

Frank-Olaf Brauerhoch

Theater, Publikum und Image – eine Studie über die „Theaterlandschaft“ in Frankfurt am Main.

1. Anlass für die Untersuchung

Folgt man dem Direktor des Deutschen Bühnenvereins im Jahre 2001, Rolf Bolwin, dann können die traditionellen Kultureinrichtungen sich „oft nicht mehr auf ihre Kunst und Kultur zugeneigten Interessensgruppen verlassen“. Zudem seien „in vielen privaten Haushalten eher schmaler gewordene Budgets gepaart mit dem Trend zu einem auf Erlebnis und Genuss ausgerichteten Freizeitverhalten festzustellen“. Dies gäbe Anlass genug, durch regelmäßige Besucherbefragungen bessere Informationen über Strukturen, Erwartungen, Verhalten und Bewertungen zu gewinnen, ohne damit „dem Publikum künstlerisch vor allem das anzubieten, was es mehrheitlich wünscht.“¹ Die Konjunktur für Besucherbefragungen steigt in Phasen der Verunsicherung über das Selbstverständnis von Unternehmen und der Neubestimmung ihres Auftrags. Öffentliche Theater haben oftmals einen zwiespältigen (heimlichen) Auftrag, der sich an Anlehnung an Karl Valentin so beschreiben ließe: Theater soll schön sein, aber nicht viel kosten. Der Spagat zwischen eigenem künstlerischem Selbstverständnis, widersprüchlichem öffentlichem Auftrag und heterogenen Publikumserwartungen führt oft in die Schutzhaltung der „öffentliche Einsamkeit“. Dieser „Individualisierung“ unter den Theateranbietern wollte die Frankfurter Untersuchung Perspektiven der Zusammenarbeit in Hinblick auf das (potentielle) Publikum entgegenzusetzen.

Was waren die Fragen?

Bereits zum Zeitpunkt der Planung der Studie wurde der Ansatz verfolgt, dass mehrere Theater vor Ort gleichzeitig untersucht werden sollten. Die Ergebnisse sollten auch Aussagen darüber enthalten, welche Gemeinsamkeiten in Hinblick auf das Publikum und seinen über das einzelne Theater hinaus gehenden Kulturkonsum bestehen. Hintergrund dieses Interesses war es, die empirische Basis für Entscheidungen zu schaffen, ob Kooperationen zwischen einzelnen Theatern und gegebenenfalls mit anderen Kulturanbietern vor Ort - wie zum Beispiel zwischen Theatern und Museen oder zwischen Theatern und Filmtheatern - in Bezug auf Marketing und aufeinander abgestimmte Angebote Erfolg versprechend sein könnten. Diese auf Zusammenhänge zielende Forschungsperspektive hatte sich in vorausgegangen Studien über das Besucherverhalten in den Frankfurter Museen und über die Verflechtungen unter den Nutzern der Bürgerhäuser der Stadt als erfolgreich erwiesen. Auftraggeber für die Studie war der Kulturdezernent der Stadt Frankfurt am Main – eine notwendige Voraussetzung, um die über das einzelne Theater hinaus gehende Forschungsperspektive verfolgen zu können.

Welche Theater waren an der Untersuchung beteiligt?

Die an der Untersuchung beteiligten Theater konnten unterschiedlicher nicht sein: zum einen die *Oper Frankfurt* und das *schauspiel frankfurt* als Teile der Städtischen Bühnen mit einem kontinuierlich wechselndem Spielplanangebot, zum anderen die

¹ Vorwort im Leitfadens für Besucherbefragungen durch Theater und Orchester herausgegeben vom Deutschen Bühnenverein, 1. Auflage 2001, Baden-Baden (Nomos)

