Ergebnisbericht zur Publikumsbefragung am Theater für Niedersachsen in der Spielzeit 2018 / 2019

verfasst von Moritz Steinhauer M.A.

Universität Hildesheim

Universität Hildesheim

Stand: 18. Februar 2020

Inhaltsverzeichnis

1 Zentrale Ergebnisse....3
2 Forschungsdesign....5
2.1 Zielsetzung und Forschungsfragen....5
2.2 Erhebungswellen und Durchführung der Befragung....5
2.3 Rücklauf, Reflexion der Erhebung und Auswertung....6
3 Demografische Daten der Befragten....9
4 Genutzte Informationsmedien....12
5 Zeitpunkt der Besuchsentscheidung....14
6 Besuch in Begleitung....15
7 Initiation des Besuchs....15
8 Besuchshäufigkeit der Sparten des TfN....16
8.1 Besuch der Sparte Kinder- & Jugendtheater von Eltern....18
8.2 Überschneidung der Publika....18
9 Bekanntheit anderer Angebote des TfN....20
10 Besuchshäufigkeit anderer Theater in der Region....21
11 Erwartungen an einen Theaterbesuch....22
12 Theater als selbstverständlicher Teil des kulturellen Lebens....23
13 Interesse für andere kulturelle Freizeitaktivitäten....24
14 Image des TfN....25
15 Bekanntheit und Nutzung von Rabatten....26
16 Positives und negatives Feedback – Auswertung der offenen Antworten....27
16.1 Lob und positive Nennungen des Publikums....27
16.1.1 Programm....28
16.1.2 Mitarbeitende....30
16.1.3 Atmosphäre....31
16.1.4 Persönliche Aspekte....32
16.1.5 Qualität....33
16.1.6 Service / Preise....33
16.1.7 Zusatzangebote....35
16.1.8 Allgemein positiv....35
16.2 Wünsche und Verbesserungsvorschläge des Publikums....36
16.2.1 Bauliches / Technisches....36
16.2.2 Wünsche an das Angebot....37
16.2.3 Externe Faktoren....39
16.2.4 Qualität....41
16.2.5 Service / Preise....42
16.2.6 Programm....43
16.2.7 Werbung / Kommunikation....44
16.2.8 Atmosphäre....44
16.2.9 Publikumsbefragung....44
17 Ergänzende Auswertungen....45
17.1 Anteil der Befragten mit Abonnement nach Sparten....45
17.2 Besuchshäufigkeit der Sparten nach Nutzung von Ermäßigungsangeboten....45
17.2.1 TheaterCard....45
17.2.2 Theaterscheckheft....46
17.2.3 Last-Minute-Tickets....47
17.2.4 Montags-Spezial (2 für 1)....47
17.3 Bekanntheit anderer Angebote des TfN in Abhängigkeit vom Wohnort....48
17.4 Wohnort der Befragten mit und ohne Abonnement....49
18 Tabellenanhang....50
19 Tabellenverzeichnis....55
20 Abbildungsverzeichnis....57
21 Erhebungsinstrument....58

Vorbemerkungen zum Ergebnisbericht

Die Prozentangaben im Text sind – soweit nicht anders angegeben – stets gültige Prozente (ohne fehlende Werte) und in den Tabellen und Diagrammen jeweils auf eine Dezimalstelle gerundet. Im Fließtext sind die Prozentangaben auf volle Zahlenwerte gerundet. Alle Angaben beziehen sich somit nur auf die Daten der Befragten, welche die jeweiligen Fragen auch beantwortet haben.

Die Angabe „n“ entspricht der Fallzahl, die Angabe „N“ der Anzahl der Antworten.

1 Zentrale Ergebnisse

Auf Basis der 1169 ausgewerteten Fragebögen können über die Befragten folgende Aussagen getroffen werden:

- Das Durchschnittsalter lag mit 57 Jahren über dem der Hildesheimer Bevölkerung (44 Jahre) und unterschied sich in den einzelnen Sparten, in denen erhoben wurde, um bis zu acht Jahre: In den Musicalaufführungen waren die Befragten im Schnitt 53 Jahre alt, in den Schauspielaufführungen 57 Jahre alt und in den Opernaufführungen lag das Durchschnittsalter bei 61 Jahren.
- 39 % gaben an, ein Abonnement zu besitzen. Sie waren mit durchschnittlich 65 Jahren deutlich älter als Befragte ohne Abonnement (51 Jahre).
- 44 % gaben an, in Hildesheim zu wohnen, 30,5 % kamen aus dem Landkreis Hildesheim. Rund 2/3 der Befragten waren weiblich. Der Großteil der Befragten besaß einen hohen Bildungsabschluss. Der Großteil der Befragten gab an, volljährige (55 %) oder keine Kinder (33 %) zu haben. Rund 5 % hatten nach eigenen Angaben einen Migrationshintergrund. 97 % waren deutsche StaatsbürgerInnen.
- Die drei am häufigsten genannten Informationswege waren (insofern die Veranstaltung nicht ohnehin Teil eines Abonnements war) die gedruckten Spielpläne des TfN, Empfehlung von nahestehenden Personen und die Webseite des TfN.
- Die Besuche wurden überwiegend langfristig geplant und erfolgen selten allein: rund 18 % hatten sich innerhalb einer Woche vor der Aufführung für einen Besuch entschieden, bei den Befragten ohne Abonnement lag der Wert bei 26 %. Nur 7 % besuchten die Veranstaltungen allein, der überwiegende Anteil besuchte die Aufführung mit PartnerIn (42 %), FreundInnen (24 %) oder Familienmitgliedern (23 %).
- Die Besuchshäufigkeit in den Sparten Schauspiel, Oper & Operette und Musical lag bei den Befragten überwiegend im Bereich von zwei bis fünf Besuchen in den vergangenen 24 Monaten. Bemerkenswert ist, dass dies sowohl für die Befragten mit, als auch ohne Abonnement gilt!
- Viele Zusatzangebote des TfN waren den Befragten nicht bekannt bzw. wurden nicht besucht. Ausnahmen stellten die Exklusivangebote für AbonnentInnen, der Theatergarten sowie Matineen und Einführungen dar.
- Gleiches gilt für die Ermäßigungen, die das TfN anbietet: Mit Ausnahme der rabattierten Karten für AbonnentInnen gaben jeweils über 40 % der Befragten an, die anderen Ermäßigungen nicht zu kennen, wobei die Befragten mit Abonnement besser über die Ermäßigungen informiert waren.
- Rund 70 % gaben an, in den vergangenen 24 Monaten, private Theater und freie Gruppen in der Region Hildesheim sowie das Staatsschauspiel Hannover nicht besucht zu haben. Bei den anderen genannten Theatern waren die Besuchszahlen noch geringer. 42 % gaben sogar an, keines der genannten Theater besucht zu haben.

- Mit jeweils über 70 % waren die drei wichtigsten Erwartungen an einen Theaterabend, dass die Befragten ein Live-Ereignis erleben möchten, eine Darbietung auf hohem Niveau sehen wollen und etwas mit Bekannten, Freunden, Partnern oder der Familie unternehmen möchten.
- Der überwiegende Teil der Befragten bezeichnete Theater als selbstverständlichen Teil ihres Lebens.
- Unter allen Befragten hatte die Freizeitaktivität „Kabarett / Comedy“ den stärksten Zuspruch. Das Interesse an anderen kulturellen Freizeitaktivitäten ist altersabhängig: jüngere Befragte interessierten sich eher für Blockbuster-Kino, den Besuch von Clubs und Tanzveranstaltungen und Rock- / Pop-Konzerte, während sich Ältere eher für Kunstausstellungen, Lesungen und Filmkunst-Kino interessierten.
- In Hinblick auf seine Inszenierungen wurde das TfN weder als besonders konventionell, noch besonders innovativ wahrgenommen und auch auf der Skala experimentell bis werktreu tendierten die Befragten zum mittleren Wert. Zugleich wurde das TfN jedoch als eher unterhaltsam beschrieben, sowie als „auf Augenhöhe mit der Stadt“ befindlich, „zur Diskussion anregend“ und „entspannend“ wahrgenommen.

2 Forschungsdesign

2.1 Zielsetzung und Forschungsfragen

Im Rahmen eines Forschungs-Seminars (Wintersemester 18/19) an der Universität Hildesheim wurde in Kooperation mit dem TfN eine Publikumsbefragung durchgeführt, um mehr über die Zusammensetzung der Publika der einzelnen Sparten herauszufinden und deren Image vom Theater zu erfragen.

Inhalte der Befragung waren unter anderem die folgenden Themengebiete:

- „**Rund um den Besuch**“ mit Fragen zur Besuchshäufigkeit unterschiedlicher Sparten, der Besuchsmotivationen und der Wahrnehmung von Zusatzangeboten (z. B. Vermittlungsangebote), sowie das Informationsverhalten der BesucherInnen und ihre Kenntnis und Nutzung von angebotenen Ermäßigungen
- **Freizeitverhalten**, differenziert nach Fragen zu anderen kulturellen Freizeitaktivitäten im Allgemeinen und dem Besuch anderer Theater und freien Gruppen in der Region im Speziellen
- **Image und Erwartungen**, mit einem Fokus auf die Wahrnehmung des TfN und Erwartungshaltungen, welche an einen Theaterbesuch gestellt werden
- Als **Demografische Daten** wurden Alter, Geschlecht, höchster Bildungsabschluss, Anzahl und Alter der eigenen Kinder, Migrationshintergrund, und der Besitz eines Abonnements abgefragt.

2.2 Erhebungswellen und Durchführung der Befragung

Es wurden im Rahmen der Entwicklung des Forschungsdesigns systematisch und spartenübergreifend Veranstaltungen ausgewählt, in denen das Publikum untersucht wurde. Dabei sollten sowohl Premieren als auch Repertoire-Aufführungen von unterschiedlichen Inszenierungen an unterschiedlichen Tagen (mit und ohne Rabattaktionen wie Last-Minute, mit und ohne Abo-Publikum, etc.) in die Auswahl aufgenommen werden. Der Erhebungszeitraum erstreckte sich (bedingt durch die Konzeption als Forschungs-Seminar) von Anfang Dezember 2018 bis Ende Januar 2019, wodurch sich auf Basis des Spielplans zehn Inszenierungen (jeweils drei in den Sparten Oper und Musical, sowie vier in der Sparte Schauspiel) herauskristallisierten, welche im Erhebungszeitraum untersucht werden konnten. Für jede Inszenierungen wurden – soweit dies möglich war – zwei Aufführungstage unter Berücksichtigung der oben genannten Anforderungen ausgewählt, an denen eine Befragung durchgeführt wurde, sodass an insgesamt 17 Erhebungstermine Daten erhoben wurden (siehe Tabelle 1).

Als Erhebungsinstrument wurde ein vierseitiger Papierfragebogen zum eigenständigen Ausfüllen eingesetzt, welcher es durch einen speziellen Code erlaubte, die eingereichten Bögen den einzelnen Erhebungswellen zuzuordnen. An den Erhebungsterminen wurden die Fragebögen vom Servicepersonal des TfN verteilt, welches zuvor eine Einweisung erhalten hatte und die Anweisung erhielt, allen BesucherInnen mit der Überreichung des kostenlosen Programmheftes einen Fragebogen auszuhändigen.

Unterstützt wurde das Servicepersonal von Studierenden des Forschungs-Seminars, welche sowohl bei der Verteilung der Bögen unterstützend tätig waren, als auch als AnsprechpartnerInnen für eventuelle Fragen bereitstanden. Die ausgefüllten Bögen konnten entweder direkt am Erhebungstag vor Ort oder zu einem späteren Zeitpunkt im Service-Center des TfN abgegeben werden. Alle Befragten hatten die Möglichkeit an der Verlosung von Theatergutscheinen teilzunehmen.

Tabelle 1: BesucherInnen, Erhobene Datensätze und Rücklauf je Erhebungswelle

#	Termin	Sparte	Inszenierung	Besu.	Bögen	Rückl.
1	Mi, 05.12.2018 19:30	Musical	Die Brücken am Fluss	463	118	25,5 %
2	Sa, 08.12.2018 19:30	Musical	Die Addams Family	586	94	16,0 %
3	So, 09.12.2018 19:00	Oper	Die Pantöffelchen (Pr.)	483	100	20,7 %
4	Mo, 10.12.2018 19:30	Schau.	Die unsichtbare Hand	343	88	25,7 %
5	So, 16.12.2018 16:00	Schau.	Gift. Eine Ehegeschichte	231	52	22,5 %
6	Mo, 17.12.2018 19:30	Musical	Die Addams Family	590	73	12,4 %
7	Do, 20.12.2018 19:30	Oper	Die Hochzeit des Figaro	398	75	18,8 %
8	Fr, 21.12.2018 19:30	Musical	Die Brücken am Fluss	371	61	16,4 %
9	Di, 25.12.2018 18:00	Schau.	Auf und davon	337	72	21,4 %
10	Do, 27.12.2018 19:30	Oper	Orpheus (Wi.)	486	87	17,9 %
11	So, 30.12.2018 16:00	Schau.	Nathan der Weise (Wi.)	480	42	8,8 %
12	Sa, 05.01.2019 19:30	Schau.	Gift. Eine Ehegeschichte	249	47	18,9 %
~~13~~	~~Di, 15.01.2019 19:30~~	~~Schau.~~	~~Die unsichtbare Hand~~	Keine Erhebung[1]		
14	Fr, 18.01.2019 19:30	Oper	Die Hochzeit des Figaro	474	47	9,9 %
15	Sa, 19.01.2019 19:00	Musical	Jasper in Deadland (Pr.)	572	64	11,2 %
16	So, 20.01.2019 19:00	Schau.	Auf und davon	510	72	14,1 %
17	Mi, 23.01.2019 19:30	Oper	Die Pantöffelchen	382	30	7,9 %
18	Do, 24.01.2019 19:30	Schau.	Die unsichtbare Hand	188	55	29,3 %
	Gesamt			**7143**	**1177**	**16,5 %**

2.3 Rücklauf, Reflexion der Erhebung und Auswertung

An den 17 Erhebungsterminen wurden insgesamt 1177 Fragebögen ausgefüllt, von denen 1169 ausgewertet werden konnten. Die Rücklaufquote lag bei 16,5 %, wobei in der Sparte Schauspiel, gemessen an den Besuchszahlen, deutlich mehr BesucherInnen an der Befragung teilnahmen (siehe Tabelle 2).

Aufgrund der baulichen Bedingungen des Foyers und durch das zum Teil stoßweise Ankommen des Publikums, gelang es nicht immer, allen Gästen Fragebögen auszuhändigen. Zudem entschieden sich vereinzelt Paare dafür, nur einen Fragebogen auszufüllen, Personen wollten den Fragebogen nicht ausfüllen oder nahmen ihn mit nach Hause, um ihn dort

1 Die Erhebung konnte aus organisatorischen Gründen an diesem Termin kurzfristig nicht stattfinden. Als Ersatz wurde Erhebungstermin 18 zusätzlich in das Forschungsdesign aufgenommen.

ggf. auszufüllen. Eine Vollerhebung konnte in diesem Sinne nicht realisiert werden. Das Publikum wurde darum gebeten, nur einmalig an der Befragung teilzunehmen. Da von den Befragten einerseits 39 % angaben ein Abonnement zu besitzen und dadurch zum Teil an mehreren Erhebungstagen die Vorstellungen besucht haben (siehe unten), andererseits aber auch ein großer Teil der Befragten ohne Abonnement angab, regelmäßig Veranstaltungen im TfN zu besuchen (siehe Tabelle 15), ist davon auszugehen, dass die Anzahl der BesucherInnen deutlich geringer ist als die Zahl der Besuche und der Anteil der Befragten innerhalb des Publikums somit deutlich höher ist, als dies der Rücklauf womöglich suggeriert.

Tabelle 2: Besucher, Erhobene Datensätze und Rücklauf nach Sparten

Sparte	Besuche	% aller Besuche	Datensätze	% aller Datensätze	Rücklauf
Musical	2582	36,1	407	34,8	15,9 %
Oper	2223	31,1	337	28,8	15,3 %
Schauspiel	2338	32,7	425	36,4	18,3 %
Gesamt	**7143**		**1169**		**16,5 %**

Überschneidungen des Publikums gab es – bedingt durch die Terminierung der Abonnements – bei folgenden Erhebungswellen:

- InhaberInnen des Premieren-Abos besuchten die Aufführungen von Die Pantöffelchen (So, 09.12.2018 19:00, #3) und Jasper in Deadland (Sa, 19.01.2019 19:00, #15)
- InhaberInnen des Mittwochs-Abos besuchten die Aufführungen von: Die Brücken am Fluss (Mi, 05.12.2018 19:30, #1) und Die Pantöffelchen (Mi, 23.01.2019 19:30, #17)
- InhaberInnen des Mini-Sonntags-Abos besuchten die Aufführungen von: Gift. Eine Ehegeschichte (So, 16.12.2018 16:00, #5) und Nathan der Weise (So, 30.12.2018 16:00, #11)
- InhaberInnen des Samstags-Abos besuchten die Aufführungen von: Die Addams Family (Sa, 08.12.2018 19:30, #2) und Gift. Eine Ehegeschichte (Sa, 05.01.2019 19:30, #12)

Bei allen oben genannten Terminen war der Anteil der Befragten mit Abonnement (sowohl absolut als auch relativ), die am zweiten Erhebungstermin an der Befragung teilnahmen, geringer als am ersten Erhebungstermin. Jedoch ließ sich diese Tendenz zum Teil auch bei den Befragten ohne Abonnement feststellen (siehe Schaubild 1).

Die Daten der Erhebung wurden mit SPSS 25 ausgewertet und für diesen Bericht entsprechend aufbereitet. Aufgrund der hohen Antwortausfälle und fehlerhafter Antworten bei Frage 5 (siehe Abschnitt 8) erschien die Auswertung einzelner Fragen in Hinblick auf die Besuchshäufigkeit nach Sparten nur bedingt hilfreich. Stellenweise wird daher die Sparte der Erhebungswelle (also die Sparte der Veranstaltung, in der die Daten erhoben wurden) als

Behelfskategorie verwendet. Dabei gilt es zu beachten, dass BesucherInnen, welche mehrere Aufführungen im Erhebungszeitraum besuchten, nur einer Publikumsgruppe zugeordnet werden können, nämlich der Sparte, in der von ihnen der Fragebogen ausgefüllt wurde. Aus diesem Grund ist auch eine differenzierte Betrachtung nach Befragten mit und ohne Abonnement an diesen Stellen sinnvoll. Stellenweise ließen sich – trotz dieses Kompromisses in der Auswertung der Daten – dennoch Unterschiede zwischen den einzelnen Sparten erkennen.

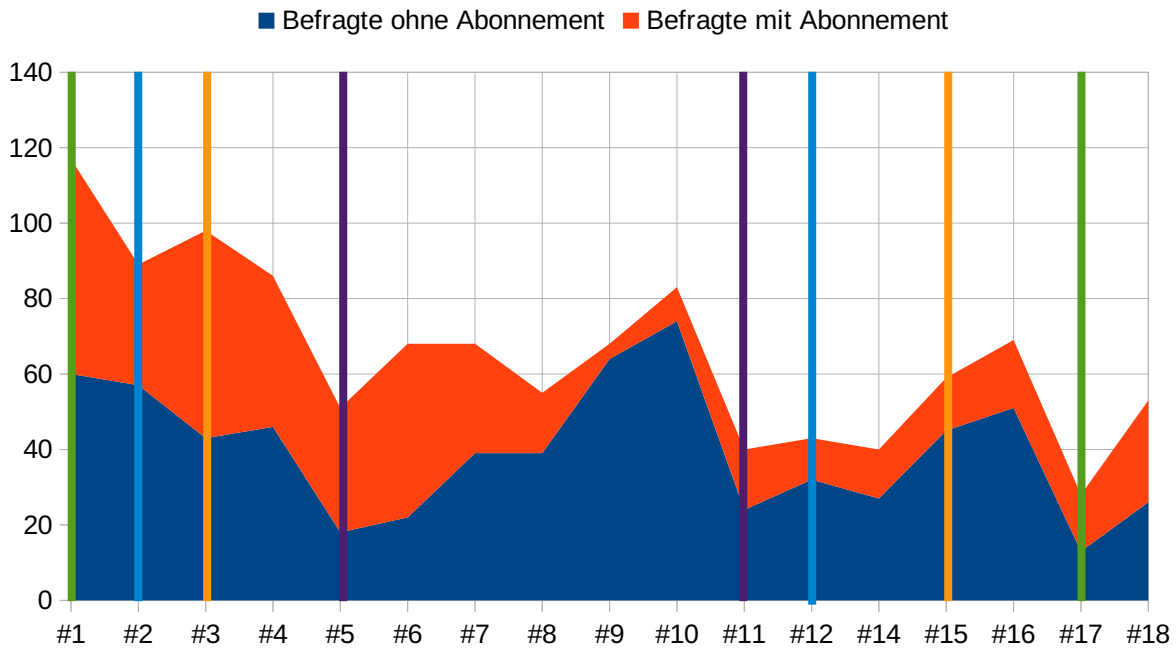

Schaubild 1: Summe der absoluten Anzahl der Befragten mit und ohne Abonnement an den einzelnen Erhebungsterminen. Die farbigen Balken markieren die Termine mit Überschneidungen im Abonnementpublikum.

3 Demografische Daten der Befragten

Das Durchschnittsalter (Arithmetisches Mittel) der Befragten betrug 56,8 Jahre, das mittlere Alter (Median) 59 Jahre. Die Altersspanne reichte von 12 bis 91 Jahren. Damit liegt das Durchschnittsalter der Befragten weit über dem der Hildesheimer Stadtbevölkerung, welches Ende 2017 43,5 Jahre betrug.

Das Musicalpublikum des TfN scheint im Vergleich zu den anderen Sparten das jüngste zu sein: Die Befragten der Musicalaufführungen waren mit 52,7 Jahren im Durchschnitt 8,5 Jahre jünger als die Befragten der Opernveranstaltungen (Durchschnittsalter 61,2 Jahre). Im Alters-Mittelfeld liegen die Befragten der Schauspielaufführungen mit einem Durchschnittsalter von 57,3 Jahren.

39 % der Befragten gaben an, ein TfN-Abonnement zu besitzen, weitere 7 % besaßen bereits ein TfN-Abonnement, welches sie in der Vergangenheit kündigten (siehe Tabelle 33 im Anhang). Das Durchschnittsalter der Befragten mit Abonnement lag mit 64,7 Jahren mehr als 13 Jahre über dem Alter der Befragten ohne Abonnement, welches im Schnitt bei 51,4 Jahren lag.

67 % der Befragten gaben an weiblich zu sein, 33 % gaben an männlich zu sein (siehe Tabelle 34 im Anhang).

Fast die Hälfte der Befragten (44 %) gaben an in Hildesheim zu wohnen, 30,5 % kamen aus dem Landkreis Hildesheim (siehe Tabelle 3).

