

Karlsruher Geographische Umschau



Mittelzentren und Kultur in der Region Mittlerer Oberrhein

Baden-Baden: Stadttheater

Bruchsal: Badische Landesbühne

Ettlingen: kleine bühne ettlingen e. V.

Gesamtauswertung: Vergleich der drei Theaterstandorte

Bretten: Diskursanalyse über Kultur in der Covid-19-Pandemie

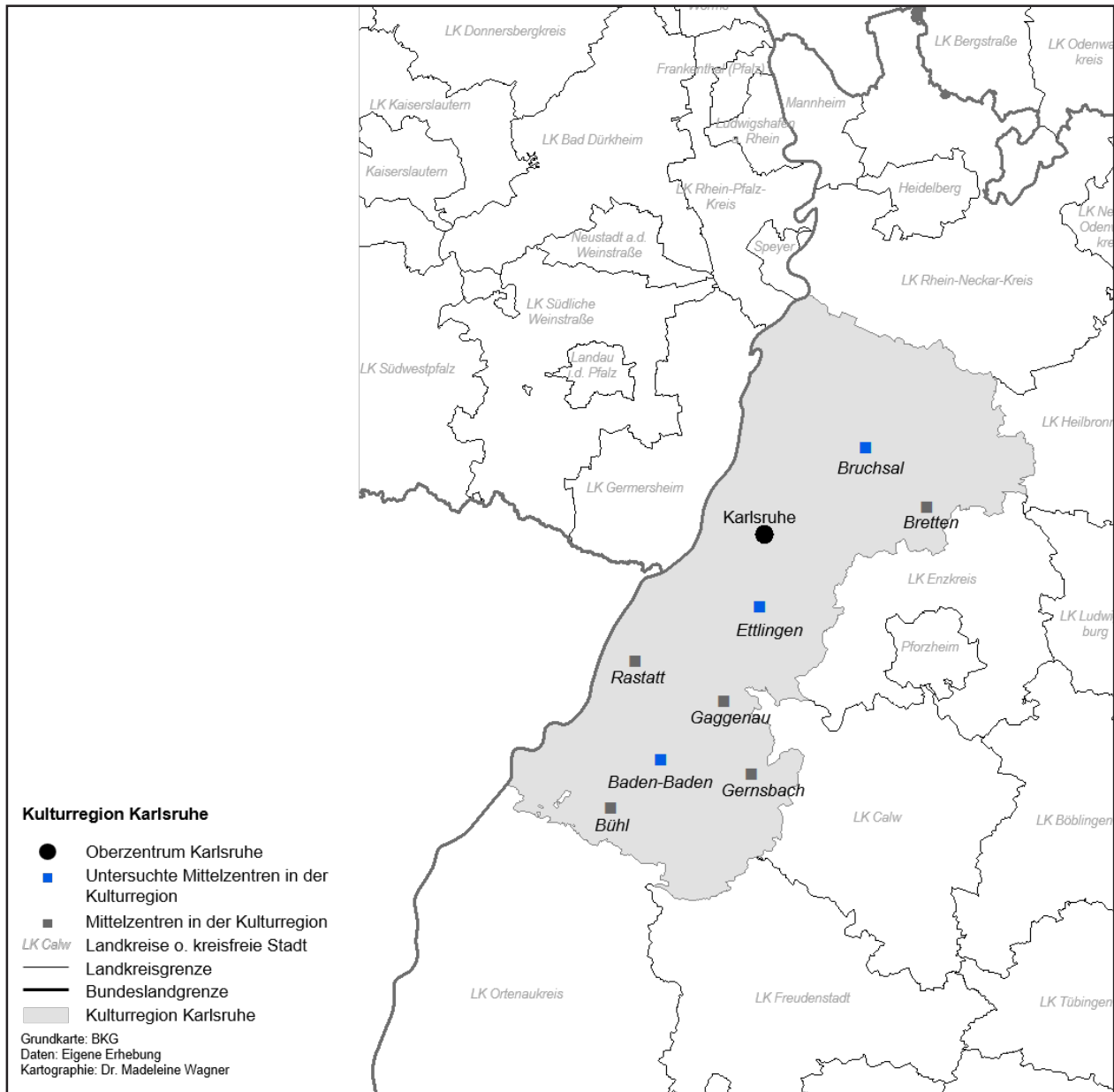


Abb. 1: Kulturregion Karlsruhe

Quelle: Eigene Darstellung durch Dr. Madeleine Wagner

Karlsruher Geographische Umschau

Kulturelle Infrastrukturen stellen als Teil der Daseinsvorsorge wichtige Orte der kulturellen Bildung und des sozialen Austauschs in Städten und Gemeinden dar. Während sich Studien zur kulturellen Ausstattung von Kommunen und zur Nutzung kultureller Einrichtungen durch die Bevölkerung meist auf einzelne großstädtische Zentren fokussieren, bleiben die vielfältigen, teilweise ehrenamtlich getragenen Angebote in Mittelzentren sowie die vielfältigen regionalen Vernetzungen der kulturellen Akteure eher unbeachtet. Mittelzentren allgemein gewährleisten in unterschiedlichen Funktionsbereichen eine Versorgung der Bevölkerung mit mittel- bis langfristigen Gütern. Im kulturellen Bereich zählen dazu beispielsweise Bibliotheken, Museen, Sportvereine und Einrichtungen der Erwachsenenbildung wie Volkshochschulen. Je nach Kontext finden sich auch weitere kulturelle Sparten wie professionell oder ehrenamtlich geführte Theater oder Lichtspielhäuser. Das Projektseminar nimmt kulturelle Infrastrukturen und die kulturellen Aktivitäten der Bevölkerung in ausgesuchten Mittelzentren der Region Mittlerer Oberrhein in den Blick. Diese KulturRegion Karlsruhe umfasst die Stadtkreise Karlsruhe und Baden-Baden sowie die Landkreise Karlsruhe und Rastatt (siehe Abb. 1). Ziel dieser verfassten Organisation ist es, Netzwerk- und Projektarbeit unter verschiedenen kulturellen Akteuren der Region anzustoßen und die kulturpolitischen Interessen der Region sowohl nach Innen als auch nach Außen zu vertreten. Neben den Großstädten leisten hierbei auch Mittelzentren einen wichtigen Beitrag für verschiedene Belange der kulturellen Daseinsvorsorge. Unsere Untersuchung adressiert unterschiedliche Fragestellungen, die sowohl für die KulturRegion Karlsruhe als auch für ihre einzelnen Mittelzentren von Interesse sind. Im Fokus der einzelnen Gruppenarbeiten der Studierenden stehen folgende Fragestellungen: Wie sehen die kulturellen Aktionsräume der regionalen Bevölkerung aus? Was veranlasst Menschen, kulturelle Einrichtungen in Mittelzentren zu besuchen, und wie nehmen Sie diese Angebote wahr? Inwiefern haben sich die Rahmenbedingungen und Organisationsformen kultureller Einrichtungen in Mittelzentren im Zuge der Corona-Pandemie verändert?

JAHRGANG
Februar 2025 | HEFT 1

MODERATION: Dr. Christoph Mager und
Dr. Madeleine Wagner

SCHRIFTFLEITUNG: Mara Orfanelli

Mittelzentren und Kultur in der Region Mittlerer Oberrhein

GREIPEL, HERRMANN, JUDT, LEUSMANN

7 Die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die kulturelle Infrastruktur in Baden-Baden

MAYER, MUMBACH, STIEGELE

19 Zwischen Bühne und Spielfeld

FRITZ, KEHRER, STOY, STURM

25 Attraktivität & Resilienz kultureller Einrichtungen in Ettlingen

BOMMEL, GROSS, KIOCK, KNOPF

35 Die Langstreckenläufer der Kultur. Ein Vergleich.

HAUPT, KRIEGER, RINGEISEN

45 Berichterstattung und Diskurs über Kultur in der Covid-19-Pandemie

55 Vorschau Heft 2/2025

Rückseite Impressum

Mittelzentren und Kultur in der Region Mittlerer Oberrhein

Von den Studierenden des Projektseminars im Winter 2023 und Sommer 2024 wurden hierzu neben einer standardisierten Besucherbefragung in Theatern der drei Mittelzentren Baden-Baden, Bruchsal und Ettlingen auch qualitative Interviews mit Expertinnen und Experten sowie eine Textanalyse der Tagespresse zum Thema „Kultur und Corona in Bretten“ durchgeführt. Zum Abschluss des Projektes wurden die Ergebnisse von den einzelnen Studiengruppen am 16. Juli 2024 im Rahmen einer Veranstaltung der KulturRegion Karlsruhe vorgestellt und unterschiedlichen Vertreterinnen und Vertretern der regionalen Kulturszene zur Diskussion gestellt. Unser Dank gilt hier insbesondere Dr. Volkmar Baumgärtner, Kulturmanager der KulturRegion, für sein Interesse an der Studie und die Möglichkeit, Räume im Haus der Region des Regionalverbands Mittlerer Oberrhein in Karlsruhe für diese Präsentation zu nutzen. Wir bedanken uns darüber hinaus bei den Vertreterinnen und Vertretern des Theaters Baden-Baden, der Badischen Landesbühne in Bruchsal und der kleinen Bühne in Ettlingen, welche die Befragungen in ihren Häusern ermöglicht und unterstützt haben.

Das neunte Heft aus der Reihe der „Karlsruher Geographischen Umschau“ (KGU) beschäftigt sich mit unterschiedlichen Fragestellungen zur Ausstattung und Nutzung kultureller Infrastrukturen in Mittelzentren der KulturRegion Karlsruhe und trägt zu einer differenzierten Sicht auf Aspekte kultureller Daseinsvorsorge bei. Wir freuen uns, die Ergebnisse des Forschungsprojektes hier in einzelnen studentischen Beiträgen veröffentlichen zu können. Unseren Leserinnen und Lesern wünschen wir eine anregende Lektüre zu kulturellen Angeboten, Gewohnheiten und Praktiken in regionalgeographischer Perspektive.

Dr. Christoph Mager und Dr. Madeleine Wagner



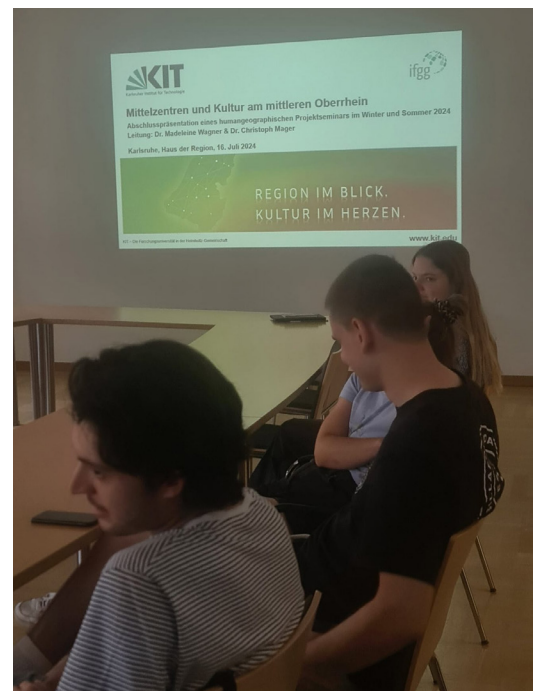
Abschlussveranstaltung

Foto: KulturRegion Karlsruhe



Ergebnispräsentation

Foto: KulturRegion Karlsruhe



Diskussionsrunde mit den Studierenden

Foto: KulturRegion Karlsruhe

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die kulturelle Infrastruktur in Baden-Baden

Herausforderungen und Perspektiven

Baden-Baden, die bekannte Kultur- und Kurstadt im Südwesten Deutschlands, ist ein markantes Beispiel für ein Mittelzentrum mit einer beachtlichen Anzahl kultureller Einrichtungen. Mit rund 58.200 Einwohnern und zahlreichen kulturellen Angeboten spielt die Stadt eine zentrale Rolle als Mittelzentrum in der Region. Die Corona-Pandemie hat die Welt in vielerlei Hinsicht verändert und insbesondere die Kultureinrichtungen vor große Herausforderungen gestellt. Von der erzwungenen Schließung während des Lockdowns bis hin zu langfristigen Anpassungen in Betrieb und Angebot standen die Kultureinrichtungen vor der Aufgabe, ihre Arbeitsweisen grundlegend zu verändern. Ziel ist es, nicht nur die Auswirkungen der Pandemie auf Kultureinrichtungen zu untersuchen, sondern auch wertvolle Erkenntnisse für die Entwicklung einer resilienten und nachhaltigen Kultur zu gewinnen.

Im Rahmen der folgenden Untersuchung erfolgt eine Analyse der Kultur von Mittelzentren. Diesbezüglich wird ein exemplarischer Fall betrachtet, wobei zudem die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die dortigen Kultureinrichtungen und deren kulturelle Infrastruktur untersucht werden. Mittelzentren sind Städte, die eine mittlere Versorgungsfunktion für ihr Umland übernehmen (Broll et. al., 2017). Zu den von ihnen bereitgestellten Dienstleistungen zählen weiterführende Schulen, medizinische Versorgung sowie spezialisierte Einkaufsangebote. Kulturell sind Mittelzentren durch Einrichtungen wie Theater, Museen, Kinos und Veranstaltungshallen gekennzeichnet, die über das Grundangebot kleinerer Städte hinausgehen und eine zentrale Rolle im kulturellen Leben der Region einnehmen. Durch die Corona-Pandemie waren kulturelle Einrichtungen in Mittelzentren gezwungen, Anpassungen vorzunehmen, um trotz erheblicher Einschränkungen ihren Betrieb aufrechtzuerhalten und weiterhin kulturelle Erlebnisse zu ermöglichen (Anders et. al., 2023).

Das Städtesystem Deutschlands weist eine Vielzahl von großen, mittleren und kleinen Städten auf und ist somit durch eine polyzentrale Struktur geprägt. Jede Stadt dient als Versorgungszentrum für ein Umland. Dieses System hat sich auch während der Corona-Pandemie als effektiv und widerstandsfähig erwiesen (BMWSB, 2020).

Die einzelnen Gemeinden werden raumplanerisch in Ober-, Mittel- und Grundzentren unterschieden. Die Oberzentren bilden die Spitze der hierarchischen Ordnung. Die Ausstattung der Einrichtungen soll einen spezialisierten und höheren Bedarf der Bevölkerung decken. In Oberzentren sollte die Einwohneranzahl größer 100.000 betragen. Die Mittelzentren weisen eine mittlere Versorgungsfunktion auf, das heißt, sie bieten wichtige Dienstleistungen und Einrichtungen, die über das Angebot kleinerer Orte hinausgehen, das umfassendere Angebote eines Oberzentrums jedoch nicht erreichen. Als typisch für Mittelzentren angesehene Einrichtungen sind weiterführende Schulen, eine Sport- und Großveranstaltungshalle, ein breit gefächertes Altenpflegeangebot, eine regionale

Verkehrsanbindung, ein Spektrum an Fachärzten etc. (Einig, 2015). In Baden-Württemberg liegt die Spanne bei ca. 18.000 bis 40.000 Einwohnerinnen und Einwohnern. Eine genaue Bevölkerungsgrenze ist nicht definiert, sodass eine Stadt auch mit mehr oder weniger Einwohnerinnen und Einwohnern als Mittelzentrum eingestuft werden kann. Maßgeblich ist dabei die Erfüllung der entsprechenden zentralörtlichen Funktionen für das jeweilige Umland (Oberle, 2017).

Die Grundzentren liegen auf der untersten Hierarchiestufe dieses Modells und implizieren die Deckung der alltäglichen Grund- und Nahversorgung. Darüber hinaus sollte ein Grundzentrum eine Bevölkerungsanzahl von mindestens 5.000 Einwohnern aufweisen (Einig, 2015). Die Einwohnerzahl der verschiedenen Versorgungszentren kann jedoch von Bundesland zu Bundesland variieren (Oberle, 2017).

Jedes Zentrum deckt somit unterschiedliche Funktionen ab. Der Schwerpunkt der folgenden Arbeit liegt auf der kulturellen Ausstattung, die zentrale Aufgabe von Mittelzentren ist.

Der Artikel nimmt hierbei Baden-Baden als Beispiel für ein Mittelzentrum in der Kulturregion Karlsruhe in den Blick. Die Stadt römischen Ursprungs ist bekannt als internationaler Tourismus- und Kongressstandort und wird als Gesundheits- und Kulturstadt proklamiert. Zudem wird sie heute auch als ‚Kurstadt‘ bezeichnet. Mit einer Einwohnerzahl von etwa 58.200 (Stand 31.12.2023) und einer Vielzahl an Dienstleistungen und Funktionen zählt Baden-Baden als Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion. Das bedeutet, dass Baden-Baden über die mittelzentralen Funktionen hinaus ergänzende Funktionen eines Oberzentrums erfüllt, ohne aber den vollständigen Umfang dieser und die Einwohnerzahl eines Oberzentrums zu erreichen (Einig, 2015; Poetschki, 2012). Kulturell bietet Baden-Baden das breit gefächerte Angebot an kulturellen Funktionen, welches ein Mittelzentrum erfüllen sollte. Dieses Angebot reicht von Kinos, Theatern, dem Festspielhaus, der Philharmonie und dem Kurhaus bis hin zu Galerien und verschiedensten Museen wie dem Frieder-Burda-Museum (Stadtverwaltung Baden-Baden, o.J.).

Durch die Corona-Pandemie der Jahre 2020 bis 2023 waren auch die kulturellen Einrichtungen in Baden-Baden von Einschränkungen betroffen. Im Januar 2020 wurde in Deutschland der erste Coronafall gelistet und bereits zwei Monate später kam der erste Lockdown, der mit vielen Ein-

schränkungen im sozialen Bereich verbunden war. Infolge der Pandemie und des damit verbundenen Lockdowns sahen sich kulturelle Einrichtungen wie Kunstgalerien bis hin zu Theaterstätten gezwungen, ihre Arbeitsweisen und -prozesse anzupassen, um die Erfüllung der Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen sowie die Eindämmung des Virus zu gewährleisten (WiWo, 2022; RKI, 2020).

Hier setzt die Untersuchung an und nimmt das Ausmaß der Corona-Pandemie auf die Kultureinrichtungen in Baden-Baden in den Blick, um Kenntnisse zu gewinnen, die für die Entwicklung widerstandsfähiger und zukunftsfähiger Kulturpolitik von Relevanz sind. Des Weiteren verfolgt die Untersuchung das Ziel, das Verhalten der Besucherinnen und Besucher des Theaters Baden-Baden in Bezug auf ihr soziales Engagement im Privatleben, ihre Anreise zum Theater sowie ihre generelle Zufriedenheit mit beispielsweise der Erreichbarkeit des Theaters zu analysieren.

Die Forschungsarbeit beginnt mit dem Stand der Forschung, der für die folgende Arbeit relevant ist. Im Anschluss erfolgt eine Erläuterung der verwendeten Methodik, Datenerhebung und -auswertung. Darauf aufbauend wird die Analyse der Ergebnisse vorgenommen. Danach werden die Themen der Resilienz und der Zukunftsaussichten anhand von Bewältigungsstrategien genauer betrachtet und nachfolgend die Herausforderungen und Chancen für die Zukunft der Kultureinrichtungen behandelt. Abschließend werden die Ergebnisse in einem Fazit zusammengefasst und diskutiert.

Kultur und Corona

Kunst und Kultur bereichern das Leben unabhängig von Alter, Herkunft oder Wohnort. Sie leisten einen Beitrag zum gesellschaftlichen Zusammenhalt und stellen Orte der Begegnungen und des Austauschs zwischen den Generationen, ebenso wie zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen dar. Kultur bietet somit eine geistige Heimat, stiftet Identität, schafft Gemeinschaft und prägt damit das gesellschaftliche Zusammenleben. Daneben leistet kulturelle Bildung einen Beitrag zur Demokratieförderung. Dies sind alles Gründe, warum die Städte und Gemeinden die vielfältigen kulturellen Angebote vor Ort schaffen, erhalten und unterstützen sollten. Obwohl Kultureinrichtungen oft selbst verwaltet sind und ehrenamtlich gestaltet werden, stehen die Städte und Gemeinden in der Pflicht, Kulturangebote als festen Bestandteil der kommunalen Daseinsvorsorge zu fördern

(Kunst und Kultur als Lebensnerv, 2010).

Durch die Funktion eines Mittelzentrums erhält Baden-Baden die Aufgabe, den periodischen Bedarf der eigenen Stadt sowie des Umlandes zu decken. Dazu zählen auch die kulturellen Angebote, die eine hohe Wichtigkeit für einige Bereiche des Lebens haben (Einig, 2015).

Diese Bedeutung von kulturellen Einrichtungen in Mittelzentren hat sich in den vergangenen Jahren durch die Corona-Pandemie verändert. Die Pandemie beeinträchtigte nahezu alle Lebensbereiche der Menschen. Ein davon betroffener Bereich ist der Kultursektor. Aufgrund der schnellen Ausbreitung des Virus und der rasch ansteigenden Infektionszahlen wurde Deutschland zum Handeln gezwungen. Deshalb wurden im März 2020 kulturelle Einrichtungen wie Museen, Theater, Konzertsäle und Kinos geschlossen, um die Ausbreitung des Virus einzudämmen. Diese mussten ihren Betrieb zunächst komplett stilllegen, was in erheblichen finanziellen Einbußen, Unterbrechungen von künstlerischen Projekten sowie fehlendem Einkommen von Künstlerinnen und Künstlern resultierte (Reuband, 2021). Durch die zeitweiligen Schließungen und die Einschränkungen des kulturellen Angebots ist der allgemeine Stellenwert von Kultur in der Bevölkerung gestiegen (Baecker, o. J.).

Auch nach dem erneuten Öffnen der Einrichtungen konnte der Betrieb nicht wie vor der Pandemie durchgeführt werden. Die Hygienemaßnahmen, die zwischen den Bundesländern variierten und sich auch innerhalb der Pandemiezeit mehrmals wandelten, veränderten die allgemeinen Bedingungen eines Kulturbesuches. Die eingeführten Abstandsregeln sorgten beispielsweise dafür, dass nur eine eingeschränkte Personenanzahl an den Veranstaltungen teilnehmen konnte. Daneben beeinträchtigten die Schutzmaßnahmen auch während der Veranstaltung das Kulturerlebnis für viele Besucherinnen und Besucher. Die Einrichtungen arbeiteten daher vermehrt an Lösungen, um trotz der erschwerten Bedingungen ein möglichst gutes Angebot zur Verfügung stellen zu können (Allmanritter, 2023; Reuband, 2021).

Der erneute Lockdown im Winter 2020 zwang die Kultureinrichtungen zur erneuten Schließung und zum Einstellen ihres Betriebes. Wie sich die Pandemie weiterentwickeln würde, war zu diesem Zeitpunkt ungewiss, ebenso, wie die damit einhergehenden Regelungen mit ihren Auswirkungen auf die Kulturschaffenden. Daher mussten neue Möglichkeiten gefunden werden, auch während des

Lockdowns Angebote zu kreieren, die für das Publikum attraktiv und ohne Betreten der Einrichtungen zugänglich sind. Dazu gehörten virtuelle Ausstellungen, Online-Konzerte, Live-Streaming von Theateraufführungen und digitalisierte Sammlungen von Museen (Allmanritter, 2023; Vaih-Baur & Pietzcker, 2022).

Daneben war zu der Zeit der Umgang mit der Finanzierung, um eine Schließung der Einrichtungen zu umgehen, ein zentrales Thema. Einige Regierungen verschiedener Bundesländer haben deshalb finanzielle Unterstützungspakete für den Kultursektor bereitgestellt, um Kultureinrichtungen und Kulturschaffende während der Krise zu unterstützen. Diese Unterstützung reichte von direkten Zuschüssen und Darlehen bis hin zu steuerlichen Erleichterungen und anderen Formen der finanziellen Hilfe (Reuband, 2021).

Methodisches Vorgehen

Zur Analyse der Kultur im Mittelzentrum Baden-Baden wurde eine quantitative Fragebogenstudie durchgeführt. Dieses Verfahren dient dem Zweck, möglichst eindeutige Antworten auf die Forschungsfragen zu erhalten sowie eine bessere Vergleichbarkeit der Ergebnisse gewährleisten zu können.

Die Befragung wurde mittels standardisierter Fragebögen mit geschlossenen, halboffenen und offenen Fragen durchgeführt. Ausgeführt wurde der Befragungsprozess im Stadttheater Baden-Baden im Zeitraum vom 9. Februar 2024 bis 22. März 2024 an den jeweiligen Aufführungstagen unterschiedlicher Theaterstücke.

An den jeweiligen Nachmittagen oder Abenden, vor der jeweiligen Veranstaltung und in den Pausen, wurden Probandinnen und Probanden zufällig ausgewählt und mittels des paper-and-pencil-Verfahrens befragt. Anschließend wurden die Daten in Excel mithilfe eines Kodierschemas überführt und zuletzt mittels des Software-Programmes SPSS deskriptiv ausgewertet (Bahrenberg et al., 2017).

Neben der standardisierten Befragung fand ein qualitatives Experteninterview statt, bei dem die Geschäftsführerin des Festspielhauses in Baden-Baden befragt wurde. Dabei wurden offene Fragen gestellt, die sich vorwiegend auf die Corona-Pandemie konzentrierten. Dadurch wurden detaillierte Aussagen über die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Infrastruktur der Kultureinrichtungen erfasst. Daher wurde eine Methodentriangulation vorgenommen, das heißt, es wurden sowohl

qualitative als auch quantitative Methoden eingesetzt, um ein möglichst umfassendes Bild der Fragestellung zu erhalten (Bahrenberg et al., 2017).

Datenauswertung

Mithilfe eines qualitativen Interviews und des quantitativen Fragebogens wird die erste Hypothese „Die Corona-Pandemie hat in Kultureinrichtungen in Baden-Baden zur verstärkten Digitalisierung der Angebote und der Organisation geführt“ genauer betrachtet. Das Interview fand am 29. April 2024 mit der Geschäftsführerin des Festspielhauses in Baden-Baden, Dr. Ursula Koners, online statt.

Koners berichtete, dass im Festspielhaus die Digitalisierung durch Corona beschleunigt werden musste, wobei dies unter dem Gesichtspunkt der Strategie des Geschäftsmodells erfolgte. Zudem wurde durch den Lockdown als Folge der Corona-Pandemie das professionelle Streamen zur Kunden- und Spendenbindung herangezogen. Das Online-Streamen wurde auch im Stadttheater Baden-Baden angeboten und stieß auf gemischte Reaktionen bei den Besucherinnen und Besuchern, wie aus den quantitativen Befragungen hervorging. Dennoch war dies für viele Zuschauerinnen und Zuschauer eine schöne Alternative, die Kultureinrichtungen zu unterstützen. Weitere digitale Möglichkeiten wurden durch die Pandemie entdeckt, so berichtete Koners, dass es „Videorecordings [und] digitale Recordings . . . immer schon [gab]. Aber so richtig professionell zu streamen, [wurde] dann tatsächlich zur Kundenbindung und zur Spenderbindung während des Lockdowns [begonnen]“ (Geschäftsführerin im Festspielhaus Baden-Baden).

Auch Workshops, die beispielsweise die Zukunft des Festspielhauses thematisierten, wurden digital angeboten. Generell mussten dort die Rahmenbedingungen erst einmal geschaffen werden, um das digitale Angebot barrierefrei empfangen zu können. Eine weitere digitale Veränderung durch die Corona-Pandemie war die Umstellung auf digitale Eintrittskarten und Eintrittskartenscanner. Koners erklärte, dass die Digitalisierung in diesem Feld nicht mit offenen Armen empfangen, sogar als verpönt angesehen wurde. Sie war jedoch davon überzeugt, dass dies eine Möglichkeit sei, die Besuchszahlen besser messen zu können. Dies umfasst den Zeitpunkt des Kommens, die Anzahl der Besucherinnen und Besucher sowie die sogenannte not-sure-rate, also den Anteil der Theaterbesuche-

rinnen und -besucher, die unsicher sind, ob sie die Veranstaltung tatsächlich besuchen werden. Außerdem wurde an den Sektkäufen auf Kartenzahlung umgestellt, um die Hygienevorschriften der Pandemie einzuhalten.

Des Weiteren sei das Festspielhaus in der Organisation durch die Pandemie viel bewusster und schneller vorangeschritten. Zudem stieg der Anteil der Online-Käufe stark an. Koners erklärte:

„Also wir [sind] auch . . . viel aktiver auf den sozialen Medien [geworden] und der Anteil der Online-Käufe ist enorm gestiegen im Vergleich zu vor Corona. Aus verschiedensten Gründen, aber ein Grund ist eben auch, dass die Leute kurzfristiger kaufen, nicht mehr zwingend telefonieren wollen.“ (Geschäftsführerin im Festspielhaus Baden-Baden)

So kommen die Besucherinnen und Besucher auch einfacher an Eintrittskarten. Im Allgemeinen sieht Koners die Corona-Pandemie als Chance, auch heute noch Neukunden zu gewinnen und sie besser kennenzulernen. Koners meinte zudem, dass das digitale Marketing-Thema für das Festspielhaus an Bedeutung noch stark zunehmen wird.

Die Corona-Pandemie bot auch im Hinblick auf die Möglichkeit des Homeoffice eine Chance, sich weiterzuentwickeln. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Festspielhauses haben seit Beginn des Lockdowns die Möglichkeit, ihre Arbeit zu Hause zu erledigen. Dies ist durch den Umstieg auf Laptops anstelle von PCs möglich. Auch wenn nicht alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Homeoffice arbeiten können, da manche Arbeiten nur vor Ort erledigt werden können, wird die Möglichkeit von denjenigen, die sie haben, ein- bis zweimal wöchentlich genutzt.

Koners sah die Bereitschaft der Besucherinnen und Besucher, das digitale Angebot des Festspielhauses während des Lockdowns zu nutzen, kritisch. Sie bestätigte, dass die Präsenzveranstaltungen bevorzugt werden, da „das drumherum passt“ (Geschäftsführerin im Festspielhaus Baden-Baden), d.h. die Besucherinnen und Besucher wollen den Charme des Festspielhauses in der Realität genießen und nicht auf dem Sofa, vor dem Laptop oder Fernseher sitzen und sich das Spektakel in Jogginghose und mit der Chipstüte in der Hand ansehen.

Um ihre Aussage zu untermauern und gleichzeitig aufzudecken, ob sich der Punkt auch auf andere Kultureinrichtungen übertragen lässt, werden die quantitativen Umfragen im Theater Baden-Baden zu dieser Hypothese herangezogen.

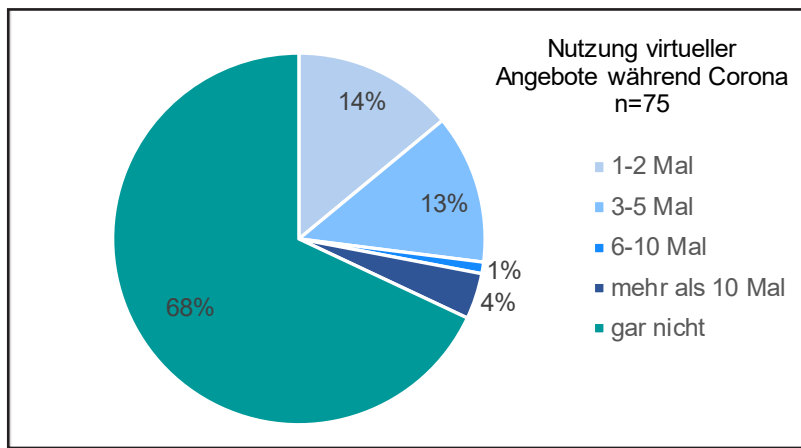


Abb. 1: Wie oft haben Sie in den Jahren 2020 bis 2022 bezahlte virtuelle Kulturangebote genutzt? (n=75)

Quelle: Eigene Darstellung

Die Antworten der quantitativen Umfragen auf die Frage, ob die Befragten bezahlten virtuellen Kulturangebote in der Coronazeit von 2020 bis 2022 genutzt hatten, bestätigen Koners Aussage.

Im Folgenden wird die Anzahl der Befragten, die das virtuelle Angebot während der Corona-Pandemie genutzt beziehungsweise nicht genutzt haben, näher betrachtet.

Von 75 befragten Probandinnen und Probanden nutzten 51 das virtuelle Angebot nicht, zehn nutzten es ein bis zweimal, neun drei bis fünfmal, einer sechs bis zehnmal und drei mehr als zehnmal. Eine Probandin oder ein Proband hat keine Angabe dazu gegeben (vgl. Abbildung 1).

