

UNIVERSITÄT ROSTOCK

Wirtschafts-und Sozialwissenschaftliche Fakultät
Institut für Soziologie



Dr. Johann Gerdes

**Analyse des
Zuschauerpotentials
des
Volkstheaters Rostock
Ergebnisse einer Telefonbefragung**

Rostock, November 2000

Inhalt:

1.	Vorbemerkung	3
2.	Wieviel Rostocker gehen ins Theater?.....	4
2.1	Wer geht ins Theater?	5
3.	Wird das Besucherpotential des Volkstheaters ausreichend ausgeschöpft?.....	8
3.1.	Die Häufigkeit des Theaterbesuches	9
3.2	Seltene und häufige Theaterbesucher	11
3.3.	Gründe für seltene Theaterbesuche.....	12
4.	Die Einschätzung des Angebots	17
5.	Welches Programm bevorzugen die Theaterbesucher?.....	19
6.	Wie informieren sich die Besucher?.....	23
7.	Meinungen zu den Rahmenbedingungen des Theaterbesuchs.....	25
8.	Zwischenfazit.....	30
9.	Wer geht warum nicht ins Theater – die “Theater-Abstinenten”?	32
9.1	Unter welchen Umständen würden Nichtbesucher ins Theater gehen?	35
10.	Wollen die Rostocker ein neues Theater?.....	39
11.	Fazit.....	41

1. Vorbemerkung

Im Frühjahr 2000 trat die Leitung des Volkstheaters Rostock mit der Bitte um Zusammenarbeit an das Institut für Soziologie der Universität Rostock heran. Das Volkstheater war daran interessiert, mehr über die Wünsche und Bedürfnisse seines Publikums sowie insgesamt über das vorhandene Potential an Theaterbesuchern in Rostock zu erfahren, um daraus wichtige Anregungen für die weitere Theaterarbeit zu gewinnen. Vereinbart wurde die Durchführung einer repräsentativen Telefonbefragung unter den über 18jährigen Einwohnern Rostocks. Kinder und Jugendliche, die durchaus ein wichtiges Publikum des Theaters darstellen, sind aus forschungspraktischen Gründen nicht in die Untersuchung aufgenommen worden. Die folgenden Aussagen beziehen sich ausschließlich auf erwachsene Rostocker.

Die Befragung fand im Sommer 2000 statt. Gefragt wurde danach, ob und wie häufig Theatervorstellungen besucht werden, wo die Gründe dafür liegen, nicht oder nur selten ins Theater zu gehen, unter welchen Umständen die Nichtbesucher für einen Theaterbesuch zu interessieren sind und wie die regelmäßigen Theaterbesucher das Theater bewerten. Außerdem wurden einige soziodemographische Daten abgefragt (Alter, Erwerbsstatus etc.).

Befragt wurden 873 Personen in der Stadt Rostock. Für die notwendige Repräsentativität sorgte zunächst eine Zufallsauswahl der Probanden mittels eines Zufallsgenerators nach dem Telefonverzeichnis anhand der Telefonnummer. Da mit der Telefonnummer noch keine Person ausgewählt worden war, sondern nur ein Haushalt mit Telefonanschluß in dem ggf. mehrere Personen leben, fand die zweite Stufe der Zufallsauswahl zu Beginn des Telefongesprächs statt. Bei Mehrpersonenhaushalten wurde danach gefragt, welches Haushaltsmitglied als nächstes Geburtstag haben wird. Diese Person war dann die zu befragende Zielperson. Die Auswahl der Telefonnummer mittels eines Zufallsgenerators und die Anwendung der in der Umfrageforschung üblichen "Geburtstagsmethode" garantiert, daß jeder Rostocker die gleiche Chance hatte, befragt zu werden. Dies gilt als wesentliches Kriterium für Repräsentativität.

Ein weiteres Kriterium ist die Übereinstimmung soziodemographischer Verhältnisse zwischen dem Untersuchungssample und der Grundgesamtheit. Dies wurde nach Abschluß der Befragung anhand des Alters und des Geschlechts überprüft, denn aufgrund der hohen Zahl von Antwortverweigerungen (ca. 80%), die auf eine sehr große Ablehnung von telefonischen Befragungen in Rostock schließen lassen (die Verweigerung erfolgte bereits bei der Bitte um ein Interview und hatte nichts mit dem Thema zu tun), waren Verzerrungen durchaus möglich, weil bestimmte Gruppen erfahrungsgemäß häufiger verweigern als andere. In der Tat haben insbesondere mittlere Altersgruppen etwas häufiger die Teilnahme an der Befragung

verweigert als unter 25jährige und über 50jährige, darunter insbesondere Männer. Diese leichten Verzerrungen wurden durch eine Gewichtung ausgeglichen, so daß der fertige Datensatz einen repräsentativen Querschnitt der Rostocker Bevölkerung im Alter von 18 Jahren und darüber darstellt. Die Gewichtung hat dabei nur einen geringen Einfluß auf die Ergebnisse, indem die Unterschiede zwischen den gewichteten und ungewichteten Daten i.d.R. weniger als fünf Prozentpunkte betragen und die Gewichtung damit auf die Tendenz der Aussagen keinen Einfluß hat.

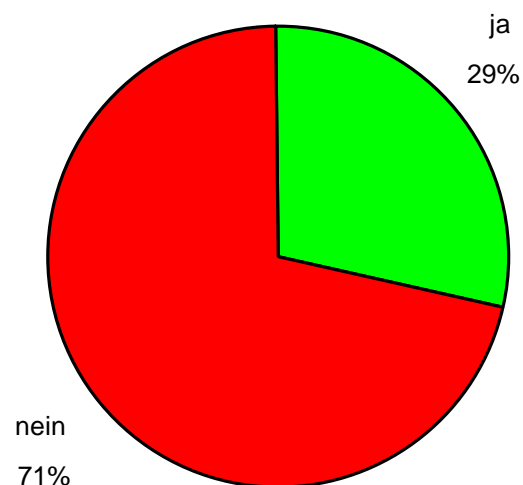
2. Wieviel Rostocker gehen ins Theater?

Als Einstieg in das Telefoninterview wurde zunächst danach gefragt, ob die Befragten "ab und zu ins Volkstheater Rostock" gehen. Eine bewußt unspezifische Frage, um herauszubekommen, wer überhaupt – egal ob selten oder häufig - das Angebot des Theaters nutzt und wer nicht. Die Frage diente zudem als Filter: Jene, die ab und zu ins Theater gehen, wurden im Anschluß an die Einstiegsfrage um ihre Einschätzung des Programms etc. gebeten, während den Nichtbesuchern verständlicherweise solche Fragen nicht gestellt wurden. Sie sollten vielmehr ihre Gründe für den Nichtbesuch nennen. Mit der ersten Frage wurden die Befragten in die Gruppe der (Theater-) "Besucher" und der "Nichtbesucher" unterteilt.

Wieviel Rostocker gehören nun zu den "Besuchern"? Im Ergebnis der Befragung sind es 28,6% der über 18jährigen, die "ab und zu" ins Volkstheater gehen, während

71,4% nicht ins Theater gehen. Hochgerechnet sind es etwa 48.000 Rostocker, die das Volkstheater als kulturelle Einrichtung nutzen. Konkrete Vergleichswerte aus anderen Städten liegen nicht vor, allerdings ist aufgrund von Expertenmeinungen (Kulturwissenschaftler aus Berlin und Bremen) zu vermuten, daß es sich um eine relativ durchschnittliche Größenordnung handelt.

Abb. 1: Gehen Sie ab und zu ins Volkstheater Rostock?



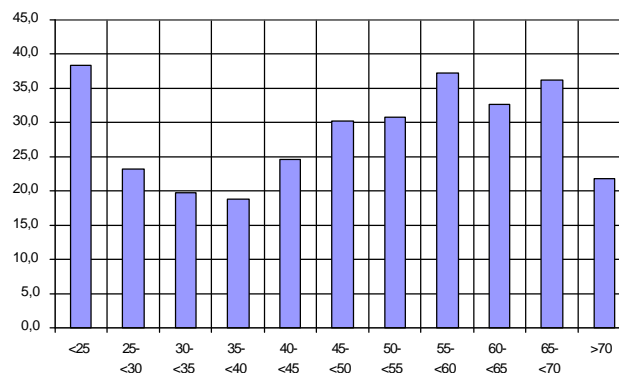
Bevölkerung 18 Jahre und älter, Werte gerundet

2.1 Wer geht ins Theater?

Die Zahl der Rostocker, die sich für das Theater interessieren, ist nach Alter, Geschlecht und anderen Merkmalen unterschiedlich.

Nach Alter unterschieden sind die Anteile der Besucher in den Altersgruppen der unter 25jährigen und der etwa 55- bis unter 70jährigen am höchsten (ca. 37%), während insbesondere unter den 30- bis 40jährigen nur knapp 20% die Theateraufführungen besuchen.

Abb.2: Anteil der Theaterbesucher nach Alter (Antwort "ja" in Prozent)



Diese Altersverteilung entspricht tendenziell den Ergebnissen der Besucherbefragung des Volkstheaters vom Mai 1998, in denen ebenfalls deutlich wurde, daß die mittleren Altersgruppen seltener ins Theater gehen als junge und ältere Personen.

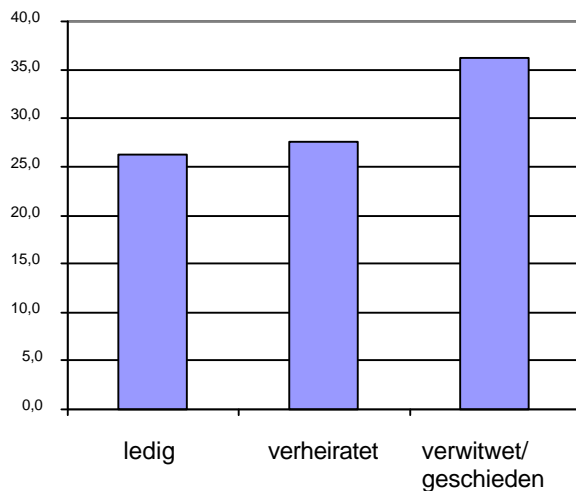
Abb. 3: Anteil der Theaterbesucher nach Geschlecht (Antwort "ja" in Prozent)



Für alle Altersgruppen gleichermaßen gilt, daß Frauen häufiger ins Theater gehen als Männer. Fast zwei Drittel (62%) der Theaterbesucher sind Frauen. Ein Ergebnis, das auch durch Befragungen andernorts bestätigt wird. So ergab eine Publikumsbefragung des Bremer Theaters vergleichbare Werte.

Nach Familienstand unterschieden gehen verwitwete und geschiedene Personen häufiger ins Theater als verheiratete und ledige Personen. Angesichts der Tatsache, daß 26% der Theaterbesucher 60 Jahre und älter sind und sich in dieser Altersgruppe sehr viele Verwitwete befinden, ein naheliegender Befund.

Abb. 4: Anteil der Theaterbesucher nach Familienstand (Antwort "ja" in Prozent)

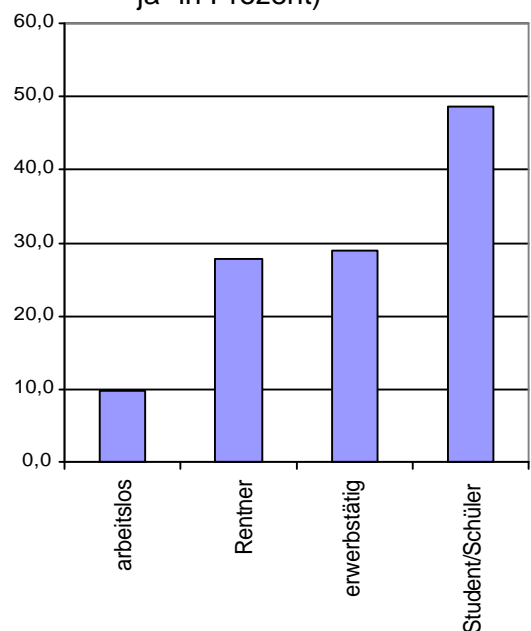


Die Erwerbstätigen wurden etwas genauer zu ihrer beruflichen Position befragt. Unterschieden wurde hier zwischen "selbständig", "gehobene Position" (Management, leitende Position etc.), "mittlere Position" (Abteilungsleiter o.ä.), "einfacher Angestellter/Beamter", und "Facharbeiter" (die weiteren Positionen "Meister" und "ungerlernt" sind kaum besetzt und deshalb nicht auswertbar. Sie wurden unter die Kategorie "Facharbeiter" subsumiert). Nach dieser Differenzierung in Form einer Selbsteinschätzung, welche die nicht gestellte Frage nach dem Bildungsabschluss ersetzen sollte, ergibt ein für Theatergänger relativ typisches Bild. Die Theaterbesucher in Rostock verfügen offensichtlich über eine relativ hohe Bildung, denn sie haben überwiegend gehobene oder mittlere berufliche Positionen inne oder sind selbständig. Einfache Angestellte/Beamte und insbesondere Facharbeiter gehen kaum ins Theater.

Auch die Publikumsbefragung von 1998 kam zu einem vergleichbaren Ergebnis, indem fast drei Viertel der damals befragten Besucher über die Hochschul- bzw. Fachhochschulreife als höchsten Abschluß einer allgemeinbildenden Schule besaßen¹. Etwa die Hälfte der damals

Nach Erwerbsstatus betrachtet gehören Studenten und Schüler zu den häufigsten Theaterbesuchern. Fast die Hälfte von ihnen (48,8%) gab an, ab und zu ins Volkstheater zu gehen. Dagegen gehen Arbeitslose kaum ins Theater (9,8%), was, wie die weitere Analyse zeigen wird, vielfach mit den damit verbundenen Kosten zusammenhängt. Erwerbstätige und Rentner stellen einen durchschnittlichen Anteil an Theatergängern.

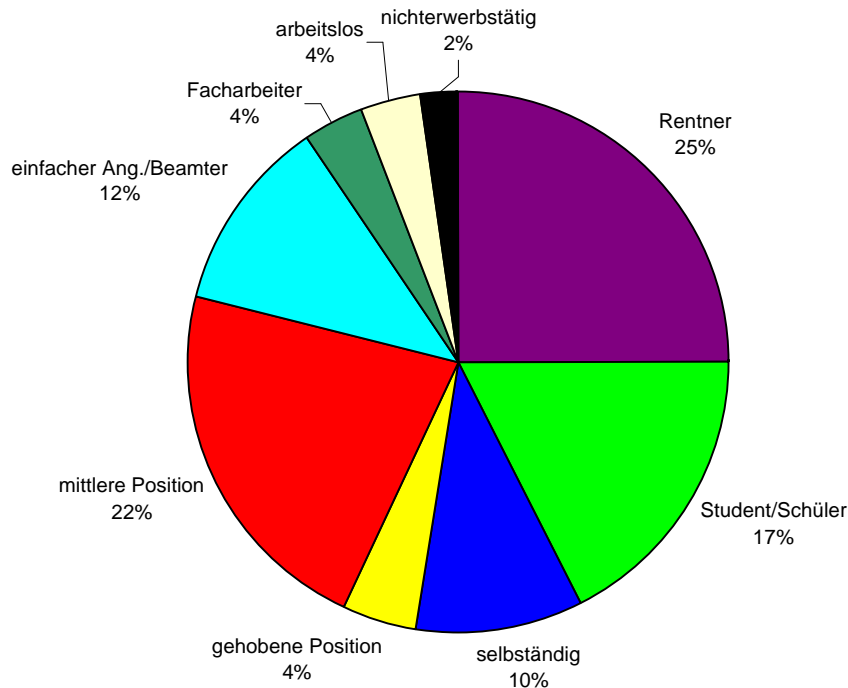
Abb. 5: Anteil der Theaterbesucher nach Erwerbsstatus (Antwort "ja" in Prozent)



¹ Gezählt sind hier auch die 50%, die einen Hochschul- bzw. Fachhochschulabschluß haben, denn dessen Voraussetzung ist das entsprechende Reifezeugnis.

Befragten hatte einen Hochschul- oder Fachhochschulabschluß, was vermuten läßt, daß sie überwiegend in mittleren oder gehobenen beruflichen Positionen tätig sind.

Abb. 6: Zusammensetzung des Theaterpublikums (in Prozent)

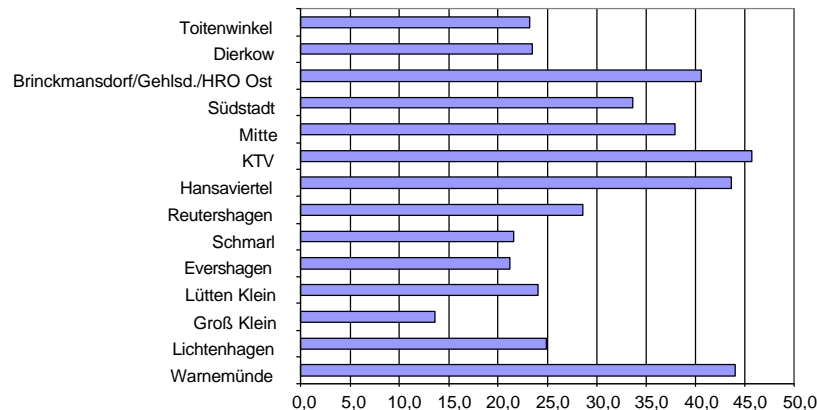


Das Volkstheater in seiner gegenwärtigen Form spricht damit in erster Linie die sog. "hochkulturell Interessierten" Gruppen bzw. entsprechend gebildeten Personen an. Sie gehen ins Theater, weil dort "ihre Sprache" gesprochen wird, es ihren "Geschmack" trifft und sie subjektiv einen inhaltlichen Bezug zum Dargebotenen erkennen und genießen können, oder weil es in gehobenen sozialen Schichten milieuspezifisch ganz einfach zum "guten Ton" gehört, sich gelegentlich an solchen Orten "sehen zu lassen" (Sehen und Gesehen werden).

