

4. Externe Evaluation

4.1 Publikumsbefragung Stadtensemble



- **Methode:** schriftliche Befragung mit Papier-Fragebögen bei Veranstaltungen
- **Themen:** Publikumsstruktur, Besuchshäufigkeiten, Motive, Urteile
- **Anzahl Befragte:** 328 Befragte
- **Befragungszeitraum:** Okt.24 – Jun.25 bei 4 Produktionen an 11 Terminen:
Mannheimer Räuber*innen/
Schillertage (32 %)
Ein Pfund Spargel (23 %)
Krieg ist kein Spiel für Frauen (23 %)
Unauthorized und Unverschämt (22 %)
- **Auswertung:** Erfassung und Auswertung durch KULTUREVALUATION WEGNER, im Auftrag von Kulturgold GmbH

NATIONALTHEATER MANNHEIM

STADT ENSEM BLE

BESUCHER*INNEN-UMFRAGE



nationaltheater.de

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

BITTE NIMM AN UNSERER UMFRAGE TEIL. DEINE ANTWORTEN HELFEN UNS DABEI, DAS ANGEBOT DES STADTENSEMBLES (SE) WEITERZUENTWICKELN.

1. Wie alt bist Du?

- ☐ unter 18 Jahre ☐ 18-24 Jahre ☐ 25-34 Jahre ☐ 35-44 Jahre
☐ 45-54 Jahre ☐ 55-64 Jahre ☐ 65 Jahre und älter

2. Wo wohnst Du?

- ☐ Mannheim (Stadtteil) _____
☐ Umland bis 20 km ☐ Umland mehr als 20 km

3. Was machst Du?

- ☐ Schüler*in ☐ Auszubildende*r ☐ Student*in
☐ berufstätig ☐ Rentner*in ☐ andere: _____

4. Welchem Geschlecht fühlst Du Dich zugehörig?

- ☐ weiblich ☐ männlich ☐ divers ☐ keine Angabe

5. Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Stadtensembles?

- ☐ heute zum ersten Mal ☐ mehrmals im Jahr ☐ einmal im Jahr ☐ seltener

6. Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Nationaltheaters?

- ☐ nie ☐ weniger als einmal im Jahr ☐ einmal im Jahr
☐ mehrmals im Jahr ☐ einmal im Monat ☐ mehrmals im Monat

7. Was hat Dich heute Abend hergeführt?

- ☐ Interesse am Thema der heutigen Aufführung
☐ Beziehungen zu Mitglieder*innen des Stadtensembles
☐ Begleitung von Freund*innen/Familie
☐ Interesse an der Kunstform
☐ (Hoch-)Schul-/Bildungsveranstaltung

☐ andere: _____

8. Was hat dir an der heutigen Aufführung besonders gut gefallen / nicht gefallen?

(Stichworte z.B. Schauspieler*innen, Thema, Atmosphäre)

9. Ich kann mir vorstellen, an einer (digitalen) Besucher*innendiskussion teilzunehmen, um die Arbeit des SE weiterzuentwickeln.

(inklusive Aufwandsentschädigung/Freikarten)

- ☐ ja ☐ nein

Wenn ja, gib bitte deine E-Mail-Adresse an: _____@_____

VIelen DANK FÜR DEINE TEILNAHME!

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Konzeption und Durchgrünung KULTURGOLD GmbH,
Ergebnisauswertung durch KULTUREVALUATION WEGNER im Auftrag
der Kulturgold GmbH



Methodisches Vorgehen

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Erhebungsmethode:

- schriftliche Befragung mit Papier-Fragebögen bei Veranstaltungen
- Besucher*innen füllen Fragebogen selbst aus
- Konzipierung des Fragebogens und Durchführung der Befragung durch Verantwortliche des Stadtensembles

Anzahl der Befragten:

- 328 Befragte (= gültige Fragebögen, leere und sehr unvollständige Fragebögen wurden aussortiert)

Veranstaltungen - Zeitraum der Befragung und Verteilung auf Veranstaltungen:

- **Unauthorized und Unverschämt: insg. 22 %** (73 Befragte)
 - am 24., 25. und 26.10.2024 (55 Befragte)
 - am 28.05.2025 (18 Befragte)
- **Ein Pfund Spargel, ein Gastspiel im Karlsbahnhof: insg. 23 %** (78 Befragte)
 - am 05.04.2025 (41 Befragte)
 - am 18.05.2025 (37 Befragte)
- **Krieg ist kein Spiel für Frauen: insg. 23 %** (73 Befragte)
 - am 09.04.2025 (37 Befragte)
 - am 30.04.2025 (36 Befragte)
- **Mannheimer Räuber*innen: insg. 32 %** (104 Befragte)
 - am 20., 21. und 22.06.2025 (104 Befragte)

Methodisches Vorgehen- Einordnung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Zu beachten bei der Interpretation der Ergebnisse:

- Inwieweit 328 Befragte bei 4 verschiedenen Veranstaltungen repräsentativ für das Publikum des Stadtensembles stehen können, ist zu prüfen.
- Zu beachten ist u.a. die Rücklaufquote der Befragung, d.h. wie viele Besuchende waren bei den Veranstaltungen und wie viele davon haben den Fragebogen ausgefüllt? Gab es häufige Verweigerungsgründe bei bestimmten Zielgruppen?
- Weiterhin ist der Einfluss der Auswahl der Veranstaltungen und Termine zu beachten.

Strukturdaten der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

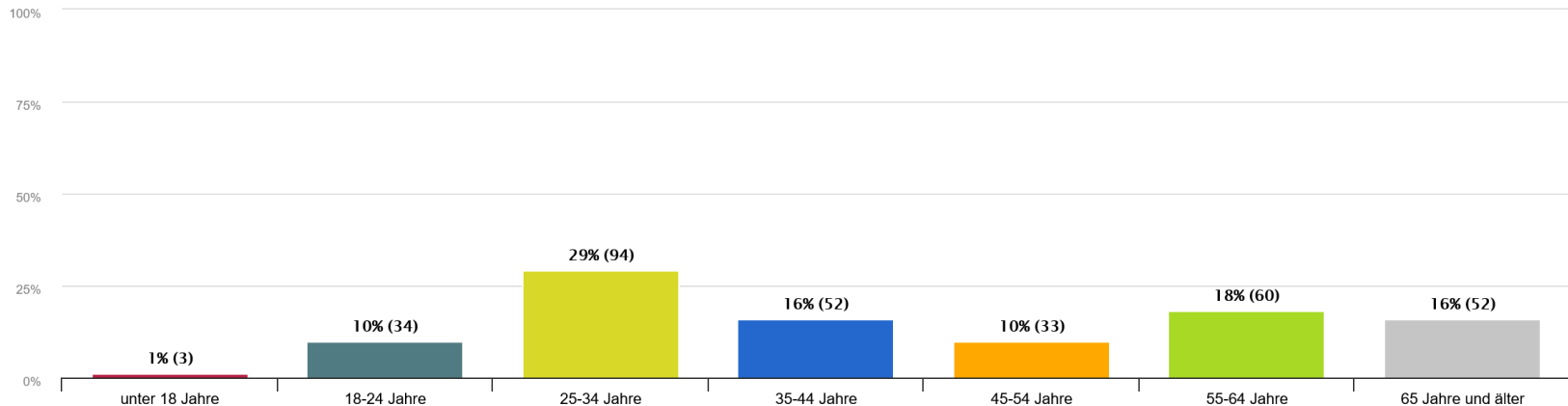
- Alter
- Wohnort
- Berufliche Situation (Was machst Du?)
- Geschlechtszugehörigkeit

Strukturdaten der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Wie alt bist Du? n= 328



→ Die anteilig größte Altersgruppe waren die 25-34-Jährigen (29 %); die Gruppen der unter 18-Jährigen (3 %), 18-24-Jährigen (10 %) und 45-54-Jährigen (10 %) waren vergleichsweise am schwächsten vertreten – insgesamt ein altersgemischtes Publikum.

Hinweise für die Leseweise, auch bei allen folgenden Ergebnissen:

n= 328 bezeichnet die Anzahl der Antworten auf die jeweilige Frage, nicht jede Frage wurde von allen Befragten beantwortet

Die folgenden Ergebnisse basieren teils auf kleinen absoluten Zahlen, daher ist stets die absolute Zahl in Klammern zusätzlich zu den Prozentzahlen zu beachten.

Zur Einordnung der Strukturergebnisse bezüglich der Aussagekraft für die Bevölkerung wird empfohlen, für die ermittelten Strukturdaten einen Abgleich mit der Bevölkerungsstatistik vorzunehmen.

Strukturdaten der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Hinweise zur folgenden Differenzierung der Ergebnisse

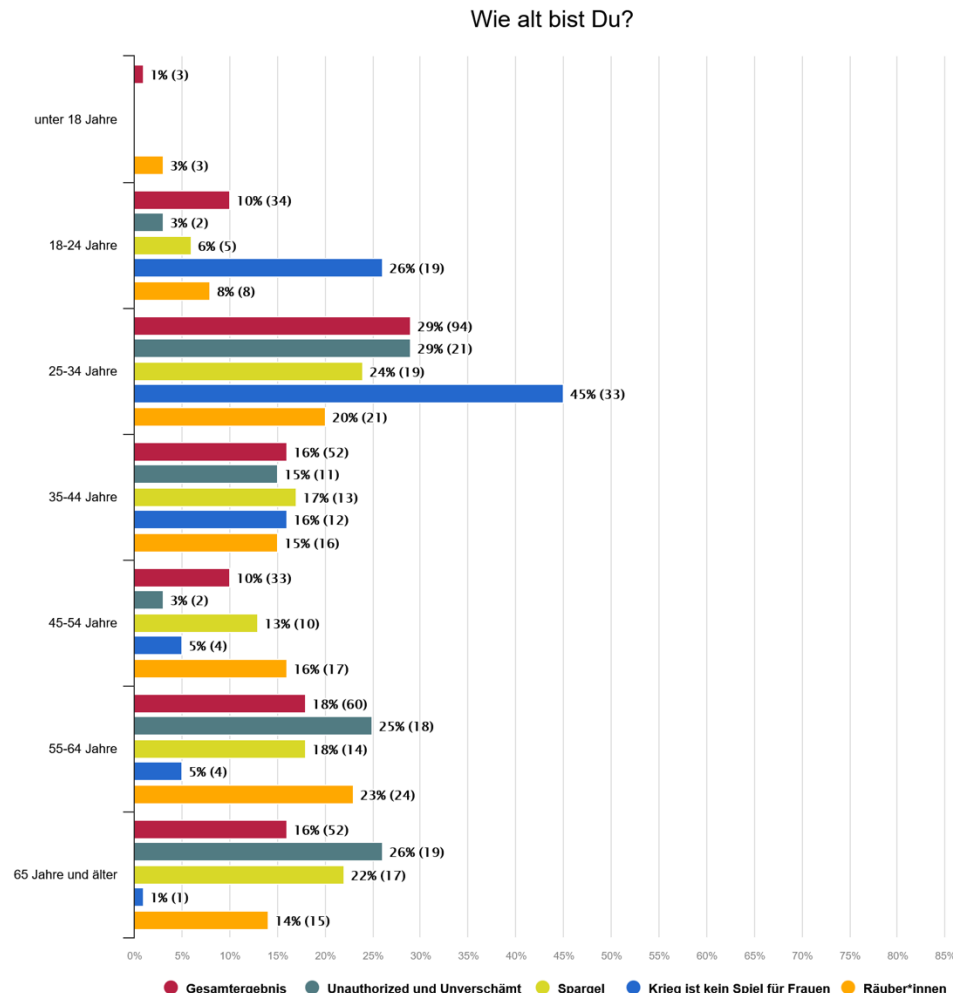
- Für alle Fragen aus dem Fragebogen wird das Gesamtergebnis dargestellt. Zusätzlich erfolgt für eine Auswahl der Ergebnisse eine Differenzierung.
- Differenzierungen bringen mehrere Fragen miteinander in Bezug, um die Ergebnisse noch aussagekräftiger zu machen.
- Auf der folgenden Folie ist dies z.B. das Alter der Befragten nach Veranstaltungen differenziert.
- Teils entstehen durch die Differenzierungen in den einzelnen Werten kleine absolute Zahlen, dies ist zu berücksichtigen.

Strukturdaten der Befragten

Differenzierung: **Wie alt bist du?** Nach **Veranstaltung** differenziert

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN



„Unauthorized und Unverschämt“ (n=73) wurde etwas häufiger von älteren Befragten besucht (55–64 Jahre: 23 %, 65+ Jahre: 26 %), aber auch die Altersgruppe 25-34 Jahre war mit 29 % stark vertreten.

„Ein Pfund Spargel“ (n=78) weist insgesamt eine breit gefächerte Altersstruktur auf, wobei unter 25-Jährige deutlich seltener vertreten sind (6 %).

„Krieg ist kein Spiel für Frauen“ (n=73) wurde anteilig am häufigsten von den 18-24- (26%) sowie 25-34-Jährigen besucht (45 %), mit einem deutlichen Rückgang der Teilnahme in den höheren Altersgruppen.

