

ZÁRVATARTÁS

**RENDEZVÉNY-
TILALOM**

Kultúráközvetítés világjárvány idején

...avagy fenntartható közművelődés?!

Alapvetés

- A Covid-19 világjárvány felülírja eddigi szokásainkat, mindennapi rutinunkat, életvitelünket.
- Mit kell tennie a kulturális ágazatnak, hogy fenntartható maradjon a jövőben is: keresetet tudjon biztosítani munkavállalóinak és a művészeknek, művelődést, minőségi szabadidőtöltést közönségének?
- Ennek vizsgálatára négy közművelődési intézményben kettő online, összevont közönségkutatás valósult meg 2020 novemberében, összesen 864 kitöltéssel (642 – KBKH és Intézményei – Kult18, BP 18. kerület; 222 – BÁKK, Vecsés).
- A folyamat realizálásának első lépése, hogy az eredmények ismeretében a 2021 első felében indított pilot projektek már a megváltozott körülményekre reagálva érik el a közönséget, valamint a helyi vállalkozások bevonásával további célok is tervezhetőek.

Válaszadók, célközönség reprezentáns

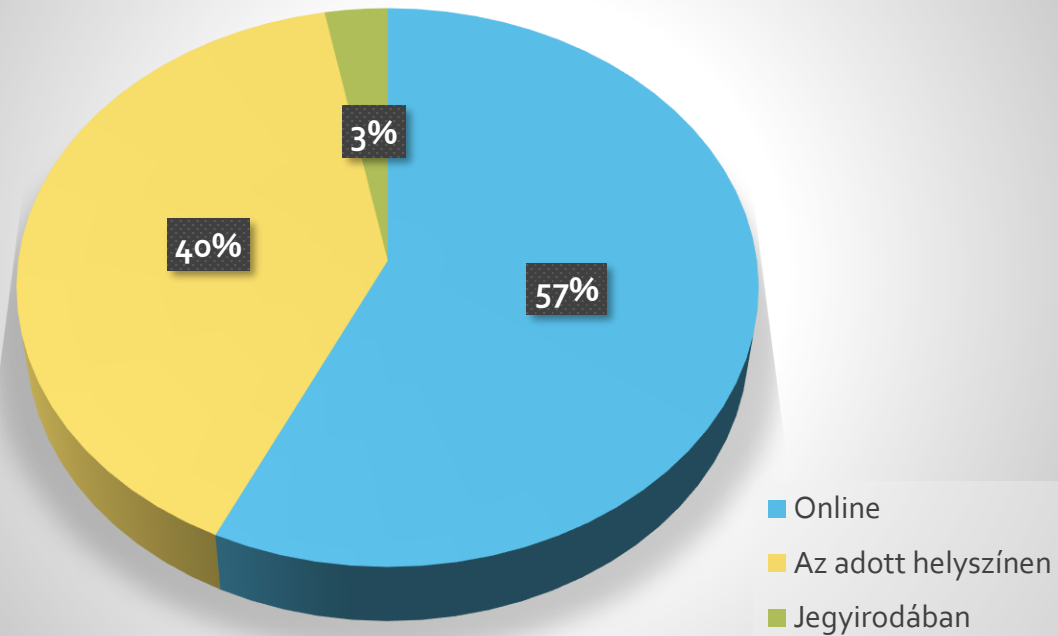
- Mindkét kutatásban a kitöltők több, mint háromnegyede nő.
- 31-60 év közötti kitöltés a kutatásokat összevetve 66%, a 60+ szegmensben 23%, további 7% 21-30 közötti és 4% alatt marad a 20 évnél fiatalabb kitöltők aránya.
- A lakhely szerinti válaszadás kiemelkedően magas a vizsgált intézmények elhelyezkedése alapján (80%).
- A gyermekek számát vizsgálva mindkét kutatásban a kétgyermekesek aránya a legmagasabb (39%), őket az egy gyermekesek követik (28%), majd a gyermektelenek (20%). A maradék 13% 3 vagy annál több gyermekes.
- Iskolai végzettség tekintetében a középfokú végzettek aránya a legmagasabb, mindkét helyszínen a válaszolók fele (50%), őket a főiskolát (29%), majd az egyetemet (17%) végzettek követik. A maradék 4% 8 általános végzettséget jelölt meg.

