



**Plakat und Programmheft als Werbeklassiker:** Katharina Reese, Simone Lehmann (v. l.), Christian Weihrauch (v. r.) und Alex Akyürek wollen dem Herforder Theaterleiter Karl-Heinz Rohlf (M.) und Svende Dreier (Theaterbüro, 3. v. l.) helfen, neue Wege zu einem jüngeren Publikum zu erschließen.

FOTO: RALF BITTNER

## Neue Wege zu jungem Publikum

*Angehende Betriebswirte kooperieren mit dem Stadttheater*

VON RALF BITTNER

■ Herford. „Das Publikum zwischen 20 und 30 Jahren ist eine schwierige Zielgruppe für Theatermacher, nicht nur in Herford“, sagte Theaterleiter Karl-Heinz Rohlf bei der Vorstellung einer Projektarbeit angehender Betriebswirte, die dem Theater helfen soll, beim jüngeren Publikum einen höheren Stellenwert zu erlangen.

Christian Weihrauch, Alev Akyürek, Katharina Reese und Simone Lehmann sind alle in kaufmännischen Berufen tätig und absolvieren an der Fachschule für Wirtschaft des Friedrich-List-Berufskollegs die nebenberufliche Weiterbildung zum staatlich geprüften Betriebswirt. Teil des Studiums ist eine Projektarbeit mit einem außerschulischen Partner, die zumindest die Option bietet, dass Einiges auch praktisch umgesetzt werden kann.

Alle Vier pendeln zum Studium nach Herford und gehören nicht zu den Theaterbesuchern, ebenso wie die meisten ihrer Kommilitonen, obwohl sie kulturelle Bildung und eine Institution wie das Theater für

**INFO**

**Programm für Spielzeit 2014/15 kommt**

- ◆ Der Klassiker der Information, das Programmheft für die Spielzeit 2014/15, erscheint Anfang Juni.
- ◆ Im Netz ist das Theater auf [www.theater.herford.de](http://www.theater.herford.de) zu finden, eine Vorschau kann als PDF heruntergeladen werden.
- ◆ Der freie Verkauf beginnt am 5. August, der Verkauf für die Vorstellungen im Kindertheater ab 1. Juli 2014.
- ◆ Kabarett-Karten sind beides erhältlich.

wichtig halten. Um eine Basis für ihre Vorschläge zu haben befragten sie Theaterbesucher und ihre Kommilitonen über das Theater. Dabei stellten sie fest, dass die Theaterbesucher in der Regel gut über das Programm informiert sind, aber gerne Zusatzinformationen etwa über nahe gelegene Restaurants hätten, da der Theaterbesuch oft nur Teil der abendlichen Unternehmungen sei.

Die jüngere Zielgruppe beziehe ihre Informationen stärker über digitale Medien oder aus sozialen Netzwerken, will kompakte Informationen auf einen Blick. So sei der Link zum Ticket-Shop jetzt unmittelbar auf der Startseite zu finden und nicht nur wie bisher bei den Be-

schreibungen der Stücke. „Offensichtlich ist es üblich, sich einen Überblick über das Angebot zu verschaffen und sofort zu buchen ohne die ausführlicheren Beschreibungen zu lesen“, sagt Rohlf. Er selbst würde immer erst die Beschreibungen lesen und dann schauen, ob es Karten gibt.

Das jüngere Publikum wünsche sich auch eher Comedy statt Kabarett und Musikveranstaltungen, ein Trend der sich seit einigen Jahren auch verstärkt im Programm niederschlägt.

„Geahnt hatten wir vieles vom dem, was die Vier herausgefunden haben“, sagte Rohlf. Auch wenn die Ergebnisse nicht repräsentativ seien, lieferten sie doch Argumente und Ansätze

für Veränderungen. So soll der Newsletter ausgebaut werden, um die Besucher regelmäßiger zu erreichen.

Die Gruppe besuchte auch den Showabend des Ukulele-Orchesters und war überrascht. „Eine flotte Show, gute Künstler – jetzt würde ich sogar Freunde mitnehmen“, sagte Reese. Allein nach der Beschreibung im Programmheft wäre sie aber nie auf die Idee gekommen, ausgerechnet diese Vorstellung zu besuchen. Die Integration von QR-Codes, die direkt ins Internet zu einem Video oder auf die Homepage der Künstler führen, sollen es den Zuschauern erleichtern, sich vorher ein Bild über den Abend zu machen. Auch eine Möglichkeit, die Stücke zu bewerten und sich online auszutauschen soll geschaffen werden, um das Erlebnis Theater länger nachwirken zu lassen.

„Wir haben aus der Kooperation jedenfalls viele Ideen mitgenommen, die sich ohne großen Aufwand umsetzen lassen“, sagte Rohlf. „Andere Angebote bedürfen wohl einer längeren Vorlaufzeit, etwa ein Kombiticket aus Theater- und Restaurantbesuch.“