
Diversity: neues Publikum in Städten, migrantisches Publikum

Dr. Vera Allmanritter & Anna Bause

Kulturmanagerin Berlin

Leiterin Kommunikation u. Marketing
Maxim Gorki Theater Berlin

Eventim Anwenderforum, Hamburg 2018

Wen meinen wir überhaupt mit Migrationshintergrund?

- „Migrationshintergrund“ (MH) ist eine statistische Definition
- DEN Menschen mit MH + DIE Menschen einer Herkunft gibt es nicht.
- Im Zweifelsfall sind es verschiedenste Zielgruppen...



Stat. Bundesamt: MH = Person selbst oder mindestens ein Elternteil wurde nicht mit dt. Staatsangeh. geboren, Bild: unbekannt.

Wen meinen wir überhaupt mit Migrationshintergrund?

Maxim Gorki Theater: Sprachgebrauch und Zielgruppendefinitionen?

„Identität ist keine fixe Kategorie, sondern die Möglichkeit, sich immer wieder neu zu betrachten und zu hinterfragen, im sozialen, künstlerischen und politischen Raum. Selbstermächtigung, Diversität und Partizipation sind die Grundvoraussetzungen des Maxim Gorki Theaters.“

➡ Sprachgebrauch I: Besucher*innen mit Migrationshintergrund

➡ Sprachgebrauch II: Communities

- Queer
 - Homo- und heterosexuelle
 - Einwanderer*innen
 - Berliner*innen
 - Touristen*innen
 - Exil-Community
-

Was wissen Kulturinstitutionen über Publikum mit MH?

- Nur wenige betreiben kontinuierlich Besucherforschung.
- Nur einzelne kennen Anteil von MH im Publikum, 2008: ca. 2 %
- Das Gorki Theater nimmt teil beim Berliner Kulturmonitoring-Projekt (Kulmon) seit 2010.



Info: Kulmon ist ein öffentlich finanziertes System, mit dem in aktuell rund 30 Kulturinstitutionen kontinuierlich Besucherforschung betrieben wird; Quellen: Allmanritter 2009, visitBerlin 2018, Bild: Maxim Gorki Theater

Was wissen Kulturinstitutionen über Publikum mit MH?

Maxim Gorki Theater: Publikum mit und ohne MH?

Generelle Zusammensetzung (Kulmon-Daten Maxim Gorki Theater):

- Bildungsgrad: überwiegend studentisch/mit Hochschulabschluss
- Geschlecht: überwiegend weiblich
- Durchschnittsalter: 43 Jahre

Mit MH (Kulmon-Daten Maxim Gorki Theater):

- 2011, 2012: 6-7 %
- Seit 2013/14 Intendanz Langhoff/ Hillje:

Maxim Gorki Theater					
Migrationshintergrund	Jahr 2014	Jahr 2015	Jahr 2016	Jahr 2017	Jahr 2018
Basis	316	2210	2288	2206	451
Migrationshintergrund	20,57%	14,43%	14,12%	12,92%	13,30%

Quelle: Kulmon, Auswertungsplattform anytab Datenstand: 31.03.2018

Was wissen Kulturinstitutionen über Publikum mit MH?

Kulmon-Daten Maxim Gorki Theater: Vertiefung Publikum mit MH

- Bildungsgrad: Universität, Fachhochschule ohne MH 56 % / mit MH 65 %
- Frauen: ohne MH = 56 % / mit MH = 66 %
- Durchschnittsalter: ohne MH v.a. Ü40, mit MH va. U40
- Social Media: Spartendaten Sprechtheater zeigen teils besonders hohe Affinität bei MH
 - bspw. Nutzung facebook letzte 14 Tage: ohne MH 38 %, mit MH 60 %
 - Bspw. Nutzung youtube letzte 14 Tage: ohne MH 8 %, mit MH 18 %

Quelle: Kulmon , Auswertungsplattform anytab Datenstand: 31.03.2018

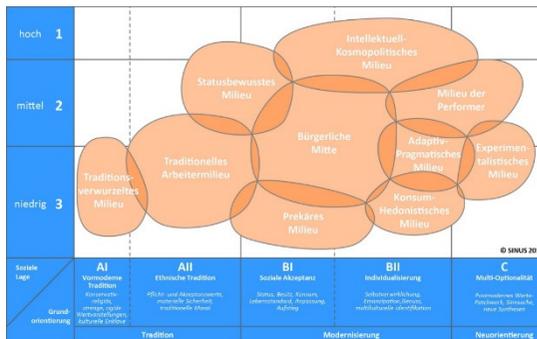
Was weiß die Forschung über Publikum mit MH?

