

Die Linzer Klangwolken als Kulturereignis





Inhalt

1. Ausgangssituation & Projektmethodik
2. Ergebnisse BesucherInnen-Befragung
3. Telefonerhebung
4. Gruppendiskussionen
5. Empfehlungen



1. Ausgangssituation & Projektmethode

25 Jahre Klangwolke

Ziel:

Erforschung des Stellenwerts der Klangwolken aus Sicht der BesucherInnen und der öö. Bevölkerung

Methode:

- Qualitative Interviews
- Quantitative Telefoninterviews
- Gruppendiskussionen



2. Ergebnisse BesucherInnen-Befragung

Grundgesamtheit

225 Interviews: 114 Visualisierte Klangwolke
70 Klassische Klangwolke
41 Kinderklangwolke

100 Männer (44,4 %)
125 Frauen (55,5 %)

75 % unter 50 Jahren



Benennung der Klangwolken

Visualisierte Klangwolke

- Nennung von mehr als $\frac{3}{4}$
- Bezeichnung der visualisierten Klangwolke als die „Moderne“, „Normale“ oder „Virtuelle“ Klangwolke.

Klassische Klangwolke

- Nennung von nahezu der Hälfte
- Verwechslung



Besuchsmotive

Visualisierte Klangwolke

- Neugierde
- Interesse
- Bekanntheitsgrad
- deutlich wahrgenommene Werbung

Klassische Klangwolke

- reines Musikinteresse
- Fokus auf Komponist und Werk
- Ambiente Brucknerhaus



Veranstalter der Linzer Klangwolken

Brucknerhaus / LIVA

- Nennung durch Großteil
- vor allem bei Klassischer Klangwolke

Stadt Linz

- Von vielen interviewten Personen als Veranstalter gesehen
- Anlass zur Annahme: Linz Kulturhauptstadt 2009

Ars Electronica Center – Ars Electronica Festival

- Zuordnung vor allem aufgrund der visuellen Umsetzungen



Informationsquellen

- Regionale Medien
- Erfahrung - „Als Linzer weiß man das!“
- Mundpropaganda



Zufriedenheit mit den Klangwolken 2004

- Im Allgemeinen hoher Anklang
- Die drei Klangwolken einzeln betrachtet:
 - Kinderklangwolke am besten bewertet
 - Klassische Klangwolke auch noch in sehr hohem Maße
 - Die meisten negative Stimmen gab es zur Visualisierten Klangwolke



Positive Gesichtspunkte 2004

Visualisierte Klangwolke

- Klangerlebnis in der Natur
- gigantisches Feuerwerk
- technische Aspekte

Klassische Klangwolke

- Akustik
- übertragene Bilder aus dem Konzertsaal
- ausgewählte Musik und Umsetzung durch das Orchester, der große Chor



Negative Gesichtspunkte 2004

Visualisierte Klangwolke

- Auswahl der gestaltenden Personen
- Musik: „Mainstream“ und kommerzlastig
- Schlechte Sicht – vor allem von Urfahrner Seite
- Ausrichtung der Veranstaltung zum Linzer Donauufer



Symbolcharakter und Bedeutung

- Jährlicher kultureller Höhepunkt, der Linz belebt
- Markenzeichen oder Aushängeschild der Stadt
- Als fixer Programmpunkt angesehen
- Wichtiger Faktor für Tourismus und Wirtschaft
- Nationale und internationale Bekanntheit



