



PROF. DR. KARL-HEINZ REUBAND

Studium der Soziologie, Psychologie und Sozialpädagogik an den Universitäten Hamburg und Köln, 1993- 1997 Professor für Soziologie an der TU Dresden, seit 1997 Professor für Soziologie an der Heinrich-Heine Universität Düsseldorf. 1998 Visiting Scholar am Center for European Studies der Harvard University. Forschung und Publikationen zu sozialem und kulturellem Wandel, Kulturosoziologie, soziale Probleme, Methoden der Sozialforschung.

Wissensdefizite über das Kulturpublikum

Warum mehr und umfassendere Forschung notwendig ist.

Ein Beitrag von Karl-Heinz Reuband, *Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf*

1. Das unbekannte Publikum

Kein anderes Land verfügt über derart viele Opernhäuser und Theater wie Deutschland. Doch das Wissen über die Nutzung der kulturellen Infrastruktur steht geradezu in umgekehrt proportionalem Verhältnis dazu. Während es in denjenigen Ländern an Studien nicht mangelt, in denen Kultur spärlich aus öffentlichen Mitteln finanziert wird, ist das Defizit an entsprechender Forschung in Deutschland beträchtlich. In den USA und Großbritannien wurden groß angelegte Besucherbefragungen bereits in den frühen 60er Jahren durchgeführt (vgl. Baumol und Bowen 1966). Und inzwischen ist es dort in vielen Kultureinrichtungen üblich, in Abständen Befragungen des Publikums durchzuführen.¹

In Deutschland hingegen fristet die Besucherforschung ein rudimentäres Dasein. Zwar gab es erste Ansätze systematischer Forschung im Theater und Opernhäusern schon in den 1970er und 1980er Jahren (Hänseroth 1976, Dollase et al. 1986). Doch entwickelte sich daraus keine eigene Forschungstradition. Weder gab es nennenswerte Initiativen in diese Richtung seitens der Kulturinstitutionen selbst noch seitens der sozialwissenschaftlichen Forschung.² Die meisten Untersuchungen stellen nach wie vor – von Ausnahmen abgesehen (vgl. z.B. Rössel et al. 2002) – nicht veröffentlichte universitäre Abschlussarbeiten dar (im Fall des Opernpublikums oft im Fach Musikwissenschaft) oder hausinterne Untersuchungen der Kultureinrichtungen (letztere meist zu Marketingzwecken, vgl. Zentrum für Audience Development 2007). Die bloße Deskription ausgewählter Kennziffern überwiegt, analytisch ausgerichtete Auswertungen sind selten.

Die wenigsten Untersuchungen sind thematisch umfassend angelegt und beziehen mehrere Kultureinrichtungen ein. Und die wenigsten Untersu-

¹ In diesem Zusammenhang siehe z.B. für die USA: Opera America (www.operaamerica.org/content/research); National Endowment for the Arts (<http://www.nea.gov>), für Großbritannien u.a.: www.itc-arts.org/; www.artscouncil.org.uk; www.culture.gov.uk/images/research

² Innerhalb der Soziologie hätten sich am ehesten in der Kulturosoziologie entsprechende Interessen an der Erforschung des Kulturbetriebs und des Publikums entwickeln können, doch ist diese in Deutschland eher historisch oder angebotsorientiert – auf Fragen der künstlerischen Produktion – statt auf die Nachfrage hin ausgerichtet. Empirische Forschung auf der Basis von Befragungen ist selten.



... Wissensdefizite über das Kulturpublikum

chungen werden publiziert oder allgemein zugänglich gemacht.³ Von einer kumulativen, breit angelegten Forschung kann man nicht sprechen. Dass dem Publikum und der kulturellen Nachfrage in Deutschland so wenig Beachtung geschenkt wird, hängt damit zusammen, dass die Kulturförderung – im Gegensatz zu anderen Ländern – durch öffentliche, staatliche Gelder gesichert ist und man nicht von der Nachfrage abhängig ist.⁴ Dies hat zweifellos Vorteile: es erlaubt eher künstlerische Innovationen. Doch es beinhaltet auch die Gefahr einer Abkoppelung von den Bedürfnissen und Wünschen derer, welche die Adressaten des kulturellen Angebots sind. Es besteht die Gefahr einer selbstreferentiellen Beschäftigung des Kulturbetriebs mit sich selbst.