Zwei Herangehensweisen in Studien an das Themenfeld:

Informationen zu verschiedenen Lebensstilen/sozialen Milieus

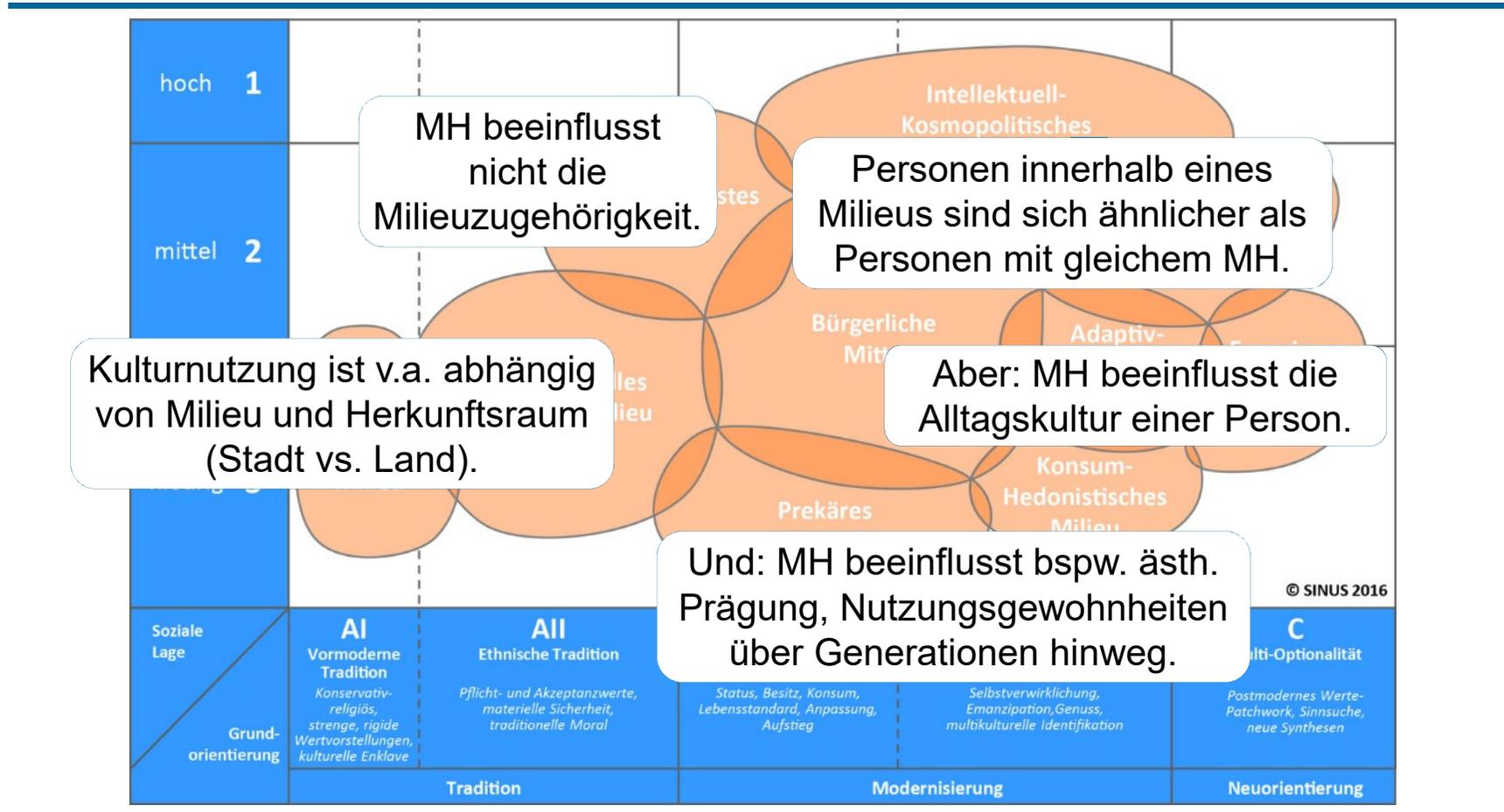


