EventKultur
Rhein-Neckar e.V.
Verband der Clubbetreiber, Veranstalter & Kulturereignisschaffenden der Metropolregion Rhein-Neckar

Konkurrenz belebt das Geschäft

Warum die Metropolregion Rhein-Neckar mehr Musikclubs braucht

Studie zur Musikwirtschaft in der Metropolregion Rhein-Neckar mit Inhalten der "Freizeitstudie MRN 2018" der DHBW Mannheim und Arbeiten der Popakademie Baden-Württemberg

Erstellt im Auftrag des Verbandes „Eventkultur Rhein-Neckar“

Mit freundlicher Unterstützung:

IHK Rhein-Neckar Darmstadt Pfalz

DHBW Duale Hochschule Baden-Württemberg Mannheim

POPAKADEMIE BADEN-WÜRTTEMBERG

STARTUP MANNHEIM CULTURAL INNOVATION OFFICE

Metropolregion Rhein-Neckar

> Altersgruppe 14-49 Jahre
1.028.510 Einwohner

> 772.411 Personen der Altersgruppe, die laut DHBW Studie mindestens"gelegentlich" feiern gehen

Fläche:	5.637,78 km
Einwohner:	2.379.176
Bruttoinlandsprodukt:	92,6 Mrd. Euro

Die Metropolregion Rhein-Neckar ist Heimat vieler erfolgreicher Firmen, namhafter Forschungseinrichtungen, Hochschulen und Kulturinstitutionen sowie lebenswerter Städte und Gemeinden. Diese regionalen Akteure kooperieren eng und bilden eine Allianz starker Partner, die dazu beiträgt, dass Rhein-Neckar einer der wirtschaftlich stärksten und lebenswertesten Standorte Deutschlands ist.
Eine reiche Kulturszene, erstklassiger Spitzen- und Breitensport und eindrucksvolle Natur prägen die Rhein-Neckar-Region ebenso wie attraktive Arbeitsplätze in Wirtschaft, Forschung und Lehre. Diese Fülle an Möglichkeiten in nächster Nähe ermöglicht es den 2,4 Millionen Einwohnern, gut zu leben und beruflich erfolgreich zu sein. Die Region Rhein-Neckar zeichnet sich aus durch ein gemeinschaftlich engagiertes und tolerantes Miteinander und einen ausgeprägten, selbstbewussten und lebendigen Bürgersinn ihrer Bewohner, deren Erfindungsreichtum die Zukunft der Region sichert.

Hintergrund & Zielsetzung

Hintergrund & Zielsetzung

„[…] ich sehe, dass in manchen Städten der Region genau diese Veranstaltungsszene, die auch die Clubszene trägt, die auch die Subkulturszene trägt, einen schweren Stand hat. Ich sehe relativ viele Clubschließungen, gerade was Angebote für jüngere Menschen angeht, da habe ich dann schon Bauchweh. Da mache ich mir einige Sorgen!“

(René Pöltl // Oberbürgermeister 1 – Stadt Schwetzingen)

Hintergrund

> In den vergangenen Jahren wurden u.a. auch in der Metropolregion Rhein-Neckar (MRN) langjährig etablierte Clubs und Diskotheken geschlossen, was nicht nur bei Betreibern als Verlust kultureller Vielfalt wahrgenommen wird.

> Der Club- und Veranstalterverband „Eventkultur Rhein-Neckar“ hat es sich zur Aufgabe gemacht, diesem Phänomen - landläufig auch als „Clubsterben“ bezeichnet – zu begegnen.

> Um entsprechende Maßnahmen zum Erhalt der Club kultur zu erarbeiten, hat der Verband im Sinne einer stärken Publikumsorientierung eine Bedarfsermittlung durchführen lassen.

Zielsetzung

> Die Zielsetzung der Studie lag darin, maßgebliche Einfluss faktoren für eine in der MRN funktionierende Nachtökonomie mit Fokus auf Musikclubs aus Sicht von Angebot und Nachfrage zu untersuchen.

> Folgende Fragen wurden u.a. bearbeitet:

- Welchen Freizeitaktivitäten gehen Bewohner der MRN nach?
- Welchen Stellenwert hat dabei das Nachtleben?
- Welche Bedeutung hat der Musikclub für das Nachtleben in der MRN?
- Wie sind die Musikspielstätten wirtschaftlich aufgestellt?
- Was sind die Probleme der SpielstättenbetreiberInnen?
- Welche Anforderungen und welchen Blick auf die Veranstaltungswirtschaft haben die Stakeholder der Region?

Studiendesign

Studiendesign

Studienschwerpunkt 1: Bevölkerung	Studienschwerpunkt 2: Spielstätten & Veranstalter	Studienschwerpunkt 3: Stakeholder
> Bevölkerungsrepräsentative Face-to-Face Umfrage in der MRN unter 14- bis 49-jährigen zum Freizeit- und Ausgehverhalten.	> Repräsentative Onlineumfrage unter Spielstätten-Betreibern und Veranstaltern der MRN	> Qualitative Expertenbefragung mit Stakeholdern aus Wirtschaft, Politik und Bildung in der MRN
> Durchgeführt durch die DHBW unter Leitung von Prof. Dr. Carsten Schröer	> Durchgeführt im Rahmen einer gemeinsamen Masterarbeit an der Popakademie durch Magdalena Wilhelmstrop und Hendrik Meier	
> 389 persönliche Interviews (CAPI)	> 89 Online-Befragungen (CAWI)	> 11 narrative Interviews
Holistische Studie zur Musikwirtschaft in der Metropolregion Rhein-Neckar		

Das Nachtleben als Standortfaktor

DHBW Duale Hochschule Baden-Württemberg Mannheim

Freizeitstudie 2018,
Bevölkerungsbefragung MRN

Das Nachtleben als Standortfaktor

Methodik

Grundgesamtheit

> Ca. 1.030.000 Bewohner der Metropolregion Rhein-Neckar im Alter zwischen 14 und 49 Jahren

Art der Erhebung

> Persönliche Befragung

Auswahlverfahren

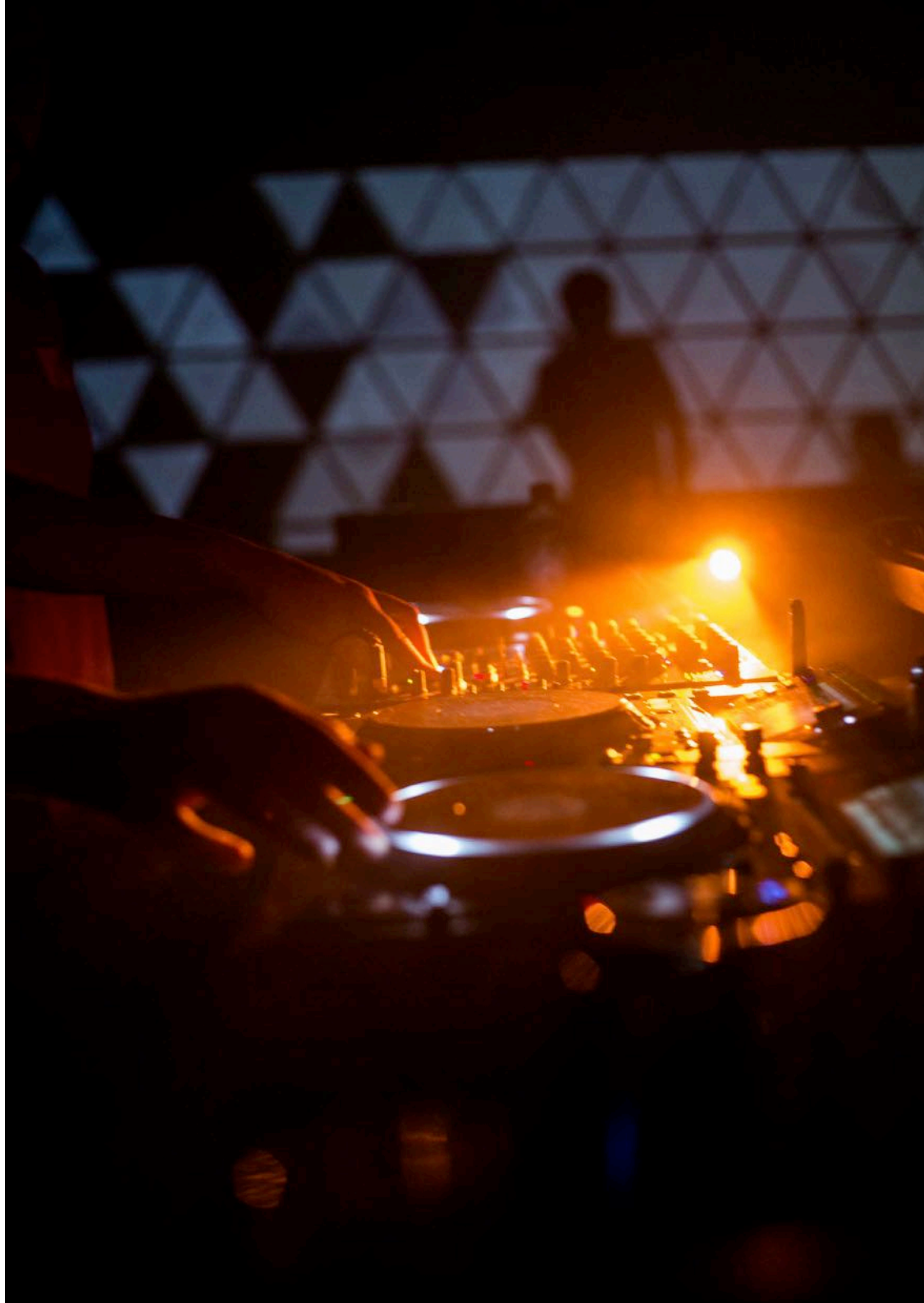
> Quotenauswahl anhand vorher festgelegter, demographischer Daten zu Alter und Wohnort und Geschlecht