öffentlich geförderten „Privattheater“: *English Theatre*, *Komödie* und *Volkstheater Frankfurt*, die „en suite“ spielen². Doch nicht nur in der Struktur des Angebots sondern auch ihren inhaltlichen Ansprüchen unterscheiden sich die Theater grundlegend. Die *Oper Frankfurt* zum Opernhaus des Jahres 2003 gewählt – startete zum Zeitpunkt der Befragung (September 2002) die erste Spielzeit mit dem neuen Intendanten Bernd Loebe: Loebe sieht das Theater als einen Ort, in dem sich das Publikum mit einem Anspruch auf „Sinnstiftung“ versammelt, und von dem er hofft, dass „ (...) die Oper Magisches entfachen (kann): den wahrhaften Augenblick, der uns Kraft gibt für den Alltag“³. Das Angebot des *schauspiel frankfurt* erstreckte sich zum Zeitpunkt der Befragung auf drei verschiedene Spielorte und einen sehr differenzierten Spielplan, der von den „Klassikern“ wie „Hamlet“ oder „Der zerbrochene Krug“ bis zu Neuproduktionen wie „Raststätte oder Sie machen’s alle (E. Jelinek)“ reichte. *Das English Theatre* befand sich zum Zeitpunkt der Befragung unter neuer Leitung in einer Phase der Neuorientierung: der Spielplan bot sowohl anspruchsvolle und aktuelle englischsprachige Theaterstücke, wie auch ein leichter verständliches Musical.⁴ Aus dieser besonderen Situation heraus wurden dem Publikum des *Englisch Theatre* auch explizit Fragen nach Spielplanwünschen („aktuelle Themen“, „sprachlich leichter verständliche Aufführungen“) und nach Besuchsinteressen wie: „Verbesserung meiner Englischkenntnisse“ gestellt. *Die Komödie* wird seit 1975 von Claus Helmer geleitet, der „auf ebenso sympathische wie erfolgreiche Art klar gemacht (hat), dass Kunst und Kommerz zusammengehen. Er hat der Komödie den Ruf als Frankfurts beliebteste, fröhlichste und vitalste Boulevardbühne gesichert. Sein Rezept: gutes Stück, optimale Besetzung, Regisseure, die erfahren sind im Umgang mit Pointen und Pfiff, Bühnenbilder als Augenweide. Viele beliebte Stars holte Helmer an seine Bühne“⁵. Während des Befragungszeitraums wurden die Stücke: „Funny Money“ und: „Der Neurosen-Kavalier“ inszeniert. Das *Volkstheater Frankfurt* schließlich als fünftem Aufführungsort, an dem befragt wurde, spielt ausschließlich Stücke in Frankfurter Mundart und nimmt für sich in Anspruch zu „beweisen, dass der Dialekt nicht nur Heiterkeit hervorruft, sondern alltägliche Problematik und provinzielle Dumpfheit dem Publikum viel realistischer nahe bringen kann, als dies die Hochsprache vermag“⁶ Während des Befragungszeitraumes wurden die Komödien: „Die Drei von der Tankstelle“ und „der Glasschrank“ gegeben. Nicht einbezogen in die Untersuchung waren die Aufführungen der freien Theaterszene in der Stadt.

Wie wurde befragt?

Grundlage der Befragung war ein mit allen Beteiligten abgestimmter gemeinsamer Fragebogen, der über einen Zeitraum von etwa drei Monaten an ausgewählten Tagen durch das Servicepersonal der beteiligten Theater einer bestimmten Anzahl an Besuchern beim Betreten des Hauses ausgehändigt wurde. Die Rückgabe der ausgefüllten Bögen konnte entweder vor Ort oder durch Zurücksenden in einem beigefügtem Freiumschlag erfolgen. Insgesamt wurden je Haus dreitausend Fragebögen ausgegeben. Die Rücklaufquote lag bei 33%. Es liegen insgesamt 4980 gültige Befragungen vor, wobei in jedem Theater knapp 1000 Befragungen durchgeführt werden konnten. Der Fragebogen schloss mit der Frage „ Was möchten

² Es werden pro Jahr etwa fünf Stücke für jeweils zwei bis drei Monate nacheinander gegeben

³ Bernd Loebe im Vorwort zum Programmheft 2002/2003 der Oper Frankfurt.

⁴ So die Selbstdarstellung während der Planung des Projektes im Herbst 2002 seitens des Leiters Herrn Nicolai

⁵ Vgl. Homepage: www.diekomoedie.de

⁶ Vgl. homepage: www.volkstheater-frankfurt.de

Sie uns noch mitteilen?“ Diese zusätzliche Gelegenheit zur Meinungsäußerung wurde von 34% aller Antwortenden genutzt.

