

**PERSPEKTIVE KULTUR!  
BERLINER “PILOTPROJEKT TESTING”**

**#PERSPEKTIVEKULTUR**

Sensibilisierung  
für Kultur und Europa

**BERLIN**



## **Berliner Pilotprojekt Testing – „Perspektive Kultur“**

**Ergebnisse der Befragung von Besucher:innen und Teilnehmer:innen an den Vorstellungen und Veranstaltungen im Rahmen des Pilotprojekts Testing**

### **Durchführung und Auswertung**

Andrea Prehn  
Susanna Kunz

Mai 2021

## Pilotprojekt Testing – Ergebnisse der Online-Umfrage

### Die wichtigsten Ergebnisse:

- Die Befragung wurde online mit dem Publikum und Teilnehmer:innen der Vorstellungen und Veranstaltungen des Pilotprojekts Testing vom Berliner Ensemble, Konzerthaus Berlin, Berliner Philharmonikern und *visitBerlin* durchgeführt. Insgesamt haben sich 775 Personen an der Erhebung beteiligt.
- Diese waren überwiegend weiblich, kamen aus allen Stadtteilen Berlins, anderen Bundesländern – insbesondere Brandenburg und Hamburg und auch dem Ausland. 42% von ihnen waren unter 40 Jahren alt, jede fünfte Person hatte einen multikulturellen Hintergrund.
- Bis auf wenige Ausnahmen waren alle kulturaffin. Die meisten waren mit den Häusern durch vorangegangene Besuche vertraut. Besonders viele neue Besucher:innen (28%) konnte das Konzerthaus Berlin verzeichnen, die meisten Wiederholungsbesucher:innen kamen im Rahmen des Pilotprojekts in die Philharmonie Berlin (89%).
- Die drei meistgenannten Gründe, ein Ticket im Rahmen des Pilotprojekts zu buchen, waren das Glück „endlich wieder ins Theater, ins Konzert“ gehen zu können (40,6%), „eine Aufführung live zu erleben“ (31,6%), „eine Aufführung in diesem Haus, mit diesen Künstler:innen/Musiker:innen, mit diesem Programm“ (20,3%) erleben zu dürfen. Die Teilnehmer:innen der Veranstaltung von *visitBerlin* kamen zumeist, um sich zu informieren (62%), aber auch um das Pilotprojekt (20%) und die Branche (19%) zu unterstützen
- Die Informationen und die Kommunikation zum Besuch im Rahmen des Pilotprojekts wurden von mindestens 79% der Befragten mit „sehr gut“ bewertet.
- Die Buchung der Tickets war für jede fünfte befragte Person mit Stress und technischen Problemen verbunden. Die Buchung der Termine für einen Antigen-Test verlief für 78% der Befragten dagegen sehr gut.
- Jede vierte Person hätte sich eine andere örtliche Verteilung der damals zur Verfügung stehenden Testcenter gewünscht. Gab es Testcenter am Veranstaltungsort, wurde diese Option mehrheitlich favorisiert. Gab es kein Testcenter vor Ort, bevorzugten diese Befragten mehrheitlich das Angebot, ein Testcenter im Laufe Tages am Ort ihrer Wahl zu nutzen.
- 76% der befragten Besucher:innen fühlten sich mit den Schutz- und Hygienemaßnahmen sehr sicher und geschützt, weitere knapp 19% sicher. Dafür sorgte auch die gute Organisation des Ablaufs. Dennoch wurde in fast allen Häusern auf Verzögerungen beim Einlass hingewiesen, die Orientierung in den Häusern fiel einigen Besucher:innen – trotz der vielen Wiederholungsbesuche – nicht leicht. Das Einlasspersonal wurde aber als unterstützend wahrgenommen. Eine Frage zum Auslass wurde nicht gestellt. Die vielen freien Kommentare dazu zeigen aber an, dass hier ein Verbesserungsbedarf bestehen würde.

## Inhaltsverzeichnis

Einleitung .....	4
Methode, Instrument und Ablauf .....	4
Wer hat sich an der Umfrage beteiligt? – die soziodemographischen Daten.....	6
Kulturräffinität, Anteile an Erst- und Wiederholungsbesuchen und Gründe für die Teilnahme/den Besuch.....	7
Informationsquellen – aufmerksam geworden durch.....	8
Der Buchungsprozess.....	8
Die Antigen-Tests .....	11
Die Durchführung der Tests .....	11
Am Ort der Aufführung oder in einem dezentralen Testcenter testen lassen?.....	12
Bereitschaft zur Beteiligung an den Kosten der Tests.....	12
Erfahrungen bei den Aufführungen und der Veranstaltung .....	13
Umsetzung der Schutz- und Hygienemaßnahmen.....	16

## Einleitung

Das Berliner Pilotprojekt Testing - „Perspektive Kultur“ wurde von der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Europa initiiert und hatte das Ziel, „ein durchführbares Szenario für die Wiedereröffnung der Kultur und die Durchführbarkeit von Veranstaltungen (zu) skizzieren sowie Chancen und Risiken (zu) betrachten“<sup>1</sup>. Bei insgesamt 6 Aufführungen im Berliner Ensemble (19./20. März 2021), in der Philharmonie Berlin (20. März 2021), im Konzerthaus Berlin (25. März 2021), im Club Säälchen (27. März) und bei einer Veranstaltung von *visitBerlin* im Estrel Hotel Berlin (25. März 2021) durchlief das Publikum einen SARS-CoV-2-Antigen-Test.

Die Organisation und Abstimmung der Voraussetzungen dafür haben die beteiligten Einrichtungen gemeinsam mit der Beauftragten des Pilotprojekts Testing übernommen.

Zum Pilotprojekt Testing gehörte auch die gemeinsame Auswertung der Vorab-Organisation, des technischen Ablaufs der Covid-19-Tests sowie der Ablauf der Veranstaltungen<sup>2</sup>. Ein Teil der gemeinsamen Evaluation ist die Durchführung einer Befragung der Besucher:innen und Teilnehmer:innen der Vorstellungen und Veranstaltungen, an der sich das Berliner Ensemble, die Philharmonie Berlin das Konzerthaus Berlin und *visitBerlin* beteiligt haben.

