



JOHANNES KEPLER
UNIVERSITÄT LINZ

Netzwerk für Forschung, Lehre und Praxis

Institut für Kulturwirtschaft
& Kulturforschung



Das Linzer Pflasterspektakel in der öö. Kulturlandschaft

Spezialauswertung der Umfrage
„Kultur in Oberösterreich“

Linz, Jänner 2004

Univ.-Prof. Dr. Ingo Mörth
Mag.^a Susanne Ortner



im Auftrag der Kulturdirektion der Stadt Linz

A-4040 Linz, Freistädterstraße 313/2
Tel. +43 732/ 2468; 8361,7151; Fax +43 732/ 2468; 7151
<http://www.kuwi.uni-linz.ac.at> eMail: ingo.moerth@jku.at



Inhaltsverzeichnis

| | | |
|--------------|---|-----------|
| 1 | AUSGANGSSITUATION UND ZIEL DER SPEZIALAUSWERTUNG | 4 |
| 2 | RELEVANTE KULTURSPARTEN AUS SICHT DER OÖ. BEVÖLKERUNG | 5 |
| 3 | BEKANNTHEIT UND REICHWEITE DES LINZER PFLASTERSPEKTAKELS | 7 |
| 3.1 | SPEZIFISCHE REICHWEITE IN GANZ OBERÖSTERREICH..... | 7 |
| 3.2 | VERGLEICH MIT ANDEREN KULTUREINRICHTUNGEN UND KULTURVERANSTALTUNGEN | 8 |
| 3.3 | REGIONALE DIFFERENZIERUNGEN DER REICHWEITEN | 9 |
| 3.4 | DIFFERENZIERUNGEN DER REICHWEITE NACH DER WOHNORTGRÖÖE | 11 |
| 3.5 | DIFFERENZIERUNGEN DER REICHWEITE HINSICHTLICH ALTER UND GESCHLECHT | 12 |
| 3.6 | DIFFERENZIERUNGEN DER REICHWEITE NACH DEM SCHULABSCHLUSS | 12 |
| 3.7 | DIFFERENZIERUNGEN DER REICHWEITE NACH FAMILIÄREN VERHÄLTNISSEN | 13 |
| 4 | INTERESSE AM LINZER PFLASTERSPEKTAKEL | 16 |
| 4.1 | INTERESSE UND SPEZIFISCHE REICHWEITE UNTER DEN INTERESSENTINNEN | 16 |
| 4.2 | VERGLEICH MIT ANDEREN OÖ. KULTUREINRICHTUNGEN & KULTURANGEBOTEN | 16 |
| 4.3 | INTERESSE UND REICHWEITE HINSICHTLICH ALTER UND GESCHLECHT | 18 |
| 4.4 | INTERESSE UND REICHWEITE NACH REGION UND WOHNORTGRÖÖE | 19 |
| 4.5 | INTERESSE UND REICHWEITE NACH SCHULABSCHLUSS UND FAMILIÄREN VERHÄLTNISSEN | 20 |
| 4.6 | DAS PFLASTERSPEKTAKEL IM KONTEXT VON INTERESSENFAKTOREN | 20 |
| 4.6.1 | ALLGEMEINE FAKTOREN..... | 21 |
| 4.6.2 | DAS AUSMAÖß DES INTERESSES AN DEN ANGEBOTSBEREICHEN | 23 |
| 5 | BEDEUTUNG D. PFLASTERSPEKTAKELS ÜBER D. GRENZEN D. VON OÖ. HINAUS | 25 |
| 6 | KULTURELLE PRÄFERENZEN DER PFLASTERSPEKTAKEL-BESUCHERINNEN..... | 27 |
| 6.1 | NUTZUNG WEITERER "SPARTENSPEZIFISCHER" KULTURANGEBOTE | 27 |
| 6.2 | BESUCHSPRÄFERENZEN ANDERER OÖ. KULTURANGEBOTE | 29 |
| 6.3 | WEITERE FREIZEIT- UND KULTURINTERESSEN | 30 |



| | |
|---|-----------|
| 7 DAS ALLGEMEINE KULTURELLE ANGEBOT IN LINZ UND OÖ. AUS SICHT DER PFLASTERSPEKTAKEL-BESUCHERINNEN | 33 |
| 7.1 BEURTEILUNG DER INFORMIERTHEIT ÜBER ANGEBOTE VON KUNST UND KULTUR AUS SICHT DER PFLASTERSPEKTAKEL-BESUCHERINNEN..... | 33 |
| 7.2 BEURTEILUNG DER KULTURELLEN ANGEBOTE DER HEIMATGEMEINDE AUS SICHT DER PFLASTERSPEKTAKEL-BESUCHERINNEN IM VERGLEICH | 34 |
| 8 DAS PFLASTERSPEKTAKEL IM KONTEXT DER EINSTELLUNGSTYPEN ZU KUNST IN OBERÖSTERREICH..... | 35 |
| 8.1 DIE ALLGEMEINEN FAKTOREN DER KUNSTEINSTELLUNG..... | 35 |
| 8.2 ZAHLENMÄßIGE SCHÄTZUNG DER VIER EINSTELLUNGSTYPEN | 36 |
| 8.3 EINSTELLUNGEN DER PFLASTERSPEKTAKEL-BESUCHERINNEN ZU KUNST..... | 37 |
| 9 DAS PFLASTERSPEKTAKEL UND SEINE BESUCHERINNEN IM ÜBERBLICK | 39 |
| 10 VERZEICHNISSE..... | 43 |
| 10.1 TABELLENVERZEICHNIS | 43 |
| 10.2 ABBILDUNGSVERZEICHNIS | 43 |



1 Ausgangssituation und Ziel der Spezialauswertung

Im Auftrag der Kulturdirektion des Landes Oberösterreich führte das market Institut im Dezember 2002 eine Befragung zum Thema „Kultur in Oberösterreich“ durch. Die Meinungen und Einstellungen von 1035 Personen aus unserem Bundesland konnten eingeholt werden, so dass diese Studie insgesamt ein umfangreiches Gesamtbild zur Kultursituation darstellt.

Nach Veröffentlichung der linearen Ergebnisse wurde das Institut für Kulturwirtschaft ebenfalls von der Landeskulturdirektion beauftragt, ausgewählte Daten dieser Erhebung multivariat auszuwerten und bestimmte Fragestellungen zu vertiefen. Dadurch konnten ausführliche Aussagen über die Einstellungen der öö. Bevölkerung zu einem neuen Landestheater¹ gemacht und die Nutzung von öö. Kultureinrichtungen und Kulturangeboten² beschrieben werden. Zusätzlich wurden Analysen zu den Kulturausgaben und dem Kulturbudget der OberösterreicherInnen³ angestellt. Auch für die Oberösterreichische Landesbibliothek wurde eine vertiefte Analyse nur für diese Einrichtung angestellt.⁴

Trotz der bereits durchgeführten Spezialauswertungen ist der Datensatz mit seinem Informationsreichtum noch nicht erschöpft. Nach wie vor stellen diese Befragungsdaten die umfassendsten und auch aktuellsten Ergebnisse zur kulturellen Situation in unserem Bundesland dar.

Aus diesem Grund entschieden sich die Verantwortlichen des Linzer Pflasterspektakels, allen voran Projektleiterin Frau Mag. Gerda Forstner, eine Analyse speziell für diese Kulturveranstaltung durchführen zu lassen. Das Institut für Kulturwirtschaft sollte sich erneut mit der Ausführung einer Auswertung beschäftigen.

Wichtige Fragestellungen dabei waren:

- eine Beschreibung und Analyse der Stellung des Pflasterspektakels innerhalb der Kulturlandschaft in Linz und Oberösterreich;
- die nähere Beleuchtung der Kenner und Nutzer dieses Kulturangebotes hinsichtlich ihrer demografischen Eigenschaften und Kulturausgaben;
- die Illustration der Freizeitbeschäftigungen, Besuchspräferenzen und Darstellung des allgemeinen Kulturverhaltens der InteressentInnen und BesucherInnen beim Pflasterspektakel;

Diese Analyse und charakteristische Darstellung der Zielgruppe bietet für zukünftige Aktivitäten, etwa für Marketingkampagnen kommender Spektakel, wertvolle Informationen.

¹ Mörth, Ingo: Sonderauswertung ausgewählter Daten der market-Umfrage vom Dezember 2002 zu „Kultur in OÖ.“ Teil I: Einstellungen zum „Landestheater neu“. August 2003

² Mörth, Ingo/Ortner, Susanne: Sonderauswertung ausgewählter Daten der market-Umfrage vom Dezember 2002 zu „Kultur in OÖ.“ Teil II: Nutzung von öö. Kultureinrichtungen und Kulturangeboten. August 2003

³ Mörth, Ingo: Sonderauswertung ausgewählter Daten der market-Umfrage vom Dezember 2002 zu „Kultur in OÖ.“ Teil III: Kulturausgaben und Kulturbudget der OberösterreicherInnen. August 2003

⁴ Mörth, Ingo/Ortner, Susanne: Spezialauswertung der market-Umfrage Dezember 2002 zur „Oberösterreichischen Landesbibliothek“, Juli 2004



2 Relevante Kultursparten aus Sicht der öö. Bevölkerung

In der Kulturstudie wurde die Einstellung einer Vielzahl an Themengebieten erhoben, die im weitesten Sinn zu Kultur zu zählen sind. Darunter findet sich auch eine Reihe von Sparten, welche aufgrund des Angebotskonzeptes auch im Zusammenhang mit dem Pflasterspektakel als interessant bzw. thematisch „verwandt“ eingestuft werden können.

Diese sind:

- Kabarett und Kleinkunst
- Performance
- Sommerfestivals, Sommerkultur
- Selber Theater spielen
- Lientheater, Volkstheater
- Klassisches Theater
- Zeitgenössisches, modernes Theater
- Moderner Tanz und Ballett
- Musicals

Diese Sparten sollen in Bezug auf ihren Stellenwert aus der Sicht der oberösterreichischen Bevölkerung genauer analysiert werden, um so ein erstes Bild darüber zu bekommen, wie zum Pflasterspektakel „verwandte“ Kultursparten im Allgemeinen bewertet werden, und ob bestimmte Kulturpräferenzen in einem "Naheverhältnis" zum Pflasterspektakel zu sehen sind. Als Einzeldimensionen fließen ein: das Interesse an der Kulturform, aber auch wie viel Prozent der Bevölkerung ein hohes Budget für Veranstaltungsbesuche aufwenden. Weiters wie viele Personen sich aus diesem Bereich mehr Angebote wünschen und worin unser Bundesland als besonders gut bezeichnet wird.

Tabelle 1 zeigt die einzelnen Kulturformen sortiert nach dem Interessenspotenzial. Dabei lässt sich ablesen, dass das für Kabarett und Kleinkunst im Vergleich zu den anderen Kulturformen das Interesse am höchsten ist, gefolgt von Musicals und Sommerfestivals.

Tabelle 1: Der Stellenwert von ausgewählten Kultursparten (in Prozent, N = 1035)

| Sparte | besonderes Interesse | hohes Budget | mehr Angebot erwünscht | Oö. besonders gut |
|------------------------|-----------------------------|---------------------|-------------------------------|--------------------------|
| Kabarett & Kleinkunst | 47,1 | 10,4 | 21,2 | 37,6 |
| Musicals | 44,8 | 9,1 | 30,6 | 19,8 |
| Sommerfestivals | 30,0 | nicht erhoben | 18,3 | 27,8 |
| Lientheater | 26,5 | 4,8 | 7,9 | 42,6 |
| klassisches Theater | 20,4 | 6,7 | 9,7 | 21,6 |
| mod. Theater | 17,6 | 5,2 | 9,6 | 15,4 |
| mod. Tanz und Ballett | 16,7 | nicht erhoben | 11,2 | 10,5 |
| Performance | 10,1 | 3,3 | 7,8 | 6,2 |
| selber Theater spielen | 7,9 | nicht erhoben | 6,7 | 14,4 |



Grundsätzlich ist der Stellenwert von Kabarett & Kleinkunst, Musicals und Sommerfestivals sehr hoch. Dies zeigt sich einerseits im höheren Interesse, andererseits aber auch darin, dass mehr Angebot gewünscht wird und (bei Musicals zwar eher geringer) Oberösterreich in den einzelnen Sparten als recht gut hervorgeht.

Für die Analyse wurden alle Formen des Theaters herangezogen. Laien- und Volkstheater stehen dabei am ehesten in der Gunst der Bevölkerung.

Das Potenzial für Personen, die selber gerne Theater spielen, ist relativ eingeschränkt. 7,9% der OberösterreicherInnen meinen, hier besonderes Interesse zu haben bzw. 6,7% wünschen sich ein verstärktes Angebot. Es sind vor allem jüngere Menschen, die signifikant stärkeres Interesse zeigen⁵ und sich ein größeres Angebot wünschen.⁶

Einen verstärkten Angebotswunsch äußern außerdem Menschen aus Gemeinden mit weniger Einwohnern⁷, hier vor allem aus der Innviertel- / Hausruckregion⁸, aber auch Personen, die in größeren Haushalten⁹, auch mit Kindern¹⁰ wohnen. Weitere demografische Merkmale lassen sich als beeinflussende Variable nicht feststellen.

Tabelle 2: Der Stellenwert von ausgewählten Kultursparten bei InteressentInnen des Pflasterspektakels im Vergleich zu allen Befragten (in Prozent, N = 530)

| Sparte | besonderes Interesse | | hohes Budget | | mehr Angebot erwünscht | | Öö. besonders gut | |
|------------------------|----------------------|----------|---------------|----------|------------------------|----------|-------------------|----------|
| | Wert | Änderung | Wert | Änderung | Wert | Änderung | Wert | Änderung |
| Kabarett & Kleinkunst | 57,0 | +10% | 12,1 | +1,7% | 24,2 | +3,0% | 45,1 | +7,5% |
| Musicals | 56,0 | +11% | 10,2 | +1,1% | 37,7 | +7,1% | 16,2 | -3,6% |
| Sommerfestivals | 37,5 | +7,5% | nicht erhoben | | 23,6 | +5,3% | 32,1 | +4,3% |
| Volks- & Lientheater | 28,1 | + 1,5% | 4,0 | -0,8% | 7,2 | -0,7% | 48,7 | +6,1% |
| klassisches Theater | 22,1 | +1,7% | 6,2 | -0,5% | 10,6 | +0,9% | 24,0 | +2,4% |
| mod. Theater | 20,4 | +2,8% | 4,9 | -0,3% | 10,9 | +1,3% | 17,2 | +1,8% |
| mod. Tanz und Ballett | 20,4 | +3,7% | nicht erhoben | | 11,3 | +0,1% | 12,3 | +1,8% |
| Performance | 13,6 | +3,5% | 2,6 | -0,7% | 10,0 | +2,2% | 5,3 | -0,9% |
| selber Theater spielen | 7,9 | +0 % | nicht erhoben | | 7,0 | +0,3% | 15,3 | +0,9% |

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Kabarett, Kleinkunst, Musicals und Sommerfestivals sind jene auch mit dem Pflasterspektakel in Verbindung stehenden Kulturbereiche, die das höchste Interesse und die stärkste Beteiligung insgesamt aufweisen. Aus diesen Gruppen rekrutieren sich auch die InteressentInnen des Pflasterspektakels in einem überdurchschnittlichen Maße.