2. Zentrale Ergebnisse

Ein zentrales Ergebnis der Studie lautet: Jedes der untersuchten Theater bedient ein ihm eigenes Publikum. Gemeinsamkeiten bestehen in Bezug auf den räumlichen Einzugsbereich der Theater und der Zusammensetzung nach dem Geschlecht: knapp 40% der Besucher wohnen innerhalb des Stadtgebietes, gut 60% im angrenzenden Umland; etwa 60% des Publikums sind Frauen.

Deutliche Unterschiede bestehen in der Zusammensetzung der Besucher der einzelnen Aufführungsorte in Hinblick auf das Durchschnittsalter und den Schul- und Ausbildungsabschluss. (vgl. Tabelle 1) Während das Durchschnittsalter im *English Theatre* bei 42 Jahren und im *schauspiel-frankfurt* bei 44 Jahren liegt, sind die Besucher der *Oper Frankfurt* im Durchschnitt 49 Jahre, die Besucher der *Komödie* 54 Jahre und die Besucher des *Volkstheaters Frankfurt* 56 Jahre alt. Der Anteil der Personen mit Abitur/(Fach-)Hochschulreife beträgt im *English Theatre* 86%, im *schauspiel-frankfurt* 79%, in der *Oper Frankfurt* 68%, in der *Komödie* 39% und im *Volkstheater Frankfurt* 28%. Beschreibt man das Publikum der fünf Theater nach dem höchsten Ausbildungsabschluss, zeigt sich im *English Theatre* ein Anteil an Personen mit abgeschlossenem (Fach-)Hochschulstudium von 67%, im *schauspiel-frankfurt* von 63%, in der *Oper Frankfurt* von 56%, in der *Komödie* von 28% und im *Volkstheater Frankfurt* von 20%.

Mit diesen demographischen Grunddaten können die Unterschiede der Publika erfasst werden. Die festgestellten Unterschiede übersteigen die generellen demographischen Zusammenhänge von Alter und Schul- bzw. Ausbildungsabschluss und spiegeln so durchaus die Besonderheiten der jeweiligen Aufführungsorte in Hinblick auf ihr Publikum wider.

Tabelle 1 Eigenheiten des Publikums in Hinblick auf deren Demographische Zusammensetzung

Besucher- gruppe / Status	Oper Frankfurt	schauspiel- frankfurt	English Theatre	Komödie	Volkstheater Frankfurt	Mittelwert
Abitur/(Fach-) Hochschulreife (%)	68	79	86	39	28	60
Abgeschlos- senes (Fach-) Hochschul- studium (%)	56	63	67	28	20	46
Altersdurch- schnitt (Jahre)	49	44	42	54	56	49

Unterhaltung steht an der ersten Stelle

Welche Erwartungen verknüpfen die Besucher der *Oper Frankfurt* und der Theater mit Ihrem Besuch und lassen sich die Theater durch die Unterschiede im Spektrum an Publikumserwartungen voneinander unterscheiden? Die Antworten auf diese Fragen dienen auch dazu, weitere Spezifika der Publika zu erkennen und damit die Frage zu beantworten, welches Publikum die jeweiligen Häuser an sich zu binden vermögen. Die dafür verwendeten Kategorien sind keine Bewertung des Gehaltes

des vor Ort Gebotenen, sondern Antwortvorgaben, aus denen das Publikum auswählen – und dadurch sich selbst beschreiben sollte. Diese Selbstbeschreibung des Publikums erfolgte entlang von Antwortvorgaben, die sich an einem vom Deutschen Bühnenverein 2001 herausgegebenen „Leitfaden für Besucherbefragungen“ orientierten⁷ und in der Diskussion mit den beteiligten Theatern angepasst wurden.

