



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Die Oper im Zeitalter ihrer digitalen Reproduzierbarkeit – Der Einfluss von Internet-Streaming auf die Kunstform Oper und ihre Rezeption“

verfasst von / submitted by

Jakob Pitzer, Bakk. BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien / Vienna, 2018

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Mag. Dr. Petra Herczeg

Für Mama und Papa

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	7
2. Digitalisierung und Oper.....	11
2.1. Kultursparte im Wandel der Digitalisierung.....	11
2.2. Neue Geschäftspraktiken durch Digitalisierung.....	14
2.3. Ausgestaltung der digitalen Streaming-Technologie.....	18
3. Aktuelle Situation der Oper in Wirtschaft und Gesellschaft.....	20
3.1. Gesellschaftliche Existenzberechtigung der Oper.....	20
3.2. Neue Formen der Opern-Rezeption.....	23
4. Klassisches Opernpublikum.....	29
4.1. Zusammensetzung des klassischen Opernpublikums.....	31
4.2. Motivation des klassischen Opernpublikums.....	35
5. Opernübertragung als intermediales Produkt und Reproduktion.....	40
5.1. Definition und Einordnung von Intermedialität.....	41
5.2. Internet-Stream als Benjamin'sche Reproduktion.....	44
6. Oper und Fernsehen.....	49
6.1. Klassische Fernsehrezeption und Live-Prinzip.....	49
6.2. Rezeption von Opernübertragungen im Fernsehen.....	53
7. Bildschirmvermittelte Oper.....	59
7.1. Reibungspunkte von Oper und Bildschirm.....	59
7.2. Vermittlungsfaktoren des Medienüberganges von Bühne auf Bildschirm.....	62
7.3. Anpassung der filmischen Mittel.....	70
8. Fazit Literaturanalyse.....	75
9. Hypothesenformulierung.....	83
9.1. Frage 1: Unterschiede im Konsum von Internet-Streams und Vorstellungen vor Ort.....	83
9.2. Frage 2: Gründe für Internet-Streaming von Opern.....	89
9.3. Frage 3: Meinung über Internet-Streaming von Opern.....	92
10. Befragung: Rezeptionspraxis und Sichtweisen von Internet-Streams am Beispiel der Wiener Staatsoper.....	96
10.1. Forschungsmethode.....	96
10.2. Aufbau der Befragung.....	97
10.3. Ausführung der Befragung.....	101
11. Auswertung der Befragung.....	107
11.1. Gültigkeit und allgemeine Erkenntnisse.....	107
11.2. Hypothesenüberprüfung und Interpretation.....	109
12. Schlussbetrachtung.....	121
12.1. Zusammenfassung der Ergebnisse.....	121
12.2. Fazit und Ausblick.....	122
13. Quellen.....	126
14. Anhang.....	137
14.1. Auswertungsgrafiken.....	137
14.2. Fragebogen Deutsch.....	144
14.3. Fragebogen Englisch.....	149
Abstract.....	154

Abbildungsverzeichnis

Abb. 01: Soziale Zusammensetzung der Opernbesucher im Kino und im Opernhaus (Reuband 2013: S. 237).....	24
Abb. 02: Bevorzugung von Opernhaus oder Kino für Opernaufführung (Reuband 2013: S. 241).....	25
Abb. 03: Häufigkeit des Besuchs der Bayrischen Staatsoper nach Veranstaltungsort – hier nur Operngänger (Hering 2018: S. 362).....	26
Abb. 04: Opern- und Eventprofil im Vergleich (Hering 2018: S. 367).....	27
Abb. 05: Screenshot aus dem Live@Home-Newsletter vom Juni 2018.....	103
Abb. 06: Lieblingskomponisten der Stream-RezipientInnen.....	108
Abb. 07: Alter der Stream-RezipientInnen.....	109
Abb. 08: Ausbildung der Stream-RezipientInnen.....	110
Abb. 09: Häufigkeit Live-Stream-Rezeption.....	111
Abb. 10: Nebentätigkeiten während Stream-Rezeption.....	112
Abb. 11: Bedeutungszuschreibungen Opernbesuch.....	114
Abb. 12: Bedeutungszuschreibungen Live-Streaming.....	114
Abb. 13: Gründe für das Abschließen eines Abonnements.....	116
Abb. 14: Meinungen über das Streaming.....	118
Abb. 15: Zusammenfassung der Erkenntnisse.....	121

1. Einleitung

Die Oper im Zeitalter ihrer digitalen Reproduzierbarkeit. Dieser Titel ist natürlich eine Hommage an Walter Benjamins legendären Aufsatz „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“, dem in dieser Arbeit ein ganzes Unterkapitel gewidmet wird (5.2.). Erstmals erschien dieser Aufsatz 1936, die letzte überarbeitete Fassung stammt von 1939. Benjamin beschreibt darin, was mit einem Kunstwerk passiert, wenn es massenhaft reproduziert wird. Seine Ausführungen müssen vor dem Hintergrund der damals vorherrschenden Umstände gesehen werden. Während das Kino längst seine Blütezeit erreicht hatte, war das Fernsehen gerade in den Kinderschuhen. Eine massenweise Verbreitung audiovisuellen Materials war zum Teil bereits im Gange, eine Ausweitung des Ausmaßes kündigte sich an (vgl. z.B. Prommer 2016: S. 21ff. und Goebel 1950).

Heute liegt ein ähnlicher Umstand mit der Digitalisierung und dem Internet vor. Laut einer Umfrage im Jahr 2017 nutzen 86% der ÖsterreicherInnen mindestens mehrmals in der Woche das Internet (vgl. INTEGRAL 2017: S. 3). Es liegt also bereits eine starke Verbreitung der Internetnutzung vor, der Einzug in die verschiedensten Lebensbereiche ist aber wohl noch lange nicht endgültig vollzogen und in seinen Ausmaßen auch nur schwer abschätzbar.

Die Digitalisierung gibt jedenfalls in vielen Bereichen vor, was Personen und Institutionen zu tun haben, um nicht den Anschluss zu verlieren (vgl. z.B. Knaf 2010: S. 132ff. und Baltes/Freyth 2017: S. 5ff.). Natürlich sind auch lang eingesessene Medienformen davon nicht unbetroffen, wie zahlreiche Anpassungs-Versuche von Kulturinstitutionen zeigen (mehr dazu im Kapitel „3.2. Neue Formen der Opern-Rezeption“).

Die Rezeptionsweise der Kunstform Oper, von einem bestimmten Platz aus das Geschehen auf einer Bühne zu verfolgen, ist seit Jahrhunderten nahezu unverändert. Wie aus den Darstellungen dieser Arbeit noch klar werden wird, ist diese Rezeptionsweise aber auch unbedingt notwendig für das Fortbestehen der Kunstform. Trotzdem wird ihr nicht erspart bleiben, sich den Vorgaben der Digitalisierung zu einem gewissen Grad zu beugen, denn einer derartigen Vielzahl an konkurrierenden Unterhaltungsprodukten war sie in all den Jahren noch nie ausgesetzt (vgl. z.B. Bermbach 2018: S. 42).

Ein Weg, den Opernhäuser einzulegen versuchen, ist das Zeigen ihrer Vorstellungen online über Streaming. Beispiele hierfür sind etwa die Streaming-Plattformen der Wiener Staatsoper

(staatsoperlive.com) oder der Bayrischen Staatsoper (staatsoper.tv). Gerade in Zeiten von Netflix und Co. feiert das personalisierte und flexible Aufrufen von Medieninhalten im Internet seine große Geburtsstunde. In Österreich benutzen bereits fast 20% der über 14-Jährigen das Netz für Streaming- oder Video-On-Demand-Angebote (vgl. Media Analyse 2017). Dass die Opern dabei oft live gezeigt werden und somit – zumindest was die zeitliche Komponente angeht - alles andere als flexibel aufrufbar sind, ist paradox, gehört aber zur Eigenheit von Bühnenstücken. Vielmehr ist der Event-Charakter möglicherweise sogar ihre Stärke, die sie von anderen alltäglichen Medienformen unterscheidet.

Um den Bogen zu Benjamins legendären Worten zurück zu spannen, sei jedenfalls geschrieben, dass die technische bzw. digitale Reproduktion der Oper mit zahlreichen, zum Teil nicht auf den ersten Blick klaren Umständen auftritt, die es wert sind, betrachtet zu werden.

Ob sich die Oper im Zeitalter ihrer digitalen Reproduzierbarkeit zurechtfindet, könnte nicht nur für die Frage ihrer eigenen Existenz bedeutend sein, sondern auch viel über das Fortbestehen anderer alteingesessener Kunst- und Vermittlungsformen aussagen. Ein Interesse an der Betrachtung dieses Umstands sollten also nicht nur AnbieterInnen von Opern, sondern auch jene von anderen Kulturveranstaltungen haben, seien es Theatervorstellungen, Performances, Konzerte, Ausstellungen, Vorträge oder Vergleichbares. Außerdem ist es mit Sicherheit auch für andere AnbieterInnen von Medieninhalten im Internet nicht unerheblich, welche Produkte sich dort wie, warum und für wen präsentieren.

Trotz des Anscheins eines special-interest Nischenproduktes ist das Thema relativ umfangreich – zumindest, wenn man die äußeren Umstände in das Erkenntnisinteresse der Arbeit miteinbezieht. Dies ist aber unbedingt notwendig, um die forschungsleitende Frage zu beantworten, die auch im Untertitel der Arbeit enthalten ist:

Welchen Einfluss hat Internet-Streaming auf die Kunstform Oper und ihre Rezeption?

Um Antworten auf all die Fragen rund um das digitale Reproduzieren von Opern liefern zu können, bietet es sich an, sich vom Grundlegenden zum Speziellen vorzuarbeiten. Es ist also unerlässlich, bei der Digitalisierung zu beginnen und bei der konkreten Rezeptionssituation beim Streamen von Opern zu landen. Durch das Behandeln der äußeren Umstände, die vor allem in Form von Digitalisierung und Ausgestaltung des Publikums vorliegen, der konkreten Beschreibung von

bildschirmvermittelten Opern und des Vorgangs des Medienübergangs, begleitet durch eine eigene quantitative Befragung einer regelmäßigen Rezeptionsgruppe, sollten viele der Fragen, die durch den Einfluss von Internet-Streaming auf die Kunstform Oper und ihre Rezeption auftreten, beantwortet sein.

Bei der Digitalisierung ist vor allem interessant, was sie für die Oper bedeutet, und warum es überhaupt für Opernhäuser notwendig ist, an Internet-Streaming zu denken, womit die Voraussetzungen abgeklärt werden. Im Zentrum ist dabei natürlich das Internet. Damit in Verbindung stehen Ausführungen über die gesellschaftliche Bedeutung des Internets und die Wandlung der Gesellschaft im Allgemeinen. Die Veränderungen betreffen zwar die meisten Sparten, für diese Arbeit ist aber naheliegender Weise der Kulturbereich von besonderem Interesse.

Sind diese Fragen abgeklärt, muss genauer erläutert werden, in welcher Situation sich die Oper in dieser von den verschiedensten Umständen beeinflussten Zeit befindet. Dabei wird über die aktuellen Ansprüche der Kunstform nachgedacht und auch ihre Existenzberechtigung hinterfragt. Aufgrund der angeführten Gegebenheiten wird sich herausstellen, dass neue Präsentationsweisen von Oper gefragt sind.

Ob ein Produkt Erfolg hat oder nicht, entscheiden jene Personen, die es verwenden. Eine Betrachtung des Publikums der Oper ist also unumgänglich. Auch wenn ein zu vermutendes Ziel von Internet-Streaming ist, ein junges Publikum zu generieren, wäre es naiv, zu glauben, dass das bisherige keine Bedeutung mehr für das Streaming hätte. Es muss also geklärt werden, wer das Publikum ist und warum es überhaupt Opern konsumiert.

Sind mit der Betrachtung der aktuellen Situation der Oper und des Publikums die äußeren Umstände ausreichend beschrieben, folgt gemäß der Reihenfolge eine Analyse des Vorgangs, der passiert, wenn ein Medium mit einem anderen verbunden wird bzw. in dieses umgewandelt wird. Wenn Oper auf einem Bildschirm gezeigt wird, erfolgt ein Medienübergang, der aus dem Bühnenstück einen Bildschirm-Inhalt kreiert.

Danach erfolgt die Beschreibung des Verhältnisses der Oper zu dem Medium, das als der wohl bisher wichtigste „Container“ ebenjener Reproduktionen den wahrscheinlich größten Einfluss auf die Rezeptionsweise und Ästhetik von Internet-Streams hat: Das Fernsehen.

Das letzte rein durch Literaturbetrachtung behandelte Thema beschäftigt sich sehr konkret mit Oper, die über einen Bildschirm vermittelt wird. Ein sehr großer Teil dieses Kapitels ist die Kritik an

bildschirmvermittelter Oper, die sich durch alle Teilbereiche zieht. Denn es sind sich alle AutorInnen einig, dass eine Übertragung mit vielen Kompromissen behaftet ist, die es zu erwähnen und zu beachten gibt. Es geht in diesem Kapitel vorrangig um inhaltliche und gestalterische Mittel.

Der letzte Teil der ist gleichzeitig der größte. Es handelt sich dabei mit einer eigenen quantitativen Online-Befragung von RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper um den empirischen Teil der Arbeit. Wie sich herausstellt, wurde dem Streaming-Publikum in der Literatur noch recht wenig Aufmerksamkeit zugestanden – natürlich auch, weil Streaming noch nicht lange solche Ausmaße hat, wie durch Netflix und Co (vgl. Media Analyse 2017).

Es soll zunächst festgestellt werden, wer die RezipientInnen von Streams überhaupt sind. Sind es regelmäßige OperngeherInnen? Sind sie jünger als das klassische Opernpublikum? Sind sie mit den Publika der anderen „neuen Präsentationsweisen“ (Oper im Kino, Public-Viewing-Oper) vergleichbar?

Außerdem soll die konkrete Rezeptionspraxis ermittelt werden, indem die Befragten zum Beispiel angeben sollen, wie sich die Planung eines Streams von der zu einem Opernbesuch unterscheidet oder welche Tätigkeiten während des Streams noch ausgeführt werden. Eine zentrale Vergleichsfrage beschäftigt sich mit dem Unterschied der Bedeutung bestimmter Elemente. Ist etwa das Dirigat oder das Orchester bei der Aufführung im Saal wichtiger als beim Stream?

Von Bedeutung sind natürlich auch die Gründe für Internet-Streaming. Dabei gilt es herauszufinden, ob sich diese wirklich mit Konsequenzen der Digitalisierung in Verbindung bringen lassen.

Der letzte wichtige Interessenspunkt beschäftigt sich mit der Meinung über Opern, die über das Internet gestreamt werden. Dazu gehört zum Beispiel nicht nur die Frage, ob Opern durch Streaming an Bedeutung verlieren, sondern auch, ob Streaming nach Meinung der Befragten überhaupt geeignet ist, den Inhalt angemessen zu vermitteln.

2. Digitalisierung und Oper

Die Digitalisierung ist wohl der aktuell wichtigste Einflussfaktor für den Wandel der Oper, der Kultur allgemein und deren Rezeption. Medien werden aufgrund der von Individualisierung und Mobilität geprägten Veränderung unserer Gesellschaft immer wichtiger, weshalb auch eine *Durchdringung der Kommunikations- und Mediensysteme in allen Lebensbereichen* zu beobachten ist (vgl. Knaf 2010: S. 132ff.). Dieses Kapitel soll zeigen, warum es für alteingesessene Institutionen wie die Oper überhaupt wichtig ist, so etwas wie Internet-Streaming anzubieten. Geklärt wird dabei, was die Digitalisierung für die Kultur und die Medien bedeutet, wie sich Unternehmen an die neuen Gegebenheiten anpassen müssen und was es technisch gesehen überhaupt bedeutet, etwas zu „streamen“.

2.1. Kultursparte im Wandel der Digitalisierung

Natürlich werden Veränderungen stets kritisch betrachtet - besonders in der Anfangszeit. Man denke nur an das Aufkommen der ersten modernen Formen der Massenkommunikation. Diese wurden von Künstlern sehr ambivalent gesehen: Einerseits wurde die schwierige Steuerung als positiv erachtet, um den institutionell abgesicherten Künsten und KünstlerInnen entgegenzuwirken und so leichter eine avantgardistische Kunst zu etablieren. Andererseits wurde kritisiert, dass durch Massenkommunikation eine Nivellierung von Kultur vorangetrieben werde (vgl. Becker 2011: S. 7). Die Form des Streamings von Opern, wie sie heute ist, ist eindeutig eine Wandlung der Art, wie Opern rezipiert werden. Wenn über solche Neuerungen im Zusammenhang mit intensiviertem Wettbewerb, der Globalisierung, einem erhöhten Innovationsdruck und der Radikalität des aktuell notwendigen Wandels sprechen, hat man meist die Entwicklung der Technologie vor Augen. Diese allein ist aber nicht der einzige Treiber des Wandels. Es hat sich nämlich auch in der Gesellschaft, die derzeit stark von der Generation Y mitgestaltet wird, allerhand geändert: Wertvorstellungen, Lernverhalten, Sozialinteraktion und Statsudenken. Die Bereitschaft, schneller neue Entwicklungen aufzunehmen und sein Verhalten oder Gewohnheiten anzupassen, ist ausgeprägter als früher. Damit haben sich auch Kundenverhalten und -erwartungen gewandelt (vgl. Baltes/Freyth 2017: S. 4). Ein wichtiger Grund für diesen Wandel sind die immer kürzer werdenden Adaptionzeiten, bis sich ein Produkt am Markt durchgesetzt hat (vgl. Baltes/Freyth 2017: S. 7).

Viele Fans trauern den alten Zeiten nach, in denen man gemeinsam Filme auf dem physikalischen Medium Film, auf VHS-Kassetten oder ähnlichem schaute. Auch DVDs findet man inzwischen nur noch vereinzelt in Geschäften. Dixon stellt fest, dass Filmschauen im 21. Jahrhundert mehr und mehr zu einer einsamen Tätigkeit wird, bei der jedeR eine perfekte digitale Kopie eines Films auf einem mobilen Gerät oder dem TV-Gerät aufdrehen kann und den Rest der Welt um sich ausschaltet (vgl. Dixon 2013: S. 23). Es ist absehbar, dass viele Technologien, die wir heute für selbstverständlich halten, in nicht allzu ferner Zukunft nicht mehr existieren bzw. abgelöst werden. Andererseits entstehen eben auch zahlreiche neue Vermittlungsformen, es werden mehr Filme, Videos und Fernsehprogramme als je zuvor produziert und jedeR hat durch das Internet die Möglichkeit, gehört zu werden (vgl. Dixon 2013: S. 13).

Die durch die Digitalisierung und das Internet erwachsenen Möglichkeiten haben also eine *produktionsdemokratisierende* Auswirkung. Es sind sowohl die Distribution, als auch die Produktion erweitert und vereinfacht worden. Wer früher noch in einen Plattenladen gehen oder vor dem Radiogerät oder dem TV-Gerät auf seine Musik warten musste, kann heute aus quasi unendlichen Quellen schöpfen (vgl. Ahlers/Jacke 2012: S. 1). Ein wichtiger Grund, warum sich Streaming durchsetzen wird (bzw. dies bereits getan hat), ist, dass die zahlreichen On-Demand-Services immer leichter auf den Geräten der NutzerInnen zugänglich sind. Man ist nicht mal mehr an das stationäre TV-Gerät gebunden. Die Barrieren für eine umfassende Akzeptanz beim Publikum sind gefallen (vgl. Dixon 2013: S. 23). Ein weiterer Grund ist, dass es viel billiger ist, einen Film zu streamen, als ihn zu kaufen. Auch wenn es noch DVD-SammlerInnen gibt - die Meisten wollen einen Film genau zu einem bestimmten Zeitpunkt sehen, und das nur einmal. Für viele NutzerInnen ist der Konsum nach dem Motto „watch it and forget it“ inzwischen der Normalfall (vgl. Dixon 2013: S. 23f.).

Was dabei beachtet werden sollte, ist, dass das Internet vorrangig kein Speicher-, sondern ein Distributionsmedium ist. Inzwischen geht die Verteilung der Daten ausreichend schnell, sodass eine Archivierung zunehmend überflüssig wird. PessimistInnen beschwören durch das ständige Wachsen des Internets einen stetigen Erinnerungsverlust der Menschheit und ein Verlorengehen in der Informationsflut. OptimistInnen sehen die Vorteile, die durch die im Internet erwachsenen Freiräume gegeben sind. Sie sehen die neuen Möglichkeiten der individuellen und sozialen Kreativität, die zum Teil mithilfe künstlicher Intelligenz ermöglicht wird (vgl. Ahlers/Jacke 2012: S. 3).

Optimistisch ist auch Mandel, wenn sie über den „barrierefreien“ Zugang von Kunst im Internet

schreibt (vgl. Mandel 2014: S. 18). Für sie gilt im Netz *Fehlerfreundlichkeit und Mut zum Experiment* und lobt die lockere Stimmung, wodurch auch die Übergänge zwischen Rezeption und Produktion fließend sind (vgl. Mandel 2014: S. 23f.). Diese Auflösung der Grenzen und die wachsende Verbreitung von Online-Medien bedeuten eine Veränderung bezüglich mehrerer Komponenten: Medienangebot, Mediennutzung, medienerschaffende Akteure und den unmittelbar involvierten Wirtschaftsbereichen. Der Pool an Möglichkeiten medial vermittelter Kommunikation hat sich durch das Internet gegenüber vorherigen Medieninnovationen noch erweitert (vgl. Kolo 2010: S. 284).

Neue Technologien haben bei dieser Entwicklung nicht ausschließlich, aber doch bedeutend mitgespielt. Sie sind dafür verantwortlich, dass neue Innovationen möglich sind, und, dass Online-Medien so erfolgreich verbreitet werden konnten (vgl. Kolo 2010: S. 284). Vieles des heute etablierten Medienangebots wurde vor kurzem noch als neu wahrgenommen. Während Medien, die mit dem Internet zu tun haben, für viele Erwachsenen noch die „Neuen Medien“ darstellen, sind Jugendliche und junge Erwachsene bereits damit aufgewachsen. Für sie sind sie selbstverständlicher Teil des Alltagsleben (vgl. Kolo 2010: S. 286). Dies bedeutet zwar einerseits, dass der Umgang mit diesen Medien geübt wird und Medienkompetenzen erlernt werden. Andererseits bringt dies aber *den Verlust überkommener Kulturtechniken und die Erosion der Tradition* mit sich, was durchaus auch auf die Opernrezeption Einfluss nimmt. Bermbach befürchtet im Zusammenhang mit diesem Umbruch in der Gesellschaft den Verlust von verbindlichen moralisch-ästhetischen Maßstäben sowohl im privaten, als auch im öffentlichen Bereich, vor allem im Bezug auf die ästhetische Orientierung (vgl. Bermbach 2018: S. 41).

Dies bringt neue Verantwortung mit sich und erfordert neue Kompetenzen, die erlernt sein wollen. Hier sind Bildungseinrichtungen gefordert, dem möglichst schnell nachzukommen, damit eine Teilhabe am kulturellen Treiben gegeben ist. Die Tatsache, dass bereits viele kulturelle Einrichtungen Streamingplattformen und Ähnliches aufbauen, zeigt, dass sie in den Bereichen Vermittlung und Pädagogik immer weniger auf Gesprächs- oder Familienveranstaltungen und pädagogisch gerichtete Projekte setzen, sondern ein neues, „digitales“ Publikum ansprechen wollen. Aufgrund der Überalterung der „Abo-Generation“ ist es notwendig, ebenjene junge, medienaffine Zielgruppe zu erreichen (vgl. Ahlers/Jacke 2012: S. 4f).

Schmidt, der Betreiber des Portals br-klassik.de, hebt die multimediale Musikvermittlung als immer wichtiger hervor und konstatiert ihr wachsende bildungspolitische Bedeutung in Zeiten, in der Klassik sowohl im Konzertsaal als auch im Tonträger- oder im Radiobereich immer weniger

HörerInnen findet und in denen in den Schulen immer weniger Musikunterricht angeboten wird. Er streicht die Vorteile der zeitsouveränen und individuell-selektiven Nutzung von miteinander vernetzten Schrift-, Bild- und Toninformationen auf technischen Plattformen hervor. Es gibt keine Beschränkung mehr auf eine einzige Medienform oder eine lineare Zeitdramaturgie (vgl. Schmidt 2007: S. 76).

2.2. Neue Geschäftspraktiken durch Digitalisierung

Dass die Medien-Industrie also längst im Transformationsprozess ist, liegt nahe. Der IT-Konzern IBM veröffentlichte beispielsweise ein White Paper mit dem Namen „Personal TV: The future of broadcasting“. Auch wenn Publikationen von Unternehmen – besonders, wenn sie die eigene Branche betreffen – immer mit Vorsicht zu zitieren sind, so seien hier mangels vergleichbarer anderer Umfragen kurz die interessanten Ergebnisse erwähnt, die der IT-Konzern IBM bei einer Befragung von 2.542 KonsumentInnen in Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien und dem Vereinigten Königreich erlangt hat:

Demnach konsumieren noch 57% der Befragten terrestrisches Fernsehen. 41% schauen Pay TV, 55% Free TV und 22% zahlen für Online-TV-Services wie zum Beispiel Netflix. Weiters wird berichtet, dass bereits 56% auf Tablet-PCs TV-Programme schauen, 83% auf Computer und 68% auf Smartphones (Toole/Giesen/Maghera/Ross/Whitaker 2015: S. 3).

In Bezug auf die „neuen Sehgewohnheiten“ stellt IBM fest, dass 32% der KonsumentInnen lieber zu einem selbst gewählten Zeitpunkt Programm konsumieren und nicht live oder geplant. 79% glauben, dass sie in den nächsten 12 Monaten mehr heruntergeladenes Programm schauen, und 25% sehen keinerlei Hindernisse für TV-Konsum über das Internet (Toole/Giesen/Maghera/Ross/Whitaker 2015: S. 5).

IBM fordert in dem White Paper Content-Anbieter auf, sich den neuen Gegebenheiten anzupassen (Toole/Giesen/Maghera/Ross/Whitaker 2015: S. 2f):

There are three key imperatives for broadcasters: address the growing demand for non-linear, reinvent the customer experience, and transform the broadcast business. (...) broadcasters need to deliver a user experience that is more compelling than the many other options available, on the devices that have redefined people's general expectations of a customer experience.

Die schnellen und radikalen Wandlungen sind für Unternehmen herausfordernd und werden oft nicht erkannt. Um ein Paradebeispiel aus einer verwandten Branche zu nennen, sei auf die Verdrängung der früheren „Big Player“ am Handy-Markt, wie Nokia, durch Apple und Samsung hingewiesen (vgl. Baltes/Freyth 2017: S. 5f). Etablierten Unternehmen bleibt oft nur wenig Zeit, um auf Veränderungen reagieren zu können. Auch wenn die wirtschaftliche Situation eines Unternehmens also gerade gut ist, kann eine Veränderung absolut notwendig sein, was Führungskräfte oft in Erklärungsnot bringt, wenn sie Neuerungen durchsetzen wollen. Das Gefühl der Dringlichkeit ist in einer solchen Situation manchmal nicht leicht zu argumentieren (vgl. Baltes/Freyth 2017: S. 11).

Es sind zwei Bereiche besonders hervorzuheben, die von der Digitalisierung beeinflusst sind: die Unternehmenskommunikation und das Anpassen der Geschäftsfelder.

Das sogenannte Web 2.0 – auch Social Web genannt – bietet Kulturbetrieben und KünstlerInnen neue Wege, sich der Öffentlichkeit zu präsentieren. Auf kostengünstige Weise kann die Bekanntheit gesteigert, neues Publikum erschlossen werden, der eigene Ruf verbessert oder auch Rückmeldung eingeholt werden. Letzteres hat zur Folge, dass Personen wie MitarbeiterInnen, Stakeholder und BesucherInnen, einbezogen werden, die früher weniger bedacht wurden. Es muss die Bereitschaft dazu da sein, auch negatives Feedback zu erhalten und die Kontrolle über Botschaften zum Teil abzugeben (vgl. Janner 2014: S. 167f.).

Um Aufmerksamkeit in den Tiefen des Internets und seinen Marktplätzen des Web 2.0 zu erregen, ist vor allem Eines wichtig: Die Vermarktung. Auf dem gesättigten Musikmarkt beispielsweise wird es immer schwieriger, aufzufallen. Es empfiehlt sich also, auf ausgeklügelte Strategien zurück zu greifen. Für noch unbekannte MusikerInnen empfiehlt es sich etwa, den Menschen, der Musik macht, in das Zentrum zu rücken (vgl. Herbst 2012: S. 55ff). Auch Opernhäuser können das mit Bezugnahme auf die aktuellen (Star-)SängerInnen-Besetzungen ausführen. Allerdings haben Häuser wie die Wiener Staatsoper den Vorteil, dass sie bereits eine starke Marke sind. Die Herausforderung ist in diesem Fall also eher, die Marke zu pflegen und sie den Gegebenheiten entsprechend anzupassen.

Ein großer Vorteil der Vermarktung durch das Internet ist das erleichterte Feststellen, ob Werbung wirkt. Gelesen wird dies anhand einer neuen Währung: der Klick-Zählungen (vgl. Becker 2013: S. 29).

Schmid untersuchte das Social-Media-Engagement von deutschen Museen und Orchestern, wobei

beachtet werden sollte, dass die Untersuchung 2010 veröffentlicht wurde, und aufgrund der Aktualität des Themas zu erwarten ist, dass sich in der Zwischenzeit Einiges weiterentwickelt hat. Sie resümiert jedenfalls, dass der Trend hin zur Investition in Social Media von Kultureinrichtungen eindeutig ist, während die Herangehensweise sehr unterschiedlich ausgeprägt ist. Eine klare Strategie und Strukturierung der Aktivitäten ist in vielen Fällen nicht erkennbar, oft wirkt es, als würden die Einrichtungen nur mit den verschiedenen Möglichkeiten experimentieren. Dialog – etwa durch Wettbewerbe oder Abstimmungen – findet nur selten statt. Social Media wird eher dazu genutzt, um Informationen zu kommunizieren, was sich auch an der diskontinuierlichen Bespielung der Kanäle zeigt (Schmid 2010: S. 42). Die Möglichkeiten der Kommunikation von Kultureinrichtungen über das Internet dürften also noch ausbaufähig sein.

Das exponentielle Wachstum der digitalen Technologien bewirkt in vielen Fällen nicht die Notwendigkeit einer Anpassung der Unternehmerischen Kernleistung, sondern nur einen veränderten Zugang dazu (vgl. Baltes/Freyth 2017: S. 22). Wenn alte Geschäftsmodelle nicht mehr funktionieren, oder dies für die Zukunft befürchtet wird, entstehen neue. Konvergenz ist ein Weg, wie solche neuen Wege beschritten werden können, was manchmal auch eine veränderte Wertschöpfungskette mit sich bringt. Wichtig ist, sich an den EndkundInnen zu orientieren, denn diese entscheiden letztlich, ob ein neues Angebot einen Mehrwert darstellt oder nicht. Meist entsteht Konvergenz durch das Zusammenbringen „des Besten“ aus zwei zu konvergierenden Marktangeboten, was nicht gleichbedeutend mit dem Erliegen der alten Geschäftsmodelle ist (vgl. Apel 2010: S. 85f).

Als Unternehmen im digitalen Zeitalter ist man gezwungen, sich mit den dynamischen Prozessen und deren Auswirkungen zu beschäftigen, um auf dem Markt bestehen zu können (vgl. Knaf 2010: S. 15). Es gilt wie eh und je, der Bedrohung durch Ersatzprodukte auszuweichen. Diese wird größer, je mehr Produkte angeboten werden, bei denen die AbnehmerInnen den Eindruck haben, dass sie die gleiche Funktion erfüllen wie das originale Produkt. Der Eindruck eines besseren Preis-Leistungs-Verhältnisses erhöht die Wahrscheinlichkeit einer Abwanderung zu einem anderen Produkt (vgl. Knaf 2010: S. 124f.). Dies gilt für Opernhäuser besonders im Hinblick auf die wachsende Anzahl an einfach zugänglichen Unterhaltungsangeboten.

Das Internet ermöglicht jedem Unternehmen und jeder Privatperson, mit seinen Medienerzeugnissen quasi uneingeschränkten Zugang zur Öffentlichkeit. Besonders für audiovisuelle Herstellungen, wie beispielsweise Opern-Live-Streams, ist dies aber erst seit einigen

Jahren sinnvoll nutzbar, da vorher die verfügbare Datenrate noch zu gering war. Früher war man als Content Provider darauf angewiesen, dass man von vorhandenen Sendern ausgestrahlt wird, die sich bereits im beschränkten Distributionsnetz befinden. Redaktionen und EinkäuferInnen konnte somit eine Gatekeeper-Funktion zugeschrieben werden (vgl. Knaf 2010: S. 16). Der oligopolistische KäuferInnenmarkt, der darauf erpicht war, die große Masse anzusprechen, ist ein offener Markt geworden, in dem jeder versuchen kann, seine eigene Zielgruppe anzusprechen – und sei sie noch so klein (vgl. Knaf 2010: S. 18). Ausschlaggebend ist nun also nicht mehr die Übertragungsleistung, sondern der Inhalt (vgl. Knaf 2010: S. 153). Erkenntnisbringend für den Wandel des interaktiven Medienkonsums sind deshalb auch weniger die Absatzzahlen von technischen Geräten als vielmehr der Anstieg an Breitbandzugängen (vgl. Fabel 2010: S. 8). Was das digitale Streaming-Zeitalter mit dieser Entwicklung mit sich bringt, ist etwas, das Dixon „Content Wars“ nennt. Alles geht schneller und alle wollen immer mehr Content. Dixon vergleicht die derzeitige Situation mit dem Boom der Filmindustrie in den 1940er Jahren (vgl. Dixon 2013: S. 71).

Vergessen werden sollte aber dabei nicht, dass es auch beim Internet so ist, dass vorhandene Medien den Prozess des Entstehens für neue Medien mittragen. In diesem Fall ist dies sogar in besonderem Maße gegeben, da „alte Medien“ die am stärksten im Netz verbreiteten Medienakteure sind. Sie haben dort rasch ihre bestehenden Geschäftsfelder ausgeweitet (vgl. Puijk 2013: S. 162). Für klassische Fernsehsender etwa ist es inzwischen Gang und Gäbe, ihr Programm auch online auf eigenen Portalen anzubieten. Der Grund dafür liegt nahe: Sie wollen auch auf dem wachsenden Online-Markt präsent, und für die Jugendlichen, die sich vorrangig online medial beschäftigen, auffindbar sein. Ihr Programm findet somit eine „Zweitverwertung“ (vgl. Leuschen 2017: S. 208). Es ist in der Praxis also dadurch keinesfalls so, dass Content Provider uneingeschränkte Aufmerksamkeit genießen und nicht – zumindest zum Teil - darauf angewiesen wären, dass ihre Produkte von den „Big Playern“ verbreitet werden.

2.3. Ausgestaltung der digitalen Streaming-Technologie

Bei der durch die Digitalisierung herbeigeführten Konvergenz der Medien stehen auf der einen Seite die Broadcaster und Contentanbieter, auf der anderen Seite die Zugangsplayer und Hardwarehersteller, die durch die Software in der Mitte vermischt und verbunden werden (vgl. Fabel 2010: S. 7). Was dabei herauskommt, ist häufig – zumindest im audiovisuellen Bereich - ein Internet-Stream. Was „streamen“ dabei eigentlich bedeutet, beschreiben Machill und Zenker (2007: S. 9):

Das bedeutet, dass die Videos nicht als Dateien zum Herunterladen gedacht sind, sondern nur zum Betrachten online innerhalb der Webseite. Das Betrachten des Videos beginnt bereits während des Ladevorgangs.

Das Betrachten der audiovisuellen Produkte findet im Normalfall auf Videoportalen statt, die unter verschiedenen Bezeichnungen auftreten, wie zum Beispiel Mediatheken, Video on Demand-Plattformen oder Videocenter (vgl. Leuschen 2017: S. 146). Bezüglich des Erstehens digitaler Produkte gibt es verschiedene Möglichkeiten (vgl. auch Steigleder 2012: S. 35ff):

- **„À la carte“** - Dies war lange Zeit der herkömmliche Weg, auditive oder audiovisuelle Medienprodukte zu erstehen – auch offline. Die NutzerInnen wählen aus einem „Menü“ (= das Sortiment des Anbieters) wie im Restaurant genau jenes Produkt aus, das sie haben wollen und zahlen den Preis dafür. Häufig kann das Produkt dann nur mit einer speziellen Software vom Anbieter abgespielt werden, was einer unrechtmäßigen Verbreitung zuvorkommen soll.
- **Subscription-Services** – Hier wird ein fester Betrag gezahlt und die NutzerInnen bekommen Zugriff auf eine bestimmte oder die komplette Auswahl an Produkten. In den letzten Jahren ist dieses Modell mit Amazon Prime, Netflix, Spotify Premium und anderen Anbietern immer verbreiteter geworden.
- **„Ad-Funded“ Streaming Services** – Wie bei vielen anderen Medienarten gibt es auch bei digitalen ContentanbieterInnen werbefinanzierte Angebote. Hier haben die RezipientInnen

die Möglichkeit, die Produkte kostenlos zu nutzen, müssen aber in Kauf nehmen, gleichzeitig WerbekundInnen zu sein. Dieses Vorgehen ist beispielsweise bei Smartphone-Apps sehr verbreitet.

Was all diesen Möglichkeiten gleich ist, ist einer der wichtigsten Unterschiede von Internet-Streaming zum klassischen Fernsehen: die Angebote werden nur auf Abfrage abgespielt und die NutzerInnen müssen somit genau wählen, was sie sehen wollen. Das hat für Content-Lieferanten einerseits den Vorteil, dass durch die Auswahl der individuellen Wünsche eine erhöhte Aufmerksamkeit garantiert ist, andererseits den Nachteil, dass die RezipientInnen nicht so leicht bei einem Programm „hängenbleiben“ können, wenn sie zufällig darauf stoßen, weil sie es ja bewusst auswählen müssten (vgl. auch Machill/Zenker 2007: S. 11).

3. Aktuelle Situation der Oper in Wirtschaft und Gesellschaft

3.1. Gesellschaftliche Existenzberechtigung der Oper

Das Medium Oper befindet sich also im Wandel. Folgende Frage ist allgegenwärtig: Wofür braucht man sie und andere Kulturangebote eigentlich noch, wenn es günstigere und höher nachgefragte Produkte und Dienstleistungen gibt? In Zeiten der rückläufigen BesucherInnen wurde schnell eine Antwort gefunden: Kulturangebote haben positive Wirkungen auf die RezipientInnen, wie *Kreativitätssteigerung, Anregung zu Kommunikation und sozialer Integration über Identitäts- und Persönlichkeitsbildung bis hin zu gesellschaftlicher Aufklärung und politischer Emanzipation* (vgl. Glogner/Föhl 2010: S. 11). Dies sind Behauptungen von KulturvertreterInnen, die oft nicht empirisch belegt sind. In diesem Zusammenhang sei auf den „*Rechtfertigungskonsens*“ hingewiesen, der meint, dass Kultur als einer der wenigen Werte angesehen wird, die keiner weiteren Rechtfertigung bedürfen, was dazu führt, dass kaum kritische Auseinandersetzung mit ihrer Wirkung erfolgt (vgl. Schulze 1997: S. 513f.). Der Druck wird vor dem Hintergrund der Digitalisierung und der Wandlung der Gesellschaft aber immer größer, weshalb sich die Oper inzwischen durchaus schwerer Kritik stellen muss.

Bermbach nimmt etwa Bezug auf Schulzes Theorie der Erlebnisgesellschaft (vgl. Schulze 1997, zitiert nach Bermbach 2018: S. 42) und beschreibt ihre Folgen für die Kunstform Oper: Demnach hat diese in Gesellschaften, die sich als Netzwerke sozial-kultureller Erlebniswelten verstehen, keinen Anspruch auf Privilegierung, da sie dort mit allen anderen kulturellen Angeboten auf der gleichen Ebene steht. Sie alle fordern ihre gesellschaftliche Anerkennung ein und erhalten sie. Die Oper muss aufgrund dieses Gleichheitspostulats mit allen anderen Formen des Kulturmilieus konkurrieren, weshalb das Verlangen nach Privilegierung und die damit zusammenhängende Forderung nach Subventionierung gesellschaftspolitisch schwieriger wird (vgl. Bermbach 2018: S. 42). Nur wenn sie es schafft, sich in diesem Konkurrenz-Verhältnis zu behaupten, hat die Kunstform Oper langfristig eine Chance, weiterzubestehen. Sie ist also gezwungen, in bislang fremden sozialen und kulturellen Milieus zu „fischen“ und jene jüngeren ZuschauerInnen zu gewinnen, die die sogenannte „Hochkultur“ scheuen und Schwellenangst haben (vgl. Bermbach 2018: S. 42). Zwangsweise wird Kunst in diesem Verhältnis zur vom kapitalistischen Markt in diese Rolle gedrängten Ware, was zwar dem nach Autonomie strebenden Kunstbegriff an sich zuwider

sein muss, sich aber in der derzeitigen Lage sowieso nicht ändern lässt und die Chance zur Weiterentwicklung eröffnet (vgl. Bermbach 2018: S. 42f).

Oper ist, das muss man sich in aller Deutlichkeit klarmachen, in einer Gesellschaft mit schwindendem kulturellem Bewusstsein, mit beängstigendem Traditionsverlust und zunehmendem Mangel an Bildungsvoraussetzungen hinsichtlich der Opernstoffe für eine Mehrheit der Bevölkerung ein Luxusprodukt, das sich die Voraussetzungen für einen adäquaten Zugang zu seinen Aufführungen immer wieder neu und zunehmend verstärkt selbst schaffen muss. Das bedeutet einerseits eine Öffnung in die Gesellschaft hinein, mit massenwirksamen, öffentlichen Auftritten einerseits [sic!] und eine Professionalisierung der Selbstdarstellung gegenüber der Politik wie der Öffentlichkeit andererseits. (Bermbach 2018: S. 46)

Bermbach plädiert dafür, dass Oper die Waage zu halten habe zwischen der Bedürfnisbefriedigung eines eher kleinen Teiles der ZuhörerInnenschaft, der die *Herausforderung durch ungewohntes, anstrengendes zeitgenössisches Musiktheater oder auch schockierende Inszenierungen scheinbar vertrauter Stücke* sucht, und eines eher größeren Teiles, der es auf reine Unterhaltung und Entspannung abgesehen hat – die Waage zwischen Neuem und Traditionellem. Nur dann kann es gelingen, dass Oper weiter besteht. In diesem Fall sei dann aber auch die Politik gefordert, die notwendigen finanziellen Mittel zur Verfügung zu stellen (vgl. Bermbach 2018: S. 43f).

Ob die Politik das tut, ist ungewiss: Es ist (zumindest in Deutschland – vergleichbar aber auch mit Österreich) zwar so, dass der größte Teil der Kulturausgaben auf die öffentlichen Theater fällt, wobei diese am meisten für die Opern ausgeben, da hier sehr hohe Personalkosten vorliegen. Dass diese Situation so bleibt, ist aber nicht gewiss, denn der Markt an förderungswürdigen Angeboten ist ausgesprochen groß und die Bedürfnisse sind im Wandel. Außerdem kommen die Theater- und Opernhäuser in Bedrängnis, weil sie immer mehr ausgeben müssen, während die Verkaufseinnahmen sinken. Kommen dann auch noch „*finanzielle Schieflagen*“ hinzu, wird die Argumentation für öffentliche Förderungen noch schwieriger. Was die Situation noch prägt und die Argumentation weiter erschwert, ist die im Kulturbetrieb noch immer weit verbreitete, paradoxe Sichtweise, dass das künstlerische Angebot von größerer Bedeutung ist als die Befriedigung des Publikums. *Manche Regisseure stilisieren eine geringe Nachfrage gar zum Zeichen einer innovativen künstlerischen Qualität.* (Reuband 2018: S. VI f). Das beste Beispiel für die erschwerte

Argumentation aufgrund einer „finanziellen Schieflage“ ist etwa der „Burgtheater-Skandal“ in Österreich (vgl. z.B. ORF 27.02.2014).

Als wäre dies nicht schon genug, steigt auch innerhalb der Kulturszene die Konkurrenz. Aus der Statistik des Deutschen Bühnenvereins geht etwa hervor, dass 1991/92 noch 25 Theaterfestivals mit insgesamt 1.324 Vorstellungen 1.427.667 BesucherInnen hatten, während es zehn Jahre später, 2001/02, bereits 37 Festivals mit 2.151 Vorstellungen und 1.532.783 BesucherInnen waren. Während also das Angebot um mehr als ein Drittel wuchs, stiegen die Besucherzahlen nur um etwa 7 Prozent (vgl. Klein 2005a: S. 16).

Nichtsdestotrotz kann sich die Kulturszene – zumindest was den Ruf in der Öffentlichkeit betrifft – zu einem gewissen Maße (noch) in Sicherheit wiegen. Aus einer qualitativen Interviewstudie aus dem Jahr 2016 geht nämlich hervor, dass der Umgang und die Konfrontation mit Kultur wird von allen Altersgruppen grundsätzlich als etwas Alltägliches aufgefasst, auch wenn die Nutzung kultureller Angebote aufgrund ihrer eher geringen Frequenz etwas Besonderes bleibt. Naheliegend ist also, dass der Erhalt und die Pflege des kulturellen Erbes als wichtig angesehen wird und ein Verlangen besteht, kulturelle Werte auch an die nachfolgenden Generationen weiterzugeben. Besonders geschätzt werden außergewöhnliche Angebote – als Beispiel wird „Die Nacht der Museen“ genannt –, wobei zeitliche Begrenzung und Seltenheit die Exklusivität steigern, weil hier der Anreiz, sie nicht verpassen zu wollen, besteht. Solche Events können oft auch eher kulturferne Personen „ködern“ (vgl. Kochan et al. 2016: S. 295).

Zur Wandlung der Oper gehört auch eine Öffnung der als elitär geltenden Kunstform hin zu ebenjener „großen Masse“, die Kultur ja grundsätzlich für erhaltenswert erachtet. Oft werden Opernhäuser mit der Absicht, eine Kulturszene (aus)zubauen, errichtet, die dann kreative, hochqualifizierte Menschen anlocken soll. Dabei muss jedoch bedacht werden, dass es bereits eine solche Bevölkerung geben muss, die zahlungsfähig und -willig für Kulturangebote ist. Dass es einen Zusammenhang zwischen der Konzentration von hochqualifizierten Personen und einem umfassenden Kulturangebot gibt, ist jedenfalls empirisch bewiesen (vgl. Falk/Fritsch/Heblich 2018: S. 3ff.). Um nun aber auch in der aktuellen Situation neue Publika zu generieren, die möglichst über diesen elitären RezipientInnen-Kreis hinausreichen, müssen neue Formen der Rezeption geschaffen werden.

3.2. Neue Formen der Opern-Rezeption

Die Limitierung von Subventionen hat nicht nur die Erhöhung des Legitimationsdruckes zur Folge, sondern zwingt Kultureinrichtungen auch, über die Steigerung der bestehenden Einnahmen und neue Quellen nachzudenken. Dies führt dazu, dass Eintrittsgelder steigen und das Bemühen, sein Publikum kennenzulernen und an sich zu binden, stärker vorangetrieben wird (vgl. Glogner/Föhl 2010: S. 13).

Der künstlerische Inhalt ist – wie auch diverse Studien belegen (vgl. das Kapitel „4.2. Motivation des klassischen Opernpublikums“) – die Kernleistung der Oper. Um diese einem möglichst großen Publikum zu vermitteln, müssen neue Wege beschritten werden. Die Präsentation auf dem heimischen Bildschirm, die ja im Zentrum dieser Arbeit steht, ist dabei nicht die einzige Möglichkeit. Zumal ist diese gar nicht als neu zu betrachten, da die Oper im Fernsehen eine jahrzehntelange Geschichte hat. Zwei Ansätze, die interessante Schlüsse auf im Internet gestreamte Opern zulassen, sollen im Folgenden präsentiert werden. Weiters wird auch die Frage beantwortet, ob es bei diesen Formen gelingt, neue Publika anzusprechen.

Relativ neu ist das Zeigen von Opernvorstellungen im Kino. Seit der Saison 2005/06 zeigt beispielsweise die New Yorker Metropolitan Opera regelmäßig ausgewählte Stücke. Reuband untersuchte 2012, ob sich das Publikum von klassischen OperngängerInnen von jenen unterscheiden, die sich Opern im Kino ansehen. Dazu befragte er das Publikum von zwei Live-Übertragungen der Metropolitan Opera, zwei Aufzeichnungen derselben und einer Live-Übertragung der Bayreuther Festspiele in Düsseldorf bzw. Köln (vgl. Reuband 2013: S. 226). Reuband betont, dass im Hinblick auf die Ergebnisse zu beachten ist, dass das Kino grundsätzlich eine andere Publikumszusammensetzung besitzt als die Oper. Während die Oper besonders viele ältere BesucherInnen hat, hat das Kino besonders viele junge. Auch die Überrepräsentation der Hochgebildeten ist im Kino weniger vorhanden als bei der Oper (Reuband 2006 und 2011; zitiert nach Reuband 2013: S. 228). Zum Vergleich wurden auch BesucherInnen von Opernhäusern befragt (vgl. Reuband 2013: S. 229f).

Die erste wichtige Erkenntnis, die Reuband zieht, ist, dass es keinen negativen Zusammenhang zwischen Kino- und Opernbesuchen gibt. Der Besuch einer Opervorstellung im Kino kann also nicht als Ersatz für einen Besuch einer Opernvorstellung vor Ort gesehen werden. Im Gegenteil: Es handelt sich bei dem untersuchten Publikum um ein kulturell hoch aktives, das

überdurchschnittlich viele diesbezügliche Angebote wahrnimmt und keinesfalls als „opernfern“ zu bezeichnen ist (vgl. Reuband 2013: S. 232). Weiters stellt er fest, dass für die befragten Personen die häufigsten Gründe, nicht in die Oper zu gehen, im persönlichen Lebensstil angesiedelt sind und weniger auf das Angebot der Opernhäuser zurückzuführen sind (vgl. Reuband 2013: S. 235). Bemerkenswerterweise ergibt sich in dieser Untersuchung die primäre Besuchsmotivation aus einer Kombination aus Spielstätte, Komponist und Oper, und nicht etwa aus der leicht zugänglichen Verfügbarkeit, dem billigeren Ticketpreis oder der Livequalität (vgl. Reuband 2013: S. 236). Eine der interessantesten Erkenntnisse aus Reubands Studie ist, dass der Altersdurchschnitt des Publikums nicht niedriger als bei OpernbesucherInnen ist, sondern sogar höher, wie Abb. 01 zu entnehmen ist (vgl. Reuband 2013: S. 237).

