



Illustration: Besucherbefragung

Institut für Marktorientierte Unternehmensführung
Prof. Dr. Manfred Schwaiger
Kaulbachstraße 45/I
D-80539 München

phone+49 89 2180-5640
Fax+49 89 2180-5651
e-mail: schwaiger@lmu.de
<https://www.som.lmu.de/imm/de/>



Untersuchungssteckbrief

Illustration:
Untersuchungssteckbrief

Die Besucher:innen des Staatstheaters wurden zu ihrer **Person**, ihrer **Zufriedenheit**, ihrem **Besuchsverhalten**, ihrer **Mediennutzung** und zur **Reputation** des Staatstheaters befragt.

Ziel der Befragung	<ul style="list-style-type: none">• Neben dem Besuchsverhalten und der Mediennutzung der Besucher:innen wurde analysiert, wie das Staatstheater von seinem Publikum wahrgenommen wird.• Identifikation der Präferenzen mit Blick auf Verbesserungspotentiale• Messung der Reputation des Staatstheaters im Wettbewerbsvergleich
Erhebungsmethode	<ul style="list-style-type: none">• Standardisierte Befragung (Online-Fragebogen, überwiegend geschlossene Fragen)• Befragung in zehn konsekutiven Teilblöcken
Erhebungszeitraum	<ul style="list-style-type: none">• Samstag, 08. Juli 20xx bis Sonntag, 30. Juli 20xx
Befragte Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none">• Versand des Umfragelinks durch das Staatstheater per E-Mail an > 100.000 Adressat:innen (Newsletter-Abonent:innen, Kartenkäufer:innen seit September 20xx und bestehende Abonent:innen der laufenden Saison)• 9.297 Personen haben den Fragebogen im Befragungszeitraum vollständig abgeschlossen (bereinigt).

Executive Summary

Illustration:
Executive Summary

- Der/die **durchschnittliche Umfrageteilnehmer:in** ist 55 Jahre alt, in zwei Drittel der Fälle weiblich, oftmals Rentner:in oder Angestellte:r und kommt aus Stadt oder ihrer unmittelbaren Umgebung. Hinsichtlich der soziodemografischen Struktur sehen wir keine nennenswerten Veränderungen im Vergleich zu den letzten Wellen.
- Die deutliche Mehrheit der Befragten ist **mit dem Staatstheater (eher bis sehr) zufrieden** (76,8%). Fast 2/3 sind sog. Promotoren (Top2-Boxes auf der NPS-Skala), der **NPS** (51,8) ist weiterhin im **exzellenten Bereich, wenngleich** im Zeitverlauf etwas gesunken (2019: 61,3; 2017: 61,8).
- Der **Großteil** der Umfrageteilnehmer:innen (89,8%) hat das Staatstheater **in den letzten beiden Spielzeiten besucht**. Mehr als die Hälfte der Befragten (55,7%) besuchte das Staatstheater bereits vor den 2000er Jahren zum ersten Mal. Im Besitz eines **Abonnements** ist für die laufende und kommende Spielzeit jeweils **rund ein Drittel** (bis August 2023: 33,2% und ab Sept. 2023: 34,9%).
- Vergleichbar zu den Vorjahren sind die beliebtesten Sparten **Oper und Ballett**. Dies spiegelt sich erneut in den Besuchsgründen für das Staatstheater (69,4%, die Oper bzw. Ballett oder Konzert lieben) und dem Rückblick auf die besuchten Veranstaltungen in den letzten 12 Monaten wider.
- Die **Gründe für den Besuch des Staatstheaters** haben sich über die Jahre etwas verändert. Während die **Liebe zu den verschiedenen Sparten**, die **herausragenden Künstler:innen** sowie der **Ruf** des Staatstheaters über die Jahre konstant die wichtigsten Besuchsgründe sind, hat ihre relative Bedeutung nach der Corona-Pandemie 2023 etwas abgenommen. Gründe wie die **Teilnahme am kulturellen Leben**, sich **unterhalten** lassen zu wollen oder **Abstand zum Alltag** zu gewinnen haben gleichzeitig zugenommen.
- Bezüglich ihrer **Reputation** schätzen die Befragten die **Kompetenz** des *Wettbewerbers 1* und des *Wettbewerbers 2* etwas höher ein als die des Staatstheaters. In puncto **Sympathie** ist das Staatstheater jedoch anderen Staatstheatern nach Einschätzung der Befragten **weit voraus**.

