
Jazzstudie 06'

Internet, eine Chance oder eine Gefahr für den Jazz?

Eine quantitative Studie zu den Interessen, Kauf- und Hörgewohnheiten sowie Zugangsbarrieren der Jazzliebhaber der Festivals Willisau und Jazzonze+



Autor
Robert H. Wegener
Institut érasme
Rue de la Gabelle 6
CH-1227 Carouge
robert.wegener@erasm.ch

Inhaltsverzeichnis

1. KONTEXT UND KRITISCHE WÜRDIGUNG	4
1. DANK	6
2. METHODIK	7
3. STICHPROBE	8
4. ZUSAMMENFASSUNG DER WICHTIGSTEN RESULTATE	10
5. ERGEBNISSE	16
5.1 JAZZBIOGRAPHIEN DER FESTIVALBESUCHER	16
5.1.1 Geschlechts- und altersspezifische Unterschiede.....	20
5.2 JAZZIMAGE, DIE WAHRNEHMUNG VON JAZZ HEUTE	21
5.2.1 Von Gefühlsfülle zu Innovationskraft bis hin zu Elitismus	21
5.2.2 Zusammenfassung des Jazzimage	24
5.3 BELIEBTESTE JAZZRICHTUNGEN.....	25
5.3.1 Präferenzen der verschiedenen Jazzliebhabergruppen.....	26
5.3.2 Präferenzen bezüglich Alters- sowie Geschlechtsunterschiede.....	27
5.4 BELIEBTESTE JAZZMUSIKER UND BANDS	28
5.5 JAZZANGEBOT UND KAUFHÜRDEN	29
5.5.1 Mögliche Kaufhürden.....	29
5.5.2 Desorientierung im breiten Jazzangebot.....	30
5.5.3 Mögliche Maßnahmen	31
5.5.4 Das Internet als Chance für den Jazzvertrieb	32
5.5.5 Was kann man sonst noch tun?	33
5.6 HÖRVERHALTEN DER JAZZLIEBHABER.....	34
5.6.1 Am häufigsten und liebsten benutzte Medien.....	34
5.6.2 Besuch von Jazzkonzerten.....	35
5.7 KAUFVERHALTEN DER JAZZLIEBHABER.....	36
5.8 JAZZSOZIALISATION UND WEITERE INTERESSENSGEBIETE.....	38
6. EMPFEHLUNG	43
6.1 WEITERE FORSCHUNGSFRAGEN	43
6.2 DIREKTE HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	44
7. ANHANG.....	46
7.1 BENUTZTER FRAGEBOGEN	46

1. KONTEXT UND KRITISCHE WÜRDIGUNG

Die Tatsache, dass es keine repräsentativen und ausführlichen Daten über das Jazzpublikum in der Schweiz (vgl. Kapitel 3 Stichprobe) gibt, hat mit Sicherheit verschiedene Ursachen und kann deshalb auch verschieden interpretiert werden. Einerseits verdeutlicht dies, dass Jazz in der Schweiz bis heute vorwiegend als Kulturgut betrachtet wird und sich mutig von Marktzwängen und extremen Rentabilitätsgedanken fernhält. Gleichzeitig gibt es aber Indizien dafür, dass die Verkaufszahlen rückläufig sind und das Interesse an Jazz sinkt und somit auch die Bereitschaft, für diese Kulturform Geld auszugeben.

Als ein wichtiges Beispiel für diese schwierige Entwicklung soll an dieser Stelle kurz auf den Musikvertrieb Plainisphere eingegangen werden, einem der Schweizweit angebotsreichsten Jazzmusikvertriebe mit über 300 Jazzlabels und mehr als 22'000 verschiedenen Jazzalben aus der gesamten Welt. Rolf Knüsel, Geschäftsführer dieses Unternehmens, ist seit über 30 Jahren zusammen mit seinen Angestellten darum bemüht, Jazz und Blues an ein möglichst breites Publikum zu bringen. Die aktuelle Situation beschreibt er wie folgt: *„Die ersten Jahre haben viel Spaß gemacht – es gab viel aufzubauen und das Interesse unserer Kunden war riesig. Es war eine Freude Neuheiten zu präsentieren. Während über zwanzig Jahren stieg unser Umsatz von Jahr zu Jahr und, auch wenn dieser von Finanzexperten belächelt würde, so war unsere Hauptmotivation die Freude unserer Kunden an der Lieferung unserer Musik. Leider hat sich in den letzten Jahren viel geändert: beispielsweise mussten spezialisierte Jazzläden schließen, übers Internet werden CDs heute zu Tiefstpreisen angeboten und Megastores kommen mit dem heutigen Riesenangebot nicht zurecht, da es ihnen an kompetenten Verkäufern fehlt. Aus diesen und weiteren Gründen ist unser Umsatz innerhalb von 5 Jahren um beinahe die Hälfte geschmolzen. Wir hoffen, mit den Resultaten der vorliegenden Studie neue Wege zu finden,„*

Eine Aussage die nachdenklich stimmt und Fragezeichen aufwirft. So zum Beispiel woher das sinkende Interesse an Jazz kommt. Für die einen entspricht Jazz nicht dem aktuellen Zeitgeist, für die anderen sind die jungen Menschen, wegen ihrer Ungeduld und Orientierung an schnell konsumierbaren Gütern, nicht mehr in der Lage, sich auf die Jazzwelt einzulassen. Wiederum andere würden zwar gerne, haben aber niemanden, der sie liebevoll, gekonnt und geduldig ins Reich der Jazzmusik initiiert. Zu guter Letzt kritisieren andere das aktuelle Angebot auf verschiedene Weise.

Es fällt schwer zu glauben, dass die Zeit des Jazz' vorbei ist und doch weisen gewisse Indizien auf eine problematische Entwicklung hin. Und trotzdem oder gerade deswegen wird wenig getan, weil Jazz eben ein Kulturgut ist und bleiben soll und sich deshalb auch nicht an den Wünschen und Interessen der neuen Generationen und Konsumenten ausrichten soll. Kann

diesem Abwärtstrend Abhilfe geschaffen werden? Und wenn, dann nur wenn sich Jazz populären Trends, Markt- und Konsumlogik anpasst?

Ich glaube nicht, doch bin ich persönlich der Meinung, dass Jazz seinen ungeheuren Reichtum an Entdeckungsmöglichkeiten, Originalität, Vielfalt und Provokation gekonnt und somit zeitgemäß der Gesellschaft als alternative Musikform offeriert. Gerade in einer Zeit des schnellen Konsums und der Kurzlebigkeit ist eine solche Alternative von ganz spezieller Bedeutung, die nicht nur Spaß, sondern auch Orientierung und Tiefe geben kann. Doch ohne Kenntnisse der Meinungen und Ansichten aktueller und heranwachsender Jazzfreunde wird das ein schwieriges Unterfangen. Es braucht mehr Klarheit über das heutige Selbstverständnis von Jazz einerseits sowie über die Wahrnehmung von Jazz aus Sicht der Jazzaudienz andererseits. Die Vermittlung von Jazz nimmt in diesem Zusammenhang eine ebenfalls ganz wichtige Rolle ein.

Diese Promotionsstudie zum Kulturgut Jazz beleuchtet verschiedene Aspekte aus der Perspektive der Jazzliebhaberinnen und -liebhaber. Es ist ein kleiner Transparenzmeilenstein, der neue Sichtweisen und Wahrnehmungen hervorbringt, und zwar von denen, an die sich Jazz richtet. Aktuelle Hürden können nur überwunden werden, wenn die gegenwärtige Situation ernst genommen wird und die Bereitschaft da ist, diese in all ihrer Komplexität verstehen zu wollen. So wünsche ich mir, dass diese Studie Diskussionen auslösen wird, die den Dialog zwischen Musikern, Jazzliebhaber aber auch am Verkauf beteiligten fördert. Es handelt sich hierbei um einen kleinen Beitrag, der weitere jazzkulturfördernde Initiativen bedingt, darunter auch weitere Studien, die Jazz aus den verschiedensten Facetten genauer unter die Lupe nehmen.

Robert H. Wegener - Genf, Juli 2006

1. DANK

Nach mehrfachen, leider nicht erfolgreichen Versuchen, Gelder für die Studie zu mobilisieren, habe ich mich kurzerhand entschieden, diese Befragung in meiner Freizeit zu realisieren. Aus diesem Grund möchte ich ganz speziell den freiwilligen Helfern danken, ohne deren Einsatz die Durchführung der Studie nicht möglich gewesen wäre. Als erstes danke ich meiner Freundin Judit Petor, die mit großer Begeisterung und viel Charme einige Hundert Festivalbesucher in Willisau und Lausanne zur Teilnahme an der Befragung gewinnen konnte. Sie war es auch, die rund 600 Fragebogen mit viel Geduld und Professionalität in digitaler Form am PC erfasst hat. Dann möchte ich auch Adama Chao für seine wertvolle Hilfe bei der Befragung in Lausanne danken. Mein Dank gilt auch meinen Arbeitskollegen vom **Forschungsinstitut ERASM**, die mir bei der Überarbeitung des Fragebogens, der statistischen Auswertung der Daten sowie auch bei der Relektüre des vorliegenden Berichts kompetent und hilfsbereit zur Seite standen. Dann danke ich auch dem **Jazzvertrieb Plainisphere** für die Unterstützung hinsichtlich der Organisation der notwendigen Infrastruktur zur Durchführung der Befragung (Tisch, Bänke, Sonnenschirme, Lampen etc.) sowie die für den Wettbewerb zur Verfügung gestellten CDs. Zuletzt gilt mein Dank auch den Festivalorganisatoren Niklaus Troxler vom **Jazzfestival Willisau** sowie Francine und Serge Wintsch vom **Jazzonze+ Festival** in Lausanne für ihre Offenheit gegenüber der Durchführung dieser Studie.

2. METHODIK

Insgesamt wurden mittels Fragebogen (vgl. Anhang) 612 Personen an den Jazzfestivals Willisau und Jazzonze+ in Lausanne befragt. Folgende Dimensionen wurden mittels des Fragebogens erfasst:

- Stellenwert und Beziehung zu Jazz,
- Charakterisierung der heutigen Jazzmusik,
- Hör- und Informationsverhalten,
- Jazzvorlieben (Stilrichtungen, Musiker und Bands),
- Kaufverhalten (Häufigkeiten und Kauforte),
- Beurteilung von Kaufmöglichkeiten, Zugangsbarrieren und Förderungsmassnahmen,
- Jazzsozialisation, weitere Interessensgebiete und bevorzugte Musikrichtungen,
- Soziodemographische Angaben.

Für den vorliegenden Bericht wurden lediglich die Personen mit Hauptwohnsitz in der Schweiz ausgewertet, was einem Total von 554 Befragten entspricht. Die Festivalbesucher konnten die Fragebogen selbst ausfüllen, hatten jedoch bei Fragen und Unklarheiten die Möglichkeit, Hilfspersonen zu konsultieren. Die Erhebungen in Willisau und Lausanne fanden während den folgenden Tagen statt:

- Willisau Jazzfestival: 01. - 04. September 2005,
- Onze+ Festival: 27. - 28. Oktober 2005.

Zur Erhöhung der Teilnehmerquote wurden in Willisau jeden Abend insgesamt drei CDs verlost. Diese wurden freundlicherweise vom Jazzvertrieb Plainisphere zur Verfügung gestellt.

Die erhobenen Daten wurden in einer Exceldatei erfasst, codiert und mit dem Statistikprogramm SPSS ausgewertet.

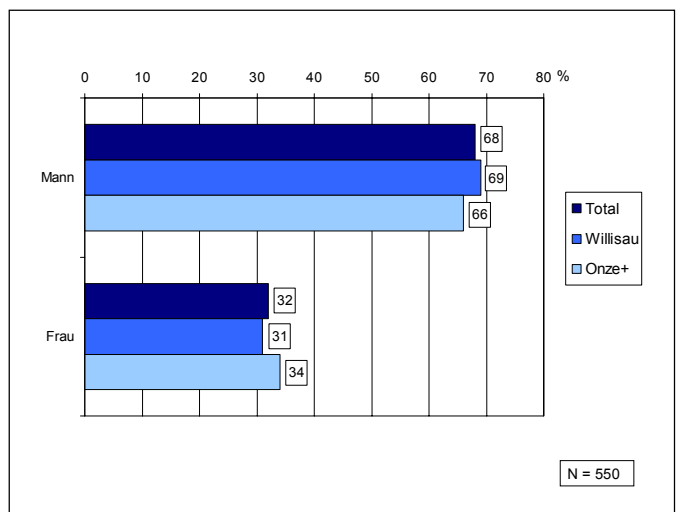
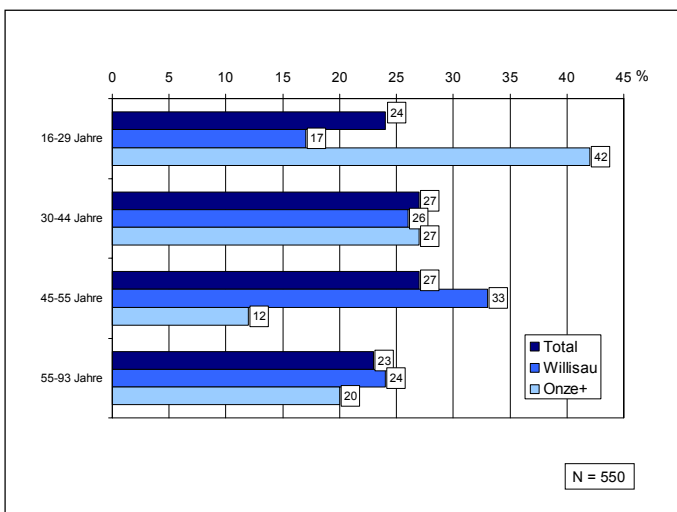
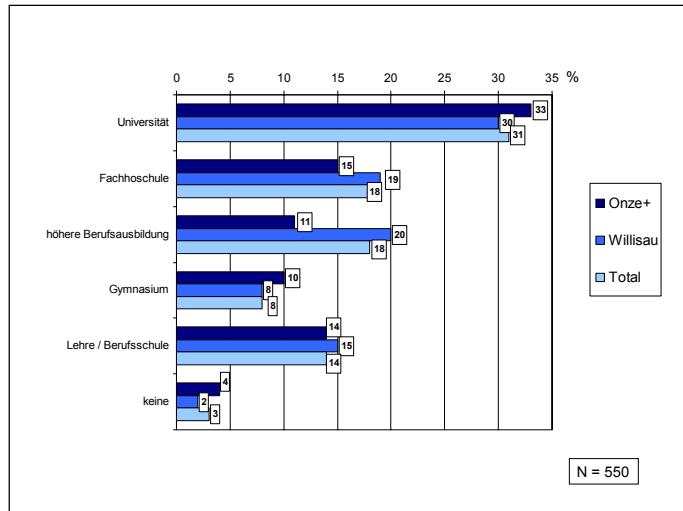
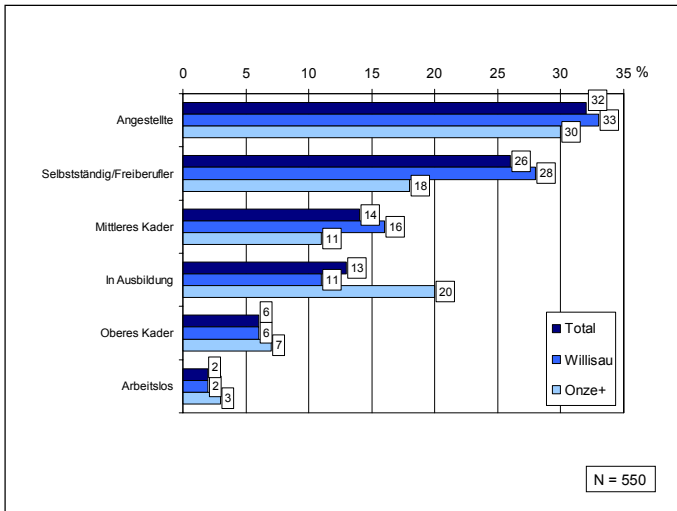
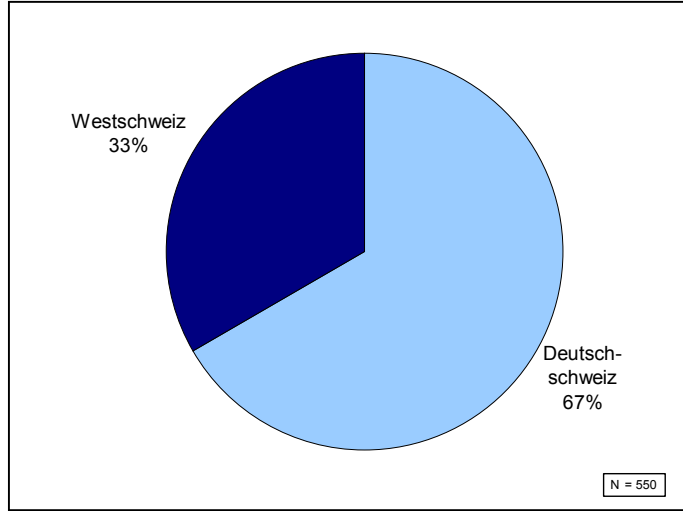
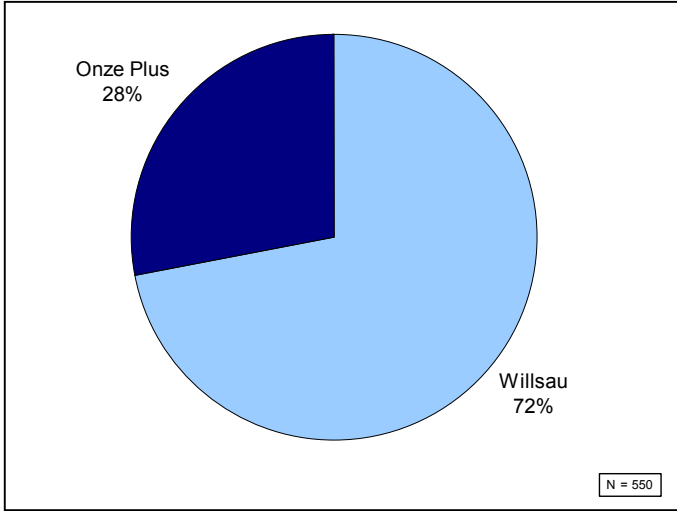
3. STICHPROBE

