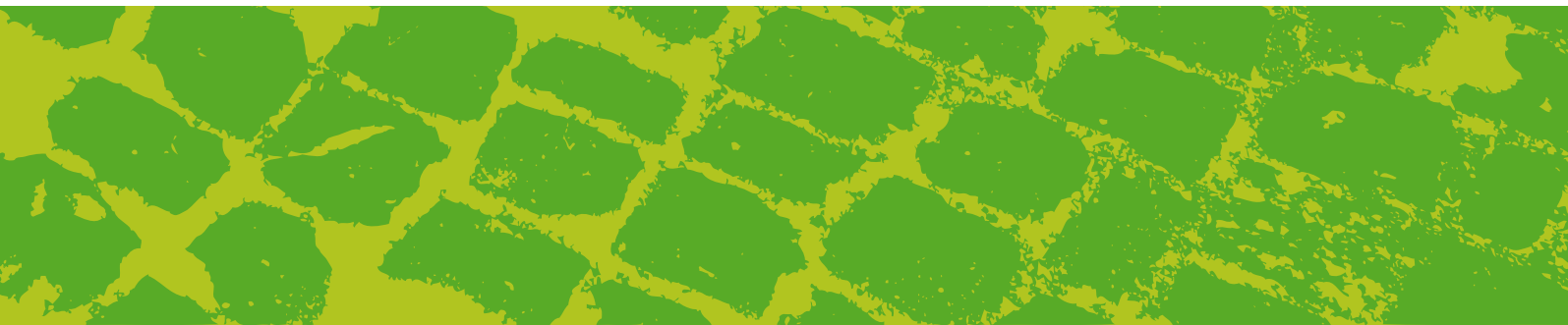


Bundesverband Theater  
im Öffentlichen Raum e.V.

**Zuschauerbefragung**

**Straßentheaterfestivals in Deutschland**



## Vorwort

Woher kommen die Besucher der Straßentheaterfestivals – aus der Stadt, der Region oder von weiter weg? Welche Altersgruppen sind auf Festivals unterwegs? Über welchen Bildungshintergrund verfügen die Menschen, die durch das Straßentheater angezogen werden? Diesen und anderen Fragen wollte der Bundesverband Theater im Öffentlichen Raum auf den Grund gehen und er entschied im Jahr 2012 eine Publikumsbefragung bei verschiedenen Festivals durchzuführen. Der Bundesverband wollte mehr über die Besucher erfahren, über ihre Motivation, die Festivals zu besuchen, über die Altersstruktur und das Freizeitverhalten. Auch sollte den Veranstaltern der Festivals – in der Regel den Kommunen - Zahlenmaterial an die Hand gegeben werden, die die kulturpolitische Stellung der Festivals und deren Popularität als städtisches Kulturangebot untermauern sollten. Mit der Publikumsbefragung sollten darüber hinaus verschiedene Argumente überprüft werden, die für die Besonderheiten des Genres sprächen. Zu diesen Argumentationen gehörte u.a., dass das Genre ein breites Spektrum an Besuchern und ein anderes Publikum erreiche als das

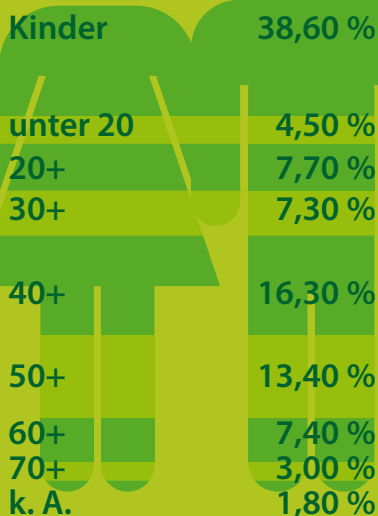
herkömmliche Theater und dass diese Theaterform gemeinschaftsbildend wirke.

