



EduFilharmonie

nowe wyzwania w muzykoterapii
Neue Herausforderungen in der Musiktherapie

Transgraniczny projekt badawczy: Modele zachowań konsumentów na rynku sztuk performatywnych na przykładzie Filharmonii im. Mieczysława Karłowicza w Szczecinie i teatru Uckermärkische Bühnen Schwedt.

Grenzüberschreitendes Forschungsprojekt: Modelle des Konsumentenverhaltens auf dem Markt der darstellenden Künste am Beispiel der Mieczysław-Karłowicz-Philharmonie in Szczecin und der Uckermärkischen Bühnen Schwedt

Raport z badań

Bericht aus dem Forschungsprojekt

Szczecin, lipiec 2021

Szczecin, Juli 2021

Foto: Karolina Jakubczyk

Projekt Polsko-niemiecka konferencja online "EduFilharmonie – Nowe wyzwania w muzykoterapii" jest dofinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz budżetu państwa (Fundusz Małych Projektów w ramach Programu Współpracy Interreg V A Meklemburgia-Pomorze Przednie/Brandenburgia/Polska w Euroregionie Pomerania).

Projekt Deutsch-polnische Online-Konferenz "EduFilharmonie – Über neue Herausforderungen in der Musiktherapie" wird durch die Europäische Union aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung und dem Staatshaushalt (Fonds für kleine Projekte im Rahmen des Kooperationsprogramms INTERREG V A Mecklenburg-Vorpommern / Brandenburg / Polen) mitfinanziert.



Verlauf der Studie...

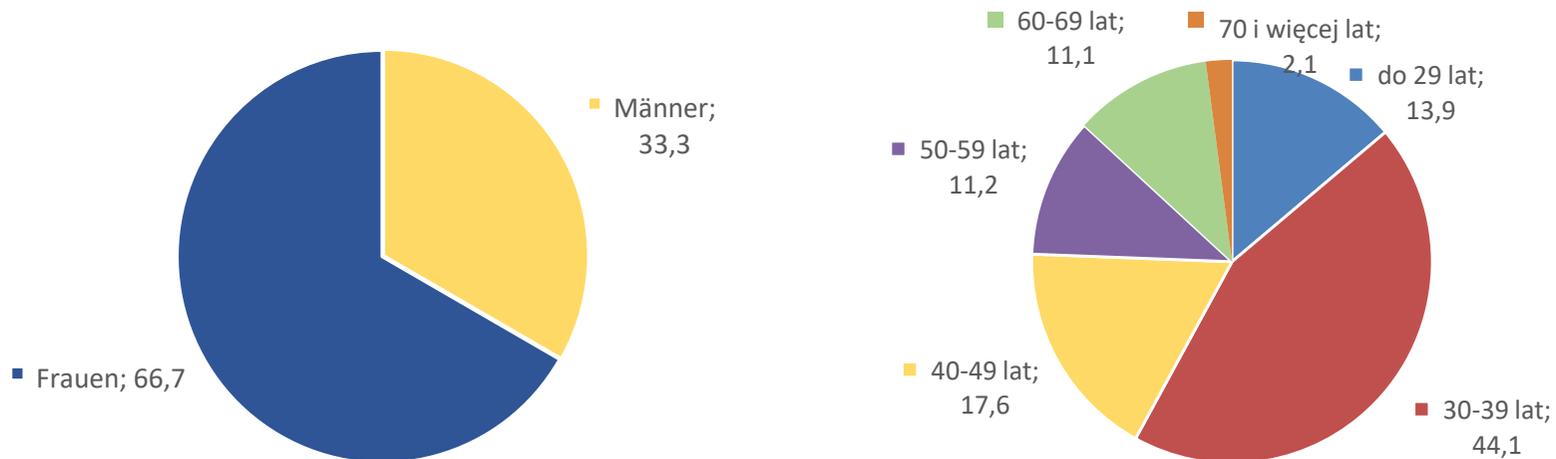
Die direkte Erhebung wurde in den Monaten Mai-Juli 2021 als Online-Befragung mit 402 Teilnehmern*innen mithilfe der Plattform [surveymonkey.com](https://www.surveymonkey.com) durchgeführt.

- Als Befragte kamen die Gäste der Philharmonie Stettin und der Uckermärkischen Bühnen Schwedt in Frage.
- Die Einladung zur Online-Befragung wurde an 620 Personen verschickt. Teilgenommen haben insgesamt 531 Personen. Nach förmlicher Prüfung konnten 402 Fragebögen zur Auswertung gelangen.

Charakteristik der Befragten ...

Frauenanteil lag bei knapp 2/3, dementsprechend der Anteil von Männern bei 1/3 der Probe. Durchschnittsalter betrug 40 Jahre. Die jüngste Teilnehmerin war 22 und die älteste 74 Jahre alt. Der jüngste Teilnehmer war 23 und der älteste 75 Jahre alt. Nahezu jeder Zweite befand sich in der Altersspanne zwischen 30 und 39. Die kleine Repräsentanz betraf Menschen über 70.

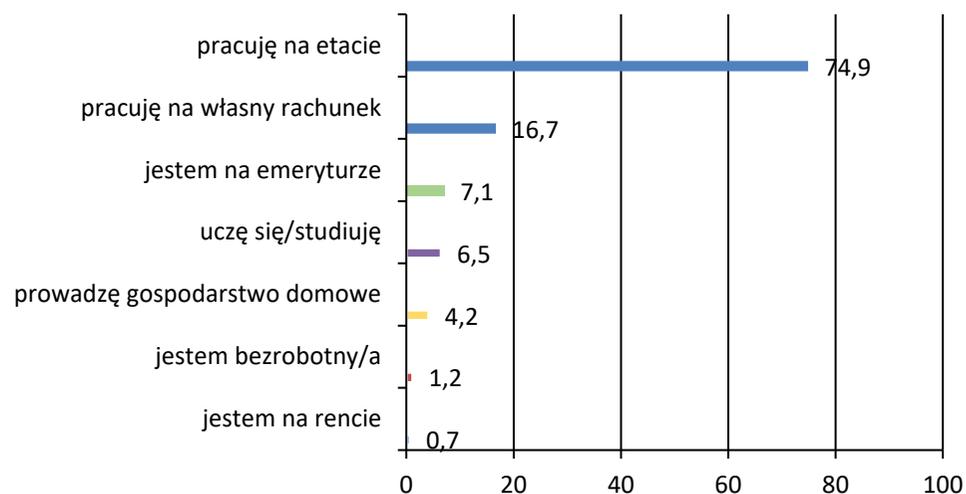
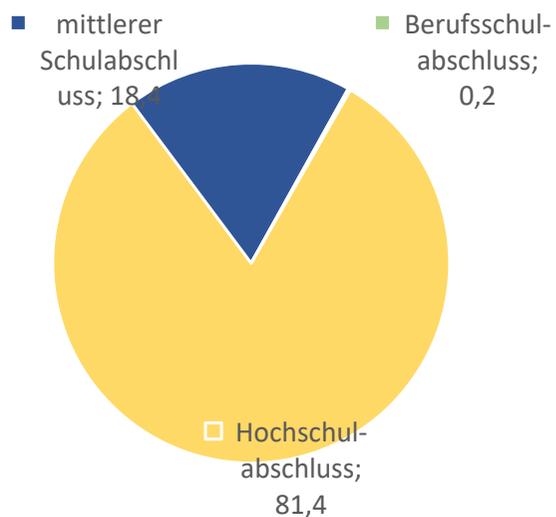
*Umfrageteilnehmer*innen nach Geschlecht und Alter (in %)*



Charakteristik der Befragten ...