Gesamtbewertung: Zufriedenheit & Weiterempfehlung

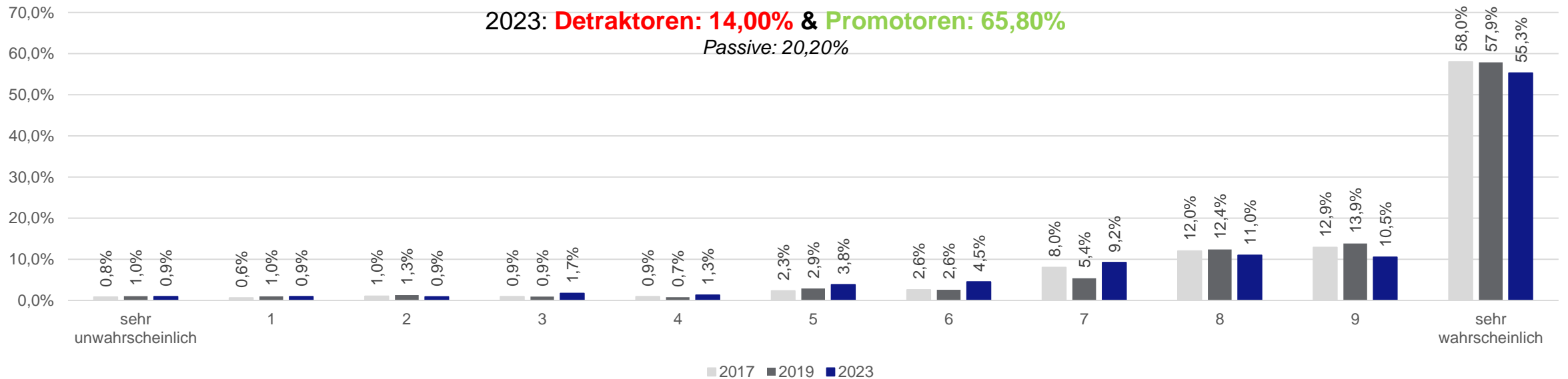
Illustration:
Gesamtauswertung

Der Großteil der Befragten ist mit dem Staatstheater (eher bis sehr) **zufrieden** (2023 – Top 3: 76,8%). Knapp **zwei Drittel** erweisen sich als **Promotoren** extrem weiterempfehlungsbereit. Der NPS ist leicht gesunken, aber weiterhin im exzellenten Bereich.

Net Promoter Score: Wie wahrscheinlich ist die Weiterempfehlung des Staatstheaters?

