

Aus:

SIGRID BEKMEIER-FEUERHAHN, KAREN VAN DEN BERG,
STEFFEN HÖHNE, ROLF KELLER, BIRGIT MANDEL,
MARTIN TRÖNDLE, TASOS ZEMBYLAS (Hg.)

Zukunft Publikum

Jahrbuch für Kulturmanagement 2012

Dezember 2012, 428 Seiten, kart., zahlr. z.T. farb. Abb.,
34,80 €, ISBN 978-3-8376-2285-0

Wie sehen Kulturangebote der Zukunft aus? Wer sind die Besucher von morgen, wer die Kulturschaffenden? Wie äußern sich Überschneidungen zwischen Kulturkonsum, -produktion und -gestaltung?

Ausgehend von diesen Fragen befasst sich das Jahrbuch für Kulturmanagement 2012 mit dem Konstrukt »Kulturpublikum« und dessen Rolle im Kulturbereich. Demografischer Wandel, Erlebnisorientierung, Eventkultur und Kulturtourismus sind nur einige Schlagworte, welche Tendenzen gesellschaftlicher Entwicklungen benennen, die sich in der Kulturnutzung und -gestaltung niederschlagen. Die Beiträge befassen sich aus theoretischer und anwendungsorientierter Perspektive sowohl mit Zielen und neuen Strategien kultureller Beteiligung als auch mit den Paradigmen von Kultur und Publikum.

Die **Herausgeber/-innen** sind Vorstandsmitglieder im Fachverband für Kulturmanagement und lehren im Fach Kulturmanagement an Universitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

www.transcript-verlag.de/ts2285/ts2285.php

Inhalt

Zur Einführung in das Jahrbuch für Kulturmanagement 2012

STEFFEN HÖHNE, SIGRID BEKMEIER-FEUERHAHN

11

SCHWERPUNKT: ZUKUNFT PUBLIKUM

Audience Development als Aufgabe von Kulturmanagementforschung

BIRGIT MANDEL

15

Das Theaterpublikum

Veränderungen von der Aufklärung bis in die Gegenwart

STEFFEN HÖHNE

29

Die Figur des Dritten, die Taktik des Zuschauers und der Kulturbetrieb

VERENA TEISSL, GERNOT WOLFRAM

53

Ein Museum für das 21. Jahrhundert

Wie Sozialität die Kunstrezeption beeinflusst und
welche Herausforderungen dies für die

kuratorische Praxis mit sich bringt

MARTIN TRÖNDLE, STÉPHANIE WINTZERITH,

ROLAND WÄSPE, WOLFGANG TSCHACHER

75

Die spezifische Wahrnehmung musealer Präsentation durch Besuchertypen

Ein Mehrmethodenansatz

VANESSA SCHRÖDER

107

Kann ich hier mitmachen?

Kulturproduktion und -rezeption im Kontext
von Erwerbsarbeitswelt

CORINNA VOSSE, DIETER HASELBACH

139

Mixed Methods and Mixed Theories Theorie und Methodik einer geplanten Bevölkerungsbefragung in Deutschland zur Kultur(-nicht-)partizipation VOLKER KIRCHBERG, ROBIN KUCHAR	153
Von der Kunst, das Publikum standardisiert zu erforschen Ein Beitrag zur Entwicklung der Methodik in der empirischen Kulturnutzerforschung THOMAS RENZ	171
Empirische Ansätze zur Typisierung von Besuchern und Fastbesuchern von Kulturinstitutionen Forschungsergebnisse, praktische Ansätze und Methoden ASTRID KURZEJA-CHRISTINCK, JUTTA SCHMIDT, PETER SCHMIDT	199
Kulturelle Partizipation im Langzeitvergleich Eine empirische Analyse am Beispiel der Stadt Köln KARL-HEINZ REUBAND	229
Sind Besucherbefragungen vertrauenswürdig? Der Implizite Assoziationstest in der Kulturnutzerforschung SIGRID BEKMEIER-FEUERHAHN	265
Neue Beteiligungsformen im Kulturmarketing HELGE KAUL	295
Erfolgsfaktoren von Brand Communities im Kultursektor Wie lassen sich aus Freundeskreisen Gemeinschaften von Freunden bilden? CARSTEN BAUMGARTH, MARINA KALUZA	309