⁵ r = -.07* (95% Signifikanz)

⁶ r = -.09** (99% Signifikanz)

⁷ r = -.07* (95% Signifikanz)

⁸ r = .07* (95% Signifikanz)

⁹ r = .09** (99% Signifikanz)

¹⁰ r = -.08* (95% Signifikanz)



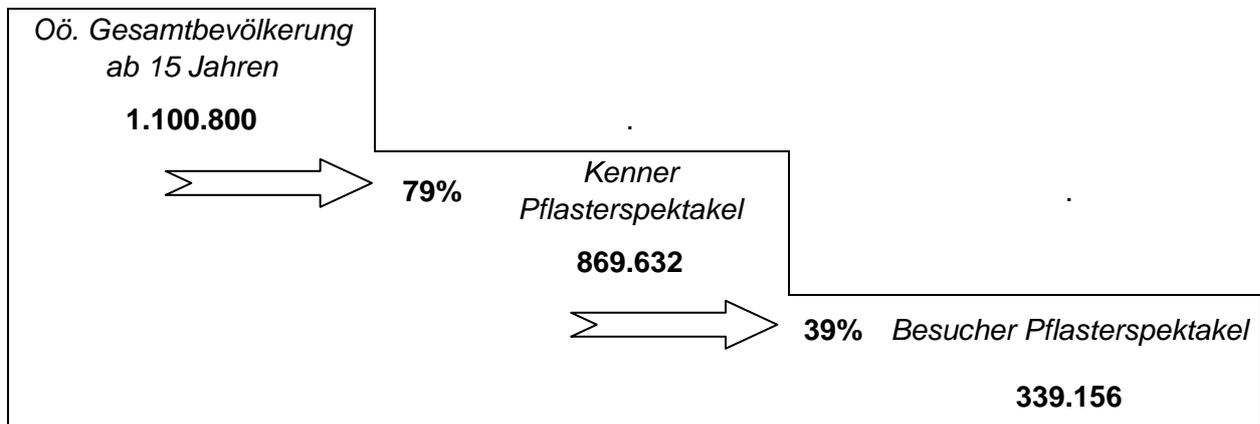
3 Bekanntheit und Reichweite des Linzer Pflasterspektakels

3.1 Spezifische Reichweite in ganz Oberösterreich

Mehr als drei Viertel der befragten OberösterreicherInnen ist das Linzer Pflasterspektakel ein Begriff. Innerhalb der letzten zwölf Monate waren sogar 39% dieser Gruppe der "Kenner" tatsächlich als BesucherInnen in der Einrichtung zu Gast.

Von den insgesamt ca. 1.376 Mio. EinwohnerInnen Oberösterreichs sind rund 80%, also 1.100.800 im Alter von 15 Jahren und mehr (= Stichprobe der Untersuchung). Daraus ergibt sich eine Zahl von 869.632 Menschen, welche das Pflasterspektakel zumindest vom Namen her kennen. Laut den Befragungsdaten lässt sich weiters ableiten, dass im Jahr 2002 ca. 339.156 Personen das Festival wenigstens an einem Tag besucht haben.

Abbildung 1: Darstellung der Bekanntheit und Nutzung des Pflasterspektakels



Diese Zahl von 339.156 deckt sich nun *nicht mit den offiziell bekannt gegebenen* bzw. den Angaben aus Medienberichten. In der Presseaussendung der Stadt Linz vom 18.10.2002 ist von „weit mehr als 200.000 BesucherInnen“¹¹ die Rede und in den Nachrichten spricht man in der Ausgabe vom 22.07.2002 von 220.000 ZuseherInnen.¹²

Der Hauptgrund der unterschiedlichen Werte, die ja um rund 120.000 BesucherInnen variieren, liegt sicherlich daran, dass die *Befragung im Dezember 2002* durchgeführt wurde. Obwohl danach gefragt wurde, ob das Festival in den letzten 12 Monaten besucht wurde (also 2002), haben offenbar *viele Personen, die im Jahr 2001 und nicht 2002 beim Festival zugesehen haben, ebenfalls eine positive Antwort gegeben*. Ähnliches lässt sich auch beim Besuchsverhalten der Linzer Klangwolken feststellen, wo ebenfalls weitaus mehr Personen meinten, sie seien in den letzten 12 Monaten dort gewesen, als die offiziellen Besucherzahlen berichten.

Für das Pflasterspektakel lässt sich daraus aber ableiten, dass gut *100.000 BesucherInnen regelmäßig kommen und somit als echtes Stammpublikum zu bezeichnen sind*. Die anderen 120.000 ZuseherInnen sind offenbar auch ein Publikum, welches zwar gerne, aber nicht regel-

¹¹ <http://www.linz.at/kultur/pfla2002/ende.htm>, 18.10.2002

¹² Oö. Nachrichten vom 22.07.2002, Seite 1



mäßig zum Festival kommt. Wir gehen also davon aus, dass *gut die Hälfte der BesucherInnen aus dem Reservoir der Kenner kommt, aber variiert* und nur dann teilnimmt, wenn es z.B. die zeitlichen Bedingungen zulassen oder Schönwetter gemeldet wird. Hier spielen äußere Umstände eine entscheidende Rolle. Die andere Hälfte hingegen nimmt alljährlich teil.

3.2 Vergleich mit anderen Kultureinrichtungen und Kulturveranstaltungen

Tabelle 3: Spezifische Reichweite v. öö. Kultureinrichtungen & -veranstaltungen im Vergleich

| | Anteil der Kenner an der Gesamtbevölkerung | Reichweite unter den Kennern |
|----------------------------------|--|------------------------------|
| Pflasterspektakel | 79 | 39 |
| Klangwolke | 88 | 27 |
| Posthof | 76 | 26 |
| Landesausstellung "feste feiern" | 65 | 23 |
| Brucknerhaus | 92 | 20 |
| Movimento | 35 | 19 |
| Oö. Landestheater | 89 | 17 |
| Ars Electronica Festival | 82 | 16 |
| Schlossmuseum Linz | 62 | 15 |
| Ars Electronica Center | 72 | 15 |
| Oö. Landesmusikschulwerk | 39 | 13 |
| Oö. Landesmuseum | 74 | 12 |
| OK - Zentrum f. Gegenwartskunst | 16 | 12 |
| Oö. Landesbibliothek | 50 | 11 |
| Tag des offenen Denkmals | 11 | 11 |
| LKZ Ursulinenhof | 61 | 10 |
| Stadtwerkstatt | 34 | 10 |
| Tage der offenen Ateliers | 14 | 10 |
| Oö. Stiftskonzerte | 32 | 9 |
| Festival der Regionen | 33 | 8 |
| Literaturzentrum Stifterhaus | 21 | 8 |
| Neue Galerie - Lentos | 27 | 8 |
| Bruckner Orchester | 68 | 7 |
| Oö. Landesgalerie | 59 | 7 |
| Brucknerfest | 64 | 7 |
| Bruckner-Universität | 67 | 5 |
| Oö. Kulturvermerke | 12 | 5 |
| Jugendtheater-Festival Schäckpir | 21 | 5 |
| Fest der Volkskultur | 13 | 5 |

Quelle: Mörth/Ortner, 2003



In der Spezialauswertung zur Nutzung der öö. Kultureinrichtungen und Kulturangeboten wurde eine prozentuelle Vergleichsanalyse angestellt. Das Pflasterspektakel nimmt von allen in Oberösterreich abgefragten Angeboten *hinsichtlich der Bekanntheit den 5. Rang* ein. In Bezug auf die *Reichweite innerhalb der Gruppe der Kenner liegt das Festival unangefochten an erster Stelle* (vgl. Tabelle 3)

Grundsätzlich zeigt sich, dass Festivals und Events, welche nur einige Tage oder Wochen dauern, meist sehr hohe Werte hinsichtlich des Bekanntheitsgrades, aber auch der Aktivierung der BesucherInnen aufweisen. Ständig geöffnete Kulturinstitutionen bestimmter Sparten, die mitunter auch von vielen Personen gekannt werden, haben hier eher Probleme, eine Vielzahl an BesucherInnen anzulocken.

3.3 Regionale Differenzierungen der Reichweiten

In einem nächsten Schritt sollen *Bekanntheit und Reichweite des Pflasterspektakels in den einzelnen Regionen* Mühlviertel, Innviertel/Hausruck, Salzkammergut/Pyhrn-Eisenwurzen und dem Zentralraum erarbeitet werden.

Tabelle 4: *Kenner und Reichweite des Pflasterspektakels in den einzelnen Regionen*
(in %, N = 190-351)

| | Anteil der Kenner | Reichweite unter den Kennern |
|-----------------------------------|-------------------|------------------------------|
| Oö. Zentralraum | 89,5 | 56,1 |
| Mühlviertel | 89,5 | 34,1 |
| Innviertel / Hausruck | 69,5 | 25,3 |
| Salzkammergut / Pyhrn-Eisenwurzen | 64,8 | 25,3 |

Der größte Anteil unter den Kennern des Pflasterspektakels stammt aus dem Zentralraum, wo das Festival 89,5% der Menschen ein Begriff ist. Bekanntheit und besonders die Reichweite von 56,1% liegen über dem Durchschnitt. EinwohnerInnen aus dem Zentralraum kennen¹³ und besuchen¹⁴ somit die Veranstaltung am häufigsten, wobei hier sehr starke signifikante Zusammenhänge bestehen. Sie können erste wesentliche Zielgruppe ausgemacht werden.

Besonders interessant zeigen sich auch die Entwicklungen im Mühlviertel, wo die Bekanntheit ebenfalls sehr hoch ist¹⁵. Ein Drittel der Kenner kann zu einem Besuch aktiviert werden. Das hohe Kennerpotenzial ergibt sich sicherlich durch die vielen PendlerInnen, welche aus dieser Region in den Zentralraum kommen und daher die Ankündigungen des Festivals eher wahrnehmen.

In den Regionen Innviertel/Hausruck¹⁶ und Salzkammergut/Pyhrn-Eisenwurzen¹⁷ liegen die Anteile der Kenner deutlich unter dem Durchschnitt. Immerhin jeweils ein Viertel der Bevölkerung

¹³ $r = .19^{**}$ (99% Signifikanz)

¹⁴ $r = .27^{**}$ (99% Signifikanz)

¹⁵ $r = .12^{**}$ (99% Signifikanz)

¹⁶ $r = -.12^{**}$ (99% Signifikanz)

¹⁷ $r = -.19^{**}$ (99% Signifikanz)



Das Linzer Pflasterspektakel in der öö. Kulturlandschaft

Spezialauswertung der market Umfrage „Kultur in OÖ.“



aus diesen Gebieten Oberösterreichs kommen als Zuseher zum Festival. Dennoch sind BewohnerInnen aus dem Innviertel/Hausruck¹⁸ und dem Salzkammergut/Pyhrn-Eisenwurzen¹⁹ signifikant seltener zu Gast.

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Hinsichtlich Bekanntheit und Reichweite kann das Pflasterspektakel sehr hohe Werte aufweisen. Dies gilt besonders für den Zentralraum, wo es mehr als die Hälfte der BewohnerInnen anspricht. Aber auch im Mühlviertel ist das Festival fast 90% ein Begriff. Ein Potenzial, aus dem man in Zukunft weiter schöpfen kann. Als Haupterklärung für den Besuch des Festivals kann die *geografische Nähe oder Distanz* nicht immer genannt werden - nicht zuletzt deshalb, weil etwa ein Viertel der BewohnerInnen aus den Regionen Innviertel/Hausruck und Salzkammergut/Pyhrn-Eisenwurzen als ZuseherInnen nach Linz kommen. Wir gehen aber davon aus, dass die geografische Entfernung zum Wohnort dennoch eine gewisse Einflussgröße darstellt.

Will man eine Steigerung der Besucherzahlen bewirken, sollte einerseits die *Bekanntheit im Mühlviertel* zur Mobilisierung besser genutzt werden. Hier sollte vor dem Festival der Termin in Erinnerung gerufen werden und auch das Bewusstsein vertieft werden, dass sich eine Fahrt zum Pflasterspektakel auszahlt. Andererseits ist zu versuchen, den *Kenneranteil* in den Regionen *Salzkammergut, Pyhrn-Eisenwurzen, Innviertel und Hausruckviertel* zu erhöhen.

¹⁸ $r = -.14^{**}$ (99% Signifikanz)

¹⁹ $r = -.14^{**}$ (99% Signifikanz)



3.4 Differenzierungen der Reichweite nach der Wohnortgröße

Hinsichtlich der Bekanntheit ist ein leicht signifikanter Zusammenhang feststellbar, wonach Personen aus der Landeshauptstadt das Pflasterspektakel etwas häufiger ein Begriff ist²⁰. Ein genauerer Blick auf Tabelle 5 zeigt jedoch, dass das Festival auch in kleineren Gemeinden sehr wohl bekannt ist und die Prozentwerte teilweise nur knapp unter dem Durchschnitt liegen.

