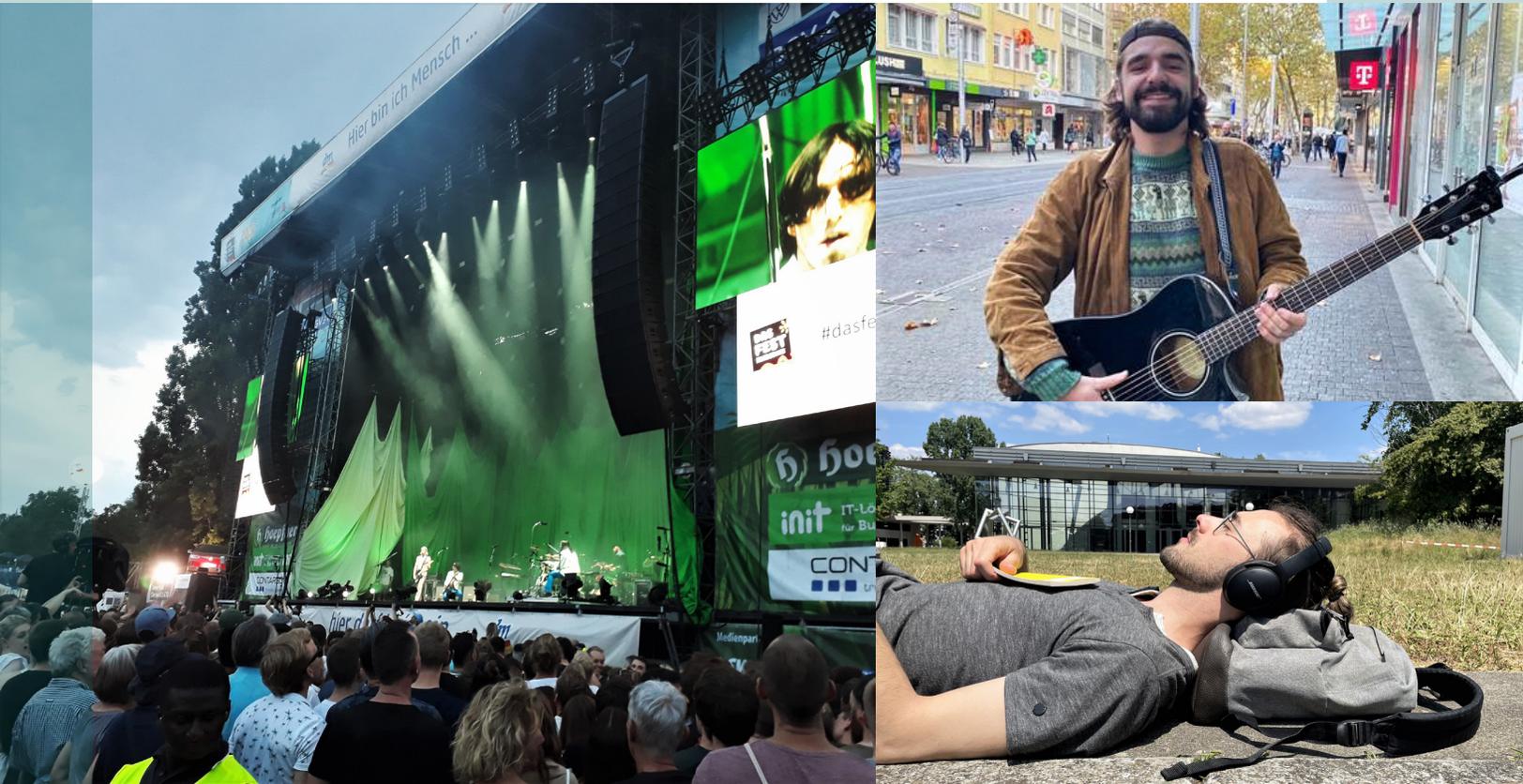
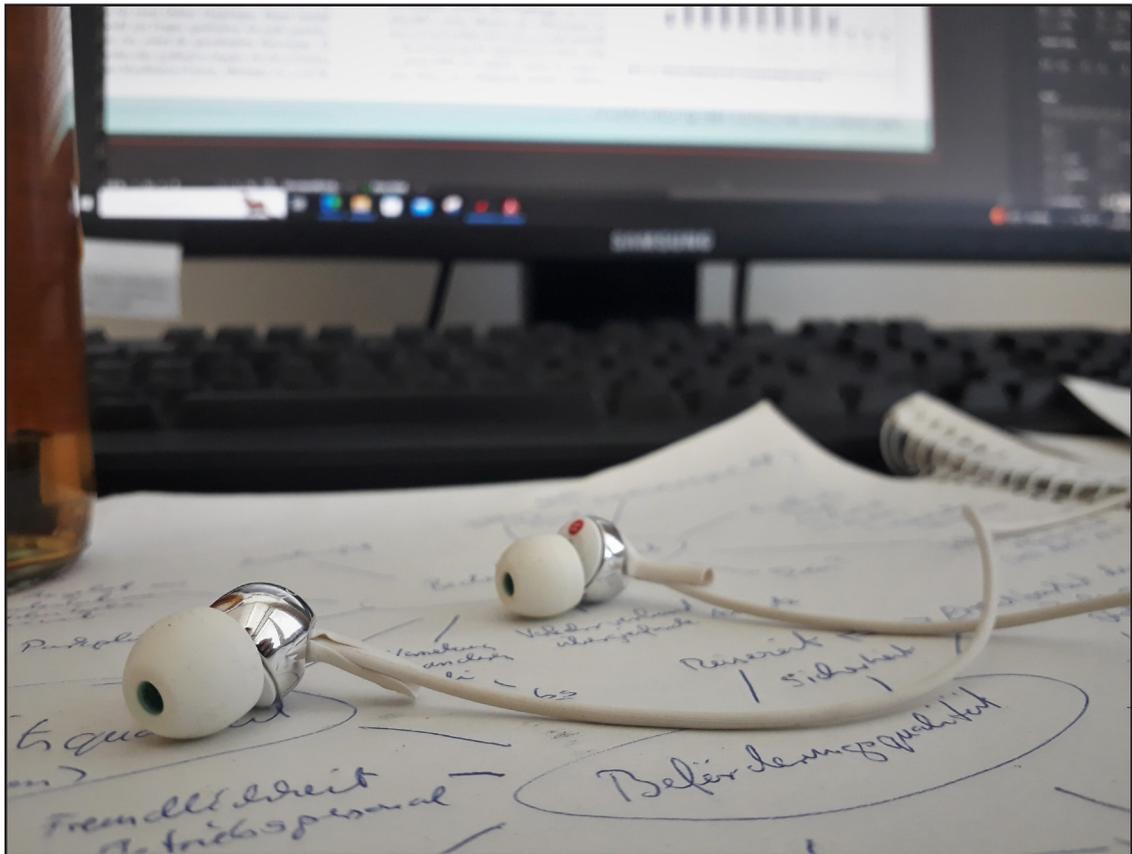


Karlsruher Geographische Umschau



Sounds von Karlsruhe

Musiknutzung der Karlsruher Studierenden
Straßenmusik in Karlsruhe
DAS FEST oder doch nur ein Fest?



Typische Klänge beim Lernen?

Foto: N. Kraus



Abendstimmung im kostenlosen Bereich vor der Feldbühne auf DAS FEST

Foto: N. Kraus

Karlsruher Geographische Umschau

Wir sind in unserem Alltag umgeben von zahlreichen Klängen, auch wenn uns dies oft nicht bewusst ist. Menschen bewegen sich und agieren in Klangwelten. Klänge strukturieren dabei gesellschaftliche Räumlichkeit und können die Wahrnehmung und das Handeln der Hörenden immens beeinflussen. Klang wird zudem oft von verschiedenen Akteursgruppen gezielt inszeniert, um beim Rezipienten ein bestimmtes Denken und Handeln zu bewirken. In diesem Kontext werden im Rahmen des Projektseminars neben einer theoretischen Betrachtung des wissenschaftlichen Spannungsfeldes von Raum und Klang verschiedene exemplarische Settings zum Sound von Karlsruhe praktisch erforscht. Dabei stehen unter anderem folgende Fragestellungen im Fokus: Wie klingt Karlsruhe? Inwiefern existieren für Karlsruhe typische Klänge? Und vor allem welchen Einfluss haben diese Sounds von Karlsruhe auf die Wahrnehmung, Bewertung und das Handeln der Bewohner:innen und Besucher:innen von Karlsruhe?

Diesbezüglich werden von den Teilnehmer:innen des Projektseminars im Sommer und Herbst 2022 empirische Untersuchungen durchgeführt. Hierbei stehen die Themenfelder Musiknutzung von Studierenden, die Straßenmusik in Karlsruhe sowie das jährlich stattfindende Musikfestival „DAS FEST“ im Fokus der Erhebungen.

Dr. Karsten Lenk und Dr. Christoph Mager

JAHRGANG 4
Juni 2023 | HEFT 2

MODERATION: Dr. Christoph Mager und Dr. Karsten Lenk

SCHRIFTFLEITUNG: Niklas Kraus

Sounds von Karlsruhe

LAIQA AHMED, STAVROS GKOUNTOULAS

4 Musiknutzung der Karlsruher Studierenden

Aspekte und Bewertungen des Musikkonsums

LOUISA BREUER, FLORIAN GLAUBITZ, LUKAS SIMON

12 Straßenmusik in Karlsruhe

Wodurch zeichnet sich Straßenmusik in Karlsruhe aus?

ANDRÉ KURZEJA, MAXIMILIAN WEBER

20 DAS FEST oder doch nur ein Fest?

Was macht DAS FEST in Karlsruhe so besonders?

34 Vorschau Heft 3/2023

35 Vorschau Heft 4/2023

Rückseite Impressum

Musiknutzung der Karlsruher Studierenden

Aspekte und Bewertungen des Musikkonsums

Was haben eine französische Heavy-Metal-Band der 1980er Jahre und eine Flötensonate des 17. Jahrhunderts gemeinsam? Einen Hörer, welcher beide Gattungen zu seiner liebsten Musik zählt. Heavy-Metal erreicht durch rohe Stärke und kräftigen Klang sowie eine markante Stimme im Gesang sofortige Aufmerksamkeit. Eine melodische Flötensonate erzielt dieselbe Wirkung, jedoch mittels anderer Stilmittel: Feine Nuancen, präzises Spiel und eine intelligente Interpretation. Beide Genres vermitteln jedoch Spielfreude und Raffinesse zugleich.

Ein Kommilitone nannte - auf die Frage nach seiner Lieblingsmusik - diese beiden sehr unterschiedlichen Genres in einem Atemzug. Aus dieser spannenden Kombination resultierte für uns das Interesse, was unsere Mitstudierenden in ihrer Freizeit hören. Daher entschieden wir uns, uns intensiver mit dieser Thematik zu beschäftigen und formulierten folgende Forschungsfragen: Welche Musik hören die Karlsruher Studierenden? Wo hören sie diese? Heben sie sich durch einen besonderen Musikgeschmack hervor oder konsumieren sie Musik wie alle anderen Studierenden? Welche Bedeutung hat Musik für Studierende? Im Alltag sind wir von zahlreichen Klängen umgeben, auch wenn uns dies oft nicht bewusst ist. Gibt es jedoch Klänge, die von den Karlsruher Studierenden durch Musik bewusst übertönt werden?

Hinzu untersuchten wir, welche Musikgenres am häufigsten gehört werden und wo diese Musik gehört wird. An welchen Orten und bei welchen Aktivitäten findet der Musikkonsum der Karlsruher Studierenden statt? Begrenzt sich der Konsum auf verschiedene Orte und Aktivitäten?

Da wir nicht alle Karlsruher Studierenden in unserer Untersuchung berücksichtigen konnten,

beschränkten wir uns vorwiegend auf Geographie- und Musikstudierende, zu denen wir über Netzwerke Zugang hatten. Neben der Frage, was die Studierenden hören, analysierten wir bspw. die Fragen, wie oft Musik gehört wird und anhand welcher Kriterien Studierende die Auswahl für ein Musikstück treffen. Wir untersuchten, wie der Musikgeschmack der Studierenden mit den soziodemographischen Variablen korreliert. Angesichts der Tatsache, dass Einstellungen durch Überzeugungen, Wissen und frühere Erfahrungen gebildet werden, erschien es plausibel zu erfragen, inwieweit Personen und Institutionen den Musikgeschmack der Studierenden prägen und welche Empfindungen Musik hervorruft. Wichtig ist hier zu erwähnen, dass die musikalischen Vorlieben untersucht worden und keine Rückschlüsse auf Abneigungen gegenüber bestimmter Musik zu ziehen sind. Für die Forschung ist außerdem die Frage interessant, ob signifikante Unterschiede im Musikgeschmack zwischen Musik- und anderen Studierenden zu finden sind.

Zusammenfassend verfolgte die Studie zwei Forschungsinteressen: Wir interessierten uns einerseits dafür, was Studierende wo hören, und andererseits, welche Funktionen die Musik für den Einzelnen erfüllt.

Methoden

Um diese Thematik genauer analysieren zu können und die Fragestellungen zu beantworten, wurde ein standardisierter Fragebogen erstellt. Aufgrund der besseren Zugänglichkeit und der hohen Internet-Nutzung unserer Zielgruppe entschieden wir uns für einen Online-Fragebogen. Dieser besteht sowohl aus Fragen qualitativer als auch quantitativer Art, wobei die quantitativen überwiegen. Es wurden eher qualitative Aspekte wie das Verhalten beim Musikhören (Tanzen, Mitsingen etc.) und der

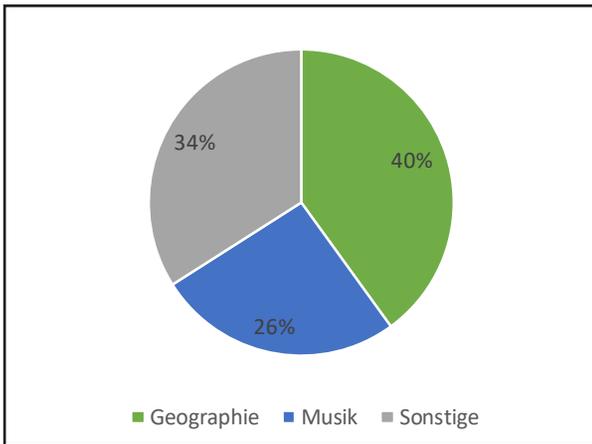


Abb. 1: Verteilung der Studierenden nach Fach (N=144)

Quelle: Eigene Darstellung

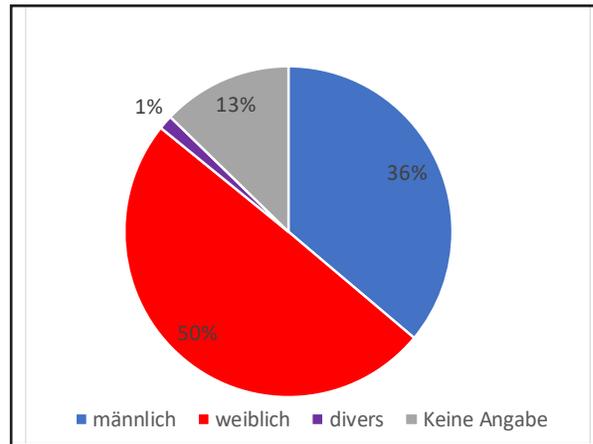


Abb. 2: Verteilung der Studierenden nach Geschlecht (N=144)

Quelle: Eigene Darstellung

aktuelle Lieblingssong, aber auch stärker quantifizierbare Aspekte wie die Plattform, über die Musik gehört wird, und die Häufigkeit des Musikhörens erfragt. Hierdurch sollten verschiedene Facetten des Musikgeschmacks erfasst werden. Folglich wurde das Empfinden der Studierenden beim Musikkonsum erfragt und untersucht.

Die Befragung wurde mit Hilfe der Web-App SoSci Survey zum Erstellen von Online-Fragebögen umgesetzt. Thematisch wurden die 13 Fragen in vier inhaltliche Blöcke gegliedert: 1) Fragen zur Musiknutzung (d.h. welche Musik wird gehört, über welche Plattformen wird Musik gehört, welche Geräte werden verwendet etc.), 2) Fragen zum Thema, wo und wobei Musik gehört wird, 3) Fragen für Studierende, welche ein Instrument beherrschen und Fragen bezüglich der Bedeutung von Musik, 4) Fragen zu den soziodemographischen Hintergründen der Studierenden. Vor der Feldphase erfolgte ein Pretest des Bogens. Die Einladung zur Teilnahme an der Online-Befragung wurde am 07.11.2022 an die Schulmusikstudierenden der Hochschule für Musik Karlsruhe und an die Geographiestudierenden des Karlsruher Instituts für Technologie über verschiedenen WhatsApp-Gruppen verschickt. Außerdem wurde am 13.12.2022 eine kleinere Gruppe Studierender anderer Fächer und Universitäten kontaktiert. Am 16.11.2022 wurde der Fragebogen-Link ein letztes Mal über die Dozenten des Projektseminars an Studierende ihrer Lehrveranstaltungen verteilt. Der Fragebogen hat durchschnittlich sieben Minuten zur vollständigen Beantwortung benötigt und wurde 147-mal ausgefüllt.

Die Auswertung der digitalisierten Daten erfolgte mittels SPSS. Wo möglich werden die ausgewerteten Daten mit vorliegenden Studien verglichen.

Dabei werden besonders die Gemeinsamkeiten und Unterschiede thematisiert.

Die Beschreibung der Stichprobe

Um die Forschungsergebnisse besser zu verstehen und interpretieren zu können, ist es wichtig, die Struktur der Teilnehmenden zu erläutern. Unter den Teilnehmenden befanden sich zu 40% Geographie-Studierende, zu 26% Musik-Studierende und zu 34% sonstige Studierende (vgl. Abb. 1). Da die Bandbreite der verschiedenen Studienfächer zu groß war, wurden diese in einer großen Gruppe zusammengefasst. In Bezug auf das Geschlecht sieht die Verteilung wie folgt aus: 50% der Teilnehmenden dieser Befragung sind weiblich, 36% der Teilnehmenden sind männlich, 13% der Teilnehmenden lieferten keine Angabe und 1% waren divers (vgl. Abb. 2). Die Befragten sind zwischen 18 und 30 Jahre alt, der Altersdurchschnitt liegt bei 22,46 Jahren (vgl. Abb. 3). Die meisten Teilnehmer:innen hatten ein Alter von 21 bis 24 Jahren.

