

Nicht-Besucherforschung zwischen kultureller Teilhabe und Vollaustattung

**Frühjahrstagung des Arbeitskreises Kultur und Kulturpolitik
in der DeGEval – Gesellschaft für Evaluation e. V**

Dr. Thomas Renz – Kulturring Peine

Fulda, 04.04.2019



Das Interesse am Publikum

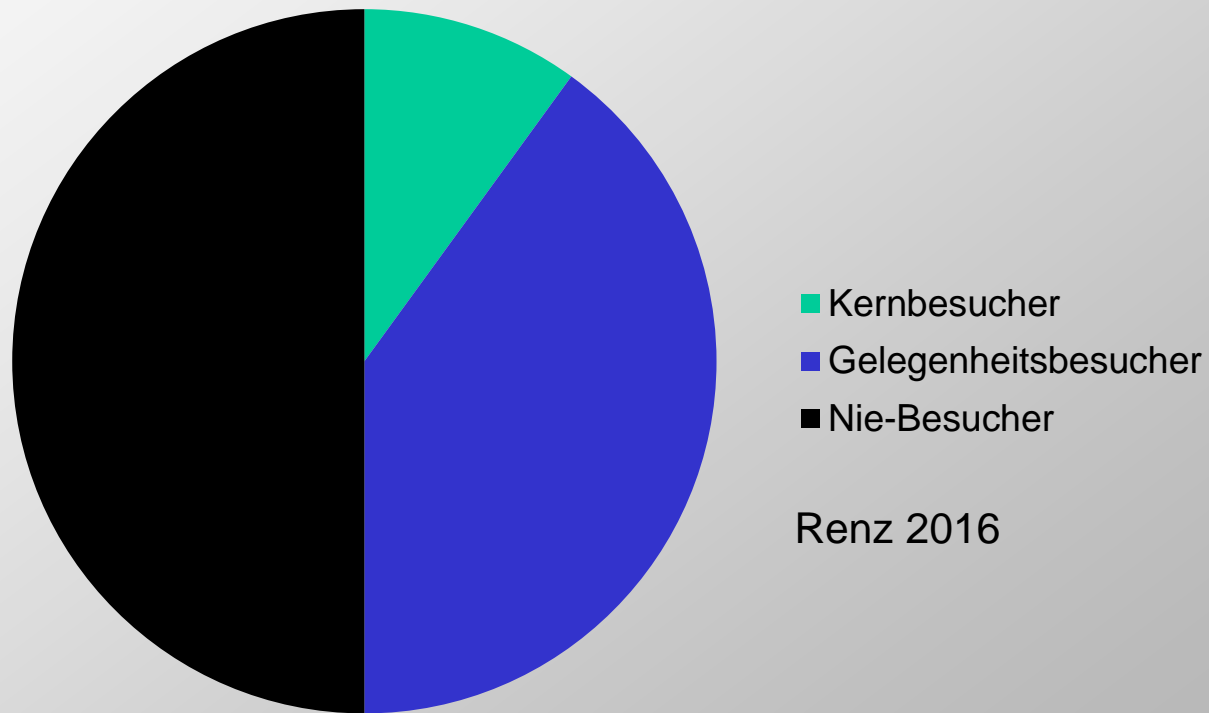
- ökonomisches Interesse
 - „den Laden voll kriegen“
 - Auslastung optimieren
- politisches Interesse
 - „Kultur für alle“
 - soziale Exklusion abbauen

Eine einzige Definition für heute

- Besucher*innen besuchen bestimmte Veranstaltungen.
- Nicht-Besucher*innen unterschreiten eine vorab festgelegte Anzahl von Besuchen an vorab festgelegten Orten.

(Nicht-)Besucherforschung

Besucher*innen öffentlich
geförderter Kultureinrichtungen
in Deutschland



Renz 2016

Besuchsverhindernde Barrieren



Besuchsverhindernde Barrieren



Problem 1

Subjektive Barrieren sind wirksamer als vom Angebot ausgehende Barrieren!

Problem 2



Motivation und Teilhabevoraussetzungen entstehen...

- Durch **Bildung**
- In Kindheit und früher Jugend
 1. durch Elternhaus
 2. durch Schule
 3. durch andere
- Durch Relevanz des Angebots für das eigene Leben

Welche Themen können untersucht werden?

- weiter Blick
 - Zahlen zur kulturellen Teilhabe in und um eine Organisation, eine Stadt, ein Land, ein Fluss,...
 - Bekanntheit und Image des Kulturangebots
 - Freizeitverhalten der Bevölkerung

Welche Themen können untersucht werden?

- enger Blick
 - Mobilität der Besucher (räumlich, zeitlich)
 - besuchsverhindernde Barrieren
 - Bewertung von Programmen, Inhalten und Formaten der Kulturangebote
 - Bewertung von Kommunikation, Preis und Service der Kulturangebote

Welche Themen können untersucht werden?

- soziologischer Rahmen
 - soziodemografische Merkmale (Alter, Geschlecht, formale Bildung, Migrationshintergrund,...)
 - psychografische Merkmale (Lebensstil, ästhetische Präferenzen,...)

Welche Handlungsfelder profitieren von diesem Wissen?

- auf Ebene der Kulturorganisation
 - Marketing (Kommunikation, Preis, Service)
 - Programmplanung
 - Change Management der Organisation
 - sinnvolle Kooperationen mit anderen Kulturorganisationen planen

Welche Handlungsfelder profitieren von diesem Wissen?

- auf Ebene der Politik
 - Kulturentwicklungsplanung
 - strategische und langfristige Planung der Förderung
 - Steuerungsverantwortung
 - Kooperationen mit anderen Gebietskörperschaften

Welche Handlungsfelder profitieren von diesem Wissen?

- Gesellschaft
 - Aufmerksamkeit für Kultur!
 - Gesprächsthema Nr. 1 im Ort!
 - Legitimation für die weitere Arbeit!

Was kann alles schief gehen?

- zu schnelle Erstellung des Fragebogens
- fehlende theoretische Fundierung
- fehlende Relevanz für die Akteure
- schlechter Fragebogen
- falsche Auswahl, zu wenig Befragte
- fehlender Anschluss der Studie an weitere Aktivitäten

Gelingsbedingungen

- **Steuerung**
 - Interessen und Forschungsfragen deutlich formulieren
 - guten „Schlachtplan“ erstellen
 - Anschluss an Bedürfnisse aller beteiligten Akteure schaffen
 - Kulturorganisationen
 - Kulturverwaltung
 - Kulturpolitik

Methoden

- Mix aus allgemeiner Freizeitbefragung und konkreter Nutzungsbefragung
- Standardisierte Befragung schafft Repräsentativität
- übersichtlicher Fragebogen
- Online? Mündlich? Schriftlich?



Methoden



- Methodenmix: Quantitative Befragung und qualitative Leitfadeninterviews
- Neue Erhebungsmethoden wagen!
- Biografische bzw. episodische Interviews
- (Teilnehmende) Beobachtung
- Kreative und künstlerische Ansätze
- Zukunftswerkstätten

Vielen Dank!

renz@kulturring-peine.de

Nicht-Besuchersforschung.
Die Förderung kultureller Teilhabe
durch Audience Development.
Bielefeld: transcript 2016

