

Mainzer Fastnacht in der Kampagne 2020/ 2021.

// Online Befragung zur Teilnahme an Fastnachtsveranstaltungen.



Vorbemerkungen zur Befragung.

// Große Response auf die Frage nach der nächsten Kampagne.

Im Herbst 2020 denkt man in Mainz über die Durchführung einer Fastnachtskampagne unter Corona Bedingungen nach, obwohl man in Berlin bereits über eine Absage spekuliert. Um die Meinung der Mainzer zu erfragen, hat m-result hat in Kooperation mit der Mainzer Fastnacht eG und der VRM in der Zeit vom 31.8.-6.9.2020 eine anonyme Online Befragung durchgeführt.

Wie sehr das Thema die Menschen interessiert, zeigt die hohe Teilnahmebereitschaft. Mehr als 15.000 Personen haben an der Befragung teilgenommen (davon 9.526 Befragungen vollständig). Auf die Frage nach einer grundsätzlichen Stimmung bzgl. der Durchführung/ Absage der Kampagne wurde bewusst verzichtet, da für sie zu viele Annahmen bzgl. Covid19 hätten getroffen werden müssen. Die grundsätzliche Haltung wurde deshalb angenähert durch die Frage nach der geplanten Teilnahme an verschiedenen Fastnachtsveranstaltungsformen.

Bei der Interpretation der Ergebnisse gilt zu beachten:

- Die Befragung ist nicht repräsentativ.
- Selbstrekutierung der Teilnehmer: Überrepräsentierung von Personen mit großem Interesse am Thema („aktive Fastnachter“)
- Online Befragung: Unterrepräsentierung älterer Altersklassen
- Eine Unterscheidung nach Geschlecht ergab keine signifikanten Unterschiede in den Antworten

Die Ergebnisse im Überblick.

// Die Kampagne 2020/ 2021. Chancen für neue Fastnachtsformate.

- 39,9% der Befragten würden an „Präsenz“- Fastnachtsveranstaltungen im Freien teilnehmen.*
- 18,6% der Befragten würden an Fastnachtsveranstaltungen mit Publikumsverkehr im Saal teilnehmen.
- 43,5% der Befragten würden an Fastnachtsveranstaltungen im privaten Umfeld teilnehmen.
- Die Teilnahmebereitschaft sinkt proportional mit zunehmendem Alter.
- Veranstaltungen in geschlossenen Räumen (Sitzungen, Bälle, Kneipenfastnacht) werden mehrheitlich in allen Altersklassen abgelehnt.
- Über 80% des klassischen Sitzungspublikums (>40Jahre) planen in 2021 keinen Sitzungsbesuch.
- 57,2% der Befragten könnten sich vorstellen, an einer Online Sitzungen teilzunehmen.
- Das Interesse an Online Sitzungen gilt für alle Befragten, egal ob aktive Fastnachter oder „Fastnachtsmuffel“.
- Muss für Online Sitzungen bezahlt werden, sinkt das Interesse stark ab (25,9%).

Über die Befragung.

Untersuchungsrahmen:

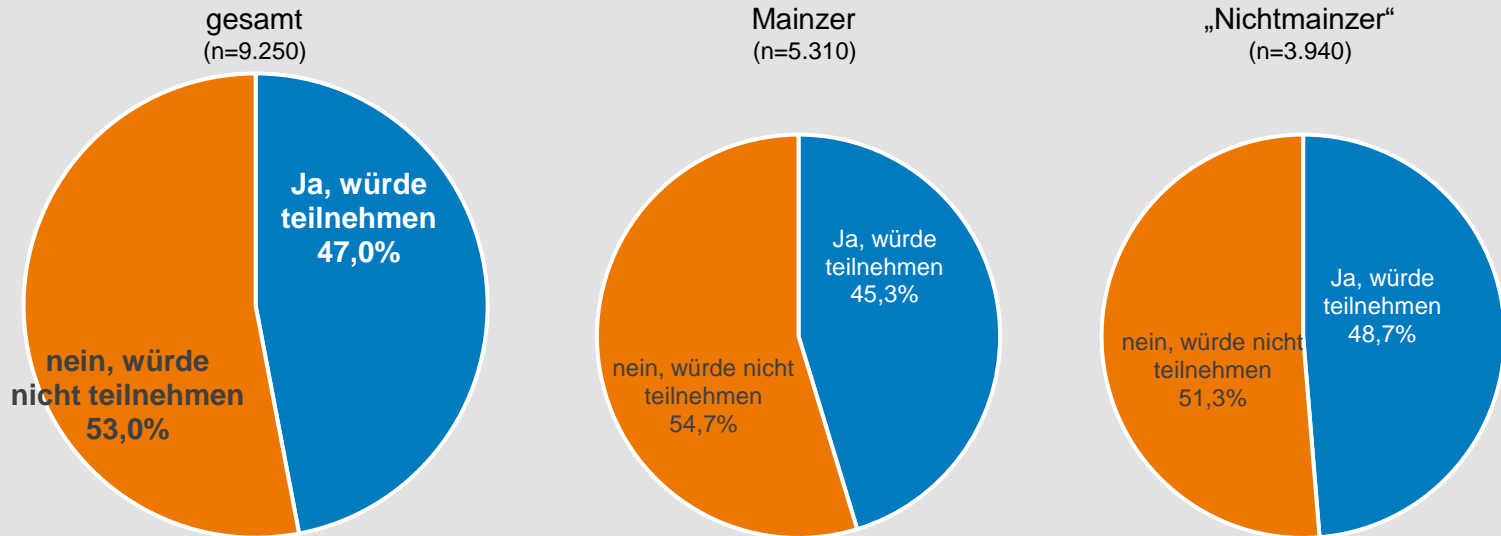
- Durchführendes Institut: m-result – the data company
- Methode: anonyme Online Befragung (Selbstrekrutierung)
- Feldzeit: 31.8.2020 – 6.9.2020
- Interviewdauer: \varnothing 1,6 Minuten

