

- INKELES, Alex/LEVINSON, Daniel J. (1997): *National character. A Psycho-Social Perspective*. New Brunswick/NJ, New York: Transaction.
- MEAD, Margaret (1946): *Und haltet Euer Pulver trocken*. München: Desch.
- WELSCH, Wolfgang (1995): Transkulturalität. – In: *Zeitschrift für Kulturaustausch* 45/1, 39-44.

Patrick GLOGNER-PILZ und Patrick S. FÖHL (Hrsg.): *Handbuch Kulturpublikum. Forschungsfragen und Befunde*. Wiesbaden (Springer) 2016, 655 Seiten.

Die Erforschung des Publikums und seine Entwicklungsmöglichkeiten ist eine zentrale Thematik des Kulturmanagements. Wesentliche Fragestellungen sind, was die Besucher und Nutzer von Kulturangeboten in all ihrer Vielfalt und Heterogenität kennzeichnet, welches ihre Motive und Einstellungen sind und was ihre Wahrnehmung von Kultur bestimmt. Das *Handbuch Kulturpublikum* widmet sich diesen Fragestellungen gleich aus mehreren Perspektiven: Theoretische wie praktische Aspekte der Publikumsforschung werden in dem Sammelband zusammengefasst und auf einer Metaebene kritisch reflektiert. Angesichts der Vielzahl von speziellen Problemstellungen und spartenbezogenen Einzelbefunden, möchten die Herausgeber, einen Austausch der Disziplinen über theoretische Ansätze und methodische Zugänge anregen und den beteiligten Akteuren in kulturellen Feldern ein Nachschlagewerk an die Hand geben, „in dem sie sich über punktuelle Einzelstudien hinausgehend – umfassend und differenziert über die Publika jeder Sparte informieren können“ (S. 20).

In insgesamt drei Abschnitten werden *Grundlagen, Forschungsfragen und Befunde* wie auch *Perspektiven* der Kulturpublikumsforschung näher vorgestellt, wobei vor allem der Vielfalt der unterschiedlichen Kultursparten Rechnung getragen wird. Das Buch bietet hierbei eine Bestandsaufnahme der Forschung, die neben einem wissenschaftlich-soziologisch orientierten Erkenntnisinteresse vor allem marketingkonzeptionelle Fragestellungen thematisiert und als breit angelegter Überblicksband längst überfällig war.

Zu Beginn des Abschnittes *Grundlagen* befasst sich Carsten Winter zunächst mit einer theoretischen Verortung des Kulturpublikums. Dieser Beitrag macht den Leser mit einen handlungstheoretisch-mikrosoziologischen Zugang zu Kulturpublika vertraut, zeigt, wie sich Kulturpublika als Versammlungen von Kulturpublikumspraktiken auf der Meso-Ebene

beforschen lassen und wie eine institutionelle Konzeptualisierung von Kulturpublika den Zugang auf der Makroebene bestimmt. Diese wissenschaftstheoretisch anspruchsvolle, aber lohnende Lektüre schließt mit der Forderung nach Implementierung einer dynamischen und innovativen Kulturpublikumsforschung. Mit einem Überblick über wichtige Grundlagen und Methoden empirischer Kulturpublikumsforschung stellt Patrick Glogner-Pilz überblickshaft verschiedene Publikumsformen, deren grundlegenden Rezeptionsphasen sowie die Vorgehensweisen der quantitativen und qualitativen Publikumsforschung zugänglich dar. Hohe Anwendungsrelevanz haben seine Hinweise bezüglich einzuhaltender methodischer Grundstandards. Sie führen dem Leser nachdrücklich vor Augen, dass professionelle Publikumsforschung nicht „auf die Schnelle“ oder „nebenher“ geplant und durchgeführt werden kann. Der ebenfalls methodisch orientierte Beitrag von Reinhard Stockmann und Verena Hennefeld bietet sowohl eine Einführung in, wie auch einen hilfreichen Überblick über die Methoden der Evaluation: Ziele und Aufgaben von Evaluationen werden erläutert, Ansätze zur Auswahl von Evaluationskriterien und Formen der Evaluation dargelegt. In organisatorischer Perspektive fokussiert der Beitrag dann auf den partizipativen Evaluationsansatz, dessen konkrete Vorgehensweise anhand eines Fallbeispiels anschaulich demonstriert wird. Der Beitrag schließt mit einem Plädoyer für die strategische Steuerung von Kulturinstitutionen mithilfe von Zielvereinbarungen und Evaluationen. Im abschließenden Beitrag des ‚Grundlagen‘-Abschnitts zeigt Steffen Höhne auf, wie wichtig eine historische Perspektive ist, um die den Wandel des Kulturpublikums beeinflussenden Faktoren verstehen und reflektieren zu können. Im Verlauf der Lektüre erschließt sich dem Leser anhand zahlreicher Beispiele, dass „normierende Prozesse der Affekt- und Interaktionskontrolle“ unser heutiges Publikumsbild prägen. Der Beitrag schließt mit der Forderung das Wissen über die historische „Gemachtheit“ des Publikums in aktuellen Konzepten wie dem Audience Development zu berücksichtigen. Denn schon Wilhelm von Humboldt, hat erkannt: „Nur wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft“.