Insgesamt wurden an den Jazzfestivals Willisau und Jazzonze+ 554 Personen mit Hauptwohntort in der Schweiz befragt. Da es in der Schweiz keine ausführlichen und repräsentativen Statistiken gibt zu den Jazzhörerinnen und -hörer, war es nicht möglich, den erhobenen Datensatz zu gewichten, um für die Schweiz repräsentative Daten zu erhalten. Das hat zur Folge, dass es sich um eine explorierende Studie handelt, die es zwar erlaubt grob Meinungs- und Einstellungstendenzen, sowie Vorlieben und Wünsche der Festivalbesucher darzustellen, jedoch nur bedingt Rückschlüsse auf Jazzhörerinnen und -hörer der gesamten Schweiz zu machen.

Von den insgesamt 554 befragten Personen...

- sind 32% Frauen und 68% Männer,
- wurden 72% am Jazzfestival Willisau und 28% am Jazzfestival Onze+ befragt,
- sind 66% deutsch- und 33% französischsprachige Schweizer,
- sind je ein Viertel 16-29 Jahre, 30-44 Jahre, 45-54 Jahre und 55 bis 94 Jahre alt,
- haben 14% die obligatorische Schule, 8% das Gymnasium, 18% eine höhere Berufsausbildung/Fachschule, 18% eine Fachhochschule und 31 % eine universitäre Ausbildung zuletzt abgeschlossen,
- sind 18% im Haushalt tätig, 4% in Ausbildung, 32% angestellt, 26% selbstständig erwerbend oder freiberuflich, 14% im mittleren Kader, 6% im oberen Kader und 2% arbeitslos.

Außer gewissen Altersdifferenzen unterscheiden sich die Jazzliebhaber der beiden Festivals nicht merklich voneinander. So sind die befragten Besucher des Jazzfestivals Willisau im Durchschnitt älter als die Jazzonze+ Besucher. Vor allem die Alterskategorie der 16- bis 29-Jährigen ist deutlich stärker in Lausanne vertreten und jene der 45- bis 55-Jährigen deutlich häufiger in Willisau. Dies hat mit größter Wahrscheinlichkeit damit zu tun, dass das Willisau Festival schon länger existiert und dadurch ein tendenziell älteres Publikum anzieht, das schon seit vielen Jahren das Festival besucht, und nicht damit, dass es weniger junge Deutschschweizer und umgekehrt weniger ältere Westschweizer Jazzliebhaber gibt. Wir haben bewusst darauf verzichtet, die Altersunterschiede durch eine Gewichtung der Daten auszugleichen, was jedoch zur Konsequenz hat, dass nicht ohne weiteres auf Unterschiede der beiden Sprachregionen eingegangen werden kann, da Alterseinflüsse einen solchen direkten Vergleich verzerren würden. Im Folgenden noch einmal im Überblick die soziodemographische Zusammensetzung der Befragten.



4. ZUSAMMENFASSUNG DER WICHTIGSTEN RESULTATE

Im Rahmen der Jazzstudie 06' wurde eine Fülle von Informationen über die Jazzliebhaberinnen und Jazzliebhaber der Festivals in Willisau und Onze+ erhoben. Im vorliegenden Kapitel werden die wichtigsten Ergebnisse zusammengefasst.

Gemischte Gefühle Jazz gegenüber

Ein erstes, eindeutiges Ergebnis der Studie bezieht sich auf die *Wahrnehmung der aktuellen Jazzwelt*. Über 80% der Befragten gaben an, dass sich der heutige Jazz durch seine *Gefühlsfülle*, seine *Innovations-* und *Befreiungskraft*¹ qualifiziert. Im richtigen Maß *authentisch*, *cool*, *modern* und *intellektuell* ist Jazz immerhin noch für die Hälfte aller Befragten. Etwas weniger geben an, Jazz sei im richtigen Ausmaß *erotisch*. Diese positive Wahrnehmung darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Hälfte der Besucher Jazz als *zu intellektuell*, respektive *zu elitär* empfindet. Eine Kritik, die möglicherweise damit zusammenhängt, dass der Weg zum Jazzmusiker immer akademischer geworden ist und technische Fertigkeiten und Perfektion zu Lasten von Originalität und Einzigartigkeit immer wichtiger werden. Dass Jazz in dieser „explosiven“ Mischung fast der Hälfte der Befragten Zugangsschwierigkeiten bereitet, scheint nachvollziehbar. Bei genauerem Hinschauen stellen wir fest, dass sich Jazzneulinge², junge Jazzliebhaber sowie Frauen im Unterschied schwerer tun als sehr „jazzophile“ Personen. Dies ist insofern verständlich, als dass anspruchsvoller Jazz für gewisse Menschen erst nach einer gewissen Zeit zur Liebhaberei wird, da verbunden mit einem intensiven Auseinandersetzungsprozess. Grundsätzlich nachdenklich stimmt jedoch, dass ein Grossteil der grenzenlosen Jazzliebhaber (41%) und Männer (40%) Jazz als zu elitär aber teils auch als zu intellektuell beurteilen.

Diese Resultate zeigen, dass es neben positiven Seiten des heutigen Jazz auch ernst zu nehmende Zugangsschwierigkeiten gibt, und die problematische Entwicklung der Jazzmusik selbst in Richtung zu starkem Intellektualismus, Elitarismus und Überentwicklungen mitunter auf die „Akademisierung“ des Jazz zurückzuführen ist. Es ist aber auch eine Tatsache, dass Jazz aufgrund seiner musikalischen Fülle Menschen mit verschiedenen Hintergründen neugierig macht und es wäre widersinnig davon auszugehen, dass Jazzliebhaber alle Jazzentwicklungen begrüßen.

¹ Dieser Themenblock wurde nur von den Besuchern des Jazzonze+ Festival in Lausanne eingesetzt.

² Diese und weitere Gruppen von Jazzliebhabern werden im Kapitel 5.1 genauer definiert.

Einzigartige Vielfalt der beliebtesten Musiker und Bands

Im Anschluss an diese unterschiedliche Wahrnehmung von Jazz haben folgende Resultate für eine große Überraschung gesorgt. Bei der Frage nämlich nach den *drei beliebtesten Jazzmusiker und Jazzbands* haben die 554 befragten Festivalbesucher insgesamt mehr als 400 verschiedene Musiker und Bands erwähnt. Dies weist in beeindruckender Weise auf eine außergewöhnliche Vielfalt der Vorlieben hin, die mit großer Wahrscheinlichkeit jene vieler, wenn nicht aller Musikrichtungen übertrifft. Insgesamt erhielten nur 19 Musiker mindestens 10 Stimmen. Auf den ersten fünf Plätzen sind Miles Davis (22%), John Coltrane (14%), Charlie Mingus (5%), Thelonious Monk (4%) und Charlie Parker (3%). Dass Miles Davis trotz der erwähnten Vielfalt so viele Stimmen erhalten hat, ist ein Zeichen dafür, dass er wie kein anderer verschiedenste Stilrichtungen maßgebend beeinflusst und teils begründet hat. Im Zusammenhang mit dieser Frage wurden auch die *Lieblingsstile der Befragten*³ erfasst. Die gefundenen Resultate haben bei diesem modernen Publikum wenige Überraschungen gebracht. So besetzen *Modal, Free Jazz, Bebop* und *Fusion* die ersten vier Plätze. Modal beispielsweise bevorzugen die grenzenlosen Jazzliebhaber sogar weit über dem Durchschnitt. Der auf Platz vier positionierte Fusion-Stil wird von den grenzenlosen Jazzliebhabern durch Hard Bob ersetzt. Bei den bescheidenen Jazzliebhabern sind die Prioritäten anders gesetzt, überraschen aber ebenfalls wenig. Am beliebtesten sind hier Blues, ebenfalls Modal und Free Jazz sowie auf Platz vier und fünf Jazzfunk und Acid Jazz. Bei Frauen Blues und Hot Jazz umso beliebter.

Internet, ein immer häufiger verwendeter Kaufkanal

Was die *Hör- und Kaufgewohnheiten* angeht, so wurde wenig Überraschendes gefunden, denn die CD bleibt nach wie vor das *häufigst verwendete Medium* (73%). Radio und Live-Konzerte werden bedeutend seltener angegeben (je ca. 30%). *Höchste Jazzgenüsse* erlauben dagegen eindeutig Live-Auftritte (50%).

An *Jazzkonzerte* gehen in der Schweiz hauptsächlich Jazzkenner und grenzenlose Jazzliebhaber, denn diese geben doppelt so häufig wie der Durchschnitt (30%) an, mehr als 10-mal pro Jahr an Jazzkonzerte zu gehen, was sich Männer ebenfalls häufiger gönnen als Frauen (34% vs. 21%). Jazzliebhaber und Jazzneulinge gehen dagegen häufiger nur ein- bis zweimal pro Jahr an Konzerte (ca. 50% vs. 25% \emptyset). Die restlichen 40% der Festivalbesucher besuchen Jazzkonzerte innerhalb der Schweiz zwischen 3- und 10-mal.

Bezüglich des *Kaufverhaltens* fällt auf, dass gewisse Gruppen bedeutend häufiger und tendenziell mehr CDs kaufen als andere. 5% aller Befragten kaufen wöchentlich Jazz ein, worunter besonders häufig die grenzenlosen Jazzliebhaber sind (14%). Monatlich gönnen sich

³ Vgl. Fragebogen im Anhang bezüglich der Definition der Stilrichtungen, respektive der in Verbindung angegebenen Jazzmusiker.

ein Drittel der Befragten CDs, darunter ebenfalls besonders häufig grenzenlose Jazzliebhaber (49%). 40% kauft noch mehrmals jährlich CDs. Ein Fünftel tut dies noch seltener, wobei Frauen und vor allem bescheidene Jazzliebhaber sehr häufig in dieser Kategorie vertreten sind (34%, 45%). Das bedeutet, umso „jazzophiler“ das Publikum, desto häufiger wird Jazzmusik gekauft. Ein ähnliches Bild erhalten neben der Häufigkeit auch bezüglich der Anzahl gekaufter CDs. So haben im letzten Monat knapp 50% der Festivalbesucher zwischen einer und fünf CDs gekauft, dagegen verzichteten 35% vollkommen auf den Kauf. Unter den letzten finden wir vorwiegend bescheidene Jazzliebhaber, Jazzneulinge, junge Personen zwischen 16 und 29 Jahren sowie Frauen und bedeutend seltener Jazzkenner und über 54-Jährige. Kaufintensivere Gruppen sind somit Jazzkenner, grenzenlose und passionierte Jazzliebhaber sowie Männer und ältere Personen über 54 Jahre. Weniger kauffreudig sind dagegen Frauen, bescheidene Jazzliebhaber, Jazzneulinge und in gewisser Weise auch junge Jazzliebhaber. Dies hat, wie wir später noch sehen werden, ein Stückweit damit zu tun, dass für einige dieser Gruppen das aktuelle Jazzangebot überfordert.

Eine wichtige Frage gilt den *Kaufkanälen*. Bezüglich der Frage *wo überall eingekauft* wird stehen Jazzläden und spezialisierte Musikgeschäfte an erster Stelle, denn je 40% aller Befragten geben an, dort einzukaufen. Internet wird insgesamt von 20% angegeben. Discounter mit Musikabteilungen (12%) und Secondhand Shops (16%) werden allgemein weniger genannt, doch sind sie wegen den tieferen Preisen besonders für die jungen Personen interessant (20%, 26%). Am *häufigsten kaufen* die Befragten in großen, spezialisierten Musikgeschäften (25%) und Jazzläden (19%) ein. Internet wird immerhin noch von 11% als am häufigsten benutzten Verkaufskanal angegeben, was auf einen wichtigen Trend hinweist. Wir werden später noch sehen, dass das Internet aus verschiedenen Gründen immer häufiger genutzt wird, nicht zuletzt auch als Informationsquelle.

Desorientierung im breiten Jazzangebot

Im Folgenden befassen wir uns näher mit der *Wahrnehmung der aktuellen Verkaufssituation*, respektive mit Kaufhürden sowie Wünschen der Festivalbesucher. So haben beispielsweise 70% aller Befragten angegeben, dass es bedauernd sei, dass immer weniger auf Jazz spezialisierte Musikläden existieren. Darunter sind ganz besonders viele grenzenlose Jazzliebhaber (84%). Die rund 30 Franken für eine Jazz-CD sind für 55% aller Befragten und verständlicherweise hauptsächlich für Arbeitslose und junge Menschen (je ca. 70%) relativ viel Geld. 30% geben in diesem Zusammenhang an, CDs dort zu kaufen, wo sie am günstigsten sind. Erneut ist dieser Prozentsatz bei den Jungen und Arbeitslosen besonders hoch (44%, 50%). Eine weitere potentielle Kaufhürde ist die selten gewordene, professionelle Musikberatung. Knapp die Hälfte aller Befragten bemängelt die und beinahe 60% der

grenzenlosen Jazzliebhaber. Zudem geben viele der Festivalbesucher an (41%), Mühe zu haben gewisse Jazz-CDs zu finden, was ganz besonders häufig von grenzenlosen und jungen Jazzliebhaber zwischen 16 und 29 Jahren beanstandet wird (je ca. 50%). So erstaunt es auch nicht, dass 21% das Internet als Informationsmittel nutzen und anschließend die CDs im Musikgeschäft kaufen.

