

Ausgangspositionen und Ergebnisse einer Publikumsbefragung der österreichischen Häuser der Literatur (mitSprache)

›Literatur – Ideal und Gesellschaft. Enquete zur Literaturvermittlung in Österreich (2016)‹

1. Ausgangspositionen

von **Ursula Ebel** (*Österreichische Gesellschaft für Literatur*, Wien) und **Regina Pintar** (*OÖ. Literaturhaus im StifterHaus*, Linz)

Für eine gelungene literaturvermittelnde Agenda sind die Interessen und Erwartungen der AdressatInnen von Literaturveranstaltungen, also der Besucherinnen und Besucher, unabdingbar. Dennoch sind uns die Bedürfnisse und Anforderungen des Publikums weniger vertraut als etwa jene von Verlagen und AutorInnen. Diese tradierte Perspektive wollten wir mittels einer Publikumsbefragung bei unserer Enquete zur Literaturvermittlung in Österreich (2016) modifizieren. Nun sollten die aktuellen Bedürfnisse der BesucherInnen der in den zehn Häusern der Literatur stattfindenden Literaturveranstaltungen erforscht werden. Bevor wir uns an ExpertInnen wandten, sammelten wir Fragestellungen, die sich uns als Literaturvermittlerinnen im *OÖ. Literaturhaus im StifterHaus (Linz)* und in der *Österreichischen Gesellschaft für Literatur (Wien)* stellten:

Welche Bedürfnisse/Erwartungen/Anforderungen stecken hinter dem Besuch von Literaturveranstaltungen? Welche Veranstaltungsformen und -orte, wie etwa Buchmessen, Häuser der Literatur, Festivals oder virtuelle Lesungen, decken die Bedürfnisse des Publikums besonders gut ab und sprechen Publikumsströme gegenwärtig an?
Hat sich das Freizeitverhalten seit etwa dem Ende der 1980er-Jahre aufgrund gesamtgesellschaftlicher Entwicklungen tiefgreifend verändert und ist nun von individuellem und selbstoptimierendem Kulturkonsum geprägt?
Wie informieren sich Interessierte über das umfassende Angebot an Literaturveranstaltungsangebot (Medien, Soziale Medien, Websites der Häuser etc.)?
Welches Alter und welches Geschlecht hat der/die prototypische BesucherIn von Literaturveranstaltungen?

Mit diesen Fragestellungen gingen aus unserer Sicht u.a. folgende Thesen einher:

- **Bedürfnisse und Erwartungen des Publikums** sind durch seine Altersstruktur bedingt: Jüngere LiteraturveranstaltungsbesucherInnen legen hohen Wert auf Partizipation und neue Veranstaltungsorte (wie Festivals, Buchmessen, digitale Formate, Lange Nacht der Literatur, etc.), wohingegen ältere BesucherInnen mit traditionellen Literaturveranstaltungen (Häuser der Literatur, Theater) eher zufrieden sind.
- Das **Freizeitverhalten** hat sich in den letzten Jahrzehnten verändert, im Gegensatz zu ‚passivem‘ Kulturkonsum steht nun Wissensakkumulation und kommunikativer Austausch und Partizipation im Vordergrund. Die Bedürfnisse des Literaturveranstaltungspublikums zielen somit auf Formate ab, die diesen Anforderungen gerecht werden.

- Es finden immer mehr Literaturveranstaltungen in den österreichischen Bundeshauptstädten statt, für das Publikum stellt es sich als Herausforderung dar in diesem **Dschungel an Literatur- und Kulturangebot** den Überblick zu bewahren.

Erste Recherchen zu diesen Fragenstellungen machten rasch klar, dass es sich bei dem Themenkomplex ›Publikumsforschung bei LiteraturveranstaltungsbesucherInnen‹ um ein in Österreich kaum bearbeitetes Forschungsgebiet handelt. Forschungsaktivitäten zu BesucherInnen von Lesungen, Buchpräsentationen etc. sind im Gegensatz zu jenen anderer Kultursparten, wie Museen oder Musikhäusern nicht vorhanden. Deshalb wandten wir uns an zwei Vertreterinnen des Fachbereichs der Angewandten Germanistik, da sich dieser Bereich den Funktionsweisen und Strukturen des Literaturbetriebs und der Literaturvermittlung widmet: Doris Moser, Leiterin des Fachbereichs der Angewandten Germanistik an der Universität Klagenfurt, und Claudia Dürr, Lehrende an den Universitäten Wien, Salzburg, Graz, Klagenfurt und Passau in den Forschungsbereichen Literaturbetrieb und Angewandte Germanistik. Claudia Dürr hatte zum Forschungsgegenstand bereits eine kleine Erhebung mit Studierenden durchgeführt.