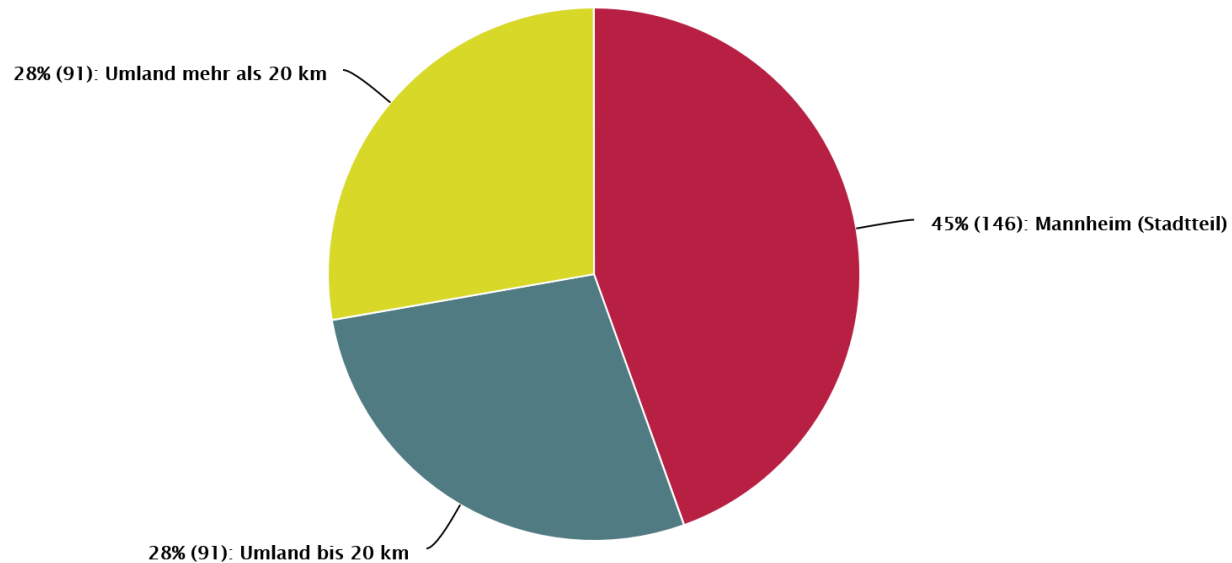
„Mannheimer Räuber*innen“ (n=104) zog sowohl jüngere als auch ältere Erwachsene an: 20 % der Teilnehmenden waren 25-34 Jahre alt, 23 % 55-64 Jahre. Auch andere Altersgruppen waren vertreten, was auf eine insgesamt breit gefächerte Altersstruktur hinweist.

Strukturdaten der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Wo wohnst Du? n= 328



→ Die Befragten wohnen etwas häufiger in **Mannheim (45 %)**, während **jeweils 28 %** aus dem **Umland bis 20 km** bzw. dem **weiteren Umland über 20 km** entfernt wohnen – eine recht ausgewogene Streuung mit einem Schwerpunkt auf der Mannheimer Stadtgesellschaft.

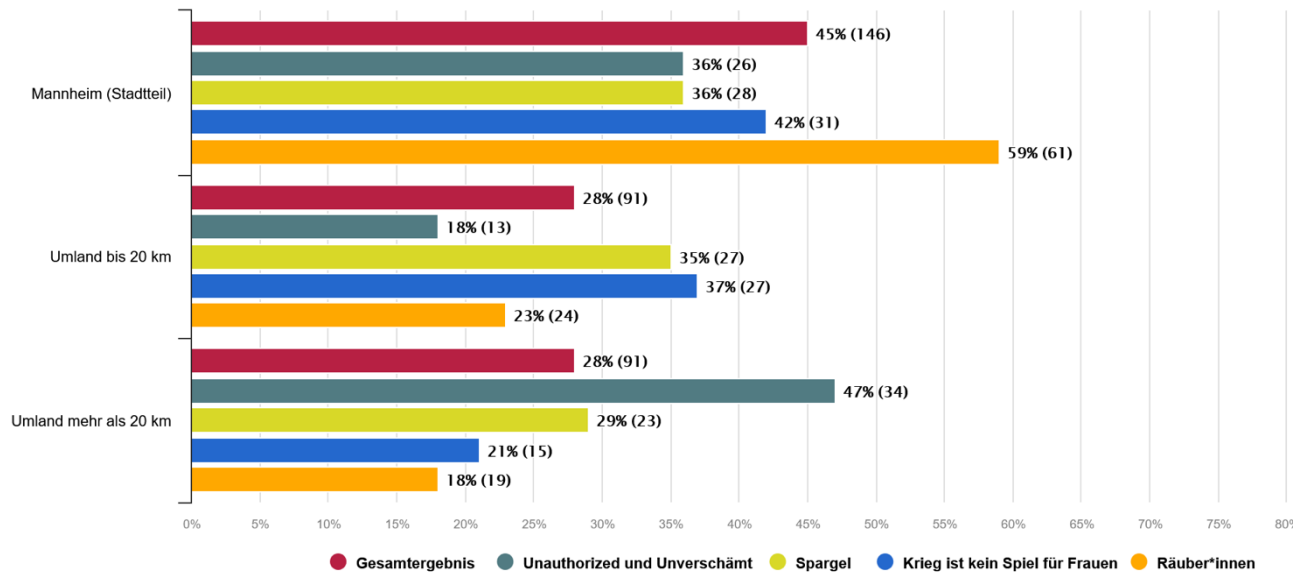
Strukturdaten der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Differenzierung: Wo wohnst du? Nach Veranstaltung differenziert

Wo wohnst Du?



„Unauthorized und Unverschämt“ erreicht Publikum mit dem höchsten Anteil aus dem Umland über 20 km (47 %), während Mannheim (36 %) und das nähere Umland bis 20 km (18 %) weniger vertreten waren.

„Ein Pfund Spargel“ und „Krieg ist kein Spiel für Frauen“ erreichten mit 35 % und 37 % anteilig mehr Besuchende aus dem näheren Umland bis 20 km als die anderen Veranstaltungen.

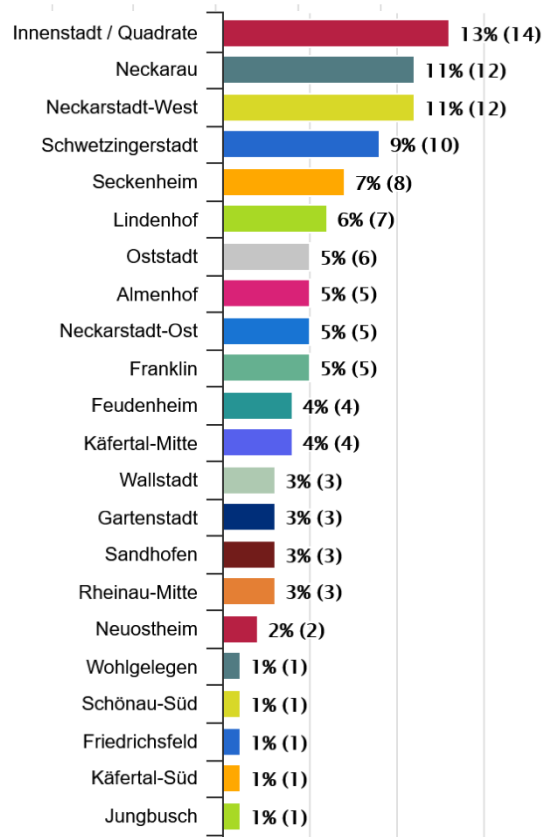
„Mannheimer Räuber*innen“ hat den stärksten Stadtbezug mit dem höchsten Anteil an Publikum aus Mannheim (59 %).

Strukturdaten der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Stadtteil: n= 121



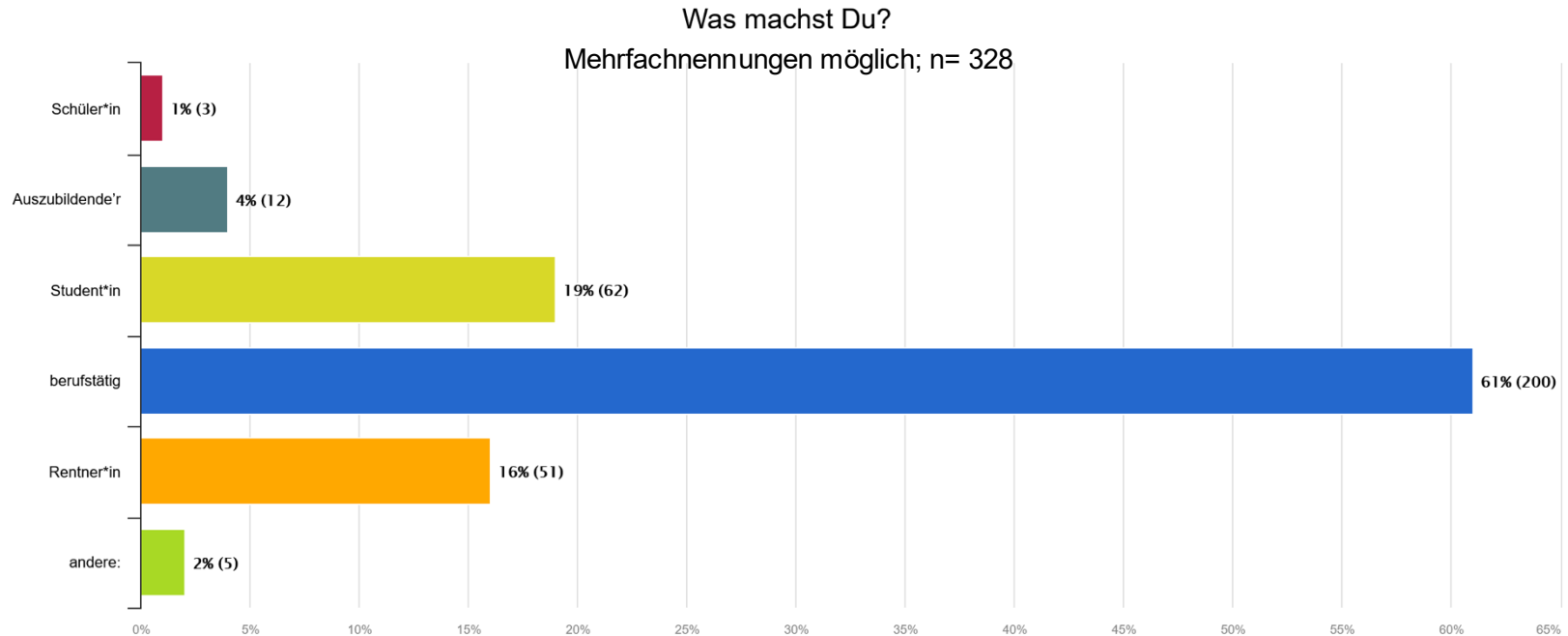
→ Die meisten Befragten aus Mannheim wohnen in der **Innenstadt / Quadrate (13 %)**, in **Neckarau (11 %)** und in der **Neckarstadt-West (11 %)**, während viele Stadtteile gar nicht vertreten waren – eine **Konzentration auf zentrale Stadtteile**.

Hinweis: Zusätzlich acht Nennungen Käfertal (ohne Angabe, ob Mitte oder Süd), eine Nennung Schönau (ohne Angabe, ob Nord oder Süd), und eine Nennung Neckarstadt (ohne Angabe, ob Nordost, Ost oder West). Keine Nennung der restlichen Stadtteile.

Strukturdaten der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN



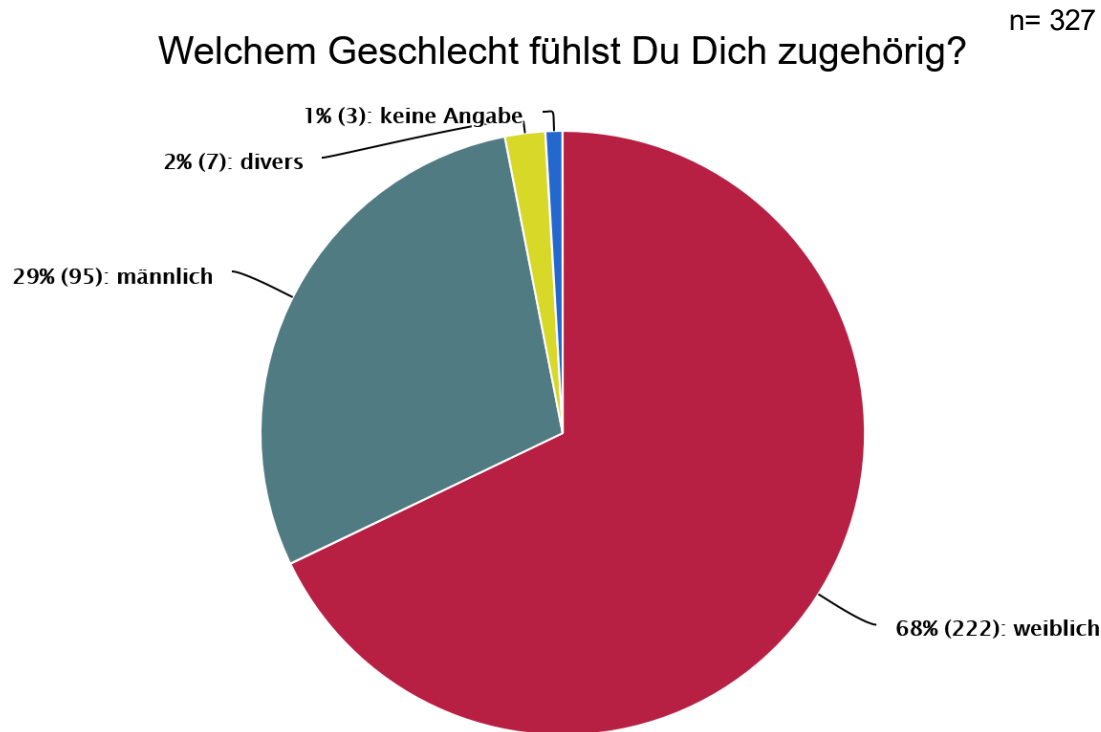
→ Die deutliche **Mehrheit der Befragten ist berufstätig (61 %)**, mit Abstand gefolgt von **Studierenden (19 %)** und **Rentner*innen (16 %)**. Schüler*innen (1 %) und Auszubildende (4 %) waren deutlich seltener vertreten, zusammenhängend mit der Altersstruktur.