Fallzahl

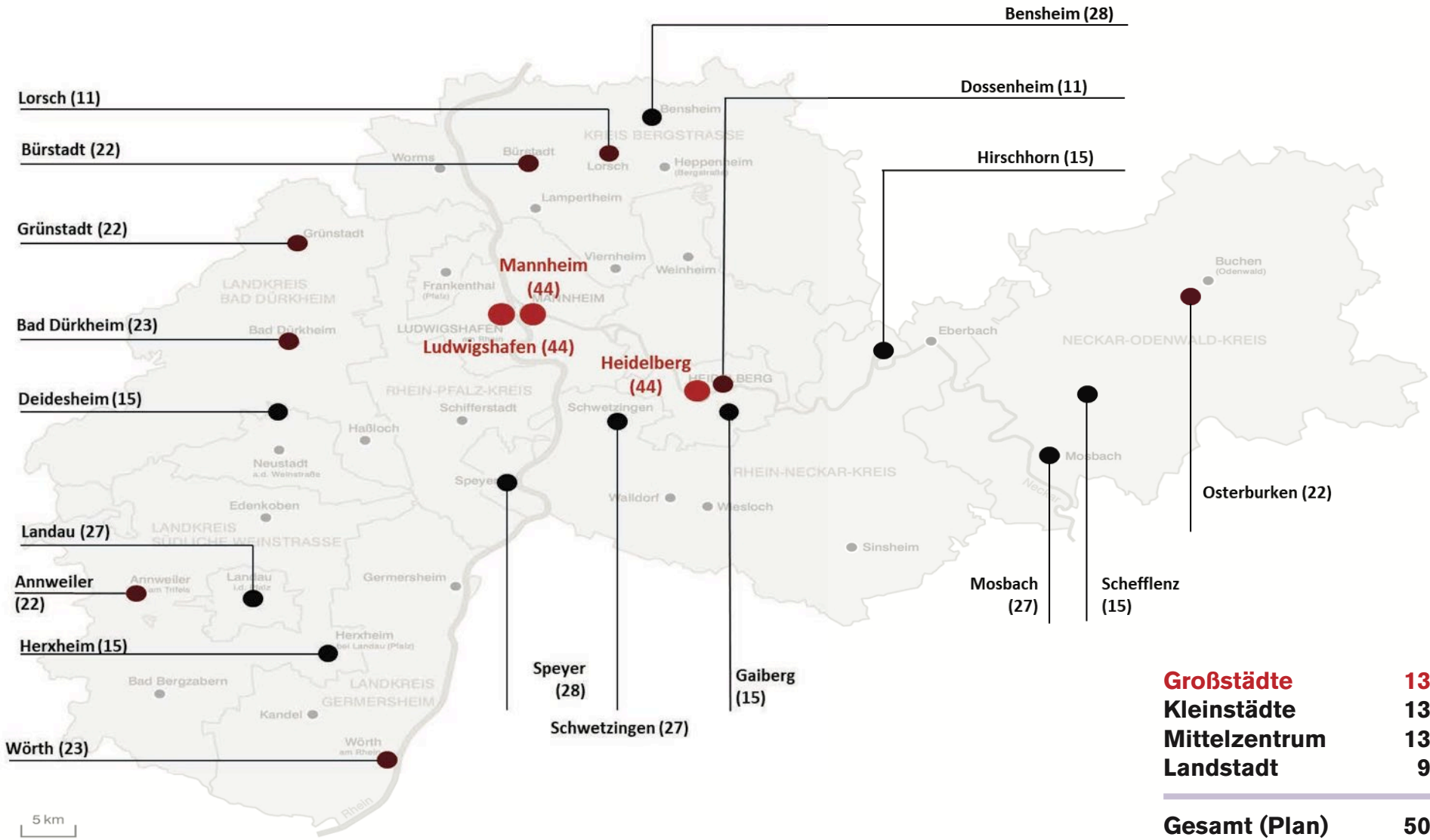
> 389 Bewohner der Metropolregion Rhein-Neckar

Erhebungsdatum

> 16.-23.05.2018



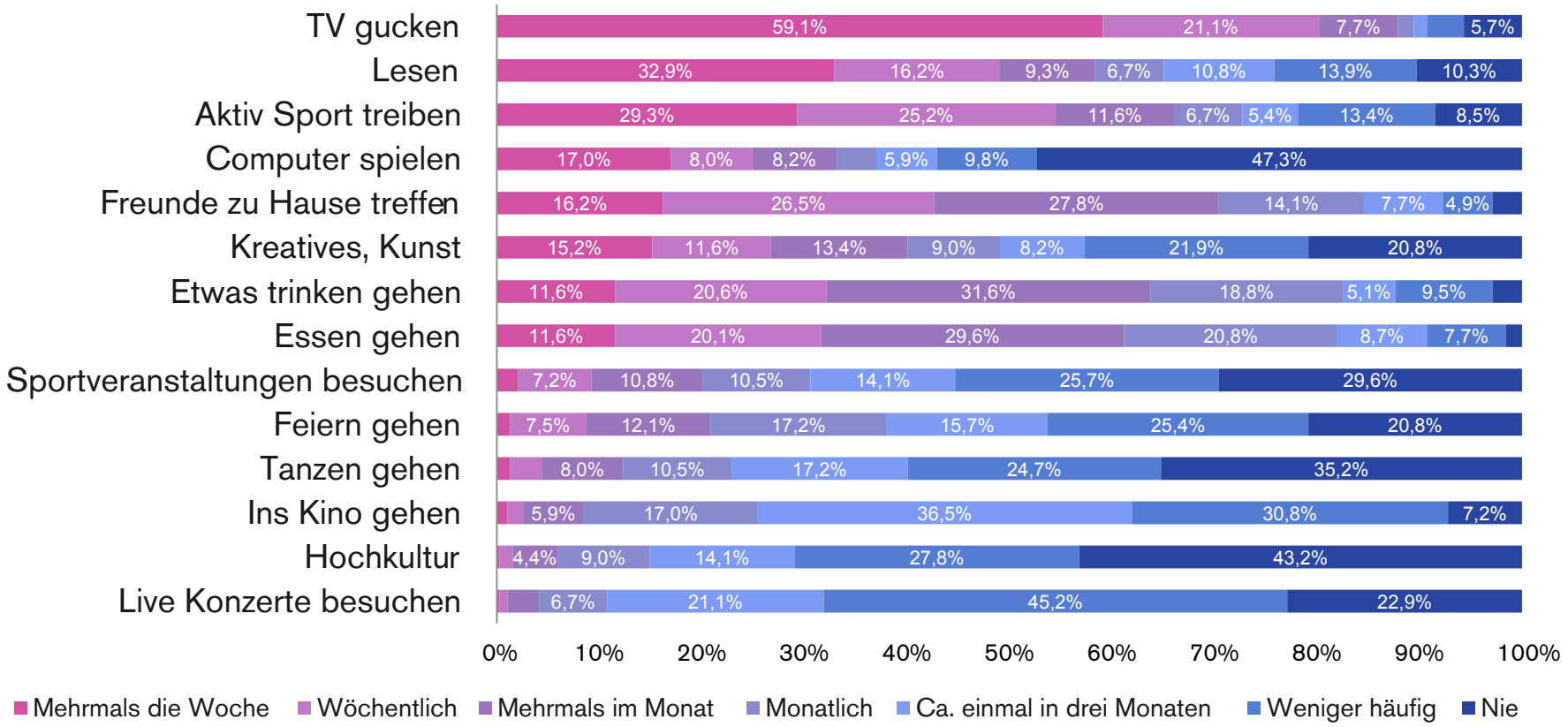
Sample-Points



Großstädte	**132**
Kleinstädte	**134**
Mittelzentrum	**137**
Landstadt	**97**
Gesamt (Plan)	**500**

Freizeitbeschäftigung

Neben (hoch-)kultureller Beschäftigung, Sport und dem gemütlichen Ausgehen (Essen & Trinken gehen), ist das Feiern gehen die 4. große Säule der Freizeitbeschäftigung!