Tabelle 5: Reichweite des Pflasterspektakels nach Wohnortgröße (in %, N = 801)

| | Anteil der Kenner | Reichweite unter den Kennern |
|--|-------------------|------------------------------|
| unter 2.000 EW | 78,0 | 37,1 |
| 2.000 bis 5.000 EW | 77,2 | 30,3 |
| 5.000 bis 10.000 EW | 79,5 | 34,8 |
| 10.000 bis 50.000 EW | 72,1 | 30,7 |
| 50.000 bis 100.000 EW | 79,2 | 26,3 |
| über 100.000 EW (=Landeshauptstadt) | 87,5 | 67,5 |

Ähnliche Tendenzen können auch für die Reichweite ermittelt werden. Die Bevölkerung der Landeshauptstadt kann eindeutig am stärksten zu einem Besuch mobilisiert werden²¹. Interessant ist jedoch, dass vor allem auch Personen aus Gemeinden mit unter 2.000 Einwohnern häufiger beim Festival zusehen. Hingegen sind Menschen aus Wohnorten mit 10.000 bis 100.000 Einwohnern nicht ganz so oft zu Gast.

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Untersucht man Bekanntheit und Reichweite nach der Wohnortgröße, lässt sich kein klassischer linearer Zusammenhang feststellen. Die Aussage, je größer der Wohnort umso eher ist das Pflasterspektakel ein Begriff bzw. umso eher wird es besucht, ist nicht richtig. Der Großteil der BesucherInnen kommt natürlich aus Linz, ein nicht geringer Teil jedoch kommt aus in kleineren Gemeinden angereist. Für diese Menschen ist das Festival eine Attraktion, welche einen Tagesausflug Wert ist.

²⁰ $r = .07^*$ (95% Signifikanz)

²¹ $r = .22^{**}$ (99% Signifikanz)



3.5 Differenzierungen der Reichweite hinsichtlich Alter und Geschlecht

Jüngere Menschen von 15 bis 29 Jahren, welche das Pflasterspektakel kennen, können signifikant häufiger zu einem Besuch aktiviert werden²². Mit höherem Alter nimmt zwar die Bekanntheit des Festivals nicht ab, hinsichtlich der Reichweite zeigen sich jedoch Einbußen. Ein Drittel der über 50-Jährigen war im Jahr 2002 (oder 2001) zu Gast.

Die Bekanntheit und Reichweite des Spektakels ist unter Frauen eine Spur häufiger zu beobachten, wobei beim Besuch sich leicht signifikante Unterschiede feststellen lassen. Unter den Zusehern befinden sich etwas mehr Frauen.²³

Tabelle 6: Reichweite des Pflasterspektakels nach Altersgruppen und Geschlecht
(in %, N = 810)

| | Anteil der Kenner | Reichweite unter den Kennern |
|--------------------|-------------------|------------------------------|
| 15 – 29 Jahre | 76,6 | 42,7 |
| 30 – 49 Jahre | 82,3 | 38,0 |
| 50 Jahre und älter | 76,5 | 33,7 |
| Männer | 77,3 | 35,3 |
| Frauen | 80,4 | 42,2 |

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Menschen unter 30 Jahren besuchen signifikant häufiger das Festival. Mit zunehmendem Alter zeigt sich zwar eine relativ gleich hohe Bekanntheit, die Reichweite nimmt jedoch kontinuierlich ab. Will man zusätzlich mehr ältere Personen für das Spektakel als Zuseher gewinnen, so sind hier gezielte Maßnahmen zur Aktivierung sinnvoll.

Geschlechtsspezifische signifikante Unterschiede sind feststellbar, so dass einerseits die Frauen noch intensiver angesprochen werden können. Andererseits kann der vorhandene Bekanntheitsgrad unter den Männern ebenfalls besser ausgenutzt werden.

3.6 Differenzierungen der Reichweite nach dem Schulabschluss

Ein erster Blick auf die Tabelle 7 zeigt, dass das Pflasterspektakel mit seinem Angebot *alle Bildungsschichten in etwa gleich anspricht* und keine signifikanten Unterschiede bestehen.

Bei genauerem Hinsehen ist jedoch erkennbar, dass die Bekanntheit unter PflichtschulabsolventInnen zwar unter dem Durchschnitt, die Reichweite innerhalb der Kenner jedoch über dem Mittelwert liegt. Diese Personengruppe ist sehr gerne am Festival zu Gast und kann offenbar leicht mobilisiert werden.

²² $r = -.07^*$ (95% Signifikanz)

²³ $r = .07^*$ (95% Signifikanz)



Tabelle 7: Reichweite des Pflasterspektakels nach Schulabschluss (in %, N = 808)

| | Anteil der Kenner | Reichweite unter den Kennern |
|-----------------------------------|-------------------|------------------------------|
| Pflichtschule | 75,0 | 40,6 |
| weiterführende Schule ohne Matura | 86,2 | 32,0 |
| Matura | 84,3 | 41,0 |
| Universität / Fachhochschule | 81,3 | 34,6 |

Menschen, die eine weiterführende Schule ohne Matura besucht haben, kennen zwar das Festival, sind aber etwas seltener zu Gast.

Unter den höher gebildeten Bevölkerungsschichten sind erneut hohe Bekanntheitswerte feststellbar. Nur in der Gruppe der Uni-AbsolventInnen ist die Reichweite nicht ganz so hoch.

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Grundsätzlich zeigen sich keine Tendenzen, dass ein steigendes oder sinkendes Bildungsniveau Auswirkungen auf die Besuchshäufigkeit hätten. Innerhalb der einzelnen Bildungsgruppen sind aber Unterschiede feststellbar.

In erster Linie kann der hohe Aktivierungsgrad, der unter den PflichtschulabsolventInnen gegeben ist, weiter ausgenutzt werden, indem man den Anteil der Kenner zu erhöhen versucht.

Es zeigt sich aber, dass das Festival relativ alle Bildungsschichten in gleichem Maße anspricht, auch wenn kleine Unterschiede gegeben sind.

3.7 Differenzierungen der Reichweite nach familiären Verhältnissen

Tabelle 8: Reichweite des Pflasterspektakels nach Personen im Haushalt (in %, N = 813)

| | Anteil der Kenner | Reichweite unter den Kennern |
|---------------------|-------------------|------------------------------|
| 1 Person | 78,2 | 41,1 |
| 2 Personen | 80,9 | 39,6 |
| 3 Personen | 77,1 | 42,4 |
| 4 Personen | 77,5 | 32,9 |
| 5 Personen | 82,3 | 38,7 |
| mehr als 5 Personen | 78,0 | 43,5 |

Die obige Tabelle 8 gibt Aufschluss über Bekanntheit und Reichweite des Pflasterspektakels hinsichtlich der im Haushalt lebenden Personen. Alle Werte kreisen mehr oder weniger um den Durchschnitt, was bedeutet, dass keine signifikanten Zusammenhänge hinsichtlich Haushaltsgröße und Reichweite bestehen.



Tabelle 9: Reichweite des Pflasterspektakels nach Personen im Haushalt (in %, N = 813)

| | Anteil der Kenner | Reichweite unter den Kennern |
|---------------------|-------------------|------------------------------|
| 1 Person | 78,2 | 41,1 |
| 2 Personen | 80,9 | 39,6 |
| 3 Personen | 77,1 | 42,4 |
| 4 Personen | 77,5 | 32,9 |
| 5 Personen | 82,3 | 38,7 |
| mehr als 5 Personen | 78,0 | 43,5 |

Trotz dieser ersten Analyse könnte die Hypothese aufgestellt werden, dass das Pflasterspektakel mit seinen Angeboten sehr viele Familien mit Kindern anspricht und Familien daher eine besondere Zielgruppe darstellen. Wie sich jedoch zeigt, entsprechen die *prozentuellen Anteile der Bekanntheit und Reichweite in Bezug auf Haushalte mit oder ohne Kinder absolut dem Durchschnitt*. Dass das Pflasterspektakel ein Familienfestival sei, kann somit nicht bestätigt werden. Im Gegenteil, es spricht auch viele Menschen an, die nicht in Haushalten mit Kindern leben. Dies zeigt sich auch in der Reichweite von Besuchern, die in ein- oder zwei Personen Haushalten leben.

Tabelle 10: Reichweite des Pflasterspektakels nach familiären Verhältnissen (in %, N = 805)

| | Anteil der Kenner | Reichweite unter den Kennern |
|--------------------------|-------------------|------------------------------|
| Kinder im Haushalt | 79,1 | 39,0 |
| Keine Kinder im Haushalt | 79,1 | 39,5 |

Untersucht man Bekanntheit und Reichweite unter jenen Personen, die mit Kindern zusammenleben, nach dem Alter der Kinder, sind ebenfalls keine signifikanten Auffälligkeiten analysierbar. Einzig die Gruppe mit Kindern von 6 bis 14 Jahren ist eine Spur häufiger unter den Pflasterspektakel-Besuchern. Der Wert ist aber nicht deutlich höher, als jene der anderen Personengruppen, so dass hier nicht von einer besonderen Zielgruppe gesprochen werden kann.



Das Linzer Pflasterspektakel in der öö. Kulturlandschaft

Spezialauswertung der market Umfrage „Kultur in OÖ.“



Tabelle 11: Reichweite des Pflasterspektakels nach Alter der Kinder (in %, N = 805)

| | Anteil der Kenner | Reichweite unter den Kennern |
|----------------|-------------------|------------------------------|
| unter 2 Jahre | 77,8 | 36,7 |
| 2 bis 5 Jahre | 77,8 | 34,3 |
| 6 bis 14 Jahre | 83,2 | 42,6 |
| über 14 Jahre | 71,3 | 39,5 |

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Ähnliche Tendenzen der Bekanntheit und Reichweite in Bezug auf die Schulbildung sind auch nach dieser Analyse hinsichtlich der familiären Verhältnisse feststellbar. *Das Pflasterspektakel ist ein Festival, welches weder auf Familien, noch auf Personen ohne Kinder im Haushalt verstärkt abzielt, sondern die gesamte Bevölkerung erfreut.* Auch unter den Familien lässt sich keine besondere Zielgruppe eingrenzen.



4 Interesse am Linzer Pflasterspektakel

4.1 Interesse und spezifische Reichweite unter den InteressentInnen

51,2% der öö. Bevölkerung sagen von sich aus, dass sie *Interesse am Pflasterspektakel* haben. Ausgehend von der oben genannten Zahl von 1.100.800 EinwohnerInnen in Oberösterreich im Alter von über 15 Jahren, zeigen 563.610 Menschen somit generelles Interesse.

Die Reichweite unter den InteressentInnen entwickelt sich nach anderen Gesichtspunkten als bei den KennerInnen. Während die "KennerInnen" als "äußerer Kreis" der Zielgruppe gesehen werden können, die durch Information und Werbung erreichbar scheinen, sind die InteressentInnen jene, die bereits genauer informiert sind, sich aktiv mit dem Kulturangebot auseinandersetzen. Sie sind der "innere Kreis" eines (potenziellen) Stammpublikums.

Der *prozentuelle Anteil Pflasterspektakel-BesucherInnen unter den InteressentInnen liegt daher bei 53%* und ist natürlich deutlich höher als jener unter den KennerInnen. Von den 563.610 am Festival interessierten Menschen waren in den Jahren 2001 und/oder 2002 tatsächlich 298.713 am Pflasterspektakel als Zuseher zu Gast. Es ist also davon auszugehen, dass der Großteil der BesucherInnen aus wirklichem Interesse an der Veranstaltung teilnimmt und andere Besuchsmotive eher im Hintergrund bleiben.

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Das Interessenspotenzial für das Pflasterspektakel ist sehr hoch und kann auch für die Mobilisierung der BesucherInnen sehr gut genutzt werden. Es ist daher davon auszugehen, dass Interesse und wohl auch Neugier die Hauptmotive für den Besuch des Festivals darstellen.

4.2 Vergleich mit anderen öö. Kultureinrichtungen & Kulturangeboten

Im Vergleich zu anderen Kultureinrichtungen und Kulturangeboten unseres Bundeslandes bewegt sich der Interessens- und Reichweitenanteil des Pflasterspektakels erneut in Spitzenposition.

Hinsichtlich des Interesses gibt es eine Gruppe von Einrichtungen und Veranstaltungen, die grundsätzlich auf *breites Interesse* stoßen (über 20% Interesse). Dazu gehören

- Einerseits Angebote einer "*Kultur für alle*", wie Pflasterspektakel, Klangwolke, Landesausstellungen, aber auch:
- öö. "*Spartenführer*", wie das *Landestheater* für den Bereich Theater und Musiktheater, das *Brucknerhaus* für den Bereich der klassischen Musik, der *Posthof* für Zeitkultur, das *AEC* für Medienkunst (zusammen mit dem Ars Electronica Festival) und das *Landesmuseum insgesamt*²⁴ für den Ausstellungssektor.

²⁴ Das Landesmuseum umfasst ja nicht nur die drei "großen" Linzer Stätten (Schlossmuseum, Stammhaus mit Landesgalerie, Biologiezentrum), sondern auch weitere Sammlungen in Linz (Waffensammlung Schloss Ebelsberg, zoll- & finanzgeschichtl. Sammlung in Urfahr), sowie regionale Angebote wie



Tabelle 12: *Interesse und Reichweite bei öö. Kultureinrichtungen & –veranstaltungen
(in %, gesamt Oberösterreich, N=33 - 530)*

| | Anteil der Interessenten an der öö. Bevölkerung | Reichweite unter den Interessenten |
|----------------------------------|--|---------------------------------------|
| Pflasterspektakel | 51 | 53 |
| Posthof | 39 | 49 |
| Brucknerhaus | 31 | 46 |
| Landesausstellung "feste feiern" | 27 | 45 |
| Schlossmuseum Linz | 17 | 43 |
| Klangwolke | 50 | 41 |
| Oö. Landestheater | 34 | 40 |
| Movimiento | 15 | 39 |
| Stadtwerkstatt | 8 | 37 |
| Oö. Landesmusikschulwerk | 11 | 34 |
| Oö. Landesmuseum | 21 | 33 |
| OK - Zentrum für Gegenwartskunst | 5 | 33 |
| LKZ Ursulinenhof | 13 | 31 |
| Oö. Stiftskonzerte | 8 | 31 |
| Ars Electronica Center | 32 | 30 |
| Ars Electronica Festival | 39 | 28 |
| Oö. Landesbibliothek | 13 | 28 |
| Bruckner Orchester | 15 | 27 |
| Tag des offenen Denkmals | 4 | 26 |
| Oö. Landesgalerie | 12 | 26 |
| Bruckner-Universität | 11 | 26 |
| Fest der Volkskultur | 5 | 26 |
| Brucknerfest | 13 | 23 |
| Tage der offenen Ateliers | 6 | 22 |
| Neue Galerie - Lentos | 8 | 22 |
| Oö. Kulturvermerke | 3 | 21 |
| Literaturzentrum Stifterhaus | 4 | 20 |
| Festival der Regionen | 9 | 19 |
| Jugendtheater-Festival Schäckpir | 6 | 13 |

die Anton Bruckner Gedenkstätte in Ansfelden, das Freilichtmuseum Sumerauerhof bei St. Florian, das Kubinhaus in Zwickledt und die Stelzhamer Gedenkstätte in Pramet (beides Innviertel), das Mühlviertler Schloßmuseum in Freistadt, das öö. Photomuseum in Bad Ischl (Salzkammergut), und das öö. Schifffahrtsmuseum in Grein (Strudengau).