7 % der Befragten besaßen einen niedrigen bzw. keinen Bildungsabschluss, 23 % hatten die Mittlere Reife erlangt, 22 % eine Fach- bzw. Hochschulreife und 40 % hatten einen Fach- bzw. Hochschulabschluss. Weitere 9 % der Befragten gaben an, sich noch in der Ausbildung zu befinden. Auch unter den (als nächstes) angestrebten Abschlüssen der sich in Ausbildung Befindlichen dominieren die höheren Bildungsabschlüsse (siehe Tabelle 4). Auffällig ist, dass unter den Befragten mit niedrigem und mittlerem Bildungsabschluss kaum Personen angaben, sich aktuell noch in der Ausbildung zu befinden und dass das Durchschnittsalter dieser Personen über dem aller Befragten liegt (siehe Tabelle 5). Dies lässt sich vermutlich dadurch erklären, dass diese Befragten einer Generation angehören, in der – aus heutiger Perspektive – niedrigere Bildungsabschlüsse zur gesellschaftlichen Normalität zählten.

Der Großteil der Befragten von 55 % gab an, ausschließlich volljährige Kinder zu haben, 7 % hatten ausschließlich minderjährige Kinder, 5 % sowohl voll- als auch minderjährige Kinder. 33 % gaben an, keine Kinder zu haben (siehe Tabelle 6). Zudem gab nur ein geringer Anteil der Befragten an, minderjährige Kinder unter 6 Jahren (2 %) bzw. zwischen 6 und 12 Jahren (3 %) zu haben (siehe Tabelle 7), was angesichts des hohen Altersdurchschnitts der Befragten und eventuell auftretender Betreuungsproblematiken plausibel ist.

Als letztes demografisches Datum wurde erhoben, ob die Befragten einen Migrationshintergrund besitzen, was anhand der Staatsangehörigkeit der Befragten bzw. ihrer Eltern ermittelt wurde. 97 % der Befragten gaben an, von Geburt an die deutsche Staatsbürgerschaft besessen zu haben (siehe Tabelle 8). Unter Einbeziehung der Angaben zur Staatsbürgerschaft der Elternteile, hatten 5 % der Befragten ein Migrationshintergrund (n=1101).

Tabelle 3: Verteilung der Wohnorte unter den Befragten (n=1105)

Wohnort	N	%
Hildesheim	491	44,4
Landkreis Hildesheim	337	30,5
Harsum	48	4,3
Nordstemmen	43	3,9
Holle	38	3,4
Bad Salzdetfurth	31	2,8
Giesen	29	2,6
Diekholzen	24	2,2
Sarstedt	22	2
Schellerten	20	1,8
Elze	15	1,4
Bockenem	14	1,3
Söhlde	14	1,3
Algermissen	14	1,3
Lamspringe	10	0,9
Gronau (Leine)	7	0,6
Alfeld	4	0,4
Eime	2	0,2
Duingen	2	0,2
Hannover	37	3,4
Laatzen	17	1,5
Pattensen	12	1,1
Hohenhameln	12	1,1
Salzgitter	10	0,9
Andere (<10 Nennungen)	192	17,4
Gesamt	**1105**	**100**

Tabelle 4: Verteilung der Bildungsabschlüsse unter den Befragten (n=1059)

Bildungsabschluss		noch in Ausbildung		Gesamt
		ja	nein	
keinen	Anzahl	1	5	6
	% der Gesamtzahl	0,1%	0,5%	0,6%
Volks-/ Hauptschulabschluss	Anzahl	1	64	65
	% der Gesamtzahl	0,1%	6,0%	6,1%
Realschulabschluss / Mittlere Reife	Anzahl	2	248	250
	% der Gesamtzahl	0,2%	23,4%	23,6%
Fachhochschulreife / Abitur	Anzahl	44	230	274
	% der Gesamtzahl	4,2%	21,7%	25,9%
Fach- / Hochschulabschluss	Anzahl	42	422	464
	% der Gesamtzahl	4,0%	39,8%	43,8%
Gesamt	Anzahl	90	969	1059
	% der Gesamtzahl	8,5%	91,5%	100,0%

Tabelle 5: Vergleich des Durchschnittsalters der Befragten nach Bildungsabschluss (Befragte mit abgeschlossener Ausbildung n=944)

Bildungsabschluss	N	Mittelwert Alter
keinen	5	26,4
Volks-/Hauptschulabschluss	61	68,6
Realschulabschluss / Mittlere Reife	242	62,6
Fachhochschulreife / Abitur	226	53,5
Fach- / Hochschulabschluss	410	59,4
Gesamt	**944**	**59,2**

Tabelle 6: Gruppierung der Befragten nach dem Alter ihrer Kinder (n=1098)

Altersgruppen Kinder	N	%
keine Kinder	367	33,4
nur minderjährige Kinder	81	7,4
nur volljährige Kinder	600	54,6
minderjährige und volljährige Kinder	50	4,6
Gesamt	**1098**	**100,0**

Tabelle 7: Anteil der Befragten mit Kindern unterschiedlichen Alters (n=1176, N=1098) (Mehrfachantwort möglich)

Alter der Kinder	N	%
Keine Kinder	367	31,2
Kind(er) unter 6 Jahren	26	2,2
Kind(er) zwischen 6 und 12 Jahren	39	3,3
Kind(er) zwischen 13 und 18 Jahren	94	8
Kind(er) über 18 Jahren	650	55,3
Gesamt	**1176**	**100**

Tabelle 8: Staatsangehörigkeit der Befragten (n=1107)

Staatsangehörigkeit	N	%
Von Geburt an Deutsch	1077	97,3
Deutsch aufgrund von Einbürgerung	13	1,2
Eine andere	7	0,6
Doppelte Staatsbürgerschaft	10	0,9
Gesamt	**1107**	**100**

4 Genutzte Informationsmedien

Frage 1 – „Auf welchem Weg haben Sie von der heutigen Aufführung erfahren?“ (Mehrfachantworten möglich.)

Die drei am häufigsten genannten Wege, auf denen die Befragten von der Aufführung erfuhren, waren (insofern die Veranstaltung nicht ohnehin Teil eines Abonnements war, was bei 25 % der Nennungen der Fall war) die gedruckten Spielpläne des TfN (16 %), Empfehlung von FreundInnen / Bekannten / Familie (14 %) und die Webseite des TfN (12 %) (siehe Tabelle 9). Filtert man die Befragten heraus, welche angaben ein Abonnement zu besitzen, verändert sich die Reihenfolge nur unwesentlich (siehe Tabelle 10).

Tabelle 9: Genutzte Informationsmedien der Befragten (n=1527)

Informationsmedium (Mehrfachantwort möglich)	N	%	% d. Fälle
Die Aufführung ist Teil meines Abonnements	377	24,7	32,5
gedruckte Spielpläne des TfN (z.B. Spielzeitheft, …)	247	16,2	21,3
Empfehlung von FreundInnen / Bekannten / Familie	213	13,9	18,4
Webseite des TfN	182	11,9	15,7
Zeitung (z.B. Hildesheimer Allgemeine)	143	9,4	12,3
Ich habe die Karten geschenkt bekommen	131	8,6	11,3
Plakate / Flyer des TfN	57	3,7	4,9
Online-Veranstaltungskalender (z.B. der Stadt Hi.)	41	2,7	3,5
Social-Media-Kanäle des TfN	23	1,5	2,0
Stadtmagazin (z.B. PUBLIC)	18	1,2	1,6
Anzeigenblatt (z.B. Huckup, Kehrwieder am Sonntag)	15	1,0	1,3
Rundfunk	8	0,5	0,7
andere	72	4,7	6,2
Gesamt	**1527**	**100,0**	**131,6**

Tabelle 10: Genutzte Informationsmedien der Befragten ohne Abonnement (n=1014)

Informationsmedium (Mehrfachantwort möglich)	N	%	% d. Fälle
gedruckte Spielpläne des TfN (z.B. Spielzeitheft, …)	199	19,6	27,3
Empfehlung von FreundInnen / Bekannten / Familie	187	18,4	25,7
Webseite des TfN	163	16,1	22,4
Ich habe die Karten geschenkt bekommen	125	12,3	17,2
Zeitung (z.B. Hildesheimer Allgemeine)	116	11,4	15,9
Plakate / Flyer des TfN	55	5,4	7,6
Online-Veranstaltungskalender (z.B. der Stadt Hi.)	38	3,7	5,2
Die Aufführung ist Teil meines Abonnements	22	2,2	3,0
Social-Media-Kanäle des TfN	19	1,9	2,6
Stadtmagazin (z.B. PUBLIC)	17	1,7	2,3
Anzeigenblatt (z.B. Huckup, Kehrwieder am Sonntag)	12	1,2	1,6
Rundfunk	7	0,7	1,0
andere	54	5,3	7,4
Gesamt	**1014**	**100,0**	**139,3**

Betrachtet man die genutzten Informationsmedien differenziert nach Altersgruppen – unter Ausschluss der Antwortoption „Die Aufführung ist Teil meines Abonnements“, welche in Schaubild 3 dargestellt wird – so lassen sich gewisse altersspezifische Tendenzen erkennen. Dabei gilt es zu beachten, dass den äußeren Altersgruppen nur sehr wenige Befragte zuzurechnen sind (siehe Schaubild 2).

Mit zunehmendem Alter gaben mehr Befragte an, sich über gedruckte Spielpläne und die Zeitung zu informieren, wohingegen die Informationsbeschaffung über die Webseite des TfN und die Social Media-Kanäle gegenläufig ist. Geschenkte Karten als Besuchsanlass wurden in allen Altersgruppen genannt, jedoch insbesondere die Gruppe der jungen Besucher (0-20 Jahre) wählte diese Antwortoption besonders oft – womöglich, da sie von anderen Personen, etwa ihren Eltern, zum Besuch eingeladen wurden.

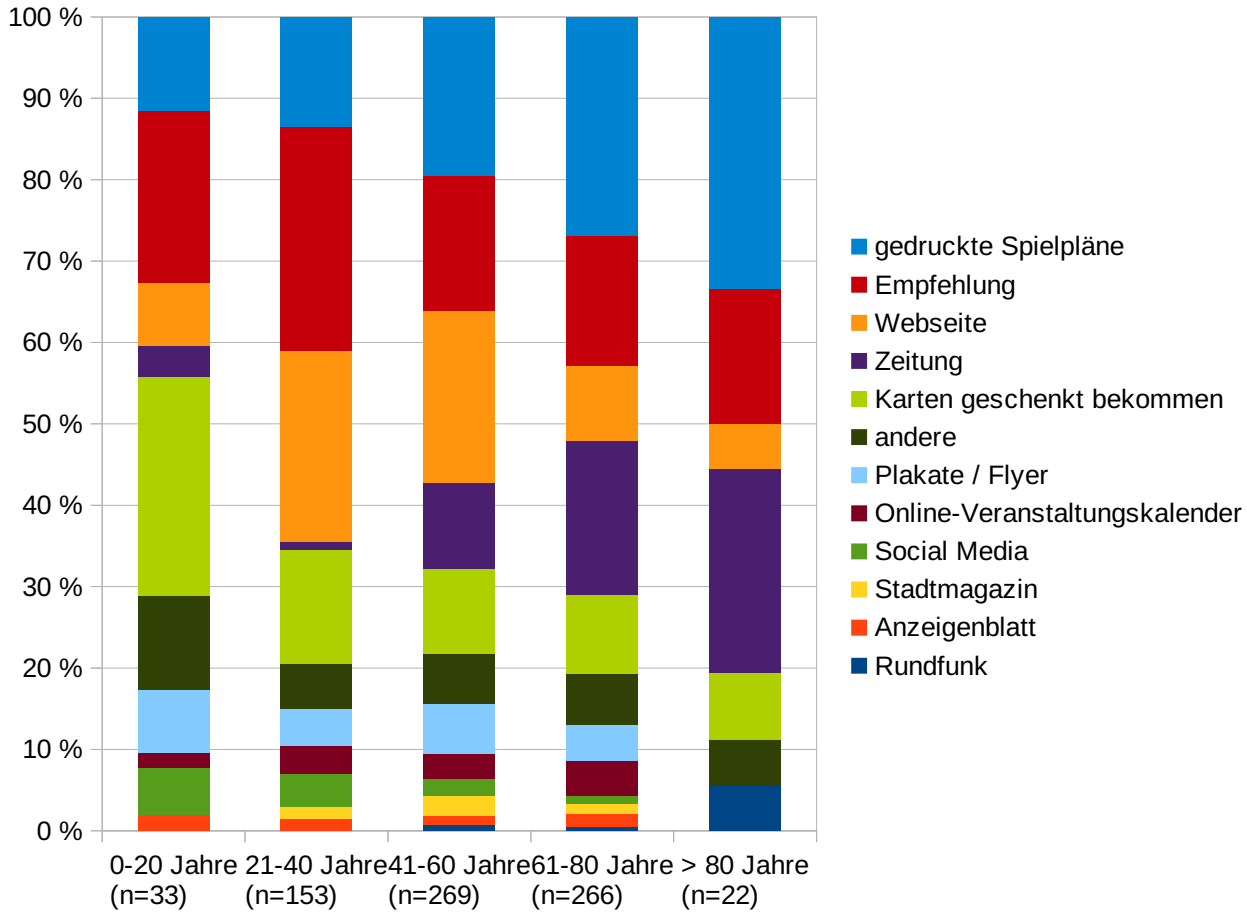

Schaubild 2: Genutzte Informationsmedien differenziert nach Altersgruppen, ohne die Antwortoption „Die Aufführung ist Teil meines Abonnements“.

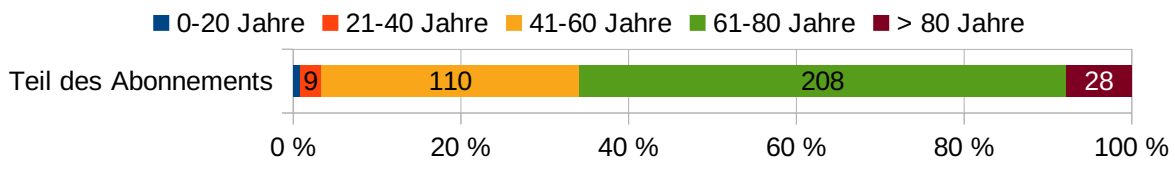

Schaubild 3: Absolute Anzahl der Befragten, die angaben, die Veranstaltung sei Teil ihres Abonnements, differenziert nach Altersgruppen. (n=358)

5 Zeitpunkt der Besuchsentscheidung

Frage 2 – „Wann haben Sie sich zum Besuch der heutigen Veranstaltung entschlossen?“

Die Mehrheit der Befragten gab an, ihre Besuche langfristig zu planen. Rund 37 % hatten sich bereits zu Beginn der Spielzeit (z. B. durch ein Abo) für die Veranstaltung entschieden und rund 46 % mit mehr als einer Woche Vorlauf vor der Veranstaltung. Immerhin rund 18 % hatten sich innerhalb einer Woche vor der Aufführung entschieden, darunter rund 5 % noch am Veranstaltungstag. Filtert man die Befragten heraus, welche angaben ein Abonnement zu besitzen, ergibt sich ein ähnliches Bild: auch hier gaben rund 26 % der Befragten an, innerhalb der letzten Woche bzw. am Veranstaltungstag die Besuchsentscheidung getroffen zu haben (siehe Tabelle 11).

Tabelle 11: Zeitpunkt der Besuchsentscheidung aller Befragten (n=1142) und der Befragten ohne Abonnement (n=715)

Zeitpunkt der Besuchsentscheidung	Alle Befragten		Befragte ohne Abo.	
	N	%	N	%
heute	51	4,5	46	6,4
in den vergangenen 7 Tagen	152	13,3	141	19,7
innerhalb der letzten 30 Tage	210	18,4	188	26,3
vor mehr als 30 Tagen	312	27,3	277	38,7
bereits zu Beginn der Spielzeit	417	36,5	63	8,8
Gesamt	**1142**	**100**	**715**	**100,0**

Die BesucherInnen, welche sich kurzfristig (innerhalb von 7 Tagen vor der Aufführung) für einen Besuch entschieden, waren mit einem Durchschnittsalter von 51,5 Jahren rund 5 Jahre jünger als das Gesamtpublikum (Durchschnittsalter: 56,8 Jahre). Die Art, wie sie von der Aufführung erfuhren, variierte jedoch im Vergleich zum Gesamtpublikum dahingehend, dass ein großer Teil das Stück empfohlen (24 %) oder Karten geschenkt bekommen hatte (18 %). Ansonsten dienten als Informationsquellen nahezu gleichberechtigt die Webseite des TfN (14 %), gedruckte Spielpläne (14 %) und Zeitungen (12 %) (siehe Tabelle 12, für die vollständige Auflistung siehe Tabelle 35 im Anhang).

Tabelle 12: Am häufigsten genutzte Informationsmedien der kurzentschlossenen BesucherInnen (Besuchsentscheidung innerhalb von 7 Tagen vor der Aufführung) (n=272)

Informationsmedium (Mehrfachantwort möglich)	N	%	% d. Fälle
Empfehlung von FreundInnen / Bekannten / Familie	65	23,9	32,0
Ich habe die Karten geschenkt bekommen	49	18,0	24,1
Webseite des TfN	39	14,3	19,2
gedruckte Spielpläne des TfN (z.B. Spielzeitheft, …)	38	14,0	18,7
Zeitung (z.B. Hildesheimer Allgemeine)	32	11,8	15,8
Plakate / Flyer des TfN	12	4,4	5,9
Sonstige Informationsmedien	37	13,5	18,3
Gesamt	**272**	**100,0**	**134,0**

6 Besuch in Begleitung

Frage 3 – „Besuchen Sie die heutige Aufführung allein oder in Begleitung?“ (Mehrfachantworten möglich.)

Nur ein geringer Teil der Befragten gab an, die Veranstaltung allein zu besuchen (7 %), der überwiegende Anteil besuchte die Aufführung mit PartnerIn (42 %), FreundInnen (24 %) oder Familienmitgliedern (23 %). Ein Besuch mit Arbeitskollegen oder in organisierten Gruppen wurde von sehr wenigen Befragten angegeben. Unter den Befragten, die angaben, kein Abonnement zu besitzen, variierte die Verteilung leicht: auch hier besuchte der größte Teil die Veranstaltung mit PartnerIn (37 %), wobei der Besuch mit Familienmitglieder (29 %) einen etwas höheren Stellenwert einnahmen als der Besuch in Begleitung von FreundInnen (22 %). Der Anteil der Befragten, die die Aufführung allein besuchten, lag bei rund 9 % (siehe Tabelle 13).

Tabelle 13: Besuchten die Befragten die Veranstaltung allein oder in Begleitung? (n=1264) Rechte Spalte: Befragte ohne Abonnement (n=791)

Besuch in Begleitung oder allein (Mehrfachantwort möglich)	Alle Befragten		Befragte ohne Abo.	
	N	%	N	%
allein	92	7,3	69	8,7
mit FreundInnen	305	24,1	175	22,1
mit Familienmitgliedern	294	23,3	230	29,1
mit PartnerIn	528	41,8	294	37,2
mit ArbeitskollegInnen	7	0,6	7	0,9
in einer organisierten Gruppe	18	1,4	6	0,8
sonstige	20	1,6	10	1,3
Gesamt	**1264**	**100**	**791**	**100**

7 Initiation des Besuchs

Frage 4 – „Wenn Sie heute mit einer anderen Person bzw. in einer Gruppe das TfN besuchen: Wer hat den Besuch initiiert?“

37 % der Befragten gaben an, sich für den Besuch gemeinsam mit ihrer Begleitung entschieden zu haben, 57 % gaben an, dass die Entscheidung von ihnen selbst (33 %) oder einer Begleitperson (24 %) getroffen wurde. 6 % gaben an, dass jemand anderes die Entscheidung getroffen habe (siehe Tabelle 14).

Tabelle 14: InitiatorIn des Besuchs am Erhebungstag (n=910)

InitiatorIn des Besuchs	N	%
ich	298	32,7
meine Begleitung	220	24,2
gemeinsame Entscheidung	334	36,7
jemand anderes	58	6,4
Gesamt	**910**	**100**

8 Besuchshäufigkeit der Sparten des TfN

Frage 5 – Wie häufig haben Sie in den vergangenen 24 Monaten (inkl. heute) Aufführungen der folgenden Sparten des TfN in Hildesheim besucht?

Bei der Frage nach der Besuchshäufigkeit der einzelnen Sparten des TfN ist eine hohe Anzahl von fehlenden Angaben auffällig (siehe Tabelle 36 im Anhang). Hierbei handelt es sich nicht allein um Befragte, die angaben, ein Abonnement zu besitzen (und womöglich nicht für alle Sparten die Besuche ankreuzen wollten)! Ob die fehlenden Antworten als Nicht-Besuch zu interpretieren sind, ist nicht klar, da eigentlich die Antwortoptionen „kein Besuch“ im genannten Zeitraum und „weiß nicht“ hätten gewählt werden können. Zudem wurde die Frage von einigen Befragten missverstanden. Abgefragt wurde die Besuchshäufigkeit inkl. des Besuchs der heutigen Veranstaltung. In jeder Sparte, in der erhoben wurde, gaben rund 50 Personen (etwa 14 %) an, bislang diese Sparte nicht besucht zu haben. Dies zeigt, dass der Fragetext für einen Teil der Befragten missverständlich war und sich somit nicht als zielführend erwiesen hat. Möglicherweise lässt sich auch die hohe Anzahl fehlender Werte dadurch begründen, dass die Frage für einige Befragte nicht verständlich war.

Dennoch zeigen die verfügbaren Daten eine klare Tendenz: die Befragten gaben für die Sparten Schauspiel, Oper und Musical mehrheitlich an, das TfN in den vergangenen 24 Monaten mehrfach besucht zu haben (siehe Schaubild 4). Für diese drei Sparten gaben jeweils über 40 % der Befragten an, 2- bis 5-mal Aufführungen der Sparte besucht zu haben. Hier läge die Vermutung nahe, dass dieser Teil der Antworten vorwiegend durch die AbonnentInnen beeinflusst wurde, doch wie aus Tabelle 15 ersichtlich wird, liegt auch bei den Befragten ohne Abonnement der Anteil derer, die angaben die Sparten 2- bis 5-mal besucht zu haben, zwischen 29 % und 32 %. Deutlicher zeigen sich die Unterschiede in der Besuchshäufigkeit zwischen Befragten mit und ohne Abonnement vielmehr in der Kategorie „6- bis 12-maliger Besuch“: während rund 5 % bis 8 % der Befragten ohne Abonnement angaben, die Sparten des TfN dementsprechend häufig zu besuchen, lag der Wert unter den AbonnentInnen zwischen 20 % und 35 %. Dass der Wert für die Sparte Schauspiel deutlich höher ist als für die Sparten Oper und Musical, kann vermutlich mit der Zusammenstellung der Abonnements erklärt werden.

Zwischen dem Publikum des Kinder- und Jugendtheaters und den Befragten existieren entsprechend der Angaben der Befragten nur wenige Überschneidungen: 76 % gaben an, in den vergangenen 24 Monaten keine Veranstaltungen dieser Sparte besucht zu haben, weitere 14 % gaben einen Besuch an. Auch die Überschneidung mit dem Publikum der vom TfN veranstalteten Konzerte ist gering: 62 % gaben an, im gegebenen Zeitraum keine Konzerte des TfN besucht zu haben (siehe Schaubild 4).