Alle Antwortenden von Oper und Theatern verbindet das gemeinsame Bedürfnis nach „Unterhaltung“. Dieser Kategorie wurde an (fast) allen Aufführungsorten am häufigsten zugestimmt. (vgl. Tabelle 2) Die Erwartung eines „gemeinsamen Erlebnisses“ mit anderen verbindet ebenfalls alle Befragten der fünf Spielorte und steht (meist) an zweiter Stelle. „Abwechslung gegenüber dem Alltag“ und „Entspannung“ sind Antwortvorgaben, denen insbesondere die Befragten aus der *Komödie* und dem *Volkstheater Frankfurt* zustimmen konnten. Die Nennung „Anregung zum Nachdenken“ ist eine Erwartung, die besonders häufig von Besuchern des *schauspiel frankfurt* ausgewählt wurde (79%), sie ist dort anteilig sogar etwas häufiger genannt worden als die Erwartung „Unterhaltung“. Die Erwartung „Bildung“ verbindet die Besucher der *Oper Frankfurt*, des *schauspiel frankfurt* und des *English Theatre*. Schließlich ist „ästhetische Provokation“ eine Erwartungsdefinition, der vor allem die Besucher des *schauspiel frankfurt* und der *Oper Frankfurt* zustimmen konnten – kaum aber die Besucher des *English Theatre*, der *Komödie* und des *Volkstheaters Frankfurt*.

Die deutlichen Unterschiede in den Verteilungen und in den Mischungsverhältnissen von Erwartungen zwischen den einzelnen Theatern zeigt, wie jedes der untersuchten Theater mit seinem Angebot einer je spezifischen Mischung von Besucherbedürfnissen entgegenkommt. Fasst man die diagnostizierten Unterschiede in der Zusammensetzung nach dem Alter und dem Schul- bzw.

Ausbildungsabschluss auf der einen Seite, die Unterschiede in dem Mix an Erwartungen, die mit den Besuch der Oper und der Theater verbunden sind auf der anderen Seite zusammen, kommt man zu dem Befund, dass die *Oper Frankfurt* sowie die einzelnen Theater untereinander unverwechselbar sind. Die *Oper Frankfurt* und die untersuchten Theater sprechen ihr jeweils eigenes Publikum an und bedienen Publikumserwartungen, die die anderen Häuser nicht erfüllen.

Tabelle 2 Eigenheiten des Publikums in Hinblick auf Erwartungen an den Besuch

	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Erwartungen (Mehrfachnennungen)	Oper Frankfurt	schauspiel frankfurt	English Theatre	Komödie	Volkstheater Frankfurt	Mittelwert
Unterhaltung	67	75	94	94	94	84
gemeinsames Erlebnis	59	51	62	65	59	59
Abwechslung	52	40	51	68	65	56
Entspannung	49	28	43	68	67	51
Anregung zum Nachdenken	37	79	37	26	10	38
Bildung	48	55	48	17	6	35
ästhetische Provokation	23	38	10	4	4	16

⁷ Leitfaden für die Besucherbefragungen durch Theater und Orchester, herausgegeben vom Deutschen Bühnenverein, 1. Auflage 2001, Baden-Baden (Nomos).

Der Kulturkonsum beschränkt sich nicht auf das Theater

Neben der Beschreibung der Eigenheiten des Publikums in den jeweiligen Theatern war es ein Anliegen der Untersuchung, den Blick auf das „eigene“ Publikum zu erweitern und danach zu fragen, wo dieses Publikum ebenfalls noch anzutreffen ist und wie häufig es diese anderen Orte innerhalb eines Jahres besucht. Die darüber gewonnenen Informationen bieten zum einen Anlass, für neue, gezielte Wege in der Ansprache zu suchen und dabei den Werbemiteleininsatz zu überprüfen, zum anderen bieten die Antworten zum Kulturkonsum Hinweise auf theaterunspezifische Rezeptionserfahrungen und Vergleichsmaßstäbe.