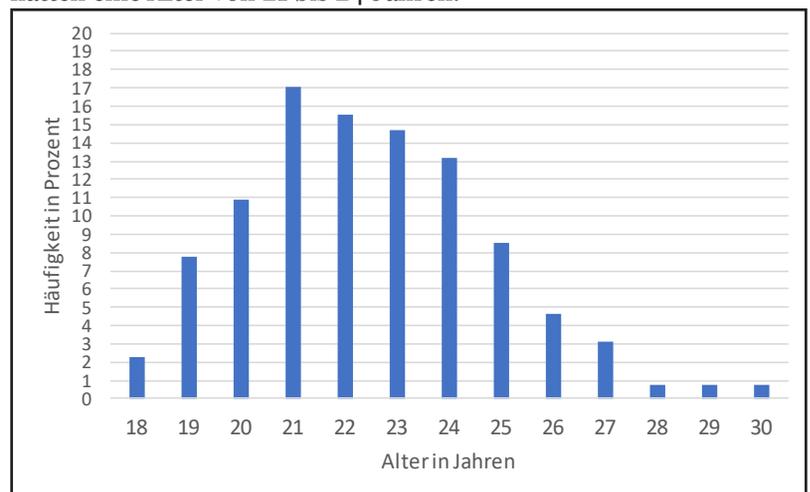


Abb. 3: Altersverteilung der Studierenden (N=129)

Quelle: Eigene Darstellung

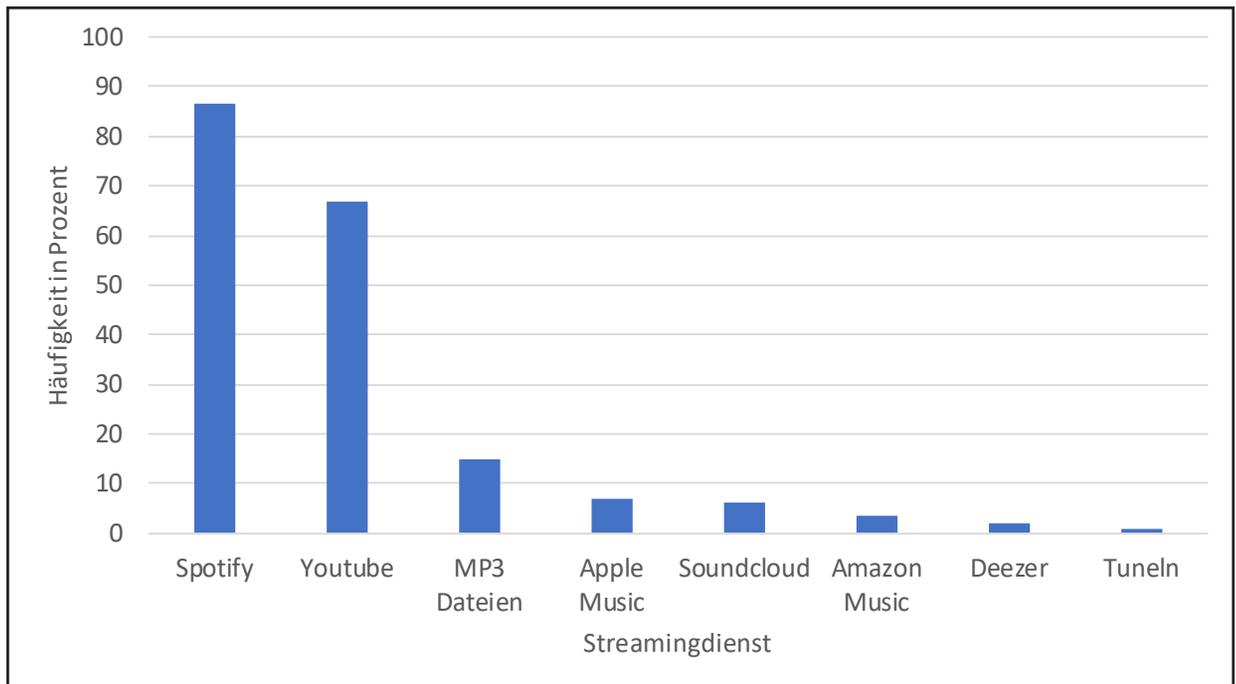


Abb. 4: Verwendete Streamingdienste (N=147)

Quelle: Eigene Darstellung

Studentische Musiknutzung

Der erste Frageblock im Fragebogen beinhaltete folgende Fragen:

- „Auf welchen Geräten konsumierst du Musik?“
- „Über welche Plattform hörst du am meisten Musik?“

Einerseits befasste sich dieser thematische Block mit dem Medium, auf dem Musik gespielt wird. Da anzunehmen war, dass Musik vor allem online gehört wird, wurde eine weitere Frage zum verwendeten Streamingdienst aufgeführt. Bei beiden Fragen waren Mehrfachnennungen möglich.

Bei der Frage, auf welchen Geräten die Studierenden Musik konsumieren, wurden die Antwortmöglichkeiten vorgegeben und Mehrfachantworten waren möglich. Die Wahlmöglichkeiten waren folgende: PC/Laptop/Tablet, Radio, Spielekonsolen, TV, Schallplatte, Kassette, CD/DVD, Handy und MP3 Player.

Fast 95% der befragten Karlsruher Studierenden konsumieren Musik über ihr Smartphone. Das Ergebnis überrascht nicht. Die meisten verfügen über mobiles Internet oder verwenden das öffentlich zugängliche Stadt-WLAN Karlsruhes. Fast 75% der Befragten hören Musik auch auf ihrem PC, Laptop oder Tablet. Etwa ein Drittel greift auf das Radio zurück, jedoch hören die wenigsten ihre Musik noch über CDs oder MP3-Player. Auch über Spielekonsolen wie Xbox oder Playstation findet Musikkonsum kaum statt. Bei den klassischen Musikme-

dien Schallplatte und Kassette wird die Schallplatte häufiger genutzt. Sicherlich ist diese Tatsache den Sammler:innen zuzuschreiben, da Schallplatten inzwischen mit beachtlicher Geschwindigkeit wieder „in Mode kommen“. 2021 wurden in Deutschland rund 4,5 Millionen Schallplatten verkauft. Verglichen mit den Absatzzahlen des Jahres 2011, in dem rund 700.000 Exemplare verkauft wurden, macht sich ein deutlicher positiver Trend bemerkbar (International Federation of the Phonographic Industry [IFPI], 2021).

In Abbildung 4 ist zu sehen, dass ca. 86% der Karlsruher Studierenden Spotify Online-Plattform für Musik verwenden und etwa zwei Drittel YouTube. Auch weltweit ist Spotify Streaming-Marktführer (Rabe, 2022). Der Streamingdienst Spotify ist, wie wir im Vorfeld vermutet haben, unter den Studierenden etabliert und verbreitet. Abgesehen davon sind in absteigender Reihenfolge vertreten: MP3-Dateien, Apple Music, SoundCloud, Amazon Music, Deezer und TuneIn.

Zu erkennen ist eine Entwicklung vom Tonträger hin zum Streamingdienst auf dem Smartphone. Der Vormarsch der Streamingdienste scheint durch die Möglichkeit der Lösung von raumzeitlichen Bindungen der Musik begründbar. Im Zeitalter der trägerlosen Verwertung von Musik ist die digitale Aufnahme, die sich gegenüber ihrem materiellen Träger weitgehend verselbstständigt hat, geblieben (Schramm, 2009). Hinzu tritt, dass der

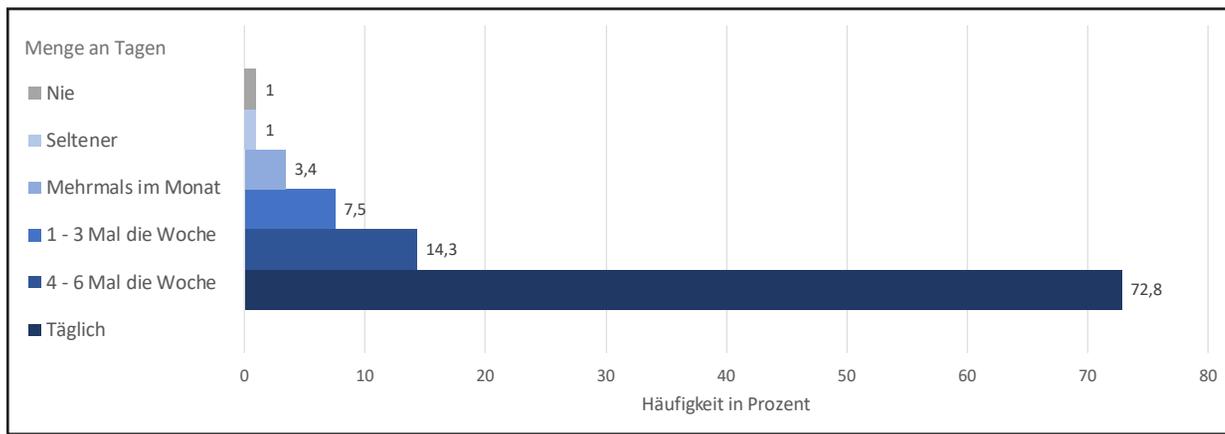


Abb. 5: Durchschnittliche Häufigkeit des Musikkonsumierens (N=146)

Quelle: Eigene Darstellung

Untersuchungsgruppe der Studierenden eine besondere Affinität zur Nutzung mobiler Dienste zu unterstellen ist.

46 Songs pro Tag: So hören die Karlsruher Studierenden Musik

Wie oft Karlsruher Studierende Musik hören, ist Inhalt der nächsten Forschungsfrage. Zunächst stellten wir die Frage „Wie oft hörst du deine Musik durchschnittlich?“. Die Ergebnisse sind der Abbildung 5 zu entnehmen. Circa 72% der Karlsruher Studierenden hören täglich Musik. 14% der Studierenden hört „Vier bis sechs Mal“ und lediglich 7,5% „Ein bis drei Mal“ in der Woche Musik. Nur ein kleiner Anteil hört nur „Mehrmals im Monat“ Musik. Und ein noch kleinerer Anteil hört „Seltener“ oder „Nie“ Musik.

Da der Anteil von täglich Musikhörenden so groß ist, folgte die Filterfrage „Wenn du täglich Musik hörst, wie viele Stunden am Tag hörst du sie?“. 49 der 106 Antwortenden beantworteten diese Frage mit „Eine bis unter zwei Stunden“, 31 der Befragten hören „Zwei bis unter vier Stunden“ Musik. Darauf

folgen „Vier bis unter sieben Stunden“, „unter einer Stunde“ und „ab sieben Stunden“ (vgl. Abb. 6).

Karlsruher Studierende hören durchschnittlich 2,3 Stunden pro Tag. Das sind 46 Songs à drei Minuten (Backstagepro, 2021). Im Vergleich dazu hören die Deutschen im Durchschnitt 2,7 Stunden pro Tag Musik. Weltweit liegt der Wert bei 2,6 Stunden pro Tag (Backstagepro, 2021). Im Laufe einer Woche hören Karlsruher Studierende damit fast drei Stunden weniger Musik als durchschnittliche deutsche Hörer:innen.

Was hören die Karlsruher Studierenden? Genres im Vergleich

Vergleicht man die meistgehörten Musikgenres der Karlsruher Studierenden mit den global beliebtesten Genres, so sind viele Gemeinsamkeiten ersichtlich (vgl. Abbildung 7 & 8): Sowohl der erste als auch der zweite Platz (1. Pop und 2. Rock) stimmen überein. Pop und Rock sind also sowohl bei den Karlsruher Studierenden als auch global gesehen am beliebtesten. An dritter Stelle wird in Karlsruhe Klassik gehört. Diese Differenz begründet sich damit, dass ein großer Teil der Befragten aus Mu-

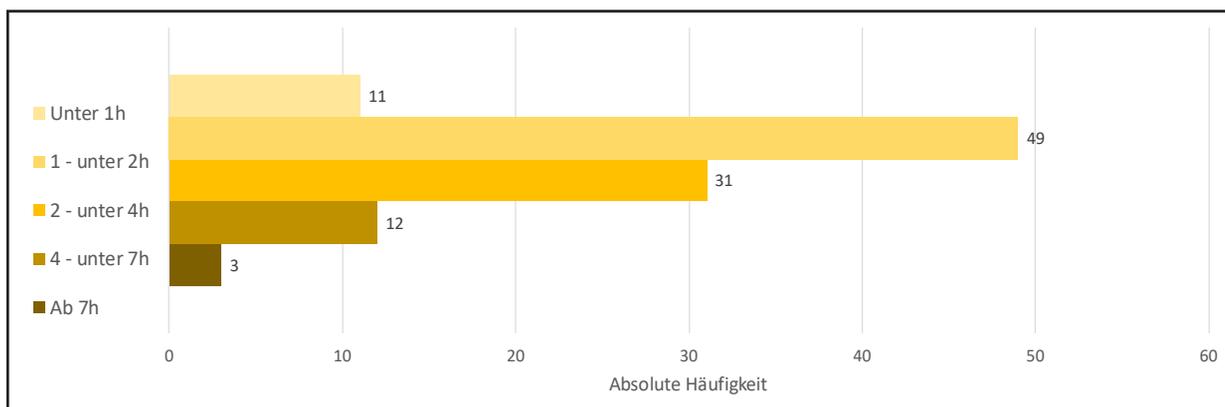


Abb. 6: Durchschnittliche Dauer des Musikkonsumierens am Tag (N=106)

Quelle: Eigene Darstellung

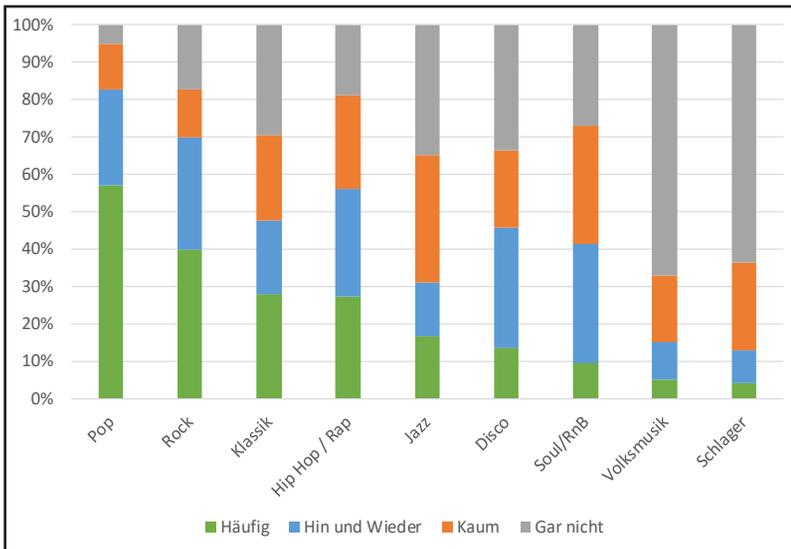


Abb. 7: Genres, die von den Karlsruher Studierenden gehört werden, nach Häufigkeit des Hörens

Quelle: Eigene Darstellung

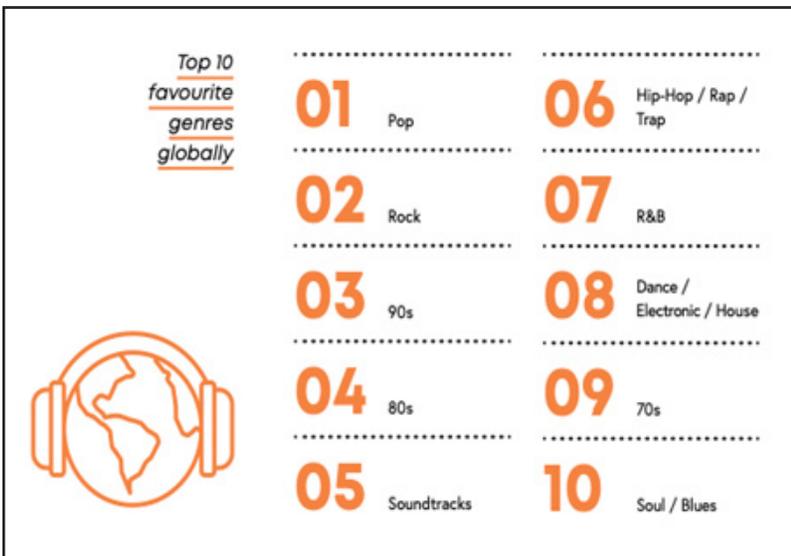


Abb. 8: Top 10 Genres global

Quelle: <https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2021/10/IFPI-Engaging-with-Music-report.pdf>

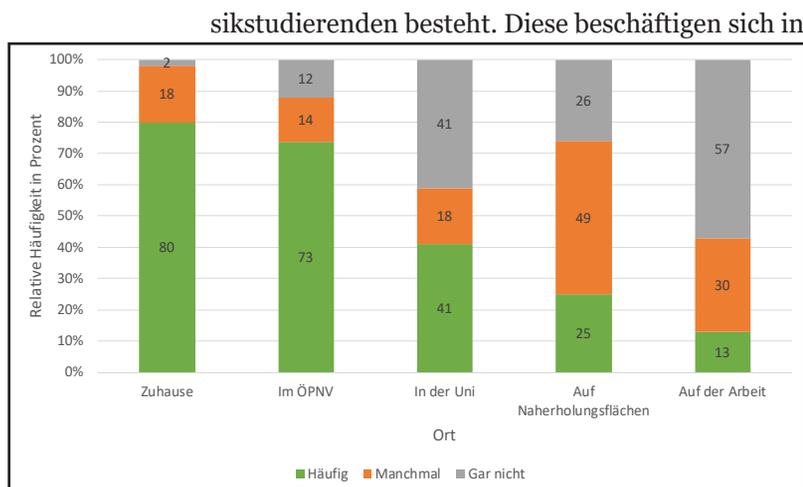


Abb. 9: Orte an denen Studierende Musik hören (N=139)

Quelle: Eigene Darstellung

ihrem Studium mit klassischer Musik.

„90s“, „80s“ sowie Soundtracks waren nicht Teil des Fragebogens, jedoch befindet sich die Musikrichtung Hip Hop/Rap, wie auch auf der globalen Liste, auf einem mittleren Platz im Ranking. Direkt darauf folgt Jazz, welches sich kontrastierend diesmal nicht auf der globalen Top 10 befindet. Dieses Phänomen lässt sich auch den Musikstudierenden zuschreiben, da Jazz ebenso Bestandteil des Musikstudiums ist.

Soul wurde von Karlsruher Studierenden im Vergleich zur globalen Beliebtheit häufiger genannt. Am seltensten hören die Karlsruher Studierenden Volksmusik und Schlager. Bei dem Vergleich dieser beiden Tabellen ist es wichtig zu wissen, dass die globalen Top 10 lediglich die beliebtesten Genres auflisten. Der Fragebogen gibt jedoch nur neun breit gefächerte Genres zur Auswahl, weswegen vor allem die unteren Plätze des Fragebogens nicht zu einem guten Vergleich herangezogen werden können (vgl. Abbildung 7 & 8).

Wo und wobei hören die Karlsruher Studierenden Musik?

Im Forschungsvorhaben wurde der Ort des Musikhörens und die ausgeübte Aktivität während des Musikhörens anhand zweier verschiedener Fragen erforscht:

- „Wo hörst du deine Musik häufig, manchmal, gar nicht?“
- „Wobei hörst du deine Musik häufig, manchmal, gar nicht?“

80% der Karlsruher Studierenden hören ihre Musik häufig zu Hause, über 70% auch im Öffentlichen Personennahverkehr [ÖPNV]. Im Gegensatz dazu hören nur 40% Musik an der Hochschule. Auf Naherholungsflächen macht die Antwortmöglichkeit „manchmal“ eine Mehrheit aus. Bedenkt man, wie häufig Freundesgruppen auf öffentlichen Plätzen Bluetooth-Boxen oder andere Verstärker mitbringen, ergibt diese Ergebnis durchaus Sinn (vgl. Abb. 9). Am wenigsten „häufig“ wird Musik auf der Arbeit gehört, jedoch wieder mit einem beachtlichen „manchmal“-Anteil.

Bezüglich der Aktivitäten hören die Karlsruher Studierenden Musik am häufigsten beim Kochen, dicht gefolgt von sportlichen Aktivitäten und Erholung. Den vierten Platz macht das Lernen aus und die wenigsten hören Musik häufig zum Einschlafen. Auffällig an diesem Säulendiagramm sind die hohen „manchmal“-Anteile. Das bedeutet, dass die Aktivitäten der Studierenden zwar häufig von Mu-

sik begleitet werden, Musik allerdings nicht immer gehört wird. Insbesondere wenn es um das Einschlafen geht, stellt für mehr als die Hälfte der Befragten Musik keine sinnvolle Begleitung dar (vgl. Abb. 10).

Geräuschunterdrückung durch Musik

Aufgrund der eigenen Wahrnehmung, dass Karlsruhe als „Baustellen-Stadt“ und als lärmende Stadt wahrgenommen werden kann, ist die Forschungsfrage entstanden, ob die Karlsruher Studierenden Musik verwenden, um Geräusche zu unterdrücken. Dabei wurde gezielt der neutrale Begriff „Geräusche“ verwendet, um sowohl negative als auch positive Konnotationen einzubeziehen. Die Meinungen sind diesbezüglich dreigeteilt: 36% verwenden Musik nicht, um Geräusche zu unterdrücken, wobei 33% Musik gezielt dafür verwenden, um andere Geräusche nicht wahrnehmen zu müssen. 31% der Studierenden haben hier keine Angaben gemacht (vgl. Abb. 11).

Jene 33%, welche Musik hören, um Geräusche zu unterdrücken, wurden daraufhin befragt, welche Geräusche es sind, die sie meiden. Das Ergebnis ist in Abbildung 12 zu sehen.

Diese Begriffe bilden lediglich einen Ausschnitt der Antworten. Die drei hervorgehobenen Begriffe wurden von den Studierenden am häufigsten genannt. Bei der „Beabar“ handelt es sich um eine Tanzbar im Augustin-Bea-Haus in der Willy-Andreas-Allee, welche von Karlsruher Studierenden betrieben wird. Da sich diese im Keller eines Studierendenwohnheims befindet, sind viele Bewohnende der Akustik dieser Tanzbar unmittelbar ausgesetzt.

Musik und ihre Bedeutung

Die letzte Forschungsfrage ist qualitativer Natur. In Abbildung 13 sind verschiedene Aussagen zu sehen, welche die Karlsruher Studierenden mit Hilfe einer abgestuften Zustimmungsskala bewerten konnten. Dabei stellen die großen Sprechblasen eine hohe Zustimmung dar und die kleinen eine niedrige. Musik wird demnach allgemein als ein positives Phänomen aufgefasst, Musikhören erfreut sich großer Beliebtheit. Das beweist auch der globale Gesamtumsatz der Musikindustrie von 2021 mit 25,9 Milliarden US-Dollar. Davon stammen 1,96 Milliarden aus Deutschland (Bundesverband Musikindustrie [BVMI], 2021).