Nach der Darlegung unseres Erkenntnisinteresses und einigen Gesprächen kristallisierte sich angesichts der begrenzten finanziellen Ressourcen und der engen zeitlichen Rahmenbedingungen eine standardisierte Befragung mittels eines Fragebogens, der einige Woche lang in den zehn Häusern der Literatur aufliegen sollte, als geeignetes Erhebungsinstrument heraus. Da die Daten standortspezifisch ausgewertet werden können, liefern die Ergebnisse der Befragung zum einen Denkanstöße für jedes einzelne Haus der Literatur, bieten aber aufgrund der hinreichend großen Streuung der Daten und der Überschneidung der Antworten auch auf Fakten anstatt auf Vermutungen basierende Erkenntnisse zu standortübergreifenden Motiven.

Der Fragebogen wurde von Claudia Dürr und Doris Moser entwickelt und umfasst insgesamt zehn Fragestellungen zu den Themenbereichen: Häufigkeit, Präferenzen, Erwartungen, Informationsmodi, Beurteilung und Wünschen.

Katharina Evelin Perschak, Germanistin an der Universität Klagenfurt, führte die Auswertung der Publikumsbefragung durch und präsentierte die Ergebnisse bei der Enquete zur Literaturvermittlung. Eine Auswahl der Ergebnisse fasste sie für das Netzwerk mitSprache zusammen.

2. Ergebnisse der Publikumsbefragung

von Katharina Evelin Perschak (Universität Klagenfurt)

Autorinnen und Autoren, Verlage und Literaturkritik gelten als die bestimmenden Faktoren in der Literaturszene. Die Besucherinnen und Besucher, das Publikum von Literaturveranstaltungen, bleibt meist namenlos und im Hintergrund. Im Rahmen des Bereichs „Publikum, Rezeption“ sollen nun die aktuellen Bedürfnisse der Adressatinnen und Adressaten der Literaturvermittlung Beachtung finden.

Dieser Bereich stellt auch in der Forschung ein Desiderat dar, aus diesem Grund wurde im Vorfeld der Enquete eine empirische Erhebung hinsichtlich der Wünsche, Erwartungen und Bedürfnisse des Veranstaltungspublikums in zehn österreichischen Literaturhäusern und -zentren durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Studie zur Literaturpublikumsforschung wurden bei der Enquete erstmals präsentiert und anschließend diskutiert. Im Folgenden wird ein kurzer Überblick über die Ergebnisse gegeben.¹

Ausgewertet wurden insgesamt 763 Fragebögen aus 10 österreichischen Literaturhäusern und –zentren. Die Fragebögen wurden an 115 (Abend-)Veranstaltungen im Zeitraum von Februar bis April 2016 verteilt und zu einem großen Teil vollständig ausgefüllt. Dennoch sind einer solchen Befragung Grenzen gesetzt: Die hier präsentierten Ergebnisse gelten nur für die BesucherInnen, die die Fragebögen ausgefüllt haben, diese Auswahl ist gewissermaßen dem Zufall unterworfen. Die Ergebnisse sind daher nicht repräsentativ für alle Literaturhaus-BesucherInnen. Sie sind allerdings für die befragte Gruppe gültig und aussagekräftig.

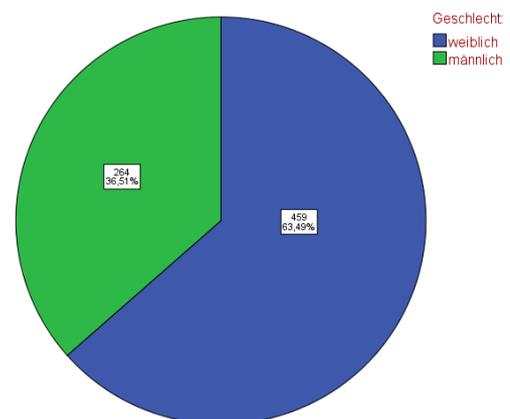


Abbildung 1: Geschlechterverteilung

Die BesucherInnen sind zu ca. 36,5% Männer und zu 63,5% Frauen (n=723). Im Allgemeinen zeigt die Auswertung der Daten kaum geschlechtsspezifische Unterschiede auf, wohl aber die separate Betrachtung der Daten von Unter-30-Jährigen und der ErstbesucherInnen. Diese beiden Gruppen korrelieren wiederum. Bei den Unter-30-Jährigen dominieren die Besucherinnen, 77,5% stehen 22,5% Männern gegenüber.