Die Auswertung der Befragung bestätigte diese Thesen. Die Interviews wurden 2012 auf folgenden Festivals durchgeführt: „Tête à Tête“ in Rastatt, Festival „Gassensensationen“ in Heppenheim, „Straßentheaterfestival“ in Ludwigshafen, Festival „ViaThea“ in Görlitz, Festival „La Strada“ in Bremen, beim Festival „Welttheater der Straße“ in Schwerte und im Mai 2013 beim „Internationalen Straßentheater Festival Holzminden“. Wir danken den beteiligten Festivals für die gewährte Unterstützung. Mit Daniela Selberg konnten wir eine profilierte Statistikerin gewinnen, die in der Lage war, die Auswertung der über 2000 Fragebögen qualifiziert durchzuführen. Das Projekt wurde von Nicole Ruppert begleitet. Ihnen und auch allen Mitwirkenden und Helfern gilt unser besonderer Dank.

### Der Vorstand

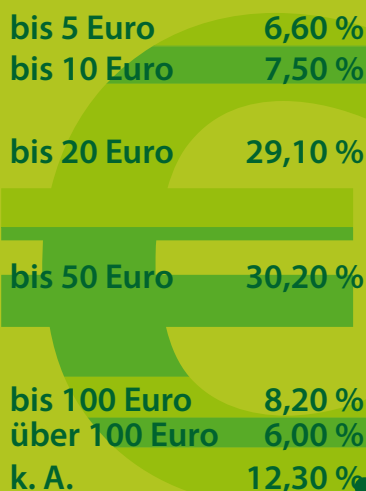
Clair Howells, Ursula Maria Berzborn, Marianne Cornil, Rainer Bauer, Gregor Beckmann, Mario Michalak, Oliver Dassing

### Altersstruktur



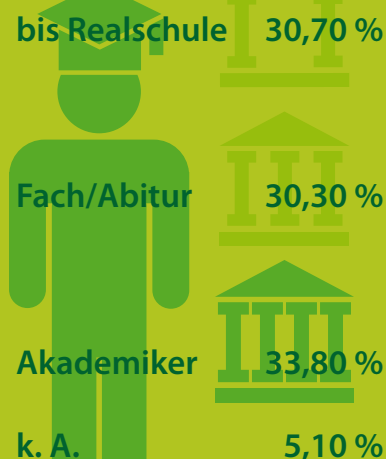
Kinder	38,60 %
unter 20	4,50 %
20+	7,70 %
30+	7,30 %
40+	16,30 %
50+	13,40 %
60+	7,40 %
70+	3,00 %
k. A.	1,80 %

### Ausgaben in Euro während des Festivals



bis 5 Euro	6,60 %
bis 10 Euro	7,50 %
bis 20 Euro	29,10 %
bis 50 Euro	30,20 %
bis 100 Euro	8,20 %
über 100 Euro	6,00 %
k. A.	12,30 %

### Erreichte Schulabschlüsse



bis Realschule	30,70 %
Fach/Abitur	30,30 %
Akademiker	33,80 %
k. A.	5,10 %



## Auswertung

Über 2000 Teilnehmer bei 7 Straßentheaterfestivals in Deutschland (Bremen, Görlitz, Ludwigshafen, Holzminden, Heppenheim, Rastatt und Schwerte) wurden in einer ersten Feldstudie nach soziodemographischen Daten, Bildung, Kulturverhalten und Motivation befragt. Die Auswertung erfolgte mit Excel nach Verteilung und Korrelation.

## Einleitung

Auf der Internetseite des Bundesverbands Theater im Öffentlichen Raum steht, dass man in Deutschland Jahr für Jahr ein Millionenpublikum erreicht und dass zahlreiche erfolgreiche Festivals und Veranstaltungsreihen von der künstlerischen Auseinandersetzung mit dem öffentlichen Raum zeugen. Allerdings fehlt es in Deutschland im Gegensatz zum Europäischen Umland an kulturpolitischer und künstlerischer Anerkennung.

Was macht Straßentheater besonders?

Warum gehen Menschen auf Straßentheaterfestivals?

Und welche Menschen gehen überhaupt dorthin?