Informationen zu verschiedenen Herkunftsländern



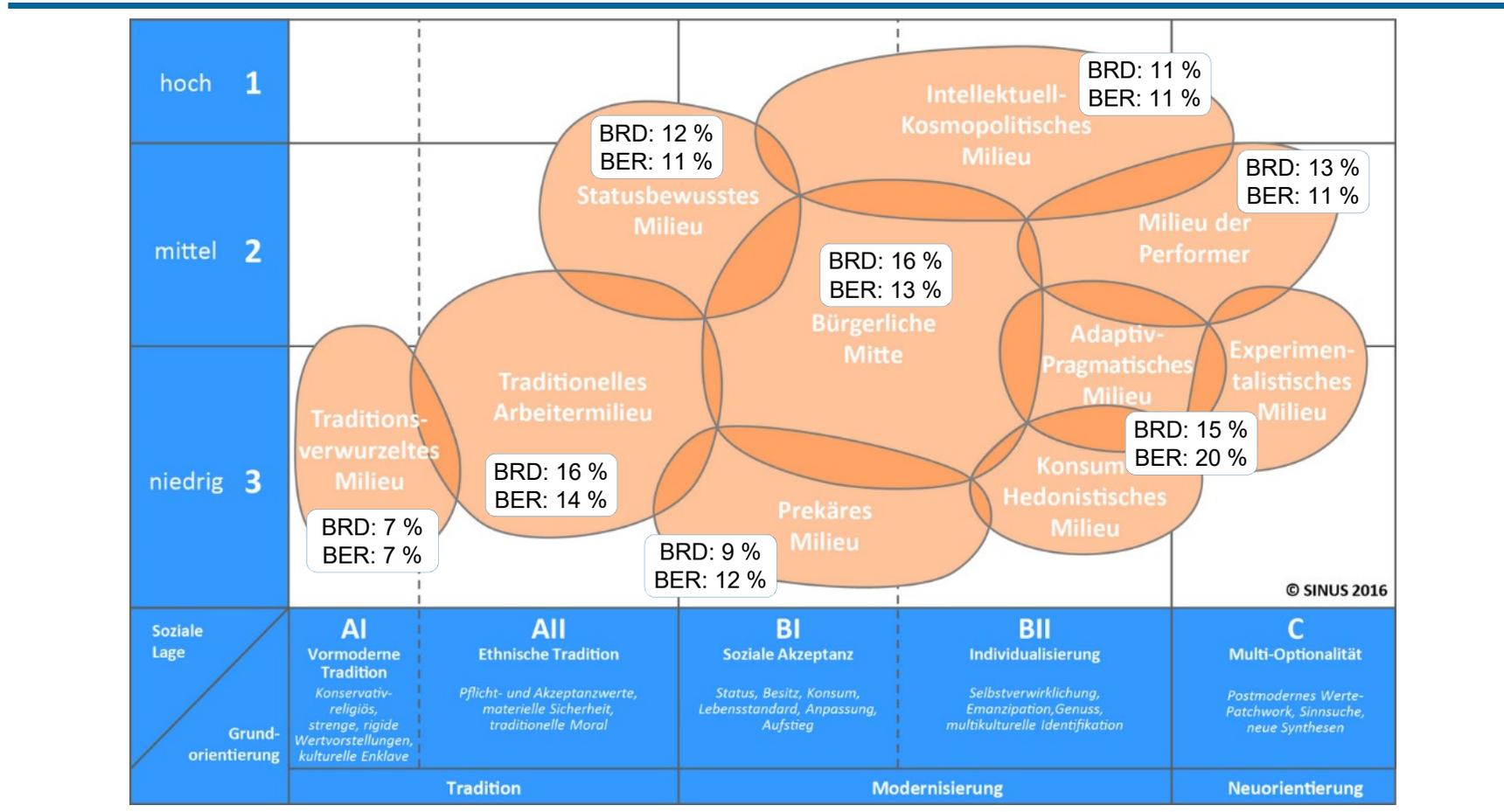
Literatur: Allmanritter 2017, Bilder: vhw/SINUS 2016, unbekannt

Was weiß die Forschung über Publikum mit MH?