Typisch für die selbstreferentielle Perspektive im Kulturbetrieb ist, dass allzu oft die eigenen, vagen Vorstellungen über Publikumswünsche zum Maßstab genommen werden. Man glaubt, das Publikum – mitunter sogar in seinen latenten, nicht bewussten Wünschen – zu kennen. Dies gilt auch dort, wo man ambitionierte – nicht selten kontroverse – Inszenierungen bietet und meint, damit breitere Publikumsschichten als bisher zu erschließen. Der Verzicht auf Besucherumfragen mit Fragen zum Sozialprofil der Besucher wird teilweise mit dem Primat kunstbezogener Motivlagen begründet: man gehe von einem inhaltlich künstlerischen Interesse der Besucher aus. Und man habe schließlich Eintrittspreise, die auch für niedrige Einkommen erschwinglich seien.⁵ Dass die niedrigen Preise womöglich gar nicht so niedrig für Personen mit niedrigen Einkommen sind, wird nicht wahrgenommen.

2. Bedarfsorientierung des Kulturbetriebs?

Dass die Nachfrage durch den Kulturbetrieb nicht oder nur unzureichend zur Kenntnis genommen wird, ist bereits in der Vergangenheit kritisch angemerkt worden. Erste Versuche einer systematischen Bestandsaufnahme des Publikums sind entstanden (vgl. *Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft* 2005, Glogner-Pilz und Föhl 2011)⁶. Zu einem Hauptargument der Kritik – mit starker Resonanz in der Öffentlichkeit – avancierte der Vorwurf fehlender Nachfrageorientierung aber erst jüngst: in der kritischen Monogra-

³ Es gibt lediglich einzelne Ausnahmen, dazu zählen die zahlreichen Besucherumfragen von Jürgen Tauchnitz (Hochschule Lausitz), die primär unter Marketing-Aspekten initiiert wurden. Auf der Homepage von Tauchnitz werden zumindest die Randverteilungen der jeweiligen Umfragen dargestellt (allerdings nicht weiter intern differenziert, Publikationen auf der Basis dieser Umfragen sind bedauerlicherweise kaum entstanden).

⁴ Die jährlichen Kulturausgaben von Bund, Ländern und Gemeinden belaufen sich auf über 10 Milliarden Euro. Rund 36 % davon entfallen (einer Statistik für 2007 zufolge) auf Theater und Musik, 19 % auf Museen, der Rest auf sonstige Kulturpflege einschl. Denkmalschutz, Kunsthochschulen etc. (Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2010: 15). In der Spielzeit 2008/09 wurden 7,9 Millionen Besucher in Musiktheateraufführungen gezählt und 5,6 Millionen im Schauspiel (Jacobshagen 2010).

⁵ So das Schreiben des Staatstheaters Stuttgart an den Verfasser (2004) - noch in der Zeit der Intendanz von Klaus Zehelein, der sich als Neuerer im Opernbetrieb verstand und mit seinem Programm auf der Basis eines avancierten Regietheaters dem eigenen Haus mehrfach den Kritikerpreis „Opernhaus des Jahres“ einbrachte.

⁶ Von besonderem Verdienst ist in diesem Zusammenhang auch das Dokumentationssystem der Kulturpolitischen Gesellschaft, das Publikationen im Kulturbereich erfasst, und des Instituts für Kulturmanagement der Hochschule Hildesheim zu Publikumsbefragungen und anderen Studien des Kulturpublikums.



... Wissensdefizite über das Kulturpublikum

phie „Der Kulturinfarkt“. Es handele sich um ein reines Angebotsmodell, das den deutschen Kulturbetrieb kennzeichne, die Nachfrage würde nicht beachtet. Nach den Interessen des Publikums und den Wirkungen frage niemand (Haselbach et al. 2012a: 23).