Mehr als 80 % der Befragten verfügen über einen Hochschulabschluss und knapp 20% einen mittleren Schulabschluss. Drei Viertel sind Angestellte, jeder sechste ist selbstständig tätig. Jeder vierzehnte ist Rentner, genauso viele besuchen noch eine Schule oder Hochschule.

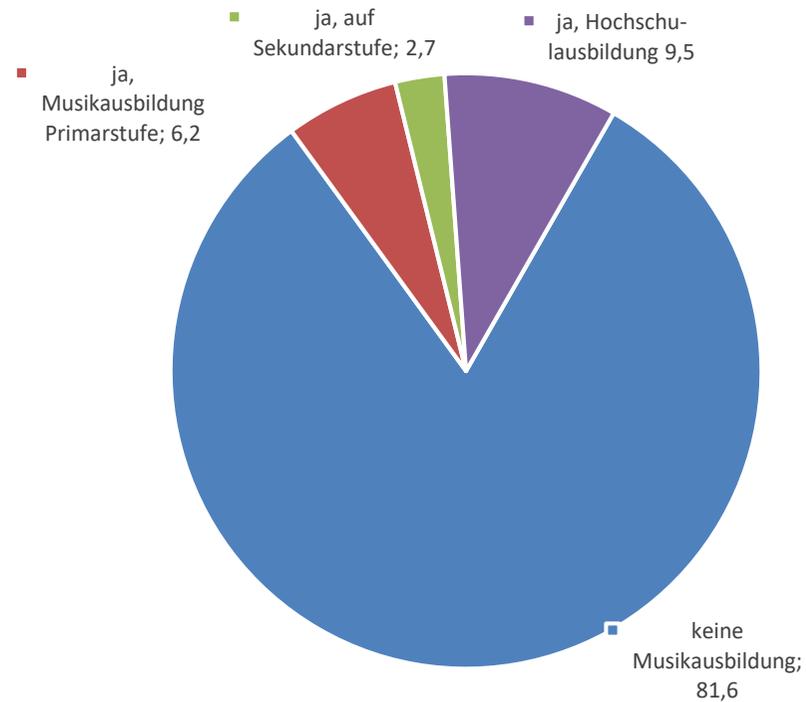
Umfrageteilnehmer*innen nach Geschlecht und Alter (in %)



Charakteristik der Befragten ...

Die überwiegende Mehrheit haben keine Musikausbildung. Diejenigen Befragten, die eine Musikausbildung vorzuweisen haben, sind studierte Musiker.

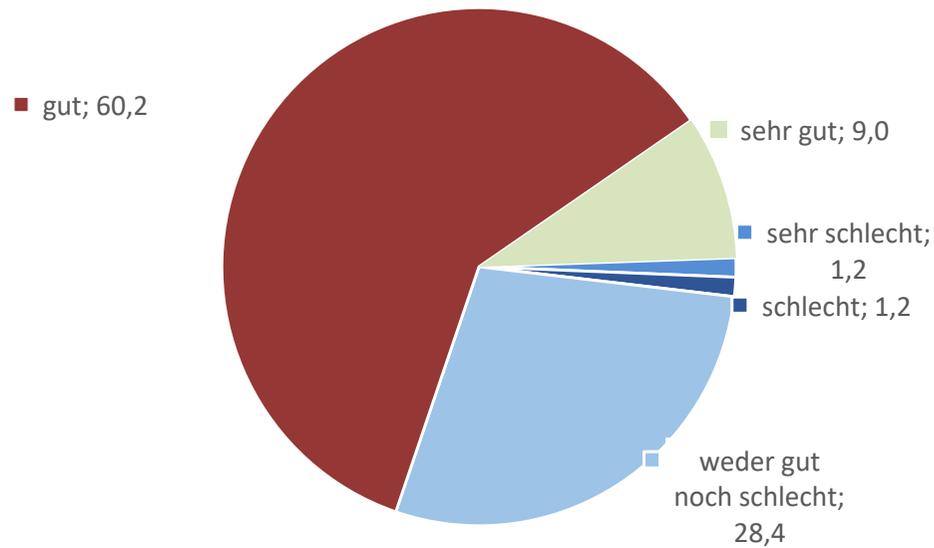
Befragte nach musikalischem Bildungshintergrund (in %)



Charakteristik der Befragten ...

Mehr als 2/3 der Befragten stufen ihre Einkommensverhältnisse als gut bzw. sehr gut ein; jeder Vierte platziert sich diesbezüglich als durchschnittlich.

Befragte in der Selbsteinschätzung ihrer Einkommensverhältnisse (in %)



Charakteristik der Befragten ...

Bei den Persönlichkeitsmerkmalen schätzen sich die Teilnehmer*innen selbst vor allem als loyal, humorvoll, wahrheitsliebend, findig, ehrgeizig, fleißig und optimistisch ein.

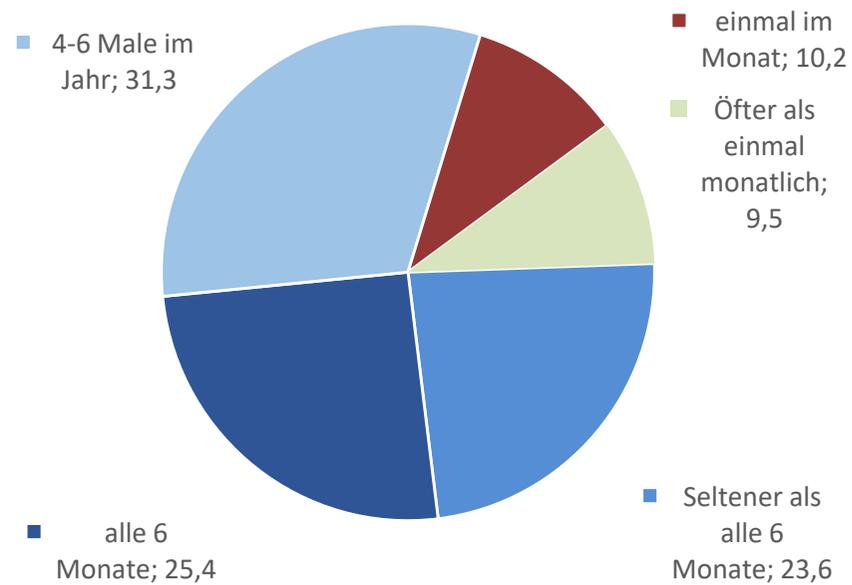
Persönlichkeitsmerkmale der Befragten (in %)