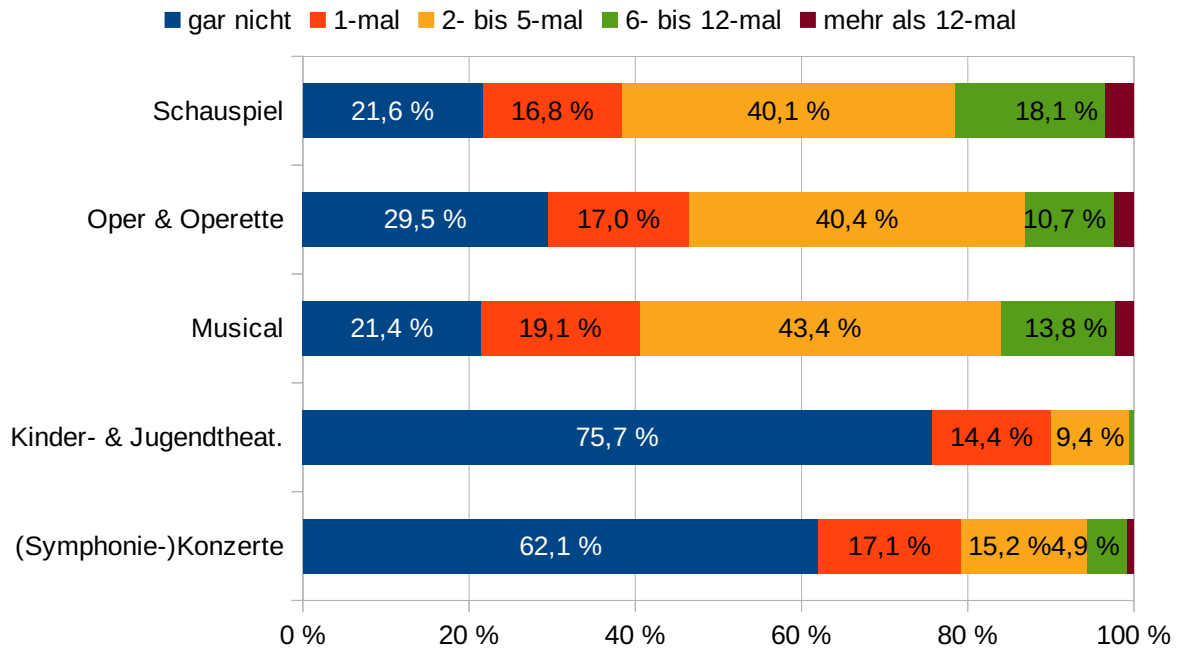

Schaubild 4: Besuchshäufigkeit der einzelnen Sparten des TfN

Tabelle 15: Besuchshäufigkeit der einzelnen Sparten des TfN innerhalb der Gruppe der Befragten mit und ohne Abonnement (Summe der Werte ergibt zeilenweise 100 %)

Sparte	Abo	gar nicht	1-mal	2- bis 5-mal	6- bis 12-mal	mehr als 12-mal
Schauspiel (n=966)	mit	1,8 %	7,2 %	51,5 %	34,6 %	4,9 %
	ohne	35,6 %	22,6 %	32,1 %	7,3 %	2,4 %
Oper & Operette (n=917)	mit	7,8 %	11,5 %	57,7 %	19,9 %	3,1 %
	ohne	44,1 %	20,2 %	28,9 %	4,8 %	2,0 %
Musical (n=949)	mit	3,4 %	13,2 %	59,7 %	22,4 %	1,3 %
	ohne	33,7 %	22,8 %	32,2 %	8,4 %	2,8 %
Kinder- & Jugend-theater (n=676)	mit	70,8 %	19,3 %	9,0 %	0,9 %	0 %
	ohne	78,3 %	12,0 %	9,3 %	0,5 %	0 %
(Symphonie-) Konzerte (n=762)	mit	47,0 %	22,6 %	19,4 %	8,8 %	2,1 %
	ohne	71,0 %	13,8 %	13,2 %	2,1 %	0 %

Interessant ist zudem, dass sich mittels Korrelationsanalyse (siehe Tabellen 37 bis 39 im Anhang) zeigen lässt, dass ein mittlerer positiver Zusammenhang[2] zwischen der Besuchshäufigkeit der Sparten Schauspiel (r_s=,391), Oper (r_s=,493) und Musical (r_s=,334) und der Besuchshäufigkeit von (Symphonie-)Konzerten besteht, wobei der Zusammenhang bei der Sparte Oper am stärksten ist. Betrachtet man nur die Befragten ohne Abonnement, so wird der Zusammenhang noch deutlicher: zwischen der Besuchshäufigkeit der Sparten Oper und (Symphonie-)Konzerte besteht ein hoher Zusammenhang von r_s=,507 (siehe Tabelle 38 im Anhang).

2 Mit steigender Besuchshäufigkeit in der einen Sparte geht also eine Steigerung der Besuchshäufigkeit in der anderen Sparte einher.

8.1 Besuch der Sparte Kinder- & Jugendtheater von Eltern

Von den wenigen Befragten, welche angaben, Kinder im minderjährigen Alter zu haben (n=81), beantworteten 63 auch die Frage nach der Besuchshäufigkeit der Sparte Kinder- & Jugendtheater. Insbesondere die Befragten mit Kindern im Alter unter 6 Jahren gaben überwiegend an, die Sparte nicht zu besuchen (15 von 21 Befragten). Befragte mit Kindern im Alter zwischen 6 und 12 hingegen besuchten mehrheitlich auch die Sparte Kinder- und Jugendtheatern: nur acht von 25 Befragten gaben an, keine Veranstaltung in den vergangenen 24 Monaten besucht zu haben. Befragte mit Kindern in der Altersgruppe zwischen 13 und 18 Jahren wiederum gaben wieder seltener an, derlei Veranstaltungen zu besuchen, jedoch gibt es auch hier Schnittmengen der beiden Publika (siehe Tabelle 16).

Tabelle 16: Besuchshäufigkeit der Sparte Kinder- und Jugendtheater von Befragten, die angaben minderjährige Kinder zu haben in absoluten Zahlen (n=63).

Alter der Kinder	gar nicht	1-mal	2- bis 5-mal	6- bis 12-mal
unter 6 Jahre (n=21)	15	3	3	0
6 bis 12 Jahre (n=25)	8	6	9	2
13 bis 18 Jahre (n=36)	23	7	6	0

8.2 Überschneidung der Publika

Um zu prüfen, inwiefern es Überschneidungen zwischen den Publika der einzelnen Sparten gibt, wird an dieser Stelle behelfsweise – wie in Abschnitt 2.3 thematisiert – auf die Informationen der Sparte der Erhebungswelle zurückgegriffen, um Überschneidungen der Publika, bzw. deren Abgrenzung voneinander, zu untersuchen. Ergiebiger wäre an dieser Stelle eine kombinierte Auswertung der Angaben zur Besuchshäufigkeit der einzelnen Sparten gewesen. Aufgrund der oben beschriebenen hohen Anzahl an Antwortausfällen und fehlerhaften Antworten, war dies jedoch nicht zielführend. Dennoch bleibt aufgrund der genannten Probleme auch diese Behelfslösung fehleranfällig, da die Angaben zum Nicht-Besuch ebenfalls von den hohen Antwortausfällen beeinflusst sein könnten. Die rot markierten Felder der Tabelle stellen dabei die fehlerhaften Daten dar.[3]

Tabelle 17 stellt den Anteil der Befragten ohne Abonnement dar, die angaben, die in der ersten Spalte aufgeführten Sparten des TfN in den vergangenen 24 Monaten nicht besucht zu haben, differenziert nach der Sparte der Erhebungswelle. Die angegebenen Prozentwerte beziehen sich dabei auf die Anzahl der Befragten der Sparte der Erhebungswelle, sodass im Umkehrschluss ersichtlich wird, wie viele Befragte die Sparte mindestens einmal besucht haben.

Die Daten zeigen beispielsweise, dass Befragte der Musicalaufführungen ohne Abonnement zu 60 % angaben, die Sparte Oper & Operette nicht besucht zu haben. Auch die Werte für den Nicht-Besuch der Sparte (Symphonie-)Konzerte sind mit 80 % vergleichsweise hoch.

3 Gefragt wurde nach der Anzahl der Besuch inkl. des Besuchs am Erhebungstermin, weshalb beispielsweise die Angaben der in der Sparte Schauspiel Befragten, die Sparte Schauspiel nicht besucht zu haben, einen Fehler in den Daten darstellt.

Tabelle 17: Anteil der Befragten ohne Abonnement, die die aufgeführten Sparten in den letzten 24 Monaten nicht besucht haben, differenziert nach der Sparte der Erhebungswelle.

Kein Besuch der Sparte in 2 Jahren		Sparte der Erhebungswelle			
		Musical	Oper	Schauspiel	Gesamt
Schauspiel	Anzahl	82	68	55	205
	%	46,6 %	45,0 %	22,1 %	35,6 %
Oper & Operette	Anzahl	101	34	112	247
	%	60,1 %	19,1 %	52,3 %	44,1 %
Musical	Anzahl	44	62	86	192
	%	21,0 %	44,6 %	39,1 %	33,7 %
Kinder- & Jugendtheater	Anzahl	118	88	141	347
	%	76,6 %	76,5 %	81,0 %	78,3 %
(Symphonie-) Konzerte	Anzahl	126	74	140	340
	%	80,3 %	54,8 %	74,9 %	71,0 %

Die Tabellen 40 bis 44 im Anhang stellen für die einzelnen Sparten des TfN die Besuchshäufigkeit der Befragten differenziert nach den Sparten der Erhebungswellen ausführlich dar.

9 Bekanntheit anderer Angebote des TfN

Frage 6 – „Kennen Sie auch die folgenden Veranstaltungsformate des TfN und wenn ja, wie häufig haben Sie diese in den vergangenen 24 Monaten besucht?“

Es wird ersichtlich, dass bis auf die Exklusivangebote für AbonnentInnen (von 12 % bereits besucht), den Theatergarten (von 27 % besucht) sowie Matineen und Einführungen (von 41 % bereits besucht) die anderen Programmangebote des TfN von den Befragten kaum besucht werden und bei meist über 50 % der Befragten auch nicht bekannt sind. Insbesondere das Format der Theatersprechstunde war 67 % der Befragten nicht bekannt, wohingegen die Formate Theatergarten (42 %) und Matineen und Einführungen (30 %) nur einem kleinen Teil der Befragten gänzlich unbekannt waren (siehe Schaubild 5).[4] Für die genannten drei Programmangebote wurde die Besuchshäufigkeit für die Befragten, die angaben die Angebote bereits genutzt zu haben, nochmals differenzierter analysiert (siehe Tabelle 18).

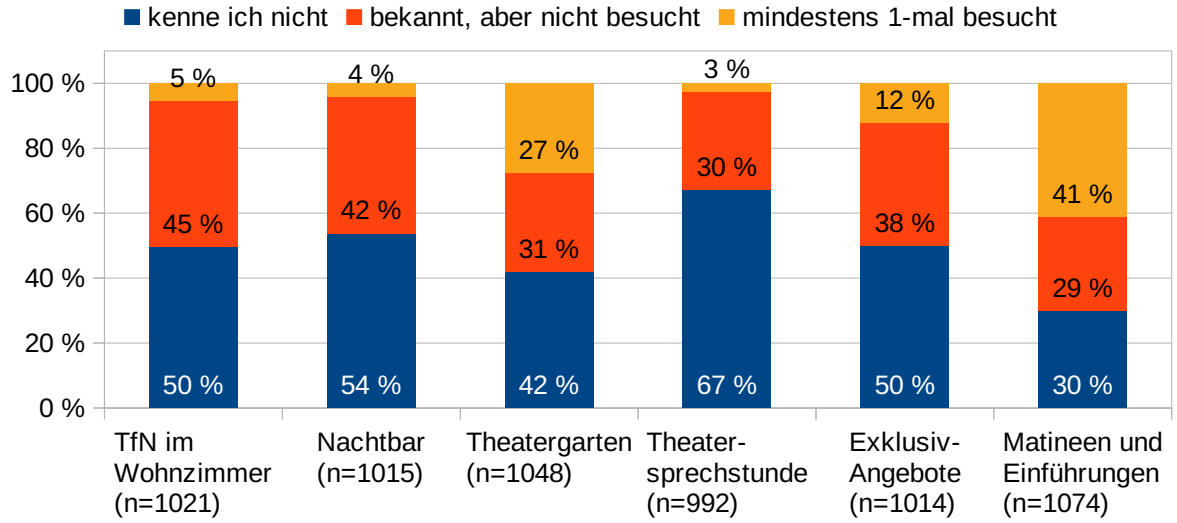

Schaubild 5: Bekanntheit und Besuchshäufigkeit anderer Angebotsformate des TfN

Tabelle 18: Besuchshäufigkeit der Befragten, die angaben, die Formate bereits genutzt zu haben für die Angebotsformate Theatergarten (n=288), Exklusivangebote für AbonnentInnen (n=124) und Matineen und Einführungen (n=441)

Bekanntheit und Besuchshäufigkeit	Theatergarten		Exklusivangebote		Matineen u. Einf.	
	N	%	N	%	N	%
1-mal besucht	105	36,5	61	49,2	131	29,7
2- bis 3-mal besucht	119	41,3	51	41,1	152	34,5
mehr als 3-mal besucht	64	22,2	12	9,7	158	35,8
Gesamt	**288**	**100**	**124**	**100**	**441**	**100**

4 Da ein Teil der Formate nur sehr selten besucht wurde, wurde die Ausdifferenzierung nach Besuchshäufigkeit in der unteren Darstellung durch „mindestens 1-mal besucht“ ersetzt. Zudem ist zu beachten, dass auch bei dieser Frage die Antwortverweigerungsquote zwischen 8 % und 15 % lag.

10 Besuchshäufigkeit anderer Theater in der Region

> Frage 7 – „Wie häufig haben Sie in den vergangenen 24 Monaten Theateraufführungen (Musiktheater, Schauspiel, Tanz, Kinder- und Jugendtheater, etc.) in den folgenden Veranstaltungsorten besucht?“

Jeweils rund 70 % gaben an in den vergangenen 24 Monaten, private Theater und freie Gruppen in der Region Hildesheim sowie das Staatsschauspiel Hannover nicht besucht zu haben. Bei den anderen genannten Theatern war der Anteil der Nicht-BesucherInnen unter den Befragten sogar noch höher: SofaLoft Hannover (97,2 %), private Theater und freie Gruppen in der Region Hannover (81,5 %), Staatstheater Braunschweig (90,4 %), Private Theater und freie Gruppen in der Region Braunschweig (95,7 %) wurden von einem Großteil der Befragten im genannten Zeitraum nicht besucht.

Unter den Befragten, die die Fragen zum Besuch anderer Theater beantworteten, gaben 41,7 % explizit an, alle genannten Theater nicht besucht zu haben und befriedigen ihre Theaterbedürfnisse somit womöglich ausschließlich im TfN.

In Hinblick auf die Faktoren Alter und Besitz eines Abonnements wurden diese „Nicht-BesucherInnen der Konkurrenz“ nochmals genauer analysiert. Das Alter der Befragten, welche angaben, keine anderen Theater in der Region im genannten Zeitraum besucht zu haben, ist im Durchschnitt mit 55,2 Jahren etwas niedriger als der des Gesamtpublikums (56,8 Jahre) und unter den Befragten ohne TfN-Abonnement ist der Anteil derer, die angaben keine der abgefragten Theater besucht zu haben geringer (38 % Nicht-Besucher unter den Nicht-AbonnentInnen und 47 % unter den AbonnentInnen). Dies bedeutet jedoch auch, dass 53 % der Befragten mit TfN-Abonnement angaben, in den vergangenen 24 Monaten auch andere Theater besucht zu haben (siehe Tabelle 20).

Tabelle 19: Besuchshäufigkeit anderer Theater in der Region

Theater	Besuchshäufigkeit in %		
	gar nicht	1-mal	> 1-mal
Private T. und freie G. i.d. R. Hildesheim (n=991)	69,4	14,3	16,2
Staatstheater Hannover (n=982)	70,3	13,8	15,8
Musical Factory im SofaLoft Hannover (n=942)	97,2	2,2	0,5
Private T. und freie G. i.d. R. Hannover (n=957)	81,5	9,4	9,1
Staatstheater Braunschweig (n=957)	90,4	5,6	3,9
Private T. und freie G. i.d. R. Braunschweig (n=941)	95,7	3	1,3
Gesamt	**100**	**100**	**100**

Tabelle 20: Besuchshäufigkeit anderer Theater in der Region differenziert nach Befragten ohne (n=679) und mit Abonnement (n=390)

Besuchshäufigkeit anderer Theater in der Region	Kein Abonnement		Abonnement	
	N	%	N	%
kein Besuch	260	38,3	185	47,4
min. ein Besuch	419	61,7	205	52,6
Gesamt	**679**	**100**	**390**	**100**

11 Erwartungen an einen Theaterbesuch

> Frage 8 – Im Allgemeinen (nicht nur in Bezug auf das TfN): Wenn Sie in eine Theateraufführung (Musiktheater, Schauspiel, Tanz, Kinder- und Jugendtheater, etc.) gehen, wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte?“

Die Befragten konnten für jede der aufgeführten Aussagen angeben, wie wichtig ihnen dieser Aspekt bei einem Theaterbesuch im Allgemeinen ist. Die am häufigsten als „sehr wichtig“ oder „wichtig“ benannten Erwartungen waren der Wunsch nach einem Live-Erlebnis und eine Darbietung auf hohem Niveau zu erleben (jeweils 79 %). Ebenfalls häufig genannt wurde die Erwartung, etwas mit nahestehenden Menschen zu unternehmen (72 %) und den Alltag hinter sich zu lassen (69 %) (siehe Tabelle 21). Die drei Aspekte, welche am seltensten als „sehr wichtig“ oder „wichtig“ benannt wurden, sind zugleich die Aspekte, die die Befragten am häufigsten als „weniger wichtig“ oder „unwichtig“ benannt hatten. Für viele Befragte ist es demnach eher unwichtig, eine „innovative Interpretation“ (37 %) bzw. eine „klassische, nicht-experimentelle Inszenierung“ (27 %) eines Stücks zu sehen oder etwas Neues zu sehen und sich mit einem Thema auseinanderzusetzen (18 %). Diese drei Aspekte sind jedoch auch die Erwartungen, bei denen mit jeweils rund 35 % die meisten Befragten die Antwortoption „teils teils“ gewählt haben, was dafür sprechen kann, dass die einzelnen Befragten zu unterschiedlichen Zeitpunkten mit unterschiedlichen Erwartungen das Theater besuchen. Dafür spricht auch, dass beispielsweise 50 % der Befragten, die die Antwortoption „teils teils“ in Bezug auf die Aussage „Ich möchte eine innovative Interpretation eines Stücks sehen“ auch die Antwortoption „teils teils“ für die Aussage „Ich möchte eine ‚klassische‘, nicht-experimentelle Inszenierung sehen.“ wählten. Dies lässt vermuten, dass die Befragten in Ihren Sehgewohnheiten nicht „festgefahren“ sind und sich für unterschiedliche Inszenierungsformen begeistern lassen.

Das Schaubild 6 verdeutlicht die Verteilung der Nennungen für die einzelnen Erwartungen an einen Theaterbesuch.

Tabelle 21: Erwartungen an einen Theaterbesuch, welche die Befragten als „sehr wichtig“ oder „wichtig“ benannten

Erwartung an einen Theaterbesuch: Ich möchte…	%	Antworten
ein Live-Ereignis erleben.	78,9	n=1086
eine Darbietung auf hohem Niveau erleben.	78,6	n=1088
etwas mit Bekannten, Freunden, meiner Partnerin bzw. meinem Partner oder meiner Familie unternehmen.	71,5	n=1071
meinen Alltag hinter mir lassen und „abschalten“.	68,8	n=1092
einen exklusiven und besonderen Abend erleben.	62,1	n=1077
Unterhaltung mit gesellschaftlich relevanten Themen erleben.	58,4	n=1085
eine Geschichte erzählt bekommen.	57,8	n=1050
lachen können und mich amüsieren.	57,7	n=1080
etwas Neues lernen und mich mit einem Thema auseinandersetzen.	46,8	n=1076
eine „klassische“, nicht-experimentelle Inszenierung sehen.	36,8	n=1072
eine innovative Interpretation eines Stücks sehen.	28,9	n=1035

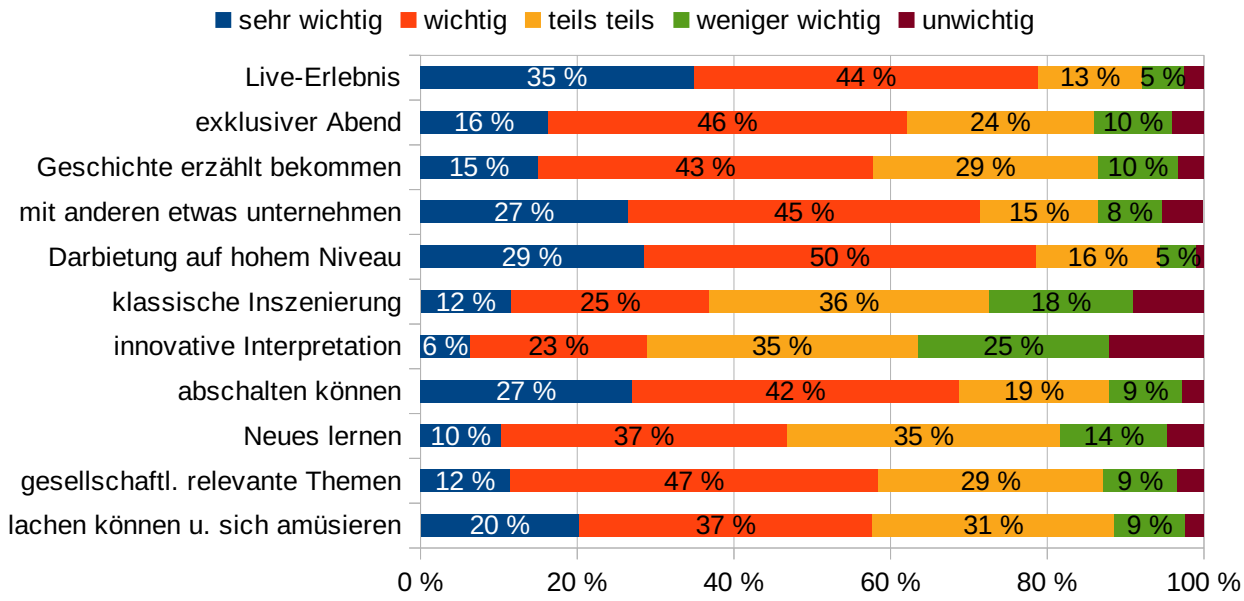

Schaubild 6: Erwartungen an einen Theaterbesuch im Allgemeinen

12 Theater als selbstverständlicher Teil des kulturellen Lebens

> Frage 9 – „Wie stark stimmen Sie der folgenden Aussage zu? *‚Theater ist ein selbstverständlicher Teil meines kulturellen Lebens.‘*“

Der überwiegende Teil der Befragten bezeichnete Theater als selbstverständlichen Teil ihres Lebens: 62 % der Befragten stimmten der Aussage voll zu, weitere 29 % gaben an, der Aussage eher zuzustimmen. Differenziert man die Antworten nach Befragten mit und ohne Abonnement so wird deutlich, dass unter den Nicht-AbonnentInnen Theaterbesuche etwas weniger selbstverständlich sind. Immerhin 11 % gaben an, dass Theater eher kein selbstverständlicher Teil ihres kulturellen Lebens sei (siehe Schaubild 7).