Dieser These fehlender Nachfrageorientierung haben andere Autoren massiv widersprochen und geschrieben, dass das deutsche Kultursystem „in Wahrheit bedarfsorientiert ist wie kein anderes“. Denn es bediene „mehr Kunden mit Mozarts ‚Zauberflöte‘ und Bizets ‚Carmen‘ ... als mit Pendereckis ‚Die Teufel von Loudon‘“ (Goertz 2012). „Wenn das alles am Publikum vorbeigegangen sei sollte“ [was vom Theater angeboten wird] „hätten sich die Intendanten wohl selbst entlassen“ (Schmitz 2012: 120). Doch dieses Gegenargument erweist sich als brüchig. Dass bestimmte Opern oder Theaterstücke im Programmangebote besonders häufig gespielt werden, hat etwas mit Traditionen der Spielplangestaltung zu tun, mit Besucherzahlen und der Tatsache, dass die Zahl an Opern, die in neuerer Zeit entstanden sind, gering ist. Dass man das Publikum selbst zum Spielplan befragt, ist – von einzelnen Ausnahmen im Bereich des Theaters abgesehen⁷ – bislang nicht vorgekommen.

Und vermutlich ist dies auch nicht einmal so relevant, weil durch die Fortschreibung vergangener Praxis de facto in gewissem Maße dem Publikums geschmack Rechnung getragen wird. Weitaus schwerer ins Gewicht fallen dürfte ein anderer Aspekt der Nachfrage: die ästhetischen Präferenzen der Zuschauer. Inzwischen weithin verbreitet ist im Opern- und Theaterbetrieb eine Inszenierungspraxis, die unter dem Etikett des modernen Regietheaters das Geschehen in die Gegenwart verlagert. Zum Teil geschieht dies in postmodernem Gewand, zum Teil mit politischem Anspruch: Tristan und Isolde drucken in der Liebesnacht Flugblätter, Lohengrin erscheint als manipulativer Medienpolitiker, Tannhäuser schließt sich der RAF-Spaßguerilla an (vgl. Brandenburg 2012).

Auch wenn ein Teil der Zuschauer derartige Verfremdungen tolerieren mag, die größere Mehrheit – so belegen Untersuchungen – wenden sich gegen eine Praxis, welche das jeweilige Stück in die Gegenwart verlagert oder eine Mischung der Zeitebenen betreibt (Reuband 2010b). Die Zuschauer, die in ihrem Opernhaus oder Theater ihre eigenen Präferenzen nicht eingelöst bekommen, befinden sich damit in einem Dilemma. Dass sie das Gewünschte in der Nachbarstadt finden, ist unwahrscheinlich. Und selbst, wenn es so wäre: der materielle und sonstige Aufwand, sich dorthin zu begeben, ist in der Regel zu groß. Wenn in fortgesetzter Weise die Wünsche des Publikums nicht erfüllt werden, dürfte sich daher eher ein allgemeiner Rückgang der kulturellen Nutzung ereignen als eine Verlagerung des Besuchs in die Nachbarstadt. Dass sich ein In-

⁷ Das Thalia Theater in Hamburg versuchte dies im Jahr 2011, allerdings ziemlich dilettantisch und in Unkenntnis sinnvoller Methodologie. Jeder wer wollte, konnte online – womöglich gar mehrfach – sein Urteil abgeben.



... Wissensdefizite über das Kulturpublikum

tendant bei rückläufigen Besucherzahlen von seinem Posten „selbst entlässt“, wie manche meinen (Schmitz 2012), ist höchst unwahrscheinlich.⁸

- Anzeige -



STADT
DER
STRÖME

TAGUNG ZUR DIGITALEN STADT
IN ANALOGEN RÄUMEN
12. - 14. JULI
IN POTSDAM
HANS OTTO THEATER

Unter anderem mit
Christian Derix AEDES • Michal Migurski STAMEN DESIGN • Saskia Sassen COLUMBIA UNIVERSITY

Wie nehmen wir Stadt wahr?

Wie leben wir und beteiligen wir uns?

Wie wandeln sich städtische Einrichtungen und deren Aufgaben?