Nennungen „andere“: arbeitslos (1), FSJ (1), selbstständig (1)

Strukturdaten der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN



→ Zwei Drittel der Teilnehmenden identifizierten sich als **weiblich (68 %)**, knapp ein Drittel als männlich (29 %), 2 % als divers und 1 % keine Angabe – **eine deutliche weibliche Mehrheit**.

Kulturnutzung der Befragten

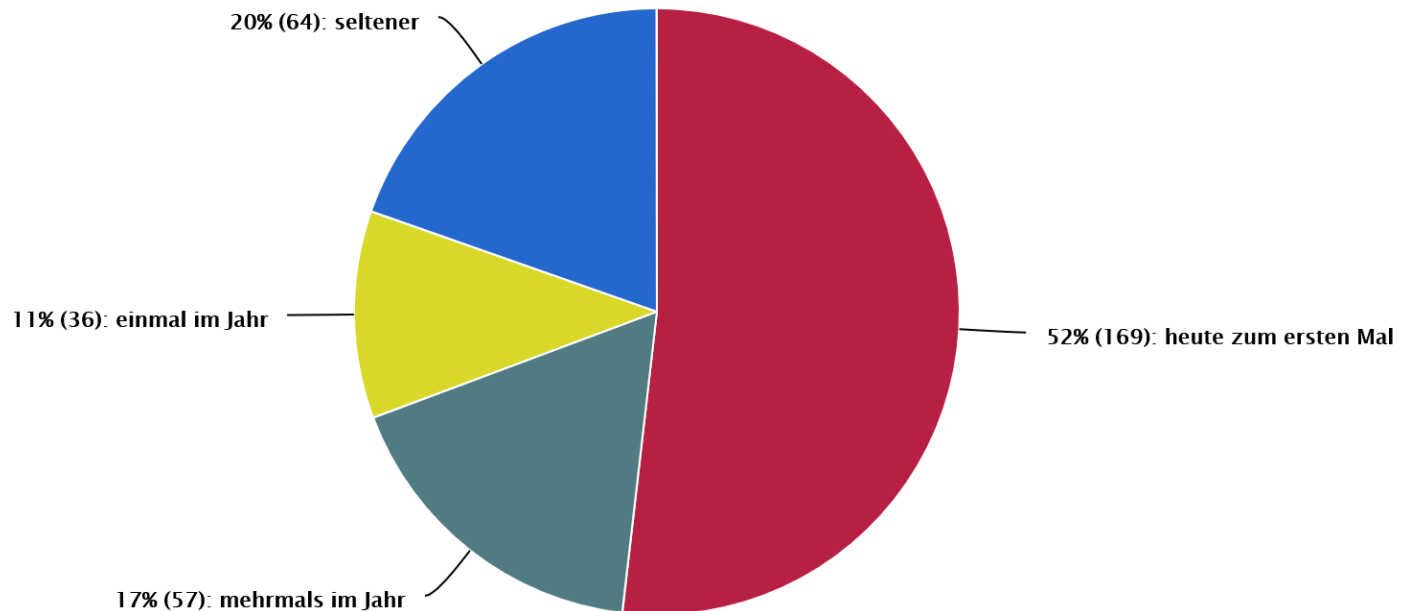
KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

- Besuchshäufigkeit Stadtensembles
- Besuchshäufigkeit Nationaltheater
- Gründe für den Besuch

n= 326

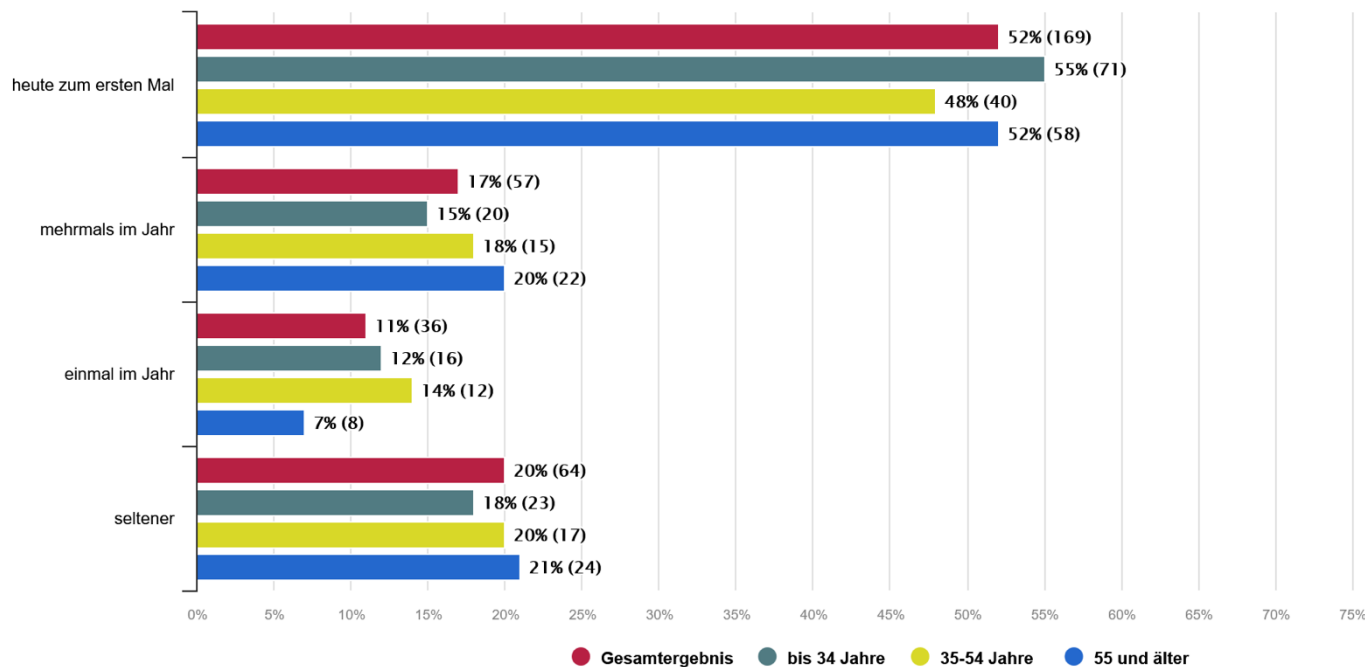
Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Stadtensembles?



→ 52 % der Befragten waren zum ersten Mal bei einer Aufführung des Stadtensembles – **gut die Hälfte der Befragten waren damit Erstbesucher*innen.** Ein geringerer Anteil gab an, regelmäßig Aufführungen zu besuchen: 17 % besuchen das Stadtensemble mehrmals im Jahr, noch 11 % einmal jährlich und 20 % seltener als jährlich.

Differenzierung: Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Stadtensembles? Nach Alter
differenziert (Alter in Altersgruppen weiter zusammengefasst)

Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Stadtensembles?

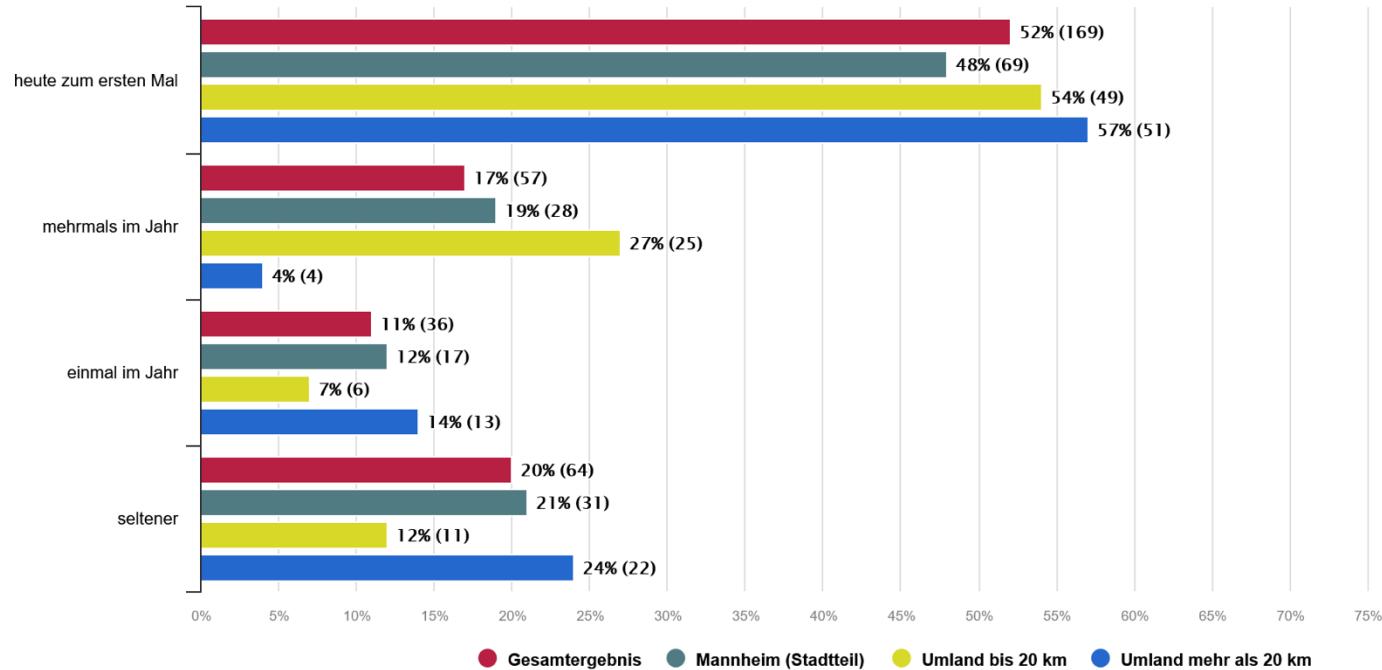


In allen Altersgruppen ist der **Erstbesuch** die häufigste Besuchsform (48–55 %), wobei die jüngere Altersgruppe (bis 34 Jahre) mit 55 % anteilig etwas mehr Erstbesuchende aufweist als die älteren Gruppen. Besuche „**mehrmals im Jahr**“ nehmen mit dem Alter leicht zu. Während 15 % der unter 34-Jährigen mehrmals im Jahr kommen, sind es bei den 35–54-Jährigen 18 % und bei den über 55-Jährigen 20 %.

Differenzierung: **Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Stadtensembles?**

Nach **Wohnort** differenziert

Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Stadtensembles?



Wer in Mannheim oder im nahen Umland (bis 20 km) wohnt, besucht Aufführungen des Stadtensembles **häufiger mehrmals im Jahr** (19 % und 27 %) als diejenigen aus weiterer Entfernung. Bei Befragten aus dem weiteren Umland (über 20 km) sind es nur noch 4 %, die mehrmals im Jahr kommen. Diese Gruppe hat den höchsten Anteil an **Erstbesuchenden** (57 %).