4.3 Interesse und Reichweite hinsichtlich Alter und Geschlecht

Jüngere Menschen bis 50 Jahre interessieren sich eine Spur *stärker für das Pflasterspektakel*, wobei jedoch kein signifikanter Zusammenhang feststellbar ist. Hinsichtlich der Reichweite sind es vor allem die 15 – 29-Jährigen Interessierten, welche besser zu einem Besuch mobilisiert werden können. Interessenten im Alter von 30 bis 49 Jahren nutzen das Angebot etwas weniger oft.

Während die *Mobilisierung unter den Kennern* mit zunehmendem Alter deutlich abnimmt, zeigt sich bei dieser Analyse, dass *interessierte Menschen ab 50 Jahren* wieder vermehrt zum Festival kommen.

Interessant sind auch die Entwicklungen im Geschlechtervergleich. Frauen interessieren sich zwar signifikant stärker für die Veranstaltung²⁵, in Bezug auf die Reichweite unter den Interessierten sind jedoch keine deutlichen Unterschiede feststellbar.

Tabelle 13: *Interesse & Reichweite des Pflasterspektakels nach Alter und Geschlecht*
(in Prozent, N = 526 - 530)

| | Anteil der Interessenten | Reichweite unter den Interessenten |
|--------------------|--------------------------|------------------------------------|
| 15 – 29 Jahre | 52,0 | 56,1 |
| 30 – 49 Jahre | 54,4 | 48,7 |
| 50 Jahre und älter | 43,9 | 54,6 |
| Männer | 46,7 | 51,8 |
| Frauen | 55,4 | 53,9 |

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Das *Interesse der Personengruppe von 30 bis 49 Jahren, am Pflasterspektakel* kann stärker genutzt werden. Ebenso gilt es, das *Interesse der plus 50-Jährigen zu steigern*, denn interessierte Menschen dieser Altersgruppe kommen durchwegs häufiger zum Festival. Auch das hohe Interessenspotenzial der Frauen kann zum Gewinn von zusätzlichem Publikum ausgenutzt werden.

²⁵ $r = .09^{**}$ (99% Signifikanz)



4.4 Interesse und Reichweite nach Region und Wohnortgröße

Die *Region und die Wohnortgröße wirken sich als wichtige Einflussfaktoren* für das Interesse an am Pflasterspektakel aus. Unter den Interessierten finden sich signifikant häufiger Menschen aus Gemeinden mit mehr Einwohnern²⁶ und dementsprechend häufiger Personen aus dem Zentralraum²⁷, aber auch Personen aus dem Mühlviertel.²⁸ Beachtliche 64,1% der Bevölkerung aus dem Zentralraum geben an, sich für die Angebote des Festivals zu interessieren. Hingegen interessieren sich Menschen aus den Regionen Salzkammergut / Pyhrn-Eisenwurzen²⁹ und Innviertel / Hausruck³⁰ signifikant seltener für das Pflasterspektakel.

Tabelle 14: *Interesse & Reichweite des Pflasterspektakels nach Region und Wohnortgröße*
(in %, N = 94 - 518)

| | Anteil der Interessenten | Reichweite unter den Interessenten |
|-------------------------------------|--------------------------|------------------------------------|
| Zentralraum | 64,1 | 69,8 |
| Mühlviertel | 57,9 | 43,6 |
| Innviertel / Hausruck | 42,5 | 39,4 |
| Salzkammergut / Pyhrn-Eisenwurzen | 36,7 | 37,2 |
| unter 2.000 EW | 50,3 | 48,8 |
| 2.000 bis 5.000 EW | 46,2 | 42,4 |
| 5.000 bis 10.000 EW | 49,4 | 50,0 |
| 10.000 bis 50.000 EW | 44,3 | 42,6 |
| 50.000 bis 100.000 EW | 66,3 | 37,5 |
| über 100.000 EW (=Landeshauptstadt) | 65,9 | 81,9 |

Signifikant positiv auf den tatsächlichen Besuch von interessierten Personen wirken sich die zunehmende Wohnortgröße³¹ und dadurch natürlich der Zentralraum³² aus. Interessenten aus dem Salzkammergut / Pyhrn-Eisenwurzen³³, Innviertel / Hausruck³⁴, aber auch aus dem Mühlviertel³⁵ kommen eher seltener zum Spektakel.

²⁶ $r = .12^{**}$ (99% Signifikanz)

²⁷ $r = .19^{**}$ (99% Signifikanz)

²⁸ $r = .06^{*}$ (95% Signifikanz)

²⁹ $r = -.17^{**}$ (99% Signifikanz)

³⁰ $r = -.09^{**}$ (99% Signifikanz)

³¹ $r = .25^{**}$ (99% Signifikanz)

³² $r = .29^{**}$ (99% Signifikanz)

³³ $r = -.15^{**}$ (99% Signifikanz)

³⁴ $r = -.13^{**}$ (99% Signifikanz)

³⁵ $r = -.10^{*}$ (95% Signifikanz)



Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Wie oben bereits festgestellt wurde, besuchen Menschen, die eine geografische Nähe zum Festival aufweisen, dieses häufiger. Auch für die Interessenten sind ähnliche Tendenzen feststellbar. Die Bevölkerung aus dem Zentralraum wird durch die Angebote am stärksten angesprochen und nutzt diese auch nachhaltiger.

4.5 Interesse und Reichweite nach Schulabschluss und familiären Verhältnissen

Wie sich bereits in Voranalysen gezeigt hat, spielen das Bildungsniveau und auch die familiären Verhältnisse für die Bekanntheit und den anschließenden Besuch des Pflasterspektakels keine Rolle. Das Festival spricht mit seinen Attraktionen keine besondere Personengruppe an, die sich hinsichtlich der Schulbildung oder auch der familiären Verhältnisse beschreiben lassen.

Gleiches gilt auch für das Interessenspotenzial und den daraus resultierenden Besuch des Spektakels. Es bestehen keine signifikanten Zusammenhänge, so dass diesen demografischen Merkmalen nicht weiter nachgegangen wird.

Summer summarum ist das Pflasterspektakel ein Festival, welches sowohl Menschen mit hoher als auch niedriger Bildung anspricht. Familien interessieren sich ebenso für die Angebote, wie auch Personen ohne Kinder, die in kleineren Haushalten leben.

4.6 Das Pflasterspektakel im Kontext von Interessenfaktoren

Die folgende Analyse stammt aus der Spezialanalyse Teil II: Nutzung von öö. Kultureinrichtungen und Kulturangeboten³⁶ und soll zeigen, welche grundlegenden Interessen für die Nutzung des Pflasterspektakels ausschlaggebend sind. Es wurde versucht, die verschiedenen öö. Kultureinrichtungen und –angebote, die landesweit erhoben wurden (vgl. Tabelle 11), durch Herausarbeiten dahinter liegender Faktoren zu Interessensbereichen und Publika zu gruppieren.

Die landesweit bedeutsamen Kulturangebote wurden in der market-Untersuchung auch mit der Frage verbunden, was davon "persönlich interessiert" bzw. "persönlich anspricht". Dieses Interesse an öö. Kulturangeboten wird durch die folgenden Faktoren bestimmt:

³⁶ Quelle Mörth/Ortner 2003



4.6.1 Allgemeine Faktoren

Tabelle 15: Faktoren des Interesses an öö. Kulturangeboten

| Faktor | Bezeichnung | dazugehörige kulturelle Angebote |
|--------|--|--|
| 1 | "Klassikinteresse" (Musik, Musiktheater, Theater) | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Brucknerhaus</u> • Landestheater • Brucknerorchester • Bruckner-Universität • Brucknerfest |
| 2 | "Elektronik-& Medieninteresse" | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Ars Electronica Festival</u> • Ars Electronica Center |
| 3 | "Event- und Breitenkulturinteresse" | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Pflasterspektakel</u> • <u>Klangwolke</u> • <u>Festival der Regionen</u> • <u>Schlossmuseum</u> • <u>Landesausstellung</u> |
| 4 | "Interesse an Bildender (Gegenwarts-)Kunst" | <ul style="list-style-type: none"> • Neue Galerie Linz – Lentos • OK – Zentrum f. Gegenwartskunst • LKZ Ursulinenhof • <u>Tage des offenen Ateliers</u> |
| 5 | "Jugend- und Alternativkulturinteresse" | <ul style="list-style-type: none"> • Posthof Linz • Stadtwerkstatt • <u>Movimento</u> |
| 6 | "Bildungskulturinteresse" | <ul style="list-style-type: none"> • Landesgalerie • <u>Landesbibliothek</u> • öö. Kulturvermerke |
| 7 | "Volkskulturinteresse" | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Festival der Volkskultur</u> • Tage des offenen Denkmals |

Die hinter dem Interesse an öö. Kultureinrichtungen und –angeboten liegenden Dimensionen entsprechen einerseits bestimmten, in der Kulturforschung seit längerem bekannten Kulturpräferenzen und spartenspezifischen Schwerpunkten, weisen andererseits aber auch bemerkenswerte zusätzliche Aspekte auf.



Aufgrund der breiteren Angebotspalette, die verschiedene Interessenbereiche abdeckt, mussten folgende Kultureinrichtungen aus dieser landesweiten Faktorenanalyse ausgeschieden werden:

- **Landesmuseum** (mehrere Stätten mit unterschiedlicher Ausrichtung, Interessenschwerpunkt (höchste Ladung auf einem Faktor) lag je nach Stätte unterschiedlich);
- **Landesmusikschulwerk** (sehr unterschiedliche regionale Angebote, Veranstaltungs- und Ausbildungsstätte; Interessenschwerpunkt lag im Bereich "Klassik");
- **öö. Stiftskonzerte** (offensichtlich stark unterschiedliche Interessensgründe: Klassikinteresse, aber auch Event- und Breitenkultur);
- **Stifterhaus** (sehr unterschiedliche Publika: Bildungskultur, Jugend- und Alternativkultur, aber auch Volkskultur und Landeskunde);
- **Jugendtheater-Festival "Schäxpir"** (sehr unterschiedliche Interessensaspekte und Publika, nur selektive Bekanntheit).

4.6.1.1 Der Faktor "Klassikinteresse"

Das Interesse an klassischer Hochkultur wird in OÖ. über landesweite Kultureinrichtungen kanalisiert, die vorwiegend Angebote im Bereich Theater, Musiktheater und klassische Musik haben = Landestheater + "Bruckner": Brucknerhaus, Brucknerfest, Brucknerkonservatorium, Brucknerorchester.

Das "charakteristische Angebot"³⁷ für diesen Faktor ist das **Brucknerhaus**.

4.6.1.2 Der Faktor "Elektronik- und Medieninteresse"

Das Interesse an neuen multimedialen und digital vermittelten Kulturformen ist landesweit auf die Ars Electronica in Linz mit den beiden Einrichtungen "Festival" und "Center" konzentriert.

Das "charakteristische Angebot" für diesen Faktor ist das **Ars Electronica Festival**.

4.6.1.3 Der Faktor "Event- und Breitenkulturinteresse"

Hier zeigt sich eine interessante Mischung an Angeboten und Einrichtungen, die es mit unterschiedlichen Konzepten und Inhalten geschafft haben, verschiedene Bevölkerungsgruppen auf breiter Ebene und mit alltagsnahen Erlebnisformen anzusprechen: Klangwolke, Linzer Pflasterspektakel, Festival der Regionen, die Landesausstellung 2002 "feste feiern" sowie interessanterweise auch das Schlossmuseum mit seinem neuen Konzept thematisch orientierter Ausstellungen aus dem Bereich der Kultur- und Sozialgeschichte.

Das "charakteristische Angebot" für diesen Faktor ist das **Pflasterspektakel**.

³⁷ = jene Kultureinrichtung, die die höchste sog. „Ladung“ auf dem jeweiligen Faktor aufweist.



4.6.1.4 Der Faktor "Interesse an Bildender (Gegenwarts-)kunst"

Trotz teilweise breiterer Angebote haben die OberösterreicherInnen am Linzer Kunstmuseum Lentos, am OK-Zentrum f. Gegenwartskunst, am Ursulinenhof und an den "Tagen des offenen Ateliers" vorwiegend dann Interesse, wenn Bildende Kunst der Gegenwart interessant erscheint. Beim Ursulinenhof steht also seine Funktion als Standort von Künstlervereinigungen eher im Vordergrund als andere Angebote.

Das "charakteristische Angebot" für diesen Faktor sind die "**Tage des offenen Ateliers**".

Bemerkenswert ist ferner, dass die Landesgalerie (noch) nicht primär aus dem Blickwinkel des Interesses für Bildende Kunst wahrgenommen wird.

4.6.1.5 Der Faktor "Interesse an Jugend- und Alternativkultur"

Die Linzer Zentren Posthof, Stadtwerkstatt und Movimiento stehen landesweit im Kern dieses Interesses.

Das "charakteristische Angebot" für diesen Faktor ist das **Movimiento**.

4.6.1.6 Der Faktor "Bildungskulturinteresse"

Hinter dem Interesse an der OöLB, der öö. Landesgalerie und den öö. Kulturvermerken liegt eine gemeinsame Dimension, die wir als "Bildungskulturinteresse" interpretieren.

Das "charakteristische Angebot" für diesen Faktor ist die **öö. Landesbibliothek**.