Zusammensetzung der Teilnehmer:

- Teilnehmer / vollständige Antworten: n= 9.526
- männlich 54,1% / weiblich 45,5% / divers 0,4%
- Alterskategorien: 16-20: 2,4% / 21-29: 15,6% / 30-39: 21,2% / 40-49: 20,7% / 50-59: 22,7% / 60-69: 12,6% / 70-79: 4,1% / >79: 0,6%
- Wohnort in Mainz 57,4% / Wohnort außerhalb Mainz 42,6%
- „aktive“ Fastnachter 37,2% / nicht organisierte Fastnachter 56% / mag Fastnacht, nehme aber nicht daran teil 4,8% / Fastnacht interessiert mich nicht 2,1%

1. Teilnahme an Fastnachtsveranstaltungen.

// 47% der Befragten würden an „Präsenz“-Fastnachtsveranstaltungen im Saal und auf der Straße teilnehmen.

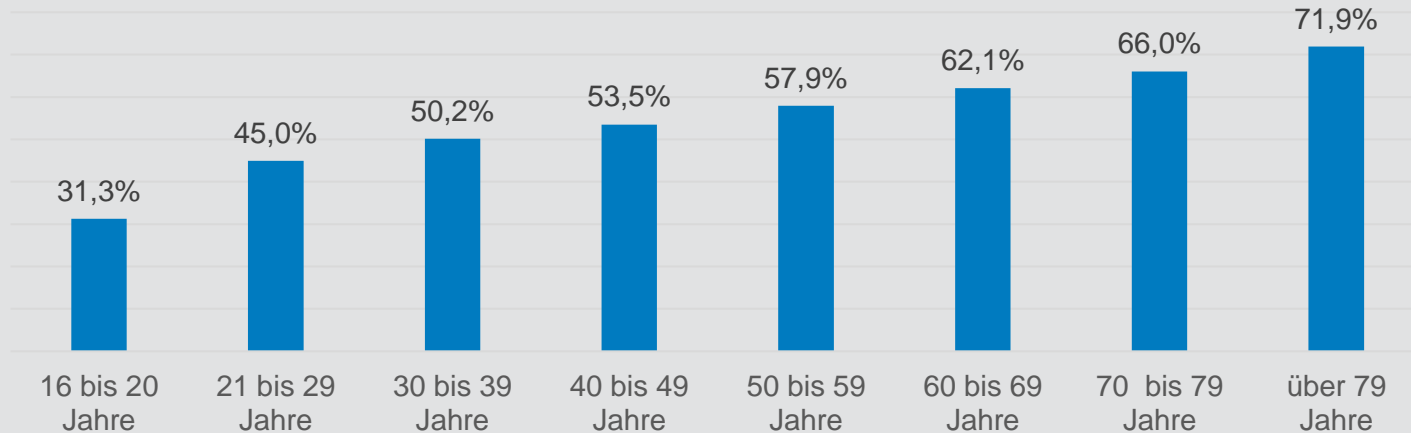


Anmerkung: In der Befragung sind Menschen ohne Interesse an der Fastnacht (Anteil 2,1%) stark unterrepräsentiert. Der Anteil an Menschen, die an zukünftigen Veranstaltungen teilnehmen würden, wäre bei einer repräsentativen Studie daher wahrscheinlich geringer.

1. Teilnahme an Fastnachtsveranstaltungen.

// Die Jungen würden feiern. Die Älteren bleiben zu Hause.