Wenn auch ungleiche Altersspannen abgefragt wurden, kann hinsichtlich der Altersstruktur der BesucherInnen doch erkannt werden, dass die Über-60-Jährigen dominieren. Hingegen sind unter den BesucherInnen, die zum ersten Mal eine Lesung besuchen, über 50% jünger als 30 Jahre. Bemerkenswert ist, dass rund 26% (n=191) der BesucherInnen selbst im Literaturbetrieb tätig sind, davon etwa die Hälfte – und damit rund jedeR achte BesucherIn – als SchriftstellerInnen. Jeweils 10-15% entfallen auf JournalistInnen, ModeratorInnen und

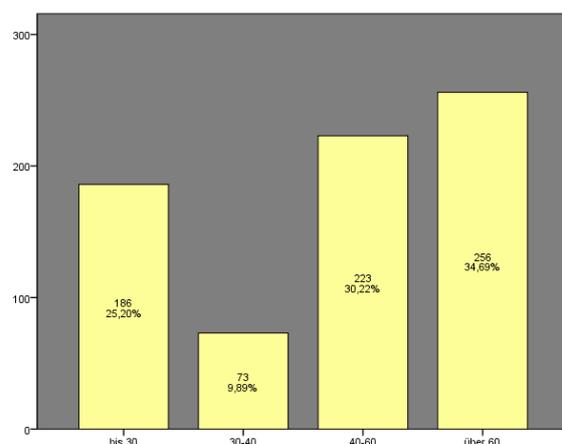


Abbildung 2: Altersverteilung

¹ Ich danke Dr. Claudia Dürr für die Unterstützung bei der Erstellung dieses Textes.

VerlagsmitarbeiterInnen. Weitere Berufsnennungen umfassen Studierende, LehrerInnen, BibliothekarInnen, BuchhändlerInnen u.ä. (Mehrfachnennung möglich).

Gefragt nach der Häufigkeit des Besuchs, zeigt sich, dass die GelegenheitsbesucherInnen die größte Gruppe ausmachen. Sie besuchen das Literaturhaus etwa 3-6 Mal im Jahr und machen rund 35% (n=243) der BesucherInnen aus. Die zweitgrößte Gruppe ist mit 24% die der ErstbesucherInnen. 16% (fast jedeR sechste) sind der Gruppe der StammesbesucherInnen zuzuschlagen und besuchen das Literaturhaus öfter als einmal im Monat. Hier zeigt sich ein (prozentueller) Geschlechterunterschied: Unter den Männern finden sich mehr Stammesbesucher, unter den Frauen mehr, die zum ersten Mal im Literaturhaus zu Gast sind.

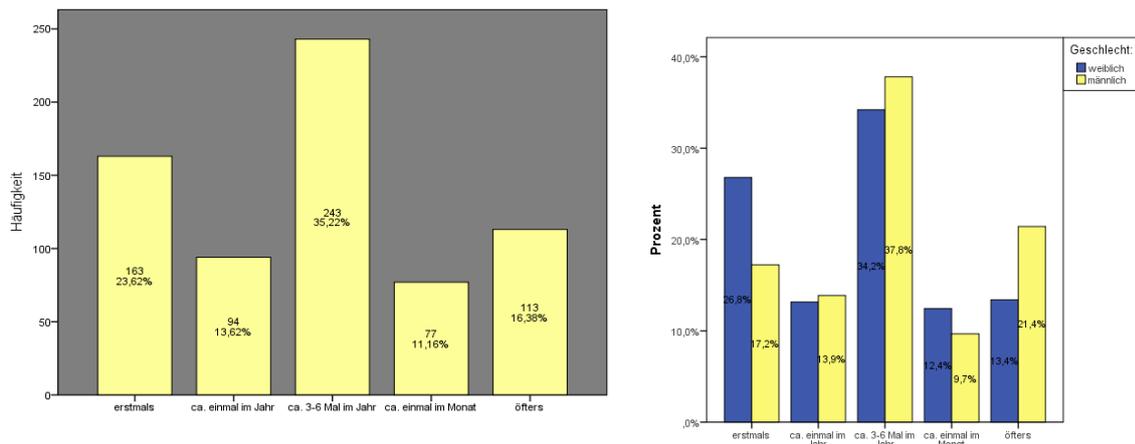


Abbildung 3: Häufigkeit des Besuchs

BesucherInnen der Veranstaltungen von Literaturhäusern konsumieren auch andere (literarische) Formate. Sie geben aber an, am häufigsten AutorInnenlesungen in Literaturhäusern, literarischen Gesellschaften, Büchereien oder Universitäten zu besuchen. 32% tun dies häufig, weitere 42% gelegentlich. Damit sind AutorInnenlesungen etwas beliebter als Vorträge, die von 24% häufig, von 44% gelegentlich besucht werden. An dritter Stelle – mit deutlichem Abstand – liegen Buchpräsentationen in Buchhandlungen (9% häufig, 32% gelegentlich). An vierter Stelle stehen Lesungsmitschnitte in audiovisuellen Medien.