## Methode, Instrument und Ablauf

Die Anzahl von über 1.900 Besucher:innen der Vorstellungen und Veranstaltungen legte eine quantitative Erhebung nahe.

Bei der Buchung der Veranstaltungstickets wurden persönlichen Daten abgefragt. Die hierdurch erfassten Emailadressen von 1.304 Ticketkäufer:innen ermöglichten eine online-gestützte Umfrage. Entwickelt und durchgeführt wurde die Umfrage mit Hilfe der Software der Firma Limesurvey ([www.limesurvey.org](http://www.limesurvey.org)). Die Umfrage wurde an alle Personen adressiert, die Tickets gekauft haben, und somit alle Vorgänge von der Buchung über das Testing und den Ablauf der Veranstaltung beurteilen konnten<sup>3</sup>.

Die beteiligten Einrichtungen Berliner Ensemble (i.F. BE), die Berliner Philharmoniker, das Konzerthaus Berlin, *visitBerlin*, die Staatsoper Unter den Linden und die Deutsche Oper legten Themenschwerpunkte für einen Fragenkatalog fest. Die einzelnen Fragen wurden mit Unterstützung

---

<sup>1</sup> Perspektive Kultur – FAQ: [www.staatsoper-berlin.de/de/extra/perspektive-kultur-faq/](http://www.staatsoper-berlin.de/de/extra/perspektive-kultur-faq/) [Zugriff 13.05.2021]

<sup>2</sup> Neben der gemeinsamen und vorerst internen Auswertung liegen bereits Veröffentlichungen der hausinternen Evaluation vor. Siehe z.B. [www.berliner-philharmoniker.de/fileadmin/img/Fotos\\_Redaktion/PDF/2020-2021/Evaluation\\_Open\\_Source\\_Papier.pdf](http://www.berliner-philharmoniker.de/fileadmin/img/Fotos_Redaktion/PDF/2020-2021/Evaluation_Open_Source_Papier.pdf) [Zugriff 13.05.2021]

<sup>3</sup> Einige Angaben lassen vermuten, dass der Link zur Umfrage auch an die Begleitpersonen weitergereicht wurden, die nicht alle Vorgänge beurteilen konnten. Das ist jedoch nicht in so großem Stil geschehen, dass die Ergebnisse dadurch beeinflusst wären.

## Pilotprojekt Testing – Ergebnisse der Online-Umfrage

einer Fachberatung weiterentwickelt, der Fragenkatalog ergänzt und letztendlich gemeinsam abgestimmt. Die inhaltlichen Schwerpunkte der Umfrage lagen auf

- der Bewertung der Prozesse der Buchungen von Tickets und Test-Terminen,
- der Bewertung der Organisation und Durchführung der Tests selbst,
- der Bewertung der Erfahrungen mit dem Ablauf der Vorstellungen bzw. der Veranstaltung sowie auf
- der Bewertung der getroffenen Schutz- und Hygienemaßnahmen.

Ergänzt und vervollständigt wurde der Fragenkatalog durch

- die Abfrage ausgewählter soziodemographischer Daten,
- Fragen zur Motivation und den Gründen, die Vorstellung oder Veranstaltung zu besuchen,
- Fragen nach der Bindung bzw. Besuchshäufigkeit der jeweiligen Einrichtung sowie
- die Nachfrage, wie man auf das Pilotprojekt Testing und die Vorstellungen bzw. Veranstaltung aufmerksam wurde.

Der Fragenkatalog umfasste 36 bzw. 37 Fragen<sup>4</sup>. Da insbesondere die Organisation und der Ablauf des Pilotprojekts Testing bewertet werden sollten, waren die meisten Fragen in Form einer fünfstufigen Likert-Skala angelegt. Die nachgeordnete Möglichkeit, im Freitext die Beurteilung zu begründen oder bemerkenswerte Ereignisse, Auffälligkeiten zu beschreiben, sollten die bloße Bewertung ergänzen und verständlich machen. Die Abfrage der soziodemographischen Daten, die Fragen zur Motivation oder zur Bindung an das jeweilige Haus oder das Ensemble folgten den im Kulturbereich üblichen Fragenformulierungen und Kategorien.

Da nicht davon auszugehen war, dass eine Vollerhebung mit Antworten der über 1.300 Personen, die gebucht hatten, gelingen würde, wurde der zur Repräsentativität nötige Stichprobenumfang pro Veranstalter festgelegt. Die Grundlage war die Anzahl der Buchungsadressen, die gleichzeitig die Grundgesamtheit pro Haus darstellten (siehe Folie 2). Basismaß für den Rücklauf waren ein 95% Vertrauensniveau und ein maximaler Stichprobenfehler von 5%<sup>5</sup>.

Die Einladungen zur Teilnahme an der Umfrage wurden von den Einrichtungen und Veranstaltern verschickt. Der dabei verschickte Link leitete die Teilnehmenden direkt auf die jeweilige Umfrageseite. Pro Vorstellung bzw. pro Veranstaltung gab es eine eigene Umfrageseite, auf diese gingen die Antworten direkt ein. Die Antworten wurden nach Ende der Umfrage in eine Excel-Datei und eine Auswertungsdatei im SPSS-Format überführt.

---

<sup>4</sup> Für das Konzert der Berliner Philharmonikern und zur Veranstaltung von *visitBerlin* im Hotel Estrel wurden mobile Teststellen vor Ort aufgebaut. Die Akzeptanz dieser Teststellen wurden mit einer gesonderten Frage nur für diese beiden Orte überprüft.

<sup>5</sup> Siehe hierzu z.B.: [www.qualtrics.com/de/erlebnismanagement/marktforschung/stichprobenrechner/](http://www.qualtrics.com/de/erlebnismanagement/marktforschung/stichprobenrechner/) oder [www.questionstar.de/blog/stichprobenrechner-umfang-der-stichprobe-einfach-berechnen/](http://www.questionstar.de/blog/stichprobenrechner-umfang-der-stichprobe-einfach-berechnen/)

Pilotprojekt Testing – Ergebnisse der Online-Umfrage

Mit der Umfrage wurde am 21. April 2021 begonnen und sie wurde am 7. Mai 2021 mit der nötigen Anzahl an Teilnehmenden geschlossen.