Bei Personen, die aufgrund ihrer Bildung und Sozialisation nur wenig Berührung mit dem Theater haben oder hatten bzw. die in sozialen Milieus verankert sind, in denen das Theater weder als spezifische Ausdrucksform noch als Ort der Begegnung eine Rolle spielt, stößt diese kulturelle Ausdrucksform hingegen auf überwiegendes Desinteresse (s.u.). Das Theater hat damit ein traditionelles Nutzerklientel (Bürgertum und Bildungsbürgertum), das in Rostock immerhin mehr als ein Viertel der erwachsenen Bevölkerung ausmacht. Genau wie alle anderen Kulturförmern und Veranstaltungsangebote wird auch das Theater nie alle Bürger der Stadt gleichermaßen ansprechen können. Es gehen schließlich auch nicht alle Einwohner der Stadt regelmäßig ins Kino, zu Rockkonzerten oder zu Fußballspielen, sondern immer nur bestimmte Teile der Bevölkerung.

Nicht in jedem Rostocker Stadtteil ist der Anteil der Theaterbesucher unter den Befragten gleich hoch. Während in der Kröpeliner-Tor-Vorstadt, im Hansaviertel, der Stadtmitte sowie in Warnemünde und in den vielfach durch Eigenheime geprägten Ortsteilen Brinckmansdorf, Gehlsdorf, Rostock Ost der Anteil der Besucher deutlich überdurchschnittlich ist, liegt er in den Plattenbausiedlungen des Nordwestens deutlich und im Nordosten teilweise unter dem Durchschnitt.

Abb. 7: Anteil der Theaterbesucher nach Stadtteilen (Antwort "ja" in Prozent)



Dieser Befund verweist zum einen darauf, daß wahrscheinlich die Entfernung zum Spielort eine Rolle spielt. Je weiter die Befragten von den Spielorten KTV/Hafen und Warnemünde entfernt wohnen, um so geringer ist der Anteil der Theaterbesucher. Zum anderen spiegelt sich in diesem Befund aber auch die sozialräumliche Segregation Rostocks wider. In den Stadtteilen mit einem durchschnittlich höheren Besucheranteil wohnen relativ mehr Personen mit höherer Bildung und höherem Einkommen (obere Mittelschicht, Oberschicht), weshalb aus diesen Stadtteilen sich mehr Personen fürs Theater interessieren als z.B. aus Groß Klein oder Schmarl, wo der Anteil der Arbeiter und einfachen Angestellten überwiegt. Aus der Südstadt und Lütten Klein kommen relativ mehr Besucher ins Theater als aus anderen Plattenbausiedlungen, weil hier der Anteil der über 60jährigen besonders hoch ist. In der KTV schließlich wohnen sehr viele Studenten, die einen wesentlichen Teil der Theaterbesucher ausmachen.

3. Wird das Besucherpotential des Volkstheaters ausreichend ausgeschöpft?

Im vorhergehenden Kapitel wurde dargestellt, wieviel Rostocker der über 18jährigen Rostocker (unter Ausschluß der Kinder und Jugendlichen) prinzipiell ins Theater gehen und um welche sozialen Gruppen es sich dabei überwiegend handelt. Die Frage ist allerdings, ob das vorhandene Potential an Theatergängern in der Stadt mit den genannten 28,6% bereits ausreichend ausgeschöpft ist. Diese Frage stellt sich in zweierlei Hinsicht.

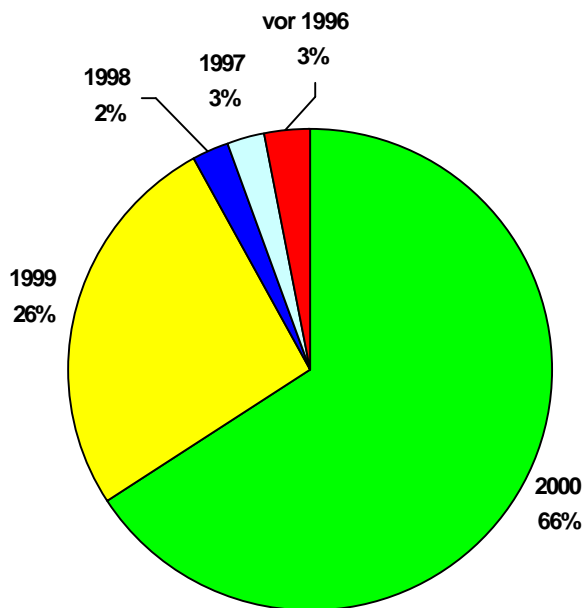
Zum einen in Hinsicht auf die Intensität des Theaterbesuches. Wenn Besucher bei der Einstiegsfrage angeben, sie gehen "ab und zu" ins Theater, dann sagt das ja noch nichts über die Häufigkeit ihres Besuchs aus. Wenn die Mehrzahl nur sehr selten ins Theater geht, so bedeutet das eine nur sehr geringe Ausschöpfung des Potentials in der *Tiefe*. Eine bessere Ausschöpfung könnte schon dann erreicht werden, wenn die Häufigkeit des Theaterbesuchs gesteigert würde. Es würden zwar dadurch nicht mehr Personen ins Theater gehen, diese dafür aber um so häufiger. Um mögliche Ansatzpunkte für eine gezieltere Strategie zur Nutzungsteigerung des Theaters zu finden, muß in diesem Zusammenhang insbesondere danach gefragt werden, ob die gegenwärtigen Besucher mit ihrem Theater zufrieden sind, d.h. wie sie die Qualität des Angebots bewerten, ob das, was das Theater ihnen an Programmsparten bietet, ihren Interessen entspricht und ob sie zusätzliche oder veränderte Angebote bei den Rahmenbedingungen erwarten. Wobei hier insbesondere das Augenmerk auf jene gerichtet werden muß, die eher selten ins Theater gehen, weil dies durchaus als eine Kritik am gegenwärtigen Angebot interpretiert werden kann (Abstimmung mit den Füßen). Aus den Antworten auf diese Fragen ergeben sich Schlußfolgerungen auf mögliche Handlungsstrategien, die Besucher stärker an das Theater zu binden, d.h. die Intensität der Ausschöpfung zu erhöhen.

Möglicherweise ergeben sich aus der Beantwortung der Fragen schon Hinweise darauf, ob man zum anderen das Potential auch in Hinsicht auf die *Breite* der Nachfrage besser ausschöpfen kann, d.h., ob man mehr Personen als bisher fürs Theater interessieren kann. Um allerdings Wege zu finden, die Nachfrage zu erweitern, reicht es nicht aus, nur die Besucher zu befragen, sondern man muß auch die Nichtbesucher danach fragen, aus welchen Gründen sie dem Theater fernbleiben und welchen Umstände es gibt, unter denen ein Theaterbesuch für sie vielleicht denkbar wäre.

3.1. Die Häufigkeit des Theaterbesuches

Die Frage nach dem "Ab-und-Zu" des Theaterbesuches hatte zunächst keine zeitliche Begrenzung. "Ab und zu" kann deshalb bedeuten, daß man jede Aufführung besucht, aber ebenso, daß die letzte besuchte Aufführung bereits Jahre zurückliegt, vielleicht sogar die als Kind erlebte Märchenaufführung damit gemeint war. Um einerseits zu ermitteln, ob die Befragten zu den aktuellen Theatergängern gehören, oder ob es sich überwiegend um Personen handeln, die früher gingen, aber heute nicht mehr, wurde nach dem Jahr des letzten Besuchs im Volkstheater gefragt.

Abb. 8: Jahr des letzten Theaterbesuchs (in Prozent der Besucher)



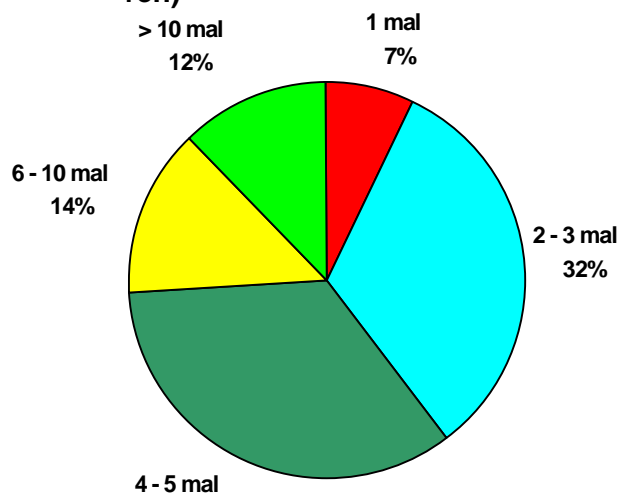
Zwei Drittel haben im Befragungsjahr das Theater besucht, ein weiteres Viertel war 1999 zum letzten mal im Theater. Nur bei 8% lag der letzte Theaterbesuch länger zurück. Die Mehrzahl der Befragten nutzt also das Theater gegenwärtig und bezieht seine Erfahrungen und Erwartungen nicht nur auf die Vergangenheit.

Differenziert betrachtet zeigt sich nach Altersgruppen und beim beruflichen Status ein ähnliches Bild, wie bei der Frage nach dem Theaterbesuch allgemein. Die Jüngeren (<25 Jahren) und die Älteren (> 60 Jahren) waren

zu drei Vierteln im Jahre 2000 im Theater, während insbesondere die 25- bis 45jährigen nur zur Hälfte die erste Spielzeit 2000, dafür aber zu einem Drittel 1999 das Theater zum letzten mal besucht haben. Ähnlich verhält es sich bei den nach beruflichen Status unterschiedenen Erwerbstätigen. Während Personen in mittleren und gehobenen Positionen bzw. Selbständige überwiegend (zwei Drittel) auch in diesem Jahr im Volkstheater waren, lag der letzte Theaterbesuch mit sinkender sozialer Position eher im Jahre 1999. Dies läßt den Schluß zu, daß soziale Gruppen, die nicht zum engeren Kreis der "hochkulturell Interessierten" mit

entsprechender Bildung gehören, seltener ins Theater gehen.

Abb. 9: Häufigkeit des Theaterbesuchs pro Jahr (in Prozent der Besucher, die in den letzten drei Jahren im Theater waren)



Zur Häufigkeit des Theaterbesuchs befragt, gab die Mehrzahl (zwei Drittel) an, zwischen zwei und fünf mal pro Jahr eine Aufführung zu besuchen, nur ein Viertel geht häufiger ins Theater und 7% seltener. Schätzungsweise gehen die Besucher pro Jahr im Durchschnitt 4,5 mal in Theater.

Vergleichbare Daten aus anderen Städten mit der gleichen Fragestellung liegen nicht vor. In den jährlichen Befragungen zum Freizeitverhalten der Deutschen (vgl. z.B. BAT-Freizeit-Monitor 1998) wird über die Jahre relativ gleichbleibend ein Anteil von vier bis fünf Prozent aus der Bevölkerung ermittelt, der regelmäßig ins Theater geht. Allerdings lautet dort die Frage, "waren Sie am letzten Wochenende oder letzte Woche im Theater?" Für die Rostocker Umfrage könnte die Gruppe jener, die mehr als zehnmal ins Theater gehen, als in etwa vergleichbares "Stammpublikum" bezeichnet werden. Diese Gruppe macht in Rostock aber nur 3,3% der Bevölkerung aus. Auch wenn keine direkte Vergleichbarkeit der Zahlen gegeben ist, so liegt doch der Schluß nahe, daß man das Besucherpotential in der Tiefe noch besser ausschöpfen, d.h. durch geeignete Maßnahmen die Besuchsfrequenz erhöhen muß.

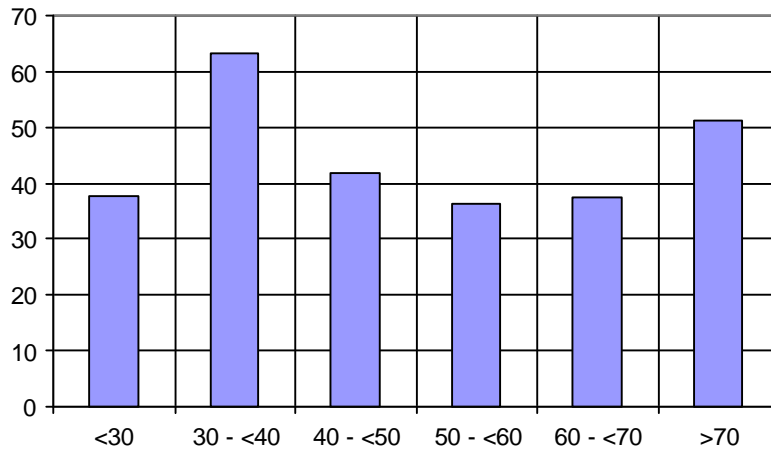
Nach Altersgruppen unterschieden gehen die über 65jährigen am häufigsten ins Theater, ein Drittel geht häufiger als 6 mal ins Theater. Im Durchschnitt geht diese Altersgruppe 5,1 mal pro Jahr ins Volkstheater. Die geringste Häufigkeit findet sich bei den 25- bis 50jährigen, sie gehen nur 4,3 mal pro Jahr ins Theater. Die anderen Altersgruppen liegen im Durchschnitt. Während Frauen 4,8 mal pro Jahr eine Aufführung besuchen, sind Männer mit 4,2 mal etwas seltenere Gäste. Nach Erwerbsstatus gehen Rentner und Studenten mit 5,1 mal häufiger als Erwerbstätige und Arbeitslose (4,2 mal) ins Theater. Unter den Erwerbstätigen wiederum gehen Arbeiter mit 2,2 mal deutlich seltener ins Theater als Personen in mit einer etwas höheren beruflichen Position (4,4 mal). Besucher, die in relativer Nähe der Spielstätten wohnen gehen häufiger (5,1 mal) zu den Vorstellungen als Einwohner des Nordostens (3,4 mal) oder Nordwestens (4,1 mal) der Stadt.

3.2 Seltene und häufige Theaterbesucher

Anhand der Häufigkeit des Theaterbesuchs lassen sich zwei Gruppen von Theatergängern identifizieren: die "häufigen" und die "seltener" Theaterbesucher. Als "häufige" Theaterbesucher wurden jene definiert, die 1999 oder 2000 Vorstellungen des Volkstheaters besucht haben und die mehr als drei mal jährlich ins Theater gehen. "Seltene" Besucher sind entsprechend jene, die vor 1999 zum letzten mal im Theater waren bzw. jene, die weniger als viermal pro Jahr eine Aufführung besuchen. Die Gruppe der seltenen Theaterbesucher (s.u.) geht dabei nur etwa 2 mal pro Jahr ins Theater, die häufigen hingegen etwa 6 mal.

Seltene Besucher finden sich besonders in der Altersgruppe der 30- bis 40jährigen sowie – wahrscheinlich aus Altersgründen - bei den über 70jährigen, die ohnehin kaum noch ins Theater gehen. Entsprechend der Altersverteilung ist vor allem bei den Erwerbstätigen der

Abb. 10: Anteil der seltenen Besucher an allen Besuchern nach Altersgruppen (in Prozent)



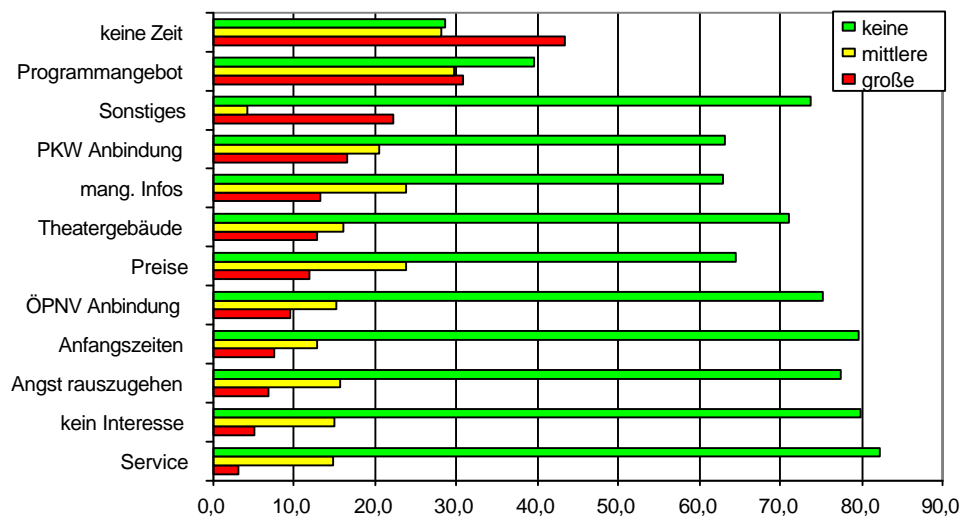
Anteil der seltenen Besucher am höchsten (48%), während er bei den Schülern (22%) am geringsten ist. Berufliche Belastungen scheinen viele an häufigen Besuchen zu hindern. Unter den Erwerbstätigen gehen fast alle Meister/Arbeiter/ Ungelernte nur selten ins Theater. Aber auch bei den Selbständigen und Berufstätigen in gehobenen Positionen gehen jeweils mehr als die Hälfte nur sporadisch ins Theater. Die regelmäßigsten Theaterbesucher unter den Erwerbstätigen sind Personen aus mittleren und einfachen Angestelltenpositionen.