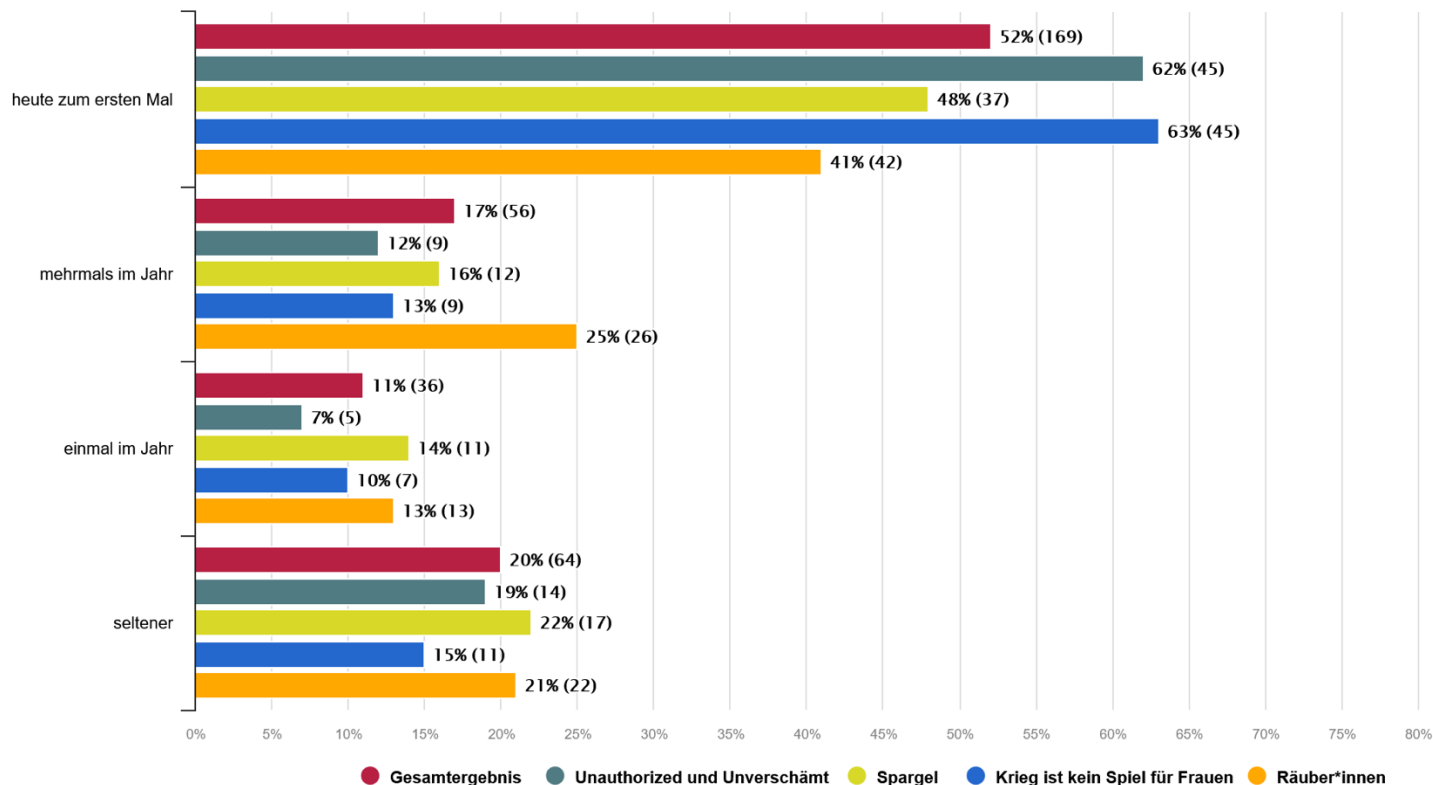
Kulturnutzung der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Differenzierung: **Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Stadtensembles?**
Nach **Veranstaltung** differenziert

Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Stadtensembles?



„Unauthorized und Unverschämt“ und „Krieg ist kein Spiel für Frauen“ haben mit 62 % bzw. 63 % den höchsten Anteil an Erstbesucher*innen des Stadtensembles unter den Veranstaltungen.

Die Besuchshäufigkeiten bei „Ein Pfund Spargel“-Besuchenden sind ähnlich verteilt wie im Gesamtergebnis.

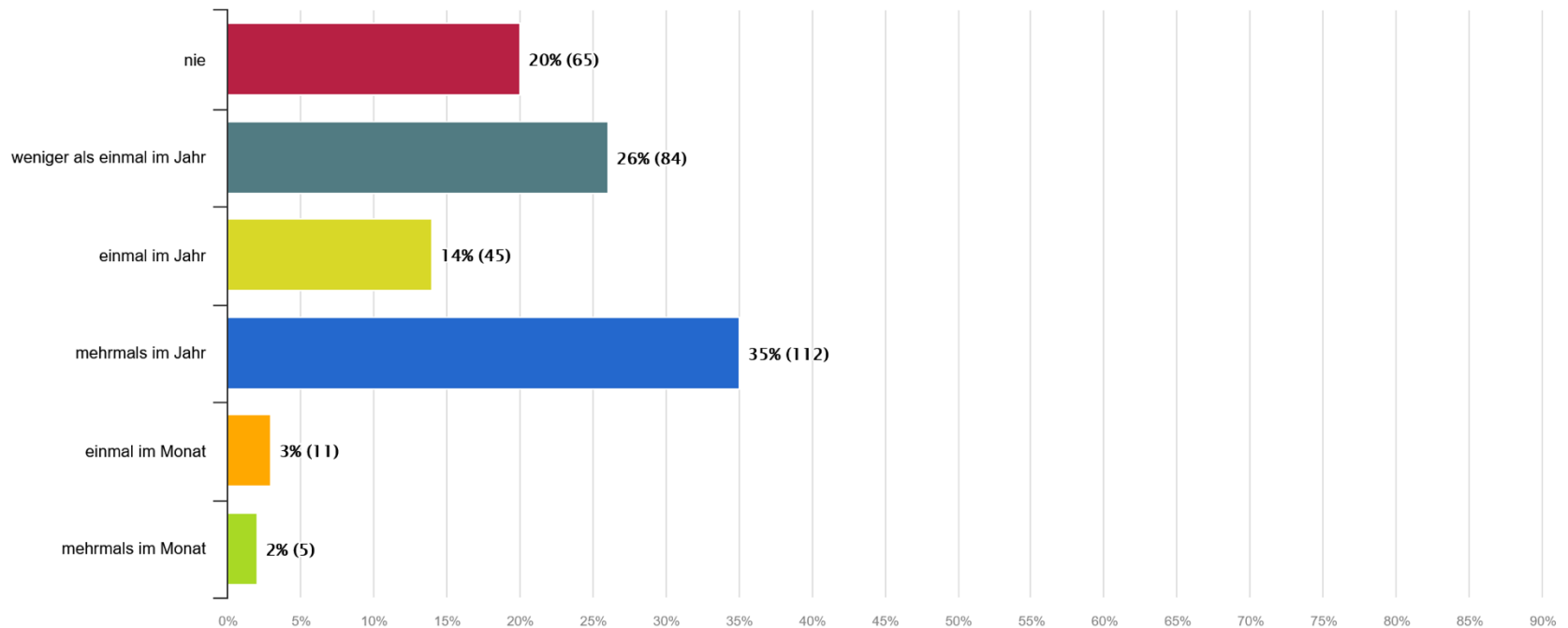
„Mannheimer Räuber*innen“ hat mit 41 % den vergleichsweise niedrigsten Anteil an Erstbesucher*innen. Hier sind am meisten regelmäßige Besucher*innen, denn 25 % kommen mehrmals im Jahr.

Kulturnutzung der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Nationaltheaters? n= 322



→ Die Besuchsfrequenz war sehr gemischt: **46 %** der Befragten besuchen das **Nationaltheater selten oder nie (20 % nie, 26 % weniger als einmal im Jahr)**.

14 % kommen einmal im Jahr. 35 % besuchen es mehrmals im Jahr, 3 % einmal im Monat und 2 % mehrmals im Monat, was mit zusammengezählt 40 % auf eine interessierte Stammgruppe mit mehreren Besuchen im Jahr hinweist.

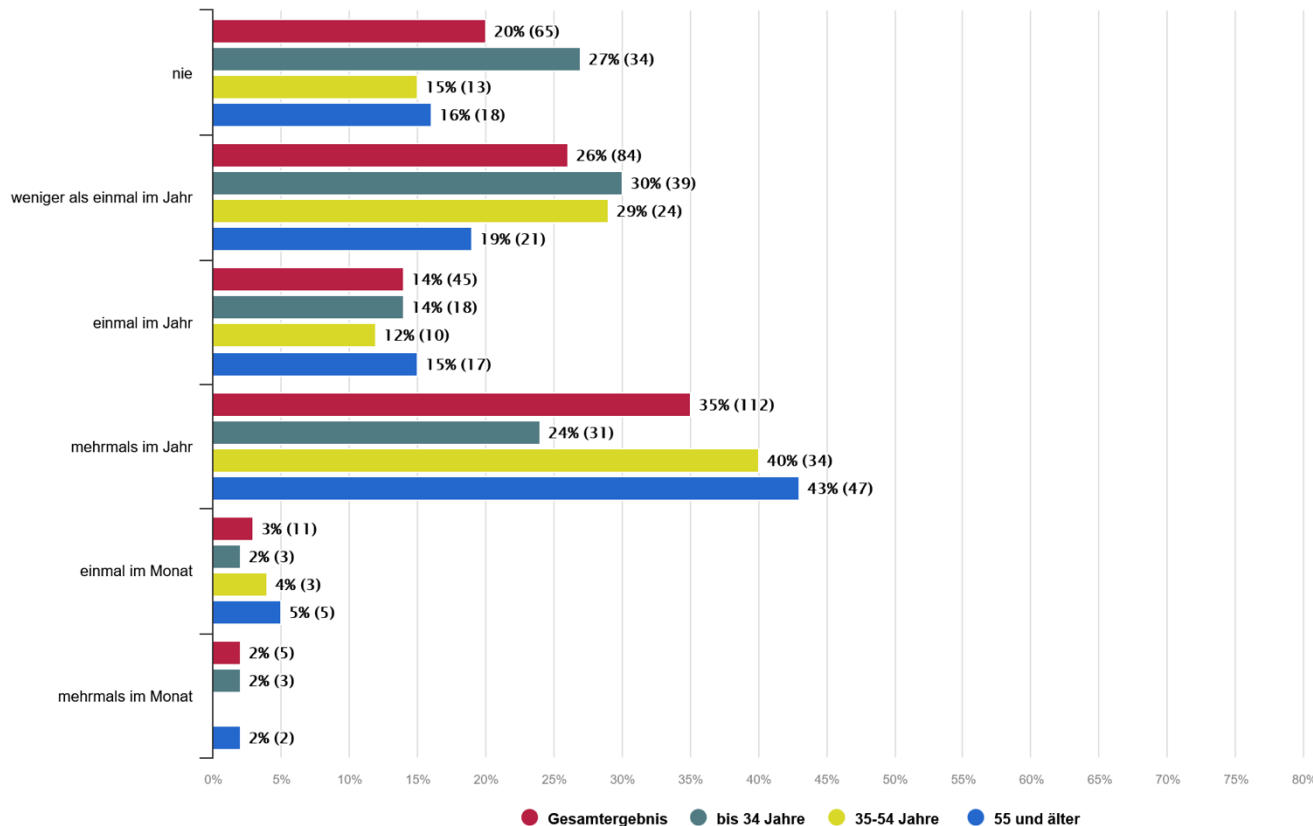
Kulturnutzung der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Differenzierung: **Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Nationaltheaters?**
Nach **Alter** differenziert (Alter in Altersgruppen weiter zusammengefasst)

Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Nationaltheaters?



Insgesamt liegt der Anteil der Nie-Besuchenden des Nationaltheaters bei 20 %. Den höchsten Anteil an Personen, die das **Nationaltheater nie besuchen**, gibt es nach Alter differenziert bei den unter 34-Jährigen (27 %). Bei den 35-54-Jährigen liegt der Anteil bei 15 %, bei den über 55-Jährigen bei 16 %.

Besuche mehrmals im Jahr sind innerhalb der älteren Altersgruppen deutlich häufiger als bei den Jüngeren. Unter den 55+ Jährigen ist der Anteil am höchsten mit 43 %.

Noch häufigere Besuche (**monatlich oder mehrmals im Monat**) sind in allen Altersgruppen eher selten.

