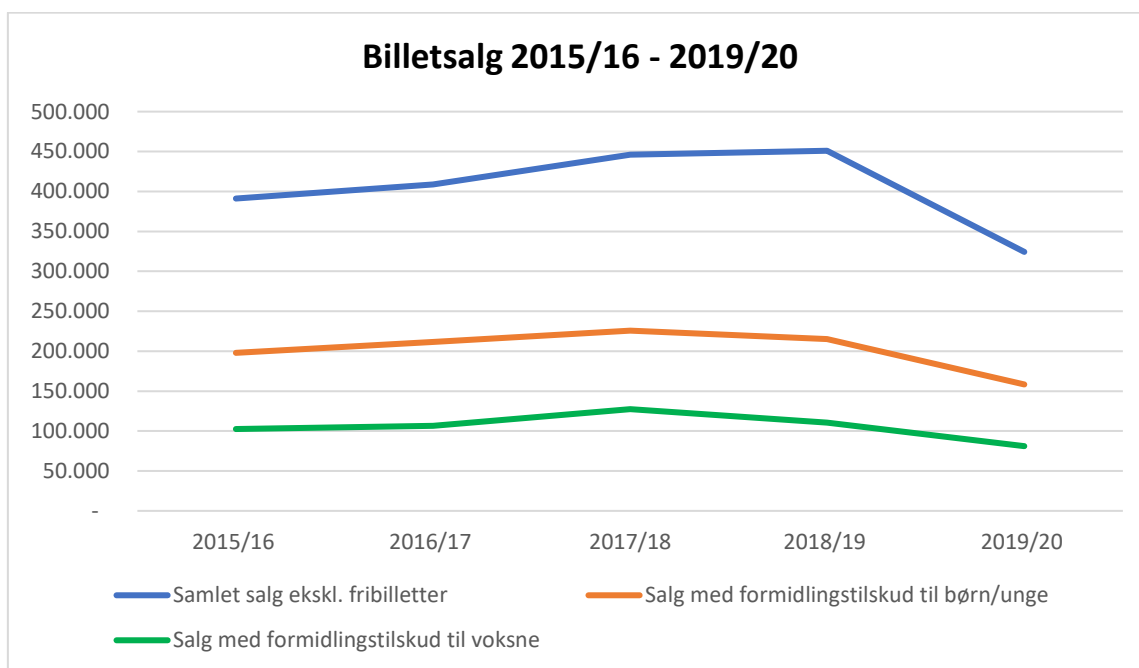


Sæsonstatistik for 2019/20

Scenit er nu klar med den samlede salgsstatistik for de 80 teatre, har været tilknyttet samarbejdet i sæson 19/20. Efter en sæson med 3 måneders corona-nedlukning er tallene triste, men så meget mere vigtige at få set nærmere på.

Det er værd at bemærke at billetsalget i 19/20 lå fuldstændigt på niveau med tidligere år til og med februar måned. Der kan således ikke peges på andre faktorer end udbruddet af coronavirus i Danmark og den deraf følgende nedlukning af samfundet, som har ført til den store nedgang i salget af teaterbilletter.