Ein möglicher Grund dafür, dass das kostenpflichtige virtuelle Angebot während der Pandemie nicht genutzt wurde, könnte sein, dass die Besucherinnen und Besucher den Charme des Theaters bevorzugen, wie Koners bereits festgestellt hat. Weiterer möglicher Grund könnten die technischen Hürden vor allem für die ältere Generation sein. Oder auch die Erschöpfung durch die Bildschirmzeit im Alltag oder bei der Arbeit, so dass keine Energie mehr übrigbleibt, um virtuelle Theaterangebote wahrzunehmen.

Im Großen und Ganzen decken sich die Ergebnisse der Frage in der quantitativen Befragung (vgl. Abbildung 1) mit Koners Aussage, dass sie die Bereitschaft der Besucherinnen und Besucher, das digitale Angebot des Festspielhauses während des Lockdowns zu nutzen, kritisch sah.

Probandinnen und Probanden, die das Angebot wiederum nutzten, beschrieben es als gute Alternative für ältere Menschen und als nützlich, unterhaltsam und abwechslungsreich. Andere beschrieben es als akzeptabel und als Notlösung bis hin zu schwer verständlich und als schlecht (vgl. Abbil-



Abb. 2: Die Meinung der Befragten zum virtuellen Angebot.

Quelle: Eigene Darstellung

dung 2). Die Bewertungen von bezahlten virtuellen Kulturangeboten der Probandinnen und Probanden sind gespalten, doch steht fest, dass die digitalen Angebote der Kultureinrichtungen während der Corona-Pandemie wenig genutzt wurden, was sich mit den oben genannten Aussagen von Koners deckt.

Die Beantwortung der oben genannten Hypothese kann jedoch nur verallgemeinernd durch das qualitative Interview mit der Geschäftsführerin des Festspielhauses beantwortet werden. Demnach lässt sich sagen, dass die Corona-Pandemie in der untersuchten Kultureinrichtung zu einer verstärkten Digitalisierung und Organisation geführt hat. Ob dies jedoch überall der Fall ist, kann nicht bestätigt werden.

Um nicht nur die Auswirkungen der Corona-Pandemie zu untersuchen, sondern auch die Kultur in Mittelzentren, werden nun speziell die quantitativen Umfragen genauer betrachtet. Für die Hypothese „Je besser die Verkehrsanbindung zu den kulturellen Einrichtungen, desto weitere Strecken nehmen die Besucherinnen und Besucher für den Besuch der Kultureinrichtung auf sich“ wird die Verkehrsmittelwahl für den Weg zum Theaterbesuch, die Bewertung der Erreichbarkeit, beziehungsweise der Anbindung, und der Parkmöglichkeiten, die Postleitzahl des Erstwohnsitzes und die Orte der letzten fünf Besuche von Kultureinrichtungen betrachtet. Die Orte der letzten fünf Besuche von Kultureinrichtungen sind nicht ausschlaggebend für die Beantwortung der Hypothese, jedoch zeigen sie einen interessanten Exkurs, was die Menschen in Baden-Baden besucht haben, wenn sie angereist sind, und wie groß der Radius der genutzten Angebote ist (Prideaux, 2000).

Zuerst einmal wird die Wahl der Verkehrsmittel

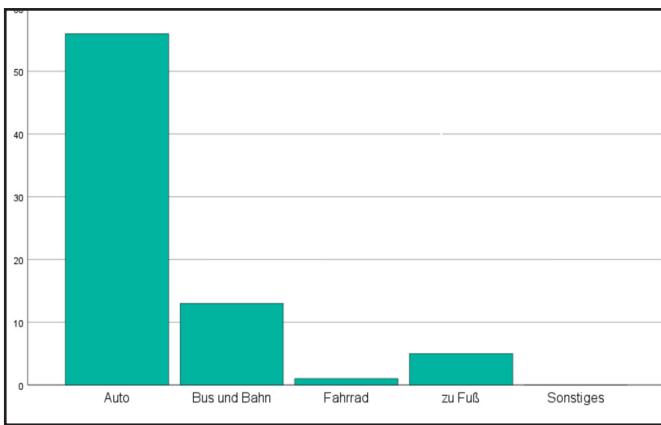


Abb. 3: Wie sind Sie heute hierhergekommen? (n=75)

Quelle: Eigene Darstellung

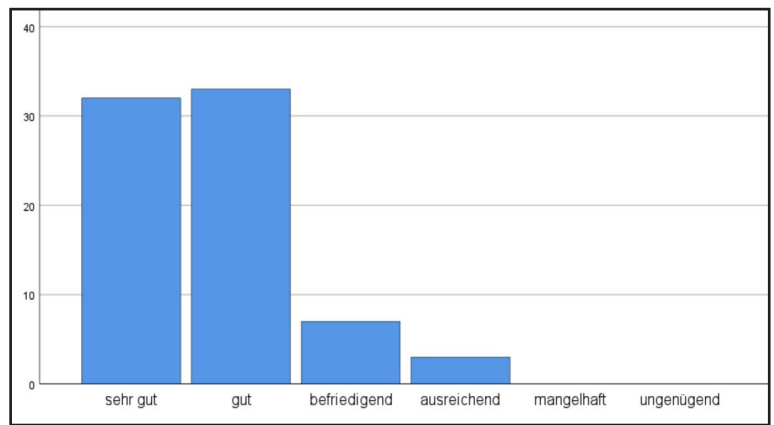


Abb. 4: Wie bewerten Sie die Erreichbarkeit des Theaters? (n=75)

Quelle: Eigene Darstellung

der Anreisenden betrachtet. Von insgesamt 75 befragten Probandinnen und Probanden sind 56 mit dem Auto zum Theater gefahren, 13 mit dem Bus oder der Bahn, eine oder einer mit dem Fahrrad und fünf zu Fuß (vgl. Abbildung 3). Dies deutet bereits darauf hin, dass das Theater sehr gut mit dem Auto zu erreichen ist, da die deutliche Mehrheit der Befragten mit dem Auto angereist ist. 13 Befragte, die die öffentlichen Verkehrsmittel genutzt haben, zeigen, dass das Theater auch mit dem ÖPNV gut erreichbar ist und somit eine attraktive Anbindung für Personen bietet, die kein eigenes Auto besitzen, direkt in Baden-Baden wohnen oder auch aus sonstigen Gründen nicht mit dem Auto fahren möchten.

Wird nun die Bewertung der Besucherinnen und Besucher bezüglich der Erreichbarkeit des Theaters genauer untersucht, deckt sich das mit den genannten Vermutungen.

Die Erreichbarkeit, beziehungsweise die Anbindung bewerteten 32 Probandinnen und Probanden mit der Schulnote 1, 33 mit der Schulnote 2, sieben mit der Schulnote 3 und drei mit der Schulnote 4 (vgl. Abbildung 4). Dies bestätigt die Aussage der Verkehrsmittelwahl, dass das Theater Baden-Baden gut mit dem Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen ist, da die meisten auf diese Weise zum Theater gekommen sind und die Erreichbarkeit überwiegend mit sehr gut und gut bewertet wurde.

Ein weiterer Aspekt, der für die Hypothese untersucht wird, ist die Bewertung der Parksituation.

Die Einschätzungen der Parkmöglichkeiten fielen unterschiedlich aus. 24 Probandinnen und Probanden vergaben die Schulnote 1, 29 die Schulnote 2, zehn wussten über die Parkmöglichkeiten nicht Bescheid, sieben gaben die Schulnote 3, zwei vergaben die Schulnote 4 und drei die Note 6. Dies kann wiederum mit der guten Erreichbarkeit des

Theaters in Verbindung gebracht werden, da die meisten Befragten die Parksituation mit den Schulnoten 1 und 2 bewerteten und die meisten auch mit dem Auto angereist waren. Die Schulnoten 4 und 6 ergeben sich vermutlich aus dem allgemeinen Verkehrsaufkommen in Baden-Baden, da in diesem Zeitraum auf der Hauptstraße zum Theater viele Baustellen waren und der Weg zum Parkhaus durch die Baustelle somit erschwert wurde. Vermutlich kommt es aber auch darauf an, wie gut man sich in Baden-Baden auskennt. Grundsätzlich lässt sich bereits anhand der drei Aspekte ein Zusammenhang erkennen, dass das Theater vor allem mit dem Auto gut erreichbar ist, was sich an der hohen Zahl des Autos als Anreisemittel, der positiven Bewertung der Erreichbarkeit und der Parkmöglichkeiten zeigt.

Bei der Abfrage der Postleitzahl des Erstwohnsitzes fiel mehr als 20-mal die Postleitzahl Baden-Badens, 76530, mit Umgebung. Orte wie Bühl, Sinzheim, Gaggenau, Gernsbach, Rastatt und Karlsruhe wurden genannt, die eine durchschnittliche Autofahrtzeit nach Baden-Baden von unter 30 Minuten haben. Doch auch Orte, wie Berlin, Norderney, Schwäbisch Gmünd, Albstadt, Tübingen und Heidelberg wurden genannt. Die Spannweite der Erstwohnsitze ist daher relativ weit. Norderney mit etwa acht Stunden Fahrtzeit und Berlin mit fast sieben Stunden Fahrtzeit, stehen im starken Kontrast zu den häufig genannten Postleitzahlen Baden-Badens und Umgebung. Das zeigt wiederum, dass die Besucherinnen und Besucher teilweise weite Strecken zurückgelegt haben, um das Theater in Baden-Baden zu besuchen.

Werden die genannten Aspekte nun in Relation zueinander genauer betrachtet, ist festzustellen, dass die Verkehrsanbindung in Baden-Baden, besonders mit dem Auto, leicht zugänglich zu sein

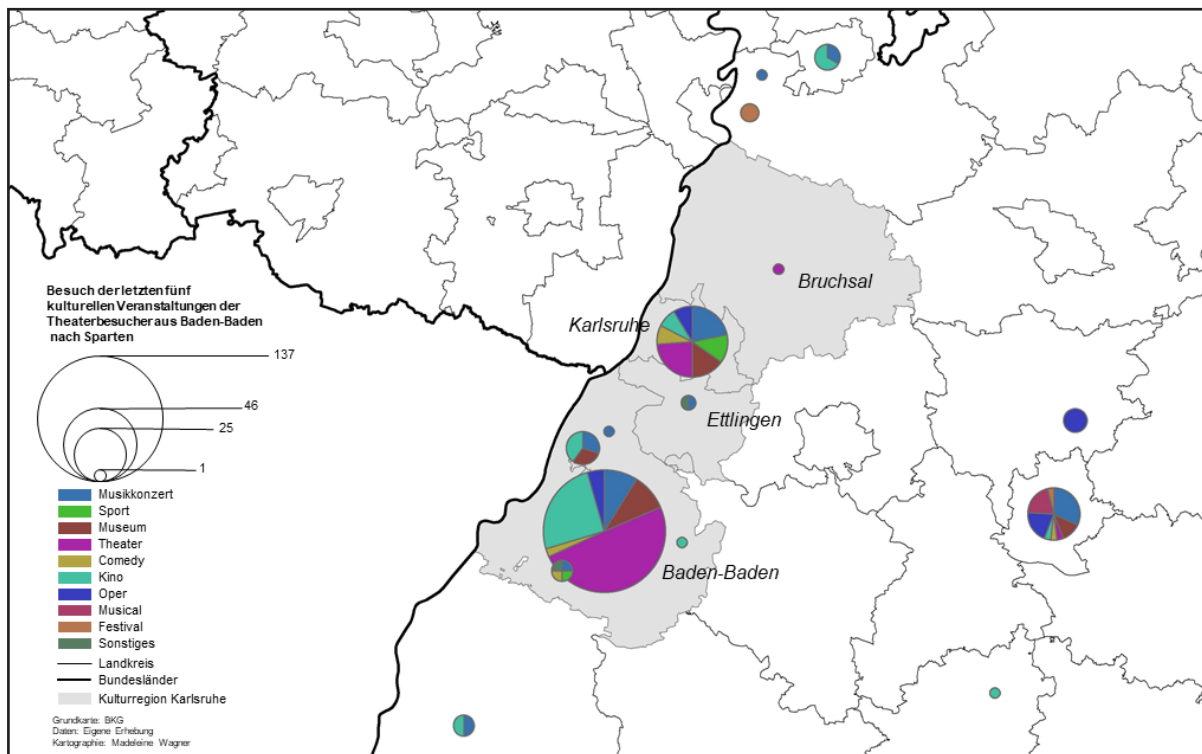


Abb. 5: Orte der letzten fünf Besuche von Kultureinrichtungen.

Quelle: Eigene Darstellung durch Dr. Madeleine Wagner

scheint, unter anderem auch darum, da die meisten Besucherinnen und Besucher mit dem Auto kommen. Das unterstreicht die positive Bewertung der Erreichbarkeit, beziehungsweise der Verkehrsanbindung deutlich. Ebenso lässt die größtenteils positive Benotung der Parkmöglichkeiten darauf schließen, dass viele Besucherinnen und Besucher eine weite Strecke auf sich nehmen, um die Veranstaltungen des Theaters zu besuchen, was die Hypothese in Bezug auf das Theater Baden-Badens bestätigt.

Die in der obigen Karte dargestellten Orte der letzten fünf Besuche und die jeweiligen Einrichtungstypen zeigen, dass der Radius der von den Befragten genutzten Angebote überwiegend regional ist. Sie nutzen das breite Programm Baden-Badens von Comedyshows, Kinos, Konzerten, Opern, Museen und Theatern. Einige der Probandinnen und Probanden besuchten darüber hinaus auch kulturelle Angebote im Oberzentrum Stuttgart, das den Branchen Musicalaufführungen, Opern und Konzerten zugeordnet werden kann. Im Oberzentrum Karlsruhe besuchten die Befragten vor allem Konzerte, Theater, Museen und Sportveranstaltungen. Karlsruhe als nächstgelegenes Oberzentrum mit guter Verkehrsanbindung und direktem Autobahnanschluss bietet für viele Besucherinnen und Besucher eine willkommene Alternative für Kulturbesuche. Innerhalb der KulturRegion bietet

Karlsruhe mit dem Staatstheater eine gute Anbindung zu Oper, Ballett und Konzerten in größerem Rahmen, was man auch anhand der Größe des Diagramms in der obigen Grafik sehen kann (vgl. Abbildung 5). Jedoch gibt es auch viele kulturbegeisterte Personen, die weitere Strecken zurücklegen, um bestimmte Kulturangebote wahrnehmen zu können. Beispielsweise reisten Probandinnen und Probanden nach Hamburg, um die Musicals dort zu erleben. Andere nahmen auch weitere Strecken zu Orten im Ausland auf sich, wie Verona, Pompeji, London oder Paris. Vereinzelt wurden auch Kulturbesuche in den Niederlanden und Chile als Reisegrund angegeben. Anhand der Umfrage ist zu sehen, dass viele kulturinteressierte Personen auch gerne an Orte reisen, um verschiedene Kulturveranstaltungen zu besuchen. Dennoch lässt sich feststellen, dass auch die Kulturangebote in der Umgebung eine schnelle und gute Lösung sind, wenn man im Alltag nicht auf Kultur verzichten möchte.

Für die Auswertung der letzten Hypothese „Personen, die sich privat sozial engagieren, besuchen häufiger Kultureinrichtungen als Personen mit geringem sozialem Engagement“, ist es relevant, die Häufigkeit der Theaterbesuche im Zusammenhang mit dem sozialen Engagement der Besucherinnen und Besucher zu betrachten (vgl. Tabelle 1). Dazu wird die allgemeine Besuchshäufigkeit von kulturellen Veranstaltungen der befragten Personen

		Engagement in kulturellen Einrichtungen			
		kein Engagement	beruflich	ehrenamtlich	gesamt
Besuchshäufigkeit von kulturellen Einrichtungen	wöchentlich oder häufiger	10%	67%	27%	21%
	2-3 Mal pro Monat	36%	17%	59%	42%
	1 Mal pro Monat	41%	17%	5%	27%
	seltener als 1 Mal pro Monat	13%		9%	10%

Tabelle 1: Die Besuchshäufigkeit der Befragten von kulturellen Veranstaltungen in Bezug auf ihr Engagement in kulturellen Einrichtungen.

Quelle: Eigene Darstellung

pro Monat und ihre mögliche Tätigkeit in sozialen oder kulturellen Einrichtungen herangezogen. 23 Probandinnen und Probanden gaben an, dass sie einmal wöchentlich oder häufiger kulturelle Veranstaltungen besuchen. 29 Personen, nehmen zwei bis dreimal pro Monat an kulturellen Veranstaltungen teil, 15 Personen einmal pro Monat und acht seltener als einmal im Monat. Demnach besuchen knapp 70% der befragten Personen häufig kulturelle Angebote.

Die Probandinnen und Probanden, die sich privat nicht engagieren, besuchen zu 46% häufig (zwischen zwei- bis dreimal oder mehr pro Monat) und zu 54% einmal pro Monat oder weniger kulturelle Veranstaltungen. So halten sich häufige und weniger häufige Besuche bei den Personen ohne privates Engagement in etwa die Waage. Bei den befragten Probandinnen und Probanden mit einem sozialen oder kulturellen Engagement ist der Unterschied größer. Bei ihnen wurde eine weitere Unterteilung vorgenommen, und zwar in eine Gruppe der beruflich Tätigen und eine Gruppe der ehrenamtlich Tätigen. Bei den Personen mit einer beruflichen Tätigkeit im sozialen oder kulturellen Bereich besuchen 83% kulturelle Angebote häufig (zwei- bis dreimal oder mehr pro Monat) und 17% einmal pro Monat. Ähnlich ist es bei den ehrenamtlich Tätigen. Unter ihnen besuchen 86% häufig als einmal pro Monat kulturellen Veranstaltungen und 14% einmal pro Monat oder weniger. Demnach lässt sich feststellen, dass zwischen der Häufigkeit

der Besuche kultureller Veranstaltungen und dem privaten kulturellen oder sozialen Engagement ein positiver Zusammenhang besteht. Personen mit einer beruflichen oder ehrenamtlichen Tätigkeit in den genannten Bereichen tendieren dazu, häufiger diese Art der Angebote in Anspruch zu nehmen als Personen, die keine soziale oder kulturelle Tätigkeiten ausführen.

Bewältigungsstrategien der Kultureinrichtungen

Die Probleme, die die Corona-Pandemie für die Kultureinrichtungen mit sich brachten und auf die je nach Ausmaß reagiert wurde, waren vielfältig und variierten je nach Zeitpunkt. Die Zeitspanne der Pandemie lässt sich in drei Phasen unterteilen. Zu Beginn fand der vollständige Lockdown statt, während dessen es sowohl den Kulturschaffenden als auch dem Publikum nicht gestattet war, die Einrichtungen zu besuchen. In dieser Phase ging es primär darum, auf die neue Situation zu reagieren und das Überleben der Einrichtungen zu sichern, indem beispielsweise Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Kurzarbeit geschickt wurden. Die gesamte Organisation der jeweiligen Einrichtung musste umgestellt werden (Pusch & Seifert, 2023). Daher wurden neue Modelle entwickelt, um trotz des Wegfalls der Einnahmen durch Eintritte die notwendigen Mittel zu erwirtschaften. Es wurden beispielsweise Workshops für externe Firmen angeboten, in denen verschiedene Schulungen zu

unterschiedlichen Themen stattfanden. Außerdem wurde mit der Digitalisierung des gesamten Systems begonnen. Der erste Schritt bestand darin, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Medien wie PCs auszustatten, die eine Fernkommunikation ermöglichten. Der Umgang mit den für manche neuen Medien musste jedoch erst erlernt werden. Es galt, den Kontakt zwischen den Kolleginnen und Kollegen trotz vermehrtem Homeoffice aufrechtzuerhalten. Zu diesem Zweck wurden Plattformen wie Zoom genutzt, die es den Kulturschaffenden ermöglichten, den Kontakt Face-to-Face aufrechtzuerhalten, wenn auch nur über die Kamera (Bianchi-Weinand & Wannöffel, 2022).

In der zweiten Phase wurden die Kultureinrichtungen langsam wieder geöffnet, allerdings mit einigen Einschränkungen, was die Besucheranzahl und die Hygienerichtlinien betraf. Um die Hygienevorschriften vor Ort besser einhalten zu können, wurde in den meisten Fällen auf modernere Methoden umgestellt, sofern dies nicht bereits vor Corona in Bezug auf Bezahlung und Kartenkontrolle geschehen war. Beispielsweise wurden Eintrittskartenscanner und digitale Karten eingeführt, ebenso wie die Kartenzahlung anstatt der Barzahlung. Aufgrund der eingeschränkten Besuchszahlen wurde ebenso unter diesem Aspekt die Digitalisierung vorangetrieben. Das Angebot konnte auf diese Weise für ein größeres Publikum zugänglich gemacht werden. Dafür wurde im Falle von Theatern das digitale Recording beziehungsweise das Streaming der Veranstaltungen eingeführt oder qualitativ verbessert. Neben den Einnahmen vor Ort fehlten aufgrund der geringen Besuchszahlen und der laufenden Kosten für die Organisation der Veranstaltungen zusätzliche Einnahmen. Allerdings wurden hierbei nicht so viele Einnahmen erzielt, um die Kosten zu decken. Demnach mussten in dieser Phase oftmals staatliche Hilfen ersucht werden wie zum Beispiel durch das Stellen von Förderanträgen. In diesem Zusammenhang ist es wichtig, darauf hinzuweisen, dass die einzelnen Maßnahmen sehr stark von der jeweiligen Institution abhängig waren: entscheidend hierbei war insbesondere die Organisationsform der jeweiligen Einrichtung (öffentlich, privat, Mischform). Private Einrichtungen konnten sich nicht auf staatliche Hilfe verlassen und hatten es aus diesem Grund oft schwerer, ihr Bestehen zu sichern und gleichzeitig keine der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entlassen zu müssen. Sie mussten ihr gesamtes Budget kürzen und waren zunehmend auf Spenden ange-

wiesen. Die Herausforderung bestand darin, genügend Spender zu finden, beziehungsweise den Kontakt zu den bereits bestehenden aufrechtzuerhalten. Zu diesem Zweck wurde der Kundenkontakt vermehrt über neue Wege, wie beispielsweise die sozialen Medien, gesucht (Breyer-Mayländer, 2020).

In der dritten Phase wurde der Kulturbetrieb durch die sinkenden Corona-Vorschriften wieder stärker aufgenommen. Zu diesem Zeitpunkt galt es, das Publikum wieder zurückzugewinnen. Viele der Menschen hatten sich an die Situation des Nicht-Besuchens von Kultureinrichtungen gewöhnt. Dementsprechend wurde die Umstellung auf Soziale Netzwerke auch hierfür genutzt und entsprechend vermehrt Werbung für den sich wieder öffnenden Kulturbetrieb gemacht.

Herausforderungen und Chancen für die Zukunft

Die Corona-Pandemie hat viele Menschen vor Probleme und Herausforderungen gestellt. Für die Kultureinrichtungen ging es in erster Linie darum, mit der völlig neuen Situation umzugehen und die erforderlichen Maßnahmen umzusetzen. Einnahmeverluste durch die Schließungen und die später reduzierten Besuchszahlen mussten aufgefangen werden, um als Folge nicht eine vollständige Betriebsschließung durchführen zu müssen. Besonders private Einrichtungen, die oftmals keine staatliche Hilfe erhielten, waren von diesem Problem betroffen. Daher galt es, das gesamte Budget zu reduzieren und überall, wo es möglich war, zu sparen. Dies war in vielen Fällen nicht einfach, da die Corona-Pandemie einen verstärkten Umstieg auf mobile Geräte mit Internetzugang erforderte. Darüber hinaus sind Existenzängste als psychische Belastung durch Einkommensminderung oder -verlust nicht zu vernachlässigen. Darüber hinaus war der weitgehende Wegfall sozialer Kontakte ein weiterer Aspekt, der einige Menschen belastete und mit dem es umzugehen galt.

Neben der finanziellen Herausforderung gab es auch noch die Herausforderung der Digitalisierung. Es mussten Geräte gekauft werden, die es den Arbeiterinnen und Arbeitern auch im Homeoffice ermöglichten, untereinander in Kontakt zu treten. Einige der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren an diese Form der Arbeit und diese Medien nicht gewöhnt. Um die allgemeine Medienkompetenz zu fördern, mussten deshalb Schulungen oder Workshops stattfinden, die, wenn extern in Anspruch

genommen, zusätzlich Geld erforderten. Daneben verlangten die digitalen Angebote ein entsprechendes Repertoire an Medien, wie Kameras und Streamingprogramme, ebenso wie die nötige Kompetenz, diese zu nutzen.

Zusammenfassend musste aufgrund der neuen, einschränkenden Situation zunächst einmal die Geschäftsorganisation umgestellt und verschiedene Maßnahmen in verschiedenen Bereichen getroffen werden. Die gesamte Situation stellte sich als Herausforderung dar, ebenso wie die Umsetzung einiger Strategien, die die Kultureinrichtungen aufrechterhalten sollten.

Darüber hinaus eröffneten die verschiedenen Aspekte bei erfolgreicher Umsetzung auch neue Chancen. Viele dieser Umstellungen haben immer noch positive Auswirkungen auf das heutige Kulturleben, die die Resilienz der Einrichtungen auch zukünftig verbessern.

Die Umstellung auf eine digitale Geschäftsorganisation durch das Beschaffen von mobilen Geräten mit Internetzugang und die Schulungen zur besseren Medienkompetenz ermöglichten weiterhin das Konzept des Homeoffice. Dies ermöglicht wiederum ein ortsunabhängiges Arbeiten, das auch nach der Pandemie zunehmend in den Arbeitsalltag integriert wurde. Generell wurden die Geschäftsmodelle zeitgemäßer, was insbesondere die Einrichtungen, die nicht bereits vor der Pandemie modernisiert wurden, bereicherte.

Die Digitalisierung im Hinblick auf das Publikum hat auch für die Zukunft Chancen eröffnet. Es besteht auch heute noch die Möglichkeit, Programme digital anzubieten, die von Menschen genutzt werden können, die aus verschiedenen Gründen die Kultureinrichtungen nicht selbst besuchen können, aber dennoch Kultur erleben möchten. Die Ausweitung von Präsenzveranstaltungen auf digitale Medien ist zusätzlich ein neuer Weg, der ebenso eine Bereicherung für die Einrichtung sein kann. Es werden mehr und andere, vor allem jüngere Kunden erreicht, wodurch sich das Publikum

vergrößert, und die Besuchszahlen steigen. Über diese Social-Media-Plattformen können außerdem, genauso wie über den vermehrten Umstieg auf Online-Kartenverkäufe, Messungen der Aktivitäten des Publikums erfolgen. Insgesamt liefern diese Kanäle mehr Informationen über die Kunden, wie z.B. ihre Interessen und Kaufneigungen, die es den Einrichtungen ermöglichen, Vorhersagen zu treffen und ihr Angebot gegebenenfalls anzupassen.

Fazit und Diskussion: Herausforderungen und Perspektiven von Kultur in Baden-Baden

Ziel der Untersuchung war es, die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Kultureinrichtungen in Baden-Baden exemplarisch zu analysieren und das Verhalten der Theaterbesucherinnen und -besucher hinsichtlich ihres sozialen Engagements, ihrer kulturellen Teilhabe und ihrer Anreise zum Theater zu erfassen. Im Zuge der Untersuchung wurde festgestellt, dass das Stadttheater Baden-Baden sich durch eine sehr gute Erreichbarkeit auszeichnet, was auch durch die Aussagen der Befragten bestätigt wird. Zentral in der Stadt gelegen, ist es sowohl mit dem Auto als auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut zu erreichen. Die gute Erreichbarkeit aus verschiedenen Stadtteilen und dem Umland wird durch eine Vielzahl von Parkmöglichkeiten in der Nähe ergänzt (Theater Baden-Baden, o.J.) und erleichtert den regelmäßigen Besuch des Theaters erheblich.

Im Hinblick auf die Corona-Pandemie haben sich trotz der vielen Herausforderungen und Probleme während der Pandemie auch einige Chancen und Möglichkeiten ergeben. Es wurden innovative Maßnahmen zur Modernisierung von Geschäftskonzepten umgesetzt, die langfristig zu einer nachhaltigeren, vielfältigeren und widerstandsfähigeren Kulturlandschaft führen könnten. Durch die Reaktion auf die Einschränkungen wurde ein gewisses Maß an Resilienz (siehe Infobox) entwickelt, das sich weiterhin positiv auf die Kultureinrich-

Infobox

Resilienz

Resilienz bedeutet, eine Widerstandskraft gegenüber neuen, herausfordernden Situationen zu erlangen, ohne eine anhaltende Beeinträchtigung zu erfahren. Faktoren, die eine Einrichtung resilienter gegenüber neuen Situationen machen, sind Flexibilität, Anpassungsfähigkeit, Risikomanagement, eine geeignete Führungsstruktur und ihre Entwicklung, der Einsatz von Technologien oder anderen Innovationen sowie der Aufbau von Netzwerken und Partnerschaften.

tungen auswirkt und in künftigen Krisen hilfreich sein wird. Die Fähigkeit, sowohl physische als auch digitale Formate zu nutzen und flexibel auf Veränderungen zu reagieren, wird entscheidend sein, um zukünftige Chancen zu nutzen und den kulturellen Wert für die Gesellschaft zu erhalten und zu steigern.

Auch das soziale Engagement der Besucherinnen und Besucher scheint einen positiven Einfluss auf die Häufigkeit der Theaterbesuche in Baden-Baden zu haben. Viele Theaterbesucherinnen und -besucher sind kulturell interessiert und engagieren sich aktiv in sozialen und kulturellen Projekten, was die Bindung an das Theater stärkt und zur Förderung einer lebendigen Kulturszene beiträgt.

Die Ergebnisse lassen nun den Schluss zu, dass das Stadttheater Baden-Baden aufgrund seiner zentralen Lage und hervorragenden Erreichbarkeit für ein breites Publikum eine attraktive kulturelle Anlaufstelle darstellt. Die gute Verkehrsanbindung sowie die Verfügbarkeit von Parkmöglichkeiten fördern regelmäßige Besuche, was sich positiv auf die kulturelle Teilhabe in der Region auswirkt. Des Weiteren hat die Corona-Pandemie trotz ihrer Herausforderungen eine Beschleunigung der Digitalisierung in Kultureinrichtungen wie dem Festspielhaus Baden-Baden erzwungen, was zu nachhaltigeren und widerstandsfähigeren Strukturen geführt hat. Das soziale Engagement der Besucherinnen und Besucher scheint zudem eine bedeutende Rolle für die Häufigkeit von Theaterbesuchen zu spielen. Dies verdeutlicht die Verbindung zwischen persönlichem Engagement und kultureller Teilhabe.

Diese Ergebnisse bieten wiederum mehrere Ansatzpunkte zur Diskussion. Der positive Effekt einer guten Erreichbarkeit verdeutlicht die Bedeutung der Infrastruktur für den Erfolg von Kultureinrichtungen. Darüber hinaus wirft die eingeschränkte Nutzung digitaler Angebote während der Pandemie die Frage auf, inwieweit solche Formate tatsächlich in einer breiteren Menge angenommen werden und welche Zielgruppen davon profitieren. Auch der positive Zusammenhang zwischen sozialem Engagement und der Häufigkeit von Theaterbesuchen könnte weiter diskutiert werden, insbesondere im Hinblick auf die Frage, wie Kultureinrichtungen dieses Engagement fördern und für sich nutzen können.

Trotz der gewonnenen Erkenntnisse bleiben jedoch einige Fragen offen. Beispielsweise wäre es interessant zu untersuchen, wie sich die Digita-

lisierung langfristig auf Besuchszahlen und -verhalten auswirkt. Offen bleibt auch die Frage, wie Kultureinrichtungen ein breiteres Publikum für digitale Formate gewinnen können. Darüber hinaus könnte die Rolle des sozialen Engagements weiter erforscht werden, insbesondere wie es sich auf verschiedene demografische Gruppen auswirkt und wie es aktiv gefördert werden kann.

