

# Kölns schlafenden Riesen wecken

**KULTURPOLITISCHES SYMPOSIUM** Interessante Studie über Besucher-Potenzial der freien Theater-Szene vorgestellt

VON MARTIN OEHLEN

Dietmar Kobboldt schwirrte am dritten Tag der Kopf. Derart viele Anregungen hatte der Leiter der Kölner Studiobühne auf dem fünften Kulturpolitischen Symposium des Kölner Kulturrates bekommen, so sagte er es am Samstag, dass es eine Freude gewesen sei. Tatsächlich gab es eine Vielzahl von Analysen, Foren und Workshops, die die Zukunft des öffentlichen Kulturangebotes sondierten. Umso bedauerlicher war es daher, dass unter den rund 100 Teilnehmern nur wenige zu sehen waren, die es in Köln besonders angeht – die Führungskräfte der städtischen und der freien Szene fehlten fast komplett. Immerhin – einige Kulturpolitiker waren zugegen.

Zu den Attraktionen des Symposiums gehörte eine frische Umfrage, die Tibor Kliment von der Rheinischen Fachhochschule Köln im Auftrag des Kulturamtes vorstellte. Darin geht es um das Besucher-Potenzial der freien Theater-Szene. Bei dieser bundesweit ersten Untersuchung ihrer Art kam heraus: Die Mehrheit der Kölner ist froh über das breite Angebot – selbst jene, die es nicht wahrnehmen. So sehen 65 Prozent die freie Szene als „ein Aushängeschild für die Stadt“. Und mehr als jeder zweite Kölner ab 18 Jahren hat schon einmal ein freies Theater in Köln besucht. Als wichtigste Informationsquelle dient den Befragten über 30 Jahre – abgesehen von Tipps aus der Bekanntheit –



*So voll besetzt wie bei der ersten Opern-Premiere im Staatenshaus sind Kölns Kultureinrichtungen längst nicht immer. Foto: Worring*

„speziell die örtliche Tagespresse“, während die Jüngeren die sozialen Netzwerke nutzen.

Herausgefunden wurde zudem, dass knapp 50 Prozent der Theatergänger stets in ein Stamm-Haus gehen. Drei und mehr Bühnen werden nur von einer Minderheit besucht (19 Prozent). Dabei gibt es in

Köln rund 30 freie Theater und rund 50 freie Gruppen. Bei so vielen „Fast-Besuchern“ sieht Kliment hier einen „schlafenden Riesen“. Im Vergleich mit den Städtischen Bühnen stellt sich im Übrigen heraus, dass in den letzten zwölf Monaten 33 Prozent der erwachsenen Kölner ein freies Thea-

## Museen klar vorn

**Die Umfrage** unter 1000 erwachsenen Kölnern im Frühjahr 2018, die Prof. Tibor Kliment von der Rheinischen Fachhochschule Köln ausgewertet hat, zeigt das Nutzungsverhalten im Kulturbereich.

**Der Besuch von Museen** ist unter den Kölnern – abgesehen vom Kinobesuch – die häufigste kulturelle Freizeitaktivität: 46 Prozent gehen mehrmals im Jahr in ein Kölner Museum.

**Der Besuch von Konzerten** erfährt eine „merkliche Nachfrage“ – mehrmals im Jahr gehen 26 Prozent der Kölner zu einem Rock/Pop-Konzert und 19 Prozent zu einem Klassik-Konzert.

**Der Theaterbesuch** ist recht häufig: 31 Prozent gehen mehrmals im Jahr ins Theater.

**Die Oper** ist nicht stark nachgefragt: 9 Prozent gehen mehrmals im Jahr, 63 Prozent niemals in die Kölner Oper. (ksta)

ter und 37 Prozent eine Aufführung der Städtischen Bühnen besucht haben. Allerdings gehen die Nutzer der Städtischen Bühnen häufiger ins Schauspiel oder in die Oper – die Besucherbindung ist hier größer. Trotz der guten Zahlen für die freie Theaterszene droht aber auch hier Gefahr: Denn unter

den Akademikern, der zentralen Kundschaft, ist das Angebot bei den Jüngeren „nahezu komplett unbekannt“. Insgesamt ergebe sich aus der Studie, meint Kulturamtsleiterin Barbara Foerster, ein „sehr positives Ergebnis“ für die freien darstellenden Künste. Nun gelte es für die Gruppen, Strategien zu entwickeln, um ein noch breiteres Publikum zu erreichen. Daher soll bei Vermittlung und Marketing ab dem Sommer das neue städtische Referat „Kulturelle Teilhabe“ hilfreich tätig sein.

Eine bessere Vermarktung sei „schon lange, lange“ überfällig, sagte auch Kulturdezernentin Susanne Laugwitz-Aulbach in ihrem Vortrag – und meinte damit das komplette Kulturangebot in Köln. Sie sieht für die Szene „noch sehr viel Luft nach oben.“ Die Partizipation, also die Einladung an alle Bürger, sich selbst einzubringen, müsse verstärkt werden. Auch benötige die Kölner Kultur einen Digitalisierungsschub: Der Kunde müsse ein Opern-Ticket oder eine Museumsführung genauso leicht übers Smartphone ordern können wie einen Tisch im Restaurant. Und die Tatsache, dass die Berliner Philharmoniker einen eigenen Fernsehkanal haben, gibt ihr zu denken: „Mal sehen, was wir da mit dem Gürzenich-Orchester machen können.“

Ja, ein großes Ideen-Rauschen war das. Ob etwas davon umgesetzt wird, will der Kölner Kulturrat voraussichtlich in zwei Jahren überprüfen.