	1	2	3	4	5	6	7	
Schüchtern				4,94				Offen
gewissenhaft				4,79				nicht gewissenhaft
findig					5,65			nicht findig
mit Humorsinn					5,91			ohne Humorsinn
faul					5,14			fleißig
durchsetzungsunfähig				4,76				durchsetzungsfähig
egoistisch				4,96				altruistisch
nicht ehrgeizig					5,55			ehrgeizig
nicht wahrheitsliebend					5,89			wahrheitsliebend
ungeduldig				4,59				geduldig
traditionsgebunden				4,52				innovativ
illoyal						6,16		loyal
verschwenderisch				4,49				sparsam
verwirrt				4,77				konzentriert
Pessimist					5,08			Optimist
zurückhaltend				4,74				spontan

*auf einer Skala von 1 bis 7

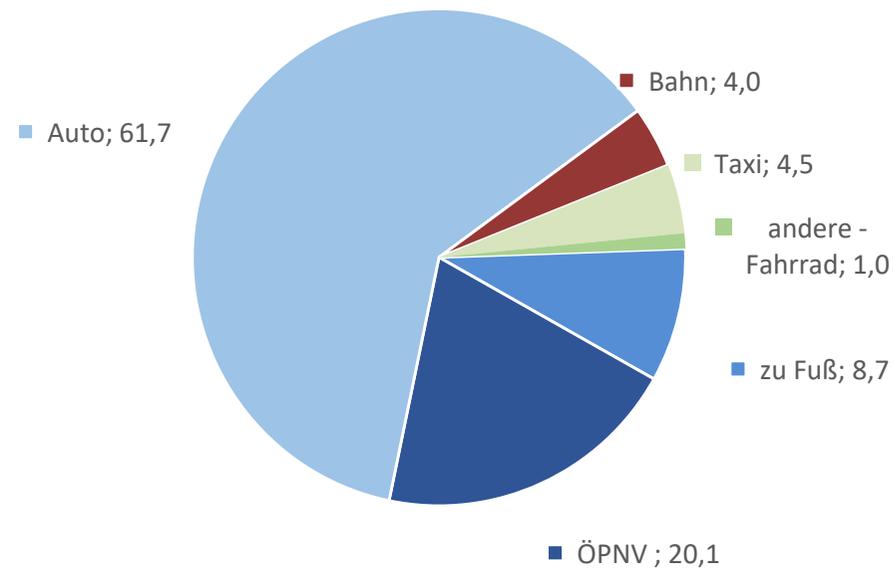
Beinahe jeder Dritte besucht 4-6 Konzerte im Jahr, jeder vierte einmal im Halbjahr. Jeder Zehnte besucht ein Konzert einmal im Monat sowie genauso viele häufiger als einmal monatlich.

Häufigkeit der Konzertbesuche (in %)



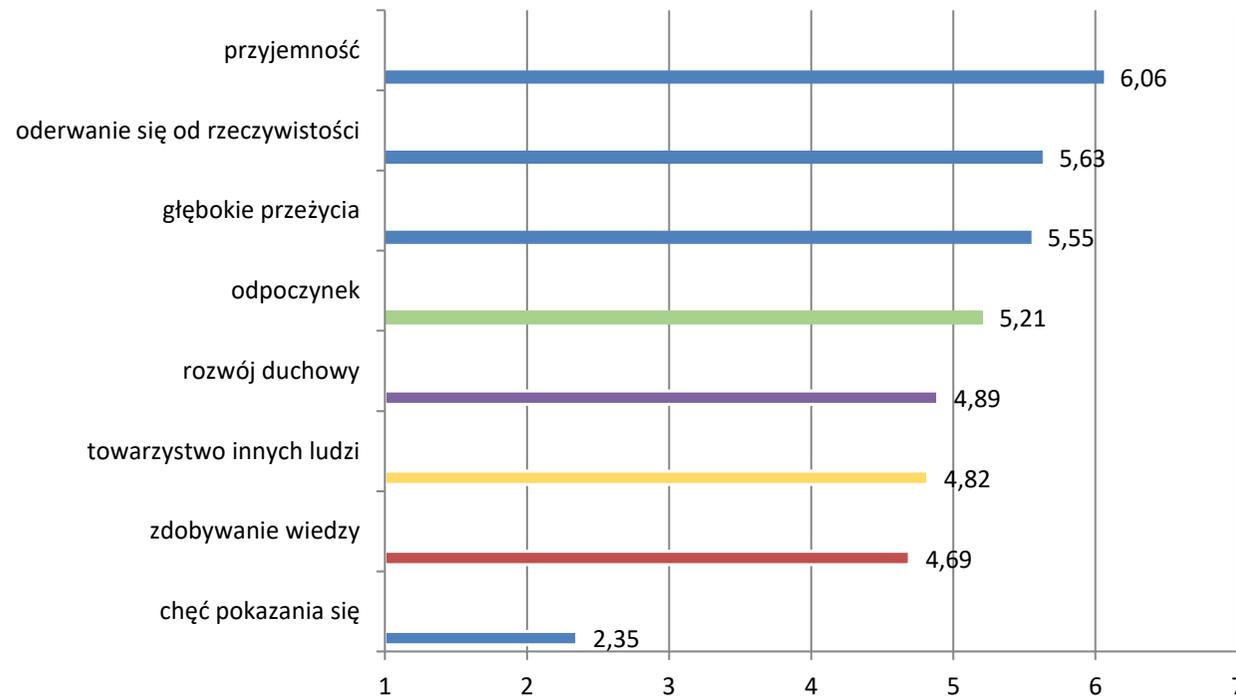
Fast 2/3 der Befragten kommen zum Konzert mit Auto, jeder Fünfte mit ÖPNV. Nahezu jeder Zehnte kommt zu Fuß.

Wie kommen die Befragten am häufigsten zum Konzert (in %)?



Die Befragten wurden gebeten, bestimmte Aspekte ihrer Konzertbesuche zu bewerten. Die größte Bedeutung hatten Spaß, den Alltag hinter sich lassen und tiefe Erlebnisse. Sich sehen lassen rangierte in der Bewertung ganz unten.

Bewertung bestimmter Aspekte des Konzertbesuchs (gemittelte Bewertungen)*



* auf einer Skala von 1 bis 7, wo 1 für unbedeutend und 7 für sehr bedeutend stehen.

Verhaltensweisen der Befragten

Bei ihrer Entscheidung für eine Veranstaltung setzen die Befragten auf die Vielfalt der Angebote und die außergewöhnliche Atmosphäre sowie legen einen großen Wert auf den Outfit. Die Befragten kaufen Tickets mit größerem zeitlichem Vorlauf, dabei betrachten sie Konzerte mit und ohne Eintritt gleichwertig.