2023 Ø = 8,59
2019 Ø = x,xx
2017 Ø = x,xx

NPS 2023 = 51,8
NPS 2019: x,xx
NPS 2017: x,xx

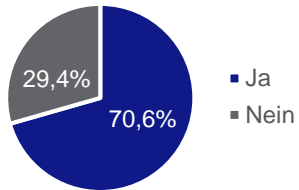


Mediennutzung: E-Mail-Newsletter

Illustration:
Mediennutzungsverhalten

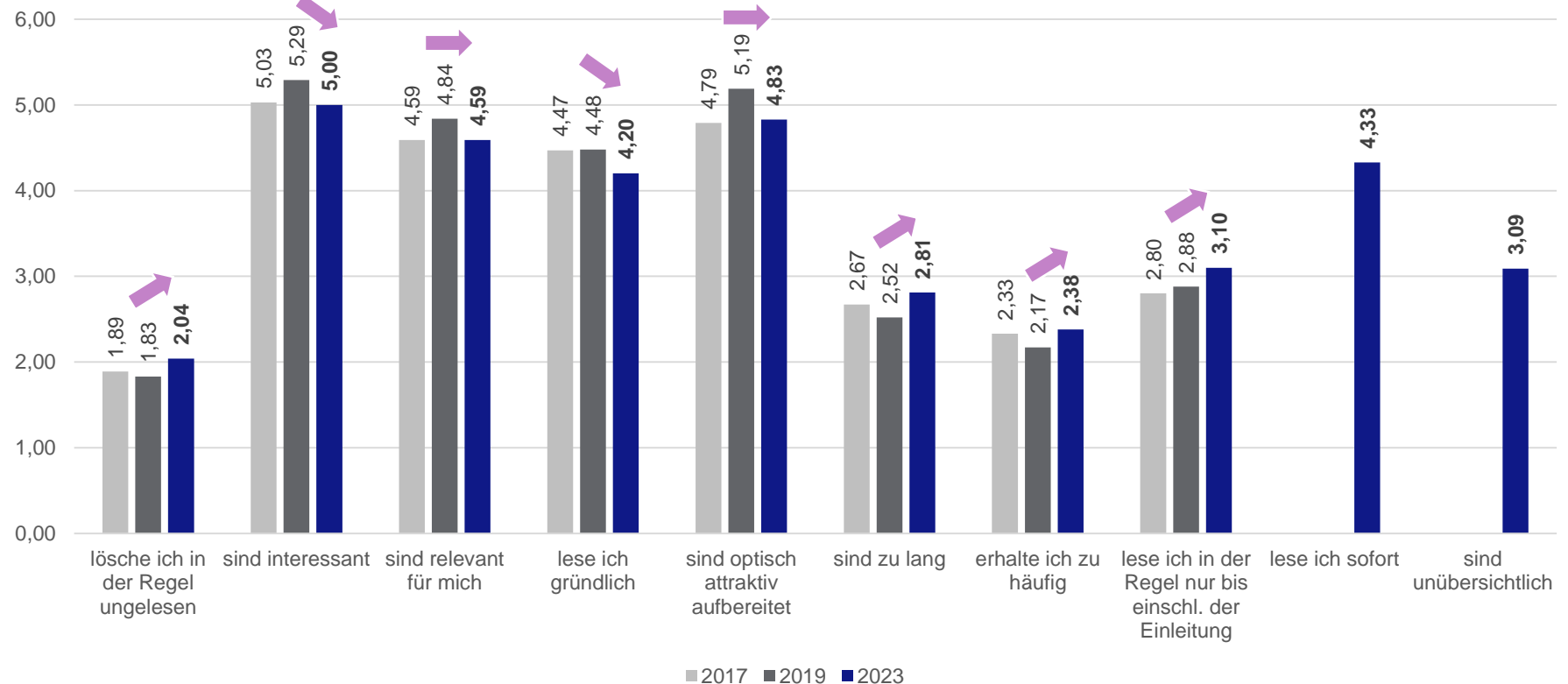
Im Zeitvergleich bewerten die Befragten den **Newsletter kritischer**. Er wird als minimal **weniger interessant wahrgenommen**, Empfänger lesen ihn gemäß Selbsteinschätzung etwas weniger gründlich und löschen ihn öfter. Dennoch schneidet der Newsletter in allen Dimensionen gut ab.

Nutzen Sie – zumindest gelegentlich – den E-Mail-Newsletter?



Newsletter-Nutzer:innen:
2019 = xx,9%
2017 = xx,1%

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu: Die E-Mail-Newsletter ...



Abfrage von 1 „trifft überhaupt nicht zu“ bis 7 „trifft voll und ganz zu“

Mediennutzung: Zusatzangebot Zahlungsbereitschaft

Illustration:
Zahlungsbereitschaft

Laut dem Price Sensitivity Meter von van Westendorp liegt der **optimale Preispunkt für das Zusatzangebot bei ca. 12 Euro.**

„x“ Euro halte ich für zu günstig, so dass ich an der Qualität zweifeln würde; $N = 3.700$

Mittelwert: **11,59 €** ($SD = 63,72 €$)

„x“ Euro halte ich für günstig; $N = 3.700$

Mittelwert: **19,27 €** ($SD = 51,49 €$)