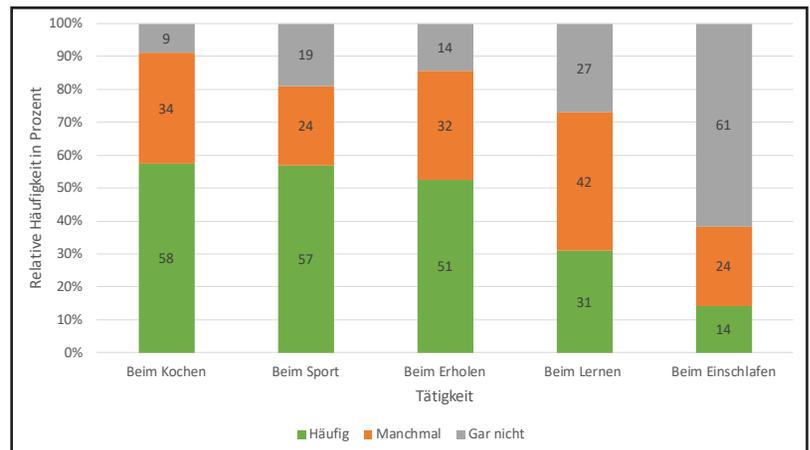


Abb. 10: Tätigkeiten, die Karlsruher Studierende beim Musikhören erledigen (N=139)

Quelle: Eigene Darstellung

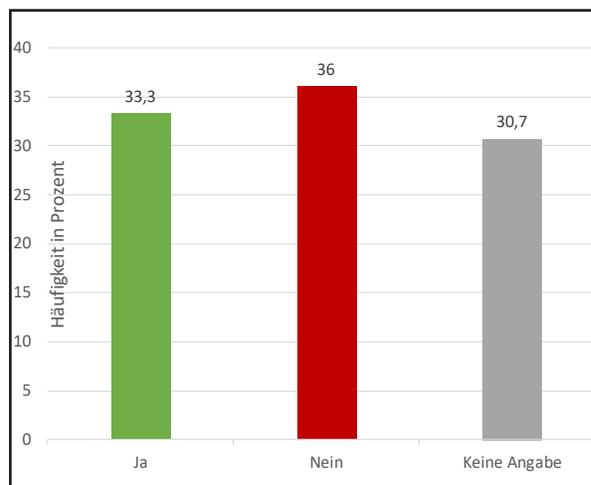


Abb. 11: Unterdrückung anderer Geräusche durch Musik (N=131) („Verwendest du Musik, um Geräusche zu unterdrücken?“)

Quelle: Eigene Darstellung



Abb. 12: Geräusche, die durch das Abspielen von Musik bewusst übertönt werden

Quelle: Eigene Darstellung



Abb. 13: Subjektive Bedeutungen von Musik

Quelle: Eigene Darstellung

Der Song der Karlsruher Studierenden

Abgesehen von den Forschungsfragen war in der Studie von Interesse, welche Lieblingssongs die Karlsruher Studierenden haben und ob sich „der“ Karlsruher Song finden lässt. Tatsächlich fand sich bei der Benennung der Musikstücke jedoch keine einzige Übereinstimmung, sehr wohl jedoch bei den Musiker:innen. Oft genannt wurden Billy Talent, Casper, Kraftklub, Linkin Park, Provinz, Rammstein und Stromae, Musik aus den Genres Pop, Rock, Rap und Metal. Genannte Sprachen von Lieblingssongs waren, neben Deutsch und Englisch, auch Arabisch, Französisch, Japanisch, Koreanisch, Spanisch und Türkisch.

Die Wirkungen von Musik

Zuletzt soll noch auf die Frage eingegangen werden, wie sich das Musikhören auf die Studierenden auswirkt. Konkret wurde die Frage gestellt, wie Studierende auf die Musik reagieren, welche ihnen gefällt. Die Befragten wurden aufgefordert, ihre Tätigkeiten während des Musikkonsums aufzulisten. Knapp zwei Drittel (64%) der Befragten singen zu ihrer Lieblingsmusik mit. Je 8% der Befragten klopfen und tanzen zur Musik und 5% dirigieren dazu. Insgesamt wurden zahlreiche und differenzierte Angaben gemacht, die von „Kopf wippen“ bis „Abgehen wie die Sau“ reichten. Dies deutet darauf hin, dass Musik das Bedürfnis des Handelns beim Hörenden bewirkt und als Ausdrucksform gelten kann.

Fazit

Der Musikkonsum der Karlsruher Studierenden ähnelt in vielen Punkten dem weltweiten Musikkonsum. Sowohl der Musikkonsum der Karlsruher

Studierenden als auch der weltweite Musikkonsum finden bevorzugt über die Plattformen Spotify und YouTube statt. Auch hören beide Gruppen bevorzugt Pop- und Rockmusik. Andererseits gibt es Unterschiede zwischen den Ergebnissen unserer Untersuchungsgruppe und anderen Studien. Karlsruher Studierende hören durchschnittlich weniger Musik als deutsche und auch weltweite Musikkonsument:innen. Die befragten Karlsruher Studierenden hören mehr klassische Musik. Während es global klassische Musik nicht einmal in die Top 10 geschafft hat, befindet sich das Genre unter Karlsruher Studierenden an dritter Stelle der Beliebtheit. Die Suche nach dem typischen Sound oder Musikstück der Karlsruher Studierenden scheiterte jedoch. Denn so unterschiedlich wie die Studierenden selbst sind, so unterschiedlich ist auch ihr Musikgeschmack.

Karlsruher Studierende scheinen den „typischen“ Klang Karlsruhes, der als eine Mischung aus Baulärm, Menschenlärm und ÖPNV wahrgenommen wird, einerseits gleichgültig gegenüberzustehen, andererseits nicht gut zu heißen. Während sich eine Hälfte der Studierenden nicht davon gestört fühlt, unterdrückt die andere Hälfte gezielt die Geräuschkulisse durch Musik.

Musik hat verschiedene Funktionen inne. Sie soll gute Laune erhalten. Sie soll auch motivieren, sei es nun beim Sport oder beim Lernen. Sie ist aber nicht nur ein „Stimmungsmacher“, sondern hat eine größere Bedeutung, da sie Teil der eigenen Identität sein kann. Für die Studierenden spielt Musik eine bedeutende Rolle im Leben. Die Gründe für den Konsum für Musik sind vielfältig. Im Studienalltag kann Musik aber in verschiedenen Situationen unterstützen und begleiten oder als Ablenkung und Pause von dem Studienalltag dienen. III

LITERATUR

- Backstagepro. (2021, 10. Oktober). Weltweiter Vergleich von Hörverhalten in 21 Ländern. <https://www.backstagepro.de/thema/55-songs-pro-tag-sohoeren-die-deutschen-musik-2021-10-22-Ff34Hss09x>
- Bundesverband Musikindustrie. (2021). Eine Bilanz aus zehn Jahren Brennerstudie. https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/MiZ_Jahrbuch/2021/Musikindustrie_in_Zahlen_2021_E-Paper.pdf
- International Federation of the Phonographic Industry. (2021). Engaging with Music. <https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2021/10/IFPI-Engaging-with-Music-report.pdf>
- International Federation of the Phonographic Industry. (2021). Absatz von Schallplatten (Vinyl-LPs) in Deutschland bis 2021. Zitiert nach de.statista.com. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/256099/umfrage/absatz-von-schallplatten-in-deutschland-zeitreihe/#:~:text=In%20Deutschland%20wurden%20im%20Jahr,nur%20rund%20700.000%20Exemplare%20verkauft.>
- Rabe, L. (2022, 18. Juli). Marktanteile der Musikstreaming-Anbieter an den Abonnenten weltweit 2021. Statista. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/671214/umfrage/marktanteile-der-musikstreaming-anbieter-weltweit/>
- Schramm, H. (2009). Handbuch Musik und Medien: Interdisziplinärer Überblick über die Mediengeschichte der Musik. Springer Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-21899-7>

AUTOR:INNEN

LAIQA AHMED, geb.: 2001, Geographie/Philosophie
B.Ed., uowtu@student.kit.edu

STAVROS GKOUNTOULAS, geb.: 1997, Geographie/Musik
B.Ed., uufjg@student.kit.edu

SUMMARY

Music use by students in Karlsruhe

by *Laiqa Ahmed, Stavros Gkountoulas*

The following study deals with the aspects and evaluations of music consumption by students in Karlsruhe. In our research we are interested in the different ways students in Karlsruhe consume and make use of music. We are interested in the questions of whether 1) there are differences between students enrolled in different subjects and 2) students in Karlsruhe listen to different music than the average music consumer in Germany and worldwide.

We conducted an online survey that was divided into four thematic blocks: 1) personal music use, 2) factors influencing individual musical taste, 3) questions about the personal meaning of music and 4) sociodemographic information.

Overall, the music consumption of students in Karlsruhe shows strong similarities with global and national trends in terms of the genres listened to. Pop and rock are the most popular genres. The group of school music students, however, showed a disproportionately high share of classical and jazz listeners. Our results also indicate that music is an important part of students' everyday lives. However, it is listened to during particular practices, in certain places or for specific functions like distraction, mood setting or identity formation.

Straßenmusik in Karlsruhe

Wodurch zeichnet sich Straßenmusik in Karlsruhe aus?

Straßenmusik wird in der Literatur, wie auch häufig im öffentlichen Leben, wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Manche empfinden die Musik als störend und die meisten wollen den Künstler:innen kein Geld spenden. Dabei wissen wir eigentlich nichts über das Straßenmusiktreiben und seine Akteur:innen. Deshalb haben wir unsere Forschung genau diesen Menschen gewidmet und interessante Aspekte über die Beweggründe, Gedanken bei der Standortauswahl, unterschiedlichen Erfahrungen, den Verdienst, sowie die auftretenden Probleme herausgefunden. Wichtig bei dieser Forschung war uns der Bezug zu Karlsruhe und wie Straßenmusik in der Fächerstadt ausgeprägt ist.

Wenn sie das nächste Mal durch die Stadt laufen, achten sie einmal auf die verschiedenen Klänge, die dort aufeinandertreffen. Die Geräusche der Menschenmengen, der Straßenbahn, von Vögeln und Baustellen vermischen sich in der Stadt zu einem allgemeinen Rauschen. Inmitten dieses Rauschens kommt ein klarer Klang hinzu. Kein Klang, der nur ein Nebenprodukt von Tätigkeiten ist, sondern der aktiv und gewollt produziert ist. Diese Klänge sollen von den umgebenden Menschen gehört werden. Straßenmusiker:innen nutzen den öffentlichen Raum mit unterschiedlichen Instrumenten aus unterschiedlichen Gründen. Straßenmusik findet dort statt, wo sich das alltägliche Leben abspielt und alle gesellschaftlichen Schichten aufeinandertreffen. Sie trägt dabei zur Gestaltung und Wahrnehmung der Stadt und der Öffentlichkeit bei und bildet eine eigene „Soundscape“, also die akustische Prägung und Ausgestaltung eines Ortes.

Straßenmusik als „[m]usikalische Darbietungen im öffentlichen Stadtraum stellt eine globale Musik- und Auftrittskultur dar, die sowohl im Alltag der Bewohner [!] als auch im lokalen kulturellen Leben eine Rolle spielt“ (Drees, 2016). Insbesondere in den letzten zwei Jahren, in denen aufgrund der Corona-Pandemie keine Konzerte und Festivals mehr möglich waren, war Straßenmusik nahezu die einzige Möglichkeit für Livemusik.

Während Straßenmusik schon bezüglich der Bestimmungen in Deutschland verglichen wurde (Kie-

ßig, 2020), sowie in anderen Städten wie Tübingen (Yordanova & Kiederle, 2021) und Berlin (Nowakowski, 2016) unter bestimmten Gesichtspunkten analysiert wurde, gab es eine solche Untersuchung in Karlsruhe bisher noch nicht. Im folgenden Artikel wird die Untersuchung der Straßenmusik in der Karlsruher Innenstadt vorgestellt. Ausgehend von unserer Forschungsfrage „Wodurch zeichnet sich Straßenmusik in Karlsruhe aus?“ fokussierten wir uns in unserer Forschung hauptsächlich auf die Akteur:innen, also die Musiker:innen und deren Praktiken des Straßenmusizierens.

Methodik

Als Untersuchungsgebiet diente die Fußgängerzone auf der Kaiserstraße in der Innenstadt Karlsruhes. Aus Erfahrung sind hier die meisten Straßenmusiker:innen anzutreffen, da es in der Kaiserstraße geschäftig zugeht und die Musik dementsprechend von möglichst vielen Menschen gehört wird (vgl. Abb. 1).

Die nachfolgenden Daten wurden im Rahmen von qualitativen Interviews mit Straßenmusiker:innen erhoben. An zehn verschiedenen Tagen im Zeitraum zwischen August und November 2022 haben wir uns in der Karlsruher Innenstadt getroffen und nach Straßenmusiker:innen gesucht. An manchen Tagen trafen wir niemanden an, manchmal konnten wir jedoch sogar zwei Interviews direkt hintereinander führen. Dafür haben wir die Methode des Leitfadeninterviews genutzt, uns vorher also grobe Anhaltspunkte überlegt, über die wir spre-

chen wollten. Dies entspricht dem Ansatz einer deduktiven Kategorienbildung. Insgesamt war es aber ein ganz offenes Gespräch, bei dem der Interviewpartner oder die Interviewpartnerin viel Freiraum hatte, eigene Gedanken und Erfahrungen zu teilen. Die Interviewdauer betrug zwischen 12 und 18 Minuten und die Gespräche wurden mit Einverständnis der Teilnehmenden aufgenommen. Der Leitfaden war dabei in drei thematische Blöcke unterteilt. Hierzu gehörten persönliche Informationen über die Person, allgemeine Informationen zu Straßenmusik und zur gespielten Musik. Bei der Sichtung der Straßenmusiker:innen haben wir uns durch unsere subjektive Einordnung beeinflussen lassen. Einige Male verhinderten Sprachbarrieren, dass wir ein Interview durchführen konnten, oder die Straßenmusiker:innen wollten kein Interview geben. Dies hatte eine gewisse Selektion der Straßenmusiker:innen zur Folge. Letzten Endes haben wir aber sechs erfolgreiche Interviews mit Straßenmusiker:innen durchführen können. Die Analyse erfolgte anhand der Methode der inhaltlichen Kategorienbildung nach Kuckartz (Kuckartz, 2010). Nach Reduktion, Generalisierung und Analyse der Aussagen, haben wir diese nach Kategorien sortiert. Ausgehend von den Forschungsaspekten und den Kategorien des Interviewleitfadens wurden die bestehenden Kategorien, über die die Straßenmusiker:innen befragt wurden, überarbeitet, zusammengefasst und angepasst. Die Forschung beruhte somit auf einem induktiv-deduktiven Vorgehen, indem zum einen die Kategorien im Vorhinein deduktiv im Leitfaden bestimmt wurden, aber im Prozess der Auswertung nochmals induktiv bearbeitet wurden. Hierbei orientierten wir uns an der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (Baur & Blasius, 2019, S. 633–648; Mayring & Fenzl, 2019) und der Kategorienbildung nach Kuckartz (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 53–69).

Forschungsaspekte

Aus unserer Inhaltsanalyse haben sich folgende sechs Forschungsaspekte herauskristallisiert:

- Beweggründe Straßenmusik zu machen
- Verdienst
- Musikalisches Niveau
- Standortkriterien
- Regularien
- Probleme

Die Analyse erfolgte unter verschiedenen Gesichtspunkten, wie beispielsweise die Beweggründe Straßenmusik auszuüben oder auch die zeitlichen Rahmenbedingungen. Hierbei wird die Häufigkeit der ausgeübten Straßenmusik betrachtet, aber ebenfalls wie lange und seit wann musiziert wird. Die Auswahl der gespielten Musik wurde auf verschiedene Aspekte geprüft. Ein weiterer Punkt stellt die Wahl des Standorts innerhalb Karlsruhes und darüber hinaus die Wahl für andere Städte beziehungsweise Länder dar. Außerdem wurde untersucht, an welche Regularien und Vorgaben sich Straßenmusiker:innen halten müssen und inwiefern diese verbindlich eingehalten oder kontrolliert werden. Daraus oder anderweitig entstandene Probleme und Konflikte, mit denen sich die Straßenmusiker:innen befassen müssen, aber auch die positiven Reaktionen der Passant:innen, wurden beleuchtet. Ein weiterer Bereich der Untersuchung stellt die Musikerfahrung dar, die sich von Anfänger bis zum Musikstudenten erstreckt. Welcher Verdienst aus Straßenmusik generiert werden kann und welche Zusammenhänge oder Rückschlüsse daraus gezogen werden können, wurden ebenfalls untersucht. Außerdem wurde die Vernetzung der Musiker:innen in der Straßenmusikszene geprüft. All diese Aspekte werden im Folgenden betrachtet und ergeben einen Einblick in die Karlsruher Straßenmusik. Die Auswertung der Interviews wurde einer vergleichenden Analyse unterzogen.

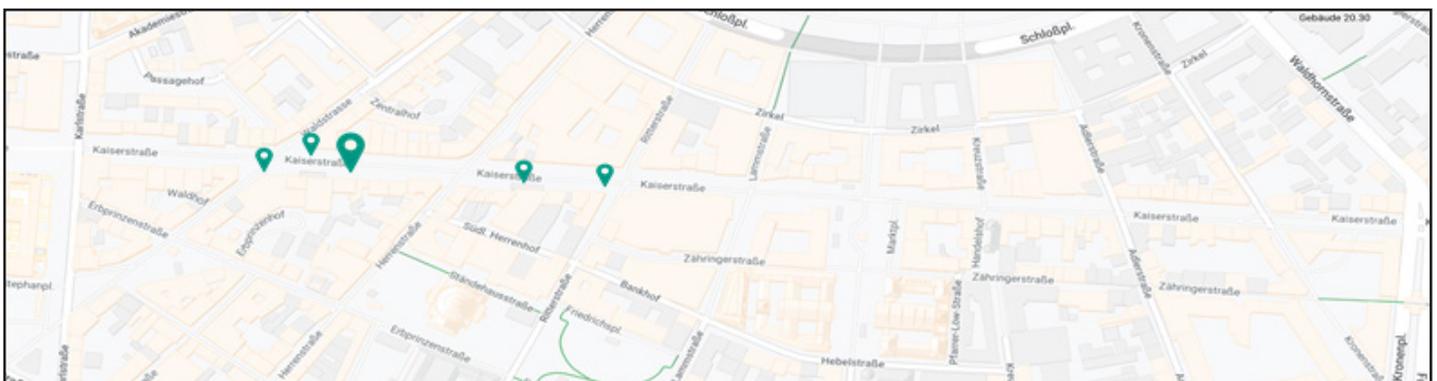


Abb. 1: Darstellung des Untersuchungsgebiets mit Stecknadeln an den Intervieworten

Quelle: Eigene Darstellung

Hierbei konnten verallgemeinernde als auch kontroverse Aussagen getroffen werden.

Wer macht Straßenmusik in Karlsruhe?

Nachfolgend werden die sechs interviewten Straßenmusiker vorgestellt. Das Einverständnis, die Namen, Informationen, Bilder, sowie Daten zu verwenden, wurde dabei in den Interviews eingeholt.

Der Name des ersten interviewten Straßenmusikers ist Andreas Klingsporn. Er ist 46 Jahre alt, spielt Saxophon und lässt sich durch einen Verstärker instrumentell begleiten. Andreas spielt beispielweise Songs von Frank Sinatra, Elvis Presley und Louis Armstrong. Er spielt meist in einem Zeitraum von zweimal 30 Minuten, wenn er auf die Straße geht, um zu musizieren. Auf die Frage, was sein schönster Straßenmusikmoment war oder was Straßenmusik für ihn ausmacht, antwortete er: „Die schönsten Momente sind, wenn man gesagt bekommt, z. B. ‚Wir haben da grad ‚ne Wurst gegessen und es war richtig schön wie sie da gespielt haben‘, also wenn man ein **verbales Feedback kriegt**. Da ist der Euro gar nicht mal so wichtig, das ist dann so ‚Ey, **hat den Leuten gefallen**‘, das **motiviert** einen ja auch.“ Das Interview wurde an der Kreuzung Kaiserstraße und Waldstraße durchgeführt, wo sich der Musiker auf einer von der Stadt zur Verfügung gestellten Straßenmusikbühne befand.