Der hierauf folgende Abschnitt „Forschungsfragen und Befunde“ bietet Einblicke in verschiedene Ergebnisse der Publikumsforschung, die vor allem für Praktiker interessant sein dürften. Hier werden Schlaglichter auf unterschiedliche Kulturgenres, aber auch -betriebsformen geworfen. Neben Befunden zu den ‚klassischen‘ Kulturpublika öffentlicher Theater, Museen und Bibliotheken sowie der Musik werden auch Erkenntnisse zu den sehr viel breiteren Publika von Fernsehen und Kino vorgestellt.

Ferner werden auch sonst wenig erforschte Felder wie Soziokultur und Musikschulen einbezogen. Mit einem Beitrag zur Breitenkultur wird beispielsweise eine bislang wenig beachtete, jedoch aufgrund ihrer partizipativen Ausrichtung auch für andere Sparten interessante Kulturform mit aufgenommen. Hierbei steht ähnlich wie beim abschließenden Beitrag des Abschnitts zu Kulturtouristen vor allem der Nutzungskontext im Vordergrund. Die Auswahl der Beiträge dieses Abschnitts verdeutlicht die Heterogenität der Kulturlandschaft und zugleich das Dilemma des Versuchs einer übergreifenden Forschung: Die Rolle des Publikums wird sehr unterschiedlich definiert, mal als Rezipient, mal als Nutzer, mal als aktiver Mitgestalter. Zudem werden spartenspezifisch ganz unterschiedliche Fragestellungen behandelt. Zugleich zeigen sich jedoch auch spartenübergreifende Gemeinsamkeiten, sowohl in methodischer Hinsicht als auch in den Befunden: Ein Großteil der Forschung ist noch immer quantitativ auf die Erfassung demografischer Daten ausgerichtet. In einzelnen Sparten wird ferner mit Klassifikationen der Besucher im Rahmen von Lebensstil- und Milieuanalysen gearbeitet. Nahezu alle Autoren merken jedoch an, dass bezüglich qualitativer bzw. gemischter Verfahren noch ein großer Nachholbedarf besteht. Zudem werde der Bereich der Rezeptionsforschung oder Angebotsevaluation bislang von vielen Einrichtungen vernachlässigt.

Der dritte und abschließende Abschnitt des Bandes „Perspektiven“ widmet sich der Entwicklung und Qualifizierung der Kulturpublikumsforschung. Der erste Beitrag von Volker Kirchberg und Robin Kuchar gibt einen Überblick über den internationalen Stand der Publikums- und Kulturnutzungsforschung. Der Artikel verdeutlicht, dass Publikumsforschung im internationalen Vergleich wenig einheitlich geschieht. Bemängelt wird vor allen, dass theoretische Konzepte sehr divergent operationalisiert würden und eine lokal begrenzte Betrachtungsweise vorherrsche. Vorgeschlagen wird daher die empirische Forschung stärker an relevante theoretische Konzepte anzubinden und sich bei der Konzeption von Besucherstudien im Sinne eines Benchmarking stärker an vorhandenen einschlägigen Forschungsarbeiten und theoretischen Positionen zu orientieren. Birgit Mandel und Thomas Renz widmen sich in ihrem Beitrag der Frage, wie herkömmliche Methoden der bis dato vorherrschenden quantitativen empirischen Kulturbesucherforschung um Ansätze aus der Psychologie, der Ethnologie und den Künsten erweitert werden können. Die Autoren beginnen mit einer kritischen Bestandsaufnahme der aktuell überwiegend quantitativ ausgerichteten Kulturnutzerstudien und illustrieren dann an Beispielen, wie psycholo-