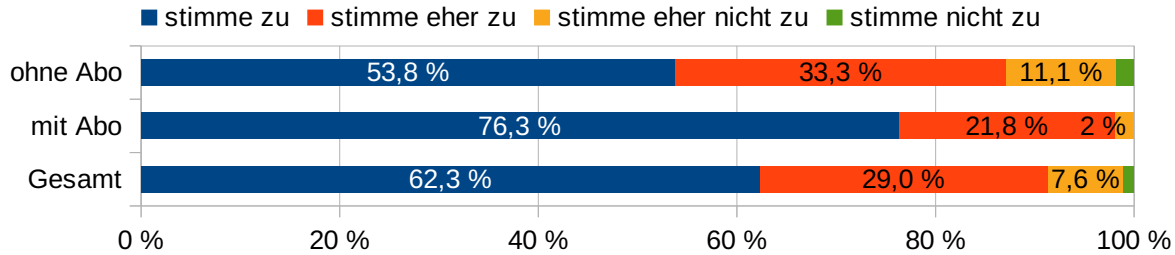

Schaubild 7: Zustimmung zur Aussage „Theater ist ein selbstverständlicher Teil meines Lebens“ für alle Befragten (n=1091) und Befragte mit (n=413) und ohne (n=678) Abonnement.

13 Interesse für andere kulturelle Freizeitaktivitäten

Frage 10 – „Wie sehr interessieren Sie sich für die folgenden kulturellen Freizeitaktivitäten?“

Unter allen Befragten hatte die Freizeitaktivität „Kabarett / Comedy“ den stärksten Zuspruch. 39 % der Befragten gaben an, sich sehr stark oder stark für diese zu interessieren. Ebenfalls von starkem Interesse waren Kunst-Ausstellungen (37 %), gefolgt von Besuchen von Filmkunstfilmen im Kino (31 %) und Stadtfesten (30 %) (siehe Tabelle 22).

Tabelle 22: Interesse an anderen kulturellen Freizeitaktivitäten, welches die Befragten als „sehr stark“ oder „stark“ benannten

Kulturelle Freizeitaktivität	%	Antworten
Kabarett / Comedy	38,8	n=1081
Kunst-Ausstellungen (z.B. Galerien / Museen)	36,5	n=1081
Filmkunst-Kino	30,7	n=1068
Stadtfeste	30,0	n=1087
Rock- / Pop-Konzerte	27,9	n=1058
Lesungen	20,2	n=1068
Blockbuster-Kino	16,9	n=1029
Besuch von Clubs / Tanzveranstaltungen	16,0	n=1052

Vergleicht man das Durchschnittsalter der Befragten hinsichtlich ihres Interesses für andere kulturelle Freizeitaktivitäten, so wird deutlich, dass insbesondere jüngere Befragte angaben, sich sehr stark für Blockbuster-Kino (34 Jahre), den Besuch von Clubs und Tanzveranstaltungen (43 Jahre) und Rock- / Pop-Konzerte (44 Jahre) interessieren. Entsprechend erhöht ist – im Vergleich zu den anderen Aktivitäten – für diese Aktivitäten auch das Durchschnittsalter der Befragten, welche angaben, sich gar nicht für diese Freizeitaktivitäten zu interessieren. Ältere Befragte interessierten sich hingegen stärker für Kunstausstellungen (Durchschnittsalter 61 Jahre), Lesungen (58 Jahre) und Filmkunst-Kino (54 Jahre). Diese Tendenz zeigt sich auch, wenn die Antwortkategorien sehr stark und stark zusammengefasst werden (siehe Tabelle 23).

Tabelle 23: Vergleich des Durchschnittsalters der Befragten in Abhängigkeit vom Interesse an anderen kulturellen Freizeitaktivitäten.

Interesse	Blockbuster (n=986)	Filmkunst (n=1026)	Lesungen (n=1024)	Kunst-Ausstel. (n=1036)	Kabarett Comedy (n=1038)	Clubs / Tanzver. (n=1009)	Rock-/ Pop-K. (n=1015)	Stadtfeste (n=1042)
sehr stark	34,0	53,5	57,8	61,2	50,9	43,0	44,0	46,3
stark	41,9	54,3	57,2	59,1	54,4	43,0	47,7	52,0
sehr stark und stark	39,6	54,1	57,3	59,8	53,6	43,0	46,6	50,5
teils teils	48,9	56,5	58,6	56,8	56,6	50,6	54,2	57,8
wenig	57,3	53,9	53,5	50,6	58,6	57,1	56,4	58,8
gar nicht	66,4	60,2	51,8	47,1	60,1	63,0	65,8	58,1

14 Image des TfN

> Frage 11 – „Wie würden Sie das TfN einer guten Freundin oder einem guten Freund beschreiben? Bitte markieren Sie jeweils auf der Skala, welche Eigenschaften aus Ihrer Sicht das TfN besser beschreiben.“

Um das Image des TfN beim Publikum abzufragen, wurden die Befragten darum gebeten, auf einer Fünfer-Skala, an deren Ende sich jeweils zwei gegensätzliche Beschreibungen befanden, zu markieren, welche Beschreibung eher auf das TfN zutrifft.

Tabelle 24 gibt den Durchschnitt, den Median (Mittlerer Wert aller angegebenen Werte) und den Modus (am häufigsten genannter Wert) für die abgefragten Beschreibungs-Paare an. Dabei steht der Wert 1 absolute Zustimmung zur linken Beschreibung, während der Wert 5 für eine absolute Zustimmung zur rechten Beschreibung steht.

Betrachtet man die Durchschnittswerte der Beschreibungs-Paare, so lässt sich für die ersten beiden Paare eine Tendenz zur Mitte feststellen: das TfN wird im Schnitt von allen Besuchern weder besonders konventionell, noch besonders innovativ wahrgenommen, wobei eine ganz leichte Tendenz zur Bewertung als innovativ wahrnehmbar ist. Auf der Skala von experimentell bis werktreu wurde im Schnitt ebenfalls nahezu exakt der mittlere Wert von 3 gewählt.

Für die Beschreibungs-Paare zum Alter des Publikums, dem Preisniveau und der Exklusivität des TfN lässt sich sagen, dass zwar der am häufigsten gewählte Wert (Modus) jeweils der Mitte entsprach (also 3), jedoch im Durchschnitt eine leichte Tendenz zu den Bewertungen „altes Publikum“, „günstig“ und „für jedermann“ erkennbar ist.

Die anderen Beschreibungs-Paare zeigen hingegen etwas deutlichere Tendenzen auf. Das TfN wurde eher unterhaltsam als ernst beschrieben, eher mit der Aussage „auf Augenhöhe mit der Stadt“ als mit dem Lable „abgehobene KünstlerInnen“ assoziiert und das Angebot wird eher als zur Diskussion anregend wahrgenommen, als dass es als „sanfte Berieselung“ wahrgenommen wird. Hier war jeweils der am häufigsten gewählte Wert 2. Die Angebote des TfN wurden zudem von den Befragten weniger als anstrengend, sondern eher als entspannend wahrgenommen (Modus: 4).

Tabelle 24: Bewertung des Image des TfN anhand vorgegebener Beschreibungs-Paare

Beschreibungs-Paar (Skala: 1 ↔ 5)	Ø	Median	Modus	Antworten
konventionell ↔ innovativ	3,19	3	3	n=907
experimentell ↔ werktreu	3,02	3	3	n=897
unterhaltsam ↔ ernst	2,31	2	2	n=986
regt zur Diskussion an ↔ sanfte Berieselung	2,51	2	2	n=944
exklusiv ↔ für jedermann	3,62	4	3	n=927
auf Augenhöhe … ↔ abgehobene KünstlerInnen	2,25	2	2	n=884
anstrengend ↔ entspannend	3,76	4	4	n=917
junges Publikum ↔ altes Publikum	3,40	3	3	n=922
teuer ↔ günstig	3,58	3	3	n=936

15 Bekanntheit und Nutzung von Rabatten

Frage 12 – „Welche der folgenden Ermäßigungen und Angebote des TfN kennen Sie und welche haben Sie in den vergangenen 24 Monaten bereits mindestens einmal in Anspruch genommen?“

Ein nicht unerheblicher Teil der Befragten gab an, einen Großteil der angebotenen Ermäßigungen des TfN nicht zu kennen. Mit Ausnahme der rabattierten Karten für AbonnentInnen gaben jeweils über 40 % der Befragten an, die anderen Ermäßigungen nicht zu kennen (siehe Schaubild 8). Betrachtet man die Antworten der Befragten in Hinblick darauf, ob sie angaben ein Abonnement besitzen, so zeigt sich, dass die hohe Bekanntheit der rabattierten Karten für AbonnentInnen auf den nicht unerheblichen Anteil der Befragten mit Abonnement zurückzuführen ist. Dennoch zeigt sich, dass immerhin 16 % der Befragten mit Abonnement angaben, die Möglichkeit, rabattierte Karten als AbonnentInnen zu beziehen nicht zu kennen und weitere 24 % gaben an sie zu kennen aber nicht zu nutzen (siehe Tabelle 25). Insgesamt fällt auf, dass unter den Befragten mit Abonnement deutlich weniger Personen angaben, die aufgeführten Ermäßigungen nicht zu kennen.

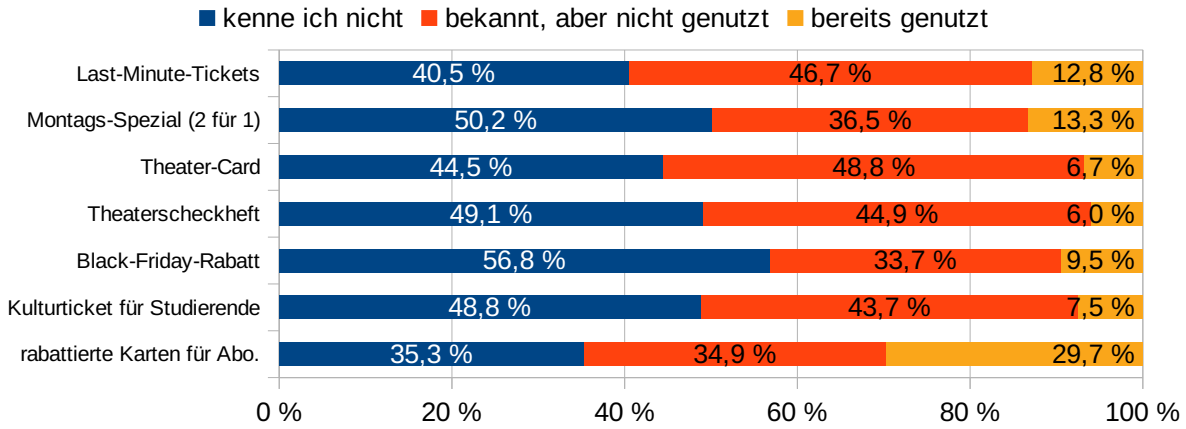

Schaubild 8: Bekanntheit und Nutzung von Ermäßigungen

Tabelle 25: Bekanntheit und Nutzung von Ermäßigungen innerhalb der Gruppe der Befragten mit und ohne Abonnement (Summe der Werte ergibt zeilenweise 100 %)

Ermäßigung	Abo	Kenne ich nicht	nicht genutzt	Bereits genutzt
Last-Minute-Tickets (n=1027)	mit	27,4 %	64,0 %	8,7 %
	ohne	48,1 %	37,1 %	14,8 %
Montags-Spezial (2 für 1) (n=1026)	mit	37,7 %	52,2 %	10,1 %
	ohne	58,0 %	27,1 %	15,0 %
Theater-Card (n=1011)	mit	35,5 %	59,2 %	5,3 %
	ohne	50,2 %	42,6 %	7,3 %
Theaterscheckheft (n=1004)	mit	35,2 %	60,9 %	3,9 %
	ohne	58,2 %	34,7 %	7,1 %
Black-Friday-Rabatt (n=1005)	mit	50,1 %	47,1 %	2,8 %
	ohne	60,7 %	25,7 %	13,6 %
Kulturticket für Studierende (n=989)	mit	44,0 %	53,8 %	2,2 %
	ohne	51,7 %	37,3 %	11,0 %
rabattierte Karten für AbonnentInnen (n=1039)	mit	15,9 %	24,2 %	59,9 %
	ohne	48,3 %	41,6 %	10,1 %

16 Positives und negatives Feedback – Auswertung der offenen Antworten

Frage 13 – „Was schätzen Sie am TfN besonders?“
Frage 14 – „Was sind Aspekte, die Sie am TfN stören und die in Ihren Augen verbessert werden könnten?“

Auf die Frage 13 wurden rund 650 und auf die Frage 14 rund 420 offene Antworten gegeben.[5] Die Auswertung erfolgte anhand eines am Material gebildeten Kategoriesystems, dem die Antworten zugeordnet wurden. Dabei konnte eine Antwort mehreren Kategorien zugeordnet werden. Stellenweise war nicht immer erkennbar, ob Begrifflichkeiten von den Befragten einheitlich verwendet wurden. So war beispielsweise stellenweise von „Schauspielern“ die Rede, womit jedoch womöglich auch andere künstlerische Angestellte gemeint waren, oder es wurde von „freundlichen Mitarbeitern“ berichtet, womit womöglich insbesondere das Servicepersonal gemeint wurde, während andere Befragte explizit auch das technische Personal oder Mitarbeiter der Theater“verwaltung“ erwähnten. Auch wurde teils von „Inszenierungen“ gesprochen, wenn womöglich eher die Stückauswahl gemeint war. Die Zuordnung zu den Kategorien ist somit nicht in allen Fällen eindeutig möglich, lässt aber dennoch klare Tendenzen erkennen.

16.1 Lob und positive Nennungen des Publikums

Die positiven Nennungen unter Frage 13 wurden in mehrere Kategorien unterteilt. Diese sollen im Folgenden – sortiert nach der Anzahl der Nennungen – kurz vorgestellt werden.

- Programm: Die Befragten nennen positive Aspekte zur Spielplangestaltung und den Inszenierungsformen.
- Mitarbeitende: positive Aspekte zu einzelnen Ensembles, dem künstlerischen Personal im Allgemeinen oder auch den Servicemitarbeitenden und den anderen Angestellten des Hauses.
- Atmosphäre: positive Betonung des Ambientes bzw. der Atmosphäre des Theaters, der Spielstätte oder bestimmter Aspekte dessen.
- Persönliche Aspekte: positive Dinge, die im Zusammenhang mit der persönlichen Situation der Befragten stehen, wie etwa die Nähe des Theaters zum eigenen Wohnort.
- Qualität: positive Aussagen über die Qualität einzelner Aspekte des Theaterangebots.
- Service / Preise: positive Äußerungen über Serviceangebote des TfN und dessen Preisgestaltung.
- Zusatzangebote: positive Erwähnungen von Zusatzangeboten, die den regulären Spielplan ergänzen.
- Allgemein positiv: nicht näher spezifizierte positive Äußerungen zum TfN.

5 Nicht immer waren alle Antworten lesbar, andere Antworten machten deutlich, dass die Befragten keine Anmerkungen machen wollten. So sind die in dieser Auswertung der offenen Fragen genannten Zahlen allesamt eher als Richtwerte zu verstehen, da auch beispielsweise Antworten mehreren Kategorien zugeordnet wurden und somit in Summe mehr Kategoriezuordnungen als gegebene Antworten existieren.

16.1.1 Programm

Mit rund 190 Einträgen umfasst die Kategorie „**Vielseitigkeit und Spielplangestaltung**“ die häufigsten Nennungen. Viele Befragte nannten als positive Aspekte, die „Vielseitigkeit der Stücke“ oder dass es „für jeden etwas im Programm“ gebe, da ein „guter Mix aus klassischen und modernen Stücken“ angeboten werde. Allein 56 Mal wurde die Begriffe „Vielfalt“, „vielfältig“ und „Vielseitigkeit“ von Befragten genutzt, um das Programm des TfN zu charakterisieren, teils nur als einzelnes Schlagwort, teils mit genaueren Erläuterungen oder in Bezug auf bestimmte Aspekte des Theaterangebots, wie „Spartenvielfalt“, „Themenvielfalt“ oder „Spielvielfalt“. Weitere 54 Mal wurde das Programm als „abwechslungsreich“ bezeichnet.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Das ‚bunte‘ Programm, abwechslungsreich.“ (Abonnentin aus dem Landkreis Hildesheim, 51 Jahre)

„Sympathisches, interessantes, musikalisches, abwechslungsreiches Theater vor Ort. Gute bis sehr gute Darsteller + musikalische Leistungen. Exzellente Bühnenbilder.“ (Abonnent aus Hildesheim, 60 Jahre)

„Den Abwechslungsreichtum. Es gibt Stücke von der großen Oper bis zum neuen Boulevardstück.“ (Abonnent aus Hildesheim, 59 Jahre)

Damit einher ging zum Teil die Betonung, dass es begrüßt wird, dass mehrere Sparten am Haus vertreten sind, wobei das Mehrspartenhaus als Drei-, Vier- und Fünfspartenhaus bezeichnet wurde, wobei die Bezeichnung als Dreispartentheater überwog. Rund 35 Befragte thematisierten die Mehrspartigkeit des Hauses und dessen daraus resultierendes breites Angebot.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Die Größe des Theaters, der enge Kontakt zur Bühne. Das Große Engagement aller Schauspieler/Schauspielerinnen. Die Freundlichkeit. Die breite Palette des Angebots (Oper, Operette, Musical, Schauspiel, Konzert, Kindertheater, Jugendtheater)“ (Abonnentin aus Hildesheim, 71 Jahre)

„Schauspiel, Oper(ette), Musical – alles in einem Theater – Raritäten und eher ausgefallene Werke neben Klassikern“ (Musicalbesucher aus Hildesheim, 44 Jahre)

Ebenfalls lobend erwähnt wurde in Hinblick auf die Spielplangestaltung von 18 Personen auch, dass das TfN auch „unbekannte“, „**seltenere Stücke**“ und „vergessene Werke“ zeige, „die nicht überall zu sehen sind“ oder „nicht dem Mainstream entsprechen“.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Die gute Mischung des Spielplans. Die tolle Umsetzung auch mit geringeren Mitteln. Mut, auch Unbekanntes zu zeigen (oft wahre Perlen wie der ‚Orpheus‘)“ (Abonnentin aus Hildesheim, 63 Jahre)

„Selbstbewusste Wahl der dt. Übersetzung (Tschaik., Pantöffelchen)“ (Opernbesucher aus München, 53 Jahre)

Rund 60 Befragte thematisierten in ihren Antworten die **Art der Inszenierung** in einer positiven Art und Weise.

36 Befragte bezeichneten die Inszenierungen allgemein positiv und lobten die Kreativität oder nannten die Inszenierungen „ansprechend“. 17 Personen betonten, dass sie es als positiv empfänden, dass die Inszenierungen nicht „überzogen modernen“, sondern „vernünftig“ im Sinne von „nicht zu experimentell“, nicht „abgehoben“, sondern eher „klassisch“, „konventionell“, „werkgerecht“, „werkgetreu“ in „zeitgeschichtlicher Interpretation“ mit „‘bodenständige[n]‘, verständliche[n] Darstellungen“ inszeniert seien.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Den Mut, eine Oper im traditionellen Stil aufzuführen, von den ‚modernen‘ Verfremdungen, klassische Opern gibt es wahrlich genug.“ (Opernbesucher aus Erfurt, 63 Jahre)

„Inszenierungen mal modern, mal klassisch, aber nie zu abgehoben modern.“ (Schauspielbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 35 Jahre)

„Nette Atmosphäre, klassischer Aufführungsstil (nicht zu modern, karg + nackt), interessante Stücke.“ (Opernbesucher aus dem Landkreis Hameln-Pyrmont, 56 Jahre)

Zugleich wurde von acht Personen auch „moderne Inszenierungen“ gelobt, der „Mut zu eigenen Interpretationen“ oder dass man „beim Musiktheater offen für neue Wege“ sei.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Angebot für Studierende & Auszubildende (Ermäßigung) Moderne Inszenierungen oder trad. Stücke mit modernem ‚Touch‘“ (Musicalbesucher aus dem Landkreis Hildesheim, 22 Jahre)

Damit in Verbindung steht auch, dass 13 Befragte die **Innovativität** des TfN thematisierten. Sie begrüßten, dass das Theater „keine Angst [habe,] etwas Neues auszuprobieren“, lobten den „Mut zu Neuem“, bezeichneten es als „zeitnah“ und „innovativ“, ohne dass dabei immer spezifiziert wurde, ob die Spielplangestaltung, die Art der Inszenierung oder etwas anderes gemeint ist oder was als neuartig angesehen wird.

Einige der Befragten nannten spezifisch einzelne **Sparten**, die sie am TfN besonders schätzen, oft aber auch in Kombination mit anderen Sparten oder Eigenschaften. 24 Personen nannten die Musicalsparte, 23 das Musiktheater und acht das Schauspiel. Teilweise wurden in diesem Zusammenhang auch die Ensemblemitglieder gelobt.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Das große Musicalangebot u. deren Company - Künstler zum Anfassen ins Gespräch kommen, Theatergarten“ (Abonnentin aus dem Landkreis Hildesheim, 64 Jahre)

„Hohes Niveau der Musicalstücke, künstlerisch + gesanglich“ (Musicalbesucher aus der Region Hannover, 54 Jahre)

„Spannende Inszenierungen von Musicals, die sonst eher selten gespielt werden.“ (Musicalbesucherin aus Berlin, 57 Jahre)

„Die Operninszenierungen, die Musik, das Bühnenbild.“ (Opernbesucherin aus Köln, 58 Jahre)

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Das sehr hohe Niveau und die in meinen Augen sehr guten Künstler, das gilt für das Musik- und Schauspieltheater“ (Abonnent aus dem Landkreis Hildesheim, 73 Jahre)

„Besonders gute Schauspielende, Musiktheater, sehr interessante Themen und Inszenierungen, Einführungen in die nächste Spielzeit“ (Abonnentin aus der Region Hannover, 57 Jahre)

„Gutes Musiktheter mit guten Stimmen, tolles Orchester, vielseitiges Programm, Musical-Company mit Erstaufführungen, tolles Ensemble, anspruchsvolle Stücke (z.B. Gift). Heutiges Stück (Die unsichtbare Hand) fand ich überragend, sehr intensiv gespielt.“ (Abonnentin aus Hildesheim, 59 Jahre)

Acht Personen nannten als positiven Aspekt, dass das TfN bzw. dessen Programm **unterhaltsam** sei. Sieben Befragte betonten die **Aktualität der Stücke**, deren „Inhalte auf unsere Zeit bezogen“ seien, „aktuelle Themen“ aufgriffen und „anspruchsvolle, gesellschaftliche Themen“ behandelten. Weitere Befragte wünschten sich zudem (im Rahmen der Frage 14) noch mehr aktuelle Bezüge und gesellschaftskritische Themen (siehe Abschnitt 16.2). Teils wurden spezifische Stücke positiv hervorgehoben oder in sieben Fällen auch die Arbeit im Bereich **kulturelle Bildung** für und mit jungen Menschen bzw. die Kooperation mit Schulen positiv erwähnt.

