

<u>1. ZIELSETZUNG UND GANG DER UNTERSUCHUNG</u>	10
<u>2. ÖKONOMISCHE UND SOZIOLOGISCHE ASPEKTE DES THEATERS</u>	13
<u>2.1. Soziologische Aspekte des Theaters</u>	13
2.1.1. Der Theaterbesuch als Teil der Freizeitaktivitäten	13
2.1.1.1. Definition der Freizeit	13
2.1.1.2. Die Freizeit in soziologischer Sicht	18
2.1.1.3. Der Freizeitumfang	23
2.1.1.4. Die Verbringung der Freizeit	25
2.1.2. Der gesellschaftliche Stellenwert des Theaters	33
2.1.2.1. Die Elemente des Theaters	33
2.1.2.2. Die Funktionen des Theaters	38
2.1.3. Der Theaterbesuch in statistischer und soziologischer Sicht	42
2.1.3.1. Der Anteil der Theaterbesucher an der Bevölkerung	43
2.1.3.2. Die Strukturmerkmale der Theaterbesucher	45
2.1.3.3. Die am Theater Interessierten	52
2.1.3.4. Die Entwicklung der Theaterbesuche	53
2.1.4. Theater als ein Thema der Sozialpolitik	57
<u>2.2. Ökonomische Aspekte des Theaters in Deutschland</u>	63
2.2.1. Der Theaterbetrieb in ökonomischer Sicht	65
2.2.1.1. Rechtsträger, Rechtsform und Rechnungswesen der Theater	65
2.2.1.2. Betriebswirtschaftliche Charakterisierung des Theaters	68
2.2.1.3. Die Bedeutung der Fixkosten im Theater	72
2.2.1.4. Die besondere Bedeutung der Personalkosten	76
2.2.1.5. Die Betriebseinnahmen der Theater	80
2.2.1.6. Die Theaterzuschüsse und ihre Bedeutung im Rahmen der Kultur Ausgaben	86

	<u>Seite</u>
2.2.2. Das Image des Theaters in der Öffentlichkeit	91
2.2.2.1.) Das Image der Institution Theater	91
2.2.2.2. Das Image der Theaterbesucher und der Nichtbesucher	98
2.2.3.) Die Motive der Theaterbesucher und der interessierten Nicht-Besucher	99
2.2.4. Determinanten des Konsumentenverhaltens	102
2.2.4.1. Die Wohlstandsgesellschaft und ihr Einfluß auf das Konsumentenverhalten	103
2.2.4.2. Die soziale Prägung der Bedürfnisse	105
2.2.4.3 Der Einfluß der sozialen Rollen	110
2.2.4.4. Der Einfluß der Bezugsgruppen	113
2.2.4.5. Der Einfluß 'fremder Bezugsgruppen'	117
<u>3. DIE EINFLUßFAKTOREN DES THEATERBESUCHES</u> <i>auf d. Verhalten</i>	120
<u>3.1. Das Aufführungsangebot und konkurrierende Freizeitangebote</u>	122
3.1.1. Der Einfluß des Aufführungsangebotes	122
3.1.1.1.) Regionale und zeitliche Aspekte des Theaterangebotes	122
3.1.1.2. Das inhaltliche Angebot - der Spielplan	128
3.1.2. Der Einfluß konkurrierender Freizeitangebote	132
<u>3.2. Der Einfluß des Einkommens auf den Theaterbesuch</u>	136
3.2.1. Das Freizeitbudget der Bevölkerung	136
3.2.2. Die Kosten des Theaterbesuchs	142
3.2.3. Untersuchungsergebnisse zum Zusammenhang zwischen Einkommen und Theaterbesuch	146

	<u>Seite</u>
<u>3.3. Der Einfluß der schichtenspezifischen Sozialisation und der formalen Bildung auf den Theaterbesuch</u>	148
3.3.1. Der Einfluß der Sozialisation	149
3.3.1.1. Der Einfluß des Elternhauses auf den Kontakt zum Theater	149
3.3.1.2. Der Einfluß der Art der Sozialisation auf die Zugangsmöglichkeit zum Theater	152
3.3.2. Der Einfluß der Schule	154
3.3.3. Untersuchungsergebnisse über den Zusammenhang zwischen formaler Bildung und Theaterbesuch	158
<u>3.4. Der Einfluß der Information auf den Theaterbesuch</u>	160
3.4.1. Der Bedarf an Informationen	160
3.4.2. Das Informationsangebot der Theater	162
3.4.2.1. Die Informationen zum Theaterangebot als einer Alternative der Freizeitverbringung	162
3.4.2.2. Die Informationen zum Stück	163
3.4.2.3. Die Spielplaninformationen	166
3.4.2.4. Die Zusatzinformationen	168
3.4.3. Das Verhältnis von Informationsangebot und -bedarf	169
<u>3.5. Der Einfluß der Arbeit auf den Theaterbesuch</u>	169
3.5.1. Umfang und Entwicklung der Arbeitszeit	170
3.5.2. Untersuchungsergebnisse zur Arbeitsbelastung	172
3.5.3. Die besondere Arbeitsbelastung der Schichtarbeiter	175
3.5.4. Arbeitsbelastung und Theaterbesuch	179
3.5.5. Untersuchungsergebnisse über den Zusammenhang zwischen Beruf und Theaterbesuch	181