Frage H1: Bitte sagen Sie mir, wie häufig Sie die folgenden Freizeitaktivitäten in etwa ausüben. Sie haben die Auswahl zwischen: „mehrmals die Woche", „wöchentlich", „mehrmals pro Monat", „monatlich", „ca. alle drei Monate einmal", „weniger häufig" oder „nie".

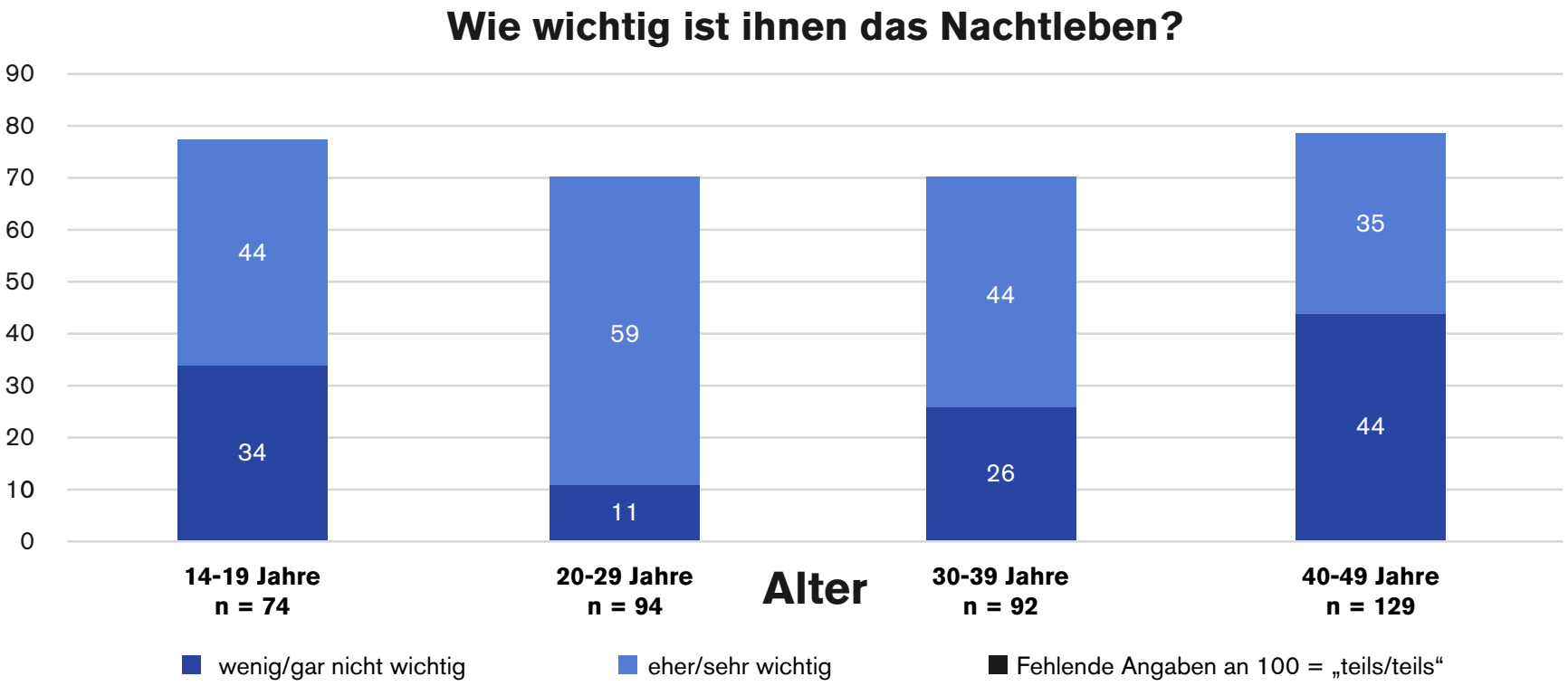
Basis: 389 befragte Bürger der MRN zwischen 14 und 49 Jahren.

»In bestimmten Lebensphasen kann [...]Kultur klar ein Faktor sein, um sich für einen Ort, Stadt oder Region zu entscheiden. Deshalb sind Clubs, Kinos, Theater und so weiter auch so wichtig für Metropolregion Rhein-Neckar als Standortfaktor.«

(Kirsten Korte // Geschäftsführerin – Zukunft Metropolregion Rhein-Neckar e.V.)

Bedeutung nach Alter

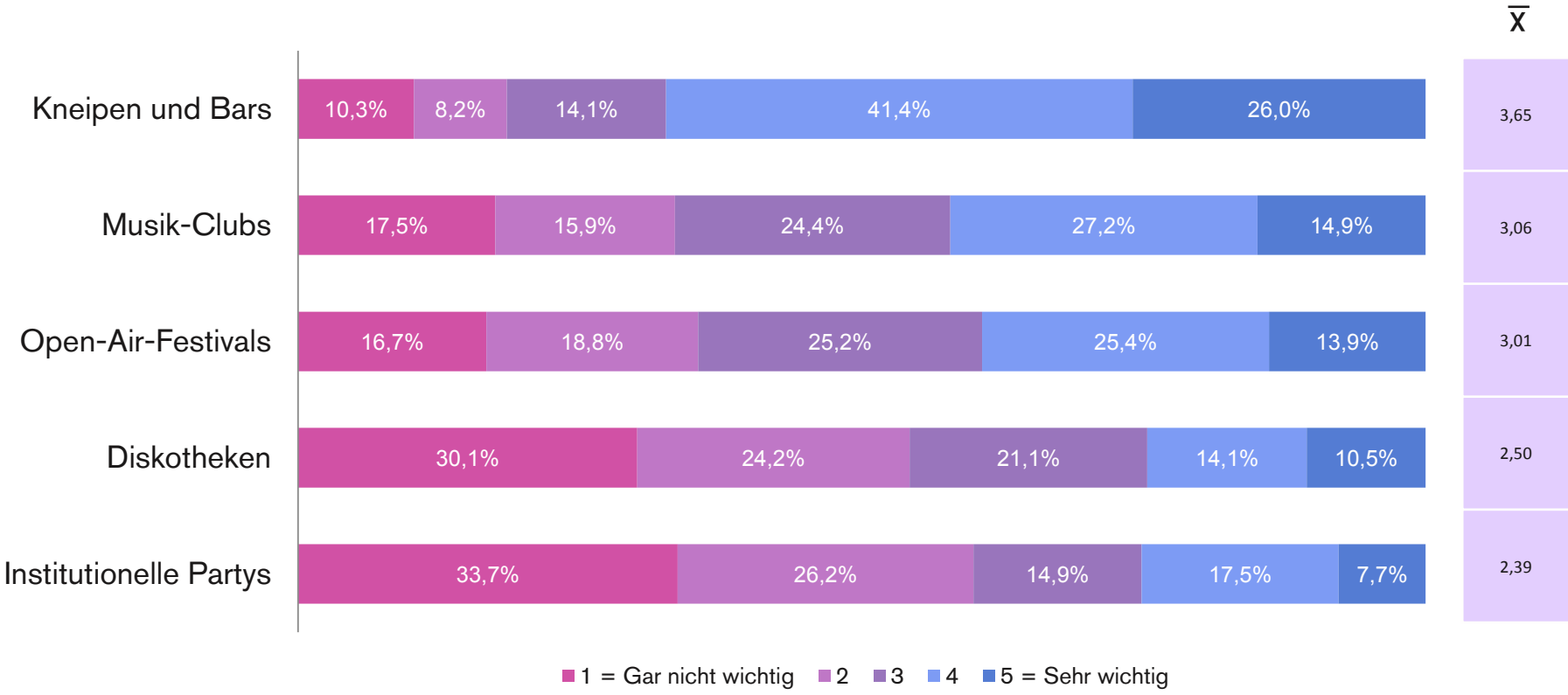
V.a. für 20-29jährige – häufig mit der Standortwahl für Studium oder Beruf konfrontiert – spielt das Nachtleben eine bedeutende Rolle. Die Bedeutung nimmt erst Ü40 ab.



Frage H3: Wie wichtig sind Ihnen für Ihr Leben folgende Aspekte. Bitte vergeben Sie Punkte von „1 = ist mir gar nicht wichtig" bis 5 = ist mir sehr wichtig".
Mit den Punkten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Bedeutung Institutionen

Musik-Clubs (42,16% top 2) rangieren als stetes Angebot an 2. Stelle nach Kneipen & Bars in Ihrer Relevanz für das Nachtleben! Diskos & Partys scheinen weniger relevant.