Quelle: vhw/SINUS 2016, Sinus 2008, Gerhards 2013

Was weiß die Forschung über Publikum mit MH?



Quellen: vhw/SINUS 2016, Gerhards 2013, Huss 2010 (Prozentzahlen Stand 2008, 10 größte Städte in Deutschland).

Kulturpublikum mit Migrationshintergrund?

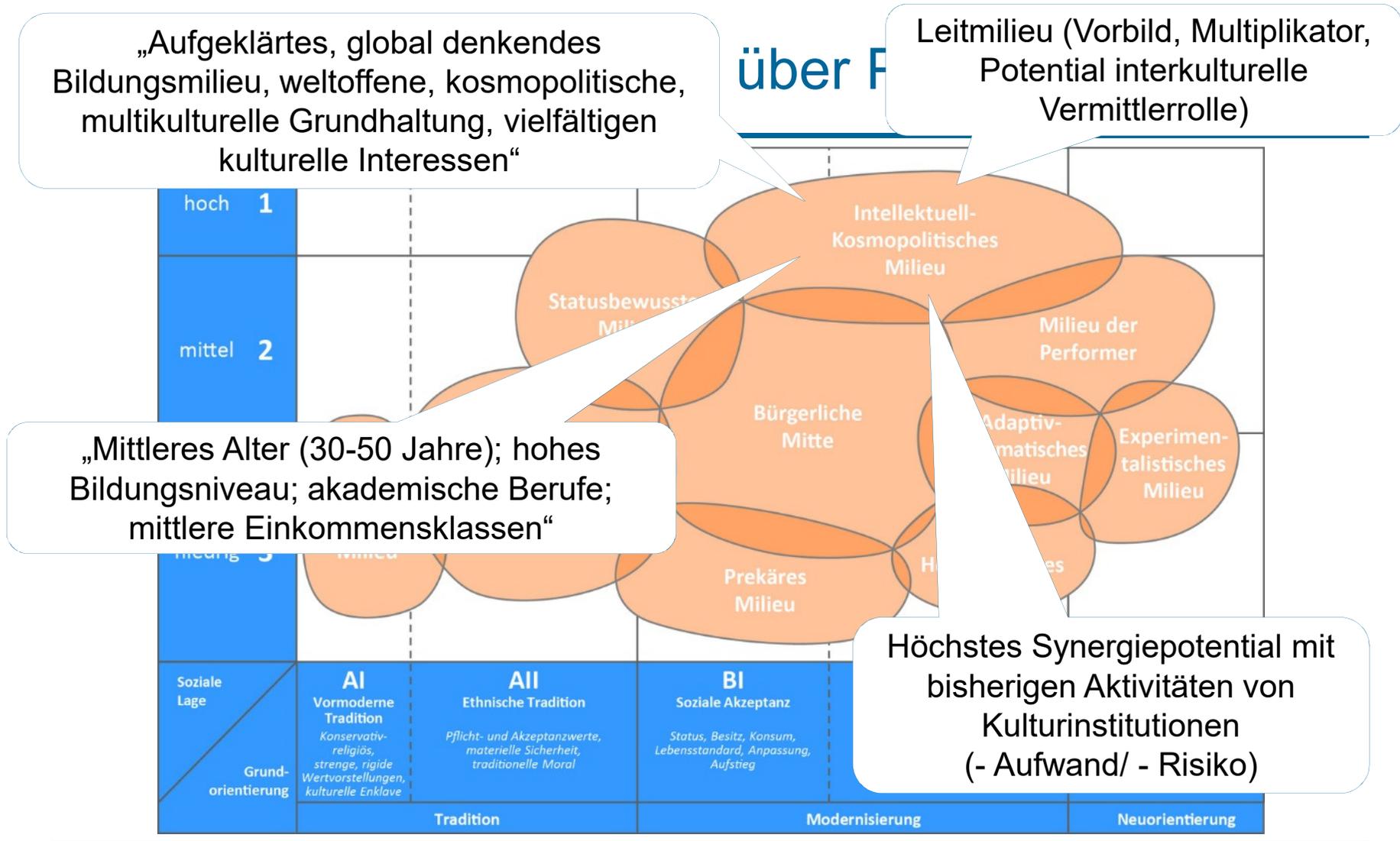
Maxim Gorki Theater: Soziale Milieus im Publikum?

