

Forschung zum Kulturpublikum und zur Kulturvermittlung

Audience Development unter kulturpolitischer Perspektive

Birgit Mandel

Ohne Publikum bräuchten wir keine (oder nur wenig) Kulturpolitik. Unsere öffentlichen Kultureinrichtungen, die in der Summe mehrere Milliarden Euro kosten, sind darauf angewiesen. Umso erstaunlicher ist es, dass wir immer noch so wenig darüber wissen und die Publikumsforschung so vernachlässigt wird. Welchen Handlungsbedarf gibt es? Brauchen wir vor allem angesichts der demografischen Entwicklung neue Instrumente des Monitorings?

Forschung zu kulturpolitischen Fragen entspricht in Deutschland weder in den verfügbaren finanziellen Mitteln noch in ihrer Systematik und Kontinuität der gesellschaftlichen Bedeutung, die dem mit sehr hohen Steuermitteln geförderten öffentlichen Kulturleben beigemessen wird. So gibt es keine nationalen kontinuierlichen Monitoring- und Evaluationsinstrumente, und auch die kulturpolitische Grundlagenforschung etwa zu Governance-Prozessen ist wenig ausgeprägt.

Kulturpolitikforschung ist notwendig für ein besseres Verständnis der komplexen Zielsetzungen, Akteurs-Konstellationen und Entscheidungsstrukturen in Cultural Governance Prozessen. Sie kann Grundlagen für strategische Entscheidungen einer konzeptbasierten Kulturpolitik bereitstellen und ermöglicht Orientierungswissen für Management, Marketing und Vermittlung von Kulturinstitutionen und sonstigen Akteuren im Praxisfeld.

Nachfolgend werden zwei Forschungsfelder näher betrachtet: die Kulturpublikumsforschung sowie die Forschung über Kulturvermittlung, die eine zentrale Basis für kulturpolitische Entscheidungsprozesse etwa hinsichtlich kultureller Teilhabe sein können.

Forschung zur Nachfrage nach kulturellen Angeboten

Akteure empirischer Analysen zum Publikum sind v.a. einzelne Kulturinstitutionen, Verbände (wie der Deutscher Bühnenverein, das Institut für Museumskunde, die Deutsche Orchestervereinigung), private Agenturen im Auftrag öffentlicher Kulturverwaltungen und Hochschulen.

Publikumsbefragungen durch Kultureinrichtungen dienen meist der Optimierung ihres Marketings. Die Ergebnisse dieser Studien sind in der Regel nicht zugänglich und einer Auswertung unter politikwissenschaftlicher Perspektive steht neben der methodischen Vielfalt die mangelnde theoretische Fundierung entgegen.

Das Land Berlin hat für seine großen, öffentlich geförderten Einrichtungen das Kulturbesucher-Monitoring-System Kulmon eingeführt, das vier Mal im Jahr Befragungen durchführt. Allerdings werden diese Daten nicht übergreifend ausgewertet, sondern bleiben in der einzelnen Institution. Zudem beziehen sich die Daten ausschließlich auf Besucher (in vielen dieser Berliner Einrichtungen sind das größtenteils Touristen) und Fragen danach, warum ein großer Teil der Berliner Bevölkerung diese Einrichtungen nicht besucht, werden folglich nicht aufgegriffen.

Einzelne wissenschaftliche Studien von Hochschulen sowie von Verbänden zu verschiedenen Kultursparten und Zielgruppen werden gebündelt im »Handbuch für Besucherforschung« (Föhl/Glogner) und auf einer Forschungs-Plattform des Instituts für Kulturpolitik der Universität Hildesheim (kulturvermittlung online.de) gesammelt und kategorisiert, wobei es auch hier schwer ist, die Ergebnisse der Einzelstudien aufgrund unterschiedlicher methodischer Zugänge zu übergreifenden Erkenntnissen zu verdichten.

Für Deutschland repräsentative Bevölkerungsbefragungen zur Nutzung kultureller Angebote und zu kulturellen Interessen wurden durch das private Zentrum für Kulturforschung erstmalig Anfang der 70er Jahre, dann seit den 1990er Jahren in unregelmäßigen Abständen durchgeführt, wenn ein Auftraggeber gefunden werden konnte. Neuere Studien liegen allerdings nicht vor.

2010 wurde vom Land NRW eine Sinus-Milieu-Studie zu kulturellen Interessen von Migranten finanziert.

Regelmäßige staatlich finanzierte Studien zu kulturellen Praktiken der Bevölkerung, wie es sie in Ländern wie England (Taking Part Studie), Frankreich (Les pratiques Culturelles des Français) und

Prof. Dr. Birgit Mandel, am Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim verantwortlich für den Bereich Kulturmanagement und Kulturvermittlung, ist Vizepräsidentin der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.



den Niederlanden gibt, fehlen in Deutschland.

In unregelmäßigen Abständen erhebt das von der EU-Kommission finanzierte Eurobarometer Grunddaten zur kulturellen Partizipation in den EU-Mitgliedstaaten was Ländervergleiche ermöglicht.