Kulturnutzung der Befragten

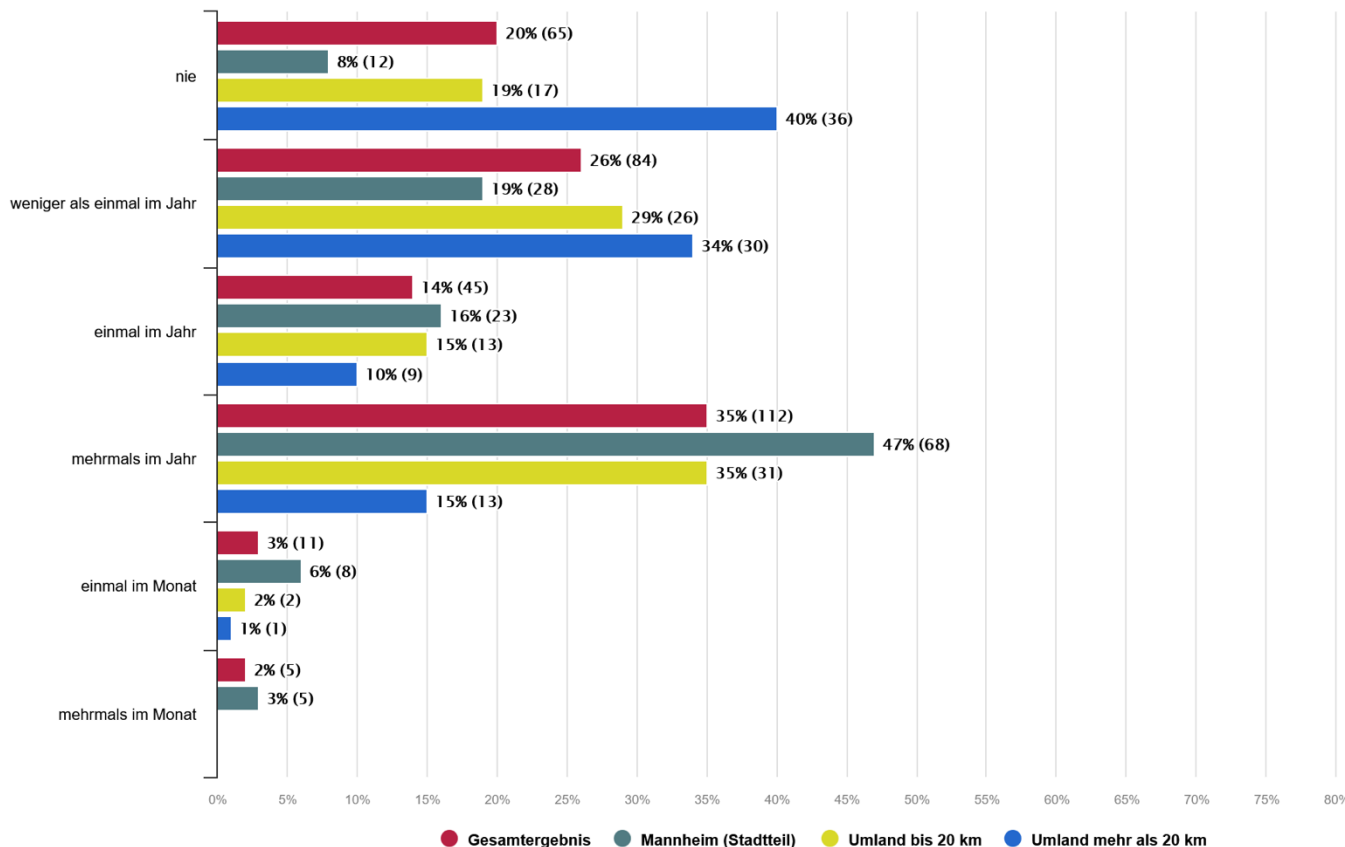
KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Differenzierung: Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Nationaltheaters?

Nach Wohnort differenziert

Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Nationaltheaters?



Die Entfernung zum Nationaltheater beeinflusst die Besuchshäufigkeit:

Von den Befragten aus Mannheim geben 8 % an, das **Nationaltheater nie zu besuchen**. Im näheren Umland sind es bereits 19 %, und bei einer Entfernung von über 20 km steigt der Anteil der Nie-Besuchenden auf 40 %.

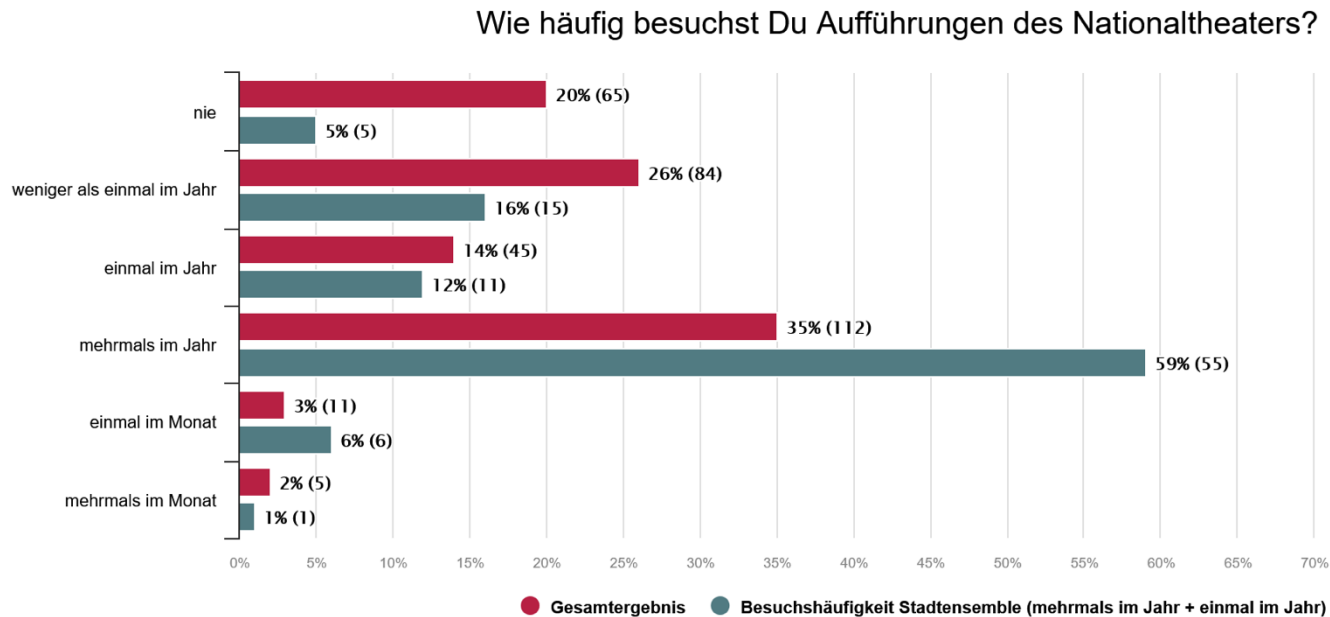
Knapp die Hälfte der Befragten aus Mannheim (47 %) besucht Aufführungen **mehrmals jährlich**, während dieser Anteil im nahen Umland entsprechend geringer (35 %) und im weiter entfernten Umland (15 %) am niedrigsten ist.

Kulturnutzung der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Differenzierung: **Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Nationaltheaters?**
Nach **Besuchshäufigkeit** des Stadtensembles (mehrmals im Jahr + einmal im Jahr)
differenziert



Personen, die das Stadtensemble bislang schon **zumindest gelegentlich besucht** haben, gehen deutlich häufiger auch **mehrmals im Jahr ins Nationaltheater Mannheim** (59 % gegenüber 35 % im Gesamtdurchschnitt).

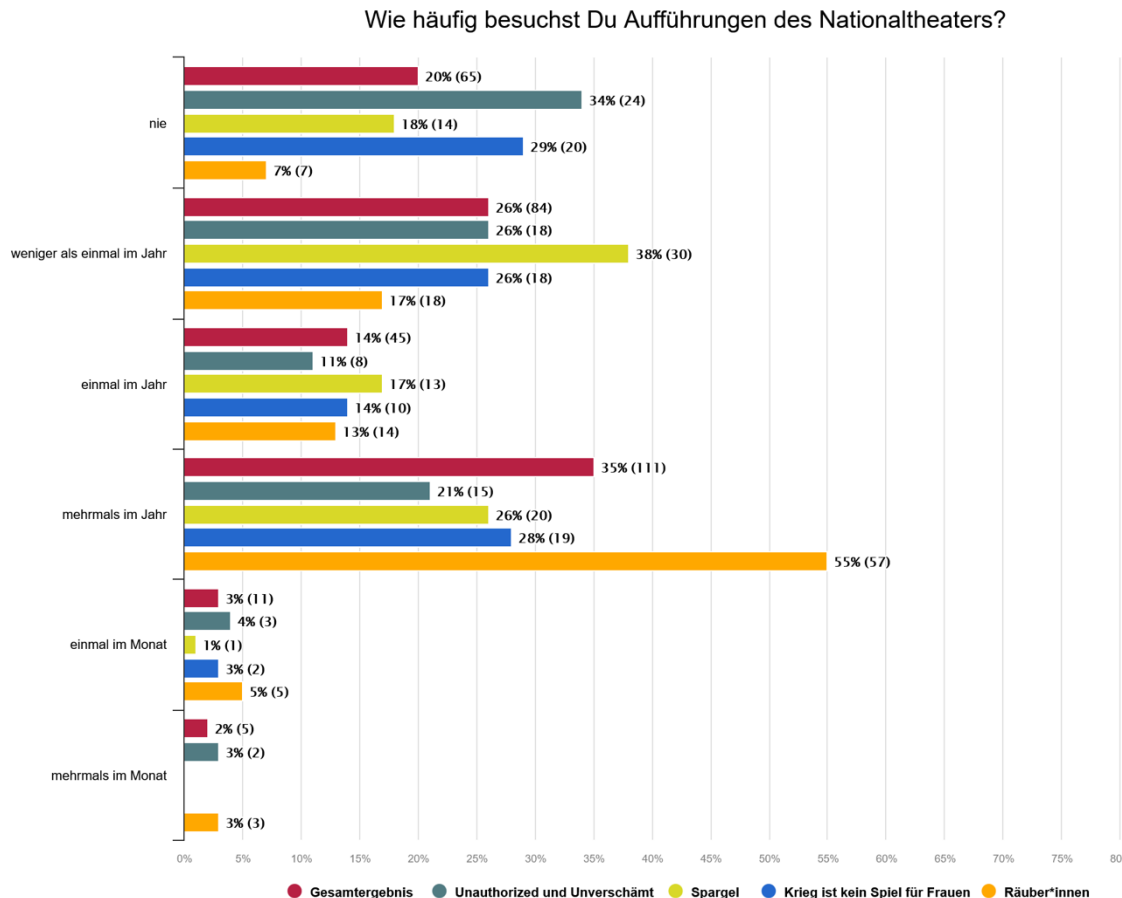
Gleichzeitig gehören sie damit seltener zu den Nie-Besuchenden des Nationaltheaters (5 % gegenüber 20 %). Die Fallzahlen sind insgesamt eher gering, die Tendenz aber klar erkennbar.

Kulturnutzung der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Differenzierung: Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Nationaltheaters?
Nach **Veranstaltung** differenziert



„Unauthorized und Unverschämt“ erreicht mit einem hohen Anteil an Nie-Besuchenden des Nationaltheaters (34 %) und dem niedrigsten Anteil regelmäßiger Besucher*innen (21 % mehrmals im Jahr) Personen mit geringer Besuchsfrequenz des Nationaltheaters.

„Ein Pfund Spargel“: 38 % besuchen das Nationaltheater weniger als einmal im Jahr – der höchste Anteil innerhalb des Publikums im Vergleich zu den anderen Veranstaltungen.

„Krieg ist kein Spiel für Frauen“: Hier ist der zweithöchste Anteil von Nie-Besuchenden des NTM mit 29% zu finden.

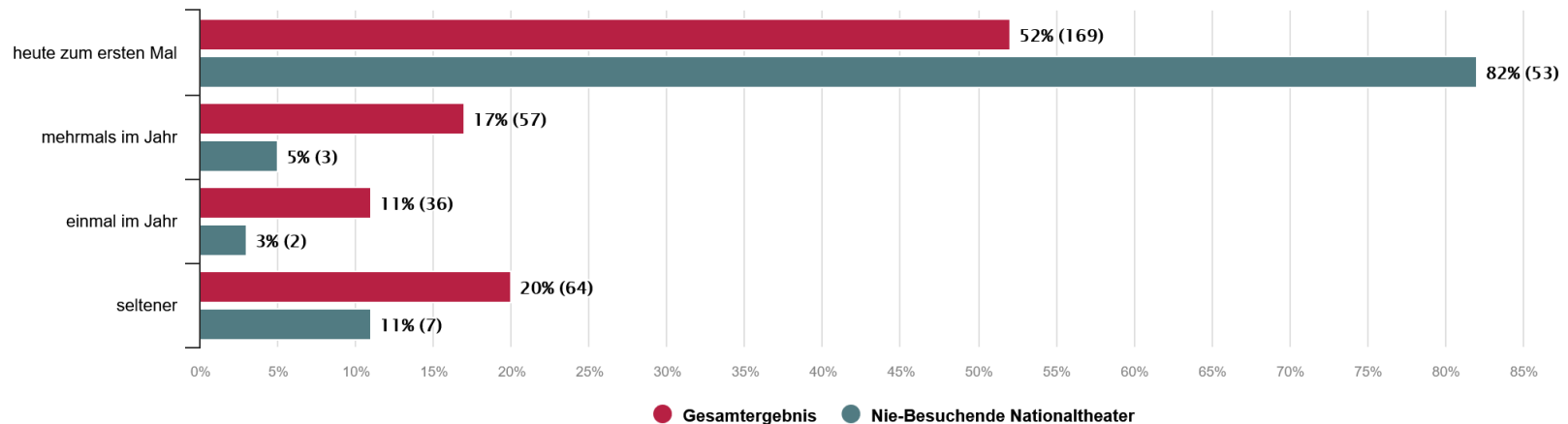
„Mannheimer Räuber*innen“ wird vorwiegend vom nationaltheater-nahen Publikum besucht: 55 % kommen mehrmals jährlich, während nur 7 % das Nationaltheater nie besuchen – der niedrigste Anteil an Nie-Besuchenden.

Differenzierung: Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Stadtensembles?

Nur **Nie-Besuchende** des Nationaltheaters betrachtet

Lesehinweis: Das folgende Ergebnis bezieht sich ausschließlich auf Personen, die das Nationaltheater nie besucht haben (n = 65). Im Vergleich zum Gesamtergebnis ist zu beachten, dass aufgrund der geringeren Fallzahl kleinere Abweichungen von wenigen Prozentpunkten nicht überinterpretiert werden sollten.