Männer gehen nicht nur weniger, sondern auch weniger häufig (49% selten) als Frauen (39% selten) ins Theater. Hinsichtlich des Familienstandes gehen Verheiratete am seltensten ins Theater (47% selten), während Ledige eher zu den häufigen Besuchern zählen (34% selten). Mit wachsender Haushaltsgröße nimmt der Anteil der seltenen Besucher zu, d.h. auch Familienpflichten verhindern einen häufigeren Besuch der Vorstellungen. Auch die Entfernung scheint eine Rolle zu spielen. Je weiter entfernt von den Spielorten der Wohnsitz liegt, um so höher ist der Anteil der seltenen Besucher.

Männer gehen nicht nur weniger, sondern auch weniger häufig (49% selten) als Frauen (39% selten) ins Theater. Hinsichtlich des Familienstandes gehen Verheiratete am seltensten ins Theater (47% selten), während Ledige eher zu den häufigen Besuchern zählen (34% selten). Mit wachsender Haushaltsgröße nimmt der Anteil der seltenen Besucher zu, d.h. auch Familienpflichten verhindern einen häufigeren Besuch der Vorstellungen. Auch die Entfernung scheint eine Rolle zu spielen. Je weiter entfernt von den Spielorten der Wohnsitz liegt, um so höher ist der Anteil der seltenen Besucher.

3.3. Gründe für seltene Theaterbesuche

Die seltenen Theatergänger wurden explizit nach den Gründen für ihr überwiegendes Fernbleiben befragt. Anhand vorgegebener Kategorien sollten sie angeben, ob beispielsweise das Programmangebot, mangelnde Information o.ä. eine "große", "teilweise" oder "gar keine" Rolle als Grund fürs Fernbleiben spielt. Dabei waren Mehrfachantworten möglich.

Abb. 11: Gründe für einen nur seltenen Theaterbesuch (in Prozent)

Für die Mehrzahl spielten jeweils verschiedene Gründe eine "große" Rolle, die wenigsten gaben nur einen Grund an (überwiegend der Faktor "Keine Zeit" war für 20% der alleinige Grund). Die genannten Gründe finden sich in den verschiedensten Kombinationen, ein eindeutiges Muster ist dabei nicht feststellbar.

Der am häufigsten genannte Grund, selten ins Theater zu gehen, ist, "keine Zeit" zu haben, d.h. durch Arbeit und/oder Familienpflichten zu stark gebunden zu sein, um außerhäusliche Veranstaltungen besuchen zu können. Dieser Grund wird verständlicherweise überdurchschnittlich häufig von Erwerbstätigen aller Statusgruppen genannt. Entsprechend ist es ein Argument hauptsächlich der im Berufsleben stehenden 25- bis 55jährigen. Daß auch familiäre Belastungen eine Rolle spielen, ergibt sich aus einem Vergleich der Haushaltsgrößen. Mit wachsender Zahl der Haushaltsmitglieder (Kinder) steigt der Anteil der Befragten, die keine Zeit haben.

Fehlende Zeit ist ein Grund, der durch die Lebensumstände der Befragten bedingt ist und auf den das Theater als Anbieter kaum einen Einfluß hat. Zumindest denkbar wäre es allerdings, daß man diesen Faktor dadurch beeinflusst, beim Angebot spezifische Lebensumstände zu berücksichtigen. Beispielsweise in der Form, eine Kinderbetreuung während der Veranstaltung anzubieten bzw. Babysitter zu vermitteln, wie das von einigen der Befragten vorgeschlagen wurde.

Weitere Gründe, die durch die Lebensumständen bedingt sind bzw. in der Person liegen, wurden unter der Kategorie "Sonstiges" genannt, die bei der Bewertung, eine "große Rolle" zu spielen, immerhin an dritter Stelle liegt. Unter "Sonstiges" finden sich drei etwa gleichge-

wichtige Hauptargumente, nämlich erstens “zu alt” und “zu krank” zu sein, zweitens “zu bequem” bzw. “zu träge” zu sein und drittens “allein” zu sein, d.h. niemanden zu haben, mit dem man zusammen eine Aufführung besuchen kann (jeweils ca. 7% der seltenen Besucher, wobei ersteres und letzteres überwiegend von Älteren genannt wurde). Beim letztgenannten Punkt, “allein” zu sein, gibt es möglicherweise Ansatzpunkte für gezielte Handlungsstrategien. Darauf wird im weiteren Verlauf der Analyse noch näher eingegangen.

Ebenfalls ein Grund, der mit den Mitteln des Theaters kaum beeinflusst werden kann, ist “kein Interesse am Theater” zu haben, was aber nur 5% der seltenen Besucher angaben.

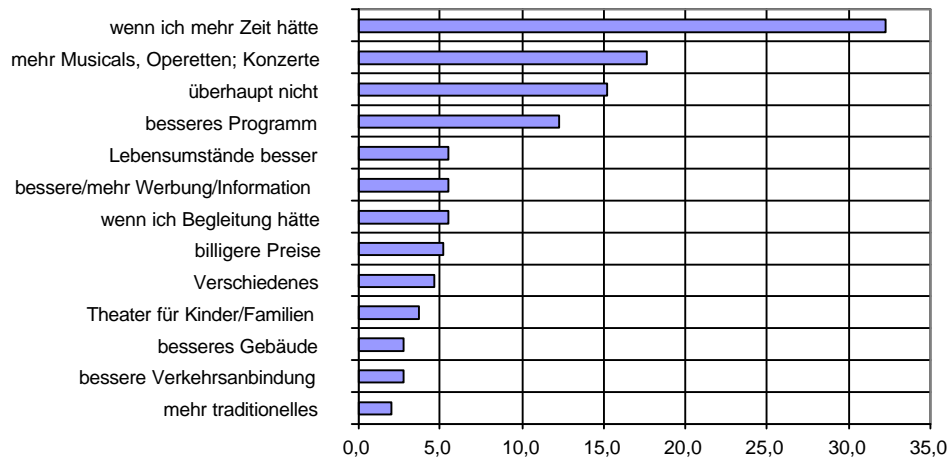
In der Häufigkeit der Nennungen an zweiter Stelle steht als Grund dann allerdings das Programmangebot des Theaters. Dieses spielt für 31% eine “große” und für weitere 30% immerhin eine “teilweise” Rolle für das häufige Fernbleiben. Dieser Grund spielt eher für Männer (34,5%) als für Frauen (28,3%) eine “große” Rolle und es sind eher die mittleren Altersgruppen, die deswegen nicht ins Theater gehen. Entsprechend spielt das Programmangebot für Erwerbstätige eine überdurchschnittlich “abschreckende” Rolle, während Rentner zu 69% darin keinen Grund sehen, nicht ins Theater zu gehen. Bei den Studenten spielt das Programmangebot als Hinderungsgrund keine “große”, aber dafür eher eine “mittlere” Rolle (42%).

Mit deutlichem Abstand folgen dann als Gründe die “mangelnde Erreichbarkeit des Theaters mit dem PKW bzw. die fehlenden Parkmöglichkeiten”, “fehlende Informationen über den Spielplan”, “das äußere Erscheinungsbild des Theatergebäudes” sowie die “Eintrittspreise”. Letzteres wird hauptsächlich von Arbeitslosen (26%) sowie Studenten und Schülern (18%) als wichtiger Hinderungsgrund benannt. Fehlende Parkmöglichkeiten führen hingegen eher Erwerbstätige an. Mangelnde Information wird von allen Gruppen mit Ausnahme der Rentner in gleicher Weise als wichtiger Faktor benannt. Das Erscheinungsbild des Theatergebäudes ist für alle in gleichem Ausmaß ein negativer Faktor.

Bei den weiteren abgefragten Gründen spielt noch die von jedem Zehnten als mangelhaft empfundene ÖPNV-Anbindung eine gewisse Rolle. Dieser Faktor wird überwiegend von den Nichterwerbstätigen genannt (Studenten, Schüler, Rentner). Die mangelnde ÖPNV-Anbindung gilt besonders für das Theater am Stadthafen. Die Anfangszeiten, der gebotene Service sowie grundsätzliches Desinteresse oder die Angst, abends allein die Wohnung zu verlassen, spielen nur eine untergeordnete Rolle.

Die Befragten wurden im Anschluß an die Beurteilung der vorgegebenen Gründe gebeten, Umstände zu nennen, unter denen sie bereit wären, häufiger ins Theater zu gehen. Zunächst gaben 15% an, sie könnten sich “überhaupt keine” derartigen Umstände vorstellen. Angesichts des am häufigsten genannten Hinderungsgrundes “keine Zeit zu haben” antwortete naheliegenderweise ein Drittel der Befragten, sie würden häufiger ins Theater gehen, wenn sie “mehr Zeit” hätten.

Abb. 12: Genannte Umstände für einen häufigeren Theaterbesuch (in Prozent)



Auf dieser Ebene liegen ebenfalls die Antworten jener etwa 5%, die eine Änderung ihrer Lebensumstände als möglichen Umstand nannten (“*wenn ich gesünder wäre*”) bzw. die darauf verwiesen, sie müßten einfach ihre “*Trägheit/Bequemlichkeit überwinden*”.

Die anderen genannten Umstände waren konkreter auf das Programm und die Rahmenbedingungen des Theaters bezogen. An zweiter Stelle der genannten Umstände steht der Wunsch nach mehr musikalischen und populären Aufführungen (mehr Musicals bzw. Operetten (mitunter mit dem Verweis “*hohe Qualität*”), mehr Konzerte, vereinzelt auch “*mehr leichte Stücke*” oder “*kürzere Stücke*”) (18%).

Etwa 12% wünschten sich ein insgesamt abwechslungsreicheres und “*besseres*” Programm. Genannt wurde hier, neben “*abwechslungsreich, vielfältiger*”, im Einzelnen: außergewöhnliche Veranstaltungen, andere Konzertorte, ein besonders Angebot, Spektakuläres, mehr Animation, mehr Prominente. Außerdem wünschten sich einige mehr moderne Stücke und andere dafür eher mehr klassische Stücke.

Mit Abstand folgten dann spezielle Wünsche, deren Erfüllung einen Theaterbesuch nahelegen könnte. So wurde eine bessere bzw. mehr Werbung/Information gewünscht (“*spektakuläre*” Werbung, Theater durch Werbung “*schmackhafter*” machen).

Insbesondere ältere Frauen würden häufiger gehen, wenn sie eine Begleitperson fürs Theater hätten bzw. wenn der Besuch für sie in Gruppen organisiert würde.

Einige (Studenten, Arbeitslose, alleinstehende Rentner) würden bei niedrigeren Eintrittspreisen das Theater häufiger besuchen.

Insbesondere Mütter und Väter wünschen sich ein größeres Angebot an Aufführungen für Kinder bzw. für Familien (u.a. verbunden mit dem Wunsch nach kürzeren Stücken).

Einige wenige Befragte wünschen sich eine verbesserte Verkehrsanbindung oder ein neues Theatergebäude.

Unter der Nennung "Verschiedenes" schließlich wurden vereinzelt Umstände genannt, wie: *"wenn jemand auf die Kinder aufpaßt"*, *"allgemein mehr Gemütlichkeit"*, *"Theaterabend abrunden"*, oder auf die Qualität der Aufführung bezogen: *"Besseres Bühnenbild, konservativer"*, *"bessere schauspielerische Leistungen"*. *"bessere Dramaturgie"*, *"schönere Stücke"*.

Angesichts dieser Befunde wird deutlich, daß – neben den persönlichen Problemen, die manche an einem häufigeren Theaterbesuch hindern – vor allem das Programmangebot nicht immer auf die vom Theater erhoffte Akzeptanz stößt. Die seltenen Theaterbesucher wünschen sich offensichtlich eine etwas stärkere Öffnung des Theaters hin zu populären Darstellungsformen bzw. hin zu einer stärkeren Mischung verschiedener Formen. Wenn das Besucherpotential in der Tiefe besser ausgeschöpft werden soll, müßte das Angebot wahrscheinlich in dieser Richtung entwickelt werden. Der große Erfolg des Musicals "Evita" und die Stücke mit der populären "Olsen-Bande" sprechen dafür, daß eine solche Öffnung in der Tat mehr Zuschauer anzieht. Andererseits ist das Theater aber auch eine kulturelle Institution, der man allein mit einer marktorientierten Betrachtung nicht gerecht wird. Die Theaterarbeit wird daher weiterhin darin bestehen müssen, den schwierigen Balanceakt zwischen kulturellem Anspruch und vordergründigem Publikumsgeschmack zu meistern, was wahrscheinlich durch ein breitgefächertes Angebot zu leisten ist.

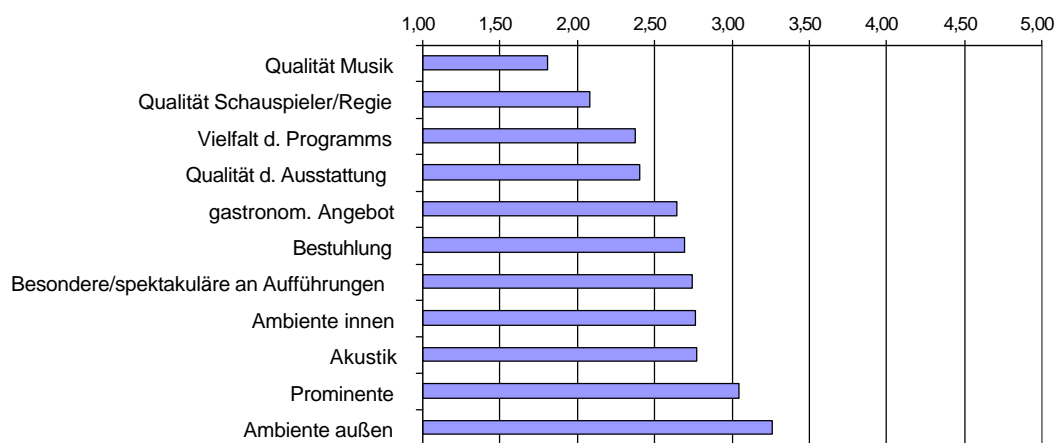
Die Befunde bieten aber nicht nur Anknüpfungspunkte an den Publikumsgeschmack, sondern auch daran, durch eine Verbesserung der Rahmenbedingungen manchen Problemlagen der Besucher besser zu entsprechen. Beispielsweise in Form der bereits genannten Kinderbetreuung oder in Form von Aktivitäten hinsichtlich der Organisation von Besuchen ("Begleiterbörse", Organisation von Besuchergruppen). Auch in der besseren Anbindung insbesondere des Theaters am Stadthafen an den ÖPNV liegt eine Handlungsmöglichkeit,

denn vor allem die ganz jungen und die älteren Zuschauer nutzen weniger das Auto als vielmehr Bus und Bahn für den Theaterbesuch.

4. Die Einschätzung des Angebots

Sowohl die häufigen als auch die seltenen Besucher wurden gebeten, einige Merkmale des Volkstheaters zu bewerten. Ähnlich, wie bei Schulnoten, sollten die Vielfalt des Programm, die Qualität der Aufführung usw. von 1 (=sehr gut) bis 5 (=sehr schlecht) bewertet werden.

Abb. 13: Bewertung des Theaterangebotes (Durchschnittsnoten)



Die beste Bewertung erhalten die Qualität der Musik bzw. des Orchesters sowie die Qualität der Aufführung (Schauspieler/Regie). Ein Drittel bewertet die musikalischen Darbietungen mit sehr gut (1) und 53% mit gut (2), lediglich 13% halten sie für nur befriedigend (3).

Schauspieler und Regie werden von 14% der Befragten mit "sehr gut" und von 66% mit "gut" bewertet.

Die Vielfalt des Programms wird von 60% noch als gut bewertet (darunter nur 4% "sehr gut"), während immerhin 40% hier nur noch eine 3 (37%) oder 4 (3%) geben.

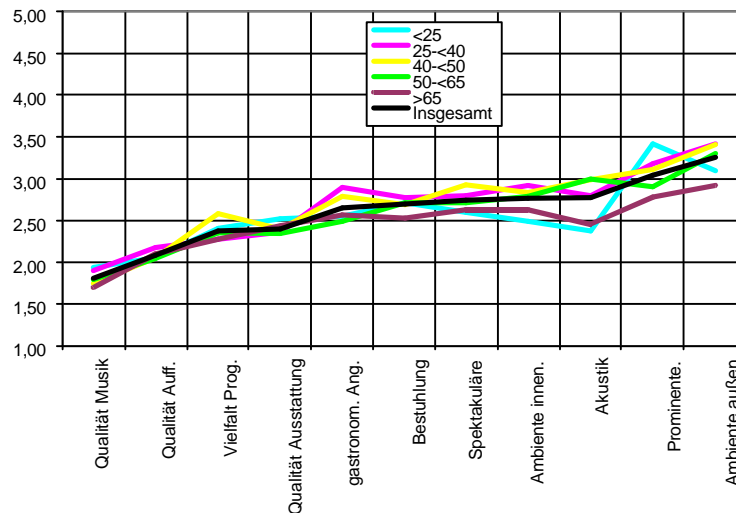
Ähnlich verhält es sich mit der Qualität der Ausstattung, die 57% für überwiegend "gut" halten, während 36% die Note 3 vergeben und 7% die 4.