Frage H6: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Einrichtungen für ein attraktives Nachtleben?

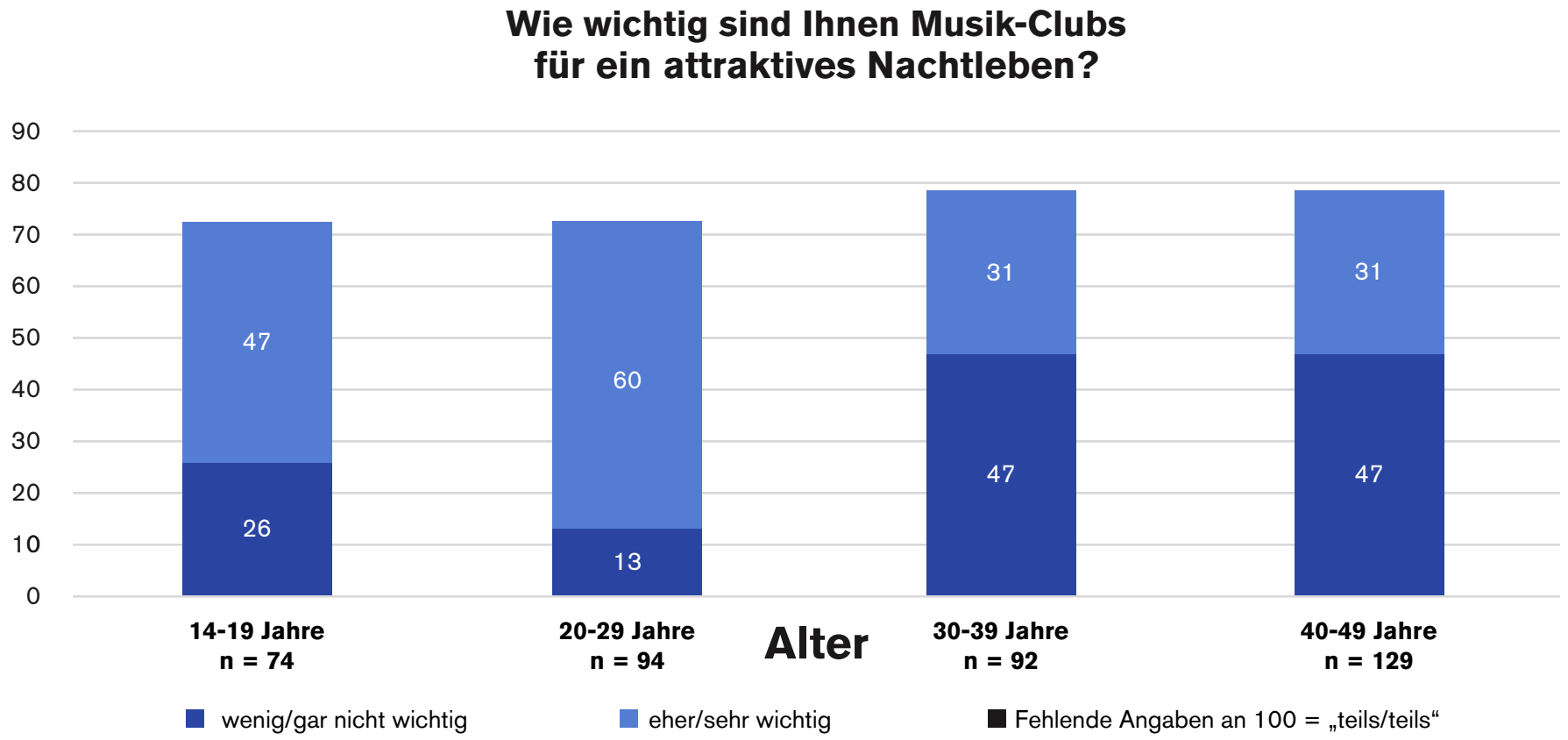
Basis: 389 befragte Bürger der MRN zwischen 14 und 49 Jahren.

"[Der Faktor Standort sowie Kultur spielen eine große Rolle] - gerade für Diejenigen, die wir dringend brauchen oder deren Akquise schwierig ist. Bei SAP sind das zum Beispiel die sog. "Early Talents", die meist direkt nach dem Studium bei uns einsteigen. Und diese Talente haben zurecht den Anspruch, dass sie hier nicht ausschließlich arbeiten, sondern auch Spaß haben wollen."

(Cawa Younosi // Head Of HR – SAP Deutschland)

Bedeutung Musik-Club / Alter

Wie auch schon beim Blick auf das allgemeine Nachtleben, zeigt sich auch bei den Musik-Clubs, dass die Bedeutung am größten für die Altersgruppe der 20-29jährigen ist.



Frage H6: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Einrichtungen für ein attraktives Nachtleben?

Zufriedenheit mit dem Nachtleben in der MRN

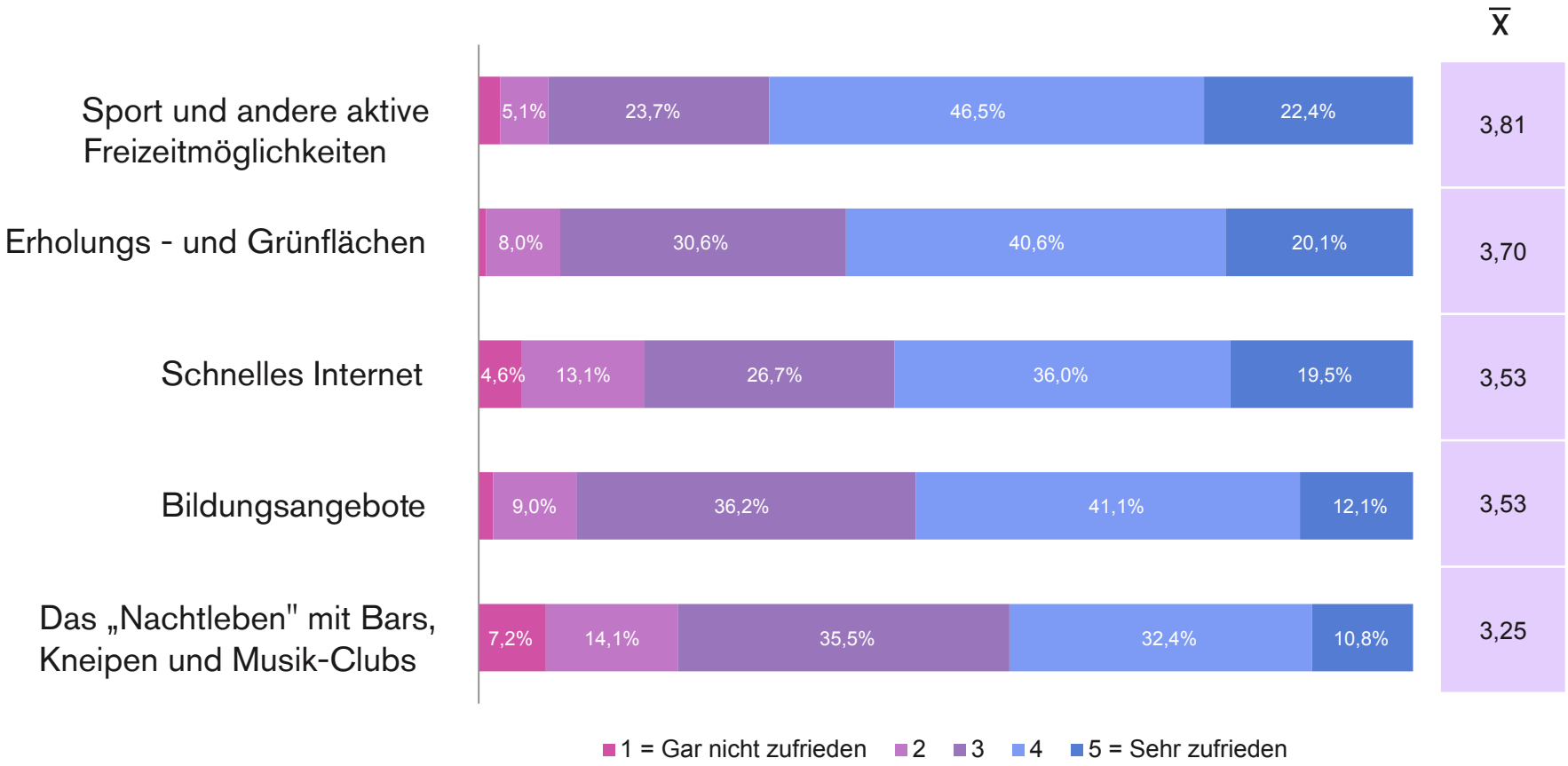
»Heidelberg [zum Beispiel] hat 40.000 Studenten und die Stadt ist, gerade im Kulturangebot, ausgelegt auf Leute über 60. […]. [Ein Musikclub-Angebot] ist mit Abstand der wichtigste Faktor, […] gerade für die [junge] Zielgruppe.«

(Christian Wiens // Geschäftsführer – GetSafe GmbH Heidelberg)

Zufriedenheit mit dem Nachtleben in der MRN

Standortfaktoren im Vergleich

Im Vgl. relevanter Standortfaktoren wird klar, dass die Zufriedenheit mit dem ‚Nacht-leben' in der MRN am geringsten und die Unzufriedenheit mit ~21% am höchsten ist.