## Wer hat sich an der Umfrage beteiligt? – die soziodemographischen Daten

Die Erfassung der Kontaktdaten ermöglichte es den einzelnen Einrichtungen, sich auch ohne Umfrage mit einigen Eckdaten ein Bild vom Publikum zu machen, z.B. zum Wohnort der Besucher:innen.

Dennoch wurde auch im Rahmen der Umfrage nach soziodemographischen Daten gefragt. Zum einen kann so überprüft und abgestimmt werden, wer in den Vorstellungen und in der Veranstaltung war und wer davon verstärkt die Umfrage beantwortet hat; zum anderen können so, auf Wunsch, differenzierte Gruppen von Besucher:innen mit ihrer Resonanz auf das Pilotprojekt getrennt betrachtet werden.

Die Besucher:innen und Teilnehmer:innen, die die Umfrage beantwortet haben, waren

- tendenziell eher weiblich (56,3%). 41,9% gaben an, männlich zu sein und 0,3% kreuzten die Option inter/divers an. Dieses Ergebnis weicht nicht von anderen Erhebungen im Kulturbereich ab. Der Jahresbericht zum Berliner Kulturmonitoring (KulMon) 2019<sup>6</sup> zeigte ein ähnliches Verhältnis der Geschlechter, z.B. bei den Theatern (w: 57,8%; m:40,2%) oder der Oper (w: 59,6%; m: 39%) [Folie 3-5].
- um einiges jünger als das befragte Berliner KulMon-Publikum der Theater und Opern in 2019. 42% der befragten Besucher:innen des Pilotprojekts war unter 40 Jahren alt. Bei den KulMon-Theatern waren es in 2019 nicht einmal 30% und bei den KulMon-Opern 26%. Das jüngste Publikum wurde bei den beiden Aufführungen im Berliner Ensemble ermittelt (Mittelwert 41,2 Jahre), das ältere Publikum waren die befragten Besucher:innen in der Philharmonie Berlin (Mittelwert 46,6 Jahre) [Folie 6-8].
- mit einem hohen Bildungsstand ausgestattet. Fast 82% der befragten Besucher:innen gaben an, einen Hochschulabschluss zu haben. Davon kamen fast 10% aus dem kreativen Bereich und hatten ihren Abschluss an einer Kunst-, Theater- oder Musikhochschule gemacht. Dieser hohe Bildungsstand ist im Bundesvergleich außergewöhnlich. Das Statistische Bundesamt meldete im Bildungsbericht 2020, dass 33,5% der in Deutschland lebenden die Hochschulreife als höchsten Bildungsabschluss haben, 46,6% eine Berufsausbildung und 18,5% einen Hochschulabschluss<sup>7</sup> [Folie 9-11].

<sup>6</sup> TARGET GROUP GmbH: KULMON. System für Besucher-Monitoring an tourismusaffinen Berliner Kulturinstitutionen. Projektbeschreibung und ausgewählte Ergebnisse für Berlin - Jahr 2019. Dormitz Juli 2020, S.12ff

<sup>7</sup> Siehe hierzu: [www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Bildungsstand/\\_inhalt.html](http://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Bildungsstand/_inhalt.html) [Zugriff 13.05.2021]

## Pilotprojekt Testing – Ergebnisse der Online-Umfrage

- zu über 88% Berliner:innen. Dass ca. 12% der Befragten angaben, aus einem anderen Bundesland zu kommen oder im Ausland zu wohnen, ist in Zeiten eines langen und verlängerten Lockdowns ein besonderes Ergebnis. Aber auch in Zeiten vor der Pandemie wurden die Bühnen, anders als die Museen, von einem eher lokalen Publikum besucht [Folie 12-15].
- Zu ca. 80% deutscher Nationalität. Die übrigen 20% gaben Nationalitäten aus aller Welt an, z.B. albanisch, französisch, israelisch, japanisch, lettisch, russisch, US-amerikanisch [Folie 16]. Auch die Nennungen von zwei bis drei Nationalitäten stärken den Anteil des Publikums mit Migrationserfahrung, der in Deutschland mit ca. 26%<sup>8</sup> etwas höher liegt als beim Publikum und den Teilnehmer:innen des Pilotprojekts.

## Kulturräffinität, Anteile an Erst- und Wiederholungsbesuchen und Gründe für die Teilnahme/den Besuch

Drei Viertel der Befragten waren nicht das erste Mal in den Häusern, in denen die Vorstellungen stattfanden. Der Anteil der neuen Besucher:innen war in den einzelnen Einrichtungen unterschiedlich hoch. Von den Befragten, die das Konzert in der Philharmonie Berlin besucht haben, gaben fast 11% an, die Berliner Philharmoniker in der Philharmonie Berlin das erste Mal zu hören; das Konzerthaus hatte mehr als jede vierte befragte Person (28,2%) noch nie besucht [Folie 20]. Fast 45% der Befragten, die die kulturellen Einrichtungen schon von vorangegangenen Aufführungen kannten, waren vorher bereits über zehnmal dort gewesen. Sie hatten also eine Vorstellung von den Wegen und den Räumlichkeiten.

Die befragten Besucher:innen und Teilnehmer:innen des Pilotprojekts Testing waren ausgesprochen kulturräffin. Fast 69% aller Befragter haben vor der Pandemie mehr als zehnmal im Jahr kulturelle Einrichtungen und Veranstaltungen besucht [Folie 18]. Diese Kulturräffinität zeigte sich dann auch in den Gründen, mit denen der Besuch der Aufführung begründet wurde. Die fünf häufig genannten Motivationen [Folie24]:

- 40,6% waren froh und glücklich, „endlich wieder“ ins Theater oder ins Konzert zu gehen.
- 31,6% wollten „Kultur erleben“, eine Aufführung „live erleben“.
- 20,3% hatten sich explizit für eine Aufführung in diesem Haus, mit diesem Ensemble, mit diesen Künstler:innen entschieden.