BERICHTE/DOKUMENTATIONEN

Musikwirtschaft 2.0: Perspektiven für die Musik

2. Wissenschaftliche Tagung zur Kultur- und
Kreativwirtschaft in Weimar (13.-15.10.2011)
ANDREAS LANGE, WOLF-GEORG ZADDACH

343

Zukunft Publikum

Neue Beteiligungsformen und interaktive
Kulturwahrnehmung. 6. Jahrestagung des
Fachverbands für Kulturmanagement
an der Universität Lüneburg
(12.-14. Januar 2012)

NICOLA BÜNSCH

349

Auf dem Weg zum Publikum der Zukunft

Die neue mobile Ausstellung des
Jüdischen Museums Berlin

MICHAELA CONEN

357

Der Sonic Chair – ein neuer Weg zum anspruchsvollen Hörerlebnis

MICHAEL THEEDE

361

Nachruf auf Dr. Bernd Wagner

Birgit Mandel

371

REZENSIONEN

Institut für Interkulturelle Innovationsforschung (Hg.): Innovation aus Tradition. Festschrift Hermann Rauhe zum 80. Geburtstag

LUTZ LESLE

375

Andrea Hausmann: Kunst- und Kulturmanagement. Kompaktwissen für Studium und Praxis

TASOS ZEMBYLAS

378

**Meg Brindle, Constance DeVereaux (Hgg.):
The Arts Management Handbook. New
Directions for Students
and Practitioners**

ROLF KELLER

381

**Armin Klein (Hg.): Kompendium
Kulturmarketing. Handbuch
für Studium und Praxis**

ROBERT PEPER

383

**Shannon Jackson: Social Works:
Performing Art, Supporting Publics**

MONIKA MOKRE

388

Nina Simon: The Participatory Museum

BIRGIT MANDEL

391

**Wolfgang Schneider (Hg.): Theater und
Migration. Herausforderungen für
Kulturpolitik und Theaterpraxis**

STEFFEN HÖHNE

392

**Florian Beck: Transformation und
Strategieentwicklung im Musikmarkt.
Musik und Gemeinschaft in der
digitalen Mediamorphose**

WOLF-GEORG ZADDACH

395

**Pierre-Michel Menger: Le travail créateur –
S'accomplir dans l'incertain**

**Laila Huber: Kunst der Intervention –
Die Rolle Kunstschaffender im
gesellschaftlichen Wandel**

VOLKMAR MÜHLEIS

398

**Andreas Reckwitz: Die Erfindung der
Kreativität. Zum Prozess
gesellschaftlicher Ästhetisierung**

STEFFEN HÖHNE

401

Patrick S. Föhl, Patrick Glogner-Pilz, Markus Lutz, Yvonne Pröbstle (Hgg.): Nachhaltige Entwicklung in Kulturmanagement und Kulturpolitik	
MARTINA DILLMANN	405
Gesa Birnkraut: Evaluationen im Kulturbetrieb	
THOMAS RENZ	408
Verzeichnis der Adressen	413
CfP: Beiträge für das Jahrbuch 2013	419
Peer-Review-Verfahren	421
Technisches	423

Zur Einführung in das Jahrbuch für Kulturmanagement 2012

STEFFEN HÖHNE, SIGRID BEKMEIER-FEUERHAHN

Das aktuelle *Jahrbuch für Kulturmanagement* nimmt die Zukunft des Publikums in den Blick. Vorgestellt und diskutiert werden neue Beteiligungsformen und interaktive Kulturwahrnehmungen: Wie sehen die Kulturangebote der Zukunft aus? Wer sind die Besucher von morgen, wer die Kulturschaffenden? Wie äußern sich Überschneidungen zwischen Kulturnutzung, Kulturproduktion und Kulturgestaltung?

Bei der Kulturnutzung ist grob zwischen (realem) Publikum und potenziellem Publikum zu unterscheiden. Das reale Publikum nimmt Kultur bereits heute wahr und nutzt mehr oder weniger selektiv das Angebot der Kulturinstitutionen; dieses wollen sich die Kulturanbieter gern erhalten. Das potenzielle Publikum kann und muss von den Kulturanbietern durch innovative Angebote neu angesprochen werden. Dabei ist zu beachten, dass sich in den letzten Jahren zunehmende gesellschaftliche Veränderungen auf das reale wie potenzielle Kulturpublikum ausgewirkt haben. Unser Alltag ist bspw. zunehmend geprägt durch die steigende Nutzung sozialer Vernetzung, schnelle und ständig mögliche Kommunikation, einfach realisierbare Möglichkeiten der öffentlichen Selbstdarstellung sowie Mitsprache auf *Facebook*, Blogs, Foren etc. Entsprechend erwartet das Publikum auch im Kulturbereich nicht mehr nur den gewohnten Bildungs- und Unterhaltungswert, sondern zunehmend Möglichkeiten, sich einzumischen, mitzusprechen, sich aktiv beteiligen zu können.