Frage H4: Wie zufrieden sind Sie mit diesen Aspekten bezogen auf Ihre jetzige Lebenssituation? Bitte vergeben Sie wieder Punkte von „1 = gar nicht zufrieden" bis „5 = sehr zufrieden".

Basis: 389 befragte Bürger der MRN zwischen 14 und 49 Jahren.

»Wir haben keine vielfältige Clublandschaft mehr. Das finde ich in sofern traurig weil ich es nie verstanden habe, warum das so ist. Ich bin 1966 geboren und habe die 80er in Mannheim mitbekommen. Da war immer die Hölle los in der Stadt, ständig Konzerte...«

(Christian Sommer // Geschäftsführer – mg: mannheimer gründungszentren gmbh)

Zufriedenheit mit dem Nachtleben in der MRN

Musikclub Services

Im Vergleich diverser Musik-Club Services wird deutlich, dass v.a. die Auswahl an Clubs & Angeboten unbefriedigend ist – unabhängig vom Ausgehverhalten der Befragten.

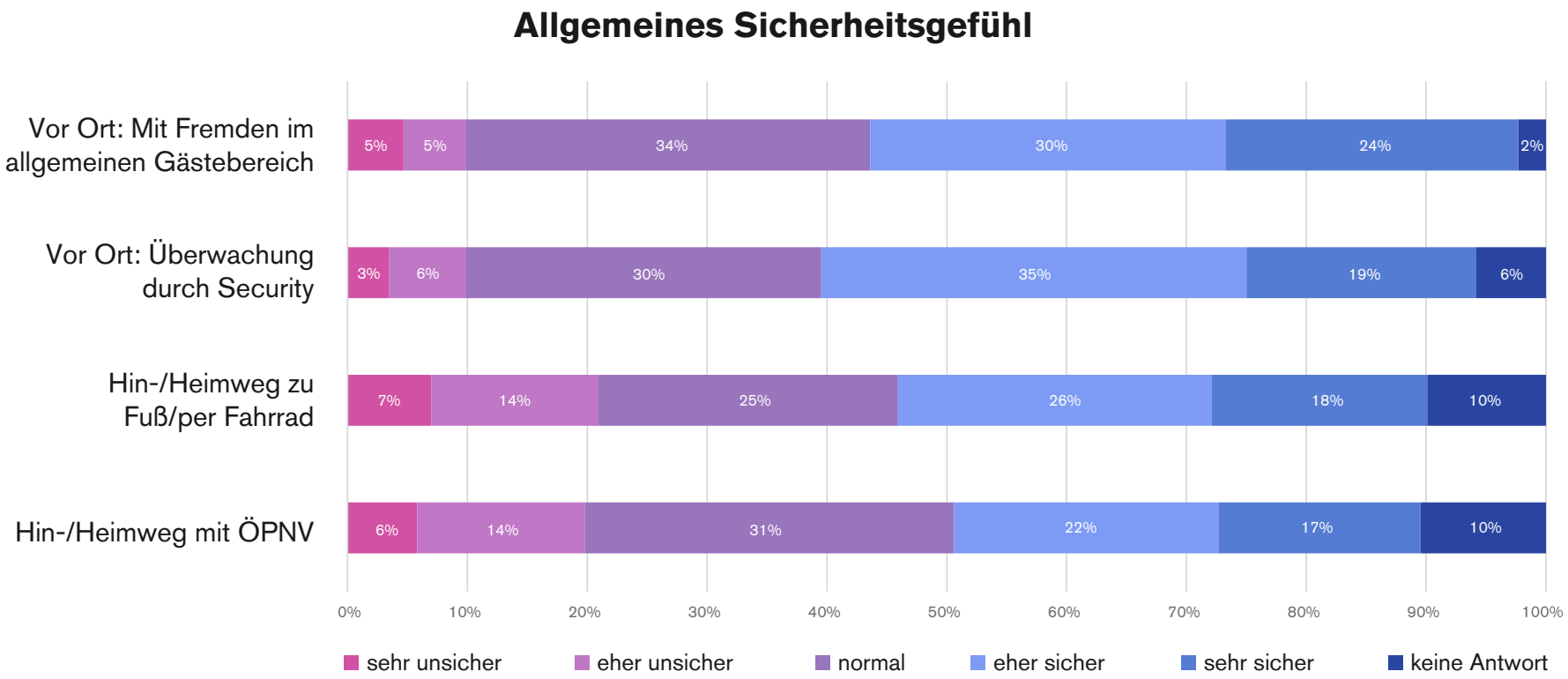
Musikclub Services	Alle Befragte n=389	Gelegentliche Feierer n=292	Musikclub-Gänger n=164
Öffnungszeiten	3,74	3,73	3,80
Sicherheit im Club	3,65	3,73	3,80
Sauberkeit	3,25	3,26	3,23
Publikum im Club	3,25	3,25	3,23
Musikauswahl in den Clubs	3,15	3,15	3,24
Eintrittspreise	3,14	3,17	3,20
Verkehrsanbindung	3,11	3,08	3,21
Angebot an Live-Musik	3,06	3,08	3,17
Programmvielfalt im Club	2,99	2,97	3,05
Getränkepreise	2,97	2,99	3,00
Anzahl an unterschiedlichen Clubs	2,79	2,75	2,87

Frage H7: Gehen wir auf den Punkt „Musik-Clubs" kurz näher ein. Wie zufrieden sind Sie mit ausgewählten Aspekten bezüglich Musik-Clubs in Ihrem persönlichen Lebensumfeld. Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden. Dargestellt sind arithmetische Mittelwerte.

Zufriedenheit mit dem Nachtleben in der MRN

Sicherheitsgefühl

Bzgl. des Sicherheitsgefühls von Musikclubbern wird klar, dass v.a. die An- & Abfahrt zum Club als unsicher empfunden wird. Die Clubs selbst scheinen sichere Orte zu sein.



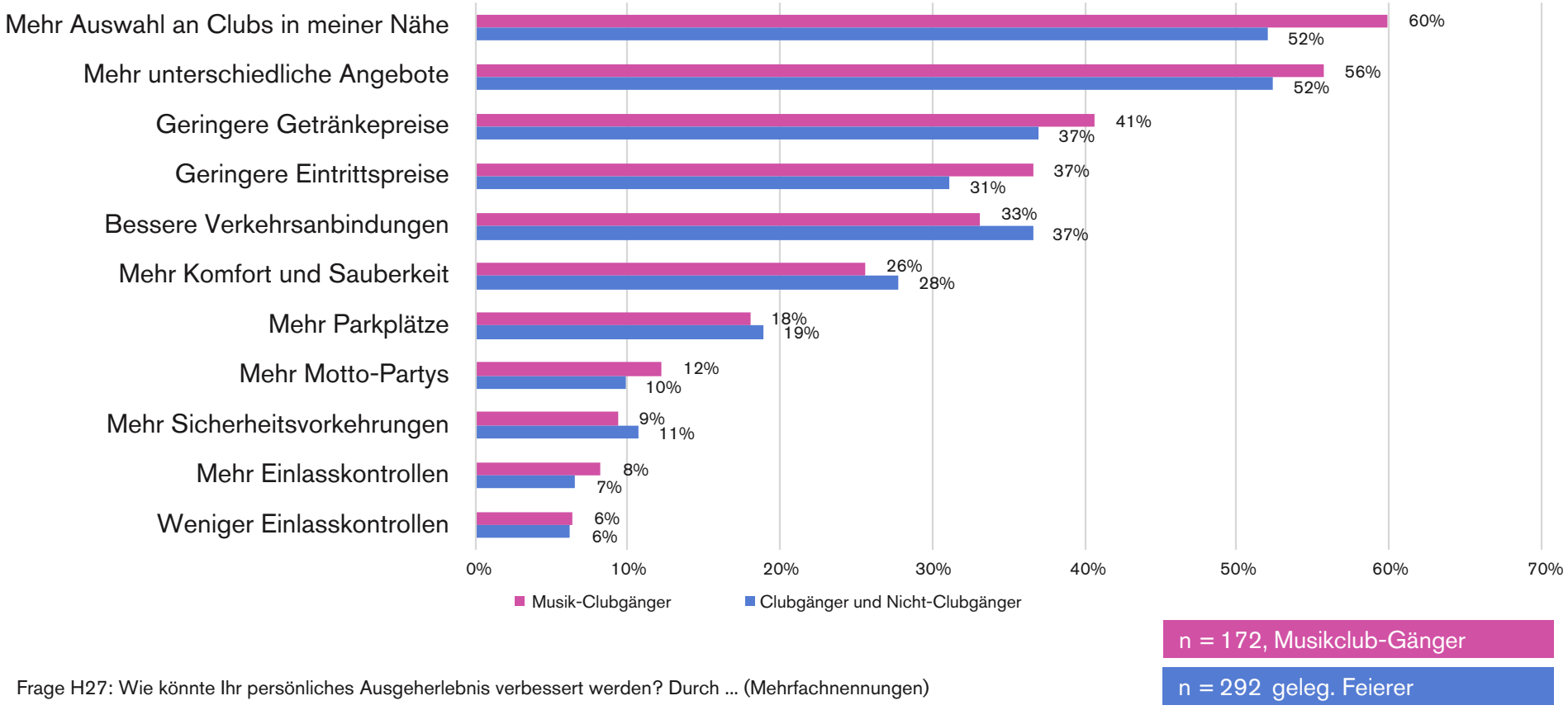
Frage H18: Wie sicher fühlen Sie sich allgemein in Bezug auf folgende Bestandteile eines Ausgehabends?