---

<sup>8</sup> Siehe hierzu z.B.: [www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61646/migrationshintergrund-i](http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61646/migrationshintergrund-i)

## Pilotprojekt Testing – Ergebnisse der Online-Umfrage

- 18,3% hatte die „Sehnsucht nach Kultur, die Lust & der Hunger danach“ zum Ticketkauf motiviert.
- 12,0%, also immerhin mehr als jede zehnte befragte Person, gab ausdrücklich an, dass sie das Pilotprojekt Testing unterstützen wollte.

Die Veranstaltung #Perspektive MICE Berlin, die *visitBerlin* im Rahmen des Pilotprojekts Testing durchgeführt hat, hatte als Veranstaltung unter Geschäftspartner:innen und durch einen wirtschaftlichen Schwerpunkt ein anderes Publikum. Hier waren über zwei Drittel der Befragten (68,8%) Teilnehmer:innen, die das erste Mal an einer derartigen Veranstaltung von *visitBerlin* teilnahmen [Folie 24]. Der Besuch wurde in erster Linie damit begründet, dass

- man sich für die Wiedereröffnung des Geschäftsbereichs „fortbilden“ wolle (65,6%),
- man das „Pilotprojekt Testing (20,3%) und die Branche (18,8%) unterstützen“ wolle
- und man „Geschäftspartner:innen treffen“ wolle und sich über die aktuelle Situation austauschen wolle (17,2%).

## Informationsquellen – aufmerksam geworden durch ...

Die meisten Befragten hatten in den Medien (Berichte in der Presse/TV/Radio: 43,7%) vom Pilotprojekt Testing erfahren [Folie 28]. Auch die Mundpropaganda war eine wichtige Informationsquelle: Jede vierte befragte Person (24,8%) gab an, einen Hinweis aus der Familie, von Freund:innen oder Kolleg:innen erhalten zu haben. Weitere wichtige Informationsquellen waren die Homepage der Einrichtungen (17,7%), die Newsletter (14,7%) und die Social-Media-Plattformen (9,9%). *visitBerlin* hatte die Teilnehmer:innen zur Veranstaltung im Hotel Estrel insbesondere über eine Save-the-Date-Einladung (65,6%) erreicht, aber auch über die Homepage.

Es gab wenig unterschiedliche Aussagen von den Erst- und Wiederholungsbesucher:innen, wie sie auf die Aufführungen und das Pilotprojekt Testing aufmerksam geworden waren [Folie 30]. Allerdings haben Befragte, die die Häuser schon einmal besucht hatten, häufiger die Homepage der Veranstalter als Quelle genutzt und/oder sind über den Newsletter informiert worden. Die neuen Besucher:innen gaben dagegen häufiger als die Wiederholungsbesucher:innen an, in den sozialen Medien auf das Pilotprojekt Testing aufmerksam gemacht worden zu sein.

## Der Buchungsprozess

Die ersten Fragen bezogen sich auf den Buchungsprozess des Tickets für die Vorstellungen und den Buchungsprozess für den Covid-19-Test. Dabei sollten die herausgegebenen Informationen, die

## Pilotprojekt Testing – Ergebnisse der Online-Umfrage

Kommunikation sowie die technischen Abläufe in einer Skala von „sehr gut“ bis „sehr schlecht“ bewertet werden.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich die befragten Besucher:innen und Teilnehmer:innen insgesamt sehr gut informiert gefühlt haben und mit der Kommunikation ausgesprochen zufrieden waren [Folie 32].

- Die Informationen zum Pilotprojekt Testing wurden als sehr gut verständlich wahrgenommen (sehr gut: 79,1%).
- Die Service- und Erinnerungsmails wurden ebenfalls von der absoluten Mehrheit der Befragten sehr positiv wahrgenommen (sehr gut: 80,6%).
- Dieses gilt auch für die Auflistung der Unterlagen, die für den Veranstaltungsbesuch nötigen waren (sehr gut: 84,7%).
- Ebenfalls der Ablauf des Abends war vorab so kommuniziert worden, dass diese Informationen von fast 80% der Befragten (79,4%) mit „sehr gut“ bewertet wurden.

Trotz der großen Zufriedenheit mit den Informationen weisen einige freie Kommentare daraufhin, dass es recht viele Informationen waren bzw. dass die Kommunikation ein wenig als redundant empfunden wurde („Insgesamt fand ich es waren fast zu viele Informationsmails. Zumal manche doppelt kamen.“, „War zwar eine Vielzahl an E-Mails, aber hey - wenn's sein muss, klicke ich mich da durch.“, „Die Emails waren informativ, doch zu häufig“.)

Die Buchungsprozesse von Ticket und Testtermin wurden unterschiedlich wahrgenommen.

Während der Buchungsprozess des Antigen-Tests bei 78,1% „sehr gut“ funktionierte, bewerteten nur 55,5% den Buchungsprozess des Tickets mit „sehr gut“. Während noch 22,2% die Buchung des Tickets mit „gut“ bewerteten, fand ihn 13,1% noch „okay“ und fast jede:r zehnte Befragte nur noch „schlecht“ (5,6%) oder „sehr schlecht“ (3,6%). Die Sorge, keine Eintrittskarte zu erhalten oder nur noch einen schlechten Sitzplatz, getrennt von der Begleitung, kombiniert mit einer technisch nicht einwandfrei funktionierenden Buchungssoftware setzte einige befragte Besucher:innen während des Buchens unter Druck. In mehreren Kommentaren fragte man sich außerdem, ob es gerecht sei, dass durch diese Art der Buchung insbesondere Digital Natives bevorzugt würden. Die ausgewählten freien Kommentare zeigen, was von den Befragten beim Buchen der Tickets als Defizit wahrgenommen wurde (Originalzitate ohne „Glättung“ von Rechtschreibung und Formulierung):