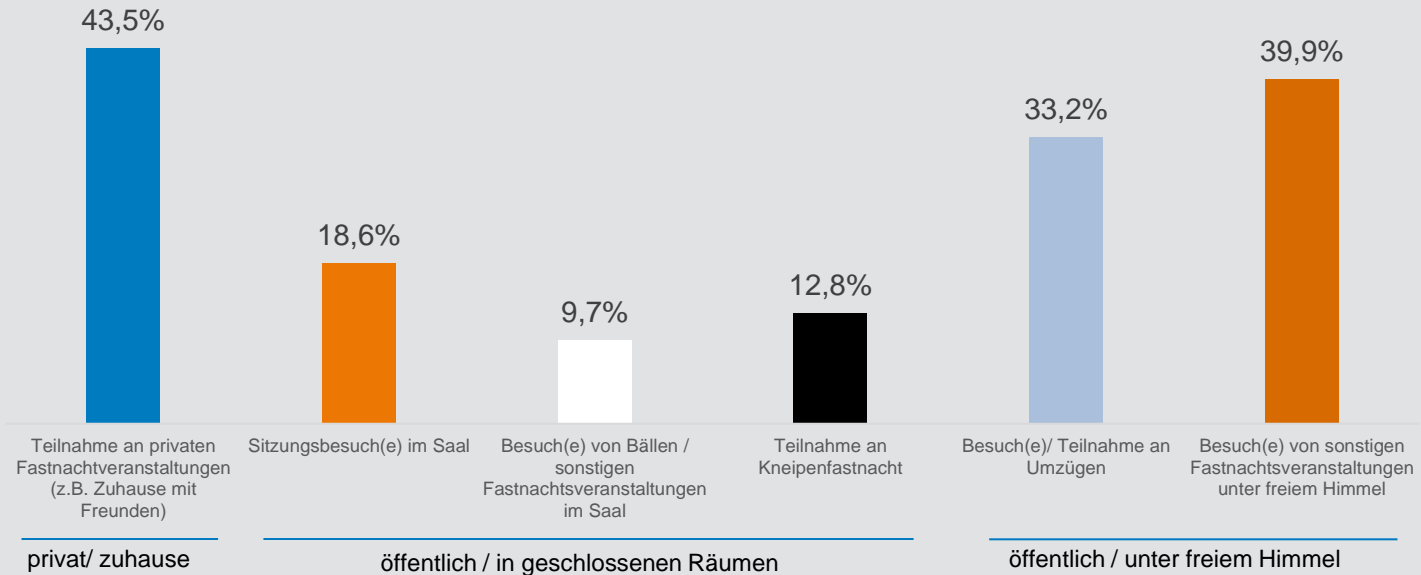
Nein, ich werde voraussichtlich an keiner Präsenzveranstaltung
(weder im Saal noch auf der Straße) teilnehmen.



n=9.252

1. Teilnahme an Fastnachtsveranstaltungen.

// Nur wenige wollen zu Veranstaltungen in geschlossenen Räumen.

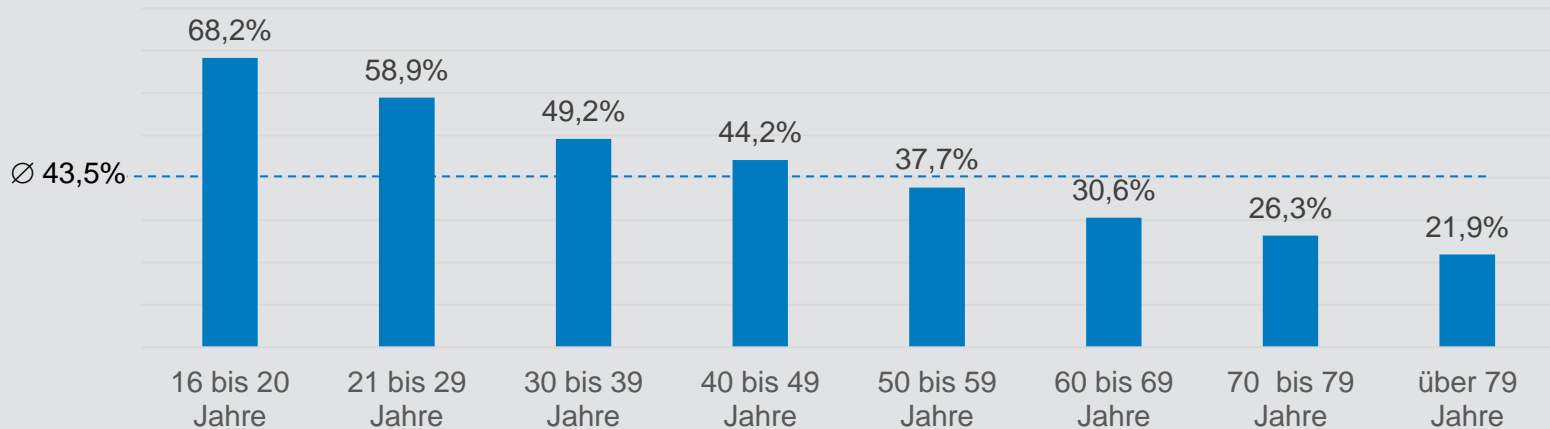


n=9.525

1. Private Fastnachtsveranstaltungen.

// Private Feiern sind für 43,5% der Befragten eine Alternative.