Für die Zukunft wäre es sinnvoll weiter zu erforschen, wie Kultureinrichtungen die Digitalisierung nachhaltig in ihre Geschäftsmodelle integrieren können, um sowohl physische als auch digitale Besucherinnen und Besucher zu erreichen. Weiterer Forschungsbedarf könnte darin bestehen, die Auswirkungen der Infrastruktur auf die kulturelle Teilhabe in anderen Regionen zu untersuchen, um zu verstehen, ob die Ergebnisse aus Baden-Baden verallgemeinerbar sind. Darüber hinaus sollte der Zusammenhang zwischen sozialem Engagement und kultureller Teilhabe genauer untersucht werden, um gezielte Strategien zur Förderung einer aktiveren und vielfältigeren Kulturszene zu entwickeln. |||

AUTORINNEN UND AUTOREN

Greipel, Nina; Geographie und Deutsch B.Ed.,
uuqwl@student.kit.edu

Herrmann, Gianna; Geographie und Deutsch B.Ed.,
uzkcr@student.kit.edu

Judt, Laurine; Geographie und Deutsch B.Ed.,
ulnud@student.kit.edu

Leusmann, Frauke; Geographie und Musik B.Ed.,
uxuua@student.kit.edu

SUMMARY

Experience culture - between tradition and adaptation

by Nina Greipel, Gianna Herrmann, Laurine Judt, Frauke Leusmann

The report presents an analysis of the cultural institutions in Baden-Baden, examining three issues. Firstly, it demonstrates that the advent of the pandemic has precipitated a rapid acceleration in the pace of digitalization. This has manifested in a number of ways, including the emergence of virtual theatre performances, the introduction of virtual tickets and the obligation for employees to work from home. Secondly, the significance of transport infrastructure is evaluated: The availability of convenient transportation options encourages visitors to travel longer distances to cultural institutions, which has been perceived as a positive aspect for Baden-Baden. Thirdly, the role of social engagement is examined: Individuals who volunteer are more inclined to participate in cultural events. The findings underscore the necessity for a comprehensive cultural policy that integrates both physical and digital offerings in order to enhance the resilience and appeal of cultural institutions. Baden-Baden Theatre is easy to reach both by car and by public transport, which encourages frequent visits. Innovative adaptations have been made during the pandemic, resulting in a more resilient cultural landscape. The ability to utilise both physical and digital formats will be key to future success. In addition, the social engagement of visitors has a positive impact on their frequency of attendance and strengthens their bond with the theatre.

LITERATUR

- Allmanritter, V. (2023). Ohne Publikum ist alles nichts – wie Kultureinrichtungen an qualifizierteres Wissen über ihre Zielgruppen gelangen können. *Wirtschaftsinformatik & Management*, 15(3), 184–190. <https://doi.org/10.1365/s35764-023-00471-5>
- Anders, S., Jonas, A., & Kopischke, E. (2023). Innenstädte und Einzelhandel unter Druck: Forschungsergebnisse zu den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und des Online-Handels. *Stadtforschung und Statistik: Zeitschrift des Verbandes Deutscher Städtestatistiker*, 36(2), 2–12. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssaar-89809-6>
- Baecker, D. (o. J.). Welchen Beitrag kann die Kultur zur Bewältigung der Corona-Krise leisten? *Impuls zur Sitzung des sächsischen Kultursenats am 26. Oktober*.
- Bahrenberg, G., Giese, E., Mevenkamp, N., & Nipper, J. (2017). *Statistische Methoden in der Geographie* (Bd. 1). Borntraeger.
- Bianchi-Weinand, A., & Wannöffel, M. (2022). Corona-Pandemie – eine Trendbeschleunigung für die Digitalisierung?. In M. Wannöffel, & Y. Gensertblum (Hrsg.), *Wirtschaft, Arbeit und Leben mit und nach der Corona-Krise* (S. 123–140). <https://doi.org/10.5771/9783748927730-123>
- BMWSB (2020). *Zentrale Orte: Das System der Zentralen Orte*. Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen. Abgerufen am 10. Juli 2024, von <https://www.bmwsb.bund.de/Webs/BMWSB/DE/themen/raumentwicklung/raumordnung/zentrale-orte/zentrale-orte-node.html>
- Breyer-Mayländer, T. (2020). Kultur- und Kreativwirtschaft in der Krise? Gesellschaftlicher Stellenwert und wirtschaftliche Perspektiven der Kultur. In T. Breyer-Mayländer, C. Zerres, A. Müller, & K. Rahmenführer (Hrsg.), *Die Corona-Transformation* (S. 307–326). Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-33993-7>
- Broll, G., Egner, H., Leser, H., Rothfuß, E., & Vetter, M. (2017). *Diercke. Wörterbuch Geographie*. Westermann.
- Einig, K. (2015). Gewährleisten Zentrale-Orte-Konzepte gleichwertige Lebensverhältnisse bei der Daseinsvorsorge? *Information zur Raumentwicklung*, 1, 45–56. https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/izr/2015/1/Inhalt/dl-einig.pdf?__blob=publicationFile&v=2
- Kunst und Kultur als Lebensnerv (2010, 8. Oktober). *Kulturrat*.
- Oberle, K.-H. (2017). *Entwicklungsperspektiven von Mittelzentren in Baden-Württemberg. Untersucht am Beispiel von Haslach – Hausach – Wolfach, Bad Krozingen – Staufen und Titisee-Neustadt*. [Dissertation, Technische Universität Kaiserslautern].
- Poetschki, L. (2012). Die Stadtentwicklung Baden-Badens vor dem Hintergrund einer Bewerbung als UNESCO-Weltkulturerbe. In V. Eidloth (Hrsg.), *Europäische Kurstädte und Modebäder des 19. Jahrhunderts* (Hefte des Deutschen Nationalkomitees, Bd. 24, S. 69–80). Konrad Theiss Verlag Stuttgart.
- Prideaux, B. (2000). The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, 21(1), 53–63. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00079-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00079-5)
- Pusch, T., & Seifert, H. (2023). Kurzarbeit in der Corona-Krise mit neuen Schwerpunkten. *Stadtforschung und Statistik: Zeitschrift des Verbandes Deutscher Städtestatistiker*, 47, 2–12. <https://hdl.handle.net/10419/225511>
- Reuband, K.-H. (2021). *Kulturelle Partizipation in Zeiten der Corona-Krise Ergebnisse einer Bevölkerungsumfrage in Nordrhein-Westfalen*. Bericht für das Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft/Landeskulturbericht Nordrhein-Westfalen.
- RKI (2020). *Beschreibung des bisherigen Ausbruchsgeschehens mit dem neuartigen Coronavirus SARS-CoV-2 in Deutschland* (Stand 12. Februar 2020). Robert Koch Institut. https://www.rki.de/DE/Content/Infekt/EpidBull/Archiv/2020/07/Art_02.html
- Stadtverwaltung Baden-Baden (o.J.). *Corona Informationen*. Baden-Baden. Abgerufen am 10. Juli 2024, von <https://www.baden-baden.com/informationen-coronavirus>
- Theater Baden-Baden (o.J.). *Anfahrt*. Theater Baden-Baden. Abgerufen am 14. Juli 2024, von <https://www.theater-baden-baden.de/service/anfahrt>
- Vaih-Baur, C., & Pietzcker, D. (2022). *Neue Wege für die Kultur? Kommunikationsstrategien und -formate im europäischen Kultursektor*. Springer.
- WiWo (2020, 21. Februar). *Wie verlief der erste Lockdown in Deutschland?* Wirtschaftswoche. <https://www.wiwo.de/politik/deutschland/corona-wie-verlief-der-erste-lockdown-in-deutschland/26853384.html>

Zwischen Bühne und Spielfeld

Einblicke in Theater- und Fußballvereinsbefragungen in Mittelzentren

Dieses Kapitel beleuchtet Kultur in den Mittelzentren Bruchsal, Ettlingen und Rastatt. Wir fragen, wie Theaterbesuche von Bildungsgrad, Alter und Migrationshintergrund beeinflusst werden und welche Rolle die Digitalisierung dabei spielt. Durch Interviews und Analysen wird das Kulturverhalten der Menschen in Zeiten des Wandels erforscht und gezeigt, wie Kulturinstitutionen und Sportvereine sich an neue Herausforderungen wie die Corona-Pandemie anpassen, um den Gemeinschaftsgeist zu stärken und kulturelle Vielfalt zu fördern. Es zeigt sich, dass eine Krise zur Chance werden kann und kulturelle Institutionen sich für eine nachhaltige Zukunft rüsten.

Mittelzentren am Oberrhein wie Bruchsal, Ettlingen, Baden-Baden und Bretten haben nicht nur wirtschaftliche Bedeutung, sondern bieten auch vielfältige kulturelle Angebote. Somit nehmen sie eine entscheidende Rolle als Knotenpunkte regionaler Verflechtungen sowie Entwicklung ein und sind entscheidend für die Versorgung der Bevölkerung mit Daseinsgrundfunktionen (Ayrle, 2017). Hierzu zählen neben Einzelhandelseinrichtungen und zentralen Dienstleistungen auch das sozial-kulturelle Angebot (Winkel, 2018). Im Rahmen empirischer Untersuchungen zu kulturellen Einrichtungen und Vereinen standen in der Geographie bislang vor allen Dingen Metropolen und Großstädte im Zentrum. Mittelzentren wie Bruchsal blieben dabei bisher weitgehend unbeachtet (Milbert & Furkert, 2020).

Der vorliegende Artikel fokussiert räumlich zunächst auf Bruchsal als Theaterstandort, anschließend auf unterschiedliche Mittelzentren in der KulturRegion Karlsruhe als Standorte von Sportvereinen. Inhaltlich wird zum einen die Struktur der Besucherinnen und Besucher sowie deren Einschätzung und Wahrnehmung zum Theaterbesuch als auch die Auswirkungen eines Intendantenwechsels bei der Badischen Landesbühne analysiert und diskutiert. Zum anderen wird adressiert, inwieweit Vereinssport als kultureller Akteur in Mittelzentren wirkt und welche Bedeutung Vereine für die regionale Entwicklung und die Gemeinschaft haben.

Kulturpublikum im Wandel

In den letzten Jahrzehnten haben sich die Strukturen des Kulturpublikums in Westdeutschland deutlich verändert. Einige Autoren sehen die Veränderungen als Ergebnis des demographischen Wandels, andere Autoren nennen das Konsumverhalten des Kulturpublikums als Auslöser. Insbesondere die Diskussion über die Überrepräsentation älterer Menschen in Kultureinrichtungen verdeutlicht diese Uneinigkeit. Einige vertreten die Ansicht, dass der Anstieg des älteren Publikums auf einen veränderten Geschmack der jüngeren Generation zurückzuführen sei, während andere einen generellen Alterungsprozess in der Bevölkerung als Ursache sehen (Eilers, 2020).

Methodik und Durchführung zur Erfassung der Daten für die Badische Landesbühne in Bruchsal

Für die vorliegende Studie wurde eine quantitative Befragung zum Theaterbesuch bei der Badischen Landesbühne am Standort Bruchsal mittels eines standardisierten Fragebogens durchgeführt. Zudem sollten die Meinungen zum Intendantenwechsel 2023 erfragt werden. Die Befragung fand vor insgesamt fünf Theaterveranstaltungen sowie in deren Pausen an der Badischen Landesbühne am Standort Bruchsal im Zeitraum von 01. Februar bis 16. März 2024 statt. Die Auswahl der Probandinnen und Probanden erfolgte zufällig.

Die deskriptiv-statistische Auswertung der quantitativen Daten erfolgte mittels des Statistikprogramms SPSS. Zuvor wurden die Fragebögen händisch kodiert und aufbereitet. Der Einzugsbereich

sowie die Reichweite der Badischen Landebühne wurde mithilfe eines Geographischen Informationssystems durch Kartendarstellungen graphisch verdeutlicht.

Wer sind die Besucherinnen und Besucher der Badischen Landesbühne in Bruchsal, woher kommen sie und welche anderen Kultureinrichtungen besuchen sie?

Die durch die eigene Studie erhobenen Daten über den Zusammenhang zwischen Alter und Kulturbesuchen der Badischen Landesbühne in Bruchsal zeigen einen deutlichen Trend. Es zeigt sich, dass die Besucherinnen und Besucher ab einem Alter von etwa 60 Jahren häufiger Kulturangebote wahrnehmen als jüngere Personen. Dies weist auf eine stärkere kulturelle Teilhabe älterer Menschen im Bereich Theater hin.

Aktuelle Erkenntnisse zeigen, dass sich das Kulturpublikum in den vergangenen Jahren in seiner sozialen Zusammensetzung verändert hat (Jahrbuch der Kulturpolitik, 2019). Frauen sind heute stärker vertreten als noch 1989, während der Anteil höher Gebildeter zwar gestiegen ist, aber weniger stark als in der Gesamtbevölkerung. Besonders deutlich ist der Wandel in der Altersstruktur: Während in den 1970er Jahren die Jüngeren überrepräsentiert waren, sind heute die Älteren – mit Ausnahme des Kinopublikums – in allen Kultursparten überrepräsentiert. Diese Transformation vollzieht sich jedoch nicht gleichmäßig, sondern

zeigt unterschiedliche Geschwindigkeiten je nach Kultursparte und individuellen Faktoren wie musikalischen Präferenzen und Lebensstilen. Insbesondere das Interesse an klassischer Musik scheint bei jüngeren Generationen abzunehmen, was zu einem Rückgang des Konzertpublikums führt. Ähnliche Trends sind auch in anderen Kultursparten zu beobachten, was darauf hindeutet, dass das Alterungsmuster des klassischen Musikpublikums möglicherweise auf andere Kulturbereiche übertragbar ist (Reuband, 2022).

Nun widmen wir uns dem Zusammenhang zwischen Theaterbesuchen und Migrationshintergrund. Die Befragung ergab, dass nur eine Person der befragten Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen Migrationshintergrund hatte. Aufgrund dieser geringen Anzahl lässt die Auswertung keine statistisch belastbaren Aussagen über den Zusammenhang zwischen Theaterbesuchen und Migrationshintergrund zu. Dennoch könnte der Umstand, dass kaum Menschen mit Migrationshintergrund angetroffen wurden, die Hypothese bestätigen, dass diese Bevölkerungsgruppe weniger häufig Theaterbesuche unternimmt. Während kulturelle Angebote wie Theateraufführungen von einem breiten Publikum wahrgenommen werden, deutet die niedrigere Besuchsrate bei Menschen mit Migrationshintergrund auf mögliche Barrieren hin, die es zu untersuchen und zu adressieren gilt (Kliment, 2020). Weiter zeigt eine Befragung der Bundes- und Landesprogramme zur Kulturellen Bildung für Kinder und Jugendliche, dass Teilhabe weitgehend

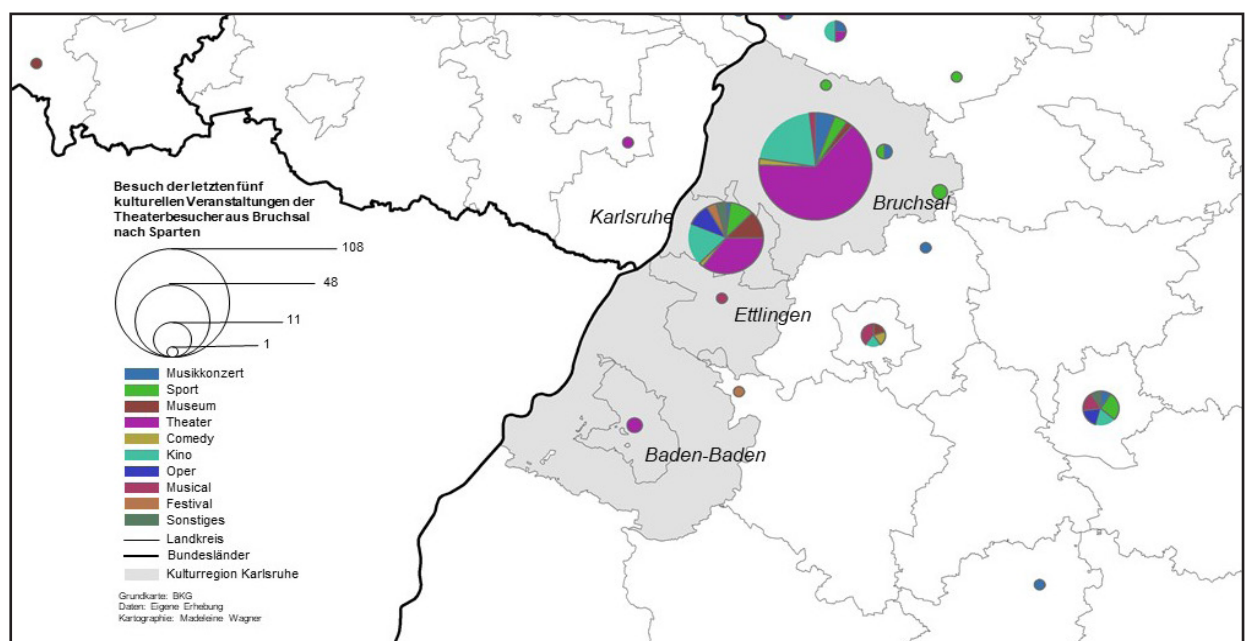


Abb. 1: Orte und Sparten der letzten fünf Besuche einer kulturellen Einrichtung oder Veranstaltung

Quelle: Eigene Darstellung durch Dr. Madeleine Wagner

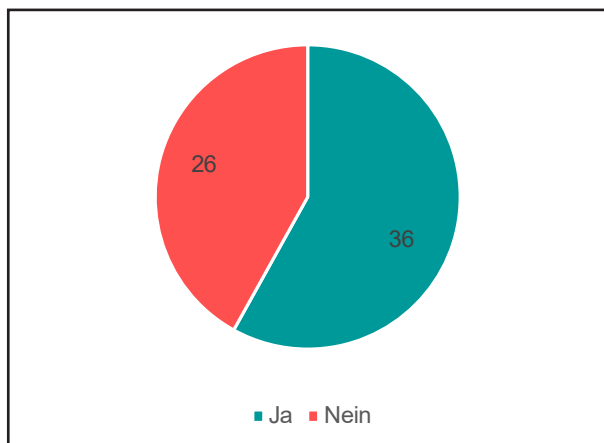


Abb. 2: „Im Juli gab es einen Intendantenwechsel bei der Badischen Landesbühne. Sind Ihnen seither Änderungen im Außenauftritt aufgefallen?“ (n=62)

Quelle: Eigene Darstellung durch Dr. Madeleine Wagner

weder strukturell noch inhaltlich barrierearm gedacht wird (Keuchel, 2020).

Beim Besuch der Badischen Landesbühne wurden die Besucherinnen und Besucher gebeten, die fünf letzten Besuche kultureller Einrichtungen und Veranstaltungen zu erinnern. Abbildung 1 zeigt kumulativ die entsprechende geographische Verteilung und die angegebenen Kultursparten an. Am häufigsten wurden demnach Angebote im Befragungsort Bruchsal sowie im benachbarten Oberzentrum Karlsruhe angegeben. Während in Bruchsal insbesondere weitere Theaterangebote und das Kino genutzt werden, dient Karlsruhe auch dem Besuch von Museen, der Oper und Festivals. Eine breite Palette von Angeboten wird darüber hinaus vereinzelt in den umgebenden Oberzentren Heidelberg, Mannheim, Pforzheim und Stuttgart genutzt.

Wahrnehmung und Bewertung der neuen Intendanz

Ein wichtiger Teil der Arbeit eines Theaters ist neben der Programmgestaltung und der internen Organisation von Personal, Requisiten und Proben die Kommunikation nach außen. Änderungen in der Führungsebene können dabei signifikante Auswirkungen auf das Theater und seine Rezeption haben. Ein aktuelles Beispiel dafür ist der Intendantenwechsel an der Badischen Landesbühne in Bruchsal im Juli 2023. Die folgende Analyse beleuchtet die Reaktionen des Publikums auf diesen Wechsel und untersucht die damit verbundenen Entwicklungen in verschiedenen Bereichen des Theaters. Abbildung 2 zeigt, dass 58% der befragten Personen nach dem Intendantenwechsel Änderungen im Außenauftritt bemerkt haben, während 42% dies nicht registrierten.

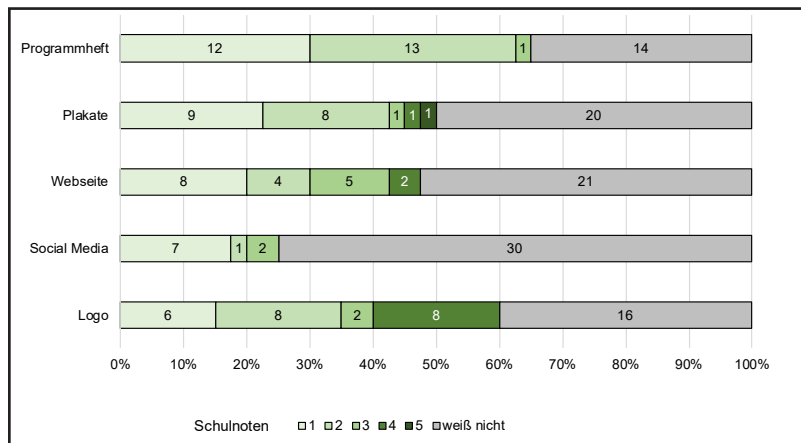


Abb. 3: Wahrnehmung der Änderungen im Außenauftritt und in der Kommunikation der Badischen Landesbühne nach dem Intendantenwechsel im Juli 2024. (n=40)

Quelle: Eigene Darstellung durch Dr. Madeleine Wagner

Die Bewertungen der Veränderungen in der Außendarstellung des Theaters und der Kommunikation mit Besucher und Besucherinnen ergibt ein differenziertes Bild (Abb. 3). In Bezug auf die Veränderungen auf Social Media machten zwei Drittel der Befragten keine Angaben. Nur ein Drittel hat hier eine dezidierte Meinung, was insgesamt eventuell auf eine geringe Nutzung schließen lässt. Es haben rund 20% die Veränderungen positiv bewertet und vergaben die Schulnote 1. Die Schulnoten 2 und 3 wurden von 12% der befragten Personen bewertet. Dies zeigt, dass es eine kleine, aber durchaus zufriedene Gruppe gibt, die die Änderungen auf Social Media sehr gut fand.

Bei der Bewertung des neuen Logos der Badischen Landesbühne (Abb.4) zeigen sich vergleichsweise große Differenzen. Rund ein Drittel der Befragten äußerte sich nicht dazu. Personen, welche die Änderung bewerteten, vergaben etwa zu einem Drittel nur die Schulnote 4, die schlechteste Bewertung für alle abgefragten Items. Allerdings finden auch jeweils etwa ein Drittel das neue Logo sehr gut bzw. gut. Niemand vergab die Note 5, was darauf hinweist, dass auch das neue Logo insgesamt eher positiv wahrgenommen wird (vgl. Abb. 3).



Abb. 4: Badische Landesbühne - Altes (oben) und neues Logo (unten).

Quelle: Eigene Darstellung

Die Bewertung der neuen Plakate wurde von 27% der Befragten mit der Note 1 bewertet, was eine sehr positive Rückmeldung darstellt. Die Note 2 wurde von 21,21% vergeben und 9% der befragten Personen bewerteten die Plakate mit den Noten 3, 4 und 5. Diese Bewertungen zeigen, dass die neuen Plakate insgesamt gut angenommen wurden, jedoch auch auf ein breiteres Spektrum an Bewertungen stießen.

Das Programmheft schließlich wird von jeweils etwa der Hälfte der Personen mit der Note 1 beziehungsweise der Note 2 bewertet. Diese Rückmeldungen zeigen, dass die Mehrheit der Befragten das neue Programmheft positiv einschätzt.

Herausforderungen und Anpassungsstrategien von Sportvereinen in Mittelzentren während der Corona-Krise

In der modernen Gesellschaft wird Sport oft als reine körperliche Betätigung oder Freizeitaktivität angesehen. Doch über diese oberflächliche Betrachtung hinaus stellt sich die Frage, inwieweit Sport als integraler Bestandteil von Kultur betrachtet werden kann. Kultur umfasst alle von Menschen geschaffenen und gelebten Werte, Normen und Ausdrucksformen, und Sport ist ein herausragendes Beispiel für diese kulturellen Dimensionen. Er prägt und reflektiert soziale Interaktionen, Identitäten und Werte auf einzigartige Weise. Sportveranstaltungen, Rituale und die Art und Weise, wie Sport in den Medien dargestellt wird, sind tief in den kulturellen Kontext eingebettet und tragen maßgeblich zur Identitätsbildung und zum sozialen Zusammenhalt bei. Um diese kulturelle Dimension von Sport umfassend zu verstehen, ist es wichtig, seine Rolle in der Gesellschaft zu betrachten und zu erkennen, wie er als Ausdruck von Kultur fungiert. Ein relevanter Textbeleg, der Sport als Teil der Kultur betrachtet, stammt von Norbert Elias und Eric Dunning. In ihrem Buch „Sport im Zivilisationsprozess“ argumentieren sie, dass durch Sport Kultur artikuliert wird, was wiederum tief in sozialen Strukturen und kulturellen Praktiken verankert ist. Sie beschreiben, wie Sport als ein kulturelles Phänomen gesellschaftliche Normen und Werte widerspiegelt und prägt, indem er soziale Rollen und Identitäten fördert und traditionelle Gemeinschaften in eine globale Kultur einbettet (Elias & Dunning, 1982).

Wie für kulturelle Einrichtungen haben sich für Sportvereine während der Corona-Krise erheb-

liche Herausforderungen ergeben. Viele Vereine sahen sich mit einem Rückgang der Mitgliederzahlen konfrontiert, da Sportaktivitäten aufgrund von Einschränkungen nicht stattfinden konnten. Dies führte nicht nur zu finanziellen Engpässen durch den Verlust von Mitgliedsbeiträgen, sondern auch zu einem Rückgang der Sponsorengelder. Fördergelder, die in normalen Zeiten zur Unterstützung von Jugend- und Breitensportprojekten genutzt wurden, mussten umgeleitet oder stark gekürzt werden. Dabei haben sich Vereine diesen Herausforderungen gestellt. Einige konnten beispielsweise durch digitale Angebote und kreative Lösungen ihre Mitgliederzahlen halten und sogar erhöhen. Andere haben durch gezielte Fördermaßnahmen Unterstützung erhalten, um den Trainingsbetrieb unter Einhaltung der Hygienemaßnahmen aufrechtzuerhalten (Thieme et al., 2024). Ob und inwiefern dies auch den Vereinen in den Mittelzentren in der Kulturregion Karlsruhe gelungen ist, ist Inhalt der folgenden Analyse.

Methodik und Durchführung

Während der Corona-Krise standen nicht nur klassische kulturelle Einrichtungen vor erheblichen Herausforderungen, sondern auch lokale Fußballvereine in den Mittelzentren. Um die Auswirkungen der Corona-Krise auf diese Vereine besser zu verstehen, wurden Interviews mit Vertretern des SSV Ettlingen und des Rastatter Sport Clubs vereinbart, um Informationen und Erfahrungen zu erheben. Die Informationen wurden durch leitfadengestützte Experteninterviews erhoben, welche persönlich vor Ort auf dem Vereinsgelände durchgeführt und gleichzeitig auch aufgenommen wurden. Die jeweiligen Interviews wurden aus zeitlichen Gründen von den zu befragenden Personen auf 15 bis 20 Minuten angelegt. Bei den Interviews wurden vor allem die thematischen Schwerpunkte Ehrenamt, Mitgliederanzahlen, Finanzen und Sponsoring, der Umgang mit der Pandemie, sportliches Geschehen und die Entwicklung nach der Pandemie mit möglichen Veränderungen beleuchtet. Damit die erhobenen Daten ausgewertet werden konnten, wurden die aufgenommenen Audiodateien mit Hilfe der Software „Otter.Ai“ transkribiert. Es folgte eine Verschlagwortung des Textes, wobei Schlüsselwörter bestimmten Passagen zugeordnet werden, um dessen Inhalte zu kategorisieren. Dies ermöglicht das Analysieren und Verstehen von Themen oder Konzepten innerhalb des transkribierten Materials.

Im Rahmen der Experteninterviews erhielten die Befragten zusätzlich noch einen Fragebogen, der grundlegende Informationen und Zahlen über den jeweiligen Verein liefern sollte. Dabei wurden zum einen die Mitgliederzahlen, zum anderen aber auch die Aktiven sowie die Trainerinnen und Trainer, die Sponsorenzahlen und die Anzahl von vereinsinternen offiziellen Veranstaltungen erfragt. Dieser Fragebogen diente dem Zweck, die zuvor im Interview erhobenen Ergebnisse zu interpretieren und grundlegende Informationen über den Verein zu bekommen. Hierbei zeigten sich die aktuellen Mitgliederzahlen beider Vereine. Laut Angaben der Vorstände besitzt der Rastatter SC momentan rund 1000 Mitglieder, während davon ca. 350 aktive Sporttreibende darstellen. Der SSV Ettlingen ist laut der aktuellen Zahlen, mit rund 460 Mitglieder in der Gesamtheit und davon 260 Sporttreibende, kleiner als der Rastatter SC.

Einfluss der Corona-Pandemie auf Sportvereine in Mittelzentren: Mitgliederverlust, finanzielle Herausforderungen und der Weg zur Normalität

Erste Ergebnisse zeigen, dass die Corona-Pandemie weitreichende Einflüsse auf die Sportvereine in Mittelzentren hatte. Zwar haben beide Vereine keine oder nur eine geringe Anzahl an ehrenamtlich Tätigen verloren, jedoch lässt sich bei beiden Vereinen ein Einbruch der Mitgliederzahlen feststellen, welcher durch das Ausbleiben der sportlichen Aktivität bedingt ist. Auch finanziell hatte die Pandemie Auswirkungen auf die Sportvereine. Durch das Fehlen von öffentlichen Veranstaltungen oder Festen brach eine maßgebliche Einnahmequelle der Vereine weg. Im Fall des Rastatter SC sind zusätzlich Sponsoren abgesprungen, wodurch die finanzielle Lage weiter verschärft wurde. Um dem entgegenzuwirken, haben sowohl der Rastatter SC als auch der SSV Ettlingen die Hilfe des Staats in Anspruch genommen. Des Weiteren haben beide Vereine vermehrt auf das Internet zurückgegriffen, um ihren Verein weiterhin interessant zu halten. Dies erfolgte durch eigene Social-Media-Kanäle, hier wurden vor allem „Online Challenges“ und Übungen mit anderen Sportvereinen in ganz Deutschland auf Instagram und TikTok genutzt. Das förderte die Relevanz beider Vereine und wirkte sich positiv auf die Motivation der Mitglieder aus. Mit Ende der Pandemie (erste Jahreshälfte 2022) lässt sich allerdings bei beiden Vereinen ein Auf-

schwung erkennen. Sowohl beim SSV Ettlingen als auch beim Rastatter SC sind die Mitgliederzahlen nach dem Ende wieder gestiegen, laut Aussage der beiden Vereine sind die Mitgliederzahlen nach der Pandemie höher als unmittelbar vor Beginn der Pandemie. Nicht umsonst erläutern die beiden Befragten, dass ihr Verein nach der Pandemie besser dasteht als zuvor. Aus diesem Befund lässt sich vorsichtig schlussfolgern, dass das Interesse an Sport in Vereinen noch immer hoch ist und ein entsprechendes Bewusstsein durch die Einschnitte der Corona-Pandemie wie Kontaktbeschränkungen und Ausgangssperre gewachsen ist.

Sportlich betrachtet haben sich beide Vereine jedoch schwergetan, wieder in die Normalität zurückzukehren. Durch die Einschränkungen der Pandemie war ein normaler Trainingsbetrieb nur schwer möglich. Beispielsweise die Kabinennutzung für nur zwei Personen oder Einschränkungen im Kontaktverhalten führten dazu, dass durch das fehlende Training vermehrt Verletzungen aufgetreten sind, als der Spielbetrieb wiederaufgenommen wurde. Um den Betrieb wie vor der Corona-Pandemie wiederherzustellen, hat es eine lange Zeit gebraucht, im Falle des Rastatter SC sogar ein ganzes Jahr. Die Erkenntnis, dass der Spielbetrieb nur langsam oder verzögert beginnen konnte, decken sich auch mit aktuellen Studien des Bundesinstituts für Sportwissenschaft (Breuer et al., 2021).

Fazit

Der Artikel beleuchtet verschiedene Aspekte und Veränderungen der kulturellen Versorgung von Mittelzentren unter besonderer Berücksichtigung der Badischen Landesbühne in Bruchsal und von Sportvereinen in Ettlingen und Rastatt.

Die Erforschung von Mittelzentren am Oberrhein bietet einerseits die Möglichkeit, den Ausstrahlungseffekt solcher Städte zu untersuchen. Dies umfasst die Analyse des Aktionsradius der Theaterbesucherinnen und -besucher sowie der generellen Reichweite kultureller Einrichtungen über die Beispielgemeinde Bruchsal hinaus. Der Mehrwert der erhobenen Daten liegt in der Möglichkeit, Aussagen über die räumlichen Muster und kulturellen Präferenzen der Bevölkerung zu treffen. Die Erkenntnisse sind von Bedeutung für die Geographie, da sie helfen, die lokalen und regionalen Dimensionen der kulturellen Daseinsvorsorge zu verstehen und bei Planungsprozessen zu berücksichtigen.