Insgesamt zeigt sich, dass die Besucher der Oper und der Theater auch außerhalb der klassischen Werbemedien Plakat und Tageszeitung erreichbar und an bestimmten Orten zielgruppenspezifisch ansprechbar sind. (vgl. Tabelle 3) Nahezu die Hälfte aller Antwortenden hat innerhalb der letzten 12 Monate ein Museum in Frankfurt besucht. Ebenso hoch ist der Anteil der Antwortenden, der innerhalb der letzten 12 Monate ein Kino in Frankfurt besucht hat.⁸

Unter den im *schauspiel frankfurt* Befragten ist der Anteil der Besucher, die auch die Frankfurter Museen besuchen, besonders hoch. In dieser Besuchergruppe ist auch – zusammen mit dem Publikum des *English Theatre* – der Anteil der Besucher von Frankfurter Kinos höher als im Durchschnitt. Somit zeigen sich die Besucher des *schauspiel frankfurt* und des *English Theatre* in Bezug auf Museums- und Kinobesuche in Frankfurt im Verhältnis zu allen Befragten als besonders „freizeitaktiv“. Diese höhere „Freizeitaktivität“ kann auch mit dem durchschnittlich jüngeren Publikum von *schauspiel frankfurt* (44 Jahre) und *English Theatre* (42 Jahre) gegenüber dem Publikum in der *Oper Frankfurt* (Durchschnittsalter: 49 Jahre), der *Komödie* (Durchschnittsalter: 54 Jahre) und dem *Volkstheater Frankfurt* (Durchschnittsalter: 56 Jahre) zusammenhängen, sie bedeutet jedoch keine „Inaktivität“ der anderen Besucher. So zeigt sich beispielsweise bei den Antworten auf die Frage nach dem Besuch von Konzerten eine überdurchschnittliche Zustimmung unter den Besuchern der *Oper Frankfurt*. Auffallend ist jedoch, dass die in der *Komödie* und im *Frankfurter Volkstheater* Befragten sowohl beim Kino- und beim Museumsbesuch als auch beim Konzertbesuch unterdurchschnittlich vertreten sind.

⁸ Die Unterteilung in Frankfurt und außerhalb ist wichtig, um zu wissen, wo in der Kulturlandschaft Rhein-Main das Publikum ebenfalls anzutreffen ist, da der Wohnort nicht unbedingt der Rezeptionsort weiterer Kulturangebote sein muss. Des Weiteren wurde nach der Häufigkeit des Besuchs dieser anderen Orte innerhalb der letzten 12 Monate gefragt, um die Antworten qualifizieren zu können.

Tabelle 3 Besuch weiterer Kulturangebote

	Befragt in (%)	Befragt in (%)	Befragt in (%)	Befragt in (%)	Befragt in (%)	(%)
Besucht auch	Oper Frankfurt	schauspiel-frankfurt	English Theatre	Komödie	Volkstheater Frankfurt	Mittelwert
Kino ... Frankfurt	46	60	60	40	29	47
Kino ... außerhalb	34	40	47	20	19	32
Museen ... Frankfurt	54	64	53	41	35	49
Museen ... außerhalb	42	42	40	21	18	33
Konzerte Frankfurt	42	35	26	25	18	30
Konzerte außerhalb	38	28	29	18	15	26

Trotz der Unterschiedlichkeit des Angebotes und dessen Publikum der fünf untersuchten Theater besteht eine teilweise Fluktuation innerhalb der fünf Aufführungsorte. Die Antworten zeigen, dass Opern- und Theaterbesucher keinesfalls auf „ihre Sparte“ fixiert und auch außerhalb des „eigenen Hauses“ ansprechbar sind. (vgl. Tabelle 4) Als Resümee lässt sich feststellen, dass Opern- bzw. Theaterbesucher spartenübergreifend Kulturangebote wahrnehmen und sich beim ihren kulturellen Aktivitäten nicht auf Theater beschränken sondern ebenfalls in Museen, Ausstellungen und Konzertaufführungen anzutreffen sind. Daher böten sich bei der „Publikumsansprache“ Kooperationen zwischen Städtischen Bühnen / Privattheatern und Museen oder auch zwischen Städtischen Bühnen / Privattheatern und Filmtheatern an.