További preferenciák

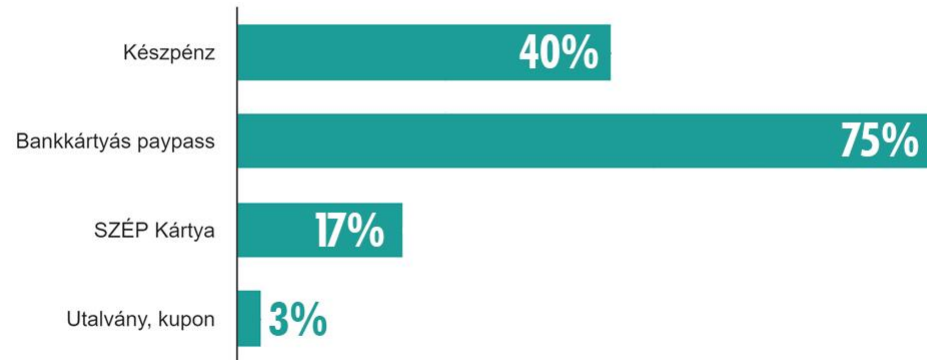
- A válaszadók túlnyomó része járt már az adott intézmények valamelyikében. (BÁKK 96%, KBKH-Kult18 81%)
- Az elégedettségmérésben hatfokozatú skálán az intézményeket átlagosan 5 pontra értékelték a válaszadók, tehát alapvetően lojális és elégedett közönséggel számolhatunk.
- A válaszadók nagy része (több opció is megjelölhető volt) a közösségi médiából tájékozódik a kulturális programokról (82%), valamint fontos még a saját, minőségi weblappal való jelenlét is az online térben (49%), és természetesen a hagyományos nyomtatott anyagok is szükségesek (33%).
- A legnagyobb arányban 5-10 ezer forint között költenek kultúrára havonta (46%), ezt az 5 ezer forint alattiak aránya követi (34%). A válaszolók kisebb része költött több, mint 10 ezer forintot a kultúrára havonta (16%). A maradék 4% 20 ezer Ft feletti költést jelölt.

Jegyvásárlási szokások

Hol szokta megvásárolni leggyakrabban a jegyét egy-egy kulturális programra?

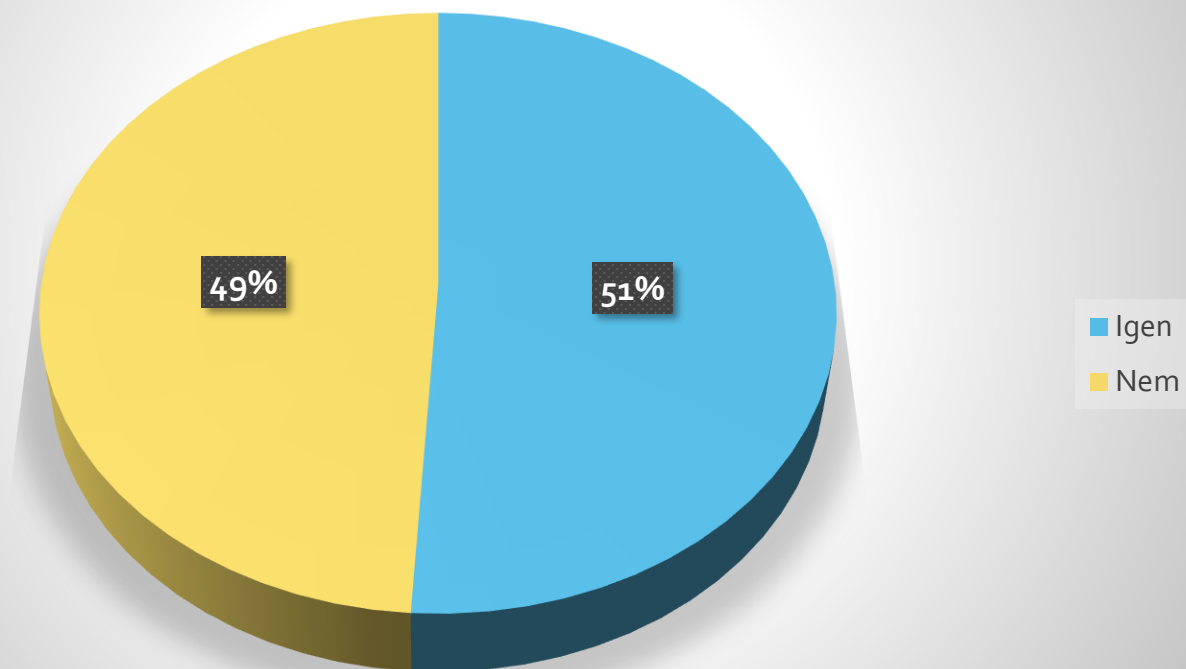


Jegyvásárlásnál milyen fizetési módot részesít előnyben? (egyszerre több válaszlehetőség is megadható)