Wie häufig besuchst Du Aufführungen des Stadtensembles?

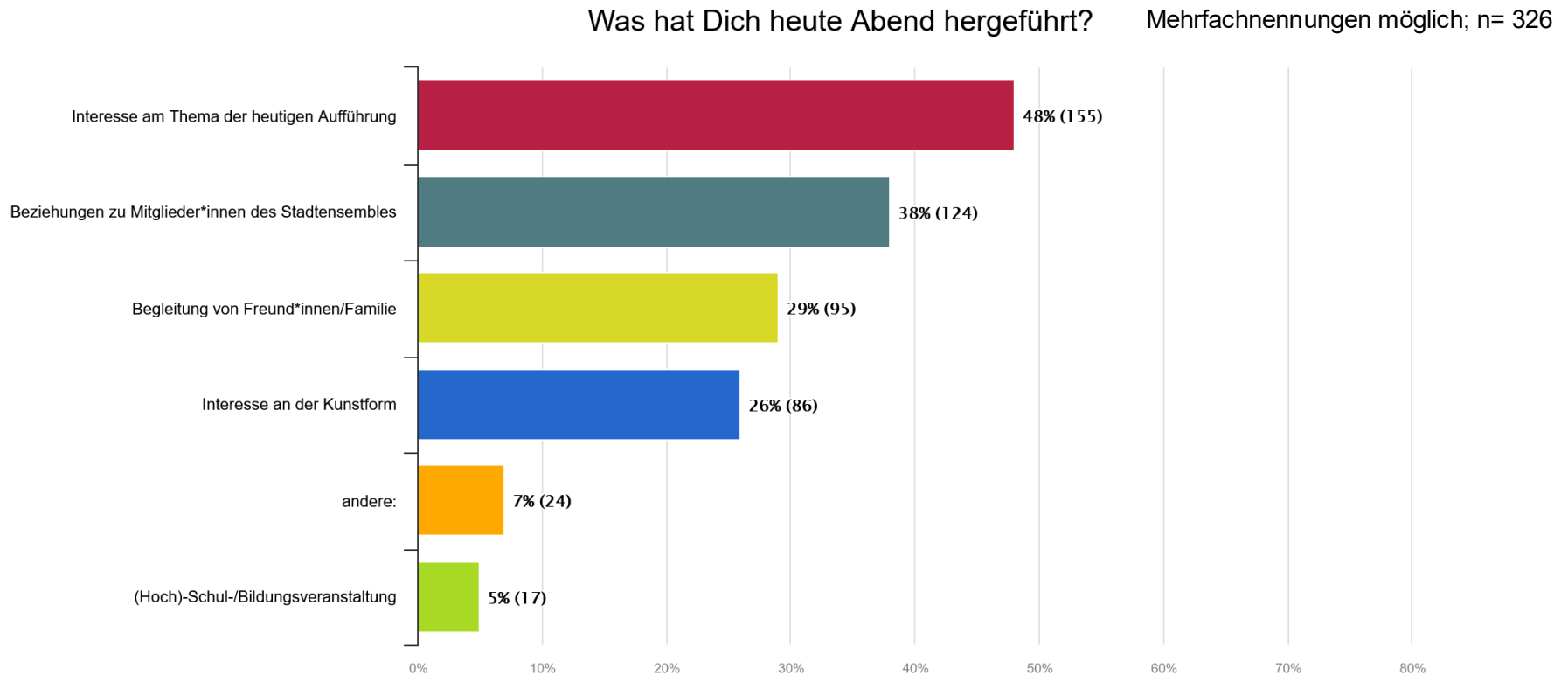


Betrachtet man nur die Nie-Besuchenden des Nationaltheaters und ihre Besuchshäufigkeit des Stadtensembles zeigt sich: Die deutliche Mehrheit (82 %) der Personen, die das Nationaltheater nie besuchen, sind **Erstbesuchende des Stadtensembles**. Damit wird ein großer Teil dieser Gruppe durch die Veranstaltungen des Stadtensembles erstmals erreicht. Im Vergleich zur Gesamtstichprobe, bei der 52 % zum ersten Mal eine Aufführung des Stadtensembles besuchen, ist dieser Anteil deutlich höher.

Kulturnutzung der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN



Das **Interesse am Thema der Aufführung** (48 %) ist der häufigste Grund für den Besuch, gefolgt von persönlichen **Beziehungen zu Mitgliedern des Ensembles** (38 %), Begleitung durch Freund*innen/Familie (29 %), Interesse an der Kunstform (26 %) und (Hoch)-Schul-/Bildungsveranstaltung (5 %) – **inhaltliche Relevanz und persönliche Netzwerke** sind demzufolge zentrale Besuchsmotive.

Kulturnutzung der Befragten

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Was hat dich heute Abend hergeführt? Andere Gründe (wortwörtliche Einzelnennungen, n=24)	
als Geschenk bekommen	Geburtstagsgeschenk
Aufführung trotz Schnaken	Interesse an Arbeit v. Simone Dede Ayivi
Besuch Schillertage	KTB-Programm
Beziehung zu Mitarbeiter des NTM	Open air
Beziehung zu Mitarbeiter des NTM	Ort
Dienstreise	Radiointerview mit der Autorin
Einladung von Freunden	Schillertage
Empfehlung einer Freundin	Schillertage
Empfehlung von Freunden/Freundinnen	Schillertage: im Studium gerade gelesen
Frauentag	spontane Idee auszugehen
Freundin wurde für Installation interviewt	zufällig vorbeigelaufen

Kulturnutzung der Befragten

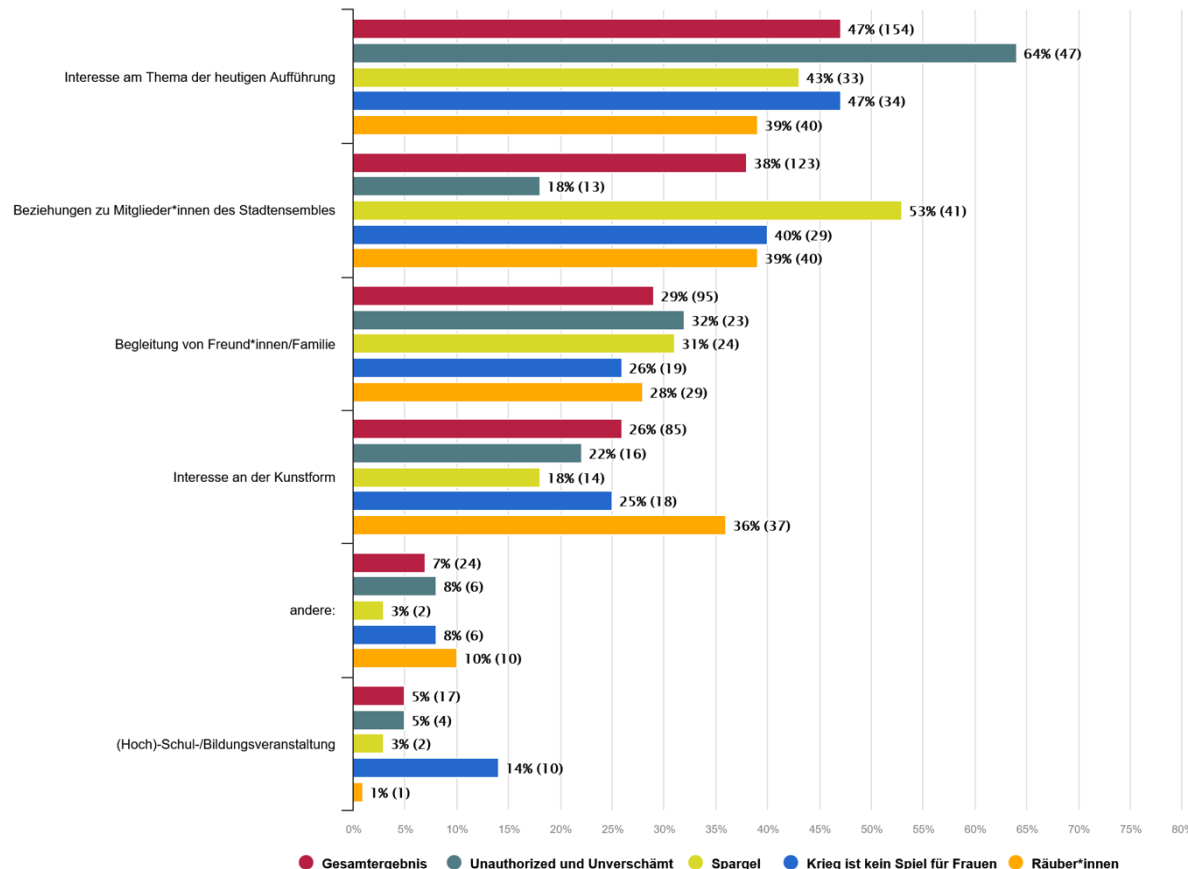
KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Differenzierung: Was hat dich heute hergeführt?

Nach Veranstaltung differenziert

Was hat Dich heute Abend hergeführt?



Insgesamt kommen die meisten aufgrund des Interesses am Thema, gefolgt von Beziehungen zu Mitgliedern des Stadtensembles. Unterschiede in den Motiven gibt es dabei nach Veranstaltungen:

„Unauthorized und Unverschämt“: 64 % der Besuchenden kommen aus **Interesse am Thema der Aufführung** – das ist eine deutliche Mehrheit und der höchste Wert unter den Veranstaltungen.

„Ein Pfund Spargel“: 53 % der Besuchenden nennen **persönliche Beziehungen** zu Mitgliedern des Stadtensembles als Grund für ihren Besuch – gut die Hälfte und ein auffällig hoher Anteil.

„Krieg ist kein Spiel für Frauen“: 14 % der Besuchenden nehmen im Rahmen einer (Hoch-) **Schulveranstaltung** teil – ein im Vergleich etwas höherer Anteil. Zudem geben 47 % als häufigste Nennung an, aus Interesse am Thema zu kommen.

„Mannheimer Räuber*innen“: Besuchende nennen anteilig häufiger das **Interesse an der Kunstform** als Besuchsgrund (36 %).

Zwischen 26 % und 32 % der Besuchenden der Veranstaltungen kommen aufgrund von **Begleitung von Freund*innen oder Familie** – ein übergreifend ähnlich hoher Anteil.

Beurteilung und Engagement

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

- Was hat dir an der heutigen Aufführung besonders gut gefallen / nicht gefallen?
Beispielhafte Zitate zur Veranschaulichung der Bandbreite von positiven und kritischen Rückmeldungen
- Ich kann mir vorstellen, an einer (digitalen) Besucher*innendiskussion teilzunehmen, um die Arbeit des SE weiterzuentwickeln.

Beurteilung und Engagement

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Was hat dir an der heutigen Aufführung besonders gut gefallen / nicht gefallen?

Erläuterung zur folgenden Art der Auswertung:

Die Frage wurden ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten gestellt, d.h. als offene Frage. Die Eintragungen der Befragten wurden in der Auswertung in „besonders gut“ und „nicht gefallen“ getrennt. Die Rückmeldungen zu „besonders gut“ wurden zusätzlich Überkategorien zugeordnet (Atmosphäre, Inszenierung, Lob allgemein und Thema).

→ Die wortwörtlichen Nennungen werden in einer separaten Excelliste aufgeführt, sind dort nach

Überkategorien sortiert und innerhalb der Überkategorie alphabetisch geordnet.

Was hat dir an der heutigen Aufführung besonders gut gefallen / nicht gefallen? n= 285

Unauthorized und Unverschämt	Ein Pfund Spargel	Krieg ist kein Spiel für Frauen	Mannheimer Räuber*innen
Positive Rückmeldungen: 56	Positive Rückmeldungen: 73	Positive Rückmeldungen: 70	Positive Rückmeldungen: 85
Kritische Rückmeldungen: 20	Kritische Rückmeldungen: 4	Kritische Rückmeldungen: 2	Kritische Rückmeldungen: 6

Beurteilung und Engagement

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Unauthorized und Unverschämt
Positive Rückmeldungen: 56
Kritische Rückmeldungen: 20

Positive Rückmeldungen	Anzahl Nennungen
Thema/allgemein Themenwahl/ bestimmter Inhalt	34
Inszenierung/Art der Darstellung/bestimmte gestalterische Aspekte	15
Lob allgemein	4
Atmosphäre	3

Kritische Rückmeldungen	Anzahl Nennungen
Inszenierung	14
Organisation/Rahmenbedingungen	6

Unauthorized und Unverschämt:

Was hat dir an der heutigen Aufführung besonders gut gefallen / nicht gefallen?