Teilnahme an privaten Fastnachtveranstaltungen
(z.B. Zuhause mit Freunden)

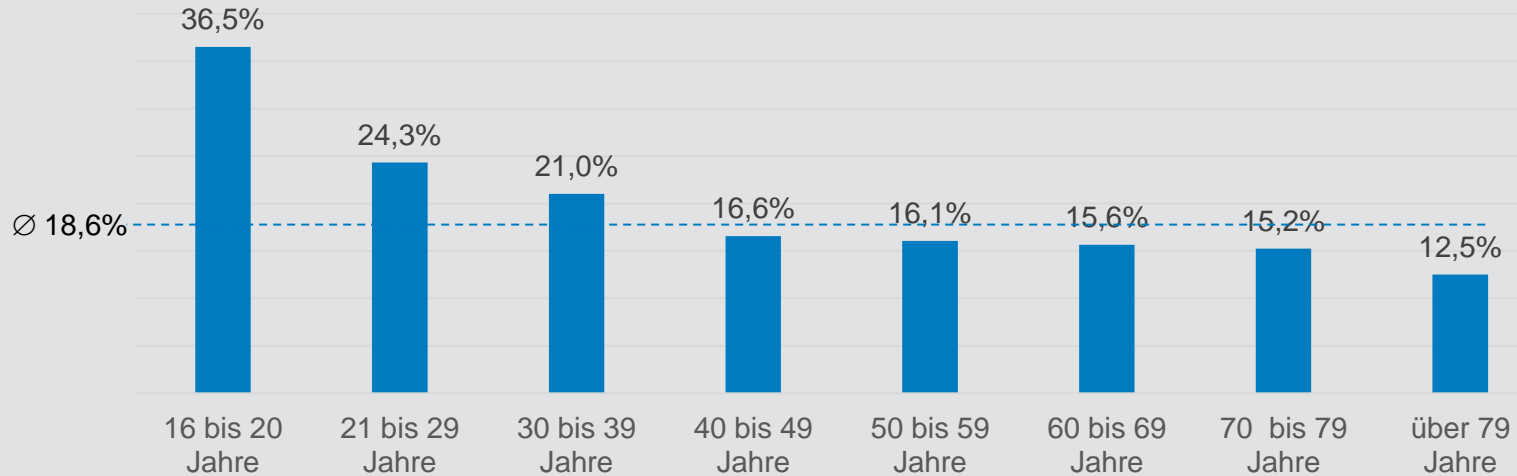


n=9.250

1. Sitzungsbesuche im Saal.

// Sitzungsbesuche im Saal sind für das klassische Saalpublikum (>40) keine Option.