Weitere vereinzelte Nennungen thematisierten beispielsweise das Weihnachtsmärchen, die Zusammenarbeit mit der freien Szene, die Haltung des Hauses („Einstellung zu Kunst; Verantwortungsvoller Umgang mit Erziehung durch Kunst; Humanität!“) und andere einzeln genannte Aspekte.

16.1.2 Mitarbeitende

Rund 260 Nennungen betrafen unterschiedliche Gruppen von Mitarbeitenden des TfN, wobei oftmals z.B. mehrere Ensembles in Kombination genannt wurden oder stellenweise nicht eindeutig war, welche Mitarbeitenden gemeint waren (Wie oben bereits angedeutet wurde der Begriff „Schauspieler“ vermutlich oftmals als Synonym für Darstellende im Allgemeinen verwendet). Die angegebenen Zahlenwerte sind also erneut nur als Orientierungswerte zu betrachen.

59 Nennungen betrafen die **Darstellenden** bzw. „Künstler“ im Allgemeinen oder „das Ensemble“, welches oftmals als „motiviert“, „engagiert“ oder auch begeistert charakterisiert wurde und dessen „besondere[r] Einsatz“ und „Spielfreude“ betont wurde. Vereinzelt wurde auch die Beständigkeit der Zusammensetzung der Ensembles positiv erwähnt.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Dass kontinuierlich Neues geboten wird und die Darsteller sehr gut sind.“ (Musicalbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 20 Jahre)

„alternativer Mix im Repertoire, hohe Qualität in Ensemble / Orchester“ (Abonnentin aus Hildesheim, 53 Jahre)

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Die überaus große Spielfreudigkeit fast aller Darsteller und die Freundlichkeit der Mitarbeiter hinter der Bühne und ihre Handwerkskunst“ (Abonnentin aus Hildesheim, 76 Jahre)

„Dass die Schauspieler in mehreren Produktionen zu sehen sind und die Crew nicht zu oft wechselt.“ (Abonnentin aus Hildesheim, 58 Jahre)

51 Nennungen bezogen sich auf das Schauspielensemble bzw. „Schauspieler“, was womöglich als Synonym für Darstellende genutzt wurde. 32 Mal wurde explizit die Musical Company genannt, 17 Mal wurden Sängerinnen und Sänger lobend erwähnt, 31 Nennungen bezogen sich auf das Orchester bzw. dessen Musikerinnen und Musiker. Jeweils viermal wurde spezifisch das Opernensemble sowie Chöre bzw. Statisten thematisiert, dreimal wurde explizit GMD Ziemen erwähnt.

Die **Mitarbeitenden des TfN im Allgemeinen** wurden 42 Mal positiv erwähnt, einige der Nennungen könnten sich dabei auch auf das **Service-Personal** oder das Personal im **Service-Center** bezogen haben. Explizit Bezug auf das Service-Personal bzw. die Angestellten des Service-Centers nahmen 15 Befragte.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Gemütliche / entspannte Atmosphäre, freundliche Art aller Beschäftigten “ (Musicalbesucher aus der Region Hannover, 55 Jahre)

„Tolles Programm, gutes Schauspiel, nette Atmosphäre, guter Service, nettes Personal, auch an der Kasse“ (Abonnentin aus Hildesheim, 65 Jahre)

„Das ausnahmslos hohe Engagement aller Beteiligten. Dass auch unkonventionelle Stücke im Programm aufgenommen werden.“ (Schauspielbesucherin aus Hildesheim, 53 Jahre)

„Ich schätze die freundlichen Damen im ‚Abo-Service‘-Center“ (Abonnent aus Hannover, 77 Jahre)

„Service (Garderobe, Getränke), Atmosphäre“ (Abonnentin aus dem Landkreis Hildesheim, 46 Jahre)

16.1.3 Atmosphäre

Rund 170 Nennungen thematisierten die **Atmosphäre bzw. das Ambiente des Theaters**. 72 Nennungen davon blieben unspezifisch oder bezogen sich auf das Theater im Allgemeinen, dessen Atmosphäre teils als „ungezwungen“, „entspannt“, „sympathisch“, „freundlich“, „einladend“, „gemütlich“, „heimelig“ oder auch einfach nur „gut“ bzw. „angenehm“ beschrieben wurde. Oftmals wurde auch nur das Stichwort Atmosphäre als Antwort genannt.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Man kennt die Schauspieler und Sänger – man fühlt sich wohl“ (Opernbesucherin aus Hildesheim, 76 Jahre)

26 Befragte bezogen sich auf die **Nähe zum Publikum** und unterstrichen diese positiv. Auch hier wurde zum Teil schlagwortartig mit Begriffen wie „Publikumsnähe“ geantwortet, andere Befragte benannten spezifisch die „persönliche Begegnung mit den Darstellern“ (Musicalbesucherin aus Hildesheim, 19 Jahre) oder dass es „Künstler zum Anfassen [und] ins Gespräch kommen“ gäbe (Abonnentin aus dem Landkreis Hildesheim, 1955).

Sieben Personen bezeichneten das Theater bzw. dessen Angebot explizit als „nicht abgehoben“ bzw. „bodenständig“.

Allein 27 Personen bezogen sich in Ihren Antworten auf die „**Größe des Hauses**“ bzw. dass dieses eben eher „klein aber fein“ sei und „überschaubar“, wodurch „keine Massenveranstaltungen“ dort stattfänden, wodurch es nicht „überlaufen“, sondern eher „intim“ und „nicht zu groß“ sei.

Dazu passt auch, dass 17 Personen die Atmosphäre als „familiär“ beschrieben.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Nicht anonym, man hat das Gefühl nach Hause zu kommen / zu Freunden zu kommen“ (Schauspielbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 35 Jahre)

Im Zusammenhang mit der Größe des Hauses wurde von acht Personen auch die **räumliche Nähe des Publikums zur Bühne** bzw. der Zuschauersaal im Allgemeinen positiv erwähnt, so sei man „nah dran“. Weitere sieben Nennungen bezogen sich ebenfalls auf bauliche Aspekte, wie die „schöne Kuppel“, das „schöne Haus“.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Die Gestaltung des Innenraums; besonders die Blautöne der Wand. Sonst eigentlich alles. Ich fühle mich im TfN wohl…“ (Musicalbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 16 Jahre)

Vier Nennungen bezogen sich auch auf das Publikum selbst bzw. dessen Zusammensetzung, wobei diese Aussagen teils sehr gegensätzlich waren: Zwei Person bezeichneten das Publikum als „‚normal‘, nicht extravagant“ bzw. beschrieben die Atmosphäre als „nicht so übertrieben elegant“, während eine dritte Person „das gehobene Publikum“ positiv hervorhob. Eine vierte Befragte nannte zudem als positiven Aspekte die Programmgestaltung, welche „ausgewogen für junges u. altes Publikum“ sei.

16.1.4 Persönliche Aspekte

Rund 130 Nennungen wurden der Kategorie „persönliche Aspekte“ zugeordnet und thematisierten somit positive Dinge, die im Zusammenhang mit der persönlichen Situation der Befragten stehen. 83 dieser Nennungen bezogen sich darauf, dass das Theater in direkter örtlicher **Nähe zum Wohnort** läge oder dass allgemein die „gute Erreichbarkeit im Herzen der Stadt“ positiv erwähnt wurde. Auch die Verkehrsgünstige zentrale Lage bzw. gute Erreichbarkeit wurde von 14 Personen angesprochen.

27 Befragte betonten die **persönliche Bedeutung**, die das TfN für sie habe, bzw. die **kulturelle Bedeutung für die Stadt Hildesheim**, welche sie dem Theater zuschreiben, wenn es z.B. als „lokaler Eckpfeiler der Kultur“ bezeichnet wird, welcher „zum kulturellen Leben in Hildesheim“ dazugehöre. Auch die Verankerung in der Stadt wurde in diesem Zusammenhang teilweise angesprochen.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Dass es seit meiner Kindheit zu meinem Leben dazu gehört.“ (Musicalbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 52 Jahre)

„Die Atmosphäre, bin mit dem Theater aufgewachsen, ein Stück Zuhause!“ (Schauspielbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 46 Jahre)

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Für uns gut erreichbar und wunderbar, das wir in Hildesheim so gutes Theater haben.“ (Abonnentin aus dem Landkreis Hildesheim, 70 Jahre)

„Theater für Hildesheim, Kultur in der kleinen Großstadt, kulturelle Bildung für Jugendliche.“ (Schauspielbesucherin aus Hildesheim, 48 Jahre)

Sieben Personen benannten zudem den **persönlichen Mehrwert**, welchen sie aus dem Besuch des Theaters zögen, wie etwa, dass sie „Abstand vom Alltag“ gewinnen könnten, „Denkanstöße“ erhielten „entspannte Abende“ erleben könnten und dass sie sich über die „Abwechslung des täglichen Einerleis“ freuten.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Es hilft mir, auch wenn es mir nicht gut geht. Das Ensemble ist sehr gut. Alle Mitarbeiter sind freundlich und zuvorkommend.“ (Musicalbesucherin aus Hildesheim, 67 Jahre)

16.1.5 Qualität

Von den rund 100 Nennungen, die Aussagen zur Qualität der gezeigten Stücke beinhalteten (wobei die Leistungen der Darstellenden unter den oben bereits genannten Kategorien subsumiert wurden), thematisierten 42 das **hohe künstlerische Niveau** der Aufführungen im Allgemeinen und 52 bezogen sich auf die Ausstattung. Eine Nennung bezog sich dabei generell auf die Ausstattung, 39 lobten das **Bühnenbild** bzw. die Kulisse und zwölf Personen thematisierten die Kostüme und Masken. Neun Nennungen gingen explizit auf die „**tolle Umsetzung auch mit geringeren Mitteln**“ ein, wobei teils auf das finanzielle Budget, teils auf die minimalistischen Bühnenbilder Bezug genommen wurde. Die positiven Äußerungen zum Bühnenbild stehen jedoch auch kritischen Stimmen gegenüber, welche die Schlichtheit der Ausstattung teils bemängeln und sich opulentere Bühnenbilder wünschen (siehe dazu Abschnitt 16.2.4).

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Mit geringen finanziellen Mitteln werden großartige Leistungen geboten!“ (Abonnent aus dem Landkreis Goslar, 69 Jahre)

„Das mit einem schmalen Budget ein 3-Sparten-Theater solche Qualität bietet.“ (Abonnentin aus Hildesheim, 69 Jahre)

„Die Bühnenbilder = mit wenigen Mitteln maximale Wirkung“ (Schauspielbesucher aus dem Landkreis Hildesheim, 73 Jahre)

„Ich staune immer wieder über die einfachen aber ideenreichen Bühnenbilder.“ (Schauspielbesucherin aus dem Landkreis Wolfenbüttel, 50 Jahre)

16.1.6 Service / Preise

Rund 95 Nennungen konnten der Kategorie Service / Preise zugeordnet werden. 41 Mal wurde von Befragten das Thema **Eintrittspreise** positiv erwähnt. 21 dieser Nennungen bezogen sich auf die „vergleichsweise günstige[n] Preise“ und „das Preis-Leistungs-Verhältnis“, eine Nennung bezog sich auf das „günstige Abo“. 14 Personen erwähnten zudem positiv die günstigen Preise für Studierende und fünf Personen sprachen die Schülerpreise

an, teilweise wurden auch die Ermäßigungen für andere Gruppen wie Auszubildende, etc. thematisiert.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Rabatte für Studierende, Alg II Empfänger und Auszubildende, sodass kulturelle Teilhabe ermöglicht wird.“ (Musicalbesucher aus Hildesheim, 29 Jahre)

Der **Abo-Service** wurde von 14 Personen gelobt, unter anderem wurden die Umtauschmöglichkeiten, die freundlichen Mitarbeitenden des Abo-Büros und das kostenlose Parkticket wurden als positive Aspekte genannt (wobei letzteres womöglich nicht allen AbonnentInnen bekannt ist, siehe dazu Abschnitt 16.2.3).

Weitere sieben Personen äußerten sich zu der aus ihrer Sicht gut gelungen **Zusammenstellung des Abonnements**, welche als abwechslungsreich oder auch „ausgewogene Mischung“ zwischen den Sparten beschrieben wurde.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Tauschmöglichkeit im Rahmen des Abos“ (Abonnentin aus der Region Hannover, 61 Jahre)

„Spielvielfalt, freundliches Personal, Parkticket zum Abo“ (Abonnentin aus dem Landkreis Hildesheim, 38 Jahre)

„Keine abgehobenen Experimente, Abwechslung im Abo, Sparten! Nähe zur Region, Normalität (nicht-Exklusivität), nette Mitarbeiter, guter Service im Abo-Büro, gutes Ensemble.“ (Abonnent aus dem Landkreis Hildesheim, 54 Jahre)

„Hohes Niveau, flexible Abos, da ich zu unterschiedlichen Zeiten Zeit habe, gute Schauspieler, gute Sänger“ (Abonnentin aus dem Landkreis Hildesheim, 63 Jahre).

„Es wird für alle etwas geboten. Das Abo lohnt sich, weil man sich Stücke ansieht, die man sonst nicht sehen würde.“ (Abonnentin aus dem Landkreis Hildesheim, 63 Jahre)

Acht Personen lobten den **gastronomischen Service**, die Hälfte von Ihnen nannten insbesondere die Möglichkeit Getränke für die Pause vorzubestellen als positiven Aspekt. Dem gegenüber steht, dass sich einige Befragte für längere Pausen aussprachen, da es in der kurzen Zeit nicht möglich sei, die Toiletten zu besuchen, Getränke zu bestellen und zu konsumieren. Siehe hierzu Abschnitt 16.2.2.

Sieben Personen lobten zudem den Bereich **Marketing, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit**. In zwei Fällen wurde von jüngeren Besucherinnen die Social Media Angebote gelobt, andere Befragte lobten das Spielzeitheft, die für die AbonnentInnen bereitgestellten Informationen, die Pressearbeit oder das Marketing im Allgemeinen.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Die Stücke, die Mitarbeiter. Einfach alles. Die Internet-Seite, der Youtube-Kanal und Instagram. Das ist in anderen Theaters nicht so toll.“ (Schauspielbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 16 Jahre)

„Die Cover der Flyer für ein Stück, die sozialen Netzwerke um die Jugend anzuregen und die Schauspieler.“ (Schauspielbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 16 Jahre)

Positive Erfahrungen in Hinblick auf den **Kartenkauf** wurden von fünf Personen beschrieben. Hier wurde die Freundlichkeit der Mitarbeitenden angesprochen, aber auch, dass es möglich sei, Karten für die gesamte Spielzeit zu erwerben. Dreimal wurde der kostenlose **Garderobenservice** explizit genannt, einmal wurde zudem dessen gute Organisation gelobt. Zweimal wurden ebenfalls die kostenlosen **Programmhefte** erwähnt. Drei Personen nannten als positiven Aspekt die **Parkplatzsituation**, eine der Nennungen stammte jedoch von einer Abonnentin, die sich in Ihrer Aussage womöglich auf die für die AbonnentInnen reservierten Parkplätze bezog. Im Kontrast dazu steht jedoch auch, dass die Parkplatzsituation von vielen Befragten bemängelt wurde – siehe dazu Abschnitt 16.2.3.

16.1.7 Zusatzangebote

Rund 50 Nennungen bezogen sich auf Zusatzangebote, welche ergänzend zum regulären Spielplan angeboten werden. Mit 22 Nennungen waren darunter insbesondere die Stückeinführungen die am häufigsten gelobten Angebote. Ebenfalls siebenmal – und oft auch in Kombination mit den Einführungen – genannt, wurden die Matineen, weitere vier Mal wurden Führungen positiv erwähnt. Möglichkeiten zur Partizipation sowie die angebotenen Premierenfeiern wurden jeweils dreimal genannt. Weitere acht Nennungen bezogen sich auf weitere Angebote, wie „Theatergarten, Wohnzimmer, Schnupperkurse“, „die verschiedenen Darbietungen im F1“ oder „Angebote wie ‚Nachgefragt‘“.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Die Spielplanauswahl, Martineen u. Einführungsveranstaltungen, Theateraufführungen nebst Expertenführungen, Preis-Leistungsverhältnis stimmt“ (Abonnentin aus Hildesheim, 57 Jahre).

„Die Möglichkeit der Mitwirkung (leider nachlassend) und Mitgestaltung. Viele Aktive / Künstler, die sich NICHT eitel + abgehoben verhalten. Relativ gute Verankerung in der Stadt.“ (Abonnent aus Hildesheim, 69 Jahre)

„BürgerInnen-Nähe, Möglichkeit d. Mitwirkung, gute Angebots-Mischung, Premierenfeiern“ (Abonnentin aus Hildesheim, 70 Jahre)

16.1.8 Allgemein positiv

32 Nennungen waren als positive Bewertungen des Hauses im Allgemeinen zu verstehen und wurden daher dieser allgemeinen Kategorie zugeordnet. Oftmals wurde die Arbeit des TfN kurz und bündig gelobt. Aussagen wie „So wie es ist, bin ich zufrieden“, „Hildesheim ist toll und hat ein tolles Theater. Gehört dazu.“ und „Mir gefällt fast alles“ stehen beispielhaft für diese allgemeinen positiven Äußerungen.

Was schätzen Sie am TfN besonders?

„Kulturelle Verzauberung am Abend innerhalb der Woche“ (Abonnent aus dem Landkreis Hildesheim, 29 Jahre)

„Seit über 50 J. Abo – Das sagt alles.“ (Abonnent aus Hildesheim, 82 Jahre)

16.2 Wünsche und Verbesserungsvorschläge des Publikums

Die negativen Nennungen bzw. Wünsche und Verbesserungsvorschläge unter Frage 14 wurden ebenfalls in mehrere Kategorien unterteilt. Diese werden im Folgenden – abermals sortiert nach der Anzahl der Nennungen – kurz beschrieben.

- Bauliches / Technisches: Kritik an baulichen Mängeln des Hauses sowie technischen Details der Aufführungen.
- Wünsche an das Angebot: Anregungen der Befragten zur Veränderung des Spielplans.
- Externe Faktoren: Aspekte, welche vom Theater nicht oder nur bedingt beeinflusst werden können.
- Qualität: Kritische Aussagen über die Qualität einzelner Aspekte des Theaterangebots.
- Service / Preise: Negative Äußerungen und Verbesserungswünsche zu Serviceangeboten des TfN und dessen Preisgestaltung.
- Programm: Die Befragten nennen negative Aspekte zur Spielplangestaltung und den Inszenierungsformen.
- Werbung / Kommunikation: Anmerkungen und Verbesserungswünsche zu Marketing, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.
- Atmosphäre: negative Anmerkungen zum Ambiente bzw. der Atmosphäre des Theaters, der Spielstätte oder bestimmter Aspekte dessen.
- Publikumsbefragung: Kritik an der durchgeführten Befragung.

16.2.1 Bauliches / Technisches

Der größte Teil der rund 250 Nennungen dieser Kategorie beziehen sich auf Aspekte, welche im Rahmen der Umbaumaßnahmen zur Spielzeit 2019/20 verbessert werden sollen. Vielen Befragten war dies auch bewusst, sodass sie – teils mit einem Augenzwinkern – ihren Kommentaren anmerken ließen, dass sich dies ja bald ändern könnte. Dass so viele Befragte diese baulichen Aspekte betonten, macht einerseits deutlich, dass die Renovierungen auf sehr viel Anklang bei den BesucherInnen stoßen dürfte, andererseits wäre es aber auch möglich, dass die geplanten Baumaßnahmen einigen Befragten nicht bewusst waren und womöglich die positiven Ergebnisse nach erfolgreichem Abschluss der Baumaßnahmen noch offensiver kommuniziert werden könnten.

Mit 89 Nennungen war das Thema **Bestuhlung** für viele Befragte ein sehr drängendes Problem. Die Bestuhlung wurde als „durchgesessen“, „unbequem“, „zu hart“ und die Gänge zwischen den Reihen als „zu eng“ beschrieben. Ebenfalls oft kritisiert wurde die **Belüftung bzw. Klimatisierung**: 57 Befragte thematisierten dieses Problem. Mit 48 Nennungen war die geringe Anzahl der verfügbaren **Damentoiletten** und die damit verbundene Wartezeit das am dritthäufigsten genannte bauliche Ärgernis, teilweise wurde hier auch auf den Zustand der sanitären Anlagen verwiesen. Oftmals wurden diese drei Aspekte in Kombination genannt.

16 Befragte kritisierten zudem die mangelnde Barrierefreiheit mancher Bereiche des Theaters. Darunter fielen Kritik an der Zugänglichkeit für RollstuhlfahrerInnen zum F1, sowie zu den Rängen oder auch dem allgemeinen Wunsch, man möge einen „Barrierefreie[n] Zugang zu allen Veranstaltungen“ schaffen, bzw. man solle einen Fahrstuhl einbauen.

Es wurde von zwei älteren Besucherinnen auch angemerkt, dass die „Stufen im 1. Rang schwierig“ seien oder dass „am Theatereingang mehr Geländer für ältere Menschen“ angebracht werden sollten. Auch wurden in einer Einzelnennung die Rollstuhlplätze kritisiert, jedoch wurde nicht genauer ausgeführt, was damit gemeint war.

Mit 32 Nennungen war das Thema **Tonqualität und Akustik** für einige Befragte ebenfalls bedeutsam. Sieben Personen bemängelten die Akustik im Saal – teils mit dem Verweis auf die anstehenden Verbesserungen durch die Baumaßnahmen. 18 Befragte thematisierten Probleme mit der Tontechnik. Zum teil wurde der „schlechte Sound in den ersten Reihen“ bemängelt oder eine „bessere und ausgewogene Verstärkeranlage“ eingefordert, teils wurde jedoch auch die Abmischung kritisiert: der Sound sei – so eine Besucherin – „häufig grell“ oder – was von mehreren Personen angemerkt wurde – die Musik übertöne die Singstimmen, bzw. der Gesang sei nicht gut zu verstehen. Teilweise wurde nur das Stichwort „Tontechnik“ genannt. Sieben Mal wurde auch die „zu laute Musik“ zum Beispiel bei Musicalaufführungen angesprochen, vereinzelt wurde jedoch auch das Lautstärkeverhältnis zwischen Orchester und Singenden angesprochen. Damit in Verbindung steht auch die teils geäußerte Kritik an der Verständlichkeit der Darstellenden, welche in Abschnitt 16.2.4 thematisiert wird.

Was sind Aspekte, die Sie am TfN stören und die in Ihren Augen verbessert werden könnten?