Forschung über Kulturvermittlung und Audience Development

Akteure der Forschung im Bereich Kulturvermittlung sind u.a. Interessenverbände (wie die BKJ, die Verbände der Theaterpädagogik, Musikpädagogik, Museumspädagogik, der Deutsche Kulturrat), neuerdings die großen, operativen Stiftungen (z.B. Rat für kulturelle Bildung), Forschungsagenturen

im Auftrag von Kommunen, Ländern oder dem Bund sowie Studiengänge der schulischen und außerschulischen Kunst- und Kulturvermittlung und des Kulturmanagements.

Dabei gibt es große Unterschiede in den Definitionen des Feldes sowie

den Methoden und wissenschaftlichen Bezügen, die von den Erziehungswissenschaften, der Psychologie über die Kunst- und Kulturwissenschaften bis zu den Kulturmanagementwissenschaften und der Politikwissenschaft gehen. Die Themen reichen von Forschung über kulturelle Bildungswirkungen bei verschiedenen Zielgruppen (im Schwerpunkt Kinder und Jugendliche), über Forschung zu Kunstrezeptionsprozessen bis zu Forschung über Struktur-, Prozess- und Produkt-Qualität von Vermittlungsmaßnahmen.

Auffällig ist, dass es seit ca. zehn Jahren im Bereich der Kulturvermittlung mit Fokus auf kulturelle Bildung eine Fülle von kleinteiliger Forschung gibt, häufig in der Form von Projekt-Evaluationen. Diese dienen jedoch in der Regel eher der Legitimation von Fördermitteln, setzen sich selten kritisch mit Defiziten und Misserfolgen auseinander und generieren kaum verallgemeinerbare Erkenntnisse.

Das »Handbuch kulturelle Bildung« das vom Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim in Kooperation mit der BKJ und den beiden Bundesakademien für kulturelle Bildung als Online-Archiv und Forschungsplattform Kubi-Online weitergeführt wird, bündelt viele der vorhanden Studien und theoretischen Artikel zum Thema. Einmal jährlich wird

eine Tagung veranstaltet vom Netzwerk Forschung Kulturelle Bildung mit Geschäftsstelle an der Uni Hildesheim, auf der Akteure der Forschung v.a. aus dem Hochschulbereich ihre Ergebnisse präsentieren und diskutieren.

Im Bereich der Forschung zum Audience Development gibt es, im Unterschied insbesondere zu Großbritannien, den USA und Australien, bislang keine Studien zu den Wirkungen von institutionellen Strategien der Gewinnung und Bindung von neuem Publikum, die Grundlagen für kulturpolitisches Handeln liefern könnten (mit Ausnahme einer explorativen Studie der Autorin zum interkulturellen Audience Development von 2012/13 an sieben großen Kulturinstitutionen mit Mitteln des Kulturministeriums NRW).

Fazit

In Deutschland fehlen einerseits theoretisch fundierte Studien der kulturpolitischen Grundlagenforschung. Andererseits fehlt auf der Ebene der anwendungsorientierten Forschung ein breit aufgestelltes kulturpolitisches Monitoring mit einer kontinuierliche Kulturstatistik und regelmäßiger Bevölkerungsbefragung zu kulturellen Interessen und Nutzung von kulturellen Angeboten sowie zum Zusammenhang von Kulturnutzung, Bildung und sozialer Herkunft. In einer Gesellschaft, deren Bevölkerung sich stark verändert, wodurch sich auch kulturelle Präferenzen und Ansprüche an das öffentlich geförderte Kulturleben verändern, sollten solche Studien als eine öffentliche, nationale Dauer-Aufgabe verstanden werden., von der sowohl wissenschaftliche Forschung wie vor allem auch Kulturpolitik und Kulturinstitutionen profitieren könnten, wenn diese Daten öffentlich zugänglich und auch für andere Forscher nutzbar sind und wenn sie für die unterschiedlichen Praxisbedarfe aufbereitet werden.

Die von den o. g. Institutionen begonnene Bündelung, Archivierung, Kategorisierung und (praxisnahe) Aufbereitung von Forschungsergebnissen einer sehr diversen und disparaten Forschungslandschaft zu Kulturpublikum und Kulturvermittlung sollte weiter ausgebaut werden, auch in Richtung einer Beratungsleistung für die Kulturpraxis und Kulturpolitik.

Das gegenwärtige Stadium der Kulturpolitikforschung in Deutschland zeigt neben einem Mangel an finanziellen Mitteln für unabhängige Forschung Defizite in der Systematisierung der Forschungsfelder und in der Vernetzung darin forschender Wissenschaftler. Diese Defizite abzubauen ist eine Aufgabe, die nur von Politik, Praxis und Wissenschaft gemeinsam geleistet werden kann.

Die KuPoGe als Akteur mit langjähriger Erfahrung könnte ihre Rolle als Clearingstelle hierbei ausbauen.

Das gegenwärtige Stadium der Kulturpolitikforschung in Deutschland zeigt neben einem Mangel an finanziellen Mitteln für unabhängige Forschung Defizite in der Systematisierung der Forschungsfelder und in der Vernetzung darin forschender Wissenschaftler.

Diese Defizite abzubauen ist eine Aufgabe, die nur von Politik, Praxis und Wissenschaft gemeinsam geleistet werden kann.