Sitzungsbesuch(e) im Saal

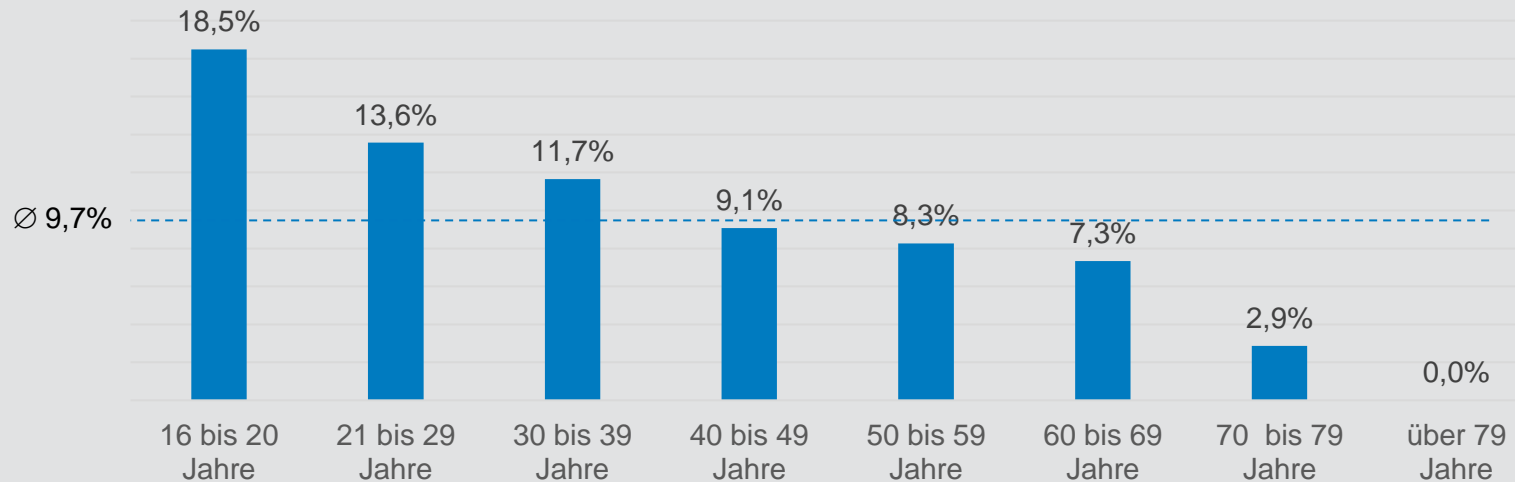


n=9.250

1. Bälle im Saal.

// In der Kampagne 2020/ 2021 wohl ausgeschlossen: Tanzveranstaltungen im Saal.

Besuch(e) von Bällen / sonstigen Fastnachtsveranstaltungen im Saal

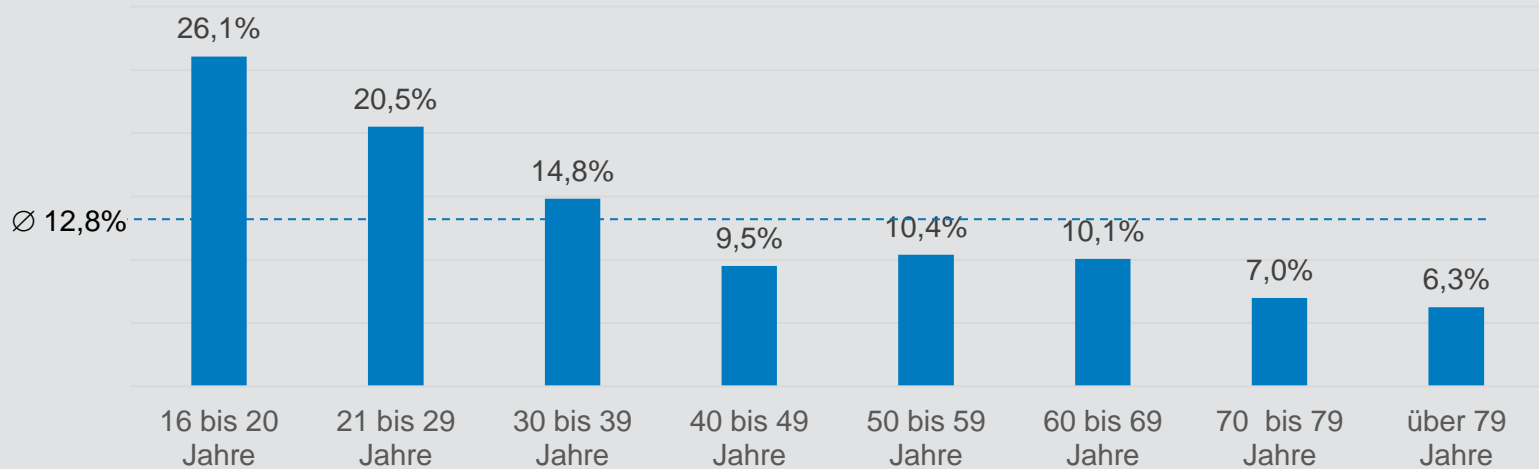


n=9.250

1. Kneipenfastnacht.

// Die Kneipenfastnacht wäre nicht einmal für junge Leute eine Option.