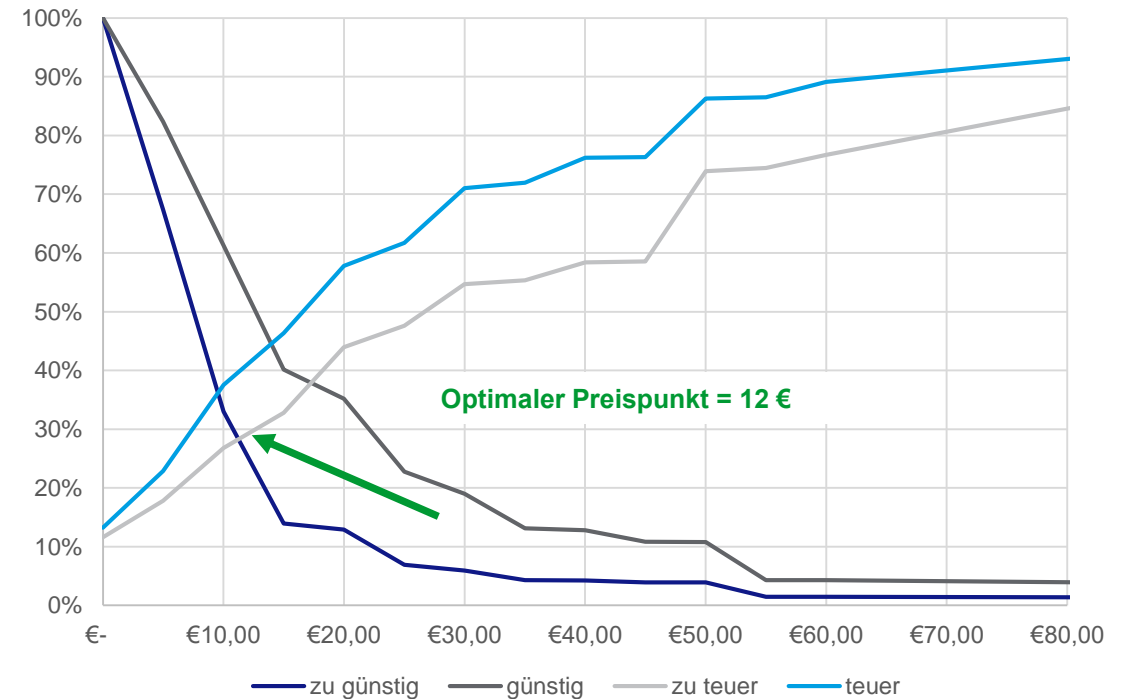
“x“ Euro halte ich für teuer, würde aber noch kaufen; $N = 3.700$

Mittelwert: **30,85 €** ($SD = 49,16 €$)

„x“ Euro halte ich für zu teuer und würde nicht mehr kaufen; $N = 3.700$

Mittelwert: **49,32 €** ($SD = 72,04 €$)

