

# Wohnzimmer statt Konzertsaal?

## Mediale Kulturnutzung in Deutschland



Gunnar Otte ist Professor für Sozialstrukturanalyse am Institut für Soziologie an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz und Leiter der Panelstudie »Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland«

Die zunehmende Medialisierung von Kultur wird zwiespältig diskutiert. Einige sehen darin einen Wandel, der die Kultureinrichtungen unter Druck setzt, da die Massenmedien und das Internet in Konkurrenz zu ihnen stehen und sinkende Besucherzahlen nach sich ziehen. Auf der anderen Seite wird darin eine Chance gesehen, gerade den Menschen einen Weg zur Kultur zu eröffnen, die aufgrund räumlicher Distanzen, hoher Eintrittspreise oder anderer Zugangsbarrieren kaum an physischen Kulturangeboten teilhaben. Die Corona-Pandemie und die Einschränkungen des Veranstaltungsbetriebes haben nun wie ein Katalysator für die Weiterentwicklung digitaler Formate gewirkt. Damit erhoffen sich viele Kulturanbieter, einen Ersatz für die weggebrochenen Präsenzveranstaltungen zu schaffen. Noch ist fraglich, inwieweit sich derartige Formen etablieren und welches Potenzial sie haben, physische Angebote zu ersetzen. Doch wie ist es um die mediale Kulturnutzung überhaupt bestellt?

Um darüber Aufschluss zu gewinnen, gehen wir der Frage nach, wie verbreitet die mediale Nutzung von Konzerten, Theateraufführungen, Ausstellungen und anderen Angeboten in Deutschland ist, welche medialen Zugänge eine Rolle spielen und inwieweit der mediale Kulturkonsum ähnlichen Mustern folgt wie der physische. In der Partizipationsforschung geht man davon aus, dass Kulturbesuche sowohl von individuellen Merkmalen der Menschen als auch von räumlichen Kontextbedin-

gungen abhängen. Zu den Individualmerkmalen gehören etwa bildungsbezogene, finanzielle und gesundheitliche Voraussetzungen des Kulturbesuchs, zu den Kontextmerkmalen die kulturelle und verkehrstechnische Infrastruktur des Wohnortes. Aktuell wird kulturpolitisch verstärkt darüber diskutiert, ob es aufgrund der unterschiedlichen Infrastruktur in ländlichen und urbanen Räumen Unterschiede im Kulturverhalten gibt. Doch trifft diese These zu? Und: Sind ähnliche Muster auch im medialen Raum erkennbar?

Zur Beantwortung dieser Fragen verwenden wir Daten aus dem vom BMBF geförderten und an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz angesiedelten Forschungsprojekt »Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland«. Hierbei handelt es sich um eine für Deutschland repräsentative Panelbefragung zum Kulturverhalten der Bevölkerung ab 15 Jahren. Bisher liegen zwei Befragungswellen vor, in denen jeweils rund 2.600 Personen befragt wurden. Während die erste Befragung im Jahr 2018 vor allem auf außerhäusliche Aktivitäten und die kulturelle Sozialisation abhob, wurde in der zweiten Welle 2021 angesichts der Corona-Pandemie ein Fokus auf die mediale Kulturpartizipation gelegt.

**Ausmaß und Formen medialer Kulturnutzung**  
Generell werden die Angebote der meisten kulturellen Sparten nur von Minderheiten der Bevölkerung genutzt. Tabelle 1 zeigt in der Spalte ganz rechts,



Holger Lübbe, M.A., ist wissenschaftl. Mitarbeiter am selben Institut im o.g. Projekt. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Kultursoziologie, Sozialstrukturanalyse, Sozialtheorie, Hochschulforschung und Evaluation

wie ausgeprägt der Anteil der Bevölkerung ab 15 Jahren im Jahr 2018 war, der mindestens einmal im Jahr ein physisches Angebot eines Spektrums von zwölf Sparten besuchte. Das größte Publikum vereinten mit einem Anteil von 63 Prozent die Museen auf sich. Konzerte der Vielzahl populärer Musikgenres wurden von 48 Prozent der Befragten jährlich besucht. Das Theater übte für ein Drittel der Bevölkerung eine Anziehungskraft aus. Hingegen erreichten Oper, Ballett und Moderner Tanz jeweils weniger als 10 Prozent der Bevölkerung.