Gibt es Gemeinsamkeiten oder nur Unterschiede zwischen den verschiedenen Festivals? Lohnt es sich für

Kommunen, Geld in diese Form der Veranstaltungen zu stecken? Was wird dort ausgegeben und was fühlen die Menschen? Diese und weitere Fragen muss man sich in Zeiten stellen, in denen Kommunen gerne mit spitzer Feder die Kosten streichen, damit die Behauptung der Sinnhaftigkeit und der Einsatz von Steuergeldern gerechtfertigt sind. Da es bisher dazu noch keine Studie gab, beschloss der Verband eine Erhebung zu finanzieren, um einen ersten Überblick zu gewinnen.

## Methode

Bei der vorliegenden Studie handelt es sich um eine charakteristische Feldforschung. Zwischen 166 und 387 Teilnehmer je Festival wurden zufällig ausgewählt und mit einem 16 Fragen umfassenden Bogen, der an Ort und Stelle persönlich ausgefüllt wurde, nach soziodemographischen Daten befragt wie Alter, Wohnortnähe zum Festival, Ausgaben in Euro, Nationalität, Gruppengröße inklusive Anzahl der begleitenden Kinder und dem Geschlecht. Weiter interessierten uns die Bildungsabschlüsse der Teilnehmer und die Häufigkeit des Besuchs verschiedener kultureller Veranstaltungen. Fragen zu Gewohnheiten und der Motivation, gerade

### Herkunft

Deutsche	95,00 %
andere Nationalitäten	3,00 %
k. A.	2,00 %

### Wohnort

Am Ort	45,30 %
10 - 20 Km	27,00 %
30 - 60 Km	10,50 %
60 - 100 Km	4,70 %
über 100 Km	10,70 %

### Gruppenstärken

Allein 12,80 %

Zu Zweit 37,20 %

Drei bis Vier 34,10 %

Darüber 15,80 %

### Gender Fragenbogen Teilnehmer

Weiblich 61,70 %  
Männlich 35,60 %  
k. A. 2,70 %

### Besuch von Konkurrenz-Festivals

Nein 65,50 %  
Ein bis Zwei 21,70 %  
Mehr 7,90 %  
k. A. 4,90 %



dieses Festival zu besuchen, sollten Aufschluss über die Attraktivität und Bedeutung der Veranstaltung geben. Die Auswertung erfolgte über Excel nach Mittelwerten und Verteilungen und wurde nur bei der Frage nach Bildung und kultureller Affinität mit einer einfachen Korrelation untersucht. Einige Fragebögen mussten ausgesondert werden, da sie nur teilweise beantwortet wurden. Bei anderen Fragebögen, wenn einzelne Daten nicht angekreuzt waren, wurden Platzhalter eingefügt. Auch wurden Ausreißer nach Wahrscheinlichkeit untersucht und teilweise durch Mittelwerte ersetzt, wenn sie zu unwahrscheinlich klangen.

## Ergebnisse

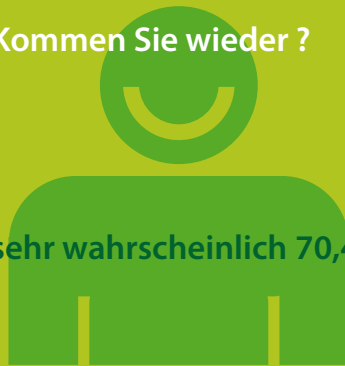
Einige ausgewählte Ergebnisse im Überblick: Die Teilnehmer der Befragung aller 7 Festivals sind zu 95% Deutsche, ein Viertel kommt von mehr als 30 km angereist – damit sind drei Viertel aus dem Ort oder der näheren Umgebung. Sie sind zu fast 62% weiblich, das Alter ist normal verteilt mit einer Spitze von 26,5% der 40-50 Jährigen. Dazu bringen drei Teilnehmer im Schnitt zwei Kinder mit. Am häufigsten, nämlich zu 37,2% kommen die Teilnehmer zu zweit, knapp gefolgt

