

Erfahrungen mit dem Kulturbonus 2008/09

Ergebnisse einer Befragung von Nutzern des Kulturbonus-Hefts, Ausgabe 2008/09

- **Werbewege und Erstkontakt mit Kulturbonus:**

- ▶ Ein großer Teil der Befragten war bereits Nutzer der 1. Ausgabe
- ▶ Hinweise durch Freunde oder Bekannte bzw. Geschenk
- ▶ Tagespresse

- **Reichweite und Werbefunktion des Gutscheinheftes:**

- ▶ Absatzschwerpunkte sind Stadt und Landkreis Göttingen, Raum Northeim und Südharz
- ▶ Der aktive Heftnutzer wird im Durchschnitt auf **9** Kulturangebote aufmerksam, die ihn interessieren und die er bisher nicht oder kaum kannte
- ▶ Das Heft regt in vielen Fällen dazu an, Veranstaltungen und Einrichtungen zu besuchen, auf die es neugierig gemacht hat.
- ▶ Besondere Aufmerksamkeit finden dabei kleinere, spezielle Angebote

- **Der typische Nutzer...**

- ▶ ist weiblich und zwischen 40 und 60 Jahre alt
- ▶ ist gelegentlicher oder regelmäßiger Kulturbesucher
- ▶ besucht Kulturveranstaltungen und -einrichtungen überwiegend zu Zweit

- **Zufriedenheit der Heftnutzer:**

- ▶ das Funktionsprinzip des Rabatts wird überwiegend als „einfach und einleuchtend“ empfunden
- ▶ Der Preis von 10,00 € wird durchweg gutgeheißen.
- ▶ Der häufigste Kritikpunkt: die Beschränkungen bei der Rabattgültigkeit auf Einlösen an der Abendkasse bzw. auf „2 für 1“

- **Absatz des Gutscheinheftes:**

	1. Ausgabe 2007	2. Ausg. 2008/09
Normalpreis	933	1058
Frei-Exemplare	901	725
Vergünstigte Exemplare	1339	956

- **Eingelöste Gutscheine:**

	1. Ausgabe 2007	2. Ausg. 2008/09
Beim LVS rückgemeldete Gutscheine	807	961

- bisher **am beliebtesten:**

- ▶ Deutsches Theater, Göttingen
- ▶ Lumière, Göttingen
- ▶ Theater der Nacht, Northeim
- ▶ Junges Theater Göttingen
- ▶ Höhlenerlebniszentrum Bad Grund