



WIP - Wissenschaftliches Institut für  
Presseforschung und Medienberatung GbR

Essener Str. 28, D-51145 Köln  
<http://www.presseforschung.de>

Tel. +49 (0)2203-695283  
Fax.+49 (0)2203-695238

# Veranstaltungskalender Online

## Orientierungsmedien für die Region

in Metropolen, Metropolregionen und  
Großstädten über 250.000 Einwohner

Stand: November 2009

Schutzgebühr: 230/250 EUR

– Auszüge aus der Studie –

Bestellschein für die vollständige Studie auf der letzten Seite

# Inhalt

Management Summary	5
<b>1. Veranstaltungskalender in Print und Online</b>	<b>7</b>
1.1 Einführung	8
1.2 Metropolen, Metropolregionen und Großstädte	11
1.3 Veranstaltungskalender Print	15
1.4 Veranstaltungskalender Online	22
<b>2. Ziele und Organisation</b>	<b>37</b>
2.1 Herkunft und Bearbeitung der Daten	39
2.2 Eigenständigkeit, Kooperationspartner, Dienstleister	46
2.3 Software und Technologien	60
<b>3. Aufbau und Struktur</b>	<b>63</b>
3.1 Zielgruppen und Rubrizierung	64
3.2 Listen oder Datenbanken	69
3.3 Formen der Ergebnispräsentation	71

# Inhalt

<b>4. Redaktionelles Umfeld und Funktionalitäten</b>	75
4.1 Informationstiefe und Servicefunktionen	80
4.2 Community-Elemente und individueller Terminkalender	84
4.3 Push-Services: Benachrichtigungen	87
<b>5. Finanzierung</b>	95
5.1 Werbeschaltungen	96
5.2 Affiliate Marketing - Ticketing	99
5.3 Affiliate Marketing - weitere Kooperationen	106
5.4 Datenerfassung und -bereitstellung	109
<b>6. Nutzerdaten und Zugriffszahlen</b>	112
6.1 Nutzerdaten	113
6.2 Zugriffszahlen	119
Fazit und Aussichten	126
Copyright und Haftungsausschluss	127