Andererseits verdeutlichen die besonderen Her-

ausforderungen der Sportvereine in der Region und ihre Reaktion auf Krisenerscheinungen wie die Corona-Pandemie, wie wichtig eine flexible und widerstandsfähige Infrastruktur auch in Mittelzentren für den Erhalt und die Förderung des Gemeinschaftssinns ist. III

LITERATUR

- Ayrle, H. (2017). Die Kunst Bruchsal zu sein. Gedanken zur nachhaltigen Stadtentwicklung von Bruchsal. *Badische Heimat*, 97(2), 178 - 184.
- Breuer, C., Feiler, S., & Rossi, L. (2021). Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Sportvereine in Deutschland Ergebnisse der COVID-Zusatzbefragung im Rahmen der 8. Welle des Sportentwicklungsberichts. <https://www.blsa.de/images/geschaefft/2022/SEBberichtCOVID19.pdf>
- Eilers, S. (2020). Miteinander Heimat gestalten. Ein Beitrag zur Demokratie-Arbeit. In Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.), *Jahrbuch für Kulturpolitik 2019/20*. (Bd. 17, S. 287 – 296). <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/42804>
- Elias, N. & Dunning, E. (1982). *Sport im Zivilisationsprozeß*. Lit-Verlag.
- Keuchel, S. (2022). Vision einer nachhaltigen Kulturpolitik – Zur Beziehung von Kulturpolitik und gesellschaftlichem Wandel. In F. Kröger, H. Mohr, N. Sievers, & R. Weiß (Hrsg.), *Jahrbuch für Kulturpolitik 2021/22*. (Bd. 18, S. 115-123). Transcript.
- Kliment, T. (2020). Wenn der Museumseintritt gratis wird. Nationale und internationale Erfahrungen mit dem freien Eintritt in das Museum. In Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.), *Jahrbuch für Kulturpolitik 2019/20*. (Bd. 17, S. 381 – 394). Transcript. <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/42804>
- Milbert, A., & Furkert, M. (2020). Überversorgte Städte, unterversorgtes Land? Regionale Selektionsprozesse im Bereich der Daseinsvorsorge. *Politikum: Analysen, Kontroversen, Bildung*, 6(3), 26-33.
- Reuband, K. H. (2022). Der Strukturwandel des Kulturpublikums. Wie sich seit der ARD/ZDF-Studie von 1989 die soziale Zusammensetzung des Publikums verändert hat. In F. Kröger, H. Mohr, N. Sievers, & R. Weiß (Hrsg.), *Jahrbuch für Kulturpolitik 2021/22*. (Bd. 18, S. 531-542). Transcript.
- Thieme, L., Post, C., & Lindt, K. (2024). Sportvereine in Deutschland: Status quo nach der Covid-19-Pandemie. In A. Behrens, S. B. Bauers, & G. Hovemann (Hrsg.), *Entwicklungstendenzen im Sportmanagement. Struktur- und Wertewandel, Nachhaltigkeit, Globalisierung und Digitalisierung*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-42798-6>
- Winkel, R. (2018). Soziale Infrastruktur. In: ARL – Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.). *Handwörterbuch der Stadt und Raumentwicklung*. (Bd. 560, S. 2185-2196). Verlag der SRL.

SUMMARY

Between the stage and the pitch: Insights into theater and soccer club surveys in middle-order centers

by Marius Mayer, Felix Mumbach, Björn Stiegele

This chapter examines the cultural landscape of middle-order centres, namely Bruchsal and Ettlingen. This study analyses the extent to which theatre attendance is influenced by level of education, age and migration background, and to determine the role that digitalisation plays in this regard. The analysis of interview data and analysis allows for an exploration of the cultural behaviours of individuals in periods of change. This enables the examination of the ways in which cultural institutions and sports clubs are adapting to new challenges, such as the Coronavirus pandemic, in order to strengthen community spirit and promote cultural diversity. It demonstrates that a crisis can become an opportunity and that cultural institutions can prepare themselves for a sustainable future.

AUTORINNEN UND AUTOREN

Mayer, Marius; Geographie und Sport B.Ed., uepqo@student.kit.edu

Mumbach, Felix; Geographie und Sport B.Ed., unuqm@student.kit.edu

Stiegele, Björn; Geographie und Sport B.Ed., ucrug@student.kit.edu

Attraktivität & Resilienz kultureller Einrichtungen in Ettlingen

Die Stadt Ettlingen ist mit seinen knapp 39.700 Einwohnern ein lebendiger Mittelpunkt kulturellen Lebens, in dem Theater, Museen und Musikveranstaltungen das Stadtbild prägen. Doch die Corona-Pandemie hat weltweit kulturelle Institutionen vor enorme Herausforderungen gestellt. So mussten auch in Ettlingen Theater, Museen und Veranstaltungsorte kreative Wege finden, um ihre Existenz zu sichern. Es folgt eine zweigeteilte Untersuchung, bei der es im ersten Teil um eine Theaterbefragung in der kleinen Bühne ettlingen e.V. geht, die mit stärker quantitativen Methoden die Attraktivität von Kulturzentren in Ettlingen befragt. Im zweiten Teil dieser Arbeit wird beleuchtet, wie Einrichtungen wie das Kino Kulisse Ettlingen, der Jazz-Club Ettlingen e.V. und die Weinbar kostBAR auf die Corona-Krise reagierten, welche Strategien sie entwickelten und welche Lehren daraus für die Zukunft gezogen werden können.

Mittelzentren erlangten im Laufe der Geschichte eine besondere Bedeutung. Sie bilden häufig die Schnittstelle zwischen ländlichen und urbanen Gebieten und dienten der Verbreitung kultureller Praktiken, Werten und Innovationen. Als Folge der Corona-Pandemie veränderte sich die kulturelle Landschaft der Mittelzentren grundlegend. Während Mittelzentren durch ihre Position im Netzwerk von Handels- und Kommunikationsrouten sowie in ihrer Rolle als regionaler Ankerpunkt das kulturelle Gefüge ihres Umlandes in entscheidender Weise beeinflussten, sahen sie sich mit abrupten Schließungen von Theatern, Museen, Musikveranstaltungen und anderen kulturellen Einrichtungen konfrontiert. Die Pandemie führte folgend zu einem tiefgreifenden Wandel in der Art und Weise, wie Kultur produziert, konsumiert und vermittelt wird. Bereits im Vorfeld des Lockdowns konnte das Nachtleben aufgrund von Abstandsregeln, Hygienevorschriften und Ausgangsbeschränkungen nicht wie gewohnt weitergeführt werden.

Verglichen zu anderen Wirtschaftszweigen hatte insbesondere die Kultur- und Kreativwirtschaft während der Corona-Pandemie hohe Umsatzverluste zu verzeichnen. In Europa nahm dieser Wert im ersten Corona-Jahr -31% an und übertraf da-

mit die Umsatzverluste der Tourismuswirtschaft (-27%) und Automobilbranche (-25%). Innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft waren folgende Kulturzweige besonders stark betroffen: darstellende Kunst (-90%), Musikwirtschaft (-76%), Bildende Kunst (-38%) und Architektur (-32%) (Zimmermann & Geißler, 2021).

Angesichts dieser drastischen Verluste in der Kultur- und Kreativwirtschaft stellt sich die Frage, wie sich die Corona-Pandemie konkret auf die kulturellen Einrichtungen des Mittelzentrums Ettlingen ausgewirkt hat. Dabei wird insbesondere die Resilienz folgender Einrichtungen untersucht, die als Vertreter ihrer Branche dienen: das Kino Kulisse Ettlingen, der Jazz-Club Ettlingen e.V. und die Weinbar kostBAR. Hierbei kann Resilienz gegenüber den Einflüssen der Corona-Pandemie aus ökonomischer als auch aus sozialer Perspektive unterschieden werden. Grundsätzlich beschreibt Resilienz die Fähigkeit, elastisch auf äußere Störungen zu reagieren und in den Ursprungszustand zurückkehren zu können. Im wirtschaftlichen Kontext inkludiert dies vorbereitende Maßnahmen, die Fähigkeit unmittelbare Krisenfolgen abzumildern und sich an veränderte Rahmenbedingungen anpassen zu können (Brinkmann et al., 2017).

Die Forschungsarbeit hat zwei Ziele: Zum einen wird untersucht, wie der Aktionsraum von The-

aterbesucherinnen und -besuchern in Mittelzentren einer Kulturregion ist und wie das kulturelle Angebot wahrgenommen bzw. bewertet wird. Das andere Ziel ist die Identifikation besonders wichtiger Resilienzfaktoren, welche in Hinblick auf eine erneute Krisensituation nützlich für kulturelle Einrichtungen sein könnten.

Resilienzbestrebungen von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft fokussierten sich im Rahmen der Corona-Pandemie zum einen auf die Sicherung des (kurzfristigen) Betriebs und Personals, um nach einer Normalisierung der Umstände wieder den regulären Betrieb aufnehmen zu können und zum anderen auf Innovation, Weiterentwicklung und Anpassung an die Veränderungen des Marktumfelds. Um auf Krisen wie die Corona-Pandemie reagieren zu können, haben Unternehmen unterschiedliche Handlungsoptionen und Voraussetzungen. Zu unterscheiden sind dabei unternehmensimmanente und adaptierbare Resilienzfaktoren. Unternehmensimmanente Resilienzfaktoren beschreiben Unternehmenseigenschaften, welche die Resilienz auf Ebene der Unternehmerperson, des Unternehmens und des jeweiligen Unternehmensumfelds beeinflussen. Im Gegensatz dazu handelt es sich bei adaptierbaren Resilienzfaktoren um Handlungsstrategien eines Unternehmens, um auf kurz-, mittel- und langfristige Pandemiefolgen reagieren zu können (Arndt et al., 2022).

Der wirtschaftlich geprägte Resilienz-Begriff lässt sich ohne weitere Anpassungen auf kulturelle Einrichtungen übertragen, welche, auch im Fall von Vereinen, vorausschauend wirtschaften müssen, um ihr Fortbestehen zu sichern.

Insbesondere das Handeln der leitenden Person hat einen großen Einfluss auf die Resilienz. Sie prägt im Vorfeld die Voraussetzungen, welche während der Störung (hier: Corona-Pandemie) den Handlungsspielraum bestimmt. Ein hoher Digitalisierungsgrad, also die Möglichkeit Geschäftsabläufe zu digitalisieren, wirkt sich positiv auf die Resilienz aus. Aber auch staatliche Maßnahmen haben einen großen Einfluss, indem Rahmenbedingungen angepasst oder betroffene Branchen finanziell gefördert werden (Siegrun et al., 2022).

Um die Auswirkungen der Pandemie auf die kulturellen Einrichtungen besser bewerten zu können, ist es zunächst erforderlich, die Struktur und Attraktivität der Kultureinrichtungen Ettlingsens, losgelöst von der Corona-Pandemie, zu betrachten. Als Untersuchungsgruppe wurden Theaterbesucherinnen und -besucher der kleinen Bühne

ettlingen e.V. zu verschiedenen Bereichen ihrer kulturellen Meinung und Aktivität befragt. Im Folgenden werden die Methoden, anhand welcher die Daten erhoben werden, im Detail vorgestellt. Die Datenerhebung ist in zwei Phasen aufgeteilt: Während die kulturelle Attraktivität Ettlingsens anhand eines quantitativen Fragebogens untersucht wird, werden im Rahmen der Interviews zum Thema Corona-Resilienz qualitative Methoden herangezogen. Des Weiteren werden die aufgearbeiteten und analysierten Daten beider Erhebungen anschaulich dargestellt und im Kontext diskutiert. Das letzte Kapitel dient einer kurzen Übersicht, in welcher die wichtigsten Erkenntnisse dieser Forschungsarbeit zusammengefasst werden.

Methoden

Im ersten Teil soll die Attraktivität der kulturellen Landschaft Ettlingsens ermittelt werden. Dafür wird auf einen standardisierten Fragebogen als quantitative Methode zurückgegriffen. Der Fragebogen setzt sich aus offenen Fragen und geschlossenen Multi- und Single-Choice-Fragen zusammen. Die Befragungen finden an sieben Terminen im Februar und März 2024 in dem Theater kleine Bühne ettlingen e.V. vor den Vorstellungen oder in den Pausen statt. Insgesamt werden 56 Theaterbesucherinnen und -besucher befragt, welche anhand zufälliger Muster zur Befragung ausgewählt werden. Die deduktive Auswertung erfolgt mithilfe von Excel und SPSS. Es wird ein Profil des typischen Besuchers der kleinen Bühne ettlingen e.V. erstellt, welches daraufhin mit dem durchschnittlichen Theaterbesucher des Badischen Staatstheaters Karlsruhe verglichen wird, um Besonderheiten des kulturellen Publikums Ettlingsens ermitteln zu können. Als Datenquelle dient eine Publikumsstudie am Badischen Staatstheater aus dem Jahr 2023 (Müller & Siebenhaar, 2024).

Im zweiten Teil der Untersuchung stehen die kulturellen Resilienzfaktoren im Rahmen der Corona-Pandemie im Fokus. Mithilfe von leitfadengestützten Experteninterviews mit Vertreterinnen und Vertretern ausgewählter kultureller Einrichtungen werden die gesuchten Resilienzfaktoren herausgearbeitet. Das angestrebte Ziel war, aus den kulturellen Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft, welche in Ettlingen in einem nennenswerten Umfang vertreten sind, je eine Person stellvertretend zu interviewen, um einen Überblick über die Kulturszene zu erhalten. Aufgrund der begrenzten kulturellen Diversität Ettlingsens so-

wie einigen Absagen sind nur die zwei kulturellen Teilmärkte Filmwirtschaft und Musikwirtschaft vertreten, welche vom Geschäftsführer des Kinos Kulisse Ettlingen und der ersten Vorsitzenden des Jazz-Clubs Ettlingen e.V. repräsentiert werden. Zusätzlich wurde der Geschäftsführer der Weinbar kostBAR interviewt. Der Bereich der Gastronomie ist der Kultur zuzuordnen (Fritz & Wagner 2015). Die Interviews wurden aufgezeichnet, transkribiert und im Anschluss daran mittels qualitativer Inhaltsanalyse ausgewertet (Mattissek et. al., 2013).

Der Standort Ettlingen und die kleine bühne ettlingen e.V. im Fokus

Ettlingen ist eine Stadt mit einer Bevölkerung von 39.699 Einwohnern (Stand 2022), einem Bevölkerungswachstum von 2% in den letzten 10 Jahren (Stand 2022) und dem zentralörtlichen Status eines Mittelzentrums. Das Durchschnittsalter liegt bei 47 Jahren (Stand 2022). Ettlingen liegt in der baden-württembergischen Region Mittlerer Oberrhein, in welcher Karlsruhe als einziges Oberzentrum ausgewiesen ist. Damit ist Karlsruhe auch das nächstliegende Oberzentrum und befindet sich elf Autominuten von Ettlingen entfernt (BBSR, 2024).

Das Amateurtheater kleine bühne ettlingen e.V. wurde 1982 gegründet und ist ein ehrenamtlich geführter Verein mit 40 Mitgliedern. Das Programm ist genreübergreifend und wird jährlich zwischen September und Mai aufgeführt. Die Räumlichkeiten des Theaters befinden sich im Keller des Eichendorff-Gymnasiums und setzen sich aus einem kleinen Foyer und einem Bühnenraum mit 71 Sitzplätzen zusammen.

Wer besucht die kleine bühne ettlingen e.V.?

Anhand des quantitativen Fragebogens wurde ein Altersdurchschnitt von 61 Jahren ermittelt. Dieser liegt deutlich über dem Durchschnitt der Gesamtbevölkerung Ettlingens, welcher 47 Jahre beträgt. Mithilfe einer Kategorisierung in Altersklassen, welche der Abbildung 1 zu entnehmen ist, ist zu erkennen, dass die große Mehrheit der Besucherinnen und Besucher (88%) über 50 Jahre alt ist und die Altersklasse von 61-70 Jahren am häufigsten auftritt. Hinsichtlich der Demographie handelt es sich hier um ein relativ homogenes Publikum.

Damit ist das Publikum der kleinen bühne ettlingen e.V. im Schnitt älter als das des Badischen Staatstheaters in Karlsruhe, welches ein Durchschnittsalter von 50 Jahren hat. Es ist jedoch anzumerken, dass auch das Durchschnittsalter von 43 Jahren (im Stadtkreis) bzw. 45 Jahren (im Landkreis Karlsruhe) niedriger ist als in Ettlingen (Müller & Siebenhaar, 2024). Die Differenz des Altersdurchschnitts zwischen der Gesamtbevölkerung Ettlingens und den befragten Besucherinnen und Besuchern der kleinen bühne ettlingen e.V. ist mit 14 Jahren dennoch verhältnismäßig groß. In Abbildung 2 ist die Demographie der Datensätze beider Theater im Vergleich zueinander abgebildet und deutlich zu erkennen, dass die höchste Anzahl an Besucherinnen und Besucher des Badischen Staatstheaters in der Altersgruppe von 51-60 Jahren zu finden ist (Müller & Siebenhaar, 2024). Die Besuchszahlen sind in Karlsruhe jedoch demographisch gleichmäßiger auf die Altersklassen verteilt, wodurch das Publikum im Vergleich zur kleinen bühne ettlingen e.V. heterogener erscheint.

Dies lässt sich mit weiteren Erkenntnissen in Zusammenhang bringen: Je jünger die befragten

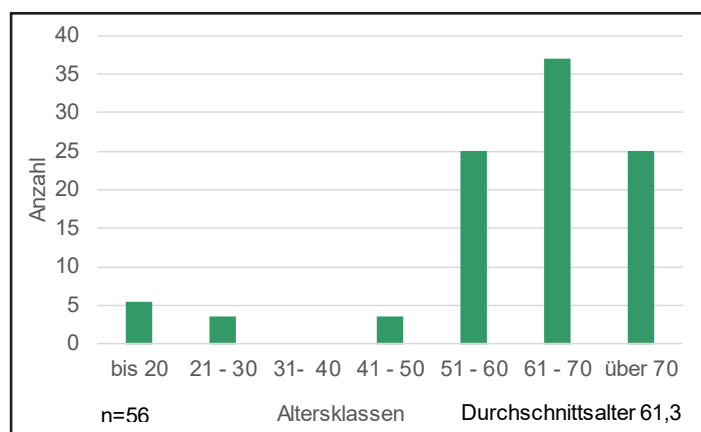


Abb. 1: Demographie des Datensatzes der kleinen bühne ettlingen e.V.

Quelle: Eigene Darstellung

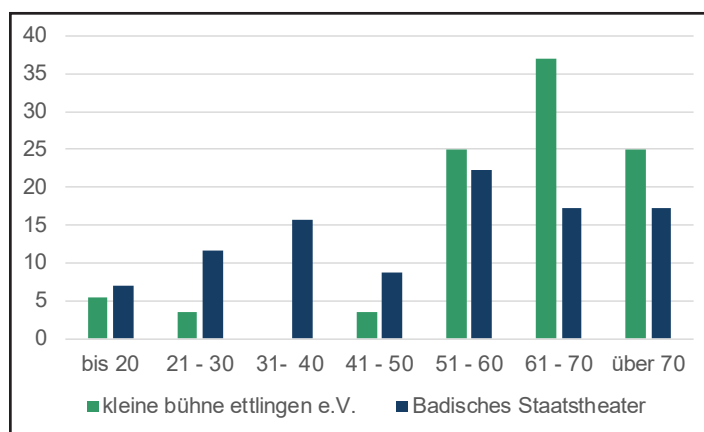


Abb. 2: Altersstruktur der Besucherinnen und Besucher der kleinen bühne ettlingen e.V. und des Badischen Staatstheaters.

Quelle: Eigene Darstellung

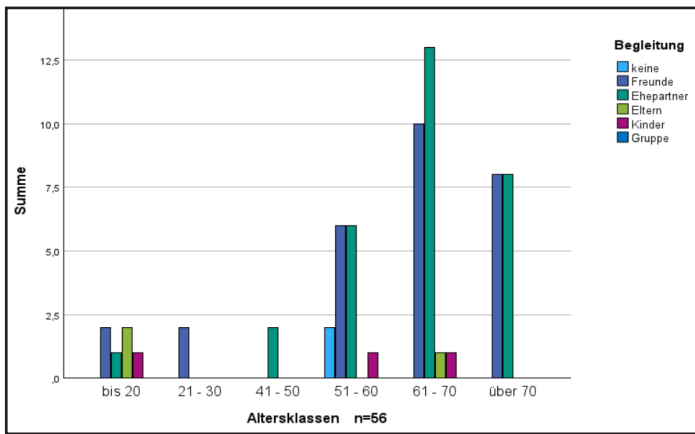


Abb. 3: Begleitpersonen der Besuchenden der kleinen Bühne e. V. nach Altersgruppen.

Quelle: Eigene Darstellung

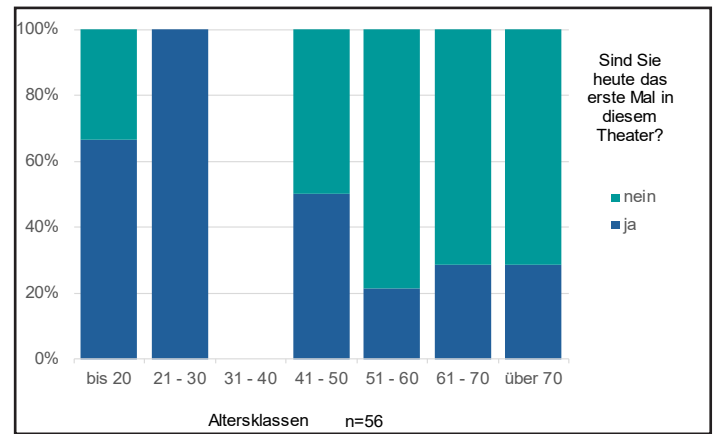


Abb. 4: Anteil der Erstbesucherinnen und -besucher der kleinen Bühne Ettlingen e.V. nach Altersgruppen.

Quelle: Eigene Darstellung

Personen in der kleinen Bühne Ettlingen e.V. sind, desto wahrscheinlicher handelt es sich um Erstbesucherinnen und -besucher. Es besteht ein deutlicher Zusammenhang zwischen dem Alter und der Anzahl der Besuche, weswegen davon auszugehen ist, dass das Publikum der kleinen Bühne Ettlingen e.V. sich zu einem großen Teil aus Stammkundinnen und -kunden zusammensetzt. Jene Stammkundschaft ist den bereits erwähnten dominanten Altersbereichen zugehörig, welche das Theater häufig in Begleitung mit ihren altersgleichen Freundinnen und Freunden oder Ehepartnerinnen und -partnern bzw. Lebensgefährtinnen und -gefährten besuchen, wodurch die Altershomogenität der Kundschaft weiter vorangetrieben wird. Der Zusammenhang ist der Abbildung 3 zu entnehmen. Die These wird des Weiteren von den Daten in Abbildung 4 unterstützt, welche aufzeigt, dass der Anteil der Erstbesucherinnen und -besucher mit zunehmendem Alter sinkt.

In Abbildung 5 zeigt sich, dass die primäre Informationsquelle für die Besucherinnen und Be-

sucher der kleinen Bühne Ettlingen e.V. persönliche Kontakte, insbesondere Freundinnen und Freunde sind. 43% der Befragten gaben an, dass sie durch Freundinnen und Freunde auf die Veranstaltungen des Theaters aufmerksam gemacht wurden. Im Vergleich dazu spielen die Medien eine deutlich geringere Rolle. Nur 23% der Befragten wurden durch Presseberichte auf die Aufführungen aufmerksam. Andere Informationskanäle wie Programmhefte, Plakate und soziale Medien haben eine noch geringere Bedeutung (unter 10%). Die Ergebnisse der Befragung deuten darauf hin, dass persönliche Empfehlungen und Mundpropaganda eine entscheidende Rolle bei der Bekanntmachung der Veranstaltungen der kleinen Bühne Ettlingen e.V. spielen. Die geringe Relevanz von sozialen Medien lässt sich mit der Altersstruktur der Besucherinnen und Besucher sowie mit dem nicht aktuellen Onlineauftritt der kleinen Bühne Ettlingen e.V. begründen.

Der Unterschied zwischen einem Oberzentrum wie Karlsruhe und einem Mittelzentrum wie Ettlingen ist gut anhand der Einzugsgebiete der beiden Theater zu erkennen, welche in der Abbildung 6 zu sehen sind. Das Einzugsgebiet des Badischen Staatstheaters erweist sich als deutlich größer als das der kleinen Bühne Ettlingen e.V. (vgl. auch Müller & Siebenhaar, 2024). Mehr als die Hälfte (54%) der befragten Zuschauerschaft der kleinen Bühne Ettlingen e.V. gibt Ettlingen als Erstwohnsitz an. Im Gegensatz dazu wohnen nur 45% der befragten Besucherinnen und Besucher des Badischen Staatstheaters in Karlsruhe und weitere 23% kommen aus dem Landkreis Karlsruhe, welcher auch Ettlingen beinhaltet. Insgesamt geben 32% einen Wohnsitz an, welcher sich außerhalb des Landkreises befindet und davon sogar die Hälfte

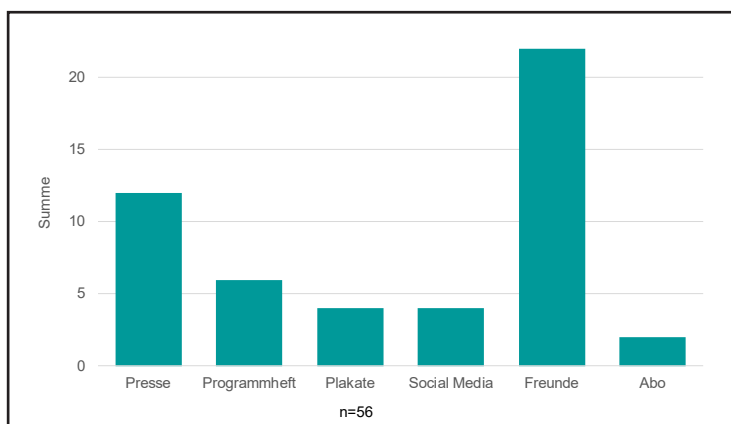


Abb. 5: Informationsquellen der Besucherinnen und Besucher der kleinen Bühne Ettlingen e.V.

Quelle: Eigene Darstellung

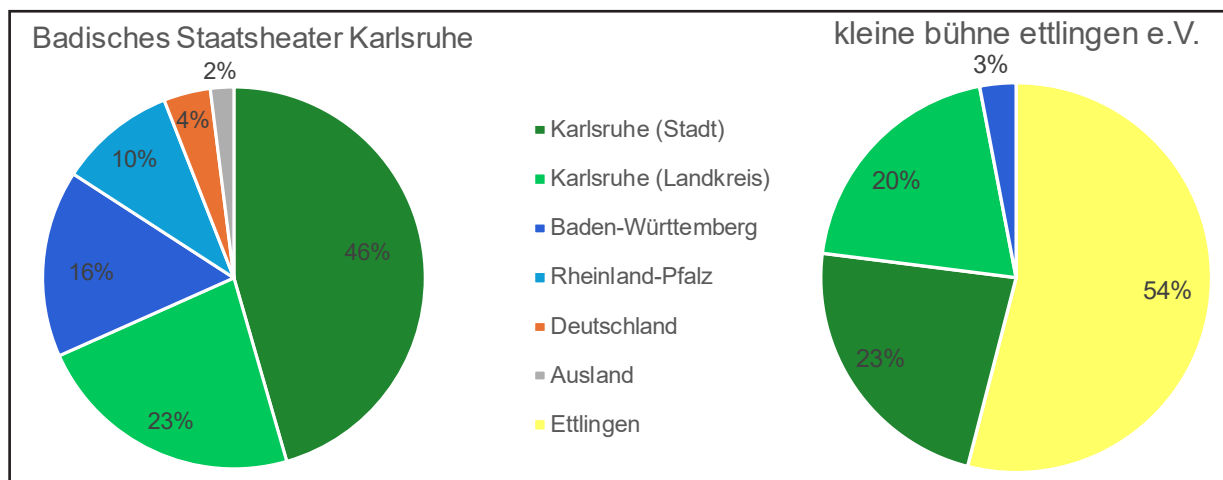


Abb. 6: Erstwohnsitz der Besucherinnen und Besucher der kleinen bühne ettingen e. V. und des Badischen Staatstheaters.

Quelle: Eigene Darstellung

außerhalb Baden-Württembergs. Bei den Befragten in Ettlingen beläuft sich die Zahl auf 3%, wobei keiner dieser Besucherinnen und Besucher aus einem anderen Bundesland stammt.

Weiterhin wird Karlsruhe als nächstliegendes Oberzentrum von den befragten Personen vermehrt als Ort der zuletzt besuchten Kultureinrichtungen genannt. Es fällt auf, dass neben Karlsruhe und Ettlingen nur selten andere Städte besucht worden sind, was den Rückschluss erlaubt, dass das kulturelle Angebot dieser zwei Zentren bei den Befragten als ausreichend wahrgenommen wird und nicht die Notwendigkeit größerer Reisen besteht. In Hinblick auf die Art der in Anspruch genommenen Kulturangebote, wie sie in Abbildung 7 dargestellt sind, ist ein wesentlicher Unterschied zwischen Karlsruhe und Ettlingen zu erkennen: Das Kulturangebot Karlsruhes ist deutlich vielfältiger. Während sich die kulturellen Besuche in Ettlingen größtenteils auf Kinos und Theater beschränken und weitere Veranstaltungen, neben Musikkonzerten, zu vernachlässigen sind, ist die Zusammensetzung der Besuche in Karlsruhe deutlich diverser. Zwar nehmen auch hier die Theaterbesucherinnen und -besucher einen Großteil in Anspruch, jedoch sind Sportveranstaltungen, Musikkonzerte, Opern- und Kinobesuche auch in einem nennenswerten Umfang vertreten. Comedy-Besuche und Musicals gehören zu den kulturellen Veranstaltungen, welche nur in Karlsruhe in Anspruch genommen wurden, mit dem Hintergrund, dass sie in Ettlingen nicht angeboten werden.

Dem kulturellen Angebot Ettlingsens fehlt es an Vielfalt

Im Rahmen der Befragungen wurden die Besucherinnen und Besucher der kleinen bühne ettingen e.V. nach ihrer Meinung bezüglich des kulturellen Angebots in Ettlingen befragt. Hierbei nahmen die Befragten zur Vielfalt, Angemessenheit und Zufriedenheit des kulturellen Angebots Ettlingsens Stellung. Die Gesamtauswertung ist der Abbildung 8 zu entnehmen.

Der Aussage ‚Das kulturelle Angebot in Ettlingen ist vielfältig‘ stimmen 13% der Befragten teilweise zu, während insgesamt 79% widersprechen. Keine Person konnte diese Position gänzlich vertreten. Diese Erkenntnis steht im Einklang mit

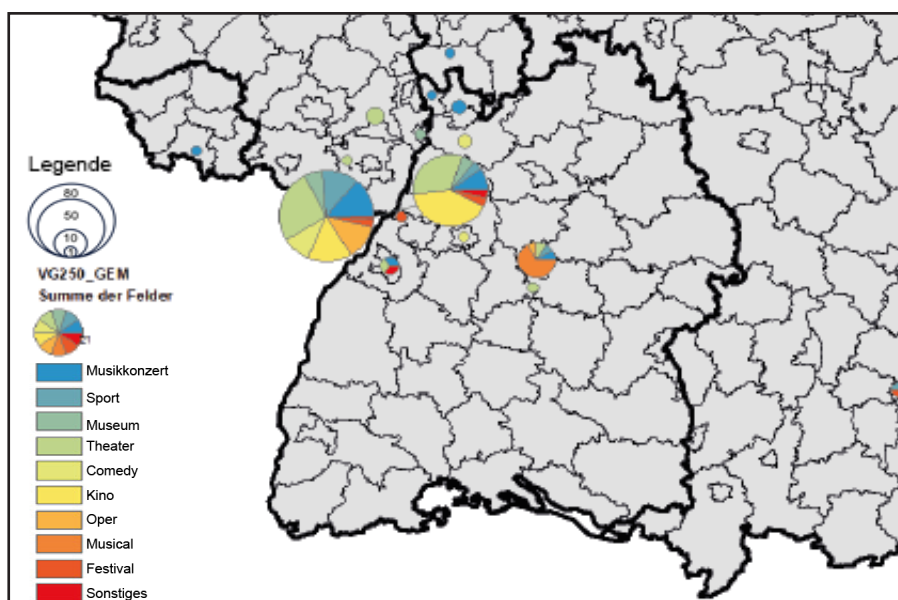


Abb. 7: Die letzten fünf Besuche kultureller Einrichtungen oder Veranstaltungen der befragten Besucherinnen und Besucher der kleinen bühne e. V. in Baden-Württemberg.