<u>3.6. Der Einfluß des Faktors Zeit auf den Theaterbesuch</u>	184
3.6.1. Die zur Verfügung stehende Zeit	184
3.6.1.1. Der Umfang der Freizeit	184
3.6.1.2. Die Terminierung der Freizeit	188
3.6.2. Das Zeiterfordernis	190
3.6.2.1. Das Zeiterfordernis für die Informationsbeschaffung	191
3.6.2.2. Das Zeiterfordernis für die Kartenbeschaffung	192
3.6.2.3. Das Zeiterfordernis für Vorbereitung und Weg	193
3.6.2.4. Das Zeiterfordernis für die Aufführung	196
3.6.3. Die besondere Freizeitsituation der Schichtarbeiter	198
3.6.4. Das Zeiterfordernis eines Theaterbesuchs im Verhältnis zur Freizeit (Zusammenfassung)	204
<u>3.7. Zusammenfassung und Rangordnung der Einflußfaktoren</u>	206
<u>4. MÖGLICHKEITEN ZUR STEIGERUNG DER EFFIZIENZ DER THEATER UND IHRE GRENZEN</u>	212
<u>4.1. Möglichkeiten der Steigerung der ökonomischen Effizienz der Theater</u>	217
4.1.1. Die Theaterleitung	220
4.1.2. Das Rechnungswesen als Grundlage gesteigerter Effizienz der Theater	222
4.1.3. Das Angebot der Theater	225
4.1.4. Die Ausgaben der Theater	234

4.1.4.1.	Möglichkeiten der Beeinflussung des Ausgabenanstiegs	235
4.1.4.2.	Grenzen der Beeinflussung des Ausgabenanstiegs allgemein und der Kosten je Besucher	241
4.1.5.	Die Einnahmen der Theater	242
4.1.5.1.	Die Eintrittspreise	242
4.1.5.2.	Die Preise der Besucherorganisationen und Abonnenten	243
4.1.5.3.	Die Verbesserung der Kartenstruktur	245
<u>4.2. Möglichkeiten der Steigerung der Publikumseffizienz der Theater</u>		247
4.2.1.	Die 'Publikumsadäquanz' des Theaterangebotes	249
4.2.2.	Die 'Stetigkeit' der Theaterpolitik	251
4.2.3.	Marketing im Theater	253
4.2.4.	Die Spielplangestaltung	261
4.2.4.1.	Die Spielplanwünsche des Publikums	262
4.2.4.2.	Folgerungen für die Spielplangestaltung	266
4.2.5.	Die Aufführungsplazierung	274
4.2.5.1.	Die regionale Plazierung der Aufführungen	274
4.2.5.2.	Die zeitliche Plazierung der Aufführungen	279
4.2.6.	Der Theaterservice	280
4.2.6.1.	Das Computer-Buchungssystem	281
4.2.6.2.	Hilfsmittel bei der Distanzüberwindung	284
4.2.6.3.	Kinderbeaufsichtigung im Theater	286
4.2.7.	Die Eintrittspreise	288

4.2.8.	Motivation, Information und Kommunikation	291
4.2.8.1.	Kommunikation im Theater und durch Mitarbeiter des Theaters	294
4.2.8.2.	Die unpersönliche Informationsübermittlung der Theater	300
4.2.8.2.1	Die Motivation des Publikums durch unpersönliche Information	302
4.2.8.2.2	Die Motivation des potentiellen Publikums durch Werbung	305
4.2.8.3.	Interpersonelle Kommunikation	311
4.2.8.3.1	Interpersonelle Kommunikation bei Erwachsenen	311
4.2.8.3.2	Interpersonelle Kommunikation bei Kindern und Jugendlichen	318
4.2.8.4.	Die Kritiken	324
4.2.8.5.	Kommunikation und Partizipation	327
4.2.8.6.	Zusammenfassung	330
<u>4.3.</u>	<u>Die Gestaltung des Marketing-Programms im Hinblick auf die Erfordernisse der Zielgruppen</u>	333
<u>4.4.</u>	<u>Die Grenzen der Steigerung der Publikums-effizienz der Theater</u>	338
<u>5.</u>	<u>ZUSAMMENFASSUNG DER UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE</u>	341
<u>6.</u>	<u>LITERATURVERZEICHNIS</u>	347

7. ANHANG

382

Wesentliche Kennziffern der öffentlichen Theater und der Privattheater für die Spielzeiten 1957/58 bis 1979/80

Tabelle I

Personalzusammensetzung und Struktur der laufenden Ausgaben der Theater 1957/58 - 1979/80

Tabelle II

Veranstaltungen und Besucher der Theater in der Bundesrepublik Deutschland von 1957/1958 bis 1979/1980

Tabelle III

Besucher nach Kartenarten in % 1951-1979

Tabelle IV

Einnahmen der Theater aus dem Kartenverkauf je Besucher 1949-1979

Tabelle V

Filmtheater-Brutto-Eintrittspreise je Besucher 1950 - 1979

Tabelle VI

Verhältnis der Zahl der Besucher zur Gesamtzahl der festangestellten Mitarbeiter und zur Zahl der Solo-Künstler (1979/1980)

Tabelle VII

Haushaltsgrundsätze

Tabelle VIII

- . -