	Düsseldorf				Köln	
	MET-Aufz.	MET live	Bayreuth live	Oper*	MET live	Oper**
Geschlecht						
Mann	26	37	40	38	39	45
Frau	74	63	60	62	61	55
Bildung						
Hauptschule	4	5	6	4	11	5
Realschule	19	25	19	13	11	10
FHS-Reife	11	7	10	13	12	9
Abitur	19	16	17	13	14	16
Hochschule	47	47	49	57	52	60
Alter						
bis 29	2	-	4	7	1	7
30-44	7	5	7	4	4	14
45-59	13	28	34	27	29	34
> 59	78	67	54	62	66	45
Alter						
arithm. Mittel	66	64	60	60	63	56
Median	69	66	61	63	66	57
Stand. Abw.	13,0	10,5	14,0	14,7	12,3	15,1
* Geschätzt über eine Besucherumfrage im Düsseldorfer Schauspielhaus (= Besucher, die mehrmals im Jahr das Düsseldorfer Opernhaus besuchen) (N=74)						
** Besucherbefragung in sieben Vorstellungen des Kölner Opernhauses (N=688)						

Tab. 3: Soziale Zusammensetzung der Opernbesucher im Kino und im Opernhaus (in %)

Die Erklärung für den niedrigeren Bildungsstand als beim Opernpublikum hängt ebenfalls mit dem Alter zusammen: Die Jüngeren sind aufgrund ihrer Generationszugehörigkeit im Durchschnitt höher gebildet. Da sich aber überdurchschnittlich viele Ältere im Publikum befinden, hat dies den besagten Einfluss auf den durchschnittlichen Bildungsstand des Publikums (vgl. Reuband 2013: S. 238).

Abb. 01: Soziale Zusammensetzung der Opernbesucher im Kino und im Opernhaus (Reuband 2013: S. 237)

Aufgrund dieser Erkenntnis hält Reuband fest: *Nicht eine soziale Erweiterung des Opernpublikums scheint durch Opernangebote im Kino stattzufinden, sondern eine Erweiterung des Rezeptionsrepertoires innerhalb des Kreises der Operngänger.* (Reuband 2013: S. 239)

Aufgrund dieser Tatsache fragt Reuband, ob die Kino-Übertragung, deren Tickets auch noch günstiger zu haben sind als jene von Opernvorstellungen und bei der man sich legerer kleiden kann, nicht sogar konträre Effekte haben könnte wie beabsichtigt. Ist es also möglich, dass die Rezeption einer Oper im Kino ein Konkurrenzprodukt zur klassischen Opernrezeption darstellt? Die Befragung zeigt, dass diese Gefahr den Opernhäusern wohl nicht blüht: So gibt bei allen

Befragungen der Großteil an, lieber in das Opernhaus zu gehen als zu einer Kino-Übertragung (vgl. Reuband 2013: S. 240f).

	Düsseldorf			Köln
	MET-Aufz.	MET live	Bayreuth live	MET live
Oper	55	48	75	58
Kino	13	9	7	9
beides gleich	28	33	15	29
Sonstiges	4	10	4	4
	100	100	100	100

Frageformulierung: „Wenn Sie die Wahl hätten zwischen einer Opernaufführung oder einer Kinovorführung der gleichen Oper, was würden Sie vorziehen?“ *Antwortkategorien:* „Oper“ – „Kino“ – „Beides gleich gut“ – „Sonstiges, was?“

Tab. 5: Bevorzugung von Opernhaus oder Kino für Opernaufführung (in %)

Abb. 02: Bevorzugung von Opernhaus oder Kino für Opernaufführung (Reuband 2013: S. 241)

Einen Erklärungsansatz hierzu liefert Heilgendorff, wenn sie schreibt, dass trotz generellem Rückgangs von musikalischen Live-Darbietungen diese noch immer ein hohes Ansehen genießen (vgl. Heilgendorff 2008: S. 109). Ein Grund dafür ist, dass Rezeptionsprozesse über Träger- oder Distributionsmedien eine solche Dominanz darstellen, dass die leibhaftige Aufführung eine neue Exklusivität genießt, die mit jener aus den „alten Zeiten“ zu vergleichen ist, als Oper und Theater noch die vorherrschenden Medien waren (vgl. Heilgendorff 2008: S. 121).

Nicht nur auf dem Fernseh Bildschirm, dem Screen eines mobilen Gerätes oder dem Kino werden Bühnenstücke aus verschiedenen Opernhäusern gezeigt, sondern auch auf großen Screens im Freien. Das Ziel von solchen Public-Viewing-Events ist das Einreißen von Schranken gesellschaftlicher, finanzieller oder ideeller Natur (vgl. Hering 2018: S. 356). Die Opernaufführung verlässt damit ihren Rahmen und räumt mit althergebrachten Konventionen auf, wie Hering beschreibt (2018: S. 356):

Die Veranstaltung kennt keine Kleiderordnung, und anstelle der ehrerbietigen Stimmung im Haus erlebt man auf dem Platz vor der Oper eine lebhaft und ungezwungene Atmosphäre. Die meisten Zuschauer stehen, einige sitzen auf selbst mitgebrachten Klappstühlen oder lassen sich auf Picknickdecken nieder und genießen die Aufführung bei einem Gläschen Rotwein. Sie unterhalten sich und kommentieren das Geschehen auf der Leinwand. Menschen kommen und gehen. Damit kehren mit dem Open Air nicht nur traditionelle Rezeptionsformen aus der frühen Zeit der Gattung Oper zurück; die Veranstaltung präsentiert auch ein Selbstverständnis, nach dem Oper nicht nur hohe Kunst, sondern vor allem auch Unterhaltung sein sollte.

Open-Air-Übertragungen bieten inzwischen einige Opernhäuser auf der ganzen Welt an. In Wien werden im Sommer mehrmals pro Woche ausgewählte Stücke übertragen. In München wird seit 1997 einmal jährlich eine Vorstellung der Bayerischen Staatsoper im Freien gezeigt. Im Premierenjahr, in dem die Oper Carmen gezeigt wurde, wurde das Publikum dieser Veranstaltung auf 20.000 BesucherInnen geschätzt. Während es in den Folgejahren meist etwas weniger waren, sahen 2003 wieder geschätzte 23.000 Personen die Übertragung von Falstaff (vgl. Hering 2018: S. 357). In diesem Jahr führte Hering eine Befragung durch, die feststellen sollte, ob die Ziele des Projekts „Oper für alle“ auch erfüllt wurden. Ein Jahr später befragte er auch BesucherInnen der Bayerischen Staatsoper (vgl. Hering 2018: S. 359).

Das erste Ziel, neue Publikumsschichten anzusprechen wurde zum Teil erreicht. Demnach haben 77% der 373 Befragten schon einmal eine Vorstellung der Bayerischen Staatsoper besucht und tun dies ein- oder mehrmals jährlich. Die Veranstaltung erreicht zwar vorrangig Personen, die schon einmal in der Oper waren, aber doch zu einem beträchtlichen Teil jene, die noch keinen Kontakt mit der Oper hatten. Auffällig ist, dass die BesucherInnen des Open-Air-Events, die grundsätzlich die Oper besuchen, eher selten dort hin gehen – im Gegensatz zu jenen, die in der Oper befragt wurden (vgl. Hering 2018: S. 360ff).

Tab. 1 Häufigkeit des Besuchs der Bayerischen Staatsoper nach Veranstaltungsort – hier nur Operngänger (in %)

	Open Air	Staatsoper
Selten (1–3/Jahr)	58	14
Regelmäßig (4–10/Jahr)	31	53
Häufig (11 u. mehr/Jahr)	31	33
(N=)	100 (287)	100 (791)

Abb. 03: Häufigkeit des Besuchs der Bayerischen Staatsoper nach Veranstaltungsort – hier nur Operngänger (Hering 2018: S. 362)

In diesem Zusammenhang können auch die Ergebnisse der Befragung betrachtet werden, die sich mit den Gründen des Nicht-Besuchs beschäftigen. Demnach wird unter den seltenen BesucherInnen besonders häufig angegeben, dass ihnen die Karten zu teuer sind oder dass man zu schwer welche bekommt. Befragte BesucherInnen des Open Air-Events, die hingegen noch nie in einer Oper waren, gaben an, dass sie kein großes Interesse an Opern hätten, sich wenig mit Opern auskennen würden oder zu wenige Informationen über den Spielplan der Bayerischen Staatsoper hätten (vgl. Hering 2018: S. 364). Gründe für den Besuch der Open Air-Veranstaltung sind vor allem die positive Atmosphäre und der freie Eintritt. Während Zweiteres aufgrund der oben erwähnten Zahlen nicht überrascht, legt Ersteres nahe, dass sich die Stimmung auf der Veranstaltung deutlich

von der eines normalen Opernbesuches abhebt. Bei Nicht-BesucherInnen ist außerdem der Grund, von FreundInnen oder Bekannten animiert worden zu sein, mitzukommen, bedeutend (vgl. Hering 2018: S. 364).

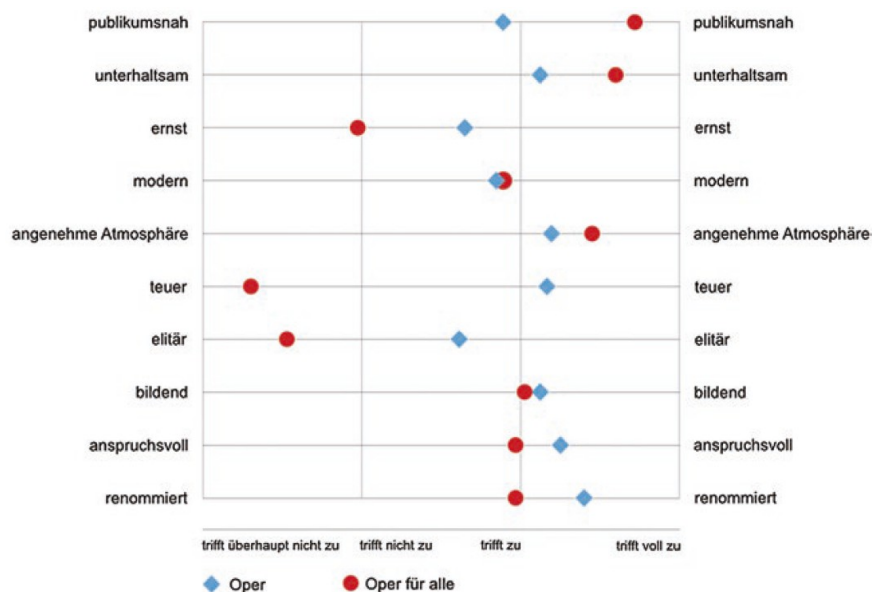


Abb. 04: Opern- und Eventprofil im Vergleich (Hering 2018: S. 367)

Dass sich Stimmung und Ansichten bezüglich Oper und Open-Air-Event unterscheiden, zeigt Abb. 04. So kann Letzterem ein „lockerer“ Image zugesprochen werden, während die Oper eher als „streng“, aber „hochgeachtet“ gesehen wird.

Generell konnte in der Befragung ein eher positives Image der Oper festgestellt werden, welches bei BesucherInnen der Oper und Nicht-BesucherInnen in der etwa gleichen Ausprägung vorhanden ist (vgl. Hering 2018: S. 369).

Das zweite Ziel, ein junges Publikum mit dem Event anzusprechen, kann als erfüllt angesehen werden. Während nur etwa 10% der Opernbesucher unter 30 Jahre alt sind, waren es bei der Open Air-Übertragung 26%. Besonders unter den Nicht-BesucherInnen von „normalen“ Opernvorstellungen befanden sich mit 37% viele junge Personen im Publikum der Veranstaltung (vgl. Hering 2018: S. 369).

Hering schließt seine Untersuchung mit folgender Erkenntnis (2018: S. 372):

Das wesentliche Potenzial für die Veränderung der Publikumsstruktur liegt somit vermutlich weniger in der Gewinnung neuer Besucher, sondern in der stärkeren Einbeziehung der bisher seltenen Opernnutzer. Denn im Gegensatz zum Gros der Nicht-Besucher scheint ihre Teilhabe nicht vorwiegend in positiven Randbedingungen der Open Air-Veranstaltung – wie dem freien Eintritt, dem Open Air-Erlebnis mit Freunden und dem schönen Wetter – begründet. Vielmehr ist es ihre Affinität zur Oper, die sich hier auswirkt. Die Gründe für ihr Fernbleiben vom Regelbetrieb liegen auch nicht in einer elitären oder anderweitig negativen Wahrnehmung des Opernbetriebs, sondern – so hat es den Anschein – vor allem in externen Hürden, wie dem Preis und der Verfügbarkeit von Karten.

4. Klassisches Opernpublikum

Es ist schon eigenartig mit dem Theaterpublikum. Ist es da, interessiert sich keiner dafür. Bleibt es weg, sprechen alle von ihm. Erst wenn es sich verweigert, ist es wieder wer. Ein „Phänomen“. Ein Problemfall! (Joerder 2001)

Das Publikum ist jener Faktor, der beim Thema Opern-Streaming eine ganz zentrale – wenn nicht sogar die wichtigste – Rolle spielt. Denn mit ihm steht und fällt das Streaming. Verlangt das Publikum nicht ausreichend stark nach der Kernleistung der Oper, nämlich der Performance der Beteiligten, sondern ausschließlich nach dem ihr anhaftenden Theater-Erlebnis, ist das Übertragen von Opern sinnlos. Es ist deshalb unerlässlich, zu erfahren, was die Gründe für die Rezeption sind und wer überhaupt Opern konsumiert.

Das Publikum zu kennen, ist für Opernhäuser aber nicht nur im Bezug auf neue Formen der Vermittlung von Bedeutung, sondern auch für die schlichte Daseinsberechtigung, wie das vorangegangene Kapitel gezeigt hat. Das Interesse am Publikum ist keine Selbstverständlichkeit im Kulturbereich. Obwohl besonders seit den 1970er-Jahren die Idee gestärkt wird, kulturelle Güter, die mit öffentlichen Geldern finanziert wurden, einer möglichst breiten Bevölkerung zugänglich zu machen, führte diese sogenannte Neue Kulturpolitik nicht wirklich dazu, dass eine soziokulturelle Durchmischung des Publikums von Hoch- und Populärkultur entstand oder dass die Bedeutung des Publikums tatsächlich in den Mittelpunkt rückte (vgl. Mandel 2014: S. 21f.). Im Gegenteil: Die hohen Subventionen in Ländern wie Deutschland und Österreich führten zu einer größer werdenden Entfernung von den „Bedürfnissen“ des Publikums. Klein führt noch einen zweiten Grund an, warum lange Zeit das Interesse am Publikum nicht sehr ausgeprägt war: Viele Kulturschaffende sind mehr an ihren Produkten interessiert als an den RezipientInnen, was ihnen im Hinblick auf die künstlerische Freiheit ja grundsätzlich zusteht. Seit Mitte der 90er-Jahre ist aufgrund demografischer Veränderungen, zunehmender Konkurrenz innerhalb der sogenannten „Erlebnisgesellschaft“, neuer medialer Präsentationsformen und nicht zuletzt aufgrund sinkender bzw. stagnierender öffentlicher Zuwendungen eine Veränderung zu beobachten. Das Interesse am Publikum steigt (vgl. Klein 2010: S. 5). Zwischen 2002 und 2006 haben 63,8% von 127 befragten öffentlichen Theatern, Opernhäusern und Orchestern in Deutschland Publikumsforschung

betrieben. Die Tendenz stieg im abgefragten Zeitraum von 27,2% auf 46,9% (vgl. Zentrum für Audience Development 2007: S. 8ff).

Dies heißt aber nicht zwingend, dass Publikumsforschung zur Folge hat, dass dadurch rein nachfrageorientiert produziert wird, da eben die Unantastbarkeit der künstlerischen Produkte außer Frage zu stehen hat (vgl. Klein 2005b: S. 2). Falls die Untersuchung des eigenen Publikums darauf abzielen würde, künstlerische Produkte dementsprechend anzupassen, wäre nicht nur die Akzeptanz innerhalb eines Theaterbetriebs nicht allzu hoch, sondern auch eine auf die Erfüllung des kulturellen Auftrages hin ausgerichtete Subventionierung unangebracht. Letztere gibt es ja gerade deshalb, damit auch weniger nachgefragte Güter produziert werden (vgl. Klein 2008: S. 22). Vielmehr soll eine konsequente Besucherorientierung ermöglichen, dass die künstlerischen Produkte einem größtmöglichen Kreis nahe gebracht werden (vgl. Klein 2007: S. 101). Wie Glogner und Föhl anmerken, geht es also mehr darum, sich bei Preis-, Service- und Distributionspolitik an die Bedürfnisse seiner KundInnen zu halten (vgl. 2010: S. 14f.).

Bevor im Folgenden konkret auf die Zusammensetzung und die Motivation des Publikums eingegangen wird, sei auf die Möglichkeiten und Rahmenbedingungen der Forschung hingewiesen. Föhl und Lutz unterscheiden zwei Arten der Publikumsforschung: *Anwendungsbezogene Studien* zielen auf die Gewinnung von empirischen Daten *für die Erarbeitung einer Marketingkonzeption* in Form von *Planungs- und Entscheidungsprozessen* ab. Sie sind meistens näher an der Theaterpraxis und die Ergebnisse kommen in Form von Anpassungen unmittelbar den BesucherInnen zugute. *Wissenschaftliche (Grundlagen-)Forschung* beschäftigt sich hingegen mit der Untersuchung von *Verhaltensmustern einer ausgewählten Stichprobe*. Natürlich können auch hier Ergebnisse in die Anpassung des Theaterbetriebs einfließen, vorrangig geht es aber um die Ermittlung von Daten zu wissenschaftlichen Zwecken. Die Untersuchungsmethode ist oft geprägt von den Rahmenbedingungen der jeweiligen Forschungsdisziplin (vgl. 2010: S. 34).

Bei der Erforschung von Publika muss beachtet werden, dass gerade bei Kulturveranstaltungen viele verschiedene wissenschaftliche Disziplinen ein Interesse an Ergebnissen haben und sie deshalb auch weit gestreut ist. So sind etwa *Kulturmanagement, Soziologie und Betriebswirtschaftslehre* zu nennen (vgl. Glogner/Föhl 2010: S. 16).

4.1. Zusammensetzung des klassischen Opernpublikums

Das Opernpublikum genießt einen bestimmten Ruf und es wird ihm allerhand unterstellt. So gilt Publikum von klassischer Musik als ausgesprochen konservativ, weshalb es selbst mitschuldig an der „Elitenhaftigkeit“ der Kunstform sei. Rische schreibt deshalb im Bezug auf neue Formen der Vermittlung – konkret über ungewöhnliche Fernsehübertragungen klassischer Konzerte –, dass diese sehr kritisch betrachtet werden, da die Angst vor Qualitätsverlust und mangelnder Eignung, Traditionen fortzuführen, besteht (vgl. Rische 2007: S. 63ff). Weiters ist wohl typisch für das Opernpublikum, dass es nicht eine große Menge von Werken ungefähr, sondern eine kleine Menge ausgesprochen gut kennt, was so weit gehen kann, dass Auszüge wortwörtlich zitiert werden können (vgl. Wiesmann 1984: S. 370). Man könnte einem Teil des Publikums also einen „nerdigen“ Charakter zuschreiben, der sich durch besondere Hingabe für einzelne Stücke oder Komponisten ausdrückt.

Nun aber zu den empirisch belegten Zahlen. Föhl und Lutz haben 23 Studien aus dem Theater- und Opernpublikumsbereich angesehen, zusammengefasst und eine gute Bestandsaufnahme der zur Verfügung stehenden Informationen kreiert (vgl. 2010). Es handelt sich größtenteils um deutschsprachige Untersuchungen mit Fokus auf Deutschland. Die meisten stammen aus den Jahren 2000 bis 2009, vereinzelt auch aus den 90ern. Hier werden nun einige für diese Arbeit relevante Ergebnisse zitiert und durch Erkenntnisse anderer Studien erweitert.

Zunächst wurden die soziodemografischen Daten verglichen, um der Strukturiertheit der BesucherInnen und der Nicht-BesucherInnen nachzugehen. So dürfte das Durchschnittsalter von OpernbesucherInnen etwa zwischen 42 (Rössel/Hackenbroch/Göllnitz 2002, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 42) und 48,7 Jahren (Nolte/Schäfer/Yesilcicek 2001, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 42) liegen. Darüber hinaus ist ein „Alterungsprozess“ des Opernpublikums zu erkennen, der viel stärker ist als die Verschiebung des Durchschnittsalters der Bevölkerung. Es sind also in den letzten Jahren mehr ältere Personen in Opernvorstellungen gewesen als noch vor etwa 20 bis 40 Jahren (vgl. Reuband 2005b, Dollase et al. 1986, Keuchel 2005, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 43).

Fast alle Untersuchungen sind sich einig, dass es mehr weibliche Theater- und Opernbesucher gibt als männliche. Die Prozentangaben bewegen sich im Bereich von 53 bis zu 64 (vgl. Rössel/Hackenbroch/Göllnitz 2002, Tauchnitz 2000, 2003, 2004, 2005, Keuchel 2005, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 43). Die einzige der angegebenen Untersuchungen, die den Frauenanteil rein

von Opernvorstellungen nennt, beziffert diesen auf 58% (vgl. Rössel/Hackenbroch/Göllnitz 2002, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 43). Eine Untersuchung lässt außerdem vermuten, dass der Frauenanteil mit der Häufigkeit des Opernbesuchs ansteigt, konnte dies aber nur in zwei von drei untersuchten Häusern nachweisen (vgl. Reuband 2002, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 43).

Bezüglich der Ausbildung wird ebenfalls ein ganz klares Bild gezeichnet: So wird in allen Studien, die dies abgefragt haben, festgestellt, dass tendenziell mehr formal höher gebildete Personen Theater- und Opernvorstellungen besuchen (vgl. Tauchnitz 2000, 2003, 2004, 2005, Frank/Maletzke/Müller-Sachse 1991, Keuchel 2005, Martin 1999, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 44). Reuband (vgl. 2005b, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 44) stellte fest, dass mit zunehmender Häufigkeit des Opernbesuchs der Anteil der besser Gebildeten ansteigt und dass bereits 1980 ein ähnlich großer Teil der Zuschauer einen höheren Bildungsabschluss besaß. Föhl und Lutz werten dies jedoch nicht als Zeichen der Konstanz, sondern bezeichnen es als Abnahme sozialer Exklusivität vor dem Hintergrund eines gestiegenen Bildungsniveaus (vgl. Föhl/Lutz 2010: S. 44).

Verschiedene Befunde gibt es hinsichtlich des Einkommens und des Berufsstatus. Die genannten Studien deuten jedoch darauf hin, dass eher Personen in gehobenen Berufsverhältnissen Opern- und Theatervorstellungen besuchen, was aufgrund der Ergebnisse hinsichtlich des Bildungsabschlusses nahe liegt (vgl. Nolte/Schäfer/Yesilcicek 2001, Rössel/Hackenbroch/Göllnitz 2002, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 44).

Auch Rössel und Hoelscher stellen in einer aktuellen Studie fest, dass vor allem ältere und höher gebildete Menschen in die Oper gehen. Das Einkommen hat in ihrer Untersuchung mit Daten aus Leipzig aus dem Jahr 2000 keinen Einfluss auf die Häufigkeit des Opernbesuchs. Sie halten fest, dass die Bildung vor allem mit der Tatsache zusammenhängt, ob man Opernvorstellungen überhaupt besucht. Das Alter hat dann vor allem mit der Häufigkeit zu tun (vgl. Rössel/Hoelscher 2018: S. 250f).

Manche Studien beschäftigen sich auch mit verhaltensbezogenen Faktoren, was zulässt, das Kulturpublikum noch besser kennen und verstehen zu lernen.

So identifiziert Fischer etwa einen „Gravitationseffekt“ zwischen BesucherInnenintensität und Bedarf. Wenn mehr BesucherInnen in Theater- und Opernhäuser kommen, wächst auch der Bedarf in der Bevölkerung – diametral zum in der Wirtschaft üblichen Marktgleichgewicht. Umgekehrt erlischt der Bedarf jedoch, wenn ein gewisser Mindestwert der BesucherInnenintensität unterschritten wird. In diesem Fall erfüllen andere Angebote das Bedürfnis (vgl. Fischer 2006,

zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 50).

Einflussfaktoren für die Häufigkeit des Besuchs sind regionale Herkunft, ausgeübter Beruf und formaler Bildungsabschluss (vgl. Martin 1999, Reuband 2002, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 50f.). Bei der Frage, ob Alter und Geschlecht für die BesucherInnenintensität von Bedeutung sind, widersprechen sich die Studien, weshalb hier kein Schluss gezogen werden kann (vgl. Martin 1999, Reuband 2002, Gerdes 2000, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 51).

Dass es sich bei den meisten Theater- und OpernbesucherInnen um generell kulturinteressierte Personen handelt, zeigen mehrere Studien. So üben sie häufig selbst Tätigkeiten im Kulturbereich aus und besuchen auch andere Veranstaltungen und Einrichtungen häufiger als der Durchschnitt (vgl. z.B. Brauerhoch 2004, 2005, Eckhardt/Pawlitza/Windgasse 2006, Frank/Maletzke/Müller-Sachse 1991, Reuband 2002, Tauchnitz 2000, 2004, 2005, Wiesand 1995, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 51).

Tauchnitz stellt in mehreren Untersuchungen fest, dass die meisten BesucherInnen die Vorstellung nicht alleine besuchen (je nach Untersuchung zwischen 83% und 90%), mehr als die Hälfte kommt in Begleitung der (Ehe-)PartnerInnen. Außerdem stellt er fest, dass fast alle BesucherInnen ihren Besuch mehrere Tage oder Wochen im Voraus planen. Nur zwischen 1% und 9% treffen ihre Entscheidung spontan (vgl. Tauchnitz 2000, 2003, 2004, 2005, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 51f).

Bezüglich der Reichweite ist bekannt, dass 42% der Deutschen angaben, dass sie in den letzten 12 Monaten vor der Befragung eine Musiktheateraufführung oder ein klassisches Konzert besucht hätten. Das sind um 18% mehr als noch vor 20 Jahren (vgl. Keuchel 2005, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 53). Dies beziehe sich jedoch nur auf die gelegentlichen BesucherInnen und nicht auf die StammesbesucherInnen und AbonentInnen. Bei diesen sei hingegen eine gegenläufige Entwicklung zu beobachten (vgl. Wiesand 1995, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 53). Auch Reuband bestätigt Letzteres im Bezug auf die Oper, allerdings geht aus seinen Ergebnissen hervor, dass eine kleine Zahl an Personen besonders häufig in die Oper gehen und somit einen Großteil der gesamten Opernbesuche ausmachen (vgl. Reuband 2002, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 53). Die Zahl der StammesbesucherInnen machen etwa 6% der Bevölkerung aus, während etwa 38% Konzerte und/oder Opern sporadisch besuchen (vgl. Eckhardt/Pawlitza/Windgasse 2006, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 53f), was zusammengezählt in etwa auch der oben genannten Zahl der GesamtbesucherInnen von Keuchel entspricht.

Eine andere Studie besagt, dass nur 21 % der deutschen Gesamtbevölkerung mindestens einmal

im Jahr eine Oper, ein Klassikkonzert, Theater oder Ballett besuchen. Während es 31% der RuheständlerInnen machen, machen es nur 13% der Jugendlichen bzw. 19% der jungen Erwachsenen. Nur 2% der Gesamtbevölkerung besuchen eine Oper, ein Klassikkonzert, Theater oder Ballett mindestens einmal im Monat (vgl. Reinhardt 2016: S. 93).

Lutz befragte im Rahmen einer Untersuchung über Besucherbindung im Opernbetrieb WiederbesucherInnen von Opernhäusern in Deutschland. Der größte Teil der 666 Befragten zählt mit 35,4% zu den seltenen WiederbesucherInnen (=1 bis 3 Besuche). 14,1% der WiederbesucherInnen zählen mit über 12 Besuchen für Lutz zu den Stamm-/KernbesucherInnen (vgl. Lutz 2013: S. 266). Interessant ist auch die Dauer der Geschäftsbeziehungen der BesucherInnen und der besuchten Opernhäuser. Demnach besuchen mit 52,8% mehr als die Hälfte „ihr“ Opernhaus bereits über 15 Jahre – 14,2% sogar schon 40 Jahre. Demgegenüber steht etwa ein Viertel, die das Haus ihrer Wahl seit maximal fünf Jahren besuchen (vgl. Lutz 2013: S. 266). 33,6% zählen zu den AbonnementInnen. Da 58,3% zu den EinzelkartenkäuferInnen zählen, hält Lutz fest, dass die Zahl der „nicht-organisierten Wiederbesuche“ überwiegt (vgl. Lutz 2013: S. 269f). 77,7% der WiederbesucherInnen besuchen das Opernhaus hauptsächlich in Begleitung (vgl. Lutz 2013: S. 295). Letztere Zahl ist nur unwesentlich niedriger als die oben genannten 83 bis 90% der allgemein in Begleitung erscheinenden BesucherInnen (also WiederbesucherInnen und andere).

Nur 11,7% der WiederbesucherInnen sind unter 30, während 61% über 50 Jahre und 44,8% sogar älter als 60 Jahre alt sind. Diese Zahlen entsprechen anderen vergleichbaren Studien (vgl. Lutz 2013: S. 288f). Auch bezüglich des Geschlechts zeigt sich eine Bestätigung bisheriger Untersuchungen: 59,1% der WiederbesucherInnen sind weiblich (vgl. Lutz 2013: S. 290). Ähnlich verhält es sich beim höchsten Bildungsabschluss: Die Mehrheit verfügt über ein hohes Bildungsniveau. So haben 48,7% einen Hochschulabschluss, 13,4% sind sogar promoviert oder habilitiert. Die AkademikerInnenquote liegt also bei 62,1%. Nur ein verschwindend geringer Anteil besitzt lediglich einen Hauptschulabschluss (3,2%) oder gar keinen Abschluss (0,6%) (vgl. Lutz 2013: S. 293). Dementsprechend hoch ist auch das Haushaltsnettoeinkommen der Befragten: 43,7% gehören mit mehr als 2.500€ zu den überdurchschnittlich bzw. besser verdienenden Einkommensgruppen, während 25,3% sogar über 3.500€ zur Verfügung haben. Ein Drittel (33,1%) verfügt hingegen mit maximal 1.500€ über unterdurchschnittlich viel (vgl. Lutz 2013: S. 294). Ebenfalls abgefragt wurde die regionale Herkunft der WiederbesucherInnen, wobei sich gezeigt

hat, dass 55,1% aus dem gleichen Ort kommen, wie dem, in dem sich das jeweilige Opernhaus befindet. Für weitere 20,6% ist das Opernhaus nur bis zu 30 Kilometer vom Wohnort entfernt (vgl. Lutz 2013: S. 290).

4.2. Motivation des klassischen Opernpublicums

Wenn man herausfinden möchte, ob das Streamen von Opern überhaupt Sinn macht, bzw. ob es eine Chance hat, langfristig zu bestehen, sollte man sich über die Motivation von Opernrezeption Gedanken machen. Da es sich sowohl bei Opern als auch bei Internet-Streams um Medien handelt, seien zunächst einige Rezeptionstheorien zusammengefasst.

Warum werden also überhaupt Medien rezipiert? Diese einfache Frage hat mehrere Antworten, sprich: Es gibt mehrere Gründe für Medienrezeption. Vieles deutet darauf hin, dass Medien schlicht und einfach dem Zwecke der Sozialisation dienen. Dies ist der *weitgefaßte Begriff für den Prozeß der Menschwerdung des Menschen, der Vergesellschaftung und Individuierung gleichermaßen umfaßt* (Mühlbauer/Münnich 1980: S. 25). In engem Zusammenhang damit steht der Begriff der sozialen Rolle, bei der es vor allem um erwartetes Verhalten einer Person geht, die sich mit gewissen Ansprüchen der Gesellschaft konfrontiert sieht (vgl. Dahrendorf 1974: S. 145). Im Sinne eines publikumszentrierten Modells der Medientheorie wird davon ausgegangen, dass RezipientInnen aktiv und absichtsvoll handeln und im Sinne des Uses and Gratifications-Approach eine Bedürfnisbefriedigung anstreben. Diesbezüglich ist zu erwähnen, dass das Vorgehen nicht nur subjektspezifisch, sondern auch inhaltsunabhängig betrachtet werden muss (vgl. Burkart 2002: S. 220ff). Massenmedial vermittelte Inhalte werden in diesem Zusammenhang *als Bindeglied zwischen den spezifischen Interessen und Orientierungen des Individuums und den Gegebenheiten seiner Umwelt* (Teichert 1975: S. 270) gesehen. Eine allgemeine Aussage über die Gründe der Mediennutzung lassen sich deshalb nicht treffen, da nahezu jeder Medieninhalt in fast beliebiger Weise von den BetachterInnen benützt werden kann (vgl. Teichert 1972: S. 437f.). Es bieten sich jedoch vier allgemeine Unterscheidungen an, wie Burkart vorschlägt (2002: S. 228f):

- Ablenkung und Zeitvertreib
- Persönliche Beziehungen (zum einen mit Medienakteuren und zum anderen als Vorbild für Beziehungen im eigenen sozialen Umfeld)

- Persönliche Identität (eigene Persönlichkeit/Situation in Beziehung setzen und reflektieren)
- Kontrolle der Umwelt (Wissen erfahren)

Im nächsten Schritt werden nun wieder Ergebnisse aus einschlägigen Studien zitiert. Auch bezüglich der Einstellung, den Motiven und den Wirkungen fassen Föhl und Lutz die Erkenntnisse der Studien zusammen (vgl. 2010).

So werden bei den Erwartungen an einen Theaterbesuch besonders häufig Faktoren genannt, die mit Unterhaltung und Entspannung zu tun haben. Auch „Abwechslung“, „Anregung zum Nachdenken“ und „etwas live erleben“ sind hoch im Kurs (vgl. Brauerhoch 2004, Keuchel 2005, Reuband/Mishkis 2005, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 46). Dies entspricht großteils dem erstgenannten Punkt von Burkart: Ablenkung und Zeitvertreib (vgl. 2002: S. 228).

Für den Vergleich mit Übertragungen sind auch Meinungen, Einstellungen und Assoziationen zum Theater und zur Oper von herausragendem Interesse. Bei Frank/Maletzke/Müller-Sachse ist beispielsweise *das „ideale Theater“ nicht das Angebot einer sinnlich-intellektuellen Erfahrung, sondern die Repräsentation einer als gesichert geltenden kulturellen „Bedeutsamkeit“ durch die möglichst affirmative Reproduktion klassischer Werke („Diener der Literatur“)*. (1991, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 46) „Bedeutsamkeit“ ist auch den Befragten bei Tauchnitz wichtig. Ein Theaterbesuch ist für sie ein besonderes Ereignis, zu dem auch passende Kleidung gehört, Ausdruck eines gepflegten Lebensstils und Teil guter Bildung (vgl. 2000, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 46). Diese Nennungen zeigen vor allem das von Burkart angesprochene Verlangen nach Einordnung der persönlichen Identität (vgl. 2002: S. 229).

Ähnlich interessant sind die Nutzungsmotive. In den meisten Studien stehen auch hier die Entspannung und Unterhaltung betreffende Faktoren hoch im Kurs (vgl. Eckhardt/Pawlitza/Windgasse 2006, Tauchnitz 2000, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 46f). Aber auch die Absicht gute Musik zu genießen wird bei zwei Untersuchungen an die erste Stelle gereiht (vgl. Eckhardt/Pawlitza/Windgasse 2006, Gebhardt/Zingerle 1998, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 46). Bemerkenswert ist auch das Verlangen nach festlicher Atmosphäre und gesellschaftlichem Ereignis, was bei einer Übertragung ja weniger gegeben wäre (vgl. Eckhardt/Pawlitza/Windgasse 2006, Martin 1999, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 46). Nutzungsmotive und Erwartungen unterscheiden sich also nicht wesentlich voneinander.

Bei Lutz Befragung von WiederbesucherInnen seien zusammenfassend die Top 10 der Gründe für einen Wiederbesuch in der Reihenfolge ihres Gewichts genannt (vgl. Lutz 2013: S. 273):

- Qualität der künstlerischen Besetzungen
- Orchesterqualität
- Vorliebe (für Werke und Komponisten)
- Chorqualität
- Regelmäßige Beschäftigung und Interesse an Oper
- Unkomplizierter Kartenerwerb
- Besucherorientierte Servicemitarbeiter
- Inszenierungsqualität
- Abwechslungsreicher Spielplan
- Heranführung an die Oper als Kind/Jugendlicher

Es fällt auf, dass vor allem künstlerische Kernleistungen zu den Gründen zählen. Die Hälfte der genannten Gründe sind hierzu zu zählen: Qualität der künstlerischen Besetzungen, Orchesterqualität, Chorqualität, Inszenierungsqualität und abwechslungsreicher Spielplan (vgl. Lutz 2013: S. 272f).

Was den BesucherInnen besonders wichtig an einem Besuch ist, hat Martin (vgl. 1999, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 47) herausgefunden: An erster Stelle steht auch bei ihm die künstlerische Besetzung, gefolgt vom Veranstaltungsangebot, der Höhe der Eintrittspreise, dem Ambiente und dem Vorverkaufsservice. All diese Faktoren sind ihnen überdurchschnittlich wichtig. Ähnliches findet auch Reuband (vgl. 2005a, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 47) heraus. Seine ProbandInnen interessiert in erster Linie die Musik, die SängerInnen und/oder der Dirigent. Im Bezug auf Musiktheater wird Folgendes als besonders wichtig erachtet: Das Zusammenspiel der musikalischen und schauspielerischen/bühnenbildnerischen Komponenten, der schauspielerischen/bühnenbildnerischen Komponenten unter sich und das Zusammenspiel innerhalb des Chors. Am unwichtigsten gilt das Zusammenspiel zwischen Orchester, Solisten und Chor, die Chor-Leistung und das Zusammenspiel der Solisten (vgl. Boerner et al. 2008, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 48).

Damit in Zusammenhang stehen die Ergebnisse von Fischer, der Entscheidungsfaktoren abgefragt hat. Besonderen Einfluss haben Namen von bestimmten KünstlerInnen, Veranstaltungsorte, Herkunftsländer von KünstlerInnen, Kritiken und Mundpropaganda (vgl. 2006, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 47).

Bei der Zufriedenheit mit dem Theater und seinen Leistungsmerkmalen zeigt sich, dass zwar künstlerische Faktoren als am wichtigsten erachtet werden, gleich danach aber Sekundärleistungen, wie Atmosphäre, freundliches Personal, bequeme Sitze oder Eintrittspreise folgen (vgl. Tauchnitz 2000, Martin 1999, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 49).

Bezüglich der Gründe für einen Nicht-Besuch eines Theaters finden sich folgende Punkte bei vielen der Studien an prominenter Stelle: Kosten, mangelndes Interesse und fehlende Sozialisation (vgl. Deutscher Bühnenverein 2002, Eckhardt/Pawlitza/Windgasse 2006, Frank/Maletzke/Müller-Sachse 1991, Gerdes 2000, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 47f.).

Jene zehn Gründe von allen 41 vorkommenden, die am wenigsten Bedeutung für einen Wiederbesuch haben, betreffen vor allem personale Elemente, Begleitangebote und Serviceangebote (vgl. Lutz 2013: S. 284):

- Zugehörigkeit zu einer Kunden-Community
- Gleichgesinnte bzw. bekannte Gesichter treffen
- Gastronomie am Opernhaus
- Probenbesuche
- Hintergrundgespräche mit Künstlern
- Beschwerdezufriedenheit
- Vertrauensvolle Beziehung zu Mitarbeitern
- Selbstpräsentation
- Workshops, Sonderveranstaltungen
- Opernshopangebot

Rössel und Hoelscher unterscheiden bezüglich der Motivation von Opernbesuchen vier positive Anreize: *der Genuss an der Opernmusik, die normative Distinktion von Oper, die Relevanz der Oper für die eigene Identität und schließlich die soziale Anerkennung durch andere Personen im eigenen Netzwerk, die auch ein Interesse an klassischer oder Opernmusik haben.* (Rössel/Hoelscher 2018: S. 257). Aufgrund ihrer Erkenntnisse haben sie vier unterschiedliche Typen von OpernbesucherInnen ausmachen können (Rössel/Hoelscher 2018: S. 256f):

Erstens eine eher ältere und höher gebildete Gruppe von regelmäßigen Besuchern, bei denen alle Motive stark ausgeprägt sind. Zweitens ein eher jüngeres und wenig gebildetes Cluster von opernabstinenten Befragten, bei denen alle Besuchsmotive eher schwach ausgeprägt sind [und] Opernmusik als anstrengend und langweilig empfunden wird. Schließlich fanden wir noch zwei Typen von Gelegenheitsbesuchern: die distinkten Gelegenheitsbesucher sind eher älter und weniger gebildet und orientieren sich stark am Motiv der normativen Distinktion. Dagegen sind die geselligen Opernbesucher eher höher gebildet und etwas jünger und sind stärker durch soziale Anreize und damit durch die Einbettung in opernaffine Netzwerke motiviert.

Bei diesen Typen kommen alle vier Nutzungsmotivationen von Medien nach Burkart vor (2002: S. 228f). Ablenkung und Zeitvertreib treten auf jeden Fall beim ersten Typ auf, persönliche Beziehungen stehen beim dritten und vierten im Vordergrund, können aber auch bei den anderen beiden vermutet werden. Für die (persönliche) Identität ist es wohl beim dritten Typ am wichtigsten. Die Kontrolle der Umwelt ist die wohl am schwächsten hervortretende Motivation bei OpernbesucherInnen, kann aber vor allem im Bezug auf das Motto „dabei sein um mitreden zu können“ bei keinem der vier Typen wirklich ausgeschlossen werden.

5. Opernübertragung als intermediales Produkt und Reproduktion

Es gibt kein Kunstwerk, das nicht seine Fortsetzung oder seinen Ursprung in anderen Künsten hat. (Deleuze 1986: S. 26)

Einen Mix aus Medien zu kreieren, um eine Idee optimal umzusetzen, ist eine Überlegung, die seit der Moderne besteht. Eingang findet sie in fast allen Sparten der Kunst und Kultur (vgl. Tizkar 2014: S. 173). Genau das will man durch einen Opern-Stream auch erreichen. Man will die Kernleistung der Oper, also die Performance der KünstlerInnen, mit den Vorteilen der bildschirmvermittelten Kommunikation nutzen. Die einzige Neuheit beim Internet-Streaming ist, dass es eben über das Internet passiert, denn im Fernsehen haben Opern bereits eine jahrzehntelange Geschichte, wie auch aus dem Kapitel „6.2. Rezeption von Opernübertragungen im Fernsehen“ klar wird.

In diesem Kapitel soll geklärt werden, was mit der Oper aus medientheoretischer Sicht passiert, wenn sie aus ihrer klassischen Präsentationsweise, dem Bühnenstück, enthoben und über den Bildschirm gezeigt wird.

Zunächst sei festgehalten, dass technisch-visuelle Medien generell Einfluss auf die Lesart von anderen Medien haben, auch ohne dass sie diese in sich aufnehmen. Darauf weisen auch namhafte Dramatiker wie Brecht hin: Demnach hätten *die neuen Apparate* eine Avantgarde-Funktion für *die alten Künste* einzunehmen, um sich auf ihren *physischen Teil zurückzubesinnen (...), um auch in der Literatur filmisch arbeiten zu können* (vgl. Brecht 1967: S. 156f.). Allein durch die reine Existenz des Kinos und des Fernsehens hat sich also bereits die Sicht auf und von Oper verändert. Zu bemerken ist diesbezüglich, dass neue Medien ältere nicht verdrängen, sie aber zu einer Anpassung zwingen, was längerfristig gesehen ein neues Gleichgewicht im Mediensystem hervorbringt (vgl. Böhn 2003: S.28).

5.1. Definition und Einordnung von Intermedialität

Wenn eine Verbindung von verschiedenen Medien oder Künsten entsteht, ergeben sich neue Spannungsfelder und Reibungen, die die Möglichkeiten für neue kulturelle Bewertungen eröffnen. *Intermedialität erscheint vor dieser Folie als Anregungshorizont für Kulturaustausch und für ästhetische sowie kulturpoetische Neuerungen.* (Simonis 2009: S. 12) Intermedialität heißt in diesem Zusammenhang: (...) *die spezifischen medialen Bedingungen und Möglichkeiten des anderen Mediums in Relation zu denen des eigenen setzen.* (Böhn 2003: S.28) Zuerst markieren intermediale Prozesse aber vor allem die Differenzen der beteiligten Formen und nicht deren Ähnlichkeit. Ihre Überlagerung bringt die Eigenheiten der jeweiligen Form stärker hervor, als wenn sie für sich stehen würden (vgl. Spielmann 2000: S. 59ff.). Zusätzlich erscheint das Medium, das durch das andere ausgedrückt wird, immer als „das Andere“, auch wenn es dem/der RezipientIn in einem anderen Zusammenhang nicht fremd ist (vgl. Simonis 2009: S. 13).

Doch wo ist die Grenze, ab der man von Intermedialität spricht? Auch Paech fragt sich, ab wann bei der Verschmelzung von zwei Kunstformen eine neue geboren wird und bis wohin man von einem intermedialem Verfahren sprechen kann, das *einer künstlerischen Praxis ihren Stempel aufgedrückt hat* (Paech 2014: S. 59). Das Medium Film ist ja zum Beispiel grundsätzlich ein „hybrides“ Medium. Es erschafft aus anderen Elementen, sprich Medien, ein intermediales Produkt, das aber trotzdem als eigenständiges Kunstwerk zu sehen ist (vgl. Müller 1998: S. 36). Für Janecke tritt Intermedialität dort auf, wo ein technisches Medium verwendet wird und es sich inhaltlich auf ein anderes Medium bezieht, womit es ästhetisch erfahrbar wird (vgl. Janecke 2003: S. 148). Müller liefert jedoch eine Definition, die die Intermedialität in einen weiter gefassten Kontext legt (1998: S. 31Ff.):

Ein mediales Produkt wird dann inter-medial, wenn es das multi-mediale Nebeneinander medialer Zitate und Elemente in ein konzeptionelles Miteinander überführt, dessen (ästhetische) Brechungen und Verwerfungen neue Dimensionen des Erlebens und Erfahrens eröffnen.

Folgende Frage drängt sich dadurch auf: Ist demnach nicht fast jedes Medium, zumindest fast jedes Massenmedium, kein wirklich eigenständiges Medium, sondern ein intermediales Zusammenspiel?

Hierzu findet man eine Antwort bei Schröter, der Folgendes zum Begriff Intermedialität schreibt (1998: S. 129):

Er soll der immer offenkundigeren Tatsache, daß Medien nicht für sich alleine bestehen, sondern immer schon in komplexen medialen Konfigurationen stehen und dadurch stets auf andere Medien bezogen sind, Rechnung tragen.

Vergleichbares meint auch Paech mit folgender Erklärung (2014, S. 63):

Medien sind Mittel zum Zweck. Sie sind niemals als sie selbst, sondern im anderen, das sie ermöglichen und von dem aus sie erst lokalisiert werden können, bestimmbar. (...) Intermedialität als Verfahren ist daher als eine bestimmte Figur(ation) medialer Formprozesse zu beschreiben, nämlich als Wiederholung der Wiedereinschreibung eines Mediums als Form in die Form eines (anderen) Mediums, wo das Verfahren der Intermedialität figuriert, also anschaulich wird und reflexiv auf sich selbst als Verfahren verweist.

Ein Medium ist demnach vor allem aufgrund seiner Ausformung das, was es ausmacht und Intermedialität der Prozess der Wandlung des Inhalts.

Da die Theamtik der Intermedialität eine sehr weitgefasste ist, ist es unbedingt notwendig innerhalb des Begriffs Intermedialität eine Eingrenzung zu treffen.

So kann eine Opernübertragung weniger als „*Intermedium*“ bezeichnet werden, das durch die Fusion mehrerer Medien zu einem neuen Medium erwächst und quasi dem nach der Tradition Wagners benannten Gesamtkunstwerk zuzuzählen ist. Wie auch die Kritik an Übertragungen im Kapitel „7. Bildschirmvermittelte Oper“ zeigt, kann eine solche nämlich nicht als etwas gesehen werden, das mehr als die Summe seiner Teile ist, da zwangsweise Elemente verloren gehen oder abgeändert werden (vgl. Schröter 1998: S. 130).

Eine interessante Perspektive liefert die Betrachtung des Begriffs der transformationalen Intermedialität, bei der die Beziehung zwischen den Gattungen in der Repräsentation besteht, wenn etwa ein Gemälde in einem Film gezeigt wird. Fraglich ist, ob in einem solchen Fall

überhaupt von Intermedialität gesprochen werden kann, da das eine Medium das andere nicht enthält, sondern es repräsentiert (vgl. Schröter 1998: S. 144). Böhn beschreibt diesen Umstand mit dem Ausdruck „Formzitat“ und bezeichnet ihn (im Zusammenhang mit bildender Kunst) als Umorientierung, die den Fokus vom Inhalt zur Form verschiebt, ohne den Inhalt dabei irrelevant werden zu lassen. *Es enthebt Präsentationsweisen ihrer praktischen Form für die Auffassung von Rezipienten und macht diese selbst zum Gegenstand.* Der Inhalt wird nicht ausgeblendet, sondern wird in ein neues Bewusstsein gesetzt, das ihn *derealisiert und umso besser imaginär erlebbar, aber zugleich beobacht- und reflektierbar* macht (Böhn 2003: S.7). Obwohl eine Opernübertragung das Bühnenstück zeigt, also die Form, in der die Oper kreiert wurde, und die Oper nicht in einen Film umwandelt, bleibt die Frage, ob es sich dabei um ein Formzitat handelt, ein Streifall. Durch die Verwendung filmischer Mittel wird nämlich eigentlich versucht, das Bühnenstück zu negieren und die Oper wie einen Film aussehen zu lassen. Der Fokus verschiebt sich dadurch nicht zur Form, sondern bleibt auf dem Inhalt. Als Formzitat ist eine Übertragung wohl nur dann zu sehen, wenn sie wenig bis keine filmischen Mittel verwendet und den RezipientInnen stetig bewusst macht, dass es sich hierbei um ein auf einer Bühne aufgeführtes Stück handelt.

Unbestreitbarer erscheint schon die Bezeichnung der formalen oder trans-medialen Intermedialität, in der die formalen Ebenen von der medialen Basis getrennt sind und sich ihr gegenüber relativ autonom verhalten (vgl. Schröter 1998: S. 136f.). Nach dieser Ansicht wird die Oper von ihrer Form getrennt, wodurch eben genau das zur Diskussion steht, was bezüglich der Opernübertragung meistens angesprochen wird: Ist sie dann überhaupt noch als Oper zu bezeichnen?

In diesem Zusammenhang sollte der Begriff der ontologischen Intermedialität erwähnt werden. Diesem liegt die Auffassung zugrunde, dass das, *was an einem gegebenem Medium als spezifisch erscheint* - im Bezug auf andere, ähnliche Medien - als ihre Definition gilt. Elemente, die sich überschneiden, bewegen sich damit im Feld der ontologischen Intermedialität (vgl. Schröter 1998: S. 146f.). Bei der Opernübertragung würde dies vor allem den vermittelten Inhalt des Plots betreffen. Diese Auffassung legt nahe, dass die Intermedialität als ursprünglich gesehen werden kann, da sich ja alle Medien in irgendeiner Form überschneiden, und die streng voneinander abgegrenzte Einteilung in verschiedene „*Monomedien*“ lediglich durch gezielte und institutionelle Abgrenzungen erfolgt ist (vgl. Schröter 1998: S. 149).

Im Gegensatz zur Intermedialität ist die Transmedialität nicht für die Übertragung von Opern als Begriff geeignet, da sich diese mit medienunspezifischen Phänomenen beschäftigt, *die in verschiedensten Medien mit dem jeweiligen Medium eigenen Mitteln ausgetragen werden können, ohne dass hierbei die Annahme eines kontaktgebenden Ursprungsmediums wichtig oder möglich ist* (Rajewsky 2002: S. 13). Das Ursprungsmedium, in Form einer Opernvorstellung, ist für die Aufnahme nämlich nicht nur wichtig, sondern notwendig, um überhaupt existieren zu können.