Zukünftige Entwicklungen

Uneinigkeit unter den Befragten

- Musikalische Entwicklung
- Technischer Aspekt
- Kommerz

Einigkeit

- Effektive Nutzung und Ausweitung des Donauraums



3. Telefonerhebung

Grundgesamtheit

231 Interviews

197 Personen kannten mindestens eine der drei
Klangwolken

37 Personen haben heuer eine der drei Klangwolken
besucht



3. Telefonerhebung

Bekanntheit der Linzer Klangwolken in der öö. Bevölkerung

85,3 % kennt mindestens eine Klangwolke

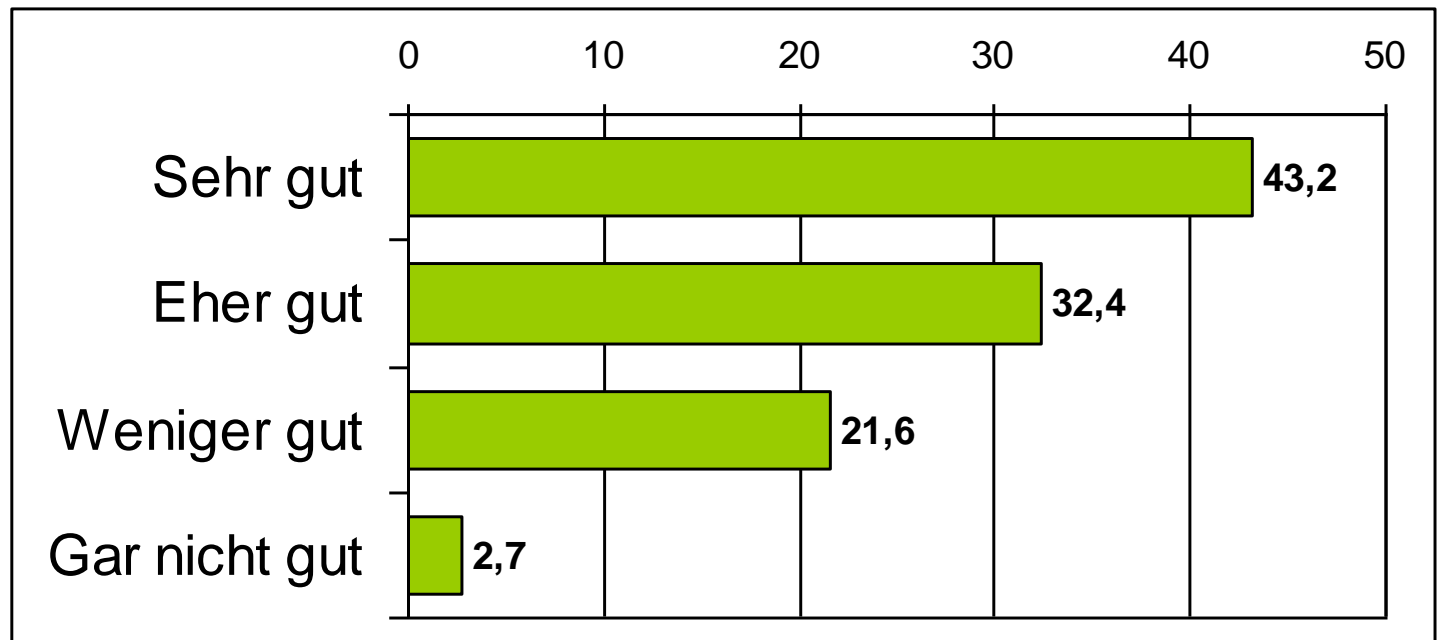
- 77,1 % visualisierte Klangwolke
- 46,8 % klassische Klangwolke
- 26,4 % Kinderklangwolke

14,7 % noch nie etwas davon gehört



3. Telefonerhebung

Gefallen der Klangwolke 2004





3. Telefonerhebung

Beurteilung der visualisierten Klangwolke

Positiv

- 56 % visuelle Gestaltung
- 48 % Musik
- 40 % Feuerwerk
- weiters Atmosphäre und Gesamterlebnis

Negativ

- 24,0 % Thema war nicht besonders gut umgesetzt
- 33,3 % Menschenmassen
- 33,3 % Musik hat wenig gefallen



3. Telefonerhebung

Meistgenutzte Informationsquellen

- 56,8 % Tageszeitungen
- 35,1 % Fernsehen
- 29,7 % Mundpropaganda



3. Telefonerhebung

Wahrnehmung der Sponsoren aus Besuchersicht

Sponsor	%	Personen (N =37)
Telekom Austria	24,3 %	9
OMV / AMI	16,2 %	6
Energie AG	8,1 %	3
voest	5,4 %	2
ORF	2,7 %	1
Siemens	2,7 %	1
Linz AG	2,7 %	1
Raiffeisenbank	2,7 %	1
Kronenzeitung	2,7 %	1
Weiß nicht	56,8 %	21



3. Telefonerhebung

Kulturereignis oder Massenevent?

	%	Personen (N =192)
Kulturereignis	52,6 %	101
beides	24,5 %	47
Massenevent	22,9 %	44

