eröffnung des Kulturhauses Emailwerk im Jahr 2005 als Fixpunkt im Programm. Wir haben große Freude daran.

### **FESTE SITZPLÄTZE**

Mehrfach wurde der Wunsch nach festen Sitzplätzen (keine freie Platzwahl) geäußert. Wir haben dafür großes Verständnis, können dem aber leider nicht nachkommen. Da der Saal bei jeder einzelnen Veranstaltung den jeweiligen Besucherzahlen, bzw. Veranstaltungserfordernissen angepasst wird (Stuhlreihen | leerer Raum für Bewegungsworkshops | Arbeitstische für Workshops | Clubtische | Stühle an der Wand für Tanzveranstaltungen, etc.), ist eine fixe Nummerierung der Reihen und Plätze in der täglichen Praxis nicht umsetzbar. Im Übrigen sind wir für die Flexibilität, die ein Raum mit fixen, nummerierten Stuhlreihen nicht gewährleisten könnte, sehr dankbar.

### **BESSERE RAUMBELÜFTUNG**

Auch diesen verständlichen Wunsch können wir gut nachvollziehen. In der Tat ist unsere Lüftung nun bald 18 Jahre alt, aber voll intakt und gut gewartet. Eine neue, modernere Lüftungsanlage, möglicherweise sogar mit Klimaanlage kostet viel Geld, welches in der Kultur leider immer knapp ist. Wir sind jedoch dabei, die Optimierungs-Möglichkeiten auszuloten und bei Machbarkeit in Auftrag zu geben.

### **FOYER UND GASTRONOMIE**

Kritisiert wurde das zu kleine Foyer als auch die Enge, die manchmal bei ausverkauften Veranstaltungen entsteht. Wir verstehen das, aber eine Vergrößerung des Foyers ist schlichtweg baulich nicht möglich (wohin vergrößern?). Manche Besucher\*innen wünschen sich mehr Kulinarisches (wenn man z.B. von der Arbeit direkt in die Veranstaltung fährt). Wir haben leider keine Küche, aber ein überschaubares Snack-Angebot (warme Pizza, Fladenbrot, Chips), das wir nun um knusprige warme Baguettes erweitern.

Der Rest der Kommentare lässt sich nur schwer zusammenfassen, da es sich in der Mehrzahl um Einzelmeinungen handelt, die sich oft auch gegenseitig aufheben (z.B. „mehr Musik, weniger Workshops“ vs. „mehr Workshops, weniger Konzerte“). Ein sehr großer Teil der Befragten spendete auch Lob für Programmgestaltung und Teamleistung.