Weitere Fragen haben eine gewisse *Desorientierung im aktuellen Jazzangebot* hervorgebracht. Rund ein Drittel der Jazzliebhaber gibt nämlich an, Mühe zu haben, eine Jazz-CD zu kaufen, weil die große Auswahl an Musik sie schlicht überfordert. Ein besonders häufiges Problem bei den bescheidenen Jazzliebhabern und Jazzneulingen (je 53%). Dass immerhin 15% der Jazzkenner und ein Viertel der passionierten Jazzliebhaber ähnlich Probleme haben, stimmt nachdenklich. Offen steht, ob dieses Problem auf schlechte Musikberatung oder aber die fehlende Originalität und Attraktivität des aktuellen Angebots zurückzuführen ist. Wie dem auch sei, ein Drittel der Festivalbesucher wünscht sich Hilfsmittel, um Jazz besser verstehen und kennen zu lernen. Besonders häufig bekunden diesen Wunsch bescheidene Jazzliebhaber (44%), Jazzneulinge (57%), Frauen (40% vs. 27% Männer) sowie junge Personen (43%). Aber auch die grenzenlosen und die passionierten Jazzliebhaber melden solche Wünsche an (17%, 25%). Inwieweit dieser Wunsch mit dem bereits erwähnten Intellektualismus und der Überentwicklung von Jazz zusammenhängt kann nicht klar gesagt werden. Eine genauere Analyse des Jazzangebots, dessen Vertrieb, Verkauf und Präsentation könnte mit Sicherheit eine Basis für weitere verkaufsunterstützende Maßnahmen schaffen und kluge Orientierungsmöglichkeiten sowie praktische Hilfsmittel aufzeigen, um der existierenden Jazzvielfalt und dem Musikangebot mehr Rechnung zu tragen.

Wir haben in diesem Zusammenhang nach *weiteren möglichen Maßnahmen* gefragt, um die aktuelle Situation zu verbessern. In diesem Kontext gaben knapp 40% der Befragten an, dass sie mehr Jazz-CDs kaufen würden, wenn das Musikangebot des angebotsreichen Schweizer Jazzvertriebs Plainisphere auf Internet abrufbar wäre. Knapp 30% haben zudem angegeben, dass sie mehr CDs kaufen würden, wäre es einfacher gewisse Alben zu finden. Noch rund ein Viertel ist der Meinung, sie würden mehr Jazz kaufen, wäre das Verkaufspersonal kompetenter. Darunter sind v.a. junge Jazzliebhaber (39%) und Jazzneulinge (33%). Über 55 Jährige und grenzenlose Jazzliebhaber sind dagegen weniger an solchen Maßnahmen interessiert.

Wir können festhalten, dass Jazz ein gewisses Vermittlungsproblem hat. Aber erneut wäre es auch wichtig zu überprüfen, inwiefern das aktuelle Angebot die Bedürfnisse und Interessen der Jazzliebhaber abdeckt und wie sich erklären lässt, dass trotz quantitativem Zuwachs der Jazzneuheiten das Kaufinteresse sinkt. Zuletzt gaben rund drei Viertel der Befragten an, dass Jazz bedeutend mehr am Radio gespielt werden sollte.

Internet, eine Chance für Jazz...

Ein Fragenblock hat sich rund um das *Internet* gedreht. Ein möglicherweise lange unterschätzter, alternativer Verkaufskanal, der es ermöglicht, auch in Zeiten von Discountern und wenig qualifiziertem Verkaufspersonal Jazzliebhaber mit verschiedenster Jazzmusik zu versorgen. Bereits 40% aller Befragten haben schon Jazz übers Internet gekauft. Besonders häufig sind dies grenzenlose Jazzliebhaber (60%), Jazzkenner (53%) und Männer (49%). Frauen (23%), bescheidene Jazzliebhaber (25%) und Personen über 55 Jahre (26%) haben dies bedeutend seltener getan. Ein weiterer Punkt, der klar fürs Internet spricht, ist dass knapp 30 Prozent aller Befragten angeben, in Zukunft noch mehr Jazz über Internet zu kaufen. Dieses Ergebnis ist umso wichtiger, als dass es überdurchschnittlich häufig kaufsfreudigere Personen sind die dies beabsichtigen, nämlich Jazzkenner und Männer. Die Hauptgründe um das Internet zu benutzen sind die Findbarkeit von Jazzmusik (40%), die angenehme Nutzung (32%) sowie bessere Preise (27%). Die Bequemlichkeit schätzen besonders die arbeitsabsorbierten 30- bis 44-Jährigen (44%). Die grenzenlosen und jungen Jazzliebhaber unterstreichen speziell oft die günstigeren Preise (je ca. 40%), was ebenfalls nicht überrascht.

All diese Resultate machen klar, dass das Internet nicht zu unterschätzende Vorteile bietet und für viele schon lange eine echte Alternative zum herkömmlichen Einkauf von Jazz geworden ist. Es stellt sich die Frage, inwiefern Internet in Zukunft zur Aufrechterhaltung der Diversität des Jazzangebots beitragen kann. Denn die durch Discounter immer stärker verdrängten Jazzläden können diese Aufgabe immer weniger erfüllen.

Jazzsozialisation

In einem letzten Teil der Studie wurde untersucht, wie die Jazzliebhaber in die Welt des *Jazz* *initiiert* wurden. Freunde und eigene Neugier konnten als die beiden zentralen Triebfedern ausgemacht werden (je ca. 40%). Die grenzenlosen und passionierten Jazzliebhaber geben besonders häufig an, dass sie sich durch ihre eigene Neugier in den Jazz „verliebten“, was bedeutend seltener auf die bescheidenen und jungen Jazzliebhaber zutrifft (24%, 29%). Bei diesen Gruppen haben vor allem die Freunde eine speziell wichtige Rolle gespielt (45%). Familienmitglieder (17%), verwandte und bereits gehörte Musikrichtungen (16%) sowie Radio und Medien (14%) wurden bedeutend weniger genannt. Spannend ist zudem zu sehen, dass Frauen viel häufiger als Männer durch ihren Partner eingeführt wurden (24% vs. 3%). Zuguter letzt leisten Musikschulen einen sehr geringen Beitrag zur Jazzsozialisation, denn nur 5% nennt diese Form.

Als *weitere Musikrichtungen* wurden am häufigsten Pop/Rock, Klassik und Weltmusik angegeben. Eindeutig ist, dass je „jazzophiler“ die Befragten, umso größer die Wahrscheinlichkeit, auch regelmäßig klassische Musik zu hören. Das umgekehrte gilt für Pop/Rock. Klar ist aber auch, dass dieses Phänomen auch auf einen Generationeneffekt

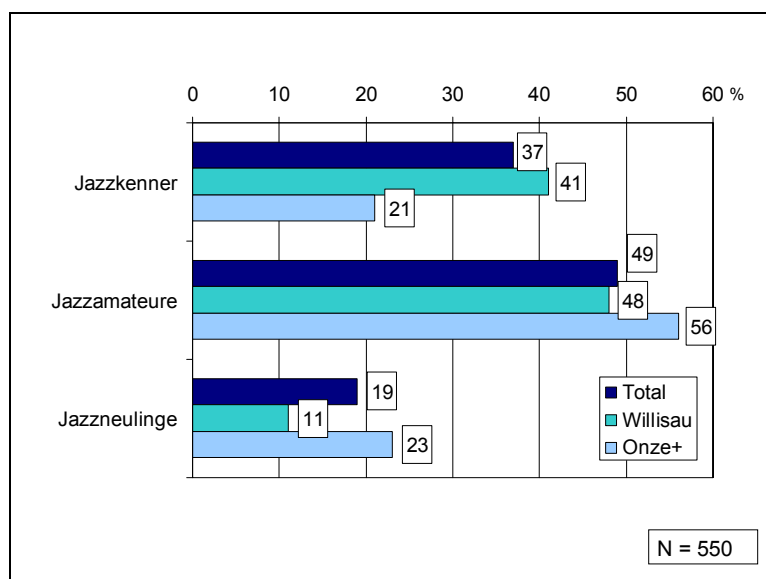
zurückzuführen ist. Zu weiteren Interessensgebieten zählen zudem Literatur (59%), Kunst (52%), Kino (47%), Reisen (42%) und Natur (40%). Hier fällt auf, dass je „jazzophiler“ das Publikum, umso häufiger stehen Literatur und Kunst im Vordergrund. Ausgang und Natur sind dagegen für die bescheidenen Jazzliebhaber umso wichtiger. Zum Abschluss noch ein Wort zu den *wichtigsten Informationsquellen* zu Jazz. An erster Stelle stehen Radio (50%), Freunde (42%), Zeitungen (36%) und Musikläden (33%). Speziell wichtig sind Freunde für die einfachen und bescheidenen Jazzliebhaber (50%), dagegen werden Zeitungen und Radio mehr von den passionierten Jazzliebhabern benutzt und Internet von den grenzenlosen Jazzliebhabern.

5. ERGEBNISSE

Im Folgenden werden globale Häufigkeiten bezüglich den erhaltenen Antworten in Form von Text und Graphik ausführlich dargestellt. Zudem wird ferner untersucht, inwiefern soziodemographische Eigenschaften wie Alter, Geschlecht, Ausbildung und Sprachregion sowie „jazzbiographische“ Elemente, die wir anschließend vorstellen werden, unterschiedliche Einstellungen begründen.

5.1 JAZZBIOGRAPHIEN DER FESTIVALBESUCHER

Um die Meinungen der befragten Jazzliebhaberinnen und -liebhaber⁴ neben den klassischen soziodemographischen Dimensionen wie Alter, Geschlecht und Beruf auf spezifische „Jazz-Merkmale“ zu untersuchen, haben wir die Fragen gestellt, wie lange schon (Jahre) und mit welcher Regelmäßigkeit (Hörfrequenz) Jazz gehört wird. Zudem wurden subjektive Einschätzungen der eigenen Jazzkenntnisse erfasst, sowie der Stellenwert, respektive die Beziehung zu Jazz. Bei all diesen Fragen ist herausgekommen, dass die befragten Festivalbesucher sich in den eigenen Jazzkenntnissen und -erfahrungen grundsätzlich relativ hoch einschätzen. Beinahe 40% aller Befragten bezeichnen sich als Jazzkenner, etwa die Hälfte als Jazzamateure und nur eine kleine Gruppe als vollkommene Jazzneulinge, obschon anzufügen ist, dass es mehr Jazzneulinge (23% vs. 11% Willisau) in Lausanne gab und mehr Jazzkenner in Willisau (41% vs. 21% Onze+).

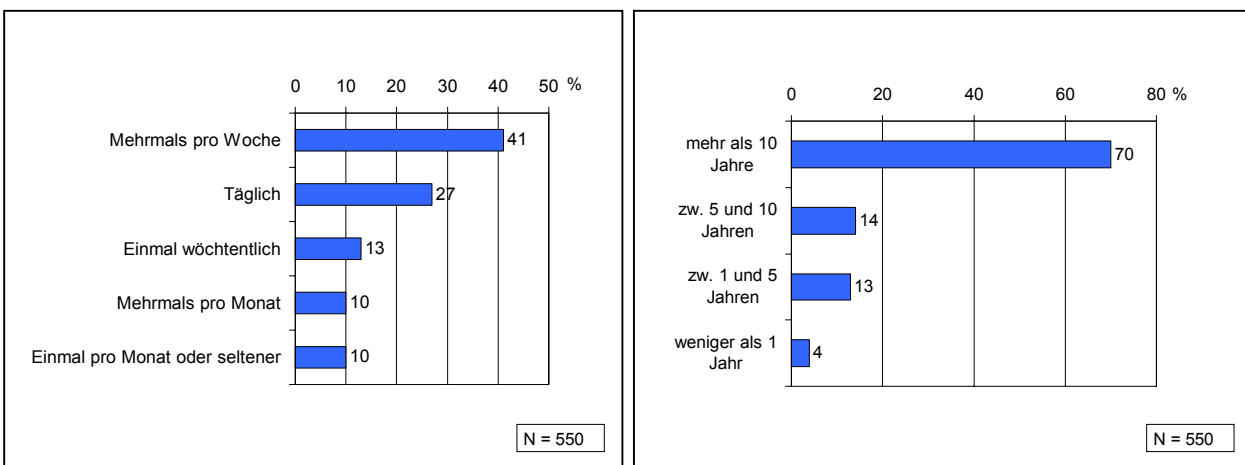


⁴ Aus Gründen der Lesbarkeit wird im folgenden Textverlauf bewusst verzichtet, gleichzeitig weibliche und männliche Formen zu verwenden. Dafür steht die männliche Form für beide Geschlechter.

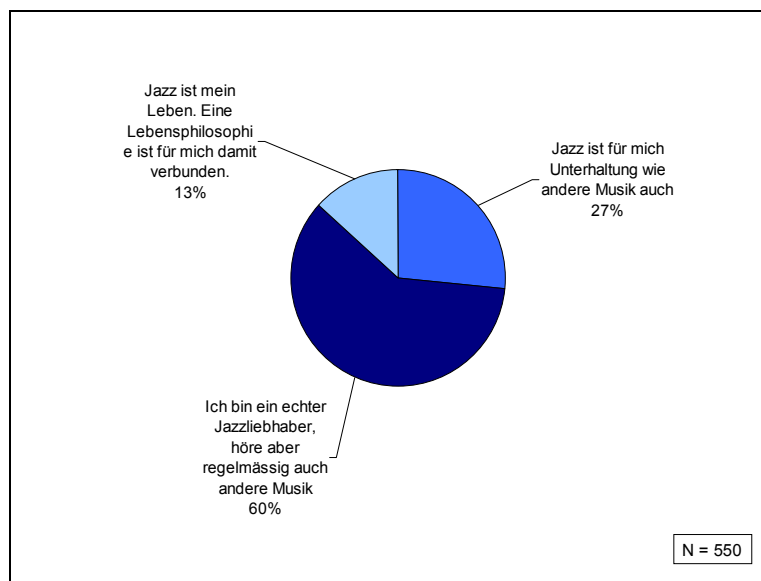
Was die Hörfrequenz betrifft, so hören die Interviewten zu

- 27% täglich,
- 54% mehrmals bis einmal pro Woche,
- 20% mehrmals pro Monat bis seltener.

Rund vier Fünftel aller Befragten hören somit mindestens jede Woche Jazz, was neben der hohen Kenntnisseinschätzung (vgl. oben) auf ein äußerst „jazzophiles“ Publikum hinweist. Etwas im Widerspruch zur hohen Selbsteinschätzung der Jazzkenntnisse der Willisauer Besucher steht die Tatsache, dass bedeutend mehr Onze+ Besucher (34%) täglich Jazz hören (vs. 24% der Willisau Besucher). Bezüglich der Frage, wie lange schon Jazz gehört wird, stellten wir fest, dass ein sehr großer Anteil, nämlich 70% aller Jazzliebhaber, schon länger als seit 10 Jahren Jazz hört und nur etwas mehr als je 20 % zwischen 1 und 10 Jahren. Blutjunge Neulinge, die weniger als seit einem Jahr Jazz hören, sind äußerst selten (4%). Bei dieser Frage sind erneut die Onze+ Besucher weniger unter den „seit mehr als 10 Jahren Jazz“ Hörenden vertreten als die Willisau Besucher (61% vs. 72%).



Neben diesen drei Fragen haben wir nach der Beziehung zu Jazz, respektive dessen Stellenwert gefragt. Für Rund ein Viertel der Befragten ist Jazz Unterhaltung wie andere Musik auch. Die Onze+ Besucher geben dies bedeutend häufiger an (37%) als die Willisau Besucher (22%). Knappe 2/3 gaben an, echte Jazzliebhaber zu sein, aber regelmäßig auch andere Musik zu hören. Hier haben wir prozentual bedeutend mehr der Willisau (63%) als Onze+ Besucher (50%). Für etwas mehr als 10 Prozent war Jazz dann sogar noch bedeutend mehr, nämlich eine Lebensphilosophie die einen ganz zentralen Stellenwert im Leben der Betroffenen einnimmt. Auch diese Resultate weisen erneut auf die Jazzaffinität der 554 Befragten hin.