Beispielhafte Zitate zur Veranschaulichung der Bandbreite von positiven Rückmeldungen:

- „Die Nahbarkeit durch die persönlichen Perspektiven, das Videomaterial und das Zusammensitzen und vor allem das Thema selbst“
- „ein bekanntes Thema, neue Art der Auseinandersetzung“
- „Ich konnte durch die eher akustischen und visuellen Eindrücke mich gut/besser auf den Inhalt konzentrieren“
- „Interaktivität, verschiedene Projektionen, Länge des Stücks“
- „tolle Videoarbeit“ / „Videoinstallation sehr gut“
- „Atmosphäre“

Beispielhafte Zitate zur Veranschaulichung der Bandbreite von kritischen Rückmeldungen:

- „Mehr Interaktion mit dem Ensemble wäre schön gewesen“
- „nicht so emotional bewegend“
- „Schade, dass keine einzige reale Person dabei war“
- „leider zu kurz“ / „später Einlass, zu kurz“

Beurteilung und Engagement

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Ein Pfund Spargel
Positive Rückmeldungen: 73
Kritische Rückmeldungen: 4

Positive Rückmeldungen	Anzahl Nennungen
Inszenierung/Art der Darstellung/bestimmte gestalterische Aspekte	28
Thema/allgemein Themenwahl/bestimmter Inhalt	25
Lob allgemein	13
Atmosphäre	7

Kritische Rückmeldungen (wortwörtliche Einzelnennungen)
die leider etwas erwartbare Pointe
die Texte
vielleicht etwas zu vereinfacht
zu direkt

Ein Pfund Spargel:

Was hat dir an der heutigen Aufführung besonders gut gefallen / nicht gefallen

Beispielhafte Zitate zur Veranschaulichung der Bandbreite von positiven Rückmeldungen:

- „aktuelles Thema, wichtiger Blick auf migrantische Biografien“
- „Thema / Text / Fokussierung“
- „die Energie mit der die Schauspielerinnen verbunden waren“
- „dass man sich involviert gefühlt hat, weil es so nah war“
- „die Intensität der Spielerinnen, ihre Verbundenheit, die Aktualität, der Kampf der Frauen“
- „lebendig, musikalische Begleitung“
- „alles! Das Thema, das Konzept, die Ansage und danke für die geile Suppe“
- „die Atmosphäre; Verfremdung mit Spargelsuppe“

Zitat der kritischen Rückmeldung:

- wortwörtliche Einzelnennungen (siehe Folie: 101)

Beurteilung und Engagement

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Krieg ist kein Spiel für Frauen
Positive Rückmeldungen: 70
Kritische Rückmeldungen: 2

Positive Rückmeldungen	Anzahl Nennungen
Inszenierung/Art der Darstellung/bestimmte gestalterische Aspekte	38
Thema/allgemein Themenwahl/bestimmter Inhalt	20
Lob allgemein	9
Atmosphäre	3

Kritische Rückmeldungen (wortwörtliche Einzelnennungen)
letztes Umräumen mit Tischen
zu viele Perspektiven: man kommt nicht in alle Stories rein

Beurteilung und Engagement

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Krieg ist kein Spiel für Frauen:

Was hat dir an der heutigen Aufführung besonders gut gefallen / nicht gefallen?

Beispielhafte Zitate zur Veranschaulichung der Bandbreite von positiven Rückmeldungen:

- „dass die Musik selbst gesungen war, dass die Schauspielenden authentisch waren“
- „so viele mutige und ausdrucksstarke Frauen“
- „Wechsel zwischen Spiel und Ernst. Entwicklung des Zusammenhalts bei Konflikt“
- „Thema und die kreative Umsetzung“
- „abwechslungsreich, ausgefallen, stark, Gänsehaut“
- „Engagement, Talent“
- „von Frauen für Frauen“

Zitat der kritischen Rückmeldung:

wortwörtliche Einzelnennungen (siehe Folie: 103)

Beurteilung und Engagement

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Mannheimer Räuber*innen
Positive Rückmeldungen: 85
Kritische Rückmeldungen: 6

Positive Rückmeldungen	Anzahl Nennungen
Atmosphäre	32
Inszenierung/Art der Darstellung/bestimmte gestalterische Aspekte	23
Thema/allgemein Themenwahl/bestimmter Inhalt	17
Lob allgemein	13

Kritische Rückmeldungen (wortwörtliche Einzelnennungen)
etwas laut
Ich fand die Gewaltdarstellung "unnötig" krass und die Triggerwarnung wurde dem nichtgerecht. Wenn es um Widerstand geht, wieso wird dann fast nur Gewalt gezeigt
Kunstblut echtes Blut wäre auch eklig
Mir hat nicht gefallen, dass alle geschrien haben
Musik, Gesang, Choreografie
zu abstrakt

Beurteilung und Engagement

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Mannheimer Räuber*innen:

Was hat dir an der heutigen Aufführung besonders gut gefallen / nicht gefallen?

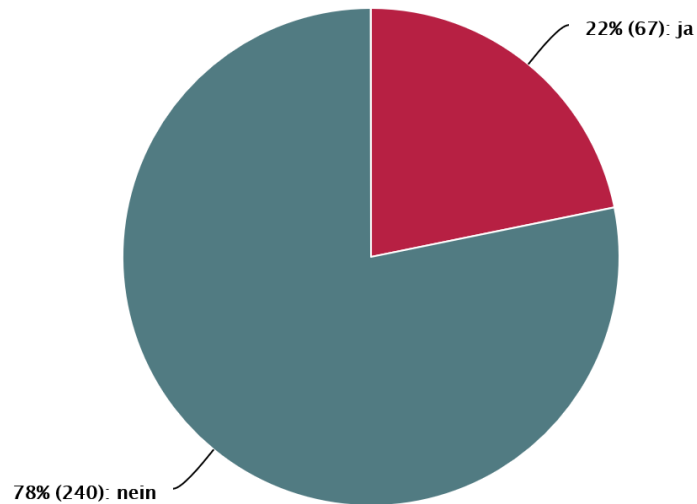
Beispielhafte Zitate zur Veranschaulichung der Bandbreite von positiven Rückmeldungen :

- „andere Umgebung, im Wald, sehr persönlich, hat mir sehr gut gefallen“
- „Aufführung im Wald“
- „Kulisse, Installation, Kostümbild, Gesang“
- „Die Energie des Abends, in der Gruppe und die Bilder. Außerdem hat mich der Ort bezaubert“
- „Intensität, Engagement des Ensembles und Zeitbezug“
- „Klasse Kostüme/Setting! Sehr intensiv!“
- „viele verschiedene Impulse“
- „toll gespielt und gesungen, sehr intensiv und berührend, spannend“

Zitat der kritischen Rückmeldung:

- wortwörtliche Einzelnennungen (siehe Folie: 105)

Ich kann mir vorstellen, an einer (digitalen) Besucher*innendiskussion teilzunehmen, um die Arbeit des SE weiterzuentwickeln. n= 307



→ Hinweis: Die E-Mail-Adressen wurden erfasst und in einer separaten Excelliste aufgeführt.

Zusammenfassung

Publikumsbefragung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Erhebungsmethode

→ schriftliche Befragung vor Ort bei Veranstaltungen mit Papier-Fragebögen

Anzahl der Befragten

→ 328 Befragte

Befragung bei vier Produktionen

→ Unauthorized und Unverschämt (22 % der Befragten)

→ Ein Pfund Spargel (23 %)

→ Krieg ist kein Spiel für Frauen (23 %)

→ Mannheimer Räuber*innen (32 %)

Zusammenfassung

Publikumsbefragung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Alter

→ Die anteilig größte Altersgruppe waren die **25-34-Jährigen (29 %)**; die Gruppen der unter 18-Jährigen (3 %), 18-24-Jährigen (10 %) und 45-54-Jährigen (10 %) waren vergleichsweise am schwächsten vertreten – insgesamt **ein altersgemischtes Publikum**.

Nach Veranstaltung differenziert:

- „Unauthorized und Unverschämt“ etwas häufiger von älteren Befragten besucht;
- „Ein Pfund Spargel“ breit gefächerte Altersstruktur;
- „Krieg ist kein Spiel für Frauen“ häufiger von Jüngeren bis 34 Jahre;
- „Mannheimer Räuber*innen“ breit gefächerte Altersstruktur.

Wohnort

→ Die Befragten wohnen etwas häufiger **in Mannheim (45 %)**, während jeweils **28 %** aus dem Umland bis 20 km bzw. dem weiteren Umland über 20 km entfernt wohnen – **eine recht ausgewogene Streuung**.

Nach Veranstaltung differenziert:

- „Mannheimer Räuber*innen“-Publikum höchster Anteil aus Mannheim (59%);
- „Unauthorized und Unverschämt“-Publikum 47 % aus dem Umland mehr als 20 km entfernt wohnhaft.

Stadtteile Mannheim

→ Die meisten Befragten aus Mannheim wohnen in der **Innenstadt / Quadrate (13 %)**, in **Neckarau (11 %)** und in der **Neckarstadt-West (11 %)**, während viele Stadtteile gar nicht vertreten waren – **eine Konzentration auf zentrale Stadtteile**.

Zusammenfassung

Publikumsbefragung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Berufliche Situation (Was machst Du?) (Mehrfachnennungen möglich)

→ Die deutliche Mehrheit der Befragten ist **berufstätig (61 %)**, mit Abstand gefolgt von **Studierenden (19 %)** und **Rentner*innen (16 %)**. Schüler*innen (1 %) und Auszubildende (4 %) waren deutlich seltener vertreten, zusammenhängend mit der Altersstruktur.

Geschlechtszugehörigkeit

→ Zwei Drittel der Teilnehmenden identifizierten sich als **weiblich (68 %)**, knapp ein Drittel als männlich (29 %), 2 % als divers und 1 % keine Angabe – **eine deutliche weibliche Mehrheit**.

Zusammenfassung

Publikumsbefragung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Besuchshäufigkeit Stadtensemble

→ 52 % der Befragten waren zum ersten Mal bei einer Aufführung des Stadtensembles – **gut die Hälfte der Befragten waren damit Erstbesucher*innen.**

Ein geringerer Anteil gab an, regelmäßig Aufführungen zu besuchen: 17 % besuchen das Stadtensemble mehrmals im Jahr, noch 11 % einmal jährlich und 20 % seltener als jährlich.

Nach Alter differenziert:

Erstbesuch in allen Altersgruppen die häufigste Besuchsform;
Besuche „mehrmals im Jahr“ nehmen mit zunehmendem Alter leicht zu.

Nach Wohnort differenziert:

Besuchende aus Mannheim und nahen Umland (bis 20 km) kommen deutlich häufiger mehrmals im Jahr zu Aufführungen des Stadtensembles (19 % bzw. 27 %), als Personen aus dem weiteren Umland (nur 4 %).

Nach Veranstaltung differenziert:

„Unauthorized und Unverschämt“- und „Krieg ist kein Spiel für Frauen“-Publikum hat den höchsten Anteil Erstbesucher*innen (über 60 %).

„Mannheimer Räuber*innen“ hat im Vergleich den höchsten Anteil an Publikum, das mehrmals im Jahr zum Stadtensemble kommt (25 %), hier kamen noch 41% zum ersten Mal.

Zusammenfassung

Publikumsbefragung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Besuchshäufigkeit Nationaltheater Mannheim

→ Die Besuchsfrequenz war sehr gemischt: **46 %** der Befragten besuchen das Nationaltheater selten oder nie (**20 % nie, 26 % weniger als einmal im Jahr**).

14 % kommen einmal im Jahr. 35 % besuchen es mehrmals im Jahr, 3 % einmal im Monat und 2 % mehrmals im Monat, was mit zusammengezählt 40 % auf eine interessierte Stammgruppe mit mehreren Besuchen im Jahr hinweist.

Nach Alter differenziert:

Höchster Anteil an Nie-Besuchenden des Nationaltheaters bei unter 34-Jährigen; Besuche mehrmals im Jahr sind innerhalb der älteren Gruppen deutlich häufiger als bei den Jüngeren.

Nach Wohnort differenziert:

Von den Befragten aus Mannheim geben 8 % an, das Nationaltheater nie zu besuchen. Im näheren Umland sind es bereits 19 % und bei einer Entfernung von über 20 km steigt der Anteil der Nie-Besuchenden auf 40 %.

Nach Besuchshäufigkeit Stadtensemble (mehrmals im Jahr + einmal in Jahr) differenziert:

Wer das Stadtensemble mehrmals oder einmal im Jahr besucht, geht deutlich häufiger auch mehrmals jährlich ins Nationaltheater (59 % gegenüber 35 % im Gesamtdurchschnitt für mehrmals jährliche NTM-Besuche).

Nach Veranstaltung differenziert:

„Unauthorized und Unverschämt“ erreicht einen vergleichsweise hohen Anteil an Nie-Besuchenden des Nationaltheaters (34 %). „Mannheimer Räuber*innen“ hat den niedrigsten Anteil an Nie-Besuchenden (7 %) (kleine absolute Zahlen).

Zusammenfassung

Publikumsbefragung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Differenzierungen: Nie-Besuchende des Nationaltheaters Mannheim

Besuchshäufigkeit Stadtensemble nur für Nie-Besuchende Nationaltheater betrachtet:

Das Stadtensemble erreicht mit seinen Aufführungen gezielt neues Publikum – **82 %**

derjenigen, die das **Nationaltheater nie besuchen**, sind **Erstbesucher*innen des Stadtensembles**

(Gesamtschnitt 52% Erstbesucher*innen).