Bei einer eigenen Faktorenanalyse für den Zentralraum wurden der Theaterkeller und der u/hof als Einrichtungen zugeordnet, die für das eigene persönliche "Bildungskulturinteresse" ebenfalls als bedeutsam wahrgenommen:

4.6.1.7 Der Faktor "Volkskulturinteresse"

Das Festival der Volkskultur und die Tage des offenen Denkmals liegen auf einer gemeinsamen Dimension des Interesses, die wir als "Volkskulturinteresse" interpretieren.

Das "charakteristische Angebot" für diesen Faktor ist das **Festival der Volkskultur**.

4.6.2 Das Ausmaß des Interesses an den Angebotsbereichen

Die folgende Tabelle 15 zeigt, wie sich das Interesse an den verschiedenen Bereichen der landesweiten Angebote hinsichtlich Intensität verteilt. "Starkes Interesse" bedeutet dabei, dass an mehr als 2 Drittel der Angebote des Bereiches Interesse besteht, "etwas Interesse" meint, dass an zumindest einem Angebot Interesse besteht, und "kein Interesse", dass bei keinem Angebot Interesse vorliegt.



Tabelle 16: Ausmaß des Interesses: landesweite Faktoren (in %, N = 1035)

| Faktor | Interesse | | |
|--|-----------|-----------|-----------|
| | stark | etwas | kein |
| Elektronik- & Medieninteresse | 24 | 23 | 53 |
| Event- und Breitenkulturinteresse | 21 | 55 | 24 |
| Klassikinteresse | 16 | 33 | 51 |
| Jugend- & Alternativkultur | 14 | 30 | 56 |
| Bildungskultur | 6 | 15 | 79 |
| Bildende (Gegenwarts-)Kunst | 3 | 17 | 80 |
| Volkskultur | 1 | 6 | 93 |

Es zeigt sich, dass sich das Interesse an den landesweit erhobenen Kultureinrichtungen, gebündelt entlang der dahinter liegenden Faktoren, sehr unterschiedlich ausprägt.

- Aspekte der *Ars Electronica* interessieren landesweit am stärksten, was auch darauf zurückzuführen ist, dass es hier wenig lokale und regionale Angebote gibt.
- *Event- und Breitenkulturangebote* wie Pflasterspektakel oder Festival der Regionen folgen knapp dahinter, wobei der Anteil derer, die hier zumindest ein Angebot goutieren (mittleres Interesse), besonders hoch ist.
- *Klassik und Zeitkultur* (= Jugend- & Alternativkultur) folgen, wobei hier bereits die zahlreichen ergänzenden lokalen und regionalen Angebote zu bedenken sind.
- Für die landesweit nur Minderheiten ansprechenden *Einrichtungen der Bildungskultur, der Kunst und der Volkskultur gilt noch viel stärker, dass solche Interessen stärker im Bereich der lokalen und regionalen Angebote abgedeckt werden und daher schwächer auf der Ebene landesweiter Faktoren sichtbar werden.*

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Grundsätzlich zeigt sich, dass das Pflasterspektakel als *typische Kulturveranstaltung für Event- und Breitenkultur* angesehen wird und eine sehr breite Bevölkerungsschicht anspricht. Weitere Veranstaltungen, welche ähnliche Merkmale aufweisen, sind die Klangwolke, das Festival der Regionen, die öö. Landesausstellung und bestimmte Angebote des Schlussmuseums.

Hinsichtlich der *Stärke des Interesses für Event- und Breitenkultur* weisen insgesamt 21% starkes und weitere 55% mittleres Interesse aufweisen. Die übrigen 24% der öö. Bevölkerung meinen von sich aus, kein Interesse an derartigen Veranstaltungen zu haben. Diese drei Viertel der InteressentInnen in Oberösterreich sind gezielt anzusprechen und können einerseits bei anderen Großereignissen, andererseits bei Veranstaltungen des Schlussmuseums erreicht werden.



5 Bedeutung des Pflasterspektakels über die Grenzen d. Landes OÖ. hinaus

Neben der Bekanntheit, dem Interesse und dem Besuch der einzelnen im Fragebogen abgefragten Kultureinrichtungen und Kulturveranstaltungen wurde auch deren Bedeutung über Oberösterreichs Grenzen hinaus erfragt. Für das Pflasterspektakel ergibt sich im Vergleich zu anderen Kulturangeboten folgendes Bild:

48% der OberösterreicherInnen sind der Meinung, das Pflasterspektakel sei eine Kulturveranstaltung, welche über die Grenzen des Bundeslandes hinaus attraktiv ist. Das Festival nimmt im Vergleich zu anderen den vierten Rang ein und ist als ein sehr bedeutendes Angebot anzusehen.

Tabelle 17: Einschätzung der Attraktivität von ausgewählten öö. Kultureinrichtungen und -veranstaltungen über die Grenzen hinaus (in Prozent, gesamt OÖ, N=1035)

| | über öö. Grenzen hinaus attraktiv |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| Klangwolke | 64 |
| Brucknerhaus | 56 |
| Ars Electronica Festival | 56 |
| Pflasterspektakel | 48 |
| Landesausstellung "feste feiern" | 40 |
| Brucknerfest | 37 |
| Oö. Landestheater | 35 |
| Bruckner-Universität | 30 |
| Posthof | 25 |
| Oö. Landesmuseum | 24 |
| Festival der Regionen | 14 |
| Oö. Stiftskonzerte | 13 |
| LKZ Ursulinenhof | 11 |
| Oö. Landesbibliothek | 9 |
| Neue Galerie - Lentos | 8 |
| Oö. Landesmusikschulwerk | 7 |
| Jugendtheater-Festival Schäckpir | 7 |
| OK - Zentrum f. Gegenwartskunst | 6 |
| Stadtwerkstatt | 5 |
| Oö. Kulturvermerke | 5 |
| Literaturzentrum Stifterhaus | 5 |
| Movimento | 4 |



Das Linzer Pflasterspektakel in der öö. Kulturlandschaft

Spezialauswertung der market Umfrage „Kultur in OÖ.“



Menschen aus dem Zentralraum schätzen die Bedeutung des Pflasterspektakels signifikant höher³⁸ ein. Dementsprechend wirkt sich auch die Wohnortgröße aus.³⁹ Die Bevölkerung aus dem Salzkammergut und der Pyhrn-Eisenwurzen sind gegenteiliger Meinung.⁴⁰ Alle anderen demografischen Merkmale haben keine beeinflussende Wirkung.

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Das Pflasterspektakel hat sich seit seinem Bestehen zu einer der wichtigsten und aus Sicht öö. Bevölkerung für unser Bundesland auch für das Image von Oberösterreich insgesamt sehr bedeutenden Kulturveranstaltung entwickelt. Vor allem Menschen aus dem Zentralraum, welche mit dem Festival wohl noch stärker in Berührung kommen, sind von dieser Meinung eher überzeugt.

Will man seitens der Pflasterspektakel-Organisation diese kulturelle Image-Wirkung in der Bevölkerung weiter steigern, so sollte dies vor allem in jenen Regionen Oberösterreichs passieren, welche geografisch weiter vom Zentralraum entfernt liegen.

³⁸ $r = .24^{**}$ (99% Signifikanz)

³⁹ $r = .13^{**}$ (995 Signifikanz)

⁴⁰ $r = -.22^{**}$ (995 Signifikanz)



6 Kulturelle Präferenzen der Pflasterspektakel-BesucherInnen

Eine weitere detaillierte Analyse soll darüber Aufschluss geben, *welche weiteren Kultureinrichtungen bzw. Kulturangebote BesucherInnen des Pflasterspektakels noch nutzen* und ob hier besondere Einzel-Zielgruppen aus den vielen Besucherschichten analysiert werden können. Dabei soll vor allem die Frage beantwortet werden, *welche Vorlieben die BesucherInnen des Festivals hinsichtlich weiterer Veranstaltungsbesuche haben bzw. wie ihre Freizeitbeschäftigung aussieht.*

6.1 Nutzung weiterer "spartenspezifischer" Kulturangebote

In einer *ersten Regressionsanalyse*⁴¹ soll die Besuchshäufigkeit verschiedener Kulturbereiche (von Theaterbesuchen über Musicals bis hin zu Lesungen und (Dia)Vorträgen) als Einflussmerkmale für einen *Besuch des Pflasterspektakels* genauer untersucht werden.

Als unabhängige Variablen gehen ein: die Besucheranzahl von Theateraufführungen, Kleinbühnen- und Kabarettveranstaltungen, Opern/Operetten, Musicals, klassische Konzerte, Volks- und Blasmusikkonzerte, Pop-, Rock- und Jazzkonzerte, Lesungen/Vorträge/Dia-Vorträge, Museen und Ausstellungen bildender Kunst, sowie andere Museen und Ausstellungen.

Das Modell ist zu 100% signifikant und hat eine Erklärungskraft von 21%. Das heißt, ein Besuch des Pflasterspektakels kann zu 21% mit diesen unabhängigen Variablen erklärt werden.

Tabelle 18: Spartenspezifische Besuchshäufigkeit der BesucherInnen des Pflasterspektakels

| Einflussmerkmal | partielle Korrelation | Signifikanz |
|--|-----------------------|-------------|
| Steigende Besucheranzahl von Kleinbühnen und Kabarettveranstaltungen | .11 | 100 |
| Steigende Besucheranzahl von Musicals | .08 | 99,2 |
| Steigende Besucheranzahl Museen und Ausstellungen bildender Kunst | .08 | 98,3 |
| Steigende Besucheranzahl von Theateraufführungen | .06 | 94,2 |
| Gesamtmodell: | | |
| Multiples R: 0,21; Signifikanz: 100 % | | |

⁴¹ Analyse verschiedener unabhängiger Variabler im Zusammenhang hinsichtlich ihres Einflusses auf die abhängige Variable (hier "Besuch des Pflasterspektakels")

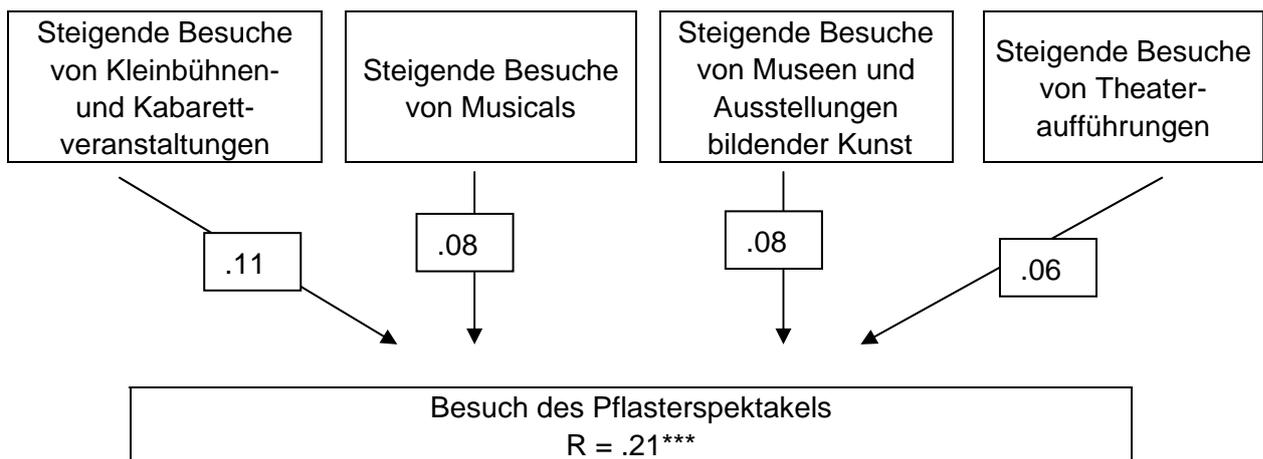


Die Ergebnisse der ersten Analyse zu Kulturinteressen des Pflasterspektakel-"Stammpublikums" (vgl. Kap. 2) werden hier bestätigt. BesucherInnen des Pflasterspektakels zeichnet demnach ein *allgemeines Interesse für Kleinbühnen- und Kabarettveranstaltungen* aus, ein Umstand, der sehr plausibel erscheint, entspricht doch die dargebotene Straßenkunst genau dieser Kultursparte. Der Einfluss ist am stärksten. Ähnlich kann auch der Einwirkung der höheren Besuchsanzahl von Musicals interpretiert werden. Kabarett-Musical-Festival war der Raum an Kulturpräferenzen, der auch mehr Interesse und "Engagement" für das Pflasterspektakel bedeutete.

Darüber hinaus zeigt sich jedoch hier, dass auch das *spezifische Theaterpublikum* signifikant eher angesprochen werden kann, also die inhaltliche Verbindung und *Einbindung des Pflasterspektakels in den Bereich "Straßentheater"* eine wichtige Komponente darstellt. Interessant ist aber auch das parallel vorhandene Interesse für Museen und Ausstellungen bildender Kunst unter den Pflasterspektakel-BesucherInnen.

Die o.a. Zusammenhänge sollen nunmehr in folgender Abbildung verdeutlicht werden:

Abbildung 2: Spartenspezifische Besuchshäufigkeit der BesucherInnen des Pflasterspektakels



R multipler Korrelationskoeffizient (***) Signifikanz 100 %)

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Es zeigt sich, dass das Pflasterspektakel über seinen Charakter als Event- und Breitenkultur-Ereignis hinaus in bestimmten spezifischen Kulturpräferenzen verankert ist: für das öö. Theaterpublikum ist es in diesem Sinn auch ein Theaterereignis, das eine sonst in der öö. Theaterlandschaft wenig präsente Sparte zugänglich macht (Straßentheater), und für die an bildender Kunst Interessierten hat es auch den Charakter eines Kunstereignisses (z.B. durch Angebote, die in den Bereich der Performance reichen).

Für die Programmierung kann dies bedeuten, verstärkt KünstlerInnen und Künstler aus diesen Bereichen (Straßentheater, Performance) einzubeziehen.



6.2 Besuchspräferenzen anderer öö. Kulturangebote

In einem nächsten Analyseschritt wurden die signifikanten Eigenschaftsmerkmale der BesucherInnen hinsichtlich der *Nutzung weiterer öö. Kultureinrichtungen* in einer Regression eruiert. Die Besuche bzw. Nichtbesuche in allen im Bundesland abgefragten Kultureinrichtungen und Kulturangeboten sind hier als unabhängige Variable in die Berechnung eingegangen. Durch Voranalysen wurden die jeweils signifikanten Items herausgearbeitet.