Teilnahme an Kneipenfastnacht

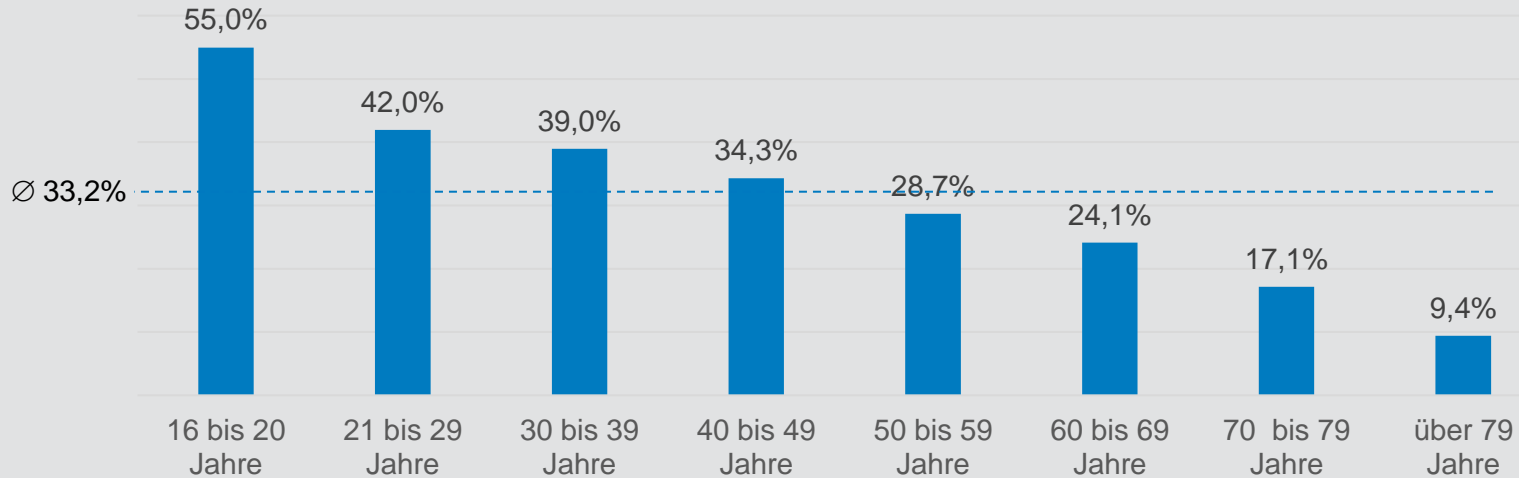


n=9.250

1. Teilnahme an Umzügen.

// Ein Rosenmontagszug mit einem Drittel der Besucher?

Besuch(e)/ Teilnahme an Umzügen

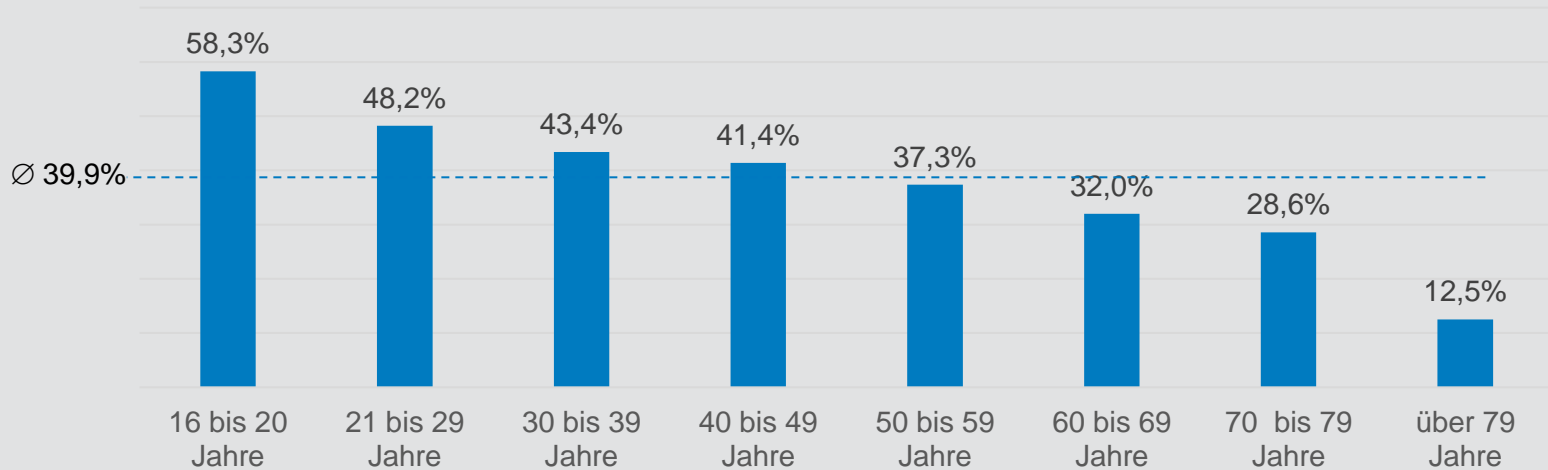


n=9.250

1. Sonstige Fastnachtsveranstaltungen im Freien.

// Nur die ganz Jungen würde unter freiem Himmel feiern.