- Ticketsystem war chaotisch. Als ich um Punkt 10 Uhr ein Ticket buchen wollte konnte ich keins auswählen. Erst nach aktualisieren der Seite gelang es mir.
- Die Buchung hat am Anfang ohne Information zur Teststation erfolgt. Die Information kam einige Stunden später und das hat gewisse Unsicherheit verursacht.
- Der run auf die Tickets war hoch, wenn ich 1 Karte angeklickt habe, war die daneben weg. Es war sehr schwierig 2 Tickets nebeneinander zu bekommen.
- Bei der Ticketbuchung wurde leider der Saalplan nicht schnell genug aktualisiert, weswegen bereits belegte Plätze noch als verfügbar angezeigt wurden. Dadurch war es schwierig, Plätze zu ergattern, bevor alles ausverkauft war. Ansonsten alles top!
- Die Informationen waren zu Beginn etwas missverständlich. So wurde nicht wie angekündigt direkt mit der Buchung des Tickets ein Link zur Buchung des Tests verschickt (wie angekündigt), sondern erst danach und separat.
- Es war fast unmöglich die Tickets online zu kaufen (wahrscheinlich wegen der hohen Anzahl der Anfragen). Deswegen konnte ich für den ersten Termin keine Tickets kaufen, obwohl ich rechtzeitig auf der Seite der Ticketbuchung war. das System hat mich nie erlaubt Tickets in den Warenkorb einzufügen, obwohl viele Seats frei aussahen. Für den zweiten Termin habe ich über Safari versucht und dann ging es. ich glaube die Webseite funktioniert auf Google Chrome nicht einwandfrei...
- Leider war der Andrang so enorm, dass „nur der frühe Wurm“ erfolgreich war. Das zeigt, dass das Publikum des Konzerthauses egal wie darauf gewartet hatte. Auffallend viel junges Publikum saß dann in dem Konzert, also Internetbegabte. Das war offensichtlich die Hürde für die sonst älteren Gäste. Aber wie soll es auch sonst gehen.? Also vielleicht zwei Tage zur Buchungsmöglichkeiten wäre zu überlegen.
- Viele Informationen mussten doppelt eingegeben werden. Eine Verschneidung von Buchungsprozess zum Ticket und Test ist zielführend. Eine Zusammenführung in einem Buchungs-Prozess oder zumindest die Übernahme von Daten von einem Prozess in den nächsten wäre hilfreich.
- Beim Buchungsprozess wäre eine Warteschlange besser gewesen. So konnte man nicht direkt sehen welche Tickets wirklich noch zur Verfügung stehen da alle gleichzeitig darauf zugreifen konnten.
- Wenn es richtig ist, dass das Durchschnittsalter des Publikums bei 45 Jahren lag, weist das schon darauf hin, dass der Buchungsprozess für viele Ältere Interessenten zu kompliziert war.
- Die Ticketbuchung wurde schon einige Minuten vor dem angegebenen Zeitpunkt freigeschaltet, das war ungünstig. Und natürlich waren die Tickets wahnsinnig schnell weg, aber das lässt sich wahrscheinlich schwer umgehen/verbessern.
- Das grafische Userinterface des Saalplans mit der Auswahl der Sitzplätze ist extrem schlecht zu bedienen. Gerade für Ältere wäre eine Option: 2 Tickets, best-mögliche Platzierung, sehr hilfreich gewesen. Ohne diese GUI wäre es um ein vielfaches einfacher gewesen, Tickets zu bestellen.
- Buchungssystem war offensichtlich sehr gefordert - hätte es einfacher gefunden, wenn die Plätze einfach zugeteilt worden wären

## Die Antigen-Tests

### Die Durchführung der Tests

Der Buchungsprozess der Testtermine wurde zwar sehr positiv beurteilt, mit der Durchführung der Tests waren viele Befragte aber nicht im gleichen Maß zufrieden. Bewertet werden sollten hier die Anzahl an teilnehmenden Teststellen sowie deren örtliche Verteilung in Berlin, der zusätzliche zeitliche Aufwand und die Durchführung der Tests selbst.

So beurteilten nur 55,8% der Befragten die Anzahl der ihnen zur Verfügung stehenden Testcenter mit „sehr gut“ [Folie 34]. Nicht einmal die Hälfte der Befragten bewertete die örtliche Verteilung der Testcenter mit „sehr gut“. Hinweise, warum die Anzahl und die örtliche Verteilung der Testcenter nur von ca. der Hälfte der Befragten als „sehr gut“ empfunden wurden, gibt es von Befragten, die darauf hinwiesen, dass (zu diesem Zeitpunkt) die Testcentren nicht gleichmäßig verteilt waren („Im Osten (Richtung Friedrichshain) gab es keine Testzentren, wenn ich mich recht erinnere.“). Dabei zeigt die Nachfrage nach dem Wohnort der Befragten, dass das Berliner Publikum aus allen Bezirken kam, viele auch aus den Randbezirken [Folie 14]. Auch Besucher:innen aus Brandenburg wünschten sich hier ein Entgegenkommen („Zu wenig nicht zentrale Teststellen im Angebot (sind Brandenburger)“). Den zusätzlichen Aufwand, der durch das Testen entstand, empfand nur etwas mehr als jede:r fünfte Befragte als „sehr gering“ (22,2). Von den meisten wurde der Zeitaufwand als „angemessen, okay“ (38,7%) oder auch als „gering“ (30,7%) bezeichnet. Um „endlich wieder“ eine Aufführung live zu erleben, nimmt man schon mal etwas mehr Aufwand in Kauf.