- Vermutung: Milieu ist „Intellektuell-Kosmopolitisch“
- Problem: Keine konkreten Zahlen; Kulmon-Integration von Milieufragen geplant
- Lösung: Über Inhalte gehen

Wie:

- Bezug zur Lebenswirklichkeit der Besucher*innen
- Identität künstlerisch herausfordern
- Zeitgenössische Themen diskutieren
- Vielsprachiges Ensemble vs. Klischeevorstellungen
- Repräsentation der Diversität der Stadtgesellschaft

Quelle: Kulmon , Auswertungsplattform anytab Datenstand: 31.03.2018



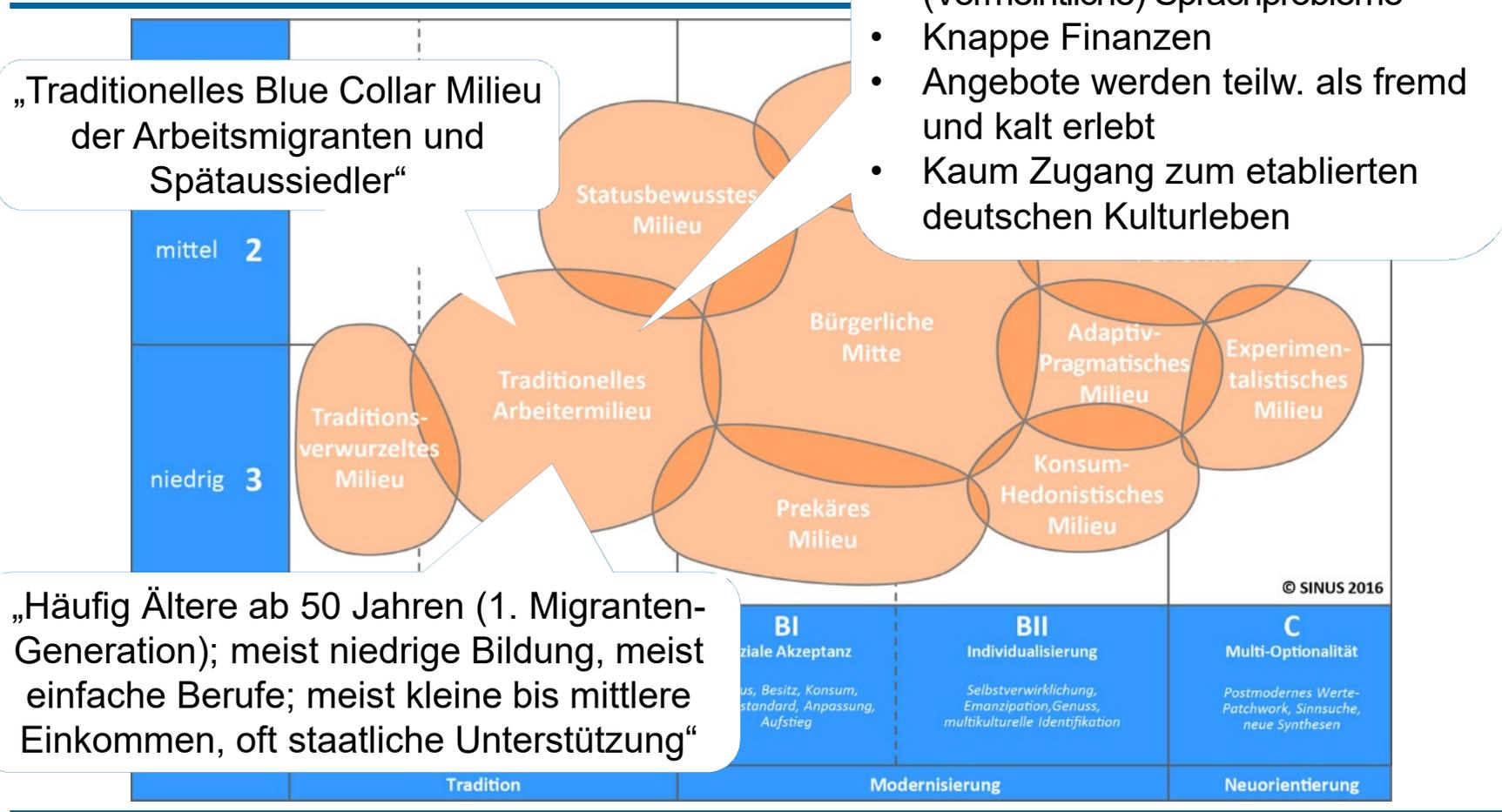
Quelle: vhw/SINUS 2016, Sinus 2008, Gerhards 2013, Der Ministerpräsident von NRW 2010