5.2. Internet-Stream als Benjamin'sche Reproduktion

Der Titel des legendären Aufsatzes von Benjamin „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“ (1939) war Inspiration für den Titel der vorliegenden Arbeit, da er vieles auf den Punkt bringt, was uneingeschränkt oder zumindest in ähnlicher Form für die digitale Reproduktion der Oper, also ihrer digitalen Übertragung, gilt. Herausstechend in diesem Zusammenhang sind folgende Zeilen, die die Frage aufkommen lassen, ob aufgrund der durch die Digitalisierung erwirkten Möglichkeiten die Zeit gerade jetzt reif wurde für Internet-Übertragungen von Opern:

Es ist von jeher eine der wichtigsten Aufgaben der Kunst gewesen, eine Nachfrage zu erzeugen, für deren volle Befriedigung die Stunde noch nicht gekommen ist. Die Geschichte jeder Kunstform hat kritische Zeiten, in denen diese Form auf Effekte hindrängt, die sich zwanglos erst bei einem veränderten technischen Standard, d.h. in einer neuen Kunstform ergeben können. (Benjamin 1939: S. 41f.)

Die Bejahung dieser Frage ergibt sich vor allem aus der Kritik an Übertragungen im Fernsehen, die oftmals mit technischen Einschränkungen verbunden sind, wie aus dem Kapitel „7. Bildschirmvermittelte Oper“ hervorgeht.

Zunächst spricht Benjamin das aus, was das größte Manko einer jeden Reproduktion ist: *Noch bei der höchstvollendeten Reproduktion fällt eines aus: das Hier und Jetzt des Kunstwerks – sein einmaliges Dasein an dem Orte, an dem es sich befindet.* (Benjamin 1939: S. 12) Dies beschreibt auch den Grund, warum eine nicht der klassischen Präsentationsform entsprechende niemals ein Ersatz für OperngeherInnen sein kann, sondern lediglich als zusätzliche gesehen werden kann, wie

auch aus dem Kapitel „3.2. Neue Formen der Opern-Rezeption“ hervorgeht. Denn das, was somit dem Kunstwerk passiert, ist etwas, das Benjamin den Verlust seiner „Aura“ bezeichnet (vgl. Benjamin 1939: S. 14).

Der einzigartige Wert des „echten“ Kunstwerks hat seine Fundierung im Ritual, in dem es seinen originären und ersten Gebrauchswert hatte. (vgl. Benjamin 1939: S. 18)

Benjamin stellt fest, dass die technische Reproduzierbarkeit erstmals die Loslösung des Kunstwerks vom Ritualisierten ermöglicht und das reproduzierte Kunstwerk sogar immer mehr darauf ausgelegt ist, reproduziert zu werden (vgl. Benjamin 1939: S. 19).

Die Reproduktionstechnik, so ließe sich allgemein formulieren, löst das Reproduzierte aus dem Bereich der Tradition ab. Indem sie die Reproduktion vervielfältigt, setzt sie an die Stelle eines einmaligen Vorkommens sein massenweises. Und indem sie der Reproduktion erlaubt, dem Aufnehmenden in seiner jeweiligen Situation entgegenzukommen, aktualisiert sie das Reproduzierte. (Benjamin 1939: S. 14f.)

Benjamin beschreibt also die massenhafte Verbreitung von Werken. Eine Eigenschaft, die eine Übertragung als Medienprodukt im Gegensatz zu einer Opernaufführung hat, ist ihre Nicht-Rivalität im Konsum. Vorausgesetzt auf AnbieterInnenseite stehen genug Server-Kapazitäten zur Verfügung, wird also eine Übertragung nicht von einer bestimmten Anzahl an KonsumentInnen aufgebraucht. Im Gegensatz zu einer Opernaufführung mit beschränktem Kartenkontingent, müssen also die RezipientInnen nicht um den Konsum konkurrieren (vgl. Detering 2001: S. 21). Die Reproduktion kann dadurch also *das Abbild des Originals in Situationen bringen, die dem Original selbst nicht erreichbar sind.* (Benjamin 1939: S. 14)

Was durch diese massenhafte Verbreitung aber verändert wird, ist die Art des Anteils am Reproduzierten (vgl. Benjamin 1939: S. 45). Die oben angesprochene Aktualisierung beschreibt ebenjene Veränderung der Bedeutung und der Rezeptionssituation. Die Dinge sich räumlich und menschlich „näherzubringen“ ist ein genau so leidenschaftliches Anliegen der gegenwärtigen Massen, wie es ihre Tendenz einer Überwindung des Einmaligen jeder Gegebenheit durch die Aufnahme von deren Reproduktion ist, so Benjamin 1939, unwissend wie stark dieser Umstand auch 80 Jahre später noch vorhanden ist (vgl. S. 17). Benjamin bezeichnet in diesem

Zusammenhang den Film als *machtvollsten Agent der Massenbewegungen unserer Tage* (vgl. Benjamin 1939: S. 15). Zwischenzeitlich war dies wohl das Fernsehen, bevor es in den letzten Jahren das Internet wurde.

Benjamin schreibt, dass die Kunstleistung bei Bühnenstücken die AkteurInnen selbst sind, es beim Film aber die Apparatur ist (vgl. Benjamin 1939: S. 26). Die Apparatur bringt die Leistung der AkteurInnen den ZuseherInnen näher. Sie nimmt allerdings unter der Führung der an der Umsetzung des Films beteiligten Personen dazu Stellung (vgl. Benjamin 1939: S. 26). Auch wenn unter der Apparatur filmische Mittel wie Schnitt und Bildqualität mitgemeint sind, zeigt sich hier ein entscheidender Unterschied zur Übertragung von Opern. Wie besonders im Kapitel „7. Bildschirmvermittelte Oper“ klar wird, ist eine Übertragung nämlich genau dann sinnvoll, wenn die filmeigenen Mittel (also die Apparatur) besonders spärlich eingesetzt werden, und so viel von der Kunstleistung der Oper (also den AkteurInnen) vermittelt wird, wie möglich. Nichtsdestotrotz trifft auf die Übertragung zweifelsfrei jener Nachteil zu, den Benjamin immer wieder im Zusammenhang mit dem Film betont (1939: S. 28):

[Z]um ersten Mal – und das ist das Werk des Films – kommt der Mensch in die Lage, zwar mit seiner gesamten lebendigen Person aber unter Verzicht auf deren Aura wirken zu müssen. Denn die Aura ist an sein Hier und Jetzt gebunden. Es gibt kein Abbild von ihr.

Dass die technisch reproduzierten Kunstwerke den KonsumentInnen in ihrer Rezeption entgegenkommen, ist Gegenstand heftiger Kritik an den modernen Massenmedien. Diesen Umstand sehen nämlich Benjamins enger Freund Adorno und Horkheimer bereits ein paar Jahre später durch die vom Aufkommen des Tonfilms entstandene Situation *konservativ und esoterisch* (Wellershoff 1976: S. 87), wenn sie ein dystopisches Bild zeichnen, in dem sie den Medienprodukten unterstellen, *die denkende Aktivität des Betrachters geradezu [zu] verbieten, [weil sie] der Phantasie und dem Gedanken der Zuschauer keine Dimension mehr übrig [lassen]*. (Horkheimer/Adorno 2006: S. 134).

Auch im Bezug auf die massenhaft reproduzierte Oper hat sich laut Hoffs Ausführungen Benjamins Theorie bewahrheitet.

Die Medien haben der Kunst ihre Besonderheit genommen, sie zum Teil unseres Alltagsleben gemacht, jederzeit nutzbar, sie haben die traditionellen Künste dem Massengebrauch überantwortet. (Hoff 1994: S. 216)

Die KonsumentInnen sind an große und originäre Events gewöhnt. Die großen Veranstaltungen der tradierten Künste sind inzwischen durch Fernsehen und Datenträger in die Medienwelt integriert und werden somit inflationär. Hoff sieht darin übrigens auch den „Festivalboom“ begründet, den er Mitte der 90er ausgemacht hat. Dort sollten die Events wieder „groß“ und „besonders“ sein (vgl. Hoff 1994: S. 215). Für Hoff hat „das Kunstwerk“ mit der Wandlung vom exzeptionellen Ereignis zum Stück Alltagsdesign somit seine Aura verloren (vgl. Hoff 1994: S. 216). Gerade die Oper brauche aber als komplexes theatralisches Gesamtkunstwerk ebendiese Aura. Zwischen 1600 und 1900 hat sie sich vom feudalen zum bürgerlichen und „nationalen“ Kunstereignis entwickelt und vom Ideenträger zum Hör- und Schaustück verwandelt (vgl. Hoff 1994: S. 216). Auch wenn andere Formen wie das Musical der Oper den Rang abzulaufen drohen, ist sie nach wie vor ein gesellschaftliches Ereignis, das aus verschiedenen Gründen höchste Wertschätzung erfährt. Eine Opernvorstellung kann nämlich als exorbitantes Ereignis gesehen werden, da sie durch ihren hohen Ausstellungswert einen hohen Kultwert besitzt, was nicht zuletzt durch die ökonomische Sonderstellung erklärt werden kann. So kostet es viel, eine Oper auf die Bühne zu bringen, weshalb die Häuser meist entsprechend subventioniert sind. Aber auch der einzelne Besuch einer Vorstellung ist oft mit hohen Kosten verbunden, was ihn für die meisten BesucherInnen eben zu etwas Besonderem, nicht Alltäglichem, macht (vgl. Hoff 1994: S. 217).

Datenträger, die eine Opernvorstellung festhalten – mit Ton und/oder Bild, sind für Hoff nicht mehr als Souvenirs für die anwesenden ZuschauerInnen. Für andere sei es lediglich *Abklatsch und Ereignissurrogat*. Als sinnvoller bezeichnet er Opernverfilmungen, die aber ebenfalls nicht die einer Vorstellung anhaftende „Aura“ abbilden können, da sie nicht im festlichen Ereignisort, dem Opernhaus spielen und nicht die Einmaligkeit und Unwiederholbarkeit innehaben, sondern durch die Zielsetzung von massenhafter Reproduktion sogar das Gegenteil repräsentieren. Reproduktion mache das Originalwerk nämlich *beliebig wiederholbar, auswechselbar, liefert es der objektivierenden Betrachtung aus und entpersönlicht es* (vgl. Hoff 1994: S. 218). Versuche, dem entgegenzuwirken, gab es etwa durch limitierte Pressungen von Schallplatten, die von der Originalmater gezogen wurden und damit in „Berührung“ mit dem Original standen. Oft wurden sie dann auch noch von den KünstlerInnen signiert. In Zeiten der Digitalisierung verschwand dieses

Vorgehen zusehends. Reproduktionen bestehen nun aus synthetisch-mathematischen Datensätzen, was vor allem die antikierten KunstnostalgikerInnen schmerzt und die „Aura“ noch weiter aus den Werken austreibt (vgl. Hoff 1994: S. 219).

Das Fernsehen ist laut Hoff in der Lage zumindest einen Teil der Aura zu erhalten, indem es durch das Live-Prinzip die Gleichzeitigkeit von *Originalereignis*, *Aufnahme*, *Übertragung* und *millionenfachem Empfang* ermöglicht (vgl. Hoff 1994: S. 219). Große Live-Ereignisse im Fernsehen sind heute meist Sportereignisse, gerade Kulturveranstaltungen sieht man nur selten live. Das Fernsehen verlangt keine eigene „Aura“ und keine eigene Kunstform. Dennoch gab es Versuche: Hoff nennt als Beispiel das Fernseh-Spektakel „Ein Wochenende mit Tosca“, das am 11. Juli 1992 ausgestrahlt wurde und die Oper live an den Original-Schauplätzen mit realistischem Voranschreiten der Zeitebene versetzte. Dieser Versuch, die Oper in den Alltag der MedienkonsumentInnen zu integrieren, hält Hoff zwar für ein gutes Vorgehen, ein dem Fernsehen eigenes Opern-Event zu schaffen, er zählt jedoch einige negative Punkte auf: Die Oper wird aus dem originärem Umraum – dem Opernhaus – herausgelöst, für das sie eigentlich geschrieben wurde. Außerdem hat das moderne Rom nicht mehr viel mit dem Rom zu tun, in dem diese Oper eigentlich spielt. Die Librettisten haben die Wirkung des Stücks genau geplant und hatten einen exakt konstruierten Plan, zu dem eben die klassischen drei Elemente Handlung, Ort und Zeit gehören (vgl. Hoff 1994: S. 220f.).

6. Oper und Fernsehen

Um die Veränderung der Rezeption von Opernvorstellungen über das Internet sinnvoll beschreiben zu können, darf die Thematik um bildschirmvermittelte Kommunikation über das Fernsehen und das damit in Verbindung stehende Live-Prinzip nicht ausgelassen werden. Um dann bereits konkreter zu werden, wird auf Theater- und Opernrezeption im Fernsehen eingegangen.

6.1. Klassische Fernsehrezeption und Live-Prinzip

Das beim Streamen von Opern vorhandene veranstaltungsbezogene Rezipieren erinnert an die Anfangszeit des Fernsehens, wo noch eine strukturelle Verwandtschaft mit dem Theater erkennbar war: Programm wurde nur eine bestimmte Dauer lang und in einem vorbestimmten Zeitraum gezeigt. Das meist zwei Stunden dauernde Programm wurde als „Gesamtwerk“ gemeint und sollte von den ZuschauerInnen komplett gesehen werden, weshalb es auch eine intendierte Sinneinheit von vorne bis hinten hatte (vgl. Hickethier 1994: S. 191f).

Eine gesellschaftliche Auswirkung des Fernsehens in seiner heutigen Form ist, dass der *Programmfluß mit seinen durch Sendungen und Liveschaltungen ermöglichten virtuellen Raumerweiterungen des Zuschauers (...) räumliche Fixpunkte [kreierte], die für die Zuschauer als Orientierung schaffende Identitäten aufgebaut werden.* (Hickethier 1995: S. 70) Hickethier stellt nämlich fest, dass die Entwicklung der Fernsehprogramme immer weniger auf punktuelle Angebote abzielt, sondern permanente, wiederkehrende Formate geschaffen werden (vgl. Hickethier 1995: S. 79).

Hickethier schreibt 1995 in seinem Text „Dispositiv Fernsehen“ über die Gegebenheiten, die die Rezeption über das Fernsehen mit sich bringt. Ein paar dieser Feststellungen – besonders jene, die sich auf den Unterschied des Fernsehens zu Präsentationsformen wie dem Kino beziehen – gelten auch für Rezeptionsformen, die nicht direkt dem Fernsehen zuzuteilen sind, wie der Rezeption von Internet-Streams auf TV-Geräten oder mobilen Screens.

So schreibt er über die veränderte Anordnung der Apparatur, was besonders im Bezug auf mobile Screens noch einen Schritt weiter geht (Hickethier 1995: S. 65f):

Jederzeit kann der Zuschauer ohne Umstände aufstehen und sich im Raum bewegen, kann dadurch aus dem Kontakt mit dem Bildschirm geraten oder ihn nur noch in extrem verzerrter Seitensicht wahrnehmen, kann den Raum ganz verlassen und an der Fernsehkommunikation nur mehr akustisch teilhaben, kann wieder zurückkommen etc. Die axiale Ausrichtung des Zuschauers auf die Bildfläche, die in der jahrhundertelangen Tradition der Gottesdienste im kirchlichen Dispositiv, der Machtrepräsentation im großen Staatsakt und der Rezeption von Theater- und Kinoaufführungen steht, ist durch die Mobilität des Zuschauers in dessen privatem Raum tendenziell aufgehoben.

Hickethier bringt diesen Umstand, der den *Verzicht auf die Disziplinierung der Wahrnehmung durch die Fixierung der Zuschauer* mit sich bringt, weniger mit der Tradition des Kino-Dispositivs in Verbindung als mit dem des Radios, das bereits früher als bewegliches Trägermedium in das häusliche Umfeld integriert wurde, und aufgrund seiner rein auditiven Vermittlungspraxis noch flexibler auszurichten ist als das Fernsehen. Was ebenfalls mit dem Radio neu war, war die verkürzte Übertragungszeit der Mitteilungen zwischen SenderIn und EmpfängerIn, die *eine neue sinnliche Attraktion* und die Möglichkeit von Live-Übertragungen mit sich brachte (vgl. Hickethier 1995: S. 66).

Für die Ästhetik des Fernsehens war das Kino *mit seiner binnenästhetischen Formensprache der Einstellungswechsel, Montageformen und der Bild-Ton-Kombination als Modus medialer Realitätswahrnehmung* ein bedeutender Wegbereiter. Aufgrund der früheren Umstände, wie der damals noch geringeren Bildqualität und *der entfallenden Stillstellung des Umraums* zielte die Rezeption aber stärker auf *ein audiovisuelles Abstraktionslernen als auf eine sinnliche Vergegenwärtigung* ab (vgl. Hickethier 1995: S. 67). Dies hat sich mit der immer besser werdenden Technik grundlegend verändert. Das Fernsehen wurde mehr und mehr zur Darstellungsform realer Gegebenheiten.

1994 stellt Hickethier fest, dass neuen Systemen, wie HDTV oder der Entwicklung des Internets inzwischen größere Aufmerksamkeit geschenkt wurde, als den Bilderwelten des Fernsehens. Sie gerieten mehr und mehr aus dem Fokus und galten als *trivial, domestiziert und beherrscht von alten Konventionen*. Das Fernsehen wurde inzwischen eher als Vermittler von anderen künstlerischen Innovationen gesehen (vgl. Hickethier 1994: S. 190). Dem Internet wird aufgrund

seiner Beschaffenheit als „Bereitstellungsplattform“ ohnehin nur selten eine eigene Ästhetik zugeschrieben, weshalb sich – auch aufgrund der Sehgewohnheiten – die Bilderwelten des Fernsehens dort weitgehend fortsetzen.

Für diesen Umstand spricht auch, dass die Medienwissenschaftlerin Bleicher dem Begriff „Neues Fernsehen“, unter dem Internet-Streaming oft subsumiert wird, sehr misstrauisch gegenüber steht. Sie ist der Meinung, dass die Verwendung des Begriffs für die Loslösung des Fernsehens von den bisherigen Distributions- und Rezeptionsformen nicht wirklich zutrifft, da die meisten Modelle, die damit gemeint sind, eigentlich nicht wirklich bedeutende Unterschiede aufweisen, sondern Strukturen und Inhalte aufweisen, die mit dem „alten Fernsehen“ zu vergleichen sind. Sie bezieht sich etwa auf YouTube, wo es „Channels“ gibt, die dem Prinzip eines herkömmlichen Fernsehsenders ähnlich sind. Obwohl außerdem immer behauptet wird, dass Online-Fernsehen zeitunabhängig ist, wird – wie es beim Streamen von Opern oft der Fall ist – immer wieder das Live-Prinzip aufgegriffen, womit dann doch wieder die Zeitbindung gegeben ist (vgl. Bleicher 2012: S. 109f.).

Ebenjenes Live-Prinzip ist auch im Hinblick auf die Opern-Streams bedeutend. Diese und auch andere neue Rezeptionsformen werben ja damit, dass man „live“ bei der Vorstellung dabei sein kann, ohne im Saal sitzen zu müssen. Dies ist als eine Stärke der Internet-Streams gegenüber dem Fernsehen zu sehen. Im Normalfall wird dort inzwischen nämlich die Aufzeichnung und zeitversetzte Übertragung von Vorstellungen bevorzugt. Der zeitliche Abstand von Aufnahme und Ausstrahlung bewegt sich dabei zwischen einigen Stunden und einigen Monaten. Weiters gibt es auch die Ausstrahlung von historischen Aufnahmen. Eine direkte Live-Übertragung ist mit vielen Risiken verbunden und wird meist – zumindest eben auf linearen Fernseh-Programmen mit sehr hohen Zuschauerzahlen – Vorstellungen mit besonderem „Event-Charakter“ vorbehalten (vgl. auch Kühnel 1998: S. 166).

Dass der Begriff „live“ überhaupt in Zusammenhang mit Aufführungen im Theater und in der Oper gebraucht wird, ist übrigens den „neuen“ Technologien zu verdanken. Früher musste man nicht extra betonen, dass etwas live ist, denn es gab nichts anderes. In der Theaterwissenschaft wird „live“ oft nur dann gemeint, wenn wirklich eine „Ko-Präsenz“ von AkteurInnen und ZuschauerInnen vorliegt (vgl. z.B. Fischer-Lichte 2004: S. 115). Fischer-Lichte spricht in diesem Zusammenhang von der *autopoietischen feedback-Schleife*, die beschreibt, dass das, was die AkteurInnen tun, Auswirkungen auf die ZuschauerInnen hat und das, was diese tun wiederum

Auswirkungen auf die AkteurInnen hat. Bei mediatisierten Aufführungen ist diese Schleife außer Kraft gesetzt (vgl. Fischer-Lichte 2004: S. 59 und S. 115). Das Internet bietet – im Gegensatz zum Fernsehen – mit seinen Möglichkeiten des Web 2.0 jedoch eine neue Art der Ko-Präsenz. Inzwischen ist es „wieder“ möglich, den ArtistInnen live Feedback zu geben. Allerdings kann dies nicht mit der Wirkung der autopoietischen feedback-Schleife gleichgesetzt werden, da es meistens so ist, dass die AkteurInnen das Feedback nicht sofort wahrnehmen, sondern es erst später nach der Aufführung lesen können.

Für das Fernsehen ist und war das Live-Prinzip jedenfalls immer sehr bedeutend. Wobei vor allem in der Vergangenheit der *Anschein der Gleichzeitigkeit* und nicht die tatsächliche Simultanität der entscheidende Punkt war, da die ZuschauerInnen ohnehin nicht den Wahrheitsgehalt prüfen konnten bzw. es auch nicht unbedingt nötig war, dass es live sein muss – außer in Katastrophenfällen (vgl. Hickethier 1994: S. 198). Trotzdem war und ist der Live-Aspekt als ideologisches Konstrukt bedeutsam, da die RezipientInnen dadurch ein Gefühl der Teilhabe und der „Verbundenheit mit der Welt da draußen“ haben. Hickethier bezeichnet es als Teil der *televisuellen Ästhetik*, einen Live-Charakter zu vermitteln. Der Eindruck ist dabei ein Zusammenspiel von Erwartungshaltung und medialer Inszenierung (vgl. Hickethier 1994: S. 199).

Für Hoff ist überhaupt der Reiz des Mediums Fernsehen an sich das Live-Prinzip, bei dem die ZuschauerInnen meinen, einem Vorgang direkt „*in actu*“ beizuwohnen. Programmpunkte, die diesem Umstand entsprechen würden, finde man aber immer weniger. In seinem Text aus 1994 konstatiert er eine seit zwei Jahrzehnten vorherrschende *konservative Ausrichtung des Geistes*, der es geschuldet ist, dass sich die Fernsehtheorie nur noch *auf die Reflexion der faktischen Gegebenheiten* konzentriert. Er sieht in der Tatsache, dass das Fernsehen inzwischen nur noch als *Distributionsinstrument für Kinofilme* dient, eine Übernahme durch die Industrie und sieht dies als Teil einer Vermarktungsstrategie (vgl. Hoff 1994: S. 214).

Hoff folgert, dass das Fernsehen, wenn es ein Ereignis als fernseheigene Kunstform erschaffen und ihm einen exponierten Charakter verschaffen will, einen Programmpunkt als „Medienspektakel“ verkaufen muss, um damit aus dem Programmeinerlei herauszusteichen. Bei Politik- und Sportereignissen braucht es dafür keinen großen Aufwand, da diese ohnehin große gesellschaftliche Aufmerksamkeit erlangen. Bei Kultur-Ereignissen ist dies meist nicht der Fall. Diese müssten sich im Fernsehen in der Ästhetik und Aufmachung großer Popmusik-Events

präsentieren (vgl. Hoff 1994: S. 225).

Für die gesamte Musikbranche ist das Live-Prinzip überlebenswichtig. Greenlee sieht in der diesbezüglichen Situation Benjamins Thesen (vgl. 1939 – mehr dazu im Kapitel „5.2. Internet-Stream als Benjamin'sche Reproduktion“) bestätigt: Musikstücke verlieren durch ihre unbegrenzte Zugänglichkeit ihren Wert. Das einzige, was in diesem Zusammenhang einen hohen Stellenwert besitzt, ist, wie die Geschäftszahlen belegen, das Live-Erlebnis. Die Live-Musikbranche erlebt einen regelrechten Boom (vgl. Greenlee 2017: S. VII).

6.2. Rezeption von Opernübertragungen im Fernsehen

Da das Streamen von Events generell, besonders aber das Streamen von Opern, eine noch relativ junge Disziplin darstellt, gibt es hierzu so gut wie keine Theorien oder Untersuchungen. Allerdings gab es eine Zeit, in der das Übertragen von Bühnenstücken im Fernsehen von großer Bedeutung war, weshalb es hierzu sehr zahlreiche Ausführungen gibt. Vieles davon gilt uneingeschränkt auch für Opernstreams über das Internet oder lässt sich zumindest in irgendeiner Form darauf beziehen. Deshalb ist eine genaue Betrachtung dieses Themenblocks unerlässlich.

Argumente für Oper im Fernsehen sind einerseits sozialer Natur, nämlich die Demokratisierung der als elitär geltenden Oper (vgl. Schmidt-Sistermanns 1991: S. 5). Dadurch ist die Möglichkeit einer *Erweiterung des kulturellen Gedächtnisses der Gesellschaft* (Kühnel 1998: S. 167) gegeben. Andererseits spricht auch die visuelle Komponente dafür. Der Oper wohnt nämlich grundsätzlich ein starker optischer Ausdruck inne und das Fernsehen kann diesen als audiovisuelles Medium abbilden (vgl. Schmidt-Sistermanns 1991: S. 5). Prox schreibt übrigens, dass auch bei jeder Musikaufführung, bei der nur die Instrumente im Mittelpunkt stehen, das Sichtbare als inhärent und durchaus wesentlich zu betrachten ist, da nicht zuletzt der körpersprachliche Ausdruck der Musizierenden von Bedeutung ist (vgl. Prox 1994: S. 150). Das ist auch der Grund, warum in den 60er-Jahren die Verbreitung von Musik durch das Fernsehen bereichert wurde. Die audiovisuelle ist die jüngste Form der musikalischen Kommunikation und war lange umstritten. Gründe dafür waren die unzureichende Qualität der Fernsehlautsprecher und das standardisierte Bildangebot, das durch die stets gleich aufgestellten Kameras bedingt war und *nach dem pars pro toto-Prinzip* hauptsächlich die melodieführenden Instrumente zeigt. Kritiker fürchteten außerdem eine

Ablenkung von der Musik durch jegliche Visualisierung (vgl. Prox 1994: S. 151f). Dass sich Musikübertragungen im Fernsehen hielten, hatte vor allem den Grund, dass die damaligen Sendeanstalten noch keine Konkurrenz von den privaten hatten und Konzert- und Opernübertragungen der Vorstellung eines sinnvollen Bildungsauftrages entsprachen. Weiters war eine möglichkeitserweiternde Entwicklung der Technik bereits absehbar. In Verbindung mit der *„kontextuellen Mächtigkeit“ der Medienentwicklung* fand ein Lernprozess statt, aufgrunddessen Prox bereits 1994 konstatierte, dass *die audiovisuelle Rezeptionsform für Kunstmusik (...) beim kulturell interessierten Publikum in die Gunst zu kommen scheint*, was er durch die zu dieser Zeit auf den Markt kommenden Produkte erklärt (vgl. S. 152).

Die Geschichte der Übertragungen von Theateraufführungen gehen bis in die Anfänge des Fernsehens zurück. Mit zunehmender Vertrautheit zur Verbindung der beiden Medienarten erwachsen eigene ästhetische Ansprüche, was schließlich in der Praxis mündete, Theaterstücke und Opern für das Fernsehen zu adaptieren (vgl. Dübgen 1977: S. 10f.). Eine diese Adaptionen stellt das Fernsehspiel dar. Dieses ist zwar inzwischen so gut wie verschwunden, da seine Geschichte aber viel über den Grund für das Interesse an Übertragungen von Bühnenstücken verrät und es inhaltlich große Ähnlichkeiten mit den modernen Live-Übertragungen von Theaterstücken und Opern aufweist, lohnt es sich, es genauer zu betrachten.

So sah man in der Anfangszeit des Fernsehens die Chance, Hochkultur, wie Literatur und Theater, die beide eher einer gebildeten bürgerlichen Minderheit vorbehalten waren, auch einem breiten Publikum vermitteln zu können (vgl. Netenjakob 1973: S. 5). Außerdem wollte man durch „Anleihen“ beim Theater das Fernsehen im Gegensatz zum Kino als kulturelles Medium etablieren (vgl. Lemke 1998b: S. 13). Dazu passend beschreibt Netenjakob, dass Fernsehspiele nicht nur als Teil dieser geplanten Kulturalisierung angesehen wurden, sondern sogar als *Gipfelpunkte des Programms* präsentiert wurden. Man versuchte mit extra für das Fernsehen geschaffene Inszenierungen von Bühnenstoffen eine *Fortsetzung der Theatertradition mit anderen Mitteln* (vgl. Netenjakob 1973: S. 4). Als Argument hierfür wurde die Verwandtschaft von Schauspiel und Fernsehspiel genannt und vor allem auch auf die Aufrechterhaltung der dramatischen Einheit von Ort, Zeit und Handlung hingewiesen (vgl. Elghazali 1966: S. 39). Man muss dazu wissen, dass Fernsehspiele anfangs ausschließlich live gezeigt wurden. Als dann die technischen Möglichkeiten die Aufzeichnung auf Magnetband erlaubten, wurde Mitte der 50er Jahre das Ende der Ära Fernsehspiel eingeleitet, bevor Anfang der 60er Jahre endgültig Schluss war (vgl. Lemke 1998b: S.

16). Doch zuvor machte der Live-Charakter das Spektakel aus. Da Kameras damals noch sehr schwer zu bewegen waren, waren Fernsehspiele typische Studioproduktionen und meistens auf ein paar Schauplätze begrenzt – ähnlich eben wie Bühnenproduktionen. Die DarstellerInnen spielten ihre Rollen von vorn bis hinten durch und mussten ihr Gebaren anpassen und möglicherweise auch auf unerwartete Situationen reagieren, womit der spielende Mensch wichtiger war, als er es beim Film ist (vgl. Jacobi 1961: S. 41).

Die Spontaneität des Spiels, das Erlebnis der Unmittelbarkeit, das durch die Gleichzeitigkeit von Produktion und Rezeption vermittelte Gefühl des Dabeiseins – diese aus den technischen Voraussetzungen der Fernsehproduktion abgeleiteten „Qualitäten“ des Live-Spiels lassen durchaus eine Analogie zum transitorischen Theatererlebnis herstellen, allerdings mit Einschränkungen. (Lemke 1998b: S. 15)

Genau wie bei modernen Live-Übertragungen wurden mehrere Kameras auf das Geschehen gerichtet, gemischt und sofort auf die Bildschirme der ZuseherInnen übertragen. Diese Kontinuität des Geschehens zeigt noch einmal die Ähnlichkeit zu Bühnenproduktionen auf und zieht andererseits die Grenze zum Film, der aufgrund der Möglichkeiten in Schnitt und Dramaturgie nicht kontinuierlich erzeugt und gezeigt wird (vgl. Hickethier 1977: S. 96).

Das Ende des Live-Spiels war von dem stärker werdenden Selbstverständnis des Fernsehens geprägt, Wirklichkeit abbilden zu wollen, was im Gegensatz zur Fiktionalität des Theaters stand. Eine Entfernung des Fernsehens von seinem Ruf als kulturelles Medium wurde somit vorangetrieben (vgl. Lemke 1998b: S. 23). Gleichzeitig verschob sich das „Theater“ im Fernsehen weg vom Bestreben nach einer diesbezüglich eigenen Kunstgattung hin zur Abbildung des bereits vorhandenen Theaters in Form von den für diese Arbeit so relevanten „dokumentarischen“ Aufzeichnungen und der Theaterberichterstattung (vgl. Lemke 1998b: 48f).

Obwohl die Bedeutung der Bühnenstücke im Fernsehen insgesamt eigentlich sank, ist die Oper seit den 80er-Jahren dort öfter zu sehen als je zuvor. Dies hat vor allem damit zu tun, dass sie auf die „dritten“ Programme und Kultursender verdrängt wurde, wo ihr dann aber auch Sendezeit eingeräumt wurde. Den Verlust der generellen Bedeutung, die regelmäßige Sendeplätze in den Hauptprogrammen rechtfertigen würde, erklärt Kühnel einerseits durch einen „neuen Kulturbegriff“ (, der 2018 übrigens nicht mehr als neu zu betrachten ist), der die als elitär

eingestufte Kunstform Oper grundsätzlich in Frage stellt, andererseits durch die wachsende Konkurrenz von Privatprogrammen (vgl. Kühnel 1998: S. 160f.). Paradoxerweise haben ebenjene Privatprogramme aber auch zum „Wiedereinstieg“ der Oper in die Kulturprogramme beigetragen, da sich durch ihren Aufstieg die öffentlich-rechtlichen Sender zunehmend gezwungen sahen, sich wieder mehr auf ihren Kulturauftrag zu besinnen. Eine Abgrenzung zum „seichten“ Programm der Privaten musste her (vgl. Nuy 1998: S. 138). Dass die fernsehspielartige Aufzeichnung einer Theater- oder Opernvorstellung heutzutage nur mehr historische Bedeutung haben wird, vermutete Nuy 1997, was sie mit dem Wandel des Fernsehens hin zum „Fenster zur Welt“ begründete (vgl. Nuy 1998: S. 158). Eine Rückbesinnung auf das damit verbundene Live-Prinzip wurde dann durch den Siegeszug des Internets wohl noch weiter unterstützt.

Eine abgefilmte Oper im Fernsehen zu rezipieren, unterscheidet sich grundlegend von der Rezeption im Opernsaal. Auch wenn die Rezeption per Internet-Stream nicht das Gleiche ist, so sind doch sehr viele Gemeinsamkeiten festzustellen, weshalb die Betrachtung der Literatur zu diesem Thema durchaus Sinn macht.

Zunächst sei festgehalten, dass theatrales Geschehen sich durch seinen transitorischen Charakter definiert – das heißt die gleichzeitige Anwesenheit von Akteuren und Publikum ist eigentlich eine Tatsache die Theater und Oper überhaupt erst ausmachen. Durch die Aufnahme oder Übertragung von Stücken wird dieser Umstand verändert, wodurch sich ein paradoxes Phänomen ergibt, das Anders einst mit dem Begriff des „*Masseneremit*“ beschrieb (vgl. Anders 1956: S. 102): Auf der einen Seite sind der Verbreitung von Aufführungen kaum mehr Grenzen gesetzt - viele bekannte sind zumindest ausschnittsweise auf diversen Internetplattformen zu finden. Die Öffentlichkeit wird also größer, ein expandierendes Publikum mit verschiedensten Rezeptionsweisen ist die Folge. Auf der anderen Seite rezipieren die meisten TeilnehmerInnen dieses neuen Publikums in einem alles andere als öffentlichen Rahmen, nämlich zuhause vor TV-Geräten und PCs. Theatrales Geschehen verliert damit seine nicht unwesentliche Rolle als gesellschaftliches Ereignis (vgl. auch Werckmeister 1998: S. 190f.).

Dübgen vergleicht die Rezeptionssituationen von Vorstellungen in Theaterräumen und Übertragungen im privaten Rahmen. So ist ein Vorteil von Theaterräumen, dass dort (im Optimalfall) nahezu alle Störfaktoren eliminiert werden können und somit eine ausschließliche Konzentration auf das Bühnengeschehen ermöglicht wird. Dies wiederum hat den Vorteil eines

besonders intensiven Aufnahmen der dargestellten Inhalte, was durch den direkten Kontakt zwischen ZuschauerInnen und AkteurInnen, die Abdunklung des Raumes und einem erzwungenem Kontaktverlust zur Umwelt noch verstärkt wird. Als Nachteil nennt Dübgen, dass eine solch *straffe Organisation der Aufnahmesituation* zu Frustration und Ermüdung führen kann, falls sich die RezipientInnen unzureichend angesprochen fühlen. Auch ist die Möglichkeit von emotionaler und intellektueller Distanzierung zum Gezeigten schwieriger (vgl. Dübgen 1977: S. 62f.). Weiters muss beachtet werden, dass eine Vorstellung eine grundsätzlich geschlossene Veranstaltung ist, wodurch die *vorstrukturierte soziale Situation* die Rezeption mitbestimmt (vgl. Dübgen 1977: S. 69).

Dübgen erwähnt die naheliegende, fehlende *potentielle Rückkopplung zwischen Bühne und Publikum*, die bei Fischer-Lichte *autopoietische feedback-Schleife* (2004: S. 115) genannt wurde. Das Fernsehen beschränkt sich auf *die einseitige Ausrichtung des Kommunikators auf ein ihm in seiner soziologischen Zusammensetzung und Interessensstruktur unbekanntes Publikum* (vgl. Maletzke 1963: S. 89ff., zitiert nach Dübgen 1977: S. 64f.). Als etwas „Alltägliches“ steht das Fernsehen der Exklusivität und Originalität einer Theatervorstellung gegenüber und zerstört somit die gezielte Erwartung auf das Erlebnis (vgl. Dübgen 1977: S. 65). Der Nachteil, dass das Fernsehen immer nur Teilaspekte zeigen kann, wird zum Teil durch Schnitt und Einstellungswechsel ausgeglichen. Dadurch wird den ZuschauerInnen eine Sehweise aufgezwungen, die mitunter emotionale Wirkungen auslösen kann – auf andere Weise, wie dies der Theaterraum macht (vgl. Dübgen 1977: S. 67). Ein großer Nachteil dieses „gelenkten Blickes“ ist die dadurch erwirkte passive Rezeption, die den ZuschauerInnen Kreativität in der eigenen Blickauswahl raubt (vgl. Dübgen 1977: S. 126).

Die Integration des Fernsehens in die Alltagswelt, die seine Reize abschwächt, bewirkt die Möglichkeit der Abwendung vom Inhalt, was eine *labile Aufnahmesituation im vertrauten häuslichen Bereich* mit sich bringt. Der Vorteil davon ist, dass uninteressant empfundene Abschnitte durch Nebentätigkeiten überbrückt werden können, ohne sich komplett vom Geschehen abwenden zu müssen (vgl. Dübgen 1977: S. 68f.). Ein weiterer Vorteil der Fernsehkommunikation ist seine Einfachheit, die ohne großen Zugriffsaufwand möglich ist (vgl. Dübgen 1977: S. 69). Auch das gilt für Internet-Streams, jedoch muss beachtet werden, dass hier häufig ein gewisses Maß an Vorwissen oder Erfahrung notwendig ist, damit der Aufwand auch wirklich gering bleibt.

Interessanterweise kann sich durch die Übertragung einer Oper nicht nur die Rezeption dieser für die BildschirmzuseherInnen ändern, sondern auch für jene im Saal.

Für Brian Large, einen der bekanntesten Bildregisseure für Opernübertragungen, ist die Aufgabe einer Live-Übertragung *das Gefühl des Dabeiseins zu vermitteln, das sehr viel zur Atmosphäre und Stimmung eines solchen Theaterereignisses beiträgt* (Large 1985: S. 78). Als Live-Ereignis muss dabei immer vieles dem Zufall überlassen werden. Wenn etwa ein Mikrofon oder eine Kamera ausfällt, kann man nicht einfach wieder von vorne beginnen. Large berichtet davon, dass es viele sensationslustige ZuschauerInnen gibt, die gezielt an Abenden kommen, wenn etwas im Fernsehen übertragen wird und es möglicherweise Pannen geben könnte. Mehr noch: Abende, an denen Fernsehkameras dabei sind, sind oft als erste ausverkauft – auch weil an diesem Abend meistens große Stars auf der Bühne stehen (vgl. Large 1985: S. 78).

Interessanterweise gibt es zu diesem Thema auch einen Satz in einer Stück-Kritik in dem berühmten Wiener Opernmagazin „Online-Merker“, der leider nicht weiter ausgeführt wurde (Kopica 18.05.2018):

Es hat sich in den letzten Monaten erwiesen, dass die Aufführungen der Wiener Staatsoper immer dann einen Tick besser sind als üblich, wenn sie im Livestream übertragen werden.

Möglicherweise will Kopica unterstellen, dass sich die SängerInnen noch mehr bemühen, wenn eine Vorstellung als Live-Stream übertragen wird.

7. Bildschirmvermittelte Oper

Dass die Oper als Bühnenmedium und der Internet-Stream als Bildschirmmedium unterschiedliche Formen der Präsentation haben, ist klar. Um die beiden Formen auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen, ist zunächst nötig, im ersten Unterkapitel die grundsätzlichen Unterschiede und die damit in Verbindung stehenden Probleme zu klären. Danach wird der Vorgang des Medienüberganges Schritt für Schritt analysiert. Als Erstes wird dabei auf die „zweite Regie“ (Werckmeister 1998: S. 192) eingegangen, die Bildregie also, die entscheidet, was von der Oper wie auf den Bildschirm kommt. Der zweite Faktor ist die Kamera, durch deren Präsentationsweise sich betrachtungswürdige Umstände ergeben. Der dritte und letzte Punkt ist der Schnitt, der das Geschehen zerstückelt und in Einzelsequenzen aneinanderreihet. Das darauffolgende Unterkapitel verrät durch seinen Titel „Anpassung der filmischen Mittel“ bereits die wichtigste Erkenntnis über die bildschirmvermittelte Oper, die aus der Analyse der Literatur hervorgeht.

7.1. Reibungspunkte von Oper und Bildschirm

Für die Theaterfreunde ist es nicht mehr Theater. Und für die Fernsehzuschauer ist es noch nicht richtiges Fernsehen. (Kienzle 1988: S. 52)

Bühnenstücke auf einen Bildschirm zu übertragen ist mit vielen Problemen und noch mehr Kompromissen behaftet, weshalb sich in der Literatur – zurecht – keine einzige Ausführung finden lässt, die nicht zumindest einen Teilaspekt zur Kritik stellt. Riedel merkt dazu passend an, dass die technische Übermittlung *nicht einfach Übertragung (...), sondern Gestaltung ist* (Riedel 1963: S. 14).

Theatrale und filmische Kommunikation bedienen sich jeweils einer eigenen szenischen Darstellungsweise. Für die RezipientInnen von Internet-Streams ist es schwierig, sie zu unterscheiden, da sich die Anforderungen für beide Ebenen gleichen. Wenn sie also das Gesehene nicht gezielt hinterfragen, werden bei einer Aufnahme die Unterschiede zum Original verschleiert bleiben. Das Internet oder das Fernsehen geraten als produzierendes Medium gemeinsam mit den Menschen, die für die Übertragung verantwortlich sind, in den Hintergrund (vgl. Lindemann/Wandke 1993: S. 50).

Wiesmann streicht die an sich schon paradoxe Beziehung von Film und Theater heraus. Der Film als Kunstgattung entstand nämlich genau dadurch, eben nicht nur abgefilmtes Theater sein zu wollen. Das zeigt sich auch darin, dass das Theater und die Oper als dramatische Kunstformen zu sehen sind und die Handlung somit vom Zusammenspiel der Charaktere lebt, während der Film eher der epischen Gattung zuzuordnen ist, in der sich die Handlung aus einer erzählenden Perspektive konstatiert. Wiesmann hält deshalb manche Opern als geeigneter für das Fernsehen als andere, nämlich jene, die besonders viele epische Momente aufweisen oder bei denen die Vorgaben zulassen, sie von der Regie in Richtung des Epischen modifizieren zu lassen. Weiters sollten sie aufgrund der dem Film eigenen Ästhetik möglichst realistisch sein, um nicht von vornherein mit ihr in Konflikt zu treten. Die Ästhetik der Oper würde Wiesmann hingegen dem „Wunderbaren“ und dem „Phantastischen“ zuordnen, das im Gegensatz zum „Wahrscheinlichen“ steht. Der Film kann dieses „Phantastische“ zwar abbilden, hat dies vor allem auch in seiner Frühzeit experimentell betrieben, ist aber aufgrund seiner Eigenschaft, die Welt fotografisch abzubilden, letztlich den realistischen Künsten zuzuordnen (vgl. Wiesmann 1984: S. 367f.).

Da wir vom Fernsehen also eher gewohnt sind, wirkliches oder zumindest realistisches Verhalten zu sehen, unterscheiden sich auch die Erwartungen. Stimmen, Mimik und Gestik wirken bei Bühnen-Übertragungen dadurch oft einige Nummern zu groß. Engler vergleicht die Fernseh-Situation mit einem Buch, wo eine ähnliche Intimität vorliegt. Man ist nahe an den Personen und ihre Regungen sind im Zentrum, wodurch sich oft Mitgefühl ergibt. Wie beim Buch kann außerdem der Schauplatz rasch und beliebig verändert werden, was auf der Bühne – und somit auch bei der Übertragung – nicht so einfach möglich ist (vgl. Engler 1998: S. 64).

Wenn das Lesen unser Interesse an der Psychologie der einzelnen Figur fördert, das Theater das Interesse am sozialen, am politischen Konflikt, so lassen die Möglichkeiten des Bildschirms beides zu, stellen aber beides in den Rahmen einer erzählerischen Perspektive.
(Engler 1998: S. 65)

Nicht nur bezüglich der Erzählweise sind bildschirmvermittelte und bühnenvermittelte Inhalte grundverschieden. Es ergeben sich auch zahlreiche weitere Reibungspunkte, die nicht alle durch angepasste Gestaltung eliminiert werden können.

Kienzle zählt auf, welche Nachteile sich für TheatergeherInnen bei einer Übertragung ergeben und gibt damit einen guten Überblick über die meistgenannten Kritikpunkte (vgl. Kienzle 1988: S. 52):

- Verlust des Raumerlebnisses
- Verlust des Gesamteindrucks
- Verlust der persönlichen Freiheit, in der man sich vom Theatersessel aus den Einzelheiten auf der Bühne zuwenden kann
- Gelenkter Blick der Bildregie
- Durch Bildschnitt und Kamerabewegung festgelegte Aufmerksamkeit
- Spannung zwischen gleichzeitigen Vorgängen aufgelöst in ein vorgegebenes Nacheinander von Bildern

Für Kienzle, der Programmverantwortlicher für den Bereich Schauspiel beim ZDF war, widerspricht sich das Zusammenspiel des Fernsehens und des Theaters dahingehend, dass das Fernsehen als Massenmedium auf größtmögliche Akzeptanz durch die ZuschauerInnenschaft setzt, während das Theater darin seine Qualität hat, „extrem“ zu sein und eben nicht dem Massengeschmack entsprechen muss (vgl. Kienzle 1988: S. 52).

Kritisiert werden Aufnahmen auch für den einhergehenden Authentizitätsverlust durch das Fehlen der Unmittelbarkeit und der Stimmung. Häufig wird versucht, dies durch Vorgehen wie Zeigen eines „Blicks hinter die Kulissen“ auszugleichen. Durch Zusehen beim Bühnenumbau oder ein Interview soll die fehlende örtliche Teilnahme ausgeglichen werden (vgl. Kühnel 1998: S. 167f.).

Man würde vor diesem Hintergrund meinen, dass das Fernsehspiel der perfekte Kompromiss zwischen Bühnenstück und Fernsehen ist. Natürlich wurde es aber besonders von Fans des Theaters nie als geeignete Kompensation dafür akzeptiert. Viele der Kritikpunkte sind dabei die gleichen, die bei abgefilmten Bühnenstücken genannt werden. So kritisierte Knudsen bereits 1956 die fehlende Anwesenheit des Publikums vor Ort und meinte, dass Fernsehen niemals ein Ersatz für die *Lebendigkeit des Theaters* sein kann, da das Gegenüber und Miteinander der DarstellerInnen und der ZuseherInnen fehlt, das für ihn Theater eigentlich erst ausmacht (vgl. Knudsen 1956: S. 233). Auch Riedel merkt an, dass die technische Apparatur die Wirklichkeiten der Beteiligten trennt und der Live-Charakter somit lediglich zur Ideologie verkommt (vgl. Riedel 1963: S. 5ff).

7.2. Vermittlungsfaktoren des Medienüberganges von Bühne auf Bildschirm

Der Vorgang des Medienübergangs erfolgt über drei Schritte: Zuerst wird von einer/einem RegisseurIn ausgewählt, was wann und wie auf den Bildschirm kommt, was man nach Werckmeister als „zweite Regie“ bezeichnen kann (1998: S. 192). Es folgt das Einfangen dieser ausgewählten Moment durch den Blick der Kamera. Der letzte Vermittlungsfaktor ist der Schnitt, der das Geschehen in einer zerstückelten Weise aneinanderreihet.

Werckmeister weist auf die „zweite Regie“ von Aufnahmen hin: Ein bereits inszeniertes Geschehen wird durch den Prozess der Bildregie noch einmal für das adaptierte Medium in Form gebracht. *Dieser wiederholt, ergänzt, kontert oder negiert jeweils die primären Regieabsichten, indem er die Bildfindungen des vor-inszenierten Bühnengeschehens seinen medienspezifischen Anforderungen gemäß transformiert und für die eigenen Darstellungszwecke benutzt.* (Werckmeister 1998: S. 192) Eine Aufnahme ist als visueller Kommentar zu sehen, der im besten Fall die inhaltlichen Intentionen der Bühnenregie abbildet und verdeutlicht. Fernseh- und Filmästhetik verlangt dabei eine Zerlegung des Kontinuums in eine Abfolge von Einzelsequenzen, auch Einstellungen genannt. Im Gegensatz zu den SaalzuschauerInnen, die ihre Blicke selbstständig im Aufführungssaal lenken können, wird die Sicht der Übertragungs-ZuschauerInnen gezielt vom Bildschnitt geführt. Oft ergibt sich ein *Wechselverhältnis zwischen Detailspekten und Rückverweisen auf den Totalzusammenhang*. Bestimmte Elemente und Aktionen werden gezeigt, andere werden weggelassen. Durch das Wechselspiel zeigt sich optimalerweise das „große Ganze“, denn eine Aufnahme soll ein *gestaltetes Produkt* sein, dessen *Vermittlungsabsicht nicht darin liegt, ein Stück in Szene zu setzen, sondern über dessen bereits existierende Bühneninszenierung zu informieren: Gegenstand jeder sekundären Fernsehregie ist die Leistung des primären Bühnenregisseurs* (vgl. Werckmeister 1998: S. 194).

Wenn es diese zweite Regie nicht gibt und eine schnelle, unkritische Umsetzungen vollzogen wird, besitzt diese lediglich dokumentarischen Wert und keine künstlerische Bedeutung. Auch Dübgen hält es für notwendig im Rahmen der zweiten Regie ein ausgeklügeltes Konzept inklusive Drehbuch zu erstellen, um akkurate Übertragungen liefern zu können (vgl. Dübgen 1977: S. 133).