Um die erhobenen Daten im Folgenden differenziert analysieren zu können, haben wir aus den ersten beiden Fragen bezüglich Hörfrequenz und „Anzahl Jahre seit der Jazz gehört wird“ einen „Jazzliebhaber-Indikator“ gebildet. Dieser umfasst die

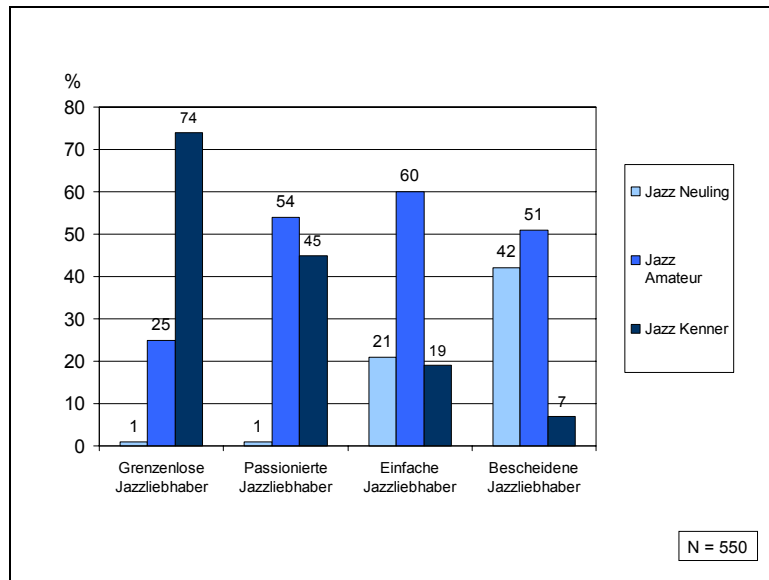
- *Grenzenlosen Jazzliebhaber* (20%),
- *Passionierten Jazzliebhaber* (39%),
- *Einfachen Jazzliebhaber* (24%),
- *Bescheidenen Jazzliebhaber* (17%)⁵.

Die *grenzenlosen Jazzliebhaber* hören täglich Jazz und schon seit mehr als zehn Jahren. Die *passionierten Jazzliebhaber* hören immerhin noch mehrmals bis einmal wöchentlich Jazz und hören Jazz ebenfalls seit über zehn Jahren. Die *einfachen Jazzliebhaber* bezeichnen sich seit einem bis neun Jahren als Jazzliebhaber, hören jedoch von täglich bis maximal mehrmals pro Monat Jazz. Zu guter Letzt die *bescheidenen Jazzliebhaber*, die z.T. schon seit mehr als 10 Jahren Jazz hören, dies aber äußerst selten tun (einmal bis mehrmals im Monat) sowie diejenigen, die sich weniger als seit einem Jahr zu den Jazzliebhabern zählen.

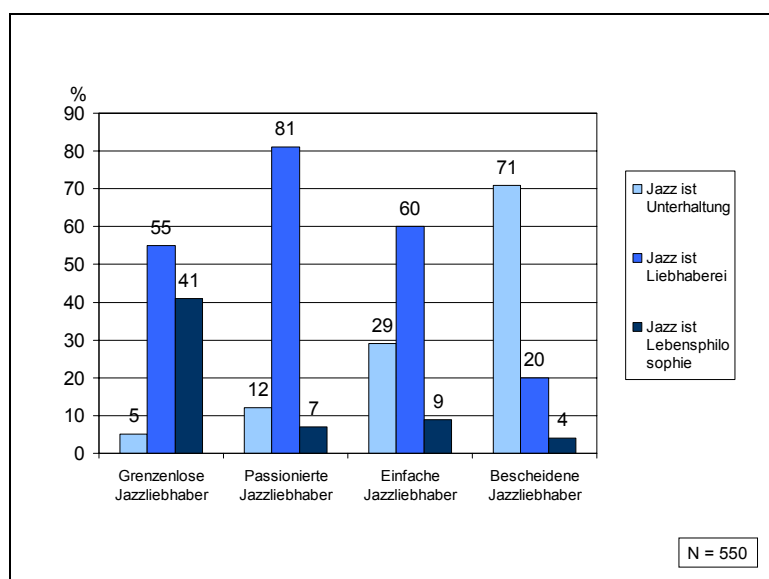
	Jazzliebhaber seit...	Hörfrequenz
Grenzenlose Jazzliebhaber	> 10 Jahre	Täglich
Passionierte Jazzliebhaber	> 10 Jahre	Mehrmals bis einmal wöchentlich
Einfache Jazzliebhaber	1 bis 9 Jahre	Täglich bis mehrmals monatlich
Bescheidene Jazzliebhaber	< 1 bis > 10 Jahre	1mal bis mehrmals monatlich

⁵ Passionierte Jazzliebhaber sind etwas häufiger unter den Willisau Besuchern und einfach Jazzliebhaber etwas öfter unter den Onze+ Besuchern festzustellen.

Ein Test zur Überprüfung der Qualität der gebildeten Gruppen von Jazzliebhabern zeigt ein stimmiges Bild. Die grenzenlosen Jazzliebhaber bezeichnen sich zu 74% als Jazzkenner, die passionierten Jazzliebhaber immerhin noch zu 45%. Am meisten selbsternannte Jazzamateure finden wir unter den einfachen Jazzliebhabern (60%), am meisten Jazzneulinge unter den bescheidenen Jazzliebhabern (42%).



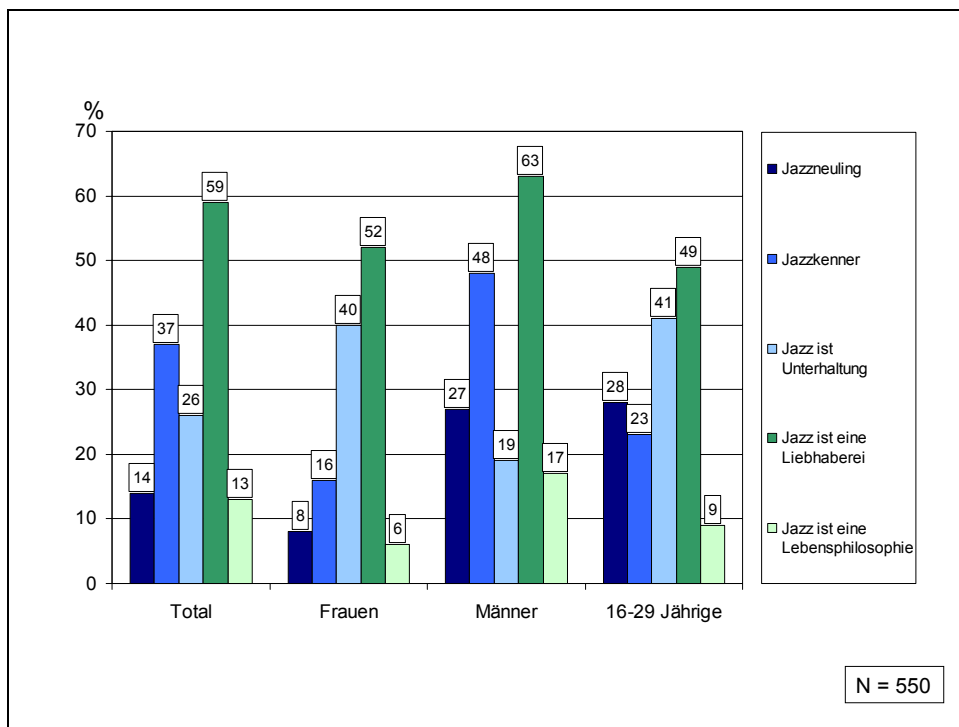
Ein kurzer Blick auf den Stellenwert von Jazz bestätigt unser Bild ebenfalls. Für mehr als 40% aller grenzenlosen Jazzliebhaber ist Jazz eine Lebensphilosophie und für 55% immerhin noch eine Liebhaberei. Für einen Grossteil der passionierten (81%) und einfachen Jazzliebhaber (60%) ist Jazz eine Liebhaberei. Bei den bescheidenen Jazzliebhaber ist Jazz oft nicht mehr als Unterhaltung wie andere Musik auch (71%).



5.1.1 Geschlechts- und alterspezifische Unterschiede

Werfen wir noch einen letzten Blick auf geschlechts- und alterspezifische Unterschiede, so fällt auf, dass Frauen grundsätzlich weniger häufig zu den „hartgesottene[n]“ Jazzfans gehören oder schlicht zurückhaltender sind mit ihrer Selbsteinschätzung. So bezeichnen sich Frauen bedeutend seltener als Männer als Jazzkenner (16% vs. 48% Männer), dafür häufiger als Jazzamateure (58% vs. 44%) und bedeutend häufiger als Jazzneulinge (27% vs. 8%). Dasselbe Bild ergibt sich auch bei der Frage nach dem Stellenwert von Jazz. Für rund 40% aller Frauen ist Jazz Unterhaltung wie andere Musik auch (vs. 19% der Männer) und etwas seltener als bei Männer eine Liebhaberei neben anderen Musikrichtungen (51% vs. 63% Männer). Als Lebensphilosophie wird Jazz in 6% aller Fälle bezeichnet, etwas dass Männer fast dreimal so häufig tun (17%). Diese subjektiven Selbsteinschätzungen und Einstellungen werden durch objektivere Messwerte bekräftigt. Im Vergleich zu Männer sind es weniger Frauen, die seit mehr als 10 Jahren Jazzliebhaber sind (75% vs. 56%).

Bezüglich Alterstrukturen konnten wir feststellen, dass sich junge Jazzliebhaber zwischen 16 und 29 Jahren bedeutend häufiger als Jazzneulinge einstufen (27% vs. 14%⁶) und weniger häufig als Jazzkenner (16% vs. 37%⁶). So ist auch Jazzmusik bedeutend häufiger Unterhaltung wie andere Musik (40% vs. 26%⁶).



⁶ Dieses Zeichen wird im Folgenden als Symbol für „Durchschnitt“ verwendet.

In den folgenden Kapiteln werden wir beschreiben, wie sich die verschiedenen Gruppen von Jazzliebhabern in den diversen Einstellungen unterscheiden. Zugleich werden auch klassische soziodemographische Merkmale wie Alter und Geschlecht analysiert und es wird offen gelegt, wie sich diese auf die gegebenen Antworten auswirken.

5.2 JAZZIMAGE, DIE WAHRNEHMUNG VON JAZZ HEUTE

Immer wieder wird gemunkelt, Jazz sei nur schwer zugänglich, für die einen zu elitär, für die anderen zu intellektuell. Für andere wiederum ist Jazz gar nicht (mehr) fassbar, denn zu verschieden sind die Stile und zu fließend die Grenzen zu anderen Musikrichtungen wie beispielsweise Klassik. Wiederum andere sind ganz froh, dass nicht jedermann einfach so zum Jazzliebhaber wird, und sich durch Neugier und Ausdauer auszeichnen muss, bis er die „Jazzfrüchte“ ernten darf. Schauen wir uns nun an, wie die heutige Jazzszene von den Befragten wahrgenommen wird.

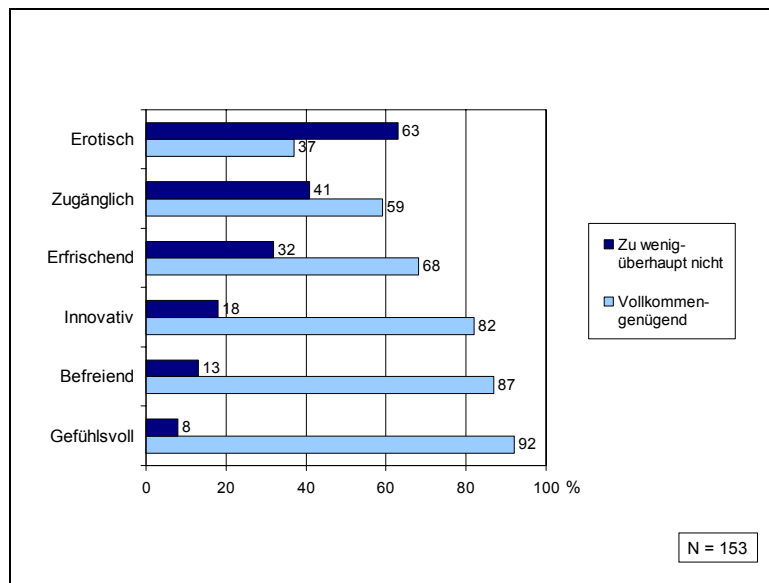
5.2.1 Von Gefühlsfülle zu Innovationskraft bis hin zu Elitismus

Genau aufgrund dieser anscheinenden Unfassbarkeit von Jazz wurde mittels verschiedenen Adjektiven⁷ versucht, die heutige Jazzwelt zu charakterisieren. Konkret haben wir in einem ersten Block danach gefragt, inwiefern die heutige Jazzwelt *befreiend*, *gefühlsvoll*, *erfrischend*, *erotisch*, *zugänglich* und *innovativ* ist. In absoluter Spitzenposition ist die Fülle an *Gefühlen von Jazz*. 92% aller Befragten sind der Ansicht, dass dies vollkommen oder zumindest genügend auf die heutige Jazzwelt zutrifft. Keine signifikanten Unterschiede konnten zwischen den verschiedenen Jazzliebhabergruppen festgestellt werden, was für eine einzigartige Qualität spricht und mit großer Wahrscheinlichkeit auch einen Grossteil der Attraktivität von Jazz ausmacht. Eine weitere Qualität ist die *befreiende Dimension*, die 87% Jazz zusprechen. Auch an *Innovationskraft* fehlt es Jazz nicht, den 82% der Interviewten sind der Meinung, dass auch diese Qualität zentraler Bestandteil dieser Musik ist. *Erfrischend* ist Jazz immerhin noch für knapp 70% der Festivalbesucher, doch trifft dies weniger für bescheidene Jazzliebhaber (44%) und die mindestens 55-Jährigen (55%) zu.

⁷ In einer vorausgehenden E-Mail-Umfrage wurden Adjektive, die die aktuelle Jazzwelt am besten beschreiben, erfragt. Für die Umfrage wurden die am häufigsten vorgeschlagenen Adjektive ausgewählt und den Festivalbesucher zur Beurteilung unterbreitet.

⁸ Dieser Frageblock wurde nur am Festival Jazzonze+ in Lausanne eingesetzt. Deshalb beschränkt sich die Aussagenzahl auf 153 Personen.

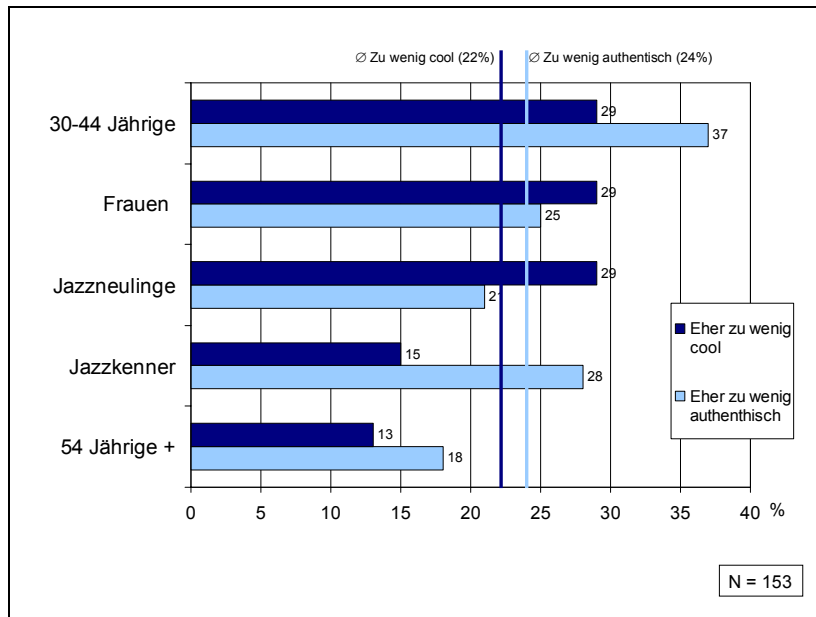
Zugänglich ist Jazz, trotz Gefühlsfülle, Befreiungs- und Innovationskraft noch für 60%. Besonders schwer haben es in diesem Zusammenhang die einfachen Jazzliebhaber, die Jazz noch seltener als zugänglich empfinden (49%). Was die Erotik betrifft, so sieht es etwas weniger abenteuerlich aus, denn nur knapp 37% sind der Ansicht, dass Jazz auch diese Qualität aufweist. Noch bedeutend seltener wird Jazz von den bescheidenen Jazzliebhabern und Jazzneulinge (20%, 26%) in Verbindung mit Erotik gebracht.