Quelle: Eigene Darstellung durch Simon Fritz

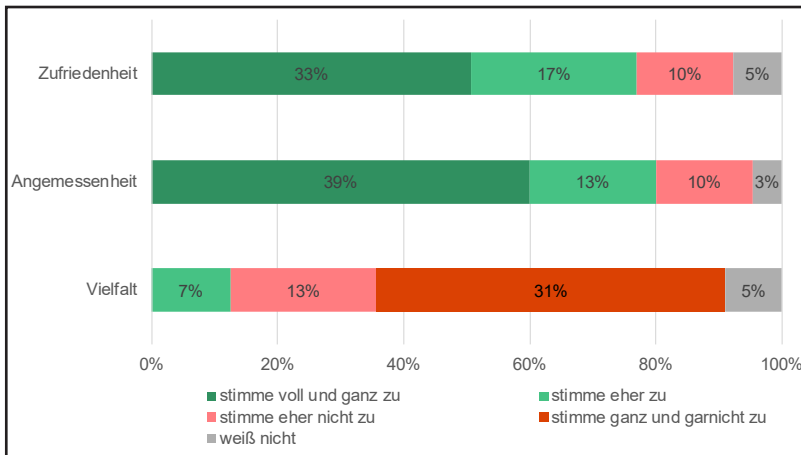


Abb. 8: Zustimmung der Besucherinnen und Besucher zu Vielfalt und Angemessenheit des kulturellen Angebots in Ettlingen und deren Zufriedenheit.

Quelle: Eigene Darstellung

dem vorangegangenen Kapitel: Ettlingen bietet als Mittelzentrum im Vergleich zum Oberzentrum Karlsruhe nur eine begrenzte Auswahl an Kultureinrichtungen. Neben der Gastronomie begrenzt sich das Angebot auf eine Bibliothek, ein Kino, einen Kunstverein, ein Museum, eine Musikschule, ein Theater und eine Volkshochschule. Trotz der als eher gering wahrgenommenen Vielfalt, wird das kulturelle Angebot Ettlingens überwiegend als für den Standort angemessen empfunden. 93% der Befragten konnten der Aussage, dass das Kulturangebot Ettlingens angemessen sei, ganz (70%) oder teilweise (23%) zustimmen. Gleichermäßen verhält es sich angesichts der Zufriedenheit mit Ettlingens Kulturlandschaft: Ein befragter Theaterbesucher konnte der Aussage ‚Ich bin mit dem kulturellen Angebot in Ettlingen zufrieden‘ nicht zustimmen, während der Rest (89,3%), bei fünf Enthaltungen, die Aussage mehr oder weniger unterstützte. Dabei konnten 59% der Behauptung voll und ganz zustimmen und 30% stimmten eher dafür.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Kulturangebot Ettlingens für den Großteil der Befragten angemessen und zufriedenstellend ist, jedoch hinsichtlich der Vielfalt nicht gut abschneidet. Dies könnte daran liegen, dass die Ausstattung Ettlingens dem Status eines Mittelzentrums entspricht und die Nähe zum Oberzentrum Karlsruhe mit ihrem umfangreichen Angebot als ergänzende Möglichkeit wahrgenommen wird.

Wichtige Resilienzfaktoren für die Bewältigung einer erneuten Krisensituation

Im zweiten Teil dieses Artikels wird genauer betrachtet, welche Resilienzfaktoren im Hinblick auf eine erneute Krisensituation, wie die Corona-Pandemie es war, wichtig für Ettlingens Kultur- und Kreativwirtschaft sind (siehe Tab. 1). Hierfür werden Erkenntnisse der Leitfadeninterviews genutzt. Wie eingangs erwähnt werden auch diese Faktoren in unternehmensimmanente und adaptive Resilienzfaktoren eingeteilt. Zuerst werden die unternehmensimmanenten Resilienzfaktoren betrachtet.

Ein zentraler Bestandteil der Unternehmensführung ist das Risikomanagement. Ziel hierbei ist es, potenzielle Risiken zu identifizieren, zu bewerten und zu steuern, um negative Auswirkungen auf das Unternehmen zu minimieren. Dieses Risikomanagement kann keine Krisensituation wie beispielsweise die Corona-Pandemie egalisieren, jedoch kann es in anderen Bereichen hilfreich sein. Der Geschäftsführer des Kino Kulisse Ettlingen sagte dazu: „Im Kinobereich kann einem zum Beispiel mal ein Projektor kaputt gehen“. Solche finanziellen Herausforderungen lassen sich durch Risikomanagement abmildern. Hierbei müssen je nach Branche und Risikoprofil angepasste Geldrücklagen gebildet werden. Diese ermöglichen es Unternehmen, in wirtschaftlich schwierigen Zeiten liquide zu bleiben. Um sich zusätzlich für eine unvorhersehbare Betriebsunterbrechung abzusichern, gibt es eine Betriebsausfallsversicherung. Diese tritt typischerweise bei einem Schaden durch einen Brand, Sturm oder Einbruch ein und deckt in der Regel den entgangenen Gewinn sowie die fortlaufenden Fixkosten. Die Betriebsausfallsversicherung hat jedoch „bei der Pandemie nicht bezahlt, logischerweise“ (Geschäftsführer des Kino Kulisse Ettlingen).

Ein weiterer wichtiger Resilienzfaktor im Hinblick auf die Bewältigung von Krisensituationen ist die Art der Beschäftigungsverhältnisse. Ehrenamtliche bieten aus Unternehmersicht die meisten Vorteile. Hier gibt es keine laufenden Kosten für die Einrichtung, weshalb keine finanziellen Schäden entstehen. Nachteilig hierbei ist, dass die Arbeitsmoral der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hochgehalten werden muss, „sonst ist irgendwann keiner mehr da“ (Erste Vorsitzende des Jazz-Clubs Ettlingen e.V.). Eine weitere flexible Möglichkeit für Unternehmen bieten Minijobs, also gering-

fürige Beschäftigungsverhältnisse. Diese Art der Beschäftigung ist eine Möglichkeit, kurzfristige Arbeitskräfte einzustellen, um auf veränderte Arbeitsanforderungen reagieren zu können. Besonders nützlich war dies in Sektoren, welche von starken Nachfrageschwankungen betroffen waren. Ein zentrales Instrument zur Bewältigung der wirtschaftlichen Auswirkungen der Pandemie war die Kurzarbeit. Sie erwies sich als wichtiger Resilienzfaktor, sowohl für Unternehmen als auch für Arbeitnehmerinnen und -nehmer. Durch die Einführung konnten Unternehmen ihre Arbeitskosten senken, indem sie die Arbeitszeiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter reduzierten, während die Beschäftigten durch staatliche Unterstützungsleistungen einen Großteil ihres Einkommens behielten. Hierdurch kam die Möglichkeit auf, qualifizierte Arbeitskräfte zu halten, anstatt sie zu entlassen. Die richtige Art von Beschäftigung zu finden, ist jedoch nur möglich, wenn man flexibel und anpassungsfähig ist. Auch dies ist ein wichtiger, unternehmensimmanenter Resilienzfaktor.

Flexibilität und Anpassungsfähigkeit sind entscheidend, um auf Situationen reagieren zu können, die nicht vorhersehbar sind. Hier sind verschiedene Punkte von Bedeutung. Die Flexibilität in Arbeitsmodellen spielt eine entscheidende Rolle. Die Arbeit vom Geschäft nach Hause zu verlegen und so im Homeoffice zu arbeiten, bot vielen Unternehmen die Möglichkeit, weiterhin ihrer Arbeit

nachzukommen. In der Kulturbranche ist Homeoffice jedoch schwerer umsetzbar als in anderen Branchen. Hier ist die Flexibilität in organisatorischen Strukturen von größerer Bedeutung. Flache Hierarchien können Entscheidungsprozesse beschleunigen und so ihre Geschäftsmodelle und Strategien schneller an die neuen Gegebenheiten anpassen, um so ihre Wettbewerbsfähigkeit aufrechtzuerhalten. Dies ist eng verbunden mit der Innovationsfähigkeit. Neue Situationen benötigen neue Lösungen. So hat das Kino Kulisse Ettlingen laut Geschäftsführer den Betrieb für mehrere Monate jeden Abend auf Autokino umgestellt. Um solche Ideen auch ausführen zu können, bedarf es auch flexibler Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, welche sich auf die Innovationen einlassen.

Neben unternehmensimmanenten Resilienz Faktoren waren während der Pandemie auch adaptive Resilienz Faktoren von großer Bedeutung, welche nun genauer betrachtet werden. Digitalisierung ist ein entscheidender Resilienzfaktor in Zeiten der Pandemie gewesen. Sie ermöglicht es, Geschäftsprozesse zu optimieren, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und die Kommunikation sowie die Interaktion mit Kundinnen und Kunden und Angestellten aufrechtzuerhalten. Die Pandemie hat die Bedeutung digitaler Transformation verdeutlicht. Im kulturellen Sektor und insbesondere in der Veranstaltungsbranche ist die Einführung von Online-Tickets ein wesentliches Element der Digi-

<i>Risikomanagement</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Geldrücklagen • Betriebsausfallversicherung (hat bei Pandemie nicht gezahlt)
<i>Digitalisierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Online-Tickets • Social-Media-Präsenz erhöhen • Digitale Leitsysteme • Streaming-Angebote ausbauen • Online-Meetings
<i>Art der Beschäftigung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ehrenamt • Minijob • Kurzarbeit
<i>Flexibilität & Anpassungsfähigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Flexible Struktur durch Art der Beschäftigung z.B. Autokino • „to go“-Angebote
<i>Bildung von Netzwerken</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Austausch untereinander innerhalb der Branche sehr hilfreich
<i>Hilfen von kommunaler Seite</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Materiell, unter anderem mit Bereitstellung von Plätzen und Hallen • Beratung

Tabelle 1: Resilienz Faktoren und vor Ort ergriffene Maßnahmen.

Quelle: Eigene Darstellung

talisierung. Dies trug nicht nur dazu bei, den physischen Kontakt zu minimieren, sondern bot auch Flexibilität bei der Buchung und Verwaltung von Reservierungen, was in Zeiten von Unsicherheit und wechselnden Vorschriften von großem Vorteil ist. So wurde im Jazz-Club Ettlingen e.V. auf Online-Tickets umgestellt, obwohl es „seit Jahrzehnten so [war], dass alles über Abendkasse lief“ (Erste Vorsitzende des Jazz-Clubs Ettlingen e.V.). Dies geschah auch aus dem Grund, da Gäste mit weiterer Anreise sich die Sicherheit wünschten, einen Platz zu bekommen (Erste Vorsitzende des Jazz-Clubs Ettlingen e.V.). Des Weiteren versuchte man, die Social-Media-Präsenz zu erhöhen. So konnte man schnell und effektiv mit Kundinnen und Kunden kommunizieren und wichtige Informationen teilen. Hier wurde auch die Möglichkeit genutzt, Konzerte zu streamen und diese online zur Verfügung zu stellen. Bei der Steuerung des Publikumsverkehrs und der Gewährleistung von Sicherheitsmaßnahmen spielen digitale Leitsysteme eine entscheidende Rolle. Diese Systeme können in Echtzeit aktualisiert werden, um auf Änderungen reagieren zu können und einen reibungslosen Ablauf zu ermöglichen. Ein unverzichtbarer Bestandteil der digitalen Transformation und ein wesentlicher Resilienzfaktor in Krisenzeiten sind Online-Meetings. Die Nutzung dieser Möglichkeiten kann eine Kommunikation trotz physischer Einschränkung aufrechterhalten und zusätzlich Reisezeiten und -kosten einsparen. Man muss jedoch beachten, dass eine Digitalisierung nicht in jeder Branche möglich ist. Betrachtet man die Gastronomie, so können für manche Besprechungen zwar Online-Meetings ausreichen, jedoch ist ein Erlebnis in einer gastronomischen Einrichtung unersetzbar. Man könnte theoretisch Essen und Trinken zum Mitnehmen anbieten, jedoch gibt es Beispiele wie „eine Weinbar, wo man eine gewisse Form von Emotionen verkauft“ (Geschäftsführer der Weinbar kostBAR). Hier kann man das Live-Erlebnis keineswegs durch Online-Angebote ersetzen.

Ein weiterer wichtiger Resilienzfaktor ist die Bildung von Netzwerken. Sich innerhalb einer Branche auszutauschen, kann eine sehr große Hilfe bei der Bewältigung von Krisensituationen sein. Ein Beispiel hierfür ist das Kino Kulisse Ettlingen, welches „ein ganz gutes Netzwerk unter den Kinobetreibern“ (Geschäftsführer des Kino Kulisse Ettlingen) hat. Durch die Zusammenarbeit und den Austausch von Wissen und Best Practice-Beispielen

len kann besser auf Herausforderungen reagiert werden. Dies war bei ständigen Veränderungen und neuen Regelungen ein großer Vorteil. So konnte man auch die Widerstandsfähigkeit stärken und innovative Lösungen finden. Der Austausch bietet die Möglichkeit, sich schneller und besser an spezifische Bedingungen und Anforderungen anzupassen. Investitionen in Netzwerke und der Aufbau von Branchenbeziehungen sind langfristig von Vorteil und tragen zur Krisenfestigkeit bei.

„Ohne staatliche Hilfen hätte es nicht geklappt, das ist ganz klar“ (Geschäftsführer Kulisse Kino Ettlingen). Dies zeigt, wie wichtig staatliche Hilfen bei Krisensituationen sein können. Auch wenn sie nicht direkt als Resilienzfaktor zu werten sind, haben sie doch eine entscheidende Rolle bei der Bewältigung von Krisensituationen. Dies gilt sowohl für staatliche Hilfen als auch Hilfen auf kommunaler Ebene. Diese Hilfen umfassen sowohl Finanzielles, Materielles als auch Beratung. Während staatliche Hilfen meist auf finanzielle Unterstützung und viel Bürokratie hinausliefen, konnte auf kommunaler Ebene auf Unterstützung bei der Suche nach Veranstaltungsflächen und Veranstaltungsmöglichkeiten gebaut werden. Zudem wird jedoch mehr Flexibilität der kommunalen Seite gewünscht, was die Zuteilung der Regelungen betrifft. „Wir haben hier den Sonderfall, wir sind zwar Konzertveranstalter, aber wir zählen hier in Ettlingen offiziell zu den Vereinen und die Vereine hatten Veranstaltungsverbot“ (Erste Vorsitzende des Jazz-Clubs Ettlingen e.V.). Am Beispiel des Jazz-Clubs Ettlingen e.V. sieht man, dass es hilfreich gewesen wäre, die einzelnen Einrichtungen zu betrachten und nicht pauschal nach der Organisationform zu kategorisieren.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass einzelne Resilienzfaktoren nicht ausreichen, um Krisensituationen erfolgreich zu bewältigen. Am besten ist man durch eine Kombination aller Resilienzfaktoren vorbereitet. Solche Krisensituationen, wie es beispielsweise die Corona-Pandemie war, lassen sich vermutlich nicht gänzlich unbeschadet überstehen. Auch nach Ende der Pandemie ist man „noch dabei, die wirtschaftlichen Effekte auszumerzen“ (Geschäftsführer der Weinbar kostBAR). Es lässt sich festhalten: „man hat aus dem Ablauf viel gelernt, aber vorbereiten kann man sich de facto, glaube ich, nicht“ (Geschäftsführer des Kinos Kulisse Ettlingen). Neue Situationen benötigen neue Maßnahmen.

Fazit

Die quantitative Besucherbefragung der kleinen Bühne Ettlingen e.V. hat gezeigt, dass das Publikum vorwiegend aus älteren Personen besteht, wobei der Altersdurchschnitt mit rund 61 Jahren deutlich über jenem der Gesamtbevölkerung Ettlingens liegt. Es handelt sich überwiegend um ein homogenes Publikum von Stammkunden, die das Theater regelmäßig besuchen, häufig in Begleitung von Partnerin oder Partner oder in Begleitung von Freundinnen und Freunden. Diese Altersstruktur steht im Kontrast zum Badischen Staatstheater Karlsruhe. Hier ist die Demographie des Publikums breiter gefächert.

Weiterhin zeigt die Analyse, dass das Einzugsgebiet der kleinen Bühne Ettlingen e.V. zu großen Teilen auf Ettlingen konzentriert ist. Auch hier fällt der Kontrast zum Badischen Staatstheater Karlsruhe auf, welches ein größeres Einzugsgebiet der Theatergäste hat. Dies kann daran liegen, dass hinsichtlich des kulturellen Angebots, Ettlingen als weniger vielfältig wahrgenommen wird, während Karlsruhe ein breiteres Spektrum an kulturellen Veranstaltungen bietet.

Trotz der eingeschränkten Vielfalt wird das kulturelle Angebot Ettlingens von den meisten Befragten als für den Standort angemessen und zufriedenstellend bewertet. Die Mehrheit der Befragten empfindet das Angebot als für die Stadt ausreichend. Insgesamt verdeutlicht die Befragung, dass die kleine Bühne Ettlingen e.V. vor allem ein älteres lokal verankertes Publikum anzieht, das mit dem bestehenden kulturellen Angebot größtenteils zufrieden ist, aber dennoch eine größere Vielfalt schätzen würde.

Die Analyse der Resilienzfaktoren in Ettlingens Kultur- und Kreativwirtschaft verdeutlicht, dass ein effektives Risikomanagement und finanzielle Rücklagen essenziell sind, um Unternehmen zu stabilisieren. Die Bedeutung von Flexibilität und Anpassungsfähigkeit zeigt sich in der Umstellung von Arbeitsmodellen und innovativen Ansätzen wie Autokinos. Zudem spielt die Digitalisierung eine entscheidende Rolle, indem sie Geschäftsprozesse optimiert und neue Wege der Kundeninteraktion ermöglicht. Netzwerke und staatliche sowie kommunale Hilfen sind ebenfalls unverzichtbar, um Krisenzeiten zu überstehen. Insgesamt wird klar, dass eine Kombination aus verschiedenen Resilienzfaktoren notwendig ist, um Krisen zu bewältigen. Einzelne Maßnahmen allein reichen nicht aus. Vielmehr ist eine umfassende und flexible

Strategie erforderlich, um sowohl die unmittelbaren Herausforderungen als auch die langfristigen wirtschaftlichen Auswirkungen zu meistern. Resilienzfaktoren wie Risikomanagement, Digitalisierung, Flexibilität & Anpassungsfähigkeit sind unabhängige Faktoren und lassen sich auf andere Kultureinrichtungen in verschiedenen geographischen Lagen übertragen. Für Kultureinrichtungen in Mittelzentren könnte der Zugang zu finanziellen Mitteln und Unterstützung einfacher sein. **III**

AUTORINNEN UND AUTOREN

Fritz, Simon; Geographie und NWT B.Ed.,
ugguv@student.kit.edu

Kehrer, Kevin; Geographie und Sport B.Ed.,
ulhrs@student.kit.edu

Stoy, Felix; Geographie und NWT B.Ed.,
ugfua@student.kit.edu

Sturm, Nathalie; Geographie und Biologie, B.Ed.,
uowwu@student.kit.edu

LITERATUR

- Amdt, O., Bartuli, R., Creutz, B., & Schoon, C. (2022). *Resilienz in der Kultur- und Kreativwirtschaft: Resilienzfaktoren und -ausprägungen am Beispiel von CaseStudy-Analysen*. Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes.
- Brinkmann, H., Heinemann, F., Harendt, C., & Nover, J. (2017). Ökonomische Resilienz – Schlüsselbegriff für ein neues wirtschaftspolitisches Leitbild? *Wirtschaftsdienst*, 97, 644-650. <https://doi.org/10.1007/s10273-017-2191-5>.
- Fritz, K.P., & Wagner, D. (Hrsg.) (2015). *Forschungsfeld Gastronomie*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-05195-2>
- Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) (2024, März). *Lau-fende Raumbewertung des BBSR – INKAR*, Bonn. Abgerufen am 14. Juli 2024, von <https://www.inkar.de/>
- Mattissek, A., Pfaffenbach, C., & Reuber, P. (2013). *Methoden der empirischen Humangeographie* (2. Aufl.). Westermann.
- Müller, A., & Siebenhaar, K. (2024). *Publikumsstudien am Badischen Staatstheater Karlsruhe – 2023 mit Bezug zu den Studien seit 2011*. Institut für Kultur und Medienwirtschaft Berlin.
- Siegrun, B., Weicht, R., Levering, B., & Icks, A. (2022). *Unternehmertum während der Corona-Pandemie: Individuelle Resilienz*. Institut für Mittelstandsforschung Bonn.
- Zimmermann, O., & Geißler, T. (Hrsg.) (2021). *Aus Politik & Kultur: Bd. 18. Die Corona-Chroniken Teil 1, Corona vs. Kultur in Deutschland*. Deutscher Kulturrat.

SUMMARY

Attractiveness & resilience of cultural institutions in Ettlingen

by Simon Fritz, Kevin Kehrer, Felix Stoy, Nathalie Sturm

Historically, mid-sized towns have served as vital intermediaries between rural and urban areas, facilitating the dissemination of cultural practices, values, and innovations. The advent of the COVID-19 pandemic precipitated a profound transformation of the cultural landscape of these centers, resulting in the abrupt closure of numerous cultural institutions, including theaters, museums, music venues, and similar cultural establishments. This study examines the impact of the pandemic on the cultural institutions of Ettlingen, focusing on the resilience of the cinema Kulisse Ettlingen, the Jazz-Club Ettlingen e.V. and the wine bar kostBAR. The objective of this research is to identify critical resilience factors that will be useful for cultural institutions facing future crises. The term `resilience` is used in this context to encompass both economic and social aspects, thereby emphasizing the ability to adapt and recover from disruptions.

The pandemic revealed significant vulnerabilities in the cultural and creative industries, with substantial revenue losses compared to other sectors. This study employs a mixed methods approach, integrating both quantitative surveys of audiences and qualitative interviews with representatives of selected cultural institutions. The objective is to assess resilience factors and gain insights into the experiences of audience of the kleine bühne ettlingen e.V.

The findings indicate that resilience efforts during the pandemic were primarily oriented towards short-term operational continuity and long-term adaptation through innovation. The essential resilience factors include risk management, flexible employment models, digital transformation and network-building. The quantitative part of the study concludes that while Ettlingen's

cultural offerings are generally deemed adequate by its residents, there is a recognized need for greater diversity. The research provides insights into the resilience strategies that can help cultural institutions to better withstand future crises.

Die Langstreckenläufer der Kultur

Ein Vergleich der Theaterbesucherinnen und -besucher in Baden-Baden, Bruchsal und Ettlingen am mittleren Oberrhein

In diesem Beitrag werden die Ergebnisse der Befragungen von Theaterbesucherinnen und -besuchern in Baden-Baden, Bruchsal und Ettlingen analysiert, um die unterschiedlichen kulturellen Präferenzen sowie die Rolle der Theater in den jeweiligen Mittelzentren zu vergleichen. Der Fokus der Forschungsarbeit liegt auf der Verbindung zwischen kulturellen Infrastrukturen und kulturellen Aktivitäten in Mittelzentren in der Region Mittlerer Oberrhein. Diese Region zeichnet sich durch eine reiche kulturelle Vielfalt sowie Mittelzentren wie Baden-Baden, Bruchsal und Ettlingen als wichtige Standorte kultureller Angebote aus.

Mittelzentren fungieren nicht nur als Versorgungszentren, sondern spielen auch eine bedeutende Rolle in der kulturellen Entwicklung einer Region. Die deutsche Ministerkonferenz für Raumordnung betrachtet Mittelzentren als zentrale Orte mittlerer Stufe, welche für eine gleichmäßige und gut erreichbare Versorgung der Bevölkerung verantwortlich sind (BBSR, 2017, S.42 f.). Kulturelle Einrichtungen, als institutionalisierte Formen von Kultur, sind integraler Bestandteil dieser Versorgungsstruktur und prägen die kulturelle Vielfalt der Region.

Baden-Baden hebt sich durch seinen internationalen Ruf und die Größe seines Theaters hervor, was es zu einem bedeutenden kulturellen Zentrum in der Region macht. Ettlingen, in der Nähe von Karlsruhe gelegen, verfügt über ein kleineres Theater, was interessante Vergleiche mit größeren städtischen Einrichtungen ermöglicht. Bruchsal, als weiteres Mittelzentrum, bietet mit seinem mittelgroßen Theater ebenfalls eine reiche kulturelle Vielfalt und stellt somit einen relevanten Vergleichspunkt dar.

Untersucht werden die Bedeutung von Mittelzentren und Kultur, die Zusammensetzung der Besucherschaft sowie die kulturellen Einrichtungen in der Kulturregion Karlsruhe. Diese Initiative

treibt interkommunale kulturelle Projekte voran, stärkt die regionale Verbindung und Zusammenarbeit der verschiedenen Standorte wie Baden-Baden, Bruchsal und Ettlingen, indem sie deren kulturelle Vielfalt fördert und gemeinsame kulturelle Anliegen unterstützt (Regionalverband Mittlerer Oberrhein, o. J.). Dabei wird die Rolle der Mittelzentren Baden-Baden, Bruchsal und Ettlingen als Träger kultureller Angebote und deren Beitrag zur regionalen Entwicklung und kulturellen Vielfalt betrachtet.

Die ausgewählten Mittelzentren Baden-Baden, Bruchsal und Ettlingen bieten eine vielfältige und reiche Theaterkultur, deren Charakteristika auf Grundlage verschiedener Thesen untersucht und bewertet werden. Die Analyse der Besucherschaft kultureller Einrichtungen ermöglicht es, soziale und wirtschaftliche Faktoren zu identifizieren, die sich auf die Nutzung dieser Angebote auswirken. Die Geographie befasst sich dabei mit der Analyse räumlicher Muster und Prozesse. Die Untersuchung der drei Mittelzentren und ihrer kulturellen Angebote bietet einen Einblick in die Wechselwirkungen zwischen Raum und Kultur.

Aktueller Forschungsstand

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Kulturkonsum und der Nutzung kultureller Einrichtungen, insbesondere von Theatern, bietet

eine Vielzahl von Ansätzen, die wertvolle Einblicke in die sozialen und ökonomischen Einflussfaktoren auf die kulturelle Teilhabe geben. Diese Erkenntnisse bilden die Grundlage für den Vergleich der Theaterbesucherinnen und -besucher in Baden-Baden, Bruchsal und Ettlingen, wobei die sozialen Strukturen der Besuchergruppen sowie Unterschiede in der Nutzung kultureller Angebote in den Mittelzentren der Region analysiert werden.

Eine zentrale empirische Grundlage liefert die Kulturstatistik 2024 der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder, die umfassende Daten zur finanziellen Förderung und Nutzung kultureller Angebote in Deutschland bereithält. Diese Quelle zeigt, wie Kulturmittel verteilt und genutzt werden, und außerdem wie viel Geld pro Kopf pro Jahr für Kulturzwecke ausgegeben wird. Sie bietet jedoch keine spezifischen Daten zu den kulturellen Infrastrukturen und der soziodemografischen Zusammensetzung der Besucherinnen und Besucher in Mittelzentren wie Baden-Baden, Bruchsal oder Ettlingen. Der Fokus der Statistik liegt auf einer gesamtstaatlichen Betrachtung, ohne die regionalen Unterschiede im Theaterkonsum zu berücksichtigen, was die Relevanz einer spezifischen Analyse unterstreicht (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2024).

Ergänzend liefert die Statistik zur Zeitverwendung des Statistischen Bundesamts (2016), basierend auf Daten von 2013, Erkenntnisse zur zeitlichen Nutzung kultureller Aktivitäten. Hier wird aufgezeigt, dass Theaterbesuche in Deutschland im Vergleich zu anderen Freizeitaktivitäten wie Fernsehen oder Kino eine eher geringe Rolle spielen. Die Studie unterscheidet jedoch nicht nach geografischen Einheiten wie Mittelzentren und liefert somit keine Daten zu den spezifischen Kulturgewohnheiten der Bevölkerung in unterschiedlichen Regionen wie in der Region Mittlerer Oberrhein (Statistisches Bundesamt, 2016).

Auf theoretischer Ebene bietet die Homologietheorie von Kirchberg und Kuchar (2016) einen analytischen Rahmen, um die Unterschiede im Theaterkonsum in verschiedenen Mittelzentren zu verstehen. Die These postuliert, dass der Kulturkonsum stark durch den sozialen Status beeinflusst wird. Während Personen aus höheren Bildungsschichten häufiger Theater besuchen, neigen Personen aus niedrigeren sozialen Schichten zu populäreren Kulturformen. Diese Annahme bietet einen Bezugspunkt für die Untersuchung von Theatern, da ähnliche soziokulturelle Profile der Besucherin-

nen und Besucher zu erwarten sind (Kirchberg & Kuchar, 2016).

Ergänzend dazu liefern Mandel und Renz (2016) Erkenntnisse über die demografischen Merkmale der Theaterbesucherinnen und -besucher. Sie zeigen, dass Theaterbesucherinnen und -besucher häufig aus höheren Bildungsschichten stammen und dass besonders Frauen über 50 Jahre zu den regelmäßigen Nutzern von Hochkulturangeboten zählen. Diese Ergebnisse sind für den Vergleich der drei Mittelzentren der Kulturregion Karlsruhe von Bedeutung, da die Analyse der soziodemografischen Struktur der Theaterbesucherinnen und -besucher eine zentrale Rolle spielt.

Empirisch wird dieser Forschungsstrang durch die Arbeit „Kulturkonsum in Deutschland“ von Karl-Heinz Reuband (2010) ergänzt, der die Bildung als entscheidenden Faktor für den Kulturkonsum identifiziert. Seine Studie zeigt, dass Bildung und sozioökonomische Faktoren maßgeblich beeinflussen, wie häufig Menschen kulturelle Einrichtungen wie Theater besuchen (Reuband, 2010). Insbesondere in Mittelzentren, wo das Kulturangebot oft eingeschränkter ist als in Großstädten, könnte der Bildungseffekt von besonderer Bedeutung sein. Reubands (2010) Analysen liefern zudem Hinweise darauf, dass das Alter ebenfalls eine Rolle spielt, insbesondere bei klassischen Kulturangeboten wie Theater und Oper, was für die demografische Analyse der Theaterbesucherinnen und -besucher in Baden-Baden, Bruchsal und Ettlingen berücksichtigt werden muss.

Der aktuelle Forschungsstand zeigt, dass es bereits umfassende Daten und Theorien zur kulturellen Teilhabe und Nutzung kultureller Einrichtungen gibt. Es fehlen jedoch spezifische empirische Studien, die sich mit den Besonderheiten des Theaterkonsums in Mittelzentren wie Baden-Baden, Bruchsal und Ettlingen beschäftigen. Insbesondere die Analyse der soziodemografischen Profile der Theaterbesucherinnen und -besucher in diesen Städten und der Vergleich der Unterschiede in der kulturellen Teilhabe bleiben bislang unerforscht. Diese Lücke wird in der vorliegenden Untersuchung geschlossen, indem die Theaterlandschaft in den genannten drei Mittelzentren der Kulturregion Karlsruhe detailliert betrachtet und analysiert wird, wie sich soziale und ökonomische Faktoren auf den Theaterbesuch in diesen Städten auswirken.

Methodik

Durch eine standardisierte Fragebogenstudie wurden Einblicke in die Eigenschaften, Wahrnehmungen und Aktivitäten der Besucherinnen und Besucher sowie in die Rolle und Bedeutung kultureller Einrichtungen in den Mittelzentren Baden-Baden, Bruchsal und Ettlingen gewonnen. Die erhobenen Daten wurden mit den Programmen Excel und SPSS statistisch ausgewertet und verglichen. Um einen Vergleich der verschiedenen Standorte zu ermöglichen, wurden die Daten aus den Befragungen in den Theatern der genannten Städte entsprechend aufbereitet.

Im Rahmen der Untersuchung wurden folgende Thesen aufgestellt. Erstens wird angenommen, dass die Besucherinnen und Besucher in Baden-Baden im Vergleich zu den anderen Standorten durchschnittlich mehr Geld für kulturelle Aktivitäten pro Monat ausgeben. Dafür wird auch die Hypothese „Je höher der Bildungsabschluss, desto höher auch das soziale Engagement der Theaterbesucherinnen und -besucher“ untersucht. Zweitens wird vermutet, dass die Theaterbesucherinnen und -besucher in Baden-Baden im Durchschnitt längere Anfahrtswege zu den Kulturveranstaltungen zurücklegen als die Besucherinnen und Besucher in Bruchsal und Ettlingen. Schließlich lautet die dritte These, dass in kleineren Theatern ein größerer Anteil der Besucherinnen und Besucher durch Mundpropaganda auf die Vorstellungen aufmerksam wurde, verglichen mit den größeren Theatern an den anderen Standorten. Anhand dieser zuvor aufgestellten Thesen wird geprüft, inwieweit diese durch die gewonnenen Daten gestützt werden.