Wenn aus Angst vor einer zu großen Einflussnahme die medienspezifischen Gestaltungsmöglichkeiten der Fernsehästhetik zurück genommen werden, um einer „neutralen“ Dokumentation einer Theateraufführung nahe zu kommen, geht dies oft mit einem

Qualitätsverlust der Übertragung bezogen auf die Bildregie einher. Ein Eingriff in die Bühnen-Inszenierung wird deshalb oft bei einer fernsehgerechten Aufbereitung in Kauf genommen. Ob BildregisseurInnen diese Entscheidungsgewalt überhaupt zusteht, ist häufig Gegenstand von Diskussionen. Im Idealfall arbeiten die RegisseurInnen von Bildschirm und Bühne zusammen, um garantieren zu können, dass ein Abfilmen nicht die Absicht der Bühnen-Inszenierung verändert. Noch besser wäre natürlich, wenn der/die BühnenregisseurIn die Übertragung selbst leitet – vorausgesetzt er oder sie ist dazu fachlich überhaupt in der Lage (vgl. Lemke 1998a: S. 89f.). Der Optimalfall wäre jedenfalls eine Berücksichtigung einer Übertragung bereits bei der Konzeption des Bühnenstücks, denn das würde es erleichtern, die Grundidee bei beiden Produktionsarten umsetzen zu können. Die Ausführung erfolgt dann über die *medienspezifischen Ausdrucksqualitäten* (vgl. Dübgen 1977: S. 134).

Rische schreibt über das bildschirmvermittelte klassische Musikkonzert und streicht bei seinen Ausführungen das Gleiche heraus, was Dübgen im Bezug auf Bühnenstücke meint (Rische 2007: S. 54):

Es ist gerade deshalb eben nicht der richtige Weg, etwa ein Konzert einfach via Bildschirm transportieren zu wollen, gewissermaßen nachzuahmen. In diesem Bemühen um vorgebliche Wahrhaftigkeit und Loyalität zu Werk und Interpretation wird man genau diese eben nicht erlangen und – was noch schlimmer ist – die Zuschauer immens langweilen.

Die richtige Herangehensweise wäre demnach eine Aufbereitung, die zwar weiterhin respektvoll mit dem Werk und der Interpretation umgeht, aber die Gesetze des Mediums akzeptiert und die Möglichkeiten nutzt. Die Bildregie muss sich emanzipieren. Rische steht dafür ein, dass die ZuseherInnen im gestalterischen Vakuum nicht alleine gelassen werden und die Bildregie eine kreative und eigene Inszenierung des Konzerts bzw. der Musik bieten muss, die etwas anderes ist als das Konzert selbst. Die diesbezüglichen Möglichkeiten sind laut Rische nahezu unbegrenzt und sind durch Zahl, Position und Bewegung der Kameras und den Bildschnitt grundsätzlich frei zu wählen. Gerade im klassischen Bereich werden zusätzliche Möglichkeiten, wie O-Töne, Reportageelemente, Hinter die Kulissen-Blicke oder Animationen oft viel zu wenig ausgenutzt (vgl. Rische 2007: S. 54)

Einen guten Überblick zu diesem Thema liefern auch die Ausführungen von Schmidt-Sistermanns, der diese ganz speziell auf die Übertragung von Opern bezieht (Schmidt-Sistermanns 1991: S. 17):

Demnach sind Musik, Szene und dramatische Aktion konstitutive Elemente der Oper. Der Regisseur sieht sich bei einer Fernsehadaptation jedweder Produktionsart diesen drei Elementen gleichzeitig gegenüber. Hierunter hat er eine Auswahl zu treffen. Opernregie im Fernsehen ist die Entscheidung, welches szenische und/oder dramatische Moment durch welches Bild (bestimmt durch Kameraposition, Größe, Dauer, Achse und Bewegung) zu welcher Musik wann in Verbindung gesetzt wird. Opernregie ist die Frage nach der Motivation, warum gerade jetzt das Bild (per Schnitt oder Überblendung) wechselt. Zusammengenommen ist Opernregie im Fernsehen die Darlegung der vom Regisseur verfolgte [sic!] Aussageabsicht mit den Mitteln der von ihm gewählten Produktionsform.

In vielen Fällen könnte sogar von einer dritten Regie gesprochen werden. Dann nämlich, wenn eine Aufnahme auf Basis mehrerer Aufführungen einer Inszenierung zusammengeschnitten wird. Hier werden mehrere „Produkte“ der zweiten Regie, die ja im Optimalfall auf den Intentionen der ersten Regie aufgebaut ist, vermischt und zu einem zusammengefasst. Man verzichtet dabei dann aber auf jeden Fall darauf, eine Vorstellung nicht nur im Bezug auf die Örtlichkeit, sondern auch bezüglich der Zeitlichkeit live zu zeigen. Dafür kann so nicht nur der Tagesverfassung der SängerInnen Rechnung getragen werden, es ermöglicht auch im Schnitt und der Post-Produktion eine größere Bandbreite an auszuwählenden Einstellungen. Dieses Vorgehen ist gang und gebe und kommt vor allem bei aufwändigen Produktionen zum Einsatz, die später auf Datenträgern oder On-Demand-Plattformen angeboten werden (vgl. auch Kühnel 1998: S. 170f.).

Ein ganz wesentlicher Faktor bei der Übertragung von Bühnengeschehen auf einen Bildschirm ist die technische Vermittlungsinstanz namens Kamera. Diese nimmt Bilder auf, die vorher durch die Bildregie und die Kameraperson festgelegt werden. Im Normalfall gibt es mehrere davon an verschiedenen Positionen. Was es heißt, eine Oper nur durch den „Blick“ der Kameras zu sehen, wird im Folgenden ausgeführt.

Hickethier nimmt Bezug auf das „fiktionale Erzählen“, dessen wesentliches Strukturmerkmal die Kenntnis der Kamera über die Handlung ist (Hickethier 1993: S. 181f.):

So kann sie handelnden Figuren vorausseilen und sie dort bereits erwarten, wo diese anhalten oder eine neue Aktion beginnen; sie setzt den Handelnden in eine komponierte Umgebung und in ein bedeutungstragendes Licht.

Die Kamera rückt als Instanz zwischen RezipientInnen und das Geschehen: Sie gibt *den Blickwinkel vor, hebt heraus, drängt zurück, fügt hinzu und lässt aus. Die Kamera spielt die Rolle des Erzählers, plazierte das, was uns gezeigt wird, in einem narrativen Kontext und gibt uns Anweisungen, wie wir uns dazu verhalten sollen* (Engler 1998: S. 64).

Dübgen gesteht dem durch die Kamera vermittelten Fernsehen Ersatzeffekte zu, die durch *medieneigene Darstellungsformen* zum Teil der Oper ähnliche und sogar verstärkte Wirkungen verursachen können (vgl. Dübgen 1977: S. 133). Auch Hering streicht als Vorteil der kameravermittelten Oper hervor, dass sie in der Lage ist, die Verständlichmachung des Bühnengeschehen zu erhöhen. Handlungsstränge können verfolgt und Mimik und Gestik eingefangen werden, was die Verständlichkeit vor allem für Opernneulinge erhöht (vgl. Hering 2018: S. 356f).

Bei einer abgefilmten Bühnenhandlung wird der Spiel- und Handlungsraum auf drei Ebenen determiniert: Zum einen – und das ist noch unabhängig davon, ob Kameras im Spiel sind – sind von den DarstellerInnen zunächst (in den allermeisten Fällen) die Bühnengrenzen zu beachten. Zum anderen grenzt eben der Bildrand der Kamera den Inhalt ein. Eine Verbindung der beiden Ebenen wird durch Bühnentotalen erreicht, wenn also die ganze Bühne inklusive der Ränder zu sehen ist. Dann wird den FernsehzuseherInnen die Bühne als Handlungsrahmen aufgezeigt, wobei ihnen die jeweiligen Figurenkonstellationen und deren Positionen auf der Bühne in Erinnerung gerufen werden. Somit entlarvt die Kamera das Geschehen als eines einer Bühne eingebetteten und zeigt die Grenzen zur „Realwelt“ auf. Bei näheren Bildern, die bei modernen Auflösungen den Großteil der Einstellungen ausmachen, durchbricht die Kamera diesen Rahmen und zeigt nur den fiktiven Spielort der Inszenierung (vgl. auch Schmedes 1998: S. 61). Hinzu kommt die dritte Ebene: Die Perspektive. Die „Herauslösung“ des/der ZuseherIn aus dem Zuschauerraum und die Integration in das Geschehen unterstreichen meist das „Hineinkippen“ in den fiktiven Spielort (vgl. auch Schmedes 1998: S. 66).

Eine Stärke, die dem Fernsehen im Zusammenhang mit dem Fernsehspiel zugesprochen wurde, sich aber ebenso auf eine abgefilmte Bühnenoper beziehen lässt, ist die *mikroskopische Kraft* der Kamera, die durch Großaufnahmen neue Formen des Ausdrucks ermöglicht, die im Theater nicht möglich wären (vgl. Knudsen 1956: S. 238). Hickethier schreibt, dass *Verinnerlichung, Vertiefung, Sammlung* evoziert werden sollten (vgl. 1980: S.41). So wurde das Fernsehen als das Medium der *nahen Einblicke* gesehen, das im Gegensatz zu Film und Kino stand – als Medien der *weiten Überblicke*, weshalb ihm auch nachgesagt wurde, *mehr den unmittelbaren Reflex der Aktion als die*

Aktion selbst zu zeigen und damit den *seelischen Gehalt* ins Zentrum rückte (Gottschalk 1956: S. 128). Verbunden damit war eine Rezeptionsweise, bei der die ZuseherInnen dem Geschehen auf dem Bildschirm mit äußerster Konzentration folgten. Diese wurde von den Fernsehmachern unterstellt und von einem Teil des bürgerlich-intellektuellen Publikums sogar gemacht, allerdings ging diese Form im Laufe der 60er-Jahre immer mehr verloren, als das Fernsehen als Massenmedium in den familiengeprägten Alltag einzog (vgl. Seibert 1995: 67ff).

Auch wenn dem Kamerablick also einige Stärken und Vorteile zugeschrieben werden, so gibt es einige Problematiken, die nicht unerwähnt bleiben sollten.

Kühnel sieht etwa durch die oft recht weiten Entfernungen der Kameras einen Verlust der Tiefenwirkung bei nahen Einstellungen gegeben. Als weiteres Problem sieht er die häufig unausweichliche Vogelperspektive. Diese ist oft deshalb vorhanden, da die Kameras nicht direkt im Parkett platziert werden können (vgl. Kühnel 1998: S. 169).

Dübgen führt das Problem des Raumverlustes an. Der Raum ist beim Theater ganz wesentlich für die atmosphärische Grundstimmung und agiert oft als Kommentator der Inszenierungsintention. Auf dem Bildschirm werden die Personen aus wechselnden Distanzen beobachtet und aus dem für die Gesamtbetrachtung der Bühne konzipierten Bühnenhintergrund „herausgelöst“. Damit erfolgt eine Konzentration auf die Körpersprache der Darsteller, ohne sie in Bezug zum Hintergrund zu bringen (vgl. Dübgen 1977: S. 122f.). Dübgen ist der Meinung, dass deshalb lediglich Bühnenbilder für Übertragungen geeignet sind, die realistische und illustrierende Funktion haben (vgl. Dübgen 1977: S. 124). Außerdem ist der meist übergroße Raum im Zusammenspiel mit Licht und Dunkelheit Ausdruck der theatereigenen künstlichen Wirklichkeit, innerhalb dessen Theatersprache agiert. Auf dem verhältnismäßig kleinen Bildschirm wirkt die künstlich erschaffene Welt häufig unangemessen und übersteigert (vgl. Dübgen 1977: S. 127). Auch Jacobi schreibt über die „Verkleinerung“ des Spiels. Gesten und Volumen der Stimmen werden durch Bildschirm und Lautsprecher übertragen und somit zusätzlich verfälscht (vgl. Jacobi 1961: S. 41). Allerdings gesteht Dübgen dem Fernsehen auch ein, durch bestimmte Verfremdungstechniken die theatrale Verfremdung auch erweitern und intensivieren zu können (vgl. Dübgen 1977: S. 131).

Auch beim Zeigen von Arien ergibt sich ein Problem durch den Kamerablick. Eigentlich erfordern intensive Momente, die eben oft von Arien musikalisch unterstützt werden, Nahaufnahmen der Singenden. OpernsängerInnen sind jedoch im Normalfall nicht darauf eingestellt, nahe gezeigt zu werden, da das Publikum im Saal ja mindestens einige Meter entfernt sitzt. Schweißtropfen, vor Kraft verzerrte Gesichter und unpassendes Alter der SängerInnen (im Bezug auf die Rolle, die sie

spielen) müssen hier also in Kauf genommen werden, wenn man entsprechend der Fernsehästhetik bzw. der klassischen Filmsprache vorgehen will (vgl. Kühnel 1998: S. 183f.).

Mit dem Sehen durch kameravermittelte Bilder kommt auch das Hören durch mikrofonvermittelten Ton. Diesbezüglich bringt Dübgen kritische Anmerkungen ins Spiel: So verfügen die meisten Geräte über eine geringere Differenzierungsbreite, was aus dem Gehörten für geübte Ohren oft einen „Einheitsbrei“ kreiert (vgl. Dübgen 1977: S. 128). Natürlich hat sich seit Dübgens Ausführungen einiges im technischen Bereich weiterentwickelt. Eine perfekte Tonqualität können aber auch heute – wenn überhaupt - nur teure Geräte liefern, die nicht jedeR RezipientIn zuhause hat.

Der Schnitt ist neben der zweiten Regie und der Kamera der dritte Faktor, der zwischen Bühnenstück und Bildschirm vermittelt.

[Der Schnitt ist] *das letzte Wort der Inszenierung (...). Das eine lässt sich nicht ohne Gefahr vom anderen trennen. Das wäre, als wollte man den Rhythmus von der Melodie trennen.*
[Er] *verwandelt den Zufall in Schicksal.* (Godard 2011: S. 13)

Der Bildschirm kann das von der Bildregie ausgewählte und von der Kamera eingefangene Geschehen nicht unmittelbar und nur ausschnittsweise zeigen und muss das Gesamtbild in eine bewegte Folge von Einzelbilder auflösen (vgl. Riedel 1963: S. 8). Damit wird der Blick der ZuseherInnen geführt und bietet *durch die optische Isolation szenischer Details oder einzelner Personen, die Möglichkeit der Betonung und Akzentuierung der Handlung und zur optischen Interpretation des Abgebildeten* (Riedel 1963: S. 18).

Eine Aufführung soll den Wirkungsgesetzen entsprechend aufgelöst sein und die Intensität entsprechend angemessen vermitteln. Letzteres kann eine subtile Kamera- und Schnittführung manchmal sogar besser, als es im Theaterraum oft möglich ist, da eine Herausarbeitung von Spiel und Gegenspiel veranlasst werden kann (vgl. Kienzle 1984: S.22).

Zu beachten ist dabei immer, wie stark die Aufnahme in das Bühnengeschehen und die Inszenierung „eingreift“. So kann bei offenen Bildern meist eine bestimmte Konstellation und ihre eventuellen Bewegungsabläufe in ihrer Gesamtheit gezeigt werden. Dafür muss eine nicht optimale Perspektive und eine größere Entfernung zum Geschehen in Kauf genommen werden. Im umgekehrten Fall ermöglicht das „Heranspringen“ an Personen oder Gegenstände eine

Konzentration auf diese und gewährt im Optimalfall auch die beste Perspektive. Im Gegenzug muss manchmal mit einer erschwerten Orientierung im Spielraum und der fehlenden Interaktion mit anderen Elementen und Personen gerechnet werden (vgl. auch Schmedes 1998: S. 62).

Schmedes nennt ein Beispiel für einen direkten ästhetischen Eingriff einer Aufnahme in das theatrale Geschehen, das er bei einer Analyse herausgearbeitet hat: Während einer Liebesszene, in der sich Bühnenmittel, wie Licht und Geräuschhintergrund, an die romantische Stimmung anpassen, passt sich auch der Schnitt in Form von weichen Überblendungen an. Als zwischendurch zwei Störenfriede die Bühne betreten, werden diese mit harten Schnitten ins Bild gesetzt. Sie verschwinden wieder und die ungestörte Liebesszene wird mit weichen Überblendungen fortgesetzt. Schmedes sieht durch die Unterstützung der Bühnenstimmung durch fernseheigene Mittel einen deutlichen Eingriff, womit sich die Aufnahme vom reinen Aufzeichnungscharakter entfernt und einen eigenen ästhetischen Anspruch geltend macht. Er begründet dies damit, dass die Überblendungen nicht bloß der Überbrückung unterschiedlicher Raumverhältnisse dienen – wie es meistens der Fall ist – sondern eine explizite Ausgestaltung der Szene sind, da sie Gefühlsebenen vergegenwärtigen, die lediglich als Subtext dem Spiel unterliegen (vgl. Schmedes 1998: S. 65f).

Als ein Eingreifen in die bestmögliche Vermittlung tritt manchmal auch ein technischer Umstand, der sich aus der Pragmatik heraus ergibt: Im Normalfall stehen die Kameras nämlich an einem fixen Platz, wodurch sich beim Schnitt zwangsweise häufige Perspektivenwechsel ergeben. Dies ist ein Problem, wenn diese nicht aus ästhetischen, sondern aus technischen Gründen vorgenommen werden müssen (vgl. Kühnel 1998: S. 169).

Für ein unüberwindbares Problem der Oper auf dem Bildschirm hält Kühnel außerdem die bildliche Umsetzung von Ouvertüren, die nicht szenisch umgesetzt sind. Die gängige Verfahrensweise, abwechselnd Dirigent und einzelne Instrumente bzw. Instrumentengruppen zu zeigen, hält er für unbefriedigend. Gleichzeitig ist das Zeigen von Fotos von alten Inszenierungen, der Architektur des Opernhauses oder ähnlichem für ihn Missachtung der Musik (vgl. 1998: S. 178f.).

Large schreibt ebenfalls über die Problematik der Orchesterteile, bei denen kein Bühnengeschehen stattfindet. Während nämlich die ZuschauerInnen im Saal ihre Fantasie schweifen lassen können, den meist schön gestalteten Opernsaal oder den Vorhang betrachten können, gibt ein Standbild davon auf dem heimischen TV-Geräten weniger her. Die Saal-ZuschauerInnen können in dieser Situation nichts anderes tun, als zuzuhören. Personen, die sich eine Übertragung ansehen, könnten aus Langweile dazu verleitet werden, das Programm zu wechseln oder abubrechen. Auch für

Large ist sowohl das Zeigen von Dirigent und Orchester als auch das Abspielen des Vorspannes lediglich ein Kompromiss – für ihn gibt es keine sinnvolle Lösung (vgl. Large 1985: S. 79).

Allerdings sei hier angemerkt, dass die beiden erfolgreichsten Übertragungen von Kulturveranstaltungen im österreichischen Fernsehen genau nach dem kritisierten Konzept funktionieren. Das Neujahrskonzert hatte 2018 mit rund 1.116.000 ZuschauerInnen im ORF einen Marktanteil von 50%, das Sommernachtskonzert mit 505.000 zumindest einen Marktanteil von 19% (vgl. AGTT/GfK 2018). Auch die bereits seit 2008 bestehende Digital Concert Hall der Berliner Philharmoniker funktioniert nach diesem Konzept. Sie ist mit 900.000 registrierten BenutzerInnen und 30.000 aktiven AbonnentInnen (Stand April 2018) wahrscheinlich eines der aktuell erfolgreichsten Streaming-Angebote (Daten auf Anfrage erhalten).

Auch die unvollständige Abbildung des Gesamtzusammenhangs im Raum ist ein Problem. Bei Parallelhandlungen können zum Beispiel immer nur einzelne Elemente herausgepickt und nacheinander gezeigt werden, was den Gesamteindruck verfälscht (vgl. Dübgen 1977: S. 125). Dieser Ansicht ist auch Kühnel, wenn er schreibt, dass Chor- und Ensembleszenen generell nicht adäquat auf den Bildschirm zu bringen sind. Laut ihm sollte man immer alle Mitglieder einer größeren Gruppe gleichzeitig sehen und sie nicht in mehrere Einstellungen „zerschnipseln“, da es bei solchen Massenszenen eben genau um das Nebeneinander der Figuren geht (vgl. Kühnel 1998: S.181). Dass man aber auch als ZuseherIn im Saal gezwungen wäre, den Blick immer wieder auf verschiedene Personen(-gruppen) zu richten, darauf gehen Dübgen und Kühnel nicht ein, weshalb ihre Ausführungen nicht unkritisch betrachtet werden sollten.

Das dritte unüberwindbare Problem für Kühnel ist das Zeigen von Arien. Hier erfordert die Fernsehästhetik eigentlich relativ viele Schnitte. Sie sieht ein langes Ausharren in einer Einstellungsgröße nicht vor. In Arien steht die Zeit jedoch im übertragenen Sinn oft still. Ein Ausgleich kann lediglich durch eine Anpassung der Fernseh- an die Opernästhetik erwirkt werden (vgl. 1998: S. 184).

Das Dilemma mit dem Ton, das bereits im Zusammenhang mit der unzureichenden Qualität angeführt wurde, betrifft nicht nur die technische Komponente. Gerade für die Oper ist es nämlich problematisch, dass der akustische Faktor im Fernsehen häufig in den Hintergrund tritt. Wiesmann führt aus, dass die musikalische Rezeption dadurch zusätzlich zerstört wird, dass der Schnitt den Handlungsverlauf zerstückelt und hintereinander montiert, da damit die optische Ebene noch stärker in den Vordergrund drängt. Die Problematik dabei ist, dass die Oper durch die Anteilnahme an den handelnden Personen durch die Musik funktioniert. *[D]ie Musik ist weniger Ausdruck der*

Person als umgekehrt der Sänger Personifikation der Musik. (Wiesmann 1984: S. 369) Dies hat also eine Abschwächung der Identifikationsfähigkeit zur Folge (vgl. Wiesmann 1984: S. 369).

7.3. Anpassung der filmischen Mittel

Als Erkenntnis aus den Ausführungen dieses Kapitels folgt, dass bei einer Übertragung eine genaue Abwägung über das Ausmaß des Einsatzes von filmischen Mitteln gefragt ist.

Kühnel ist der Meinung, dass Beeinträchtigungen vor allem dann verhindert werden können, wenn sich die BildregisseurInnen nicht zwanghaft der Fernsehästhetik unterwerfen, sondern als LenkerInnen eines bloßen Distributionsapparates verstehen und sich primär am ästhetischen Code der Oper orientieren (vgl. 1998: S. 169f.). Auch Large schreibt, dass es zwar eine „*Grammatik des Fernsehens*“ gibt, diese aber für Opernübertragungen kaum zur Anwendung kommt. Denn das Fernsehen ist ein Medium, das viel mit Großaufnahmen arbeitet, während Bühneninszenierungen *für größere Dimensionen* gedacht seien. Aus seiner Erfahrung sind deshalb vor allem *gewaltige* Stücke – oft mit großen Chören – für das Fernsehen ungeeignet, weil sie einfach zu groß dafür sind. Die Vorteile des Fernsehens kommen aber bei *konservationsähnlichen Situationen* zum Tragen, wo es *subtile Reaktionen der Charaktere akzentuiert, emotionale Szenen durch sprechende Großaufnahmen unterstreicht und komödiantische Elemente hervorhebt* (Large 1985: S. 78). Damit können die ZuschauerInnen in die Handlung einbezogen werden, wie es im Saal nicht möglich wäre (vgl. Large 1985: S. 78).

Bei Inszenierungen, deren Wirkung nicht angemessen auf den Bildschirm übertragen werden kann, spricht sich Dübgen überhaupt für eine Unterlassung der Übertragung oder eine freie Bearbeitung aus (vgl. Dübgen 1977: S. 133).

Insbesondere theaterspezifische Effekte, die sich nur sinnlich im Bereich der erlebten, fiktiven Realität des Theaters wahrnehmen lassen, stehen einer unkritischen Übernahme in das Fernsehen entgegen. (Dübgen 1977: S. 133)

Das Ausmaß der filmischen Mittel muss jedenfalls entsprechend der Absicht der Aufnahme gewählt werden. Lindemann und Wandke weisen auf die Notwendigkeit der Unterscheidung

zwischen *AV-Theaterdokumentationen* (=audiovisuelle) und „*unterhaltsamen*“ *Fersehadaptationen* hin. Erstere dienen zur Auswertung von verschiedenen Fragestellungen und sollten nicht im Hinblick auf ein spezielles Erkenntnisinteresse erstellt werden. Voraussetzung dafür ist, dass die Bilder nicht vom Geschehen ablenken dürfen und die Dokumentation der Aufführung insgesamt gerecht werden muss (vgl. Lindemann/Wandke 1993: S. 8). *Beide Medien – das ereignisproduzierende Theater und die reproduzierende Technik – wahren eine Distanz zueinander, die allein in der Proportionskoinzidenz von Guckkastenbühne und Bildschirm aufgehoben ist* (Werckmeister 1998: S. 193). Eine Aufnahme bzw. ein Film ist nur dann dokumentarisch, wenn nicht zu viele filmische Mittel eingesetzt werden und die Konzentration auf den technisch reproduktiven Eigenschaften des Mediums liegen. Zu den filmischen Mitteln gehört alles, was über das bloße Aufstellen der Kamera und der Ablichtung des Geschehens hinausgeht, wie etwa das Wechseln der Kameraposition während der Aufnahme oder die Nachbearbeitung (vgl. Lindemann/Wandke 1993: S. 31f.). Ein Mindestmaß an filmischen Mitteln ist aber schon alleine deshalb notwendig, weil ohne etwa die Wahl des Weißabgleichs der Kamera eine Aufnahme nicht möglich wäre.

In der Praxis wird der technischen AV-Reproduktion aufgrund der Eigenschaft, *optische und akustische Signale zu reproduzieren*, jedenfalls ein hoher objektiver Informationswert zugemessen, auch wenn eine „perfekte“, nicht zu hinterfragende Aufzeichnung schlichtweg nicht möglich ist (vgl. Lindemann/Wandke 1993: S. 46f.). Diese Form der Dokumentation wird vor allem für interne Zwecke der Theater- und Opernhäuser verwendet, um Wiederaufnahmeprobe oder Neueinstudierungen zu ermöglichen (vgl. Werckmeister 1998: S. 193f.).

Bei der unterhaltsamen Adaption – Werckmeister nennt sie Reproduktion - kommen mehr filmische Mittel zum Einsatz (Werckmeister 1998: S. 194):

Dabei löst sich die Reproduktion von der Dokumentation des simultanen Bühnengeschehens und setzt die Bandbreite der technischen Möglichkeiten ein, um die theatrale Regie in eine den Erwartungshaltungen an die Institution Fernsehen gerecht werdenden Bildsprache zu transformieren.

Eine uneingeschränkt perfekte Vermittlung einer Oper kann es bei dieser Form nicht geben. Eine Möglichkeit, das Dilemma der unzureichenden Geeignetheit auszugleichen, sieht Schmedes in der

Absicht, gar nicht erst versuchen zu wollen, eine solche zu vermitteln. Dies wird erreicht durch die Betonung des zwischengeschalteten Mediums. Das Geschehen soll nicht bloß abfotografiert werden, es soll mit den Mitteln der Übertragung, wie beispielsweise eine Adressierung der Kamera oder Verfremdungseffekte jeglicher Art, gespielt werden. Den ZuschauerInnen soll somit ihre Rezeptionssituation vor Augen geführt werden. Der Wille, sie in eine Identifikation mit dem Stück zu treiben, ist quasi nicht mehr vorhanden (vgl. Schmedes 1998: 73f.). Schmedes beschreibt damit sozusagen ein brecht'sches Vorgehen für Bildschirm-vermitteltes Bühnengeschehen.

Das Fernsehen fungiert primär als Vermittler eines Ereignisses, von dem es abhängig bleibt, da die Fernsehästhetik lediglich als Modifikation einer vorliegenden Bühnenaufführung und nicht als originäre Inszenierungskonzeption erscheint. (Schmedes 1998: 74f.)

Wiesmann plädiert dafür, die musikalische Erzählweise im Auge zu behalten und dem Publikum auch klar zu machen, dass eine solche notwendig ist, um die Wirkung und Handlung zumindest in reduzierter Form vermitteln zu können. Ein Beispiel wäre etwa, ein Duett nicht in zerteilte Einzelbilder zu zerlegen, sondern das Zusammenspiel der Personen – im Sinne der Dramatik – ins Zentrum zu rücken und immer beide zu zeigen (vgl. Wiesmann 1984: S. 369f).

Ähnlicher Meinung ist auch Schmedes, der an folgendem Beispiel einer Bühnensituation eines Theaterstücks ausführt, wo sich Bühnenerzählweise und filmische Ästhetik in die Quere kommen: Eine Person beschäftigt sich still mit einem bedeutenden Schriftstück. Die anderen Agierenden verharren auf der Bühne und warten gespannt ab. Schmedes ist der Meinung, dass das bewusst-provokante „Alleingelassenwerden“ der ZuschauerInnen bei der Aufnahme nicht ausreichend vermittelt werden kann – vor allem weil sich das Fernsehen seiner eigenen Mitteln bedient und mit Schnitten zwischen Bildern auf die Gesichter der abwartenden Bühnenfiguren die relativ lange Zeitspanne zerteilt und somit gefühlsmäßig verkürzt. Die Intensität der Theaterszene geht verloren. Er stellt die Frage in den Raum, ob die Intensität erhalten worden wäre, wäre die Szene nicht geschnitten worden oder ob die Übertragung einfach nicht in der Lage ist, solche Momente ausreichend gut zu vermitteln (vgl. Schmedes 1998: S. 67). Es muss also wohl von Fall zu Fall entschieden werden, welcher Grad an Telegenität in Kauf genommen werden will bzw. beabsichtigt ist. Im Gegensatz dazu kann sich eine Adaption, wie eben ein Fernsehspiel, von vornherein an den Gesetzmäßigkeiten der Übertragung orientieren (vgl. Schmedes 1998: 73).

Oper im Fernsehen grundsätzlich authentisch vermitteln zu können, heißt nicht, dass Elemente, die auf der Bühne die „Substanz“ des Werkes sind, auch auf dem Bildschirm als solche zur Geltung kommen müssen. *Man kann vielmehr davon ausgehen, daß ein Werk immer Momente enthält, die bei der einen Aufführungsweise hervortreten und bei der anderen zurückgedrängt werden, ohne daß man sagen dürfte, sie gehörten weniger zur „Sache“.* (Wiesmann 1984: S. 370). Wiesmann nennt als Beispiel das Ballett, das aufgrund der Dominanz des Optischen und des Ausdrucks der ganzen Person anstatt der Mimik und Gestik der filmischen Ästhetik entgegenkommt (vgl. Wiesmann 1984: S. 370).

Die Oper im Fernsehen kann von sich aus eine Ästhetik des Films, die ihr günstig wäre, nicht herbeiführen, und sie kann auch nicht, ohne unglaublich zu werden, eine von der allgemeinen Tendenz der Filmästhetik radikal abweichende Tendenz einschlagen. (Wiesmann 1984: S. 368)

Schmidt-Sistermanns untersuchte 1991 einige Opern-Fernsehproduktionen, um festzustellen, ob ein eigener „Opern-Fernseh-Stil“ (er nennt es *operntypische Syntax*) auszumachen ist, der als Grammatik der Darstellung von Opern im Fernsehen verstanden werden kann und quasi als Kompromissergebnis der verschiedenen Darstellungsweisen zu sehen ist (vgl. Schmidt-Sistermanns 1991: S. 18). Er analysierte dazu eine Live-Aufzeichnung, eine Live-Übertragung, einen Film an Originalschauplätzen und eine Studio-Produktion, die alle zwischen 1974 und 1982 entstanden sind (vgl. Schmidt-Sistermanns 1991: S. 1). Als Ergebnis hält er folgende Erkenntnisse zusammenfassend fest (Schmidt-Sistermanns 1991: S. 260f.):

- *In allen Kategorien ist das aufnahmetechnische Verhalten von der Absicht dominiert, eine größtmögliche Bild-Musik-Synchronität zu realisieren.*
- *Der Schnitt als bewußte Einstellungsveränderung verweist auf etwas Neues und bindet die visuelle Aufmerksamkeit. Bezogen auf einen musikalisch und/oder einen szenisch-dramatisch signifikanten Moment:*
 - erfolgt der Schnitt vorher, so hat er Ankündigungscharakter;*
 - erfolgt er im Moment selbst, ist er betonend (Bild-Musik-Synchronität);*
 - erfolgt der Schnitt kurz nachher, ist der Schnitt verstärkend (Bild-Musik-Asynchronität).*
- *Die Aussagegewichtigkeit eines Handlungsmoments bestimmt die Einstellungsgröße. Je*

wichtiger die musikalisch-dramatische Aussage, desto größer das Bild.

- *Eine zentrale Kameraposition, kurze und lange Einstellungen und die hierin häufig wechselnden Achsenverhältnisse (...) involvieren den Zuschauer in emotional hohem Maße. Der Fernsehzuschauer ist bei der Studio-Produktion in der Szene „drin“, während er bei der Live-Übertragung und Live-Aufzeichnung nur „dabei“ ist aufgrund der aufrecht erhaltenen Bühnenrampe.*
- *Autonome Kamerafahrten und -schwenks wahren die Einheit von Zeit und Raum und provozieren emotionales Miterleben.*
- *Eine zunehmende Bildintensität bedeutet mehr Person, sprich Figur und weniger Landschaft, Umgebung sprich Grund.*
- *Eine Kamerafahrt realisiert dann eine zunehmende Bildintensität, wenn sie synchron zur zunehmenden / asynchron zur abnehmenden Musikintensität eine Vorbewegung mittels Fahrt oder Zoom macht.*
- *Eine Kamerafahrt realisiert dann eine abnehmende Bildintensität, wenn sie synchron / asynchron zur zunehmenden Musikintensität eine Rückbewegung mittels Fahrt oder Zoom macht.*
- *Zoom als allmähliche und schnelle Enthüllungsfahrten weisen eine gedankliche Verarbeitung beim Fernsehzuschauer an. Darüber hinaus gibt er überdeutlich die Aufmerksamkeitsrichtung an, dessen Gebrauch in seiner Steigerung zum pädagogischen Zeigefinger auswachsen kann.*
- *Jegliche Vorbewegung, Kamerafahrt mehr noch als Zoom, verinnerlicht das Drama, die Musik intensiviert durch die zunehmende Nähe zum Objekt die Bildaussage.*
- *Jegliche Rückbewegung, Kamerafahrt mehr als Zoom, distanziert vom Objekt, bezieht wieder aufeinander, grenzt ein und öffnet die Szene.*

8. Fazit Literaturanalyse

Wenn sich Kulturbetriebe dazu entscheiden, ihre Inhalte online anzubieten, ist dies also durch Entwicklungen beeinflusst, die maßgeblich vom Megatrend Digitalisierung geprägt oder überhaupt erst hervorgerufen werden. Über allem steht dabei die gesellschaftliche Entwicklung, die eine Beschleunigung der Gewohnheitsanpassung mit sich bringt. Es ist vor diesem Hintergrund bedeutend zu beachten, wie Medieninhalte heute rezipiert werden, welche Formen dabei verwendet werden und welche sich ihrem Ende nähern. Medien und vor allem das Internet sind nicht mehr aus dem Alltag wegzudenken und haben die Art, wie (Unterhaltungs-)Angebote konsumiert werden, grundlegend verändert. Daran müssen sich AnbieterInnen von fast allen Produkten anpassen. JedeR kann heute im Internet zu einem Contentanbieter werden, was zwar eine ganze Palette an Möglichkeiten eröffnet, aber auch einen immensen Konkurrenzkampf mit sich bringt. Was sicher ist, ist, dass die Auswahl gestiegen ist und sich jedeR RezipientIn ein genau auf sich abgestimmtes (Kultur-)Programm zusammenstellen kann. Auch Personen, die vorher vom Kultur-Dialog ausgeschlossen waren, können im Internet leichter Anschluss finden. Eine naheliegende Annahme wäre deshalb, dass Kulturbetriebe versuchen, jene ausgeschlossene Personen anzusprechen. Falls sie dies versuchen, gelingt es jedenfalls nicht immer, wie auch die Ergebnisse der eigenen Untersuchung zeigen (im Kapitel „11. Auswertung der Befragung“ dargelegt). Auch wenn dem Internet also eine demokratisierende Funktion zuzuschreiben ist, ist es nicht selbstverständlich, diese auch bedienen zu können. Wie oben ausgeführt, ist es wichtig, dass auch die Politik in Form von angepasster Bildung hier mitspielt. Was sonst droht, ist ein Verlorengehen bestimmter (Kultur-)Formen.

Das Internet bietet aufgrund seiner Beschaffenheit jedenfalls grundsätzlich die Möglichkeit für Unternehmen der verschiedensten Sparten, vielen der modernen Veränderungen entgegenzukommen – auch wenn dies eben nicht heißt, dass man sofort damit Erfolg hat. Wie sich gezeigt hat, ist es aber ausgesprochen wichtig, auf dem neusten Stand zu bleiben. Dies hat für die Wirtschaft zwar immer schon gegolten, die aktuelle Entwicklungsbeschleunigung macht ein Nachkommen aber schwieriger denn je, weshalb ein „Vorarbeiten“ sinnvoll sein kann. Es gilt, die Kernleistung seines Produktes zu erkennen und diese in der von den KundInnen aktuell gewünschten Weise oder aber in der in Zukunft zu vermutenden gewünschten Weise anzubieten, was einen zusätzlichen Geschäftszweig erzeugen kann. Letzteres kann bei Erfolg dazu führen, eine

Vorreiterrolle einnehmen zu können. Misserfolg kann freilich erhebliche Konsequenzen – meist finanzieller Natur - nach sich ziehen, weshalb der Grad des Risikos möglichst genau eingeschätzt werden muss.

Im Fall des Opern-Streamings wird versucht, die Kernleistung in jene Form zu bringen, die die derzeit aussichtsreichste Zukunft hat: Die vermutete Kernleistung, nämlich die Performance der beteiligten Akteure, wird auf eine neue Art und Weise präsentiert, die den Gegebenheiten der Digitalisierung entgegenkommt. Gerade bei Opern, die als theatrale Präsentationsform auch von der gleichzeitigen Anwesenheit von Ausführenden und ZuschauerInnen lebt, wird sich erst zeigen müssen, ob sich diese Art der Präsentation auf lange Sicht halten wird können. Falls sie scheitert, gilt es andere Versuche einzugehen, denn ansonsten steht aufgrund des überalternden Publikums ein Ende der Kunstform im Raum. Es wäre jedenfalls nicht das erste Mal, dass ein ehemaliger „Big Player“ von den anpassungsfähigeren Konkurrenten verdrängt wird.

Nicht zuletzt aus mit den Folgen der Digitalisierung in Verbindung stehenden Gründen ist die Oper also derzeit in einer eher schwierigen Situation. Durch Aspekte wie dem Internet steigt die Zahl an konkurrierenden Unterhaltungsangeboten und die Argumentation der OpernvertreterInnen der nicht zu hinterfragenden Kulturleistung wird immer schwieriger. Die Rolle als kapitalistische Ware tut der Kunstform aufgrund der Abhängigkeit nicht gut, muss aber als nur schwer überwindbare Konsequenz in Kauf genommen werden. Im Weg steht hier vor allem die zum Teil arrogante Haltung, dem Publikum nicht gefallen zu müssen, da es sich ja um hohe Kunst und nicht ein Massenprodukt handelt. Umso wichtiger ist, dass sich die Oper den gegebenen und kommenden Umständen anpasst und sich nicht auf ihrem guten Ruf ausruht. Ein solcher alleine reicht nicht aus, damit die Kunstform weiterhin bestehen kann.

Wie die Ausführungen zeigen, sind die bisher versuchten neuen Formen der Vermittlung von Oper oft nur teilweise geeignet, neue Publika zu gewinnen – und wenn, dann vor allem dann, wenn der Vermittlung ein starker Event-Charakter zugrunde liegt, wie es bei der Public-Viewing-Oper der Fall ist, wo sich das Profil der Vorstellung hin zu einer „lockeren“ Atmosphäre verschiebt. Was jedoch zweifelsfrei funktioniert, ist opernaffinen Personen zusätzliche Rezeptionsmöglichkeiten zu bieten, die nicht als Ersatz, sondern als Zusatz gesehen werden, um u.a. die Bindung an die Kunstform generell, aber auch an bestimmte Häuser oder KünstlerInnen zu verstärken.

Dass die neuen Rezeptionsformen nicht dazu führen, dass sich die ZuschauerInnen von der klassischen Rezeptionsweise abwenden, lässt auch die Tatsache vermuten, dass die Wiener

Staatsoper trotz Einführung der Public-Viewing-Opern in der Saison 2009/10 und des Internet-Streamings in der Saison 2013/14 ihre hohe Sitzplatz-Auslastung halten konnte. In der Saison 2016/17 waren es beispielsweise 98,83% (vgl. Wiener Staatsoper 01.02.2018).

Abzustimmen sind die neuen Vermittlungsformen also nicht nur mit den neu anzusprechenden Publika, sondern auch mit dem bereits vorhandenen. Das klassische Opernpublikum macht vor allem aus, dass es einem Alterungsprozess unterliegt, dass es vorwiegend weiblich und höher gebildet ist.

Vor dem Hintergrund des angesprochenen „*Gravitationseffekts*“ (vgl. Fischer 2006, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 50) macht das Streamen von Opern durchaus Sinn, wenn man vermutet, dass dieser Effekt durch erhöhte Aufmerksamkeit für die Oper besteht, was durch das Streaming ja versucht wird zu erreichen. Auch die Tatsache, dass es sehr viele regelmäßige WiederbesucherInnen der Opernhäuser gibt, erleichtert die Argumentation für die Notwendigkeit des Streamens von Opern. Diesen Fans, denen zum Teil wohl die angesprochene, „nerdige“ Hingabe zuzuschreiben ist, gehören zu den wichtigsten KundInnen des Streamings. Ebenfalls unterstützend ist, dass sich alle Studien einig sind, dass inhaltliche Gründe die wichtigsten Gründe für den Opernbesuch sind. Diese wohl dadurch eindeutig als Kernleistung der Oper zu bezeichnenden Elemente, die hauptsächlich mit der Mediennutzungsmotivation des Zeitvertreibs zu tun haben, können nämlich größtenteils gut durch Streaming vermittelt werden.

Was jedoch weniger gut vermittelt werden kann, ist die der Oper anhaftende Bedeutsamkeit. Dass das Internet-Streaming für das Publikum irgendwann ein Ersatz werden wird, ist allein aus diesem Grund bereits unwahrscheinlich.

Dass als einer der wichtigsten Gründe für den Nicht-Besuch die Kosten angegeben werden, wird auch hier die Argumentation für das Streaming unterstützt, da die meisten Anbieter ihre Übertragungen kostenlos oder billiger als die meisten Tickets anbieten. Ob das Streaming jedoch wirklich so gut dazu geeignet ist, viele Nicht-BesucherInnen für die Kunstform zu gewinnen, ist aufgrund der anderen meistgenannten Gründe jedoch zweifelhaft. Denn an mangelndem Interesse und fehlender Sozialisation kann auf diesem Wege nur schwer etwas geändert werden.

Das Internet ermöglicht eine Fortsetzung der Kunstform Oper in neuer „Hülle“, wodurch sich vor allem rezeptionsdemokratisierende Vorteile ergeben. Immer wenn eine Kunstform von der ihr eigenen Präsentationsweise getrennt wird und in eine neue integriert wird, die ihre eigenen

Spezifikationen aufweist, ergeben sich zwangsweise Reibungen, denen auszuweichen es manchmal mehr gelingt, manchmal weniger.

Intermedialität bezeichnet den Vorgang der Übertragung des Inhalts von einem Medium in das andere. Für die Übertragung der Oper über das Internet haben sich dabei die Begriffe der trans-medialen Intermedialität (vgl. Schröter 1998: S. 136f.) und der ontologischen Intermedialität (vgl. Schröter 1998: S. 146f.) als besonders hilfreich erwiesen. Hier steht nämlich der Inhalt losgelöst von seiner Form im Zentrum. Obwohl sich die Form von Bühnenstücken zweifelsfrei von der von Übertragungen grundlegend unterscheidet, ist die Darstellung einer Oper mit einem Maximum an ihr eigenen Präsentationselementen am sinnvollsten. Die Übertragung bedient sich grundsätzlich der gemeinsamen Vermittlungs-Elemente mit der Oper. Dort, wo sie Unterschiede aufweist oder die Strukturen ungeeignet erscheinen, rückt sie zwangsweise die eigenen in den Vordergrund und stellt die der Oper zurück bzw. blendet sie aus.

Ein Grund für dieses Vorgehen ist, dass eine Übertragung schon aufgrund ihrer Beschaffenheit als Reproduktion einige Mankos besitzt, die nicht zu beheben sind. Allem voran steht das Loslösen der Rezeption aus dem medieneigenen Ritual (vgl. Benjamin 1939: S. 18) und ein damit verbundener Verlust der „*Aura*“ (vgl. Benjamin 1939: S. 14). Weiters verändert sich die Bedeutung des Stücks durch die massenhafte Verbreitung und das auf das bildschirmkonsumierende Publikum zugeschnittene „Näherbringen“ (Benjamin 1939: S. 14ff.).

Besonders ein komplexes Kunstwerk wie eine Oper braucht ebenjene Aura, die bei einer (Live-)Reproduktion zwar in Teilen aufwändig erhalten bzw. aufgebaut werden kann, jedoch nie mit der originalen Aura konkurrieren können wird.

Eine eigene Aura wird jedenfalls durch die eigene Ästhetik einer Medienform geschaffen. Das Internet orientiert sich dabei häufig an vorhandenen Formen. Für audiovisuelle Produkte liegt es nahe, dass hierbei oft das Fernsehen, seltener auch das Kino als Vorbild dient. Die Ästhetik ist aber nicht das einzige, wo sich große Überschneidungen mit dem Fernsehen ergeben. Gerade im Hinblick auf die immer größer werdende Mobilität von Bildschirmen gibt die Betrachtung der Fernseh-Rezeption einige Aufschlüsse darüber, was bei der Internet-Streaming-Rezeption von Bedeutung ist. Herauszuheben sind etwa die ortsungebundene Rezeption oder die zum Theaterraum unterschiedliche Aufmerksamkeitsausprägung.

Das Live-Prinzip ist nicht nur ein wichtiger Aspekt der Fernsehrezeption, sondern eine dem Theater und der Oper ureigene Definitionszuschreibung. Auch wenn sich bei einem Internet-Stream viele

Rezeptionsmerkmale zu Bühnenstücken unterscheiden, so will man mit dem Live-Zeigen zumindest einen der wichtigsten Punkte erhalten. Somit errettet man außerdem - zumindest zum Teil - den Event-Charakter der Vorstellung, der in der Einbettung des Alltagsmedium Fernsehen bzw. Internet unterzugehen droht. Allerdings wird die Live-Rezeption über den Bildschirm immer etwas anderes sein als jene vor Ort, schon allein aufgrund der fehlenden *autopoietischen feedback-Schleife* (vgl. Fischer-Lichte 2004: S. 59 und S. 115).

Die fernsehvermittelte Oper bzw. das dementsprechende Theater sind die wichtigsten Vergleichsfaktoren für diese Arbeit. Über sie gibt es aufgrund ihrer großen Bedeutung in der Vergangenheit zahlreiche Ausführungen. Besonders die Geschichte des Fernsehspiels erklärt die Beschaffenheit der Bühnenstücke im Fernsehen und das Interesse daran. Die Bedeutung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen hat sich jedenfalls gewandelt. Die Oper ist aufgrund der konkurrierenden Inhalte auf den Privatprogrammen auf die Kulturspartensender gerutscht, wo sie aber wegen ihrer unterstellten Bedeutung als „Hochkultur“ ein gern verwendeter Inhalt ist, um zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Bildungsauftrages beizutragen. Ob das Aufkommen zahlreicher Streaming-Angebote im Internet der nächste Schritt der Verdrängung aus den immer noch vergleichsweise massenhaft rezipierten Spartenprogrammen ist, wird sich erst in der Zukunft herausstellen.

Vor dem Hintergrund der Informationen über die allgemeine Fernsehrezeption und dem Live-Prinzip, bringt die Betrachtung der Rezeptionsweise von Bühnenstücken im Fernsehen aussagekräftige Rückschlüsse auf jene von Internet-Streams. Einerseits bietet sie eine aufwandsreduzierte und „lockerere“ Rezeptionssituation, andererseits verliert sie den transitorischen und konzentrationsfördernden Charakter.

Diese Umstände sind nur ein Teil der zu beachtenden Umstände beim Unterfangen, eine Oper als Bühnenstück mit dem Internet-Stream als Bildschirmmedium zusammenzubringen.

Zuerst dürfen die grundsätzlichen Reibungspunkte von Oper mit dem Fernsehen und dem Film – und damit zu einem gewissen Maße auch mit dem Internet-Stream – nicht außer Acht gelassen werden. Dies betrifft vor allem die gattungseigenen Erzählweisen, die Ansprüche der Medienformen und den Authentizitätsverlust.

Dann sind die drei wichtigsten Faktoren zu nennen, die aus einem Bühnenstück ein Bildschirmstück machen: die Bildregie, die Kamera und der Schnitt.

Bezüglich der Bildregie, sozusagen der „zweiten Regie“ (Werckmeister 1998: S. 192) ist zu

beachten, dass eine Aufnahme immer als eine Interpretation des Bühnenstücks zu sehen ist, deren höchste Maxime das Abbilden der Interpretation durch die Bühnenregie sein sollte. Dies bedeutet einerseits, dass die Bühnenregie als die höchste Instanz gesehen wird, andererseits, dass das Bemühen um eine adäquate Umsetzung eventuell das Eingehen auf Kompromisse in verschiedenen Bereichen bedeutet.

Kompromisse müssen auch bei der Vermittlungspraxis durch die Kamera oft eingegangen werden, was etwa die Perspektive, die Darstellung des Raumverhältnisses, das auf große Räume angelegte theatrale Gebaren, das Heranrücken an singende Gesichter oder den Ton angeht. Andererseits bietet der Kamerablick auch Vorteile, was ihn zum Teil zu einem besseren Vermittler macht als die Bühne. Hierzu sei etwa die Möglichkeit des Zueinander-In-Beziehung-Setzens, das Einfangen von Mimik und Gestik und das Intensivieren bedeutender Aktionen genannt.

Ähnlich verhält es sich mit dem Schnitt, der das Geschehen auf der Bühne zerstückelt und hintereinander montiert. Auch wenn der Schnitt es vermag, die Geschichte auf der Bühne klar und verständlich zu vermitteln und besondere Ereignisse und Elemente hervorheben kann, so ist er bei vielen AutorInnen Gegenstand ausgeprägter Kritik. Der Grund dafür ist wohl, dass er den deutlichsten Unterschied zur Bühnenvermittlung darstellt. Während nämlich der Kamerablick noch als die Fokussierung auf das Wesentliche mit dem optischen und gedanklichen Fokussieren des Publikums verglichen werden kann, ist der Schnitt etwas für die menschliche Sinneswahrnehmung höchst Unnatürliches.

Bei allen Faktoren ergeben sich also zahlreiche mehr oder weniger bedeutende Probleme, deren Umgehung nur zum Teil durch Kompromisse erreicht werden kann, was uns zu einer wichtigsten Erkenntnis bringt: Die perfekte Übertragung gibt es nicht. So ist es unerlässlich festzustellen, welche Absicht mit der Übertragung verfolgt wird: Will man etwa nur die Inszenierung rekonstruieren können oder will man eine „unterhaltsame“ Übertragung mit der entsprechenden Vermittlung von intensiven Momenten? Jedenfalls ist es dabei unbedingt notwendig, das Maß an zu verwendenden filmischen Mitteln einschätzen zu können. Die Herangehensweise kann sich dabei erheblich unterscheiden. Für jedes Produkt muss außerdem neu entschieden werden, inwieweit damit ein Eingriff in die Inszenierung vorliegt und vertretbar ist.