Die Durchführung der Tests wurde von 68,5% mit „sehr gut“ bewertet. Bei dieser Beurteilung spielten ein reibungsloser Ablauf und das freundliche Personal. („Der Test lief durch die Terminbuchung und die geringe Auslastung vor Ort sehr schnell und unkompliziert“, „Das Personal war extrem freundlich und alle fragten nach dem Theaterbesuch und freuten sich sichtlich mit mir über die Gelegenheit.“). Allerdings gab es auch einige eingeschränkt positive bzw. negative Erfahrungen:

- Bei diesem Test wurde sich Mühe gegeben. Der Test bei einem anderen Testzentrum für ein anderes Konzert in diesem Projekt (in der Philharmonie) wurde so schlampig durchgeführt, dass der Test wertlos war.
- Ich war im Testcenter in der Clayallee und leider war das ERSTE Ergebnis "nicht auswertbar" :-(. Kommt wohl total selten vor, hieß es am Telefon, aber ich musste dann - weil ich ja unbedingt ins BE wollte - NOCHMAL dorthin fahren und 6 cm in die Nase popeln. Egal. es war ein Samstag und die Sache definitiv wert. Aber nervig war das 2 x dorthin fahren müssen trotzdem.
- Der Test war sehr schmerzhaft (Testzentrum Bergstraße), was ich bislang so noch nicht erlebt habe.
- Jedes Testzentrum testet anders, obwohl gleiches Ergebnis erwartet wird.
- Das Testszenario macht Berufstätigen die Teilnahme schwer.

Pilotprojekt Testing – Ergebnisse der Online-Umfrage

### Am Ort der Aufführung oder in einem dezentralen Teststellen testen lassen?

An zwei Veranstaltungsorten – der Berliner Philharmonie und dem Hotel Estrel – waren mobile Teststellen aufgebaut und die Besucher:innen und Teilnehmer:innen hatten die Option, sich entweder dort zwei Stunden vor Veranstaltungsbeginn oder in einem dezentralen Testcenter testen zu lassen. Für die Tests, die für den Besuch der Aufführungen im Berliner Ensemble und im Konzerthaus nötig waren, standen dem Publikum fünf in einer Liste aufgeführte Teststellen zur Verfügung. Hier konnten für den Tag der Aufführung individuell Termine gebucht werden. Die Abfrage, ob die Besucher:innen lieber am Veranstaltungsort oder dezentral getestet werden würden, erbrachte ein nur tendenziell eindeutiges Ergebnis. Etwas über die Hälfte der Befragten (51,5%) gaben an, sich lieber im Laufe des Tages in eine dezentralen Teststelle zu begeben und 42,6% bevorzugten ein Teststelle am Veranstaltungsort [Folie 35].

Die Entscheidung der Befragten scheint davon beeinflusst zu sein, welche Optionen ihnen für die jeweilige Aufführung des Pilotprojekts zur Verfügung standen. So bevorzugten die befragten Besucher:innen im Berliner Ensemble und im Konzerthaus mehrheitlich das Angebot dezentrale Testcenter im Laufe des Tages aufzusuchen (62,7%); während sich die befragten Besucher:innen der Philharmonie und die Teilnehmer:innen der Veranstaltung von *visitBerlin* zur Hälfte (50,9%) für das Testen am Veranstaltungsort entschieden [Folie 36].

### Bereitschaft zur Beteiligung an den Kosten der Tests

Zwei Drittel der Befragten (64,4%) wären bereit, sich an den Kosten der Tests im Vorfeld eines Aufführungs- und Veranstaltungsbesuchs zu beteiligen. Über ein Viertel entschied sich für ein klares „Nein“ (26,3%) [Folie 37]. Die Bereitschaft für die Tests zu zahlen, war bei den Befragten in den Kultureinrichtungen höher als bei den Befragten der Veranstaltung von *visitBerlin*, die vermutlich im Sinne ihrer Branche und ihrer Kund:innen entschieden haben (Bereitschaft für die Tests zu zahlen: ja=45,3%; nein=42,2%). Bei den potentiell „direkt Betroffenen“ in den Kultureinrichtungen waren im BE und in der Philharmonie um die 67% bereit, für die Tests extra zu zahlen, im Konzerthaus waren es 56,3% [Folie 55].

Weit über die Hälfte der Befragten (57%), die bereit waren, für die Tests zu zahlen, würden dafür zwischen 5€ und <10€ zur Verfügung stellen, jede:r fünfte Befragte zwischen 10€ und unter 20€ [Folie 54]. Großzügig zeigten sich die Befragten, die die Aufführung der Berliner Philharmoniker besucht hatte. Von ihnen war mehr als jede dritte Person (35,4%) bereit, mindestens 10€ für einen Test zu zahlen, von den Teilnehmer:innen der Veranstaltung von *visitBerlin* machten nur 7,8% eine Angabe, die bei mindestens 10€ pro Test lag [Folie 38].

## Pilotprojekt Testing – Ergebnisse der Online-Umfrage

Zu einem anderen Zeitpunkt der Befragung hätte das Ergebnis vielleicht anders ausgesehen. Die Bereitschaft, sich an den Kosten der Tests zu beteiligen, wäre vielleicht direkt im Anschluss an den Veranstaltungsbesuch durch die Begeisterung, einen schönen Abend erlebt zu haben, höher ausgefallen. In der Zeit zwischen Aufführungen und Befragung erhöhte sich das Angebot der kostenfreien Bürger:innentests rapide. („Die letzten Fragen erübrigen sich zurzeit, da ja jedem Bürger kostenlose Tests zustehen. Die sollte man natürlich auch für Kulturveranstaltungen nutzen können.“). Hinzu kommt, dass bei finanziellen Nachfragen eher im Rahmen von sozialer Erwünschtheit geantwortet wird. Die Eintrittspreise für die Aufführungen waren außerdem stark subventioniert. Da ist es dem einen oder der anderen leichter gefallen, sich vorzustellen, sich an den Kosten für die Tests zu beteiligen. Würde eine Kostenübernahme der Tests regulär eingeführt werden, würden einige der Befragten sicherlich auf den Veranstaltungsbesuch verzichten.

