

Wer besucht in Hamburg eigentlich welche Kultureinrichtung? Wie informiert sich das Publikum über Kulturangebote und wie wird die Hamburger Kulturszene wahrgenommen? Die Kulturbehörde will es wissen ...

Was hat sich eigentlich seit Beginn der Pandemie verändert? Viele Fragen, denen man noch nicht wirklich nachgegangen ist. Ihre Antworten könnten aber zukunftsweisend sein.

Um repräsentative Daten zur Publikumsstruktur in den Hamburger Kultureinrichtungen zu gewinnen, startet die Behörde für Kultur und Medien in enger Absprache mit Hamburger Kultureinrichtungen im Januar eine breit angelegte Befragung von Besucher*innen, die an verschiedenen Terminen im gesamten Jahr 2023 stattfinden wird. Zunächst wird stichprobenartig das Publikum in den staatlichen Häusern wie den Museumsstiftungen oder den Staatstheatern befragt. Im Laufe des Jahres können sich auch private Kulturinstitutionen an der Befragung beteiligen. Ergänzt wird die Erhebung durch eine Nicht-Besucherbefragung im Laufe des Jahres.

Dr. Carsten Brosda, Senator für Kultur und Medien: *„Nach den großen Einschränkungen durch die Corona-Pandemie sehen wir ein sehr uneinheitliches Bild bei den Besucherzahlen: Während einige Kulturveranstaltungen wieder ausverkauft sind, werden andere weiter eher zögerlich besucht. Wir wollen genauer wissen, woran das jeweils liegt und welche Strategien sich lohnen, um das Publikum noch besser anzusprechen. Der erste Schritt ist daher eine breit angelegte Besucherbefragung. Wir wollen erfahren, wie sich das Publikum unserer Kultureinrichtungen zusammensetzt und welche Bedürfnisse es hat. Wir brauchen repräsentative Daten zum Publikum der Kultureinrichtungen und zur Kulturstadt Hamburg. Die Ergebnisse können eine wichtige Grundlage für die Weiterentwicklung der Kulturstadt Hamburg in den nächsten Jahren sein. Die Kultureinrichtungen können mit dieser Basis noch gezielter auch ein neues Publikum ansprechen und ihre Reichweite vergrößern. Denn wir alle brauchen Kultur.“*

Die Befragung der Besucher*innen war ursprünglich für das Jahr 2020 geplant und musste wegen der Corona-Pandemie verschoben werden. Sie beginnt im Januar und findet in verschiedenen Kultureinrichtungen über das gesamte Jahr 2023 statt. Sie wird vom Leipziger Marktforschungsunternehmen CONOSCOPE durchgeführt und startet in den staatlichen Kulturinstitutionen: Archäologisches Museum Hamburg, Bergedorfer Museumslandschaft, Deichtorhallen Hamburg, Deutsches Schauspielhaus, Hamburg Musik (Elbphilharmonie, Plaza und Laeishalle), Hamburger Kunsthalle, Hamburgische Staatsoper, Kampnagel, KZ-Gedenkstätte Neuengamme, MARKK – Museum am Rothenbaum, Museum für Kunst und Gewerbe, Philharmonisches Staatsorchester, Planetarium Hamburg, Thalia Theater und die Häuser der Stiftung Historische Museen Hamburg.

In jeder Kultureinrichtung werden so viele Besucher*innen befragt, dass die Daten repräsentativ für das jeweilige Haus sind. Alle erhobenen Daten werden außerdem gesammelt ausgewertet, sodass darüber hinaus auch aussagekräftige Ergebnisse zur Publikumsstruktur der Kulturstadt Hamburg insgesamt entstehen. Insgesamt sollen rund 15.000 Besucherinnen und Besucher befragt werden. Geschulte Interviewerinnen und Interviewer werden an mit den Kultureinrichtungen abgestimmten Terminen die Besucher*innen auf Basis eines Fragebogens interviewen. Der Fragebogen kann analog oder digital ausgefüllt werden.

In allen Kultureinrichtungen wird ein identischer Basisfragebogen genutzt. Jede Kultureinrichtung kann außerdem noch eigene Fragen hinzufügen und so Antworten auf individuelle Fragestellungen erhalten. In den nächsten Monaten können sich außerdem private Kultureinrichtungen anschließen und in ihren Häusern ebenfalls die Besucher*innen befragen. Darüber hinaus soll in einer ergänzenden Nicht-Besucherbefragung im Laufe des Jahres näher untersucht werden, warum Menschen sich gegen den Besuch einer Kultureinrichtung entscheiden und wie sich das Verhalten der Besucher*innen von

Kultureinrichtungen in den letzten drei Jahren verändert hat. Es ist geplant, nach rund sechs Monaten ein erstes Zwischenergebnis vorzulegen. Für die Befragung steht insgesamt ein Budget von rund 160.000 Euro zur Verfügung.

Related Post



Im Schlaf die Kunst
gefördert

Kunst im öffentlichen
Raum

Mit Tristan gegen die
Tristesse
Kaum Zeit, aber Geld