Tabelle 4 Besuch der jeweils anderen untersuchten Theater

	Befragt in (%)	Befragt in (%)	Befragt in (%)	Befragt in (%)	Befragt in (%)
Besucht auch (Orte) %	Oper Frankfurt	schauspiel-frankfurt	English Theatre	Komödie	Volkstheater Frankfurt
Oper Frankfurt	–	47	33	27	22
schauspiel-frankfurt	21	–	22	11	9
English Theatre	11	14	–	10	5
Komödie	12	7	10	–	34
Volkstheater Frankfurt	10	8	9	32	–

Was Ihr wollt und Wie es Euch gefällt

Am Ende des Fragebogens wurde gefragt: „Welche Anregungen möchten Sie uns noch mitgeben?“ Die Aussagen der Befragten erfolgten vollkommen „ungestützt“, das bedeutet, durch die Fragestellung wurden keinerlei Vorgaben gemacht, wozu sich die Personen äußern sollten; folglich sind die hier genannten Themen innerhalb des Publikums virulent. Oftmals waren es konkrete, vom Ort der Befragung geprägte Gegebenheiten – wie zum Beispiel der Pausenservice, das (Nicht-)Rauchen in den Foyers, etc.- zu denen sich die Befragten äußerten. Bei allen ortsspezifischen Besonderheiten zeigen sich jedoch auch gemeinsame Themen:

In allen Häusern wurden Vorschläge für die Gestaltung der Spielpläne gemacht, und es wurde angegeben, welche Stücke gewünscht werden. Bei *der Oper Frankfurt* und dem *schauspiel frankfurt* ist darüber hinaus die Frage, wie inszeniert werden soll – ob „klassisch“ oder „modern“ –, ein großes Thema. Dieses Thema ist auch bei den „Privattheatern“ virulent und wird oftmals unter dem Postulat „anspruchsvolle“ oder „lustige“ Stücke verhandelt. Ein zweites, alle Theater in unterschiedlicher Ausprägung betreffendes Thema ist die Preisgestaltung. Hier geht es um gewünschte oder gewährte Vergünstigungen für besondere Gruppen (Schüler, Studenten, Rentner), um das Preisniveau insgesamt und um die Frage des Kombitickets mit dem öffentlichen Nahverkehr. Darüber hinaus finden sich hier Anregungen für gemeinsame Abo-Angebote. Diese Wünsche nach Kombinationsabonnements spiegeln die Besucherbewegungen zwischen den untersuchten Theatern wider (vgl. Tabelle 4). Der Wunsch nach mehr inhaltlichen Vorinformationen über die angebotenen Stücke wurde häufig von den Befragten der Sprechtheater geäußert. Oftmals taucht dieses Bedürfnis zusammen mit dem Wunsch nach Informationen darüber auf, ob es sich um eine „moderne Inszenierung“ handelt. Es scheint ein unbefriedigtes Bedürfnis nach Vororientierung, worauf man sich beim Besuch der Aufführung einlassen wird, zu geben.

Insgesamt geben die vielfältigen Anmerkungen das gesamte Spektrum von Erwartungen und Ärgernissen wieder; oftmals als Anregung, um konkrete Störungen abzustellen. Die Zusammenfassung der Anmerkungen zeigt auch, dass die Auswahl der inszenierten Stücke und jede Art ihrer Inszenierung immer sowohl Begeisterung wie auch Widerspruch hervorrufen werden.

Die Wertschätzung der Theater bei Besucher und Nicht-Nutzern

Ziel der bisher vorgestellten Befragung war es, den Blick auf das Theaterpublikum zu erweitern und sein Verhalten in Hinblick auf das gesamte Kulturangebot wie zum Beispiel Kino-, Konzert- und Ausstellungsbesuche zu beschreiben. Darüber hinaus sollte ebenso ermittelt werden, welches Ansehen bestimmte Kulturangebote bei der Wohnbevölkerung vor Ort haben und inwieweit die Wertschätzung eines bestimmten Kulturangebots von dessen individueller Inanspruchnahme abhängt. Konkret: beurteilen die Bewohner dieser Stadt die Bedeutung bestimmter Angebote in Abhängigkeit davon, ob sie diese Angebote auch nutzen oder gibt es einen von der eigenen Inanspruchnahme unabhängige Wertschätzung zum Beispiel gegenüber Oper, Museum, Theater oder Konzert? Hierfür wurde im Rahmen der turnusmäßigen „Bürgerbefragung“ der Stadt Frankfurt am Main die Wohnbevölkerung befragt⁹.