Wie gestalten wir öffentliche Angelegenheiten?

Wie verändern soziale Skulpturen die Stadt?

Information & Anmeldung unter
www.stadt-der-stroeme.de

Partner



Medienpartner



3. Wie verbreitet sind Nutzung kultureller Infrastruktur und kulturelle Interessen?

Besucherumfragen in Kultureinrichtungen erlauben, den Kreis der Besucher näher zu beschreiben. Über den Kreis derer, die nicht oder nur sporadisch vom jeweiligen Kulturangebot Gebrauch machen, vermögen sie keine Auskunft zu geben. Und sie vermögen auch nicht den Anteil derer in der Bevölkerung zu bestimmen, die hin und wieder oder regelmäßig Kultureinrichtungen nutzen. Besucherstatistiken der Kultureinrichtungen helfen hier nicht weiter. Sie erfassen lediglich die Zahl der Besuche. Über die Zahl der Besucher und deren Häufigkeit des Besuchs sagen sie nichts aus.

⁸ Wird dem Intendanten aus Sicht des Kulturbetriebs ein ambitioniertes, avantgardistisches Programm zugeschrieben und der Misserfolg dem Publikum angelastet - dem Kulturangebot mithin eine Priorität vor der Nachfrage eingeräumt - , so dürfte ein Ruf an ein anderes Haus, das sich im künstlerischen Bereich ähnlich avantgardistisch positioniert, wahrscheinlicher sein. Siehe z.B. die Berufung von Albrecht Puhlmann an die Staatsoper in Stuttgart, nachdem in Hannover unter seiner Intendanz die Abonnentenzahlen massiv eingebrochen waren und dem Theater in Hannover der Kollaps drohte (vgl. DIE ZEIT vom 9.10.2003: „Opernrevolte in Hannover“).



... Wissensdefizite über das Kulturpublikum

Um zu Aussagen über die Verbreitung der Nutzung in der Bevölkerung und mögliche Gründe der Nicht-Nutzung zu gelangen, bedarf es einer anderen Datenquelle: Befragungen auf der Bevölkerungsebene. Im Gegensatz zu anderen Ländern ist auch in diesem Fall in Deutschland die Lage defizitär. Weder gibt es auf lokalen noch auf nationaler Ebene ein entsprechendes gut ausgebautes Indikatorensystem. Zwar hat der *Verband der Städtestatistiker* schon vor Jahren auf die Bedeutsamkeit von Bevölkerungsbefragungen im Kulturbereich hingewiesen und eine entsprechende Handreichung zur Verfügung gestellt (Deutscher Städtetag 2004). Doch wurde davon kaum oder gar nicht Gebrauch gemacht. Und dies ist kein Zufall: besonders die Kulturstatistik gehört zu den Bereichen, die von den Städtestatistikern lange Zeit sträflich vernachlässigt wurden.⁹ Zwar wurde in manchen Bürgerumfragen der kommunalen statistischen Ämter hier und da mal eine Frage zur Nutzung kultureller Einrichtungen gestellt, eine nähere Beschäftigung mit der Thematik auf dieser Basis gibt es – von Ausnahmen abgesehen (z.B. Stadt Karlsruhe 2010) – jedoch nicht.

Nicht viel besser stellt sich die Lage in Arbeiten dar, die sich auf bundesweite Umfragedaten stützen. In den meisten bundesweiten Umfragen, in denen – meist im Kontext anderer Themen – Fragen der Kulturnutzung gestellt werden (so z.B. im ALLBUS, SOEP), geschieht dies recht global: indem die Nutzung mehrerer Kulturinstitutionen undifferenziert in einer Frage zusammengefasst ermittelt wird. Und indem die Häufigkeit der Nutzung rudimentär, in der Regel eingeschränkt auf den häufigen Nutzung, erfragt wird. Dies mag für Fragen zur Freizeit angebracht sein, in Bezug auf den Gebrauch kultureller Einrichtungen – der in der Regel eher selten stattfindet – ist es nicht. Einzig das „Kulturbarometer“ des *Zentrums für Kulturforschung* (vgl. u.a. Keuchel 2006) erlaubt hier differenziertere Aussagen und Zeitvergleiche. Die Auswertung der Ergebnisse bleibt freilich alles in allem eher punktuell und ist oft nicht so vertiefend, wie es in der sozialwissenschaftlichen Forschung heutzutage üblich und wünschenswert ist.