Die Erklärungskraft der unabhängigen Variablen beträgt hier 49%. Die anschließende Tabelle zeigt die Einflussfaktoren und deren Einflussstärke auf den Besuch des Pflasterspektakels, wobei die jeweils erstgenannten bedeutender sind.

Tabelle 19: Signifikante Besuchspräferenzen der BesucherInnen des Pflasterspektakels

| Einflussmerkmal | partielle Korrelation | Signifikanz |
|---|-----------------------|-------------|
| Besuch Klangwolke | .32 | 100 |
| Besuch Posthof | .29 | 100 |
| Besuch Ars Electronica Center | .07 | 98,2 |
| Besuch Schlossmuseum | .06 | 93,6 |
| Nichtbesuch der Oö. Kulturvermerke | -.08 | 98,9 |
| Gesamtmodell: | | |
| Multiples R: 0,49; Signifikanz: 100% | | |

Es überrascht wenig, dass das Pflasterspektakel und die Klangwolke (trotz nicht näherer Spezifizierung ist hier in erster Linie von der visuellen Klangwolke die Rede) ähnliche Publikumsgruppen ansprechen. Mit einer positiven partiellen Korrelation von .32 ist deutlich ablesbar, wie stark der Veranstaltungsbesuchs beider Großereignisse Hand in Hand gehen.

Auch Posthof-BesucherInnen sind signifikant häufiger beim Festival zu Gast. Dies verwundert wenig, werden im Posthof eine Vielzahl an Kleinkunst- und Kabarettveranstaltungen angeboten. Hierbei handelt es sich sicherlich auch, wenn auch nicht ausschließlich um die jüngeren Zusehergruppen.

BesucherInnen des Pflasterspektakels zeichnet ferner ein vorhandenes Elektronik- und Medieninteresse aus. Hierfür spricht der signifikante Einfluss des Ars Electronica Centers, wobei hier die Einflussgröße nicht mehr ganz so hoch ist. Auch in diesem Faktor spielt das jüngere Alter sicherlich eine gewisse Rolle.

Bei den im Abschnitt 4.5 ermittelten Interessensfaktoren wurden für den Bereich Event- und Breitenkultur neben dem Pflasterspektakel, auch die Klangwolke, die Landesausstellung, das Festival der Regionen und das Schlossmuseum zusammengefasst. Klangwolke und Schlossmuseum können auch in dieser Regressionsanalyse hinsichtlich der Besuchspräferenzen als signifikante Einflussgrößen ausforscht werden. Die Zusammenhänge zum Festival der Regio-

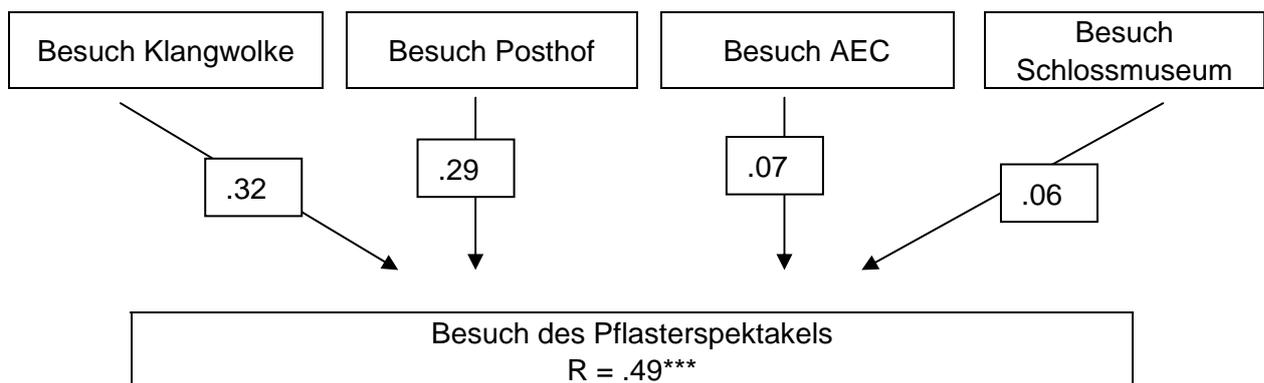


nen und zur Landesausstellung sind zwar gegeben, dürften den BesucherInnen des Pflasterspektakels jedoch nicht direkt bewusst sein.

Zum *negativen Einfluss der Oö. Kulturvermerke in Gmunden* ist anzuführen, dass dieses Angebot sicherlich eine sehr starke regionale Wirkung hat. Hier haben weniger Art und Inhalt einen Einfluss, sondern eher der Ort bzw. die Region, in der die Veranstaltung stattfindet.

Grafisch lassen sich die positiven Einflüsse folgendermaßen darstellen:

Abbildung 3: Positive Einflussbereiche auf den Besuch des Pflasterspektakels



R multipler Korrelationskoeffizient (***) Signifikanz 100 %)

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: OberösterreicherInnen, welche das Pflasterspektakel besuchen, nutzen signifikant häufiger die angeführten Kultureinrichtungen und –veranstaltungen: Klangwolke, Posthof, AEC, Schlossmuseum.

Diese Einrichtungen kommen daher aus Orte verstärkter Informations- und Vorbereitungsarbeit sowie auch als eventuelle Kooperationspartner in Frage.

6.3 Weitere Freizeit- und Kulturinteressen

Ein weiteres Regressionsmodell soll *Freizeitbeschäftigungen* herausheben, welche sich auf den Besuch bzw. den Nichtbesuch des Pflasterspektakels auswirken. Dadurch können genaue Aussagen darüber gemacht werden, welchen Vorlieben die BesucherInnen in ihrer Freizeit nachgehen.

Die unabhängigen, in das Modell einfließenden Variablen wurden aus vorangegangenen Analysen ermittelt. Die Erklärungskraft der unabhängigen Variablen beträgt hier 29%, bei einer Signifikanz von 100%. Grundsätzlich ergeben die Berechnungen sehr wenige signifikante Freizeitinteressen, die allesamt eine geringe Zusammenhangsstärke aufweisen. Dies liegt sicherlich daran, dass das Festival eine breite Publikumsschicht anspricht, die eine Vielzahl an Freizeitinteressen hat. Dennoch zeigt sich, dass diese vor allem in die Richtung darstellende (Event-)Kultur gehen.



Tabelle 20: Freizeitaktivitäten, welche den Besuch des Pflasterspektakels positiv beeinflussen

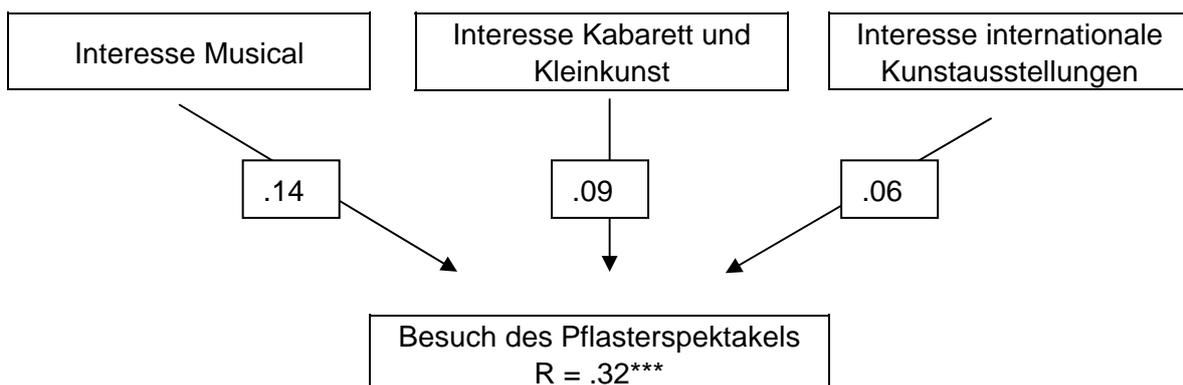
| Einflussmerkmal | partielle Korrelation | Signifikanz |
|-------------------|-----------------------|-------------|
| Ins Musical gehen | .09 | 99,6 |
| Ins Kino gehen | .08 | 98,8 |
| Ins Theater gehen | .08 | 98,4 |

Neben den bereits vorher erfassten, das Pflasterspektakel-Interesse oder den Pflasterspektakel-Besuch beeinflussenden Kulturpräferenzen (Theater, Musical) wird hier als *weiterer "affiner" Bereich des Kultur- und Freizeitverhaltens das Kino* sichtbar. Dieses höhere Interesse für Kino ist erneut dadurch zu erklären, dass Kino eine Freizeitbeschäftigung darstellt, welche in einer sehr breiten Bevölkerungsschicht beliebt ist und das Pflasterspektakel ein Festival für eine große Publikumsschicht ist. Außerdem will Kino (und hier speziell die großen Kinocenter) immer wieder auch ein Eventerlebnis mitverkaufen.

In einem nächsten Schritt ging es darum, herauszufinden, ob für ZuseherInnen des Pflasterspektakels neben dem oben herangezogenen tatsächlichen Besuch bestimmte kulturspezifische Interessensbereiche eher ausgeprägt sind (dies wurde in der öö. Kulturstudie neben der Teilnahmehäufigkeit gesondert erhoben). Dazu wurden in einem Regressionsmodell alle abgefragten *Interessen an Kultursparten* als unabhängige Variablen herangezogen.

Als signifikant positiv wirkte sich – neben den bereits bekannten Bereichen Musicals, Kabarett und Kleinkunst – das *Interesse für internationale Kunstausstellungen* aus.

Abbildung 4: Interessensbereiche als pos. Einflussfaktoren auf den Pflasterspektakel-Besuch



R multipler Korrelationskoeffizient (***) = 100 % signifikant)



Das Linzer Pflasterspektakel in der öö. Kulturlandschaft

Spezialauswertung der market Umfrage „Kultur in OÖ.“



Dieses Interesse an "internationalen Kunstausstellungen" ist in seiner Verbindung zu Pflasterspektakel in zweierlei Hinsicht interpretierbar:

- viele internationale Kunstausstellungen haben inzwischen auch den Charakter eines Ereignisses der Event- und Breitenkultur bekommen und ziehen längst auch Besucherschichten über den kleineren Kreis der an zeitgenössischer Kunst Interessierten hinaus an;
- Der eigentliche Kreis der Kunstkenner und –liebhaber ist zum "kulturellen Omnivore" (Allesfresser) geworden, der die Biennale in Venedig ebenso goutiert wie das Pflasterspektakel, noch dazu wenn sich immer wieder Elemente spielerischer Kunst (Performance, Pantomime) in das Pflasterspektakel-Angebot mischen.

Dieser interessante Aspekt (Verbindung Kunstinteresse – Pflasterspektakel) wird weiter unten noch näher analysiert (vgl. Kap. 8)

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Die Bandbreite an kulturellen Interessen, die für das Pflasterspektakel von Bedeutung sein können, wurde durch diese Analysen nochmals erweitert und schließt nun das Kino ebenso ein wie "internationale Kunstausstellungen". Dies unterstreicht nochmals nachdrücklich den Breitenkultur-Charakter des Pflasterspektakels.

Kinos als Informationskanäle rücken dadurch für die OrganisatorInnen ins Blickfeld. Das Kunstinteresse weist nochmals auf die Möglichkeiten einer Öffnung für Angebote bildender Kunst im öffentlichen Raum (Performances) hin und könnte auch weitergehende Kooperationen sinnvoll erscheinen lassen ("Tage des offenen Ateliers" zur Pflasterspektakel-Zeit?)



7 Das allgemeine kulturelle Angebot in Linz und OÖ. aus Sicht der Pflasterspektakel-BesucherInnen

Zwei Hinweise aus der Erhebung der Kulturstudie sollen in diesem Abschnitt genauer untersucht werden. Einerseits die Beurteilung der Informiertheit über die Angebote von Kultur und Kunst in unserem Bundesland und andererseits die Zufriedenheit mit dem kulturellen Angebot in der Heimatgemeinde, wobei hier spezifischere Aussagen für die Bevölkerung von Linz gemacht werden sollen.

7.1 Beurteilung der Informiertheit über Angebote von Kunst und Kultur aus Sicht der Pflasterspektakel-BesucherInnen

Hier soll der Grad an Informiertheit im Vergleich von BesucherInnen und Nicht-BesucherInnen des Pflasterspektakels einerseits und von Linz und ganz OÖ. andererseits untersucht werden.

Tabelle 21: Informiertheit BesucherInnen und Nicht-BesucherInnen/ OÖ & Linz (in %, N=1035)

| | BesucherInnen des Pflasterspektakels | | Nicht-BesucherInnen des Pflasterspektakels | |
|--------------------------|---|------|---|------|
| | OÖ | Linz | OÖ | Linz |
| Sehr gut informiert | 12,3 | 7,5 | 10,5 | 16,9 |
| Gut informiert | 45,8 | 53,3 | 43,1 | 49,2 |
| Weniger gut informiert | 34,2 | 30,8 | 35,3 | 29,2 |
| Gar nicht gut informiert | 7,7 | 8,4 | 11,1 | 4,6 |
| Mittelwert | 2,37 | 2,40 | 2,45 | 2,22 |

In Bezug auf die Zufriedenheit über die Informationen lassen sich für OÖ. zwischen den BesucherInnen und Nicht-BesucherInnen keine signifikanten Unterschiede feststellen. Die Mittelwerte betragen 2,37 für die BesucherInnen und 2,45 für die Nicht-BesucherInnen. Beide Personengruppen fühlen sich somit über das kulturelle Angebot in unserem gleich gut informiert.

Auch für Linz sind hier keine signifikanten Unterschiede feststellbar. Interessant ist jedoch, dass sich die BesucherInnen des Pflasterspektakels in Linz selbst doch ein wenig schlechter über Angebote informiert fühlen. Der Mittelwert für diese Personengruppe beträgt in Linz 2,40. Im Vergleich dazu kann für die Nicht-BesucherInnen ein Wert von 2,22 errechnet werden.