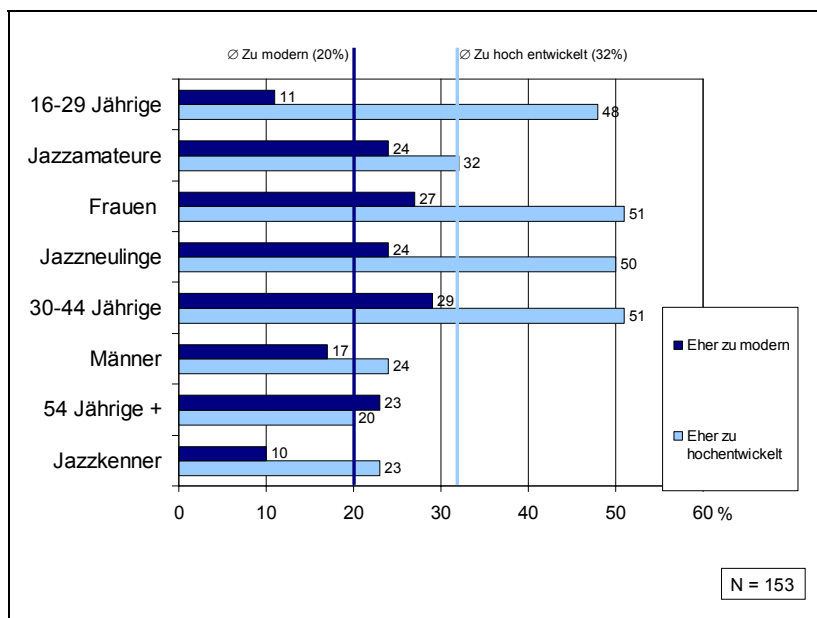
Eine zusätzliche Reihe von Adjektiven haben weitere relevante Resultate zum Vorschein gebracht. Für einen großen Teil der Befragten ist *Jazz in richtigem Masse authentisch* (55%), *cool* (52%), *modern* (je 52%) und *hoch entwickelt* (45%). Bezüglich *intellektuell* und *elitär* sind sich dabei etwas weniger der Befragten einig (40%, 33%).

Die folgenden kritischen Urteile tragen nun zu einer insgesamt weniger positiven Wahrnehmung von Jazz bei und weisen auf eine problematische Entwicklung hin. Denn für knapp die Hälfte der Befragten ist Jazz *zu elitär* (44%), für zwei Fünftel *zu intellektuell* (40%) und für ein Drittel *zu hoch entwickelt* (33%).

Diese globalen Tendenzen müssen nuanciert werden, denn es gibt große Wahrnehmungsunterschiede innerhalb der verschiedenen Gruppen von Jazzliebhabern, sowie dem Geschlecht und Altersklassen. Beginnen wir mit dem Adjektiv *authentisch*, so sehen wir, das häufiger Jazzliebhaber zwischen 30 und 44 Jahren (37% vs. 24% Ø) Jazz als *zu wenig authentisch* empfinden.

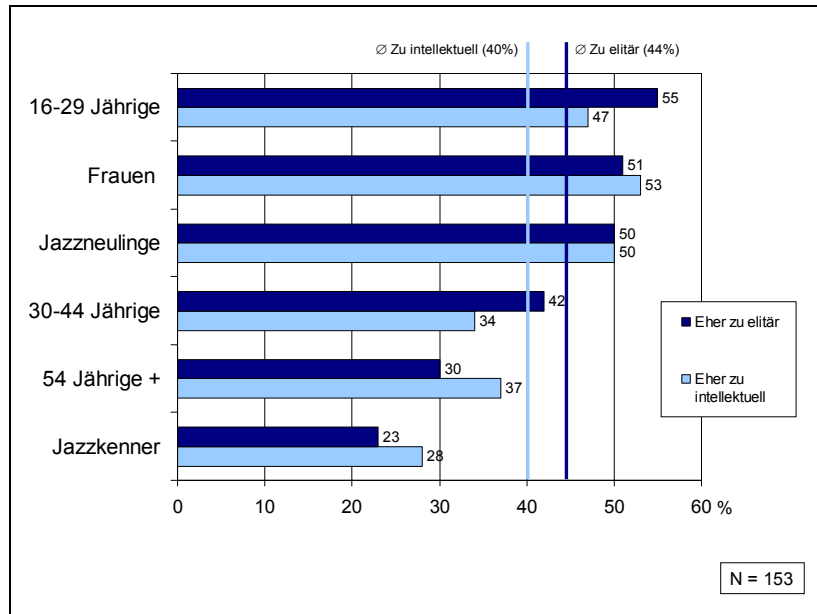


Schauen wir auf die Dimensionen *modern* und *hoch entwickelt*, so sehen wir dass Jazzneulinge (50%), Personen zwischen 16 und 44 Jahren (48%) aber auch Frauen (51% vs. 24% Männer) Jazz überdurchschnittlich häufig *als zu hoch entwickelt* wahrnehmen. Jazzkenner und mindestens 55 Jährige kritisieren das bedeutend seltener (23%, 20%). Bezüglich der Modernität wurden wie bereits bei der „Coolness“ von Jazz keine Unterschiede festgestellt.



Bleiben noch die am häufigsten kritisierten Charakteristika, nämlich Elitismus und Intellektualismus. Der bereits sehr hohe Durchschnittsprozentsatz von 44% der Befragten, die Jazz als zu elitär beurteilen, wird von den jüngsten Jazzliebhabern zwischen 16 und 29 Jahren zu mehr als 10% übertroffen (55%). Jazzkenner und mindestens 55 Jährige sind bedeutend

seltener dieser Ansicht, auch wenn sie mit immerhin noch rund einem Viertel dieser Meinung sind (23%, 30%). Intellektualismus stört vor allem die Frauen und Jazzneulinge (53%, 50% vs. 40%Ø), weniger häufig aber Männer und Jazzkenner (33%, 28%).



5.2.2 Zusammenfassung des Jazzimage

Der Jazz von heute definiert sich ganz stark durch seine Gefühlsbetontheit, Innovations- und Befreiungskraft. Etwas seltener mündet diese anziehende Kombination in erfrischende Dimensionen und selten in Erotik. Authentizität, Coolness, Modernität und Intellekt machen für etwa die Hälfte aller Befragten den heutigen Jazz in richtigem Masse aus. Vor allem die etwas arrogante, elitäre Seite von Jazz macht der Hälfte zu schaffen und wird nur von rund einem Drittel als genau richtig dosiert beurteilt. Des Weiteren stören sich immerhin 40% an zu viel Intellekt und zu „denklastiger“ Musik. So erstaunt es zu guter Letzt auch nicht, dass Jazz in dieser explosiven Mischung rund 40% der Befragten Zugangsschwierigkeiten beschert.

So können wir festhalten, dass Jazz enorm viele Qualitäten aufweist und wahrscheinlich auch deshalb eine gewisse „Distinktheit“ an den Tag legt, die für die einen anziehend wirkt, für die anderen wiederum jedoch Jazz schwierig zugänglich macht. Ob es sich bei diesem Punkt um eine immer da gewesene oder aber neu in Erscheinung getretene Eigenschaft handelt, kann mit anderen Studien besser beantwortet werden. Und ob es sich dabei wirklich um eine immanente Schwäche oder aber eine gesunde Selbstabgrenzung handelt ebenfalls. Wichtig ist hier noch einmal daran zu erinnern, dass ganz besonders häufig Frauen, Jazzneulinge und junge Jazzliebhaber Kritiken angebracht haben, was auf einen relativ klaren Bedarf an Jazzvermittlung hinweist.

Wir werden später noch sehen, dass für verschiedene Jazzhörer das Hauptproblem darin besteht, den Zugang zu Jazz nur schwer zu finden, was darauf schließen lässt, dass Jazz fasziniert und anspricht und durchaus anspruchsvoll ist, aber nach Möglichkeiten gesucht werden könnte, um den Zugang und das kennen lernen von Jazz zu erleichtern. Des Weiteren steht aber nach wie vor offen, inwiefern das aktuelle Angebot den Interessen und Bedürfnissen der Jazzliebhaber grundsätzlich entspricht.

5.3 BELIEBTESTE JAZZRICHTUNGEN

Kommen wir nun zu einer anderen, nicht ganz unumstrittenen Frage⁹, nämlich derjenigen, nach den drei bevorzugten Stilrichtungen¹⁰. Die mit Abstand vier beliebtesten Jazzrichtungen sind Modal¹¹ (42%), Free Jazz¹² (33%), Bebop¹³ (31%) und Fusion¹⁴ (29%). Alle restlichen Richtungen haben weniger als 20 Prozent der Stimmen erhalten. Spannend ist nun zu sehen, wie sich die verschiedenen Gruppen von Jazzliebhabern in ihren persönlichen Vorlieben unterscheiden und wie sich Alters- und Geschlechtsunterschiede auf dieselben auswirken.

⁹ Wir waren vor der Befragung nicht sicher, ob es Sinn macht, Jazz in Kategorien einzuteilen. Einerseits weil dies vielen grundsätzlich als fragwürdig erscheint, andererseits weil wir befürchteten, dass es für viele zu schwierig ist, sich unter den Kategorien etwas Konkretes vorstellen zu können. Aus diesem Grund haben wir jeweils einige „repräsentative“ Musiker den Kategorien angefügt. Auch wenn insgesamt 30% der Befragten nicht antworteten, so spricht jedoch die Tatsache, dass dies bedeutend seltener grenzenlose Jazzliebhaber (16%) und bedeutend häufiger bescheidene Jazzliebhaber (70%) waren dafür, dass die Kategorien grundsätzlich akzeptiert und verstanden wurden. Wenn dies nicht der Fall war, wurde nicht geantwortet, was ganz in unserem Sinne war.

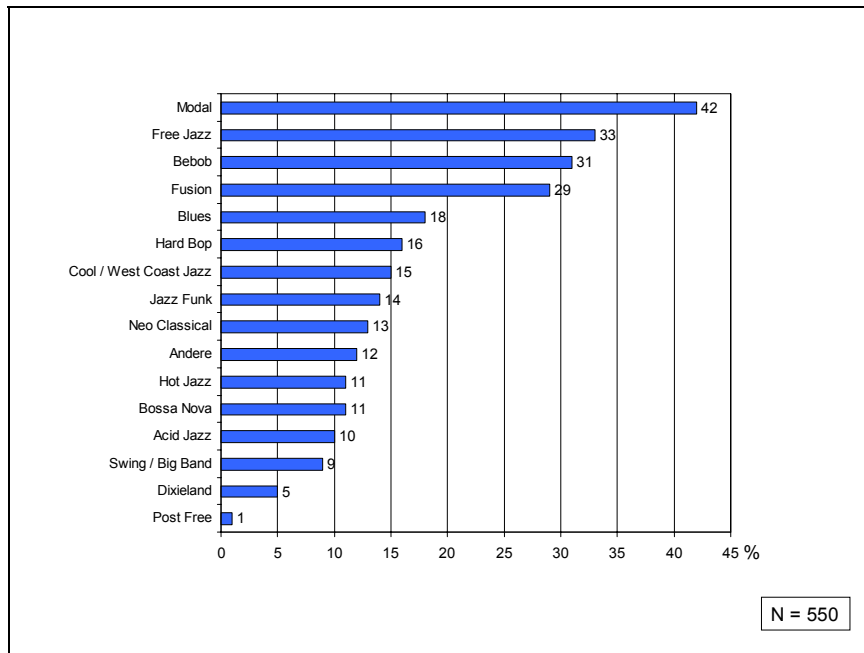
¹⁰ vgl. Fragebogen im Anhang bezüglich Definition der Stilrichtungen, respektive der in Verbindung angegebenen Jazzmusiker.

¹¹ Als Beispiele dafür haben wir Miles Davis, John Coltrane, Bill Evans und Mc Coy Tyner angegeben

¹² Als Beispiele dafür haben wir John Coltrane, Cecil Taylor und Sunny Murray angegeben.

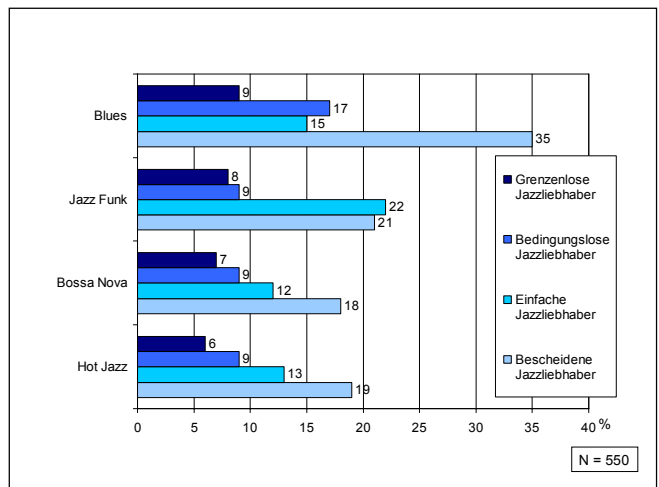
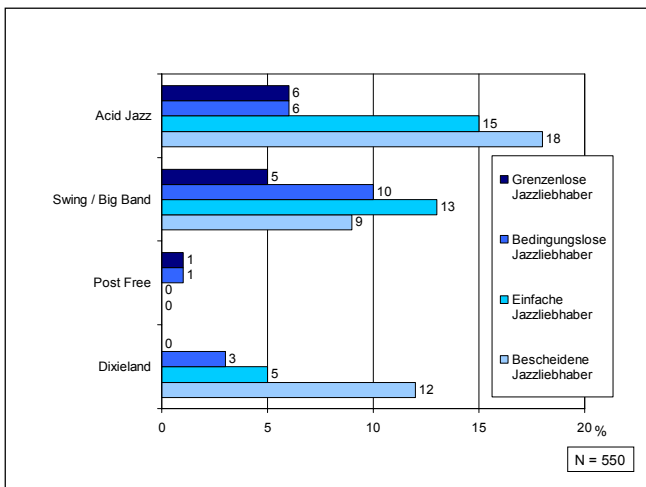
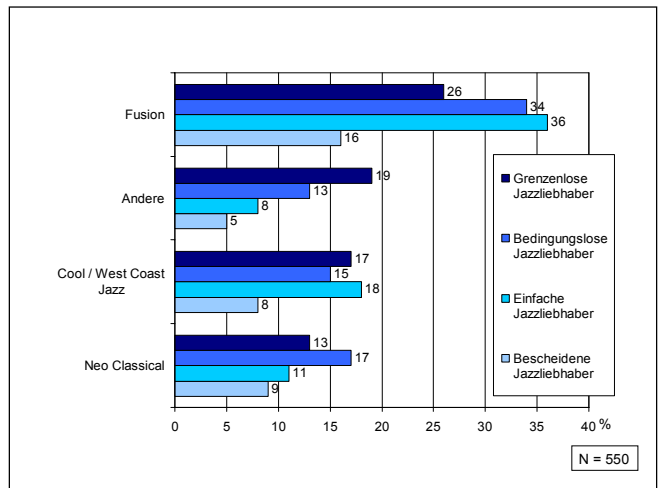
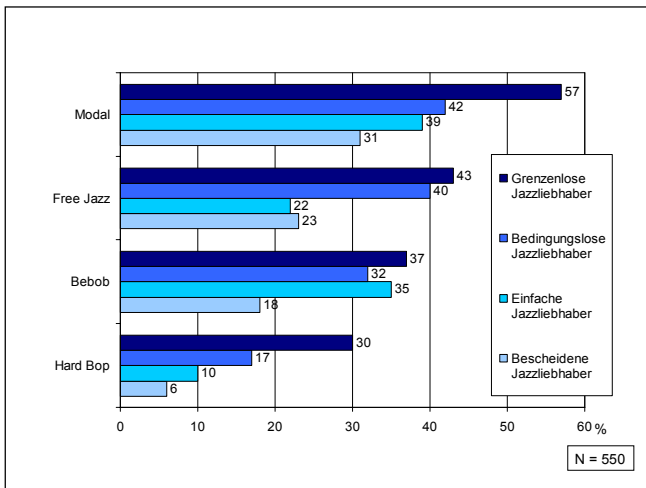
¹³ Als Beispiele dafür haben wir Charlie Parker, Thelonious Monk, Dizzy Gillespie, Dexter Gordon und Bud Powell angegeben.