Auswertung der Ergebnisse

Im Folgenden wird ein Überblick über das Sample der Theaterbesucherinnen und -besucher gegeben, indem detailliert dargestellt wird, welche Personen an der Befragung teilgenommen haben. Dies umfasst die Ergebnisse zu den personenbezogenen Fragen, um die soziodemografischen Merkmale der Teilnehmerinnen und Teilnehmer besser zu verstehen. In den Befragungen wurde festgestellt, dass der durchschnittliche Geburtsjahrgang der Befragten bei 1964 liegt, was bedeutet, dass das Durchschnittsalter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer etwa 60 Jahre beträgt. Die Streuung des Alters der Befragten ist dabei eher gering: Etwa 68% der befragten Personen wurden innerhalb einer Spanne von 17 Jahren um diesen Mittelwert geboren. Diese Ergebnisse lassen sich gut in den

Kontext bestehender Forschung einordnen, wonach ein großer Anteil des Theaterpublikums den älteren Alterskohorten angehört.

Die geringe Streuung in der Altersverteilung und das hohe Durchschnittsalter bestätigen den allgemeinen Trend, dass das Theaterpublikum stark von den älteren Generationen dominiert wird. Dies steht im Einklang mit den Befunden des Badischen Staatstheaters, wo fast drei Viertel des Publikums über 50 Jahre alt sind. Besonders auffällig ist auch hier die Präsenz der Über-60-Jährigen (Müller & Siebenhaar, 2024).

Während das Publikum von Musicals im Schnitt 33 Jahre alt ist, liegt das Durchschnittsalter der Opernbesucherinnen und -besucher zwischen 42 und 55 Jahren. Rössel et al. (2002) haben festgestellt, dass das Durchschnittsalter der Schauspielbesucherinnen und -besucher bei 34 Jahren liegt. Darüber hinaus zeigen Studien von Tauchnitz und Keuchel (2004), dass insbesondere ältere Altersgruppen, vor allem die 60- bis 69-jährigen, das Opernpublikum dominieren. Diese Tendenz wird durch die Forschung von Föhl und Nübel (2016) unterstützt, die darauf hinweist, dass das Theaterpublikum, insbesondere bei Opern und Konzerten, älter geworden ist. Die Umfrageergebnisse, die ein Durchschnittsalter von etwa 60 Jahren zeigen, bestätigen diesen Trend. Es scheint, dass das Publikum größtenteils aus einer älteren Altersgruppe besteht, was sich im Altersdurchschnitt von 60 Jahren widerspiegelt. Siebenhaar und Müller (2012) sowie die ASSITEJ-Studie in Hessen (2007) verdeutlichen, dass Schulen zwar häufig Theateraufführungen besuchen, jedoch nur selten langfristige Kooperationen mit Theatern eingehen, wie beispielsweise gemeinsame Projekte, Workshops oder kontinuierliche Bildungsangebote. Mandel (2013) hebt hervor, dass Schulen eine wichtige Rolle für den ersten Kulturbesuch spielen, insbesondere bei Menschen mit Migrationshintergrund (Föhl & Nübel, 2016, S. 239).

„Je höher der Bildungsabschluss, desto höher auch das soziale Engagement der Theaterbesucherinnen und -besucher.“ Die Analyse unserer Daten hat diese Hypothese bestätigt. Personen mit einem höheren Bildungsabschluss zeigen tatsächlich ein höheres Maß an sozialem Engagement. Dieser Zusammenhang wurde durch die Berechnung des Regressionskoeffizienten nachgewiesen, was bedeutet, dass der positive Zusammenhang zwischen Bildung und sozialem Engagement nicht zufällig ist.

Die Umfrage beinhaltet auch die Frage nach der Herkunft der Theaterbesucherinnen und -besucher. Im Rahmen dieser Erhebung wurde die Staatsangehörigkeit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer abgefragt, um ein besseres Verständnis der Zusammensetzung des Publikums zu gewinnen. Von den insgesamt 195 befragten Personen gaben 190 an, ausschließlich die deutsche Staatsangehörigkeit zu besitzen. Dies entspricht einem Anteil von 97% der gesamten Stichprobe. Betrachtet man nur die gültigen Antworten, so liegt der Anteil der Befragten mit deutscher Staatsangehörigkeit bei 99%. Die restlichen 3% der Antworten haben zu dieser Frage keine Angabe gemacht. Diese Verteilung der Staatsangehörigkeit zeigt, dass unser Publikum überwiegend aus deutschen Staatsbürgerinnen und -bürgern besteht.

Zusätzlich zu den Fragen nach dem Geburtsjahr und der Staatsangehörigkeit wurden auch Informationen zum Geschlecht der Theaterbesucherinnen und -besucher erhoben. Die Ergebnisse zeigen, dass sich 55% der befragten Besucherinnen und Besucher als Frauen (108 Personen), 42% als Männer (81 Personen) und etwa 1% als divers (zwei Personen) identifiziert haben, während 2% (vier Personen) keine Angabe zum Geschlecht gemacht haben (Abb. 1). Untersuchungen zeigen, dass Frauen Theater häufiger besuchen als Männer. Laut Rössel et al. (2002) dominieren Frauen bei Schauspiel- (59%) und Opernbesuchen (58%). Bei Ballettveranstaltungen ist ihr Anteil mit 68% noch höher. Ähnliche Ergebnisse finden sich in Studien, wo der Frauenanteil zwischen 53% und 64% liegt (Föhl & Nübel, 2016, S. 225f). Für das Staatstheater Karlsruhe ermittelten Siebenhaar und Müller (2012) einen Frauenanteil von 62,2%. Mandel (2011) berichtet ähnliche Ergebnisse, während jüngere Männer besonders schwer zu erreichen sind, da sie seltener kulturelle Einrichtungen wie Theater besuchen.

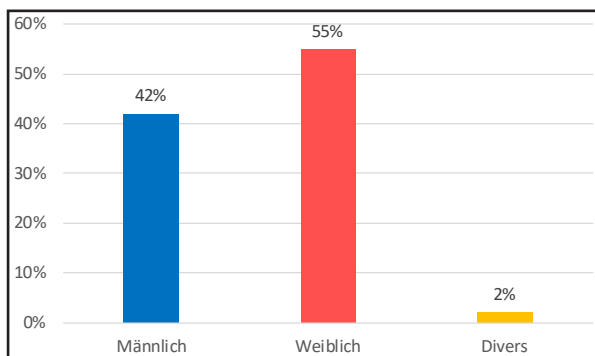


Abb. 1: Darstellung der Geschlechteranteile aus den Theaterumfragen.

Quelle: Eigene Darstellung



Abb. 2: Bild der typischen Theatergäste.

Quelle: Mareike Groß

Ähnliche Ergebnisse zur Geschlechterverteilung wurden auch in neueren Studien gefunden (z. B. Müller & Siebenhaar, 2024), die zeigen, dass das Verhältnis von zwei Dritteln weiblichen Besucherinnen und einem Drittel männlichen Besuchern dem bundesweiten Trend entspricht.

Die Zufriedenheit der Besucherinnen und Besucher mit wesentlichen Aspekten des Theatererlebnisses stellt eine wichtige Grundlage für die Bewertung der Servicequalität und der Wahrnehmung des kulturellen Angebots dar und liefert zugleich wertvolle Anhaltspunkte für die Optimierung des Besuchererlebnisses.

Die Analyse der Umfrageergebnisse zeigt, dass die Besucherzufriedenheit im Hinblick auf zentrale Aspekte des Theatererlebnisses hoch ist. Besonders die Bewertung der Preisgestaltung und des Ticketkaufs fällt positiv aus. Die 177 Befragten, die eine Schulnote zur Preisgestaltung vergaben, bewerteten diese im Durchschnitt mit 1,7, was auf eine sehr gute bis gute Wahrnehmung hindeutet. Ähnlich positiv wurde der Ticketkauf bewertet: Mit einem Mittelwert von 1,4 unter 178 Befragten zeigt sich, dass der Prozess des Kartenerwerbs als besonders kundenfreundlich empfunden wird. Zwar gaben je 17 und 18 Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei beiden Fragen „weiß nicht“ an, was möglicherweise auf geschenkte Tickets hinweist, doch die positiven Bewertungen überwiegen deutlich.

Den Saal bewerteten 164 Personen diesen mit einem Durchschnittswert von 1,9, was auf eine allgemein gute Wahrnehmung der Räumlichkeiten hindeutet. 31 Befragte antworteten mit „weiß nicht“, was darauf hinweisen könnte, dass es sich

bei diesen Personen um Erstbesucherinnen und -besucher handelte, die noch keine fundierte Einschätzung abgeben konnten.

Das gastronomische Angebot erhielt eine durchschnittliche Bewertung von 2,5 unter 165 Befragten. Hier zeigten sich gemischte Reaktionen, die auf Verbesserungspotenzial hindeuten. 30 Personen antworteten mit „weiß nicht“, was auf eine mögliche Nichtnutzung des Angebots während ihres Besuchs schließen lässt.

Beim Internetauftritt des Theaters fällt die Bewertung mit einem Mittelwert von 1,9 ebenfalls gut aus, jedoch ist hier die Anzahl der „weiß nicht“-Antworten mit 57 Personen deutlich höher, was vermutlich auf den höheren Altersdurchschnitt des Publikums zurückzuführen ist, der möglicherweise weniger Interesse an der Website oder dem Internetangebot hat.

Diese Ergebnisse zur Besucherzufriedenheit verdeutlichen, dass die Qualität der Serviceangebote und die Einfachheit der Abläufe wie der Ticketkauf eine entscheidende Rolle dabei spielen, bestehende Besucherinnen und Besucher zu binden. Zufriedene Theaterbesucherinnen und -besucher sind eher bereit, das Theater erneut zu besuchen und ihre positiven Erfahrungen weiterzuempfehlen. Dadurch kann eine indirekte Wirkung auf die Erschließung eines breiteren Publikums erzielt werden. Eine hohe Zufriedenheit der Besucherinnen und Besucher mit Aspekten wie der Preisgestaltung und dem Ticketkauf könnte dazu beitragen, mögliche Hemmnisse, die durch mangelnde Information oder Bedenken gegenüber dem Theaterbesuch bestehen, abzubauen.

Ein Vergleich mit den Umfrageergebnissen, von Müller und Siebenhaar (2024) des Badischen Staatstheaters Karlsruhe zeigt ähnliche Trends. Dort wird die Website zunehmend als wichtige Informationsquelle geschätzt, insbesondere von älteren Besucherinnen und Besuchern. Die allgemeine Zufriedenheit mit dem Theatererlebnis, das sowohl das künstlerische Angebot als auch die Servicequalität umfasst, bleibt insgesamt hoch. Ebenso fällt das gastronomische Angebot in beiden Umfragen eher durchgewachsen aus, was vor allem bei weniger regelmäßigen Besucherinnen und Besuchern einen wichtigen Einfluss auf die Gesamtbewertung des Theaterbesuchs hat (Müller & Siebenhaar, 2024).

Die vorliegende Grafik aus Abbildung 3 zeigt, mit wem die Theaterbesucherinnen und -besucher typischerweise ins Theater gehen. Die Verteilung der Antworten gibt Einblicke in die sozialen Mus-

ter und Vorlieben dieser kulturell aktiven Gruppe. Fast die Hälfte der befragten Theaterbesucherinnen und -besucher, nämlich 47%, geben an, das Theater gemeinsam mit ihrem Ehepartner bzw. ihrer Ehepartnerin zu besuchen. Dies deutet darauf hin, dass Theaterbesuche häufig als gemeinsame Aktivität von Paaren wahrgenommen werden. Ein bedeutender Anteil der Theaterbesucherinnen und -besucher, nämlich 28%, geht mit Freunden ins Theater, was zeigt, dass Theaterbesuche auch eine beliebte soziale Aktivität unter Freunden sind. Etwa 12% der Theaterbesucherinnen und -besucher gehen allein ins Theater. Diese Personen könnten besonders kulturell interessiert sein und die individuelle Erfahrung eines Theaterbesuchs schätzen. Rund 6% der Theaterbesucherinnen und -besucher nehmen ihre Kinder mit ins Theater, was darauf hinweist, dass Theaterbesuche auch als Familienaktivität geschätzt werden. Etwa 3% der Befragten besuchen das Theater mit ihren Eltern, was auf eine Tradition oder eine besondere familiäre Bindung hinweisen könnte. Weitere 3% der Theaterbesucherinnen und -besucher gehen in einer Gruppe ins Theater, was auf organisierte Theaterbesuche hinweisen könnte, wie zum Beispiel durch Theaterclubs oder Freundesgruppen. Weitere 1% geben andere Begleitungen an.

Zusammenfassend zeigen die Daten, dass Theaterbesuche überwiegend als soziale Aktivität gesehen werden, was mit den Ergebnissen von Bourdieu (1984) und Putnam (2000) übereinstimmt, die ebenfalls die Bedeutung sozialer Netzwerke und die Stärkung sozialer Bindungen durch kulturelle Veranstaltungen hervorheben.

Nachdem dargelegt wurde, mit welchen Begleitpersonen die Theaterbesucherinnen und -besucher erscheinen, wird nun präsentiert, auf welche Weise sie auf die Veranstaltung aufmerksam wurden. Die

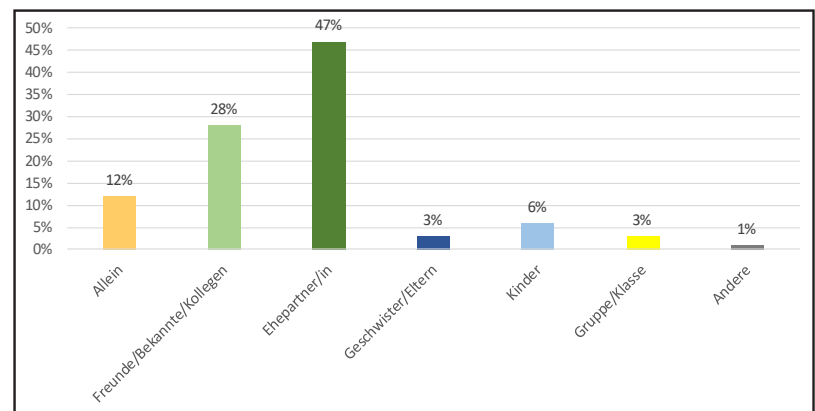


Abb. 3: Mit wem besuchen Sie das Theater heute? n=195

Quelle: Eigene Darstellung

Ergebnisse wurden in Abbildung 4 visualisiert, und sind anhand der nachfolgenden Ergebnisse zu verstehen.

Ein Anteil von 30% der Befragten gab an, dass persönliche Empfehlungen durch Freunde der ausschlaggebende Faktor waren, der sie zur Teilnahme motivierte. Diese starke Präsenz von Mund-zu-Mund-Propaganda betont die Schlüsselrolle sozialer und persönlicher Netzwerke für die Verbreitung kultureller Ereignisse. Darüber hinaus spielten Abonnements eine wesentliche Rolle, wobei 26% der Befragten angaben, dass regelmäßige Abonnements sie auf die Veranstaltung aufmerksam gemacht haben. Dies zeigt, dass die Bindung durch Abonnements ein effektives Mittel ist, um ein Publikum über zukünftige Veranstaltungen zu informieren. Traditionelle Medien wie die Presse spielten ebenfalls eine bedeutende Rolle, da 14% der Befragten angaben, dass sie durch Presseberichte auf die Veranstaltung aufmerksam wurden. Diese Ergebnisse verdeutlichen die fortbestehende Relevanz traditioneller Informationskanäle in einer digitalen Ära. Im digitalen Bereich gewinnen Social Media-Plattformen zunehmend an Bedeutung, da 13% der Befragten angaben, dass sie über diese Kanäle auf die Veranstaltung aufmerksam wurden. Dies unterstreicht die wachsende Rolle digitaler Kommunikationskanäle, insbesondere bei jüngeren Zielgruppen. Obwohl gedruckte Materialien wie Programmhefte nach wie vor eine gewisse Relevanz haben und 12% der Teilnehmerinnen und Teilnehmer über diese informiert wurden, zeigen Plakate und Radiowerbung mit jeweils 4% bzw. 1% der Befragten eine vergleichsweise geringe Reichweite.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass persönliche Empfehlungen und Abonnements als die herausragenden Informationsquellen für kulturelle Veranstaltungen hervorstechen. Traditionelle Medien behalten ihre Bedeutung, während digitale Kanäle zunehmend dominieren. Diese Erkenntnisse bieten wertvolle Einsichten für zukünftige Marketingstrategien und die gezielte Ansprache verschiedener Publikumsgruppen in der Eventplanung.

Ein wichtiger Aspekt der Untersuchung war die Frage, ob ein höherer Bildungsabschluss mit einem stärkeren sozialen Engagement der Theaterbesucherinnen und -besucher einhergeht. Die Analyse unserer Daten hat die These bestätigt: Personen mit einem höheren Bildungsabschluss zeigen tatsächlich ein signifikant höheres Maß an sozialem

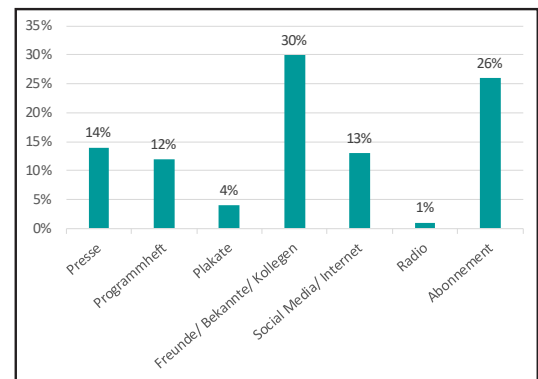


Abb. 4: Wie wurden Sie auf die Veranstaltung aufmerksam? n=195

Quelle: Eigene Darstellung

Engagement. Dieser Zusammenhang wurde durch die Berechnung des Regressionskoeffizienten statistisch belegt, was darauf hinweist, dass der positive Zusammenhang zwischen Bildungsniveau und sozialem Engagement nicht zufällig ist, sondern systematisch besteht. Die Studie des Badischen Staatstheaters Karlsruhe bietet zusätzliche Bestätigung für unsere Ergebnisse. Sie zeigt, dass das Theaterpublikum zunehmend akademisch geprägt ist und dass dieser Trend die bildungspolitischen Entwicklungen in Deutschland widerspiegelt. Die steigende Akademisierung des Publikums deckt sich mit unseren Ergebnissen, die zeigen, dass Theaterbesucherinnen und -besucher mit höherem Bildungsgrad nicht nur kulturell aktiver sind, sondern auch stärker in sozialen und gemeinnützigen Bereichen engagiert sind (Müller & Siebenhaar, 2024).

Im Folgenden werden nun die verschiedenen anderen Kulturveranstaltungen beleuchtet, die von den Befragten abseits des Theaters, in dem die Umfrage stattgefunden hat, besucht wurden. Dabei wurde explizit nach den letzten fünf Besuchen von Kulturveranstaltungen gefragt.

Gemäß den Forschungsdaten von Föhl & Nübel (2016) zeigen Theaterbesucherinnen und -besucher nicht nur ein breites Interesse an vielfältigen kulturellen Aktivitäten, sondern auch die Häufigkeit der Veranstaltungsbesuche dieser Gruppe übersteigt die durchschnittliche Anzahl an Kulturbesuchen der sonstigen Bevölkerung (Föhl & Nübel, 2016, S. 234). Hierzu zählen unter anderem Besuche von Museen, Ausstellungen, Konzerten und Kinos. Unsere aktuellen Erhebungen zu den letzten Besuchen von den Theaterbesucherinnen und -besuchern deuten in die selbe Richtung. Die Verteilung der letzten Besuche, zu sehen in Abbildung 5, zeigt, dass andere Theaterbesuche mit rund 26% die am häufigsten genannte Aktivität der The-

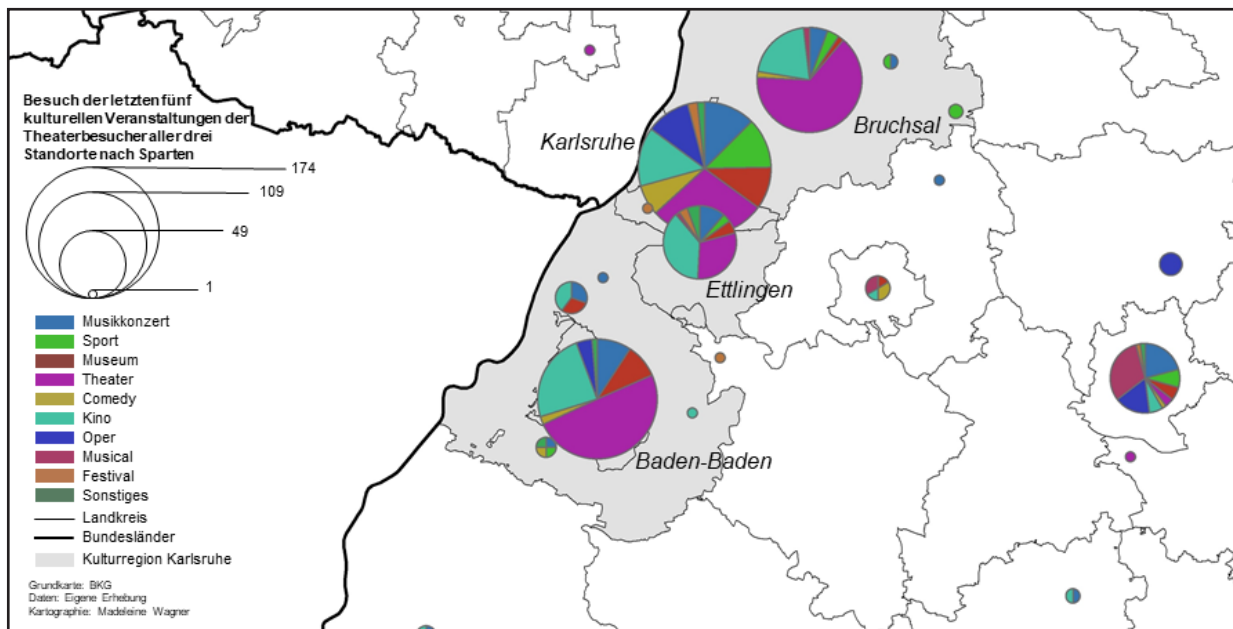


Abb. 5: Die letzten fünf Besuche von Kulturveranstaltungen.

Quelle: Eigene Darstellung durch Dr. Madeleine Wagner

aterbesucherinnen und -besucher darstellen, was die Kontinuität ihres Engagements für Theateraufführungen unterstreicht. Musikkonzerte liegen mit rund 18% ebenfalls hoch im Trend und reflektieren das starke Interesse an Musikveranstaltungen. Kinobesuche erfreuen sich mit 17% ebenfalls großer Beliebtheit. Museumsbesuche machten 12% aus, während Sportveranstaltungen 6% der Besuche verzeichnen, von denen 40% Spiele des Karlsruher SC (KSC) im Stadion besuchten. Weitere kulturelle Aktivitäten wie Comedy (5%), Oper (5%), Musical (4%), Festival (3%) und Sonstiges (3%) zeigen, dass die befragten Theaterbesucherinnen und -besucher auch andere kulturelle Angebote regelmäßig wahrnehmen.

Des Weiteren ist festzuhalten, dass die Theater- und Kinobesuche auch größtenteils in der Kultur-Region Karlsruhe stattgefunden haben. In Karlsruhe als Oberzentrum lassen sich die Mehrzahl der Comedy- und Festivalbesuche verorten. Im Gegensatz dazu sind die Besucherinnen und Besucher für Opern und Musicals mehrheitlich nach Stuttgart gegangen, welches dem größeren Angebot dort zuzuschreiben ist.

Zusammenfassend bestätigen die aktuellen Daten die Ergebnisse von Föhl und Nübel (2016), dass Theaterbesucherinnen und -besucher ein breites kulturelles Interesse zeigen und regelmäßig an einer Vielzahl von kulturellen Aktivitäten teilnehmen, darunter Theater, Museen, Kinos, Musikkonzerte und andere Veranstaltungen.

Die Frage nach der Besuchsfrequenz des Theaters in den letzten zwölf Monaten ergab folgende

Ergebnisse: 39 Befragte besuchten das Theater 1-2 Mal, 51 Personen waren 3-6 Mal dort und 37 Personen mehr als 6 Mal. 37 Befragte gaben an, das Theater überhaupt nicht besucht zu haben, während 23 Befragte zum ersten Mal in einem dieser Theater waren. Diese Zahlen verdeutlichen eine vielfältige Nutzung des Theaters, von häufigen Besucherinnen und Besuchern bis hin zu solchen, die es seltener oder gar nicht besuchen.

Die Anzahl der Erstbesucherinnen und -besucher zeigt zudem, dass das Theater weiterhin neue Besucherinnen und Besucher anzieht, was für seine kulturelle Relevanz und das Wachstum der Theatergemeinschaft positiv ist.

Insgesamt zeigt sich, dass das Theater sowohl eine treue Stammkundschaft als auch Gelegenheitsbesucherinnen und -besucher anzieht und erfolgreich neue Besucherinnen und Besucher gewinnen kann. Dies unterstreicht die Bedeutung von Marketingstrategien, die sowohl bestehende Kunden ansprechen als auch neue Zielgruppen erschließen können.

Bei der Auswertung der Ergebnisse ist aufgefallen, dass die Besucherinnen und Besucher in Baden-Baden bereit sind, mehr Geld für kulturelle Aktivitäten im Monat auszugeben als in Bruchsal und Ettlingen. Die Gesamtausgaben für kulturelle Aktivitäten in Baden-Baden beliefen sich auf 5574,50€. Der Median beträgt 50€ pro Person und Monat. Im Gegensatz dazu betrug die Gesamtsumme der Ausgaben an den übrigen Standorten 5127€. Dies resultiert in einem Median von 40€ pro Person und Monat. Daraus folgt, dass der Me-

dianwert in Baden-Baden um 10€ höher im Monat für kulturelle Zwecke liegt als an den anderen Standorten. Dieses Ergebnis untermauert die These, dass das kulturelle Interesse und das finanzielle Engagement der Befragten in Baden-Baden höher sind als das derjenigen in Bruchsal und Ettlingen.

Des Weiteren wurde festgestellt, dass die Besucherinnen und Besucher aus Baden-Baden im Durchschnitt für ihre weiteste Reise zu einer Kulturveranstaltung die größte Distanz zurückgelegt haben. Die Mediane der Entfernungen, die von den Befragten für den Besuch einer Kulturveranstaltung zurückgelegt wurden, betragen in Bruchsal 200km und in Ettlingen 300km. Im Gegensatz dazu lag der Median der zurückgelegten Entfernung der Besucherinnen und Besucher aus Baden-Baden bei 500km. Diese mediane Entfernung deutet darauf hin, dass die Besucherinnen und Besucher aus Baden-Baden bereit sind, wesentlich größere Distanzen für den Besuch kultureller Veranstaltungen zurückzulegen, was auch eine größere Bereitschaft zur Mobilität einschließt. Ein möglicher Erklärungsansatz hierfür könnte sein, dass das Theater Baden-Baden das größte Theater in unserer Befragung ist und auch die Stadt Baden-Baden an sich international am bekanntesten ist. Besucherinnen und Besucher des Theaters Baden-Baden könnten deshalb auch andere international renommierte Kulturveranstaltungen besuchen und auch bereit sein, dafür mehr Geld auszugeben. Diese Ergebnisse illustrieren nicht nur die starke Anziehungskraft, die das kulturelle Angebot von Baden-Baden ausübt, sondern auch die Bedeutung der Mobilität im Kontext kultureller Aktivitäten. Sie heben hervor, wie entscheidend ein breites und hochwertiges kulturelles Angebot für die Attraktivität eines Standorts ist und wie es die Bereitschaft der Besucherinnen und Besucher, weite Strecken zurückzulegen, fördern kann.

Die Initiative KulturRegion Karlsruhe (siehe Abbildung 6) dient als Bindeglied zwischen Kulturverwaltung, Politik und Partnern aus Wirtschaft und Kulturverbänden. Die vier Repräsentantinnen und Repräsentanten der Stadt- und Landkreise sowie die Geschäftsführung des Regionalverbands Mittlerer Oberrhein treffen sich vierteljährlich,

um kulturelle Projekte zu diskutieren und zu fördern. Zusätzlich setzt die KulturRegion Impulse zu aktuellen Themen wie Digitalisierung, Publikumsentwicklung und nachhaltige Kultur. Der Kulturmanager sowie das neu gegründete Regionalmanagement Kultur organisieren hierzu Konferenzen und betreiben die digitale Plattform KulturLounge (Presse- und Informationsamt, 06.03.2023). Zu der Initiative KulturRegion Karlsruhe wurde im standardisierten Fragebogen auch eine Frage integriert. Diese lautet: „Kennen Sie die Initiative KulturRegion Karlsruhe?“. Von den 195 Befragten kennen 30 die Initiative KulturRegion Karlsruhe, was 15% entspricht. Dies deutet darauf hin, dass selbst unter regelmäßigen Kulturbesucherinnen und -besuchern die Initiative nur geringe Bekanntheit hat. Wenn bereits Menschen, die häufig kulturelle Angebote wie zum Beispiel in Theatern wahrnehmen,

kaum Kenntnis von der Initiative haben, stellt sich die Frage, wie es gelingen kann, den Bekanntheitsgrad der Initiative zu steigern. Besonders herausfordernd ist es, junge Menschen für die Initiative zu begeistern. Eine erhöhte Sichtbarkeit und zielgerichtete Kommunikationsstrategien könnten hier entscheidend sein, um das Bewusstsein für die Initiative

in der breiten Bevölkerung zu stärken.

Des Weiteren wurde im Fragebogen danach gefragt „An welcher Art von Veranstaltung oder kulturellen Angeboten fehlt es Ihrer Meinung nach?“. Mit der Umfrage wurde ermittelt, welche kulturellen und sportlichen Angebote am häufigsten vermisst werden. Besonders oft wurden das Fehlen von Festivals (neun Nennungen) und Konzerten (25 Nennungen) im Musikbereich genannt. Auch Musicals und Musikkneipen (jeweils zwei Nennungen) sowie Tanzveranstaltungen und Opern (drei bzw. neun Nennungen) wurden genannt. Im Sportsektor fehlen einigen Personen Schwimmbäder und Sportveranstaltungen (ein bzw. zwei Nennungen). Im Kulturbereich wurden Lücken bei Angeboten für Jugendliche (17 Nennungen) festgestellt. Auch Comedy-Veranstaltungen und Kinoangebote (sieben bzw. sechs Nennungen) sind unterrepräsentiert. Weitere Bedürfnisse umfassen Theater und moderne Kunstveranstaltungen (sechs und zwei Nennungen). Auch Diskussionen, Museen, Ballett und Le-



Abb. 6: Logo der KulturRegion Karlsruhe.

Quelle: magazin.museum.de, n.d.

sungen sind nach Einschätzung der Befragten nicht ausreichend vorhanden. Es wurde auch bemängelt, dass innovative kulturelle Erlebnisse fehlen. Einige Befragte hatten keine konkrete Meinung dazu, was fehlt (sechs Personen), während andere der Meinung waren, dass alles Nötige bereits vorhanden sei (33 Personen). Die größte Zufriedenheit herrscht hierbei in Bruchsal und Baden-Baden, in Ettlingen hingegen war die Zufriedenheit mit dem Angebot am geringsten. Es gibt aber noch weitere Unterschiede je nach Standort. So werden in Baden-Baden besonders Angebote für Jugendliche vermisst (13 von 17 Nennungen). Besucher und Besucherinnen in Baden-Baden und Bruchsal vermissen Operaufführungen (je vier Nennungen), wobei diese in Ettlingen nicht vermisst werden. Dagegen werden Musikveranstaltungen an allen Standorten gleichermaßen genannt. Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass es in Mittelzentren einen vielfältigen Bedarf an kulturellen und sportlichen Angeboten gibt, der derzeit nicht vollständig gedeckt wird. Zur Steigerung der Attraktivität und Lebensqualität dieser Regionen sollten gezielte Maßnahmen ergriffen werden, um das Angebot in den genannten Bereichen zu erweitern und zu verbessern.