Das gastronomische Angebot, die Bestuhlung, die Akustik, das Ambiente innen und das Besondere/Spektakuläre an den Aufführungen wird von weniger als der Hälfte der Befragten noch als "gut" oder gar "sehr gut" bewertet. Hier dominieren eher teils/teils (3) Bewertungen, oder diese Merkmale werden sogar als "schlecht" (4 bzw. 5) benotet.

Am schlechtesten bewertet werden der Einsatz von Prominenten sowie das äußere Erscheinungsbild des Theaters. Hier geben mehr als ein Viertel bzw. ein Drittel die Noten 4 und 5.

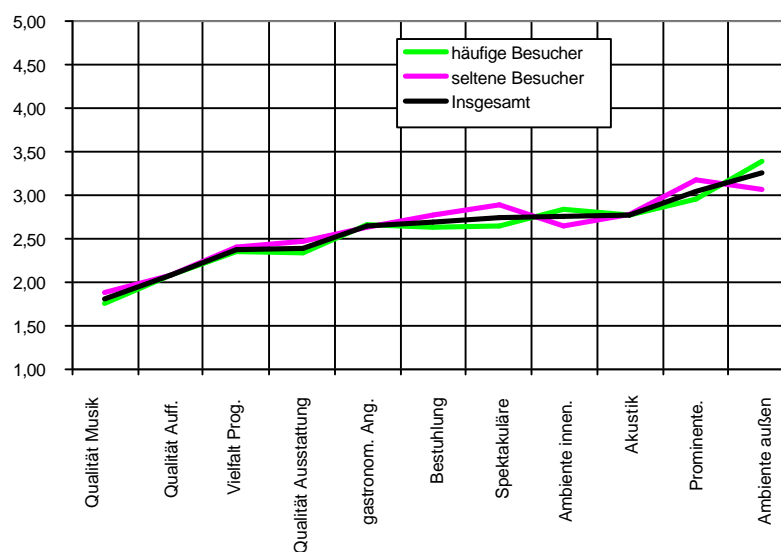
Während also die künstlerischen Leistungen relativ gut bewertet werden, sind die Rahmenbedingungen eher ein Anlaß zur Kritik.

Abb. 14: Bewertung des Theaterangebotes nach Alter (Durchschnittsnoten)



Nach Altersgruppen unterschieden ergibt sich ein Bild, das bei solchen Bewertungen immer wieder auftaucht: Die mittleren Altersgruppen ab 25 Jahren beurteilen die meisten Faktoren eher kritischer, während Ältere die besseren Noten vergeben. Eine Ausnahme ist die Qualität der Ausstattung. Hier geben Jüngere und Ältere die schlechteren Noten, während die mittleren Jahrgänge zufriedener sind. Die unter 25jährigen geben insbesondere bei den Rahmenbedingungen oft bessere Noten, bei der künstlerischen Qualität sind sie hingegen eher etwas kritischer.

Abb. 15: Bewertung des Theaterangebotes nach Besuchshäufigkeit (Durchschnittsnoten)



Ein besonderes Bewertungsmuster nach Altersgruppen ergibt sich beim Einsatz von Prominenten: Je jünger die Befragten sind, um so schlechter bewerten sie den Einsatz von Prominenten. Für die unter 25jährigen ist es offensichtlich besonders wichtig, durch Medien zu Prominenten gemachte Personen auf der Bühne zu sehen – und sei es vielleicht auch nur als Statist. Dieses Bewertungsmuster gilt insbesondere für Schüler, d.h. die ganz jungen Zuschauer.

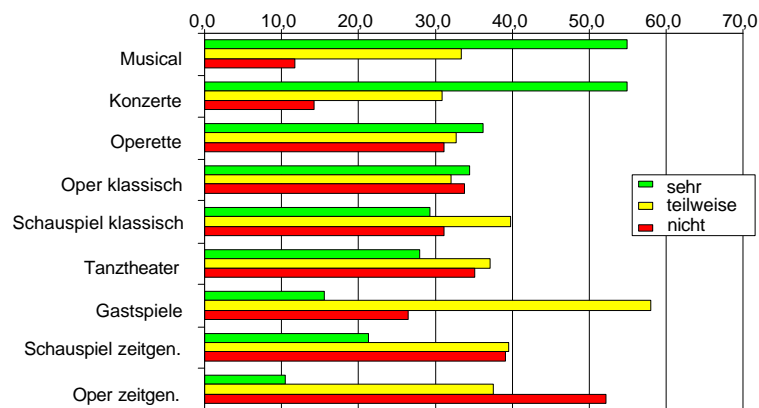
Hinsichtlich der beruflichen Position der Erwerbstätigen werden einzelne Merkmale mitunter in Nuancen anders beurteilt. Die Musik findet bei den mittleren und höheren Positionen eine etwas größere Wertschätzung als bei unteren Positionen. Bei der Qualität der Aufführung ist das Verhältnis umgekehrt. Ähnlich ist es bei der Beurteilung der Programmvielfalt. Hier geben sich die Zuschauer aus unteren Positionen zufriedener als die aus höheren. Ebenso beim Ambiente innen und außen, hier sind die "Bildungsbürger" noch kritischer als einfache Angestellte oder Arbeiter.

Zwischen häufigen und seltenen Besuchern gibt es keine ausgeprägten Unterschiede in der Bewertung. Die seltenen Besucher (=seit 1998 nicht mehr im Theater gewesen bzw. weniger als viermal pro Jahr im Theater) beurteilen den Einsatz von Prominenten, das Spektakuläre und die Qualität der Ausstattung ein klein wenig kritischer als die häufigen Besucher, dafür fällt das Urteil über das Ambiente innen und außen etwas positiver aus.

5. Welches Programm bevorzugen die Theaterbesucher?

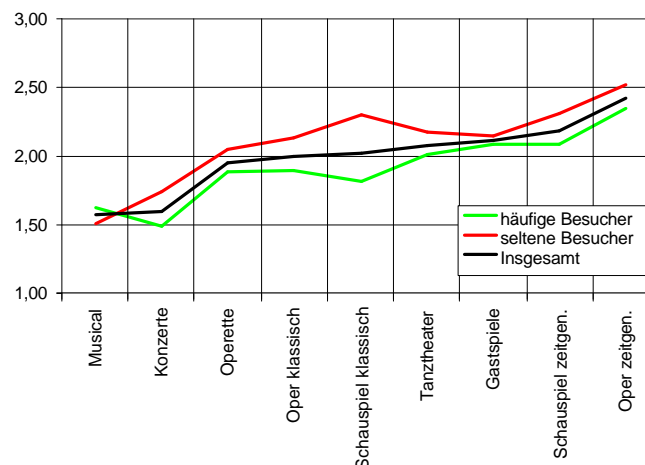
Neben der Bewertung des Angebots sollten die Befragten auch angeben, für welche Programmsparten sie sich besonders interessieren und für welche weniger oder überhaupt nicht. Im Ergebnis liegt die Präferenz ziemlich eindeutig bei musikalischen Darbietungsformen verschiedener Art. Den größten Zuspruch finden Musicals und Konzerte, dafür interessieren sich jeweils 55% "sehr" und ein Drittel bzw. 31% zumindest "teilweise".

Mit deutlichem Abstand folgen dann Operetten und klassisch inszenierte Opern. Das klassische Schauspiel folgt erst auf dem fünften Rang, hier überwiegen die "teilweise" Interessierten. Den geringsten Zuspruch finden zeitgenössisch inszenierte Schauspiele und Opern. Bei Gastspielen dominiert das teilweise Interesse, wahrscheinlich kommt es darauf an, um welche bzw. um welche Art von Gastspielen es sich handelt.

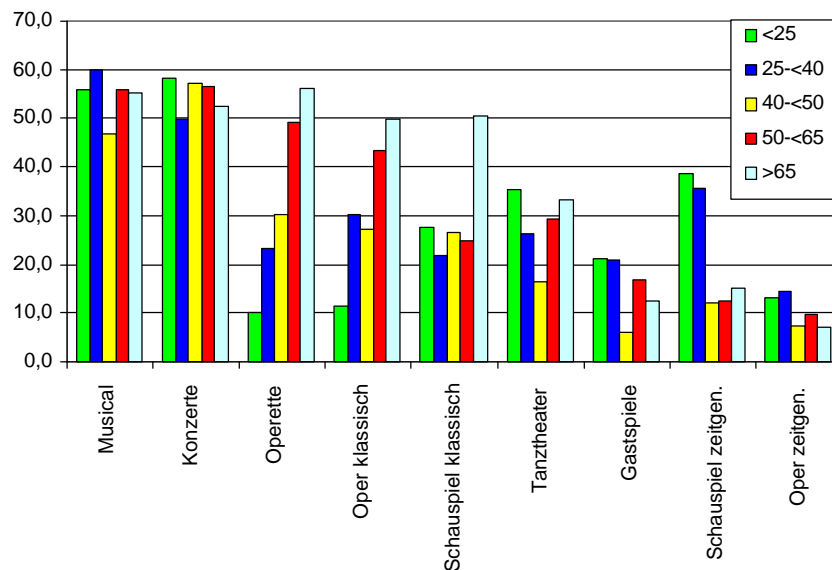
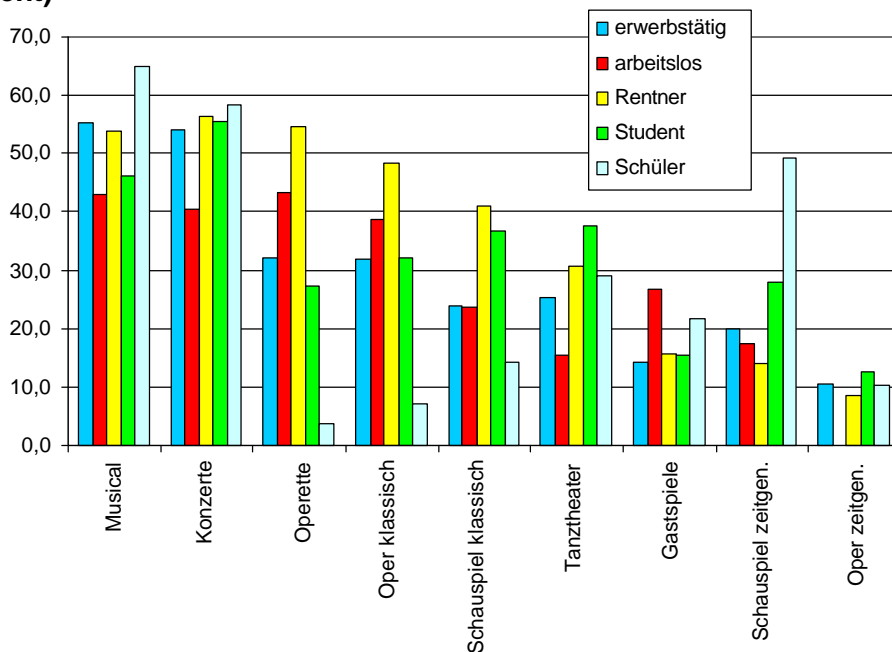
Abb. 16: Interesse der Besucher an einzelnen Programmparten (in Prozent)

Die seltenen Theatergänger zeigen sich an allen Programmparten etwas weniger interessiert als die häufigen Besucher, insbesondere gilt dies für das klassische Schauspiel. Die einzige Ausnahme ist das Musical, hier ist das Interesse der seltenen Zuschauer etwas größer.

Musicals und Konzerte sind bei allen Altersgruppen gleichermaßen beliebt, wobei die 25- bis 40jährigen etwas stärker Musicals präferieren und die 40- bis 50jährigen eher Konzerte.

Abb. 17: Interesse der seltenen und der häufigen Besucher an einzelnen Programmparten (Mittelwerte 1=sehr bis 3=kein Interesse)

Operetten hingegen sind vor allem für Ältere interessant, mit zunehmendem Alter steigt der Anteil der "sehr Interessierten". Auch klassisch inszenierte Opern und Schauspiele werden stärker von den älteren Zuschauern präferiert. Opern hingegen sind insbesondere für unter 25jährige kaum von Interesse. Beim Tanztheater gibt es eine gewisse Polarität, hier zeigen sich vor allem Jüngere und Ältere interessiert, während die mittleren Altersgruppen nur teilweise oder überhaupt nicht dafür zu begeistern sind. Gastspiele, zeitgenössisch inszenierte Opern und vor allem das zeitgenössisch inszenierte Schauspiel spricht eher die unter 40jährigen an, während die Älteren eindeutig den traditionellen Formen den Vorzug geben.

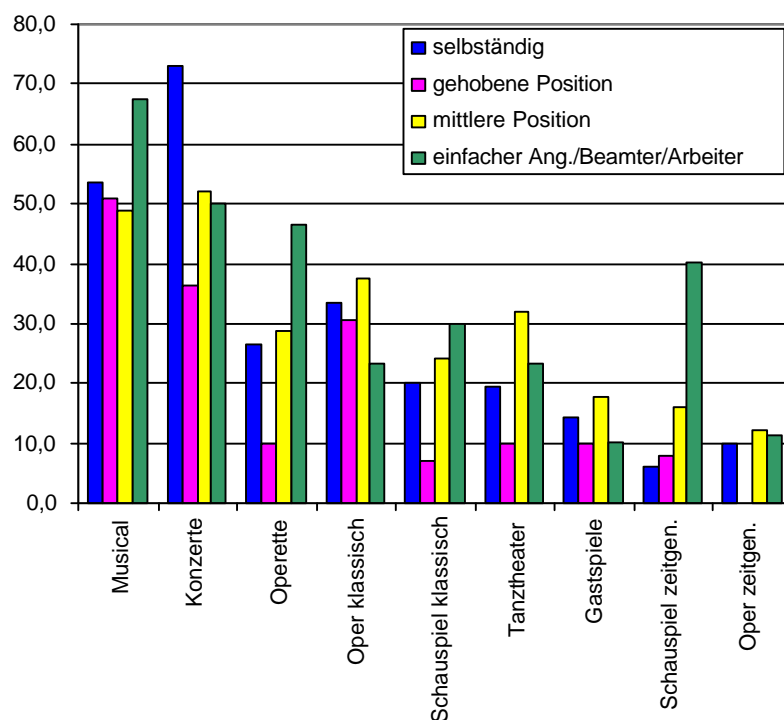
Abb. 18: Programmpartienpräferenz nach Alter ("sehr interessiert" in Prozent)**Abb. 19: Programmpartienpräferenz nach Erwerbsstatus ("sehr interessiert" in Prozent)**

Frauen präferieren alle Programmpartien etwas stärker als Männer (im Durchschnitt 5 bis 7 Prozentpunkte Unterschied), beim Tanztheater sind die Unterschiede allerdings stark ausgeprägt, indem 34,5% der Frauen dies "sehr" interessiert, aber nur 17,4% der Männer.

Auch nach Erwerbsstatus differenziert, ist die Rangfolge der Präferenzen verschieden, allerdings korreliert der Erwerbsstatus stark mit dem Alter. Für Schüler sind Musicals, Konzerte und zeitgenössisches Schauspiel die interessantesten Programmpartien.

Rentner präferieren ebenfalls Musicals und Konzerte, aber ebenso Operetten sowie traditionelle Opern und Schauspiele. Dieses Muster gilt weitgehend auch für Arbeitslose, die aber Musicals und Konzerte etwas weniger präferieren und sich dafür etwas mehr für Gastspiele interessieren. Da Kostengründe bei Arbeitslosen eine größere Rolle spielen, gehen sie offensichtlich vor allem dann ins Theater, wenn etwas außergewöhnliches geboten wird. Unter den Erwerbstätigen präferieren einfache Angestellte/Beamte/Arbeiter² stärker als andere die Musicals sowie Operetten und das zeitgenössische Schauspiel. Bei den Selbständigen und den mittleren beruflichen Positionen liegt das Schwergewicht stärker bei den traditionellen Sparten.