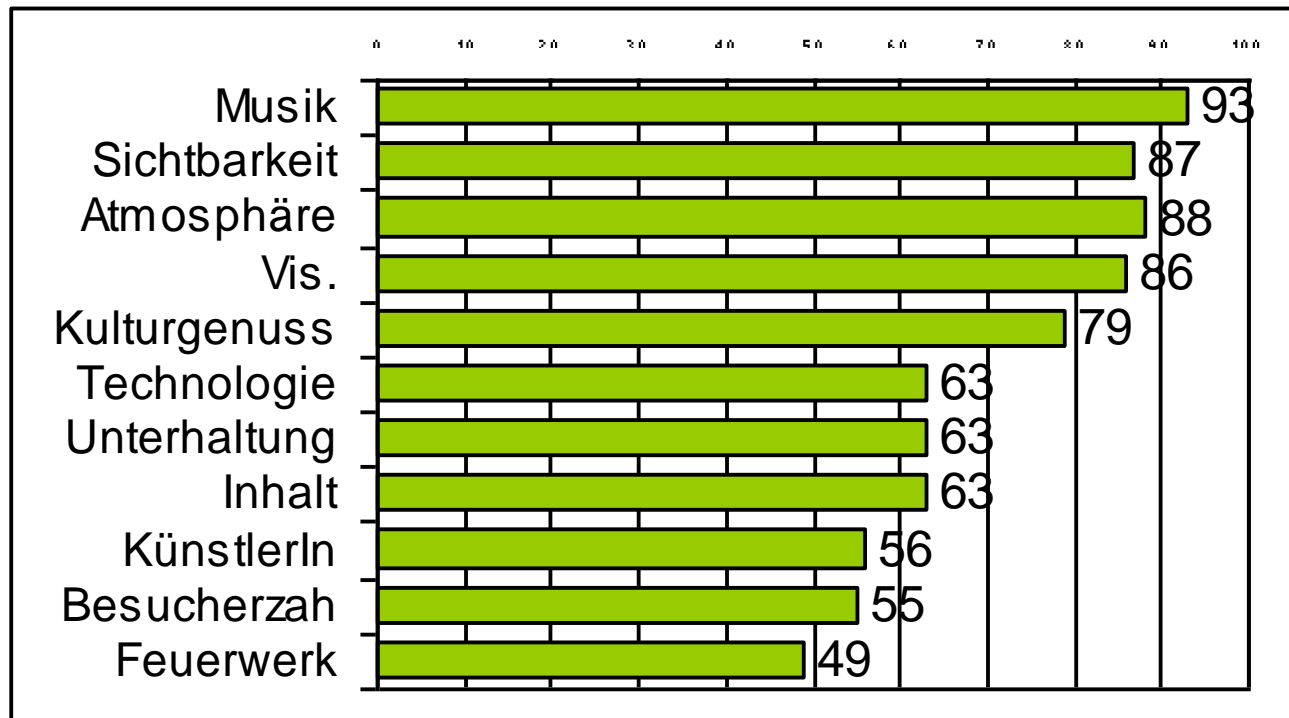
Signifikanter Einflussfaktor: **Wohnort**

Personen aus dem Mühlviertel neigen eher dazu, die Klangwolken als Kulturereignis zu bezeichnen, auf BewohnerInnen des Zentralraums trifft dies interessanterweise weniger zu.