Charakteristik der Befragten als Konzertbesucher (in %)

Charakteristik	Ich stimme dem überhaupt nicht zu.	Ich stimme dem eher nicht zu.	schwer zu sagen	Ich stimme dem eher zu.	Ich stimme dem ganz zu.
Ich besuche Konzerte nur in Einrichtungen mit besonderer Atmosphäre.	2,0	9,5	24,6	46,5	17,4
Meistens kaufe ich Karten für ein Konzert mit großem zeitlichem Vorlauf.	7,0	20,6	23,9	32,3	16,2
Ich besuche regelmäßig Konzerte in derselben Einrichtung.	17,4	33,3	22,9	20,4	6,0
Bevor ich für den Eintritt bezahle, will ich mich versichern, dass ich dem Konzert unter komfortablen Bedingungen beiwohnen kann.	10,0	23,4	22,6	31,6	12,4
Meistens biete ich anderen Personen einen Konzertbesuch an.	6,0	16,7	26,4	36,3	14,6
Beim Konzertbesuch legen ich großen Wert auf meine Kleidung.	2,5	9,7	16,2	48,8	22,8
Mein Kleidungsstil bringt meine Persönlichkeit zum Ausdruck.	2,7	10,0	22,6	39,3	25,4
Eine Vielfalt an Konzertangeboten hat für mich eine große Bedeutung.	2,2	7,2	16,7	48,3	25,6
Ich glaube, ein gutes Gehör zu haben.	3,2	8,7	20,2	39,3	28,6
Ich meine, dass eintrittsfreie Konzerte zumeist minderwertig sind als solche mit Eintrittskarte.	32,6	28,1	20,9	11,9	6,5

Verhaltensweisen der Befragten

Die überwiegende Mehrheit der Befragten hatte am Anfang ihrer Konzertbesuche keine Befürchtungen gehabt. Jeder Fünfte hatte Angst, unangemessen gekleidet zu sein und jeder Siebte eine Taktlosigkeit im Beisein von kultivierten Menschen zu begehen.

Bewertung der Befürchtungen hinsichtlich der Teilnahme an Konzerten (in %)

Charakteristik	sehr stark befürchtet	ein wenig befürchtet	schwer zu sagen	eher nicht befürchtet	überhaupt nicht befürchtet
unangemessene Kleidung	2,7	19,2	14,4	36,1	27,6
durch einen unbewusst gemachten Fehltritt auffällig werden	2,7	11,9	17,4	32,8	35,2
wegen der Unkenntnis von Verhaltensregeln andere Besucher des Konzerts stören	2,0	8,7	10,9	33,6	44,8
zu einem falschen Zeitpunkt Beifall klatschen	2,0	8,7	10,9	32,8	45,6
eine Taktlosigkeit im Beisein von kultivierten Menschen begehen	4,0	11,2	11,9	34,6	38,3

Verhaltensweisen der Befragten

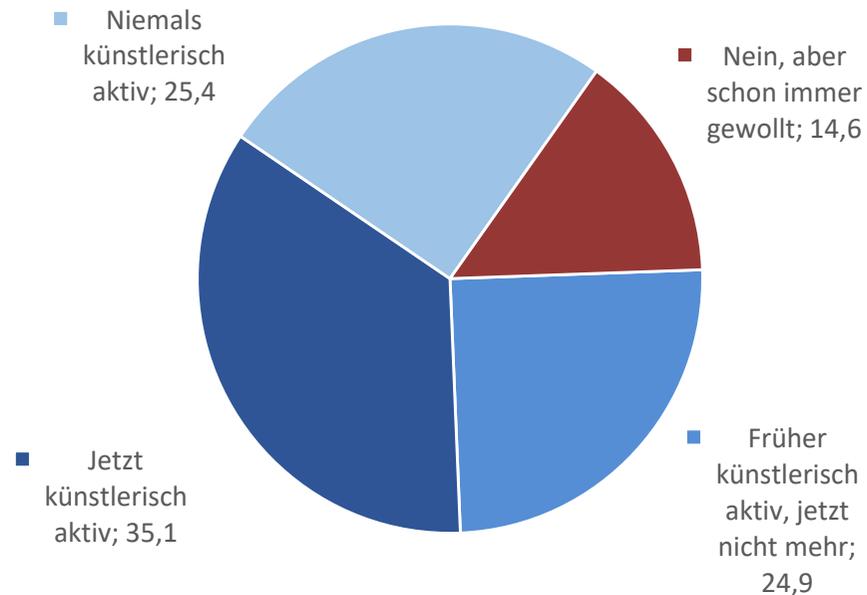
Geradezu 2/3 der Befragten begannen mit dem Besuch von Konzerten aus dem inneren Bedürfnis heraus, Kontakt mit Kunst zu erfahren oder aus der Neugierde nach einem Kunsterlebnis. Mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer*innen wies darauf hin, dass sie dazu von anderen Personen (bspw. Schullehrern) animiert wurden. Die meisten ließen sich jedoch nicht nach der Mode richten.

Motivation für erstmaligen Konzertbesuch (in %)

Charakteristik	Ich stimme dem überhaupt nicht zu.	Ich stimme dem eher nicht zu.	schwer zu sagen.	Ich stimme dem eher zu.	Ich stimme dem ganz zu.
Ich besuchte in meiner Kindheit Konzerte mit meinen Eltern.	27,4	32,3	10,2	18,9	11,2
Konzertbesuche wurden von Lehrkräften an meiner Schule angeboten.	12,4	23,9	13,4	35,4	14,9
Man hat mir Interessantes über Musik erzählt und mich so zum Besuch von Konzerten animiert.	8,1	17,2	19,4	36,1	19,2
Nach einem einschneidenden Erlebnis begann ich, Konzerte zu besuchen.	13,4	29,9	22,6	21,2	12,9
Ich verspürte ein inneres Bedürfnis nach einem Kunsterlebnis.	2,5	6,7	15,2	41,0	34,6
Ich begann mit dem Besuch von Konzerten aus Neugierde.	2,2	11,2	16,4	47,1	23,1
Konzerte waren in.	23,4	34,1	25,9	13,9	2,7

60 % der Befragten waren oder sind künstlerisch aktiv. 40 % der Befragten waren nie künstlerisch aktiv.

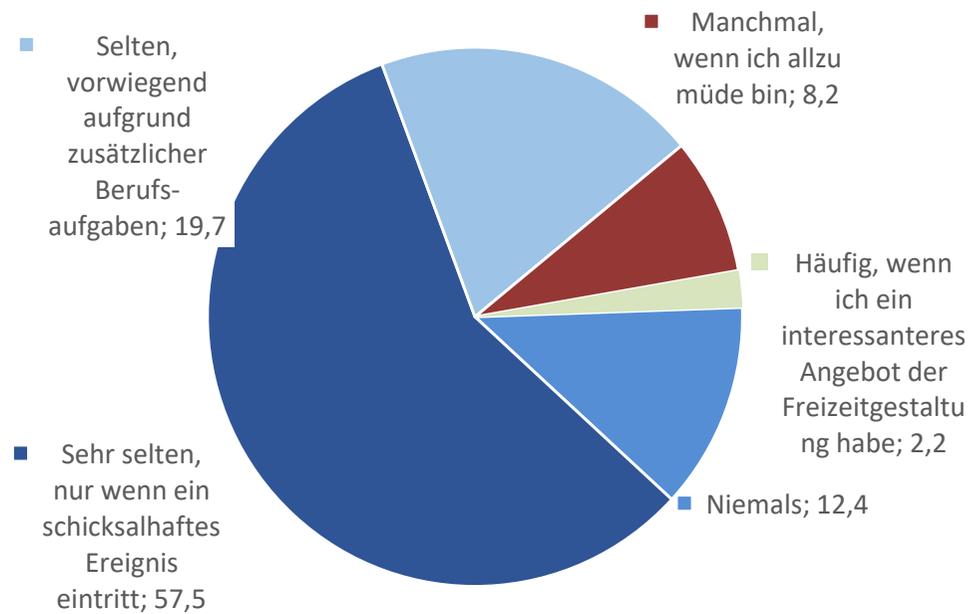
Künstlerische Aktivitäten (in %).