Basis: 172 befragte Bürger der MRN zwischen 14 und 49 Jahren, die vierteljährlich oder öfter in Musikclubs gehen.

Verbesserungswünsche

Musikclub-Gänger und gelegentlichen Feierer zeigen ähnliche Verbesserungswünsche: an oberster Stelle steht eine größere Auswahl an Clubs und ein vielseitigeres Angebot in den Clubs

Verbesserung des persönlichen Ausgeherlebnisses

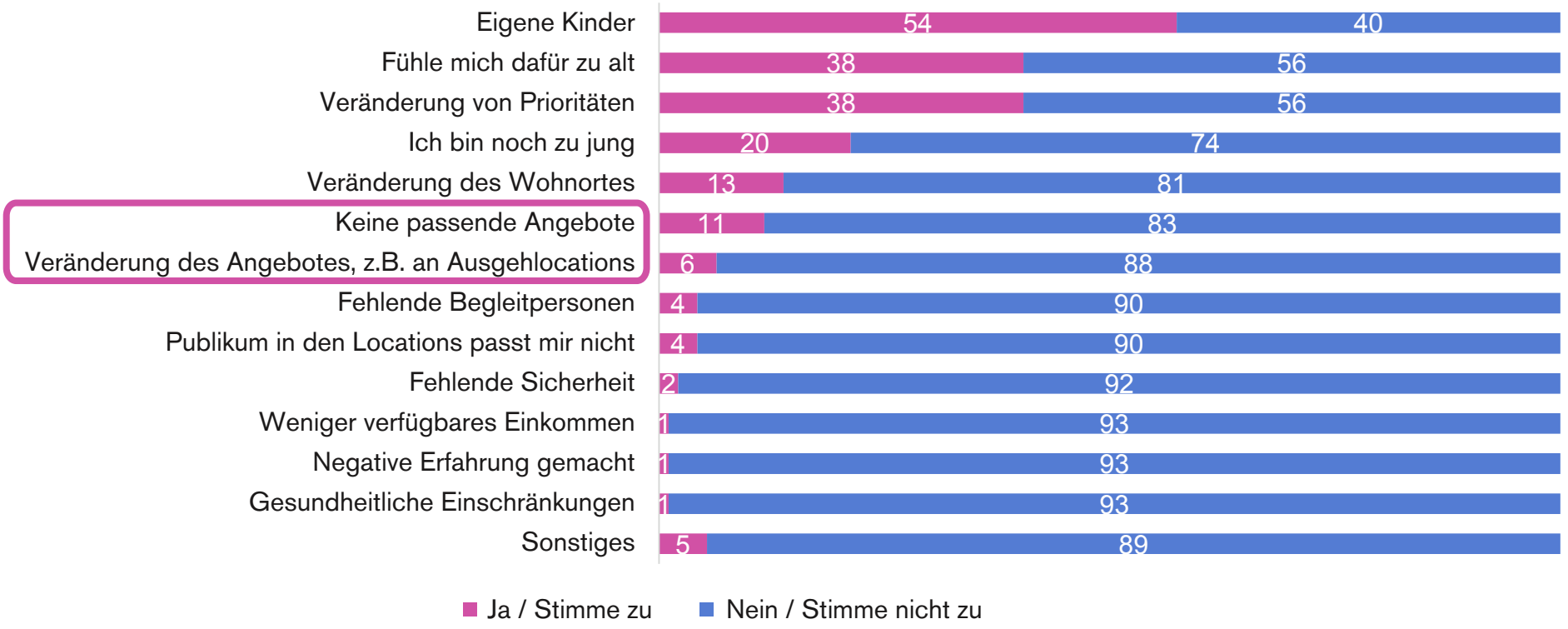


Frage H27: Wie könnte Ihr persönliches Ausgeherlebnis verbessert werden? Durch ... (Mehrfachnennungen)

Zufriedenheit mit dem Nachtleben in der MRN

Gründe Nicht-Ausgeher

Die Gründe derer, die nicht mehr ausgehen, sind v.a. abhängig von (unbeeinflussbaren) Lebensphasen. Gleich danach rangiert abermals das mangelnde Angebot!



HII 2: Warum gehen Sie heute seltener oder gar nicht aus?

Basis: 97 befragte Bürger der MRN zwischen 14 und 49 Jahren, die nicht zumindest gelegentlich feiern gehen.

Onlineumfrage Spielstätten

Umfrage Popakademie

POPAKADEMIE
BADEN-WÜRTTEMBERG

Onlineumfrage Spielstätten

Methodik

Grundgesamtheit

> Ca. 240 Spielstättenbetreiber und Veranstalter in der Metropolregion Rhein-Neckar

Art der Erhebung

> Online-Umfrage via Limesurvey

Auswahlverfahren

> Liste des EventKultur Rhein-Neckar e.V. sowie aus Branchen- und Internetrecherche resultierende Ergänzungen

Fallzahl

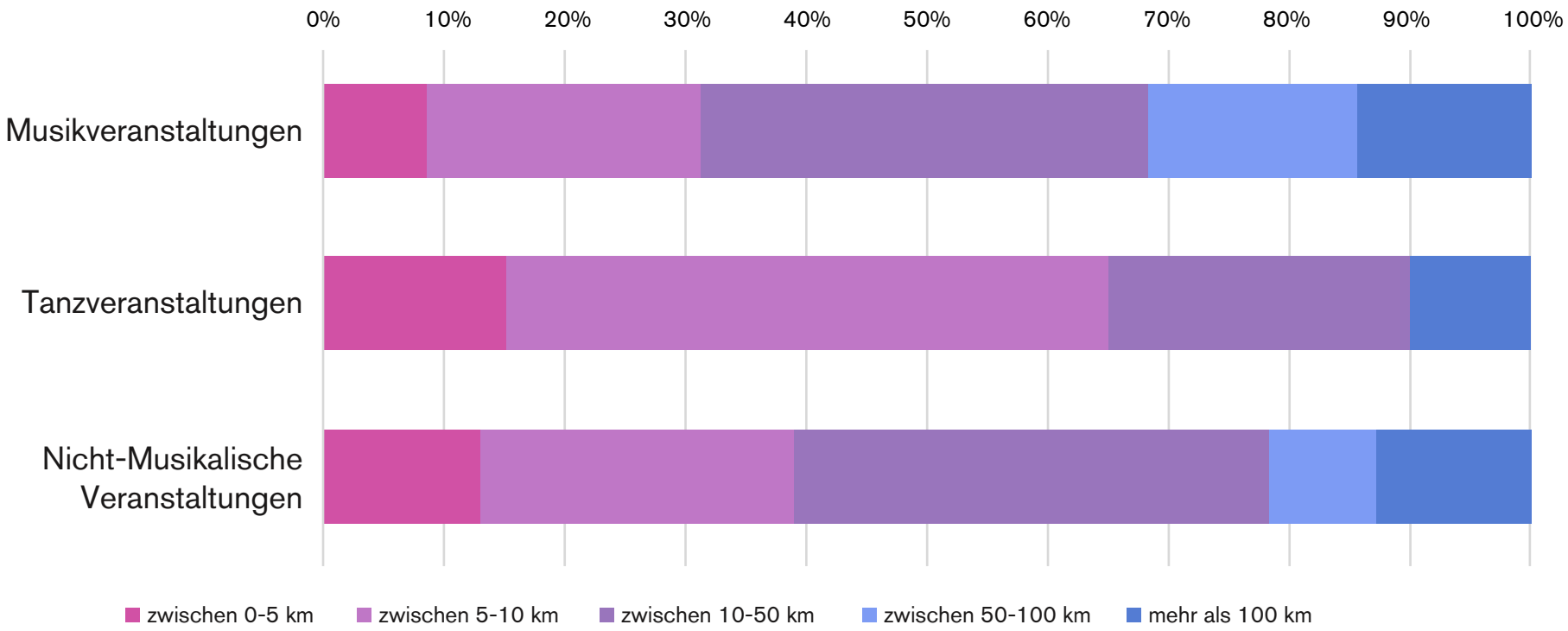
> 89 Teilnehmer (entspricht 37%)