4. Offene Fragen und Fehleinschätzungen kultureller Partizipation

Die Folgen der Vernachlässigung systematischer Forschung sind fatal. So ist es weitgehend unbekannt, wie sehr die kulturelle Partizipation durch soziale Hintergrundfaktoren bestimmt wird, welche sozialen und kulturellen Randbedingungen Einfluss ausüben und welche Veränderungen sich im Lauf der Zeit ergeben haben. Manche Annahmen in der Literatur, die wie gesicherte Selbstverständlichkeiten gehandelt werden, stehen angesichts dessen auf einem schwachen Fundament. So ist es für viele Autoren plausibel, dass im Rahmen des gesellschaftlichen Individualisierungsprozess der Einfluss sozialer Merkmale auf die kulturelle Partizipation abgenommen hat. Eine neuere

⁹ Siehe z.B. den Aufruf in dem Verbandsblatt der Städtestatistiker (VDSt) im Jahr 2007, Interessierte für die Kulturstatistik mögen sich doch mal melden. Die Kultur stelle schließlich eine „ureigene Domäne kommunaler Selbstverwaltung“ dar und sei in letzter Zeit bei der Erstellung entsprechender Statistiken vernachlässigt worden. Die letzte systematische Veröffentlichung des VDSt zur Kulturstatistik läge fast zehn Jahre zurück (VDSt direkt, Nr.3, 2007).



... Wissensdefizite über das Kulturpublikum

Untersuchung in Köln jedoch deutet auf das Gegenteil hin: der Einfluss hat zugenommen (Reuband 2012). Ob dieses Ergebnis für Köln spezifisch ist – wo sich der Rückgang kultureller Partizipation in den letzten 20 Jahren überproportional vollzogen hat – oder auf das Bundesgebiet als Ganzes verallgemeinert werden kann, ist mangels entsprechender Trendstudien unbekannt.

Unbekannt ist des Weiteren, wie sich die Nutzung kultureller Einrichtungen im Kontext neuer Formen der Mediennutzung, des Wertewandels und geänderter sozialer Bedingungen verändert. Werden sich die Bürger durch Hinwendung zum Internet vermehrt in die Privatsphäre zurückziehen, und wird damit auch die Kulturnutzung im öffentlichen Raum sinken? Verlagert sich das kulturelle Interesse in das Internet?¹⁰ Oder wird im Gegenteil durch das Internet das Interesse an kultureller Partizipation erhöht: steigt die Chance, dass Theater, Oper oder Museen am Wohnort besucht werden, wenn man im Internet mit kulturellen Inhalten konfrontiert wird? Führt eine fortschreitende Individualisierung zu anderen Formen kultureller Partizipation, etwa zu einem Rückgang längerfristiger Bindungen an kulturelle Einrichtungen (etwa mittels Abonnements)? Begünstigen zunehmende gesellschaftliche Verwerfungen einen Rückzug in die Privatsphäre oder – wie manche Vertreter des Kulturbetriebs meinen – einer verstärkten Hinwendung zur Kunst? Fragen wie diese blieben bislang in der Forschung weitgehend ausgeklammert: zum einen weil mögliche soziale und kulturelle Hintergrundfaktoren üblicherweise nicht in den Umfragen erfasst wurden, und zum anderen, weil es an breit und vergleichbar angelegten Trendstudien mangelt.