Die Befragten gaben folgende künstlerische Aktivitäten (in alphabetischer Reihenfolge) an: Schauspiel, Fotografie, Instrumentenspiel (bspw. Gitarre, Geige, Flügel, Orgel), Malerei, Liederschreiberei, Handwerk, Zeichnung, Gesang im Chor oder in einer Band, Tanz.
Verhaltensweisen der Befragten

Die Befragten verzichten sehr selten auf die Teilnahme an Konzerten. Mögliche Gründe: plötzliche Schicksalsschläge, zusätzliche berufliche Pflichten oder Müdigkeit.

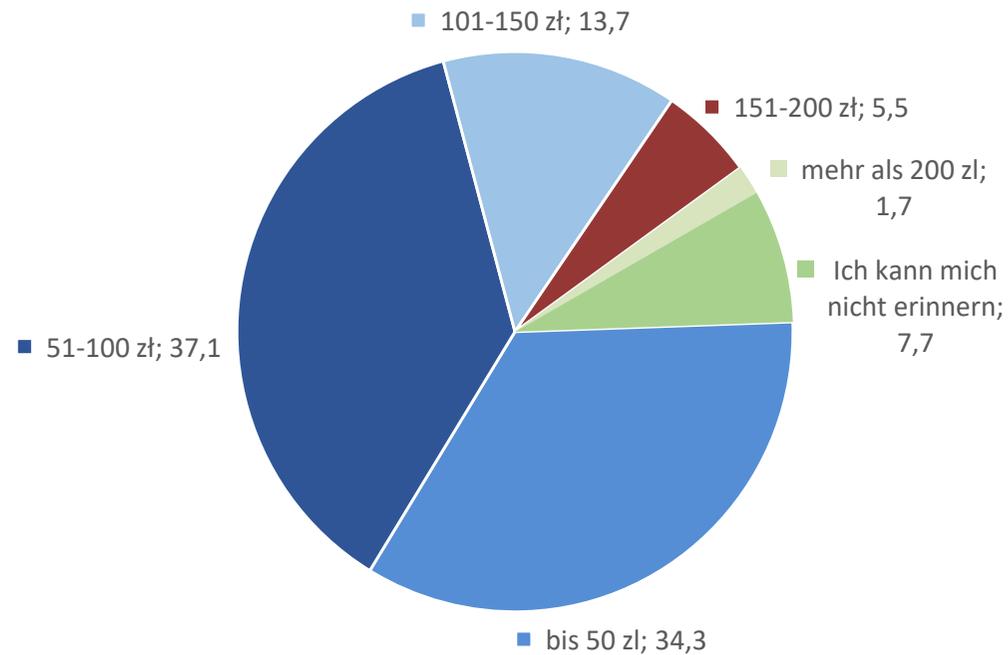
Verzicht auf den konzertbesuch (in %)



Verhaltensweisen der Befragten

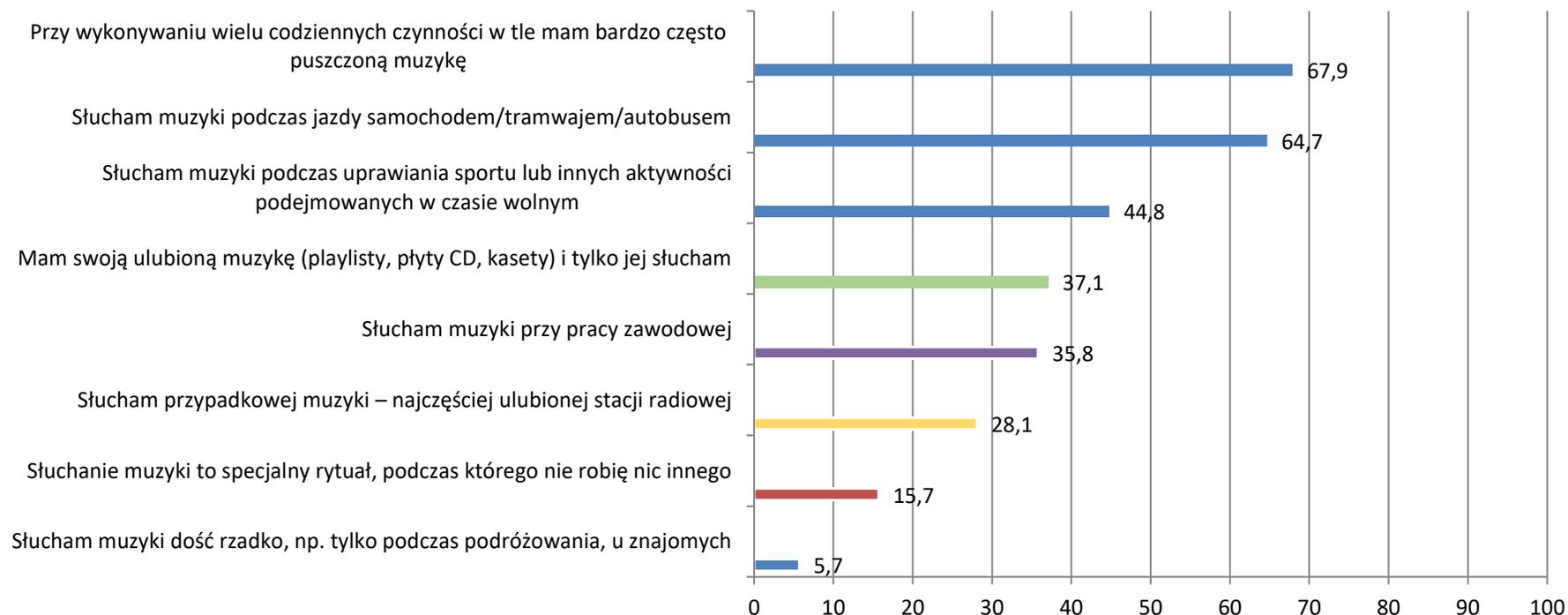
Jeder Dritte zahlte vor der Pandemie bis 50 PLN für eine Konzertkarte, fast genauso viele zahlten für einen Eintritt zwischen 51 und 100 PLN. Der Preis für den Eintritt lag durchschnittlich bei 87 PLN, der günstigste Eintritt kostete 20 und der höchste 500 PLN.

