PRESSEMITTEILUNG

Met Opera, Mayor Mamdani und eine App aus Österreich: 100.000 Downloads in zehn Tagen

„Opera for All": Wie die Met mit Technologie des Wiener Unternehmens easy-connect eine beispiellose Initiative für neues Publikum startet – und was andere Kulturbetriebe daraus lernen können

Die Met Opera App, entwickelt auf Basis der App-Technologie des Wiener Unternehmens easy-connect, ist der exklusive digitale Kanal der neuen Met-Initiative „Opera for All", mit der explizit neues Publikum angesprochen werden soll: digitale Ausweisprüfung, Ticket-Lotterie und Tickets – alles in einer App.

WIEN / NEW YORK, 9. Oktober 2026 – Die Met Opera App ist das digitale Zuhause von „Opera for All" – der neuen Initiative der Metropolitan Opera für New Yorker:innen, die noch nie eine Vorstellung in der Met besucht haben. Angekündigt wurde die Initiative am 24. September von der Met und New Yorks Bürgermeister Zohran Mamdani. In der Saison 2026/27 gibt die Met jeden Monat 10.000 Karten frei – rund zehn Prozent aller Tickets der laufenden Saison.

Die Tickets werden über die bestehende digitale Lotterie in der App vergeben, die die Met gemeinsam mit dem Wiener Tech-Unternehmen easy-connect entwickelt und erweitert hat. Mitmachen können alle New Yorker:innen, die seit 2019 kein Met-Ticket gekauft haben, in wenigen Schritten: Ausweis für die Berechtigungsprüfung in der App hochladen, für eine Vorstellung zur Lotterie anmelden, per Push-Nachricht vom Gewinn erfahren – und das Ticket direkt am Handy erhalten. Das Besondere daran: Jede:r Teilnehmer:in – ob Gewinner:in oder nicht – wird zu einem Kontakt, den die Met wieder willkommen heißen kann.

Die Ergebnisse nach den ersten zehn Tagen

- **Mehr als 100.000 neue App-Downloads**
- **Rund 89 Prozent der Registrierten sind neue Besucher:innen für die Met**

> *„Mit Opera for All wollten wir es New Yorker:innen in allen fünf Stadtbezirken leicht machen, die Met zu entdecken – und sie persönlich bei uns willkommen heißen. Weil Lotterie und Ausweisprüfung bereits in der App, die wir auch für unsere Rush-Tickets nutzen, verfügbar waren, ging es bemerkenswert schnell von der Idee zum Start – und das in der Größenordnung, die diese ambitionierte Initiative gebraucht hat. Möglich war das dank unserer Zusammenarbeit mit dem innovativen und flexiblen Team von easy-connect, das uns bei jedem Schritt begleitet hat, vom Design bis zur Umsetzung", sagt Gillian Brierley, Chief Audiences, Marketing, and Communications Officer der Metropolitan Opera.*

Ein Modell für viele Häuser

„Opera for All" ist in dieser Form einzigartig – die Idee dahinter lässt sich aber auf viele Kulturbetriebe übertragen. Die Met selbst zeigt es: Seit 2024 vergibt sie über eine Lotterie in der App vergünstigte Tickets um 25 Dollar. Mehr als 550.000 Mal haben Menschen seither bei der Verlosung mitgemacht, mehr als die Hälfte des App-Publikums ist unter 40 Jahren – und trotzdem sind rund vier von fünf Tickets, die in der App gekauft werden, ganz reguläre (Vollpreis-)Karten. Für viele Menschen ist die Lotterie der erste Schritt ins Haus.

Denn wer sich in der App anmeldet, ist für die Met kein:e Unbekannte:r mehr. Wer bei der Lotterie nicht gewinnt, bekommt automatisch ein passendes Angebot für ein reguläres Ticket. Und jede:r sieht in der App, was für sie oder ihn relevant ist, basierend auf Interessen, Klick- und Buchungsverhalten.

Im deutschsprachigen Raum gibt es ebenfalls solche Modelle und Initiativen, um kulturelle Teilhabe über alle Besuchergruppen hinweg zu ermöglichen, unabhängig von Herkunft oder finanziellen Möglichkeiten. Zum Beispiel am Opernhaus Zürich mit einer Ticket-Lotterie und der digitalen Prüfung der KulturLegi-Berechtigung für Menschen mit geringem Einkommen, direkt in der App.

> *„Kultur einfacher zugänglich zu machen, war von Anfang an unser Anspruch. Nun macht es uns besonders stolz, dass die Technologie hinter einem Programm dieser Größenordnung aus Wien kommt. Drei von vier Erstbesucher:innen kommen nie wieder – mit einer eigenen App können Häuser das ändern: Menschen zum ersten Mal hereinholen, sie persönlich ansprechen und daraus Stammpublikum entwickeln. Am Ende des Tages geht es darum, möglichst viele Menschen für Kunst & Kultur zu begeistern. Und was in New York funktioniert, funktioniert genauso in Wien, Zürich oder Berlin", sagt Wolfgang Graf, Co-Founder & CEO von easy-connect.*

Über easy-connect

easy-connect entwickelt White Label Apps für Kunst & Kultur. Die Apps sind direkt an bestehende Ticketing-, CMS- und CRM-Systeme angebunden und helfen Kultureinrichtungen mit direkter & datenbasierter Kommunikation, integrierten Mobile Ticket Wallets sowie Community & Loyalty Features, ihr Publikum digital zu erreichen, langfristig zu binden und Erlöse zu steigern. Mehr als 100 Kulturinstitutionen weltweit arbeiten mit easy-connect, darunter die Metropolitan Opera, die Wiener Staatsoper, die Salzburger Festspiele, das Cleveland Orchestra, das Baltimore Symphony Orchestra und die Schaubühne Berlin. easy-connect ist eine Marke der Ticket Gretchen GmbH mit Sitz in Wien. www.easy-connect.io

Pressekontakt: Sophie Garzon-Lapierre, Head of Business Development & Marketing · sophie@easy-connect.io
easy-connect | Ticket Gretchen GmbH · Mariahilfer Str. 109/20, 1060 Wien