3. Telefonerhebung

Bedeutung von Gestaltungsfaktoren „sehr wichtig“ und „wichtig“





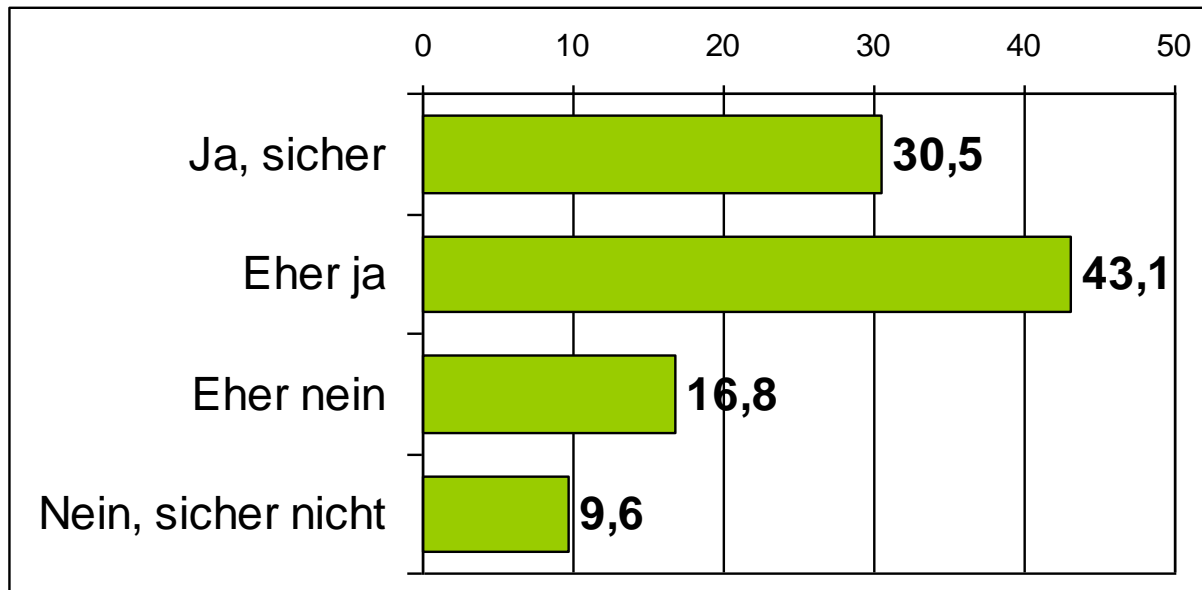
3. Telefonerhebung

Veranstalter der Klangwolken

(N=197) in Prozent	Offene Frage	Gestützte Frage
Brucknerhaus	20,8	78,7
Stadt Linz	33,5	75,9
ORF	11,2	57,8
Ars Electronica Center	10,7	55,3
LIVA gesamt	7,1	-
Land Oberösterreich	4,6	-
KünstlerInnen	4,6	-
Museen / Lentos	1,5	-
Bürgermeister	1,0	-
Musikvereine / Musiktheater	1,0	-
Eigene Veranstaltung	1,0	4,8
Weiß nicht	40,6	-

● ● ● 3. Telefonerhebung

Wiederkommensabsicht



Jüngere und Menschen mit höherer Bildung kommen eher



4. Die Gruppendiskussionen

4.1. Gruppendiskussion mit BesucherInnen

4.2. Gruppendiskussion mit ExpertInnen
aus dem Kunst- und Kulturbereich



4.1. Gruppendiskussion mit BesucherInnen

Ansprüche an eine visualisierte Klangwolke

- unverwechselbare Idee
- Forderung nach neuen, innovativen Wegen
- Anspruch an Musik
- Inszenierung
- Anspruchsvolles Niveau



4.1. Gruppendiskussion mit BesucherInnen

Zukünftige Entwicklungen

- Verbindung der beiden Donauufer-Seiten
- 2009: Klangwolke als wichtiger Bestandteil
- Von den Veranstaltern wünscht man sich Kritikfähigkeit und Bereitschaft zum Dialog mit den BesucherInnen



4.2. Gruppendiskussion mit ExpertInnen

Entwicklungen und visualisierte Klangwolke 2004

- Heute kein Vergleich mehr mit Anfangsphase
- Qualitätsverlust in vergangenen Jahren
- Bruch in Konzeption
- Technische und inhaltliche Konkurrenz
- Forderung nach Einbindung des Publikums
- „state of the art“



4.2. Gruppendiskussion mit ExpertInnen

- **Beschallung und Bühnenkonzept**
- **Standort Donaupark besser nutzen**
- **KünstlerInnen und Gestalter von Klangwolken und Beitrag der Medien**
- **Bedeutung der visualisierten Klangwolke für Linz**
- **Erfolgskriterien einer Klangwolke**
- **Visualisierte Klangwolke im Jahr der**
- **Kulturhauptstadt 2009**



5. Empfehlungen

PR/Werbung

Bekanntheitsgrad der Klangwolke ist sehr hoch
⇒ konstantes Fortführen intensiver werbe- und marketingstrategischer Maßnahmen

Geografische Hemmschwelle überwinden

Besuch der Klangwolke mit (Familien-)Ausflug in die Stadt Linz zu kombinieren

⇒ Kooperationen mit Busunternehmen, ÖBB und Schifffahrtsunternehmen



5. Empfehlungen

Konzeptionelle Entwicklungspotentiale

Klassische Klangwolke:

Konzept der klassischen Klangwolke ist traditionell

⇒ Das von vielen geschätzte Konzept sollte in bewährter Form fortgeführt werden.



6. Empfehlungen

Visualisierte Klangwolke:

Musik und Visualisierung

- ⇒ kreative und innovative Konzeptionalisierung
- ⇒ mit Neuem überraschen

„Konzertraum“ Donaupark für Besucher wichtig

- ⇒ Soll als Fixpunkt bleiben, während sich Musik und Visualisierung ändern
- ⇒ Bühnenkonzeption
- ⇒ Akustik



6. Empfehlungen

Infrastruktur

- ⇒ Sicherheitsdienst sollte um folgende Aspekte erweitert werden: Parkplätze, gute Verbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln und ausreichend Toiletten

Veranstaltungsorganisation

- ⇒ Bereitschaft zum Dialog mit den BesucherInnen
- ⇒ Kritikfähigkeit zulassen



6. Empfehlungen

Partizipation des Publikums

- ⇒ Einbindung der BesucherInnen darf keine Hemmschwelle sein
- ⇒ keine hohen Anforderungen
- ⇒ kostengünstig umsetzbar

Feuerwerk

- Wissen aus Erfahrung: fehlendes Feuerwerk stößt auf Unmut, Feuerwerk am Ende für viele ein Highlight
- ⇒ Beibehaltung des Feuerwerks in bewährter Form