Abb. 20: Programmpartnpräferenz nach beruflichem Status der Erwerbstätigen (“sehr interessiert” in Prozent)



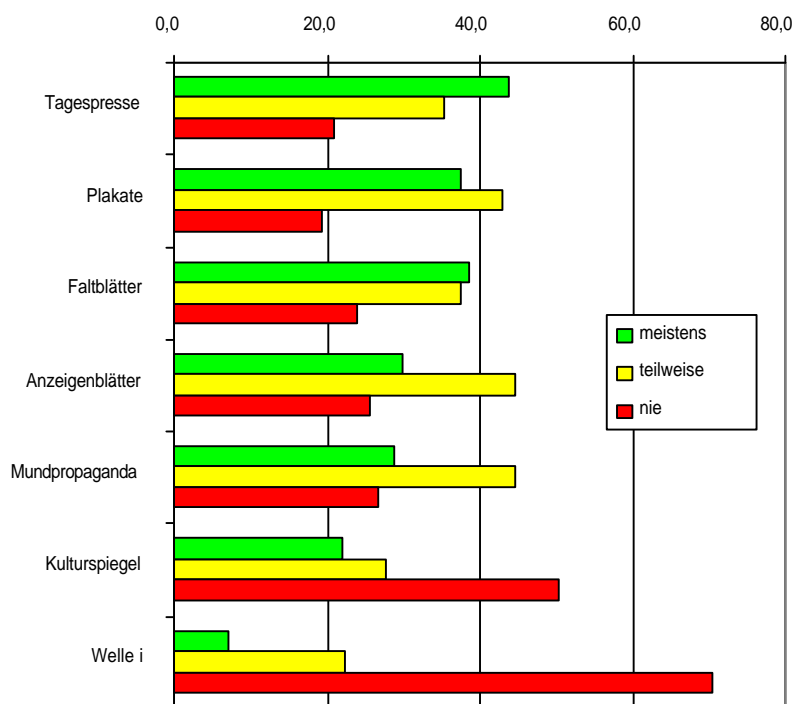
Die Befragten konnten schließlich auch noch angeben, welche “sonstigen” Programmsparten sie präferieren würden. Hier gibt es nur vereinzelte Antworten. Einige zeigten sich sehr interessiert an den Theatersport-Improvisationen und wünschten sich mehr davon. Fast ebenso viele Nennungen gab es für Kabarett bzw. für kleinere/kürzere Stücke. Vereinzelte Antworten waren: “mehr Kinderstücke”, “mehr Lesungen”, “Musiksommer, Sonderkonzerte”, “Mecklenburger Themen” sowie “Schwank/Komödie”.

² Eine genauere Differenzierung in Angestellte/Beamter einerseits und Arbeiter andererseits ist aufgrund zu geringer Fallzahlen nicht möglich.

6. Wie informieren sich die Besucher?

Die wichtigste Informationsquelle für die Besucher über den aktuellen Theaterspielplan ist die Rostocker Tagespresse. Fast die Hälfte (44%) informiert sich meistens und 35% zumindest teilweise aus den Tageszeitungen. Fast ebenso häufig werden aber auch die Informationsmaterialien des Theaters genutzt (Plakate, Faltblätter, Infos des Theaters).

Abb. 21: Informationsmedien (in Prozent)



Für jeweils ein Drittel sind außerdem die wöchentlich erscheinenden Anzeigenblätter sowie Tips von Freunden und Bekannten (Mundpropaganda) eine wichtige Informationsquelle.

Ein Ergebnis, das weitgehend der Befragung des Bremer Theaters entspricht.

Am wenigsten genutzt werden spezielle Kulturzeitschriften (Kulturspiegel) sowie insbesondere die "Welle i", die über Videotext Veranstaltungshinweise verbreitet.

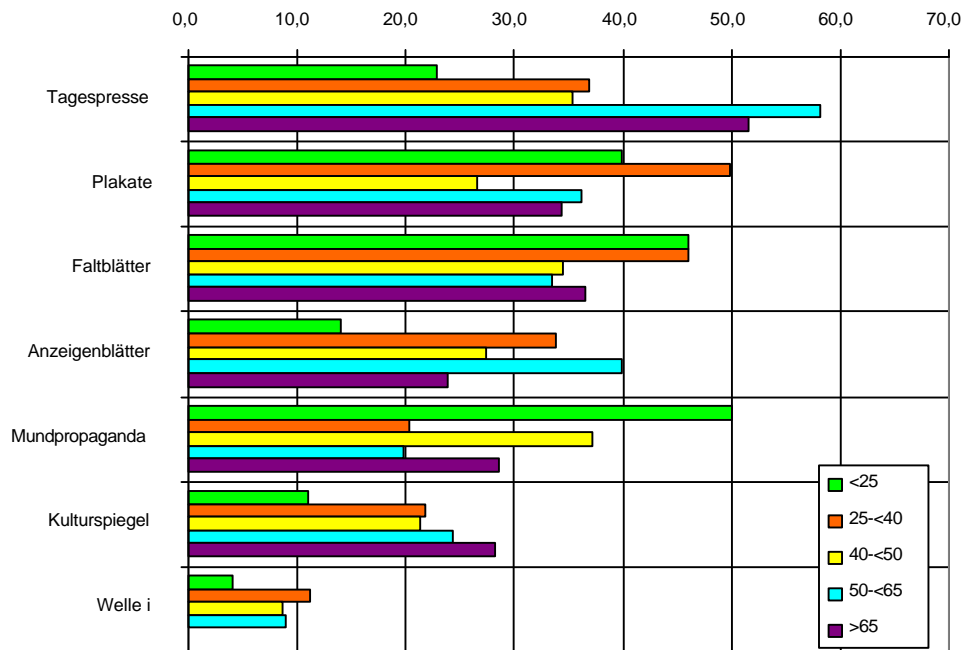
Die Tageszeitungen sowie die Anzeigenblätter sind ein Informationsmedium vor allem für die über 50jährigen. Für junge Leute hingegen sind Mundpropaganda sowie die Infos des Theaters die wichtigsten Informationsquellen.

Während die "Welle i" als Informationsmedium kaum von Bedeutung ist, wird der Kulturspiegel immerhin von über 20% der über 25jährigen "meistens" genutzt. Die unter 25jährigen, die offensichtlich auch kaum eine Tageszeitung lesen, sehen im, wie eine Tageszeitung aufgemacht, Kulturspiegel keine besondere Informationsquelle. Möglicherweise werden sie eher von den bunten Szene-Blättern angesprochen, die kostenlos verteilt werden.

Deutliche Unterschiede in der Informationsbeschaffung zwischen Männern und Frauen zeigen sich nur bei den Faltblättern und der Mundpropaganda. Die Faltblätter sind für 44% der

Frauen eine wichtige Informationsquelle, aber nur für 29% der Männer. Knapp ein Drittel der Frauen (31%) informiert sich über Mundpropaganda, aber nur ein Viertel der Männer.

Abb. 22: Informationsmedien nach Alter ("meistens" in Prozent)



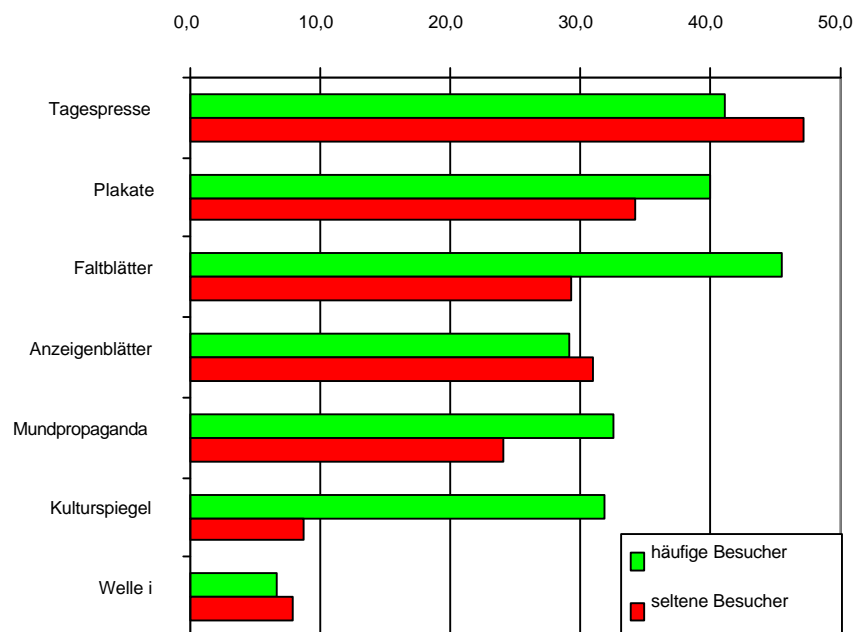
Hinsichtlich des Erwerbsstatus weicht insbesondere das Verhalten der Arbeitslosen bei der Nutzung der Informationsquellen vom Durchschnitt ab. Zwar ist die Zahl der befragten Arbeitslosen auch nur sehr gering, die Ergebnisse dazu sind also nur mit Vorsicht zu genießen, jedoch sind die Abweichungen sehr plausibel. Arbeitslose bevorzugen neben der Tageszeitung vor allem kostenlose Werbeträger (Anzeigenblätter, Plakate). Sie nutzen, weil sie mehr Zeit haben, den Sender "Welle i" häufiger und Mundpropaganda spielt für sie keine Rolle, weil ihnen aufgrund der Arbeitslosigkeit oft der Zugang zu wichtigen sozialen Netzwerken fehlt (Kollegenkreis, Bekanntenkreis).

Alle anderen Gruppen weichen vom Durchschnitt entsprechend der jeweiligen Altersgruppen ab. Schüler und Studenten lesen kaum Zeitung, dafür spielen Mundpropaganda, Plakate und Infos des Theaters die wichtigste Rolle. Rentner hingegen nutzen vorwiegend die Tagespresse sowie überdurchschnittlich den Kulturspiegel.

Während Personen in gehobenen beruflichen Positionen sowie einfache Arbeiter und Angestellte die Tageszeitungen am häufigsten nutzen, informieren sich Erwerbstätige aus mittleren Positionen eher über Faltblätter, Plakate und Anzeigenblätter. Kulturspiegel und Mundpropaganda sind für untere und mittlere Positionen wichtiger als für gehobene.

Häufige Theaterbesucher informieren sich überwiegend durch Infos des Theaters, Plakate und Tageszeitungen. Auch Mundpropaganda und der Kulturspiegel spielen für sie eine wichtige Rolle. Seltene Besucher hingegen informieren sich überdurchschnittlich durch Tageszeitungen und Anzeigenblätter. Mundpropaganda und insbesondere der Kulturspiegel spiegeln eine deutlich geringere Rolle.

Abb. 23: Informationsmedien nach Alter ("meistens" in Prozent)



7. Meinungen zu den Rahmenbedingungen des Theaterbesuchs

Die Theaterbesucher wurden nicht nur zum Programmangebot befragt, sondern auch dazu, ob bestimmte Rahmenbedingungen, wie z.B. besondere Serviceangebote o.ä., gewünscht werden. Zunächst wurde offen gefragt, ob das Theater neben guten Aufführungen noch weitere Serviceleistungen bieten sollte, die einen Theaterbesuch abrunden könnten. Gefragt waren spontane Antworten, die natürlich nicht jedem bei einem Telefoninterview in den Sinn kommen. So antworteten 59% entsprechend, ihnen fiel momentan nichts ein. Immerhin 41% aber hatten Vorschläge, wobei mit jeweils 11% aller aktiven Besucher die Themenbereiche "Kommunikation/Gespräch mit den Theaterleuten" und "Verbesserung des gastronomischen Angebots" (innerhalb und außerhalb des Theaters) im Vordergrund standen.

Zum Thema "Kommunikation" wurde immer wieder der Wunsch geäußert, sich nach den Vorstellungen mit den Schauspielern oder anderen Theaternachern unterhalten zu können. Dies sollte möglichst in "gemütlicher" Atmosphäre stattfinden, als "kleine Runde beim Gläschen Wein", aber auch in Form von "Diskussions-/Gesprächsrunden". Wichtig für viele ist

einfach das *“Zusammensitzen (der Theatermacher) mit dem Publikum”*. Ein Mehr an Kommunikation wird vor allem von Jüngeren (<25 = 17,1%) und Älteren (>65 = 14,4%) gewünscht. Entsprechend sind es eher Studenten und Schüler sowie Rentner, die Gespräche führen möchten, wobei die häufigen Besucher dies stärker wünschen (13%).

Vermißt wird offensichtlich vielfach die Möglichkeit – ob nun mit Darstellern oder ohne – sich nach den Veranstaltungen zum *“Essen in gepflegter Atmosphäre”* zu treffen oder einfach in *“gediegenem Ambiente mit Freunden gemeinsam ein Gläschen Wein”* zu trinken. Dabei erwartet man weniger vom Theater, dort eine *“gemütliche Ecke zum Essen und Trinken”* zu haben, als vielmehr in direkter Nachbarschaft entsprechende Lokalitäten zur Verfügung zu haben (*“gepflegtes Restaurant daneben/in der Nähe”*). Der Abend soll möglichst eine *“gastronomische Abrundung”* finden, die passend zum besonderen Anlaß des Theaterbesuchs gestaltet sein sollte. *“Gepflegt”, “gediegen”* und *“gemütlich”* sind die immer wieder genannten Attribute in diesem Zusammenhang. Besonders ausgeprägt ist der Wunsch nach einem solchen Ausklang des Abends bei 25- bis 40jährigen (21%) sowie bei über 65jährigen (13,2%) und dies insbesondere bei den seltenen Besuchern (15,2%).

An dritter Stelle der Wünsche liegt die *“Verbesserung des Ambientes”* mit 7,5%, wobei in erster Linie der Zustand des Theatergebäudes gemeint ist. *“Gebäude erneuern”, “neues Theatergebäude”, “anständiges Theater”* und *“Ambiente verbessern, einladender machen”* sind die typischen Antworten. Aber auch einzelne Probleme werden benannt: *“Akustik verbessern”, “behindertengerechter gestalten”, “Plätze auf dem Rang zu eng”* und *“Saal klimatisieren (Hafen)”*. Insgesamt wird *“der passende Rahmen”* für das Ereignis Theater vermißt. Hier sind es vor allem die 30- bis 50jährigen (15%), die das äußere Erscheinungsbild verbessert sehen möchten und es sind eher die seltenen (6%) als die häufigen Theaterbesucher (9%). Die unter 25jährigen hingegen legen keinen besonderen Wert auf diesen Faktor (1,3%).

Ein weiteres Thema, bei dem ebenfalls die *“Gemütlichkeit”* und das Ambiente eine Rolle spielen, ist die *“Pausengestaltung”*. Hier wünschen 3,1% ein *“angenehmeres Drumherum in den Pausen”* u.a. durch *“Bilder/Ausstellungen”* oder *“klassische Musik im Hintergrund”* bzw. durch ein *“schöneres Ambiente”*. Man möchte in den Pausen *“gemütlich sitzen können”* und die *“gastronomische Versorgung sollte besser sein”*. Gewünscht wird insgesamt eine *“angenehmere Pausenatmosphäre”*, wobei die mittleren Altersgruppen dies etwas häufiger angeben.

Etwa 3% nannten Probleme des "Verkehrs" bei der Frage nach dem Abrunden des Theaterabends. Gewünscht wurden in erster Linie mehr Parkplätze. Vereinzelt wurde auch geäußert, daß man lieber im Theatergebäude auf die öffentlichen Verkehrsmittel warten möchte.

Für einige wenige (2%) stand die Verbesserung des Services im Vordergrund. Sie wünschten sich insbesondere mehr Personal an den Garderoben.

Die restlichen Nennungen beziehen sich auf verschiedene Themen und wurden unter "sonstiges" zusammengefaßt (4,6%). Einzelnen genannt wurden: "Außenveranstaltungen", "billigere Eintrittspreise", "Einführung vor den Aufführungen", "Extraeinlagen zur Stimmung" bzw. "vor der Veranstaltung Aufwärmen des Publikums", "Fotos, Hamlet-Sprüche projizieren", "günstige Angebote für Schulklassen", "mehr Aufführungen für junges Publikum", "mehr für die Leute tun, nicht nur Kunst bieten", "Veranstaltungsnächte (mehrere Sparten)" und "vor der Hauptvorstellung kleinere Inszenierungen".

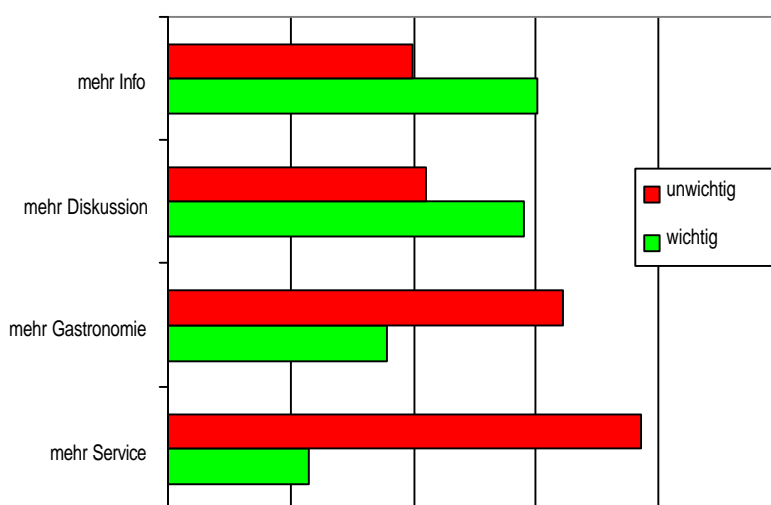
Diese spontanen Antworten wurden durch Bewertung von konkreten Vorschlägen ergänzt. Gefragt wurden die Besucher danach, ob sie die "Erweiterung des gastronomischen Angebots", "mehr Hintergrundinformationen", "Gesprächsrunden" und "Bessere Serviceleistungen" für jeweils "wichtig" oder "unwichtig" halten.

In etwas anderer Reihenfolge als bei den spontanen Antworten steht hier im Ergebnis der Wunsch nach mehr Hintergrundinformation im Vordergrund. Dies halten 60% für wichtig, wobei insbesondere die unter 25jährigen bzw. die Schüler und Studenten daran interessiert

sind (77%). Die häufigen Besucher sind dabei interessierter als die seltenen (62% zu 58%).