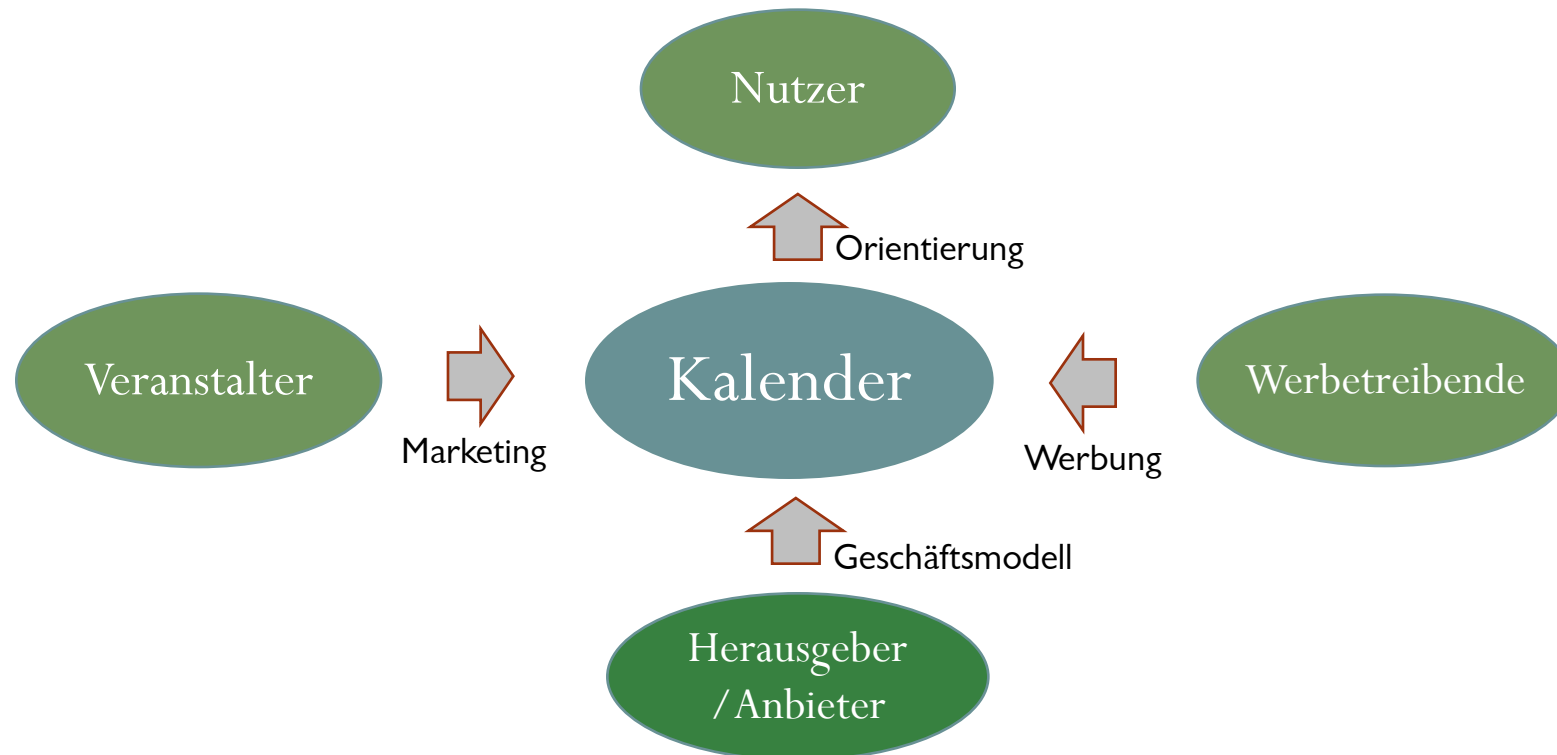
# Inhalt

## Verzeichnis der Tabellen und Diagramme

Metropolen über 500.000 Einwohner	12
Metropolregionen	13
Wöchentliche Terminsupplements in Tageszeitungen	18
Monatliche Terminsupplements in Tageszeitungen	19
Bundesweite Online-Veranstaltungskalender	26f.
Überregionale Online-Veranstaltungskalender	27ff.
Regionale Online-Veranstaltungskalender	29ff.
AGOF-gemeldete Online-Angebote von Eventmagazinen	116
Anbieter mit Tagespresse, IVW-Online-Daten	120f.
Anbieter mit Kauf-Eventmagazinen, IVW-Online-Daten	122
Anbieter mit Gratis-Eventmagazinen, IVW-Online-Daten	123
Weitere Anbieter, IVW-Online-Daten	123
Online-Daten laut Anbieter	126

## 1.1 Einführung

Veranstaltungskalender gewinnen in unserer Freizeitgesellschaft wachsende Bedeutung, indem sie die sich ausdifferenzierenden Kultur- und Freizeitszenen überhaupt erst transparent machen. Sie dienen allen Seiten: Den Veranstaltern als Marketinginstrument. Den Nutzern als Orientierungshilfe. Herstellern und Dienstleistern als Werbeträger für mobile und erlebnisorientierte Zielgruppen. Schließlich auch privatrechtlichen Herausgebern als Kernelement eines wirtschaftlichen Geschäftsmodells.



## 3.2 Listen oder Datenbanken

Die Darstellung der Veranstaltungstermine nach Listen ist die einfachste Form, Termine im Internet zu veröffentlichen. Lediglich 16 der 130 Anbieter von täglichen Online-Veranstaltungskalendern präsentieren diese in einer Listenform. 11 der Anbieter sind Verlage von Event-Magazinen, fünf sind reine Online-Anbieter, einer davon mit überregionalen Terminen.

Bei 9 der 16 Websites sind die Termine innerhalb der Listen noch nach Rubriken sortiert. Neun Anbieter geben die Terminlisten nach Datum aus, die übrigen decken mit ihren Listen größere Zeiträume ab.

Das Gros der Online-Veranstaltungskalender - 112 Websites - ist hingegen in komplexeren Datenbanken aufgebaut. Die gängigsten Suchkriterien sind:

- Datum bzw. Zeitraum
- Rubrik

Viele Anbieter ermöglichen zusätzlich eine Suche nach den Locations / Veranstaltern und/ oder nach Ort/Stadtteil. Bei knapp der Hälfte kann nach Stichworten oder Begriffen gesucht werden. In seltenen Fällen lässt sich die Suche auf einen bestimmten Radius im Umkreis beschränken.

Wenige Websites bieten die Auswahl von „Highlights“ bzw. Terminen mit redaktioneller Empfehlungen an. Ein besonderer Service ist die Suche nach kostenlosen Terminen.


## Individueller Terminkalender

Ein wesentlicher Vorteil der Internet-Terminkalender gegenüber allen Print-Fassungen ist die Möglichkeit, den Nutzern die Auswahl durch individuelle Vorauswahl-Kriterien zu erleichtern. Bereits die Datenbank-Suche an sich kann für Nutzer mit gezielten Interessen das Auffinden passender Termine stark vereinfachen.

Elf der Websites gehen hier schon einen Schritt weiter und ermöglichen den Besuchern, sich einen individuellen Terminkalender online zusammenzustellen. Hierzu bedarf es zumeist der persönlichen Anmeldung.

**MICHAEL LIEBUSCH**  
liest aus "Der fabelhafte Hub", Literatur rund um die Uhr, Tel.: 069/24246021

Frankfurt am Main  
**Frankfurter Literaturtelefon**



Ausstellung  
**Robert Mapplethorpe**

Galerie Stefan Roepke, Köln, heute, 10-18 & 14-18 Uhr

Wertung

Prinz -Wertung: ★★★★★  
FÜR FANS VON: Porträts und kontroversen BDSM-Motiven

User: 0 0  
Topp Flopp

So wird's abstimmen

merken

WAS WO

**Wolf Haas: Der Brenner und der liebe Gott**  
Autorenlesung, Halle


zakk  
Fichtenstr. 40  
40233 Düsseldorf

► mehr

MI 21 OKT 20.00  
Vortrag & Lesung

Der Krimi-Autor wurde mit Preisen überschüttet. Literaturkritiker Denis

SERVICE



**LIVE: LE MOBILE**  
K4 ZENTRALCAFE 21.00h  
Indie/Punkrock.  
Support: frisbeemaul **mehr...**

[Vormerken]