Zusammenfassung

Publikumsbefragung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Besuchsmotive (Was hat Dich heute Abend hergeführt?) (Mehrfachnennungen möglich)

→ Das **Interesse am Thema der Aufführung (48 %)** ist der häufigste Grund für den Besuch, gefolgt von persönlichen **Beziehungen zu Mitgliedern des Ensembles (38 %)**, Begleitung durch Freund*innen/Familie (29 %), Interesse an der Kunstform (26 %) und (Hoch-)Schul-/Bildungsveranstaltung (5 %) – **inhaltliche Relevanz und persönliche Netzwerke sind demzufolge zentrale Besuchsmotive.**

Nach Veranstaltung differenziert:

„Unauthorized und Unverschämt“-Publikum: höchster Anteil Besuchsgrund Themeninteresse (64 %).

„Ein Pfund Spargel“-Publikum: häufigster Grund sind persönliche Beziehungen (53 %).

„Krieg ist kein Spiel für Frauen“-Publikum: ein im Vergleich etwas höherer Anteil nimmt im Rahmen einer (Hoch-)Schulveranstaltungen (14 %) teil, Themeninteresse insgesamt 1. Nennung.

„Mannheimer Räuber*innen“-Publikum: das Interesse an der Kunstform (36 %) wird im Vergleich häufiger genannt, Interesse und Beziehungen insgesamt an 1. Stelle.

Zusammenfassung

Publikumsbefragung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Offene Rückmeldungen

→ 285 Antworten auf die Frage „Was hat dir an der heutigen Aufführung besonders gefallen / nicht gefallen?“

Die deutlich höhere Anzahl an positiven Rückmeldungen im Vergleich zu den eher kritischen Anmerkungen zeigt eine insgesamt hohe Zufriedenheit unter den Besuchenden.

Häufige positive Nennungen beziehen sich auf Thema/Inhalt und Inszenierung/Darstellung/bestimmte Aspekte der Aufführungen.

Zusammenfassung

Publikumsbefragung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Die Publikumsbefragung mit 328 Teilnehmenden zeigt, dass das Stadtensemble ein Publikum erreicht, das sich durch **hohe kulturelle Offenheit** und **partizipatives Interesse** auszeichnet. Die Befragten bewerten die Produktionen überwiegend positiv und schätzen insbesondere deren gesellschaftliche Relevanz, Diversität und Authentizität. Auffällig ist der hohe Anteil an Besucher*innen, die bisher wenig Kontakt zum Nationaltheater hatten, was auf eine **erfolgreiche Publikumserweiterung** hinweist. Zeitmangel und begrenzte Ressourcen stellen hingegen Hemmfaktoren für regelmäßige Theaterteilnahme dar. Insgesamt bestätigt die Publikumsbefragung die Funktion des Stadtensembles als **Brücke zwischen Institution und Stadtgesellschaft** und als **Katalysator für neue Publikumsgruppen**.

4.2. Fokusgruppe - Besuchende Stadtensemble-



- **Format:** digitale, leitfadengestützte Fokusgruppe
- **Anzahl Befragte:** 7 Besuchenden des Stadtensemble
- **Befragungszeitraum:** 7. Juli 2025, 90 Minuten
- **Auswertung:** Qualitative Inhaltsanalyse Kulturgold GmbH

Wahrnehmung und Bedeutung des Stadtensembles

- Das Stadtensemble wird von den Befragten als **niedrigschwelliges und inklusives Theaterformat** wahrgenommen, das neue Publikumsgruppen anspricht.
- Es gilt als zugänglicherer Teil des Nationaltheaters, der **institutionelle Schwellen reduziert** und **soziale Diversität** sichtbar macht.
- Die Verbindung von professionellen und nicht-professionellen Akteur*innen wird als spezifisches Merkmal **künstlerischer Authentizität** benannt.
- Das Ensemble wird als relevanter Beitrag zur kulturellen Teilhabe und **sozialen Öffnung des Theaters** beschrieben.
- Insgesamt wird ihm eine vermittelnde Funktion zwischen Institution und Stadtgesellschaft zugeschrieben.

Sprache, Aufführungsorte und ästhetische Vermittlung

- Die **sprachliche Gestaltung** der Produktionen wird als **verständlich, alltagsnah und anschlussfähig** beschrieben, ohne an ästhetischer Komplexität zu verlieren.
- Diese Sprachform wird als integratives Mittel identifiziert, das auch Personen ohne Theatererfahrung den Zugang erleichtert.
- **Unkonventionelle Spielorte** – etwa Natur- oder Stadträume – erzeugen laut den Befragten eine höhere Aufmerksamkeit und **senken Zugangsbarrieren**.
- Der Ortswechsel wird als strategische Erweiterung des Theaterraums interpretiert, die **neue Rezeptionskontexte** schafft.
- **Sprache und Raum** werden damit als **zentrale Dimensionen** partizipativer Vermittlung verstanden

Wahrgenommene Herausforderungen und Entwicklungsoptionen

- Mehrere Teilnehmende äußern **Unklarheit über die institutionelle Verortung** des Stadtensembles innerhalb des NTM.
- Das klassische Theaterhaus wird weiterhin mit bürgerlichen und **bildungsbezogenen Zugangshürden** assoziiert.
- Benannt wird ein Bedarf an **transparenter Kommunikation** über Zielsetzung, Struktur und Arbeitsweise des Ensembles.
- Als Entwicklungsoptionen werden **mobile Theaterformate, Kooperationen mit Bildungseinrichtungen** und eine zielgruppenspezifische Öffentlichkeitsarbeit vorgeschlagen.
- Diese Ansätze sollen die Reichweite und Nachhaltigkeit der Publikumsbindung erhöhen

Zusammenfassung

Fokusgruppe

KULTURGOLD

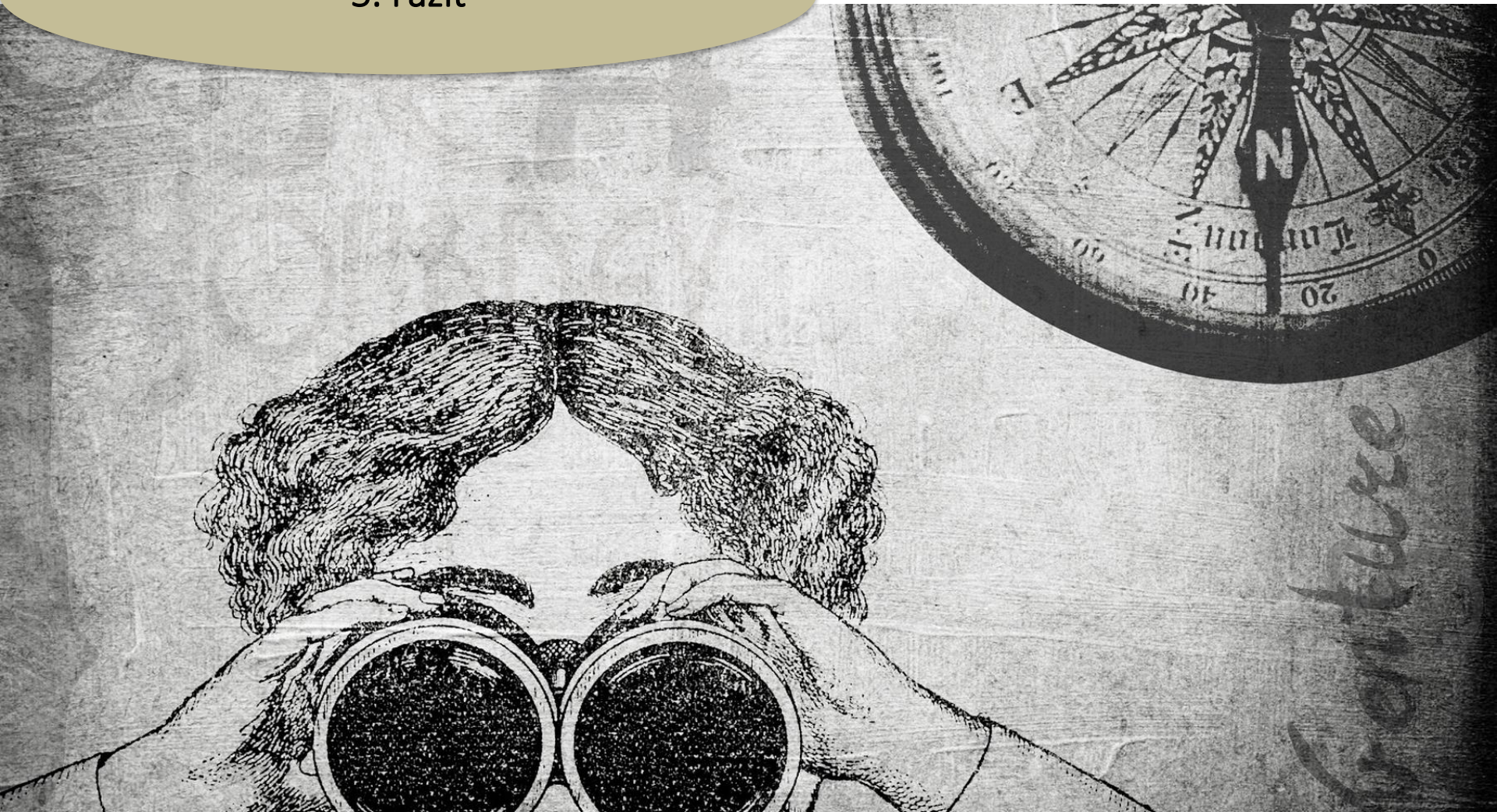
KONZEPTE UND TATEN

Die Fokusgruppe bestätigt die **gesellschaftliche und kulturelle Relevanz** des Stadtensembles als innovatives, partizipatives Theatermodell. Besonders hervorgehoben werden die **zugängliche Sprache**, die **offene Themenwahl** und die **dezentralen Spielorte** als zentrale Erfolgsfaktoren, die neue Publikumsgruppen ansprechen. Aus Sicht der Teilnehmenden trägt das Ensemble spürbar zur **Reduktion sozialer und symbolischer Barrieren** im Theaterbetrieb bei und schafft Räume für Begegnung und Austausch. Es wird als Beispiel für eine **strukturübergreifende Verbindung von künstlerischer Praxis und sozialer Inklusion** beschrieben. Insgesamt verweist die Besucher*innenperspektive auf das **Potenzial des Stadtensembles**, kulturelle Teilhabe und institutionelle Öffnung nachhaltig zu fördern und das Theater als Ort gesellschaftlicher Vielfalt erlebbar zu machen.

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

5. Fazit



Fazit

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Die Zusammenführung der unterschiedlichen Erhebungsteile – Interviews mit Ensemblemitgliedern und Mitarbeitenden des Nationaltheaters, Organisationsworkshop, Publikumsbefragung und Fokusgruppe – ergibt ein kohärentes Gesamtbild. Das Stadtensemble erweist sich als **innovatives Modell partizipativer Theaterarbeit**, das sowohl künstlerische als auch soziale Funktionen erfüllt.

Aus interner Perspektive wird es als **Raum für kollektives Lernen, Diversität und Selbstermächtigung** beschrieben, während die externe Perspektive auf die **institutionelle Spannung zwischen partizipativer Praxis und hierarchischen Strukturen** verweist. Gleichzeitig bestätigen Publikum und Fokusgruppe, dass das Ensemble die gesellschaftliche Reichweite und Legitimation des Theaters stärkt, indem es **niedrigschwellige Zugänge** und **authentische ästhetische Erfahrungen** ermöglicht.

.

Fazit

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Aus evaluativer Sicht kann das Stadtensemble als **hybrides Innovationsmodell** beschrieben werden, das ästhetische, soziale und organisatorische Lernprozesse verbindet.

Es fungiert **als Labor für zukunftsorientierte Formen öffentlicher Theaterarbeit**, in denen Partizipation, Diversität und Dezentralität zentrale Prinzipien darstellen.

Die Evaluation weist darauf hin, dass die langfristige Wirksamkeit des Modells eine **strategische institutionelle Anerkennung und strukturelle Absicherung** erfordert. In wissenschaftlicher Perspektive steht das Stadtensemble exemplarisch für ein demokratisches Theaterverständnis, das **künstlerische Qualität und gesellschaftliche Verantwortung** produktiv miteinander verknüpft.

.

Fazit

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Die Gesamtauswertung zeigt, dass das Stadtensemble eine intermediäre Position zwischen Stadtgesellschaft und Institution einnimmt. Es verbindet künstlerische Produktion, soziale Teilhabe und kulturelle Bildung zu einem integrativen Handlungsrahmen.

In seiner Arbeitsweise realisiert es **neue Formen kollektiver Autor*innenschaft** und erweitert die institutionelle Theaterpraxis um **prozessorientierte, partizipative Ansätze**.

Gleichzeitig werden **strukturelle Herausforderungen** deutlich: begrenzte personelle und finanzielle Ressourcen, hohe Belastung der künstlerischen Leitung und fehlende institutionelle Verstetigung.

Diese Faktoren begrenzen die Nachhaltigkeit, ohne das Innovationspotenzial grundsätzlich zu mindern.

.

*»Das Stadtensemble öffnet Türen –
jetzt gilt es, sie offen zu halten.«*

Fokusgruppenteilnehmer/In, Juli 2025