7.2 Beurteilung der kulturellen Angebote der Heimatgemeinde aus Sicht der Pflasterspektakel-BesucherInnen im Vergleich

Tabelle 22: Zufriedenheit mit kulturellem Angebot in Heimatgemeinde (in %, N=1035)

| | BesucherInnen des Pflasterspektakels | | Nicht-BesucherInnen des Pflasterspektakels | |
|---------------------|---|------|---|------|
| | OÖ | Linz | OÖ | Linz |
| Sehr zufrieden | 16,7 | 22,9 | 12,3 | 21,5 |
| Zufrieden | 56,7 | 63,8 | 53,6 | 56,9 |
| Weniger zufrieden | 20,1 | 10,5 | 22,5 | 13,8 |
| Gar nicht zufrieden | 6,5 | 2,9 | 11,6 | 7,7 |
| Mittelwert | 2,16 | 1,93 | 2,33 | 2,08 |

Tabelle 22 zeigt die Zufriedenheitswerte der BesucherInnen und Nicht-BesucherInnen in Linz und OÖ, wobei sich ein leicht signifikanter Unterschied für OÖ feststellen lässt. ZuseherInnen des Pflasterspektakels sind mit den kulturellen Angeboten in ihrer öö. Heimatgemeinde etwas zufriedener.⁴² Die Mittelwerte weichen etwas deutlicher von einander ab.

In Linz lassen sich zwischen den BesucherInnen und Nicht-BesucherInnen zwar keine signifikanten Unterschiede in Hinblick auf die Zufriedenheit mit dem Kulturangebot feststellen. Dies liegt sicherlich daran, dass das Angebot in Linz ohnehin sehr reichhaltig ist und für alle Interessengruppen etwas dabei ist. Dementsprechend weichen die Mittelwerte auch kaum von einander ab. Die Linzer Bevölkerung ist somit zufrieden.

Hervorzuheben ist jedoch, dass die Linzer BürgerInnen und Bürger, die das Pflasterspektakel besuchen, den insgesamt höchsten Zufriedenheitsgrad mit dem kulturellen Angebot in ihrer Heimatgemeinde unter allen OberösterreicherInnen aufweisen.

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Die öö. Bevölkerung im Allgemeinen und die Linzer EinwohnerInnen im Besonderen sind hinsichtlich Informiertheit betroffen, aber auch vorhandenem Kulturangeboten zufrieden. Große wesentliche Unterschiede zwischen den BesucherInnen des Pflasterspektakels und den Nicht-BesucherInnen können nicht eruiert werden. Für ganz Oberösterreich kann gesagt werden, dass BesucherInnen mit den kulturellen Veranstaltungen und Einrichtungen etwas höhere Zufriedenheitswerte aufweisen.

In Linz, wenn auch nicht signifikant, fühlen sich die BesucherInnen interessanterweise etwas schlechter über die kulturellen Aktivitäten informiert. Dies bezieht sich jedoch nicht direkt auf das Pflasterspektakel, sondern auf alle Angebote.

Als Erfolgsindikator ist die Tatsache, dass Linzer Pflasterspektakel-BesucherInnen diejenigen sind, die mit dem Kulturangebot in ihrer Heimatgemeinde am zufriedensten sind.

⁴² $r = -.10^{**}$ (99% Signifikanz)



8 Das Pflasterspektakel im Kontext der Einstellungstypen zu Kunst in Oberösterreich

Die Kulturstudie-Daten ermöglichen eine allgemeine Typologisierung der Einstellungen der Bevölkerung zur Kunst. Die Befragten wurden gebeten zu verschiedenen Aussagen ihre Zustimmung oder Ablehnung kundzutun. Mittels Faktorenanalyse können nun gemeinsame Antworttendenzen errechnet werden, die letztlich vier Einstellungstypen ergeben, die sich sehr schön voneinander abgrenzen lassen.

8.1 Die allgemeinen Faktoren der Kunsteinstellung

Abbildung 5: Faktoren der Einstellungen zur Kunst

| Faktor | Bezeichnung | dazugehörige Kulturausgaben |
|--------|-------------------------------|---|
| 1 | „Kunst als Bereicherung“ | <ul style="list-style-type: none"> • Ich kann mit Kunst viel anfangen, Kunst interessiert mich. • Kunst ist ein positives Signal für mein Lebensgefühl. • Kunst hat für die Gesellschaft eine größere Bedeutung als oberflächlich erkennbar. • Kunst verschönert das Leben. • Kunst dient dem persönlichen Genuss. • Kunst fördert notwendige soziale Kontakte. • Kunst ist notwendig für die Persönlichkeitsbildung. • Kunst ist das Salz in der Suppe des Lebens. |
| 2 | „Moderner Kunstbegriff“ | <ul style="list-style-type: none"> • Kunst provoziert und bewegt die Gesellschaft. • Kunst muss nicht „schön“ sein, aber wirkungsvoll. • Um ihre Funktion zu erfüllen, müssen Kunst und Künstler frei sein. • L'art pour l'art: Kunst muss nur sich selbst genügen. |
| 3 | „Kunst als Wirtschaftsfaktor“ | <ul style="list-style-type: none"> • Kunst schafft Arbeitsplätze. • Kunst ist wichtig für Oberösterreich. • Kunst ist eine gute Möglichkeit, Touristen nach Oberösterreich zu bringen. |
| 4 | „Kunstferne“ | <ul style="list-style-type: none"> • Kunst ist etwas für ältere Menschen. • Ich kann mit Kunst wenig anfangen, Kunst interessiert mich eher weniger. • Der Kunst wird zu viel Bedeutung beigemessen. |

Faktor „Kunst als Bereicherung“

Dieser Faktor beschreibt jene Menschen, die in der Beschäftigung mit Kunst in erster Linie eine Bereicherung für sich selbst und die Gesellschaft sehen. Kunst ist hat somit eine positive Bedeutung und die Funktion der Kunst besteht in der Verschönerung des Lebens. Der Fragebogen enthält eine ganze Reihe von Bemerkungen, die zu diesem Faktor zu zählen sind.

Typische Aussage mit der höchsten Faktorladung: „Kunst ist ein positives Signal für mein Lebensgefühl“.



Faktor „Moderner Kunstbegriff“

Die Aussagen bewegen sich um das Thema „Kunst als Provokation“ innerhalb der Gesellschaft und die Freiheit der Kunst. Hier gruppieren sich somit völlig konträre Meinungen als zuvor, wo noch auf die Schönheit der Kunst hingewiesen wurde.

Typische Aussage mit der höchsten Faktorladung: *„L'art pour l'art: Kunst muss nur sich selbst genügen.“*

Faktor „Kunst als Wirtschaftsfaktor“

Im Vordergrund steht der ökonomische Aspekt der Kunst und die Meinung, Kunst trägt dazu bei, einerseits Arbeitsplätze zu schaffen, andererseits den Standort Oberösterreich auch wirtschaftlich zu stärken.

Typische Aussage mit der höchsten Faktorladung: *„Kunst ist eine gute Möglichkeit, Touristen nach Oberösterreich zu bringen.“*

Faktor „Kunstferne“

Unter Oberösterreichs Bevölkerung lassen sich natürlich auch kunstferne Menschen finden, die tendenziell jenen Aussagen zugestimmt haben, die sich um diesen Faktor gruppieren. Kunst wird so gut wie keiner Bedeutung zugemessen und ist für die Betroffenen nicht interessant.

Typische Aussage mit der höchsten Faktorladung: *„Der Kunst wird zu viel Bedeutung beigemessen.“*

8.2 Zahlenmäßige Schätzung der vier Einstellungstypen

In einem nächsten Schritt soll nun erörtert werden, wie viele Menschen in unserem Bundesland zu den einzelnen Einstellungstypen zu zählen sind bzw. welche Meinungen hierzulande den größten Zuspruch finden.

Der Grad der Zustimmung wurde durch die Summenbildung errechnet und steigt, je mehr Einzelaussagen des Faktors bejaht wurden. Wer beispielsweise sechs der acht möglichen Items des Faktors „Kunst als Bereicherung“ beigepflichtet hat, stimmt dem Faktor stärker zu, als Personen, die nur ein oder zwei Aussagen getätigt haben.

Tabelle 24 zeigt den Grad der Zustimmung zu den einzelnen Einstellungstypen, wobei die Meinung, Kunst diene als Wirtschaftsfaktor den größten Zuspruch in unserem Bundesland erhält. 28,7% haben hierfür große und 53,7% eine mittlere Zustimmung.

Der zweitwichtigste Einstellungstyp vertritt die Meinung, Kunst diene als persönliche und gesellschaftliche Bereicherung. Insgesamt 52,5% pflichten diesem Faktor stark bis mittel bei.

13,7% der OberösterreicherInnen assoziieren Kunst mit einer gesellschaftskritischen Funktion und tendieren daher sehr zum modernen Kunstbegriff.



Tabelle 23: Zuspruch zu den Einstellungstypen (in Prozent, N = 1035)

| Faktor | Zustimmung | | |
|-----------------------------|------------|--------|-------|
| | groß | mittel | wenig |
| Kunst als Wirtschaftsfaktor | 28,7 | 53,7 | 17,6 |
| Kunst als Bereicherung | 18,6 | 33,9 | 47,4 |
| Moderner Kunstbegriff | 13,7 | 46,7 | 39,6 |
| Kunstferne | 1,4 | 43,7 | 55,0 |

Erfreulich ist, dass nur 1,4% der Bevölkerung in unserem Bundesland mit Kunst absolut nichts zu tun hat bzw. zu tun haben will und allen Aussagen des Faktors „Kunstferne“ voll und ganz zustimmen.

8.3 Einstellungen der Pflasterspektakel-BesucherInnen zu Kunst

Nun soll die Frage beantwortet werden, ob BesucherInnen des Pflasterspektakels einem dieser vier Einstellungstypen eher zugeneigt sind oder nicht.

Nach Berechnung der Korrelationen sind BesucherInnen eher davon überzeugt, Kunst sei eine Bereicherung⁴³ und sie diene als Wirtschaftsfaktor⁴⁴. Sie sind auf jeden Fall nicht als Kunstferne⁴⁵ zu bezeichnen. Die Korrelationskoeffizienten, so viel sei dazu gesagt, sind allerdings nicht all zu hoch.

Zur genaueren Darstellung dient die Mittelwertanalyse. Wie in der Beschreibung der allgemeinen Faktoren in Abbildung 5 ersichtlich, ergeben sich die einzelnen Faktoren aus mehr oder weniger Einzeldimensionen. Der Faktor „Kunst als Bereicherung“ etwa setzt sich aus insgesamt 8 Items zusammen, „Kunst als Wirtschaftsfaktor“ fasst drei Aussagen zusammen.

Die Mittelwertanalyse gibt nun Auskunft darüber, welche durchschnittliche Position die BesucherInnen bzw. Nicht-BesucherInnen des Pflasterspektakels hinsichtlich der einzelnen Einstellungstypen einnehmen. Je näher der Mittelwert an die Gesamtpunktzahl heran rückt, umso stärker ist die Zustimmung zu dieser Einstellung. Je weiter weg der Mittelwert liegt, desto geringer ist die Zustimmung.

Für den Faktor „Kunst als Bereicherung“ ist Tabelle 24 wie folgt zu lesen: Von insgesamt 8 möglichen Nennungen, die eine sehr hohe Zustimmung zum Einstellungstyp bedeuten, liegt der Mittelwert der Festival-BesucherInnen bei 3,35. Sie stimmen diesem Faktor also eher mittelmäßig zu. Dennoch weisen die Nicht-BesucherInnen eine noch geringere Zustimmung auf.

Die Einstellung, Kunst sei ein Wirtschaftsfaktor, wird von den Festival-BesucherInnen im Vergleich zu den anderen ebenfalls etwas stärker vertreten und bewegt sich im vorderen Mittelfeld. Gleiches gilt auch für den modernen Kunstbegriff.

⁴³ $r = .08^*$ (95% Signifikanz)

⁴⁴ $r = .09^{**}$ (99% Signifikanz)

⁴⁵ $r = -.07^*$ (95% Signifikanz)



Das Linzer Pflasterspektakel in der öö. Kulturlandschaft

Spezialauswertung der market Umfrage „Kultur in OÖ.“



Auch VertreterInnen eines "modernen" Kunstbegriffs sind ein wenig (jedoch nicht signifikant) stärker unter den BesucherInnen zu finden.

Kunstferne finden sich etwas häufiger unter den Nicht-BesucherInnen, wobei der Anteil der tatsächlich Kunstfernen in unserem Bundesland ohnehin sehr gering ist.

Tabelle 24: Einstellungstypen der Pflasterspektakel-BesucherInnen (in Prozent, N = 1035)

| | Gesamtpunkte | BesucherInnen des Pflasterspektakels | Nicht-BesucherInnen des Pflasterspektakels |
|-----------------------------|--------------|--------------------------------------|--|
| Kunst als Bereicherung | 8 | 3,35 | 2,95 |
| Kunst als Wirtschaftsfaktor | 3 | 1,83 | 1,62 |
| Moderner Kunstbegriff | 4 | 1,17 | 1,06 |
| Kunstferne | 3 | 0,52 | 0,63 |

Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation: Auch im Hinblick auf die Einstellungen der Pflasterspektakel-Besucher hinsichtlich der verschiedenen Einstellungstypen zur Kunst ("Kunstbegriffe") zeigt sich, dass hier eine eindeutige Zielgruppe ausgeforscht werden kann: diejenigen, die Kunst als umfassende soziokulturelle Bereicherung empfinden. Diese Bereicherung scheint auch durch das Pflasterspektakel entsprechend erreicht zu werden.

Darüber hinaus vertreten die BesucherInnen auch eher den Standpunkt, dass Kunst als Wirtschaftsfaktor Bedeutung hat.



9 Das Pflasterspektakel und seine BesucherInnen im Überblick

Wichtige Ergebnisse und ihre möglichen Konsequenzen für die OrganisatorInnen des Kulturereignisses sind bereits jeweils im Anschluss an die einzelnen Kapitel als "Fazit für die Pflasterspektakel-Organisation" hervorgehoben.

Abschließend sollen nochmals die wichtigsten Gesamtergebnisse und die Eigenschaften der BesucherInnen des Pflasterspektakels zusammengefasst und eher deskriptiv dargestellt werden. Wie nun mehrfach erwähnt, gibt es für das Festival keine eindeutige Zielgruppe, im Gegenteil, es wird durch die Kulturveranstaltung eine breite Bevölkerungsschicht angesprochen. Diese Nachricht ist aus unserer Sicht sehr erfreulich, will man mit diesem Festival doch dem Aspekt „Kultur für alle“ gerecht werden.