Da Veranstaltungsbesuche 2021 pandemiebedingt nur sehr eingeschränkt möglich waren, boten mediale Angebote eine Alternative für Kulturinteressierte. Unter medialen Zugängen verstehen wir das Radio, Fernsehen und Internet. Klassische Medien wie das Buch, der Videofilm und die Musik-CD werden ausgeklammert, da wir uns für die Substituierbarkeit von Live-Events durch äquivalente medial vermittelte Angebote interessieren.

wurden Konzerte mit klassischer Musik medial und physisch in ähnlichem Ausmaß verfolgt. Leider lassen die Daten keine Rückschlüsse darüber zu, in welchem Umfang mediale Angebote vor der Pandemie genutzt wurden und ob ihre Wahrnehmung seither zugenommen hat.

Beim Vergleich alter und neuer medialer Zugänge zeigt sich, dass das Internet dem Fernsehen noch nicht den Rang abgelaufen hat. Im Gegenteil: In allen zwölf Sparten ist das Fernsehen für die meisten Menschen der präferierte Zugang. Außerdem ist erkennbar, dass das Internet sehr unterschiedlich genutzt wird. Neben den Online-Mediatheken der Fernseh- und Rundfunksender sind vor allem Videoplattformen wie YouTube sehr beliebt, gerade für den Abruf von Konzerten sowie von Shows aus Comedy, Kleinkunst und Kabarett. Websites der Kultureinrichtungen und Kulturschaffenden sind nur für geringe Anteile der Bevölkerung nennenswerte Alternativen zu den physischen Angeboten.

Tabelle 1: Nutzung medialer und physischer Kulturangebote in den letzten 12 Monaten (in Prozent)

	Mediale Angebote insgesamt (2021)	Mediale Angebote						Physische Angebote (2018)
		Radio	TV	Digitale Angebote				
				Mediatheken	Kultureinrichtungen	Videoplattformen	Persönliche Webseiten	
Populäre Konzerte	39	20	30	13	4	20	4	48
Comedy	39	5	27	10	2	19	1	15
Kleinkunst	21	4	16	5	2	7	1	28
Klassikkonzerte	19	10	16	5	2	5	1	21
Museen	14	1	6	3	4	4	2	63
Theater	11	1	8	2	2	2	0	34
Zirkus, Varieté	10	0	9	1	0	1	0	20
Opern	8	3	7	2	1	2	0	8
Moderner Tanz	8	0	6	1	0	2	1	8
Lesungen	5	2	2	1	1	2	1	10
Aktionskunst	5	1	2	0	1	2	1	9
Ballett	4	0	3	1	1	1	0	7

Daten: Mediale Kulturnutzung: KuBiPaD II (2021), n = 2455 (gewichtete Daten). Physische Kulturnutzung: KuBiPaD I (2018), n = 2577 bis 2592 (gewichtete Daten).



Dave Balzer, M.A., ist wissenschaftl. Mitarbeiter am selben Institut. Er ist zudem im o.g. Projekt beschäftigt. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Kultursoziologie und quantitative Methoden der empirischen Sozialforschung, insbesondere Kausalanalyse und Experimente

Die erste Zahlenspalte der Tabelle zeigt, dass die meisten Angebote in medialer Form von deutlich weniger Menschen genutzt wurden als zuvor im Präsenzformat. Die einzige Ausnahme bilden Comedy-Shows, die 39 Prozent der Befragten mindestens einmal in den letzten zwölf Monaten medial rezipierten, während nur 15 Prozent solche Shows vor Ort erlebten. Hingegen besuchten nur 14 Prozent der Bevölkerung virtuelle Museen im Internet oder sahen sich Dokumentationen über Ausstellungen im Fernsehen an, also deutlich weniger als im Präsenzbetrieb. Ebenfalls sehr groß ist die Diskrepanz bei Theateraufführungen, die vor der Pandemie von rund einem Drittel der Bevölkerung besucht, nun aber lediglich von 11 Prozent medial rezipiert wurden. Demgegenüber