Erhebungsdatum

> 14.02. - 15.04.2018

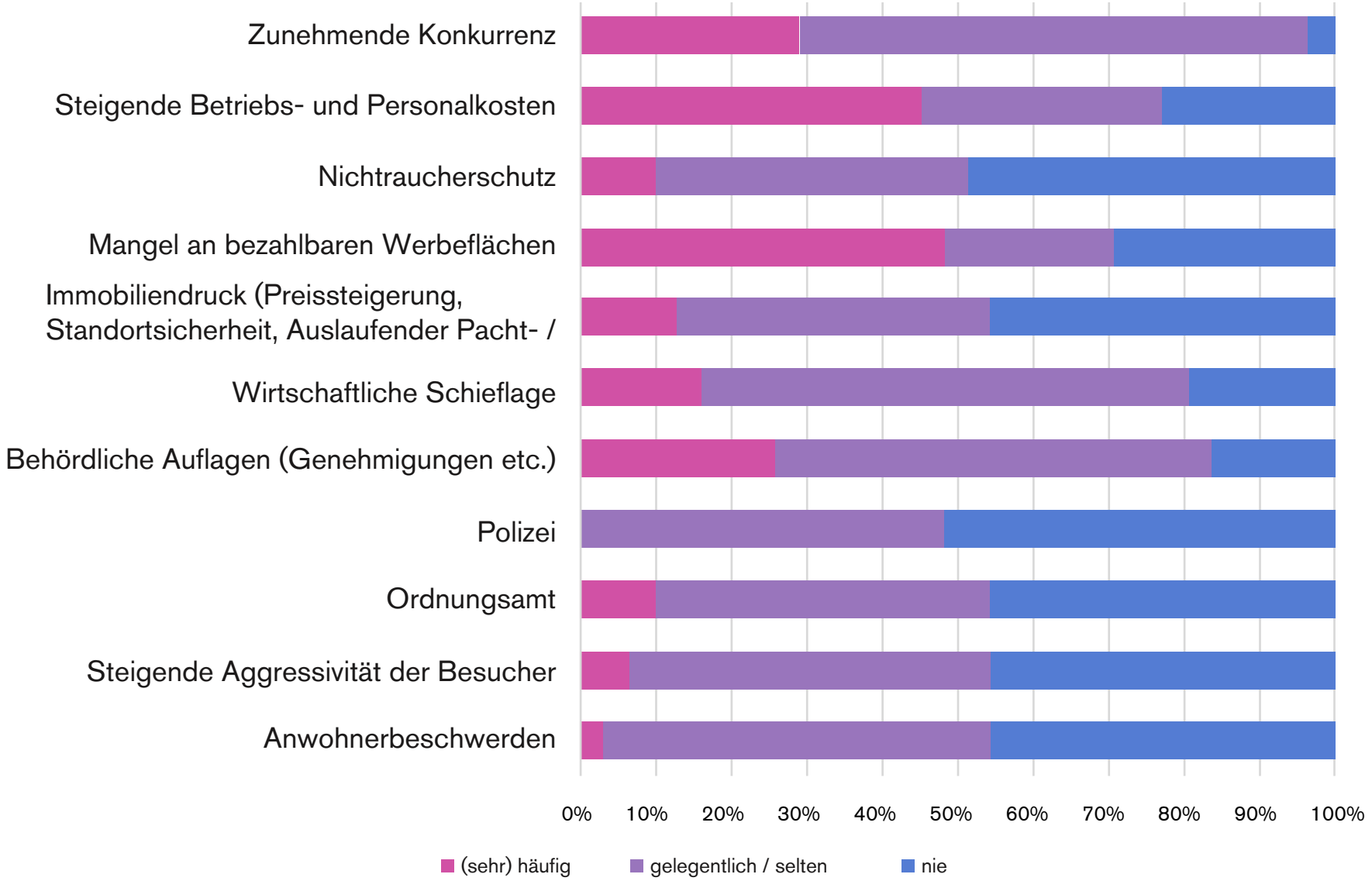
Onlineumfrage Spielstätten

Anreisebereitschaft



Onlineumfrage Spielstätten

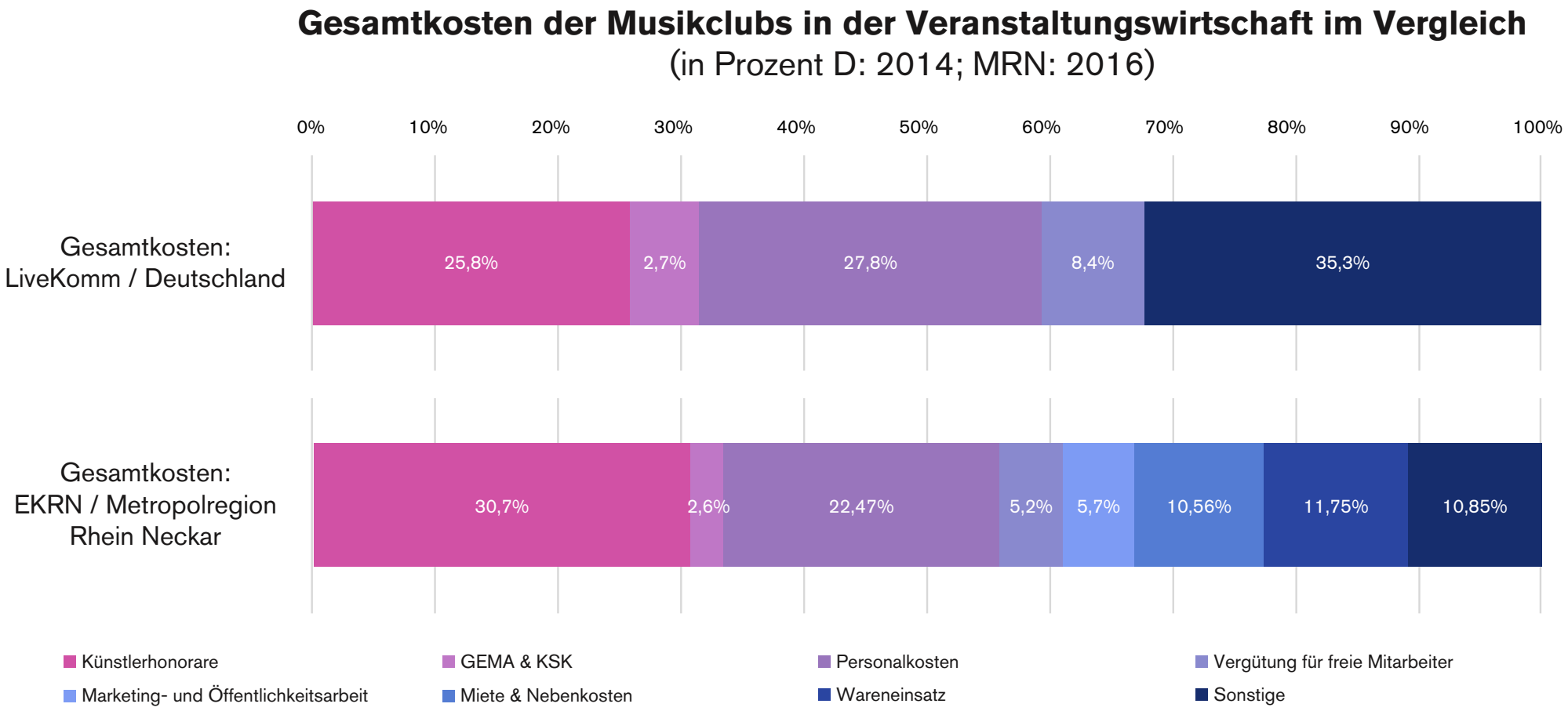
Spannungsfelder



POPAKADEMIE BADEN-WÜRTTEMBERG

Onlineumfrage Spielstätten

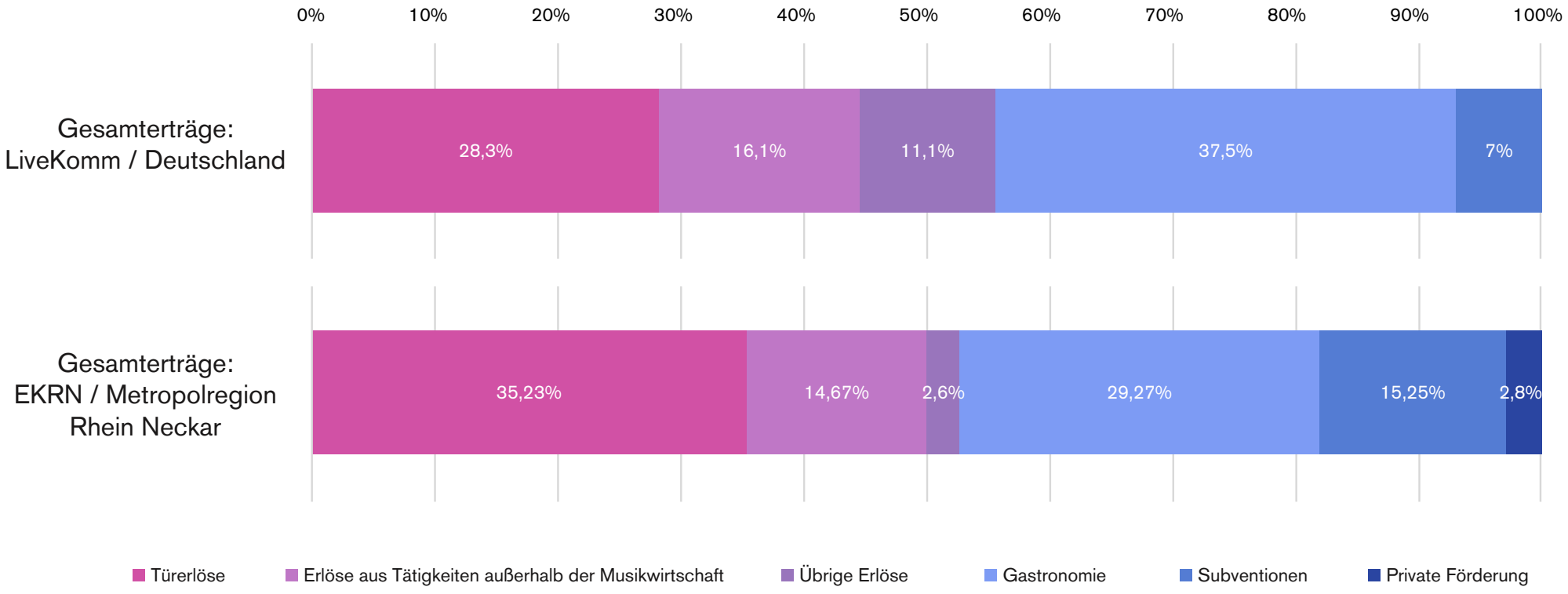
Gesamtkosten



Onlineumfrage Spielstätten

Gesamterträge

Gesamterträge der Musikclubs in der Veranstaltungswirtschaft im Vergleich
(in Prozent D: 2014; MRN: 2016)

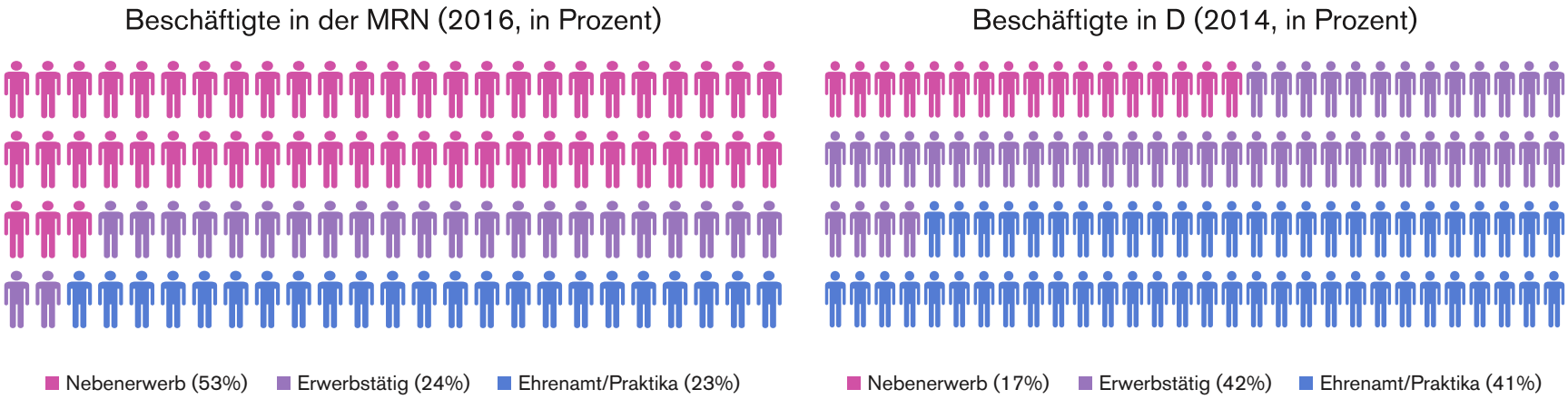


POPAKADEMIE BADEN-WÜRTTEMBERG

Onlineumfrage Spielstätten

Beschäftigte

Beschäftigte in Musikclubs in der Veranstaltungswirtschaft im Vergleich
(in Prozent D: 2014; MRN: 2016)



Zusammenfassung & Empfehlung

Zusammenfassung – DHBW Studie

> Das Nachtleben und insb. Musikclubs haben eine hohe Relevanz v.a. für 20-29jährige – einer Zielgruppe, die häufig mit der Standortwahl für Studium oder Beruf konfrontiert ist.

> Aber gerade die Zufriedenheit mit dem Nachtleben in der MRN ist, relativ zu anderen Standortfaktoren, gering ausgeprägt.

> Dabei sind es nicht die unmittelbaren Services der oder das Sicherheitsgefühl in den Musikclubs, die als unbefriedigend wahrgenommen werden.

> Vielmehr steht die Auswahl an Clubs & Angeboten in diesen an oberster Stelle der Verbesserungswünsche – unabhängig davon ob man Musikclub-Gänger oder gelegentlicher Feierer ist.

> Auch von den nicht mehr ausgehenden Personen, wird das mangelnde Angebot, abgesehen von unbeeinflussbaren lebensphasen-abhängigen Barrieren, als Hürde zum Nutzen des Nachtkulturellen Angebots wahrgenommen.

Daher: „Konkurrenz belebt das Geschäft“ Ein Mehr an Musikclubs würde dem Nachtleben der MRN gut tun und die Attraktivität des Standortes für die junge Bevölkerung verbessern.

Handlungsempfehlungen

> Nachtbürgermeister