**LIVE: EVILMRSOD ERFABUNG**  
MATA HARI BAR 20.00h  
Rock und Blues. **mehr...**

[Vormerken]

Der größte deutsche Online-Ticketing-Anbieter ist inzwischen eventim.de. Diese Website wird von der CTS Eventim AG betrieben, einer Aktiengesellschaft, die zur Hälfte in Privatbesitz, zu einem Viertel im Eigentum verschiedener Investmentgesellschaften und zu einem weiteren Viertel im Streubesitz ist. Die AG ist europäischer Ticketing-Marktführer und erzielte im Jahr 2008 in 19 Staaten mit zahlreichen Tochtergesellschaften und Beteiligungen einen Gesamtumsatz von knapp über 404 Mio. EUR. Im ersten Halbjahr 2009 steigerte sich der Umsatz um 19,1 Prozent.

Die folgenden Seiten zeigen als weitere Beispiele Partnerprogramme der bundesweiten Shops eventim.de, ticketmaster.de und konzertkasse.de:

## Ticketing – Beispiel eventim.de



### Ihre Vorteile als Partner von CTS Eventim:

Kostenlose Teilnahme

Sie arbeiten mit Europas führendem Unternehmen im Vertrieb von Tickets zusammen.

Angebotsvielfalt durch bis zu 25.000 laufende und mit jährlich über 100.000 Veranstaltungen aus Konzerten, Sport, Musicals, Klassik & Kultur und weiteren Events.

Stark wachsender Online-Markt

Risikofreier Zusatzverdienst: 2,25 % Provision auf Ihren Netto-Ticketumsatz und bei Eventreisen 7 % Provision

## 6.1 Nutzerdaten

Wer sind die Nutzer der Online-Veranstaltungskalender? Diese Frage ist gegenwärtig für viele Online-Kalender schwierig bis gar nicht zu beantworten. Vielfach werden differenzierte Zahlen zur Nutzung der entsprechenden Webangebote (noch) gar nicht erhoben. Und die Nutzer eines gesamten Webangebots können sich online nicht nur theoretisch stark von den Nutzern des Veranstaltungskalenders dieses Webangebots unterscheiden. Spezifische Werte zu den Nutzern der Online-Veranstaltungskalender wurden aber bisher nicht erhoben

Während viele Website-Betreiber für sich schon die Frage des Targeting stellen – wie mache ich Zielgruppen in meiner Reichweite buchbar? – sind die meisten Betreiber von Websites mit Veranstaltungskalendern von diesem Schritt noch weit entfernt. Für sie ist lautet die Frage: Wie stelle ich die User meiner Website dar?

Soweit Verbindungen zu periodischen Printmedien bestehen, ist darüber hinaus interessant, in welchem Maße Überschneidungen zwischen Lesern und Online-Nutzern bestehen und ob die demografischen und psychografischen Daten dieser Nutzerschaften übereinstimmen. Hierfür bedarf es aber valider Daten zu den vorhandenen Leserschaften.

### Leserschaftsdaten Print

Bei den wöchentlichen oder monatlichen Veranstaltungsmagazinen, wie sie einigen Tageszeitungen als Supplements beiliegen, stellt sich das Problem ähnlich wie bei den Onlinemedien. Auch hier können die Nutzer von den Lesern der jeweiligen Tageszeitung grundsätzlich gesehen abweichen. Nicht jeder Leser der Zeitung wird das Veranstaltungsmagazin nutzen. Familienmitglieder, die die Zeitung ansonsten kaum lesen, könnten das Veranstaltungsmagazin intensiv nutzen. Eine Veranstaltungsbeilage könnte auch an Nichtabonnenten der Zeitung weitergegeben werden. Insofern lassen sich aus den Daten der Media-Analyse 2009 Tageszeitungen die Nutzer und Nutzungsgewohnheiten für Veranstaltungssupplements nicht problemlos ableiten. Zumindest begleitend wären Leserbefragungen speziell zu diesen Supplements notwendig.

## Bestellschein

An:

FAX-NR.: 02203-695238

wip@presseforschung.de

Wissenschaftliches Institut für  
Presseforschung und Medienberatung GbR  
Essener Str. 28  
D-51145 Köln

Hiermit bestellen wir die vollständige Studie  
“Veranstaltungskalender Online”  
gegen Rechnung

- als PDF-Datei zum Preis von 230 EUR zzgl. 7 % USt.
  - als gedruckte Fassung zum Preis von 250 EUR zzgl. 7 % USt.
  - zusätzlich die Datenbank auf CD für 50 EUR zzgl. 19 % USt.
- [selbstlaufendes Anwendungsprogramm auf FileMaker-Basis, für Anwender nicht lizenzpflichtig]

Name \_\_\_\_\_

Email \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Tel. \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Ort, Datum

\_\_\_\_\_

Unterschrift