Die von Schmidt-Sistermanns aufgestellte *operntypische Syntax* liefert einen guten Überblick an verbreiteten Vorgehensweisen, für die sich viele ProduzentInnen entscheiden (vgl. 1991: S. 260f.). Wichtig ist aber auch hier zu wissen, dass sie über eine einzelne Übertragung nichts aussagen und zeitbedingten Vermittlungsmoden unterliegen. Dies bringt uns zu einem Punkt, der von keiner/m

AutorIn angesprochen wurde: Die filmischen Mittel und die allgemeine Vermittlungspraxis können sich von Zeit zu Zeit wandeln und sind vor allem durch die vorherrschenden Medienarten beeinflusst. Auch wenn das Internet viele der klassischen vorhandenen Praxen übernimmt, ist nicht ausgeschlossen, dass sich hier ein eigener Stil entwickeln könnte.

Die Analyse der Literatur rund um das Thema Internet-Streaming von Opern hat also einige wichtige Erkenntnisse gebracht, die im Folgenden kurz zusammengefasst werden, bevor ausgeführt wird, welche Fragen ungeklärt blieben:

- Die Digitalisierung erfordert Veränderungen von der Oper als Institution und als Unternehmen, auch wenn die unmittelbare (wirtschaftliche) Notwendigkeit dafür noch nicht gegeben sein muss.
- Neue Formen der Vermittlung, wie Opern im Kino oder Public-Viewing-Opern, erreichen weniger ein neues Publikum, als dass sie die Rezeptionsmöglichkeiten des alten erweitern.
- Das Opernpublikum unterliegt einem Alterungsprozess, ist vorwiegend weiblich und höher gebildet. Inhaltliche Aspekte sind ihm besonders wichtig und ein steigendes Angebot an Opern erhöht die Nachfrage.
- Bei einer Opernvorstellung, die auf einem Bildschirm gezeigt wird, wird ihr Inhalt von der Form losgelöst, wodurch die rezeptionsspezifische Aura verloren geht. Dieser Verlust wird durch den Versuch, die Medienspezifikationen des neuen Mediums zurückzustellen, nur teilweise ausgeglichen.
- Das Fernsehen und seine Rezeption, besonders aber das Live-Prinzip, haben den größten Einfluss auf die Ausgestaltung der Rezeption von Internet-Übertragungen von Opern, wobei diese sich vor allem durch eine „lockerere“ Atmosphäre von der Rezeption im Saal unterscheidet, was u.a. einen Verlust des transitorischen Charakters mit sich bringt.
- Eine Anpassung des Ausmaßes an filmischen Mittel muss je nach beabsichtigter Verwendung einer Opern-Übertragung vorgenommen werden, wobei jeweils der Einsatz der drei Faktoren Bildregie, Kamera und Schnitt unterschiedlich sein kann.

Es sind also bereits viele Aspekte der forschungsleitenden Frage „Welchen Einfluss hat Internet-Streaming auf die Kunstform Oper und ihre Rezeption?“ abgeklärt. Eine spezifische Betrachtung

von Opern, die über das Internet gestreamt werden und deren RezipientInnen gibt es aber dennoch nicht, weshalb viele der Ausführungen lediglich als Vermutungen standhalten. Es wurden drei Bereiche ausgemacht, bei denen sich eine genauere Betrachtung lohnt:

- Was sind fernab der dargelegten allgemeinen Unterschiede von Fernsehen/Internet-Streams und Vorstellungen im Saal die spezifischen Unterschiede von Übertragungen von Opern im Internet und dem Besuch vor Ort? Dabei gibt es drei Dimensionen, die zu beachten sind: die Zusammensetzung des Publikums, die Ausgestaltung der konkreten Rezeptionspraxis und eine mögliche Verschiebung der Prioritäten.
- Da die Theorien zur Digitalisierung zwar Antworten zur Motivation von AnbieterInnenseite liefern, bei der AbnehmerInnenseite aber lediglich die zunehmende Integration digitaler Inhalte in den Alltag betonen, sollte ein Erfragen der konkreten Gründe für die Rezeption von Opern über Internet-Streams nicht ausgelassen werden.
- Auch wenn die Bevölkerung und das Opernpublikum, wie angegeben, zur allgemeinen Anschauung über die Oper bereits befragt wurden, so gibt es nur wenige Anhaltspunkte für die Meinung der RezipientInnen über das Streamen selbst und der damit verbundenen Zukunft für die Kunstform.

Es liegt nahe, die zur Frage stehenden Aspekte direkt durch eine Untersuchung des Publikums zu klären. Dies wurde durch eine Befragung der RezipientInnen der Streaming-Plattform der Wiener Staatsoper gemacht. Es sei bereits an dieser Stelle erwähnt, dass aufgrund der Erforschung des Publikums von nur einer einzigen Plattform die Ergebnisse stets mit der Beifügung „bei den RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper“ zu verstehen sind, was nicht unbedingt eine Einschränkung der Gültigkeit der Ergebnisse bedeuten muss, in bestimmten Fällen aber kann. Als solche werden jene Personen angesehen, die angeben, mindestens einen oder wenige Streams gesehen zu haben.

9. Hypothesenformulierung

Zunächst werden die drei zu untersuchenden Bereiche in jeweils eine Forschungsfrage gefasst und Hypothesen und Operationalisierungen formuliert. Im darauffolgenden Überkapitel wird dann die genaue Methode, der Aufbau der Befragung und die Ausführung dargelegt, bevor anschließend die Ergebnisse offengelegt werden.

9.1. Frage 1: Unterschiede im Konsum von Internet-Streams und Vorstellungen vor Ort

Inwiefern unterscheidet sich der Konsum von Internet-Streams der Wiener Staatsoper von Opern-Vorstellungen vor Ort?

Hypothese 1A: Zusammensetzungsunterschiede Publikum

Die soziodemografische Zusammensetzung der RezipientInnen von Internet-Streams der Wiener Staatsoper unterscheidet sich nicht wesentlich von jener des „klassischen“ Opernpublikums vor Ort.

Variable 1: soziodemografische Zusammensetzung der RezipientInnen von Internet-Streams der Wiener Staatsoper

Diese bezeichnet in diesem Fall die Zusammenfassung folgender Daten, die durch direkte Angabe im Rahmen der Befragung ermittelt werden: Alter, Geschlecht, Wohnort (bedeutend ist hier v.a. die Entfernung zum Opernhaus) und höchste abgeschlossene Bildung.

Variable 2: soziodemografische Zusammensetzung des „klassischen“ Opernpublikums

Diese bezeichnet die Zusammenfassung der gleichen Daten, aber im Bezug auf das „klassische“ Opernpublikum, das Vorstellungen vor Ort, also im Saal, besucht. „Klassisch“ wird hier deshalb als Ausdruck verwendet, weil es sich hierbei um die weit verbreitetste Rezeptionsform handelt. Hierzu geben einige Studien Aufschluss:

- Das Durchschnittsalter des Opernpublikums bewegt sich im Bereich von 42

(Rössel/Hackenbroch/Göllnitz 2002, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 42) und 48,7 (Nolte/Schäfer/Yesilcicek 2001, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 42) Jahren.

- Bezüglich der Geschlechteraufteilung wird eine Studie von Rössel/Hackenbroch/Göllnitz aus dem Jahr 2002 zu Rate gezogen, die den Frauenanteil bei Opernvorstellungen auf 58% beziffert (zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 43).
- Beim Wohnort nennen keine der StudienautorInnen konkrete Zahlen, die für einen direkten Vergleich brauchbar wären. Lediglich über WiederbesucherInnen liegen solche vor: So kommen 55,1% aus dem gleichen Ort, wie dem, in dem sich das jeweilige Opernhaus befindet. Für weitere 20,6% ist das Opernhaus nur bis zu 30 Kilometer vom Wohnort entfernt (vgl. Lutz 2013: S. 290). Andere Studien, die sich mit dem allgemeinen Publikum beschäftigen, besagen zumindest, dass ein großer Teil des Publikums aus der gleichen Stadt oder der Nähe des Opernhauses kommen und dass die Nähe dazu vor allem etwas über die Häufigkeit des Besuchs aussagt (vgl. Martin 1999, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 43 und Reuband 2018: S. 162f.).
- Die Daten einer Studie von Reuband (vgl. 2018: S. 167) lassen eine genaue Berechnung jener OpernbesucherInnen mit Abitur oder Hochschulabschluss (in Deutschland) zu. Demnach trifft dies auf 54,7% zu.

Variablenbeziehung: unterscheidet sich nicht wesentlich

Diese Variablenbeziehung wird dann als erfüllt angesehen, wenn folgende vier Fälle eintreffen:

- Der Mittelwert der Alters-Angabe der befragten Stream-RezipientInnen bewegt sich zwischen den beiden Werten, deren Labels die Altersgruppen 36-45 und 46-55 bezeichnen.
- Der Frauenanteil der befragten Stream-RezipientInnen ist maximal 5% höher oder niedriger als jener Vergleichswert des Opernpublikums vor Ort (58%).
- Mehr als die Hälfte der Stream-RezipientInnen kommt aus der Standort-Stadt der Wiener Staatsoper oder zumindest dem Standort-Land (=Österreich).
- Der Anteil jener befragten Stream-RezipientInnen die auf die Frage nach der höchsten abgeschlossenen Ausbildung Abitur/Matura/High School oder FH/Universität/College/University angeben, ist maximal 5% höher oder niedriger als die oben angegebenen 54,7% des Opernpublikums vor Ort, die über ein Abitur oder einen Universitätsabschluss verfügen.

Hypothese 1B: Rezeptionspraxis-Unterschiede

Die Rezeptionspraxis von Opernvorstellungen vor Ort unterscheidet sich für RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper wesentlich von jener der Streams.

Variable 1: Rezeptionspraxis von Opernvorstellungen vor Ort

Da diese Praxis von sehr vielen unterschiedlichen Faktoren beeinflusst wird, werden für diese Untersuchung drei davon, die in sehr verschiedene Richtungen gehen, exemplarisch ausgewählt:

- Die Häufigkeit der Besuche von Opernvorstellungen kann direkt von den TeilnehmerInnen abgefragt werden, wobei zur leichteren Einordnung zusammenfassende Antwortmöglichkeiten, wie „gelegentlich“ oder „regelmäßig“ zur Verfügung gestellt werden, die dann durch weitere Erklärungen, wie z.B. „mehrmals im Jahr“ oder „mehrmals im Monat“ konkretisiert werden. Zusätzlich wird bei den regelmäßigen BesucherInnen ermittelt, ob sie nur die Wiener Staatsoper regelmäßig besuchen oder ein oder mehrere andere Opernhäuser.
- Der zweite Faktor bezeichnet die Vorausplanung des Besuchs der Opernvorstellung – genauer gesagt: den Zeitpunkt der Vorausplanung. Auch hier wird durch direktes Erfragen mittels ungefährrer Zeitpunkt-Angaben („am selben Tag“, „einige Tage im Voraus“...) ein brauchbares Ergebnis erwartet, das aussagen soll, wie die RezipientInnen hier in der Regel vorgehen.
- Die direkte Rezeptionssituation einer Opernvorstellung wurde bereits in der Literaturbehandlung herausgearbeitet und zeichnet sich vor allem durch die nahezu alle Störfaktoren ausschließende und damit besonders intensive Aufnahmesituation durch die RezipientInnen aus. Gleichzeitig ist sie als besonders „straff“ zu bezeichnen, was durch unzureichendes Ansprechen der Inhalte auch zu Frustration und Ermüdung führen kann (vgl. Dübgen 1977: S. 62f.).

Variable 2: Rezeptionspraxis von Internet-Streams der Wiener Staatsoper

Um die Praxen vergleichen zu können, werden die drei gleichen Faktoren exemplarisch ausgewählt. Bei den ersten beiden, also der Häufigkeit und der Vorausplanung, wird genau so wie bei Variable 1 direkt nachgefragt.

Beim dritten Faktor, der direkten Rezeptionssituation von Internet-Streams ist ein direktes

Nachfragen nicht möglich. Die Situation könnte nur durch ein beobachtendes Experiment erhoben werden. Alternativ werden jedoch Anleihen an der in der Literaturbehandlung ausgeführten Fernseh-Rezeption genommen, die wohl zum größten Teil mit der Rezeptionssituation von Internet-Streams ident ist - vor allem wenn der Inhalt über den gleichen Bildschirm bzw. das gleiche Gerät rezipiert wird. Was diese Rezeption ausmacht, ist der *Verzicht auf die Disziplinierung der Wahrnehmung durch die [fehlende] Fixierung der Zuschauer* (vgl. Hickethier 1995: S. 66). Es handelt sich also um eine *labile Aufnahmesituation im vertrauten häuslichen Bereich*, die als Vorteil mit sich bringt, dass als uninteressant empfundene Abschnitte durch Nebentätigkeiten überbrückt werden können, ohne sich komplett vom Geschehen abwenden zu müssen (vgl. Dübgen 1977: S. 68f.). Aufgrund dieser Tatsache wird in der Befragung zumindest nachgefragt, welche Nebentätigkeiten die Befragten während der Rezeption eines Streams ausführen, was als tendenzanzeigende, alternative Maßnahme zu der in diesem Forschungsrahmen unmöglichen Durchführung eines beobachtenden Experimentes gesehen werden muss. Abgefragt werden folgende Tätigkeiten: nebenbei essen, nebenbei etwas trinken, mit anderen Anwesenden unterhalten, die Toilette besuchen, Hausarbeiten ausführen, schlafen, Informationen über die Oper lesen, im Internet surfen und ein weiteres technisches Gerät benutzen.

Variablenbeziehung: unterscheidet sich wesentlich für RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper

Hypothese 1B wird als verifiziert gesehen, falls alle drei folgende Umstände eintreffen:

- Mindestens 10% mehr oder weniger der befragten RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper geben an, mindestens regelmäßig (=mindestens einmal im Monat) einen Stream zu schauen als angeben, mindestens regelmäßig (=mindestens einmal im Monat) eine Opernvorstellung zu besuchen. Eine Ermittlung des Umstandes durch den Vergleich der Mittelwerte ist aufgrund der zu unterschiedlichen Antwortausprägungen nicht möglich. Diese sind notwendig, da sich das quantitative Angebot von Opernvorstellungen erheblich von dem von Internet-Streams der Wiener Staatsoper unterscheidet. Während also etwa ein (fast) täglicher Besuch einer Opernvorstellung theoretisch möglich wäre, wäre ein (fast) tägliches Rezipieren eines Internet-Streams nicht möglich. Mehr Informationen über die Ausformung und das quantitative Angebot der Streaming-Plattform der Wiener Staatsoper befinden sich im Kapitel „10.3. Ausführung der Befragung“.

- Die Mittelwerte der beiden vierstufigen Antwortausprägungen der Fragen nach der Vorausplanung der Teilnahme an einer Opernvorstellung und einem Stream durch die RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper unterschieden sich mindestens um eine ganze Stufe. Im Gegensatz zur Häufigkeit kann bei der Vorausplanung ein Vergleich über die Mittelwerte herangezogen werden, da nichts dagegen spricht, hier idente Wertelabels als Antwortmöglichkeiten anzubieten, welche sich zwischen „am selben Tag“ und „einige Monate vorher“ bewegen.
- Zwei zur Auswahl stehende Nebentätigkeiten, welche während der Rezeption eines Internet-Streams möglich sind, nicht aber während der einer Opernvorstellung vor Ort, werden von jeweils mindestens 50% der befragten RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper laut deren Angaben zumindest manchmal während der Rezeption eines Internet-Streams ausgeführt.

Hypothese 1C: Bedeutungsunterschiede

Die Bedeutung inhaltlicher, rezeptionssituationsbezogener und servicebezogener Elemente wird von RezipientInnen von Internet-Streams der Wiener Staatsoper beim Konsum dieser anders bewertet als beim Konsum von Opern vor Ort.

Variable 1: Bewertung der Bedeutung verschiedener Elemente beim Konsum von Internet-Streams der Wiener Staatsoper

- Inhaltliche Elemente bezeichnen alles, was mit den künstlerischen Leistungen der an der Oper mitwirkenden Personen zu tun hat. Erschöpfend aufzuzählen sind hier:
 - Regie und Lichtregie in Form der Inszenierung
 - BühnenbildnerIn in Form des Bühnenbildes
 - SängerInnen
 - Orchester
 - DirigentIn
- Die rezeptionssituationsbezogenen Rahmenbedingungen bezeichnen alle Elemente, die direkt oder indirekt mit der Rezeptionssituation des Internet-Streams zu tun haben. Exemplarisch ausgewählt wurden dabei folgende Elemente:

- gemeinsamer Abend mit FreundInnen oder Bekannten
- Rezeptionsmöglichkeit im Eigenheim
- Konzentrationsmöglichkeit auf das Bühnengeschehen
- Live-Anwesenheit (zumindest zeitlich)
- das „Drumherum“, womit vor allem die indirekten Elemente gemeint sind, wie gemütliches Sitzen auf der Couch oder nebenbei etwas Gutes essen, welche für die RezipientInnen mit der Stream-Rezeption verbunden sein könnten
- Als dritte Gruppe sind servicebezogene Elemente zu nennen, welche sozusagen den Vermittlungspunkt zwischen RezipientInnen und Angebot darstellen:
 - guter Service, womit auch die Übetragungsqualität oder der Kundendienst gemeint sind
 - unkompliziertes Erstehen eines Streams
 - guter Ton

Eine Bewertung der verschiedenen Elemente kann durch direktes Abfragen der RezipientInnen in Form einer abgestuften Tabelle festgestellt werden, da es sich dabei um bewusste Meinungsäußerungen handelt.

Variable 2: Bewertung der Bedeutung verschiedener Elemente beim Konsum von Opernvorstellungen vor Ort

Für Variable 2 gilt in jeder Hinsicht das Gleiche wie für Variable 1, nur dass es sich um Opernvorstellungen vor Ort handelt, weshalb ein paar der Elemente umformuliert oder angepasst werden müssen, um sinnvoll zu sein und einen Vergleich zulassen:

- Statt der Rezeptionsmöglichkeit im Eigenheim könnte den RezipientInnen die Rezeptionsmöglichkeit im Opernhaus wichtig sein, die von der Architektur und der Atmosphäre beeinflusst sein kann.
- Beim „Drumherum“ sind zwar auch hier die indirekten Elemente gemeint, diese unterscheiden sich aber teilweise erheblich, weshalb als Beispiele etwa schöne Kleidung oder ein vorangehender Restaurant-Besuch genannt sind.
- Auch der Service für einen Opernbesuch unterscheidet sich grundlegend von dem für einen Stream, weshalb beispielhaft der Garderobenservice und die Pausen-Bar genannt sind.
- Ein unkomplizierter Kartenkauf ist mit einem unkomplizierten Erstehen eines Streams

vergleichbar.

- Statt eines guten Tons erwarten sich die RezipientInnen einer Opernvorstellung vor Ort wohl eher eine gute Akustik.

Variablenbeziehung: wird anders bewertet von RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper

Eine Verifizierung dieser Hypothese wird als vorliegend angesehen, wenn sich der Mittelwert der Durchschnittswerte der fünfstufigen Bewertungsskalen der Elemente einer der drei Gruppen im Falle der Bedeutungsbewertung von Internet-Streams um einen ganzen Wert zur Bedeutungsbewertung von Opernvorstellungen vor Ort unterscheidet. Es gelten dabei nur Angaben, die von RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper getätigt werden (=die angeben, zumindest einen oder wenige Streams gesehen zu haben).

9.2. Frage 2: Gründe für Internet-Streaming von Opern

Aus welchen Gründen streamen RezipientInnen Opern der Wiener Staatsoper?

Hypothese 2A: Gründe für Internet-Streaming von Opern

Wenn RezipientInnen die Internet-Streams der Wiener Staatsoper konsumieren, dann tun sie dies, um eine Erweiterung der klassischen Opernrezeption zu erhalten.

Variable 1: RezipientInnen, die Internet-Streams der Wiener Staatsoper konsumieren

Wie bereits oben erwähnt wurde, werden zu den RezipientInnen von Internet-Streams der Wiener Staatsoper nur jene Personen gezählt, die auf die Frage nach der Häufigkeit angeben, zumindest einen oder weniger Live-Streams gesehen zu haben. Zur Erinnerung: Die Häufigkeit der Besuche von Opernvorstellungen kann dabei direkt von den TeilnehmerInnen abgefragt werden, wobei zur leichteren Einordnung zusammenfassende Antwortmöglichkeiten, wie „gelegentlich“ oder „regelmäßig“ zur Verfügung gestellt werden, die dann durch weitere Erklärungen, wie z.B. „mehrmals im Jahr“ oder „mehrmals im Monat“ konkretisiert werden.

Variable 2: Erweiterung der klassischen Opernrezeption

Gemeint sind damit Gründe, die es den RezipientInnen erlauben, öfter Opern zu sehen oder Opern zu sehen, die sie sonst nicht sehen würden. Da ein einfaches Erfragen nach diesen Gründen aufgrund der Komplexität nicht sinnvoll wäre und eine Aufzählung durch die Befragten mangels Ideen nicht zum Ziel führen könnte, wird das Zutreffen bzw. die Zustimmung einiger Umstände erfragt, die in ihrer Gesamtbetrachtung die Wichtigkeit der Gründe für das Streamen von Opern, die sich auf eine Erweiterung der klassischen Opernrezeption beziehen, ermöglichen soll. Gefragt wird dabei nach der Ausprägung des Zutreffens folgender Aussagen, die sich auf die Gründe für ein Abschließen eines Abonnements für staatsoperlive.com beziehen (eine im Nachhinein erkannte Problematik bezüglich der Formulierung dieser Frage wird im Kapitel „10.3. Ausführung der Befragung“ behandelt):

- ...um einen ganz bestimmten Live-Stream zu sehen. (Das Zutreffen dieses Umstandes würde einen Hinweis darauf geben, dass der/die RezipientIn diese Oper aus einem beliebigen Grund sonst nicht gesehen hätte.)
- ...weil ich regelmäßig Live-Streams schauen will. (Das Zutreffen dieses Umstandes kann als Wunsch nach quantitativer Ausweitung der Opernrezeption interpretiert werden.)
- ...weil ich nicht so oft in die Oper gehen kann, wie ich gerne würde. (Das Zutreffen dieses Umstandes würde die vorangehend erwähnte Interpretation unterstützen.)
- ...da ich so mehr Opern sehen kann, als wenn ich dafür anreisen müsste. (Das Zutreffen dieses Umstandes würde die Eignung des Internet-Streamings für die Erfüllung des nach vorangehend erwähnter Interpretation ausgedrückten Wunsches nach erstrebter quantitativer Erweiterung der Rezeption ausdrücken.)

Variablenbeziehung: tun sie dies

Falls die RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper das Zutreffen der Gründe für das Streamen von Opern, die sich auf eine Erweiterung der klassischen Opernrezeption beziehen, in ihrem Durchschnitt höher bewerten als das Zutreffen der Gründe für das Streamen von Opern, die sich auf die Vorteile der den Internet-Streams eigenen Rezeptionsumstände beziehen, wird Hypothese 2A als bestätigt angesehen.

Letztere beziehen sich auf die sich durch Internet-Streaming ergebenden Vorteile in der Rezeption, welche sich vor allem durch vermittlungspraktische Umstände ergeben. Ein direktes Erfragen wäre hier genauso ungeeignet wie bei Variable 2, weshalb hier auf die gleiche Art vorgegangen wird,

wenn die Ausprägungen des Zutreffens folgender Aussagen abgefragt werden, die sich ebenfalls auf die Gründe für ein Abschließen eines Abonnements für staatsoperlive.com beziehen:

- ...weil ich gerne eine filmisch aufbereitet Oper schaue. (Das Zutreffen dieses Punktes würde zwar nicht heißen, dass deshalb Opern im Saal nicht mindestens genauso gerne rezipiert werden würden, aber durchaus, dass der Rezeption über den Bildschirm gewisse Vorteile zugesprochen werden würden.)
- ...damit ich nahe an den Sängern bin. (Bei der kameravermittelten Übertragung kann man gefühlt so nahe an den SängerInnen sein, wie es auch bei den besten Plätzen im Saal nicht möglich wäre. Dieser Umstand könnte als einer der erwähnten zugesprochenen Vorteile der Rezeption über den Bildschirm interpretiert werden. Das Zutreffen würde also als ein unterstützendes Indiz zum Zutreffen der vorangegangener Aussage sein.)
- ...weil ich so mehr vom Bühnen-Geschehen mitbekomme, als wenn ich im Saal zusehen würde. (Auch in diesem Fall würden beim Zutreffen der Aussage dieser Form der Rezeption Vorteile zugesprochen werden. Im Gegensatz zur ersten Aussage würde hier sogar die bildschirmvermittelte Rezeption über jene im Saal gestellt werden, zumindest was die Fähigkeit zu erhöhter Vermittlungskompetenz angeht.)
- ...da ich mich beim Stream besser auf das Bühnengeschehen konzentrieren kann als im Saal. (Diese Aussage ähnelt der vorangegangenen, stellt aber die Konzentration der RezipientInnen in den Vordergrund, während oben vom Vermögen der Übertragung ausgegangen wird. Es geht hier also weniger darum, was der Übertragung zugetraut wird, sondern wie sich die RezipientInnen im Bezug auf diese selbst einschätzen.)
- ...da ich Live-Streams als vollwertigen Ersatz für den Opern-Besuch halte. (Das Zutreffen dieser Aussage würde nicht bedeuten, dass die Übertragung Vorteile gegenüber der Rezeption im Saal hätte, dass sie aber mit ihr „mithalten“ kann und als ebenso geeignet wirkt, ohne dass Einschränkungen in Kauf genommen werden müssen.)
-weil ich lieber Live-Streams schaue als selbst in die Oper zu gehen. (Beim Zutreffen dieser Aussage würde ein ganz klares Statement gesetzt werden, bei dem der Übertragungs-Rezeption eindeutig mehr oder stärkere Vorteile zugeschrieben würden als der Saal-Rezeption.)

9.3. Frage 3: Meinung über Internet-Streaming von Opern

Welche unterschiedlichen Meinungen haben RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper über das Streamen und seine Bedeutung?

Hypothese 3A: Exklusivitätsverlust durch Internet-Streaming

Die RezipientInnen, die Internet-Streams der Wiener Staatsoper konsumieren, finden, dass die Oper durch Live-Streaming an Exklusivität verliert.

Variable 1: RezipientInnen, die Internet-Streams der Wiener Staatsoper konsumieren

siehe oben

Variable 2: Meinung über Exklusivität

Da eine Meinung in den allermeisten Fällen etwas Bewusstes ist, kann diese grundsätzlich direkt abgefragt werden. Eine Bewertung der Zustimmung zu der Aussage „Durch das Live-Streaming verliert die Oper an Exklusivität.“ durch eine vierstufige Bewertungsskala bringt deshalb brauchbare Ergebnisse.

Exklusivität wird zwar nicht genauer definiert, es wird jedoch unterstellt, dass die Befragten darunter verstehen, dass es sich bei etwas Exklusivem um etwas Besonderes, nicht dem alltäglichen Entsprechenden handelt, zu dem nicht jeder in der Gesellschaft Zugang hat.

Unterstützend kann auch die Meinung der befragten RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper gesehen werden, ob sich die Bedeutung der Oper als gesellschaftliches Ereignis verändert hat. Hierzu muss natürlich auch ermittelt werden, ob die Oper überhaupt als ein gesellschaftliches Ereignis gesehen wird. Falls die Meinung vertreten wird, dass eine Veränderung der diesbezüglichen Bedeutung vorliegt, muss das nicht heißen, dass dies aufgrund des Internet-Streamings der Fall ist. Vielmehr wäre zu vermuten, dass hierfür mehrere verschiedene Faktoren verantwortlich sind. Wenn jedoch die Meinung über den Verlust der Exklusivität durch Internet-Streaming vorliegt, ist anzunehmen, dass auch ein Verlust der Bedeutung der Oper als gesellschaftliches Ereignis empfunden wird.

Variablenbeziehung: finden

Diese Vermutung gilt als verifiziert wenn folgende beide Fälle eintreten:

- Mindestens die Hälfte der RezipientInnen, die Internet-Streams der Wiener Staatsoper schauen, geben an, der Aussage „Durch das Live-Streaming verliert die Oper an Exklusivität.“ auf einer vierstufigen Bewertungsskala zumindest eher zuzustimmen.
- Mindestens die Hälfte der RezipientInnen, die Internet-Streams der Wiener Staatsoper schauen und auf einer vierstufigen Bewertungsskala angegeben haben, dass sie zumindest eher finden, dass ein Opernbesuch (auch) ein gesellschaftliches Ereignis ist, geben auf einer vierstufigen Bewertungsskala an zumindest eher zu finden, dass der Opernbesuch früher als gesellschaftliches Ereignis bedeutender war.

Hypothese 3B: Bedeutung des Internet-Streamings für Fortbestehen

Die RezipientInnen, die Internet-Streams der Wiener Staatsoper konsumieren, finden nicht, dass das Live-Streaming bedeutsam für das Fortbestehen der Kunstform Oper ist.

Variable 1: RezipientInnen, die Internet-Streams der Wiener Staatsoper konsumieren

siehe oben

Variable 2: Meinung über die Bedeutung des Live-Streamings für das Fortbestehen der Kunstform Oper

Wie oben, sei auch hier erwähnt, dass eine Meinung meist etwas Bewusstes ist und deshalb grundsätzlich direkt abgefragt werden kann. Aber auch hier wird nicht nur die Frage ganz direkt gestellt, sondern die Bestätigung des Ergebnisses durch mehrere Zusatzfragen abgedeckt. So ist etwa von Interesse, ob die RezipientInnen glauben, dass das Streaming eher für Jüngere bedeutsam ist, und ob es dabei helfen kann, die „Schwelle zu senken“. Denn gerade das Ansprechen der Jugend und der bisher Uninteressierten ist laut den Ausführungen in der Literatur von Bedeutung für das Fortbestehen der Kunstform.

Die Beifügung „Kunstform“ wird verwendet, um zu betonen, dass es nicht um ein bestimmtes Stück oder um ein Gebäude geht, sondern eben um die Oper in ihrer Makroperspektive.

Variablenbeziehung: finden nicht

Die negative Formulierung der Hypothese ist durch die Erkenntnis durch die im Kapitel „3.2. Neue Formen der Opern-Rezeption“ dargelegten Studien zu begründen, die vermuten lassen, dass diese Rezeptionsformen weniger dafür geeignet sind, neue KundInnen zu gewinnen, als den BestandskundInnen neue Möglichkeiten zu bieten (vgl. Reuband 2013 und Hering 2018). Das Fortbestehen dürfte also nicht von solchen Formen abhängen. Ob die RezipientInnen das aber auch denken, muss herausgefunden werden.

Damit diese Hypothese als verifiziert angesehen werden kann, werden also folgende Umstände erwartet:

- Der durchschnittliche Mittelwert der Zustimmung zu folgenden Aussage liegt auf einer vierstufigen Skala bei über 2,5 (1=stimme zu, 4=stimme nicht zu):
 - Ohne Live-Streaming wäre die Zukunft der Kunstform Oper gefährdet.
- Der durchschnittliche Mittelwert der Zustimmung zu folgender Aussage liegt auf einer vierstufigen Skala bei unter 2,5 (1=stimme zu, 4=stimme nicht zu):
 - Live-Streaming ist unbedeutend für das Fortbestehen der Oper.

Um eine Einordnung der entsprechenden Ergebnisse zu erleichtern, wird zusätzlich das Ergebnis zu folgenden Aussagen betrachtet, auch wenn sie keinen direkten Einfluss auf die Verifizierung oder die Falsifizierung dieser Hypothese haben:

- Das Live-Streaming bietet eine gute Möglichkeit, den Zugang zu Opern zu erleichtern.
- Durch Live-Streaming werden Berührungsängste mit der Oper abgebaut.
- Das Live-Streaming ist vor allem für Jüngere wichtig.
- Das Live-Streaming ist vor allem für Ältere wichtig.

Hypothese 3C: Internet-Stream als vollwertiger Ersatz

Die RezipientInnen, die Internet-Streams der Wiener Staatsoper konsumieren, finden nicht, dass diese als vollwertiger Ersatz für den Besuch von Opern im Saal zu sehen sind.

Variable 1: RezipientInnen, die Internet-Streams der Wiener Staatsoper schauen

siehe oben

Variable 2: Meinung über die Eignung der Internet-Streams als vollwertiger Ersatz für den Besuch von Opern im Saal

Auch hier kann grundsätzlich die diesbezügliche Meinung direkt abgefragt werden, aber auch hier werden wieder mehrere Fragen gestellt, um ein umfassenderes und differenzierteres Bild zu erhalten. Ein weiteres Indiz für die Eignung wäre etwa die Zustimmung zur Aussage, dass ein gleichwertiger Genuss möglich ist und dass eine Empfehlung an FreundInnen oder Bekannte vorstellbar ist.

Mit vollwertig ist demnach gemeint, dass das Rezipieren der Oper durch den Internet-Stream ohne jegliche Einschränkung im Gegensatz zur Saal-Oper möglich wäre.

Variablenbeziehung: finden nicht

Wie Hypothese 3B wird auch diese negativ formuliert, da sich fast alle AutorInnen, die im Kapitel „7. Bildschirmvermittelte Oper“ zitiert werden, einig sind, dass eine Übertragung schon aus gestalterischen Gründen niemals ein vollwertiger Ersatz sein kann (vgl. z.B. Kienzle 1988: S. 52 oder Riedel 1963: S. 14).

Damit behauptet werden kann, dass die RezipientInnen, die Internet-Streams der Wiener Staatsoper schauen, diese nicht als vollwertigen Ersatz betrachten, muss für folgende Aussage auf einer vierstufigen Zustimmungsskala (1=stimme zu, 4=stimme nicht zu) ein Mittelwert von über 2,5 erreicht werden:

- Das Live-Streaming ist ein vollwertiger Ersatz zum Besuch des Opernhauses.

Folgende Aussage ist nicht für die Überprüfung der Hypothese relevant, dient aber dennoch als Hilfe zur Einordnung des Ergebnisses:

- Das Live-Streaming ist ein geeigneter, aber nicht vollwertiger Ersatz.
- Ich kann Opern im Live-Stream genau so genießen wie im Saal.
- Ich würde Freunden und Bekannten das Live-Streamen von Opern empfehlen.

10. Befragung: Rezeptionspraxis und Sichtweisen von Internet-Streams am Beispiel der Wiener Staatsoper

Um die aufgetretenen Fragen und die damit verbundenen Hypothesen beantworten zu können, wurde, wie bereits erwähnt, eine Befragung der RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper durchgeführt. Es folgt eine Beschreibung und Begründung der Wahl der Forschungsmethode, eine Darlegung des Aufbaus der Befragung und Informationen über die Ausführung und die Umstände.

10.1. Forschungsmethode

Das, was im Rahmen der formulierten Hypothesen überprüft werden soll, sind Erfahrungen über die Realität. Vor dem Hintergrund einer empirisch angelegten Untersuchung gilt es diese Erfahrungen in Form von Daten zu systematisieren und den Erhebungsvorgang so festzuhalten, dass er intersubjektiv nachvollziehbar ist (vgl. Brosius/Haas/Koschel 2016: S. 2). Dieses Vorgehen steht damit im Gegensatz zum individuellen, subjektiven Erfahren und soll Objektivität, Reliabilität und Validität ermöglichen (vgl. Brosius/Haas/Koschel 2016: S. 83 und Scholl 2018: S. 22). Es sei in einem ersten Schritt also festgehalten, dass es sich im vorliegenden Fall um eine empirische Forschung handelt.

Weiters lässt die Formulierung der Hypothesen bereits vermuten, dass es sich um eine quantitative Erhebung handeln muss. Bei einer solchen werden nämlich wenige, ausgewählte Merkmale systematisiert und in eine Datenstruktur gebracht, was eine hohe Erhebungszahl zulässt (vgl. Brosius/Haas/Koschel 2016: S. 4). Die systematisierte Datenstruktur ermöglicht Vergleiche, wie sie durch die oben formulierten Hypothesen verlangt werden.

Die Forschungsfragen beschäftigen sich mit den RezipientInnen selbst, weshalb die direkte Fragestellung an diese als die geeignete Variante erscheint. *Die Befragung ist eine Art Aufforderung zur Selbstbeschreibung des Befragten.* (Scholl 2018: S. 22). Das Interview oder der Fragebogen ist die empirische Umsetzung der Fragestellung und der theoretischen Konzepte und wird dabei das Kontaktinstrument des/der Forschenden mit dem zu untersuchenden Feld (vgl. Scholl 2018: S. 143).

Da ausschließlich RezipientInnen von Internet-Streams von Interesse sind, ist anzunehmen, dass der Großteil von ihnen zumindest etwas Internet-versiert sein dürfte. Es liegt also nahe, dass der Nutzung der Vorteile einer Online-Befragung Nichts im Wege steht. Diese ermöglicht nämlich vor allem eine vergleichsweise hohe Erhebungszahl aufgrund örtlich unbegrenzter Erreichbarkeit und geringem Teilnahmeaufwand im Gegensatz zum persönlichen Interview oder einer anderen quantitativen Erhebungsmethode.

Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die Online-Befragung lediglich als Variante der schriftlichen Befragung zu sehen ist, aufgrund ihrer stetig wachsenden Bedeutung aber ein zunehmend eigenes Profil erlangt (vgl. Scholl 2018: S. 29). Trotz der vielen offenbaren Vorteile, die sich durch diese Form ergeben, sind einige Nachteile nicht auszublenden. Allem voran steht die meist schwierig zu ziehende Stichprobe. Eine diesbezügliche Kontrolle ist nur sehr begrenzt möglich, was auch an der durch freie Entscheidung über Teilnahme oder Nicht-Teilnahme erwirkten Selbstselektion der Befragten liegt (vgl. Scholl 2018: S. 54f.). Wie im vorliegenden Fall diesbezüglich vorgegangen wurde, wird im Kapitel „10.3. Ausführung der Befragung“ dargelegt.

Forschungsfragen ergeben sich aus dem Untersuchungsziel und der forschungsleitenden Frage. Sie sind immer mit den Vorstellungen der/des Forschenden verbunden und an dieseN selbst gestellt. Im Untersuchungsprozess bleiben diese Fragen oft latent, weshalb es eine Manifestation in Form einer Messbarmachung benötigt. Die oben im Rahmen der Formulierung der Hypothesen vorgenommenen Operationalisierungen stellen die Übertragung der zu untersuchenden Umstände in konkrete Fragen dar, welche inhaltlich und sprachlich auf die Befragten abgestimmt sein müssen, um ihnen direkt gestellt werden zu können (vgl. Scholl 2018: S. 144f.). Im nächsten Schritt wird also ausgeführt, welche Fragen warum gestellt werden und wie der Fragebogen aufgebaut ist.

10.2. Aufbau der Befragung

Die meisten Fragebögen – wie auch der vorliegende - bestehen aus mehreren Fragearten, die sich in inhaltsbezogene und instrumentelle Fragen einteilen lassen. Erstere ermitteln die substantiellen Informationen, die zur Beantwortung der Forschungsfragen unerlässlich sind, während die instrumentellen Fragen – auch funktionsbezogene Fragen genannt – u.a. Navigation und Regulierung erlauben. Hierzu gehören etwa sogenannte Eisbrecherfragen, die die Befragungssituation auflockern sollen, oder Trichterfragen, die die unterschiedlichen Befragten auf

jene Fragen lenken sollen, die für sie bestimmt sind oder zumindest eine diesbezüglich sinnvolle Auswertung erlauben (vgl. Scholl 2018: S. 156). Es ist möglich, sich bestimmter Vorgehensweisen zu bedienen, die die Beantwortung und Auswertung der gestellten Fragen erleichtern, wie etwa das kategorisierte Vorgeben von Antwortmöglichkeiten, bei dem ein Maß vorgegeben wird. Je nach Vorgabe können die Befragten eine oder mehrere Antwortmöglichkeiten auswählen und kategorisieren ihre Angaben somit selbst (vgl. Scholl 2018: S. 160). Außerdem sei festgehalten, dass versucht wurde, Fragen und Antwortmöglichkeiten der Tonalität der Alltagssprache anzupassen. Auch weil ein internationales Teilnehmerfeld erwartet wurde, wurden die meisten Formulierungen sehr offen und allgemeingültig gewählt.

Bezüglich des Aufbaus wird darauf geachtet, dass einleitend mindestens eine einfache Frage gestellt wird (Eisbrecherfrage), die eine Eingewöhnung ermöglichen soll. In der Mitte werden die wichtigsten inhaltsbezogenen Fragen abgehandelt, während am Ende wieder einfache vorherrschend sind. Letzteres hat den Sinn, dass bei möglicherweise auftretenden Ermüdungserscheinungen keine kognitiv allzu aufwändigen Sachverhalte überlegt werden müssen. Der Schluss eignet sich deshalb besonders gut für die Abfrage der demografischen Daten. Da diese von allen zu beantwortenden Fragen am ehesten als „heikel“ zu sehen sind, hat die Platzierung dieser am Ende auch den Vorteil, dass bei Abbruch die Daten von bereits beantworteten Fragen nicht verloren gehen (vgl. auch Scholl 2018: S. 175).

Im Folgenden wird der Fragebogen Teil für Teil erklärt. Jeweils eine Kopie des deutschen und des englischen Fragebogens befinden sich im Anhang. Warum ausgerechnet auf Deutsch und Englisch abgefragt wurde, wird im Kapitel „10.3. Ausführung der Befragung“ ausgeführt.

Nachdem man die gewünschte Sprache ausgewählt wurde, erhält man auf der ersten Seite des Fragebogens eine Erklärung über den Verwendungszweck der Umfrage. Neben der Verwertung der Daten für diese Forschungsarbeit, werden die aufbereiteten Daten auch für unternehmensinterne Zwecke der Wiener Staatsoper genutzt (mehr dazu im Kapitel „10.3. Ausführung der Befragung“). Die erste konkrete Frage will von den Befragten wissen, welcher der genannten Komponisten am ehesten ihren Geschmack trifft. Dies hat keine inhaltliche Relevanz für die Forschungsfrage, soll aber einerseits klären, ob die Befragten auch wirklich mit dem Thema Oper vertraut sind, andererseits kann diese Frage als Eisbrecherfrage bezeichnet werden. Sie ist als Bewertungsfrage

im Sinne eines ästhetischen Urteils zu interpretieren (vgl. Scholl 2018: S. 149).

Die folgenden Fragen beschäftigen sich mit dem klassischen Opernbesuch. Diese Informationen sind vor allem für die vorzunehmenden Vergleiche wichtig.

Zunächst wird nach der Häufigkeit der Opernbesuche gefragt, was für die Ermittlung von Hypothese 1B relevant ist, die sich mit den Unterschieden in der Rezeptionspraxis beschäftigt.

Ebenso der Ermittlung dieser Hypothese zuträglich ist die darauffolgende Frage nach dem Zeitpunkt des Vorausplanens. Während diese beiden Fragen als Verhaltensfragen bezeichnet werden können, ist die folgende als Relevanzfrage zu interpretieren (vgl. Scholl 2018: S. 149f.).

Sie ermittelt nämlich die Wichtigkeit von inhaltlichen, rezeptionssituationsbezogenen und servicebezogenen Elementen und ist für den Vergleich derselben im Bezug auf Internet-Streams bedeutend, der im Rahmen von Hypothese 1C vollzogen wird.

Als Meinungsfrage ist die letzte Frage zu diesem Themenblock zu sehen (vgl. Scholl 2018: S. 149).

Sie fragt nämlich nach der Einschätzung der Befragten, wie gut sie sich mit Opern auskennen würden. Ähnlich wie die erstgestellte Frage hat sie keinen direkten Einfluss auf die Ermittlung der Hypothesen, sondern soll generell abklären, ob es sich bei den Befragten eher um Opernneulinge oder -fachleute handelt.

Der Fragenblock über das Live-Streaming beginnt mit der entsprechenden Vergleichsfrage nach der Häufigkeit der Stream-Rezeption und ist somit für die Ermittlung der Hypothese 1B relevant.

Die zweite Frage lautet „Woher kennen Sie staatsoperlive.com?“. Sie wurde weniger für die Ermittlung der Hypothesen gestellt, sondern ist eher als Entgegenkommen zugunsten der Wiener Staatsoper, die ja die Betreiberin dieses Portals ist, zu sehen, da für jene diese Daten von besonderem Interesse sind. Da, wie im Kapitel „10.3. Ausführung der Befragung“ noch klarer wird, die Wiener Staatsoper wesentlich bei der Verbreitung des Fragebogens mitgewirkt hat und die Ermittlung dieser Frage dem wissenschaftlichen Interesse der Forschung keineswegs entgegensteht, gibt es keinen Grund, diesen Gefallen nicht zu erfüllen. Es handelt sich dabei nach der Einteilung von Scholl übrigens um eine Faktfrage (vgl. 2018: S. 147).

Die nächsten beiden Fragen ermitteln die Vorausplanung und die Wichtigkeit der verschiedenen Elemente und sind deshalb die Vergleichsfragen zu den obengenannten (Hypothese 1B und 1C).

Die letzte Frage dieses Blocks erfragt die Häufigkeit des Ausführens einiger Tätigkeiten während der Streamrezeption und ist der Variablenermittlung der zweiten Variable von Hypothese 1B mit

dem Namen „Rezeptionspraxis von Internet-Streams der Wiener Staatsoper“ zuzuschreiben. Es handelt sich dabei um eine Verhaltensfrage (vgl. Scholl 2018: S. 150).

Der vorletzte Block beinhaltet die zwei längsten Fragen und ist als „Herzstück“ des Fragebogens zu sehen.

Zuerst wird das Zutreffen verschiedener Umstände abgefragt, die vor allem die Gründe für das Abschließen eines Abonnements auf staatsoperlive.com betreffen. Wie bei der Operationalisierung der entsprechenden Hypothese 2A beschrieben wird, soll damit auf die Gründe für Live-Streaming generell geschlossen werden – zumindest welche der Gründe bedeutender sind als andere.

Die zweite umfangreiche Frage ermittelt die Zustimmung zu verschiedenen Aussagen und dient zur Feststellung der Hypothesen 3A, 3B und 3C, die sich allesamt mit der Meinung über das Streamen und seiner Bedeutung beschäftigen.

Es handelt sich hierbei um Relevanz- bzw. Präferenzfragen, die mit einem eher höheren kognitiven Aufwand verbunden sind (vgl. Scholl 2018: S. 149). Auch aus diesem Grund werden manche der Punkte umformuliert und doppelt abgefragt. So soll herausgefunden werden, ob die Fragen reliabel beantwortet werden.

Zuletzt wird die einzige rein offene Frage gestellt, die den Befragten die Möglichkeit geben soll, in freien Worten bekannt zu geben, was sie beim Streamen besonders vermissen im Gegensatz zum Opernbesuch. Die Auswertung dieser Frage fließt aufgrund mangelnder Planbarkeit der Ergebnisse nicht direkt in die Verifizierung oder Falsifizierung der Hypothesen ein, kann diese aber möglicherweise unterstützen. Außerdem kann somit möglicherweise auftretender Frustration entgegengewirkt werden, falls die Befragten unbedingt etwas loswerden sollen.

Der letzte Block besteht vor allem aus dem Erfragen der soziodemografischen Daten wie Alter, Geschlecht, Wohnort und Ausbildung. Diese Informationen sind für die Ermittlung von Hypothese 1A von Bedeutung, wo sie mit den soziodemografischen Daten des „klassischen“ Opernpublikums verglichen werden. Bei Fragen nach solchen Daten handelt es sich um typische Faktfragen (vgl. Scholl 2018: S. 147).

Auf der letzten Seite wird den Befragten die Möglichkeit gegeben, ihre E-Mail-Adresse anzugeben, um als „Belohnung“ für die Teilnahme an einer Verlosung teilzunehmen. Mehr dazu im Kapitel „10.3. Ausführung der Befragung“.

10.3. Ausführung der Befragung

Der Fragebogen wurde mithilfe der Webseite umfrageonline.com erstellt, wo die Fragen in Form vorgefertigter Fragetypen verfasst werden können. Auf der Webseite können die zu Befragenden dann mittels Link auch direkt den Fragebogen ausfüllen, ohne dass sie eine spezielle Software oder besondere Kenntnisse benötigen. Für StudentInnen ist die Verwendung der Webseite kostenlos und unbeschränkt nutzbar. Auf Nachfrage wurde bestätigt, dass die Nutzung der Seite auch kostenlos ist, wenn ein Unternehmen die Befragung (nicht monetär) unterstützt.

Die Unterstützung der Wiener Staatsoper sah folgendermaßen aus: Der fertiggestellte Fragebogen wurde vom Forschungsleiter gemeinsam mit der Führung und einer Mitarbeiterin der Abteilung „Digital Development“, die für die Plattform staatsoperlive.com zuständig ist, durchbesprochen und geringfügig an deren Änderungswünsche angepasst. Die Abnahme erfolgte durch die Presse-Abteilung der Wiener Staatsoper, die der Zusammenarbeit unter dem Vorbehalt zustimmte, dass es klar als Projekt des Forschungsleiters zu erkennen sein muss und nicht der Anschein erweckt werden soll, dass die Befragung von der Staatsoper durchgeführt wird.

Obwohl der Forschungsleiter als angestellter Regisseur von Live-Übertragungen der genannten Abteilung zur Zeit der Ausführung der Forschung unterstellt war, sei erwähnt, dass aufgrund dieser Beschäftigung und des Zugeständnisses zu geringfügigen Abänderungen der Befragung zu jedem Zeitpunkt die Intersubjektivität und die Reliabilität der Forschung als höchste Maxime angesehen wurden. Es wurden keinesfalls Anpassungen vorgenommen, die einer Einhaltung der genannten Gütekriterien im Wege gestanden wären.

Um eine möglichst hohe Zahl an RezipientInnen von Internet-Streams zu erreichen, wurde beabsichtigt, den Fragebogen vor allem an KundInnen einer Plattform zu senden, die solche Streams anbietet. Im Rahmen der Zusammenarbeit mit der Wiener Staatsoper konnte dies auch bewerkstelligt werden. An dieser Stelle soll kurz die Plattform beschrieben werden, deren KundInnen den Fragebogen zugeschickt bekommen haben. Für diese Ausführungen gilt der Stand Juni 2018.

Die Plattform staatsoperlive.com schickte ihren ersten Stream 2013 aus und bietet unter dem Projektnamen Live@home inzwischen etwa 45 Streams pro Saison (September bis Juni) an. Im Gegensatz zu anderen Opernhäusern, wie der Bayrischen Staatsoper, die ihre Streams vermutlich für Marketingzwecke kostenlos anbietet, will die Wiener Staatsoper mit den Streams eine

zusätzliche Einnahmequelle schaffen. Ein einzelner Stream kostet laut Homepage 14€, ein Monatsabo 16,90€, wobei ein gratis Testmonat unverbindlich abgeschlossen werden kann. Pro Monat werden meist zwischen drei und sechs Streams ausgespielt. Es gibt außerdem verschiedene Paketangebote zu unterschiedlichen Konditionen, wie etwa acht Streams um 88€ oder ein Jahresabo um 159€. Bei jedem Stream kann individuell im Vorhinein ausgewählt werden, ob er live oder bis zu 72 Stunden zeitversetzt gezeigt werden soll. Während der Rezeption über den Internet-Browser oder das TV-Gerät (mithilfe einer von mehreren zur Verfügung stehenden Smart-TV-Apps) kann zwischen einer geschnittenen Fassung und einem zweiten Kanal, auf dem durchgehend die ganze Bühne gezeigt wird, gewählt werden. Untertitel werden in Deutsch, manchmal auch in Englisch, auf einem Extra-Gerät gezeigt. Es kann dabei auf ein Android- oder iOS-Gerät (z.B. Smartphone oder Tablet-PC) die App „Wiener Staatsoper Livestreaming“ geladen werden, die sich durch die Tonspur des Streams synchronisiert und die Untertitel zum richtigen Zeitpunkt einblendet.