Youtube-Kanal von Jonas Froer



Spotify Account von Kevin Karl



Foto 1: Jonas Froer

Foto: J. Froer



Foto 2: Kevin Karl

Foto: L. Breuer

Das zweite Interview führten wir mit dem Straßenmusiker Jonas Froer (vgl. Foto 1). Besonders ist sein junges Alter von 13 Jahren. Der Schüler spielt Gitarre und singt dazu überwiegend Songs von Ed Sheeran, die er meistens ca. zwei Stunden lang spielt. Er behält nicht immer seine ganzen Einnahmen für sich selbst, sondern hat auch schon Spendenaktionen ins Leben gerufen, bei denen er seine Einnahmen beispielsweise an die Menschen aus der Ukraine gespendet hat. In seinem Interview appelliert er an alle, dass „man sich [als Straßenmusiker] einfach trauen und sein Ding durchziehen soll“.

Besonders an der Straßenmusik ist für ihn das direkte, ehrliche Feedback des Publikums, dass er beim Musizieren erhält. Das Interview wurde auf der Kaiserstraße auf Höhe des Drogeriemarkts Müller (Kaiserstraße 169, 76133 Karlsruhe) durchgeführt.

Der Musiker des dritten Interviews heißt Kevin Jenne und trägt den Künstlernamen „Kevin Karl“ (vgl. Foto 2). Der 28-jährige Elektriker spielt seine verstärkte Gitarre und singt dazu Songs, beispielsweise von Oasis oder Ed Sheeran. Sein schönster Straßenmusikmoment hat in Karlsruhe stattgefunden: „Einmal wars richtig cool. Da hat der KSC gespielt. Dann kamen sehr viele angetrunkene Personen an mir vorbei. Die haben voll **Stimmung** gemacht. Und ein absolutes Highlight für mich ist

halt, es kamen schon zwei bis drei Leute auf mich zu, die gefragt haben, ob ich auf der **Hochzeit** von ihnen **spiele**.“ Das Interview wurde auf der Kaiserstraße auf Höhe der Optikerfiliale Fielmann (Kaiserstraße 163, 76133 Karlsruhe) neben einem leerstehenden Gebäude durchgeführt.

Der Name des vierten Straßenmusikers ist Richard Hertel (vgl. Foto 3). Der 34-jährige Saxophonist lässt sich beim Spielen von einer Hintergrundmusik begleiten und hat ein großes Repertoire aus Pop und Jazz-Standards. Wenn er Straßenmusik macht, spielt er meistens zweimal hintereinander für jeweils ca. 45 Minuten. Er studierte Musik mit Hauptfach Saxofon an der Hochschule für Musik in Karlsruhe. Das Erteilen von Musikunterricht und kommerzielle Auftritte untermauern seine Professionalität. Das Besondere an der Straßenmusik ist für ihn, „[...] **dass jeder Tag anders** ist und jeden Tag irgendwas Spezielles passiert, man irgendeinen **Kontakt** mit jemandem hat. An einem Tag kommen andere Musiker dazu, am anderen Tag wird man interviewt. Es ist immer irgendetwas anderes. Der typische Straßenmusikmoment ist vielleicht ein kleines Kind mit **großen Augen**, das total **gefesselt** ist von der Musik und sich gar nicht losreißen kann.“ Der Musiker wurde an der Kreuzung Kaiserstraße/Waldstraße interviewt.

Der fünfte interviewte Musiker ist Jacob Ziegler (vgl. Foto 4). Der 22-Jährige studiert derzeit Sozialpädagogik in Landau. Neben dem Gesang ist die Gitarre sein Instrument. Besonders an ihm ist seine laute, raumgreifende Stimme, ohne einen Verstärker einzusetzen. Sein Repertoire besteht aus Songs von Pink Floyd, aus spanischer Musik und aus seinen eigenen Songs, die er auf der Straße circa zweieinhalb Stunden lang am Stück spielt. Der schönste Straßenmusikmoment war für ihn, „[...] als die Stadt nach dem ganzen Lockdown-Gedöns auf einmal wieder voll geworden ist und dann kam irgendjemand zu mir und hat zwei Lieder abgewartet und meinte dann zu mir, dass es ja so toll ist, dass es wieder **Leben** wie uns **auf der Straße** gibt. Das fand ich ganz beschreibend und ganz schön. Oder generell Leute, die einfach **mit einem reden** das ist ganz cool.“ Der Standort des Interviews war auf der Kaiserstraße vor dem leerstehenden Geschäft ProOptik (Kaiserstraße 191-193, 76133 Karlsruhe).

Der Name des sechsten Interviewpartners ist Adrian Habich (vgl. Foto 5). Der 27-jährige ist hauptberuflich Musiker. Er spielt Gitarre und kombiniert diese mit seinem Gesang. Er bietet eine Auswahl von Songs von Ed Sheeran, Songs aus den

Foto 3: Richard Hertel

Foto: R. Hertel



80ern und seine eigene Musik. Wenn er Straßenmusik macht, spielt er meist für circa 30 Minuten. Die schönsten Momente an der Straßenmusik sind für ihn „Momente, wo die **Interaktionen mit den Menschen** sind [...]. Ich spiel' nicht für euch, sondern wir **spielen zusammen**, sind da in unserer Zone. Das sind so die Momente, die ich am schönsten finde.“ Das Interview wurde im Privaten geführt. Normalerweise spielt er auf der Kaiserstraße oder vor dem Einkaufszentrum Ettlinger Tor.



Foto 4: Jacob Ziegler

Foto: L. Breuer



Spotify
Account
von Jacob
Ziegler



Foto 5: Adrian Habich

Foto: A. Habich

Wieso wird Straßenmusik gemacht?

Die Beweggründe Straßenmusik zu machen sind vielseitig und unterscheiden sich von Musiker zu Musiker, jedoch lassen sich drei Hauptaspekte herausfiltern, die die Interviewten animieren, Straßenmusik zu machen.

1. **Finanzielle Gründe/Vermarktung:** Selten als Hauptmotivationspunkt genannt, jedoch als positiver Nebeneffekt gesehen, wird der Verdienst. Straßenmusik stellt für die Musiker trotzdem eine wichtige Einnahmequelle dar. Dies bezieht sich nicht ausschließlich auf die Spenden von Passant:innen, sondern auch auf die Vermarktung der eigenen Person, die Straßenmusik mit sich bringt. Es ist eine Plattform, um die Karriere anzukurbeln und Aufmerksamkeit auf sich zu lenken. Durch Straßenmusik kann die eigene Musik beworben werden, die Reichweite in sozialen Medien erhöht werden und zusätzlich besteht die Möglichkeit, für externe Auftritte, wie z. B. auf Hochzeiten und Geburtstagen, entdeckt zu werden.

2. **Individuelle Gründe:** Straßenmusik stellt für die Musiker eine Chance zur individuellen musikalischen Weiterentwicklung dar. Trotz der unterschiedlichen Musikerfahrung haben alle einen Anspruch, sich durch die Straßenmusik zu verbessern und eine Möglichkeit, ihr Können am Instrument und/oder ihre Stimme zu verbessern. Hierbei stillt Straßenmusik das Bedürfnis nach Selbstverwirklichung der Musiker; das Musizieren auf der Straße erfüllt sie mit Spaß und Leidenschaft. Auch die Möglichkeit vor Menschen zu spielen, ohne einen großen Auftritt arrangieren zu müssen, ist ein

wichtiger Anreiz für viele.

3. **Soziale Gründe:** Durch das Musizieren in der Öffentlichkeit entstehen soziale Interaktionen, die für viele einen wichtigen Teil der Straßenmusik ausmachen. Einerseits kommt es zur Kommunikation mit Passanten, die Feedback geben und sich über die Musik freuen, andererseits sind auch die Straßenmusiker untereinander sehr offen. Nicht selten kommt es zu spontanen Auftritten zweier Straßenmusiker:innen, die einfach Spaß am gemeinsamen Musizieren haben und sich gegenseitig motivieren. Nach Aussagen der Straßenmusiker kommt es häufiger zu Kollaborationen und auch manchmal zu gemeinsamen Gigs von Straßenmusiker:innen und es werden auch manchmal Nummern ausgetauscht. Jedoch kann man in Karlsruhe nicht direkt von einer fixen, direkten Vernetzung von Straßenmusiker:innen sprechen, sondern vieles geschieht spontan und ohne eine Gruppendynamik.

Straßenmusik – lohnt sich das finanziell?

Der Verdienst von Straßenmusiker:innen in Karlsruhe unterscheidet sich sehr stark. Die Spannweite reicht von 15 Euro bis zu 100 Euro pro Stunde. Der durchschnittliche Verdienst beträgt ca. 45 Euro/Stunde. Wieviel verdient wird, ist von vielen verschiedenen Faktoren abhängig. Die Jahreszeit, bzw. das Wetter ist sehr entscheidend. Bei schönem Wetter sind mehr Passanten unterwegs und besser gelaunt, wodurch der Ertrag steigt. Auch der Wochentag und die Uhrzeit spielen eine Rolle. Die attraktivsten Tage sind Freitag und Samstag, weil dann die meisten Menschen in der Innenstadt unterwegs sind. Generell lohnt es sich zur Zeit des Feierabends zu spielen, wenn die Menschen auf dem Heimweg von der Arbeit sind und die Stadt sich füllt. Eine Ausnahme hiervon bildet wahrscheinlich die Zeit, in der es den Weihnachtsmarkt in Karlsruhe gibt. Hier ist der Verdienst auch bei schlechtem Wetter und unter der Woche deutlich höher.

Eine Abhängigkeit des Verdienstes von dem Können der Straßenmusiker:innen konnte nicht festgestellt werden. Eine wichtige Rolle jedoch spielt der Ort und wie viele Menschen an diesem vorbeikommen. Die Straßenmusiker:innen haben häufig Lieblingsorte und machen sich aktiv Gedanken um einen Standort. Hierbei spielen die Akustik, das Ambiente und die Anzahl der Personen eine wichtige Rolle. Die Akustik kann z. B. durch

eine oder sogar zwei Wände im Rücken unterstützt werden, die die Klänge weitertragen. Auch ein Dach hilft hierbei und schützt zusätzlich vor dem Wetter. Das Ambiente sollte entspannt sein und die Menschen dazu animieren, auch mal stehen zu bleiben und für einen kurzen Moment zuzuhören. Deshalb eignen sich Orte, die von Schaufenstern umgeben sind, da die Passanten hier in ein lockeres Schlendern verfallen. Hektische Orte sind nicht förderlich, da die Laune der Menschen dort nicht gut ist und sie sich von diesen schnell entfernen wollen. Stellen, an denen möglichst viele Menschen vorbeikommen, sind Kreuzungen. Teilweise widersprechen sich die Anforderungen an einen perfekten Standort, da große Kreuzungen durch viele Menschen oft als eher hektisch wahrgenommen werden. Es gilt also einen Ort zu finden, an dem alle Bedingungen zumindest zum Teil erfüllt sind. Als guter Standort wurde mehrmals das Einkaufszentrum Ettlinger Tor, der Ausgang des Naturkundemuseums oder auch die Kreuzung Kaiserstraße/Waldstraße genannt. Generell wird Karlsruhe und die Karlsruher:innen als spendabel und freundlich beschrieben. Zudem ist durch die Verlegung der Straßenbahn unter die Erde die Innenstadt für Straßenmusiker:innen viel attraktiver geworden. Dies liegt daran, dass mehr Raum für mehr Passanten und auch für die Musiker:innen und generell eine ruhigere Atmosphäre entstanden ist.

Wie erfahren sind die Karlsruher Straßenmusiker?

Im Gegensatz zu München, wo Straßenmusiker:innen auf dem Amt vorspielen müssen, um überhaupt Straßenmusik ausführen zu dürfen (Friedmann, 2019), kann in Karlsruhe jede Person auf die Straße gehen und Musik machen. Unsere Interviewten unterscheiden sich hier in puncto Instrumentenerfahrung und Straßenmusikerfahrung. In beiden Punkten gab es eine sehr große Spannweite. Wir hatten Interviewpartner mit nur drei Monaten Instrumentenerfahrung bis hin zu 18 Jahren. Aber auch bei der Tätigkeit als Straßenmusiker gab es große Differenzen. Hierbei betrieb der unerfahrenste Interviewpartner erst seit ca. einem Monat Straßenmusik, während der erfahrenste Musiker schon seit über fünf Jahren auf der Straße spielt.

Alle Interviewpartner hatten gemein, dass sie in der näheren Umgebung in Karlsruhe wohnen, wodurch sich die Karlsruher Innenstadt allein durch die räumliche Nähe als Ort für Straßenmusik an-

bietet. Es gibt jedoch einen wahren Straßenmusik-tourismus, bei dem die Künstler extra in andere Städte reisen, um dort zu spielen. Die Interviewten treten unter anderem auch in anderen Städten in Baden und der umliegenden Region, z.B. Baden-Baden, Landau, Bruchsal, Freiburg, Mannheim und Heidelberg (vgl. Abb. 2) auf. Aber auch in Berlin oder in Luzern in der Schweiz haben interviewte Straßenmusiker bereits gespielt.

Regularien – Was wissen die Musiker und was ist richtig?

Städte und Kommunen haben verschiedene Aufgaben und Zuständigkeiten, zu denen auch die Ordnung des öffentlichen Lebens gehören. Vorgegebene Regularien und Gesetze sollen dabei einen reibungslosen Ablauf der Öffentlichkeit gewährleisten. Deshalb bestehen auch für Straßenmusik bestimmte Vorgaben. In den Interviews kamen wir immer wieder auf das Thema der bestehenden Regularien für Straßenmusik in Karlsruhe zu sprechen. Wir hatten uns im Vorhinein überlegt, dass dies ein wirklich interessanter Forschungsaspekt ist, da sich jede:r Straßenmusiker:in mit diesen Vorgaben auseinandersetzen muss und es dementsprechend interessant ist, herauszufinden wie sehr diese Regeln auch eingehalten werden.

Die Karlsruher Online-Tageszeitung „Ka-News“ hat ein Interview über die offiziellen Regeln der



Abb. 2: Darstellung der Städte, in denen die Interviewpartner auf der Straße musiziert haben

Quelle: Eigene Darstellung, Karte: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.istockphoto.com%2Fde%2Fphotos%2Fdeutschlandkarte&psig=AOvVaw0aRtAYe6xjD1Zz8lhs20Xr&ust=1677610355364000&source=images&cd=vfe&ved=0CA8QjRxqFw0TCLD71--vtv0CFQAAAAAdAAAAABAE>

Straßenmusik in Karlsruhe mit einem Mitarbeiter vom Ordnungsamt geführt. Das Ordnungsamt kümmert sich um die Angelegenheiten rund um die Straßenmusik. Bei Straßenmusik handelt es sich um eine sogenannte erlaubnispflichtige Tätigkeit, da man den öffentlichen Verkehrsraum über das normale Maß hinaus nutzt. In Karlsruhe bedeutet dies, dass Menschen einen Tag ohne offizielle Erlaubnis in der Stadt Musik machen dürfen. Jeder weitere Tag benötigt dann eine Sondernutzungserlaubnis des Ordnungsamtes. Zum Vergleich: In München muss man an einem Casting der Stadt teilnehmen und darf erst nach Bestehen auf der Straße musizieren. Möchte man in Karlsruhe elektronische Beschallungsgeräte wie Musikboxen für Begleitmusik oder Instrumentenverstärker benutzen, so benötigt man eine Extraerlaubnis. Weiterhin vorgegeben ist, dass man alle 30 Minuten einen neuen Standort aufsuchen muss, der mindestens 200m weiter von dem davor entfernt ist (ka-news.de, 2014).

Die Anmeldungen für Straßenmusik sind jedoch verschwindend gering und von unseren sechs Interviewpartnern hatte keiner eine Erlaubnis vom Ordnungsamt. Dies lässt uns vermuten, dass auch andere Straßenmusiker:innen nicht angemeldet sind. Generell war das Bewusstsein für die bestehenden Regeln eher gering. Einigen war gar nicht bewusst, dass sie offiziell eine Anmeldung benötigen. Auch zu Regelungen beim Standortwechsel haben wir nur selten Informationen von den Straßenmusikern bekommen. Wenn doch, dann waren die Aussagen ganz unterschiedlich. Bezüglich des zeitlichen Standortwechsels haben wir unterschiedliche Zeiten von 30, 45 und 60 Minuten gehört. Dass den Straßenmusikern die Rahmenbedingungen nicht klar bekannt sind, liegt unter anderem daran, dass in Karlsruhe die Regeln nicht sehr streng kontrolliert werden. Trotz hoher Polizei- und Ordnungsamtspräsenz im Untersuchungsgebiet auf der Kaiserstraße gibt es keine Kontrollen bezüglich des zeitlichen oder räumlichen Standortwechsels und auch die Verstärkung von Instrumenten wird toleriert, solange sich niemand durch die Lautstärke gestört fühlt und sich beschwert. Den Straßenmusiker:innen ist also selbst überlassen, wie sie sich organisieren. Selten kommt es dadurch jedoch zu Problemen. Unser Eindruck der interviewten Straßenmusiker war, dass sie sich immer Gedanken zu ihrer Wirkung gemacht haben und dadurch wenige Probleme mit den Ordnungshüter:innen auf sich ziehen. Sie ha-

ben ein feines Gespür für den passenden Standort entwickelt und fallen dort nicht negativ auf.

Was ist für Straßenmusiker in Karlsruhe problematisch?

Probleme für Straßenmusiker in Karlsruhe treten eher selten auf. Die Interviewpartner haben Karlsruhe als sehr wohlwollend und nett beschrieben. Trotzdem gibt es immer wieder kleinere Konfrontationen mit verschiedenen Parteien. Gemessen an der hohen Polizeipräsenz in Karlsruhe haben die Straßenmusiker von nur sehr wenigen Konflikten mit den Ordnungshüter:innen berichtet. Dies liegt unter anderem daran, dass die Polizei und das Ordnungsamt die bestehenden Regelungen nicht durchsetzt. Die Straßenmusiker:innen werden sich selbst überlassen und so lange sie nicht negativ auffallen, werden sie geduldet. Wenn doch Probleme auftreten, dann weil die Musik durch Verstärker zu laut ist oder sich ein:e Anwohner:in oder Passant:in beschwert hat. Es bleibt dann aber meistens bei einer Zurechtweisung oder Verwarnung. Von schwerwiegenderen Folgen hat kein Straßenmusiker berichtet. Ein Interviewpartner erzählte aus Erfahrung, dass das Konfliktpotential in einer Musikergruppe zusätzlich erhöht sei, als wenn man allein spielt. Gemeinsam spielen bedeutet nämlich eine höhere Lautstärke und eine größere Fläche, die eingenommen wird.

Neben der Polizei gibt es manchmal auch andere Personengruppen, die entweder die Straßenmusiker:innen stören oder durch die Musiker:innen gestört werden. Ladenbesitzer:innen beschwerten sich meistens, wenn sich die Straßenmusiker:innen vor den Schaufenstern ihrer Geschäfte aufstellen und die Sicht der Kund:innen auf das Warenangebot stören. Passant:innen echauffieren sich manchmal über den „Krach“ oder gehen so weit, dass sie den oder die Musiker:in belästigen, indem sie beispielsweise in das aufgestellte Mikrofon rufen. Zuletzt kann es vorkommen, dass Bettler:innen oder Straßenverkäufer:innen sich in die Nähe von Straßenmusiker:innen begeben, um ihnen ihre „Kundschaft“ streitig zu machen, was von einem Straßenmusiker als störend empfunden wurde.

Fazit und Ausblick

Zurückblickend auf unsere Forschungsfrage „Wodurch zeichnet sich Straßenmusik in Karlsruhe aus?“ lässt sich im Allgemeinen folgendes zusammenfassen. Straßenmusik in Karlsruhe ist von

männlichen Künstlern dominiert. Nicht nur alle unserer Interviewpartner waren männlich, sondern auch alle Musiker, die ein Interview ablehnten oder bei denen uns die Sprachbarriere davon abhielt ein Interview zu führen, waren männlich. Die Diversität der Antworten in den Interviews war sehr hoch und vielseitig, wodurch zum Teil auch widersprüchliche Aussagen zu einem Sachverhalt getätigt wurden. Beispielweise wurden zweimal Menschen im Ettlinger-Tor als besonders spendabel beschrieben, während einmal das Ettlinger-Tor als ein schlechter Standort genannt wurde. Man kann also sagen, dass es nicht den einen typischen Straßenmusiker gibt. Die Menschen unterscheiden sich in ihrem Alter, ihrem Können, in ihren Motivationsgründen und in ihrem Verdienst. Sie alle haben jedoch die Freude am Musizieren gemeinsam und nutzen die Straße um ihre Musik anderen Menschen zu präsentieren. Gerade in Karlsruhe bietet sich das an, weil Straßenmusik zu betreiben in der Fächerstadt ziemlich unkompliziert ist. Wenn man Straßenmusik betreiben möchte, muss man nur mutig sein, sein Instrument nehmen, sich auf die Straße stellen und loslegen. Da die Bestimmungen nicht durchgesetzt werden, ist es sehr einfach und bequem. Der Verdienst fällt dabei sehr unterschiedlich aus und ist von vielen verschiedenen Faktoren abhängig. Der Standort wird von den Musikern bewusst ausgewählt und es existieren viele Standortfaktoren, die gegen oder für einen Straßenmusikschauplatz sprechen. Insgesamt wird Karlsruhe als ein attraktiver Standort für Straßenmusik gesehen, nicht zuletzt auch durch die neu entstandene, verkehrsberuhigte Fußgängerzone in der Kaiserstraße.