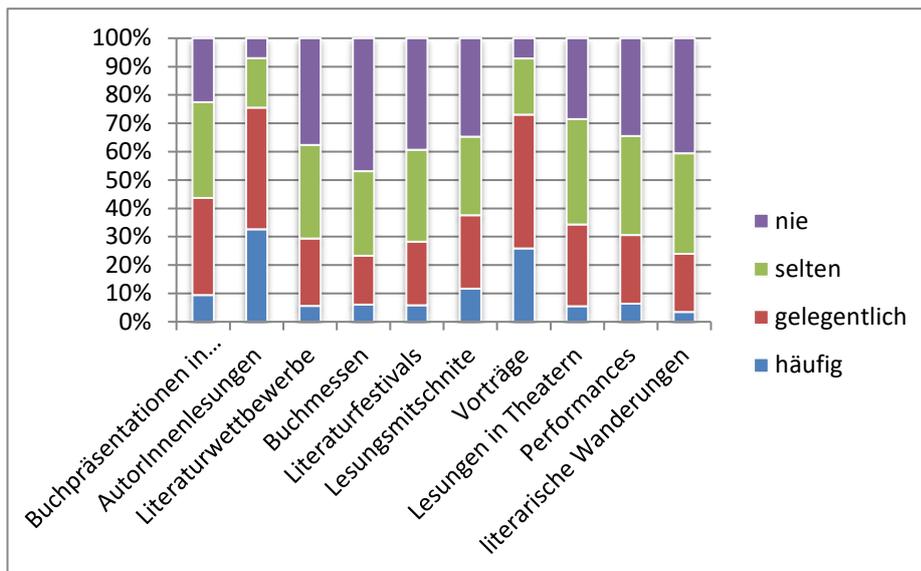


Abbildung 4: Besuch literarischer Veranstaltungen

Ein wenig anders ist das Ergebnis dieser Frage, wenn man die BesucherInnen unter 30 isoliert betrachtet: Bei ihnen liegen Vorträge an erster Stelle, 28% besuchen sie häufig, 38% gelegentlich, was sich auch auf ein studentisches Milieu zurückführen lassen könnte. AutorInnenlesungen liegen an zweiter Stelle und 16% der Unter-30-Jährigen geben an sie häufig, 40% sie gelegentlich zu besuchen. An dritter Stelle stehen – wiederum mit einigem Abstand – Literaturwettbewerbe inkl. Poetry Slams (7% häufig, 24% gelegentlich), an vierter Stelle Performances.

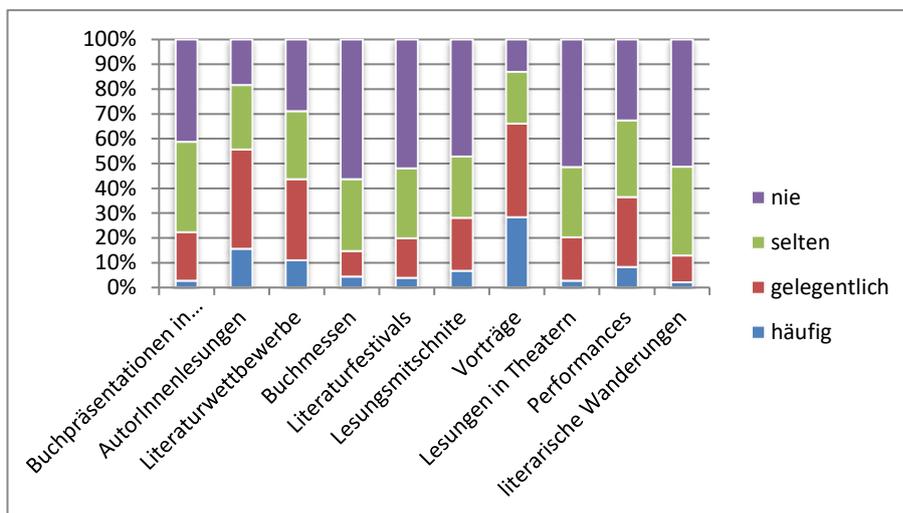


Abbildung 5: Besuch literarischer Veranstaltungen (Unter-30-Jährige)

Gefragt wurde außerdem, welche Einstellungen die BesucherInnen gegenüber Lesungen haben, sowie welche etwaigen Gratifikationen sie davon erhalten. Hierbei ist erkennbar, dass die Aussagen „Der Besuch literarischer Lesungen erweitert durch die Art und Weise, wie der Text vorgelesen wird, mein Verständnis des Textes“ die höchste Zustimmung erhält, gefolgt von „Der Besuch literarischer Lesungen eröffnet mir durch das AutorInnengespräch neue Zugänge und Perspektiven“ und „Der Besuch literarischer Lesungen liefert mir Anregungen für neue Lektüren“. Die BesucherInnen stimmen den Aussagen „Der Besuch literarischer Lesungen ist manchmal anstrengend, da es mir schwer fällt, dem Inhalt zu folgen, wenn er vorgelesen wird“ am wenigsten zu und sehen den Besuch

von Lesungen auch nicht als Ersatz für das Bücherlesen. Hingewiesen sei an dieser Stelle auch auf die relativ niedrige Zustimmung zu der Aussage „Der Besuch literarischer Lesungen berührt meine beruflichen Interessen überhaupt nicht“, wie sie bei dem hohen Anteil an BesucherInnen, die selbst im Literaturbetrieb tätig sind, auch zu erwarten wäre.