¹⁴ Als Beispiele dafür haben wir Miles Davis, Weather Report und Chick Corea angegeben.



5.3.1 Präferenzen der verschiedenen Jazzliebhabergruppen

Die meisten Unterschiede gibt es zwischen den Lieblingsstilen der grenzenlosen und den bescheidenen Jazzliebhabern. Für die *grenzenlosen Jazzliebhaber* ist Modal mit 57% weit über dem Durchschnitt (42% vs. bescheidene Jazzliebhaber 29%) der beliebteste Jazzstil, gefolgt von Free Jazz (43% vs. einfache/bescheidene Jazzliebhaber 22%), Bebop (37% vs. 17% bescheidene Jazzliebhaber) und Hard Bob (30% vs. 16% vs. bescheidene Jazzliebhaber 6%). Bei den *bescheidenen Jazzliebhabern* sieht die Sache etwas anders aus. So sind am beliebtesten Blues (32% vs. 18% \emptyset), Modal (29% vs. 42% \emptyset), Free Jazz (21% vs. 33% \emptyset) und Jazz Funk (20% vs. 14% \emptyset). Auch Acid-Jazz wird von dieser Gruppe überdurchschnittlich häufig angegeben (18%). Abschließend sei darauf verwiesen, dass besonders viele der bescheidenen Jazzliebhaber sich bei dieser Frage nicht festlegen konnten (70%). Hier im Überblick noch einmal die Präferenzen der verschiedenen Gruppen der Jazzliebhaber.



5.3.2 Präferenzen bezüglich Alters- sowie Geschlechtsunterschiede

Die größten Unterschiede hinsichtlich dem Geschlecht finden wir bei Modal Jazz, der bei Frauen weniger beliebt ist (33%) als bei Männern (46%). Dies trifft ebenfalls zu auf Free Jazz (25% Frauen vs. 37% Männer). Umgekehrt mögen Frauen häufiger Blues (25% vs. 15% Männer) sowie Hot Jazz (21% vs. 7% Männer).

Altersunterschiede finden wir bei Modal und Free Jazz, die beide von älteren Personen häufiger bevorzugt werden als von jüngeren Generationen. Dagegen ist Funk Jazz eher etwas für die Jungen zwischen 16 und 29 Jahren (30%) und weniger für Jazzliebhaber über 44 Jahren (7%), was kaum überrascht.

5.4 BELIEBTESTE JAZZMUSIKER UND BANDS

Auf die Frage was den nun konkret die drei beliebtesten Jazzmusiker und Jazzbands seien, sind wir auf eine große Überraschung gestoßen. Die 554 befragten Personen haben insgesamt über 400 Musiker und Bands erwähnt. Das zeugt von einer beeindruckenden Vielfalt an Vorlieben, die mit großer Wahrscheinlichkeit jene vieler, wenn nicht aller anderen Musikrichtungen übertrifft. Insgesamt haben nur 19 Musiker mindestens 10 Stimmen erhalten. Auf den ersten fünf Plätzen sind Miles Davis (22%), John Coltrane (14%), Charlie Mingus (5%), Thelonious Monk (4%) und Charlie Parker (3%). Dass Miles Davis trotz der erwähnten Vielfalt so viele Stimmen erhalten hat, ist ein Zeichen dafür, dass er wie kein anderer verschiedenste Stilrichtungen maßgebend beeinflusst und teils begründet hat.

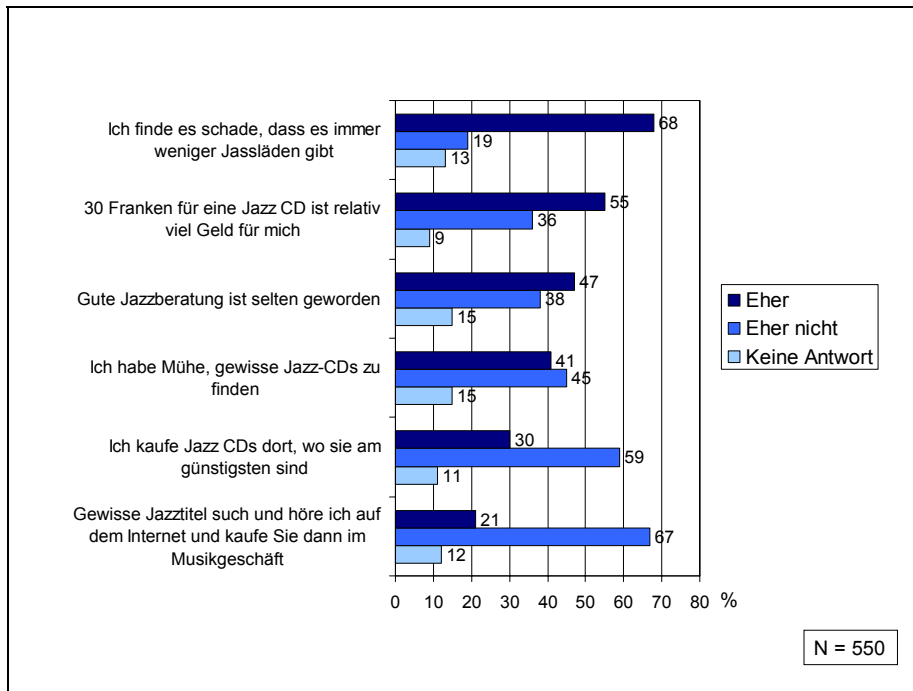
Position	Musiker	Nennungen	Prozente
1	Miles Davis	120	22
2	John Coltrane	75	14
3	Charlie Mingus	26	5
4	Thelonious Monk	20	4
5	Charlie Parker	16	3
6	Joshua Redman	15	3
7	Lucien Dubuis	15	3
8	Herbie Hancock	14	3
9	John Scofield	14	3
10	Stan Getz	13	2
11	Eric Truffaz	12	2
12	John Zorn	12	2
13	Louis Armstrong	12	2
14	Gianluigi Trovesi	11	2
15	Spyro Gyra	11	2
16	Brad Mehldau	10	2
17	Bill Evans	10	2
18	Louis Sclavis	10	2
19	Wayne Shorter	10	2

5.5 JAZZANGEBOT UND KAUFHÜRDEN

Dieses Kapitel setzt sich mit Fragen auseinander, „wo der Schuh klemmt“ und was für die Jazzliebhaber in verschiedener Hinsicht getan werden kann, so dass Jazz mehr Spaß macht und im besten Fall die Kauflust erhöht wird.

5.5.1 Mögliche Kaufhürden

Ein erster Frageblock beschäftigte sich mit Hürden, die dem Kauf von Jazzmusik im Weg stehen. Ein ganz beträchtlicher Prozentsatz der Befragten, nämlich 70% gab an, dass es bedauernd sei, immer weniger spezialisierte Musikläden zu finden. Auch wenn die Frage eine Realität postuliert und wertet, was zugegebener Massen nicht der State-of-the-Art der Fragebogenforschung entspricht, sind die eindeutigen Resultate doch interessant. Ganz enorm hoch ist diese Ansicht bei den grenzenlosen Jazzliebhabern vertreten (84%), was dafür spricht, dass dieser Hypothese etwas Wahres anhaftet. Ebenfalls bedauern dies Männer häufiger als Frauen (74% vs. 51%), sowie auch junge Jazzliebhaber zwischen 16 und 29 Jahren (75%) als Personen über 54 Jahre (59%). Für ebenfalls einen beträchtlichen Prozentsatz (55%) sind 30 Franken für eine CD relativ viel Geld. Verständlicherweise trifft dies in überdurchschnittlichem Ausmaß auf Arbeitslose und junge Menschen zu (je 70%). Bei der Anschlussfrage, ob CDs dort gekauft werden, wo sie am günstigsten sind, wird dasselbe Bild vermittelt. Auch wenn insgesamt nur 30% der Befragten diesem Verhalten zustimmen, so ist der Prozentsatz bei den Arbeitslosen (44%) und den jungen Jazzliebhabern zwischen 16 und 29 Jahren (50%) besonders hoch. Dagegen wenden nur 15% der über 55 Jährigen diese Kaufstrategie an. Eine weitere, potentielle Kaufbarriere, ist die für viele selten gewordene professionelle Jazz-Kaufberatung. Rund die Hälfte der Personen ist dieser Ansicht (47%) und beinahe 60% der grenzenlosen Jazzliebhaber. Die bescheidenen Jazzliebhaber stört dies dagegen weniger oft (36%). Immerhin noch 41% der Interviewten habe Mühe, gewisse Jazz-CDs zu finden, was noch häufiger auf die grenzenlosen Jazzliebhaber, Arbeitslose und jungen Menschen zwischen 16 und 29 Jahren zutrifft (je ca. 50%). Frauen haben bezüglich der Findbarkeit von CDs bedeutend seltener ein Problem (31%), ganz im Gegensatz zu den Männern (46%). So erstaunt es dann auch nicht, dass 21% Internet als Informationsmittel benutzt und die CDs anschließend im Musikgeschäft kauft.

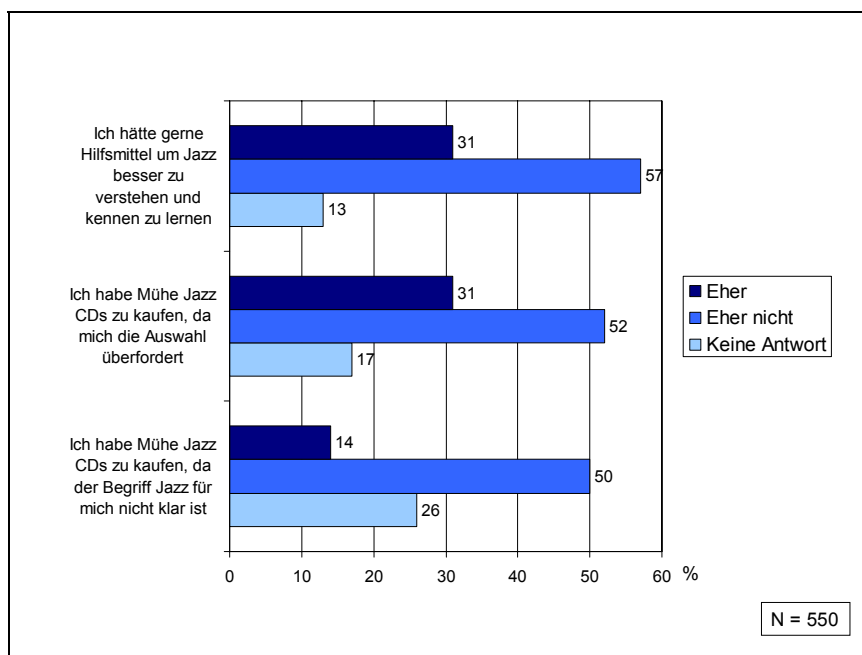


5.5.2 Desorientierung im breiten Jazzangebot

Folgende drei Fragen haben mit Klarheit gezeigt, dass eine gewisse Hilflosigkeit im Umgang mit der Vielseitigkeit und Komplexität von Jazz existiert. Wir konnten ja bereits andeutungsweise im Kapitel zur Wahrnehmung zeigen, dass für einen großen Teil der Festivalbesucher Jazz nicht immer leicht zugänglich ist.

31 % aller Jazzliebhaber haben geantwortet, sie hätten Mühe eine Jazz-CD zu kaufen, da die Auswahl an Musik sie überfordert. Dieses Problem trifft besonders häufig auf bescheidene Jazzliebhaber und Jazzneulinge zu (je 53%). Dass immerhin ein Viertel der passionierten Jazzliebhaber überfordert scheint, und immerhin noch 14% der Jazzkenner, stimmt in spezieller Weise nachdenklich. Bei der Analyse der Frage nach dem Nutzen von Hilfsmitteln, um Jazz besser zu verstehen und zu kennen lernen ergibt sich ein ähnliches Bild, denn ebenfalls 31% wünschen sich solche Hilfsmittel. Erneut sind dies besonders häufig bescheidene Jazzliebhaber (44%) und Jazzneulinge (57%) sowie Frauen (40% vs. 27% Männer) und junge Personen zwischen 16 und 29 Jahren (43%). Aber auch die grenzenlosen und passionierten Jazzliebhaber melden Wünsche in diese Richtung an (17%, 25%), was erneut auf eine nicht zu unterschätzende Tatsache, respektive nicht ausgeschöpfte Möglichkeiten, zur „Förderung der Jazzliebe“ hinweist.

Leider ist es nicht möglich näher zu bestimmen, um was für Maßnahmen, respektive Hilfsmittel es sich handelt, was jedoch weitere Untersuchungen ebenfalls sinnvoll erscheinen lässt. Eine genauere Analyse des Jazz-Angebots, dessen Vertrieb und Präsentation wäre mit Sicherheit eine verkaufsfördernde Maßnahme und würde möglicherweise leicht umsetzbare und sinnvolle Orientierungsmöglichkeiten aufzeigen. Der existierenden Jazzvielfalt könnte so durch eine „jazzliebhaberfreundlichere“ Präsentation mehr Rechnung getragen werden und zu verschiedenen Verbesserungen führen. Inwiefern diese Problematik auf eine schlechtere Beratung zurückzuführen ist, respektive das Jazzangebot selbst, kann hier ebenfalls nicht beantwortet werden.

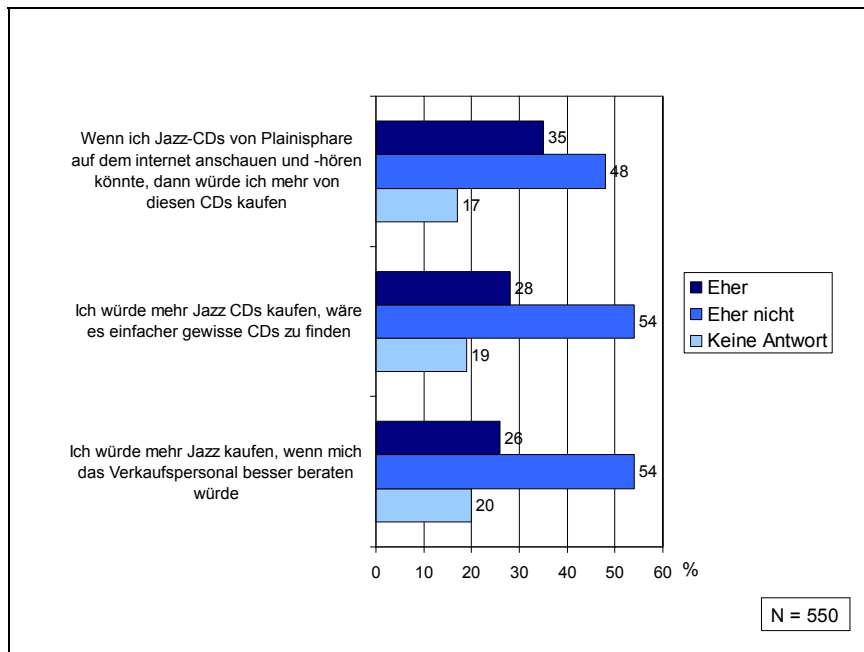


5.5.3 Mögliche Maßnahmen

Im Rahmen diese Befragung konnten erste Handlungsfelder und -möglichkeiten erfasst werden, um die aktuelle Situation zu verbessern. So haben beispielsweise 35% der Befragten angekündigt, dass sie mehr Jazz CDs kaufen würden, wenn das große Musikangebot des Jazzvertriebs Plainisphere¹⁵ auf Internet abrufbar und -hörbar wäre. Diese Einstellung ist bei den grenzenlosen Jazzliebhabern mit knapp 50 Prozent vertreten, bei Jazzkennern, Männern und jungen Jazzliebhabern zwischen 16 und 29 Jahre zu je etwa 40 Prozent. Es ist wohl keine

¹⁵ Bei diesem Unternehmen handelt es sich um den schweizweit angebotsreichsten Vertrieb mit über 300 Labels und über 20'000 Jazz-CDs aus der gesamten Welt.