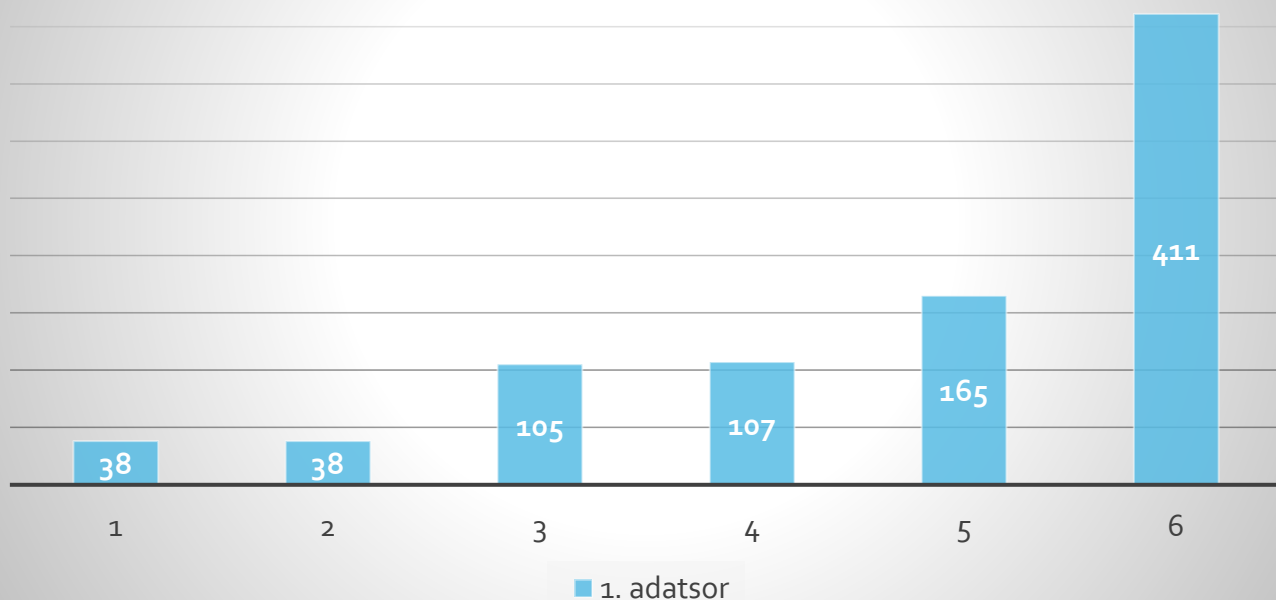
Kultúra utalvány vásárlása

A COVID-19 járványhelyzet idején vásárolna-e kultúra utalványt, vagy kupont, melyet a vírushelyzet elmúltával is felhasználhatna?



Részvétel kulturális programokon

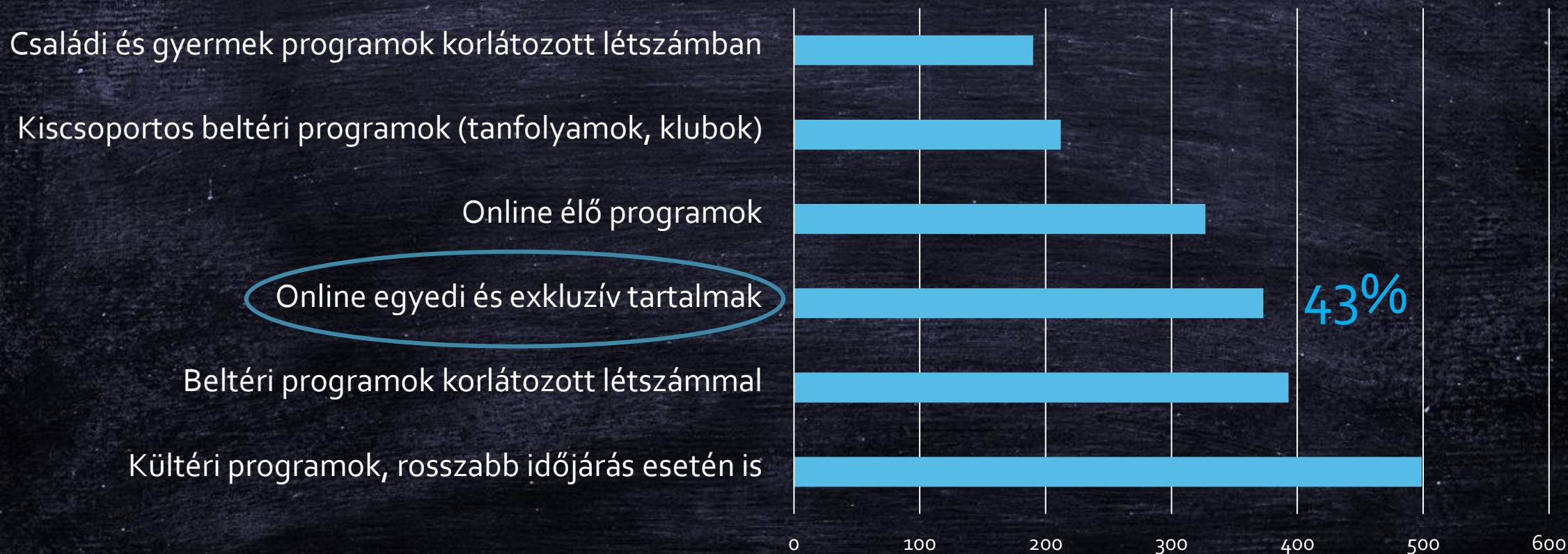
A Covid-19 járvány mennyiben befolyásolja a kulturális programokon való részvételi szokásait?