Diese Untersuchung könnte noch weiter vertieft werden, um reichhaltigere Ergebnisse zu erhalten. In Karlsruhe könnte sie beispielsweise stärker quantifiziert werden oder es könnte versucht werden, die Sprachbarrieren zu überwinden, um eine höhere Repräsentativität von nicht deutschsprachigen Künstler:innen zu erreichen. Hypothesen, wie z. B., dass am Ettlinger-Tor Straßenmusik rentabler ist, könnten überprüft werden. Wenn man den Zeitraum der Straßenmusikbeobachtung über einen längeren Zeitraum, wie beispielsweise eine Straßenmusik-Saison von ca. März bis Oktober, verlängern würde, könnte das Bild der Straßenmusik facettenreicher und aussagekräftiger dargestellt werden. Zudem könnte eine ähnliche Forschung in anderen Städten durchgeführt und als Folge darauf Vergleiche angestellt werden. ■■■

LITERATUR

- Baur, N., Blasius, J. (Hrsg.). (2019). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung (2. Aufl.). Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4>
- Drees, S. (2016). socialnet Rezensionen: Straßenmusik in Berlin. Zwischen Lebenskunst und Lebenskampf. Eine musikethnologische Feldstudie | [socialnet.de](https://www.socialnet.de/rezensionen/20908.php). <https://www.socialnet.de/rezensionen/20908.php>
- Friedmann, J. (5. Juli 2019). Zulassung von Straßenmusikern in München: Dudesack verboten, Geige geduldet. DER SPIEGEL. <https://www.spiegel.de/politik/in-muenchen-muessen-strassenmusiker-auf-dem-amt-vorspielen-a-00000000-0002-0001-0000-000164759135>
- ka-news.de (28. Juli 2014). Straßenmusiker in Karlsruhe: ‚Die wenigsten haben eine Genehmigung‘ | [ka-news.de](https://www.ka-news.de/region/karlsruhe/strassenmusiker-in-karlsruhe-die-wenigsten-haben-eine-genehmigung-art-1443305). <https://www.ka-news.de/region/karlsruhe/strassenmusiker-in-karlsruhe-die-wenigsten-haben-eine-genehmigung-art-1443305>
- Kießig, C. (2020). Straßenmusik – eine vergleichende Analyse der Bestimmungen in Deutschland. [Bachelorarbeit, Hochschule für öffentliche Verwaltung und Rechtspflege Meißen] https://opus.bsz-bw.de/hsf/frontdoor/deliver/index/docId/2410/file/Kiessig_Charlotte-Bachelorarbeit.pdf
- Kuckartz, U. (2010). Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten (3. Aufl.). VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92126-6>
- Kuckartz, U. & Rädiker, S. (2022). Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung: Grundlagentexte Methoden (5. Aufl.). Grundlagentexte Methoden. Beltz Juventa. http://www.content-select.com/index.php?id=bib_view&ean=9783779955337
- Mayring, P. & Fenzl, T. (2019). Qualitative Inhaltsanalyse. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung (2. Aufl., S. 633–648). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_42
- Nowakowski, M. (2016). Straßenmusik in Berlin (Dissertation).
- Yordanova, A. & Kiederle, N. (2021). Strassenmusik [Radiobeitrag]. *Radio Micro-Europa*. <https://doi.org/10.15496/PUBLIKATION-63314>

SUMMARY

How can street music be characterized in Karlsruhe?

by Louisa Breuer, Lukas Simon, Florian Glaubitz

Street musicians are an important part of the public soundscape in Karlsruhe's city centre. There is not a typical person who does street music. They differ among other things in age, background, experiences, earnings, and their level of musical playing. However, they have in common, that they have favourite spots and think about a good environment to perform at. They describe Karlsruhe as a very attractive place for busking because existing regulations are not being controlled very strictly, passers-by and listeners are kind and generous and the new construction of the subway has improved the conditions of making street music in the city centre.

AUTOR:INNEN

LOUISA BREUER, geb.: 1999, Geographie/Sport B.Ed., uxiut@student.kit.edu

FLORIAN GLAUBITZ, geb.: 1996, Geographie/Sport B.Ed., uujr@student.kit.edu

LUKAS SIMON, geb.: 1998, Geographie/Sport B.Ed., uhhan@student.kit.edu

DAS FEST oder doch nur ein Fest?

Was macht DAS FEST in Karlsruhe so besonders?

Diese Forschungsarbeit ist im Kontext des Projektseminars, welches im Bachelorstudiengang Geographie auf Lehramt vorgesehen ist, entstanden. Das Projektseminar soll die Studierenden in das wissenschaftliche Arbeiten und Forschen einführen sowie Kompetenzen der empirischen Datenerhebung, -auswertung und -präsentation schulen. Hierfür soll eine eigenständige Forschungsarbeit zu einem selbstgewählten Thema geplant und durchgeführt werden. Dieser Beitrag in der Karlsruher Geographischen Umschau bildet den Abschluss des Seminars mit der grafischen Aufarbeitung und komprimierten Darstellung der Ergebnisse und Erkenntnisse unserer Forschung. Der Titel des Projektseminars lautet „Die Sounds von Karlsruhe“ und umfasst das vielseitige Themengebiet des Klanges und seiner geographischen Verortung sowie Relevanz. Wir haben uns dazu entschieden, uns durch diese wissenschaftliche Untersuchung einem für die Stadt Karlsruhe sehr charakteristischen Sound anzunehmen...

DAS FEST als Symbiose aus Raum und Klang

Es liegt nahe, dass man den Begriff „Sounds“ schnell mit Klang und Musik in Verbindung bringt. Eben diese Assoziation ist uns beim Brainstorming zur Themenfindung auch in den Sinn gekommen. Mit dem Zusatz, dass sich das Forschungsthema auf das akustische Geschehen innerhalb Karlsruhes beziehen soll, wurde unsere Aufmerksamkeit schnell auf die Karlsruher Musik- und Kulturszene gelenkt. Es gibt zahlreiche Clubs, Veranstaltungsräume und Kulturangebote, jedoch ist keine Veranstaltung so eng mit dieser Stadt verwoben, wie DAS FEST. Denn die Stadt Karlsruhe ist durch seine Unterstützung und Mitorganisation wesent-

lich am Erfolg des OpenAirs beteiligt. Das seit 1985 stattfindende Festival ist bereits seit Jahrzehnten eine feste Institution der Stadt. Wohl kaum ein anderes Musikfestival dieser Art ist so stark von der Unterstützung der Verwaltung, den Vereinen wie vor allem dem Stadtjugendausschuss und von den Bewohner:innen dieser Stadt geprägt wie dieses. Erst durch die Mühen und teilweise sehr idealistisch getriebene Bestrebungen der zum Teil ehrenamtlichen Organisator:innen und Förderer:innen, konnte DAS FEST zu dem werden, was es heute als überregional bekannter Treffpunkt für kulturinteressierte Menschen jeglichen Alters, Geschlechts, sozialen Milieus sowie jeglicher Herkunft darstellt. Die Günther-Klotz-Anlage als Veranstaltungsort inmitten der Stadt zählt ebenso zum unverwechselbaren Charakteristikum des Festivals und symbolisiert die Nähe zwischen Karlsruhe und DAS FEST. Eben diese Symbiose aus stadtplanerischen sowie kulturwissenschaftlichen Inhalten der Human- und Kulturgeographie stellen für uns und die thematische Ausrichtung des Projektseminars „Die Sound von Karlsruhe“ ein großes Interesse dar. Bereits im Jahr 2014 wurde DAS FEST durch Prof. Dr. Caroline Kramer und die Studentin Annette Maier für einen Beitrag des Atlas Karlsruhe untersucht (Kramer & Maier, 2014). In einer Abschlussarbeit am Institut für Geographie und Geoökologie am Karlsruher Institut für Technologie wurde hierbei der Fokus vor allem auf die geschichtliche Entwicklung von der kleinen, unbekannteren Musikveranstaltung bis hin zu einem überregional bekannten Open-Airs und dem heutigen Einzugsgebiet des Festivals gelegt (Maier, 2012). Im Zuge unseres Projektseminars interessieren uns vor allem die (human-)geographischen Zusammenhänge zwischen dem Veranstaltungsort und dem Festival. So stellt sich uns die zentrale Frage, wer und aus

welchen Beweggründen das Festival überhaupt besucht, was DAS FEST den Besucher:innen bedeutet und ob neben dem musikalischen Angebot auch weitere Faktoren den DAS FEST Besuch attraktiv machen? Des weiteren wollen wir untersuchen, inwiefern die geographische Verortung des Festivals die typische DAS FEST-Atmosphäre beeinflusst und wie diese Symbiose aus Raum und Klang von den Besucher:innen wahrgenommen wird.

Was ist DAS FEST überhaupt?

Jedes Jahr, am letzten Wochenende vor den Sommerferien in Baden-Württemberg, verwandelt sich eine in der Karlsruher Südweststadt gelegene Grünanlage in das größte Familienfestival Süddeutschlands: DAS FEST. Eine Sommerwoche lang werden auf dem Gelände der Günther-Klotz-Anlage Bühnen mit Musik verschiedenster Stilrichtungen, kulinarische Verpflegung sowie kreative und sportliche Aktivitäten für Klein und Groß angeboten. Die Parkanlage, welche ihren Namen durch den ehemaligen Karlsruher Oberbürgermeister Günther Klotz erhalten hat, dient als innenstadtnahes Erholungsgebiet und zeichnet sich neben großen Grünflächen durch Spiel- und Sportplätze sowie mehrere Seen aus. Die rote Markierung in der Abbildung 1 kennzeichnet die besagte Günther-Klotz-Anlage, welche sich entlang der Alb zwischen den Stadtteilen Südweststadt und Grünwinkel erstreckt.

Organisiert wird DAS FEST mittlerweile von der KME Marketing und Event GmbH Karlsruhe, wobei es vor über 37 Jahren von einer Privatperson als kleines Musik Open-Air-Festival ins Leben gerufen worden ist. 1984 organisierte Tihomir Lozanovski,

ein Mitglied der damaligen Karlsruher Band „Wolkenreise“, das kleine Open-Air Musikfestival, um regionalen Bands eine Bühne bieten zu können. Im Laufe der nachfolgenden Jahre erweiterte sich das (Band-)Angebot und der Organisationsaufwand stetig, was aber auch stetig steigende Besucherzahlen (von wenigen tausend bis aktuell etwa 250.000 Besuchern pro Jahr) mit sich gebracht hat (KME Karlsruhe Marketing und Event GmbH, 2022).

Neben den regionalen Bands waren zunehmend überregionale sowie auch internationale Musikgruppen im Programm zu finden, wodurch das musikalische Angebot, auch in stilistischer Hinsicht, immer stärker erweitert worden ist. Durch die überregional steigende Bekanntheit von DAS FEST mussten die Verantwortlichen immer größerer Besucher:innenzahlen Herr werden und die Sicherheit der Besucher:innen weiterhin gewährleisten. Aus diesem Grund musste im Jahr 2006 bei dem Auftritt der Berliner Band Seead sogar der Einlass von weiteren Besucher:innen gestoppt werden, um eine Überfüllung des Konzertbereiches zu verhindern. Nach einer strategischen und organisatorischen Neuorientierung sowie räumlichen Umgestaltung des Festivalgeländes ist das heute bekannte Konzept von DAS FEST entstanden (ka-news, 2010). Wie in Abbildung 2 zu erkennen, ist das Festivalgelände in zwei voneinander abgetrennte Bereiche aufgeteilt (pink und grün), wohingegen nur für den Hauptbühnenbereich (pink) Tickets erworben werden müssen. Der zweite, wesentlich größere Bereich (grün), kann kostenlos betreten werden und dient vor allem Kindern mit verschiedenen Kleinkunst- und Musikbühnen so-



Abb. 1: Lage der Günther-Klotz-Anlage in Karlsruhe

Quelle: <https://www.unser-stadtplan.de/stadtplan/karlsruhe/kartenstartpunkt/stadtplan-karlsruhe.map?appmode=0>, 2023



Abb. 2 : Geländeplan von DAS FEST 2022

Quelle: https://www.dasfest.de/media/220629_fest_gelaendeplan_legende_web.pdf, 2022

wie kreativen und sportlichen Mitmachangeboten und Verpflegungsständen als familienfreundlicher Bereich.

Ein wesentliches Charakteristikum der Günther-Klotz-Anlage ist der „Mount-Klotz“, ein Hügel, der sich am südlichen Ende der Anlage befindet und während der Festivaltage von vielen als Tribüne zur besseren Sicht auf die Hauptbühne genutzt wird. So ergibt sich für die Künstler:innen auf der Hauptbühne der imposante Anblick einer Menschenwand. Aus diesem Grund wird der „Mount-Klotz“, bei Konzerten mit großem Andrang, oft humorvoll als „Fleischberg“ bezeichnet, welches den eingefleischten Besuchern ein Begriff ist und unverwechselbar mit DAS FEST in Verbindung gebracht wird. Die stetig gestiegenen Besucherzahlen bestätigen den großen Zuspruch für das Fest. Was genau sind jedoch die Gründe dafür, dass das Karlsruher Musik- und Familienfestival einen so großen Zuspruch findet? Welche Menschen besuchen, aus welchen Gründen DAS FEST? Und welchen Stellenwert hat

die charakteristische Günther-Klotz-Anlage für die „FEST-Atmosphäre“? Um diese Forschungsfragen untersuchen zu können möchten wir, neben unserer Besucherbefragung durch einen standardisierten Fragebogen, auch auf die Erkenntnisse der wissenschaftlichen Voruntersuchung von Caroline Kramer und Annette Maier zurückgreifen (Kramer & Maier, 2014). Des Weiteren bereichern wissenschaftliche Erkenntnisse zu Musikfestivals unsere Untersuchungen. David Eck untersucht in seiner wissenschaftlichen Arbeit vor allem aus ökonomischer und unternehmerischer Perspektive verschiedene potentielle Erfolgsfaktoren von Festivals und Großveranstaltungen (Eck, 2016).

Methodik der Erhebung

Zunächst soll die Methodik der Erhebung beschrieben werden. Nach der Literaturrecherche und der Annäherung an das Thema wurde das Forschungsdesign entwickelt. Die Entscheidung, einen Fragebogen als Forschungsinstrument zu wählen, wurde relativ schnell getroffen. Mit einem Fragebogen lässt sich eine große Menge an Befragten erfassen und entsprechend gut vergleichen. Zudem hat ein Fragebogen den Vorteil, sowohl die Diversität der Stichprobe als auch die Gemeinsamkeiten der Befragten herauszustellen. Dieser Fragebogen wurde als analoger Fragebogen auf DAS FEST verteilt. Er hat in diesem Anwendungsbereich verschiedene Vorteile. Zum einen kann sichergestellt werden, dass die Befragten auch sicher DAS FEST an den Tagen der Erhebung besucht haben. Zum anderen können eventuelle Unklarheiten seitens der Umfrageteilnehmer sofort geklärt werden. Des Wei-

DAS FEST – Hard Facts

-  Größtes Familienfestival in Süddeutschland
-  Seit 1985
-  Letztes Wochenende vor Sommerferien
-  Bis 250.000 Besucher jährlich

teren hat sich gezeigt, dass die Befragten einen analogen Fragebogen eher selten abbrechen. Bei Onlinefragebögen ist die Hemmschwelle, den Fragebogen nicht vollständig auszufüllen oder gar abzubrechen, niedriger als bei analogen Befragungen. Der direkte Kontakt zwischen Befragter und Befragten bei der hier beschriebenen Umfrage trägt demnach zu einer hohen Bereitschaft, den Fragebogen auszufüllen, bei. Die Wahl eines Fragebogens, der von den Befragten selbst ausgefüllt wird, bietet die Möglichkeit, dass von zwei Studierenden mehrere Befragte gleichzeitig aufgenommen werden können. Die Studierenden kümmern sich parallel um die Akquise weiterer Teilnehmer und das Klären von eventuellen Unklarheiten. Somit kann die Anzahl der Befragten gesteigert werden. Der Fragebogen umfasst zwei DIN A4 Seiten und wurde doppelseitig bedruckt ausgeteilt. Er wurde im Rahmen des Seminars entwickelt, getestet und optimiert.

Die erste Forschungsfrage lautet: „Wer besucht DAS FEST?“. Um diese Frage zu beantworten, werden die soziodemographischen Fragen des Fragebogens herangezogen. Mit diesen werden das Geschlecht, die Postleitzahl des Wohnortes, das Geburtsjahr und der höchste allgemeinbildende Schulabschluss der Befragten erhoben. Außerdem wird erfragt, mit wem die Teilnehmer:innen DAS FEST besuchen und wie groß die Gruppe ist, mit der sie DAS FEST besuchen. Anhand der Antworten auf diese Fragen soll „der typische DAS FEST-Besuchende“ beschrieben werden.

Für die Beantwortung der zweiten Forschungsfrage – „Was macht DAS FEST besonders attraktiv für die Besucher:innen?“ - werden die Antworten des zweiten Fragenblocks verwendet. Dieser Block enthält Aussagen, bei denen die Befragten ankreuzen sollen, inwiefern verschiedene Aussagen auf sie selbst zutreffen. Dabei gibt es folgende Antwortmöglichkeiten: „trifft voll zu“, „trifft eher zu“, „weder noch“, „trifft eher nicht zu“, „trifft nicht zu“ und „weiß ich nicht“. Durch die Auswahlmöglichkeit „weiß ich nicht“ soll die Ausfallwahrscheinlichkeit der einzelnen Frageelemente reduziert werden. Die Aussagen beziehen sich auf das Angebot an internationalen und regionalen Bands, das Rahmenprogramm (Spiel-, Sport- und Mitmachangebot vor allem für jüngere Besuchende und Familien) und das Verpflegungsangebot. Zudem lauteten weitere Aussagen: „Ich besuche DAS FEST wegen der Atmosphäre/Stimmung.“, „Ich besuche DAS FEST, um mich mit Anderen (Freunde/Familie etc.) zu treffen.“, „Mehr internationale Musiker/Stars wür-

den DAS FEST für mich attraktiver machen.“ und „DAS FEST ist ein einzigartiges Festival.“

Die dritte Forschungsfrage lautet: „Wie wird das Musikangebot auf DAS FEST wahrgenommen?“. Um diese Forschungsfrage zu beantworten, wird der erste Fragenblock herangezogen. Wie auch für die zweite Forschungsfrage umfasst dieser Block Aussagen, bei denen die Befragten den Grad ihrer Zustimmung angeben sollen. Inhaltlich soll analysiert werden, ob das Musikangebot als regional oder international wahrgenommen wird, ob das Musikangebot als vielfältig angesehen wird und ob die Bands und Künstler, die auf DAS FEST spielen, den Befragten bekannt oder unbekannt sind. Zum Abschluss werden zwei Aussagen aufgeführt, bei denen die Befragten bewerten sollen, ob DAS FEST internationaler geworden ist und ob es sich von einem kleinen, regionalen Festival zu einem bedeutenden Festival gewandelt hat.

Die vierte Forschungsfrage befasst sich mit weiteren Beweggründen abseits des Musikangebotes. Für die Beantwortung dieser Frage werden wiederum einzelne Aussagen des zweiten Frageblocks genutzt.