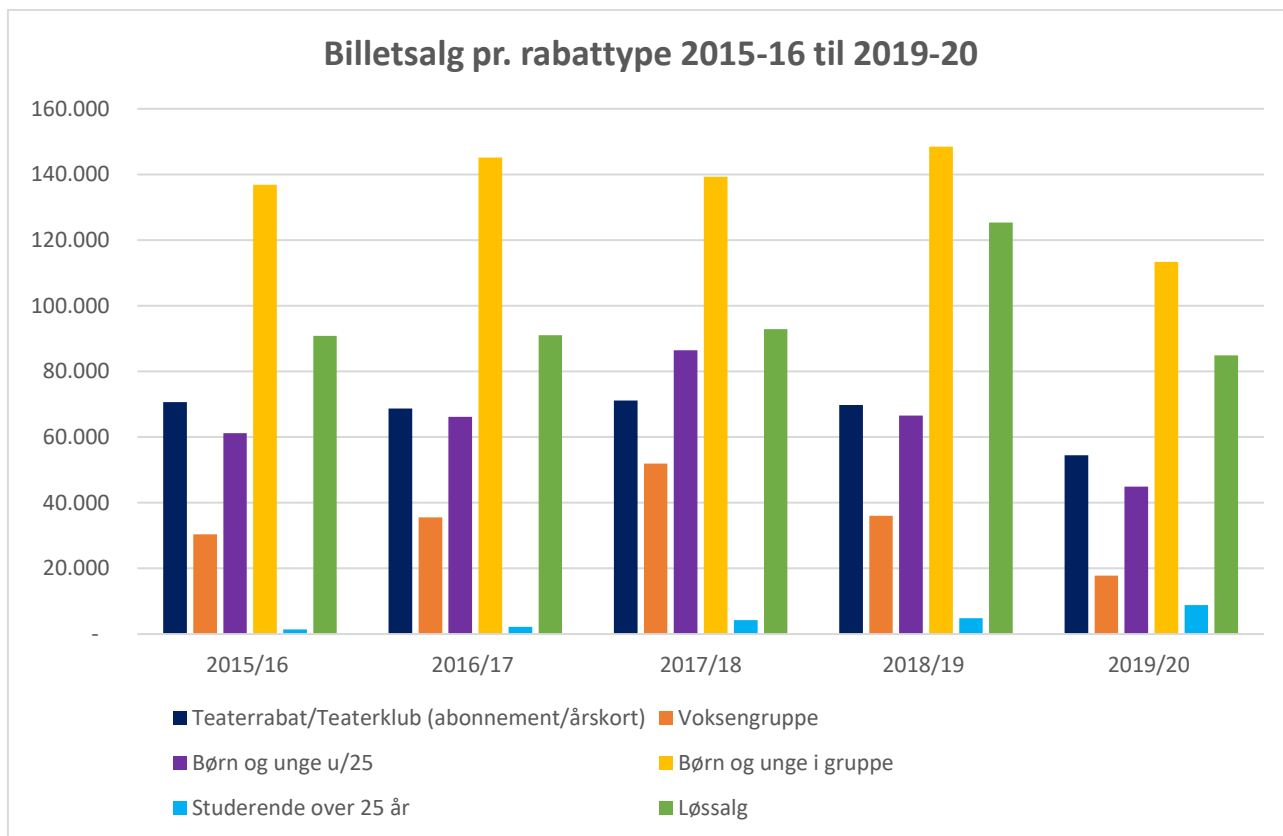
Der er et samlet fald i billetsalget på 28 % fra 2018/19 til 2019/20. I 2018/19 var det samlede salg ekskl. fribilletter på ca. 450.000 billetter deraf ca. 325.000 med tilskud fra formidlingsordningen. I sæson 2019/20 har vi solgt ca. 325.000 billetter ekskl. fribilletter, deraf ca. 240.000 med tilskud fra formidlingsordningen.



Grafen ovenfor viser det samlede billetsalg pr. sæson i de seneste 5 sæsoner. Den blå linje viser det samlede salg både til fuld pris og med tilskud fra formidlingsordningen. Den orange linje viser rabatsalget til børn og unge med støtte fra formidlingsordningen og den grønne linje viser rabatsalg til voksne over 25 år.

Grafen viser kun salg for teatrene i Scenits samarbejde, hvor der er en stor andel af teatre, der udelukkende spiller forestillinger for børn og unge

Grafen på næste side borer en tand dybere i tallene, og viser at faldet er meget forskelligt fra billettype til billettype.



Det er gået hårdest ud over voksengruppe-salget (orange søjle), som er faldet med over 50 % i forhold til sidste sæson. Et tydeligt tegn på at alt salg til firmaer og lign. er gået helt i stå fra marts til udgangen af sæsonen. Dette hænger naturligvis også sammen med at flere store musical-satsninger blev berørt af nedlukningen.

Salget af gruppebilletter til skoler og institutioner (gul søjle) er faldet 24 %. Nedlukningen i foråret lå så sent på skoleåret, så mange skoler heldigvis havde afholdt de fleste af deres teaterture.

Løssalget (grøn søjle) og salget til børn og unge som enkeltbilletter (lilla søjle) er begge faldet med lidt over 30 %.

Salget af abonnements- og klub/årskort-billetter (mørkeblå søjle) er faldet mindst med 22 %. Der er her tale om de aller mest dedikerede målgrupper, nemlig de trofaste teatergængere, der går hyppigt i teatret.

Der er en enkelt positiv nyhed, nemlig at antallet af solgte billetter til studerende over 25 år (lyseblå søjle) er mere end fordoblet siden sidste sæson. Det er desværre kun en meget lille andel af det samlede salg, men det er positivt at se at indsatsen målrettet mod de unge sidste efterår med promovning af den nye app og tiltag på Instagram har båret frugt.