## Erfahrungen bei den Vorstellungen und der Veranstaltung

Zu den Erfahrungen, die bei den Vorstellungen und der Veranstaltung gemacht wurden, sollte nicht die Auswahl und die Qualität des Programms bewertet werden, sondern die Begleitumstände, die nach Sicherheitskriterien für die Gesundheit erstellten Zugangs- und Veranstaltungsbedingungen. Jeder Veranstaltungsort hat seine eigenen architektonischen Bedingungen, die mit den aktuellen Schutz- und Hygienemaßnahmen in Abstimmung gebracht werden müssen. Für viele befragte Besucher:innen, auch die Fans, die sich mit dem Gebäude gut auszukennen meinten, führte dies zu ungewohnten Abläufen.

Über die Hälfte der Befragten (55,7%) erinnerten sich, dass sie ungehindert Einlass in den Aufführungs- und Veranstaltungsort bekamen. Wenn es Stauungen und dadurch entstandene Wartezeiten gab, dann führte dies in den meisten Fällen zu einer Wartezeit unter 10 Minuten (28,3%). [Folie 40]

Die Durchführung des Einlasses wurde von 66,1% als „sehr gut“ empfunden, dennoch empfanden fast 10% der Befragten (9,8%) die Situation am Einlass höchstens als „okay“ oder waren „unzufrieden“ [Folie 42]. Die Übersicht der Zugänge wurde von 63,6% der Befragten mit „sehr gut“ bewertet, also ähnlich wie die Situation am Einlass. Vermutlich haben die Befragten zwischen dem Einlass und den Zugängen nicht weitergehend differenziert. Die Rückmeldungen und Kommentare der Befragten zum Ablauf des Einlasses und zu den Zugängen ins Haus zeigen ein auf die Einrichtungen bezogenes und leicht unterschiedliches Bild. Zu der Aufführung in der Philharmonie hat es die Rückmeldung gegeben, dass es zu Stauungen beim Zugang in die Teststationen kam. Auch waren die Zugänge nicht überall eindeutig gekennzeichnet. Beim BE begann die Einlassregelung auf dem Vorplatz außerhalb des Hauses. Die Wartezeit in den Schlangen dort wurde wegen des Wetters

## Pilotprojekt Testing – Ergebnisse der Online-Umfrage

bzw. der Jahreszeit als eher unangenehm empfunden. Dieses galt auch für einige Befragte, die die Veranstaltungen im Konzerthaus besuchten. Für den Einlass zur Veranstaltung von *visitBerlin* war einigen wenigen die Registrierung etwas umständlich vorgekommen. Bei allen Häusern gemeinsam wurde jedoch angemerkt, dass das Vorzeigen und Prüfen der vielen Unterlagen am Einlass zu Verzögerungen geführt hat.

Auch die Orientierung und Wegeführung im Haus bereitete einigen Befragten offensichtlich etwas Probleme. Zwar hatten auch hier 66,8% angegeben, dass sie die Wegeführung „sehr gut“ fanden, 10% nahmen die Wegeführung eher als „okay“, „schlecht“ oder „sehr schlecht“ wahr. Es gab nicht viele freie Kommentare, die sich direkt auf die Wegeführung konzentrierten („Die Wegeleitung ist aufwendig und hätte optimiert werden können“; „Die etwas unklare wegeföhrung (was aber damit zusammenhing, dass ich über den nicht angedachten Eingang das Gebäude betreten habe, aufgrund der Schlangenbildung) wurde durch die kompetenten und freundlichen Mitarbeiterinnen vor Ort wett gemacht“; „Wegführung im Haus wäre optimierbar. (Es gab aufgeklebte Fußabdrücke, aber die führten nicht bis nach oben in den Kleinen Saal. Nach dem Konzert wurde man per Durchsage gebeten, denselben Weg zurück zu nehmen - das war wegen fehlender Orientierung nicht ohne weiteres möglich.)“. Die Sitzplatzsuche bereitete den allermeisten Befragten keine Sorgen. 73% der Besucher:innen gaben an, damit „sehr zufrieden“ gewesen zu sein, also keinerlei Schwierigkeiten bei der Gesuche gehabt zu haben.

Wenn sich auch einige Befragte mehr die Durchführung des Einlasses, das Finden der Zugänge ins Haus und die Wegeleitung im Haus verbessert wünschten, so waren die allermeisten mit dem Einlasspersonal sehr zufrieden:

- 78,5% der an der Umfrage teilnehmenden Besucher:innen empfanden das Einlasspersonal kompetent,
- 79,4% meinten, das Einlasspersonal sei gut informiert,
- 89,1% lobten die Freundlichkeit und führten dieses in freien Kommentaren aus.

In der Umfrage wurde recht ausführlich nach den Situationen beim Einlass und nach der Orientierung im Haus gefragt. Leider wurde versäumt, nach der Situation des Auslasses zu fragen. In einer Reihe von freien Kommentaren nehmen die Befragten auf die Situation nach den Aufföhrungen Bezug. Diese zeigen, dass hier Verbesserungsbedarf besteht:

## Pilotprojekt Testing – Ergebnisse der Online-Umfrage

- Unklare Kommunikation beim Auslass
- Die Ansage war sehr leise durch das allgemeine Aufstehen und Unterhaltungen. Vielleicht öfter damit die Mitarbeiter sich nicht ständig wiederholen müssen.
- chaotischer Auslass
- Unklar, wann auch der zweite Rang ins Freie darf.
- Es gab zu spät erst Informationen dazu, wer wann rausgeht, dadurch dann Stau. Zu viele Leute gleichzeitig auf dem Weg raus. Gedränge. I koordiniert.
- Leute auf dem 2. Rang standen auf, Gedränge, warten im Vorraum (Durchmischung). Hier fehlten klare Ansagen und Anweisungen... Am besten live von einem Menschen auf der Bühne statt das lächerlich leise Tonband.
- Wir waren leider die letzte Gruppe, die das Haus verlassen hat. Eine Ansage dazu: " Setzen Sie sich ruhig noch mal, das dauert noch 15 Minuten" wäre gut. Dauert beim Ausstieg aus dem Flieger ja auch, ist aber kein Problem, wenn man es weiß.
- während der Einlass sehr koordiniert und nach strengem Hygienestandard erfolgte, sind nach Ende des Konzerts alle Gäste "aufgesprungen" und "umkoordiniert" rausgeströmt, als sei das Hygienekonzept mit dem letzten Takt aufgehoben
- kein geordneter Ausgang
- nach dem Konzert ließ sich eine Mischung, der noch beim Eintritt gesplitteten Gruppen, nicht vermeiden...
- Mehr Abstand auf den Treppen wäre vielleicht durch schrittweisen Auslass zu erreichen gewesen
- Im Gegensatz zum Einlass war der Auslass chaotisch. Alle wollten so schnell es geht raus. Man hätte das auch z.b. reihenweise koordinieren können.
- Auslass wirkte etwas hektisch und durch die begrenzte Wegführung sehr gedrängt. Wohler hätte ich mich gefühlt, wenn die Menschenmasse breiter verteilt das Gebäude hätte verlassen können.
- Alle standen gleichzeitig auf und verließen den Saal. Denkbar wäre eine Auslassordnung, um zu viele Personen "auf einen Haufen" zu vermeiden.