Preise der Eintrittskarten (in %)



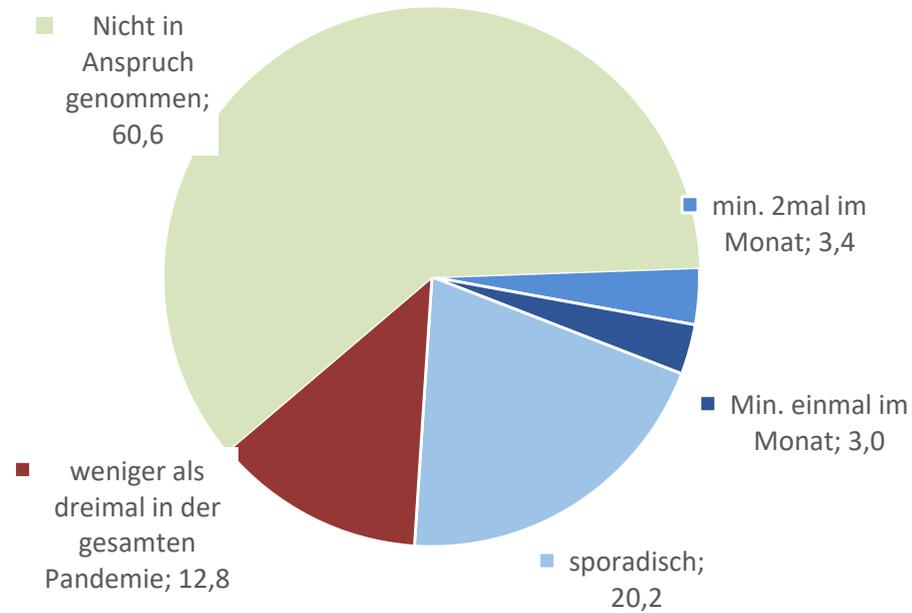
Die Befragten hören sehr oft Musik. Mehr als 2/3 der Befragten hören Musik bei alltäglichen Aktivitäten wie auch beim Reisen. Mehr als die Hälfte hören Musik in ihrer Freizeit und jeder Dritte in der Arbeit.

Musikhören durch die Befragten (in %)



Mehr als 60 % der Befragten nutzten die Online-Angebote der Philharmonie Stettin nicht. Jeder zweite Nutzer dieser Angebote entschied sich dafür nur sporadisch. Jeder Dritte nutzte sie weniger als drei Male während der gesamten Pandemie.

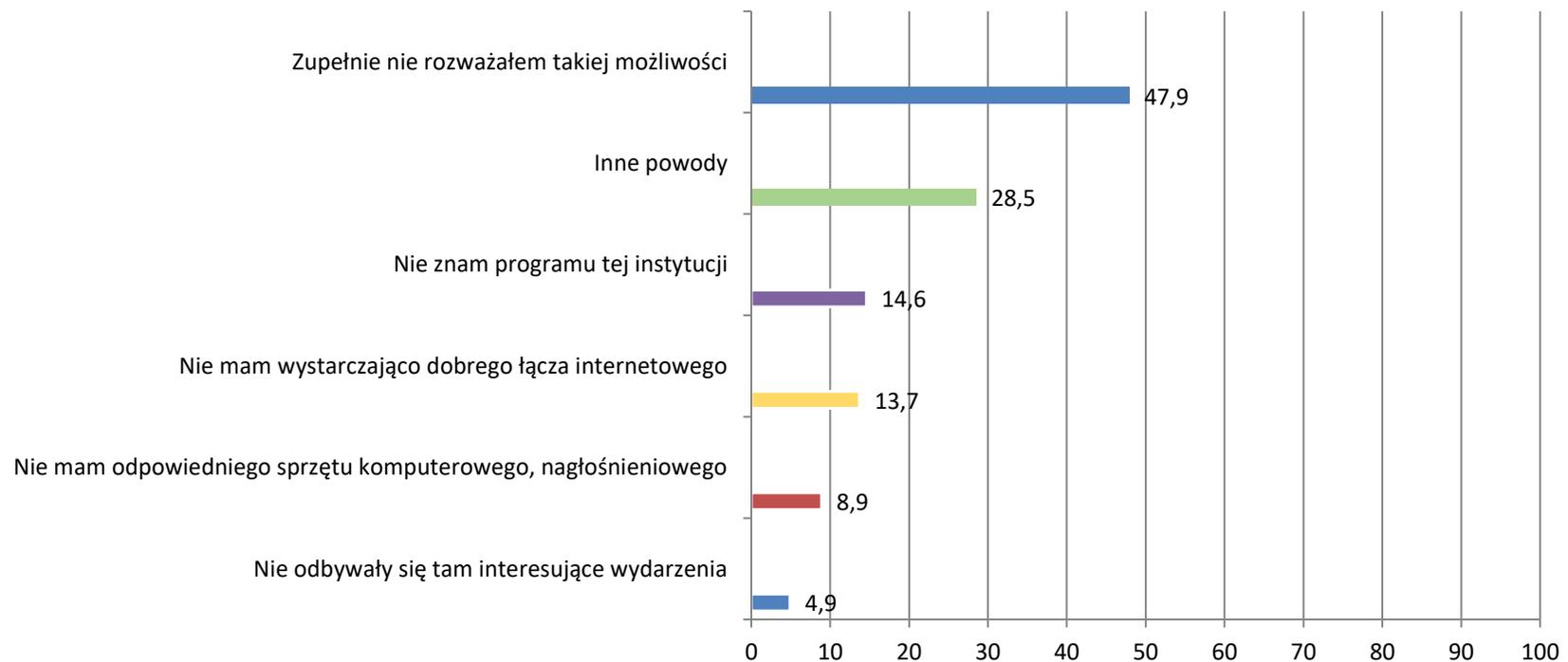
Nutzung der Online-Angebote der Philharmonie Stettin (in %)



Verhaltensweisen der Befragten

Nahezu die Hälfte der Befragten, die von den Online-Angeboten der Philharmonie Stettin nicht Gebrauch machten, gaben an, sie haben diese Möglichkeit überhaupt nicht in Betracht gezogen. Rund ein Drittel der Befragten gaben eine Reihe von anderen Gründen dafür an, weshalb sie auf die Online-Angebote der Philharmonie nicht zurückgriffen. Jeder Sechste merkte dazu an, das Angebot dieser Institution ist ihm nicht bekannt.

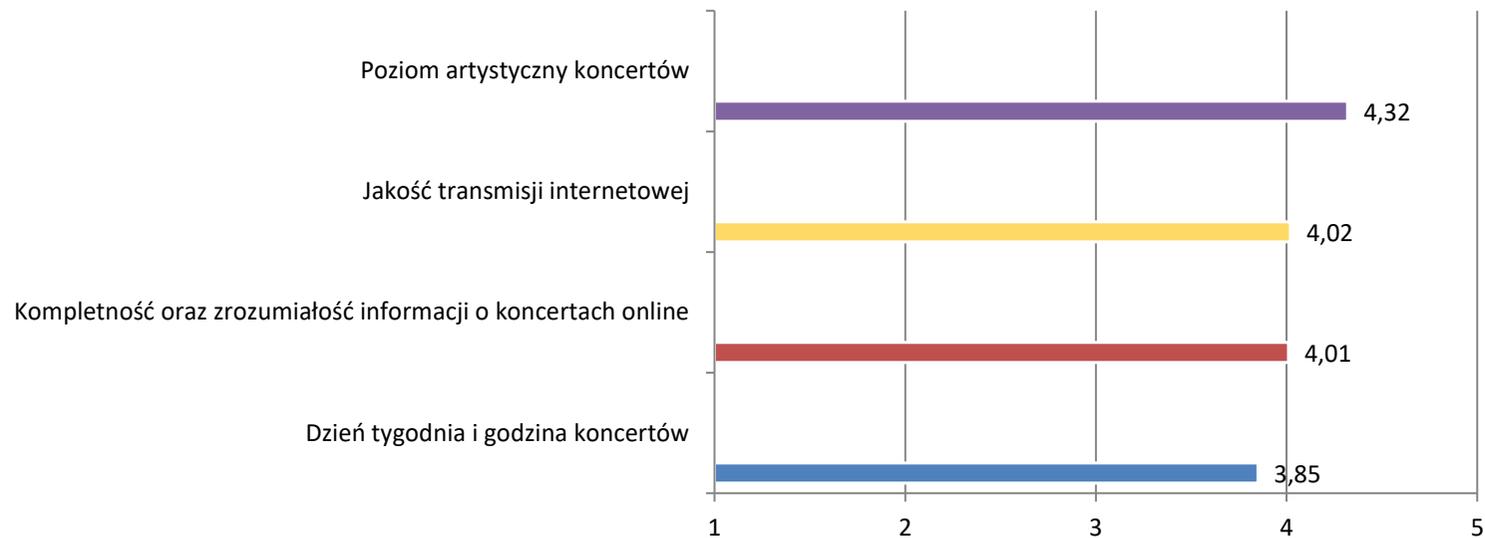
Nutzung der Online-Angebote der Philharmonie Stettin (in %)