⁹ Die Auswertung bezieht sich auf die Bürgerbefragung 2000. Dort wurden in einer repräsentativen Stichprobe 1254 Personen mit Wohnort in Frankfurt am Main befragt. Daraus ergaben sich für die Auswertung und Interpretation zwei Einschränkungen: zum einen ist aus der Vor-Ort-Befragung bekannt, dass zum Beispiel das Publikum der Theater in Frankfurt am Main sich nur zu etwa 40% aus der Wohnbevölkerung zusammen

Die Beantwortung der Frage: „Die Stadt möchte die Kultur stärker unterstützen, doch das Geld ist knapp: Was ist für Sie wichtig, was ist nicht so wichtig?“ ergab eine Rangordnung innerhalb von elf Antwortvorgaben: Die höchste Wertschätzung wurde Museen, Konzerten und Ausstellungen zu teil; dem folgten Theater/ Schauspiel, die Oper und an vorletzter Stelle Ballett/Tanztheater. Unterscheidet man die Antworten danach ob sie von Personen gemacht wurden, die das Kulturangebot nach eigenen Angaben stark oder weniger stark in Anspruch nehmen, so ergibt sich gerade bei den Opern-, Theater-, und Ballettangeboten eine Polarisierung in der Wertschätzung zwischen Vollnutzern und Teilnutzern.¹⁰ Werden Museen, Konzerte und Ausstellungen von beiden Nutzergruppen etwa gleich hoch wertgeschätzt, so fällt das Urteil gegenüber der Oper, dem Theater und dem Ballett in der Wohnbevölkerung auseinander: werden Oper, Theater oder Ballett besucht, sind sie auch hoch wertgeschätzt, werden sie nicht besucht, fällt die Wertschätzung geringer aus. Die folgende Tabelle weist die Mittelwerte für die Wichtigkeit der einzelnen Kulturangebote unterschieden nach Vollnutzern und Teilnutzern aus. Außerdem sind die Differenzen im Urteil zwischen Voll- und Teilnutzern dargestellt.

Tabelle 4

Die Wertschätzung von:	Insgesamt Mittelwert (1-5)	Vollnutzer Mittelwert (1-5)	Teilnutzer Mittelwert (1-5)	Mittelwerte Differenz Voll-/ Teilnutzer
Museen	4,07	4,17	3,84	0,34
Konzerte	3,98	4,07	3,78	0,29
Ausstellungen	3,86	3,94	3,66	0,29
Theater/Schauspiel	3,61	3,80	3,19	0,61
Infos u. Führungen	3,51	3,52	3,48	0,04
Festivals	3,47	3,46	3,49	-0,03
Musikschulen	3,43	3,54	3,17	0,37
Oper	3,29	3,49	2,81	0,68
Open-Air-Konzerte	3,18	3,13	3,29	-0,16
Ballett/Tanztheater	2,85	3,01	2,46	0,55
Kunst im Öffentlichen Raum	2,79	2,87	2,59	0,28

Fazit: Die Wertschätzung - gemessen an der Zustimmung der finanziellen Förderung aus Steuermitteln - gegenüber bestimmten kulturellen Angeboten hängt stark mit der eigenen persönlichen Situation zusammen. Entscheidend ist bei vielen Angeboten, ob diese von den Befragten auch genutzt werden oder nicht. Fast alle Kulturangebote erreichen bei den Vollnutzern eine höhere Wertschätzung als bei den Teilnutzern. Besonders stark sind diese Unterschiede bei den Angaben zum Besuch von Oper, Theater und Ballett: Personen, die bereits das Opern-/ Schauspielhaus und die Alte Oper und die Museen besucht haben schätzen Kulturangebote höher wert, als Personen, die alle drei Orte bisher nicht besucht haben.

setzt, zum anderen weisen sich bei einer derartigen Erhebung die Befragten durch ihre nicht überprüfaren Selbstauskünfte als „Besucher“ der nachgefragten Orte aus.