> „Bei Gesangseinlagen sollte die Musik nicht regelmäßig die Singenden übertönen, sodass der gesungene Text auch noch zu verstehen ist.“ (Abonnentin aus dem Landkreis Hildesheim, 52 Jahre)
>
> „Elektronisch verstärke Musik meist zu LAUT Frage: Ist Tonmeister hörgeschädigt?“ (Abonnent aus Hildesheim)
>
> „Häufig zu laute Musik, bei Oper / Operette kommen Singstimmen nicht durch.“ (Abonnentin aus dem Landkreis Wolfenbüttel, 48 Jahre)
>
> „Die Texte sind manchmal schlecht zu verstehen. Besonders in Verbindung mit dem Orchester“ (Abonnentin, 67 Jahre)

Von neun Personen wurden zudem **Sichteinschränkungen** bemängelt, etwa durch die „Brüstung im 1. Rang“, bzw. man müsse „darauf achten, dass das der 2. Rang alles sieht“. So seien die „Ränder am Bühnenbild vom Rang links nicht sichtbar“, oder es wurde allgemeiner kritisiert, dass es „keine optimale Bühnensicht“ gäbe. Vereinzelt wurde die Verteilung von Sitzkissen kritisiert, die ebenfalls zu Sichtbehinderungen führten.

Weitere Einzelnennungen von Personen thematisierten „das zu kleine Konzertzimmer “, kritisierten die erst späte Öffnung der Türen zum Saal, regten an, dass Orchester solle immer sichtbar sein oder erbaten „mehr Ausschilderungen für Leute, die sich nicht auskennen (Garderobe, Theke...)“.

16.2.2 Wünsche an das Angebot

Rund 100 Nennungen thematisierten Wünsche an das Programmangebot des Hauses. Hierbei waren die Wünsche teils widersprüchlich und oft wurden sowohl Wünsche geäußert, bestimmte Angebote häufiger anzubieten und zugleich andere Programmpunkte zu reduzieren. So spiegelt sich in diesen Nennungen die breite Anspruchshaltung der unterschiedlichen Publika wider, mit denen sich das TfN als Theater konfrontiert sieht.

Mit elf Nennungen war der Wunsch nach **weniger Musicals** bei den Befragten für diese Kategorie am stärksten. Acht Personen wünschten sich zudem (wieder) **mehr Tanz und Ballettaufführungen** im TfN, fünf wünschten sich **mehr Schauspielinszenierungen**, drei wünschten sich **mehr Oper**, drei **weniger Operetten** und zwei **mehr Operetten**.

Was sind Aspekte, die Sie am TfN stören und die in Ihren Augen verbessert werden könnten?

„Teilweise geht es leider häufig ins ‚Klamaukige'. Warum so viele Musicals? Und warum keine älteren Werke?" (Abonnentin aus Hildesheim, 78 Jahre)

„Es werden zu viele Musicals angeboten. Wenige Klassiker (griechisch) im Bereich Schauspiel." (Opernbesucherin aus Hildesheim, 65 Jahre)

„Ich vermisse die Tanz-Company ." (Opernbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 76 Jahre)

„Zu viele Musicals, bitte mehr Schauspiel." (Abonnentin aus Hildesheim, 60 Jahre)

„Mehr Tanzpartys wären schön, keine Horror-Geschichten, My fair Lady und Subway sollte wieder gespielt werden, mehr Theater im Freien, romantische Oper fehlt, mehr Konzerte." (Schauspielbesucherin aus Hildesheim, 52 Jahre)

Während sich sechs Personen „**mehr mutige Stücke**" zu „gesellschaftskritischen Themen" und „politisch relevantem Bezug" wünschten und weitere sechs Personen „etwas modernere Stücke" wünschten und forderten, das „Theater sollte mehr experimentieren" bzw. „mutiger & kreativer in der Inszenierung" der Stücke werden, „mehr Risiko eingehen" und (mehr) „Stücke von zeitgenössischen Autoren spielen", gab es auch gegenteilige Stimmen. Sechs Personen wünschten sich, dass „**mehr klassische Stücke"** gespielt werden, wobei teils nicht ersichtlich war, auf welche Sparten sich diese Forderungen bezogen. Eine Besucherin kritisierte zudem, es gäbe „zu viel[e] Erstaufführungen". Zugleich wünschten sich vier Befragte auch, dass **mehr „bekannte" oder „populäre" Werke** gespielt werden sollten und zwei Personen wünschten sich auch **bekannte GastdarstellerInnen**. Zugleich forderten drei Befragte in Hinblick auf die Programmgestaltung „weniger Mainstream", während drei andere Personen sich „wieder **mehr Komödien** wie z.B. Taxi-Taxi" oder „mehr zum Lachen" im Allgemeinen wünschten. Andere Einzelstimmen kritisierten dies wiederum und bemerkten „Komödien könnten manchmal etwas mehr Niveau haben (‚Auf und davon' z. B. fand ich niveaulos)".

Was sind Aspekte, die Sie am TfN stören und die in Ihren Augen verbessert werden könnten?

„In der Oper auch mal wieder eine klassische Oper / Inszenierung (die Mischung macht es: 1 x klassisch, 1 x Operette, 1 x was Neues. Hildesheim ‚muß' nicht die Zauberflöte bringen, wenn die in Hannover oder [Braunschweig] gespielt wird – aber wenn eine klassische Oper nirgendwo läuft, ‚kann' [Hildesheim] die bringen." (Opernbesucher aus Hildesheim, 64 Jahre)

„Bitte alte, traditionelle Stücke originalgetreu machen, Experimente mit Zeitbezug für neue Stücke, zu wenig Operetten, zuviel MODERNE Musicals" (Abonnent aus dem Landkreis Hildesheim, 80 Jahre)

„Mehr Shakespeare und Schiller, mehr Jelinek, Horváth, Lutz Hübner :) → mehr Schauspiel an mehr Tagen als jetzt!" (Schauspielbesucherin aus Hildesheim, 23 Jahre)

Was sind Aspekte, die Sie am TfN stören und die in Ihren Augen verbessert werden könnten?

„Werbung, kenne vieles nicht. Mehr Gast"stars"... [vielleicht] Lars Eidinger?“ (Musicalbesucherin aus Hildesheim, 39 Jahre)

„Weniger Mainstream, mehr ‚Orpheus‘“ (Opernbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 74 Jahre)

„Bisher alles gut, sollte nicht nur ‚Unterhaltungstheater‘ werden“ (Abonnentin aus dem Landkreis Hildesheim, 57 Jahre)

Ein mit neun Nennungen ebenfalls mehrfach geäußerter Wunsch war, dass „mehr Stücke für Jugendliche“ gezeigt und „mehr Werbung für jüngere Leute“ gemacht werden sollte.

Was sind Aspekte, die Sie am TfN stören und die in Ihren Augen verbessert werden könnten?

„Es sollte mehr Werbung in Richtung der unter 18-jährigen geben, damit das Theater nicht ‚ausstirbt‘ durch zu wenige junge Besucher. Jugendfreundlichere Stücke in allen Sparten abgesehen von Musical und Kinder- und Jugendtheater.“ (Musicalbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 16 Jahre)

Weitere Programmspezifische Nennungen waren Wünsche nach mehr klassischen Konzerten (drei Nennungen), mit beispielsweise „mehr Barockmusik“, „eine stärkere Zusammenarbeit mit der ‚Freien Szene‘“ (drei Nennungen), sowie mehr Events wie Partys oder Bälle zur Spielzeiteröffnung (zwei Nennungen). Weitere Einzelnennungen formulierten Wünsche wie die Live-Orchestrierung eines Kinofilms oder ein Konzert mit Filmmusiktiteln, eine andere wünschte sich, dass das „Essen und Trinken während der Vorstellung“ erlaubt sei. Auch das Zeigen eines „klassischen Krimis“, oder von mehr „ältere[n] Werke[n]“, sowie das Anbieten von „mehr Meets & Greets“ und „mehr kleine[n] Veranstaltungen im F1 mit einzelnen Künstlern“ wurde gewünscht.

Indirekt mit den Programmwünschen hängt auch zusammen, dass sich sieben Befragte länger Pausen wünschten.

16.2.3 Externe Faktoren

Unter dieser Kategorie ließen sich rund 80 Antworten subsumieren, wobei der am häufigsten genannte Kritikpunkt die problematische **Parkplatzsituation** war, welche von 36 Personen angesprochen wurde. Erstaunlicherweise waren darunter auch elf Befragte, die angaben, ein Abonnement zu besitzen und somit freien Zugang zu nahegelegenen Parkplätzen der Volksbank erhalten würden. Hier bietet es sich einerseits womöglich an, zu prüfen, ob allen AbonnentInnen Ihre „Vorteile“ in vollem Umfang bekannt sind und andererseits können die kostenfreien Parkplätze in der Vermarktung des Abonnements (evtl. auch für die TheaterCard) künftig noch stärker hervorgehoben werden.

Von 16 Personen wurden Themen benannt, die das **gastronomische Angebot** vor Ort betreffen. Kritisiert wurden unter anderem die Getränke- und Snackpreise, aber auch das mangelnde Angebot. Von einzelnen Befragten wurde gewünscht, das Getränkeangebot um liebliche Getränke, sowie Tees und weitere Kaffeegetränke zu erweitern. Zwei Mal wurde auch eine Erweiterung des Essensangebotes gewünscht.

Es wurde vereinzelt auch bemängelt, dass nach der Veranstaltung kein Restaurant vor Ort genutzt werden könne. Zwei Mal wurde die Gastronomie bzw. Bewirtung im Theatergarten kritisiert.

Ebenfalls nur bedingt beeinflussbar ist das **Verhalten des Publikums**, welches von sechs Personen kritisiert wurde. Hier wurde zum Teil ein deutlicheres Vorgehen des Theaters gefordert. An anderer Stelle wurde auch der Wunsch geäußert, dass eine „verbesserte Ansagen zu Beginn der Vorstellungen [produziert werden sollte], dass Essen, Trinken, Photos untersagt & lautes Unterhalten störend ist“. Zwei Mal wurde in diesem Zusammenhang kritisiert, dass sich Erwachsene Personen Sitzkissen nehmen würden, bzw. dass diese ausgeteilt wurden, sodass es zu Sichteinschränkungen kam. Eine Person kritisierte das Gedränge an den Garderoben.

Was sind Aspekte, die Sie am TfN stören und die in Ihren Augen verbessert werden könnten?

> „Das Hi-Publikum: Klatscht sehr zurückhaltend oder bei jeder Musikdarbietung, reicht in der Ovation...; der Blick aufs Handy (Licht!). Evtl. hilft eine Ansage über ‚Verhalten in der Oper‘?“ (Opernbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 52 Jahre)

> „Die Zuschauer nehmen die Mäntel mit in den Saal + essen dann auch manchmal – zu wenig Respekt vor den Darstellern; die Ordner müssen mehr eingreifen“ (Schauspielbesucherin aus Hildesheim, 60 Jahre)

> „allgemein teilweise unangemessene Kleidung (zu leger) für die Veranstaltung von einzelnen jungen Besuchern“ (Abonnentin aus dem Landkreis Wolfenbüttel, 48 Jahre)

Zwei Personen bedauerten die geringe **Auslastung** in manchen Stücken, was in einem Fall mit dem Vorschlag verknüpft wurde, „stark rabattierte Tickets kurz vor Beginn der Veranstaltung“ anzubieten. Durch die Last-Minute-Tickets ist diese Möglichkeit zwar an manchen Tagen bereits gegeben, ist aber, wie in Abschnitt 15 dargelegt, rund der Hälfte der Befragten ohne Abonnement nicht bekannt, was sich auch in oben genannter Aussage widerspiegelt.

Eine Besucherin aus der Nordstadt und eine Abonnentin aus dem Landkreis Hildesheim klagten über eine magelhafte bzw. nicht vorhandene **Busverbindung** zum Theater. Eine weitere Person merkte an, dass das TfN in Hildesheim von ihrem Wohnort „eigentlich zu weit [entfernt sei], um es öfters zu nutzen“. Dazu passt auch, dass sich vier Personen wünschten, dass das TfN (wieder) mehr **Präsenz in anderen Städten** in Form von Gastspielen zeige; genannt wurden dabei dreimal Hannover, sowie jeweils einmal Barsinghausen, Clausthal-Zellerfeld und Bad Harzburg.

Weitere Einzelnennungen wünschten eine stärkere Berichterstattung über das TfN in der St. Braemscher-Zeitung und beklagten die „häufig ‚ausverkaufte[n]‘ Musicals“.

16.2.4 Qualität

Hinsichtlich der Qualität der Aufführungen wurde als häufigster Kritikpunkt die **Art der Inszenierung** thematisiert. 39 Personen äußerten sich diesbezüglich, wobei die Perspektiven hier sehr stark variierten. 13 Personen äußerten eher allgemeine Kritik an Inszenierungen oder bemängelten zu ‚konventionelle' Inszenierungen. Hierbei wurden zum Teil „primitive" Stücke, „zu übertrieben[e]" Darstellende, „teils schlechte Interpretationen", zu wenig provokative (in Bezug auf Brecht) bzw. im Allgemeinen „biedere, uninteressante Inszenierungen, die vor ernsthaften aktuellen Diskussionen zurückschrecken" oder aber auch die (nicht weiter spezifizierte) ‚Politisierung' in Stücken kritisiert.

Während unter oben genannten Beispielen vereinzelt nach provokanteren, ‚gewagteren' Inszenierungen verlangt wurde, äußerten andererseits 13 Befragte, dass ihnen die aktuellen **Inszenierungen teils zu unkonventionell, bzw. „modern"** seien. Insbesondere, „wenn schöne alte Sachen auf modern getrimmt werden" und nicht ‚werktreu' inszeniert wurden, stieß dies teil auf Unverständnis – als Beispiele wurden hierfür jeweils zweimal die Stücke ‚Die Hochzeit des Figaro' und ‚Die Pantöffelchen' genannt.

Zudem wurde weitere konkrete Darbietungen kritisiert, ohne dass jedoch genauer dargelegt wurde, was die Befragten daran gestört hatte. So wurde die Inszenierung „Kabale und Liebe" von einer Besucherin als „sehr misslungen" beschrieben und von ihr als Grund dafür genannte, das TfN lange nicht mehr besucht zu haben. Ein Abonnent kritisierte den „Badewannentango" (welchen er vermutlich im Rahmen des Neujahrskonzert 2019 gehört hatte).

Von sieben Personen (welche allesamt über 65 Jahre, bzw. mehrheitlich sogar über 70 Jahre alt waren und in sechs Fälle auch ein Abonnement besitzen), wurden **zu explizite oder sexualisierte Darstellungen** kritisiert. So bemängelte ein Abonnent die „oft sexistische[n] Szene[n] (selbst bei Klassikern)" und eine Abonnentin die „derbe[n] Anzüglichkeiten", welche aus ihrer Sicht „auch subtiler darzustellen wäre[n]". Eine andere Abonnentin störte sich – ebenso wie ihr mutmaßlicher Begleiter – an „DRASTISCH dargestellte[n] Sex-Szenen", welche auch als „oft widerlich dargestellt" beschrieben wurden. Es wurde entsprechend gefordert, dass die „manchmal zu intime[n] Darstellungen" und das Zeigen von „zu viel nackte[r] Haut" zu unterlassen seien.

Was sind Aspekte, die Sie am TfN stören und die in Ihren Augen verbessert werden könnten?

„die Qualität der Musicals (zu viel! Witze, Konzept, Interpretation)" (Musicalbesucherin aus Hildesheim, 26 Jahre)

„Inszenierungen recht oberflächlich, Potenzial der Darsteller wird nicht ausgeschöpft, schwache Regie (oft)" (MusicalbesucherIn)

„Der Spruch ‚da hat sich mal wieder ein Regisseur selbst verwirklicht' kommt im Freundeskreis leider oft vor. Teilweise doch arge Belehrungen des ‚dummen' Publikums." (Abonnentin aus dem Landkreis Hildesheim, 47 Jahre)

„Wo sind die hochwertigen Musicalaufführungen wie von Herrn Mörchen oder Herrn Zöllner geblieben? Nicht so viele Trash-Inszenierugen wie z.B. Figaro oder heute (Pantöffelchen) im 3. Akt!" (Opernbesucherin aus Hildesheim, 41 Jahre)

Was sind Aspekte, die Sie am TfN stören und die in Ihren Augen verbessert werden könnten?

„Teilweise geht es leider häufig ins ‚Klamaukige'." (Opernbesucherin aus Hildesheim, 78 Jahre)

„Die Konventionalität. Oft habe ich den Eindruck, uninspiriertes Provinztheater zu sehen, das sich an wirtschaftlichen Faktoren orientiert und künstlerische Ansätze dem vermeintlichen Geschmack unterordnet." (Opernbesucherin, 28 Jahre)

„Die inhaltliche Qualität der Stücke. Zu oft fällt der Inhalt dem Entertainment- oder Modernisierungsfaktor zum Opfer. Das ist sehr schade." (Musicalbesucherin aus Hildesheim, 46 Jahre)

„Manche Übertreibungen im Umgang mit Komischem (feiner Humor ist kostbarer.). Es muss nicht laut sein, um die Aufmerksamkeit zu erregen. Und vor allem nicht hektisch zugehen! ‚Glaub mir.'" (Opernbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 74 Jahre)

„Bitte alte, traditionelle Stücke originalgetreu machen Experimente mit Zeitbezug für neue Stücke zu wenig Operetten zuviel MODERNE Musicals" (Abonnent aus dem Landkreis Hildesheim, 80 Jahre)

Von 19 Personen wurde die **Ausstattung, das Bühnenbild oder die Kostümierung** thematisiert. Insbesondere das Bühnenbild wurde oft kritisiert und als „oft sehr sparsam", „zu abstrakt, minimalistisch, modern, ernüchternd" oder auch „manchmal nicht treffend", „lieblos", „karg", in Bezug auf das Sprechtheater sogar als „billig" wirkend, beschrieben.

Fünf dieser Nennungen kritisierten die zu „sparsame" bzw. „zu moderne" Ausstattung und Kostümierung von Inszenierungen oder wünschten sich „mal wieder ganz klassische Aufführungen mit [entsprechenden] Kostümen & Requisiten".

Was sind Aspekte, die Sie am TfN stören und die in Ihren Augen verbessert werden könnten?

„Ausstattung u. Kostüme dürften nicht zu ‚sparsam' sein (Figaro ist zu modern ausgestattet)" (Opernbesucherin aus Peine, 71 Jahre)

„Manche Kulissen sind zu abstrakt wie z.B. die Kletterwand statt einer Berglandschaft im Stück ‚Heidi'." (Schauspielbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 23 Jahre)

„Mich stören manchmal die modernen Interpretationen, ich mag bei alten Stücken auch gerne mal ‚alte' Kostüme sehen." (Musicalbesucherin aus Hildesheim, 49 Jahre)

Von zehn BesucherInnen wurden **Artikulation und Verständlichkeit** bemängelt. Dreimal wurde dies in Bezug auf das Sprechtheater, fünfmal in Bezug auf das Musiktheater genannt, einmal in Bezug auf das Lautstärkeverhältnis zwischen Sprechenden und dem Orchester, zweimal im Allgemeinen. Die allgemeine **Qualität der Darstellenden** wurde von vier Personen bemängelt.

16.2.5 Service / Preise

Ein großer Anteil der 32 Nennungen, welche dieser Kategorie zugeordnet wurden, betreffen den **Kartenkauf**. 15 Befragte bemängelten den Service im Servicecenter (drei Nennungen), die Gebühren beim Onlinekauf, die fehlende print@home-Option (zwei Nennungen) sowie die Möglichkeit, als TheaterCard-InhaberIn online Karten zu buchen.

Ebenfalls gewünscht wurden die Einführung eines Rabatts für AbonnentInnen für das Neujahreskonzert, sowie ein Seniorenrabatt. Der Wunsch, Last-Minute-Tickets von Montag bis Freitag anzubieten und diese auch für den 2. Rang zu verkaufen ist insofern verwunderlich, da diese ermäßigten Tickets ausschließlich für den 2. Rang gelten.

Eine Person wünschte sich ein reines Schauspiel-Abonnement. Zweimal wurde angemerkt, dass wünschenswert wäre, „bestellte Karten an der Abendkasse nicht nur im Notfall abholen zu dürfen“. Drei der Befragten äußerten Probleme beim Kartenkauf, welche durch die weite Entfernung ihres Wohnortes bedingt seien.

Was sind Aspekte, die Sie am TfN stören und die in Ihren Augen verbessert werden könnten?

> „[Der] Kartenkauf im Internet ist sehr problematisch. Nicht jeder möchte Karten geschickt bekommen, print@home war nicht möglich, Hinterlegung / Abholung an der Kasse am Abend der Vorstellung war zu spät möglich.“ (Opernbesucher aus Bochum, 72 Jahre)
>
> „An der Abendkasse sollten auch andere Karten gekauft oder getauscht werden können.“ (Abonnentin aus dem Landkreis Hildesheim, 63 Jahre)
>
> „Kartenservice → nicht auf Gäste von außerhalb der Region ausgelegt → Motzige Anrufe / Druck die Karten schnell abzuholen.“ (Musicalbesucher, 29 Jahre)

Sechs Befragte wünschten sich die **Übertitelung** aller Opern, inkl. der deutschsprachigen. Zudem wurde einmal angemerkt, dass die Übertitelung aufgrund der zu dunklen Schrift schlecht lesbar sei, gleiches bemängelten zwei Befragte hinsichtlich der Platznummern.

16.2.6 Programm

25 Nennungen betrafen die Programmgestaltung des Theaters sowie Zusatzangebote, zehn davon kritisierten die **Auswahl der Werke auf dem Spielplan**, welche zum Teil als „Klamauk“ oder „Mainstream“ bezeichnet wurden. Eine Person kritisierte zudem das diesjährige Kinderkonzert als „nicht kindgerecht“, ohne dies weiter auszuführen. Sieben Personen thematisierten zudem die **Rahmenbedingungen der Aufführungen**: drei sprachen die Anfangszeiten bzw. die Terminierung von Programmpunkten an (Meet & Greets freitags um 10 Uhr, Nur einmalige Aufführung des „Orpheus“ im Dezember, sowie die ungünstige Terminierung mancher Abonnementvorstellungen). Weitere vier Befragte sprachen die in Ihren Augen teils **zu lange Aufführungsdauer** mancher Stücke an. Zwei weitere Einzelnennungen betrafen die „viele[n] Ausfälle durch Erkrankungen“, sowie die „unprofessionelle[n] Ball- und Partyaktionen“.

Einführungen und Matineen wurden von vier Personen thematisiert: Erstere wurden einmal als „verbesserungswürdig“ bezeichnet, eine Abonnentin wünschte sich, dass die Einführungen in einem ‚abgeschlossenen Raum‘ veranstaltet werden, eine andere kritisierte, dass zwei Einführungen ausgefallen seien. Eine Besucherin wünschte sich, dass man zukünftig „bei Matineen am Ende Fragen stellen“ könne.

Die **Zusammenstellung des Abonnements** wurde von zwei Befragten angesprochen. Eine Abonnentin wünschte sich, dass für das sonntägliche „Nachmittags-Abo bessere Stücke“ ausgewählt werden sollten und eine Musicalbesucherin gab an, Schülerabonnement gekündigt habe, da es „zu viel Oper [und] zu wenig Musical“ beinhaltet habe.

Was sind Aspekte, die Sie am TfN stören und die in Ihren Augen verbessert werden könnten?