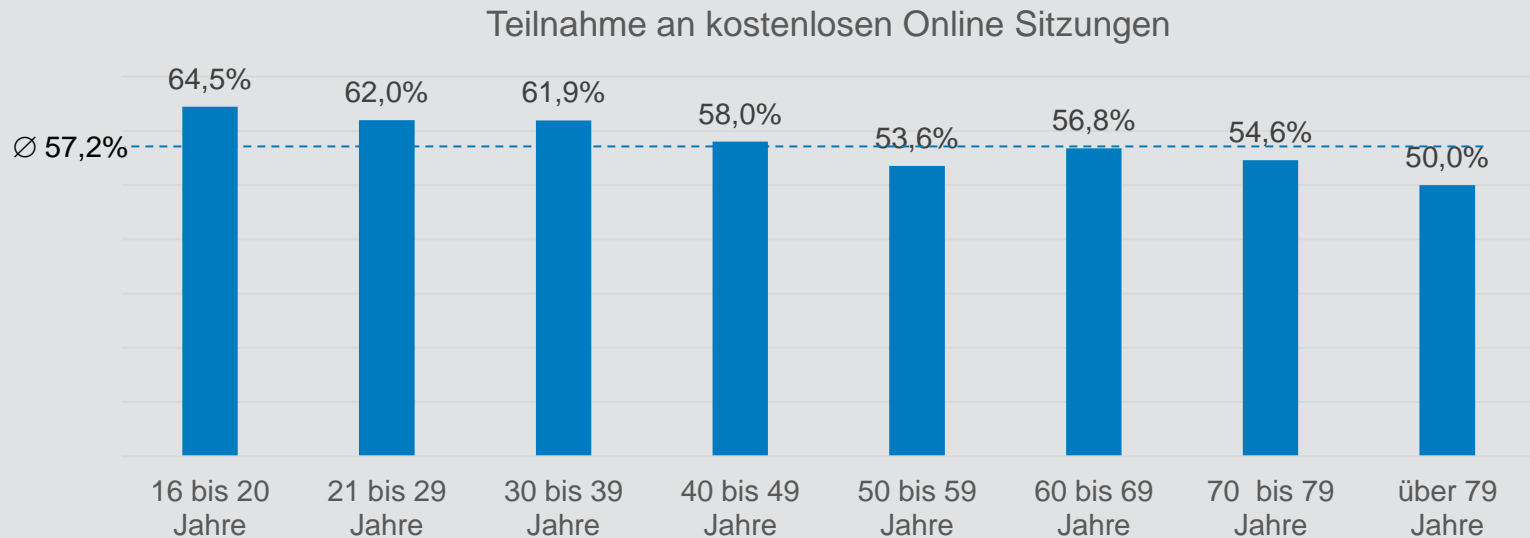
Besuch(e) von sonstigen Fastnachtsveranstaltungen unter freiem Himmel



n=9.250

2. Neue Formate: Kostenlose Onlinesitzungen.

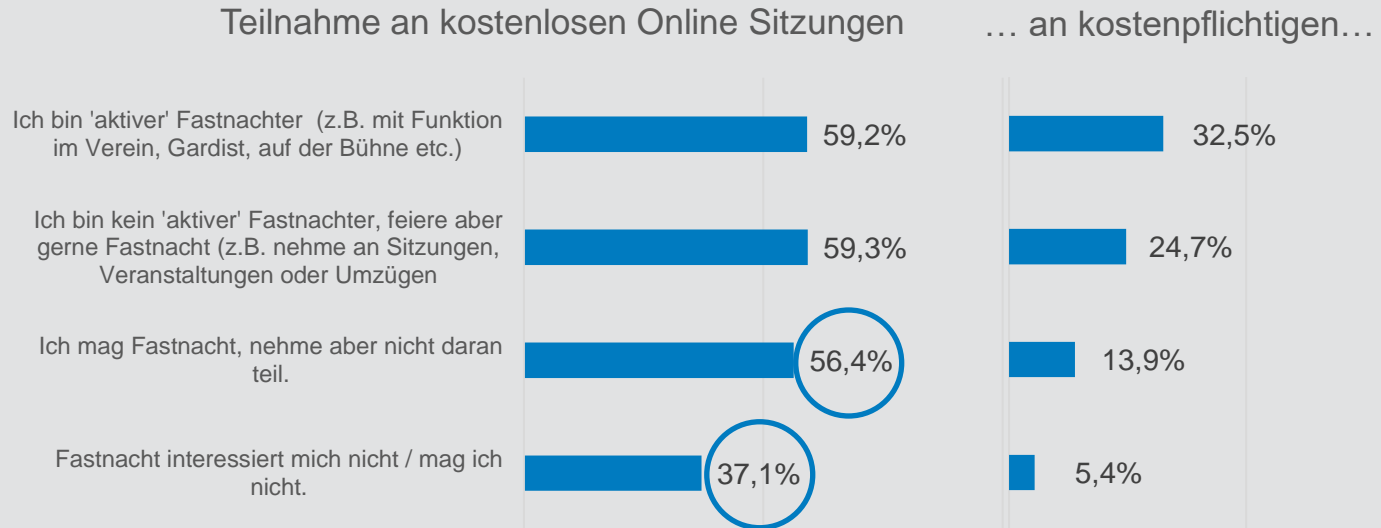
// 57,2% der Befragten würden sich eine kostenlose Onlinesitzung ansehen.



n=9.250

2. Neue Formate: Teilnahme an Onlinesitzungen.

// Mit Onlinesitzungen kann man eine **breitere Zielgruppe** erreichen. Auch Nichtfastnachter wären bereit. Aber nur, wenn es **nichts kostet**...