¹⁰ Vollnutzer sind die Personen, die angegeben haben, sowohl das Opern-/ Schauspielhaus, wie die Alte Oper als auch die Museen in Frankfurt besucht zu haben. Teilnutzer sind Personen, die nicht gleichzeitig alle diese drei Bedingungen erfüllen. Unter allen Befragten sind 66% Vollnutzer und 34% Teilnutzer.

3. Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu anderen Studien

Der Befund, dass „Unterhaltung“ und „Entspannung“ die dominierenden Erwartungen an einen Theaterbesuch sind, überrascht zwar im Hinblick auf die Unterschiedlichkeit der in Frankfurt am Main untersuchten Theater; vermutlich verbirgt sich hinter dieser Auswahl aus den Antwortvorgaben eine differenziertere Erwartungslage, die qualitativ zu erforschen wäre. Vergleicht man diesen Befund mit anderen quantitativen Studien, bestätigt sich die Dominanz des Unterhaltungs- und Entspannungsbedürfnisses¹¹. Dabei ist es allerdings problematisch, dass es sich bei vielen Studien um Bevölkerungsumfragen und nicht Vor-Ort Untersuchungen handelt, somit Befunde auf der Grundlage von unüberprüfbar Selbstauskünften aus der Wohnbevölkerung erfolgen (müssen). Ausnahmen machen unter anderem eine Osnabrücker Publikumsstudie von 1983/84, die in eine Typologisierung des Stadttheaterpublikums mündete, sowie eine Besucherbefragung in der Semperoper von 1994, die das Ziel hatte, Marketing bezogene Besuchertypen zu identifizieren.¹² Bevölkerungsumfragen sind jedoch das Mittel der Wahl, wenn das Image bestimmter Institutionen innerhalb der Bevölkerung bestimmt werden soll. Das Resümee vorausgehender Studien diagnostiziert eine „wohlwollende Neutralität“ als Grundhaltung zum Theater: „wohlwollend deshalb, weil das Stichwort Theater positive Assoziationen ergab, neutral weil die meisten Menschen nie ein Theater besuchen“¹³ Hier kommt die vorgestellte Studie innerhalb der Frankfurter Wohnbevölkerung zu einem entgegengesetztem Ergebnis: Oper, Schauspiel und Ballett erfahren eine weitaus geringere Wertschätzung als zum Beispiel Museen, Ausstellungen und Konzerte. Darüber hinaus ist der Unterschied in der Wertschätzung zwischen „Besuchern“ und „Nicht-Besuchern“ insbesondere bei Oper, Schauspiel und Ballett weitaus größer als bei Museen und Ausstellungen. Damit können sich Oper, Schauspiel und Ballett nicht mehr auf eine nutzungsunabhängige Zustimmung und Wertschätzung ihrer Existenz verlassen, sondern stehen in der Konkurrenz zu anderen öffentlichen Aufgaben und deren Finanzierung. „Kunst ist schön, macht aber viel Arbeit“ wird in Hinblick auf Oper, Theater und Ballett von denen anerkannt, die als Produzenten oder Konsumenten daran beteiligt sind; für alle anderen kostet „Kunst“ einfach nur viel Geld.

c.a.26.500 Zeichen

Anschrift des Autors:
Büro für Sozialforschung
Dr. Frank-Olaf Brauerhoch
Jordanstr.11
60486 Frankfurt am Main

Tel 069 / 708243
Net: mail@brauerhoch.de

¹¹ Vgl. Sigrun Damas, Nur Theater?: Überlegungen zur Öffentlichkeitsarbeit am Theater, Dissertation Münster 1995, s.84ff.,

¹² vgl. Drei Besuchertypen Marke Stadttheater in Die Deutsche Bühne, 9/84, S.9 ff.

Für die Semperoper: Uta Martin: Typologisierung des Theaterpublikums: Das Erkenntnispotential der verhaltensorientierten Marktsegmentierung für das Marketing öffentlich-rechtlicher Theater, Dissertation, TU Dresden, 1998..

¹³ Berger, Susanne, Wen interessiert das Theater warum? Zum Stand der Publikumsforschung in : Theater heute, 3/78, S. 60.