Van Westendorp's Price Sensitivity Meter; $N = 3.700$

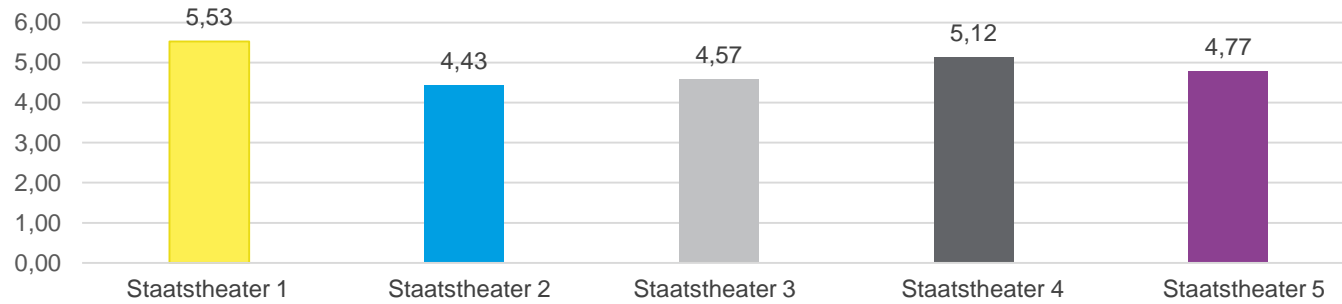


Reputation: Kompetenz und Sympathie

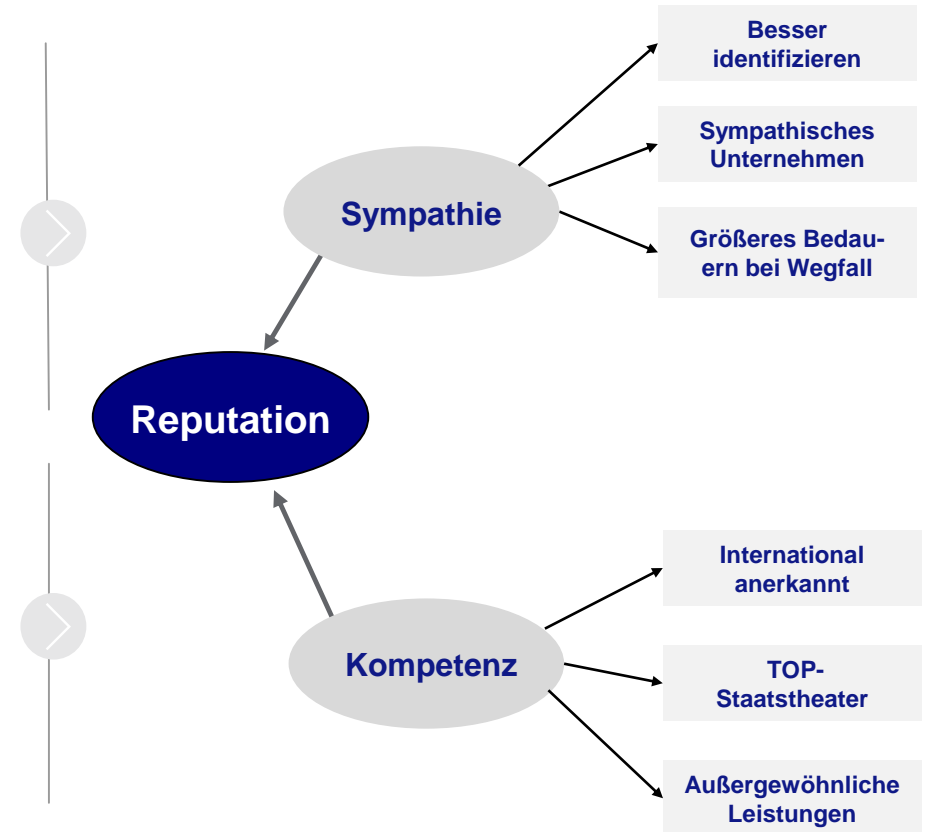
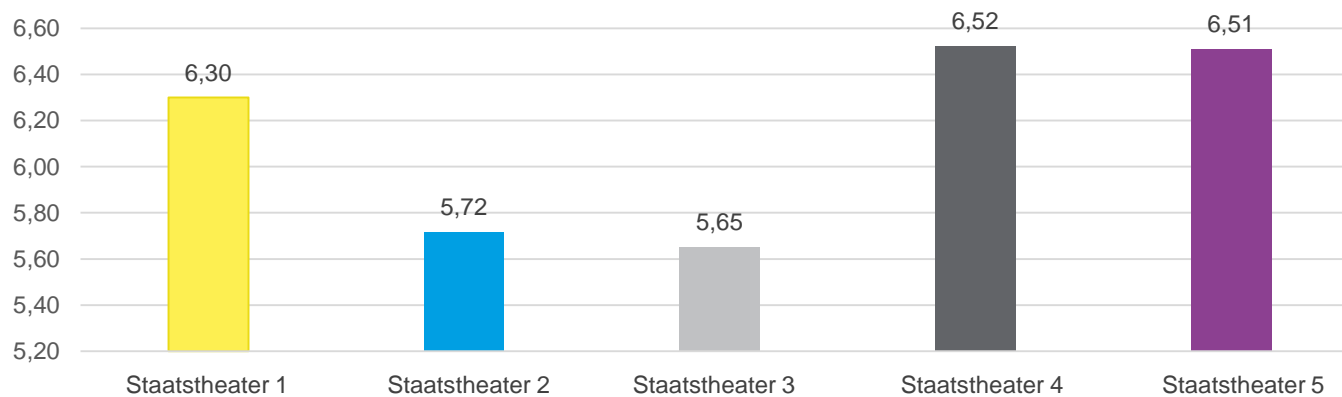
Illustration:
Reputation