Anmaßung davon auszugehen, dass dieser Prozentsatz bei höherem Bekanntheitsgrad von Plainsphere noch um einiges höher wäre. Knapp 30% haben zudem angegeben, dass sie mehr CDs kaufen würden, wenn es einfacher wäre, gewisse Alben zu finden. Noch rund ein Viertel sind der Meinung, dass sie mehr Jazz CDs kaufen würden, gäbe es mehr kompetentes Verkaufspersonal. Hier sind die jungen Jazzliebhaber (39%) deutlich häufiger vertreten, sowie auch Jazzneulinge (33%) und einfache Jazzliebhaber (37%). Personen über 50 Jahre (17%) und grenzenlose Jazzliebhaber sind weniger häufig an solche Veränderungen interessiert.

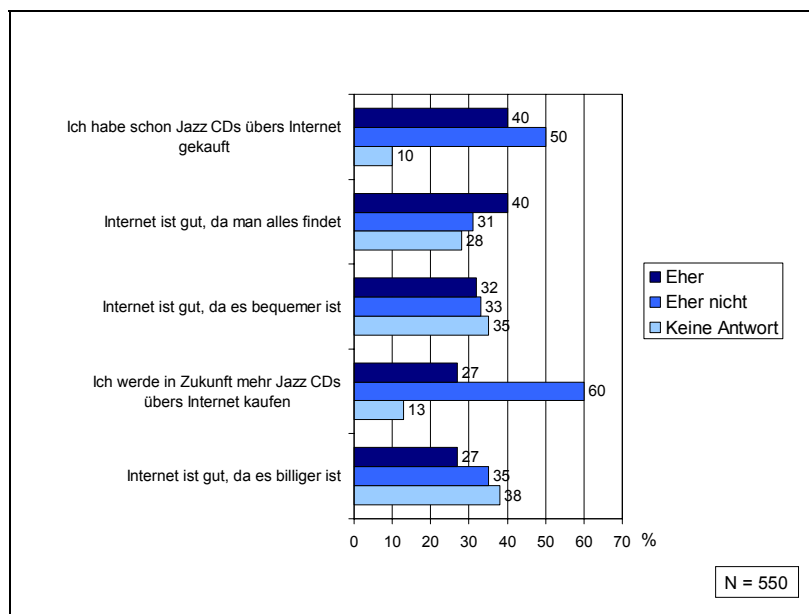


5.5.4 Das Internet als Chance für den Jazzvertrieb

Ein kleiner Frageblock hat sich rund um das Internet gedreht, ein möglicherweise lange unterschätzter, alternativer Verkaufskanal. Insgesamt haben bereits 40% aller Befragten Jazzmusik über diesen Verkaufskanal gekauft. Interessanterweise sind darunter besonders häufig grenzenlose Jazzliebhaber (60%), Jazzkenner (53%) und Männer (49%). Frauen (23%), bescheidene Jazzliebhaber (25%) und Personen über 55 Jahre (26%) haben dies signifikant seltener getan. Ein weiterer Punkt, der für den Nutzen von Internet spricht, ist die Tatsache, dass knapp 30 Prozent sogar der Meinung sind, dass sie in Zukunft noch häufiger CDs auf diese Art kaufen werden. Erneut sind dies die grenzenlosen Jazzliebhaber (36%), Jazzkenner (33%), Männer (34%) aber auch Personen zwischen 30 und 44 Jahren (36%) die dies leicht

überdurchschnittlich häufig prognostizieren. Da es sich in beiden Fällen um tendenziell kaufsfreudigere Gruppen handelt, sind diese Resultate von umso größerer Bedeutung.

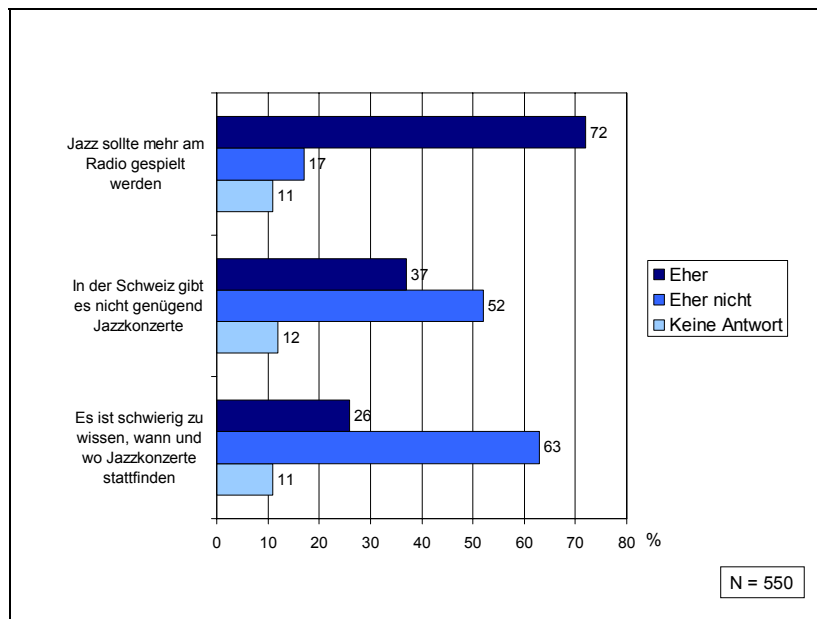
Was sind den die Gründe, sich Jazzmusik via Internet zu besorgen? Hauptsächlich die Findbarkeit von CDs (40%) und die Bequemlichkeit (32%). 27% schätzt Internet schlussendlich, weil es billiger ist. Der Vorteil der Findbarkeit von CDs bekunden vor allem Arbeitslose (51%), Männer (47%) und junge Jazzliebhaber (53%). Den Vorteil der Bequemlichkeit schätzen dagegen vorwiegend die arbeitsabsorbierten 30- bis 44-Jährigen (44%). Das Internet auch billiger sein kann, unterstreichen vor allem die grenzenlosen Jazzliebhaber (41%), sowie die neue Generation zwischen 16 und 29 Jahre (43%). Diese Resultate machen kompromisslos klar, dass das Internet nicht zu unterschätzende Vorteile bietet, und für viele schon seit langem eine echte Alternative zu den herkömmlichen Einkaufskanälen geworden ist.



5.5.5 Was kann man sonst noch tun?

Das große Interesse an Jazz wird durch den Wunsch nach mehr Jazz im Radio bekräftigt. Fast drei Viertel aller Befragten würden gerne mehr Jazz am Radio hören. Ganz speziell häufig wünschen sich das Personen zwischen 30 und 44 Jahren (82%). Dagegen wünschen sich mehr Jazzkonzerte in der Schweiz und ganz besonders häufig Jazzliebhaber zwischen 16 bis 29 Jahren (52%), sowie Personen ohne Arbeit (46%). Dafür interessiert dies über 55 Jährige weniger (28%). Zuguter letzt sind Personen, für die es speziell schwierig ist herauszufinden

wann Jazzkonzerte stattfinden, v.a. unter den Jazzneulingen (42%), Arbeitslosen (41%) und der jungen Generation von 16 und 29 Jahren (44%) vertreten (29% ∅).

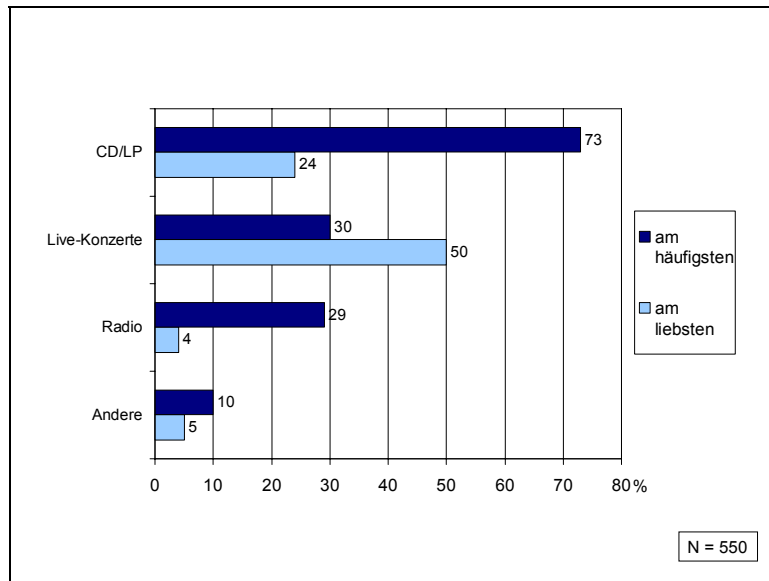


5.6 HÖRVERHALTEN DER JAZZLIEBHABER

5.6.1 Am häufigsten und liebsten benutzte Medien

Unter den *am häufigsten* benutzten Medien sind die CDs (73%), ganz speziell beliebt bei den grenzenlosen Jazzliebhabern (86%). Bedeutend weniger häufig erwähnt werden Live-Konzerte und Radio, mit je etwa 30%. Radio ist in diesem Zusammenhang v.a. für über 55-Jährige attraktiv (40%), ganz im Unterschied zu der jüngsten Generation zwischen 16 und 29 Jahren, die Radio nur in 15% der Fälle angeben.

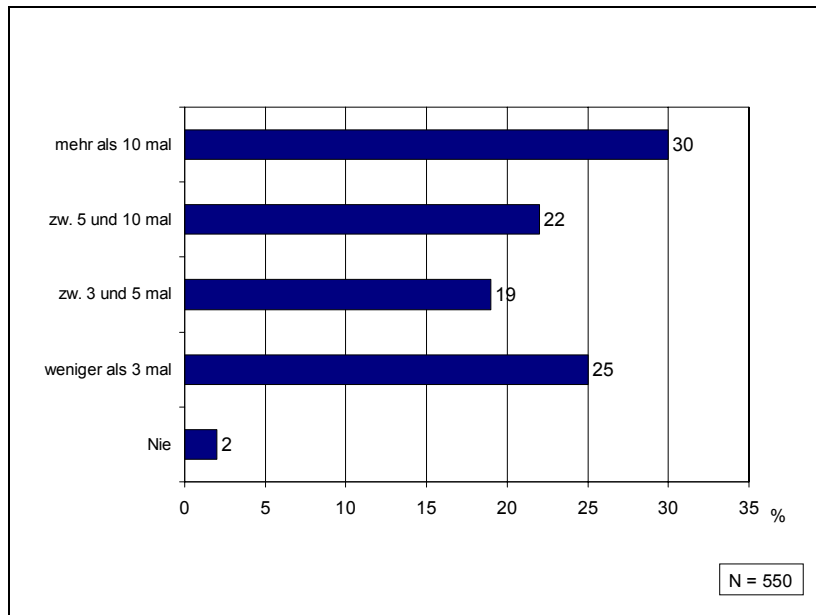
Den *höchsten Jazzgenuss* bieten dagegen Live-Konzerte (50%). Die klassische CD ist mit rund einem Viertel (24%) der Stimmen ein weniger beliebtes Medium, für Frauen noch bedeutend seltener (17%) als für Männer (28%).



5.6.2 Besuch von Jazzkonzerten

Wenden wir uns nun den Besuchen von Jazzkonzerten in der Schweiz zu. Beachtliche 30% der Befragten geben an, mehr als 10-mal pro Jahr an Schweizer Jazzkonzerte zu gehen. Sehr jazzaffine Personen tun dies etwa zweimal so häufig (Jazzkenner 54%, grenzenlosen Jazzliebhaber 68%), Frauen dagegen seltener als Männer (21% vs. 34%). Drei bis 10 Konzertbesuche unternehmen jährlich immerhin 41% der Befragten. Ein Viertel schlussendlich geht nur ein- oder zweimal pro Jahr an Jazzkonzerte, davon besonders viele einfache Jazzliebhaber und Jazzneulinge (48%, 54%).

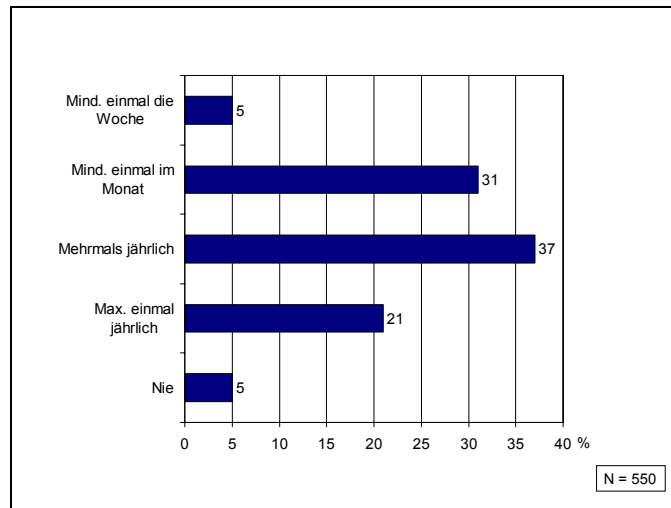
Das erhaltene Bild zeigt, dass jazzaffinere Hörer, d.h. Männer, Jazzkenner und grenzenlose Jazzliebhaber tendenziell häufiger an Live-Auftritte gehen im Vergleich zu Jazzneulingen, bescheidenen Jazzliebhabern aber auch Frauen.



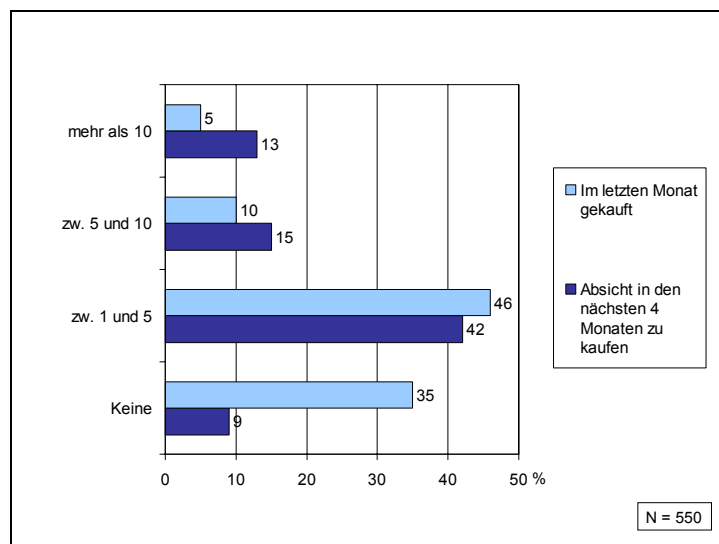
5.7 KAUFVERHALTEN DER JAZZLIEBHABER

Dieses Kapitel untersucht einerseits, wie häufig Jazz CDs, LPs oder DVDs gekauft werden, wie viel dies im letzten Monat waren und wie viele es in etwa in den nächsten vier Monaten sein werden. Abschließend werden die häufigsten, respektive am liebsten benutzten Kaufkanäle dargestellt.

Immerhin geben fünf Prozent aller Befragten an, mindestens einmal die Woche Jazz CDs, LPs oder DVDs (im Folgenden abgekürzt mit CDs) einzukaufen, was sogar 14% der grenzenlosen Jazzliebhaber tun. Immer noch jeden Monat tun dies bereits 30%, darunter sind besonders häufig Männer (37%), grenzenlose Jazzliebhaber (49%) und eher selten Frauen (17%) sowie bescheidene Jazzliebhaber (9%). Knapp 40 Prozent kauft dagegen mehrmals jährlich. Noch seltener tun dies noch 21%, worunter wir besonders viele bescheidene Jazzliebhaber (45%) und Frauen (34%) finden. Wir können also festhalten, dass Frauen wie auch bescheidene Jazzliebhaber bedeutend seltener Jazzmusik kaufen als grenzenlose Jazzliebhaber und Männer.