Doch auch die Kulturschaffenden und Kulturinstitutionen wandeln sich und reagieren teilweise bereits auf gesellschaftliche Entwicklungen, die bspw. mit den Schlagworten Demografischer Wandel, Erlebnisorientierung, Eventkultur und Kulturtourismus umrissen werden können. Manche Kulturinstitutionen positionieren sich und ihr Angebot als mögliche Gestaltung von Freizeit, während umgekehrt die Anbieter von Freizeitgestaltung Kulturangebote in ihr Leistungsportfolio integrieren.

Sowohl in der Praxis wie auch in der wissenschaftlichen Besucherforschung verlangt dies nach neuen Denkweisen und Ansätzen. Ziel ist es, Erklärungen, Strategien und Instrumente zu finden, um kulturelles Schaffen zukunftsgerichtet zu gestalten.

Das aktuelle Jahrbuch widmet sich dieser handlungskonkreten und anwendungsorientierten Thematik mit einer kritischen Auseinandersetzung mit Theorien und deren Anwendungsfeldern.

Die Beiträge befassen sich aus theoretisch-historischer (Beiträge Mandel, Höhne, Wolfram/Teissl), aus empirischer (Beiträge Tröndle et al., Schröder, Vosse/Haselbach, Kirchberg/Kuchar, Renz, Kurzeja-Christinck/Schmidt/Schmidt, Reuband, Bekmeier-Feuerhahn) und aus einer Management-Perspektive (Beiträge Kaul, Baumgarth/Kaluza) mit dem Phänomen Publikum.

Im Zentrum der Beiträge stehen zunächst Ziele und neue Strategien kultureller Beteiligung und damit Aspekte und neue Anforderungen des Kulturpublikums sowie Transformationsprozesse im Kultursektor, die nach neuen Konzepten für die Beziehung zwischen Kulturproduzenten und Publikum verlangen. Häufig wird dem Publikum eine interaktive Rolle zugeschrieben. Welche Zielgedanken verbergen sich dahinter? Wie bilden sich daraus Marketingstrategien und wie wird das kulturelle Angebot davon beeinflusst? Wie nehmen Kulturschaffende diese Prozesse wahr und wie reagieren sie darauf? Welche neuen Akteure entwickeln sich auf dem Kulturmarkt mit welchen Angeboten?

Ferner geht es um die (empirische) Erfassung der Kulturnutzer bzw. Kulturnichtnutzer. Gesellschaftliche Veränderungen führen vielfach zu neuen Nutzerpräferenzen für kulturelle Angebote. Wie lassen sich aktuelle Typen von Kulturnutzern sowie Kulturnichtnutzern beschreiben? Welche Forschungsansätze und Methoden existieren, mit deren Hilfe der Kulturnutzer und der bislang noch wenig erforschte Nichtnutzer in den Blick genommen werden können? Hieraus lassen sich wichtige Erkenntnisse für die Entwicklung von Kulturangeboten und Marketingmaßnahmen ableiten. Schließlich werden Paradigmen von Kultur und Publikum untersucht. Gesellschaftliche Entwicklungen werden häufig von Paradigmenwechseln in institutionellen und politischen Feldern begleitet. In den 70er-Jahren entstand das Paradigma einer Kultur für alle im gesellschaftspolitischen Diskurs und beeinflusste nachhaltig Institutionen und Kulturpolitik. Welche Paradigmen bzw. Leitideen definieren heute die Rolle von Kultur und Publikum? Wie hängen diese mit aktuellen gesellschaftlichen und politischen Entwicklungen zusammen?

Das aktuelle Jahrbuch greift damit auch die Themenschwerpunkte der diesjährigen Jahrestagung mit dem Titel *Zukunft Publikum. Neue Beteiligungsformen und interaktive Kulturwahrnehmung* wieder auf und ermöglicht zudem eine Diskussion der erörterten Fragen und erarbeiteten Erkenntnisse über die Grenzen des Fachverbands hinaus.