Betrachtet man die **Reputationstreiber** unterteilt in eine **Sympathie-** und **Kompetenzmessung** erkennt man, dass die Befragten **stärker mit dem Staatstheater sympathisieren** als mit anderen Häusern, das Staatstheater aber bei der **Kompetenz Konkurrenz** erfährt.

Sympathie-Items pro Staatstheater (Mittelwert)



Kompetenz-Items pro Staatstheater (Mittelwert)



Kritik & Lob: Was wollten Sie uns schon immer einmal sagen?

Illustration:
Offene Fragen

Über die Hälfte der 250 ausgewerteten offenen Antworten beinhalten **Lob und Kritik** bezüglich des Programmes und der Inszenierungen.

Programm/Inszenierung (136)

- Gut kommt z.B. das Balkonsingen an
- xx% bewerten das Programm als zu „modern & schrill“
- yy% wünschen sich mehr klassische Stücke & Opern

Design (Webseite/Schrift) (32)

- Schriftart gut lesbar
- Neues Design gefällt

Abo/Ermäßigung (18)

- Abo/Ermäßigung auch beim Online Kartenkauf gewünscht
- Änderung der Inhalte des Premierens Abos wird gewünscht

Atmosphäre Theater (17)

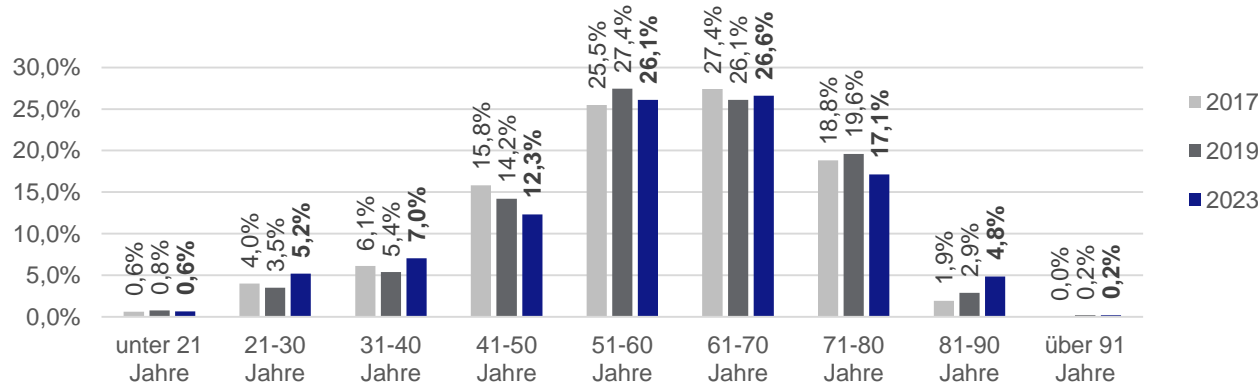
- Lob für Einlass- & Garderobenpersonal
- Fotos der Künstler in den Foyers werden wieder gewünscht
- Kritik an Sitzplätzen mit schlechter Sicht

Stichprobenstruktur

Illustration:
Stichprobe der Befragung

Der/die durchschnittliche Umfrageteilnehmer:in ist **55 Jahre** alt, in ca. **zwei Drittel** der Fälle **weiblich** und kommt aus **Ort** oder **Umgebung**. In soziodemographischen Aspekten sind **große Ähnlichkeiten** zu den Stichproben der Vorjahre zu erkennen.

Alter



Geschlecht