Nach der Untersuchung der letzten fünf kulturellen Veranstaltungsbesuche der Theaterbesucherinnen und -besucher, die hauptsächlich in der Region Karlsruhe und den umliegenden Gebieten stattfanden, bietet sich nun ein genauerer Blick auf die Bedeutung von Karlsruhe als Oberzentrum an. Karlsruhe fungiert nicht nur als bedeutender kultureller Anziehungspunkt für die lokale Bevölkerung, sondern zieht auch Besucherinnen und Besucher aus der gesamten Region an. Beliebte Musik- und Konzertstätten wie das Konzerthaus und das Tollhaus Karlsruhe werden regelmäßig frequentiert. Im Bereich Theater und darstellende Kunst zeigen die Besucherinnen und Besucher starkes Interesse an Aufführungen im Staatstheater Karlsruhe und im Kammertheater Karlsruhe. Zusätzlich fungieren Festivals und Events als Magneten für Kulturinteressierte. Auch Museen und Ausstellungen wie das Naturkundemuseum Karlsruhe und das ZKM Karlsruhe erfreuen sich großer Beliebtheit, ebenso wie Sportveranstaltungen im Wildparkstadion Karlsruhe. Diese Erkenntnisse illustrieren die vielfältige kulturelle Teilnahme und das Interesse an einer breiten Palette von Veranstaltungen, die von Musik und Theater über Festivals und Museen bis hin zu Sportereignissen reichen. Karlsruhe spielt als Oberzentrum eine zentrale Rolle als An-

laufstelle für ein vielfältiges kulturelles Angebot aus der gesamten Region. Dies zeigt sich auch in den von uns untersuchten Kulturveranstaltungen. Die Befragten gaben in großer Mehrheit an, dass sie das kulturelle Angebot in Karlsruhe als attraktiv empfinden. Obwohl einige für besondere Veranstaltungen auch in andere Großstädte fahren, wird Karlsruhe von vielen als erste Anlaufstelle für kulturelle Ergebnisse gewählt.

Fazit

Aus den Ergebnissen lässt sich ableiten, dass es bezüglich der Zufriedenheit des Besuches, der Begleitung und der Soziodemographie keine wesentlichen Unterschiede der Standorte gibt. Außerdem werden die Besucherinnen und Besucher standortübergreifend durch Bekannte oder Freunde und Abonnements auf die Theaterveranstaltungen aufmerksam gemacht. Unterschiede gibt es hingegen bei der Bereitschaft, größere Distanzen zurückzulegen, und Geld für Kulturveranstaltungen auszugeben. Diese ist in Baden-Baden höher als in Bruchsal und Ettlingen, was an der größeren Bekanntheit des dortigen Theaters liegen könnte. Außerdem lassen sich Unterschiede in der Zufriedenheit mit dem kulturellen Angebot feststellen. So ist diese in Ettlingen am geringsten, was mit der Nähe zum nächsten Oberzentrum Karlsruhe zusammenhängen kann, da dort ein gutes Angebot herrscht und es deshalb in Ettlingen geringer ausfällt. Es werden in allen drei Standorten Musikveranstaltungen als fehlend genannt. Das breite Interesse an verschiedenen kulturellen Veranstaltungen – von Theateraufführungen und Konzerten bis hin zu Museumsbesuchen – hebt die kulturelle Vielfalt der Region hervor. Diese Erkenntnisse sind wertvoll für die zukünftige Planung und Ausrichtung kultureller Angebote, um die Attraktivität der Region zu steigern und den Bedürfnissen eines vielfältigen Publikums gerecht zu werden. Insgesamt trägt die Kultur der betrachteten Mittelzentren der Region Karlsruhe, maßgeblich zur kulturellen Vielfalt und zur regionalen Identität bei. Eine gezielte Förderung und Weiterentwicklung dieser Kulturangebote sind daher essenziell, um auch zukünftig ein breites Publikum anzusprechen und die kulturelle Dynamik der Region zu stärken.



SUMMARY

A comparative analysis of theatregoers in Baden-Baden, Bruchsal and Ettlingen in the central Upper Rhine region.

By Jale Bommel, Mareike Groß, Maurice Kiock, David Lee Knopf

This study provides a detailed analysis of the cultural behaviour and preferences of theatregoers in the Karlsruhe region, focusing on three selected middle-order centres: Baden-Baden, Bruchsal, and Ettlingen. The demographic data show that the majority of the surveyed audience is around 60 years old, confirming previous research indicating an ageing theatre audience. Women tend to attend the theatre more often than men, which is consistent with studies showing that women dominate in cultural participation, especially attending opera and ballet.

One of the study's key findings is that theatregoers in Baden-Baden spend significantly more money per month on cultural activities than those in Bruchsal and Ettlingen. On average, Baden-Baden visitors spend €74.30 per month, compared to €42.40 in other towns. In addition, Baden-Baden visitors travel longer distances for cultural events, with an average travel distance of 1,968.89 km, compared to 349.25 km in Bruchsal and 282.69 km in Ettlingen. These results suggest that Baden-Baden's international reputation and the quality of its cultural offerings attract a more affluent and mobile audience.

The study also highlights the importance of word-of-mouth recommendations and subscription services in promoting cultural events, with 30% of respondents citing personal recommendations as their primary source of information. Digital media, such as social media platforms, are also growing in importance, especially among younger audiences.

Overall, the findings provide valuable insights for future planning and marketing of cultural offerings in the Karlsruhe region. The diverse cultural interests of theatre

goers, including frequent attendance at concerts, museums, and other events, demonstrate the rich cultural landscape of the region. These findings will be crucial in tailoring future cultural programmes to attract both regular and new audiences, and in promoting the region as a cultural destination.

AUTORINNEN UND AUTOREN

Bommel, Jale; Geographie und Deutsch B.Ed.,
uyleh@student.kit.edu

Groß, Mareike; Geographie und Kunst B.Ed.,
ulqip@student.kit.edu

Kiock, Maurice; Geographie und Sport B.Ed.,
uqneg@student.kit.edu

Knopf, David Lee; Geographie und Deutsch B.Ed.,
uejtj@student.kit.edu

LITERATUR

- Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) (2017). *Raumordnungsbericht 2017: Daseinsvorsorge sichern*.
- Föhl, P., & Nübel, D. (2016). Das Publikum öffentlicher Theater. In Glogner-Pilz, P., & Föhl, P. (Hrsg.), *Handbuch Kulturpublikum. Forschungsfragen und -befunde* (S. 207-253). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18995-6_7
- Kirchberg, V., & Kuchar, R. (2016). Zwischen simpler Kulturstatistik und fundierter Grundlagenforschung. Repräsentative Studien zur Kulturnutzung im internationalen Vergleich. In P. Glogner-Pilz, & P. S. Föhl (Hrsg.), *Handbuch Kulturpublikum. Forschungsfragen und -befunde* (S. 555-587). Springer VS. <https://doi.org/10.14361/zkmm-2016-0212>
- Mandel, B., & Renz, T. (2016). Neue Ansätze der Kulturnutzerforschung. In P. Glogner-Pilz, & P. S. Föhl (Hrsg.), *Handbuch Kulturpublikum. Forschungsfragen und -befunde* (S. 587-611). Springer VS. <https://doi.org/10.14361/zkmm-2016-0212>
- Müller, A., & Siebenhaar, K. (2024). *Publikumsstudien am Badischen Staatstheater Karlsruhe 2023 mit Bezug zu den Studien seit 2011*. Institut für Kultur- und Medienwirtschaft.
- Presse- und Informationsamt (06.03.2023). *Verstärkte regionale Kooperation in Kulturfragen*. Stadt Karlsruhe. Abgerufen am 10. Juli 2024, von <https://www.karlsruhe.de/stadt-rathaus/aktuelles/meldungen/verstaerkte-regionale-kooperation-in-kulturfragen-kulturregion-karlsruhe>
- Reuband, K.-H. (2010). Kulturelle Partizipation als Lebensstil. Eine vergleichende Städteuntersuchung zur Nutzung der lokalen kulturellen Infrastruktur. Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.), *Jahrbuch für Kulturpolitik 2010* (S. 235-246). Klartext Verlag.
- Regionalverband Mittlerer Oberrhein (o. J.). *Organisation*. Abgerufen am 15. September 2024, von <https://www.region-karlsruhe.de/verband/organisation>
- Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.) (2024, Februar). *Kulturstatistiken. Kulturindikatoren kompakt*.
- Statistisches Bundesamt (2016). *Zeitverwendung für Kultur und kulturelle Aktivitäten in Deutschland*. Statistisches Bundesamt.

Berichterstattung und Diskurs über Kultur während der Covid-19-Pandemie

Eine exemplarische Analyse anhand des Standorts Bretten

In unserer Untersuchung wird auf den Diskurs der Berichterstattung während der Covid-19-Pandemie über Kultur im Mittelzentrum Bretten ab März 2020 bis Dezember 2023 eingegangen. Die Melanchthonstadt Bretten ist ein Mittelzentrum und liegt circa 23 Kilometer nordöstlich vom Oberzentrum Karlsruhe entfernt.

Mittelzentren sind ebenso wie Grund- und Oberzentren zentrale Orte, die durch das jeweilige Bundesland ausgewiesen werden. Zuzüglich zu der elementaren Ausstattung für ein begrenztes räumliches Gebiet der Grundzentren, hat ein Mittelzentrum auch „speziellere Dinge im Angebot und versorgt Menschen in einem weiteren Umkreis“ (BMWSB, 2024). Den Oberzentren vorbehalten bleiben dabei Ausstattungen überregionaler Bedeutung (BMWSB, 2024).

Geographie beschäftigt sich neben den physisch vorhandenen Dingen oder Vorgängen, auch mit allem, was in einem Raum gesagt oder getan wird. Dies kann wiederum zu Handlungen führen, die einen Raum verändern. Im Sinne Foucaults sind für den Diskurs alle Arten von Aussagen, Texten oder Konzepten, die innerhalb einer Gesellschaft „kursieren“, relevant (vgl. Glasze & Mattissek, 2021, S. 65f.). Diskursanalytische Methoden „richten ihren Blick auf Prozesse der Bedeutungskonstitution auf der überindividuellen Ebene und versuchen offenzulegen, wie Individuen zu bestimmten Vorstellungen über die Welt kommen“ (Mattissek et al., 2013, S. 246). In unserem „Diskurs“ beschäftigen wir uns mit einem Ausschnitt davon, der Kultur. Die Kulturgeographie nimmt besondere Perspektiven ein, in die Orte und Dinge eingebunden sind (CAU, 2023). In dieser Arbeit wurde Kultur unter der Perspektive des gemeinsamen Erlebens aufgefasst und betrachtet beispielsweise das örtliche Theater oder

die ansässige Musikschule.

Zur Untersuchung werden Aussagen und Veröffentlichungen betrachtet, die über den Raum Bretten in einem Medium (der regionalen Zeitung *Badische Neueste Nachrichten*) getätigt wurden und es wird so versucht, einen Diskurs zu einem bestimmten Thema (Bretten, Kultur und Corona) in einem bestimmten Raum (historisch und physisch) zu rekonstruieren.

Als Grundlage für die Untersuchung wird im Folgenden der Stand der Forschung in diesem Themenfeld dargelegt, woran sich die Erläuterung des methodischen Vorgehens der Analyse anschließt. Verbindend dazu wird in einem Auswertungskapitel ein Längsschnittprofil des Textkorpus gezeichnet, was in einem anschließenden Kapitel interpretiert wird. Abschließend wird beantwortet, inwiefern sich die Berichterstattung während der Covid-19-Pandemie auf Einzelschicksale oder auf die Betreiberinnen und Betreiber der betroffenen Einrichtungen konzentrieren. Außerdem wird beurteilt, inwieweit es einen Zusammenhang zwischen dem Inkrafttreten neuer Corona-Maßnahmen und dem Erscheinen der Zeitungsartikel gibt, und welche Kulturbereiche in den Artikeln abgedeckt werden.

Stand der Forschung

Der aktuelle Forschungsstand lässt sich in zwei Kategorien unterteilen: Forschung zu Kultur und zu kulturellen Einrichtungen während der Covid-19-Pandemie sowie Diskursanalysen unter dem Überbegriff der Covid-19-Pandemie. Zum Thema Kultur während Corona in Mittelzentren gibt es kaum wissenschaftliche Studien. Arbeiten, die sich mit Kultur in Mittelzentren befassen, begreifen Kultur meist als Bereich, der gleichwertige Lebensverhältnisse schaffen soll. Als typische kulturelle

Einrichtungen für Mittelzentren beschreibt Einig (2015) dabei „allgemeinbildende [...] und berufsbildende Schulen, Förderschulen, Fachschule, Einrichtungen der Erwachsenenbildung (Volks-hochschule), [und] größere Bibliothek[en]“ (Einig, 2015, S. 48).

Studien zu kulturellen Einrichtungen während der Covid-19-Pandemie beschäftigen sich insbesondere mit ökonomischen Fragestellungen (Pitlik et al., 2020). Die Autoren gehen darauf ein, dass die Kulturwirtschaft vor enormen Herausforderungen infolge der Pandemie steht und drastische Maßnahmen wie Versammlungsbeschränkungen und andere Verbote zu erheblichen Umsatzeinbußen und Liquiditätsengpässen geführt haben. Zudem kommen die Autoren zu dem Schluss, dass insbesondere kleine Unternehmen, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sowie freischaffende Künstlerinnen und Künstler von diesen Einschränkungen stark betroffen sind. Die Studie legt dar, dass die Insolvenz von Kultureinrichtungen und von Künstlerinnen und Künstlern eine reale Gefahr ist. Als Reaktion darauf wird die Notwendigkeit wirtschaftspolitischer Maßnahmen gesehen, um diese Probleme zu bewältigen (Pitlik et al., 2020). Weitere Studien beschäftigen sich mit den Auswirkungen der Pandemie auf die amerikanische Kreativwirtschaft, sowie mit den dadurch entstandenen Herausforderungen und Wegen, die zur Erholung der Kulturbranche eingeschlagen werden müssen (Florida & Seman, 2020). Florida und Seman (2020) gehen darauf ein, wie viele Arbeitsplätze und Gelder im kreativen Sektor durch die Covid-19-Pandemie schätzungsweise verloren gehen werden. Ihrer Prognose zufolge werden insbesondere die bildenden und darstellenden Künste, die von Live-Aufführungen abhängig sind, unter der Pandemie leiden.

Im Bereich der diskursanalytischen Forschung stehen während der Covid-19-Pandemie insbesondere (a) die Bedeutung der Diskursanalyse als Methodik zur Erörterung von Krisenverhältnissen und inhaltlich betrachtet (b) gesellschaftspolitische Themen im Fokus. Bubenhofer et al. (2020, S. 165) erörtern in einer korpuspragmatischen Covid-19-Diskursanalyse, wie „die Analyse eines Diskurses datengeleitet angegangen werden kann und wo der Mehrwert für ein umfassendes Verständnis

eines Krisendiskurses liegt“. Diskursanalysen, wie die eben genannte oder auch die diskursanalytische Betrachtung einzelner Begriffe im Zusammenhang mit der Covid-19-Pandemie (Heidelberger, 2021) beschäftigen sich meist mit einem bestimmten gesellschaftspolitisch virulenten Aspekt, der während der Covid-19-Pandemie aufkam und besonders in diesem Zeitraum medienpräsent war.

Wie schon erwähnt ist der fachliterarische Korpus in Bezug auf Covid und Kultur sehr gering und wird noch einmal erheblich kleiner, wenn es um Forschung aus Deutschland geht. Kommt nun noch der Filter der Mittelzentren hinzu, findet sich nahezu keine Literatur. Auch die Diskursanalysen zu Covid sparen das Thema Kultur aus, weshalb sich eine Betrachtung dieser Forschungslücke anbietet.

Vorgehen zur Auswertung der Online-Artikel

Zum Verständnis der Arbeit ist erst einmal die Klärung des Begriffes „Diskurs“ notwendig. „Diskurs ist ein zentraler Begriff der Diskurstheorien und bezeichnet die Gesamtheit der in einer Gesellschaft vorherrschenden subjektiven und teilweise stereotypischen Kommunikationen, die durch kollektive Regeln, Konventionen oder Bedeutungszuweisungen entstanden sind“ (Broll & Egner, 2017, S. 173). In der Geographie wird der Diskursbegriff vor allem im Zusammenhang mit der Diskursanalyse im Sinne von Michel Foucault gedacht. Er meint dabei das von Sprache suggerierte Verständnis von Wirklichkeit in einer bestimmten Gesellschaft in einer bestimmten Epoche. Damit bestimmen die „Regeln des Diskurses [...] was sagbar ist, was gesagt werden soll und was nicht gesagt werden darf sowie wann in welcher Form es gesagt werden darf“ (Broll & Egner, 2017, S. 173).

Als Datenbasis für die Untersuchung diente das Onlineangebot der Badischen Neuesten Nachrichten (BNN). Dies ist eine regional erscheinende Tageszeitung, die als solche die Lücke zwischen der lokalen und überregionalen Berichterstattung füllt, wobei sie, wie für Regionalzeitungen üblich, die Berichterstattung kürzer fasst. In der Analyse soll es vor allem um eine räumliche Betrachtung von Kultur in Bretten gehen. Von Interesse sind hier beispielsweise Veranstaltungen, die trotz der Einschränkungen durchgeführt werden konnten

MELANCHTHONSTADT BRETTEN

Seit dem 1. Oktober 2023 offizieller Name der zuvor benannten Stadt Bretten. Im folgenden Text wird das Mittelzentrum vereinfacht mit „Bretten“ bezeichnet.

oder abgesagt wurden und welche negativ oder positiv konnotierte Berichterstattung diese erhielten. Als Grundlage für die textbasierte Diskursanalyse dient ein Textkorpus, der aus Online-Artikeln der BNN zusammengestellt wurde. Für die textbasierte Diskursanalyse zu Kultur und kulturellen Einrichtungen im Mittelzentrum Bretten wurde das Textverarbeitungsprogramm MAXQDA genutzt. Der vorliegende Artikel geht der Frage nach, wie die Berichterstattung im Zeitraum von März 2020 bis Dezember 2023 im Online-Portal der Regionalzeitung BNN für den Raum Bretten aussah.

Entsprechend des Beginns der Covid-19-Pandemie Anfang 2020, sollte der Zeitraum von 2020 bis 2023 untersucht werden. Ein Online-Abonnement der BNN ermöglichte das Einsehen der online veröffentlichten Artikel in diesem Zeitraum. Es sollten alle Artikel untersucht werden, die sich mit Kultur und Corona in Bretten beschäftigen. Um die zu untersuchenden Artikel einzugrenzen, wurde mithilfe des Suchfeldes der Website nach den Schlagworten „Corona, Kultur, Bretten“ gefiltert. Die Suche ergab 181 Treffer. Diese 181 Artikel wurden gesichtet, um Artikel auszusortieren, die nicht relevant für die Untersuchung waren. So gab es beispielsweise Artikel, deren Thematik nicht direkt mit den gesuchten Schlagworten in Verbindung stand. In solchen Artikeln gab es jedoch Boxen, in denen andere Online-Artikel beworben wurden, deren Überschriften die gesuchten Schlagworte enthielten. Darüber hinaus wurden Artikel aussortiert, deren Thematik nicht alle gesuchten Schlagworte abdeckte. Hierzu gehörten beispielsweise Artikel, die sich mit Covid-19 und Schulen oder Kindergärten oder Politik beschäftigten. Außerdem wurden Artikel ausgeschlossen, die über andere Orte als Bretten berichteten. Nach der inhaltlichen Sichtung der 181 Artikel verblieben 32 Artikel, die die inhaltlichen Kriterien erfüllten.

Sechs der 32 Artikel stammen aus dem Jahr 2020, vierzehn aus dem Jahr 2021, sieben aus dem Jahr 2022 und fünf aus dem Jahr 2023. Für die Kodierung wurden zunächst auf induktiver Basis fünf sogenannte Codes verwendet, welche der Gruppierung und Gliederung der Artikel dienen (Musik, Kunst, Konsum, Aktives, Anderes). Diesen Codes wurden die entsprechenden Artikel aus dem Textkorpus zugeordnet. Den fünf Codes wurden wiederum elf untergeordnete Codes zugewiesen: Zu Kunst gehören Kino, Museum, Lesung, Theater und Veranstaltungsreihe. Unter Konsum fallen Markt, Feste und Gastro. Tanz, Schwimmbad und Sport sind die untergeordneten Codes der Artikel zu Aktiven. Zur Veranschaulichung der Aufteilung wurde ein Codebaum erstellt, der eine gesamte Untergliederung der Codes ausgehend von den drei übergeordneten Schlagworten „Kultur/Bretten/Corona“ aufzeigt (vgl. Abb. 1).

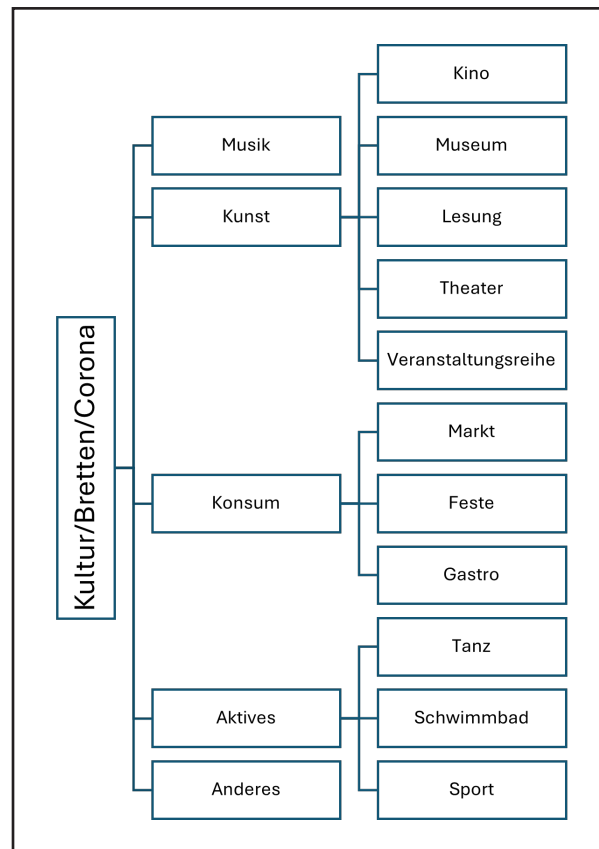


Abb. 1: Codebaum mit allen vorgenommenen Untergliederungen ausgehend von den „Primär-codes“.

Quelle: Eigene Darstellung

Sport sind die untergeordneten Codes der Artikel zu Aktiven. Zur Veranschaulichung der Aufteilung wurde ein Codebaum erstellt, der eine gesamte Untergliederung der Codes ausgehend von den drei übergeordneten Schlagworten „Kultur/Bretten/Corona“ aufzeigt (vgl. Abb. 1).

Ergebnisdarstellung der ausgewerteten BNN-Artikel

Im folgenden Kapitel soll es um die Auswertung des mithilfe der Artikel aus der Regionalzeitung BNN erstellten Textkorpus, bestehend aus 32 Artikeln, mit dem Textverarbeitungsprogramm MAXQDA gehen. Herauszustellen ist, dass die induktiv erstellten Codes und die dadurch vorgenommene Kategorisierung sich stark am Inhalt der ausgewählten Artikel orientiert. Dementsprechend können einige Unterkategorien lediglich ein oder zwei Artikeln zugeordnet werden, was eine Aussage über die jeweilige Berichterstattung bzw. den Diskurs erschwert. Für einen inhaltlich breiteren Vergleich bietet sich daher die Betrachtung der übergeordneten Kategorien entsprechend der Codes „Musik“, „Kunst“, „Konsum“, „Aktives“ und „Anderes“ an. Hier fällt auf, dass die Kategorien Musik und Kunst

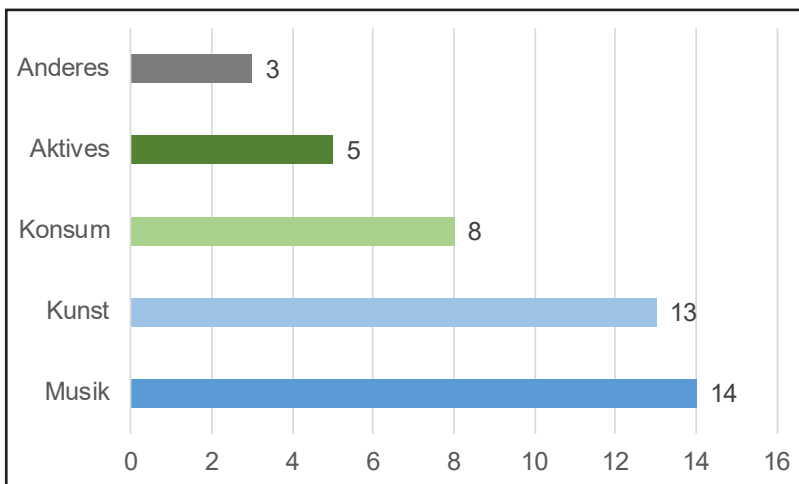


Abb. 2: Verteilung der Präsenz der übergeordneten Kulturbereiche in den ausgewerteten Artikeln. (n=43)

Quelle: Eigene Darstellung

mit Abstand am meisten in den Artikeln repräsentiert waren. Fast die Hälfte aller Artikel (44%) sprach den Kulturbereich Musik an (vgl. Abb. 2).

Insgesamt können unseren ausgewählten Texten 13 verschiedene Autorinnen und Autoren zugeordnet werden. Während ein Autor für mehr als ein Drittel (zwölf von 32) aller Artikel zuständig war, haben die anderen zwölf Autorinnen und Autoren zwischen einem und vier Artikel verfasst.

Im Folgenden wird mit einer qualitativen Auswertung ein Querschnittsprofil des angelegten Textkorpus dargestellt. Um die Artikel systematisch einordnen zu können, konzentriert sich die Untersuchung auf das Erscheinungsdatum sowie die Überschriften der Artikel. Auch welche Kultureinrichtungen behandelt und welche Einzelschicksale dargestellt werden, also die der Künstlerinnen und Künstler oder der zuschauenden Konsumentinnen und Konsumenten sowie der Betreiberinnen und Betreiber, werden analysiert. Außerdem wird der inhaltliche Gehalt der Artikel durch O-Töne verdeutlicht.

Zudem werden die Überschriften der Artikel inhaltlich analysiert. Die Analyse der Titel von Überschriften ist lohnenswert, da sie bei der Ansicht in einem Online-Medium, wie zum Beispiel im Online-Auftritt der BNN, für die Leserinnen und Leser eine Vorselektion leisten. Bei der vorliegenden Analyse wurden die Titel der Artikel in die Kategorien „clickbait“ und „informativ“ unterteilt. „Clickbait“ meint dabei reißerische oder irreführende Überschriften, die im Titel auf ein Thema aufmerksam machen, um das es im Artikel nicht oder nur oberflächlich geht. Ein Beispiel für einen „clickbait“-Titel wäre: „Warum es in Bretten trotz vieler Bands keine Musikszene gibt“ (BNN, 22.03.2023). Die

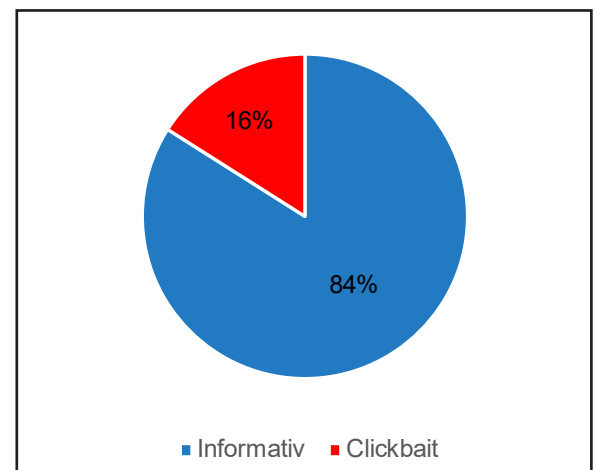


Abb. 3: Anteil von „informativen“ und „clickbait“ Überschriften im Textkorpus. (n=32)

Quelle: Eigene Darstellung

Kategorie „informativ“ bezieht sich auf Überschriften, die darauf verweisen, was tatsächlich in großen Teilen mit dem folgenden Text zu tun hat. Ein Beispiel für einen „informativen“ Titel wäre zum Beispiel: „Musikfestival ‚Bretten live‘ fällt wegen Corona erneut aus“ (BNN, 25.06.2021). In der Auswertung hat sich gezeigt, dass die große Mehrheit der Artikelüberschriften als „informativ“ gewertet werden kann und nur vereinzelt „clickbait“-Titel im Textkorpus zu finden sind (vgl. Abb. 3)

Jener Artikel, der als erstes nach dem Beginn der Pandemie im März 2020 im Online-Auftritt der Regionalzeitung BNN mit dem Bezug zu Covid-19, Kultur und Bretten veröffentlicht wurde, trägt den Titel „Musiklehrer komponiert Song über leergefegte Straßen in Bretten“. Die Darstellung kann als lösungsorientiert bewertet werden. Der Artikel bezieht sich auf das Thema Covid-19-Pandemie, hat aber größtenteils einen anderen Fokus. Die Kultureinrichtung, auf welche sich im Text bezogen wird, ist eine Musikschule in Bretten. Zudem wird der Text aus der Perspektive eines Musiklehrers geschrieben, beziehungsweise wie dieser mit dem Beginn der Pandemie umgeht. Folgendes Zitat verdeutlicht die Perspektive des Artikels: „Wie Musiklehrer Hendrik Böttcher und Fotograf Tom Reubeck steuern viele Freiberufler derzeit dank der Kraft der Kreativität durch Corona-Zeiten“ (Thienes, 2020, Abs. 1).

Ein weiterer Artikel von Juni 2020 mit dem Titel „Veranstaltungsabsagen wegen Corona: Gibt es noch Lichtblicke im Landkreis Karlsruhe?“ gibt einen Überblick darüber, welche Veranstaltungen in der Region ausfallen und stattfinden. Der Artikel selbst ist als informativ zu bezeichnen, auch wenn der Titel in die Kategorie „clickbait“ fällt.

Die thematisierten kulturellen Einrichtungen oder Veranstaltungen sind Feste, Konzerte und Märkte. Der Überblick stellt keine einzelnen Perspektiven heraus. Exemplarisch für den Veranstaltungsüberblick steht folgendes Zitat: „Das Brettener Stadtfest Peter-und-Paul findet in diesem Jahr nur virtuell vom 3. bis zum 6. Juni statt“ (Midinet-Horst, 2020).

Im Artikel „Urlaub in der Region – viele Tagesausflügler kommen nach Bretten“ von August 2020 wird darüber berichtet, dass durch die Pandemie mehr Touristinnen und Touristen nach Bretten kommen, statt weiter weg zu fahren. Der Bezug zu Kultur besteht darin, dass Touristinnen und Touristen kulturelle Infrastrukturen nutzen. Der Titel des Artikels kann als inhaltsbezogen bewertet werden und ist positiv im Sinne der Stadt Bretten konnotiert. Beispielhaft steht folgendes Zitat: „Es sind deutlich mehr Menschen bei uns in der Stadt, als das sonst in den Sommerferien der Fall ist. Diese Leute machen meistens Tagesausflüge“ ergänzt Ingo Jäger, der Inhaber des alten Rathauses. „Vor allem kommen derzeit mehr Familien als sonst üblich nach Bretten. Da sind dann auch oft die Großeltern dabei. Das war vorher eigentlich nicht so“, betont der Gastronom, der mit seinem Lokal am Marktplatz sozusagen am Hotspot der Innenstadt ist“ (Bindschädel, 2021c).

Ein Artikel von November 2020 mit dem Titel „Brettener Musikerin Caro Trischler über den Lockdown: ‚Man muss sich immer wieder selbst motivieren‘“ fällt in die Kategorie „Musik“. Der Artikel handelt davon, wie es der Brettener Musikerin Caro Trischler nach dem ersten Pandemiejahr geht. Der inhaltsbezogene Artikel beinhaltet eine positive Darstellung. Es wird die Perspektive eingenommen, dass Corona zwar Schwierigkeiten für Musikerinnen und Musiker mit sich bringt, aber beispielsweise die Musikerin Caro Trischler gut damit umgehen konnte. Stellvertretend dafür steht das Zitat: „Mir geht es eigentlich überraschenderweise gut. Ich weiß selbst nicht so genau, warum das so ist. Es gibt auf jeden Fall etliche Kolleginnen und Kollegen, denen es gerade viel schlechter geht als mir“ (Bindschädel, 2021a).

Ein im Januar 2021 veröffentlichter Bericht mit dem Titel „In den Museen in Bretten laufen Vorbereitungen für die Wiedereröffnung“ behandelt die Veränderung der Museen und potentielle Wiedereröffnungen. Die Haltung des Autors ist informativ und der Titel des Artikels ist in Bezug auf den Text als inhaltsbezogen einzustufen. Es wird

die kulturelle Einrichtung Museum behandelt und die Perspektive fokussiert, inwieweit Museen die Schließungszeiten während der Pandemie nutzen. Folgendes Zitat steht dafür exemplarisch: „Verschlossene Türen heißt aber nicht, dass wir die Arbeit niederlegen“, so die Leiterin der städtischen Museen. Obhof ist mithilfe städtischer Kräfte schon seit Sommer mit dem Inventarisieren alter Stücke aus diversen Depots beschäftigt“ (Thienes, 2021).