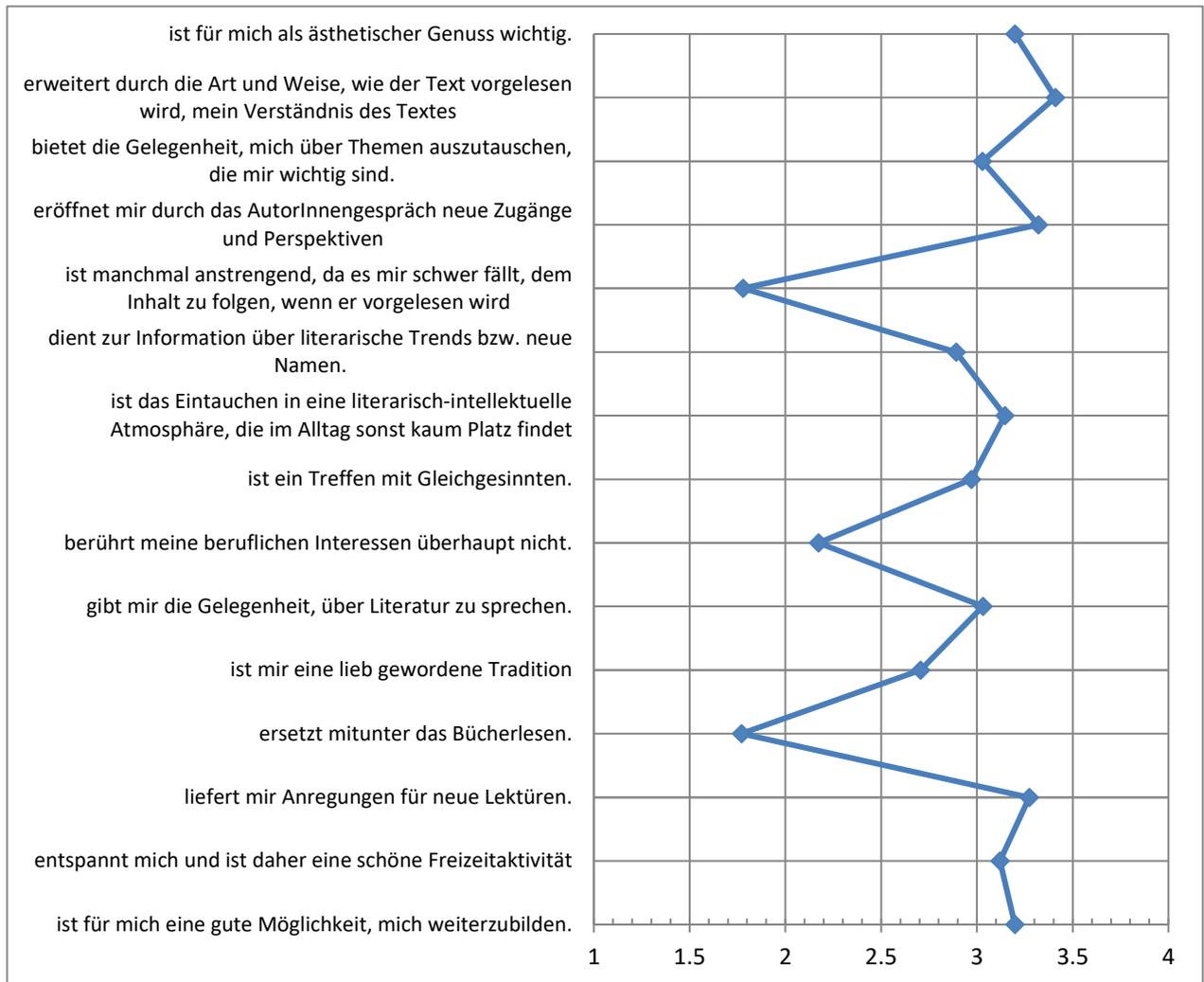


Abbildung 6: Der Besuch literarischer Lesungen ... (je höher die Bewertung, desto größer die Zustimmung zur Aussage)

Bei der Frage, was BesucherInnen von literarischen Lesungen erwarten, liegt die Antwort „dass sie aktuell relevante Themen behandeln“ an erster Stelle, dicht gefolgt von „dass sie ausführliche Gespräche zwischen AutorInnen und Publikum ermöglichen“. Auch, dass bekannte AutorInnen eingeladen werden, ist dem Publikum wichtig, wobei es hier den größten Unterschied zwischen den Altersgruppen gibt: Den Unter-30-Jährigen ist eine legere Atmosphäre wichtiger als die Bekanntheit der AutorInnen. Einig sind sich die Altersgruppen aber darin, dass ihnen Möglichkeiten zur Mitwirkung an der Lesung am wenigsten wichtig sind.