mit 34,1% als 3er oder 4er-Gruppen. Auch die Höhe der Geldausgaben ist normal verteilt und hat ihren Zenit bei 30,2% der Teilnehmer, die bis 50 € pro Person ausgeben. Bei den erreichten Bildungsabschlüssen sind die drei Gruppen fast gleich stark, das heißt, dass Teilnehmer mit Realschul-, Hauptschul- und keinem Abschluss zu 30,7% vertreten sind. Die Kinder fließen in diese Berechnung nicht ein. Nur 8% der Teilnehmer besuchen mehr als zwei Festivals im Jahr. Dafür sind fast 80% regelmäßig oder zumindest schon einmal bei dem jeweiligen Festival gewesen. Fast 98% sind bewusst wegen des Festivals gekommen und fast 88% wissen, dass sie das nächste Mal wieder dabei sein werden. Und was ist ihnen wichtig? 90,9% nennen die Aufführungen, 81,2% die Atmosphäre, 63%, dass es kostenlos ist, 56,9%, dass was los ist und 50,5%, dass man Leute trifft. Bei der Frage nach der Zukunft des Festivals sind sich alle einig: 93% halten die Fortführung ihres Festivals unbedingt für sehr wichtig.

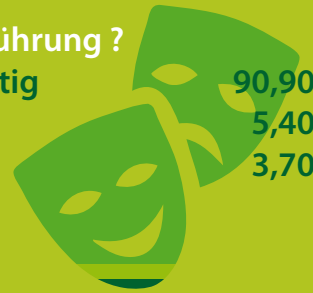
**Waren sie schon einmal da ?**  
**regelmässig** 59,30 %  
**ja, einmal** 20,60 %  
**nein** 20,10 %



**Kommen Sie wieder ?**  
**sehr wahrscheinlich** 70,40 %



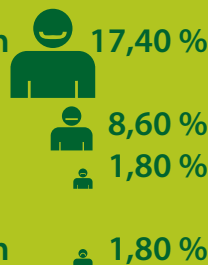
**Aufführung ?**  
**wichtig** 90,90 %  
**egal** 5,40 %  
**k. A.** 3,70 %



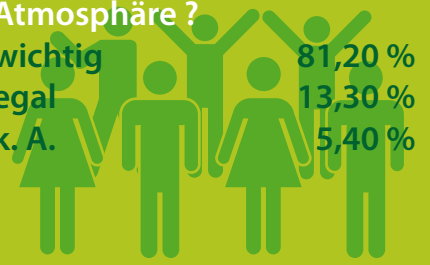
**Sind Sie wegen des Festivals gekommen ?**  
**ja** 70,10 %  
**nein zufällig** 20,60 %  
**k. A.** 2,30 %



**wahrscheinlich** 17,40 %  
**weiß nicht** 8,60 %  
**eher nicht** 1,80 %  
**gar nicht** 1,80 %  
**wahrscheinlich** 1,80 %



**Atmosphäre ?**  
**wichtig** 81,20 %  
**egal** 13,30 %  
**k. A.** 5,40 %



## Diskussion

Bei dem Versuch, einen Überblick über die Teilnehmer von Straßenfestivals zu bekommen, ihre soziodemographischen Daten zu erfassen, etwas über die Bildung und die Motivation zu erfahren, konnte diese Untersuchung schon gute Daten erzielen. Damit hat man einen ersten Einblick in die Situation „da draußen“ gewonnen. Aber die Festivals unterscheiden sich zum Teil sehr. So hat z.B. „Leute treffen“ in Holzminden einen ganz anderen Stellenwert als in Bremen. Das muss jedes Festival für sich einzeln auswerten, um die lokale Motivation der Teilnehmer zu ergünden.