Die fünfte Forschungsfrage lautet: „Welchen Stellenwert hat der Veranstaltungsort für DAS FEST?“. Diese Frage soll feststellen, wie wichtig der Ort für die Veranstaltung ist. Um diese Frage zu beantworten, werden Aussagen formuliert, die einen möglichen, alternativen Veranstaltungsort beinhalten. Die aufgeführten Alternativen sind das Wildparkstadion, der Karlsruher Messplatz sowie eine Konzerthalle. Die letzte Aussage lautet: „Der Veranstaltungsort macht DAS FEST einzigartig.“. Auch bei diesen Aussagen sollen die Befragten den Grad ihrer Zustimmung angeben. Durch diese drei Möglichkeiten soll eine möglichst große Spannweite an Optionen abgedeckt werden. Die drei Standorte bilden jeweils typische Veranstaltungsorte für Konzerte und ähnliche Veranstaltungen. Die möglichen Alternativen sollen verschiedene Aspekte für einen Veranstaltungsort abdecken. Das Wildparkstadion ist ein „besonderer“ Ort für Karlsruhe. Dieser Ort ist aufgrund des dort spielenden Fußballvereins (KSC) mit vielen Emotionen verbunden und hat einen gewissen Heimatfaktor in sich. Der Karlsruher Messplatz stellt eine Art „Betonwüste“ dar. Ein Ort, der selbst recht karg und emotionslos wirkt, jedoch durch verschiedene Veranstaltungen, wie der „Karlsruher Mess“ oder Zirkusaufführungen, zum Leben erweckt wird. Ein typischer Veranstaltungsort für verschiedenste musikalische Ver-



Foto 1: Vor dem Beginn der Befragung, ausgestattet mit Fragebogen und Schildern

Foto: M. Weber, A. Kurzeja



Foto 2: Nach der Befragung mit modifizierten Schildern

Foto: M. Weber, A. Kurzeja

anstaltungen ist eine Konzerthalle. Dieser relativ austauschbare Veranstaltungsort bildet die dritte Alternative.

Diese fünf Forschungsfragen werden mit Daten, die quantitativ erhoben werden, beantwortet.

Die letzte Forschungsfrage „Welche Assoziationen haben die Besucher:innen mit DAS FEST?“ wird hingegen durch offene qualitative Fragen beantwortet. Dabei sollen die Befragten angeben, mit welchem Geräusch sie DAS FEST assoziieren und

wie sie die Stimmung auf DAS FEST beschreiben. Mit Hilfe dieser Fragen sollen die Eindrücke der Festivalbesuchenden möglichst subjektiv und individuell wiedergegeben werden. Diese individuellen Antworten sollen bei der Auswertung helfen, die Breite der verschiedenen Eindrücke zu erkennen und wiederzugeben. Bei den quantitativen Fragen werden wiederum gut vergleichbare, jedoch ähnlich individuelle Aussagen gesammelt. Des Weiteren haben offene Fragen weitere Vorteile, wie beispielsweise die höhere Aktivierung der Befragten. Dabei müssen bei offenen Fragen nicht nur Kreuze gesetzt, sondern aktiv eigene Antworten gegeben werden. Somit wird das Interesse an der Meinung des Einzelnen gezeigt. Dieser Effekt wurde ebenfalls durch die Möglichkeit, Anmerkungen und Kommentare zur Befragung abzugeben, verstärkt. Dazu wurden am Ende des Fragebogens entsprechender Platz gelassen.

Erhoben wurden die Antworten am Freitag, dem 22. Juli 2022 und am Samstag, dem 23. Juli 2022, jeweils in drei Zeitslots von 18:00 bis 19:00 Uhr, von 20:00 bis 21:00 Uhr sowie von 22:00 bis 23:00 Uhr. Insgesamt wurden 187 Fragebögen ausgefüllt. Nur einzelne wenige von diesen sind unvollständig. In jedem Zeitslot wurden circa 30 Fragebögen ausgeteilt. Beworben wurde die Umfrage durch Schilder, auf denen das KIT-Logo in großer Schrift zu sehen ist, gefolgt von den Worten „Studentische Umfrage“. Vor der Erhebung wurde ein Einverständnis beim Veranstalter eingeholt, der die Vorgehensweise genehmigte. Durch die Akkreditierung und die enge Kommunikation mit dem Veranstalter war es möglich, die Erhebung reibungslos durchzuführen. Die Umfrage wurde sehr gut angenommen und viele Besuchende erklärten sich bereit, den Fragebogen auszufüllen. Verteilt wurden die Fragebögen an Wegkreuzungen im kostenlosen Bereich des Festes (vgl. Abb. 3, gelbe Kreise).

Im Anschluss an die Erhebung wurden die ausgefüllten Fragebögen kodiert. Dazu wurden die Angaben manuell in das Statistikprogramm SPSS eingefügt. Das Programm ermöglicht es, die Daten übersichtlich nach den benötigten Variablen zu analysieren. Dazu wurden Häufigkeitsanalysen, Mittelwerte und bivariate Verfahren angewendet. Der Übersichtlichkeit wegen wurden beispielsweise Alter und die Gruppengröße der Besuchenden zu Gruppen zusammengefasst. Die aufbereiteten Daten wurden im Anschluss exportiert und graphisch aufbereitet.



Abb. 3: Geländeplan mit Verortung der Befragungsstellen (gelbe Kreise)

Quelle: https://www.dasfest.de/media/220629_fest_gelaendeplan_legende_web.pdf, 2022

Ablauf der Datenerhebung

Zur Beantwortung unserer aufgeworfenen Forschungsfragen haben wir eine Datenerhebung im Feld, während der drei Veranstaltungstage von DAS FEST 2022, vorgesehen. Hierfür bedurfte es der gründlichen Vorbereitung und Planung. So ist es notwendig gewesen, dass wir uns bereits zu Beginn der Vorlesungszeit mit den Veranstaltern von DAS FEST in Verbindung gesetzt haben. Durch die Kommunikation mit den Verantwortlichen und Organisatoren von DAS FEST der Karlsruhe Marketing und Event GmbH konnten uns für die Feldtage Besucherausweise ausgestellt werden, durch welche wir das gesamte nötige Equipment mit auf das Festivalgelände nehmen durften. Um die nötige Aufmerksamkeit für unsere Umfrage generieren zu können, hatten wir die aussagekräftigen Schilder so an den Rucksäcken montiert, dass sie über die Köpfe der Menschenmenge herausragten und als Blickfang dienen konnten. Als Anreiz, an unserer Umfrage teilzunehmen, haben wir unter den Teilnehmer:innen 10x2 Freikarten für DAS FEST 2023 verlost, was wir ebenso auf unseren Schildern deklariert haben.

Mit zehn Klemmbrettern, zahlreichen Kugelschreibern und ausreichend Wasserflaschen im Gepäck begann der erste Befragungsslot am Samstagmittag (siehe Foto 1). Bereits zu Beginn der Befragung stellte sich heraus, dass die Schilder durchaus ihren Zweck erfüllten und die meisten Menschen durch diese auf unsere Befragung aufmerksam geworden sind. Wie in Foto 2 abgebildet, haben wir bei Anbruch der Dunkelheit Lichterketten an unseren Schildern befestigt, damit diese auffälliger erschienen. Es stellte sich des Wei-

teren heraus, dass Wegegabelungen, Kreuzungen sowie die Wartebereiche vor den Essenständen und Toiletten ein guter Standort für die Befragung darstellten. An diesen Stellen verlangsamten viele Besucher:innen ihre Gehgeschwindigkeit oder bleiben stehen, um zu warten oder sich zu orientieren. Auf diese Weise sind viele Besucher:innen auf unsere Schilder und unser Anliegen aufmerksam geworden, wodurch wir meist ohne weiteres Zutun von den Besucher:innen angesprochen und um einen Fragebogen gebeten wurden. In Abbildung 3 sind die Stellen durch gelbe Markierungen gekennzeichnet, an welchen wir die meisten Besucher:innen befragt haben. Aufgrund der hohen Nachfrage unserer Umfrage haben wir keine Zufallsstichprobe initiiert, sondern den Besucher:innen die Teilnahme ermöglicht, welche uns angesprochen haben. So haben wir kein festes Schema verfolgt, nur beispielsweise jede zehnte passierende Person um eine Teilnahme zu bitten. Nur wenige Besucher:innen, haben aufgrund unserer Initiative an unserer Umfrage teilgenommen.

Nach dem letzten Tag unserer Befragung sind insgesamt 187 Fragebögen bei uns eingegangen.

Wer besucht DAS FEST?

Um den typischen DAS FEST Besucher zu identifizieren, haben wir folgende Variablen genutzt: Alter, berufliches Anstellungsverhältnis, Gruppengröße und Herkunft der Besucher:innen nach Postleitzahl des Wohnortes. Zuerst erfolgt der Blick in die Altersstruktur. Der Abbildung 4 ist zu entnehmen, dass sich 99 der 184 Personen, welche ihr Alter angegeben haben, in der Altersspanne von 18 bis 25 Jahren wiederfinden. Dies entspricht der Mehrheit mit 54%.

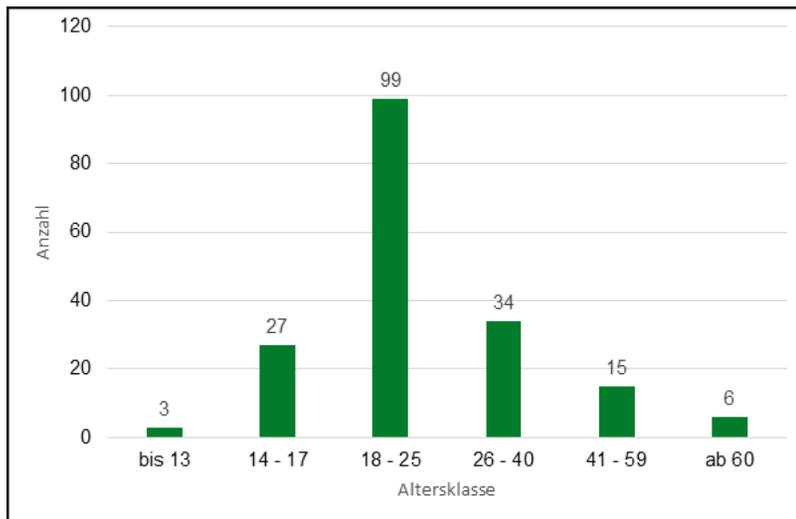


Abb. 4 : Altersstruktur der befragten DAS FEST Besucher:innen nach Altersklassen (N=184)

Quelle: Eigene Darstellung

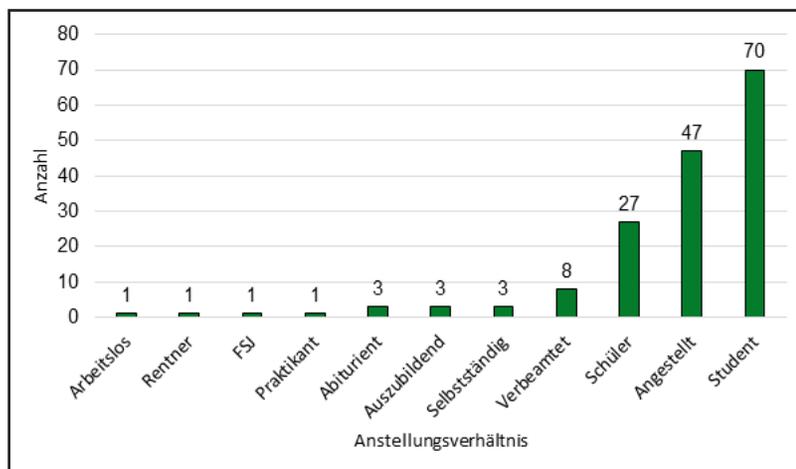


Abb. 5 : Besucheranzahl nach beruflichem Anstellungsverhältnis (N=165)

Quelle: Eigene Darstellung

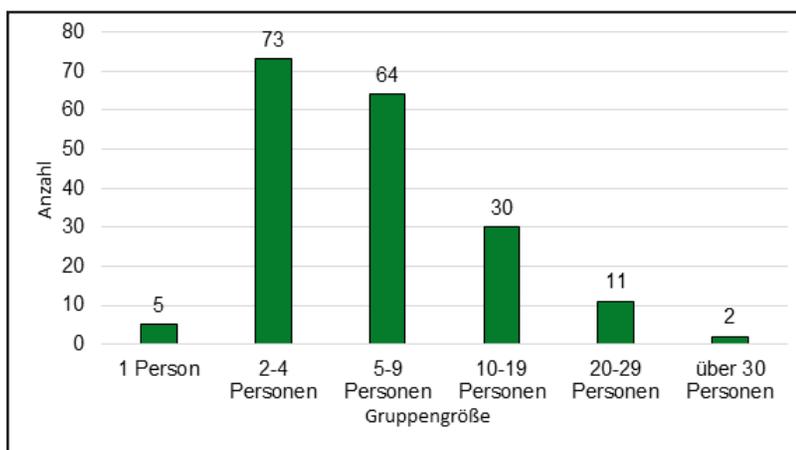


Abb. 6: Besucher:innen nach Gruppengröße (N=185)

Quelle: Eigene Darstellung

Wie aus Abbildung 5 über das berufliche Anstellungsverhältnis hervorgeht, befinden sich 42% der Befragten in einem Studium. Die zweitgrößte Gruppe stellt die Angestellten mit 28% dar, wor-

auf mit 16% die Personengruppe der Schüler:innen folgt. Dieser Befund deckt sich mit dem hohen Anteil an Personen bis 25 Jahre. 64% besuchen das Festival bereits zum wiederholten Male. Besuche allein sind die Ausnahme, die meisten Gäste sind in Gruppen mit einer Größe von bis zu vier Personen unterwegs. Abbildung 6 verdeutlicht, dass DAS FEST meist sogar in wesentlich größeren Gruppen besucht wird.

Eine weitere essentielle Frage zur Charakterisierung eines typischen DAS FEST Besucher stellt der jeweilige Wohnort der Besucher:innen dar.

Abbildung 7 stellt das Einzugsgebiet der befragten DAS FEST Besucher:innen dar. Dies geschieht in Gestalt von größenproportionalen Kreisen für die Anzahl an Besucher:innen aus dem jeweiligen Postleitzahlgebiet. Man erkennt, dass die meisten Besucher:innen ihren Wohnsitz in der Stadt oder im Landkreis Karlsruhes haben, wohingegen auch Besucher:innen von weiter entfernten Gegenden wie dem Saarland, der Pfalz, sowie dem Breisgau und dem Raum Stuttgart den Weg zu DAS FEST finden. Diese stellen jedoch den wesentlich geringeren Anteil von der Gesamtzahl der Besucher:innen dar. Fasst man die Erkenntnisse der Datenanalyse zusammen, so verdichten sich die Ergebnisse zu einem typischen DAS FEST Besucher. Abbildung 8 fasst die zentralen Untersuchungsergebnisse der ersten Forschungsfrage zusammen. Laut den erhobenen Daten sind die typischen DAS FEST Besucher:innen Student:innen im Alter zwischen 18 und 25 Jahren. Sie wohnen im Raum Karlsruhe und besuchen DAS FEST meist mit Freunden in einer Gruppenstärke von zwei bis vier Personen, um ihre Freundschaften bzw. sozialen Kontakte zu pflegen. Kramer und Maier bestätigen dies mit ihren Untersuchungsergebnissen. Auch hier geben ein wesentlicher Anteil der Befragten (21%) an, DAS FEST zu besuchen, um Zeit mit Freunden verbringen zu können (Kramer & Maier, 2014).

Was macht DAS FEST besonders attraktiv für Besucher:innen?

Die zweite Forschungsfrage befasst sich mit den Besonderheiten von DAS FEST. Dazu wurden Aussagen formuliert, die einzelne Beweggründe für einen Besuch von DAS FEST angeben. Zu diesen Beweggründen zählt beispielsweise der Kontrast zwischen regionalen und internationalen Bands. Weitere Aspekte sind das Verpflegungsangebot und das Rahmenprogramm. Letzteres fasst sämtliche Aktivitäten, die auf DAS FEST angeboten wer-

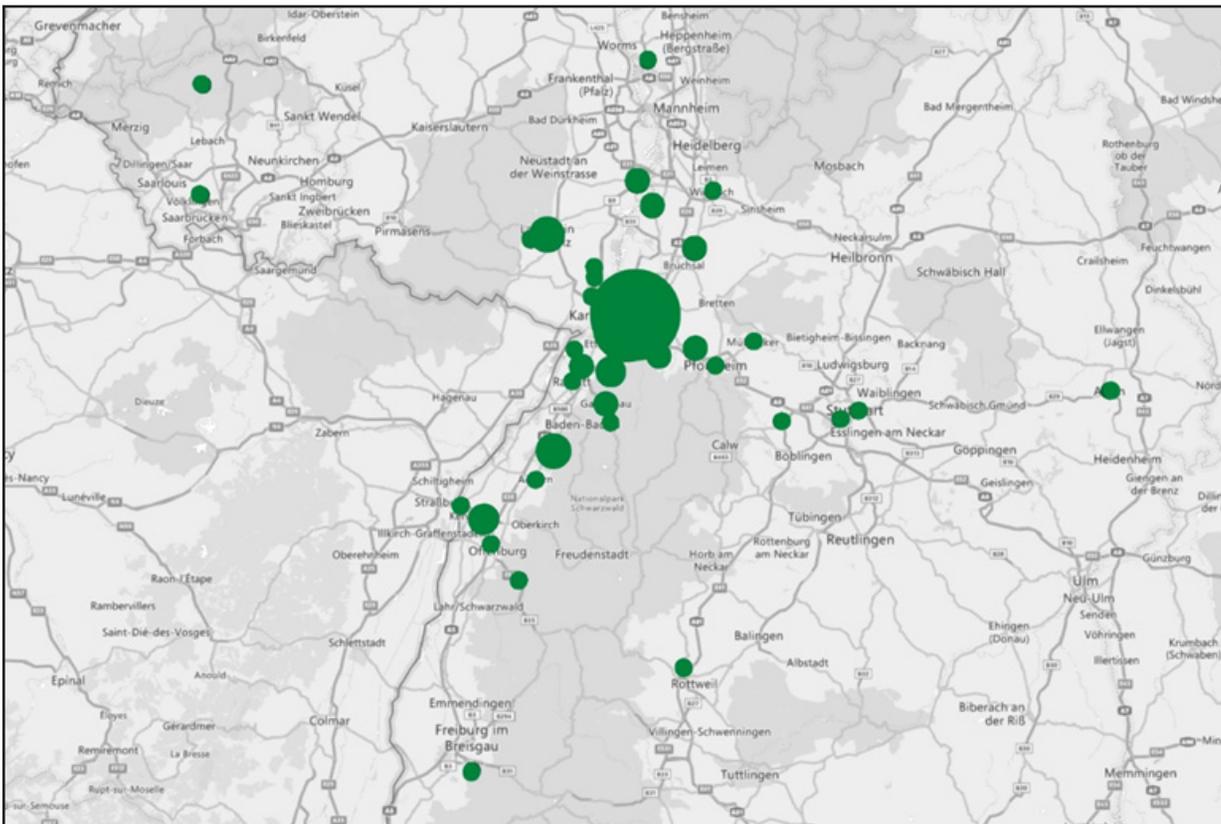


Abb. 7: Einzugsgebiet von DAS FEST – Wo kommen die Besucher:innen her? (Kreisgröße von Karlsruhe entspricht 112 Besucher:innen)

Quelle: Eigene Darstellung

den, zusammen. Dazu zählen beispielsweise Spiel- und Mitmachangebote für Kinder beziehungsweise Familien. Zudem wurde die soziale Komponente eingebunden, die zwischen Stimmung und sozialen Kontakten differenziert. In den Fragebögen werden diese Aussagen explizit als Grund für den Besuch formuliert. Anhand der ausgefüllten Fragebögen wurde analysiert, wie die Zustimmung zu den einzelnen Aussagen verteilt ist. Diese Verteilung ist in Abbildung 9 visualisiert.

Aus der Datenauswertung geht hervor, dass die Aussagen zur Stimmung und den sozialen Kontakten die größte Zustimmung erhalten. Diesen beiden Aussagen stimmen jeweils über 80% der Befragten zu. Zudem sind über 80% der Umfrageteilnehmenden der Meinung, dass das Verpflegungsangebot, das DAS FEST bietet, groß ist. Die regionalen Bands und das Rahmenprogramm bilden nur bei 35% der Befragten einen Beweggrund für den Besuch von DAS FEST. Anhand der Daten lässt sich erkennen, dass DAS FEST vor allem durch die Stimmung geprägt ist. Auch das Pflegen sozialer Kontakt spielt eine große Rolle. Dieser Befund deckt sich mit den Erkenntnissen zur Gruppengröße der Besucher:innen. Es wurde belegt, dass DAS FEST nur von wenigen Besucher:innen alleine besucht wird. Für 50% der Befragten spielen auch interna-

tionale Bands bei der Entscheidung, DAS FEST zu besuchen, eine Rolle. Dabei steht vermutlich die Möglichkeit, bekannte Bands und große Stars vor der eigenen Haustür zu sehen, im Vordergrund. Das Verpflegungsangebot, das DAS FEST bietet, wird zwar von sehr vielen als groß angesehen, jedoch bildet dieses keinen starken Beweggrund für einen Besuch. Dieser Umstand ist vermutlich den relativ hohen Preisen geschuldet.