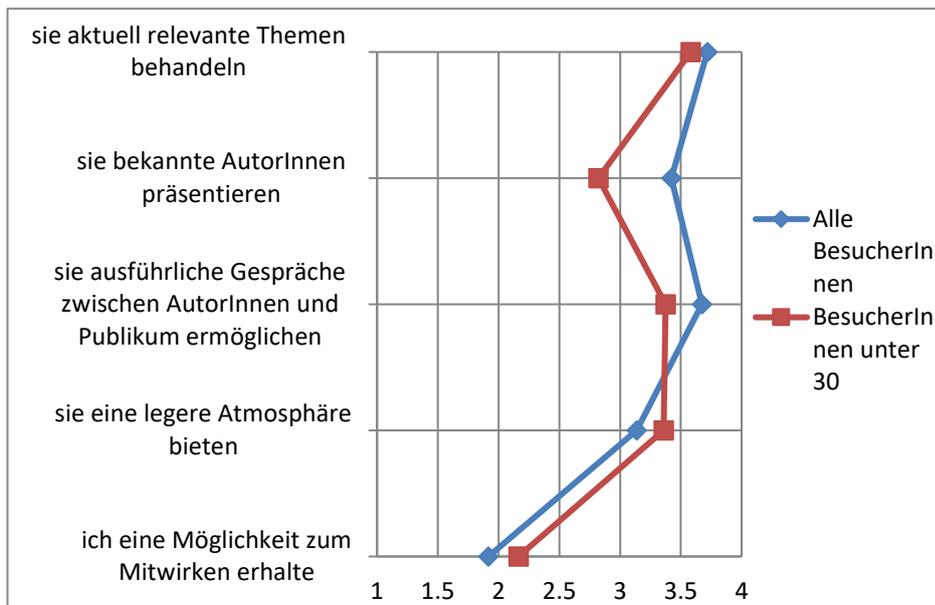


Abbildung 7: Erwartungen an Lesungen

Ein Viertel der BesucherInnen informiert sich über Lesungen im Internet. 22% informieren sich über die „alten“ Medien Print, Radio und TV, 21% über den Bekanntenkreis (Mehrfachantworten auf diese Frage waren möglich). Von der besuchten Veranstaltung erfahren haben allerdings die meisten von FreundInnen, gefolgt von der Postsendung des Programms und dem E-Mail-Newsletter.

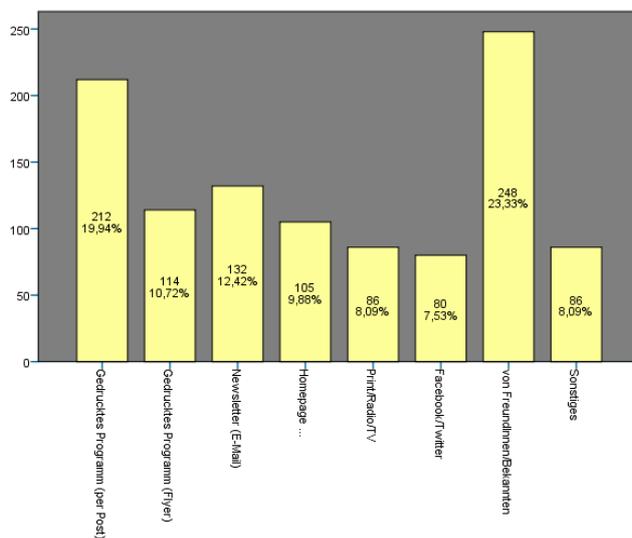


Abbildung 8: Von der besuchten Veranstaltung erfahren habe ich durch ...

Wer das erste Mal im Literaturhaus zu Gast war, erfuhr von der Veranstaltung in 36% der Fälle von FreundInnen. Der „Sonstiges“-Anteil, der in dieser Grafik ebenfalls hoch ist, umfasst vor allem Empfehlungen in Lehrveranstaltungen. Auch Facebook und Twitter sind für diese Gruppe eine wichtige Informationsquelle.