Ein weiterer Artikel von Februar 2021 mit dem Titel „Event-Charakter lockt Besucher auf den Brettener Wochenmarkt“ beschreibt das Phänomen, dass Menschen auf den Brettener Wochenmarkt gehen, um unter „Leute“ zu kommen. Der Artikel nimmt die Perspektive von Privatpersonen ein. Der Titel ist in Bezug auf den Inhalt als „clickbait“ zu werten. Im Artikel wird die „Kultureinrichtung“ Wochenmarkt behandelt und es wird beschrieben, dass der Markt in der Zeit der Pandemie Funktionen übernimmt, die eigentlich Kulturveranstaltungen übernehmen würden. Exemplarisch stehen folgende Zitate im Artikel: „Wenn Kinos, Bars und Freizeitparks geschlossen haben, dann sucht man sich eben etwas anderes. Der Mensch ist ja erfinderisch“, scherzt die Brettenerin“ (Ertl, 2021).

In einem Artikel mit dem Titel „Brettener Initiative fordert neue Corona-Strategie und Mut zu mehr Öffnungen“ von April 2021 werden Bürgerperspektiven auf Maßnahmen, die Einzelschicksale betreffen, thematisiert. Der Artikel kritisiert durch die Darstellung der Bürgermeinungen die Corona-Maßnahmen. Der Titel weist einen Inhaltsbezug zum Text auf und es werden keine konkrete Kultureinrichtung, sondern Einzelschicksale von Künstlerinnen und Künstlern beschrieben. Folgendes Zitat steht dafür beispielhaft: „Von 150 Konzerten im Jahr konnte keines stattfinden. Von heute auf morgen waren wir runter bei null. Wie soll das weitergehen?“ so Wacker“ (Kraus, 2021).

Ein Bericht mit dem Titel „So haben Tanzschulen in Bretten und Bruchsal die Corona-Pause überstanden“ von September 2021 behandelt Pausen, die Tanzschulen während Corona einlegen mussten. Der Autor legt den Fokus des Berichts auf Schwierigkeiten von Tanzschulen während Corona. In Bezug auf den Inhalt ist der Artikel eher dem „clickbait“-Bereich zuzuordnen. Im Text wird über die kulturelle Einrichtung Tanzschule berichtet, wobei der Artikel aus Betreiberperspektive geschrieben ist. Exemplarisch dafür sollen folgende Zitate stehen: „Wir und die ganze Branche haben mit großen Rückgängen der Mitgliederzahlen zu

kämpfen, sagt Sven Wipper.“ Und: „Wir müssen von vorne anfangen, um unseren Qualitätsstandard wieder aufzubauen, sagt Bettina Forkel. Unsere künstlerische Arbeit ist auseinandergefliegen“ (Stock, 2021).

Ein weiterer Artikel, der bereits aus dem Februar 2022 stammt, trägt den Titel „In und um Bretten laufen Planungen für Feste und Veranstaltungen auf Hochtouren“. Der Artikel nimmt Bezug auf Veranstaltungen, die trotz Corona in der Region stattfinden, unter anderem auch in Bretten. Der Artikel ist „hoffnungsvoll“ konnotiert und informativ geschrieben. Die gewählte Überschrift lässt sich der Kategorie „inhaltsbezogen“ zuteilen. Genannte Kulturveranstaltungen oder Kategorien sind das Stadtfest, Musik, Markt und „Kulturreihen“. Der Artikel problematisiert keine Zustände und nimmt keine explizite Perspektive ein, sondern legt den Fokus darauf, was stattfindet.

Im März 2022 erschien ein Artikel mit dem Titel „Nach Corona-Lockerungen: Betreiber von Brettener Fitnessstudios hoffen auf Aufschwung“, der die Probleme von Fitnessstudios während der Pandemie aufgreift und dabei den Fokus auf Schwierigkeiten von Betreibern legt. Der Titel des Artikels ist als „inhaltsbezogen“ zu bewerten und die kulturelle Kategorie, in welche der Artikel fällt, ist „Sport“. Folgendes Zitat soll die Perspektivierung auf Fitnessstudiobetreiber innerhalb des Textes verdeutlichen: „Durch die Lockerungen kämen vor allem Mitglieder zurück ins Training, die schon vor den Beschränkungen regelmäßig da waren: Eine Handvoll Stammgäste kommen wieder, sagt Serysko. Neuanmeldungen habe es seither noch nicht gegeben“ (Göbel, 2022).

Ein weiterer Artikel mit dem Titel „KulturFreitage in Bretten kommen laut Bürgermeister bei Künstlern und Gästen gut an“ von August 2022 beschäftigt sich in einem Interviewformat mit der „Kulturreihe“. Als Interviewpartner wird hierbei der Brettener Bürgermeister herangezogen. Die Darstellung des Artikels und die Fragen des Interviewers sind als „neutral“ einzustufen. Der Titel ist als „inhaltsbezogen“ zu werten und die kulturellen Einrichtungen, um die es geht, sind Musik, Kabarett und Lesungen. Insgesamt wird eine positive Sicht auf die Reihe vermittelt. Folgender „O-Ton“ stellt dies heraus: „Nöltner: Die Künstler sind sehr angetan von der Atmosphäre auf dem Alfred-Leicht-Platz vor dem Brettener Rathaus, das betonen sie auch immer, wenn sie auf der Bühne stehen. Zudem sind sie allesamt froh, dass sie bei

uns die Möglichkeit haben und auftreten dürfen. Ich denke wir haben den richtigen Nerv getroffen – beim Publikum und bei den Künstlern“ (Bindschädel, 2021b).

Ein Artikel von März 2023 mit dem Titel „Warum es in Bretten trotz vieler Bands keine eigene Musikszene gibt“ beschreibt die fehlende Kulturszene in Bretten durch „O-Töne“ von interviewten Musikerinnen und Musikern. Bezogen auf den Inhalt ist der Titel als „clickbait“ einzustufen. Im Artikel wird die Perspektive von älteren Musikerinnen und Musikern eingenommen, die ihre Einschätzung zur Situation mitteilen. Exemplarisch dafür soll dieses Zitat stehen: „Doch es fehlt an Begegnungsmöglichkeiten und der nötigen Kommunikation der Musiker untereinander. Früher haben Musiker unterschiedlicher Ensembles in den Pausen miteinander gequatscht, heute daddelt jeder nur auf seinem Handy rum“ (Ebert, 2023).

In einem Artikel mit dem Titel „Lesung in Bretten ermöglicht spannende Zeitreise in die Lutherzeit“ von Juni 2023 wird über eine Lesung, bei der es um den Reformator Philipp Melanchthon gehen soll, berichtet. Der Text ist als positiv konnotiert zu bewerten. Der Titel ist in Bezug auf den Text inhaltsbezogen und die Kulturveranstaltung ist eine Lesung.

Im September 2023 wird unter dem Titel „Der Brettener Musiker Cris Cosmo veröffentlicht am 8. September sein neues Album“ über den Brettener Musiker Cris Cosmo berichtet. Die Haltung des Berichts lässt sich als neutral bewerten und der Titel weist zum Text einen inhaltlichen Bezug auf. Der Artikel lässt sich in die Kategorie „Musik“ einteilen und es findet darüber hinaus keine kritische Adressierung oder Fokussierung statt.

Interpretation der BNN-Artikel

Im Folgenden sollen die Ergebnisse der Auswertung interpretiert werden. Dabei wird auf verschiedene ausgewählte Artikel des Textkorpus eingegangen.

Zunächst sollen die quantitativen Ergebnisse in Bezug auf den Textkorpus analysiert werden. Die 32 ausgewählten Artikel wurden von insgesamt 13 Autorinnen und Autoren geschrieben. Dabei fiel auf, dass der Autor Christoph Bindschädel zwölf dieser Artikel verfasst hat. Seine Tätigkeit als Redaktionsleiter der Brettener Lokalausgabe erklärt den Fokus dieses Autors auf die Stadt Bretten.

Eine weitere quantitative Auswertung stellt der entwickelte Zeitstrahl (Abb. 4.) dar. In diesem

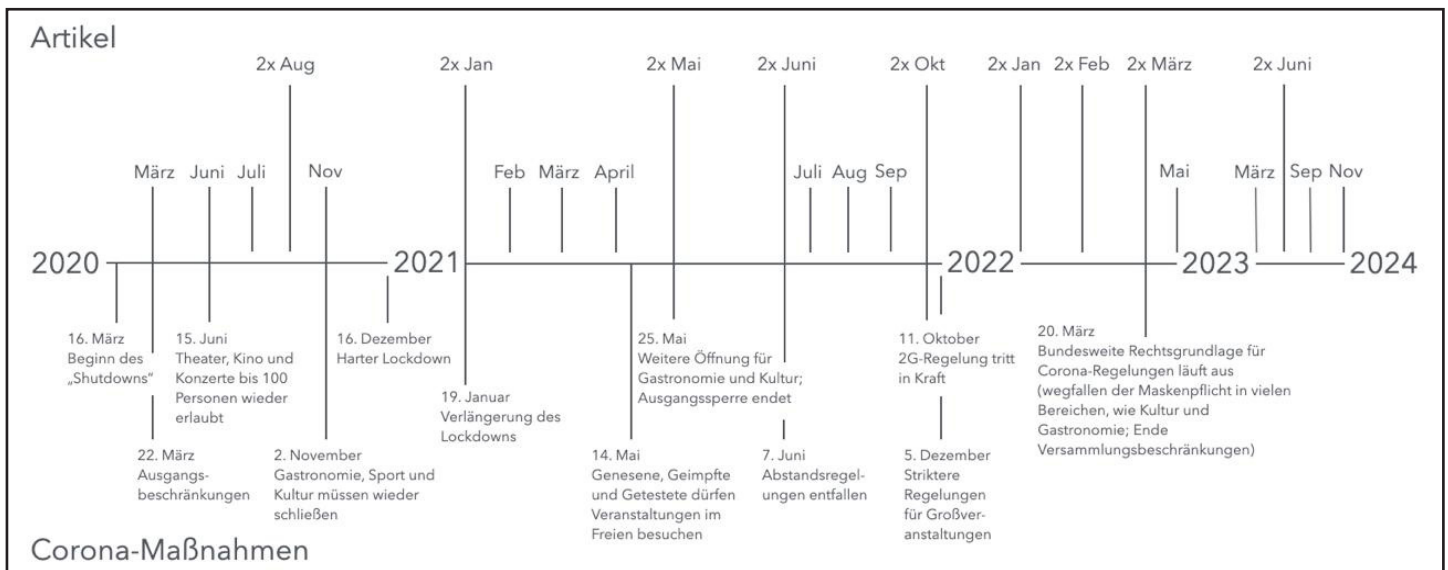


Abb. 4: Chronologischer Verlauf der Veröffentlichungen der Artikel des Textkorpus im Abgleich zu einem zeitlichen Verlauf von bundesweiten Corona-Maßnahmen.

Quelle: Eigene Darstellung

wurden die Daten der veröffentlichten Artikel mit den von der Verfasserin und den Verfassern als maßgeblich empfundenen Einschnitte und Maßnahmen im Zuge der Covid-19-Pandemie in Verbindung gebracht. Bei der Betrachtung des entworfenen Zeitstrahls fällt auf, dass es mehr Artikel in einem Monat mit einer Maßnahme gibt, die entweder eine besonders positive oder eher negative Auswirkung auf kulturelle Veranstaltungen und/oder Kultureinrichtungen hatte. So waren es beispielsweise zwei Artikel im Januar als am 19. Januar 2021 eine Verlängerung des „Lockdowns“ beschlossen wurde, zwei Artikel im Mai als am 25. Mai ein Ende der „Ausgangssperre“ bekannt gegeben wurde, zwei Artikel im Juni, an welchem die Abstandsregeln entfielen und ebenfalls zwei Texte im Oktober als am 11. Oktober die „2G-Regelung“ (geimpft/genesen mit aktuellem Schnelltest) in Kraft trat. Einschränkend lässt sich sagen, dass die Anzahl der Artikel zu gering ist, um einen eindeutigen Zusammenhang nachzuweisen und zudem zwei Artikel im Juni beispielsweise auch Nachwirkungen des Endes der Ausgangssperre am 25. Mai sein können. Insgesamt lässt sich in Bezug auf die Corona-Maßnahmen und den Veröffentlichungen zum Thema Corona und Kultur in Bretten eine begrenzte Kohärenz feststellen.

Im Weiteren soll auf qualitative Ergebnisse der Auswertung eingegangen werden. Es lässt sich feststellen, dass 25 von 32 Titeln einen „Inhaltsbezug“ aufweisen, also als informativ eingeordnet wurden. Dies betrifft die große Mehrheit der Artikel. Daraus kann abgeleitet werden, dass sich die Autorinnen

und Autoren des Online-Auftritts um eine neutrale Berichterstattung bemühen. Einige der ausgewerteten Artikel weisen eher einen informierenden Charakter in Form von Überblicksartikeln auf. Daran anschließend fällt auf, dass alle Artikel neutral verfasst wurden und die Informationsbereitstellung im Vordergrund steht. Wertende Aussagen wurden durch interviewte Personen wiedergegeben, wie der bereits zitierte O-Ton zeigt: „Früher haben Musiker unterschiedlicher Ensembles in den Pausen miteinander gequatscht, heute daddelt jeder nur auf seinem Handy rum“ (Ebert, 2023).

Betrachtet man die Artikel hinsichtlich ihrer fokussierten Perspektive lässt sich grundsätzlich zwischen Artikeln unterscheiden, die die Perspektive der Veranstalterinnen und Veranstalter darstellen, und solchen, die die Seite der Konsumentinnen und Konsumenten aufzeigen. Eine Unterteilung der Artikel mit einem allgemeinen Bezug und Berichten mit einem Einzelbezug beziehungsweise einem Einzelschicksal ist nicht pauschal möglich, da die verschiedenen Artikel inhaltlich teilweise auf beides Bezug nehmen. Beispielsweise geht es in einem Bericht, in welchem über den Sänger „Cris Cosmo“ geschrieben wurde, nicht ausschließlich um die Einzelperson, sondern auch um Musik und die Möglichkeit von Auftritten vor Publikum im Allgemeinen. Es kann jedoch konstatiert werden, dass in den ausgewerteten Artikeln wesentlich öfter die Perspektive der Veranstalterinnen und Veranstalter als die der Konsumentinnen und Konsumenten thematisiert wird (vgl. Abb. 5).

Außerdem konnte festgestellt werden, dass elf

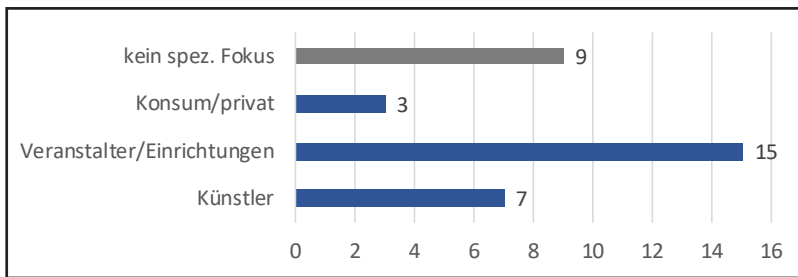


Abb. 5: Fokus der Perspektiven in den ausgewerteten Artikeln.

Quelle: Eigene Darstellung

Artikel eine positive oder „hoffnungsvolle“ Perspektive einnehmen, während acht Artikeln eine neutrale „informative“ Perspektive zugeschrieben werden kann.

Darüber hinaus gibt es im Textkorpus acht Artikel, die sich explizit mit dem Thema „Musik“ auseinandersetzen, was den Stellenwert von musikalischen Veranstaltungen im Kulturbereich im Raum Bretten symbolisieren könnte.

Im Weiteren soll exemplarisch direkt auf ausgewählte Artikel aus dem Textkorpus eingegangen werden:

- Im Artikel „Urlaub in der Region – viele Tagesausflügler kommen nach Bretten“ aus dem August 2020 wird darüber berichtet, dass durch die Pandemie mehr Touristinnen und Touristen nach Bretten kommen. Der Artikel bietet eine tourismusgeographische Perspektive auf die Pandemie, in der einige Menschen aufgrund von Einschränkungen Urlaubstage in ihrer räumlichen Umgebung verbringen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass kulturelle Infrastrukturen für den Tourismus eine große Bedeutung haben.
- Der O-Ton zu den Brettener Museen: „Verschlossene Türen heißt aber nicht, dass wir die Arbeit niederlegen, so die Leiterin der städtischen Museen. Obhof ist mithilfe städtischer Kräfte schon seit Sommer mit dem Inventarisieren alter Stücke aus diversen Depots beschäftigt“, greift auf, dass Museen nicht nur Orte der Wissensvermittlung, sondern auch der Archivierung sind und ein Ort, der in einer Pandemie nicht die Arbeit niederlegt, obwohl es keine Ausstellungen für eine Öffentlichkeit gibt (Thienes, 2021).
- Im O-Ton: „Wenn Kinos, Bars und Freizeitparks geschlossen haben, dann sucht man sich eben etwas anderes. Der Mensch ist ja erfinderisch, scherzt die Brettenerin.“ Und: „Der Markt ist beliebt und mittlerweile ein wichtiger sozialer Treffpunkt für viele Men-

schen aus Bretten und Umgebung geworden“, findet die Zuweisung einer anthropologischen Konstante im Hinblick auf das Treffen anderer Menschen statt (Ertl, 2021).

- Das Zitat: „Von 150 Konzerten im Jahr konnte keines stattfinden. Von heute auf morgen waren wir runter bei null. Wie soll das weitergehen? so Wacker“, ist eine Darstellung von Ratlosigkeit wie es im Kulturbetrieb angesichts der Pandemie weitergehen soll (Kraus, 2021).

Schlussbetrachtung

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Leitfragen, die wir uns vorausgehend zu unserer Diskursanalyse zur Berichterstattung zum Einfluss der Covid-19-Pandemie auf kulturelle Bereiche im Raum Bretten gestellt haben, wie folgt beantwortet werden können:

Zum einen kann herausgestellt werden, dass der Fokus der Berichterstattung in den Online-Artikeln der BNN vor allem auf einer Perspektive der Einrichtungen und Anbieterinnen sowie Anbieter im Allgemeinen liegt, während Perspektiven von privaten Bürgerinnen und Bürgern als Konsumentinnen und Konsumenten nur selten in den Artikeln beschrieben werden.

Zum anderen konnte ein begrenzter Zusammenhang zwischen dem Inkrafttreten neuer Corona-Maßnahmen und dem Erscheinen der Zeitungsartikel im Online-Auftritt der BNN festgestellt werden. Schwierigkeiten, um eine solche Aussage treffen zu können, bereitete die geringe Datenmenge des erstellten Textkorpus, welche dahingehend keine eindeutige Tendenz erkennen ließ.

Zudem lässt sich zur Frage nach der Abdeckung verschiedener Kulturbereiche in der Berichterstattung festhalten, dass der Kulturbereich „Musik“ mit einem Drittel der Bezugnahmen in den ausgewählten Artikeln stark thematisiert wird. Hingegen ist der Bereich „Theater“ mit lediglich zwei Erwähnungen nur schwach repräsentiert.

Abschließend kann die vorliegende Analyse nicht als repräsentative Arbeit zu einer Diskursanalyse über die Berichterstattung zu Kultur in einem Mittelzentrum während der Covid-19-Pandemie bewertet werden. Mit dem vorliegenden Artikel wurden anhand einer exemplarischen Analyse einer Regionalzeitung Tendenzen in der Berichterstattung untersucht. Für eine umfassendere diskursanalytische Arbeit würde sich das Hinzuziehen eines weiteren vergleichbaren regionalen Mediums

und eines überregionalen Mediums anbieten, um lokal-regionale aber auch zum Beispiel bundeslandweite Vergleiche ziehen zu können und mit einem größeren Datensatz eine höhere Repräsentativität der Ergebnisse erreichen zu können. III

AUTORINNEN UND AUTOREN

Haupt, Jannes; Geographie und Deutsch B.Ed.,
Jannes.Haupt@student.kit.edu

Krieger, David; Geographie und Deutsch B.Ed.,
uzvwu@student.kit.edu

Ringeisen, Laura; Geographie M.Ed. Erweiterungsfach,
Laura.Ringeisen@student.kit.edu

SUMMARY

Bretten as an example of discourse on culture during the Covid-19 pandemic

By Jannes Haupt, David Krieger, Laura Ringeisen

This study examines the coverage of culture in the middle-order centre of Bretten during the Covid-19 pandemic from March 2020 to December 2023. The focus is on culture, understood as the shared experience of places and events, such as theatre or music. Geographically, it is about the discourses that circulate in this space and how they are conveyed by the media, in this case online edition of the daily newspaper. A method of discourse analysis is used to reconstruct how ideas of culture were communicated and changed in Bretten during this period. The extent to which reporting focused on individual fates or on the operators of cultural institutions is examined. It also examines the relationship between corona actions and reporting, and analyses the cultural areas covered in the articles. The thesis concludes with an evaluation and interpretation of the media coverage in order to show how the pandemic has influenced the cultural landscape and discourse in Bretten.

LITERATUR

- Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) (2024, 5. April). *Zentrale Orte*. <https://www.bmwsb.bund.de/Webs/BMWSB/DE/themen/raumentwicklung/raumordnung/zentrale-orte/zentrale-orte-node.html>
- Bindschädel, C. (2021a, 19. Oktober). *Brettener Musikerin Caro Trischler über den Lockdown: „Man muss sich immer wieder selbst motivieren“*. Badische Neueste Nachrichten. <https://bnn.de/kraichgau/bretten/brettener-musikerin-caro-trischler-ueber-den-lockdown-man-muss-sich-immer-wieder-selbst-motivieren>
- Bindschädel, C. (2021b, 19. Oktober). *Kulturfreitage in Bretten kommen bei Künstlern und Gästen gut an*. Badische Neueste Nachrichten. <https://bnn.de/kraichgau/bretten/kulturfreitage-bretten-kommen-bei-kuenstlern-und-gaesten-gut-an>
- Bindschädel, C. (2021c, 19. Oktober). *Urlaub in der Region – viele Tagesausflügler kommen nach Bretten*. Badische Neueste Nachrichten. <https://bnn.de/kraichgau/bretten/corona-urlaub-heimat-bretten-ausfluege-touristen>
- Broll G., & Egner H. (Hrsg.). (2017). *Diercke Wörterbuch Geographie*. Westermann.
- Bubenhofer, N., Knuchel, D., Sutter, L., Kellenberger, M., & Bodenmann, N. L. (2020). *Von Grenzen und Welten: Eine korpuspragmatische COVID-19-Diskursanalyse*. *Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur*. 16(2+3), S. 156-165. <https://doi.org/10.5167/uzh-188636>
- Christian-Albrechts-Universität, CAU (2023) *Kulturgeographie. Was ist Kulturgeographie?* <https://www.kulturgeo.uni-kiel.de/de/was-ist-kulturgeographie>
- Ebert, H. (2023, 22. März). *Warum es in Bretten trotz vieler Bands keine eigene Musikszene gibt*. Badische Neueste Nachrichten. <https://bnn.de/kraichgau/bretten/warum-es-in-bretten-trotz-vieler-bands-keine-eigene-musikszene-gibt>
- Einig, K. (2015). *Gewährleisten Zentrale-Orte-Konzepte gleichwertige Lebensverhältnisse bei der Daseinsvorsorge*. *Informationen zur Raumentwicklung*, (1), S. 45-56.
- Ertl, F. (2021, 21. Februar). *Event-Charakter lockt Besucher auf den Brettener Wochenmarkt*. Badische Neueste Nachrichten. <https://bnn.de/kraichgau/bretten/event-charakter-lockt-besucher-auf-den-brettener-wochenmarkt>
- Florida, R., & Seman, M. (2020). *Measuring COVID-19's devastating impact on America's creative economy*. *Metropolitan Policy Program*.
- Glazze, G., & Mattissek, A. (Hrsg.) (2021). *Handbuch Diskurs und Raum. Theorien und Methoden für die Humangeographie sowie die sozial- und kulturwissenschaftliche Raumforschung*. Transcript.
- Göbel, A. (2022, 2. März). *Corona: Betreiber von Brettener Fitnessstudios hoffen auf Aufschwung*. Badische Neueste Nachrichten. <https://bnn.de/kraichgau/bretten/nach-corona-lockerungen-betreiber-von-brettener-fitnessstudios-hoffen-auf-aufschwung>
- Heidelberger, J. (2023). *Diskursanalytische Betrachtung zum Begriff Triage während der Corona-Krise Januar bis Dezember 2020*. [Masterarbeit, Technische Universität Dresden]. Qucosa, Quality Content of Saxony. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:bsz:14-qucosa2-869746>
- Kraus, C. (2021, 11. April). *Brettener Initiative fordert neue Corona-Strategie und Mut zu mehr Öffnungen*. Badische Neueste Nachrichten. <https://bnn.de/kraichgau/bretten/brettener-initiative-corona-strategie-bretten-protestaktion>
- Mattissek, A., Pfaffenbach C., & Reuber, P. (Hrsg.) (2013). *Methoden der empirischen Humangeographie*. Westermann.
- Midinet-Horst, J. (2020, 13. August). *Veranstaltungsabsagen wegen Corona: Gibt es noch Lichtblicke im Landkreis Karlsruhe?* Badische Neueste Nachrichten. <https://bnn.de/karlsruhe/veranstaltungsabsagen-wegen-corona-gibt-es-noch-lichtblicke-im-landkreis-karlsruhe>
- Pitlik, H., Frit, O., & Streicher, G. (2020). *Ökonomische Bedeutung der Kulturwirtschaft und ihre Betroffenheit in der COVID-19-Krise*. WIFO, Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung.
- Stock, M. (2021, 7. September). *So haben Tanzschulen in Bretten und Bruchsal die Corona-Pause überstanden*. Badische Neueste Nachrichten. <https://bnn.de/kraichgau/bretten/tanzen-ballett-schule-bruchsal-bretten-oberderdingen-corona-neustart>
- Thienes, I. (2020, 31. März). *Musiklehrer komponiert Song über leergefegte Straßen in Bretten*. Badische Neueste Nachrichten. <https://bnn.de/kraichgau/bretten/musiklehrer-komponiert-song-ueber-leergefegte-strassen-in-bretten-coronavirus>
- Thienes, I. (2021, 21. Januar). *In den Museen in Bretten laufen Vorbereitungen für die Wiedereröffnung*. Badische Neueste Nachrichten. <https://bnn.de/kraichgau/bretten/in-den-museen-in-bretten-laufen-vorbereitungen-fuer-die-wiedereroeffnung>

Geographie

Die Geographie blickt auf natürliche und gesellschaftliche Hintergründe für die Herausforderungen unserer Zeit. Diese Sicht auf das Ganze und die räumliche Betrachtung der Dinge sind gefragter denn je.



Physische Geographie und Humangeographie

Die Geographie untersucht das räumliche Zusammenwirken von Prozessen in Natur und Gesellschaft. Geographisches Wissen liefert die Grundlage für ein umfassendes Verständnis des Systems Erde, für zukunftssichernde Raumplanung und für Lösungen raumbezogener Konflikte.

Die Geographie-Studiengänge am KIT bereitet auf das Lehramt an Gymnasien vor: Bachelor Lehramt, Master Lehramt und Master Lehramt Erweiterungsfach. Dabei geht es einerseits um den Erwerb human- und physisch-geographischen Fachwissens, andererseits um fachdidaktische und pädagogische Kompetenzen. Lernen vor Ort und Arbeiten im Gelände schärfen den integrativen und fächerübergreifenden Blick. Ein kurzes Video stellt die Karlsruher Studiengänge vor:



Informationen zum Studienfach Lehramt Geographie an Gymnasien finden Sie auf den „Studium und Lehre“-Seiten des KIT. Über den QR-Code unten gelangen Sie zu den Studien- und Prüfungsordnungen, aktuellen Modulhandbüchern sowie zu weiteren Informationen. Auskunft erhalten Sie auch bei der Studienberatung für das Fach Geographie.

Für Studieninteressierte bietet das Landesministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst die Möglichkeit zum Selbsttest zur Studiengangswahl. Über weitere Berufsfelder für Geographinnen und Geographen informieren die Internet-Seiten der Deutschen Gesellschaft für Geographie (DGfG).

Studienberatung Geographie

Dr. Christoph Mager
Studienberatung: mittwochs, 14-15:30 Uhr, in der vorlesungsfreien Zeit nach Vereinbarung.
Tel. +49 (0)721 - 608-43838
christoph.mager@kit.edu
Geb. 10.50, Raum 806

Lehrveranstaltungen, Modulhandbücher, Studienordnungen:



Qualität von Alltagsmobilität

Aktiv auf dem Rad, entspannt in der Bahn oder lässig zu Fuß? Wer möchte wann und wie mobil sein und wie fällt die Entscheidung?

THEMENSCHWERPUNKTE

Auf welche Art und Weise und aus welchen Gründen sind die Menschen in den verschiedenen Untersuchungsräumen mobil?

Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede bestehen zwischen den verschiedenen städtischen, suburbanen und ländlichen Siedlungsstrukturen?

Wie ist die Qualität der Verkehrsinfrastrukturen in den Gemeinden?

Wie zufrieden sind die Menschen mit den Möglichkeiten vor Ort, mobil zu sein?

Welche Wünsche haben die Menschen vor Ort hinsichtlich ihrer Mobilität?

Alltagsmobilität sowie deren Entstehung und Realisierungsmöglichkeiten verändern sich. Sogenannte ‚Megatrends‘, wie die Individualisierung und die Pluralisierung von Lebensentwürfen, führen dazu, dass es immer wichtiger wird, individuell und zügig von A nach B zu kommen. Für viele Menschen ist die Alltagsmobilität zudem nur bedingt freigestaltbar, da sie sich aus Verpflichtungen unterschiedlicher Art ergibt. Im Kontext des Klimawandels und der zunehmenden Ressourcenknappheit gilt es, Mobilität nachhaltig, das heißt umwelt- und ressourcenschonend, sozial gerecht und wirtschaftlich attraktiv zu gestalten. Es zeichnet sich jedoch ab, dass trotz der zunehmenden Dringlichkeit einer Mobilitätstransformation hin zur stärkeren Nutzung des Umweltverbundes eine Veränderung des Mobilitätshandelns nicht oder nur schwach erkennbar ist. Es werden immer mehr und immer längere Wege zurückgelegt.

Die vom Land Baden-Württemberg angestrebte Verkehrswende scheint dementsprechend nur schwer erreichbar. Um zu erfassen, wie das alltägliche Mobilitätshandeln zustande kommt, aus welchen Gründen Verkehrsmittel und Wege zu Zielen des täglichen Bedarfs gewählt werden, muss empirische Forschung auf die Menschen in ihrem Alltag zugehen. Dadurch können die Wünsche und Bedarfe der Bevölkerung bezogen auf die jeweilige Siedlungsstruktur erhoben und von Politik und Planung in Maßnahmen umgesetzt werden, die ein nachhaltiges Mobilitätshandeln fördern.

Ziel ist es, in den Untersuchungsräumen Karlsruhe sowie der Region Schwäbisch Hall das Mobilitätshandeln sowie Wünsche und Bedarfe der Bevölkerung in einem Kontinuum von städtischen über suburbane bis hin zu ländlichen Siedlungsstrukturen zu erfassen und somit einen konkreten Ortsbezug herzustellen.

Ansprechpartner:innen:

Prof. Dr. Caroline Kramer

Lehrstuhl für Humangeographie
Tel.: +49 721 608-43728
caroline.kramer@kit.edu

TT-Prof. Dr. Franziska Meinherz

Leitung der Arbeitsgruppe Stadt- und Mobilitätsgeographie
Tel.: +49 721 608-46106
franziska.meinherz@kit.edu

Niklas Kraus

Wissenschaftlicher Mitarbeiter am IFGG
Tel.: +49 721 608-43797
niklas.kraus@kit.edu



Verkehrsberuhigte Straße

Foto: @BWIM / Christoph Hupfer

IMPRESSUM

Herausgeber

Karlsruher Institut für Technologie - KIT
Institut für Geographie und Geoökologie (IfGG)
Humangeographie
Kaiserstraße 12
Gebäude 10.50
76131 Karlsruhe, Germany
www.kit.edu

Redaktionsleitung

Dr. Christoph Mager und Dr. Madeleine Wagner

Layout

Mara Orfanelli

Druck

Mail Boxes Etc., Karlsruhe

Titelfoto:

Dr. Madeleine Wagner, IfGG

Copyright

Alle Rechte vorbehalten. Ein Nachdruck darf nur mit Einwilligung des Herausgebers erfolgen.