- 48% szerint nagyobb közösségekben gyorsabban terjed a vírus, ez egy elég nagy visszatartó erő a személyes részvételre.
- 44% Nem tartja nagyobb kockázatúnak, mint más közösségi tevékenységet. (pl.: tömegközlekedés, bevásárlás, sportesemények, iskola, óvoda, munkahely)
- A megfelelő maszkhasználat és a nem megtartható védőtávolság is problémaként merült fel a válaszadók közel 40%-nál.

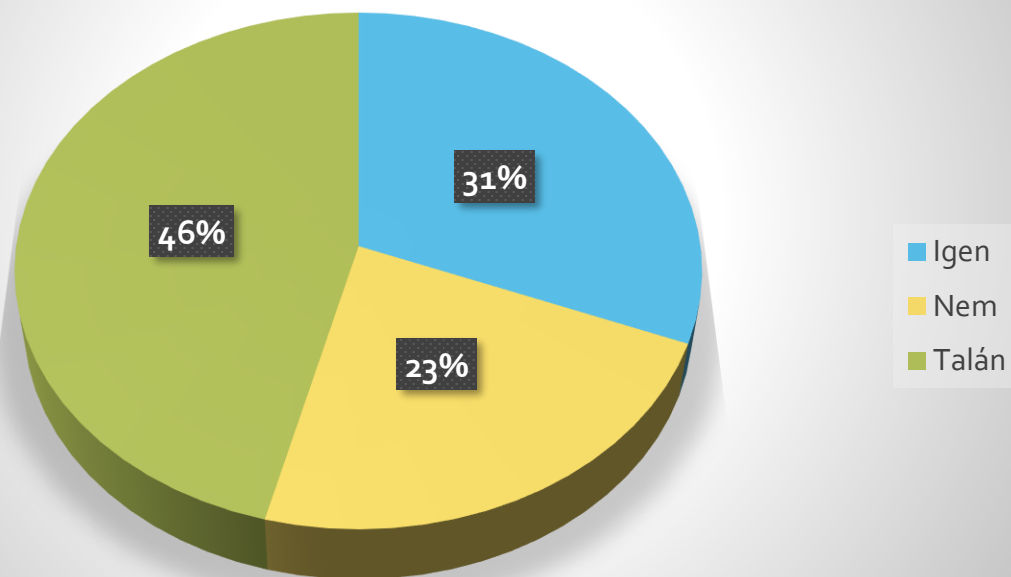
Milyen programon vennének részt?

A Covid-19 járvány idején ön milyen közösségi programokon venne részt szívesen, amennyiben biztosítottak a szervező részéről a megfelelő óvintézkedések? (egyszerre több válaszlehetőség is megadható)