Bezüglich der Publikumszahlen erweist sich die Ermittlung als etwas kompliziert, da die zahlreichen KundInnen aus China über eine eigenständige Plattform zugeschaltet werden. Auf Anfrage war jedenfalls zu erfahren, dass es außerhalb Chinas etwa 26.000 registrierte BenutzerInnen gibt, wobei etwa 6.500 als regelmäßige KäuferInnen zu sehen sind und rund 1.000 Personen ein aktives Abonnement haben. Die ZuschauerInnenzahlen bei den einzelnen Streams sind je nach Stück und Besetzung sehr unterschiedlich. Um ein Bild von der Situation zu erhalten, seien beispielhaft drei Streams genannt:

- Bei „Samson et Dalila“ (die kurz zuvor Premiere feierte und wo mit Roberto Alagna ein sehr bekannter Sänger auf der Bühne stand) sahen etwa 2.740 Personen zu, 1.150 (41%) davon waren live am 18.05.2018 um 19:00 Uhr dabei. Zusätzlich waren 3.530 ZuschauerInnen aus China dabei. Insgesamt sahen diesen Stream also rund 6.270 Personen.
- „Capriccio“ am 24.05.2018 sahen insgesamt 3.370, wobei von den rund 1.000 ZuschauerInnen außerhalb Chinas 280 (28%) live dabei waren.
- Bei „La Traviata“ am 01.06.2018 stand mit Plácido Domingo einer der bekanntesten Sänger überhaupt auf der Bühne. Diesen Stream sahen 1.560 außerhalb Chinas und 470 (30%) davon live. In China sahen ihn etwa 3.000 Personen, was eine GesamtzuschauerInnenzahl von 4.560 ergibt. Zu diesem Stream muss aber gesagt werden, dass die gleiche Vorstellung einige Wochen später im österreichischen Fernsehen auf ORF III gezeigt wurde. Dies war bereits vor der Ausstrahlung auf staatsoperlive.com angekündigt worden, was einen

Einfluss auf die ZuschauerInnenzahl gehabt haben könnte.

Um so viele RezipientInnen wie möglich zu erreichen, ohne dabei eine zusätzliche Mail aussenden zu müssen, um Aufwand und möglichen Ärger der KundInnen wegen Belästigung zu verhindern, wurde entschieden, den Link zum Fragebogen im Rahmen des Newsletters des Live-Streamings der Wiener Staatsoper zu verschicken. Am 24.05.2018 wurde der Newsletter für Juni an insgesamt 19.279 Personen verschickt. Da der Newsletter auf deutsch (15.348 EmpfängerInnen) und auf englisch (3.931 EmpfängerInnen) verschickt wurde, wurde auch der Fragebogen in diesen Sprachen angeboten. Als Anreiz für die Teilnahme wurden drei Jahres-Abonnements für staatsoperlive.com im Wert von jeweils 159€ verlost, die freundlicherweise von der Staatsoper zur Verfügung gestellt wurden. Der Text des deutschen Newsletters kann Abbildung 05 entnommen werden, bei der es sich um einen Screenshot der entsprechenden Passage handelt:



Abb. 05: Screenshot aus dem Live@Home-Newsletter vom Juni 2018

Aufgrund sehr hoher Teilnahmezahlen konnte die Befragung am 04.06.18 abgeschlossen werden, womit der Erhebungszeitraum 12 Tage beinhaltet. Bis zu diesem Zeitpunkt hatten 29,28% den deutschen Newsletter geöffnet und 13,1% gelesen. Es gab 795 Klicks auf den Fragebogen-Link. Der Newsletter in englischer Sprache wurde von 30,8% geöffnet und 12,5% gelesen. 288 LeserInnen haben hier den Link zum Fragebogen angeklickt. An der Umfrage teilgenommen (das heißt, mindestens die erste Frage beantwortet) haben insgesamt 913 Personen, was im Bezug auf die verschickten Newsletter einer Rücklaufquote von 4,7% entspricht. Betrachtet man nur jene Personen, die den Newsletter auch gelesen haben und somit überhaupt eine Chance zur Teilnahme hatten, erhöht sich diese Quote auf 36,5%. Um die Statistik schließlich zu vervollständigen, sei noch erwähnt, dass von jenen, die auf den Fragebogenlink geklickt haben, 84,3% auch teilgenommen haben. Weitere Informationen über die Teilnehmeranzahl, vor allem im Hinblick auf die Stichprobenziehung, befinden sich im Kapitel „11.1. Gültigkeit und allgemeine Erkenntnisse der Befragung“.

Zuletzt sei an dieser Stelle noch erwähnt, dass die beiden doppelt gestellten und umformulierten Fragen (Konzentration auf das Bühnengeschehen und Stream als vollwertige Alternative) sehr ähnliche Ergebnisse gebracht haben, was ein gutes Zeichen für eine grundsätzliche Reliabilität darstellt.

Einen Tag nach Aussenden des Newsletters lag die Teilnahmequote bereits bei mehreren hundert. Leider wurde erst zu diesem Zeitpunkt vom Forschungsleiter bemerkt, dass das offene Antwortfeld „Sonstiges:“ bei Frage 10 („Welche Tätigkeiten führen Sie aus, während Sie einen Opern-Live-Stream schauen?“) fälschlicherweise als Pflicht-Antwort deklariert war und die Webseite die TeilnehmerInnen nicht fortfahren ließ, ohne dass diese etwas in dieses Feld eintragen. Dies könnte einige Personen davon abgehalten haben, den Fragebogen weiter auszufüllen und hat bei diesem Punkt zu einigen sinnlosen Antworten geführt. Während die komplette Ausstiegsquote von der ersten bis zur letzten Frage bei insgesamt 14,8% lag, was bedeutet, dass 85,2% von jenen, die die erste Frage beantwortet haben (913 Personen), auch die letzte beantwortet haben (778 Personen), stiegen nach Frage 10 zwar mit 5,6% mehr Personen aus, als nach jeder anderen Frage - da es sich dabei aber immer noch um einen eher niedrigen Wert handelt und die gesamte TeilnehmerInnenzahl als ausreichend zu bezeichnen ist (wie im Kapitel „11.1. Gültigkeit und allgemeine Erkenntnisse“ geklärt wird), ist dieses Problem ein zu verkraftendes.

Ein etwas größeres Problem stellt die Tatsache dar, dass überraschend viele der AbonentInnen

des Live@Home-Newsletters noch nie einen Stream auf staatsoperlive.com gesehen haben. So gaben 197 Personen bei der Frage nach der Häufigkeit der Stream-Rezeption an, noch keinen gesehen zu haben, was einem Wert von 22,5% entspricht. Da sich alle Forschungsfragen und Hypothesen auf RezipientInnen des Streamings beziehen, können nur jene 678 TeilnehmerInnen berücksichtigt werden, die angaben, mindestens einen Stream gesehen zu haben. Auch wenn es bedauerlich ist, dass somit viele der gesammelten Daten unbrauchbar sind, ist die Stichprobe weiterhin ausreichend groß, wie im Kapitel „11.1. Gültigkeit und allgemeine Erkenntnisse“ näher beschrieben wird. Ein möglicher Grund für diese hohe Zahl an Stream-unkundigen TeilnehmerInnen könnte sein, dass einige Tage vor der Aussendung des Newsletters eine durch das Inkrafttreten der EU-Datenschutz-Grundverordnung am 25.05.18 notwendige Aufforderung an alle bisherigen Newsletter-AbonentInnen ging, die Fortführung des Newsletter-Erhalts zu bestätigen. Dabei konnte auf einer Webseite sowohl der allgemeine Staatsopern-Newsletter, der Live@home- und ein Umbesetzungs-Newsletter angeklickt werden. Es ist denkbar, dass viele, die bisher nur den allgemeinen Newsletter abonniert hatten, einfach alle drei angeklickt haben, ohne zu wissen, was es mit Live@home überhaupt auf sich hat. Da der Newsletter mit dem Fragebogen bereits am 24.05.18 verschickt wurde und nicht nach Inkrafttreten der Verordnung, haben ihn übrigens auch noch jene AbonentInnen bekommen, die die Fortführung (noch) nicht bestätigt hatten.

Das dritte und letzte Problem stellt die Formulierung von Frage 11 dar: „Ich habe ein Abonnement auf staatsoperlive.com abgeschlossen, weil...“. Einerseits haben natürlich die zahlreichen Personen, die noch keinen Stream gesehen haben, auch kein Abonnement abgeschlossen. Andererseits war auch die Annahme, dass so gut wie alle RezipientInnen ein Abonnement aufgrund des kostenlosen ersten Monats starten würden, falsch, wie etwa vereinzelte Hinweise aus der offen gestellten Frage vermuten lassen. Die Validität dieser Frage ist aufgrund der Formulierung also grundsätzlich eingeschränkt. Da aber die Hypothese 2A, die in ihrer Ermittlung als einzige auf die Daten dieser Frage angewiesen ist, lediglich auf einen Vergleich innerhalb der Frage und nicht auf die Wiedergabe der relativen Häufigkeiten abzielt, ist eine Auswertung des Ergebnisses trotzdem sinnvoll. Es spricht nämlich nichts dagegen, den Befragten zuzutrauen, dass sie ihre diesbezüglichen Antworten aufeinander beziehen und in Relation setzen. Jene TeilnehmerInnen, die aufgrund des fehlenden Abschlusses eines Abonnements also die Aussagen bei dieser Frage mit „trifft nicht zu“ bewerten, weil sie eben kein Abonnement abgeschlossen haben, werden alle Aussagen dieser Frage aus diesem Grund gleich bewerten. Andere, die kein Abonnement abgeschlossen haben, aufgrund der Formulierung der Frage aber so antworten, als hätten sie eines

abgeschlossen, werden auch alle Aussagen so bewerten, wie sie es tun würden, wenn sie wirklich eines abgeschlossen haben, was die Vergleichbarkeit der Aussagen in ihrer Gesamtheit ermöglicht.

11. Auswertung der Befragung

Begonnen wird dieses Kapitel mit Erklärungen über die Gültigkeit der Umfrage und über Erkenntnisse, die die Befragung geliefert hat und die nicht im direkten Zusammenhang mit den Hypothesen stehen. Es folgt die Hypothesenüberprüfung mit entsprechenden Interpretationen, wobei die Informationen, die durch die Operationalisierungen im Kapitel „9. Hypothesenformulierung“ dargelegt wurden, vorausgesetzt werden. Abgeschlossen wird das Kapitel mit einer Zusammenführung der erhaltenen Informationen und den durch die Literaturanalyse erwachsenden Fakten. Die Auswertungen der relativen Häufigkeiten der Fragen befinden sich grafisch aufbereitet im Anhang.

11.1. Gültigkeit und allgemeine Erkenntnisse

Die Grundgesamtheit der untersuchten Gruppe festzustellen stellt sich als diskussionswürdig heraus, da es eine Frage der Sichtweise ist, welche Personen man als RezipientInnen der Streams der Wiener Staatsoper ansieht. Sieht man als Grundgesamtheit etwa die 26.000 Personen an, die auf der Plattform registriert sind, werden dabei jene nicht berücksichtigt, die die Streams über die chinesische Plattform, über die diesbezüglich keine Informationen vorliegen, konsumieren. Wenn man aber bedenkt, dass keiner der erwähnten Streams über 6.270 RezipientInnen weltweit hatte und behauptet, dass dies als Grundgesamtheit anzusehen ist, wäre ein Wert von 26.000 Personen sehr großzügig berechnet. Aufgrunddessen, dass die Daten von (maximal) 678 Personen verwendet werden können, da diese angegeben hatten, zumindest einen oder wenige Live-Streams gesehen zu haben, ist es egal, welchen der beiden Werte man als Grundgesamtheit ansieht. Denn selbst wenn man den Wert auf 100.000 Personen erhöhen würde und somit einen Wert festlegt, bei dem die in China rezipierenden KundInnen mit hoher Wahrscheinlichkeit eingerechnet wären, würde eine Stichprobe mit 660 Personen ein sehr hohes Vertrauensintervall von 99% bei einem Stichprobenfehler von 5% liefern. Geht man von einer Grundgesamtheit von 26.000 Personen aus, wäre eine Stichprobe mit gleicher Verlässlichkeit von 648 notwendig. Bei 6.270 müsste die Stichprobe 601 Personen enthalten. Die erreichten 678 Befragten sind also in jedem Fall genug, um gültige Ergebnisse liefern zu können.

Von den 678 auszuwertenden Befragten, haben 69,3% den deutschen Fragebogen und die restlichen 30,7% den englischen ausgefüllt. Eine Analyse über den Wohnort der auszuwertenden TeilnehmerInnen wird im Rahmen der Hypothesenüberprüfung von 1A (Zusammensetzungsunterschiede Publikum) vorgenommen.

Die Eisbrecherfrage (N=678) zeigt, dass sich die befragten Stream-RezipientInnen ihres Musikgeschmacks bewusst sind und zumindest eine Idee haben, welche Komponisten ihnen gefallen. So weiß nur eine einzige Person nicht, welche Komponisten ihren Geschmack am ehesten trifft. Ganz oben auf der Beliebtheitsskala stehen vorwiegend Komponisten italienischer Opern, wie Verdi (87,8%), Puccini (71,5%) oder Mozart (64,6%). Am anderen Ende der Tabelle befinden sich vor allem moderne Komponisten, wie Berg mit 12,2% oder Britten mit 17,6%, aber auch der einzige abgefragte Barock-Komponist Händel mit 27,9%. Da die Staatsoper vorwiegend die - laut diesem Ergebnis - beliebtesten Komponisten spielt, was auch am Spielplan der letzten Jahre überprüft werden kann und als Zeichen dafür gedeutet werden kann, dass es sich dabei um die bestbesuchten Vorstellungen handelt, überrascht dieses Ergebnis nicht.

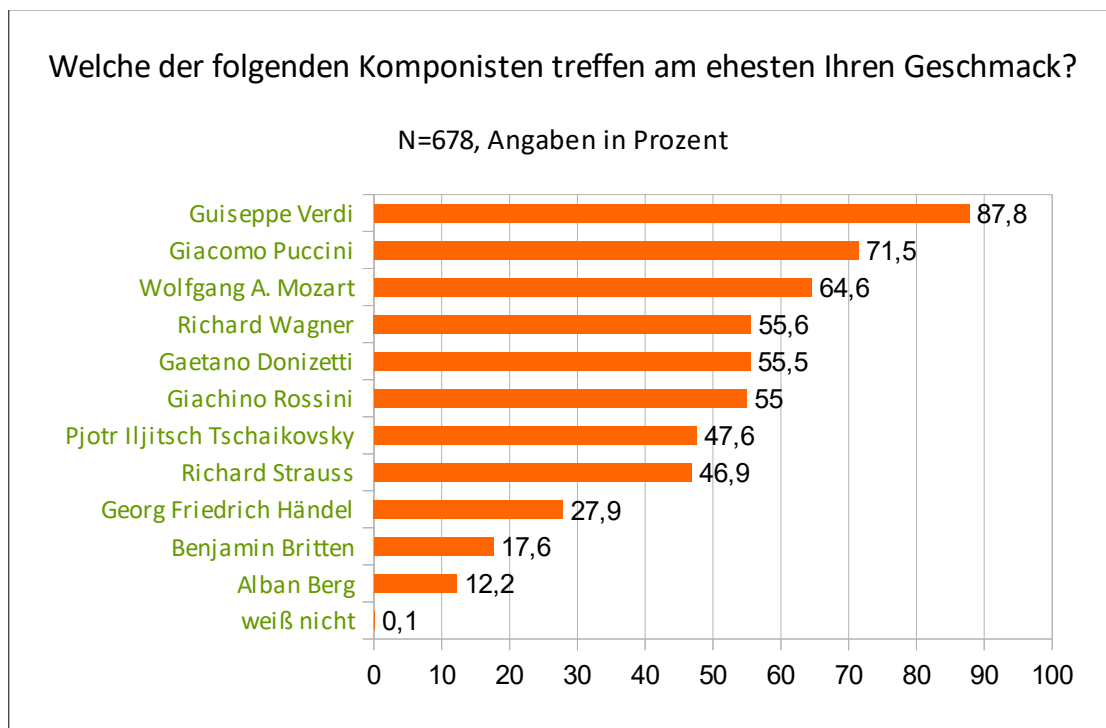


Abb. 06: Lieblingskomponisten der Stream-RezipientInnen

Außerdem sind die Befragten wohl echte OpernexpertInnen: 81,5% geben an, sich sehr gut oder gut mit Opern auszukennen (N=678). Nur 1,6% geben an, sich wenig und 0,0% sich gar nicht mit Opern auszukennen. Auch das stellt nicht wirklich eine Überraschung dar, wenn man das Ergebnis

der im Kapitel „3.2. Neue Formen der Opern-Rezeption“ ausgeführten Studien betrachtet, wo herauskommt, dass vor allem das bereits bestehende Opernpublikum die neuen Formen nutzt. Mehr zu diesem Thema auch bei der Hypothesenüberprüfung von 1A (Zusammensetzungsunterschiede Publikum).

Das letzte nicht direkt in die Hypothesenüberprüfung einfließende Ergebnis einer Frage betrifft den Ursprung der Kenntnis von staatsoperlive.com. Aus den 675 abgegebenen gültigen Antworten geht hervor, dass der größte Teil das Projekt vom Besuch des Opernhauses kennen (23,3%%). Fast genau so viele Personen kennen es aus Druckmedien der Wiener Staatsoper, wie der Monatsvorschau oder der hauseigenen Zeitschrift „Prolog“ (21,2%). Mit 16,9% kennen etwas mehr Befragte die Plattform aus Social Media (wie Facebook, Instagram...) wie mit 14,1% aus anderen Medien (Zeitung, Fernsehen...). Über App Store Plattformen (wo u.a. die Smart TV App oder auch die Untertitel App angeboten werden) kennen 8% der Stream-RezipientInnen staatsoperlive.com. Die letzte Quelle, die über 5% erreicht, ist Mundpropaganda. 5,8% kennen es von Bekannten oder Verwandten.

11.2. Hypothesenüberprüfung und Interpretation

Hypothese 1A: Falsifiziert

Da nicht alle vier notwendigen Fälle eingetreten sind, gilt die Variablenbeziehung als falsifiziert:

- Der Mittelwert der Alters-Angaben liegt nicht zwischen den beiden Werten, deren Labels die Altersgruppen 36-45 und 46-55 definieren, sondern mit 0,22 über dem unteren Wert jener beiden Werte, die die Altersgruppen 56-65 und 66-75 bezeichnen (N=634). Das befragte Stream-Publikum ist also deutlich älter als das „klassische“ Opernpublikum.

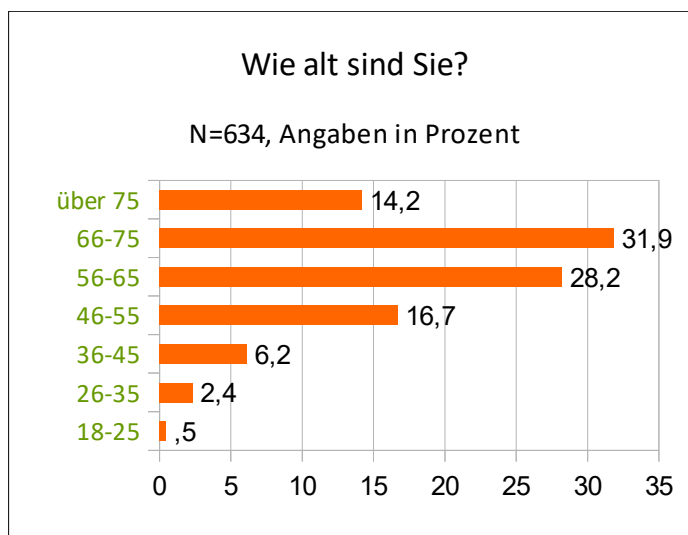


Abb. 07: Alter der Stream-RezipientInnen

Tatsächlich sind 74,3% davon über 55 Jahre alt, 46,1% sogar über 65. Unter 18 Jahren gab es keine einzigen TeilnehmerInnen und zwischen 18 und 35 Jahren waren gerade einmal 18 Personen (2,9%) unter den gültigen Antworten.

- Der Anteil der weiblichen RezipientInnen ist mit 53,7% (N=627) noch in der gesetzten 5%-Unterschied-Hürde. Zur Erinnerung: Beim „klassischen“ Opernpublikum wurde ein Wert von 58% ermittelt (vgl. Rössel/Hackenbrock/Göllnitz 2002, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 43).
- Mit 36,4% (N=632) kommen deutlich weniger RezipientInnen aus dem Standortland der Wiener Staatsoper Österreich, als mit über 50% durch die Hypothese veranschlagt wurde. Der Wert würde nur dann erreicht werden, wenn man die Befragten aus dem Nachbarland Deutschland (23,1%) mit einrechnen würde. Während mit 85,1% der überwiegende Großteil aus Europa kommt, kommt mit 20,1% nicht einmal ein Viertel aus Wien.
- Auch bei der Ausbildung unterscheidet sich das Streaming-Publikum deutlich vom „klassischen“ Opernpublikum. Während bei der zum Vergleich herangezogenen Studie 54,7% angaben, ein Abitur oder einen Universitätsabschluss zu besitzen (vgl. Reuband 2018: S. 167), gaben bei der Befragung 92,6% bei der höchsten abgeschlossenen Ausbildung Abitur/Matura/High School oder FH/Universität/College/University an (N=634). Der Wert ist mit 68,8% sogar bereits höher, wenn man nur die höchste Ausbildungsstufe berücksichtigen würde.

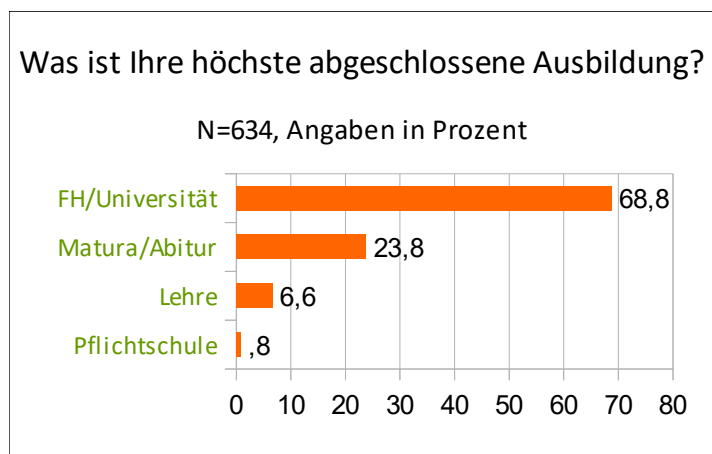


Abb. 08: Ausbildung der Stream-RezipientInnen

Das befragte Stream-Publikum unterscheidet sich also wesentlich vom „klassischen“ Opernpublikum, das Vorstellungen vor Ort besucht. Es ist deutlich älter, wohnt nicht in der Nähe (bzw. im gleichen Land) des Opernhauses und ist deutlich höher gebildet. Während man bezüglich des Alters dahingehend interpretieren könnte, dass es sich um besonders viele PensionistInnen handeln muss, die wohl mehr Zeit für (zusätzliche) Opernrezeption haben, könnte man bezüglich der Ausbildung vermuten, dass die befragten Personen überdurchschnittlich gut verdienen und

sich zusätzlich zur klassischen Opernrezeption (wie sich bei Hypothesenüberprüfung 1B herausstellt) auch die zusätzliche Rezeptionsform über das Internet leisten wollen und können. Wie Reuband ja bereits feststellte, steigt mit zunehmender Häufigkeit des Opernbesuchs der Anteil der besser Gebildeten an (vgl. 2005b, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 44). Auch dieser Punkt spricht dafür, dass die Streams als Erweiterung zur klassischen Rezeption gesehen werden müssen.

Hypothese 1B: Verifiziert

Da alle drei folgenden Umstände eingetroffen sind, gilt diese Hypothese als verifiziert.

- Unter den 678 gültigen Angaben, melden 57,4% der Befragten, regelmäßig (=mehrmals im Monat) die Wiener Staatsoper oder ein oder mehrere andere Opernhäuser zu besuchen oder ein Abonnement an der Wiener Staatsoper zu haben (was mit höchster Wahrscheinlichkeit ebenfalls mit regelmäßigen Besuchen verbunden ist).

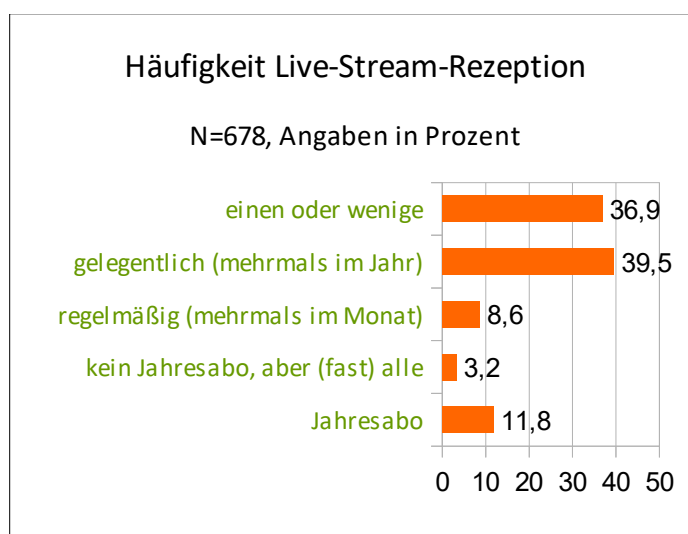


Abb. 09: Häufigkeit Live-Stream-Rezeption

Mit 23,6% geben um 33,8% weniger Personen an, regelmäßig (=mehrmals im Monat) oder – aufgrund eines Abonnements oder auch nicht - (fast) alle Live-Streams zu schauen. Da sich der Unterschied also auf über 10% beläuft, ist dieser Umstand für eine Verifizierung erfüllt. Dass 28,8% der regelmäßigen OperngeherInnen auch regelmäßig Streams schauen, während nur 16,6% der unregelmäßigen OperngeherInnen regelmäßig Streams schauen, zeigt, dass mit der Häufigkeit des Opernbesuchs auch die Häufigkeit der Stream-Rezeption steigt.

- Bezüglich der Vorausplanung sei hier kurz die Zuschreibung der Werte zu den Labels geklärt: 1=einige Monate vorher, 2=einige Wochen vorher, 3=einige Tage vorher, 4=am selben Tag; Während sich der Mittelwert der Vorausplanung von Opernbesuchen mit 1,5 zwischen „einigen Monaten vorher“ und „einigen Wochen vorher“ bewegt, werden

Streams spontaner geplant: Hier bewegt sich der Mittelwert mit 2,5 zwischen „einige Wochen vorher“ und „einige Tage vorher“ und unterscheidet sich somit genau um einen ganzen Wert, was als Voraussetzung für die Verifizierung bei diesem Punkt gilt. Um die Ergebnisse auch in relativen Häufigkeiten auszudrücken, ist zu nennen, dass 57,1% der Befragten ihren Opernbesuch einige Monate vorher planen (N=678), während bei der Streamplanung die Angabe „einige Tage vorher“ mit 45,7% (N=676) überwiegt.

- Es wurde abgefragt, welche der folgenden Tätigkeiten, die bei der Opernrezeption im Saal nicht möglich wären, neben der Stream-Rezeption ausgeführt werden: nebenbei essen, nebenbei etwas trinken, sich mit anderen Anwesenden unterhalten, die Toilette besuchen, Hausarbeiten ausführen, schlafen, Informationen über die Oper lesen, im Internet surfen und ein weiteres technisches Gerät benützen. Bei drei Tätigkeiten gaben mehr als 50% der Befragten an, sie oft oder manchmal auszuführen: nebenbei etwas trinken (85,4%, N=672), die Toilette besuchen (54,5%, N=655) und Informationen über die Oper lesen (63,5%, N=669). Abbildung 10 zeigt die Mittelwerte aller Tätigkeiten.

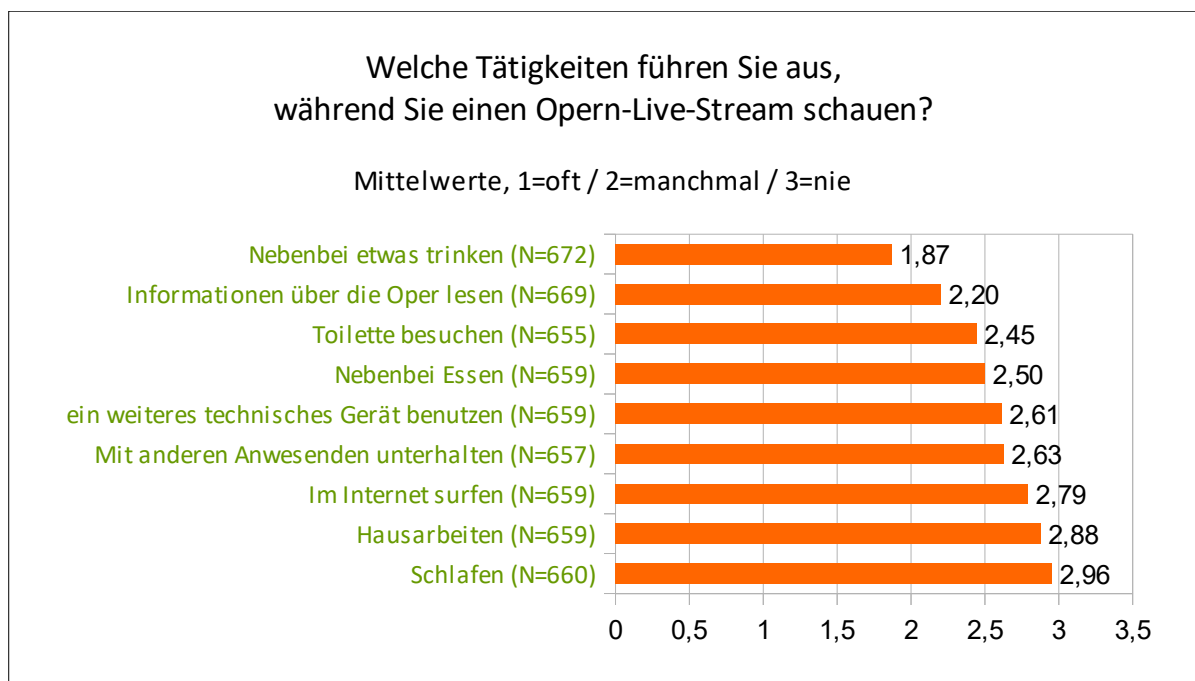


Abb. 10: Nebentätigkeiten während Stream-Rezeption

Obwohl gezielt Stream-RezipientInnen befragt wurden, sind jene, die solche regelmäßig schauen, klar in der Unterzahl im Gegensatz zu jenen, die regelmäßig eine Oper besuchen. Die Streams laufen dem klassischen Opernbesuch also eindeutig nicht den Rang ab. Für diese Tatsache spricht auch, dass die regelmäßige Stream-Rezeption mit dem regelmäßigen Opernbesuch ansteigt, was

wiederum ein deutliches Anzeichen dafür ist, dass die Streams als Erweiterung für den klassischen Opernkonsum gesehen werden müssen und nicht als Ersatz.

Auch in der Planung unterscheiden sich die beiden Rezeptionsformen maßgeblich. Ein Opernbesuch wird wesentlich früher geplant, was einerseits durch seine auf den Konsum bezogene Eigenschaft als rivalisierendes Gut erklärt werden kann, da es nicht beliebig viele Eintrittskarten gibt und diese möglicherweise kurz vor der Vorstellung ausverkauft wären, andererseits aufgrund des höheren Aufwandes, der mit dem Ortswechsel vom Eigenheim zum Opernhaus mit all seinen Begleiterscheinungen verbunden ist.

Die tendenzanzeigende Erfragung der Häufigkeit des Ausführens von Nebentätigkeiten hat ergeben, dass die Vorteile der vergleichsweise weniger „straffen“ Rezeptionssituation durchaus genutzt werden. Allerdings muss auch betont werden, dass vor allem Nebentätigkeiten ausgeführt werden, die entweder nur kurz dauern (wie das Aufsuchen der Toilette) oder mit keinem großen Aufwand bzw. keiner allzu langen Ablenkung verbunden sind (nebenbei etwas trinken oder Informationen über die Oper lesen).

Hypothese 1C: Falsifiziert

Beim Opernbesuch sind den RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper auf einer Skala von 1 (sehr wichtig) bis 5 (gar nicht wichtig) die inhaltlichen Elemente praktisch gleich wichtig wie beim Streaming. Beim ersten Fall beträgt der durchschnittliche Mittelwert der Bewertungen für die Elemente Inszenierung, Bühnenbild, SängerInnen, Orchester und DirigentIn 1,55, beim zweiten Fall 1,54.

Bei den rezeptionssituationsbezogenen Elementen „gemeinsamer Abend mit FreundInnen oder Bekannten“, „Rezeptionsmöglichkeit im Eigenheim“ bzw. „Architektur/Atmosphäre des Opernhauses“, „Konzentrationsmöglichkeit auf das Bühnengeschehen“, „Live-Anwesenheit“ und dem „Drumherum“ sind diese beim Opernbesuch mit 2,55 ein wenig wichtiger als beim Streaming mit 2,92.

Da auch der Abstand bei den servicebezogenen Elementen („guter Service“, „unkompliziertes Erstellen des Tickets oder des Streams“ und „guter Ton“ bzw. „gute Akustik“) lediglich 0,51 beträgt (Opernbesuch: 1,98 / Streaming: 1,47), gilt diese Hypothese als falsifiziert.

Abbildungen 11 und 12 zeigen die Mittelwerte der Angaben der Befragten.

Was ist Ihnen beim Opernbesuch wichtig, was nicht?

N= 678, Mittelwerte

1=sehr wichtig / 2=wichtig / 3=einigermaßen wichtig
4=wenig wichtig / 5=gar nicht wichtig

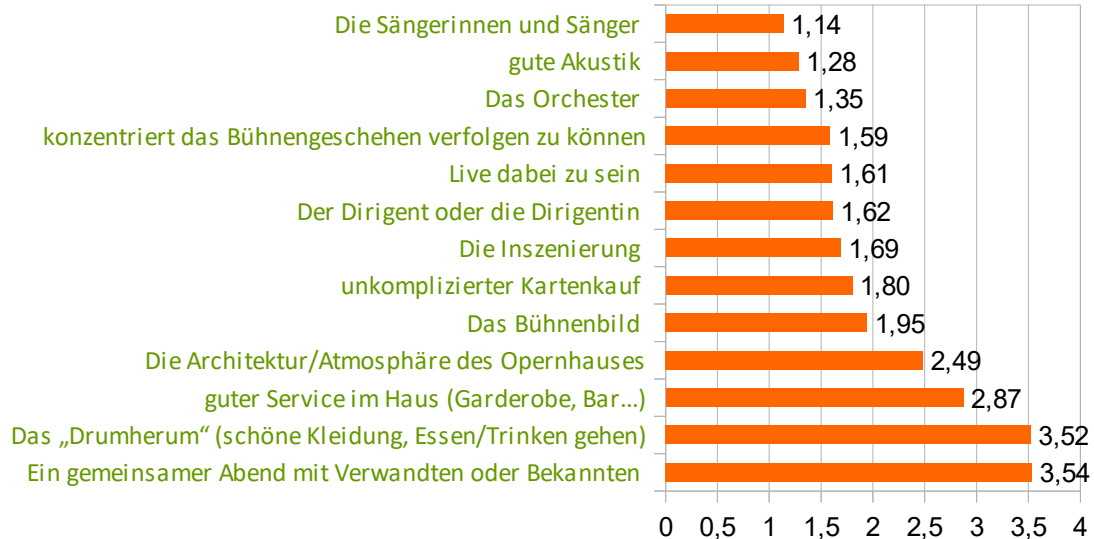


Abb. 11: Bedeutungszuschreibungen Opernbesuch

Was ist Ihnen beim Live-Streaming wichtig, was nicht?

N= 676, Mittelwerte

1=sehr wichtig / 2=wichtig / 3=einigermaßen wichtig
4=wenig wichtig / 5=gar nicht wichtig

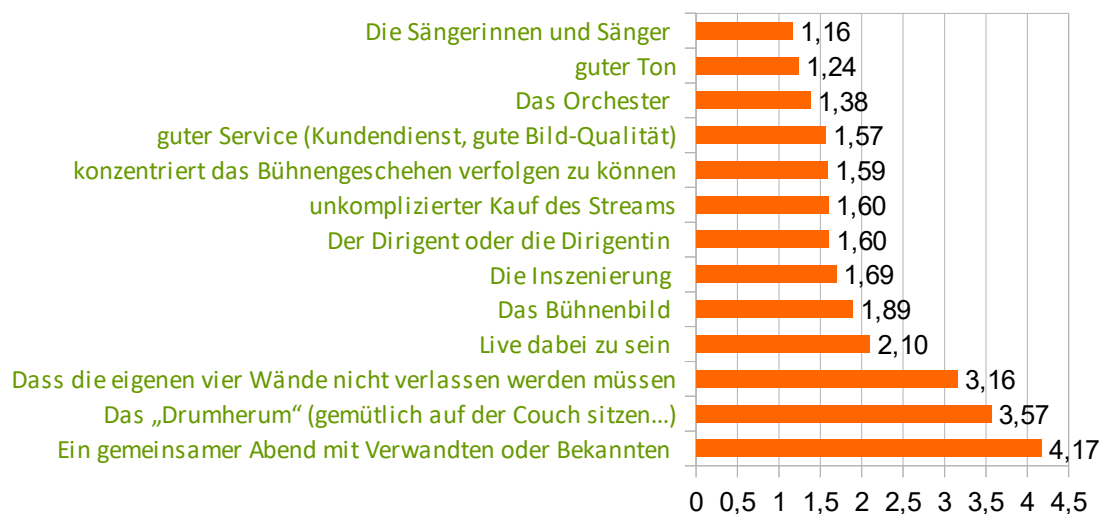


Abb. 12: Bedeutungszuschreibungen Live-Streaming

Die Elemente, die also für die Befragten am wichtigsten sind, sind inhaltliche Elemente bei beiden Rezeptionsformen und servicebezogene Elemente beim Streaming. Während die Wichtigkeit der inhaltlichen Elemente wenig überrascht, da auch die Ergebnisse anderer Forschungen diese als die beim Opernbesuch wichtigsten Elemente herausstellen (vgl. Lutz 2013: S. 272f, Martin 1999 und Reuband 2005a, beide zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 47), ist die Wichtigkeit der servicebezogenen Elemente beim Streaming wahrscheinlich durch die zahlreichen technischen Probleme zu erklären, denen die KundInnen der Streaming-Plattform ausgesetzt sind. Darauf deutet u.a. hin, dass sich bei der im Fragebogen offen gestellten Frage „Gibt es etwas, das Sie beim Live-Streaming besonders vermissen im Gegensatz zum Besuch der Oper?“ 24,4% auf ebenjene technischen Probleme bezogen haben, wobei vor allem die Untertitel kritisiert wurden. Die relativ hohe Bewertung der Wichtigkeit der servicebezogenen Elemente beim Streaming könnte also lediglich Ausdruck der Unzufriedenheit mit der derzeitigen Situation sein und ist wohl nicht auf die tatsächliche Wichtigkeit zurück zu führen. Unterschiede in der Bewertung der verschiedenen Elemente sind also nicht zu identifizieren.

Hypothese 2A: Verifiziert

Jene vier Gründe für das Abschließen eines Abonnements auf staatsoperlive.com, die sich auf eine Erweiterung der klassischen Opernrezeption beziehen, wurden auf einer vierstufigen Skala des Zutreffens (1=trifft zu, 4=trifft nicht zu) durchschnittlich mit 2,48 bewertet. Die sechs Gründe, die sich auf die Vorteile der Streaming-Rezeption beziehen, werden mit 3,10 schwächer bewertet, wodurch die Hypothese als verifiziert anzusehen ist.

Ich habe ein Abonnement auf staatsoperlive.com abgeschlossen, ...

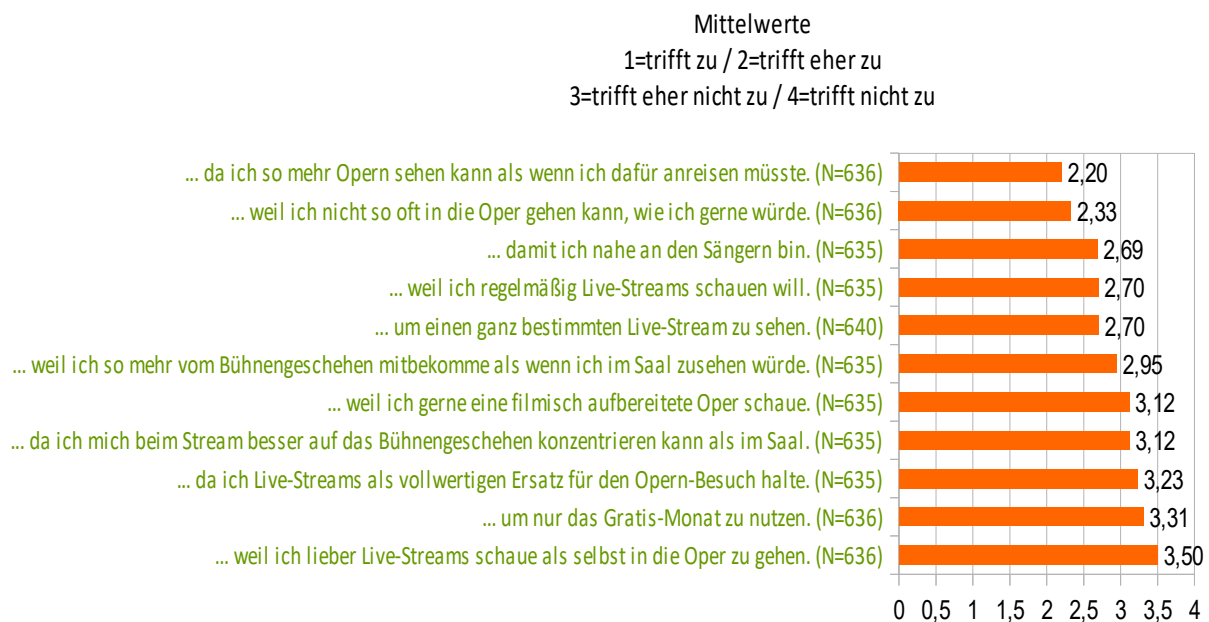


Abb. 13: Gründe für das Abschließen eines Abonnements

Die höchste Zustimmung erhielt die Aussage, dass der Grund für das Abschließen eines Abonnements darin liegt, so mehr Opern sehen zu können, als wenn man dafür anreisen müsste (2,20 – Standardabweichung: 1,2). Am einigsten waren sich die Befragten bei der Ablehnung der Aussage, dass der Grund wäre, lieber Live-Streams zu schauen als selbst in die Oper zu gehen. Mit 3,50 hat diese Aussage nicht nur die höchste Ablehnung, die Antworten sind mit einer Standardabweichung von 0,79 auch am wenigsten weit gestreut. Da es gerade bei diesen beiden Aussagen um die stärksten in eine Richtung weisenden handelt (wie aus der Operationalisierung hervorgeht) kann folgendes festgehalten werden:

Wie das Ergebnis von Hypothese 1B bereits vermuten lässt, wird das Streaming recht eindeutig als Erweiterung der klassischen Opernrezeption angesehen. Da nun auch die beiden genannten Aussagen dementsprechend bewertet wurden und die Durchschnitte der Mittelwerte hier eindeutig auseinanderklaffen, kann diese Vermutung als bestätigt angesehen werden.

Hypothese 3A: Falsifiziert

Diese Hypothese wurde nicht verifiziert, da nicht die beiden notwendigen Fälle eingetreten sind:

- 28,4% der Befragten (N=643) finden zumindest eher, dass die Oper durch das Streaming an Exklusivität verliert, was nicht dem für die Verifizierung mindestens notwendigen 50% entspricht.
- Der zweite notwendige Fall ist hingegen eingetreten: Mit 81,4% denken mehr als die Hälfte jener, die angegeben haben, dass sie zumindest eher finden, dass ein Opernbesuch (auch) ein gesellschaftliches Ereignis ist, dass sie auch eher finden, dass ein Opernbesuch früher als gesellschaftliches Ereignis bedeutender war. Ersteres denken übrigens 74,5% der Befragten (N=643).

Während die meisten Befragten also zwar generell finden, dass die Oper an Bedeutung hinsichtlich eines gesellschaftlichen Ereignisses verloren hat, geben sie nicht dem Streaming die (Mit-)Schuld. Dazu muss auch gesagt werden, dass „Exklusivität“ nicht direkt mit einem gesellschaftlichen Ereignis gleichzusetzen ist, wie bereit bei der Operationalisierung herausgestrichen wurde.

Das Ergebnis zeigt, dass durch das Streaming keine Abwertung der Kunstform an sich gesehen wird. Die Oper wird trotz der leichteren Verfügbarkeit durch Streaming also noch immer von der Mehrheit der Befragten als etwas Besonderes, nicht dem Alltäglichen Zuzurechnenden, wahrgenommen.

Bitte geben Sie an, ob Sie der Aussage zustimmen oder nicht.

N=642/643, Mittelwerte

1=stimme zu / 2=stimme eher zu

3=stimme eher nicht zu / 4=stimme nicht zu

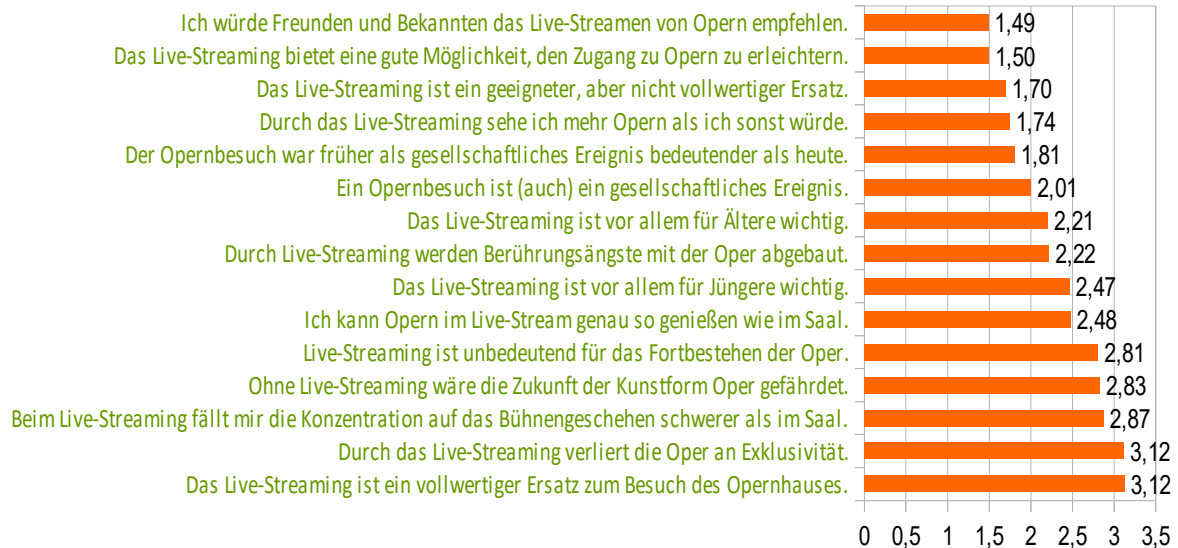


Abb. 14: Meinungen über das Streaming

Hypothese 3B: Falsifiziert

Da auf der vierstufigen Zustimmungsskala (1=stimme zu, 4=stimme nicht zu) die Aussage, dass ohne das Live-Streaming die Zukunft der Kunstform Oper gefährdet wäre, einen Mittelwert von 2,83 erreicht (N=642), ist der erste Umstand, der zur Verifizierung der Hypothese nötig ist, eingetreten, wie auch Abbildung 14 zu entnehmen ist.

Allerdings erreichte die Aussage, dass das Live-Streaming für das Fortbestehen der Oper unbedeutend sei, eine durchschnittliche Zustimmung von 2,81 (N=643), was eine Verifizierung nicht möglich macht.

In beiden Fällen sprechen nicht nur die Mittelwerte eine eindeutige Sprache, sondern auch die Häufigkeiten: Der ersten Aussage stimmen 33,6% mindestens eher zu, der zweiten 36,6%.

Während also bei den Befragten die Meinung vorherrscht, dass die Zukunft der Oper einerseits nicht von der Existenz des Live-Streamings abhängt, ist es ihrer Meinung nach andererseits auch nicht unbedeutend für ihr Fortbestehen. Man könnte also interpretieren, dass die Befragten das

Live-Streaming für einen bedeutenden Einflussfaktor für die Oper der Zukunft halten. Dieses Erkenntnis ist vor dem Hintergrund der erwähnten Ausführungen von Baltes und Freyth interessant, die ja darüber berichten, wie wichtig es ist, dass Unternehmen versuchen sollten, bedeutenden Wandlungen durch entsprechende Anpassungen vorzugreifen (vgl. 2017: S. 11). Die Meinung der Befragten könnte demnach lauten: Obwohl die Oper auch ohne das Live-Streaming weiterexistieren wird, wird sie es nicht tun, wenn sie sich nicht grundsätzlich modernen Gegebenheiten anpasst, wobei das Streaming dabei eine nicht unbedeutende Rolle spielen wird. Interessant ist hierzu, dass die Aussage, dass das Live-Streaming eine gute Möglichkeit ist, den Zugang zur Oper zu erleichtern, eine extrem hohe Zustimmung erfährt (M=1,50; N=643). Auch der Durchschnitt der Zustimmung zur Aussage, dass durch Live-Streaming Berührungsängste mit der Oper abgebaut werden, befindet sich im positiven Bereich (M=2,22; N=642). Dies zeigt, dass – obwohl die Ergebnisse der vorherigen Hypothesen eindeutig darauf hinweisen, dass Live-Streaming als Erweiterung zur klassischen Rezeption gesehen werden muss – ihm wohl trotzdem von den RezipientInnen zugetraut wird, „Schwellen“ zu senken und somit möglicherweise neue Publika zu erreichen.

Zwischen den Aussagen, dass Live-Streaming für Ältere oder für Jüngere wichtig wäre, ist mit Mittelwerten von 2,21 (Ältere, N=642) und 2,47 (Jüngere, N=642) kein allzu großer Unterschied, was eine diesbezügliche Interpretation schwierig macht. Die leicht in Richtung Wichtigkeit für Ältere deutende Tendenz kann als Bestätigung der Annahme, dass Streaming als Erweiterung zu klassischer Rezeption gilt, gedeutet werden, da diese wahrscheinlich meist bereits Opernfans sind – im Gegensatz zu Jüngeren.

Hypothese 3C: Verifiziert

Da der Mittelwert der Zustimmung zur Aussage, dass Live-Streaming ein vollwertiger Ersatz zum Besuch des Opernhauses ist, bei 3,12 liegt (1=stimme zu, 4=stimme nicht zu; N=643), ist die Hypothese eindeutig verifiziert. Die Mittelwerte sind Abbildung 14 zu entnehmen. In Form von relativen Häufigkeiten bedeutet dies, dass 77,45% der Aussage mindestens eher nicht zustimmen.