Was weiß die Forschung über

- Oft Schwellenängste
- Ästhetische Formen sind oft fremd
- (Vermeintliche) Sprachprobleme
- Knappe Finanzen
- Angebote werden teilw. als fremd und kalt erlebt
- Kaum Zugang zum etablierten deutschen Kulturleben

„Traditionelles Blue Collar Milieu der Arbeitsmigranten und Spätaussiedler“

„Häufig Ältere ab 50 Jahren (1. Migrantengeneration); meist niedrige Bildung, meist einfache Berufe; meist kleine bis mittlere Einkommen, oft staatliche Unterstützung“



Quelle: vhw/SINUS 2016, 2008, Gerhards 2013, Der Ministerpräsident von NRW 20010

Besuchsbarrieren für Menschen mit MH

Klassische Besuchsbarrieren gelten wie bei ohne MH, aber zudem noch...

- Zu wenig interkultureller Kompetenz / Öffnung
- Kaum Themen mit Bezug zur Lebenswelt zu MH
- Kaum Künstler, Musiker, Schauspieler, Regisseure, Autoren, Komponisten mit MH
- Es fehlt das Gefühl Willkommen zu sein



Quelle: Allmanritter 2017

Besuchsbarrieren für Menschen mit MH

Maxim Gorki Theater: Umgang mit solchen Barrieren?

- Zu wenig interkultureller Kompetenz / Öffnung
 - Mehrsprachigkeit auf/hinter der Bühne
 - 2/3 der 250 Mitarbeiter*innen haben MH
- Kaum Themen mit Bezug zur Lebenswelt zu MH
 - Stichwort: Empowerment
 - Neue Stücke/radikale Neuinterpretationen von klassischen Werken
 - Interdisziplinäre Projekte/Festivals, die Genre-Grenzen sprengen
 - Sonderfestivals + Produktionen
 - Halb-biografisches Theater (z.b. Yael Ronen, Nurkan Erpulat)

Literatur

Allmanritter, Vera (2017): Audience Development in der Migrationsgesellschaft. Neue Strategien für Kulturinstitutionen. Bielefeld.

Allmanritter, Vera (2009): Migranten als Publikum in öffentlichen deutschen Kulturinstitutionen. Der aktuelle Status quo aus Sicht der Angebotsseite. Berlin.

Der Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): (2010): Von Kult bis Kultur. Von Lebenswelt bis Lebensart. Ergebnisse der Repräsentativuntersuchung „Lebenswelten und Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland und NRW“. Düsseldorf.

Gerhards, Klaus (2013): Ergebnisse der Repräsentativuntersuchung „Lebenswelten und Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland u. NRW“. Düsseldorf.

Huss, Elmar (2010): Migranten-Milieus. Ergebnisse der Studie „München im Kontext“. (= Statistisches Amt der Landeshauptstadt München: Münchner Statistik, Band 1). München.

Literatur

SINUS (2008): Zentrale Ergebnisse der Sinus-Studie über Migranten-Milieus in Deutschland. Heidelberg.

Statistisches Bundesamt (2018): Pressemitteilung Nr. 009 vom 10.01.2017: Deutliche Unterschiede in der Wohnsituation von Menschen mit und ohne Migrationshintergrund (https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2017/01/PD17_009_122.html, Stand 26.04.2018)

vhw / SINUS (2016): Zwischenbericht des vhw-Bundesverbands für Wohnen und Stadtentwicklung e. V. auf Basis der qualitativen Explorationen von Sinus Sociovision, Heidelberg/Berlin.

visitBerlin (2018): Kulturmonitoring (<https://about.visitberlin.de/kulturmonitoring>, Stand 26.04.2018)

Kontakt

Dr. Vera Allmanritter

Audience Development – Kulturmarketing – Publikumsforschung – Evaluation

www.allmanritter.de ; info@allmanritter.de

Anna Bause

Maxim Gorki Theater Berlin
Leiterin Kommunikation u. Marketing

www.gorki.de ; bause@gorki.de