Es gibt einige Schwächen der Untersuchung, z.B. waren manche Fragen nicht eindeutig zu beantworten. Auch die Zusammensetzung der Teilnehmer der Studie könnte vorselektiert sein, da die Bereitschaft, an einer schriftlichen Befragung teilzunehmen, die Menschen mit Migrationshintergrund oder bildungsferne Schichten nicht zu gleichen Teilen erreicht wie Akademiker. Es wäre also interessant, eine mündliche Befragung nach Bildung und Nationalität durchzuführen, um genauere Zahlen zu bekommen. Auch bei den Ausgaben sind reine Selbstauskünfte erhoben worden. Inwieweit dies

mit den tatsächlichen Ausgaben übereinstimmt, wird nicht eindeutig nachweisbar sein.

Eine ganz wichtige Frage ist die nach der gesellschaftlichen Relevanz eines Festivals. Gibt ein Festival ein Gefühl für Zusammengehörigkeit? Schaffen die gemeinsamen Emotionen und die gleichmäßige Verteilung aller Schichten an dem Erlebnis ein Gemeinschaftsgefühl für die Menschen in der Region? Wie lange wirken – neben finanziellen Gewinnen für die Kommune – die Glücksgefühle in den Menschen nach? Oder: Welche Emotionen sind es denn genau, die geweckt werden? Wie stark erreicht man bildungsferne Schichten mit kulturellen Angeboten, die man in der traditionellen Form innerhalb von Theatern und Opernhäusern nie erreichen würde? In einer Gesellschaft, in der die Individualität sehr stark betont wird, können da gemeinsame Feste das für Menschen notwendige Gefühl der Zusammengehörigkeit wieder vermitteln? Diese und andere Fragen lohnen sich, wissenschaftlich weiter untersucht zu werden.

Hannover, 18. August 2014

Daniela Selberg, Institut für Funktionsdiagnostik

### Leute treffen ?

wichtig	50,50 %
egal	27,40 %
k. A.	22,10 %



### Dass was los ist

wichtig	56,90 %
egal	23,00 %
k. A.	20,10 %



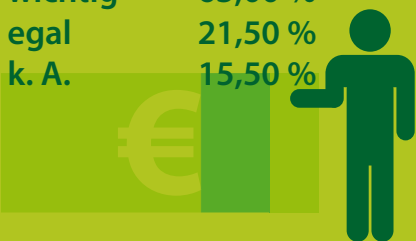
### Fortführung des Festivals ?

unbedingt	93,00 %
denke schon	4,80 %
ist nicht wichtig	2,20 %



### Weil es kostenlos ist ?

wichtig	63,00 %
egal	21,50 %
k. A.	15,50 %



### Weil ich zufällig hier bin

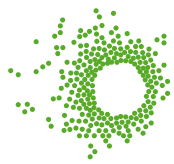
ja	13,30 %
eher nicht	2,30 %
nein	84,40 %



Der Bundesverband hat es sich zum Ziel gesetzt, Theater im öffentlichen Raum in Deutschland als eigenständige Kulturform zu etablieren, zu fördern und zu vernetzen. Als Interessenvertretung für professionelle Künstler, Produzenten, Veranstalter, Agenten und Kreative setzt sich der Bundesverband für die Anerkennung von Theater im öffentlichen Raum und für die Verbesserung von Produktion und Präsentation ein.

### Damit beschäftigen wir uns:

- Förderung und Weiterentwicklung des Genres als Bestandteil zeitgenössischer, darstellender Kunst
- Verbreitung des Theaters im öffentlichen Raum als Kunstform auf kulturpolitischer Ebene
- Sprachrohr und Ansprechpartner für Politik, Wissenschaft und Medien
- Vernetzung von Festivals, Künstlern und Multiplikatoren auf nationaler und internationaler Ebene
- Zentrum für Information, Diskussion, Dokumentation und Erforschung des Genres Theater im öffentlichen Raum
- Förderung und Errichtung von Produktionsstätten
- Förderung von fachspezifischer Aus- und Weiterbildung



Bundesverband Theater  
im Öffentlichen Raum e.V.

Mariannenplatz 2  
10997 Berlin

[www.theater-im-oeffentlichen-raum.de](http://www.theater-im-oeffentlichen-raum.de)