Der Fragebogen hat zusätzlich einen Bereich, in dem die Befragten Anregungen, Kritik oder sonstige Anmerkungen eintragen können. Dieser wurde von einigen dazu genutzt, um auf die hohen Prei-

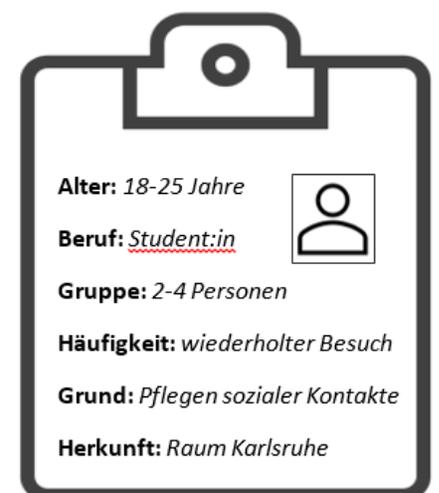


Abb. 8: „Steckbrief“ des typischen DAS FEST Besuchers

Quelle: Eigene Darstellung

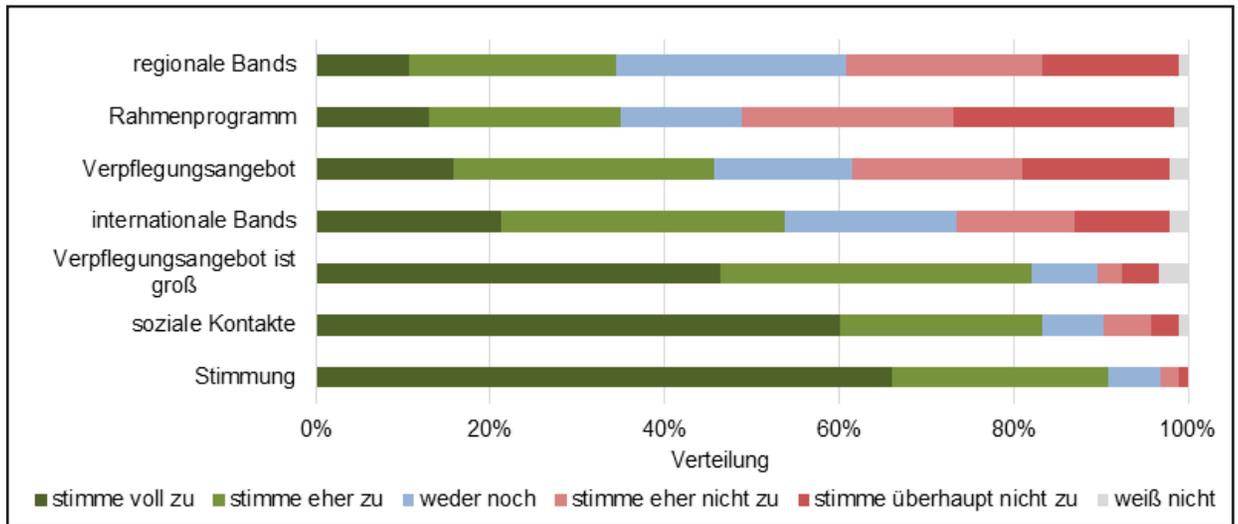


Abb. 9: Beweggründe für einen Besuch von DAS FEST

Quelle: Eigene Darstellung

se der Verpflegung und Getränke hinzuweisen. Festzuhalten ist, dass für die Befragten vor allem die Stimmung des Festivals und das Pflegen der sozialen Kontakte im Vordergrund steht. Auch internationale Bands und das Verpflegungsangebot sind Gründe, die Menschen dazu bewegen, DAS FEST zu besuchen. Das Rahmenprogramm und die regionalen Bands spielen wiederum eine untergeordnete Rolle bei der Entscheidung, DAS FEST zu besuchen.

Eine weitere Aussage in diesem Block lautet: „DAS FEST ist ein einzigartiges Festival.“ Die Visualisierung zu dieser Aussage wurde aufgrund ihrer Aussagekraft separat dargestellt. Die in der Abbildung 10 dargestellte Verteilung der Zustimmung zeigt deutlich, dass drei Viertel der Befragten der

Aussage zustimmen, dass DAS FEST ein einzigartiges Festival ist. Nur 7 % sind gegenteiliger Meinung. Dabei ist zu beachten, dass das Wort einzigartig von jedem Befragten anders interpretiert werden kann. Beispielsweise ist DAS FEST das größte Festival in der Günther-Klotz-Anlage und auch in Karlsruhe. Daher ist es für Karlsruhe einzigartig. Das „einzigartig sein“ kann jedoch auch auf das Musikangebot bezogen werden. Sicherlich vereinigt DAS FEST viele verschiedene Musikrichtungen, jedoch sind diese relativ „Mainstream“. Ein Befragter, der einen ausgefallenen Musikgeschmack hat, bewertet DAS FEST unter Umständen als weniger einzigartig. Auch die Günther-Klotz-Anlage als Veranstaltungsort hat einen besonderen Charakter. Die Parkanlage mit verschlungenen Wegen, den Teichen und nicht zuletzt dem „Mount-Klotz“ erzeugen eine besondere Atmosphäre, die von den Befragten als mehr oder weniger einzigartig wahrgenommen wird. Der Begriff Atmosphäre ist absichtlich allgemein gehalten. Jeder Befragte interpretiert ihn vermutlich anders. Dadurch wird die Möglichkeit gegeben, die Stimmung selbst zu beschreiben. Mit diesem Begriff ist die Stimmung gemeint, die durch die Symbiose aus Raum, Klang und Besucher:innen entsteht. Die Antworten zeigen, wie individuell die Wahrnehmung in Bezug auf diese Aussage sein kann. Dennoch lässt sich erkennen, dass DAS FEST von dem Großteil der Befragten als positiv und von der Hälfte der Befragten sogar als sehr positiv wahrgenommen wird.

Wie wird das Musikangebot auf das Fest wahrgenommen?

Wie das Musikangebot auf DAS FEST wahrgenom-

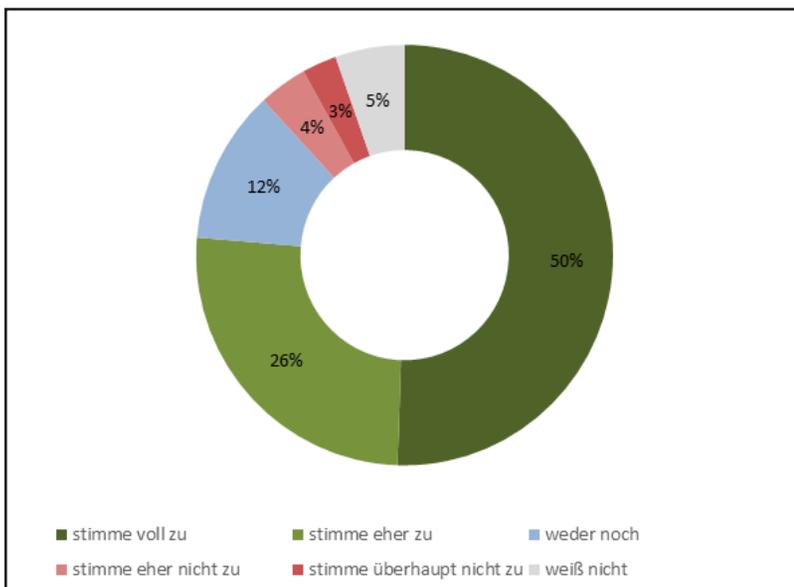


Abb. 10: Prozentuale Darstellung der Zustimmung zur Aussage: „DAS FEST ist einzigartig“

Quelle: Eigene Darstellung

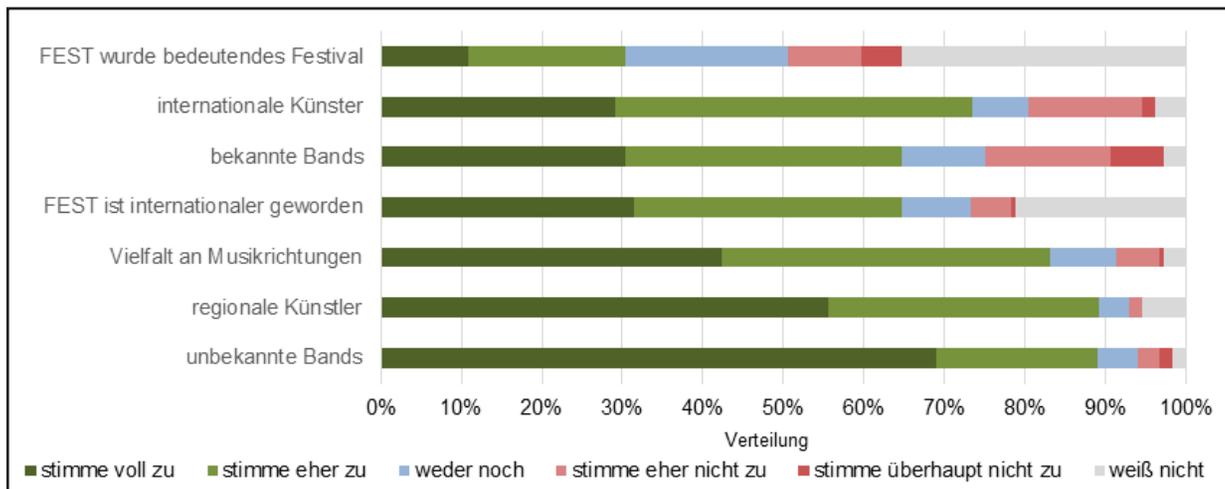


Abb. 11: Bewertung des Musikangebotes

Quelle: Eigene Darstellung

men wird, ist der Betrachtungspunkt der dritten Forschungsfrage. Um diese Frage zu beantworten, werden die Probanden wiederum um die Angabe des Maßes an Zustimmung zu einzelnen vorformulierten Aussagen gebeten. Diese sind in dieser Frage jedoch allgemeiner formuliert. Es geht um die Wahrnehmung der Besucher:innen in Bezug auf DAS FEST. Dabei werden verschiedene Aspekte angesprochen und die Befragten sollen zustimmen, inwiefern Sie der Meinung sind, dass DAS FEST diese Gesichtspunkte bietet.

Bei der Betrachtung der Abbildung 11 fällt zuerst der hohe Anteil derer auf, die „weiß nicht“ angeben. Diese treten vor allem bei den Fragen zur Entwicklung von DAS FEST auf. Zum einen wird die Aussage aufgestellt, dass sich DAS FEST von einem kleinen und regionalen Festival zu einem bedeutenden Festival gewandelt hat. Bei dieser Frage haben 35% der Befragten die Antwortmöglichkeit „weiß nicht“ ausgewählt. Zum anderen wurde die Aussage, „Das Künstleraufgebot von DAS FEST ist in den letzten Jahren internationaler geworden.“ von über 20% der Befragten mit „weiß nicht“ beantwortet. Diese beiden Fragen behandeln, wie sich DAS FEST im Laufe der Zeit verändert hat. Gerade bei Besucher:innen, die DAS FEST nicht seit vielen Jahren besuchen, ist es wahrscheinlich, dass diese die Entwicklung von DAS FEST nicht kennen und folglich „weiß nicht“ angegeben haben. Wie aus der Literaturrecherche hervor geht, hat sich DAS FEST tatsächlich zu einem großen Festival, das jedes Jahr tausende Besucher anzieht, entwickelt. Zu den kleinen, regionalen Bands, die damals auf DAS FEST gespielt haben, sind im Laufe der Zeit immer größere, bekanntere Stars hinzugekommen. In der Wahrnehmung der Besucher:innen ist DAS FEST

vor allem für seine regionalen Bands und eher unbekanntes Künstler bekannt. Den beiden Aussagen, die diese Punkte betreffen stimmten jeweils knapp 90% der Befragten zu. Auch die Vielfalt an Musikrichtungen wird von den Befragten wahrgenommen, 83% stimmen der Aussage zu. Diese wird vor allem durch die verschiedenen Bühnen, auf denen Musik verschiedener Genres gespielt wird, erzeugt.

Insgesamt ist die Zahl der Befragten, die den Aussagen zustimmen, abgesehen von der Frage nach der Aussage über die Entwicklung zu einem bedeutenden Festival, hoch.

Welche weiteren Beweggründe gibt es - abseits des Musikangebotes - DAS FEST zu besuchen?

Der in der Überschrift gestellten Frage wird im zweiten Frageblock der Umfrage nachgegangen. Zusätzlich wurde auf dem Fragebogen auch die Frage gestellt „Was hebt DAS FEST von anderen Veranstaltungen ab?“. Zu dieser Frage wurden neun Antwortmöglichkeiten vorgegeben, ein weiteres Feld konnte zur individuellen Beantwortung genutzt werden. Von diesen Auswahlmöglichkeiten sind in den folgenden Abbildungen die ausgewählt, die sich nicht auf das Musikangebot beziehen.

Anhand der Abbildung 12 lässt sich erkennen, dass die Anlage und die Atmosphäre des Veranstaltungsortes von vielen Befragten als Charakteristika angesehen werden, die das FEST von anderer Veranstaltungen abheben. Auch die sozialen Kontakte und die Stimmung des Festivals werden hier oft ausgewählt. Das Rahmenprogramm und die Verpflegungsmöglichkeiten stellen, wie auch in

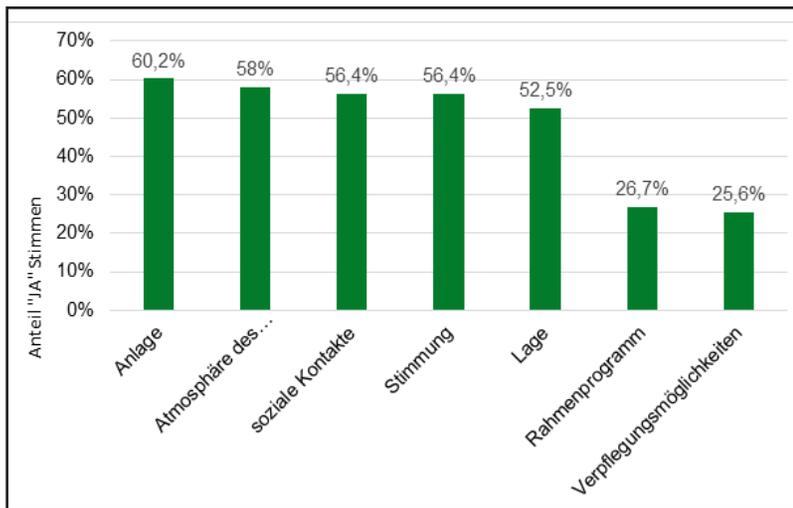


Abb. 12: Antworten zu: „Was hebt DAS FEST von anderen Veranstaltungen ab?“

Quelle: Eigene Darstellung

dem zweiten Fragenblock, nur untergeordnete Eigenschaften dar. Bei der Betrachtung fällt zudem auf, dass es nicht den einen Faktor gibt, der von jedem Befragten ausgewählt wird, sondern verschiedene, die von verschiedenen Befragten unterschiedlich stark gewichtet sind.

Weitere Aussagen, die in dem Bereich für sonstige Besonderheiten von DAS FEST eingetragen wurden, betreffen das Verpflegungsangebot, den Veranstaltungsort und das Rahmenprogramm. Auch das große kostenfreie Angebot wird erwähnt. Diese Möglichkeit, eigene Aspekte zu erwähnen, wurden jedoch nur von weniger als 10 % der Befragten genutzt.

Welchen Stellenwert hat der Veranstaltungsort (Günther-Klotz-Anlage) für DAS FEST?

DAS FEST – im Herzen der Stadt Karlsruhe. Eines der markanten Charakteristika des Sommerfestivals stellt die Lage des Veranstaltungsortes inmit-

ten der Stadt dar. Die Naherholungsanlage, welche ihren Namen dem ehemaligen Karlsruher Bürgermeister Günther Klotz verdankt, erstreckt sich im südwestlichen Teil der Stadt entlang der Alb. Ein Gelände und ein Standort, welcher von vielen Veranstaltungsverantwortlichen und Eventplanern eher suboptimal für ein Event solcher Größe und mit so großen Menschenmassen angesehen wird (Eck, 2016). Große Festivals erfordern ein umfangreiches Sicherheitsmanagement und bestimmte Voraussetzungen für die Logistik. Bereits Mitte der 80er Jahre hatte das Festival in der Günther-Klotz-Anlage debütiert und hat sich, obwohl es seinem Veranstaltungsort mittlerweile entwachsen erscheint, seither nicht mehr von seinen geographischen Wurzeln entfernt. Ein klares Indiz dafür, dass der Veranstaltungsort und das Festival nicht zusammen gewachsen, sondern viel mehr zusammengewachsen sind.

Laut Abbildung 12 hebt vor allem der Veranstaltungsort selbst (Günther-Klotz-Anlage) DAS FEST von anderen Festivals ab. Um dieser Frage weiter nachzugehen, welchen Stellenwert die Günther-Klotz-Anlage als Veranstaltungsort für DAS FEST darstellt, haben wir die Besucher:innen mit einem fiktiven Standortwechsel des Festivals konfrontiert. Hierfür wurden drei verschiedene Karlsruher Örtlichkeiten als alternativer Veranstaltungsort zur Auswahl gegeben.

Aus Abbildung 13 ist zu entnehmen, dass die Akzeptanz gegenüber der Verlegung in das Wildparkstadion relativ hoch ist. Nahezu 50% der 185 Teilnehmer:innen würden die Austragung in der hiesigen Sportstätte befürworten. Die Akzeptanz gegenüber einer potenziellen Austragung auf dem Karlsruher Messplatz ist geringer, wobei die Verlegung in eine Konzerthalle auf den geringsten Zuspruch stößt. Nahezu 70% würden einen Wechsel in eine geschlossenen Konzerthalle nicht zustim-

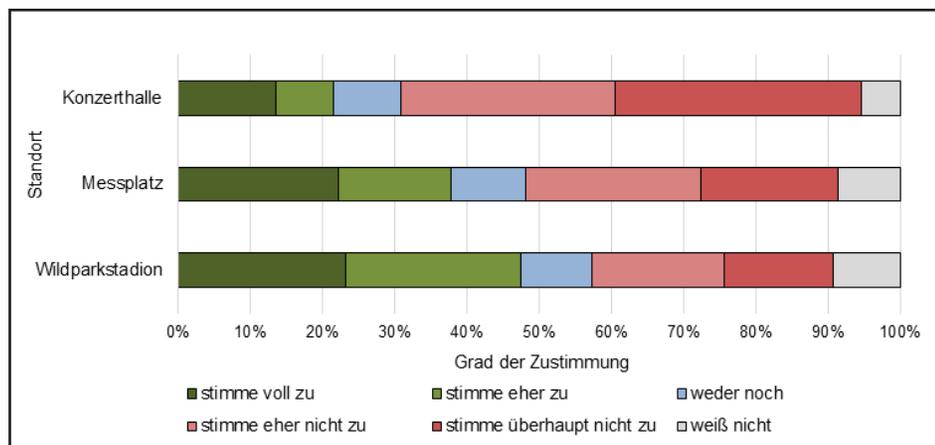


Abb. 13: Bewertung anderer möglicher Veranstaltungsorte: „Akzeptanz für Verlegung von DAS FEST an andere Standorte“

Quelle: Eigene Darstellung

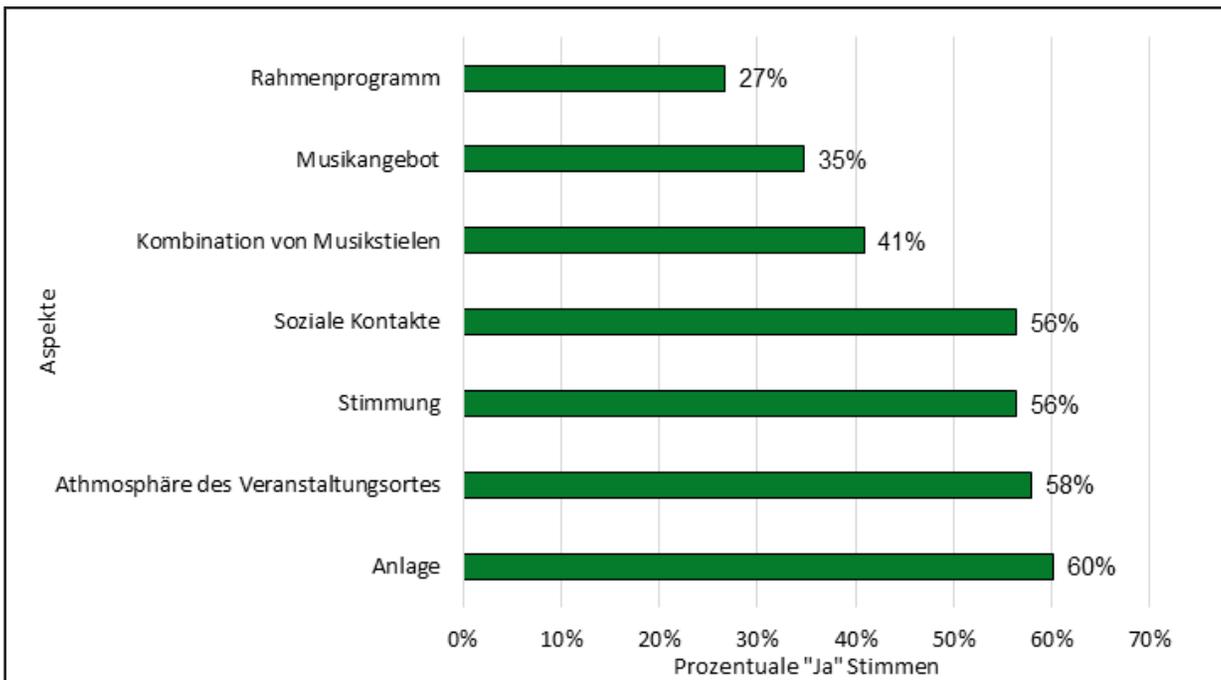


Abb. 14: Bedeutung des Veranstaltungsortes für DAS FEST: „Stimmen Sie zu, dass der Aspekt DAS FEST von anderen Festivals abhebt?“

Quelle: Eigene Darstellung

men und stünden diesem Vorschlag kritisch gegenüber. Die erhebliche Divergenz in der Akzeptanz zwischen einem Konzertsaal und den Veranstaltungsorten unter freiem Himmel, könnte durch den Open-Air Charakter von DAS FEST erklärt werden. So scheint das Open-Air Konzept von DAS FEST einen wichtigen Punkt für viele Besucher:innen darzustellen. In einer weiteren Frage wurden die Teilnehmer:innen um Stellungnahme zu den, ihrer Meinung nach, wesentlichen Alleinstellungsmerkmalen des Festivals gebeten.