Selbst die Frage ist weitgehend ungeklärt, wie sehr die Verbreitung kultureller Partizipation von der Gelegenheitsstruktur und dem jeweiligen Kulturangebot am Ort abhängig ist. In den Studien, die sich auf bundesweite Umfragen stützen, bleibt die Frage der Gelegenheitsstruktur ausgeklammert. Ob es am Wohnort des Befragten entsprechende kulturelle Infrastruktur gibt, wird weder erfragt noch objektiv ermittelt. Das Ausmaß möglicher kultureller Partizipation wird dadurch unterschätzt. Denn es gehen in die Bestimmung der Verbreitung notwendigerweise auch jene Personen mit ein, die aufgrund fehlender Gelegenheitsstruktur am Wohnort die eigenen kulturellen Interessen und Präferenzen nicht in Handeln umsetzen können. In diesem Zusammenhang ist ferner zu beachten, dass der Kreis der Nutzer nicht mit dem Kreis der Interessenten identisch ist, das Nutzerpotenzial stets größer ist als der Kreis der Nutzer (vgl. u.a. Eckhardt et al. 2006). Selbst wenn der Kreis der Interessenten abnehmen würde, bliebe doch weiterhin ein Potenzial bestehen, das größer ist als der aktuelle Kreis der Nutzer – und deshalb einer Mobilisierung für Nutzung prinzipiell zugänglich ist.

¹⁰ Man denke in diesem Zusammenhang an „live streams“ von Opernaufführungen, etwa der „Metropolitan Opera“ in New York, der Bayerischen Staatsoper oder der Bayreuther Festspiele. Auch ist zu denken an mögliche Effekte der Präsenz von Museen mit Bildern im Internet im Rahmen des „Google Art Project“.



... Wissensdefizite über das Kulturpublikum

Dass sich nur 5-10 % der Bürger „ernsthaft“ für die Hochkultur „interessieren“, – wie dies jüngst von den Autoren des „Kulturinfarkts“ behauptet wurde (Haselbach et al. 2012b) – muss aufgrund vorliegender Daten bezweifelt werden: zum einen weil Interesse nicht mit Nutzung gleichzusetzen ist und das Kulturinteresse höher liegt. Und zum anderen weil auch die Nutzungsdaten höher liegen, wenn man die Gelegenheitsstruktur – ob entsprechende kulturelle Einrichtungen vor Ort vorhanden sind – mitberücksichtigt. In Städten wie Hamburg, Düsseldorf, Stuttgart, Dresden und München liegt der Anteil der Menschen, die mehrmals im Jahr das Opernhaus, klassische Konzerte, Theater oder Museen nutzen, bei 50 - 57%, in München gar bei 63 % (Reuband 2010a). Selbst wenn man eine Überschätzung der Nutzung unterstellt, werden bemerkenswert hohe Werte erreicht.

5. Ein Plädoyer für mehr Rezipientenforschung

Die Kunst- und Kulturforschung leidet an einem Mangel an Rezipientenforschung. Das künstlerische Produkt steht im Mittelpunkt der Betrachtung des Kulturbetriebs, das Publikum selbst – die Nachfrage – aber bleibt ausgeklammert. Dabei geht es bei der Berücksichtigung der Nachfrage nicht allein um eine bloße statistische Erfassung von Besucherzahlen. Es geht vielmehr darum, den Rezipienten ebenso wie den potentiellen Nutzerkreis von Kunst in umfassender Weise – in seinen sozialen Merkmalen, Präferenzen, Werten und Erleben – zu berücksichtigen. Was Harold Lasswell einst in Bezug auf die Programmatik der Massenkommunikationsforschung schrieb (und diese heutzutage bestimmt), gilt letztlich als Orientierung auch für die Forschung im Kulturbetrieb: „Wer sagt was in welchem Kanal [welchem Medium] zu wem mit welchem Effekt?“