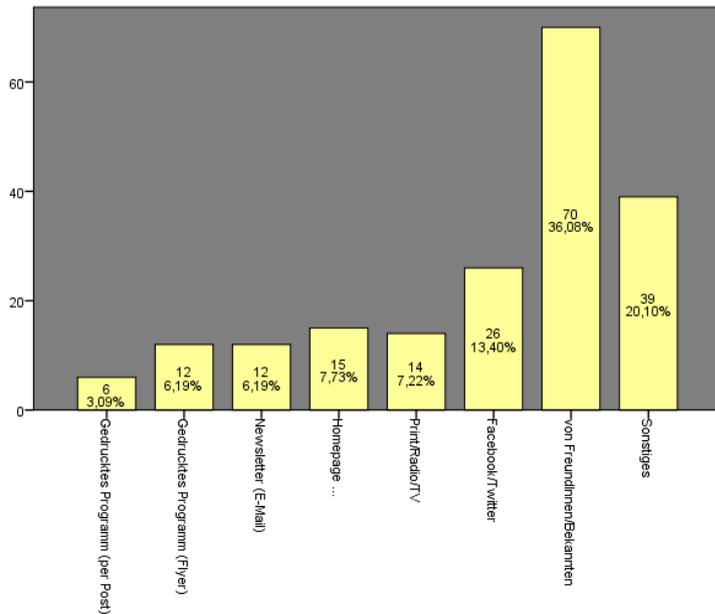


Abbildung 9: Von der besuchten Veranstaltung erfahren habe ich durch ... (Personen, die erstmals im Literaturhaus waren)

Die Gründe, warum eine Lesung besucht wurde, sind vielfältig, ausschlaggebend ist oft die Autorin / der Autor: An erster Stelle steht der Wunsch, eine neue Autorin / einen neuen Autor kennenzulernen, an zweiter das Vorhaben, eine Autorin / einen Autor, die/den man schon gelesen hat, persönlich zu erleben. Darüber hinaus schätzen die BesucherInnen das moderierte Gespräch, von dem sie sich einen besseren Zugang zum Werk erhoffen. Auf Platz vier und fünf dieser Frage werden soziale Faktoren genannt: Man schätzt die Gespräche nach der Lesung oder wurde überhaupt von einer Freundin / einem Freund dazu eingeladen. Bei den ErstbesucherInnen steht dieser Grund sogar an erster Stelle.

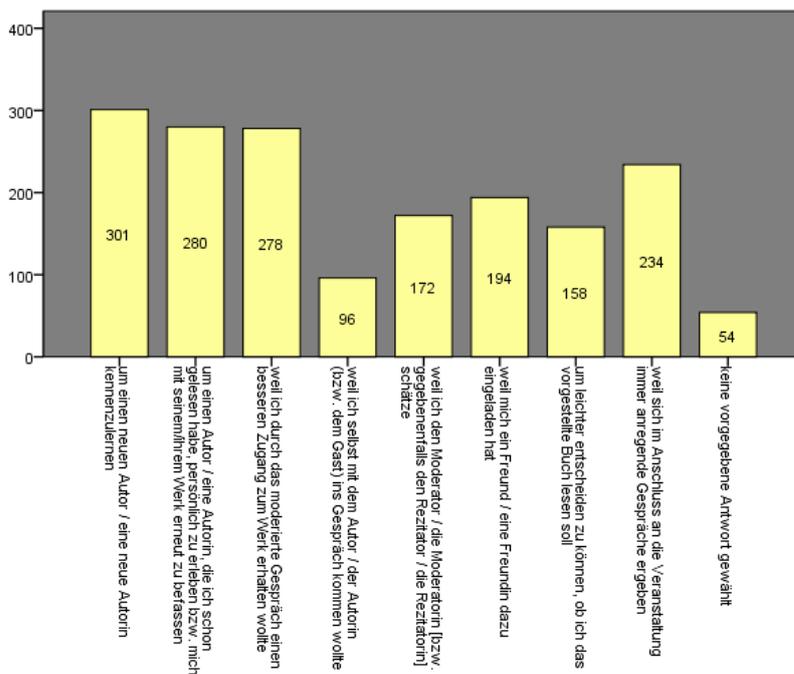


Abbildung 10: Gründe für den Lesungsbesuch

Bei der Frage nach der Beurteilung der Veranstaltung zeigen sich die BesucherInnen mit beinahe allen Aspekten zufrieden. Die Zustimmung mit „trifft zu“ und „trifft eher zu“ liegt bei den meisten Fragen über oder um 90%. Lediglich bei der Bewerbung und der Einbindung des Publikums liegen die Werte etwas niedriger. Wahrscheinlich ist aber, dass die Einbindung des Publikums zwar als gering eingeschätzt, dies gleichzeitig aber auch gar nicht erwartet wird (siehe Abbildung 7).