Andere Gründe: Das Erlebnis der Livemusik lässt sich nicht ersetzen; Unbehagen, weil allzu viele Veranstaltungen in den virtuellen Bereich verlagert wurden und dies kann mit dem Erlebnis der Livemusikkonzerte nicht mithalten; zu viele Pflichten; Probleme mit Internetanschluss und Verfügbarkeit von PC; mangelnde Informationen über die Angebote.

Die Online-Angebote der Philharmonie wurden von ihrem Publikum hoch bewertet. Die höchsten Bewertungen wurden dem künstlerischen Niveau der Angebote und der Übertragungsqualität zuerkannt.

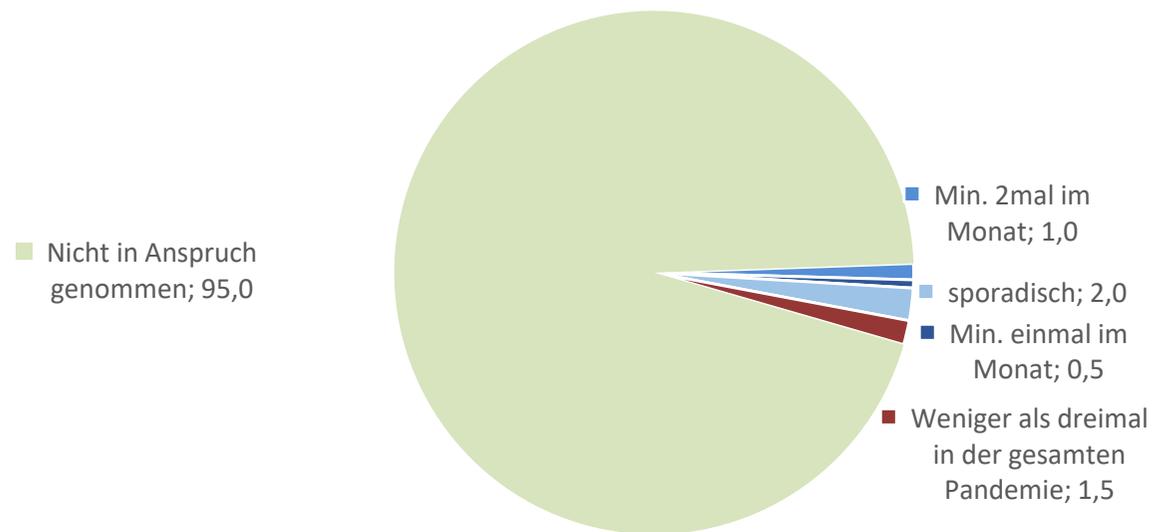
Bewertung der Online-Angebote der Philharmonie Stettin (in %)



* auf einer Skala von 1 bis 5, wo 1 für die niedrigste und 5 für die höchste Bewertung stehen.

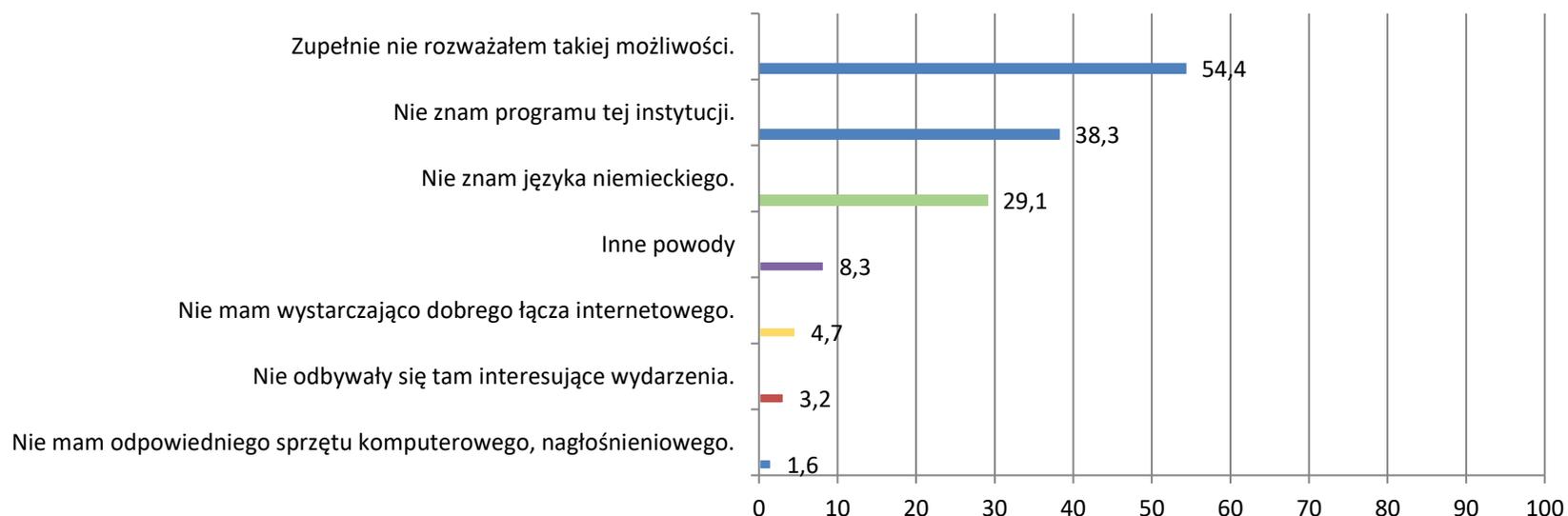
Die überwiegende Mehrheit der Befragten haben das Online-Angebot der Uckermärkischen Bühnen Schwedt nicht in Anspruch genommen. Jeder zweite Nutzer dieser Angebote entschied sich dafür nur sporadisch oder weniger als drei Male während der gesamten Pandemie.

Nutzung der Online-Angebote der Uckermärkischen Bühnen in Schwedt (in %)



Nahezu die Hälfte der Befragten, die von den Online-Angeboten der Uckermärkische Bühnen nicht Gebrauch machten, gaben an, sie haben diese Möglichkeit überhaupt nicht in Betracht gezogen. Mehr als jeder Vierte merkte dazu an, das Angebot dieser Institution ist ihm nicht bekannt.