gische und ethnologische Ansätze vertiefte Einblicke in das Rezeptionsverhalten der Kulturnutzer ermöglichen. Den Einsatz der künstlerischen Forschung sehen die Autoren als besonders vielversprechend für die Befragung von (Nicht-)Besuchern von Kulturinstitutionen an. Demnach würden künstlerische Ansätze einen ästhetischen Freiraum schaffen und so interessierten (Nicht-)Besuchern kulturelle Angebote spielerisch öffnen. Den (Nicht-)Besuchern würde so ermöglicht, über ihre Empfindungen im Kontext von Kunst und Kultur zu sprechen bzw. diese überhaupt wahrzunehmen. Im Ausblick weisen die Autoren auf die Zweckmäßigkeit einer zweigleisigen Entwicklung der Kulturnutzerforschung hin: Auf der einen Seite eine sozialwissenschaftlich geprägte, anwendungsorientierte Kulturmarketingforschung, die dem Management von Kulturorganisationen dient und Entscheidungshilfen bei kulturpolitischen Fragen bietet. Auf der anderen Seite eine stärker akademisierte Grundlagenforschung, die auf unterschiedlichen Methoden und wissenschaftlichen Disziplinen, inkl. hermeneutischer Ansätze beruht. In ihrem Beitrag zur spartenübergreifenden Kulturpublikumsforschung konstatiert Susanne Keuchel drei vielversprechende Entwicklungstendenzen: So konnte Keuchel in ihren empirischen Studien der letzten 15 Jahre zum einen feststellen, dass sich die gängige Unterscheidung zwischen E- und U-Kultur zunehmend auflöse. Sie empfiehlt daher in Analogie zur Sinus-Milieu-Studie Kulturpublikumstypologien zu entwickeln. Zum zweiten fordert die Autorin angesichts gravierender gesellschaftlicher Veränderungen (Globalisierung, Kommerzialisierung und Medialisierung) innovative methodische Modelle, die diesen gesellschaftlichen Veränderungen Rechnung tragen. So könne bspw. mittels der biografischen Analyse kulturelle Teilhabe in der Retroperspektive thematisiert werden. Als dritte Entwicklungsperspektive zeigt die Autorin die Möglichkeit von Zeitreihenvergleichen auf. Der Beitrag endet mit der Empfehlung mehr interdisziplinäre Forschungsprojekte anzustoßen und noch bestehende „Grabenkämpfe“ zwischen quantitativen und qualitativen Ansätzen zu beenden. Michael Wimmer erörtert in seinem Beitrag die aus seiner Sicht historisch gewachsene Kluft zwischen Kulturproduzenten und Kulturrezipienten. Um diese Kluft zu überwinden, sieht der Autor in partizipativen Evaluationsmethoden gute Ansatzpunkte, um Nicht-Künstler und ggf. auch (Nicht-)Kulturnutzer in den Kulturbetrieb aktiv einzubinden. Das anzusprechende Publikum könne etwa über die Methode des „Rollenwechsels“ als (Mit-)Entscheider in die Weiterentwicklung des Kulturbetriebs einbezogen werden. Auf Basis eines gemeinsamen Lernprozesses könne so ein geteiltes Verständnis entstehen, in dem alle am

Evaluationsprozess Beteiligten sich als ebenbürtige Partner erkennen, die unmittelbar aufeinander angewiesen sind. Als positive Folge dieses Paradigmenwechsels in der Publikumsforschung sieht Wimmer die Entwicklung eines neuen Publikumsverständnisses, welches der zunehmenden Individualisierung des Publikums Rechnung trage.

Im Nachwort des Bandes *Sinn und Unsinn der Kulturpublikumsforschung* betont Bernd Günter die Notwendigkeit der Publikums- oder Kulturnutzerforschung, resümiert vor allem marktforschungsbezogene Schwierigkeiten und Defizite und gibt Anregungen, wie auch vor dem Hintergrund begrenzter Ressourcen im Kulturbetrieb professionelle Publikumsforschung betrieben werden kann.

Insgesamt liefert das *Handbuch Kulturpublikum* einen verständlichen Überblick über den aktuellen Stand der Publikumsforschung. Die Zusammenstellung der verschiedenen disziplinären Zugängen, die von sozialwissenschaftlicher Grundlagenforschung hin zu spartenspezifischen Wissenschaften wie z. B. Theaterwissenschaften und Museologie, von Marktforschung bis hin zu kulturpädagogischen Evaluationen reichen, liefern für Praktiker der Kulturszene wertvolle Hinweise auf die Besonderheiten der jeweiligen Publika. Die Beiträge gehen hierbei weniger auf die konkreten Eigenschaften, Motive und Einstellungen der spartenspezifischen Publika ein, sondern schaffen stattdessen ein verstärktes Problembewusstsein für die jeweilige Erhebungspraxis. Die Publikation macht so deutlich, dass einzelne Kultureinrichtungen um die Erforschung ihres individuellen Publikums nicht herumkommen, bietet aber zugleich wertvolle methodische und forschungstheoretische Ansatzpunkte.

Sigrid Bekmeier-Feuerhahn, Nadine Ober-Heilig*
Leuphana Universität Lüneburg

Carsten BAUMGARTH und Berit SANDBERG (Hgg.): *Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen*. Bielefeld (transcript) 2016, 473 Seiten und 55 Abb.

In dem in vier Sektionen gegliederten *Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen* geht es um

* Email: bekmeier@leuphana.de