Die soziale Zusammensetzung der Besucher ist aus dieser Perspektive ebenso von Interesse wie die Zusammensetzung jener Personen, die das Kulturangebot nicht nutzen, aber aufgrund ihrer Interessen zum Besucherkreis prinzipiell dazu gehören könnten. Zu diesem Personenkreis zählen sowohl diejenigen, welche die kulturelle Einrichtung noch nicht genutzt haben als auch diejenigen, die vom jeweiligen Angebot nicht mehr Gebrauch machen (z.B. Personen, die ihr Abonnement nicht fortführen). In engem Zusammenhang damit steht die Frage nach den kulturellen und ästhetischen Präferenzen: Welche Kriterien sind es, die von den Zuschauern an eine „gelungene“ Aufführung angelegt wird? Welchen Stellenwert hat die Unterhaltung und welchen Stellenwert jene Aspekte, welche die Regisseure häufig als einen wichtigen – wenn nicht gar wichtigsten – Bestandteil ihrer Arbeit betrachten: die Herausbildung gedanklicher Prozesse, die kritische Sicht auf soziale Realitäten? Was schätzen die Zuschauer besonders an Aufführungen, was wollen sie Neues an Darbietung erleben, was würden sie noch tolerieren, was hat ihnen missfallen? Und wie gehen sie mit einer Situation um, in der ihre kulturellen und ästhetischen Präferenzen nicht oder nur bedingt eingelöst werden (vgl. Reuband 2005)?



... Wissensdefizite über das Kulturpublikum

Für manche Leute im Kulturbetrieb ist die Frage nach den Präferenzen des Publikums eine irrelevante Frage. Sie sind der Meinung, dass sich Präferenzen durch das jeweilige ästhetische Angebot ändern können, man sich das Publikum notfalls „erziehen“ kann. Dies mag durchaus sein. Die Tatsache, dass in den letzten Jahrhunderten in der bildenden Kunst wiederholt neue Formen der Darstellung auf heftigen Widerstand stießen, man sich später jedoch daran gewöhnte, sie gar zu schätzen lernte, ist zweifellos ein Hinweis für die Wandelbarkeit ästhetischer Präferenzen. Ob dies jedoch immer der Fall ist, wenn neue Formen der Darstellung in den Theaterbetrieb eingebracht werden, ist ungeklärt, weil niemals erforscht. Die Tatsache, dass in den Programmheften von Theater- und Operaufführungen Erläuterungen zur Inszenierung oft fehlen (und auch sonst wenig zu deren Vermittlung beigetragen wird), dürfte der Entwicklung neuer Rezeptionsmuster und Präferenzen eher nachträglich sein.

Kulturvermittlung muss die Bedürfnisse und Orientierungen derer berücksichtigen, auf die sich die Kulturvermittlung richtet. Den kulturellen und ästhetischen Präferenzen des Publikums nachzugehen – sie womöglich dazu zu befragen – gilt im Kulturbetrieb, wie im Opernhaus und Theater, jedoch weithin als Verletzung eines Tabus: des Tabus, dass die Frage der künstlerischen Gestaltung einzig und allein Sache der Intendanz und des Regisseurs ist. Dabei ist es keineswegs zwingend, sich den Wünschen und Präferenzen anzupassen – sie schlichtweg zu ignorieren und sie besser nicht zu kennen, untergräbt aber das Wissen über diejenigen, die die Adressaten der künstlerischen Produktion sind. Und es untergräbt die Möglichkeiten, darauf gezielt einzugehen. ¶

LITERATUR

Baumol, W. und W. G. Bowen (1966): *Performing arts. The economic dilemma*. Boston. Brandenburg, D. (2012): *Isoldes Flugblätter*, in: *die deutsche bühne*, 04/12, S. 26-29. *Deutscher Städtetag* (2004): *Methodik von Befragungen im Kulturbereich*. Köln. Dollase, R., M. Rüsenberg und H.J. Stollenwerk (1986): *Demoskopie im Konzertsaal*. Mainz. Eckhardt, J., E. Pawlitza, Erik und T. Windgasse (2006): *Besucherpotenzial von Operaufführungen und Konzerten der klassischen Musik*, in: *Media Perspektiven* 5, S. 273-282. Glogner-Pilz, P. und P.S. Föhl, Hrsg., (2011): *Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung*. 2. Aufl. Wiesbaden. Goertz, W. (2012): *Kultur zwischen Infarkt und Event*, in: *Rheinische Post*, 20.3.2012, S. A7. Hänseroth, A. (1976): *Elemente einer integrierten empirischen Theaterforschung, dargestellt an Entwicklungstendenzen des Theaters in der Bundesrepublik Deutschland*. Frankfurt/M. Haselbach, D., A. Klein, P. Knüsel und S. Opitz (2012a): *Der Kulturinfarkt. Von allem zu viel und überall das Gleiche*. München. Haselbach, D., A. Klein, P. Knüsel und S. Opitz (2012b): *Die Hälfte? Warum die Subventionskultur, wie wir sie kennen, eine Ende finden muss*, in: *DER SPIEGEL*, 11, S. 136-141. *Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft*, Hrsg., (2005): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2005*. Thema: Kulturpublikum. Essen. Jacobshagen, A. (2010): *Musiktheater*. Deutsches Musikinformationszentrum, Bonn (<http://www.miz.org/fachbeitraege.html#konzerteundmusiktheater>). Keuchel, S. (2006): *Der Untergang des Abendlandes oder: eine Erkenntnis zur rechten Zeit? Zu den Ergebnissen des 8. „Kulturbarometers“*, in: *Das Orchester*, 4, S. 26-32. Rössel, J., R. Hackenbroch und A.