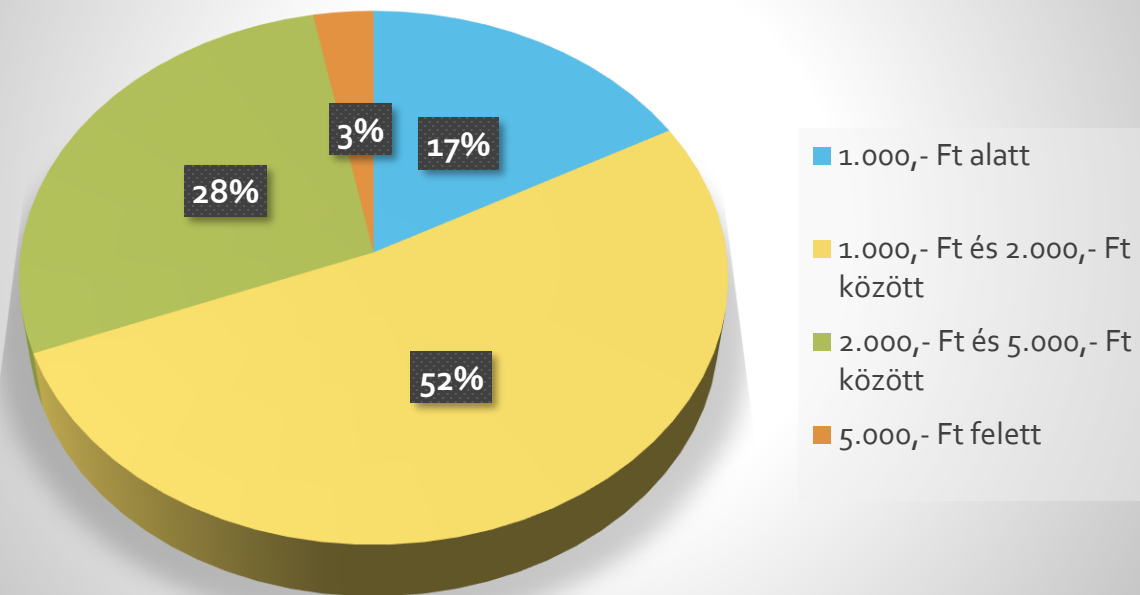


Fizetős, vagy ingyenes online események?

Az előző kérdésnél felsorolt ONLINE ESEMÉNYEK iránti érdeklődése esetén, hajlandó lenne-e fizetni, hogy részt vehessen rajtuk?



Amennyiben az előző kérdésre az "igen", vagy a "talán" választ jelölte, kérjük, adja meg, milyen összeget lenne hajlandó rászálni egy-egy online programra?



Tematikus online tartalmak

Online, élő, interaktív előadások, ismeretterjesztő programok esetén milyen témákról hallana szívesen? (egyszerre több válaszlehetőség is megadható)



Gasztro műsor - BÁKK

Vecsés, ahol az étel mesés – Gasztroséta Bandival



- Egyedi, lokálisra szabott, de mégis univerzális tartalom
- Vecséshez kötődő húzónév
- Sváb kultúra, gasztronómia, helyi jellegzetességek, hagyományok
- Vecsés és termékei, szolgáltatásai, mint márka megjelenítése
- Partnerek bevonása, bemutatása
- Pilot: tematikus 4 epizód: 20 ezres nézettség, 20 ezer perc megtekintés
- Facebook premier adások hétfőnként a sváb-vecsési farsangi ételek bemutatása
- Készül a következő 4 epizód a böjt és Húsvét kapcsán, továbbá a BÁKK is bemutatkozik gasztro témában.



KULT 18

Kézműves, helyi termelői piac - pilot projekt

Kult18 - élménypiac a Havannán



- Kézműves termékek, gasztronómia, helyi jellegzetességek, hagyományok
- Pestszentlőrinc-Pestszentimre, mint márka megjelenítése (BP18 – Kult18), a lokalitás erősítése
- Partnerek, kiállítók, árusok bevonása
- Pilot projekt: helyi termékekkel, szolgáltatókkal, később az ország régióinak bemutatkozása
- Kulturális és gasztronómiai attrakciók, programok (pl.: kézműves sör főzés)
- A partnerek a Kult18 további projektjeibe is bevonhatóak win-win alapon (nagyrendezvények, digitális tartalmak, pályázatok)
- Megfelelő források esetén kisfilmek készítése a partnerekről, szerepeltetésük a weboldalon (Blog részlegben – infotainment, edukáció)
- Lojális vásárlói kör felépítése: kedvezmények, csomagajánlatok, egyedi megoldások

Mit is valósítunk meg?



- Ismeretterjesztő tartalomszolgáltatás, szórakoztató formában közönségünknek, kapcsolattartás
- Helyi kulturális értékek, hagyományok bemutatása
- Helyi vállalkozások, termékek, szolgáltatók bevonása, bemutatása
- Vásárlói értékközösség létrehozása, generálása



**KULTURÁLIS ALAPÚ
GAZDASÁGFEJLESZTÉS**

ÉRTÉKKÖZVETÉS

FENNTARTHATÓSÁG

KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!

Sohajda László

Kulturális- és marketing menedzser, okleveles kulturális mediátor

sohajda.laszlo@gmail.com

+36302490683