Trotzdem kann die Spezialauswertung dazu beitragen, zusätzliches Potenzial innerhalb verschiedenen Bevölkerungsgruppen genauer zu analysieren. Die Ergebnisse sollen nun nochmals im Überblick gebündelt werden:

- **Hohe allgemeine Bekanntheit und Reichweite**

Das Pflasterspektakel weist einen Bekanntheitswert von 79% auf und eine Reichweite unter den Kennern von 39%. Damit liegt das Festival im Vergleich zu anderen Kulturveranstaltungen und –einrichtungen an vorderster Position.

Aus den Berechnungen geht hervor, dass das Spektakel von 339.156 Personen in den letzten 12 Monaten besucht worden ist. Diese Zahl stimmt mit den offiziellen Angaben (rund 200.000) nicht überein und kann nur dadurch erklärt werden, dass viele Personen zum Befragungszeitpunkt (Dezember 2002) nicht nur das Spektakel von 2002, sondern auch jenes des Vorjahres im Sinn hatten. Daraus lässt sich aber ableiten, dass gut 100.000 BesucherInnen regelmäßig zum Pflasterspektakel kommen und als Stammpublikum bezeichnet werden können. Die übrigen 220.000 Personen bilden offenbar ein Reservoir, von denen jedoch nicht jedes Jahr alle als ZuseherInnen kommen, sondern nur, wenn die äußeren Umstände es zulassen.

- **Höchster Besucheranteil aus dem Zentralraum**

Die Bevölkerung aus dem Zentralraum kann all eine der wenigen Zielgruppen definiert werden. Hier lebende Personen kennen und besuchen das Pflasterspektakel signifikant häufiger. Dementsprechend hat auch die Wohnortgröße einen positiven Einfluss.

Auffällig ist auch der hohe Kenneranteil im Mühlviertel, wobei hier sicherlich die Pendler ausschlaggebend sind, dass so viele Personen das Straßenkunstfestival kennen.

In den Regionen Salzkammergut / Pyhrn-Eisenwurzen und Innviertel / Hausruck ist das Pflasterspektakel den BewohnerInnen signifikant seltener ein Begriff und wird auch dementsprechend seltener besucht. Jeweils nur ein Viertel der Bevölkerung war als Besucher zu Gast. Hier sich sicherlich davon auszugehen, dass die geografische Distanz ein wichtiger Grund für die geringere Teilnahme ist.



Zur Wohnortgröße ist noch anzumerken, dass sehr wohl auch Personen aus kleineren Gemeinden immer wieder zum Festival kommen. Es ist also nicht ausschließlich eine Veranstaltung für den dichter besiedelten Zentralraum.

- **Jüngere Menschen und Frauen eine Spur häufiger zu Gast**

Jüngere Menschen bis 30 Jahre können für einen Besuch beim Pflasterspektakel signifikant häufiger zu einem Besuch aktiviert werden, wobei hier der Korrelationskoeffizient nicht all zu hoch ist.

Ähnliche Tendenzen zeigen sich auch beim Geschlecht. Unter den Zusehern sind etwas mehr Frauen zu finden.

- **Bildungsniveau und familiäre Verhältnisse haben keinen Einfluss auf Besuch**

Auch wenn PflichtschulabsolventInnen leichter zu mobilisieren sind, ist es völlig gleichgültig über welches Bildungsniveau Menschen verfügen, das Pflasterspektakel spricht alle Personen relativ gleich an. Ebenfalls keinen signifikanten Einfluss haben die Personenanzahl oder Kinder im Haushalt. Das Festival spricht sowohl Familien, als auch Menschen ohne Kinder gleich stark an. Auch innerhalb den Familien lässt sich keine besondere Zielgruppe eingrenzen.

- **Hohes Interessenspotenzial**

51,2% der öö. Bevölkerung geben an, Interesse am Pflasterspektakel zu haben. Immerhin haben 53% dieser Personen das Festival auch tatsächlich besucht. Mit diesem Mobilisierungswert steht das Pflasterspektakel im Vergleich zu allen anderen Kulturangeboten erneut an der Spitze.

Interessant ist, dass Frauen signifikant stärkeres Interesse zeigen, die Reichweite unter den interessierten Frauen jedoch nur etwas höher ist, als unter den Männern.

Hinsichtlich des Alters lassen sich keine deutlichen Unterschiede nachweisen, dennoch weisen Personen bis 50 Jahre eine Spur mehr Interesse für das Pflasterspektakel auf. Von diesen Personen nehmen die 15 – 29-Jährigen am aktivsten am Geschehen teil. Nicht zu unterschätzen sich aber auch die plus-50-Jährigen, die zwar insgesamt weniger Interesse aufweisen, deren Reichweite jedoch etwas über dem Durchschnitt liegt.

Als wichtigste Einflussvariablen hinsichtlich des Interessenspotenzials erweisen sich erneut die Region und die Wohnortgröße. Menschen aus den Zentralraum bzw. Gemeinden mit höheren Einwohnerzahlen haben signifikant mehr Interesse und finden sich häufiger unter den ZuseherInnen. Für Personen aus dem Mühlviertel gilt, dass sie zwar Interesse haben, Interessenten jedoch seltener kommen. BewohnerInnen aus den Regionen Salzkammergut / Pyhrn-Eisenwurzen und Innviertel / Hausruck haben weder signifikant hohes Interesse, noch kommen sie häufiger zum Festival.

- **Das Pflasterspektakel – die typische Veranstaltung der Event- und Breitenkultur**

Mittels Faktorenanalyse wurden die Interessenspotenziale aller in Oberösterreich abgefragten Kultureinrichtungen und Kulturveranstaltungen zu verschiedenen Faktoren gebündelt. Dabei zeigt sich, dass das Pflasterspektakel als die typische Veranstaltung für Event- und Breitenkul-



tur angesehen wird. Andere zu diesem Faktor zählende Kulturangebote sind die Linzer Klangwolke, die Landesausstellung, das Festival der Regionen und das Schlossmuseum. Diese Angebote haben gemeinsam, dass sie trotz unterschiedlicher Konzepte verschiedene Bevölkerungsgruppen auf breiter Ebene und mit alltagsnahen Erlebnisformen ansprechen.

In Bezug auf das Ausmaß des Interesses an Event- und Breitenkultur in Oberösterreich zeigen 21% der Bevölkerung starkes und weitere 55% mittleres Interesse. Somit ist dieser Interessensfaktor nach dem Elektronik- und Medieninteresse der zweit stärkste in unserem Bundesland.

- **Das Pflasterspektakel – eines der bedeutendsten Kulturangebote**

48% der OberösterreicherInnen sind der Ansicht, das Pflasterspektakel sei eine Kulturveranstaltung, welche über die Grenzen des Bundeslandes hinaus attraktiv ist. Das Festival nimmt im Vergleich zu anderen hinter Klangwolke, Brucknerhaus und Ars Electronica Festival den vierten Rang ein und ist als ein sehr bedeutendes Angebot anzusehen.

- **Kulturspezifische Präferenzen der Pflasterspektakel-BesucherInnen**

Ein Besuch des Pflasterspektakels geht mit der steigenden Besuchshäufigkeit von Kleinbühnen- und Kabarettveranstaltungen, Musicals, Theateraufführungen und auch dem häufigeren Besuch von Museen und Ausstellungen bildender Kunst einher. Dies ist relativ einfach erklärbar, weil einerseits das Festival sehr stark auf Kabarett und auch (Straßen-)Theater abzielt. Musicals haben vermutlich deswegen Einfluss, weil sie im Musiktheaterbereich den wohl am stärksten Event behafteten Charakter aufweisen. Interessant ist aber auch das vorhandene Interesse an Ausstellungen und Museen bildender Kunst.

Hinsichtlich der Nutzung weiterer öö. Kultureinrichtungen erweisen sich der Besuch der Klangwolke, des Posthofes, des Ars Electronica Centers und des Schlossmuseums als signifikant positiv. Als negativer Einfluss konnte der Besuch der öö. Kulturvermerke eruiert werden.

- **Freizeitbeschäftigungen der Pflasterspektakel-BesucherInnen**

Kino-, Theater- und Musicalbesuche stehen in der Gunst der BesucherInnen des Pflasterspektakels ganz oben, wobei Musical und Theater erneut aus den bereits genannten Gründen beeinflussende wirken. Das Interesse für Kino lässt dadurch erklären, dass Kino eine Freizeitbeschäftigung darstellt, welche in einer sehr breiten Bevölkerungsschicht beliebt ist und das Pflasterspektakel ein Festival für eine große Publikumsschicht ist.

Als signifikante Interessensbereiche, die im weitesten Sinn der Kultur zugeordnet werden können, können als Einflussfaktoren das Interesse für Musicals, Kabarett und Kleinkunst, sowie für internationale Kunstaustellungen ermittelt werden.

- **Das kulturelle Angebot aus Sicht der Pflasterspektakel-BesucherInnen**

OberösterreicherInnen, gleichgültig ob sie BesucherInnen des Pflasterspektakels sind oder nicht, beurteilen die Informationen über Angebote aus dem Kunst- und Kulturbereich relativ gleich gut. Lediglich in Linz, wenn auch nicht signifikant, fühlen sich die BesucherInnen etwas schlechter informiert.



Das Linzer Pflasterspektakel in der oö. Kulturlandschaft

Spezialauswertung der market Umfrage „Kultur in OÖ.“



In Bezug auf die Beurteilung des kulturellen Angebotes der Heimatgemeinde lässt sich feststellen, dass BesucherInnen mit diesen etwas zufriedener sind. Der signifikante Unterschied zeigt sich jedoch nur in gesamt Oberösterreich, für Linz trifft dies nicht zu. Hier sind beide Gruppen gleich zufrieden.

- **Das Pflasterspektakel im Kontext der Einstellungstypen**

Die Frage, ob BesucherInnen des Pflasterspektakels einer der vier ermittelten Einstellungstypen zur Kunst stärker zugeneigt sind, kann leider nicht positiv beantwortet werden. Durch diese Faktoren kann keine eindeutige Zielgruppe ausgeforscht werden. BesucherInnen neigen zwar eher dazu, Kunst als eine Bereicherung zu sehen bzw. meinen, sie diene als Wirtschaftsfaktor, aber die Korrelationskoeffizienten sind nicht sehr hoch. Die Zustimmung zu den einzelnen Faktoren ist also mehr oder weniger gegeben, es gibt jedoch unter den Festival-BesucherInnen keine hohe Zustimmung zu einem bestimmten Faktor. Als Grund dafür ist sicherlich die breite Besucherschicht zu nennen, welche durch das Festival angelockt wird



10 Verzeichnisse

10.1 Tabellenverzeichnis

| | |
|--|----|
| Tabelle 1: Der Stellenwert von ausgewählten Kultursparten (in Prozent, N = 1035)..... | 5 |
| Tabelle 2: Der Stellenwert von ausgewählten Kultursparten bei InteressentInnen des Pflasterspektakels im Vergleich zu allen Befragten (in Prozent, N = 530) | 6 |
| Tabelle 3: Spezifische Reichweite v. öö. Kultureinrichtungen & -veranstaltungen im Vergleich | 8 |
| Tabelle 4: Kenner und Reichweite des Pflasterspektakels in den einzelnen Regionen | 9 |
| Tabelle 5: Reichweite des Pflasterspektakels nach Wohnortgröße (in %, N = 801)..... | 11 |
| Tabelle 6: Reichweite Pflasterspektakel nach Altersgruppen & Geschlecht (in %, N = 810) | 12 |
| Tabelle 7: Reichweite des Pflasterspektakels nach Schulabschluss (in %, N = 808)..... | 12 |
| Tabelle 8: Reichweite des Pflasterspektakels nach Personen im Haushalt (in %, N = 813) | 13 |
| Tabelle 9: Reichweite des Pflasterspektakels nach familiären Verhältnissen (in %, N = 805) | 14 |
| Tabelle 10: Reichweite des Pflasterspektakels nach Alter der Kinder (in %, N = 805)..... | 15 |
| Tabelle 11: Interesse und Reichweite bei öö. Kultureinrichtungen & –veranstaltungen (in %, gesamt Oberösterreich, N=33 - 530) | 17 |
| Tabelle 12: Interesse & Reichweite Pflasterspektakel n. Alter & Geschlecht (in%, N=526-530)..... | 18 |
| Tabelle 13: Interesse & Reichweite Pflasterspektakel n. Region & Ortsgröße (in%, N=94-518) | 19 |
| Tabelle 14: Faktoren des Interesses an öö. Kulturangeboten | 21 |
| Tabelle 15: Ausmaß des Interesses: landesweite Faktoren (in %, N = 1035) | 24 |
| Tabelle 16: Einschätzung der Attraktivität von ausgewählten öö. Kultureinrichtungen und -veranstaltungen über die Grenzen hinaus (in Prozent, gesamt OÖ, N=1035) | 25 |
| Tabelle 17: Spartenspezifische Besuchshäufigkeit der BesucherInnen des Pflasterspektakels..... | 27 |
| Tabelle 18: Signifikante Besuchspräferenzen der BesucherInnen des Pflasterspektakels | 29 |
| Tabelle 19: Freizeitaktivitäten, welche Besuch des Pflasterspektakels positiv beeinflussen | 31 |
| Tabelle 20: Informiertheit BesucherInnen & Nicht-BesucherInnen/ OÖ & Linz (in %, N=1035) | 33 |
| Tabelle 22: Zufriedenheit mit kulturellem Angebot in Heimatgemeinde (in %, N=1035) | 34 |
| Tabelle 24: Zuspruch zu den Einstellungstypen (in Prozent, N = 1035) | 37 |
| Tabelle 25: Einstellungstypen der Pflasterspektakel-BesucherInnen (in Prozent, N = 1035) | 38 |

10.2 Abbildungsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Abbildung 1: Darstellung der Bekanntheit und Nutzung des Pflasterspektakel..... | 7 |
| Abbildung 2: Spartenspezifische Besuchshäufigkeit der BesucherInnen des Pflasterspektakels..... | 28 |
| Abbildung 3: Positive Einflussbereiche auf den Besuch des Pflasterspektakels..... | 30 |
| Abbildung 4: Interessensbereiche als pos. Einflussfaktoren auf den Pflasterspektakel-Besuch..... | 31 |
| Abbildung 5: Faktoren der Einstellungen zur Kunst..... | 35 |