„Stücke, die in der Klamottenkiste lagen, sind dort zu belassen. Nicht jedes sinnlose Theaterstück zum Musical machen.“ (Abonnentin aus dem Landkreis Hildesheim, 75 Jahre)

„Spielplan muss gemischter sein in Bezug auf Neues + Klassiker → ich denke, dass diese Spielzeit ein Wagnis ist, da unbekannte Stücke gezeigt werden.“ (Schauspielbesucherin aus Hildesheim, 41 Jahre)

„Verteilung der Veranstaltungen im Schauspiel-Abo – Ferienzeiten / Feiertage ungünstig für Abo“ (Schauspielbesucherin aus Goslar, 62 Jahre)

16.2.7 Werbung / Kommunikation

Von 13 Befragten wurde Aspekte der Werbung bzw. Kommunikation des TfN kritisiert. Fünf Befragte forderten explizit, man müsse „**junges Publikum** besser ansprechen“, zwei Personen bemängelten die „**Social Media Präsenz**“ eine weitere wünschte sich, „automatisch über Vorstellungen informiert [zu] werden“. Die **Programmhefte** wurden von zwei BesucherInnen thematisiert: diese seien „früher viel besser“ gewesen (ohne das dies weiter spezifiziert wurde), bzw. sollten eine „größere Schrift“ besitzen. Zwei Befragte kritisierten die Werbung im Allgemeinen, ein Abonnent kritisierte die „interne Kommunikation und Planung“, welche von außen einen „chaotischen Eindruck“ mache.

Was sind Aspekte, die Sie am TfN stören und die in Ihren Augen verbessert werden könnten?

„Es sollte mehr Werbung in Richtung der unter 18-jährigen geben, damit das Theater nicht ‚ausstirbt‘ durch zu wenige junge Besucher. Jugendfreundlichere Stücke in allen Sparten abgesehen von Musical und Kinder- und Jugendtheater“ (Musicalbesucherin aus dem Landkreis Hildesheim, 16 Jahre)

„Man sollte mehr junge Leute erreichen, nicht nur bei Abi-Themen“ (Opernbesucherin aus Hildesheim, 79 Jahre)

16.2.8 Atmosphäre

12 Befragte thematisierten die Atmosphäre des Theaters, wobei sich ein großer Teil der Nennungen auf die **Gestaltung des Foyers** bezog (sechs Nennungen). Dieses wurde als ‚kahl und nüchtern‘, „sehr klein“ und in Hinblick auf dessen Inneneinrichtung als „optisch wenig ansprechend“ beschrieben. Drei Befragte wünschten sich, dass das „Ambiente […] etwas aufgefrischt“ werde, denn es wirke „eher ‚altbacken‘“ und es fehle „die Frische in den Räumen.“ oder auch ein „frischeres Design im Aufenthaltsbereich“, wohingegen eine andere Person bemängelte, dass es „wenig Schick und Stil im Theaterraum“ gäbe und womöglich eine andere Vorstellung bezüglich der Gestaltung vertritt. Zwei weitere Befragte kritisierten das Ambiente im Allgemeinen, ohne dies näher zu spezifizieren.

16.2.9 Publikumsbefragung

Zwei Befragte kritisierten den Umfang des Fragebogens, welcher „die gesamte Pause und noch Zeit nach dem Stück“ beansprucht habe.

17 Ergänzende Auswertungen

Nach einer ersten Vorstellung des Berichtes wurden weitere Fragen an das Datenmaterial untersucht, die in diesem Anhang thematisiert werden.

17.1 Anteil der Befragten mit Abonnement nach Sparten

Die Auswertung zeigt, dass die Hypothese, dass im Musical der Anteil der AbonnentInnen besonders niedrig ist, sich nicht in den Daten der Erhebung widerspiegelt. Vielmehr war gerade unter in den Veranstaltungen der Sparte Musical der Anteil der Befragten mit einem Abonnement mit 42,5 % besonders hoch!

Tabelle 26: Anteil der Befragten mit und ohne Abonnement nach Sparten der Erhebungswelle (n=1115)

Abonnement		Musical	Oper	Schauspiel	Gesamt
Kein Abonnement	N	223	196	261	680
	%	57,5 %	61,8 %	63,7 %	61,0 %
Abonnement	N	165	121	149	435
	%	42,5 %	38,2 %	36,3 %	39,0 %
Gesamt	**N**	**388**	**317**	**410**	**1115**

17.2 Besuchshäufigkeit der Sparten nach Nutzung von Ermäßigungsangeboten

Bei diesen Auswertungen soll geprüft werden, wie sich die Ermäßigungsangebote TheaterCard, Theaterscheckheft, Last-Minute-Tickets und Montags-Spetial (2 für 1) auf die Besuchshäufigkeiten der Sparten Schauspiel, Oper & Operette und Musical auswirken im Vergleich zu den Angaben aller Befragten. Auch hier ist die bereits in Abschnitt 8 thematisierten Problematik fehlender und falscher Antworten zu berücksichtigen.

17.2.1 TheaterCard

131 Personen (12,8 % der Befragten, n=1027) gaben an, in den vergangenen 24 Monaten die TheaterCard bereits genutzt zu haben (siehe Abschnitt 8).

67 davon beantworteten auch die Frage zur Besuchshäufigkeit der Schauspielsparte. Hier zeigen sich nur wenige Unterschiede zur Besuchshäufigkeit aller Befragten: Die Besuchshäufigkeiten „1-mal“ bis „6- bis 12-mal“ waren ähnlich verteilt wie bei allen Befragten. Vergleichsweise weniger Befragte mit TheaterCard gaben an, die Sparte Schauspiel nicht besucht zu haben, deutlich mehr gaben im Vergleich zu allen Befragten an, „mehr als 12-mal“ die Sparte besucht zu haben. Noch deutlicher zeigt sich diese Tendenz in den Sparten Oper und Musical: die Besuchshäufigkeit „2- bis 5-mal“ wurde von Befragten mit TheaterCard noch ähnlich häufig genannt wie bei allen Befragten, die häufigen Besuche der Sparte nehmen jedoch mit dem Besitz der TheaterCard deutlich zu.

Tabelle 27: Besuchshäufigkeit der Sparten Schauspiel, Oper & Operette und Musical in den letzten 24 Monaten, differenziert nach Befragten, welche die TheaterCard in diesem Zeitraum genutzt hatten, und allen Befragten. (Summe der Werte ergibt spaltenweise 100 %)

Besuchs-häufigkeit		Schauspiel		Oper & Operette		Musical	
		genutzt	Gesamt	genutzt	Gesamt	genutzt	Gesamt
gar nicht	N	5	208	12	275	9	203
	%	7,5 %	23,1 %	20,3 %	32,4 %	14,8 %	23,0 %
1-mal	N	14	147	7	132	3	163
	%	20,9 %	16,3 %	11,9 %	15,6 %	4,9 %	18,4 %
2- bis 5-mal	N	24	349	21	335	27	373
	%	35,8 %	38,7 %	35,6 %	39,5 %	44,3 %	42,2 %
6- bis 12-mal	N	15	167	12	88	14	125
	%	22,4 %	18,5 %	**20,3 %**	**10,4 %**	**23,0 %**	**14,1 %**
> 12-mal	N	9	30	7	18	8	20
	%	**13,4 %**	**3,3 %**	**11,9 %**	**2,1 %**	**13,1 %**	**2,3 %**
Gesamt	**N**	**67**	**901**	**59**	**848**	**61**	**884**

17.2.2 Theaterscheckheft

60 Personen (6 % der Befragten, n=1004) gaben an, in den vergangenen 24 Monaten das Theaterscheckheft bereits genutzt zu haben (siehe Abschnitt 8).

Tabelle 28: Besuchshäufigkeit der Sparten Schauspiel, Oper & Operette und Musical in den letzten 24 Monaten, differenziert nach Befragten, welche das Theaterscheckheft in diesem Zeitraum genutzt hatten, und allen Befragten. (Summe der Werte ergibt spaltenweise 100 %)

Besuchs-häufigkeit		Schauspiel		Oper & Operette		Musical	
		genutzt	Gesamt	genutzt	Gesamt	genutzt	Gesamt
gar nicht	N	3	204	9	270	7	200
	%	5,3 %	22,8 %	16,1 %	32,0 %	14,6 %	22,7 %
1-mal	N	11	147	14	135	11	167
	%	19,3 %	16,4 %	**25,0 %**	**16,0 %**	22,9 %	19,0 %
2- bis 5-mal	N	30	352	26	336	22	373
	%	**52,6 %**	**39,4 %**	**46,4 %**	**39,8 %**	45,8 %	42,4 %
6- bis 12-mal	N	11	164	6	86	4	122
	%	19,3 %	18,3 %	10,7 %	10,2 %	**8,3 %**	**13,9 %**
> 12-mal	N	2	27	1	17	4	18
	%	3,5 %	3,0 %	1,8 %	2,0 %	**8,3 %**	**2,0 %**
Gesamt	**N**	**57**	**894**	**56**	**844**	**48**	**880**

Auffällig ist hier, dass die Besuchshäufigkeit besonders stark für die Sparte Musical zwischen den Befragten mit Theaterscheckheft und allen Befragten unterscheidet. Für die Sparten Schauspiel und Oper & Operette ist die Besuchshäufigkeit von „2- bis 5-mal“ bei den Befragten mit Theaterscheckheft erhöht.

17.2.3 Last-Minute-Tickets

131 Personen (12,8 % der Befragten, n=1027) gaben an, in den vergangenen 24 Monaten das Theaterscheckheft bereits genutzt zu haben (siehe Abschnitt 8).

Die Befragten, die bereits Last-Minute-Tickets erworben hatten, nannten im Vergleich zum Gesamtdurchschnitt häufiger, dass sie die Sparten Schauspiel, Oper & Operette und musical erst einmalig besucht hatten. Jedoch gaben auch Befragte, welche die Sparten häufiger besuchen an, Last-Minute-Tickets zu nutzen.

Tabelle 29: Besuchshäufigkeit der Sparten Schauspiel, Oper & Operette und Musical in den letzten 24 Monaten, differenziert nach Befragten, welche Last-Minute-Tickets in diesem Zeitraum genutzt hatten, und allen Befragten. (Summe der Werte ergibt spaltenweise 100 %)

Besuchs-häufigkeit		Schauspiel		Oper & Operette		Musical	
		genutzt	Gesamt	genutzt	Gesamt	genutzt	Gesamt
gar nicht	N	16	207	17	276	23	203
	%	15,1 %	22,8 %	15,0 %	32,1 %	22,1 %	22,8 %
1-mal	N	28	149	34	142	27	171
	%	**26,4 %**	**16,4 %**	**30,1 %**	**16,5 %**	**26,0 %**	**19,2 %**
2- bis 5-mal	N	45	359	51	340	41	374
	%	42,5 %	39,6 %	**45,1 %**	**39,5 %**	39,4 %	42,1 %
6- bis 12-mal	N	15	164	11	85	10	123
	%	14,2 %	18,1 %	9,7 %	9,9 %	9,6 %	13,8 %
> 12-mal	N	2	27	0	17	3	18
	%	1,9 %	3,0 %	0,0 %	2,0 %	2,9 %	2,0 %
Gesamt	**N**	**106**	**906**	**113**	**860**	**104**	**889**

17.2.4 Montags-Spezial (2 für 1)

136 Personen (13,3 % der Befragten, n=1026) gaben an, in den vergangenen 24 Monaten das Theaterscheckheft bereits genutzt zu haben (siehe Abschnitt 8).

Der Anteil der Befragten, welche angaben „2- bis 5-mal“ die Sparten Schauspiel, Oper & Operette und Musical zu besuchen, war unter den Befragten, die angaben, bereits das Montags-Spezial genutzt zu haben deutlich höher als unter allen Befragten. Das Angebot wird somit auch von MehrfachbesucherInnen in Anspruch genommen.

Tabelle 30: Besuchshäufigkeit der Sparten Schauspiel, Oper & Operette und Musical in den letzten 24 Monaten, differenziert nach Befragten, welche das Montags-Spezial in diesem Zeitraum genutzt hatten, und allen Befragten. (Summe der Werte ergibt spaltenweise 100 %)

Besuchs-häufigkeit		Schauspiel		Oper & Operette		Musical	
		genutzt	Gesamt	genutzt	Gesamt	genutzt	Gesamt
gar nicht	N	6	208	18	276	11	202
	%	4,7 %	22,8 %	15,3 %	32,0 %	9,2 %	22,6 %
1-mal	N	26	149	26	139	24	168
	%	20,5 %	16,3 %	**22,0 %**	**16,1 %**	20,2 %	18,8 %
2- bis 5-mal	N	67	361	57	342	61	382
	%	**52,8 %**	**39,6 %**	**48,3 %**	**39,7 %**	**51,3 %**	**42,7 %**
6- bis 12-mal	N	27	166	15	87	21	123
	%	21,3 %	18,2 %	12,7 %	10,1 %	17,6 %	13,8 %
> 12-mal	N	1	28	2	18	2	19
	%	0,8 %	3,1 %	1,7 %	2,1 %	1,7 %	2,1 %
Gesamt	**N**	**127**	**912**	**118**	**862**	**119**	**894**

17.3 Bekanntheit anderer Angebote des TfN in Abhängigkeit vom Wohnort

Die unter Abschnitt 9 thematisierte Bekanntheit anderer Angebote des TfN war zum Teil sehr gering, sodass vermutet werden kann, dass dies mit dem Wohnort der Befragten zusammenhängt, von denen immerhin 56 % nicht in Hildesheim leben.

Tabelle 31 zeigt die Bekanntheit und Nutzung anderer Angebote des TfN, differenziert nach dem Wohnort der Befragten. Auffällig ist, dass alle Angebote des TfN unter den Befragten, die nicht in Hildesheim wohnen deutlich weniger bekannt sind und auch deutlich seltener genutzt werden. Dies mag vor allem an der erforderlichen Anreise liegen, obgleich die „Matineen und Einführungen“ von auswärtigen Befragten noch am häufigsten besucht wurden. Hier bezogen sich die Antworten womöglich zu großen Teilen auf die Einführungen, welche direkt vor den Stücken angeboten werden und somit keine separate Anreise erfordern. Für die Befragten aus Hildesheim zeichnen sich noch deutlicher als bereits in Abschnitt 9 für alle Befragten dargelegt, drei Angebote ab, die am häufigsten genutzt wurden: Matineen und Einführungen (51,9 %), Theatergarten (42,8 %) und Exklusivangebote für Abonnenten (17,8 %). Alle anderen Angebote wurden nur von wenigen Befragten bereits genutzt. Die Theatersprechstunde ist mit 59,7 % das am wenigsten bekannte Angebot unter den Befragten aus Hildesheim und womöglich nicht unter diesem Namen bekannt. Die Formate „TfN im Wohnzimmer“ und „Nachtbar“ richten sich eher an jüngeres Publikum und scheinen in der BesucherInnenstruktur nur geringe Überschneidungen mit den Befragten zu haben.

Tabelle 31: Bekanntheit und Nutzung anderer Angebote des TfN differenziert nach Wohnort. (Summe der Werte ergibt zeilenweise 100 %)

Angebot	Wohnort	kenne ich nicht		nicht besucht		min. 1x besucht	
		N	%	N	%	N	%
TfN im Wohnzimmer (n=972)	außerhalb	335	60,5 %	199	35,9 %	20	3,6 %
	Hildesheim	149	35,6 %	239	57,2 %	30	7,2 %
Nachtbar (n=965)	außerhalb	365	66,2 %	171	31,0 %	15	2,7 %
	Hildesheim	154	37,2 %	234	56,5 %	26	6,3 %
Theatergarten (n=998)	außerhalb	321	57,2 %	147	26,2 %	93	16,6 %
	Hildesheim	97	22,2 %	153	35,0 %	187	42,8 %
Theatersprech-stunde (n=947)	außerhalb	400	73,4 %	137	25,1 %	8	1,5 %
	Hildesheim	240	59,7 %	144	35,8 %	18	4,5 %
Exklusivange-bote für Abo. (n=965)	außerhalb	320	58,3 %	184	33,5 %	45	8,2 %
	Hildesheim	162	38,9 %	180	43,3 %	74	17,8 %
Matineen und Einführungen (n=1024)	außerhalb	230	40,0 %	150	26,1 %	195	33,9 %
	Hildesheim	73	16,3 %	143	31,8 %	233	51,9 %

17.4 Wohnort der Befragten mit und ohne Abonnement

Die Befragten, welche angaben, ein Abonnement zu besitzen, gaben zur Hälfte Wohnorte in Hildesheim, zur Hälfte außerhalb Hildesheims an. Unter den Befragten ohne Abonnement verschiebt sich dieses Verhältnis: hier gaben 59 % an, außerhalb Hildesheims zu wohnen.

Entsprechend der Daten des Abo-Servicebüros lebten 48,6 % der AbonnentInnen der Spielzeit 2018/19 in Hildesheim und 51,4 % kamen von außerhalb. Die Befragung bildet somit in dieser Hinsicht den AbonnentInnenstamm gut ab.

Tabelle 32: Wohnort der Befragten mit und ohne Abonnement. (Summe der Werte ergibt spaltenweise 100 %)

Wohnort		Kein Abonnement	Abonnement	Gesamt
Außerhalb Hildesheims	N	391	213	604
	%	59,2 %	50,4 %	55,8 %
Hildesheim	N	269	210	479
	%	40,8 %	49,6 %	44,2 %
Gesamt		**660**	**423**	**1083**

18 Tabellenanhang

Tabelle 33: Anteil der Abonnenten unter den Befragten (n=1115)

Status Abonnement	Häufigkeit	%
Ich besitze aktuell ein Abonnement	435	39
Nein, ich besaß nie ein Abonnement	600	53,8
Ich habe mein Abonnement […] gekündigt	80	7,2
Gesamt	**1115**	**100**

Tabelle 34: Verteilung der Geschlechter unter den Befragten (n=1132)

Geschlecht	Häufigkeit	%
Weiblich	763	67,4
Männlich	368	32,5
Andere	1	0,1
Gesamt	**1132**	**100**

Tabelle 35: Genutzte Informationsmedien der kurzentschlossenen BesucherInnen (n=272)

Informationsmedium (Mehrfachantwort möglich)	N	%	% d. Fälle
Empfehlung von FreundInnen / Bekannten / Familie	65	23,9	32,0
Ich habe die Karten geschenkt bekommen	49	18,0	24,1
Webseite des TfN	39	14,3	19,2
gedruckte Spielpläne des TfN (z.B. Spielzeitheft, …)	38	14,0	18,7
Zeitung (z.B. Hildesheimer Allgemeine)	32	11,8	15,8
Plakate / Flyer des TfN	12	4,4	5,9
andere	12	4,4	5,9
Die Aufführung ist Teil meines Abonnements	7	2,6	3,4
Social-Media-Kanäle des TfN	5	1,8	2,5
Online-Veranstaltungskalender (z.B. der Stadt Hi.)	5	1,8	2,5
Stadtmagazin (z.B. PUBLIC)	3	1,1	1,5
Anzeigenblatt (z.B. Huckup, Kehrwieder am Sonntag)	2	0,7	1,0
Rundfunk	3	1,1	1,5
Gesamt	**272**	**100,0**	**134,0**

Tabelle 36: Anzahl der gültigen und fehlenden Werte für die Frage 5 nach der Besuchshäufigkeit der einzelnen Sparten des TfN (n=1169)

Werte	Schauspiel	Oper & Operette	Musical	Kinder- & Jugendtheat.	(Symphonie-) Konzerte
gültig	1007	963	984	695	783
fehlend	162	206	185	474	386

Tabelle 37: Korrelation zwischen der Besuchshäufigkeit der Sparten sowie dem Besitz eines Abonnements (n=1169)

		Schau-spiel	Oper	Musical	K. & J.-theater	Konzerte	Abo.
Schau-spiel	Korrelationsk.						
	N						
Oper & Operette	Korrelationsk.	,593**					
	N	891					
Musical	Korrelationsk.	,703**	,579**				
	N	915	865				
K. & J.-theater	Korrelationsk.	,328**	,266**	,313**			
	N	675	668	679			
Konzerte	Korrelationsk.	,391**	,493**	,334**	,269**		
	N	753	754	739	656		
Abonne-ment	Korrelationsk.	,520**	,453**	,394**	0,075	,249**	
	N	966	917	949	676	762	

**. Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig). Korrelationsmaß: Spearman-Rho

Tabelle 38: Korrelation zwischen der Besuchshäufigkeit der Sparten für die Befragten ohne Abonnement (n=680)

		Schauspiel	Oper	Musical	K. & J.-theater	Konzerte
Schau-spiel	Korrelationsk.					
	N					
Oper & Operette	Korrelationsk.	,482**				
	N	503				
Musical	Korrelationsk.	,642**	,467**			
	N	512	488			
K. & J.-theater	Korrelationsk.	,376**	,283**	,342**		
	N	428	427	431		
Konzerte	Korrelationsk.	,411**	,507**	,307**	,337**	
	N	457	466	447	420	

**. Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig). Korrelationsmaß: Spearman-Rho

Tabelle 39: Korrelation zwischen der Besuchshäufigkeit der Sparten für die Befragten mit Abonnement (n=435)

		Schauspiel	Oper	Musical	K. & J.-theater	Konzerte
Schau-spiel	Korrelationsk.					
	N					
Oper & Operette	Korrelationsk.	,421**				
	N	351				
Musical	Korrelationsk.	,614**	,536**			
	N	372	345			
K. & J.-theater	Korrelationsk.	,158*	,192**	,212**		
	N	228	222	229		
Konzerte	Korrelationsk.	0,079	,326**	,136*	,144*	
	N	276	267	274	221	

**. Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).
*. Die Korrelation ist auf dem 0,05 Niveau signifikant (zweiseitig). Korrelationsmaß: Spearman-Rho

Tabelle 40: Besuchshäufigkeit der Befragten ohne Abonnement in der Sparte Schauspiel differenziert nach der Sparte der Erhebungswelle. (n=576)

Besuchshäufigkeit Schauspiel		Sparte der Erhebungswelle			
		Musical	Oper	Schauspiel	Gesamt
gar nicht	Anzahl	82	68	55	205
	%	46,6 %	45,0 %	22,1 %	35,6 %
1-mal	Anzahl	39	31	60	130
	%	22,2 %	20,5 %	24,1 %	22,6 %
2- bis 5-mal	Anzahl	38	42	105	185
	%	21,6 %	27,8 %	42,2 %	32,1 %
6- bis 12-mal	Anzahl	13	7	22	42
	%	7,4 %	4,6 %	8,8 %	7,3 %
mehr als 12-mal	Anzahl	4	3	7	14
	%	2,3 %	2,0 %	2,8 %	2,4 %
Gesamt	**Anzahl**	**176**	**151**	**249**	**576**

Tabelle 41: Besuchshäufigkeit der Befragten ohne Abonnement in der Sparte Oper & Operette differenziert nach der Sparte der Erhebungswelle. (n=560)

Besuchshäufigkeit Oper & Operette		Sparte der Erhebungswelle			
		Musical	Oper	Schauspiel	Gesamt
gar nicht	Anzahl	101	34	112	247
	%	60,1 %	19,1 %	52,3 %	44,1 %
1-mal	Anzahl	27	46	40	113
	%	16,1 %	25,8 %	18,7 %	20,2 %
2- bis 5-mal	Anzahl	32	77	53	162
	%	19,0 %	43,3 %	24,8 %	28,9 %
6- bis 12-mal	Anzahl	5	16	6	27
	%	3,0 %	9,0 %	2,8 %	4,8 %
mehr als 12-mal	Anzahl	3	5	3	11
	%	1,8 %	2,8 %	1,4 %	2,0 %
Gesamt	**Anzahl**	**168**	**178**	**214**	**560**