... Wissensdefizite über das Kulturpublikum

Göllnitz (2002): Die soziale und kulturelle Differenzierung des Hochkulturpublikums, in : Sociologia Internationalis, 40, S. 191-212. Reuband, K.H. (2005): Moderne Opernregie als Ärgernis? Eine Fallstudie über ästhetische Bedürfnisse von Zuschauern und Paradoxien in der Bewertung „moderner“ Inszenierungen, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft, Hrsg., Jahrbuch für Kulturpolitik 2005. Thema: Kulturpublikum. Essen, S.225-241. Reuband, K.H. (2010a): Kulturelle Partizipation als Lebensstil. Eine vergleichende Städteuntersuchung zur Nutzung der lokalen kulturellen Infrastruktur, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft, Hrsg., Jahrbuch für Kulturpolitik 2010. Thema: Kulturelle Infrastruktur. Essen, S. 235-246. Reuband, K.H. (2010b): Erwartungen an den Opernbesuch und bevorzugte Inszenierungsstile. Eine empirische Analyse der ästhetischen Präferenzstrukturen von Opernbesuchern, in: S. Bekmeier-Feuerhahn, S. Höhne, R. Keller, B. Mandel, M. Tröndle, K. v. der Berg und T. Zenbylas, Hrsg., Theorien für den Kultursektor. Jahrbuch für Kulturmanagement 2010, Bielefeld, S. 247-272. Reuband, K.H. (2012): Kulturelle Partizipation im Langzeitvergleich. Eine empirische Analyse am Beispiel der Stadt Köln, erscheint in: S. Bekmeier-Feuerhahn, S. Höhne, R. Keller, B. Mandel, M. Tröndle, K.v. der Berg und T. Zenbylas, Hrsg., Jahrbuch für Kulturmanagement 2012, Bielefeld. Schmitz, A. (2012): Schlechte Patrioten. Deutschland braucht seine Theater, Opern und Museen – und zwar alle, in: DER SPIEGEL, 12, S. 118-120. Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2010): Kulturfinanzbericht 2010. Wiesbaden. Stadt Karlsruhe (2010): Die Nutzung kultureller Einrichtungen und Angebote in Karlsruhe 2009. Amt für Stadtentwicklung und Kulturamt. Karlsruhe. Zentrum für Audience Development (2007): Besucherforschung in öffentlichen deutschen Kultureinrichtungen. Berlin.

- Anzeige -

**MANAGEMENT VON KULTUR- UND
NON-PROFIT-ORGANISATIONEN**

FERNSTUDIUM / MASTER OF ARTS



- » Kulturmanagement
- » Medienwirtschaft
- » Unternehmenskommunikation
- » Kunstkommunikation
- » Medienmanagement
- » Rechtliche Grundlagen
- » Interkulturelle Kommunikation

Berufsbegleitend in zwei Jahren

Beginn: WS 2012/2013

Anmeldeschluss:

30.6.2012 (Bewerber ohne ersten Hochschulabschluss)

31.8.2012 (Bewerber mit erstem Hochschulabschluss)



www.zfuw.de