Während dieses Ergebnis aufgrund der im Kapitel „7. Bildschirmvermittelte Oper“ zitierten Einschränkungen (vgl. z.B. Kienzle 1988: S. 52 oder Riedel 1963: S. 14) nicht überrascht, ist doch das Ergebnis der unter diesem Punkt angeführten ergänzenden Ermittlungen bemerkenswert. Den

Aussagen, dass das Live-Streaming ein geeigneter, aber nicht vollwertiger Ersatz ist und dass man das Live-Streaming weiterempfehlen würde, stimmen die Befragten nämlich recht eindeutig zu. Bei ersterer Aussage ist ein Mittelwert von 1,70 (N=643) festzustellen, bei zweiterer sogar von 1,49 (N=643). Interessanterweise liegt auch der Mittelwert der Aussage, dass man Opern im Live-Stream genau so genießen kann wie im Saal, mit 2,48 (N=643) fast genau auf der Mitte, was auch aufgrund der eben erwähnten Einschränkungen im Kapitel „7. Bildschirmvermittelte Oper“ nicht selbstverständlich ist. 51,32% stimmen der Aussage zumindest eher zu.

Um abseits der in der Literaturbehandlung ausgeführten Darstellungen etwas über die Gründe zu erfahren, warum das Streaming nicht als vollwertiger Ersatz gilt, lohnt sich der Blick auf jene 262 gegebenen Antworten auf die offene Frage, ob es etwas gibt, was beim Streaming besonders vermisst wird. Berücksichtigt wurde bei Antworten, die mehrere Einschränkungen aufzählen, immer nur der erstgenannte Punkt. Hierbei beziehen sich mit 42,4% der überwiegende Großteil der Antworten auf eine wohl vorhandene eingeschränkte Atmosphäre und Stimmung, die oft auch mit der körperlichen Abwesenheit der SängerInnen erklärt wird. Als zweites werden technische Mängel angeführt (24,4%), die wohl vor allem mit den teilweise nicht funktionierenden Untertiteln beim Streaming der Wiener Staatsoper zusammenhängen. Mit 11,5% beziehen sich auch viele der abgegebenen Antworten auf Einschränkungen den Ton bzw. die Akustik betreffend. Mehrere Befragte (6,9% der abgegebenen Antworten) nennen die Tatsache, dass sie nicht Teil des Publikums sind oder die Stimmung des Publikums nicht spüren als Hauptmangel. Der letzte Punkt, der zumindest von ein paar Befragten (3,1% der abgegebenen Antworten) kritisiert wird, ist die „diktatorische“ Sichtführung, bei der nicht selbst entschieden werden kann.

Die wahrscheinlichsten Gründe für die dennoch recht positive Bewertung des Streamings sind zum einen, dass mit 63,1% (N=678) der Befragten die Mehrheit von ihnen mindestens gelegentlich (mehrmals im Jahr) Streams konsumieren, was vermuten lässt, dass es sich grundsätzlich um Personen handelt, die das Streaming besser bewerten, weil sie es eben selbst ja immer wieder konsumieren, und zum anderen, dass die RezipientInnen die genannten Kritikpunkte nicht für so störend halten wie die zitierten AutorInnen, wofür auch spricht, dass nur 38,6% der Befragten die offene Frage nach Dingen, die beim Streaming besonders vermisst werden, überhaupt beantwortet haben, oder, dass die immer besser werdenden Rezeptionsgeräte und das schnelle Internet viele der Kritikpunkte abschwächen.

12. Schlussbetrachtung

Bevor die sieben Haupterkenntnisse, die durch die Hypothesenüberprüfung erlangt wurden, mit einem umfassenden Blick auf die Literatur zusammengebracht werden, werden sie in der folgenden Tabelle jeweils in einem Satz zusammengefasst (Abb. 06). Zum Schluss folgt ein Fazit und der Ausblick auf mögliche Anschlussforschungen.

12.1. Zusammenfassung der Ergebnisse

H.	Inhalt	Status	Wichtigste Erkenntnisse
1A.	Die soziodemografische Zusammensetzung der RezipientInnen von Internet-Streams der Wiener Staatsoper unterscheidet sich nicht wesentlich von jener des „klassischen“ Opernpublikums vor Ort.	Fals.	Die RezipientInnen des Streamings sind deutlich älter, wohnen eher nicht in der Nähe (bzw. im gleichen Land) des Opernhauses und sind deutlich höher gebildet.
1B.	Die Rezeptionspraxis von Opernvorstellungen vor Ort unterscheidet sich für RezipientInnen der Internet-Streams der Wiener Staatsoper wesentlich von jener der Streams.	Ver.	Die regelmäßige Stream-Rezeption steigt mit regelmäßigem Opernbesuch an. Letztere werden wesentlich früher geplant als die Streams und Nebentätigkeiten während der Stream-Rezeption sind v.a. kurz und/oder einfach.
1C.	Die Bedeutung inhaltlicher, rezeptions-situationsbezogener und servicebezogener Elemente wird von RezipientInnen von Internet-Streams der Wiener Staatsoper beim Konsum dieser anders bewertet als beim Konsum von Opern vor Ort.	Fals.	Inhaltliche Elemente sind in beiden Fällen die wichtigsten und haben einen etwa gleich hohen Stellenwert. Servicebezogene Elemente sind wahrscheinlich lediglich aufgrund der Unzufriedenheit beim Streaming etwas wichtiger.
2A.	Wenn RezipientInnen die Internet-Streams der Wiener Staatsoper konsumieren, dann tun sie dies, um eine Erweiterung der klassischen Opernrezeption zu erhalten.	Ver.	Das Streaming ist für die RezipientInnen ganz klar eine Möglichkeit zur erweiterten Opern-Rezeption und keinesfalls als Ersatz zu betrachten.
3A.	Die RezipientInnen, die Internet-Streams der Wiener Staatsoper konsumieren, finden, dass die Oper durch Live-Streaming an Exklusivität verliert.	Fals.	Während die meisten Befragten zwar finden, dass die Oper an Bedeutung als gesellschaftliches Ereignis verloren hat, finden sie nicht, dass Streaming für einen Exklusivitäts-Verlust sorgt.

3B.	Die RezipientInnen, die Internet-Streams der Wiener Staatsoper konsumieren, finden nicht, dass das Live-Streaming bedeutsam für das Fortbestehen der Kunstform Oper ist.	Fals.	Das Streaming wird durchaus als Einfluss-Faktor für die Zukunft der Oper gesehen, ihre Existenz hängt für die Befragten davon jedoch nicht ab.
3C.	Die RezipientInnen, die Internet-Streams der Wiener Staatsoper konsumieren, finden nicht, dass diese als vollwertiger Ersatz für den Besuch von Opern im Saal zu sehen sind.	Ver.	Das Streaming gilt eindeutig nicht als vollwertiger Ersatz, genießt als Ersatzleistung aber hohen Zuspruch.

Abb. 15: Zusammenfassung der Erkenntnisse

12.2. Fazit und Ausblick

Welchen Einfluss hat Internet-Streaming also auf die Kunstform Oper und ihre Rezeption? Wenn man mit nur einem Satz antworten müsste, könnte dieser folgendermaßen lauten:

Das Internet-Streaming dient den häufig konsumierenden OpernrezipientInnen als zusätzliche, eingeschränkte, aber doch als geeignet empfundene Rezeptionsmöglichkeit und ist vor dem Hintergrund der voranschreitenden Digitalisierung auch als vorausschauende Maßnahme zu verstehen.

Zerlegt man diesen Satz in seine Einzelteile, werden abschließend noch einmal die wichtigsten erlangten Erkenntnisse dieser Arbeit klar.

Dass **die häufig konsumierenden OpernrezipientInnen** ganz klar den überwiegenden Hauptteil der Streaming-KundInnen darstellt, wurde nicht nur durch die eigene Untersuchung deutlich, sondern war auch aufgrund der Untersuchungen von Reuband (2013) und Hering (2018) zu erwarten. Besonders bei letzterem hat sich gezeigt, dass die Oper bei einem jungen Publikum lediglich dann punkten kann, wenn es als einzigartiges Event inszeniert ist. Eine „stinknormale“ Oper geht für die von einer immensen Fülle an Unterhaltungsangeboten erdrückten Jugendlichen in der Wahrnehmung unter. Es ist fraglich, ob der Einzug der Oper in das für sie zum Alltagsmedium erwachsenen Internet vor diesem Hintergrund ein sinnvoller Schritt ist. Die Kritik mehrerer AutorInnen, dass Kunst ihre Bedeutung durch den Einzug in den Alltag verliert (vgl. auch Hoff 1994: S. 216), ist ja nicht zuletzt Benjamins größte Befürchtung gewesen (vgl. 1939).

Dass jene Personen, die man für das Streaming bzw. für neue Formen der Opernpräsentation gewinnen kann, ausgesprochen alt sind, könnte in der Zukunft zum Problem werden - nämlich dann, wenn das Publikum der Oper unaufhörlich weiter altert (vgl. Reuband 2005b, Dollase et al. 1986, Keuchel 2005, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 43).

Mögliche (optimistische!) Gründe dafür sind die mehr zur Verfügung stehende Zeit der PensionistInnen, sich mit einem Thema intensiv beschäftigen zu können. Auch der Kostenfaktor ist hier nicht zu vergessen. Unter diesen Umständen wäre darauf zu hoffen, dass das jetzt junge Publikum schon zur Oper finden wird, wenn es „reich und alt genug“ ist. Bis dahin haben sie mit dem Streaming jederzeit die Möglichkeit, die Kunstform für sich auszuprobieren.

Wahrscheinlicher ist jedoch, dass Gründe, wie mangelndes Interesse und fehlende kulturelle Sozialisation die Hauptverantwortlichen sind, auch weil einige Studien dies für den klassischen Opernbesuch festgestellt haben (vgl. z.B. Deutscher Bühnenverein 2002, Eckhardt/Pawlitza/Windgasse 2006, Frank/Maletzke/Müller-Sachse 1991, Gerdes 2000, zitiert nach Föhl/Lutz 2010: S. 47f.). Ältere Personen wissen ja oft über viele der heute existierenden Unterhaltungsangebote gar nicht Bescheid und haben die Oper damals zwangsweise als eine unter deutlich weniger Angeboten kennen gelernt.

Unter diesen Umständen gilt es, in diese Richtung weiterzuforschen und herauszufinden, wie man die Jugendlichen für die Oper gewinnen kann. Die Konzentration auf den Event-Charakter ist dabei sicher hilfreich.

Dass das Internet-Streaming lediglich eine **zusätzliche** Möglichkeit ist, ist schon aufgrund seiner Ausgestaltung als Reproduktion zu erwarten. Wie auch viele der Befragten angegeben haben, verliert die Oper über den Bildschirm die ihr anhaftende „*Aura*“ (vgl. Benjamin 1939: S. 14). Die Oper als Bühnenstück wird somit niemals ihre Berechtigung verlieren, auch aufgrund des Event-Charakters. Dass die Reproduktion das Ursprungsmedium ablösen wird, ist nicht zuletzt aufgrund der Angaben der Befragten also äußerst unwahrscheinlich.

Wenn das Streaming also „nur“ als Zusatzrezeption gesehen werden kann, wäre zu überlegen, ob man seine Rolle nicht eher den Marketingzwecken zuschreiben sollte und somit mehr als Teil der Unternehmenskommunikation und weniger als Erweiterung der Geschäftsfelder sehen sollte. Wobei die doch recht hohen ZuschauerInnenzahlen der Streams der Wiener Staatsoper und der Berliner Philharmoniker vermuten lassen, dass ab einer gewissen (extrem hohen!) Bekanntheit, der Aufbau einer zusätzlichen Einnahmequelle Sinn machen kann. Eine diesbezügliche Analyse über das

vorhandene Angebot an Internet-Streams und ihrer zu vermutenden Zwecke wäre ein sinnvoller Schritt, um hier einen Überblick zu schaffen.

Eingeschränkt sind die Internet-Streams nicht nur aufgrund des erwähnten Verlustes der „Aura“ (vgl. Benjamin 1939: S. 14), sondern auch aufgrund diverser technischer und gestalterischer Umstände. Ein Werk, das nicht für eine andere Rezeptionsform geschaffen wurde, kann in dieser auch niemals perfekt wiedergegeben werden – muss es aber auch nicht (vgl. auch Schmedes 1998: S. 73f.). Es gilt, stets im Auge zu behalten, zu welchem Zweck eine Übertragung gezeigt wird. Innerhalb der verschiedenen Verwendungsmöglichkeiten spricht dann aber nichts dagegen, gestalterische Mittel zu vereinheitlichen, vor allem wenn man sich darüber einig ist, keine „Täuschung“ des Publikums zu beabsichtigen und ganz klar ein Bühnenstück und keinen Opernfilm zeigen will. Denn wenn eine Oper auf einen Bildschirm zeitgemäß übertragen wird, muss nur noch geklärt werden, in welchem Medium (Fernsehen oder Internet-Stream), und der Medienübergang wird zur rein handwerklichen Leistung, die lediglich eine fehlerfreie Umsetzung benötigt. Kataloge, wie Schmidt-Sistermanns *operntypische Syntax* (1991: S. 260f) machen also durchaus Sinn, um stets qualitativ gleichwertige Übertragungen gewährleisten zu können. Forschungsarbeit in diese Richtung würde sich ab einer gewissen Anwendungsintensität möglicherweise auszahlen.

Warum Internet-Streams trotzdem als **geeignet empfundene Rezeptionsmöglichkeit** empfunden werden, liegt vermutlich hauptsächlich an den Vorteilen, die diese im Vergleich zu anderen mit sich bringt, wie ja auch die Tatsache gezeigt hat, dass viele RezipientInnen durchaus Gebrauch von unaufwändigen Nebentätigkeiten machen. Um das Erlebnis „noch geeigneter“ machen zu können, empfiehlt es sich, herauszufinden, was genau die RezipientInnen vermissen. Zu dieser Frage haben ja die Antworten zur offen formulierten Fragebogen-Frage ein paar Erkenntnisse geliefert. Auch wenn einige der Punkte durch Fortschreiten der Technik von selbst gelöst werden, so zahlt es sich für regelmäßige AnbieterInnen möglicherweise trotzdem aus, durch beobachtende Experimente und Nutzungsverhaltensanalysen herauszufinden, in welchen Bereichen man den KonsumentInnen noch weiter entgegen kommen kann.

Die **voranschreitende Digitalisierung** zwingt die TeilnehmerInnen der modernen Gesellschaft zu Anpassungen, die durchaus teilweise als **vorausschauend** zu bezeichnen sind. Wie sich gezeigt hat, sind die NutzerInnen von alternativen Opernrezeptionsmöglichkeiten nicht jene, die mit dem

Internet aufgewachsen sind. Falls man erfolgreiche Wege findet, ein junges Publikum für die Oper zu gewinnen, ist es sicher nicht schlecht, wenn eine Durchdringung digitaler Medien durch die „verstaubte Kunstform“ bereits vorliegt, damit die Strukturen gegeben sind, ein umfassendes Opern-Erlebnis auf vielen verschiedenen Ebenen und Plattformen bieten zu können.

Außerdem kann als weiterer Grund für die Beabsichtigung der Opernbetriebe, sich modernen Vermittlungsformen zu öffnen, ein durch und durch pragmatischer Umstand unterstellt werden, wie auch die Ausführungen mehrerer AutorInnen gezeigt haben (vgl. auch Bermbach 2018: S. 42f): Wenn sie sich auf der aktuellen Situation, in der die als „Hochkultur“ geltende Oper zur Zeit befindet, ausruht und immer nur darauf verweist, wie hoch ihr Ansehen ist, wird es immer schwieriger zu argumentieren, warum man Anspruch auf Subventionen hat, besonders dann, wenn es so viele „Ersatzbefriedigungen“ im Unterhaltungssegment gibt. Wenn Opernbetriebe stets den Willen zur Weiterentwicklung zeigen und bemüht um neue Technologien sind, kann dies im besten Fall nicht nur tatsächlich zum Erfolg führen, sondern eben auch die Argumentation um ihre Berechtigung erleichtern. Unumgänglich ist vor diesem Hintergrund, immer die aktuellen gesellschaftlichen und technologischen Entwicklungen im Auge zu behalten.

Für die Kommunikationsforschung würde sich diesbezüglich anbieten, die Internet-Kommunikation der Kultursparten genauer zu analysieren und in regelmäßigen Abständen herauszufinden, wie neue Technologien, wie das Internet-Streaming, dafür eingesetzt werden.

13. Quellen

- AGTT/ GfK (2018): TELETEST; Evogenius Reporting, Erwachsene 12 Jahre und älter, ORF
- Ahlers, Michael; Jacke, Christoph (2012): Musik im Internet. Entwicklungen, Trends und Perspektiven. Bonn: Deutsches Musikinformationszentrum. Online verfügbar unter http://www.miz.org/static_de/themenportale/einfuehrungstexte_pdf/08_MedienRecherche/jacke_ahlers.pdf, zuletzt geprüft am 28.03.2018.
- Anders, Günther (1956): Die Antiquiertheit des Menschen. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. München: C. H. Beck.
- Apel, Jochen (2010): Neue Geschäftsmodelle aus der Konvergenz der Medien – Transaktions- und Werbeumsätze treiben das Zusammenwachsen der Medien- und Kommunikationsindustrie. In: Axel Freyberg und Arnold Picot (Hg.): Media Reloaded. Mediennutzung im digitalen Zeitalter. Berlin: Springer, S. 85–93.
- Baltes, Guido; Freyth, Antje (2017): Die radikal neuen Anforderungen unserer Zeit und die Konsequenz für Veränderungsarbeit. In: Guido Baltes und Antje Freyth (Hg.): Veränderungsintelligenz. Agiler, innovativer, unternehmerischer den Wandel unserer Zeit meistern. Wiesbaden: Springer, S. 1–80.
- Baltes, Guido; Freyth, Antje (Hg.) (2017): Veränderungsintelligenz. Agiler, innovativer, unternehmerischer den Wandel unserer Zeit meistern. Wiesbaden: Springer.
- Becker, Jörg (2013): Die Digitalisierung von Medien und Kultur. Mit einem Vorwort von Lothar Bisky und Jürgen Scheele. Unter Mitarbeit von Barbara Bachmann, Alexander Banfield-Mumb, Thomas Hauzeneder, Stefan Hebenstreit, Kay Hoffmann, Detlef Kannapin et al. Wiesbaden: Springer VS.
- Becker, Thomas (2011): Einleitung. In: Thomas Becker (Hg.): Ästhetische Erfahrung der Intermedialität. Zum Transfer künstlerischer Avantgarden und 'illegitimer' Kunst im Zeitalter von Massenkommunikation und Internet. s.l.: transcript Verlag (Kultur- und Medientheorie), S. 7–32.
- Becker, Thomas (Hg.) (2011): Ästhetische Erfahrung der Intermedialität. Zum Transfer künstlerischer Avantgarden und 'illegitimer' Kunst im Zeitalter von Massenkommunikation und Internet. s.l.: transcript Verlag (Kultur- und Medientheorie).
- Bekmeier-Feuerhahn, Sigrid; van den Berg, Karen; Höhne, Steffen; Keller, Rolf; Mandel, Birgit; Tröndle, Martin (Hg.) (2013): Die Kunst des Möglichen - Management mit Kunst. Jahrbuch für Kulturmanagement 2013. Bielefeld: Transcript.
- Benjamin, Walter (1939) (2007): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Fassung von 1939. In: Detlev Schöttker (Hg.): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit und weitere Dokumente. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp (Suhrkamp-Studienbibliothek, 1).
- Bermbach, Udo (2018): Politik, Gesellschaft und Oper im 20. Jahrhundert. In: Karl-Heinz Reuband (Hg.): Oper, Publikum und Gesellschaft. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 19–49.
- Bleicher, Joan (2012): «Der Begriff Fernsehen wird auf etwas übertragen, das überhaupt kein Fernsehen ist». Joan Bleicher über altes und «neues» fernsehen. Interview von Judith Keilbach. In: *montage/av* (21/1/2012), S. 109–114. Online verfügbar unter http://www.montage-av.de/pdf/211_2012/211_2012_Joan-Bleicher_uber_altes_und_neues_fernsehen.pdf, zuletzt

geprüft am 24.03.2018.

Boerner, Sabine; Neuhoff, Hans; Renz, Sabine; Moser, Volker (2008): Evaluation in Music Theater. Empirical Results on Content and Structure of the Audience's Quality Judgment. In: *Empirical Studies of the Arts* 26 (1), S. 15–35. DOI: 10.2190/EM.26.1.c.

Böhn, Andreas (2003): Einleitung: Formzitat und Intermedialität. In: Andreas Böhn (Hg.): Formzitat und Intermedialität. St. Ingbert: Röhrig Univ.-Verl. (Mannheimer Studien zur Literatur- und Kulturwissenschaft, 30), S. 7–44.

Böhn, Andreas (Hg.) (2003): Formzitat und Intermedialität. St. Ingbert: Röhrig Univ.-Verl. (Mannheimer Studien zur Literatur- und Kulturwissenschaft, 30).

Brauerhoch, Frank-Olaf (2004): Theater, Publikum und Image – eine Studie über die „Theaterlandschaft“ in Frankfurt am Main. In: Bernd Wagner (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2004. Thema:Theaterdebatte. Band 4. Essen: Klartext. S 141-151.

Brauerhoch, Frank-Olaf (2005): Was die Besucher im Theater suchen. In: Hans-Peter Burmeister (Hg.) (2005): Die Zukunft des deutschen Theaters. 48. Loccumer Kulturpolitisches Kolloquium. Rehburg-Loccum: Evangelische Akademie Loccum. S. 65-79.

Brecht, Bertold (1967): Gesammelte Werke. Schriften zur Literatur und Kunst I. Frankfurt: Suhrkamp (18).

Brosius, Hans-Bernd; Haas, Alexander; Koschel, Friederike (2016): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 7., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wiesbaden: Springer VS (Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft).

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder ; Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Teilw. zugl.: [Wien, Univ.], Habil.-Schr., [1983]. 4., überarb. und aktualisierte Aufl. Wien: Böhlau (UTB Medienwissenschaft, Kommunikationswissenschaft, 2259).

Burmeister, Hans-Peter (Hg.) (2005): Die Zukunft des deutschen Theaters. 48. Loccumer Kulturpolitisches Kolloquium. Rehburg-Loccum: Evangelische Akademie Loccum

Dahrendorf, Ralf (1974): Pfade aus Utopia. Zur Theorie und Methode der Soziologie. München: Piper.

Deleuze, Gilles (1986): Le cerveau, c'est l'écran. Entretien avec Gilles Deleuze sur L'image-temps. In: *Cahiers du Cinema* (380).

Detering, Dietmar (2001): Ökonomie der Medieninhalte. Allokative Effizienz und soziale Chancengleichheit in den Neuen Medien. Herausgegeben von Klaus Backhaus, Heinz-Lothar Grob, Bernd Holznagel, Wolfram-Manfred Lippe und Gerhard W. Wittkämper. Telekommunikation und Multimedia. Band 6. Münster: LIT. Zugl.: Münster (Westf.), Univ., Diss., 1999. Online verfügbar unter <http://www.medieninhalte.de/index.htm>, zuletzt geprüft am 30.03.2018.

Deutscher Bühnenverein (2002): Auswertung und Analyse der repräsentativen Befragung von Nichtbesuchern deutscher Theater. Eine Studie im Auftrag des deutschen Bühnenvereins. Köln

Dixon, Wheeler Winston (2013): Streaming. Movies, Media, and Instant Access. Lexington: The University Press of Kentucky.

Dollase, Rainer; Rüsenberg, Michael; Stollenwerk, Hans J. (1986): Demoskopie im Konzertsaal. Mainz, New York: Schott.

- Dübgen, Veronika (1977): Theater im Fernsehen. Medienspezifische Arbeitstechniken der Fernsehadaptation von Theaterinszenierungen. Zugl.: Köln, Univ., Diss., 1976. Berlin: Spiess (Hochschul-Skripten Medien, 2).
- Eckhardt, Josef; Pawlitza, Erik; Windgasse, Thomas (2006): Ergebnisse der ARD-E-Musikstudie 2005. Besucherpotenzial von Opernaufführungen und Konzerten der klassischen Musik. In: media Perspektiven. Heft 5. 273-282
- Ein Wochenende mit Tosca (1992). RAI, 11.07.1992.
- Elghazali, Saad R. (1966): Literatur als Fernsehspiel. Hamburg: Hans Bredow-Institut.
- Engler, Balz (1998): Buch, Bühne, Bildschirm. König Lear intermedial. In: Jörg Helbig (Hg.): Intermedialität. Theorie und Praxis eines interdisziplinären Forschungsgebiets. Berlin: E. Schmidt, S. 58–67.
- Fabel, Martin (2010): Digitale Medien – Der Kampf ums Wohnzimmer und darüber hinaus. In: Axel Freyberg und Arnold Picot (Hg.): Media Reloaded. Mediennutzung im digitalen Zeitalter. Berlin: Springer, S. 5–17.
- Fabian, Imre; Persché, Gerhard (Hg.) (1985): Oper 1985. Jahrbuch der Zeitschrift "Opernwelt". Zürich: Orell Füssli + Friedrich Verlag.
- Falck, Oliver; Fritsch, Michael; Heblich, Stephan (2018): Was trägt die etablierte Hochkultur zur Regionalentwicklung bei? Die wirtschaftliche Bedeutung von Opernhäusern. In: Karl-Heinz Reuband (Hg.): Oper, Publikum und Gesellschaft. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 3–18.
- Fischer-Lichte, Erika (2004): Ästhetik des Performativen. Frankfurt am Main: Suhrkamp (Edition suhrkamp).
- Fischer, Tilman (2006): Kulturelle Veranstaltungen und ihr Publikum. Eine entscheidungsorientierte Untersuchung des Konsumentenverhaltens bei kulturellen Veranstaltungen. Aachen: Shaker (Berichte aus der Betriebswirtschaft).
- Föhl, Patrick S.; Lutz, Markus (2010): Publikumsforschung in öffentlichen Theatern und Opern: Nutzen, Bestandsaufnahme und Ausblick. In: Patrick Glogner-Pilz und Patrick S. Föhl (Hg.): Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss, S. 23–96.
- Frank, Bernward; Maletzke, Gerhard; Müller-Sachse, Karl H. (Hg.) (1991): Kultur und Medien. Angebot-Interesse-Verhalten. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. Baden-Baden: Nomos
- Freyberg, Axel; Picot, Arnold (Hg.) (2010): Media Reloaded. Mediennutzung im digitalen Zeitalter. Berlin: Springer.
- Gebhardt, Winfried; Zingerle, Arnold (1998): Pilgerfahrt ins Ich. Die Bayreuther Richard Wagner-Festspiele und ihr Publikum. Eine kultursoziologische Studie. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH
- Gensch, Gerhard; Stöckler, Eva Maria; Tschmuck, Peter (Hg.) (2008): Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion. Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft. 1. Aufl. Wiesbaden: Gabler Verlag / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden (Gabler Edition Wissenschaft).

Gerdes, Johannes (2000): Analyse des Zuschauerpotentials des Volkstheaters Rostock. Ergebnisse einer Telefonbefragung. Rostock

Goebel, Gerhard (1950): Der Deutsche Rundfunk bis zum Inkrafttreten des Kopenhagener Wellenplans. Sonderdruck aus dem Archiv für das Post- und Fernmeldewesen. Herausgegeben im Auftrag des Bundesministeriums. Frankfurt (Main). Online verfügbar unter <http://www.hifimuseum.de/der-rundfunk-in-d-bis-1950.html>, zuletzt geprüft am 14.06.2018.

Glogner-Pilz, Patrick; Föhl, Patrick S. (2010): Publikumsforschung im Kulturbereich: Relevanz, Herausforderungen, Perspektiven. In: Patrick Glogner-Pilz und Patrick S. Föhl (Hg.): Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss, S. 9–22.

Glogner-Pilz, Patrick; Föhl, Patrick S. (Hg.) (2010): Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.

Godard, Jean-Luc (2011): Schnitt, meine schöne Sorge. (Erstveröffentlichung: 1956). In: *montage/av* (20/1/2011), S. 13–15. Online verfügbar unter http://www.montage-av.de/pdf/201_2011/201_2011_Godard_Schnitt-meine-schoene-Sorge.pdf, zuletzt geprüft am 24.03.2018.

Gottschalk, Hans (1956): Grundsätzliche Überlegungen zum Fernsehspiel. In: *Rundfunk und Fernsehen* (2), S. 122–130.

Greenlee, Randell R. (2017): Geleitwort. In: Thorsten Knoll (Hg.): Veranstaltungen 4.0. Konferenzen, Messen und Events im digitalen Wandel. Wiesbaden: Springer Gabler, V–XI.

Härle, Gerhard (Hg.) (1995): Grenzüberschreitungen. Friedenspädagogik, Geschlechter-Diskurs, Literatur - Sprache - Didaktik ; Festschrift für Wolfgang Popp zum 60. Geburtstag. Unter Mitarbeit von Wolfgang Popp. Essen: Verl. Die Blaue Eule.

Hausmann, Andrea; Frenzel, Linda (Hg.) (2014): Kunstvermittlung 2.0: Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer VS.

Heilgendorff, Simone (2008): Neue Live-Kulturen der westlichen Kunstmusik: Für eine Rezeption musikalischer Interpretationen mit Körper und Ort. In: Gerhard Gensch, Eva Maria Stöckler und Peter Tschmuck (Hg.): Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion. Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft. 1. Aufl. Wiesbaden: Gabler Verlag / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden (Gabler Edition Wissenschaft), S. 109–137.

Heinrichs, Werner; Klein, Armin (Hg.) (2002): Deutsches Jahrbuch für Kulturmanagement 2001. Baden-Baden: Nomos

Helbig, Jörg (Hg.) (1998): Intermedialität. Theorie und Praxis eines interdisziplinären Forschungsgebiets. Berlin: E. Schmidt.

Heller, Heinz B.; Kraus, Matthias; Meder, Thomas; Prumm, Karl; Winkler, Hartmut; (Hg.) (2000): Über Bilder Sprechen. Positionen und Perspektiven der Medienwissenschaft. Marburg: Schüren (Schriftenreihe der Gesellschaft für Film- und Fernsehwissenschaft (GFF), 8).

Herbst, Dieter Georg (2012): Der Mensch als Marke im Musikmarketing. In: Thomas Schildhauer (Hg.): Erfolgsfaktor Musikmarketing im Social Web. Stuttgart: Kohlhammer (Edition Kreativwirtschaft).

Hering, Jörn (2018): Oper für alle? Open Air-Veranstaltungen als Einstieg in das Opernerlebnis – das Beispiel der Bayerischen Staatsoper München. In: Karl-Heinz Reuband (Hg.): Oper, Publikum

und Gesellschaft. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 355–373.

Hickethier, Knut (1977): Für eine Programmgeschichte des Fernsehspiels. In: Helmut Kreuzer (Hg.): Literaturwissenschaft, Medienwissenschaft. Heidelberg: Quelle & Meyer (Medium Literatur, 6), S. 81–102.

Hickethier, Knut (1980): Das Fernsehspiel der Bundesrepublik. Themen, Form, Struktur, Theorie u. Geschichte ; 1951-77. Stuttgart: Metzler.

Hickethier, Knut (1993): Film- und Fernsehanalyse. Stuttgart: Metzler (Sammlung Metzler, 277).

Hickethier, Knut (1994): Fernsehästhetik. Kunst im Programm oder Programmkunst? In: Joachim Paech (Hg.): Film, Fernsehen, Video und die Künste. Strategien der Intermedialität. Stuttgart: Metzler, S. 190–213.

Hickethier, Knut (1995): Dispositiv Fernsehen. Skizze eines Modells. In: *montage/av* (4/1/1995), S. 63–83. Online verfügbar unter http://www.montage-av.de/pdf/04_01_1995/04_01_1995_Knut_Hickethier_Dispositiv_Fernsehen.pdf, zuletzt geprüft am 21.03.2018.

Hoff, Peter (1994): Die Ergreifung, Folterung und Exekution des Malers Mario Cavaradossi auf der Engelsburg in Rom im Morgengrauen des 12. Juli 1992 vor einem Publikum von 2 Milliarden Menschen. Ein Versuch zur Errettung der Aura der "Großen Oper" im Fernsehen durch das "Prinzip Live". In: Joachim Paech (Hg.): Film, Fernsehen, Video und die Künste. Strategien der Intermedialität. Stuttgart: Metzler, S. 214–227.

Horkheimer, Max; Adorno, Theodor W. (2006): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. 16. Auflage. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verl.

INTEGRAL (2017): Austrian Internet Monitor. Kommunikation und IT in Österreich. 3. Quartal 2017. Online verfügbar unter https://www.integral.co.at/downloads/Internet/2017/11/AIM-C_-_Q3_2017.pdf, zuletzt geprüft am 14.06.2018.

Jacobi, Johannes (1961): Was ist denn das - ein Fernsehspiel? In: *Theater heute* (6), S. 40–41.

Janecke, Christian (2003): Schadet die Kunst der Intermedialitätsforschung? Martin Honerts Ein Szenisches Modell des 'Fliegenden Klassenzimmers'. In: Andreas Böhn (Hg.): Formzitat und Intermedialität. St. Ingbert: Röhrig Univ.-Verl. (Mannheimer Studien zur Literatur- und Kulturwissenschaft, 30), S. 145–182.

Janner, Karin (2014): Werkzeuge des Social Web: Strategien und Potenziale der öffentlichen Kommunikation. In: Andrea Hausmann und Linda Frenzel (Hg.): Kunstvermittlung 2.0: Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer VS, S. 151–168.

Joerder, Gerhard (2001): Publikumsverweigerung. In: *Die Zeit* (12). Online verfügbar unter <http://www.zeit.de/2001/12/Publikumsverweigerung>, zuletzt geprüft am 30.01.2018.

Keuchel, Susanne (2005): 8. Kulturbarometer, Akzeptanz als Chance nutzen für mehr Publikum in Musiktheatern und Konzerten. Ein erster zusammenfassender Bericht zum 8. Kulturbarometer. Online verfügbar unter www.miz.org/artikel/kulturbarometer_zusammenfassung.pdf, zuletzt geprüft am 12.02.2018

Kienzle, Siegfried (1984): Auch im Fernsehen muß Theater seinen Qualitätsanspruch bewahren. In: *Die Deutsche Bühne* (8), S. 18–23.

Kienzle, Siegfried (1988): Musenspiel und Massenmedium. Theater im Fernsehen: Anregung oder

- Zumutung? Auskünfte eines Programmverantwortlichen. In: *Theater heute* (3), S. 52–55.
- Klein, Armin (2005a): Nachhaltigkeit als Ziel von Kulturpolitik und Kulturmanagement - ein Diskussionsvorschlag. In: Armin Klein und Thomas Knubben (Hg.): *Deutsches Jahrbuch für Kultumanagement 2003/2004*. Baden-Baden: Nomos (7). S. 9–28.
- Klein, Armin (2005b): *Kulturmarketing. Das Marketingkonzept für öffentliche Kulturbetriebe*. 2. Aufl. München: dtv.
- Klein, Armin (2007): *Der exzellente Kulturbetrieb*. Wiesbaden: VS.
- Klein, Armin (2008): *Besucherbindung im Kulturbetrieb. Ein Handbuch*. 2. Aufl. Wiesbaden: VS.
- Klein, Armin (2010): Geleitwort. In: Patrick Glogner-Pilz und Patrick S. Föhl (Hg.): *Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Klein, Armin; Knubben, Thomas (Hg.) (2005): *Deutsches Jahrbuch für Kultumanagement 2003/2004*. Baden-Baden: Nomos (7).
- Knaf, Joachim (2010): *Online Filme produzieren. Geschäftsmodelle im Zeitalter der Digitalisierung*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Knoll, Thorsten (Hg.) (2017): *Veranstaltungen 4.0. Konferenzen, Messen und Events im digitalen Wandel*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Knudsen, Hans (1956): Fernsehen und Theater. In: *Rundfunk und Fernsehen* (3), S. 232–239.
- Kochhan, Christoph; Lorenz Amezcua, Marion; Moutchnik, Alexander; Rhein, Helen (2016): *Kulturerleben nachgefragt. Generation Y, junge Eltern und 55-65-Jährige im Interview*. Wiesbaden, s.l.: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Kolo, Castulus (2010): Online-Medien und Wandel: Konvergenz, Diffusion, Substitution. In: Wolfgang Schweiger und Klaus Beck (Hg.): *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss, S. 283–307.
- Kopica, Ernst (18.05.2018): WIEN/Staatsoper: SAMSON ET DALILA. Online-Merker. Die internationale Kulturplattform. Online verfügbar unter <https://onlinemerker.com/wien-staatsoper-samson-et-dalila-3/>, zuletzt geprüft am 06.07.2018
- Kreuzer, Helmut (Hg.) (1977): *Literaturwissenschaft, Medienwissenschaft*. Heidelberg: Quelle & Meyer (Medium Literatur, 6).
- Kühnel, Jürgen (1998): Oper im Fernsehen. In: Inga Lemke (Hg.): *Theaterbühne - Fernsehbilder. Sprech-, Musik- und Tanztheater im und für das Fernsehen*. Anif Salzburg: Müller-Speiser (Wort und Musik, 37), S. 159–188.
- Labisch, Alfons (Hg.) (2006): *Jahrbuch der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf 2005/06*. Düsseldorf.
- Large, Brian (1985): Oper fürs Fernsehen. In: Imre Fabian und Gerhard Persché (Hg.): *Oper 1985. Jahrbuch der Zeitschrift "Opernwelt"*. Zürich: Orell Füssli + Friedrich Verlag, S. 78–80.
- Lemke, Inga (1998a): Dreimal Warten Auf Godot im Fernsehen. In: Inga Lemke (Hg.): *Theaterbühne - Fernsehbilder. Sprech-, Musik- und Tanztheater im und für das Fernsehen*. Anif Salzburg: Müller-Speiser (Wort und Musik, 37), S. 77–102.
- Lemke, Inga (1998b): Spielformen des frühen Fernsehspiels. In: Inga Lemke (Hg.): *Theaterbühne -*

Fernsehbilder. Sprech-, Musik- und Tanztheater im und für das Fernsehen. Anif Salzburg: Müller-Speiser (Wort und Musik, 37), S. 11–50.

Lemke, Inga (Hg.) (1998): Theaterbühne - Fernsehbilder. Sprech-, Musik- und Tanztheater im und für das Fernsehen. Anif Salzburg: Müller-Speiser (Wort und Musik, 37).

Leuschen, Johanna (2017): Internetfernsehen. Eine angebots- und akteurszentrierte Analyse und Kategorisierung onlinevermittelter Bewegtbildinhalte in ihrer Einführungsphase (2005-2011) und ihre Auswirkungen auf die traditionelle Fernsehlandschaft in Deutschland. Dissertation. Berlin: LIT-Verl. (Medialität - Crossmedialität, Band 3).

Lindemann, Rainer; Wandke, Christiane (1993): Bühne im Raster. Die audiovisuelle Theaterdokumentation. Berlin: Zentrum für Theaterdokumentation und -information (TheaterDokumentation).

Lutz, Markus (2013): Besucherbindung im Opernbetrieb. Theoretische Grundlagen, empirische Untersuchungen und praktische Implikationen. Zugl.: Ludwigsburg, Pädag. Hochschule, Diss., 2012. Wiesbaden: Springer VS (Kulturmanagement und Kulturwissenschaft Research).

Machill, Marcel; Zenker, Martin (2007): Youtube, Clipfish und das Ende des Fernsehens? Problemfelder und Nutzung von Videoportalen. Berlin: Friedrich Ebert Stiftung. Stabsabt (Medien digital, 1).

Maletzke, Gerhard (1963): Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg: Hans Bredow-Institut.

Mandel, Birgit (2014): Status quo zur Kunst- und Kulturvermittlung in und außerhalb des Web 2.0. In: Andrea Hausmann und Linda Frenzel (Hg.): Kunstvermittlung 2.0: Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer VS, S. 17–26.

Martin, Uta (1999): Typologisierung des Theaterpublikums. Das Erkenntnispotential der verhaltensorientierten Marktsegmentierung für das Marketing öffentlich-rechtlicher Theater. Dresden: TU Dresden.

Media Analyse (2018): MA 2017. Internet. Online verfügbar unter <https://www.media-analyse.at/table/3007>, zuletzt geprüft am 14.06.2018.

Media Server (17.11.2015): Wie die Österreicher die Medien nutzen. Online verfügbar unter <https://www.vereinmediaserver.at/files/downloads/2015-11-17%20Media%20Server%20-%20Wie%20C3%96sterreicher%20die%20Medien%20nutzen.pdf>, zuletzt geprüft am 26.03.2018.

Mühlbauer, Karl Reinhold; Münnich, Burkhard Christoph von (1980): Sozialisation. Eine Einführung in Theorien und Modelle. München: Fink (Uni-Taschenbücher Pädagogik, Psychologie, Soziologie, 857).

Müller, Jürgen E. (1998): Intermedialität als poetologisches und medientheoretisches Konzept. Einige Reflexionen zu dessen Geschichte. In: Jörg Helbig (Hg.): Intermedialität. Theorie und Praxis eines interdisziplinären Forschungsgebiets. Berlin: E. Schmidt, S. 31–40.

Netenjakob, Egon (1973): Medienbaukasten. Das Fernsehspiel. In: *Medium* (8), S. 4–7.

Nolte, Frank; Schäfer, Theide; Yesilcicek, Özden (2001): Opernpublikum – Musicalpublikum. Eine Studie zur Soziologie des Musiktheaters. Bremen: Universität Bremen.

Nuy, Sandra (1998): Zwischen Chronistenpflicht und Qualitätsanspruch: Fernsehspielartige Aufzeichnung. In: Inga Lemke (Hg.): Theaterbühne - Fernsehbilder. Sprech-, Musik- und Tanztheater

im und für das Fernsehen. Anif Salzburg: Müller-Speiser (Wort und Musik, 37), S. 137–158.

ORF (27.02.2014): Burgtheater-Skandal - eine Chronologie. Online verfügbar unter <http://wien.orf.at/news/stories/2633443/>, zuletzt geprüft am 09.05.2018.

Overbeck, Peter (Hg.) (2007): Musik und Kultur im Rundfunk. Wandel und Chancen. Roundtable zu "Kultur im Rundfunk - Wandel und Chancen"; Roundtable mit dem Titel "Musikjournalist im Radio - Quo Vadis?"; Roundtable Von Info bis Promo. Brauchen Wir Musikjournalisten. Berlin: LIT-Verl. (Mediendialoge, 1).

Paech, Joachim (2014): Das Medium formuliert, die Form figuriert. In: Thomas Becker (Hg.): Ästhetische Erfahrung der Intermedialität. Zum Transfer künstlerischer Avantgarden und 'illegitimer' Kunst im Zeitalter von Massenkommunikation und Internet. s.l.: transcript Verlag (Kultur- und Medientheorie), S. 57–74.

Paech, Joachim (Hg.) (1994): Film, Fernsehen, Video und die Künste. Strategien der Intermedialität. Stuttgart: Metzler.

Prommer, Elizabeth (2016): Film und Kino. Die Faszination der laufenden Bilder. Wiesbaden: Springer VS (Medienwissen kompakt).

Prox, Lothar (1994): Metamorphose der musikalischen Kommunikation durch Fernsehen und Video. In: Joachim Paech (Hg.): Film, Fernsehen, Video und die Künste. Strategien der Intermedialität. Stuttgart: Metzler, S. 150–160.

Puijk, Roel (2013): Fernsehen im Netz. Eine Produktionsstudie zum norwegischen Rundfunk. In: *montage/av* (212/1/2013), S. 161–179. Online verfügbar unter http://www.montage-av.de/pdf/221_2013/221_2013_Roel_Puijk_Fernsehen_im_Netz.pdf, zuletzt geprüft am 24.03.2018.

Rajewsky, Irina O. (2002): Intermedialität. Tübingen: A. Francke.

Reinhardt, Ulrich (2016): Freizeitmonitor 2016: Stiftung für Zukunftsfragen - Eine Initiative von British American Tobacco. Online verfügbar unter <http://www.freizeitmonitor.de/nc/download/freizeitmonitor-2016/>, zuletzt geprüft am 29.03.2018.

Reuband, Karl-Heinz (2002): Opernbesuch als Teilhabe an der Hochkultur. Vergleichende Bevölkerungsumfragen in Hamburg, Düsseldorf und Dresden zum Sozialprofil der Besucher und Nichtbesucher. In: Werner Heinrichs, Armin Klein (Hg.): Deutsches Jahrbuch für Kulturmanagement 2001. Baden-Baden: Nomos. S. 42-55.

Reuband, Karl-Heinz (2005a): Moderne Opernregie als Ärgernis? Eine Fallstudie über ästhetische Bedürfnisse von Zuschauern und Paradoxien in der Bewertung „moderner“ Inszenierungen. In: In: Bernd Wagner (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2005. Thema: Kulturpublikum. Band 5. Essen: Klartext. S. 251-268.

Reuband, Karl-Heinz (2005b): Sterben die Opernbesucher aus? Eine Untersuchung zur sozialen Zusammensetzung des Opernpublikums im Zeitvergleich. In: Armin Klein und Thomas Knubben (Hg.): Deutsches Jahrbuch für Kulturmanagement 2003/2004. Baden-Baden: Nomos (7). S. 123-138.

Reuband, Karl-Heinz (2006): Teilhabe der Bürger an der ‚Hochkultur‘. Die Nutzung kultureller Infrastruktur und ihre sozialen Determinanten. In: Alfons Labisch (Hg.), Jahrbuch der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf 2005/06. Düsseldorf, 263-283.

Reuband, Karl-Heinz (2011): Kinobesuch im großstädtischen Kontext. Eine Analyse sozialer

Einflussfaktoren am Beispiel der Stadt Düsseldorf. In: KM. Das Monatsmagazin von Kulturmanagement Network 53 (Film & Kino), 9-13, 29-33.

Reuband, Karl-Heinz (2013): Opern 'live' im Kino. Wird durch Opernübertragungen ins Kino ein neues und sozial ausgewogeneres Publikum erschlossen als durch Aufführungen im Opernhaus? In: Sigrid Bekmeier-Feuerhahn, Karen van den Berg, Steffen Höhne, Rolf Keller, Birgit Mandel und Martin Tröndle (Hg.): Die Kunst des Möglichen - Management mit Kunst. Jahrbuch für Kulturmanagement 2013. Bielefeld: Transcript, S. 223–246.

Reuband, Karl-Heinz (2018): Das Kulturpublikum im städtischen Kontext. Wie sich das Publikum der Oper von anderen Kulturpublika unterscheidet. In: Karl-Heinz Reuband (Hg.): Oper, Publikum und Gesellschaft. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 143–191.

Reuband, Karl-Heinz (2018): Vorwort. In: Karl-Heinz Reuband (Hg.): Oper, Publikum und Gesellschaft. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Reuband, Karl-Heinz (Hg.) (2018): Oper, Publikum und Gesellschaft. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Reuband, Karl-Heinz; Mishkis, Angelique (2005): Unterhaltung versus Intellektuelles Erleben. Soziale und kulturelle Differenzierungen innerhalb des Theaterpublikums. In: Bernd Wagner (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2005. Thema: Kulturpublikum. Band 5. Essen: Klartext. S. 235-250.

Riedel, Karl V. (1963): Das Fernsehspiel als Kunstgattung. In: *Rundfunk und Fernsehen* (1), S. 1–15.

Rische, Rolf (2007): Sinfonien zum Sehen. Die DW-TV-Reihe "Kent Nagano dirigiert Monumente der Klassik". In: Peter Overbeck (Hg.): Musik und Kultur im Rundfunk. Wandel und Chancen. Berlin: LIT-Verl. (Mediendialoge, 1), S. 49–66.

Rössel, Jörg; Hackenbroch, Rolf; Göllnitz, Angela (2002): Die soziale und kulturelle Differenzierung des Hochkulturpublikums. In: *Sociologia Internationalis. Internationale Zeitschrift für Soziologie, Kommunikations- und Kulturforschung*. 40. Band. Heft 2. 191-212

Rössel, Jörg; Hoelscher, Michael (2018): Wer geht warum in die Oper? Sozialstruktur und Motive des Opernbesuchs. In: Karl-Heinz Reuband (Hg.): Oper, Publikum und Gesellschaft. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 241–258.

Schildhauer, Thomas (Hg.) (2012): Erfolgsfaktor Musikmarketing im Social Web. Stuttgart: Kohlhammer (Edition Kreativwirtschaft).

Schmedes, Götz (1998): Der Kaufmann von Venedig im Fernsehen. Eine vergleichende Analyse zweier Theater-Präsentationsformen. In: Inga Lemke (Hg.): Theaterbühne - Fernsehbilder. Sprech-, Musik- und Tanztheater im und für das Fernsehen. Anif Salzburg: Müller-Speiser (Wort und Musik, 37), S. 51–76.

Schmid, Ulrike (2010): Das Social-Media-Engagement deutscher Museen und Orchester 2010. Eine Studie der Kommunikationsberatung u.s.k.: Ulrike Schmid Kommunikation. Online verfügbar unter <http://kulturzweinull.eu/wp-content/uploads/2010/10/das-social-media-engagement-deutscher-museen-und-orchester-20102.pdf>, zuletzt geprüft am 28.03.2018.

Schmidt-Sistermanns, Johannes (1991): Opernregie im Fernsehen. Medienspezifische Regiekonzepte zur Visualisierung von Oper im Fernsehen. Zugl.: Osnabrück, Univ., Diss., 1989. Wien: Verb. der Wiss. Ges. Österreichs (VWGÖ).

Schmidt, Michael (2007): Das Klassikportal des Bayrischen Rundfunks. In: Peter Overbeck (Hg.): Musik und Kultur im Rundfunk. Wandel und Chancen. Berlin: LIT-Verl. (Mediendialoge, 1), S. 67–

Scholl, Armin (2018): Die Befragung. 4., bearbeitete Auflage. Konstanz, München: UVK Verlagsgesellschaft mbH; UVK Lucius (UTB Sozialwissenschaften, Wirtschaftswissenschaften, 2413).

Schöttker, Detlev (Hg.) (2007): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit und weitere Dokumente. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp (Suhrkamp-Studienbibliothek, 1).

Schröter, Jens (1998): Intermedialität. Facetten und Probleme eines aktuellen medienwissenschaftlichen Begriffs. In: *montage/av* (7/2/1998), S. 129–154. Online verfügbar unter http://www.montage-av.de/pdf/07_02_1998/07_02_1998_Jens_Schroeter_Intermedialitaet.pdf, zuletzt geprüft am 23.03.2018.

Schulze, Gerhard (1997): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. 7. Aufl. Frankfurt/Main, New York: Campus-Verl.

Schweiger, Wolfgang; Beck, Klaus (Hg.) (2010): Handbuch Online-Kommunikation. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.

Seibert, Peter (1995): Der 'Skandal' um Lysistrata. In: Gerhard Härle (Hg.): Grenzüberschreitungen. Friedenspädagogik, Geschlechter-Diskurs, Literatur - Sprache - Didaktik ; Festschrift für Wolfgang Popp zum 60. Geburtstag. Unter Mitarbeit von Wolfgang Popp. Essen: Verl. Die Blaue Eule, S. 63–76.

Simonis, Annette (2009): Einleitung. In: Annette Simonis (Hg.): Intermedialität und Kulturaustausch. Beobachtungen im Spannungsfeld von Künsten und Medien. Bielefeld: Transcript (Kultur- und Medientheorie), S. 9–17.