Tabelle 42: Besuchshäufigkeit der Befragten ohne Abonnement in der Sparte Musical differenziert nach der Sparte der Erhebungswelle. (n=569)

Besuchshäufigkeit Musical		Sparte der Erhebungswelle			
		Musical	Oper	Schauspiel	Gesamt
gar nicht	Anzahl	44	62	86	192
	%	21,0 %	44,6 %	39,1 %	33,7 %
1-mal	Anzahl	51	29	50	130
	%	24,3 %	20,9 %	22,7 %	22,8 %
2- bis 5-mal	Anzahl	82	39	62	183
	%	39,0 %	28,1 %	28,2 %	32,2 %
6- bis 12-mal	Anzahl	22	9	17	48
	%	10,5 %	6,5 %	7,7 %	8,4 %
mehr als 12-mal	Anzahl	11	0	5	16
	%	5,2 %	0,0 %	2,3 %	2,8 %
Gesamt	**Anzahl**	**210**	**139**	**220**	**569**

Tabelle 43: Besuchshäufigkeit der Befragten ohne Abonnement in der Sparte Kinder- & Jugendtheater differenziert nach der Sparte der Erhebungswelle. (n=443)

Besuchshäufigkeit Kinder- & Jugendt.		Sparte der Erhebungswelle			
		Musical	Oper	Schauspiel	Gesamt
gar nicht	Anzahl	118	88	141	347
	%	76,6 %	76,5 %	81,0 %	78,3 %
1-mal	Anzahl	23	13	17	53
	%	14,9 %	11,3 %	9,8 %	12,0 %
2- bis 5-mal	Anzahl	11	14	16	41
	%	7,1 %	12,2 %	9,2 %	9,3 %
6- bis 12-mal	Anzahl	2	0	0	2
	%	1,3 %	0,0 %	0,0 %	0,5 %
Gesamt	**Anzahl**	**154**	**115**	**174**	**443**

Tabelle 44: Besuchshäufigkeit der Befragten ohne Abonnement in der Sparte (Symphonie-)Konzerte differenziert nach der Sparte der Erhebungswelle. (n=479)

Besuchshäufigkeit Konzerte		Sparte der Erhebungswelle			
		Musical	Oper	Schauspiel	Gesamt
gar nicht	Anzahl	126	74	140	340
	%	80,3 %	54,8 %	74,9 %	71,0 %
1-mal	Anzahl	16	25	25	66
	%	10,2 %	18,5 %	13,4 %	13,8 %
2- bis 5-mal	Anzahl	13	30	20	63
	%	8,3 %	22,2 %	10,7 %	13,2 %
6- bis 12-mal	Anzahl	2	6	2	10
	%	1,3 %	4,4 %	1,1 %	2,1 %
Gesamt	**Anzahl**	**157**	**135**	**187**	**479**

19 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: BesucherInnen, Erhobene Datensätze und Rücklauf je Erhebungswelle....6
Tabelle 2: Besucher, Erhobene Datensätze und Rücklauf nach Sparten....7
Tabelle 3: Verteilung der Wohnorte unter den Befragten (n=1105)....10
Tabelle 4: Verteilung der Bildungsabschlüsse unter den Befragten (n=1059)....10
Tabelle 5: Vergleich des Durchschnittsalters der Befragten nach Bildungsabschluss (Befragte mit abgeschlossener Ausbildung n=944)....11
Tabelle 6: Gruppierung der Befragten nach dem Alter ihrer Kinder (n=1098)....11
Tabelle 7: Anteil der Befragten mit Kindern unterschiedlichen Alters (n=1176, N=1098) (Mehrfachantwort möglich)....11
Tabelle 8: Staatsangehörigkeit der Befragten (n=1107)....11
Tabelle 9: Genutzte Informationsmedien der Befragten (n=1527)....12
Tabelle 10: Genutzte Informationsmedien der Befragten ohne Abonnement (n=1014)....12
Tabelle 11: Zeitpunkt der Besuchsentscheidung aller Befragten (n=1142) und der Befragten ohne Abonnement (n=715)....14
Tabelle 12: Am häufigsten genutzte Informationsmedien der kurzentschlossenen BesucherInnen (Besuchsentscheidung innerhalb von 7 Tagen vor der Aufführung) (n=272)....14
Tabelle 13: Besuchten die Befragten die Veranstaltung allein oder in Begleitung? (n=1264) Rechte Spalte: Befragte ohne Abonnement (n=791)....15
Tabelle 14: InitiatorIn des Besuchs am Erhebungstag (n=910)....15
Tabelle 15: Besuchshäufigkeit der einzelnen Sparten des TfN innerhalb der Gruppe der Befragten mit und ohne Abonnement (Summe der Werte ergibt zeilenweise 100 %)....17
Tabelle 16: Besuchshäufigkeit der Sparte Kinder- und Jugendtheater von Befragten, die angaben minderjährige Kinder zu haben in absoluten Zahlen (n=63)....18
Tabelle 17: Anteil der Befragten ohne Abonnement, die die aufgeführten Sparten in den letzten 24 Monaten nicht besucht haben, differenziert nach der Sparte der Erhebungswelle....19
Tabelle 18: Besuchshäufigkeit der Befragten, die angaben, die Formate bereits genutzt zu haben für die Angebotsformate Theatergarten (n=288), Exklusivangebote für AbonnentInnen (n=124) und Matineen und Einführungen (n=441)....20
Tabelle 19: Besuchshäufigkeit anderer Theater in der Region....21
Tabelle 20: Besuchshäufigkeit anderer Theater in der Region differenziert nach Befragten ohne (n=679) und mit Abonnement (n=390)....21
Tabelle 21: Erwartungen an einen Theaterbesuch, welche die Befragten als „sehr wichtig“ oder „wichtig“ benannten....22
Tabelle 22: Interesse an anderen kulturellen Freizeitaktivitäten, welches die Befragten als „sehr stark“ oder „stark“ benannten....24
Tabelle 23: Vergleich des Durchschnittsalters der Befragten in Abhängigkeit vom Interesse an anderen kulturellen Freizeitaktivitäten....24
Tabelle 24: Bewertung des Image des TfN anhand vorgegebener Beschreibungs-Paare....25
Tabelle 25: Bekanntheit und Nutzung von Ermäßigungen innerhalb der Gruppe der Befragten mit und ohne Abonnement (Summe der Werte ergibt zeilenweise 100 %)....26
Tabelle 26: Anteil der Befragten mit und ohne Abonnement nach Sparten der Erhebungswelle (n=1115)....45
Tabelle 27: Besuchshäufigkeit der Sparten Schauspiel, Oper & Operette und Musical in den letzten 24 Monaten, differenziert nach Befragten, welche die TheaterCard in diesem Zeitraum genutzt hatten, und allen Befragten. (Summe der Werte ergibt spaltenweise 100 %)....46
Tabelle 28: Besuchshäufigkeit der Sparten Schauspiel, Oper & Operette und Musical in den letzten 24 Monaten, differenziert nach Befragten, welche das Theaterscheckheft in diesem Zeitraum genutzt hatten, und allen Befragten. (Summe der Werte ergibt spaltenweise 100 %)....46
Tabelle 29: Besuchshäufigkeit der Sparten Schauspiel, Oper & Operette und Musical in den letzten 24 Monaten, differenziert nach Befragten, welche Last-Minute-Tickets in diesem Zeitraum genutzt hatten, und allen Befragten. (Summe der Werte ergibt spaltenweise 100 %)....47

Tabelle 30: Besuchshäufigkeit der Sparten Schauspiel, Oper & Operette und Musical in den letzten 24 Monaten, differenziert nach Befragten, welche das Montags-Spezial in diesem Zeitraum genutzt hatten, und allen Befragten. (Summe der Werte ergibt spaltenweise 100 %).....48
Tabelle 31: Bekanntheit und Nutzung anderer Angebote des TfN differenziert nach Wohnort. (Summe der Werte ergibt zeilenweise 100 %).....49
Tabelle 32: Wohnort der Befragten mit und ohne Abonnement. (Summe der Werte ergibt spaltenweise 100 %).....49
Tabelle 33: Anteil der Abonnenten unter den Befragten (n=1115).....50
Tabelle 34: Verteilung der Geschlechter unter den Befragten (n=1132).....50
Tabelle 35: Genutzte Informationsmedien der kurzentschlossenen BesucherInnen (n=272).....50
Tabelle 36: Anzahl der gültigen und fehlenden Werte für die Frage 5 nach der Besuchshäufigkeit der einzelnen Sparten des TfN (n=1169).....50
Tabelle 37: Korrelation zwischen der Besuchshäufigkeit der Sparten sowie dem Besitz eines Abonnements (n=1169).....51
Tabelle 38: Korrelation zwischen der Besuchshäufigkeit der Sparten für die Befragten ohne Abonnement (n=680).....51
Tabelle 39: Korrelation zwischen der Besuchshäufigkeit der Sparten für die Befragten mit Abonnement (n=435).....52
Tabelle 40: Besuchshäufigkeit der Befragten ohne Abonnement in der Sparte Schauspiel differenziert nach der Sparte der Erhebungswelle. (n=576).....52
Tabelle 41: Besuchshäufigkeit der Befragten ohne Abonnement in der Sparte Oper & Operette differenziert nach der Sparte der Erhebungswelle. (n=560).....53
Tabelle 42: Besuchshäufigkeit der Befragten ohne Abonnement in der Sparte Musical differenziert nach der Sparte der Erhebungswelle. (n=569).....53
Tabelle 43: Besuchshäufigkeit der Befragten ohne Abonnement in der Sparte Kinder- & Jugendtheater differenziert nach der Sparte der Erhebungswelle. (n=443).....54
Tabelle 44: Besuchshäufigkeit der Befragten ohne Abonnement in der Sparte (Symphonie-)Konzerte differenziert nach der Sparte der Erhebungswelle. (n=479).....54

20 Abbildungsverzeichnis

Schaubild 1: Summe der absoluten Anzahl der Befragten mit und ohne Abonnement an den einzelnen Erhebungsterminen. Die farbigen Balken markieren die Termine mit Überschneidungen im Abonnementpublikum.....8
Schaubild 2: Genutzte Informationsmedien differenziert nach Altersgruppen, ohne die Antwortoption „Die Aufführung ist Teil meines Abonnements“.....13
Schaubild 3: Absolute Anzahl der Befragten, die angaben, die Veranstaltung sei Teil ihres Abonnements, differenziert nach Altersgruppen. (n=358).....13
Schaubild 4: Besuchshäufigkeit der einzelnen Sparten des TfN.....17
Schaubild 5: Bekanntheit und Besuchshäufigkeit anderer Angebotsformate des TfN.....20
Schaubild 6: Erwartungen an einen Theaterbesuch im Allgemeinen.....23
Schaubild 7: Zustimmung zur Aussage „Theater ist ein selbstverständlicher Teil meines Lebens“ für alle Befragten (n=1091) und Befragte mit (n=413) und ohne (n=678) Abonnement.....23
Schaubild 8: Bekanntheit und Nutzung von Ermäßigungen.....26

21 Erhebungsinstrument

Publikumsbefragung am Theater für Niedersachsen

Liebes Publikum,
diese Befragung wird vom Theater für Niedersachsen in Zusammenarbeit mit der Universität Hildesheim durchgeführt, um mehr über das Publikum des TfN zu erfahren. Das Ausfüllen der Befragung nimmt max. 10 Minuten in Anspruch und **alle Angaben sind anonym**. Um eine Aussage über die Zusammensetzung unseres Publikums treffen zu können, hilft es uns, wenn möglichst jede Besucherin und jeder Besucher einen Bogen ausfüllen, auch wenn Sie zu zweit oder in einer Gruppe die heutige Veranstaltung besuchen. Als Dankeschön für Ihre Unterstützung haben Sie die Möglichkeit, an der Verlosung von 5 x 2 Theatergutscheinen teilzunehmen.
Sollten Sie bereits bei einer anderen Veranstaltung an unserer Befragung teilgenommen haben, bitten wir Sie, nicht erneut teilzunehmen.
Dieser Bogen wird maschinell ausgewertet, markieren Sie daher Ihre Antworten bitte mit einem **Kugelschreiber** in der folgenden Weise: ○⊗○. Wenn Sie eine Antwort korrigieren möchten, füllen Sie bitte den falsch markierten Kreis bzw. das falsch markierte Kästchen und noch etwas darüber hinaus aus, ungefähr so: ○●⊗.
Texte außerhalb der durch Strichelung bzw. Schreib-Symbol markierten Felder werden nicht erkannt.
Ziffern sollen ungefähr so aussehen: 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9; Korrekturen so:

1. Auf welchem Weg haben Sie von der heutigen Aufführung erfahren? (Mehrfachantworten möglich.)

☐ Zeitung (z.B. Hildesheimer Allgemeine)	☐ Stadtmagazin (z.B. PUBLIC)	☐ Anzeigenblatt (z.B. Huckup, Kehrwieder am Sonntag)
☐ Rundfunk	☐ Webseite des TfN	☐ Social-Media-Kanäle des TfN
☐ Online-Veranstaltungskalender (z.B. der Stadt Hildesheim)	☐ Plakate / Flyer des TfN	☐ gedruckte Spielpläne des TfN (z.B. Spielzeitheft, Monatsspielplan)
☐ Empfehlung von FreundInnen / Bekannten / Familie	☐ Ich habe die Karten geschenkt bekommen	☐ Die Aufführung ist Teil meines Abonnements
☐ andere		

2. Wann haben Sie sich zum Besuch der heutigen Veranstaltung entschlossen?

○ heute	○ in den vergangenen 7 Tagen	○ innerhalb der letzten 30 Tage
○ vor mehr als 30 Tagen	○ bereits zu Beginn der Spielzeit (z.B. durch ein Abo)	○ weiß nicht

3. Besuchen Sie die heutige Aufführung allein oder in Begleitung? (Mehrfachantworten möglich.)

☐ allein (weiter mit Frage 5)	☐ mit FreundInnen	☐ mit Familienmitgliedern
☐ mit PartnerIn	☐ mit ArbeitskollegInnen	☐ in einer organisierten Gruppe
☐ sonstige		

4. Wenn Sie heute mit einer anderen Person bzw. in einer Gruppe das TfN besuchen: Wer hat den Besuch initiiert?

○ ich	○ meine Begleitung	○ gemeinsame Entscheidung
○ jemand anderes	○ weiß nicht	

5. Wie häufig haben Sie **in den vergangenen 24 Monaten (inkl. heute)** Aufführungen der folgenden Sparten des TfN **in Hildesheim** besucht?

	gar nicht	1-mal	2- bis 5-mal	6- bis 12-mal	mehr als 12-mal	weiß nicht
Schauspiel	○	○	○	○	○	○
Oper & Operette	○	○	○	○	○	○
Musical	○	○	○	○	○	○
Kinder- & Jugendtheater	○	○	○	○	○	○
(Symphonie-)Konzerte	○	○	○	○	○	○

6. Kennen Sie auch die folgenden Veranstaltungsformate des TfN und wenn ja, wie häufig haben Sie diese **in den vergangenen 24 Monaten** besucht?					
	kenne ich nicht	bekannt, aber nicht besucht	1-mal besucht	2- bis 3-mal besucht	mehr als 3-mal besucht
TfN im Wohnzimmer	○	○	○	○	○
Nachtbar	○	○	○	○	○
Theatergarten	○	○	○	○	○
Theatersprechstunde	○	○	○	○	○
Exklusivangebote für AbonnentInnen	○	○	○	○	○
Matineen und Einführungen	○	○	○	○	○

7. Wie häufig haben Sie **in den vergangenen 24 Monaten** Theateraufführungen (Musiktheater, Schauspiel, Tanz, Kinder- und Jugendtheater, etc.) in den folgenden Veranstaltungsorten besucht?						
	gar nicht	1-mal	2- bis 5-mal	6- bis 12-mal	mehr als 12-mal	weiß nicht
Private Theater und freie Gruppen in der Region Hildesheim	○	○	○	○	○	○
Staatstheater Hannover (Staatsoper und Schauspiel)	○	○	○	○	○	○
Musical Factory im SofaLoft Hannover	○	○	○	○	○	○
Private Theater und freie Gruppen in der Region Hannover	○	○	○	○	○	○
Staatstheater Braunschweig	○	○	○	○	○	○
Private Theater und freie Gruppen in der Region Braunschweig	○	○	○	○	○	○
Besuchen Sie darüber hinaus weitere Theater und wenn ja, welche?						

8. **Im Allgemeinen (nicht nur in Bezug auf das TfN)**: Wenn Sie in in eine Theateraufführung (Musiktheater, Schauspiel, Tanz, Kinder- und Jugendtheater, etc.) gehen, wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte?						
	sehr wichtig	wichtig	teils teils	weniger wichtig	unwichtig	weiß nicht
Ich möchte lachen können und mich amüsieren.	○	○	○	○	○	○
Ich möchte Unterhaltung mit gesellschaftlich relevanten Themen erleben.	○	○	○	○	○	○
Ich möchte etwas Neues lernen und mich mit einem Thema auseinandersetzen.	○	○	○	○	○	○
Ich möchte meinen Alltag hinter mir lassen und „abschalten“.	○	○	○	○	○	○
Ich möchte eine innovative Interpretation eines Stücks sehen.	○	○	○	○	○	○
Ich möchte eine „klassische“, nicht-experimentelle Inszenierung sehen.	○	○	○	○	○	○
Ich möchte eine Darbietung auf hohem Niveau erleben.	○	○	○	○	○	○
Ich möchte etwas mit Bekannten, Freunden, meiner Partnerin bzw. meinem Partner oder meiner Familie unternehmen.	○	○	○	○	○	○
Ich möchte eine Geschichte erzählt bekommen.	○	○	○	○	○	○
Ich möchte einen exklusiven und besonderen Abend erleben.	○	○	○	○	○	○
Ich möchte ein Live-Ereignis erleben.	○	○	○	○	○	○

	stimme zu	stimme eher zu	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu	weiß nicht
9. Wie stark stimmen Sie der folgenden Aussage zu? „Theater ist ein selbstverständlicher Teil meines kulturellen Lebens.“	○	○	○	○	○

10. Wie sehr interessieren Sie sich für die folgenden kulturellen Freizeitaktivitäten?					
	sehr stark	stark	teils teils	wenig	gar nicht
Blockbuster-Kino	○	○	○	○	○
Filmkunst-Kino	○	○	○	○	○
Lesungen	○	○	○	○	○
Kunst-Ausstellungen (z.B. Galerien / Museen)	○	○	○	○	○
Kabarett / Comedy	○	○	○	○	○
Besuch von Clubs / Tanzveranstaltungen	○	○	○	○	○
Rock- / Pop-Konzerte	○	○	○	○	○
Stadtfeste	○	○	○	○	○

11. Wie würden Sie das TfN einer guten Freundin oder einem guten Freund beschreiben? Bitte markieren Sie jeweils auf der Skala, welche Eigenschaften aus Ihrer Sicht das TfN besser beschreiben.							
							weiß nicht
konventionell	○	○	○	○	○	innovativ	○
experimentell	○	○	○	○	○	werktreu	○
unterhaltsam	○	○	○	○	○	ernst	○
regt zur Diskussion an	○	○	○	○	○	sanfte Berieselung	○
exklusiv	○	○	○	○	○	für jedermann	○
auf Augenhöhe mit der Stadt	○	○	○	○	○	abgehobene KünstlerInnen	○
anstrengend	○	○	○	○	○	entspannend	○
junges Publikum	○	○	○	○	○	altes Publikum	○
teuer	○	○	○	○	○	günstig	○

12. Welche der folgenden Ermäßigungen und Angebote des TfN kennen Sie und welche haben Sie **in den vergangenen 24 Monaten** bereits mindestens einmal in Anspruch genommen?			
	kenne ich nicht	bekannt, aber nicht genutzt	bereits genutzt
Last-Minute-Tickets	○	○	○
Montags-Spezial (2 für 1)	○	○	○
Theater-Card	○	○	○
Theaterscheckheft	○	○	○
Black-Friday-Rabatt	○	○	○
Kulturticket für Studierende	○	○	○
rabattierte Karten für AbonnentInnen	○	○	○

13. Was schätzen Sie am TfN besonders?

14. Was sind Aspekte, die Sie am TfN stören und die in Ihren Augen verbessert werden könnten?

Abschließend würden wir gerne noch einige demographische Daten von Ihnen erfragen, um unser Publikum besser kennenzulernen. Alle Angaben bleiben anonym und werden allein für statistische Zwecke genutzt!

Besitzen oder besaßen Sie ein Abonnement des TfN?

○ Ich besitze aktuell ein Abonnement ○ Nein, ich besaß nie ein Abonnement

○ Ich habe mein Abonnement in folgendem Jahr und aus folgendem Grund gekündigt:

.....

Ihr Geburtsjahr?	☐☐☐☐

Ihr Geschlecht?

○ Weiblich ○ Männlich ○ Andere

Wie lautet die Postleitzahl Ihres Wohnortes?	☐☐☐☐☐

Befinden Sie sich aktuell noch in der Ausbildung?	○ ja ○ nein

Was ist der höchste formale Bildungsabschluss, welchen Sie erlangt haben? Wenn Sie sich aktuell noch in Ausbildung befinden, geben Sie bitte den von Ihnen **als nächstes angestrebten Abschluss** an.

○ keinen ○ Volks-/Hauptschulabschluss ○ Realschulabschluss / Mittlere Reife

○ Fachhochschulreife / Abitur ○ Fach- / Hochschulabschluss

Haben Sie Kinder und wenn ja, in welchem Alter? (Mehrfachantworten möglich.)

☐ keine Kinder ☐ Kind(er) unter 6 Jahren ☐ Kind(er) zwischen 6 und 12 Jahren

☐ Kind(er) zwischen 13 und 18 Jahren ☐ Kind(er) über 18 Jahren

Wir möchten wissen, ob wir mit unserem Angebot auch Menschen mit Migrationshintergrund erreichen.

Könnten Sie uns deshalb bitte angeben, welche Staatsbürgerschaft **Sie selbst** haben?

○ Von Geburt an Deutsch ○ Deutsch aufgrund von Einbürgerung

○ Eine andere, nämlich: .....

○ Doppelte Staatsbürgerschaft, nämlich: .....

Welche Staatsbürgerschaft besitzt **Ihre Mutter**?

○ Von Geburt an Deutsch ○ Deutsch aufgrund von Einbürgerung

○ Eine andere, nämlich: .....

○ Doppelte Staatsbürgerschaft, nämlich: .....

Welche Staatsbürgerschaft besitzt **Ihr Vater**?

○ Von Geburt an Deutsch ○ Deutsch aufgrund von Einbürgerung

○ Eine andere, nämlich: .....

○ Doppelte Staatsbürgerschaft, nämlich: .....

Wir danken Ihnen für Ihre Teilnahme und Unterstützung des TfN! Bitte werfen Sie den Fragebogen in die im Foyer bereitgestellten Boxen oder geben Sie ihn bis Ende Januar im Servicecenter ab.