Wie Abbildung 14 zu entnehmen, empfinden 60% der 181 Befragten die Günther-Klotz-Anlage als Veranstaltungsort als wesentliches Alleinstellungsmerkmal für das Fest. Des Weiteren pflichteten 58% der Aussage zu, dass die Atmosphäre des Veranstaltungsortes einen wesentlichen Beitrag zur Identität von DAS FEST beisteuert.

Welche Assoziationen haben die Besucher mit DAS FEST?

Abschließend interessiert uns, was die Besucher:innen assoziativ mit DAS FEST verbinden. Hierdurch versprechen wir uns Rückschlüsse darauf, welchen Eindruck die sinnliche Erfahrung des Festivals durch seine zahlreichen Reize bei den Besucher:innen hinterlässt.

Hierfür haben die Umfrageteilnehmer:innen Geräusche genannt, welche sie mit DAS FEST in Verbindung bringen. Da sich einige Angaben gleichen,

wurden die Ergebnisse in Gestalt von Wortwolken aufbereitet. Die Häufigkeit der Wortnennungen hängt direkt mit der Schriftgröße zusammen.

So kann man in Abbildung 15 vor allem vier Geräuschassoziationen identifizieren, welche besonders häufig genannt wurden. Die Begriffe Bass, Musik, laut und Lärm sind häufige Assoziationen der Besucher:innen, was darauf schließen lässt, dass Musik sowie eine hohe Lautstärke und weitere, eventuell auch störende Geräusche ein wesentliches Charakteristikum des Festivals darstellen. Die Aufmerksamkeit und der Fokus der Besucher:innen liegen somit wohl deutlich auf



Abb. 15: Wortwolke „Mit welchem Geräusch verbindest du DAS FEST?“

Quelle: Eigene Darstellung



Abb. 16: Wortwolke „Wie würdest du die Stimmung auf DAS FEST beschreiben?“

Quelle: Eigene Darstellung

dem musikalischen Geschehen auf den Bühnen des Geländes. Bei der Frage nach der assoziativen Beschreibung der Stimmung auf DAS FEST fällt auf, dass ausschließlich positiv sowie neutral konnotierte Assoziationen genannt werden.

Wie in Abbildung 16 dargestellt, wird die Stimmung auf dem Festival überwiegend als (sehr) gut, entspannt, ausgelassen sowie familiär beschrieben.

Fazit

In dieser Forschungsarbeit haben wir uns damit beschäftigt, welche Bedeutung DAS FEST für seine Besucher:innen hat. Wir haben nach den Gründen gefragt, weshalb so viele Menschen Jahr für Jahr DAS FEST besuchen und es zu einem so großen Festival machen. Welche Faktoren spielen dabei eine Rolle und welche Assoziationen verbinden die Befragten mit dem großen Familienfestival? Hierdurch wollten wir dazu beitragen, die Symbiose aus Raum und Klang zwischen der Günther-Klotz-Anlage und dem Festival DAS FEST näher zu beleuchten und aus humangeographischer Perspektive mit Hilfe empirischer Methoden neue Erkenntnisse über die Karlsruher Institution zu sammeln.

Zunächst wurde festgestellt, wie sich die Teilnehmer:innengruppe in unserer Befragung auszeichnet. Der typische DAS FEST-Besucher ist demnach ein:e Student:in im Alter von 18 bis 25 Jahren, wohnt in Karlsruhe oder der näheren Umgebung und besucht DAS FEST zum wiederholten Male. Dabei ist er in der Regel nicht alleine, sondern in einer Gruppe von zwei bis vier Personen unterwegs. Auch größere Gruppen sind dabei häufig vertreten. Daran lässt sich ebenfalls erkennen, dass vor allem soziale Kontakte und die Stimmung ausschlaggebende Gründe sind, DAS FEST

zu besuchen. Das Rahmenprogramm, welches sich besonders an junge Besucher und deren Familie richtet, wird von den Befragten eher nicht als ausschlaggebender Grund angegeben. Die Möglichkeit, große und bekannte Bands in der Günther-Klotz-Anlage zu sehen und zu erleben, spielt bei der Entscheidung eine wesentliche Rolle, DAS FEST zu besuchen. Bei unserer Forschungsarbeit sowie Befragung stand auch der Veranstaltungsort Günther-Klotz-Anlage im Mittelpunkt und wie dieser die Identität des Karlsruher Festivals beeinflusst. Laut den Befragungsergebnissen stellt die Lage eine wichtige Eigenschaft des Festivals dar und trägt zu der typischen Stimmung auf DAS FEST bei. Ein alternativer Veranstaltungsort für das Festival würde einen großen Einfluss auf die Atmosphäre haben und wird von den befragten Besucher:innen eher kritisch angesehen. So stellt die zentrale Lage der Günther-Klotz-Anlage mit ihrer guten Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln und dem Fahrrad, sowie ihre Gestaltung einen wesentlichen Erfolgsfaktor für DAS FEST dar. Die Vermutung, dass die Günther-Klotz-Anlage im Laufe der Jahre eng mit der Identität von DAS FEST zusammengewachsen ist und eine ganz besondere Art der Symbiose aus Raum und Klang darstellt, sehen wir durch die Ergebnisse unserer Untersuchung als bestätigt. Gerade diese Tatsache scheint sich auf das angenehme „Klima“ und die familiäre, angenehme und entspannte Stimmung des traditionsreichen Festivals auszuwirken.

Kritik und Reflexion

Wir sind uns im Klaren darüber, dass diese Umfrage durch die Größe der Stichprobe (187 ausgefüllte Fragebögen) im Verhältnis zu der Anzahl der Gesamtbesucher (250.000) nicht als repräsentativ anerkannt werden kann. Jedoch sind wir mit unseren Ergebnissen sehr zufrieden und konnten unsere Forschungsfragen beantworten. Eine größere Stichprobe wäre für zwei Forschende in dieser begrenzten Zeit nicht möglich gewesen. Während der Datenerhebung haben wir festgestellt, dass wir durch unsere Schilder, mit denen wir auf unsere Umfrage aufmerksam machen wollten, einen Einfluss auf die Befragten gehabt haben. Auf diesen war das KIT-Logo groß abgebildet, gefolgt von den Worten „Studentische Umfrage“. Hierdurch konnte eventuell der Eindruck entstehen, dass sich diese Umfrage ausschließlich an Studierende gewendet hätte. Des Weiteren wurde die Umfrage abends durchgeführt. Familien besuchen DAS FEST ver-

mutlich eher mittags. Daher lässt sich annehmen, dass diese Besuchergruppe, die sich verstärkt mit dem Rahmenprogramm befasst, in dieser Umfrage unterrepräsentiert ist. Nichtsdestotrotz war es mit Hilfe der Umfrage möglich, die eingangs gestellten Forschungsfragen zu beantworten. Durch die Anwendung unseres Fragebogens im Feld haben wir einen wesentlichen Lerneffekt erfahren. Die einfache und eindeutige Formulierung der Fragen ist von existenzieller Wichtigkeit bei der Ausführung einer Datenerhebung, vor allem bei solch einem Ausmaß. Anhand mancher Nachfragen haben wir im Nachhinein festgestellt, dass gewisse Formulierungen nicht für jeden absolut eindeutig zu verstehen waren. Dies stellt einen wesentlichen Lerneffekt und Mehrwert für uns dar, durch welchen wir die Ausformulierungen der Fragen in den nächsten Untersuchungen noch umsichtiger ausarbeiten werden. Hierbei kann es von Vorteil sein, die Fragen vor der Vervielfältigung der Fragebögen von mehreren Personen gegenlesen und auf ihre Verständlichkeit prüfen zu lassen. Betrachtet man den gesamten Prozess unserer Forschungsarbeit, sind wir jedoch sehr zufrieden mit dem Endresultat unserer Untersuchung. Wir bedanken uns bei allen Unterstützer:innen, Studienteilnehmer:innen sowie vor allem bei den sehr zuvorkommenden Verantwortlichen der KME Karlsruhe Marketing und Event GmbH, durch deren Hilfe unsere Forschungsarbeit in diesem Ausmaß erst möglich gemacht werden konnte. |||

LITERATUR

- Bouché, I., Wiktorin, D., Bräunche, E. O., Ludäscher, P., & Kramer, C. (2014). Atlas Karlsruhe: 300 Jahre Stadtgeschichte in Karten und Bildern [Map]. Kulturstiftung der Sparkasse Karlsruhe ; Emons.
- Eck, H. D. (2016). Erfolgsfaktoren von Musikfestivals. https://monami.hs-mittweida.de/frontdoor/deliver/index/docId/5308/file/Bachelorarbeit_Erfolgsfaktoren_von_Musikfestivals_David_Ec.pdf
- ka-news. (2010, März 17). Sponsoren, Spender, Stehrommler: „Das Fest“ kommt wieder in Gang | ka-news. [ka-news.de. https://www.ka-news.de/kultur/regional/sponsoren-spender-stehrommler-das-fest-kommt-wieder-in-gang-art-370563](https://www.ka-news.de/kultur/regional/sponsoren-spender-stehrommler-das-fest-kommt-wieder-in-gang-art-370563)
- KME Karlsruhe Marketing und Event GmbH. (2022). DAS FEST 2022: Karlsruhe. <https://www.dasfest.de/>
- Kramer, C., & Maier, A. (2014). DAS FEST. In: O. Bräunche, C. Kramer, P. Ludäscher, A. Zibat, & D. Wiktorin (Hg.), Atlas Karlsruhe. 300 Jahre Stadtgeschichte in Karten und Bildern (S. 222-223). Emons.
- Mayer, A. (2012). Das Fest Karlsruhe. Vom Newcomerfestival zum kommerziellen Großevent.

SUMMARY

DAS FEST or just a festival after all?

by Maximilian Weber, André Kurzeja

This study deals with „DAS FEST“ in Karlsruhe. This open-air and music festival takes place on four days every July in the public park ‚Günther-Klotz-Anlage‘. It attracts over 250,000 visitors per year. The survey addresses six key research questions. These address the socioeconomic characteristics of respondents, the motivations for why respondents attend THE FEST, and their evaluation of the music offerings. Furthermore, we are interested in associations with which the visitors associate DAS FEST and how they individually evaluate the atmosphere at DAS FEST.

From the evaluated data, it can be seen that the catchment area of DAS FEST extends especially to Karlsruhe and the surrounding area. The visitors are mainly students and employees, in the young adult age (between 18 and 25 years). Based on the size of the groups in which the respondents visit DAS FEST, it can be seen that maintaining social contacts is a major motivation for visiting DAS FEST. Another reason is the possibility to see and experience big, well-known bands in the Günther-Klotz-Anlage. Our survey also focused on the venue. We showed that the location is important for the event. The facility, through its accessibility and design, also influences whether a visitor decides to attend THE FEST.

AUTOR:INNEN

MAXIMILIAN WEBER, geb.: 2000, NwT/Geographie B.Ed., uitof@student.kit.edu

ANDRÉ KURZEJA, geb.: 1996, NwT/Geographie B.Ed., unqfy@student.kit.edu

Temporalität des Wohnens und Arbeitens

Zu den Auswirkungen postmoderner Wohn-, Arbeits- und Lebenspraktiken

Wohnen wird sowohl in der realen Lebenswelt als auch in der Wissenschaft vorwiegend als etwas Beständiges und Dauerhaftes beschrieben. Phänomene wie zeitlich begrenzte Wohnarrangements, Fluktuation und Multilokalität werden auch heute noch eher als die Ausnahme angesehen. Durch eine zunehmende Beschleunigung des Lebens und gestiegene Mobilitäten kommt es zu veränderten Lebens-, Wohn- und Arbeitswelten.

Am Institut für Geographie und Geoökologie des KITs startete im April 2022 ein von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) finanziertes Projekt, das sich diesem Thema widmet. Ziel ist, die Einflüsse der Temporalität des Wohnens und des Lebens auf z.B. die emotionale Beheimatung der Menschen und deren Alltagspraktiken zu untersuchen. Die beiden Großstädte Frankfurt am Main und Leipzig sind die Untersuchungsräume, um dieses Phänomen gemeinsam wissenschaftlich zu beleuchten.

Angelehnt an das DFG-Projekt beschäftigt sich dieses Methodenorientierte Projektseminar mit der Gruppe der Studierenden, die schon immer zu den typischen temporär Wohnenden zählen. Die Karlsruher Studierenden werden diese Gruppe an den beiden Standorten Frankfurt und Leipzig in den Fokus nehmen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Wohnen: Wahl des Ortes, Wohnungssuche, Wohnungsmarkt, Wohnformen

Studium und Arbeit: Studienfachwahl, Finanzierung, Nebenjobs, berufliche Pläne

Mobilität: Wege im Alltag, Verkehrsmittel, Qualität uvm.

Temporalität: gelebte Temporalität, Wohnen auf Zeit, Multilokalität, in Zeiten von Corona

Heimat: emotionale Bindung, wichtige Orte, soziale Bindungen, soziales Umfeld

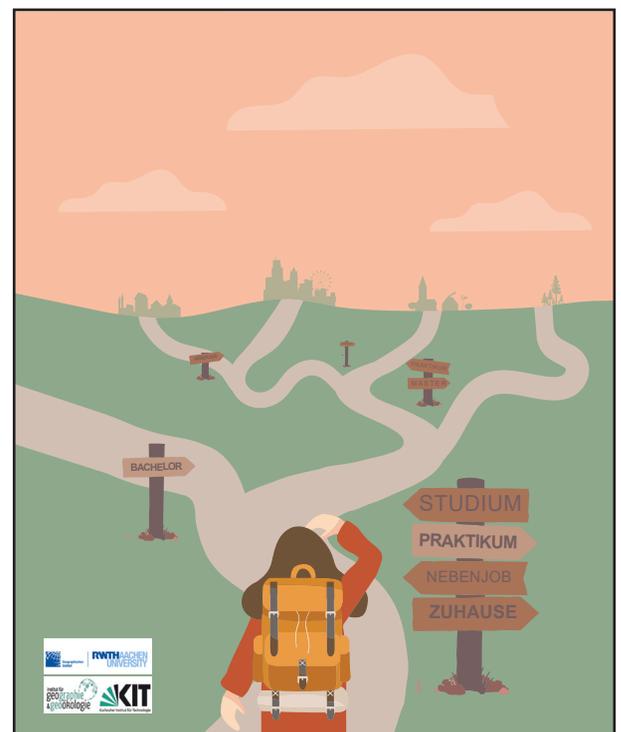
Ansprechpartner:

Prof. Dr. Caroline Kramer

Lehrstuhl für Humangeographie
Tel.: +49 721 608-43728
caroline.kramer@kit.edu

Leonie Wächter

Wissenschaftliche Mitarbeiterin am IFGG
Tel.: +49 721 608-43484
leonie.waechter@kit.edu



Wo wohnen und studieren?

Quelle: IFGG

Gemeinsam Stadt_Machen: Ein interaktives CitizenLab mit der Karlsruher Südstadt

THEMENSCHWERPUNKTE

Was gefällt den Menschen an der Südstadt und was gefällt ihnen nicht?

Wie funktionieren die Nachbarschaften?

Was können alle tun, damit das Leben in der Südstadt nachhaltiger wird

Wir möchten gemeinsam mit den Bewohner:innen der Karlsruher Südstadt herausfinden...

- was sie an ihrem Stadtteil besonders schätzen, was sie gerne verbessern möchten,
- wo sie sich welche Nutzungen/ welche Veränderungen wünschen,
- in welchen Bereichen sie Unterstützung durch öffentliche Einrichtungen erhalten, wo sie fehlt,
- wie Kinderkrippen, -gärten, Schulen im Quartier funktionieren, wie sie in den Alltag eingebunden sind,
- wie sich die Menschen in der Nachbarschaft unterstützen, welche Formen bewährt sind,
- wie die Menschen wohnen, wie sie ihr Zusammenleben gestalten,
- wie die Geschäftsinhaberinnen und -inhaber ihre Situation bewerten,
- wie der Stadtteil nachhaltiger gestaltet werden kann.

Dazu werden wir uns zusammen mit den Studierenden des Instituts für Regionalwissenschaft in diesem anwendungsorientierten Projektseminar transdisziplinär, partizipativ und transformativ wichtigen Fragen der Stadtforschung widmen. Mit einer Auftaktveranstaltung am 18.4.2023 hat das Gespräch mit den Bewohner:innen, mit zivilgesellschaftlichen Akteur:innen aus Stadtverwaltung, Vereinen, lokalen Gewerbetreibenden begonnen, das in der Projektwoche Anfang Juli weiter vertieft werden wird. Mit der Nutzung des MobiLabs (siehe Bild) sind digitale interaktive Beteiligungsmöglichkeiten vorhanden, mit deren niedrigschwelligem Zugang neue Gruppen angesprochen können, die bisher wenig an Partizipationsprozessen beteiligt waren.



MobiLab

Foto: Judith Müller



Auftaktveranstaltung vom CitizenLab

Foto: Agnes Matoga

Ansprechpartner:

Prof. Dr. Caroline Kramer

Lehrstuhl für Humangeographie

Tel.: +49 721 608-43728

caroline.kramer@kit.edu

Madeleine Wagner

Wissenschaftliche Mitarbeiterin am IFGG

Tel.: +49 721 608-43844

madeleine.wagner@kit.edu

IMPRESSUM

Herausgeber

Karlsruher Institut für Technologie - KIT
 Institut für Geographie und Geoökologie (IFGG)
 Humangeographie
 Kaiserstraße 12
 Gebäude 10.50
 76131 Karlsruhe, Germany
 www.kit.edu

Redaktionsleitung

Prof. Dr. Caroline Kramer

Layout

Niklas Kraus

Druck

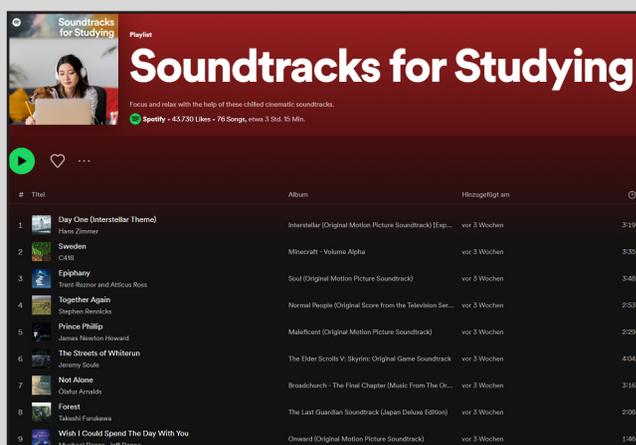
Mail Boxes Etc., Karlsruhe

Titelfoto:

Sounds von Karlsruhe - Kollage: N. Kraus, A. Erne, L. Breuer

Copyright

Alle Rechte vorbehalten. Ein Nachdruck darf nur mit Einwilligung der Herausgeber erfolgen.



DIE Playlist für Studierende?

Quelle: Spotify