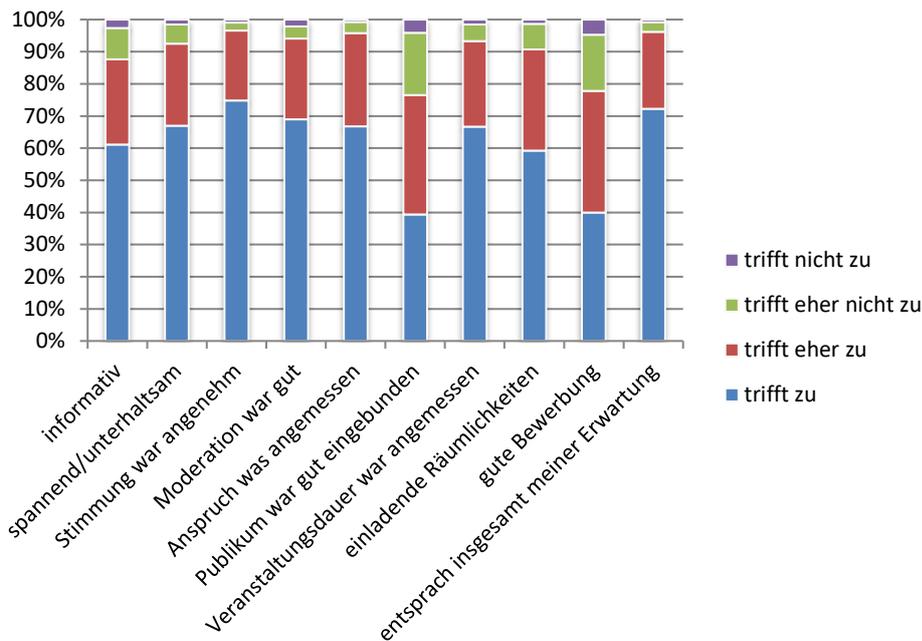


Abbildung 11: Beurteilung der Veranstaltung

Am Ende des Fragebogens wurde erhoben, welche Wünsche an das Literaturhaus bestehen. Dies wurde hauptsächlich mit Lob beantwortet, z.B. „Weiter so!“, „Vielen Dank für die tolle Qualität“ oder „optimal“. Geäußerte Wünsche beziehen sich meist auf das Programm, darunter finden sich Aussagen, dass man sich „mehr von“ einem bestimmten Programm/AutorIn/Genre etc. wünsche, konkrete AutorInnenvorschläge, aber auch Formatvorschläge (Poetry Slam, Schreibworkshops, Themenabende etc.) oder Ideen zur Verbindung mit Musik/Tanz/Malerei etc. Einige Wünsche betreffen auch die Räumlichkeiten und die Atmosphäre (größere/andere/neue Räumlichkeiten, Stühle, Beleuchtung, Getränke usw.). Die Einzelauswertung dieser Frage erging an die Literaturhäuser.

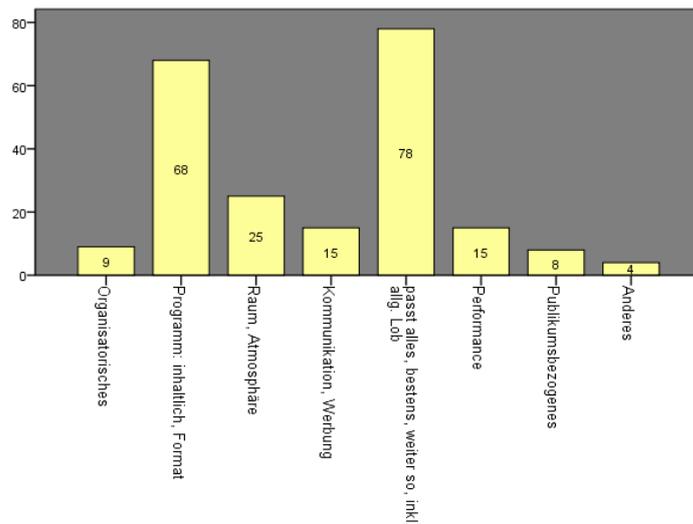


Abbildung 12: Wünsche an das Literaturhaus/-zentrum

Als Fazit seien einige Punkte, die man aus dieser Befragung schließen kann, genannt: Das Publikum ist insgesamt als eher traditionell einzuschätzen, was aus den genutzten Medien, der Altersstruktur und den Erwartungen an die Einbindung in Lesungen geschlossen werden kann. Generell wird zwar die Mitwirkung an der Veranstaltung nicht erwartet, wohl aber, dass es die Möglichkeit zum Gespräch mit der Autorin / dem Autor gibt (auch wenn sie von den Befragten kaum genutzt wird). Insgesamt scheint es interessanter, sich über die Autorin / den Autor zu unterhalten als mit ihr/ihm.

Wer das Literaturhaus oft besucht, ist mit dem Angebot (naturgemäß) zufrieden; aber auch, wer erstmals zu Gast ist, bekommt, was sie/er erwartet. Unterschiedliche Altersgruppen beziehen ihre Informationen über unterschiedliche Kanäle – viele zu „bespielen“, kann also für ein durchmisches Publikum sorgen. Nicht zu unterschätzen als Bestandteil des Publikums sind die im Literaturbetrieb Tätigen, hier vor allem die AutorInnen. Wünsche nach einer Erweiterung der Angebote/Inhalte (z.B. Schreibworkshops, Themenabende, Kunstabende o.ä.) bestehen zwar, sind aber außerhalb des traditionellen Lesungsformats anzusiedeln, mit dem sich die BesucherInnen durchwegs zufrieden zeigen.