Fast ebenso viele Befragte wünschen mehr Diskussionen und Gesprächsrunden (58%). Es sind wieder die Jüngeren, die diesen Wunsch überdurchschnittlich äußern

Abb. 24: Gewünschte Rahmenbedingungen



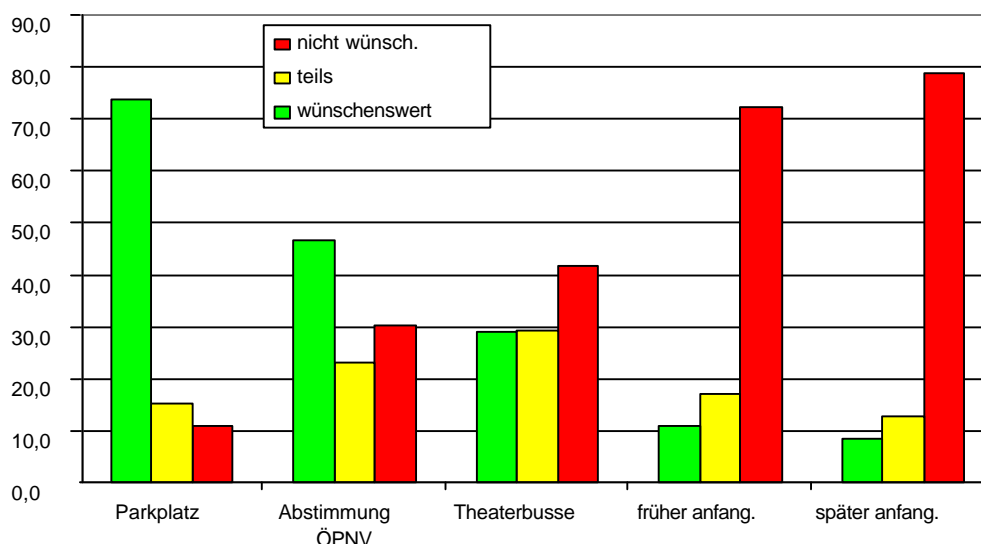
(62%). Aber auch die 50- bis 65jährigen halten mehr Diskussionen für wichtig (61%). Hier sind es insbesondere die häufigen Besucher (66%), die Diskussionsbedarf haben, während die seltenen es nur zu 48% für wichtig halten.

Etwas mehr als ein Drittel der Befragten wünscht sich eine Erweiterung der Gastronomie. Dies halten vor allem die mittleren Altersgruppen von 25 bis 50 Jahren für wichtig (knapp 50%) und darunter sind die seltenen Besucher etwas stärker daran interessiert (38%) als die häufigen (34%).

An besonderen Serviceleistungen sind 23% interessiert und zwar hauptsächlich die über 25jährigen. Die häufigen Theatergänger halten dies für wichtiger (26%) als die seltenen (18%).

Die Gruppe, die besondere Serviceleistungen für wichtig hielt, wurde gefragt, welche Serviceleistungen dies sein sollten. Einige der gegebenen Antworten bezogen sich zunächst weniger auf Serviceleistungen als vielmehr auf Mißstände, die bereits in den vorangegangenen Kapiteln angesprochen wurden (schlechte Lüftung, Preisreduzierungen, mehr Parkplätze etc.). Als spezifische Serviceleistung wurde von den meisten genannt, man wünsche sich einen Busservice o.ä. (*„Abholservice“*, *„abholen und wieder zurückbringen“*, *„Theaterbusse“*) oder zumindest die Fahrkarte des ÖPNV sollte im Eintrittspreis enthalten sein³.

Abb. 25: Vorschläge zur Verbesserung der Rahmenbedingungen (in Prozent)



³ Eine Verbindung von ÖPNV und Eintrittskarte ist seit mehreren Jahren Praxis, dies scheint aber unter den Theatergängern noch nicht ausreichend bekannt zu sein, was Anforderungen an eine gezielte Informationspolitik setzt.

Andere wünschten sich im Theater eine bessere Gastronomie und vor allem mehr Garderobenpersonal (*“keine langen Wartezeiten”*). Ansonsten gab es einige Einzelnennungen: *“last minute Angebote”*, *“Gutschein für mehrere Spielzeiten”*, *“der Monatsplan soll 10 Tage vorher kommen (überschneidend)”*, *“andere Öffnungszeiten”*.

Einige der hier genannten Vorschläge waren bereits in den Fragebogen aufgenommen worden. So wurden die Besucher danach gefragt, ob es *“wünschenswert”*, *“teilweise wünschenswert”* oder *“nicht wünschenswert”* sei, *“mit den Aufführungen früher bzw. später anzufangen”* und ob *“Theaterbusse”* eingesetzt, das *“Parkplatzangebot”* erweitert oder die *“Zeiten zwischen Theater und ÖPNV”* besser abgestimmt werden sollten.

Im Ergebnis hält es die Mehrzahl (74%) für wünschenswert, das Parkplatzangebot zu erweitern. Fast die Hälfte (48%) hält die Abstimmung der Zeiten zwischen ÖPNV und Theater für wünschenswert und 29% wünschen sich extra Theaterbusse. Die Veränderung der Anfangszeiten hält hingegen nur eine kleine Minderheit für sinnvoll, wobei die Tendenz zum vorgezogenen Vorstellungsbeginn leicht überwiegt (10% gegenüber 8%).

Die Verbesserung des Parkplatzangebotes halten alle Altersgruppen unter 65 Jahren überwiegend für sehr wichtig, bei den Älteren sind es 65%. Die häufigen Theaterbesucher, möglicherweise wegen ihrer regelmäßigen Erfahrung mit der Parkplatzsuche, halten es zu 79% für wünschenswert, die seltenen Besucher nur zu 68%.

Die Abstimmung der Zeiten ist für die – vielfach autolosen – unter 25jährigen bzw. über 65jährigen (54%) wichtiger als für die mittleren Altersgruppen (42%). Auch halten häufige Besucher (51%) es für wünschenswerter als seltene (42%).

Extra Theaterbusse halten insbesondere die unter 25jährigen und über 50jährigen für eine sinnvolle Einrichtung (35%), was sowohl für häufige, wie auch seltene Theatergänger gilt.

Die größten Differenzen ergeben sich bei der Frage nach der Veränderung der Anfangszeiten. Einen früheren Beginn halten unter 65jährige zu über 80% für nicht wünschenswert, was zweifellos mit der beruflichen Situation der meisten zu tun hat. Ein Drittel der Älteren hingegen würde es begrüßen, wenn die Aufführungen früher beginnen. Hier spielen möglicherweise Ängste eine Rolle, sich am späten Abend auf menschenleeren Straßen zu bewegen.

Ein umgekehrtes Bild zeigt sich bei der Frage nach dem späteren Anfang. Keiner der über 65jährigen wünscht einen späteren Aufführungsbeginn, dafür aber etwa 12% der Erwerbstätigen aus den mittleren Jahrgängen. Für die unter 25jährigen ist weder ein früherer noch ein späterer Vorstellungsbeginn wünschenswert.

8. Zwischenfazit

Aus der Analyse der Theaterbesucher ergibt sich, daß einerseits ein ausgeprägtes Stammpublikum existiert (vor allem junge und ältere Personen – schätzungsweise 16% der erwachsenen Bevölkerung, wenn man nach der Besuchshäufigkeit geht) und es andererseits eine ganze Reihe von "Spontanbesuchern" gibt (vor allem aus den mittleren Jahrgängen), die aus der "Grauzone" zwischen hochkulturell Interessierten und "Theater-Abstinenten" kommen. Dabei ist es für eine Grauzone typisch, daß ein Teil der Besucher aus diesem Bereich nah am Stammpublikum angesiedelt ist, ein anderer dafür näher an den Abstinenten. Eine genaue Eingrenzung ist nicht möglich.

Merkmale für die Gruppen sind nicht nur die Häufigkeit des Besuchs, sondern auch etwas andere Präferenzen, eine etwas andere Art der Informationsbeschaffung sowie etwas unterschiedlich ausgeprägten Wünsche an bessere Rahmenbedingungen.

Während das Stammpublikum sich wahrscheinlich stark mit "seinem" Theater identifiziert und regen Anteil am Geschehen nimmt bzw. noch mehr nehmen möchte, scheinen die "Spontanbesucher" eine etwas stärker ausgeprägte Konsumentenhaltung zu besitzen und präferieren etwas mehr "populäre" Veranstaltungen (was nicht unbedingt niveaulos heißt, sondern sich entweder auf das Besondere, Spektakuläre, das, was "im Gespräch ist", bezieht oder auf mehr Unterhaltung, die ja nicht unbedingt seicht sein muß). Sie suchen weniger gezielt nach Informationen, wollen sich nicht mit zu viel Hintergrundinformationen belasten usw. Sie sind überspitzt gesagt weniger an den Inhalten des Theaters bzw. des Theatermachens interessiert als vielmehr am Genuß des Besonderen, des kulturellen Ereignisses. Dazu paßt, daß sie, wenn es um Rahmenbedingungen geht, eher den "festlichen Rahmen" hervorheben. Gute Gastronomie, kulinarische Genüsse als Abrundung eines "Gesamtereignisses" und eine insgesamt gediegene Atmosphäre sind für sie wichtiger als Parkplätze und Busverbindungen oder – in ihren Augen eher überflüssiger – Zusatzservice. Hinsichtlich des Services wollen sie eher "umworben" werden und wollen nicht nach Informationen suchen müssen.

Mit dem normalen Repertoire des Theaters wird man diese Gruppe daher kaum als Stammpublikum gewinnen können. Die "Spontanbesucher" sind aufgrund persönlicher Umstände (Beruf, Familie, Alter) oft gehindert, regelmäßig zu gehen und sie suchen sich, wenn sie denn gehen, offensichtlich eher die Highlights aus, die zudem weder von der Form noch vom Inhalt her zu "anstrengend" sind. Um dieses Publikum stärker zu binden, sind wahrscheinlich ein Mehr an "Events" notwendig. Spektakuläre, vielleicht sogar bewußt skandalöse Inszenie-

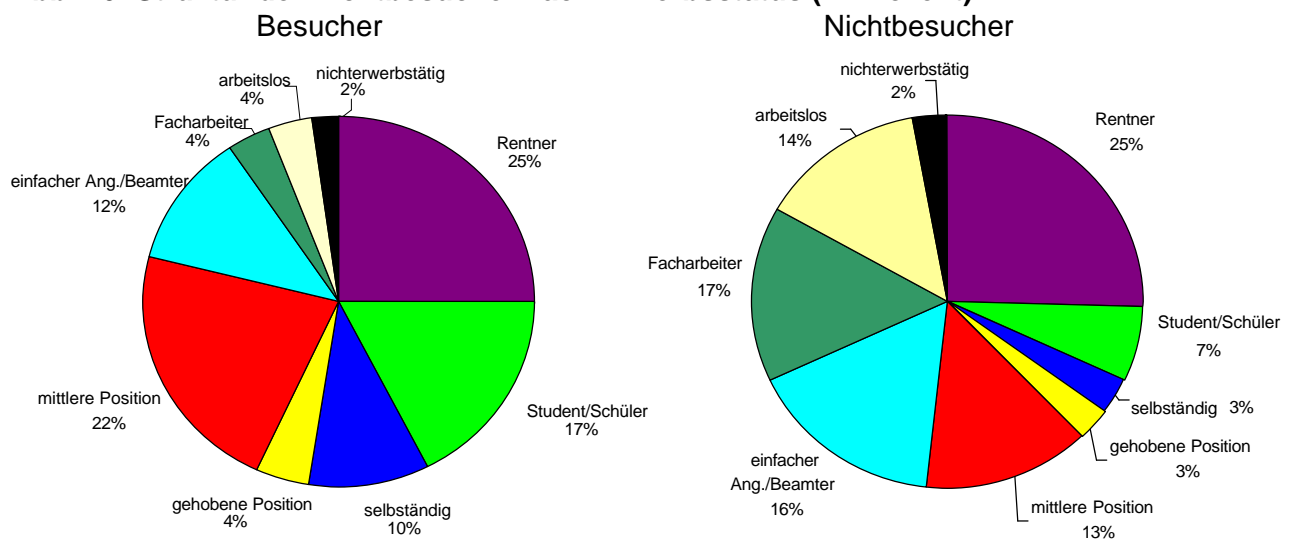
rungen sowie der Einsatz von durch Medien bekannt gemachte Prominente sind hier vielleicht geeignete Mittel. Auch eine partielle Öffnung hin zu mehr "Light-Kultur" statt nur Hochkultur wäre dazu geeignet. Flankierend wäre es außerdem sinnvoll, durch geeignete Maßnahmen manche "Hürden" für einen Besuch, die in den persönlichen Umständen der potentiellen Besucher liegen, abzubauen.

9. Wer geht warum nicht ins Theater – die “Theater-Abstinenten”?

Nicht ganz drei Viertel der erwachsenen Rostocker gehen noch nicht einmal “ab und zu” ins Theater. Es stellt sich die Frage, ob in dieser Gruppe noch Potential vorhanden ist für eine Erweiterung des Besucheranteils, oder ob ein grundsätzliches Desinteresse am Theater diese Gruppe prägt und insofern auch – außer vielleicht durch gezielte Erziehung/Bildung der heranwachsenden Generation - keine Chancen bestehen, hier Nachfrage zu wecken. Um in dieser Frage etwas mehr Licht ins Dunkel zu bringen, wurden die Nichtbesucher nach ihren Gründen für ihr Fernbleiben gefragt sowie danach, unter welchen Umständen sie vielleicht bereit wären, Theatervorstellungen zu besuchen.

Die Struktur der Nichtbesucher ist entsprechend spiegelbildlich zu den Besuchern. Die mittleren Jahrgänge bleiben häufiger den Vorstellungen fern, es sind mehr Männer als Frauen, die nicht gehen und es dominieren die weniger gebildeten Schichten der Bevölkerung.

Abb. 26: Struktur der Nichtbesucher nach Erwerbsstatus (in Prozent)

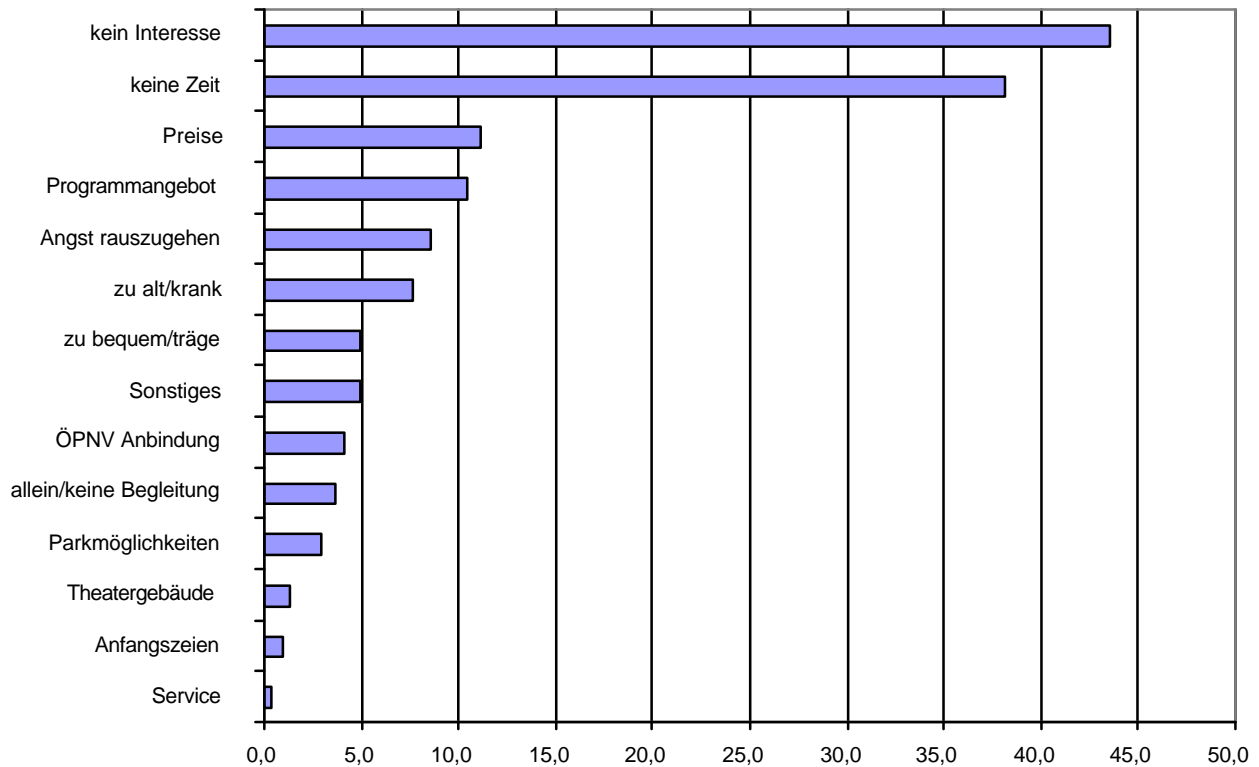


Der Anteil der Rentner ist bei beiden Gruppen gleich, jedoch finden sich unter den Nichtbesuchern eher die Älteren. Das Durchschnittsalter der verrenteten Besucher beträgt 66 Jahre und das der Nichtbesucher 68 Jahre. Alle anderen Statusgruppen sind mit deutlich unterschiedlichen Anteilen bei den Besuchern und Nichtbesuchern vertreten.