> Clubförderkonzept von Eventkultur Metropolregion einführen

> Bürokratie abbauen

> Genehmigungen mit Augenmaß

> Zwischennutzung ermöglichen

> Bessere Werbemöglichkeiten schaffen

> Städtische Flächen für (temporäre) Clubs bereitstellen

Zusammenfassung – Popakademie Studie

> Das Ausgehverhalten hat sich vor allem im Livemusik-Bereich verändert

> 2016 wirtschafteten die Betriebe in der MRN defizitär

> Die zukünftige Wirtschaftslage wird von 25 % der Betreiber und Veranstalter als kritisch betrachtet

> Die besonders kritischen Spannungsfelder sind steigende Betriebs- und Personalkosten sowie der Mangel an bezahlbaren Werbeflächen

> Es mangelt häufig an Informationen und Unterstützung für und bei Behördengängen, Förderanträgen und veranstaltungsrechtlichen Auflagen

> Mehr als die Hälfte der Befragten sind unzufrieden mit den staatlichen, kommunalen Fördermechanismen

> Ein Drittel interessieren sich für öffentliche Finanzierungsmodelle und Privatwirtschaftliches Sponsoring

> Wirtschaftliche und gesellschaftliche Anerkennung der Veranstaltungswirtschaft wird als mangelhaft wahrgenommen

Handlungsempfehlungen

> Dialog mit Politik um neue Mechanismen zur Förderung der Pop- und Subkultur zu entwickeln

> Strukturelle Unterstützung der Branchenverbände und Netzwerke

> Selbstbewusstere Preispolitik bei Clubs & Veranstaltungen

> Stärkere Vernetzung der Clubs im Verband zum KnowHow Transfair

> Außerhalb der Veranstaltungsbranche müssen Stakeholder für die sub- und popkulturelle Szene sensibilisiert werden

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und Ihre Unterstützung!

EventKultur
Rhein-Neckar e.V.
Verband der Clubbetreiber, Veranstalter & Kulturereignisschaffenden
der Metropolregion Rhein-Neckar

Felix Grädler, 1. Vorsitzender Clubverband Rhein-Neckar felix.graedler@eventkultur-mrn.de