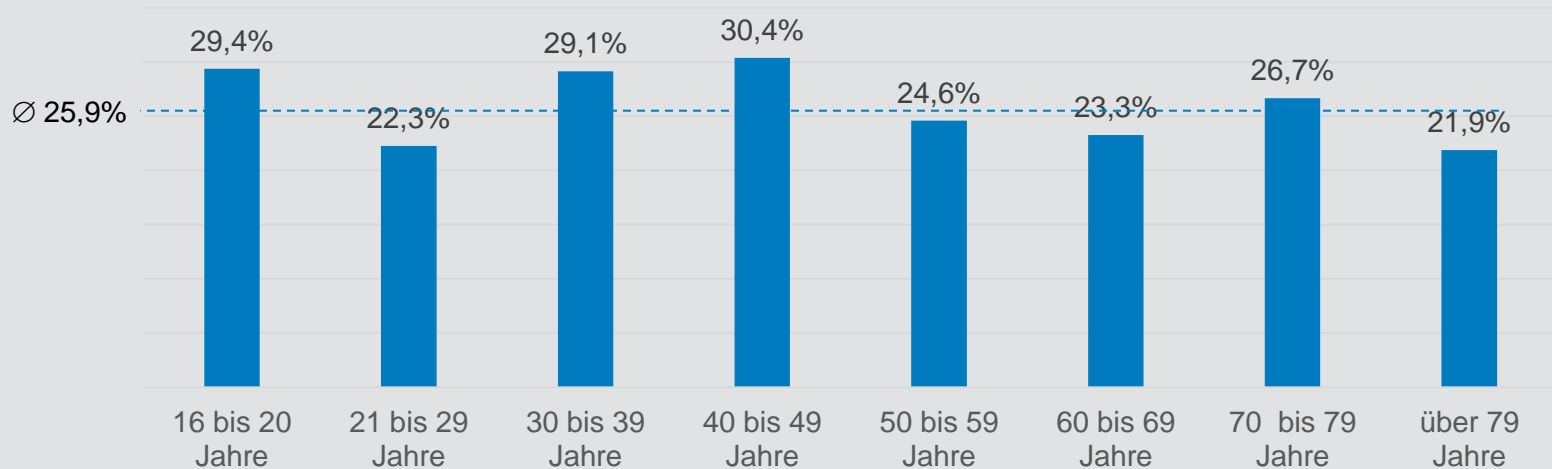


n=9.250

2. Neue Formate: Kostenpflichtige Onlinesitzungen.

// Geringe Bereitschaft für die Teilnahme Onlinesitzungen, wenn bezahlt werden muss.

Teilnahme an kostenpflichtigen Online Sitzungen



n=9.250

3. Weitere Veranstaltungsformate.

// Welche weiteren (neben Online Sitzungen), neue Fastnachtsformate können Sie sich vorstellen?

Entgegen der eigentlichen Fragestellung wurde dieses freie Kommentarfeld hauptsächlich dazu benutzt, die Kritik an der möglichen Durchführung einer Kampagne und an Onlinesitzungen zu äußern. Die häufigsten Argumente betreffen das hohe Corona Risiko und die Meinung, dass über Online Medien eine Fastnachtsstimmung nicht erzeugt werden kann.

Zu der Fragestellung selbst wurden am häufigsten folgende Ideen geäußert:

- Open Air Sitzung bzw. Stehung
- Autokino Sitzung
- Fastnachtliche Führungen im Freien
- Wenn möglich Kneipenfastnacht im Freien und Beachtung der Corona Maßnahmen
- Terrassen, Fenster, Hofveranstaltungen - auch mit Freunden gemeinsam

Ansprechpartner.

// Für Rückfragen.



- Dr. Oliver Kohl, Geschäftsführer
- Research, Marketing
- oliver.kohl@m-result.de
- 06131 240 704 41



- Matthias Reus
- Leiter Marktforschung
- matthias.reus@m-result.de
- 06131 240 704 50



- Daniel Schulze
- Social Media Research
- daniel.schulze@m-result.de
- 06131 240 704 25



- Andreas Minarski
- Leiter Social Media Research
- andreas.minarski@m-result.de
- 06131 240 704 22