Im Ergebnis gaben 43 % der Nichtbesucher als Grund für ihre Abstinenz an, kein Interesse am Theater zu haben. Ein Teil dieser explizit Desinteressierten gab auch noch weitere Gründe an - in der Mehrzahl, “keine Zeit” zu haben -, nur für 23% ist das Desinteresse der alleinige Grund. Anzunehmen ist, daß die genannten weiteren Gründe – neben “keine Zeit” vor allem “zu alt”, “zu bequem” und “zu hohe Eintrittspreise” – eher sekundär sind, in dieser

Gruppe existiert schlicht keine Nachfrage nach der Kulturform Theater und sie wird auch kaum mit Mitteln des Theaters zu wecken sein.

Abb. 27: Gründe für die "Theaterabstinenz" (in Prozent – Mehrfachnennungen)



Ebenfalls kaum eine Nachfrage ist von jenen 38% zu erwarten, die als Grund fürs Fernbleiben "keine Zeit" angaben. Zumindest ist das bei jenen 9% zu erwarten, die sowohl "keine Zeit" als auch "kein Interesse" angaben sowie bei jenen 10%, die ausschließlich angaben, "keine Zeit" zu haben. Bei 19% wurde der Grund "keine Zeit" mit anderen Faktoren kombiniert, allem voran das Programmangebot gefolgt von den Eintrittspreisen.

Durch die Mehrfachnennungen, die zum Teil auf unterschiedlichen Ebenen liegen (persönliche Motivation, Hinderungsgründe im persönlichen Umfeld, Kritik am Programmangebot und den Rahmenbedingungen) und die zweifellos auch in einer hierarchischen Beziehung zueinander stehen, läßt sich die Gruppe der Nichtbesucher am einfachsten in drei Gruppen beschreiben.

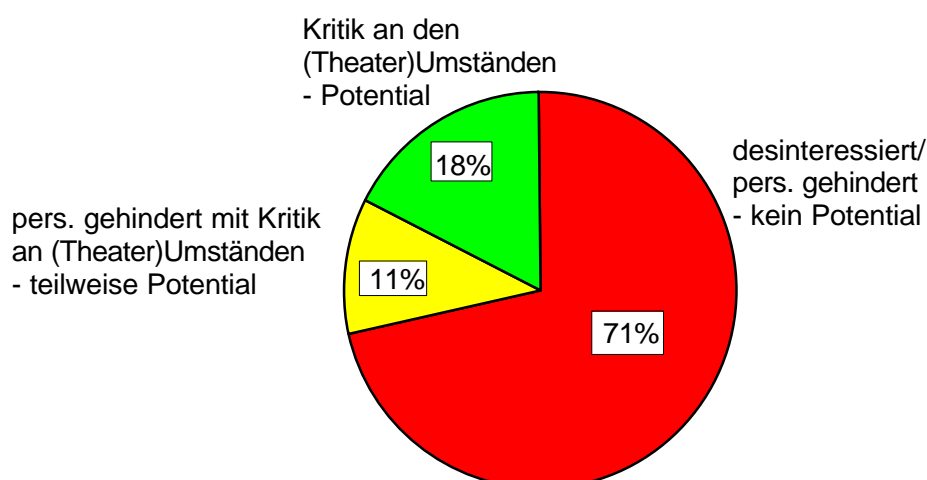
Zunächst gibt es jene, die kein Potential für das Volkstheater darstellen. Dies sind zusammengekommen nicht ganz drei Viertel der Nichtbesucher (71%). Sie sind explizit desinteressiert am Theater und/oder haben keine Zeit, sind zu alt und zu krank bzw. geben alles zusammen als Grund an. Die Desinteressierten sind in allen Altersgruppen vorhanden, liegen

bei den 30- bis 50jährigen aber deutlich über dem Durchschnitt. Entsprechend sind es vor allem Erwerbstätige (78% davon sind Desinteressierte). Aber auch die ganz Jungen, die Schüler, sind in hohem Maße nicht interessiert (80%), während unter den Studenten nur jeder Zweite explizit keinen Bezug zum Theater hat. Unter den Erwerbstätigen steigt mit abnehmender beruflicher Position der Anteil der Desinteressierten. Während bei den Nichtbesuchern aus gehobenen beruflichen Positionen nur 60% zum harten Kern der Desinteressierten gehören, sind es bei den einfachen Angestellten und Arbeitern über 80%.

Unter den Desinteressierten geben etwa 12% noch weitere Gründe an, mit denen sie entweder ihr Desinteresse begründen oder das sie als zusätzlichen Faktor benennen. Dabei stehen drei Faktoren im Vordergrund, nämlich "zu hohe Eintrittspreise", "Angst, abends rauszugehen" und das "Programmangebot".

Die zweite Gruppe unter den Nichtbesuchern sind jene etwa 11%, die möglicherweise teilweise für einen Theaterbesuch zu interessieren sind. In dieser Gruppe der möglicherweise nur "bedingt Desinteressierten" dominieren die 30- bis 40jährigen Erwerbstätigen (und z.T. Arbeitslosen) insbesondere aus mittleren und gehobenen Positionen bzw. unter den Selbständigen. Sie gaben zwar auch zu zwei Dritteln an, keine Zeit zu haben und zu einem Drittel "zu bequem/faul" bzw. "zu träge" zu sein, jedoch spielen bei ihnen auch immer andere Faktoren eine Rolle. Im Vordergrund steht dabei das Programmangebot, indem 37% dieser Gruppe es als weiteren Grund angeben. Etwa 28% geben zu hohe Eintrittspreise an und 13% haben Angst, abends aus dem Haus zu gehen. Die weiteren Faktoren spielen mit jeweils weniger als 5% kaum eine Rolle. Es ist immerhin denkbar, daß durch eine Verbesserung der von ihnen genannten Faktoren einige aus dieser Gruppe doch einmal Zeit finden bzw. ihre Trägheit überwinden, um ins Theater zu gehen.

Abb. 28: Potentiale unter den Nichtbesuchern (in Prozent)



Eine dritte Gruppe sind schließlich jene 18% Nichtbesucher, die nur Faktoren angaben, deren Veränderung durch geeignete Maßnahmen prinzipiell möglich scheint. In dieser Gruppe der "bedingt Interessierten" ist es wesentlich wahrscheinlicher, eine Nachfrage zu wecken, als bei jenen, die explizit kein Bedürfnis haben oder die sich durch persönliche Umstände gehindert sehen. Die dritte Gruppe wird von den über 60jährigen dominiert, aber auch etliche unter 30jährige zählen dazu. Es sind entsprechend eher Rentner, Studenten sowie Arbeitslose und, soweit sie erwerbstätig sind, Personen aus den eher mittleren und unteren beruflichen Positionen. Entsprechend dieser Zusammensetzung der Gruppe erstaunt es nicht, daß der von ihnen genannte Hauptgrund, nicht ins Theater zu gehen, die Eintrittspreise sind. Etwa 30% dieser Gruppen nennen dies als Grund. Das Programmangebot ist für 26% ein Grund, dem Theater fernzubleiben. Weitere Bedingungen des Theaters, wie die Anfangszeiten, das Gebäude oder der Service spielen dagegen kaum bzw. sogar überhaupt keine Rolle. Unter "Sonstiges" wird allenfalls noch "ungenügende Werbung", "fehlende Infos" (6%) genannt. Indirekte Bedingungen des Theaters, wie mangelnde ÖPNV-Anbindung und fehlende Parkmöglichkeiten, spielen mit 14% bzw. 12% eine etwas größere Rolle.

Die weiteren wichtigen Gründe liegen eher in den persönlichen Lebensumständen der potentiellen Besucher bzw. im Rahmen allgemeiner Lebensbedingungen (oder genauer gesagt, deren subjektiver Einschätzung). Jeder Vierte (26%) der potentiellen Zuschauer hat Angst, abends rauszugehen. In dieser Gruppe der überwiegend über 60jährigen verhindert ein – angesichts des realen Risikos überzogenes - Unsicherheitsgefühl (vgl. Kriminalitätsstudie der Hansestadt) den Besuch einer öffentlichen Veranstaltung fern der eigenen Wohnung. Hier kann wahrscheinlich nur durch "Abholen und wieder Hinbringen" steuernd eingegriffen werden.

Ein weiterer Grund, der immerhin 14% aus dieser Gruppe betrifft, ist eine fehlende Begleitperson. "Es ist keiner da, der mitgehen würde" und allein macht der Theaterbesuch keinen Spaß. Dies betrifft keineswegs nur ältere Personen, denn dieser Hinderungsgrund findet sich in allen Altersgruppen. Hier ist sicher der Aufbau einer "Begleiterbörse" sinnvoll.

9.1 Unter welchen Umständen würden Nichtbesucher ins Theater gehen?

Gefragt wurde nicht nur nach der Gründen des Nichtbesuchs, sondern auch danach, unter welchen Umständen sich die Befragten einen Theaterbesuch vorstellen könnten. Die Frage war offen formuliert worden und dementsprechend wurden sehr verschiedene Dinge angesprochen. Diese sind in verschiedene Kategorien zusammengefaßt worden.

Zunächst antworteten 42% der Nichtbesucher, sie könnten sich keine Umstände vorstellen, unter denen sie ins Theater gehen würden. Dies sind in der Hauptsache jene, die in der vorangegangenen Frage "grundsätzlich kein Interesse am Theater" als Grund genannt hatten. Weitere 23% gaben an, sie würden eventuell dann gehen, wenn sie mehr Zeit hätten bzw. wenn sie ihre "Trägheit/Bequemlichkeit überwinden" könnten. Das sind entsprechend jene, die Zeitmangel oder Bequemlichkeit als Hinderungsgrund genannt hatten. Zusammengekommen sind also zwei Drittel der Nichtbesucher nicht als Theaterpublikum zu gewinnen. Damit sind 77% der Gruppe der "Desinteressierten", 58% der Gruppe der "bedingt Desinteressierten" und 21% der Gruppe der "bedingt Interessierten" offensichtlich nicht fürs Theater zu interessieren.

Immerhin ein Drittel kann sich vorstellen, unter bestimmten Voraussetzungen, die nicht im persönlichen Bereich liegen, ins Theater zu gehen. Aufgrund der offenen Fragestellung ist das Potential an möglicher Nachfrage ein wenig größer, als wenn man nur die genannten Gründe fürs Nichtgehen berücksichtigt. Das liegt daran, daß auch fast ein Viertel der Gruppe der "Desinteressierten" und zwar vor allem jene, die als einzigen Grund angaben, "keine Zeit" zu haben, sich Umstände vorstellen kann, doch einmal ins Theater zu gehen. Selbst einige, die grundsätzliches Desinteresse angaben, können sich Umstände für einen Theaterbesuch vorstellen. Die Frage ist allerdings, wie ernsthaft das von den Befragten jeweils tatsächlich gemeint ist.

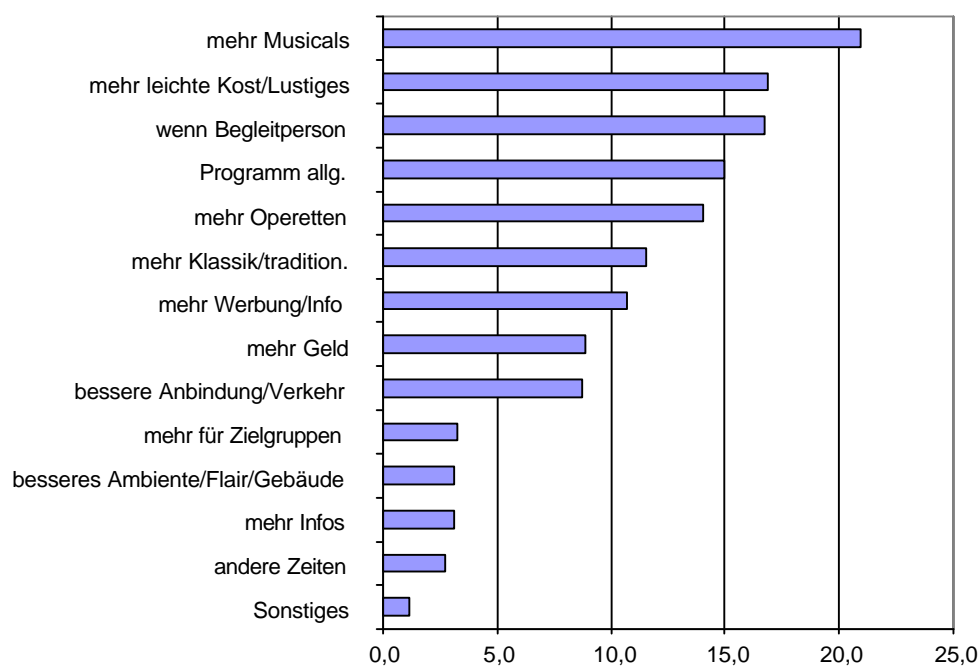
Dafür gibt es unter jenen, die aufgrund der Motive fürs Fernbleiben zum eventuellen Potential gezählt wurden, relativ viele, die sich nur unter der Bedingung, "mehr Zeit zu haben", einen Theaterbesuch vorstellen können, auf deren Verhalten also kein Einfluß genommen werden kann.

Das eine Drittel der Nichtbesucher, daß sich unter bestimmten Umständen durchaus einen Theaterbesuch vorstellen kann, nennt dabei die verschiedensten Bedingungen. Grob zusammengefaßt beziehen sich etwa 60% aller Nennungen auf das Programmangebot und 40% beziehen sich eher auf die Rahmenbedingungen (Ambiente, Verkehr etc.). In den Augen des potentiellen Publikums muß also in erster Linie das Programm stärker ihren Wünschen entsprechen, dann, so ihre Behauptung, würden sie auch mal ins Theater gehen. Nun sind die Wünsche und Interessen der Menschen sehr verschieden und auch das, was auf die offene Frage geantwortet wurde, zeigt diese Vielfalt. Allerdings gibt durchaus eine gewisse Tendenz: Im Vordergrund steht der Wunsch nach mehr Unterhaltung und weniger nach anspruchsvollen Inhalten oder Darstellungsformen. Jeder Fünfte des potentiellen Publikums wünscht sich mehr Musicals und 17% wünschen eher "öfter mal" "leicht verdauliche Kost", d.h. "was Lustiges/Unterhaltsames", "Comedy", "Kabarett", "Komödien" usw. Interesse be-

steht außerdem daran *“was Bekanntes zu bringen”*, sich stärker auf das zu beziehen, was *“In”* ist, auf die Mythen der Populärkultur einzugehen, was *“kultiges”* oder zumindest *“kultverdächtiges”* zu bringen. Dabei wird immer wieder auf das Kino und Fernsehen verwiesen. Ebenso hoch im Kurs stehen insbesondere bei den Älteren die traditionellen Operetten (14%). Ebenfalls vorwiegend Ältere wünschen sich weniger moderne, dafür mehr klassische und traditionelle Aufführungen (*“mehr Shakespeare”, “mehr Goethe”, “mehr Klassik, nicht so modern, das versteht keiner”, “schöne Bühnenbilder, nicht bloß Tücher”* usw.).

Keine genauen Wünsche hinsichtlich einzelner Programmsparten, aber allgemeine Hinweise zum Programmangebot gaben 15% an. Neben der Aufforderung, das Programm solle allgemein *“besser”, “vielfältiger”* werden oder *“mehr zusagen”*, wurden eine Reihe von Einzelbedingungen genannt, wie: *“bekannte Stücke zeigen”, “mehr Pep bei Bühne und Ausstattung”, “was interessantes spielen”, “mehr Qualität bei Schauspielern und Regie”* etc.

Abb. 29: Umstände für einen Theaterbesuch unter den potentiellen Besuchern (in Prozent, Mehrfachnennungen)



Unter den anderen Bedingungen, die nichts mit dem direkten Programmangebot zu tun haben, dominiert das Problem einer mangelnden Begleitperson, wobei unter diese Kategorie auch Antworten subsumiert wurden, die darauf hinwiesen, es fehle jemand im Bekanntenkreis, der *“einen animiert”, “mich zum mitgehen bewegt”* etc. Fast 17% würden ins Theater gehen, wenn sie jemanden hätten, der sie begleitet bzw. der sie mitnimmt. Dies gilt etwas häufiger für Rentner, aber auch von anderen Gruppen wird dies genannt.

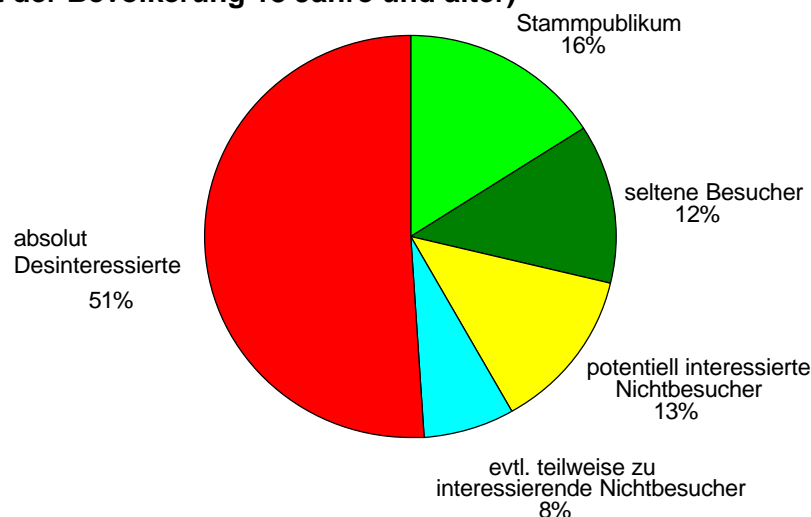
Mit Abstand folgt dann der Umstand, nicht ausreichend informiert zu sein. Gefordert wird von jedem Zehnten mehr und bessere Werbung, vor allem in den Stadtteilen. Die Werbung soll "ansprechender" sein und "gezielter" eingesetzt werden. Besonders Schüler und Studenten wollen besser angesprochen werden.