### Bestimmungsfaktoren der medialen Kulturnutzung

Um das kompensatorische Potenzial medialer Angebote abzuschätzen, stellt sich die Frage, welche Personengruppen diese Angebote überhaupt nutzen. Anhand der Paneldaten lässt sich zeigen, dass dieselben Personen, die 2018 zu den Kernpublika der Kultureinrichtungen zählten, auch in der Pandemie die aktivsten sowohl im physischen als auch medialen Raum waren. So rezipierten 79 Prozent der Befragten, die zu beiden Zeitpunkten mindestens ein klassisches Konzert in Präsenz aufsuchten, mindestens ein derartiges Konzert auch medial. Unter den Nichtbesucher\*innen waren es dagegen nur 13 Prozent. Ähnliche Muster findet man für Opern, Konzerte populärer Musikrichtungen, Theater und Museen.



Joschka Baum, M.A., ist wissenschaftl. Mitarbeiter am selben Institut im o.g. Projekt. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Kulturosoziologie, kulturelle Innovationen, Gaming und quantitative Methoden der empirischen Sozialforschung

Betrachtet man die Individualmerkmale, setzt sich das Publikum physischer wie medialer Angebote in fast allen Sparten überproportional aus denjenigen zusammen, die bereits in ihrem Elternhaus mit kultureller Partizipation vertraut gemacht wurden und selbst höhere Schulbildung erworben haben. Die Sozialisation in Familie und Schule ist somit ein Grundstein für die Herausbildung kultureller Interessen. Für Besuche im physischen Raum erweisen sich auch finanzielle und gesundheitliche Ressourcen als wichtige Einflussfaktoren. Je nach Sparte variiert die physische wie mediale Konsumhäufigkeit zudem nach Alter und Geschlecht.

Für die Kontexteinflüsse ergibt sich, dass Bewohner\*innen urbaner Räume signifikant häufiger physische Kultureinrichtungen besuchen als die Bevölkerung kleinstädtischer und ländlicher Regionen. Eine Ausnahme bilden Konzerte mit volkstümlicher Musik. Die Unterschiede gehen maßgeblich darauf zurück, dass in urbanen Regionen eine vielfältigere und besser erreichbare Infrastruktur zur Verfügung steht. Beim Besuch von Klassikkonzerten und Kunstausstellungen spielt darüber hinaus die sozialstrukturelle Zusammensetzung der Bevölkerung eine Rolle. Dadurch dass dort größere Bevölkerungsanteile mit höherer Bildung wohnen, ist das kulturinteressierte Publikum in Metropolen zahlreicher vorhanden. Solche Stadt-Land-Differenzen gibt es in der medialen Partizipation kaum. Nur für klassische Konzerte finden sich Unterschiede, die primär auf die unterschiedliche Bevölkerungszusammensetzung zurückgehen. Dagegen erweist sich die Qualität der Internetverbindung für die digitale Partizipation als zu vernachlässigender Einflussfaktor.

Wie sind diese Befunde zu bilanzieren? Die mediale Kulturnutzung hat selbst unter dem Eindruck der pandemiebedingten Einrichtungsschließungen bei weitem nicht das Ausmaß erreicht, das wir aus dem physischen Raum kennen. Vielmehr hat sich Kultur für viele Haushalte in ihrer Pandemiebewältigung als disponible Größe erwiesen. Die kompensatorische Verlagerung der Kulturpartizipation in den häuslich-medialen Rahmen ist vor allem beim kulturrainen Teil der Bevölkerung zu beobachten. Bemerkenswert ist, dass trotz der Ausweitung digitaler Kulturangebote das Fernsehen als Zugang dominiert. Dies spricht dafür, Kultur in all ihren Formen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und Fernsehen samt ihren Mediatheken stärker zu repräsentieren. Zwar ist der Zugang wie im physischen Raum auch hier stark von den Bildungsressourcen der Menschen abhängig. Aber immerhin erfolgt die mediale Nutzung kultureller Angebote entlang des Stadt-Land-Kontinuums egalitärer als im physischen Raum.

Weitere Informationen:  
<https://kulturpartizipation.uni-mainz.de/> ■