Simonis, Annette (Hg.) (2009): Intermedialität und Kulturaustausch. Beobachtungen im Spannungsfeld von Künsten und Medien. Bielefeld: Transcript (Kultur- und Medientheorie).

Spielmann, Yvonne (2000): Aspekte einer ästhetischen Theorie der Intermedialität. In: Heinz B. Heller, Matthias Kraus, Thomas Meder, Karl Prumm, Hartmut Winkler und Heinz-Bernd Heller (Hg.): Über Bilder Sprechen. Positionen und Perspektiven der Medienwissenschaft. Marburg: Schüren (Schriftenreihe der Gesellschaft für Film- und Fernsehwissenschaft (GFF), 8), S. 57–68.

Steigleder, Stephan (2012): Musikvermarktung im Internet. In: Thomas Schildhauer (Hg.): Erfolgsfaktor Musikmarketing im Social Web. Stuttgart: Kohlhammer (Edition Kreativwirtschaft), S. 31–45.

Tauchnitz, Jürgen (2000): Bevölkerungsbefragung zum Theater der Landeshauptstadt Magdeburg 1999. Zusammenfassung der Studie. Senftenberg

Tauchnitz, Jürgen (2003): Besucherbefragung Semperoper Dresden. Zusammenfassung der Studie. Senftenberg

Tauchnitz, Jürgen (2004): Publikum im Rampenlicht. Zweite gemeinsame Studie der Berliner Bühnen. Zusammenfassung der Studie. Senftenberg

Tauchnitz, Jürgen (2005): Publikumsbefragung in Hamburg. Zusammenfassung der Studie. Senftenberg

Teichert, Will (1972): „Fernsehen“ als soziales Handeln. Zur Situation der Rezipientenforschung: Ansätze und Kritik. In: RuF 4/1972, S. 421 – 439.

Teichert, Will (1975): Bedürfnisstruktur und Mediennutzung. Fragestellung und Problematik des

„Uses and Gratifications Approach“. In: RuF 3-4/1975, S. 269 – 283.

Tizkar, Mehran (2014): Das Gesagte und das Ungesagte. Narrative Kommunikation durch die mediale Grenzüberschreitung. Zugl.: Potsdam, Univ., Diss., 2014. Hamburg: Kovač (Schriftenreihe Schriften zur Medienwissenschaft, 38).

Toole, Daniel; Giesen, Edward; Maghera, Sanjeet; Ross, Thomas; Whitaker, Richard (2015): Personal TV: The future of broadcasting. IBM White Paper. Global Business Services. Online verfügbar unter <https://www-01.ibm.com/common/ssi/cgi-bin/ssialias?infotype=SA&subtype=WH&htmlfid=MEW03011GBEN>, zuletzt geprüft am 29.03.2018.

Wagner, Bernd (Hg.) (2004): Jahrbuch für Kulturpolitik 2004. Thema: Theaterdebatte. Band 4. Essen: Klartext

Wagner, Bernd (Hg.) (2005): Jahrbuch für Kulturpolitik 2005. Thema: Kulturpublikum. Band 5. Essen: Klartext

Wellershoff, Dieter (1976): Die Auflösung des Kunstbegriffs. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp (Edition suhrkamp, 848).

Werckmeister, Johann (1998): Die zweite Regie: Formen audiovisueller Adaption des Musiktheaters. Dargestellt am Beispiel von Bizets Carmen. In: Inga Lemke (Hg.): Theaterbühne - Fernsehbilder. Sprech-, Musik- und Tanztheater im und für das Fernsehen. Anif Salzburg: Müller-Speiser (Wort und Musik, 37), S. 189–206.

Wiener Staatsoper (01.02.2018): Geschäftsbericht 2016/2017 – Zwischenbilanz 2017/2018. Online verfügbar unter <https://www.wiener-staatsoper.at/die-staatsoper/aktuelles/detail/news/geschaeftsbericht-20162017-zwischenbilanz-20172018-1/>, zuletzt geprüft am 24.05.2018.

Wiesand, Andreas J. (1995): Musiktheater und Konzerte: Mehr Rückhalt in der Bevölkerung. In: Das Orchester. Heft 6. 2-14

Wiesmann, Sigrid (1984): Die Oper im Fernsehen und ihr Publikum. Möglichkeiten ästhetischer Identifikation. In: *Maske und Kothurn* (30), S. 367–371.

Zentrum für Audience Development (2007): Besucherforschung in öffentlichen deutschen Kulturinstitutionen. Eine Untersuchung des Zentrums für Audience Development (ZAD) am Institut für Kultur- und Medienforschung an der Freien Universität Berlin. Online verfügbar unter http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/zad/media/Besucherforschung_ZAD.pdf, zuletzt geprüft am 01.02.2018.

14. Anhang

14.1. Auswertungsgrafiken

1. Welche der folgenden Komponisten treffen am ehesten Ihren Geschmack? *

Anzahl Teilnehmer: 678

595 (87.8%): Giuseppe Verdi

438 (64.6%): Wolfgang A. Mozart

377 (55.6%): Richard Wagner

485 (71.5%): Giacomo Puccini

83 (12.2%): Alban Berg

376 (55.5%): Gaetano Donizetti

373 (55.0%): Gioachino Rossini

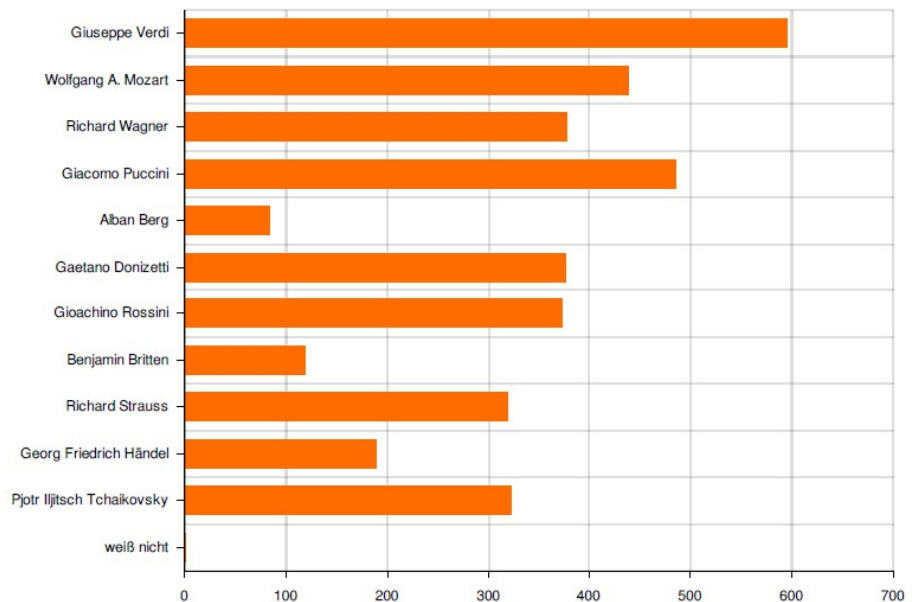
119 (17.6%): Benjamin Britten

318 (46.9%): Richard Strauss

189 (27.9%): Georg Friedrich Händel

323 (47.6%): Pjotr Iljitsch Tchaikovsky

1 (0.1%): weiß nicht



2. Wie oft besuchen Sie Opernvorstellungen? *

Anzahl Teilnehmer: 678

44 (6.5%): Ich habe ein Abonnement an der Wiener Staatsoper.

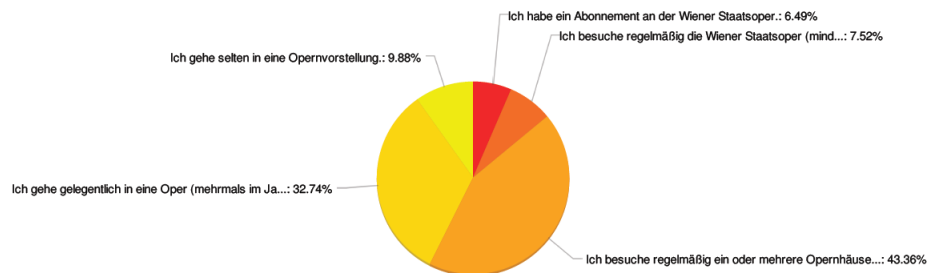
51 (7.5%): Ich besuche regelmäßig die Wiener Staatsoper (mindestens einmal im Monat).

294 (43.4%): Ich besuche regelmäßig ein oder mehrere Opernhäuser.

222 (32.7%): Ich gehe gelegentlich in eine Oper (mehrmals im Jahr).

67 (9.9%): Ich gehe selten in eine Opernvorstellung.

- (0.0%): Ich war noch nie in einer Opernvorstellung.



3. Wie lange im Voraus planen Sie in der Regel den Besuch einer Opernvorstellung? *

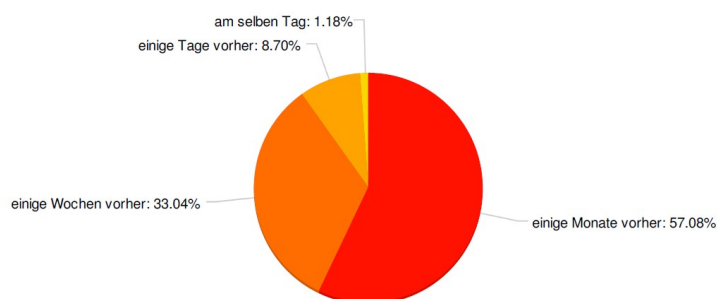
Anzahl Teilnehmer: 678

387 (57.1%): einige Monate vorher

224 (33.0%): einige Wochen vorher

59 (8.7%): einige Tage vorher

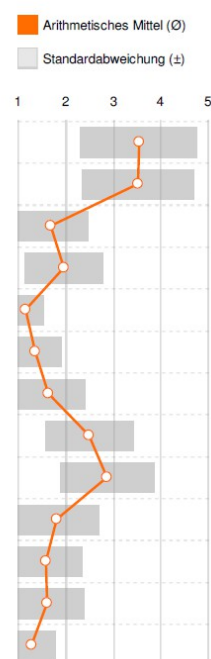
8 (1.2%): am selben Tag



4. Was ist Ihnen beim Opernbesuch wichtig, was nicht? *

Anzahl Teilnehmer: 678

	sehr wichtig (1)		wichtig (2)		einigermaßen wichtig (3)		wenig wichtig (4)		gar nicht wichtig (5)			
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Ø	±
Ein gemeinsamer Abend ...	45x	6,64	113x	16,67	127x	18,73	219x	32,30	174x	25,66	3,54	1,22
Das „Drumherum“ (schön...	29x	4,28	127x	18,73	151x	22,27	202x	29,79	169x	24,93	3,52	1,18
Die Inszenierung	326x	48,08	251x	37,02	87x	12,83	14x	2,06	-	-	1,69	0,77
Das Bühnenbild	227x	33,48	288x	42,48	136x	20,06	27x	3,98	-	-	1,95	0,83
Die Sängerinnen und Sän...	595x	87,76	73x	10,77	10x	1,47	-	-	-	-	1,14	0,38
Das Orchester	471x	69,47	180x	26,55	25x	3,69	2x	0,29	-	-	1,35	0,56
Der Dirigent oder die Dir...	363x	53,54	232x	34,22	67x	9,88	13x	1,92	3x	0,44	1,62	0,78
Die Architektur/Atmosph...	87x	12,83	274x	40,41	231x	34,07	73x	10,77	13x	1,92	2,49	0,92
guter Service im Haus (G...	45x	6,64	207x	30,53	254x	37,46	133x	19,62	39x	5,75	2,87	0,99
unkomplizierter Kartenk...	308x	45,43	233x	34,37	107x	15,78	24x	3,54	6x	0,88	1,80	0,89
konzentriert das Bühnen...	364x	53,69	245x	36,14	58x	8,55	7x	1,03	4x	0,59	1,59	0,74
Live dabei zu sein	375x	55,31	210x	30,97	79x	11,65	13x	1,92	1x	0,15	1,61	0,78
gute Akustik	503x	74,19	161x	23,75	11x	1,62	3x	0,44	-	-	1,28	0,51



5. Wie gut kennen Sie sich mit Opern aus? *

Anzahl Teilnehmer: 678

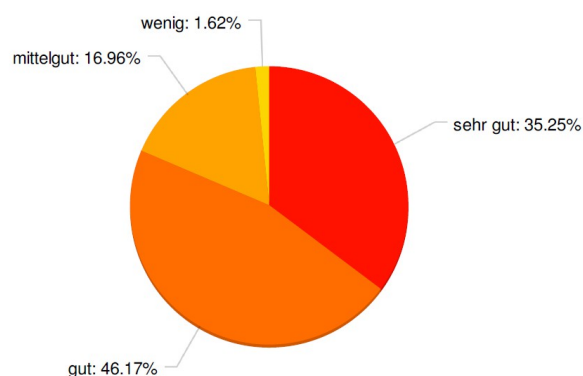
239 (35.3%): sehr gut

313 (46.2%): gut

115 (17.0%): mittelgut

11 (1.6%): wenig

- (0.0%): sehr wenig



6. Wie häufig schauen Sie Live-Streams über das Portal von staatsoperlive.com? *

Anzahl Teilnehmer: 678

80 (11.8%): Ich habe ein Jahresabo und schaue (fast) alle Live-Streams. 

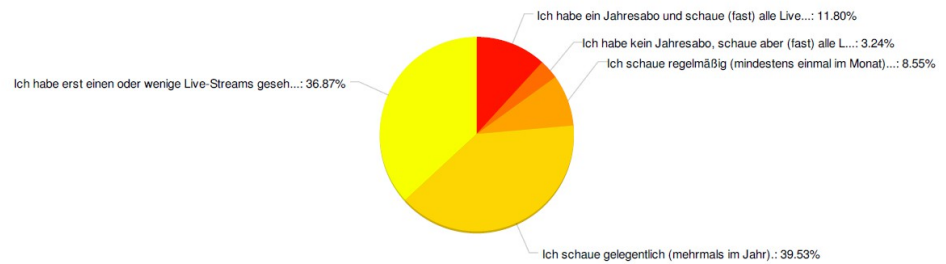
22 (3.2%): Ich habe kein Jahresabo, schaue aber (fast) alle Live-Streams. 

58 (8.6%): Ich schaue regelmäßig (mindestens einmal im Monat). 

268 (39.5%): Ich schaue gelegentlich (mehrmals im Jahr). 

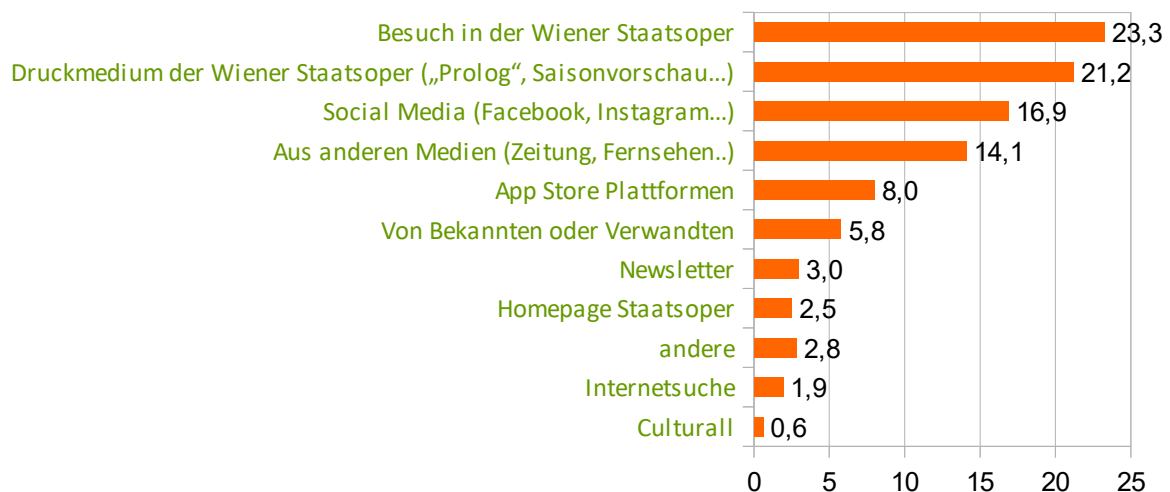
250 (36.9%): Ich habe erst einen oder wenige Live-Streams gesehen. 

- (0.0%): Ich habe noch keinen Live-Stream gesehen.



7. Woher kennen Sie staatsoperlive.com?

Anzahl Teilnehmer: 675, Angaben in Prozent



8. Wie lange im Voraus planen Sie in der Regel die Buchung eines Streams? *

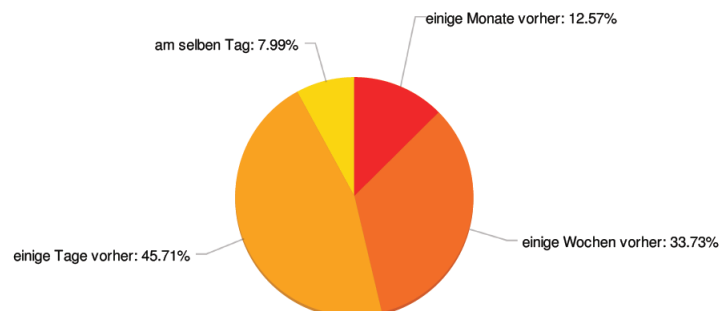
Anzahl Teilnehmer: 676

85 (12.6%): einige Monate vorher

228 (33.7%): einige Wochen vorher

309 (45.7%): einige Tage vorher

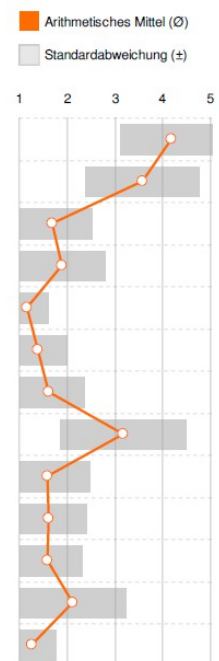
54 (8.0%): am selben Tag



9. Was ist Ihnen beim Live-Streaming wichtig, was nicht? *

Anzahl Teilnehmer: 677

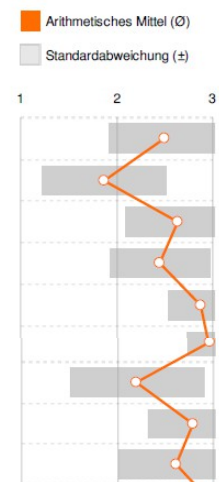
	sehr wichtig (1)		wichtig (2)		einigermaßen wichtig (3)		wenig wichtig (4)		gar nicht wichtig (5)		Ø	±
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
Ein gemeinsamer Abend ...	12x	1,77	68x	10,04	56x	8,27	196x	28,95	345x	50,96	4,17	1,06
Das „Drumherum“ (gemü...	30x	4,44	114x	16,86	157x	23,22	194x	28,70	181x	26,78	3,57	1,18
Die Inszenierung	339x	50,07	238x	35,16	74x	10,93	23x	3,40	3x	0,44	1,69	0,83
Das Bühnenbild	264x	39,00	264x	39,00	112x	16,54	32x	4,73	5x	0,74	1,89	0,89
Die Sängerinnen und Sän...	583x	86,12	80x	11,82	12x	1,77	1x	0,15	1x	0,15	1,16	0,45
Das Orchester	457x	67,50	187x	27,62	29x	4,28	3x	0,44	1x	0,15	1,38	0,61
Der Dirigent oder die Dir...	363x	53,62	239x	35,30	60x	8,86	10x	1,48	5x	0,74	1,60	0,77
Dass die eigenen vier Wä...	80x	11,83	154x	22,78	150x	22,19	162x	23,96	130x	19,23	3,16	1,30
guter Service (Kundendie...	416x	61,45	190x	28,06	38x	5,61	15x	2,22	18x	2,66	1,57	0,90
unkomplizierter Kauf des...	376x	55,62	226x	33,43	52x	7,69	15x	2,22	7x	1,04	1,60	0,81
konzentriert das Bühnen...	354x	52,37	259x	38,31	52x	7,69	8x	1,18	3x	0,44	1,59	0,72
Live dabei zu sein	251x	37,13	222x	32,84	114x	16,86	62x	9,17	27x	3,99	2,10	1,12
guter Ton	534x	78,88	132x	19,50	7x	1,03	1x	0,15	3x	0,44	1,24	0,51



10. Welche Tätigkeiten führen Sie aus, während Sie einen Opern-Live-Stream schauen?

Anzahl Teilnehmer: 676

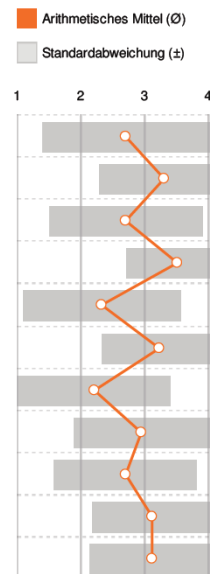
	oft (1)		manchmal (2)		nie (3)		Ø	±
	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
Nebenbei Essen	29x	4,40	270x	40,97	360x	54,63	2,50	0,58
Nebenbei etwas trinken	184x	27,38	390x	58,04	98x	14,58	1,87	0,64
Mich mit anderen Anwesenden u...	20x	3,04	203x	30,90	434x	66,06	2,63	0,54
Die Toilette besuchen	6x	0,92	351x	53,59	298x	45,50	2,45	0,52
Hausarbeiten (Bügeln, Nähen, A...	6x	0,91	68x	10,32	585x	88,77	2,88	0,35
Schlafen	2x	0,30	25x	3,79	633x	95,91	2,96	0,22
Informationen über die Oper le...	107x	15,99	318x	47,53	244x	36,47	2,20	0,70
Im Internet surfen (E-Mails, Soc...	20x	3,03	96x	14,57	543x	82,40	2,79	0,47
Ein weiteres technisches Gerät...	40x	6,07	174x	26,40	445x	67,53	2,61	0,60



11. Ich habe ein Abonnement auf staatsoperlive.com abgeschlossen, ... *

Anzahl Teilnehmer: 641

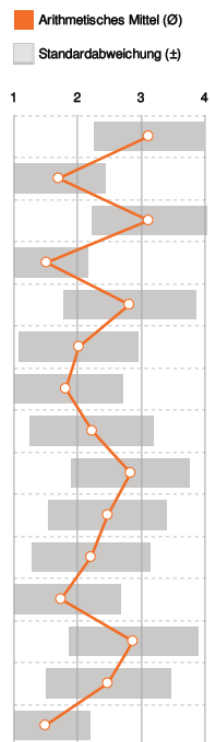
	trifft zu (1)		trifft eher zu (2)		trifft eher nicht zu (3)		trifft nicht zu (4)			
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Ø	±
... um einen ganz bestimm...	186x	29,06	109x	17,03	53x	8,28	292x	45,63	2,70	1,31
... um nur das Gratis-Mon...	65x	10,22	76x	11,95	93x	14,62	402x	63,21	3,31	1,03
... weil ich regelmäßig L...	141x	22,20	158x	24,88	85x	13,39	251x	39,53	2,70	1,20
... weil ich lieber Live-Str...	22x	3,46	54x	8,49	142x	22,33	418x	65,72	3,50	0,79
... weil ich nicht so oft i...	226x	35,53	170x	26,73	45x	7,08	195x	30,66	2,33	1,24
... da ich Live-Streams a...	31x	4,88	111x	17,48	173x	27,24	320x	50,39	3,23	0,91
... da ich so mehr Opern...	249x	39,15	166x	26,10	64x	10,06	157x	24,69	2,20	1,20
... weil ich so mehr vom...	85x	13,39	120x	18,90	174x	27,40	256x	40,31	2,95	1,06
... damit ich nahe an den...	117x	18,43	175x	27,56	132x	20,79	211x	33,23	2,69	1,12
... weil ich gerne eine fi...	50x	7,87	106x	16,69	198x	31,18	281x	44,25	3,12	0,95
... da ich mich beim Stre...	53x	8,35	117x	18,43	166x	26,14	299x	47,09	3,12	0,99



12. Bitte geben Sie an, ob Sie der Aussage zustimmen oder nicht. *

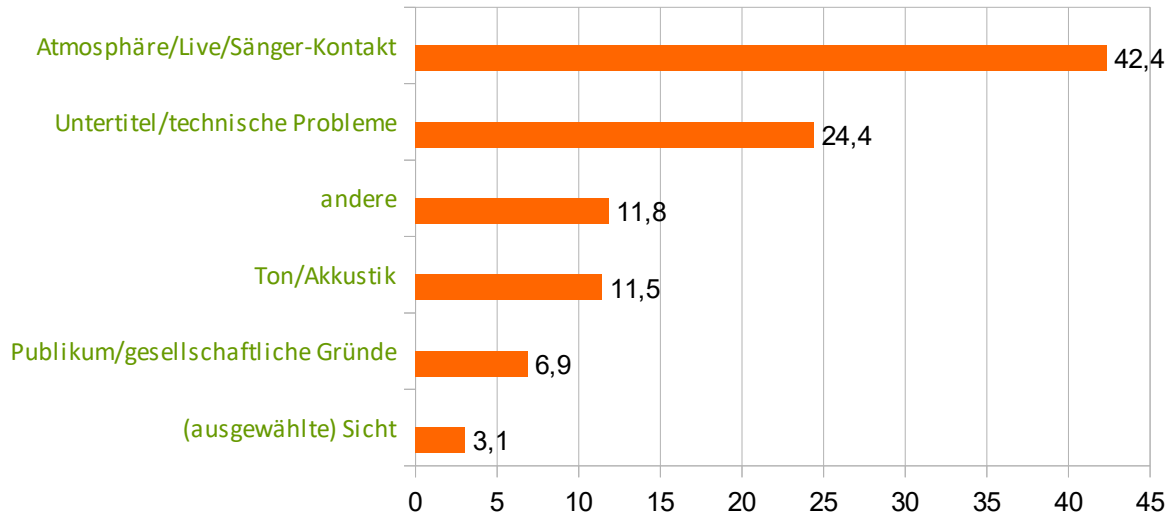
Anzahl Teilnehmer: 643

	stimme zu (1)		stimme eher zu (2)		stimme eher nicht zu (3)		stimme nicht zu (4)			
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Ø	±
Das Live-Streaming ist ei...	28x	4,35	117x	18,20	245x	38,10	253x	39,35	3,12	0,86
Das Live-Streaming ist ei...	287x	44,63	280x	43,55	59x	9,18	17x	2,64	1,70	0,74
Durch das Live-Streaming..	35x	5,44	113x	17,57	236x	36,70	259x	40,28	3,12	0,89
Das Live-Streaming biete...	371x	57,70	231x	35,93	33x	5,13	8x	1,24	1,50	0,65
Live-Streaming ist unbed...	91x	14,15	144x	22,40	203x	31,57	205x	31,88	2,81	1,04
Ein Opernbesuch ist (auc...	221x	34,37	258x	40,12	102x	15,86	62x	9,64	2,01	0,94
Der Opernbesuch war frü...	286x	44,48	230x	35,77	92x	14,31	35x	5,44	1,81	0,88
Durch Live-Streaming we...	164x	25,55	255x	39,72	139x	21,65	84x	13,08	2,22	0,97
Ohne Live-Streaming wär...	61x	9,50	155x	24,14	258x	40,19	168x	26,17	2,83	0,93
Das Live-Streaming ist vo...	96x	14,95	241x	37,54	212x	33,02	93x	14,49	2,47	0,92
Das Live-Streaming ist vo...	160x	24,92	249x	38,79	174x	27,10	59x	9,19	2,21	0,92
Durch das Live-Streaming..	329x	51,17	204x	31,73	55x	8,55	55x	8,55	1,74	0,94
Beim Live-Streaming fällt...	72x	11,20	158x	24,57	192x	29,86	221x	34,37	2,87	1,01
Ich kann Opern im Live-S...	113x	17,57	217x	33,75	205x	31,88	108x	16,80	2,48	0,97
Ich würde Freunden und ...	386x	60,03	211x	32,81	33x	5,13	13x	2,02	1,49	0,69



13. Gibt es etwas, das Sie beim Live-Streaming besonders vermissen im Gegensatz zum Besuch der Oper?

N=262, Angaben in Prozent



14. Wie alt sind Sie?

Anzahl Teilnehmer: 634

- (0.0%): unter 18

3 (0.5%): 18-25

15 (2.4%): 26-35

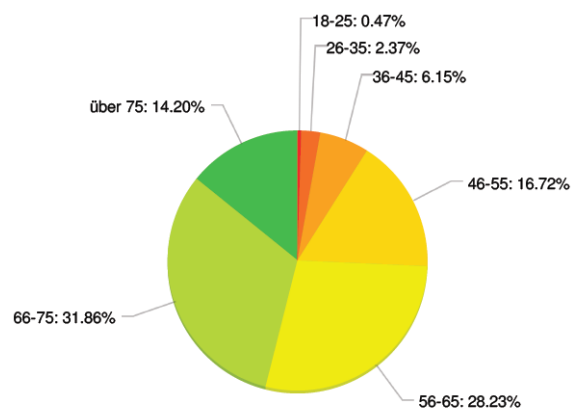
39 (6.2%): 36-45

106 (16.7%): 46-55

179 (28.2%): 56-65

202 (31.9%): 66-75

90 (14.2%): über 75

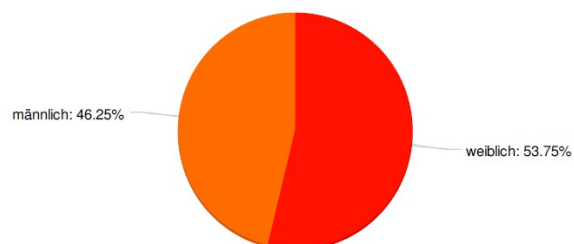


15. Sie sind ...

Anzahl Teilnehmer: 627

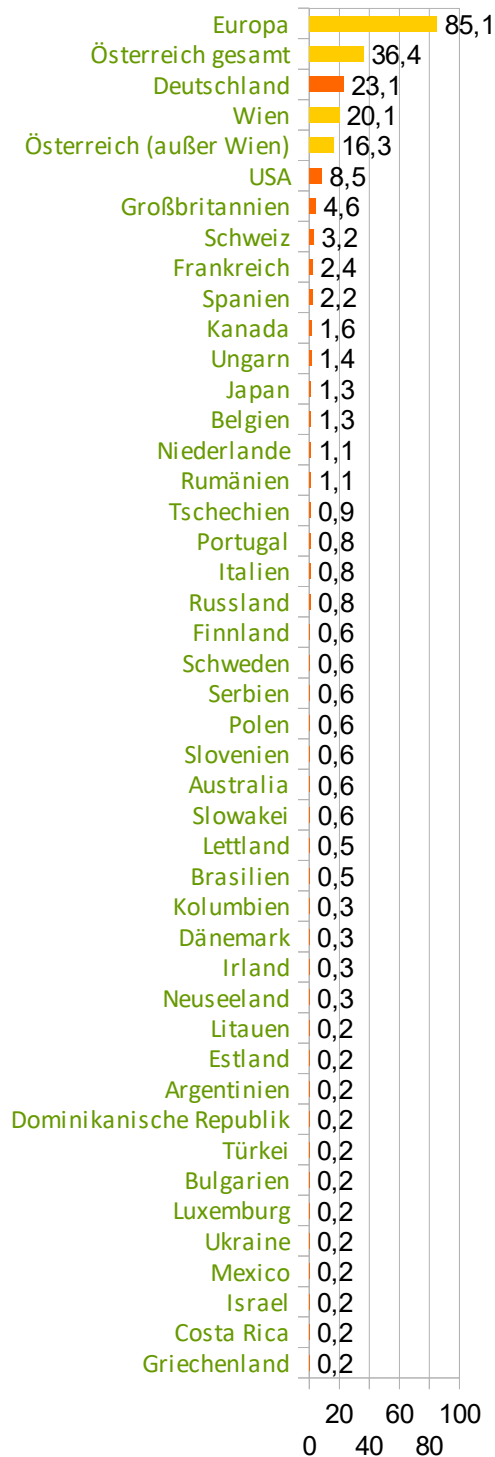
337 (53.7%): weiblich

290 (46.3%): männlich



16. Wohnsitz Stream-Kunden

N=632, Angaben in Prozent



17. Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung?

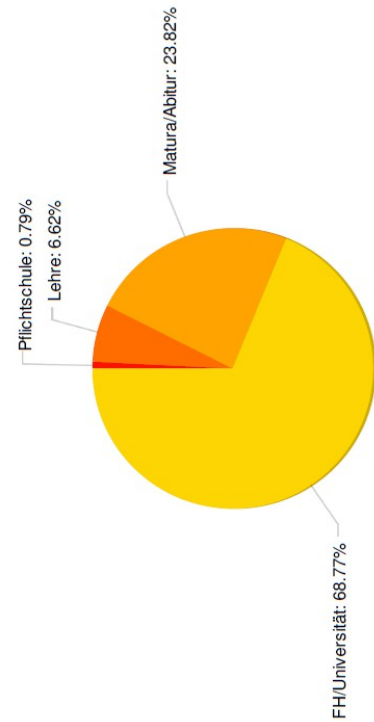
Anzahl Teilnehmer: 634

5 (0.8%): Pflichtschule

42 (6.6%): Lehre

151 (23.8%): Matura/Abitur

436 (68.8%): FH/Universität



14.2. Fragebogen Deutsch

WIENER STAATSOOPER LIVE@HOME

Bitte wählen Sie eine Sprache aus. / Please choose a language.

- ☒ Deutsch
☐ English

Seite 1

Guten Tag,

danke, dass Sie an dieser Umfrage teilnehmen. Die Ergebnisse werden anonymisiert für unternehmensinterne Zwecke und im Rahmen einer Forschungsarbeit an der Universität Wien verwendet. Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an a1104222@unetunivie.ac.at.

Mit freundlichen Grüßen,
Jakob Pitzer (Forschungsleiter)

Opernbesuch

Welche der folgenden Komponisten treffen am ehesten Ihren Geschmack? *

Mehrfachauswahl möglich.

- ☐ Giuseppe Verdi
☐ Wolfgang A. Mozart
☐ Richard Wagner
☐ Giacomo Puccini
☐ Alban Berg
☐ Gaetano Donizetti
☐ Gioachino Rossini
☐ Benjamin Britten
☐ Richard Strauss
☐ Georg Friedrich Händel
☐ Piotr Iljitsch Tschaikovsky
☐ weiß nicht

Wie oft besuchen Sie Opernvorstellungen? *

- ☐ Ich habe ein Abonnement an der Wiener Staatsoper.
☐ Ich besuche regelmäßig die Wiener Staatsoper (mindestens einmal im Monat).
☐ Ich besuche regelmäßig ein oder mehrere Opernhäuser.
☐ Ich gehe gelegentlich in eine Oper (mehrmals im Jahr).
☐ Ich gehe selten in eine Opernvorstellung.
☐ Ich war noch nie in einer Opernvorstellung.

Wie lange im Voraus planen Sie in der Regel den Besuch einer Opernvorstellung? *

- ☐ einige Monate vorher
☐ einige Wochen vorher
☐ einige Tage vorher
☐ am selben Tag

Was ist Ihnen beim Opernbesuch wichtig, was nicht? *

	sehr wichtig	wichtig	eingermaßen wichtig	wenig wichtig	gar nicht wichtig
Ein gemeinsamer Abend mit Verwandten oder Bekannten	☐	☐	☐	☐	☐
Das „Drammerium“ (schöne Kleidung, Essen/Trinken gehen)	☐	☐	☐	☐	☐
Die Inszenierung	☐	☐	☐	☐	☐
Das Bühnenbild	☐	☐	☐	☐	☐
Die Sängerinnen und Sänger	☐	☐	☐	☐	☐
Das Orchester	☐	☐	☐	☐	☐
Der Dirigent oder die Dirigentin	☐	☐	☐	☐	☐
Die Architektur/Atmosphäre des Opernhauses	☐	☐	☐	☐	☐
guter Service im Haus (Garderobe, Bar...)	☐	☐	☐	☐	☐
unkomplizierter Kartenkauf	☐	☐	☐	☐	☐
konzentriert das Bühnengeschehen verfolgen zu können	☐	☐	☐	☐	☐
Live dabei zu sein	☐	☐	☐	☐	☐
gute Akustik	☐	☐	☐	☐	☐

Wie gut kennen Sie sich mit Opern aus? *

- ☐ sehr gut
☐ gut
☐ mittelmäßig
☐ wenig
☐ sehr wenig

Live-Streaming

Wie häufig schauen Sie Live-Streams über das Portal von staatsoperlive.com? *

- ☐ Ich habe ein Jahresabo und schaue (fast) alle Live-Streams.
☐ Ich habe kein Jahresabo, schaue aber (fast) alle Live-Streams.
☐ Ich schaue regelmäßig (mindestens einmal im Monat).
☐ Ich schaue gelegentlich (mehrmals im Jahr).
☐ Ich habe erst einen oder wenige Live-Streams gesehen.
☐ Ich habe noch keinen Live-Stream gesehen.

Woher kennen Sie staatsoperlive.com? *

- ☐ Social Media (Facebook, Instagram...)
☐ App Store Plattformen (Google Play, Apple TV, Fire TV...)
☐ Druckmedium der Wiener Staatsoper („Prolog“, Saisonvorschau...)
☐ Aus anderen Medien (Zeitung, Fernsehen...)
☐ Besuch in der Wiener Staatsoper
☐ Veranstaltung (Messe, Tag der offenen Tür...)
☐ Von Bekannten oder Verwandten
☐ Sonstiges:

Wie lange im Voraus planen Sie in der Regel die Buchung eines Streams? *

- ☐ einige Monate vorher
☐ einige Wochen vorher
☐ einige Tage vorher
☐ am selben Tag

Was ist Ihnen beim Live-Streaming wichtig, was nicht? *

	sehr wichtig	wichtig	einigermaßen wichtig	wenig wichtig	gar nicht wichtig
Ein gemeinsamer Abend mit Verwandten oder Bekannten	☐	☐	☐	☐	☐
Das „Drumherum“ (gemütlich auf der Couch sitzen, nebenbei etwas gutes Essen/Trinken...)	☐	☐	☐	☐	☐
Die Inszenierung	☐	☐	☐	☐	☐
Das Bühnenbild	☐	☐	☐	☐	☐
Die Sängerinnen und Sänger	☐	☐	☐	☐	☐
Das Orchester	☐	☐	☐	☐	☐
Der Dirigent oder die Dirigentin	☐	☐	☐	☐	☐
Dass die eigenen vier Wände nicht verlassen werden müssen (z.B. weil kein Babysitter gesucht werden muss)	☐	☐	☐	☐	☐
guter Service (Kundendienst, gute Bild-Qualität...)	☐	☐	☐	☐	☐
unkomplizierter Kauf des Streams	☐	☐	☐	☐	☐
konzentriert das Bühnengeschehen verfolgen zu können	☐	☐	☐	☐	☐
Live dabei zu sein	☐	☐	☐	☐	☐
guter Ton	☐	☐	☐	☐	☐

Welche Tätigkeiten führen Sie aus, während Sie einen Opern-Live-Stream schauen?

	oft	manchmal	nie
Nebenbei Essen	☐	☐	☐
Nebenbei etwas trinken	☐	☐	☐
Mich mit anderen Anwesenden unterhalten	☐	☐	☐
Die Toilette besuchen	☐	☐	☐
Hausarbeiten (Bügeln, Nähen, Aufräumen, etc.)	☐	☐	☐
Schlafen	☐	☐	☐
Informationen über die Oper lesen (Opernführer, im Internet,...)	☐	☐	☐
Im Internet surfen (E-Mails, Social Media,...)	☐	☐	☐
Ein weiteres technisches Gerät benutzen (Laptop, Tablet, Smartphone,...)	☐	☐	☐
Sonstiges:	☐	☐	☐

Seite 4

Ich habe ein Abonnement auf staatsoperlive.com abgeschlossen, ... *

	trifft zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu
... um einen ganz bestimmten Live-Stream zu sehen.	☐	☐	☐	☐
... um nur das Gratis-Monat zu nutzen.	☐	☐	☐	☐
... weil ich regelmäßig Live-Streams schauen will.	☐	☐	☐	☐
... weil ich lieber Live-Streams schaue als selbst in die Oper zu gehen.	☐	☐	☐	☐
... weil ich nicht so oft in die Oper gehen kann, wie ich gerne würde.	☐	☐	☐	☐
... da ich Live-Streams als vollwertigen Ersatz für den Opern-Besuch halte.	☐	☐	☐	☐
... da ich so mehr Opern sehen kann als wenn ich dafür anreisen müsste.	☐	☐	☐	☐
... weil ich so mehr vom Bühnengeschehen mitbekomme als wenn ich im Saal zusehen würde.	☐	☐	☐	☐
... damit ich nahe an den Sängern bin.	☐	☐	☐	☐
... weil ich gerne eine filmisch aufbereitete Oper schaue.	☐	☐	☐	☐
... da ich mich beim Stream besser auf das Bühnengeschehen konzentrieren kann als im Saal.	☐	☐	☐	☐

Bitte geben Sie an, ob Sie der Aussage zustimmen oder nicht. *

stimme zu	stimme eher zu	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu
☐	☐	☐	☐

Das Live-Streaming ist ein vollwertiger Ersatz zum Besuch des Opernhauses.	☐	☐	☐	☐	Bühnengeschehen schwerer als im Saal.	☐	☐	☐	☐
Das Live-Streaming ist ein geeigneter, aber nicht vollwertiger Ersatz.	☐	☐	☐	☐	Ich kann Opern im Live-Stream genau so genießen wie im Saal.	☐	☐	☐	☐
Durch das Live-Streaming verliert die Oper an Exklusivität.	☐	☐	☐	☐	Ich würde Freunden und Bekannten das Live-Streamen von Opern empfehlen.	☐	☐	☐	☐

Gibt es etwas, das Sie beim Live-Streaming besonders vermissen im Gegensatz zum Besuch der Oper?

Wenn ja, bitte in freien Worten angeben:

Seite 5

Wie alt sind Sie?

- ☐ unter 18
☐ 18-25
☐ 26-35
☐ 36-45
☐ 46-55
☐ 56-65
☐ 66-75
☐ über 75

Sie sind ...

- ☐ weiblich
☐ männlich

Das Live-Streaming ist ein vollwertiger Ersatz zum Besuch des Opernhauses.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Das Live-Streaming ist ein geeigneter, aber nicht vollwertiger Ersatz.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Durch das Live-Streaming verliert die Oper an Exklusivität.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Das Live-Streaming bietet eine gute Möglichkeit, den Zugang zu Opern zu erleichtern.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Live-Streaming ist unbedeutend für das Fortbestehen der Oper.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein Opernbesuch ist (auch) ein gesellschaftliches Ereignis.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Der Opernbesuch war früher als gesellschaftliches Ereignis bedeutender als heute.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Durch Live-Streaming werden Berührungspunkte mit der Oper abgebaut.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ohne Live-Streaming wäre die Zukunft der Kunstform Oper gefährdet.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Das Live-Streaming ist vor allem für Jüngere wichtig.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Das Live-Streaming ist vor allem für Ältere wichtig.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Durch das Live-Streaming sehe ich mehr Opern als ich sonst würde.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Beim Live-Streaming fällt mir die Konzentration auf das	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Wo wohnen Sie?

- ☐ Wien
- ☐ Österreich (außer Wien)
- ☐ anderes Land:

Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung?

- ☐ Pflichtschule
- ☐ Lehre
- ☐ Matura/Abitur
- ☐ FH/Universität

Seite 6

Vielen Dank für die Teilnahme. Wenn Sie an der Verlosung an einem von drei Wiener Staatsoper live@home Jahe-Abos für die Saison 2018/2019 teilnehmen möchten, geben Sie uns bitte Ihre E-Mail-Adresse bekannt.

Ihre Antworten werden nicht mit Ihrer E-Mail-Adresse in Verbindung gebracht und bleiben deshalb anonym.

Die Umfrage ist beendet. Vielen Dank für die Teilnahme.

Das Fenster kann nun geschlossen werden.

14.3. Fragebogen Englisch

WIENER STAATSOOPER LIVE@HOME

Bitte wählen Sie eine Sprache aus. / Please choose a language.

- ☐ Deutsch
☒ English

Page 1

Dear Mr/Ms,

thank you for taking part in this survey. The results are anonymised and used only for corporate purposes and as part of a research project at the University of Vienna. For more information, please contact a1104222@unet.univie.ac.at.

Best regards,
Jakob Pilzer (Research Director)

Opera Visit

Which of the following composers most likely meets your taste? *

Multiple answers possible.

- | | |
|---|---|
| ☐ Giuseppe Verdi | ☐ Gioachino Rossini |
| ☐ Wolfgang A. Mozart | ☐ Benjamin Britten |
| ☐ Richard Wagner | ☐ Richard Strauss |
| ☐ Giacomo Puccini | ☐ Georg Friedrich Handel |
| ☐ Alban Berg | ☐ Piotr Iljitsch Tchaikovsky |
| ☐ Gaetano Donizetti | ☐ no idea |

How often do you generally attend opera performances? *

- ☐ I have a subscription to the Vienna State Opera.
☐ I regularly visit the Vienna State Opera (at least once a month).
☐ I regularly visit one or more opera houses.
☐ I occasionally go to an opera (several times a year).
☐ I rarely go to the opera.
☐ I have never been to the opera.

How long do you usually plan to attend an opera performance in advance? *

- ☐ a few months in advance
☐ a few weeks in advance
☐ a few days in advance
☐ on the same day

What is important to you when visiting an opera, what is not? *

	really important	important	rather important	hardly important	not important at all
spending an evening with relatives or friends	☐	☐	☐	☐	☐
aspects that accompany a visit to the opera (e.g. nice clothes, going to dinner / going for a drink)	☐	☐	☐	☐	☐
the production / staging	☐	☐	☐	☐	☐
the stage design	☐	☐	☐	☐	☐
the singers	☐	☐	☐	☐	☐
the orchestra	☐	☐	☐	☐	☐
the conductor	☐	☐	☐	☐	☐
the architecture / atmosphere of the opera house	☐	☐	☐	☐	☐
good service in the house (e.g. staff at the cloakroom, bar ...)	☐	☐	☐	☐	☐
easy ticket purchase	☐	☐	☐	☐	☐
to be able to focus on the scene	☐	☐	☐	☐	☐
to experience the show live	☐	☐	☐	☐	☐
good acoustics	☐	☐	☐	☐	☐

How much do you know about operas? *

- ☐ very much
☐ much
☐ mediocre
☐ little
☐ very little

Live-Streaming

How often do you watch live streams through the staatsoperlive.com portal? *

- ☐ I have a subscription and watch (almost) all the live streams.
☐ I have no subscription and watch (almost) all the live streams.
☐ I watch regularly (at least once a month).
☐ I watch occasionally (several times a year).
☐ I have only seen one or a few live streams.
☐ I have not seen a live stream yet.

How did you come to know about staatsoperlive.com? *

- ☐ Social Media (Facebook, Instagram...)
☐ App Stores (Google Play, Apple TV, Fire TV...)
☐ Print Media of the Vienna State Opera ("Prolog", season preview...)
☐ From other media (newspaper, television...)
☐ Visit at the Vienna State Opera
☐ Event (fair, open house...)
☐ From acquaintances or relatives
☐ other:

How long do you usually plan to book a stream in advance? *

- ☐ a few months in advance
☐ a few weeks in advance
☐ a few days in advance
☐ on the same day

What is important to you when watching a live-stream, what is not? *

	really important	important	rather important	hardly important	not important at all
spending an evening with relatives or friends	☐	☐	☐	☐	☐
aspects that accompany watching a live stream (e.g. comfortably sitting on the couch, eating / drinking something alongside)	☐	☐	☐	☐	☐
the production / staging	☐	☐	☐	☐	☐
the stage design	☐	☐	☐	☐	☐
the singers	☐	☐	☐	☐	☐
the orchestra	☐	☐	☐	☐	☐
the conductor	☐	☐	☐	☐	☐
to be able to stay at home (e.g. no babysitter needed)	☐	☐	☐	☐	☐
good service (customer service, good streaming quality ...)	☐	☐	☐	☐	☐
easy purchase of the stream	☐	☐	☐	☐	☐
to be able to focus on the scene	☐	☐	☐	☐	☐
to experience the show live	☐	☐	☐	☐	☐
good sound	☐	☐	☐	☐	☐

replacement of visiting the opera house.	☐	☐	☐	☐	☐	streams to the same extent as by watching it on site.
The live streaming is a suitable, but not full replacement.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Through live streaming, the opera loses exclusivity.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Live streaming is a great way to access operas more easily.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Live streaming is not important for the continuing existence of the opera.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
An opera visit is (also) a social event.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
The opera visit used to be more important as a social event than it is today.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Through live streaming the fear of contact with operas is reduced.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Without live streaming, the future of opera as an art form would be in danger.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Live streaming is especially important for younger people.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Live streaming is especially important for elderly people.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Through live streaming, I see more operas than I would otherwise.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
When it comes to live streaming, I find it harder to concentrate on the scene than by watching it on site.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
I can enjoy operas in live						

Is there anything you especially miss during live streaming as opposed to visiting the opera on site?

If yes, please state in your own words:

Page 5

How old are you?

☐ under 18
☐ 18-25
☐ 26-35
☐ 36-45
☐ 46-55
☐ 56-65
☐ 66-75
☐ over 75

You are ...

☐ female
☐ male

Where do you live?

- ☐ Vienna
- ☐ Austria (except Vienna)
- ☐ other country:

What is your highest completed education?

- ☐ Compulsory School
- ☐ Traineeship
- ☐ High School
- ☐ College / University

Page 6

Thank you for your participation. Please give us your e-mail-address if you want to win one of three Wiener Staatsoper live@home annual subscriptions for the season 2018/2019.

Your answers are in no way connected to your e-mail-address and will stay anonymous.

You have completed the survey. Thank you very much for your participation.
You can now close the window.

Abstract

Deutsch

Mit dem Streamen von Opernvorstellungen hält die voranschreitende Digitalisierung auch Einzug in ein altes, als konservativ geltendes Medium. Obwohl die Vermutung, dass somit ein neues, junges, „digital native“ Publikum angesprochen wird, nahe liegt, ist dies nicht der Fall. Im Gegenteil: Das Opernstreaming wird hauptsächlich von jenen älteren, formal hoch gebildeten Personen genutzt, die ohnehin viele Vorstellungen besuchen. Es ist deshalb mehr als eine Erweiterung zum klassischen Konsum zu sehen und weniger als ein Ersatz dazu. Für die Opernhäuser ist ein wichtiger Grund für das Streamen, dass sie Bereitschaft zur zeitgemäßen Anpassung signalisieren, auch um nicht von anderen Unterhaltungsangeboten verdrängt zu werden. Obwohl eine Übertragung mit sehr vielen Kompromissen behaftet ist, genießt sie jedenfalls ein hohes Ansehen unter ihren NutzerInnen.

Englisch

With the online streaming of opera performances the ever progressing digitalisation also finds its way into a medium that is usually perceived as old-fashioned and conservative. Even though it might be presumed that as a consequence it addresses a young, „digital native“ audience, this, in fact, is not the case. On the contrary: online streaming of operas is mainly used by an older audience of high formal education who regularly attend opera performances anyway. For this reason, it is rather seen as complementary to the traditional way of consuming opera performances. For the opera houses themselves, a significant reason for the online streaming of operas is the thereby signaling of a willingness to adapt to more contemporary ways of media consumption in order to not be displaced by other facilities for entertainment. While streaming is associated with various compromises, it is still held in high esteem among its users.