Für 9% gilt, daß sie vielleicht gehen würden, wenn sie mehr Geld hätten und sich die Eintrittspreise leisten könnten. Vorwiegend Arbeitslose, Rentner und Schüler/Studenten machen ihre Bereitschaft zum Theaterbesuch vom Geld abhängig.

Ebenfalls 9% würden gehen, wenn das Theater für sie besser erreichbar wäre. Fehlende Parkplätze spielen eher eine untergeordnete Rolle, meist ist der ÖPNV gemeint oder man wünscht sich gleich Theaterbusse.

Die weiteren genannten Umstände sind kaum von Bedeutung. Einige wünschen sich mehr Aufführungen für Kinder und Jugendliche (zielgruppengerechte Aufführungen), einige würden vielleicht gehen, wenn das Ambiente des Theaters besser wäre (besseres Flair etc.) und einige wenige schließlich hätten lieber andere Anfangszeiten bzw. wünschen Nachmittagsvorstellungen.

Abb. 30: Theaterbesucher, Interessierte und "Theaterabstinente" in Rostock (in Prozent der Bevölkerung 18 Jahre und älter)



Zusammengenommen gibt es unter den erwachsenen Rostockern immerhin ein gewisses Potential an möglichen Theatergängern in Höhe von schätzungsweise 21%. Jeder fünfte Rostocker zeigt sich, obwohl er nicht ins Theater geht, jedenfalls nicht grundsätzlich desinteressiert, sondern kann sich unter Umständen durchaus einen Theaterbesuch vorstellen.

10. Wollen die Rostocker ein neues Theater?

Als abschließende Frage wurde allen Besuchern und Nichtbesuchern die Frage gestellt, ob sie es für "wichtig halten, daß in Rostock ein neues Theater gebaut werden soll". Im Ergebnis halten genau 50% der Befragten es für wichtig, 38% halten es für unwichtig und 12% haben dazu keine Meinung. Eine relative Mehrheit hält einen Neubau des Theaters also für notwendig. Eine Mehrheit für ein neues Theater findet sich vor allem bei den über 35jährigen, wobei mit zunehmendem Alter der Zuspruch größer wird (bei den über 65jährigen sind es fast 70%). Die Jüngeren, die sich schon mit den vorhandenen Bedingungen zufriedener gezeigt haben, sehen weniger die Notwendigkeit eines Neubaus.

Ein neues Theater halten nicht nur die regelmäßigen Theatergänger für wichtig, sondern auch die seltenen Besucher und die Nichtbesucher sind überwiegend für einen Neubau. Zwar sinkt mit abnehmender Nähe zum Theater die Zustimmung, aber selbst unter den "Desinteressierten", die kein Interesse am Theater haben und die sich auch keine Umstände vorstellen können, unter denen sich für sie ein Theaterbesuch lohnen würde, sind noch zu 44% für einen Neubau. Die höchste Zustimmung kommt von den "häufigen Theatergängern", gefolgt von den "seltenen" und den potentiell Interessierten.

Abb. 30: Meinung zum Theaterneubau

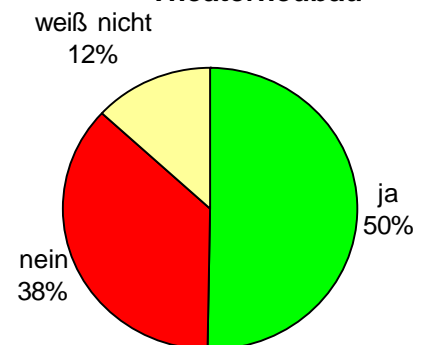
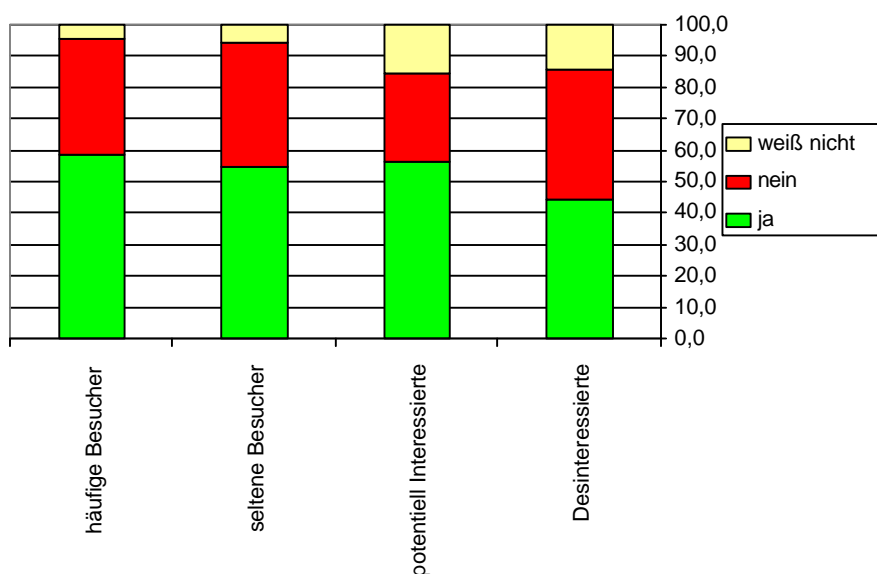


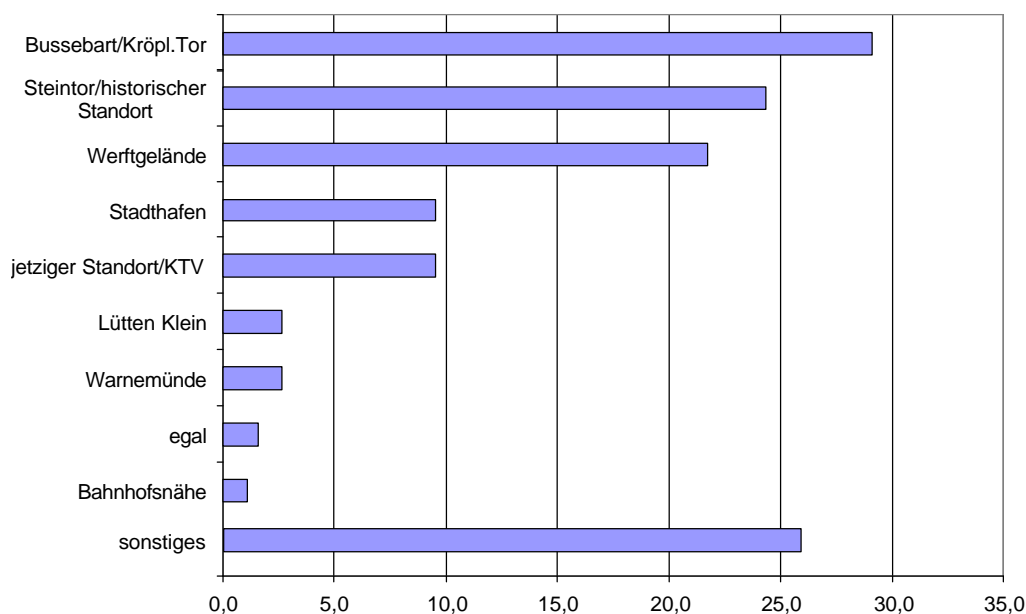
Abb. 31: Meinung zum Theaterneubau nach Besucher- und Nichtbesuchergruppen (in Prozent)



Die hohe Zustimmung auch der Nichtbesucher kann dahingehend interpretiert werden, daß man sich, auch wenn man nicht geht, so doch zumindest die Option offenhalten möchte, gehen zu können. Außerdem ist das Theater ein wesentlicher Teil der deutschen Kultur und ein entsprechend gestaltetes Theatergebäude ist ein Identifikationssymbol, ein Ort der Repräsentation, das auch für jene von Bedeutung ist, die es selbst nicht nutzen. Nach dem Motto, "eine Großstadt wie Rostock braucht einfach ein Theater, ohne einen solchen passendem Ort wäre die Stadt nicht komplett", hält deshalb die relative Mehrheit aller Bürger die Errichtung eines neuen Gebäudes für wichtig.

Die Befürworter eines Theaterneubaus wurden schließlich noch danach gefragt, wo in Rostock das neue Theatergebäude stehen sollte. Gut die Hälfte (52%) meinte, es solle auf jeden Fall "zentral", in der "City" liegen, ohne den genauen Ort zu spezifizieren. Die anderen 48% nannten hingegen konkreter Orte. An der Spitze der Nennungen steht das Areal Am Bussebart/am Ende der Lange Straße mit 29%. Dicht auf folgt mit 24% der historische Standort des Theater am Steintor, dort, wo jetzt das Gebäude des Ostseedrucks steht.

Abb. 32: Gewünschter Standort eines neuen Theatergebäudes (in Prozent der Fälle, die nicht nur "zentral" angegeben haben)



An dritter Stelle eines konkreten Standortes steht das Werftdreieck/Neptungelände mit 22%. Mit weitem Abstand folgen dann andere Orte innerhalb der Stadt. Jeweils 10% wünschen sich das Theater am Stadthafen bzw. halten den jetzigen Standort für richtig. Ansonsten wurden viele verschiedene Orte angegeben, u.a. Südstadt, am Stadtrand, in den einzelnen Wohnvierteln usw. Diese Angaben wurden unter "Sonstiges" zusammengefaßt und machen ein Viertel der genaueren Orts-Nennungen aus.

11. Fazit

Wie bei differenzierten Gesellschaftsstrukturen nicht anders zu erwarten, spricht das Theater nur einen Teil der Bevölkerung an, genauso wie Kino, Museum, Kneipe, Fußball oder sonstiges. Das Theater ist eine Kulturform, die einerseits vor allem spezifische soziale Milieus als "Kundschaft" hat, die aber gleichzeitig ein wesentlicher Bestandteil der Kultur, eine kulturelle Institution ist und damit für alle Gesellschaftsmitglieder als Identifikationssymbol und als Träger kultureller Werte und Normen von Bedeutung ist. Das Theater ist ein Bindeglied zwischen Gesellschaft und Individuum, über diese Institution werden kulturelle Identität und Integration hergestellt und zwar nicht nur für jene, die es direkt nutzen, sondern auch für alle anderen, indem es für sie ein Symbol ihrer kulturellen Identität ist. Das Theater hat - wie jede andere kulturelle Institution - sein ausgesprochenes Stammpublikum, seine "Laufkundschaft" und sein großes Heer vom am konkreten Angebot nicht Interessierten. Dabei ist die Grenze zwischen der "Laufkundschaft" und den nicht Interessierten nicht genau abgesteckt. Hier gibt es eine große Grauzone, in der ein gewisses Nachfragepotential steckt, das vielleicht geweckt werden kann.

Mit der Befragung wurde ein Meinungsbild über das Volkstheater Rostock erhoben. Die Befunde der Befragung legen verschiedene Handlungsstrategien nahe, mit denen es gelingen könnte, das Zuschauerpotential sowohl in der Tiefe als auch in der Breite etwas besser auszuschöpfen. Die im folgenden genannten Handlungsoptionen sind allerdings nur Schlußfolgerungen, die sich allein aus den Befunden der Befragung ergeben. Welche weitergehenden Schlußfolgerungen gezogen werden müssen, hängt aber auch einerseits vom kulturpolitischen Auftrag der Institution Theater ab und andererseits von den konkreten Erfahrungen der Theaterarbeit, ihren Bedingungen usw. (Besucherstatistik, materielle und personelle Möglichkeiten usw.).

Da viele Befragte im Programmangebot einen Kritikpunkt sehen, liegt es nahe, eine Veränderung bzw. Anpassung des Programmangebots zu empfehlen. Aufgrund der unterschiedlichen Präferenzen verschiedener sozialer Gruppen sollte das Programmangebot zumindest ausreichend vielgestaltig sein, um möglichst vielen Interessen gerecht zu werden. Insbesondere ist offensichtlich eine stärkere Öffnung hin zur "Populärkultur" gewünscht. Eine solche Anpassung des Angebots muß nicht unbedingt bedeuten, das Niveau zu senken im Sinne vom mehr "seichter Unterhaltung", sondern nur, gezielter *auch* jene Ausdrucksformen und Inhalte aufzugreifen, die in der sog. Breitenkultur populär sind, in der Hoffnung, das dieses Angebot dann ein Mehr an Nachfrage erzeugt.

Dieser rein marktorientierten Betrachtung steht allerdings der kulturpolitische Auftrag des Theaters entgegen, eben mehr zu bieten, als nur bloße Unterhaltung. Das Gestaltung des

Programmangebotes wird daher immer eine Gratwanderung zwischen kulturellem Anspruch und "profanem" Publikumsgeschmack bleiben müssen. Möglicherweise kann man dabei dem bei Teilen des potentiellen Publikums zum Ausdruck kommenden Bedürfnis nach dem "Besonderen", den "Events" und Highlights", entgegenkommen, indem man kürzerer Spielzeiten einkalkuliert bzw. bestimmte Inszenierungen gezielter als Highlights "verkauft", also gar nicht das Programm selbst, sondern nur die "Marketingstrategie" verändert.

Zum zweiten – und das ergibt sich aus dem Vorgenannten - scheint es notwendig, bei der Werbung und der Informationsverbreitung neue bzw. zusätzliche Wege zu gehen. Von vielen wird ein Mehr an Hintergrundinformationen gewünscht und von etlichen wird ein Mehr an Werbung bzw. gezieltere Werbung erwartet. Angesichts der allgemeinen Werbeflut geht offensichtlich insbesondere die auf traditionellen Wegen verbreitete Information verloren bzw. wird nicht genügend wahrgenommen. Die Nutzung anderer Kanäle (Szenenzeitschriften, Werbung in Kneipen, gezielte Werbung in Schulen, Hochschulen und Betrieben (evtl. durch den Aufbau von Partnerschaften), in Clubs und Altentreffen usw.) sowie insgesamt "aggressivere" Werbestrategien sind sicher empfehlenswert. Das Theater muß den potentiellen Zuschauern, wie es einer der Befragten ausdrückte, "*schmackhafter*" gemacht werden. Auch die Hinweise jener, die "*niemanden haben, der sie zum mitgehen animiert*", könnten in der Weise ernst genommen werden, daß man gezielt über Multiplikatoren in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen (Vereine, Betriebe, Institutionen, Personen etc.) immer wieder Menschen direkt *anspricht*, also nicht nur über verschiedene Medien ein Angebot offeriert, sondern durch persönliche Kontakte gerade den Zögerlichen hilft, ihre "Schwellenangst" zu überwinden bzw. ihnen die Möglichkeit gibt, sich "mitreißen" zu lassen.

Zum dritten besteht eine Handlungsoption darin, bei der Gestaltung von Rahmenbedingungen stärker auf die Problemsituationen einzelner sozialer Gruppen einzugehen. Im Vordergrund stehen dabei zwei Problembereiche: Einerseits die Erreichbarkeit des Theaters und andererseits die Folgen der Individualisierung.

Während bei den mittleren Altersgruppen eher das Parkproblem im Vordergrund steht, haben insbesondere Ältere vor allem das Problem, die Spielstätten nicht ohne Umstände oder ohne Angst aufsuchen zu können. Letztere Gruppe wird man wahrscheinlich nur durch die Organisation von Hol- und Bringendiensten ins Theater holen können (Theaterbusse oder andere Formen des Transports). Für die Spielstätte am Stadthafen allerdings gilt zusätzlich, daß es hier überhaupt keine Anbindung an den ÖPNV gibt. Dies ist gerade für die autolosen jungen und älteren Zuschauer sehr unattraktiv. Hier sind weniger spezielle Transportdienste gefragt als vielmehr zunächst ein normaler Linienverkehr.

Eine der negativen Folgen des Trends zur Individualisierung ist die Zunahme von Einpersonenhaushalten und die Reduzierung von Beziehungsnetzwerken. Immer mehr Personen – nicht nur ältere – leben allein und haben keinen Partner, mit dem sie zusammen ins Theater gehen könnten. Hier ist es empfehlenswert, eine Art “soziales Theaternetzwerk” aufzubauen bzw. eine “Kontaktbörse” einzurichten, um vereinzelt und von Vereinsamung bedrohte Singles für einen Theaterbesuch zusammenzubringen.

Sowohl ein Hol- und Bringeservice als auch ein “Begleiterservice” müssen nicht unbedingt vom Theater selbst organisiert werden. Zwar muß der Anstoß von Theater kommen, aber den eigentlichen Service könnte auch ein Verein übernehmen.

Viertens schließlich gehört es zu den Handlungsoptionen, das Theater richtig “auf die Füße zu stellen”, d.h. ein nach außen repräsentatives und nach innen flexibles multifunktionales Theatergebäude zu errichten, in dem dann tatsächlich jene Vielfalt möglich ist, wie sie vom Publikum gefordert wird und das zugleich den entsprechend “festlichen” Charakter hat, um den Theaterbesuch zum Erlebnis zu machen.

Die Befragungsergebnisse legen nahe, daß diese und ähnliche Maßnahmen zu einer besseren Ausschöpfung des Potentials an Theatergängern beitragen können.