Gründe, weshalb die Online-Angebote der Uckermärkischen Bühnen nicht genutzt wurden (in %)

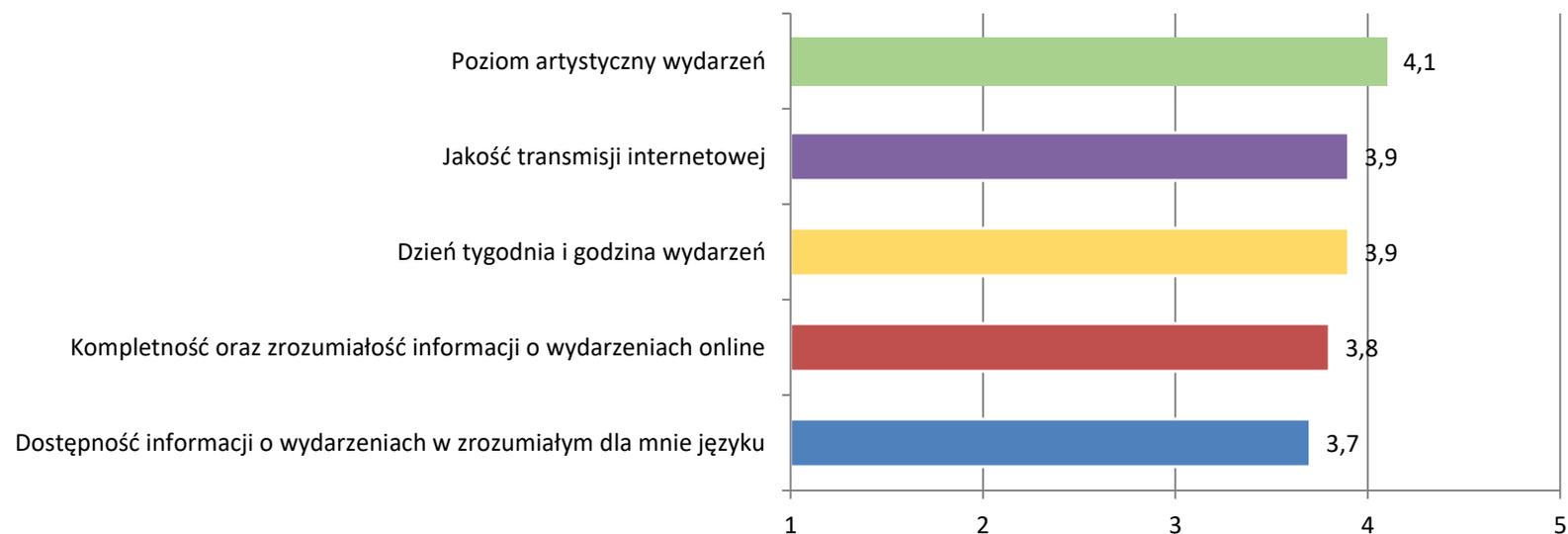


Andere Gründe: fehlende Kenntnis über die Angebote oder die Institution selbst; Überdross wegen zu vieler Online-Veranstaltungen; Unbehagen, weil allzu viele Veranstaltungen in den virtuellen Bereich verlagert wurden und dies kann mit dem Erlebnis der Livemusikkonzerte nicht mithalten; zu viele Pflichten; Zeitmangel; Müdigkeit.

Verhaltensweisen der Befragten

Die Online-Angebote der Uckermärkischen Bühnen Schwedt wurden von ihrem Publikum hoch bewertet. Die höchsten Bewertungen erhielten das künstlerische Niveau der Angebote, die Übertragungsqualität sowie Tag und Uhrzeit der Veranstaltungen.

Bewertung der Online-Angebote der Uckermärkischen Bühnen in Schwedt (in %)

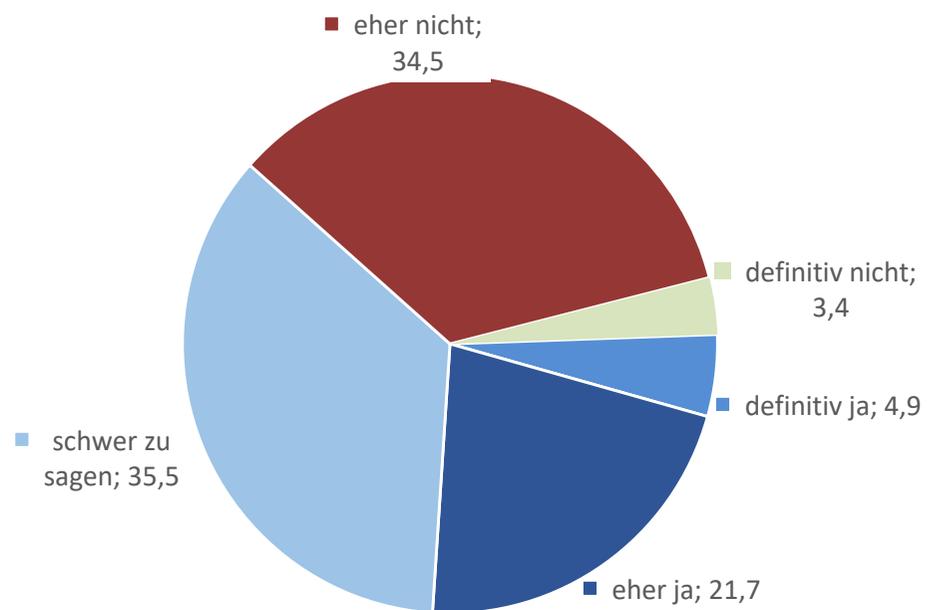


* auf einer Skala von 1 bis 5, wo 1 für die niedrigste und 5 für die höchste Bewertung stehen.

Verhaltensweisen der Befragten

Mehr als jeder dritte Teilnehmer der Befragung meint, dass die Verhaltensweisen und Gewohnheiten des Konzertpublikums nach der Pandemie nicht anders sein werden als davor. Jeder vierte Befragte ist der Meinung, es kommt zur Änderung der Verhaltensweisen und Gewohnheiten. Jeder Dritte konnte dies nicht einschätzen.

*Verhaltensweisen und Gewohnheiten des Konzertpublikums
sind nach der Pandemie anders als davor (in %).*



Verfasser der Studie:

Univ.-Prof. Dr. habil. Robert Wolny

Dr. Jakub Stefek

Mag. Adrian Wawro

Forschungs- und Entwicklungszentrum

Wirtschaftsuniversität Katowice

ul. 1 Maja 50

40-287 Katowice

Tel. 32/ 257 73 33

cbir@ue.katowice.pl

Das Projekt Deutsch-Polnische Online-Konferenz „EduFilharmonie - Neue Herausforderungen der Musiktherapie“ wird durch die Europäische Union aus Mitteln des Europäischen Fonds für Regionalentwicklung und dem Staatshaushalts (Fonds der Kleinen Projekte im Rahmen des Kooperationsprogramms Interreg V A Mecklenburg-Vorpommern/Brandenburg/Polen in der Eurorregion Pomerania“ gefördert.



ORGANISATOR



PARTNER

