

## Pressemitteilung

Köln, 16. Mai 2023

Kontakt: Abteilung Kommunikation  
Tel.: 0221/208 12-27  
E-Mail: [kommunikation@buehnenverein.de](mailto:kommunikation@buehnenverein.de)

### **Bühnenverein startet mit bundesweitem Audience-Projekt NEW ALLIANCE**

Der Deutsche Bühnenverein startet am 23. Mai 2023 unter dem Motto NEW ALLIANCE mit einem bundesweiten Audience-Projekt, dessen Ziel es ist, mehr darüber zu erfahren, weshalb Menschen in Theater und Konzerthäuser gehen oder was sie davon abhält. Insgesamt neun Theater beteiligen sich an dem Pilotprojekt: die Städtischen Bühnen Frankfurt am Main, das Theater Freiburg, das Gerhart-Hauptmann-Theater Görlitz-Zittau, das Thalia Theater Hamburg, die Komödie im Bayerischen Hof München, das Oldenburgische Staatstheater, die Uckermärkischen Bühnen Schwedt, das Deutsche Nationaltheater und Staatskapelle Weimar und die Wuppertaler Bühnen.

„Wir freuen uns darauf, uns als Verband mit neun Theatern, die die Diversität der Bühnen in unserem Verband abbilden, und kompetenten Partner:innen auf den Weg zu machen, mehr zu erfahren über unser Publikum und über die Menschen, die bisher noch nicht zu uns kommen“, so Claudia Schmitz, die Geschäftsführende Direktorin des Bühnenvereins.

Bühnenvereinspräsident Dr. Carsten Brosda betonte: „Die Bühnen spielen Tag für Tag mit viel Leidenschaft, um uns die Welt zu zeigen und die Köpfe zu öffnen. Wie können wir künftig gerade auch diejenigen mit auf diese Reise nehmen, die sich heute noch nicht angesprochen fühlen? Das wollen wir mit dem Audience-Projekt NEW ALLIANCE herausfinden. Es reicht schon lange nicht mehr aus, einfach davon auszugehen, dass das Publikum schon kommt. Die Bühnen müssen sich aktiv um ihre Besucher:innen kümmern – und dabei die ganze gesellschaftliche Vielfalt in den Blick nehmen. Wir wollen neue Allianzen mit unserem Publikum schmieden.“

Partner:innen für das Projekt sind Julie Aldridge (UK) und Morris Hargreaves McIntyre (UK). Julie Aldridge ist Beraterin mit den Schwerpunkten Unternehmensstrategie, Marketing und Publikumsentwicklung und hat bereits mit einer Vielzahl von Organisationen aus dem internationalen Kunst- und Kultursektor zusammengearbeitet.

Morris Hargreaves McIntyre (MHM) unterstützt Organisationen dabei, profunde Einblicke in die Motivation ihres Publikums zu bekommen. Hierbei arbeitet MHM nicht auf Basis demografischer Merkmale, sondern fokussiert sich auf Werte und Motivationen.

MHM wird für die teilnehmenden Bühnen Besucher:innenbefragungen erarbeiten, deren Ergebnisse die Basis für die strategische Arbeit in dem Projekt sind. Flankierend dazu wird MHM eine bundesweite Marktstudie durchführen.

Die Ergebnisse des Projekts werden im Frühjahr 2024 vorgestellt.