Dennoch wurde die Organisation insgesamt sehr gelobt und es gab viele Kommentare, die den Erfolg der Aufführungen und Veranstaltungen bezeugen. Die Aufforderung, Verbesserungs- und Lösungsvorschläge zu machen, haben viele Befragte im Sinne einer Unterstützung verstanden und fast ausschließlich wohlwollend Aspekte aufgeführt, auf die die Veranstalter zukünftig (mehr) achten könnten (zufällige Auswahl):

- Die Waschbecken in den Toiletten könnten noch abgeklebt werden, wenn kein Abstand von 1,5 m zwischen den Personen stattfinden kann.
- Im Veranstaltungsraum selbst, hätte ich mir ein besseres Wegeleitsystem gewünscht.
- Man musste teilweise durch die Reihen laufen um zu einem freien Sitzplatz zu gelangen.
- Mir erschienen die Reihenabstände zwischen den Teilnehmenden nicht ausreichend.
- Etwas mehr Licht Im Publikumsbereich um wenige freie Plätze besser zu erkennen, sehr gerne auch Pause für Networking zwischendurch.
- Alles in einer App - z.B. Luca, wäre noch einfacher
- Es war alles sehr gut organisiert. Einziger Punkt, der weitere und wahrscheinlich sehr kreative Lösungen braucht, ist die "Entstauung" bei der Nutzung der sanitären Anlagen nach dem Konzert. Meiner Beobachtung nach waren alle Konzertteilnehmer sehr rücksichtsvoll und haben auch rund um die WCs sich sehr bemüht, Abstände einzuhalten. Doch entstand die einzige höhere Dichte von Menschen.
- Die Testfirma sorgfältiger auswählen (z.B. mittels öffentlicher Ausschreibung)
- Die Abreise mit dem Bus. Das standen wir dann alle dicht gedrängt. Keine Ahnung wie man solch ein Problem lösen kann.
- Es wäre schön, die Garderobe wieder zu öffnen. Foodtruck draußen mit Bier und Co. gute Übergangslösung, bis Öffnung des Bistros innen wieder möglich ist! Wasserflaschen waren sehr aufmerksam.
- Eine bessere Kontrolle der Tests wäre sinnvoll. Es wurde draufgeschaut, aber so ein negatives Testergebnis kann ich mir in fünf Minuten am PC zusammenbasteln, sodass Betrug hier sehr einfach wäre. QR-Codes böten etwas mehr Sicherheit, aber auch die lassen sich selbst generieren und das gewünschte Ergebnis durch eine eigene Website simulieren. Was es hier braucht wäre vielleicht ein sicheres, verschlüsseltes, aber dezentrales System. (Die Datenschleuder Luca ist hier keine Lösung.)
- Bei trockenem Wetter funktioniert es natürlich, die Garderobe mit in den Saal zu nehmen, auch wenn nur die Hälfte besetzt ist. Sobald es regnet, sollte man sich ein Konzept für feuchte Mäntel und Regenschirme überlegen.
- Keine "Bravo"- Rufe: Aerosole!!!
- Bei so dichter Bestuhlung ist Schachbrettmuster zu eng. Unangenehm!

## Umsetzung der Schutz- und Hygienemaßnahmen

Zum Pilotprojekt Testing gehörte nicht nur die Organisation eines schönen Abends oder eines Geschäftstreffens unter besonderen Bedingungen, sondern auch die Gewährleistung des Gefühls größtmöglicher Sicherung der Gesundheit. Neben dem Antigen-Tests gehörte auch die Umsetzung und Einhaltung von üblichen Schutz- und Hygienemaßnahmen dazu. Die Bewertungen der Schutz-

## Pilotprojekt Testing – Ergebnisse der Online-Umfrage

und Hygienemaßnahmen zeigen, dass es den Einrichtungen, die am Pilotprojekt Testing teilnahmen, gelungen ist, ein solides Gefühl von Sicherheit zu schaffen [Folie 47]:

- 80,8% der Befragten fühlten sich mit den getroffenen Maßnahmen „sehr sicher“.
- 76,2% fühlten sich vor einem Ansteckungsrisiko „sehr sicher“.
- 71% störten sich nicht daran, dass sie während der ganzen Veranstaltung eine Maske tragen musste und hielten auch diese Maßnahme für „sehr gut“.

Die Bedingungen für den Besuch von Aufführungen und Veranstaltungen, die im Rahmen des Pilotprojekts Testing mit der Organisation und den Schutz- und Hygienemaßnahmen geschaffen worden waren, wurden so positiv wahrgenommen, dass sich 98,5% der Befragten vorstellen konnten, wieder eine derartig vorbereitete Kultur- und Geschäftsveranstaltung zu besuchen. 97,5% würden den Besuch auch Verwandten, Freund:innen oder Kolleg:innen empfehlen. Nur bei der Empfehlung an Menschen, die zu einer Risikogruppe gehören, war ein Teil der Befragten vorsichtig. 67,5% könnten sich die Besuchsempfehlung an Menschen mit Vorerkrankungen vorstellen, 17,7% wären hier vorsichtig und würden eher abraten [Folie 48].