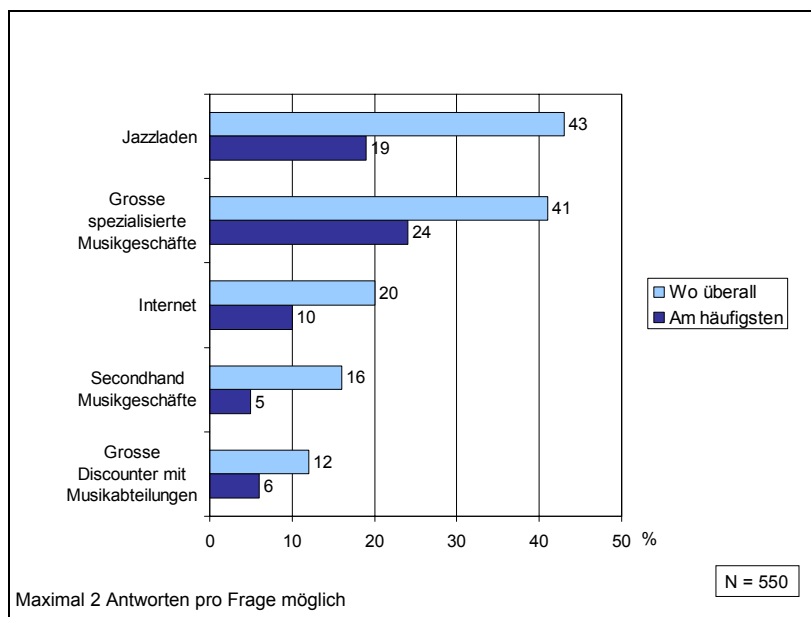
Im letzten Monat wurden von knapp 50% aller Festivalbesucher zwischen einer und fünf CDs gekauft und 35% gar keine CDs. Unterschiede gibt es erneut hinsichtlich des Geschlechtes, der verschiedenen Gruppen von Jazzliebhabern, aber neu auch dem Alter. So verzichteten grenzenlose Jazzliebhaber, Jazzkenner und Personen über 54 Jahre bedeutend seltener (18%, 22,1%, 23%) auf den Kauf von CDs als bescheidene Jazzliebhaber (57%), Jazzneulinge (54%) und Frauen (48%). Zwischen einer und fünf CDs kauften dagegen passionierte Jazzliebhaber signifikant häufiger (55%) als Jazzneulinge (29%) und Frauen (38%). Diese Ergebnisse zeigen, dass Jazzneulinge und bescheidene Jazzliebhaber sowie Frauen nicht nur seltener, sondern auch weniger CDs kaufen.



Bei der Frage wo die verschiedenen Jazzliebhaber überall ihre Musik kaufen, wurden Jazzläden und große spezialisierte Musikgeschäfte wie Jecklin und Musik Hug als grundsätzlich Kauforte am häufigsten erwähnt, denn 40% aller Befragten kaufen dort ein. Grenzenlose Jazzliebhaber gehen ganz besonders häufig in Jazzläden (60%). Internet ist der dritte Verkaufskanal (20%),

dicht gefolgt von Secondhand Musikgeschäften und wird wie die Jazzläden häufiger von grenzenlosen Jazzliebhabern angegeben (32%). Das Schlusslicht machen die großen Discounter mit Musikabteilungen, wie beispielsweise Mediamarkt, die aufgrund der niedrigeren Preise besonders interessant sind für junge Jazzliebhaber zwischen 16 und 29 Jahren (21%) wie übrigens auch Secondhand-Shops (26%).

Am *häufigsten* werden CDs ebenfalls in Jazzläden (19%) und großen spezialisierten Musikgeschäften (25%) gekauft. Grenzenlose Jazzliebhaber kaufen sogar noch häufiger am häufigsten in Jazzläden ein (31%) ganz im Gegensatz zu den bescheidenen Jazzliebhabern (10%). Internet wird noch von 11% als der häufigst benutzte Kaufkanal angegeben.

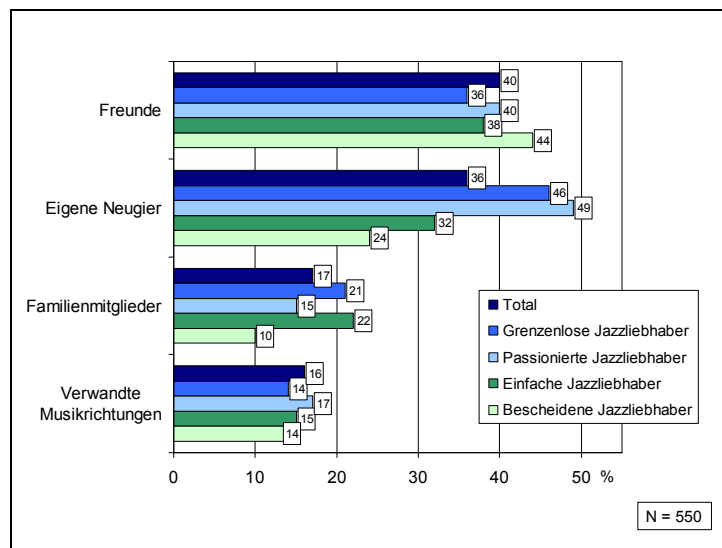


Es sind also prinzipiell grenzenlose Jazzliebhaber und Jazzkenner sowie Männer die häufiger und mehr CDs kaufen als Frauen, Jazzneulinge und bescheidene Jazzliebhaber. Altersunterschiede gab es v.a. beim Einkauf von CDs im letzten Monat. So verzichteten junge Menschen bedeutend häufiger als über 54 Jährige auf den Kauf von CDs.

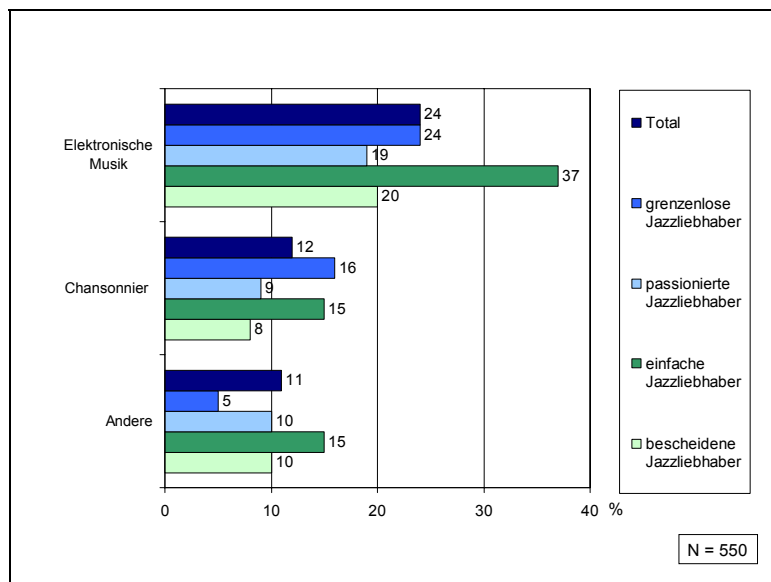
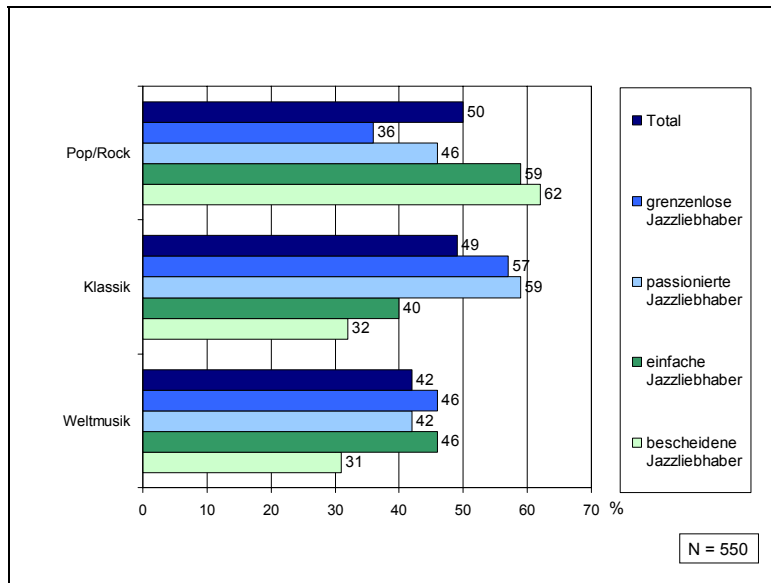
5.8 JAZZSOZIALISATION UND WEITERE INTERESSENSGEBIETE

Ein letztes Kapitel widmet sich nun noch der Jazzsozialisation, also der Art und Weise, wie die Befragten in die Jazzwelt initiiert wurden, sowie weiteren Interessengebieten (Literatur, Kunst etc.), Musikrichtungen (Klassik, Rock/Pop etc) und Informationsquellen, mit denen man sich bezüglich Jazzneuigkeiten auf dem laufenden hält.

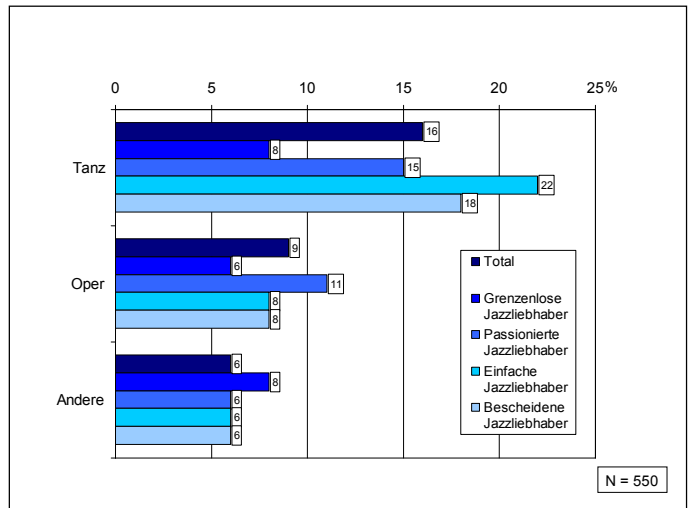
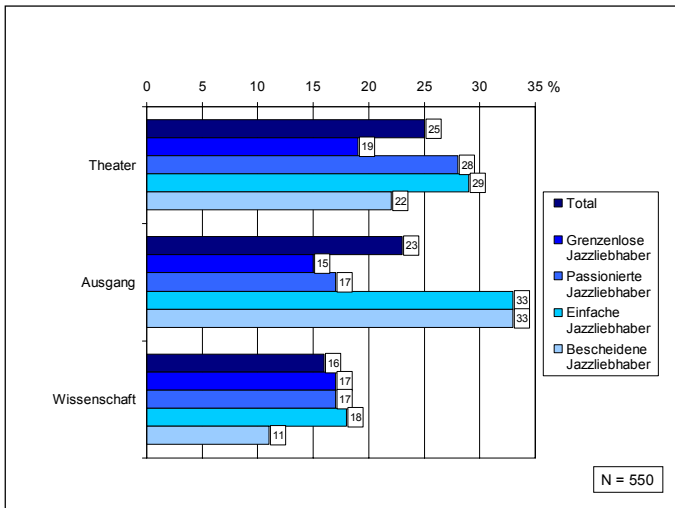
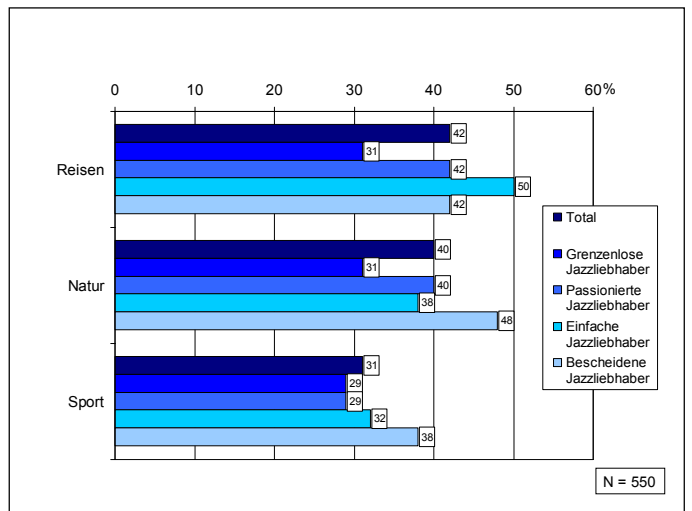
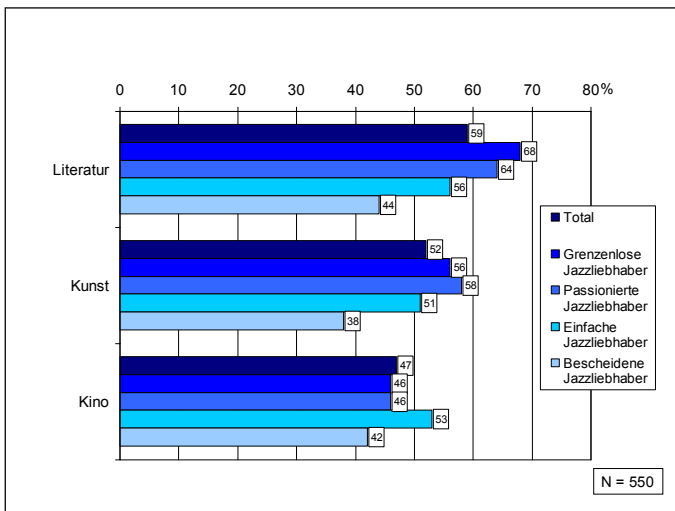
Ganz klar sind die *Freunde* und die *eigene Neugier* die wichtigsten Triebfedern, um sich in Jazz zu verlieben. Insgesamt sind es je etwa 40% aller Befragten die so initiiert wurden, wobei die eigene Neugier vor allem für die grenzenlosen und passionierten Jazzliebhaber wichtig ist und die Freunde für die bescheidenen Jazzliebhaber. Weitere wichtige Sozialisationsagenten sind Familienmitglieder (17%), v.a. von den jungen Jazzliebhabern häufig genannt (29%), verwandte und bereits gehörte Musikrichtungen (16%) sowie Radio und Medien (14%). Partner sind vor allem für Frauen wichtig und werden von 25% erwähnt (10%Ø). Die Musikschulen leisten einen sehr geringen Beitrag zur Jazzsozialisierung. Nur 5% der Befragten nennen diese Initiationsform.



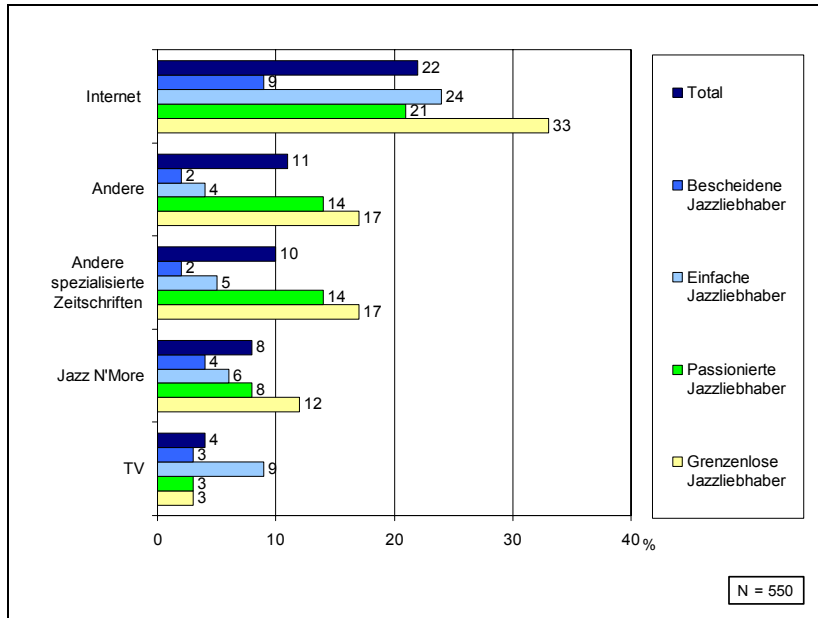
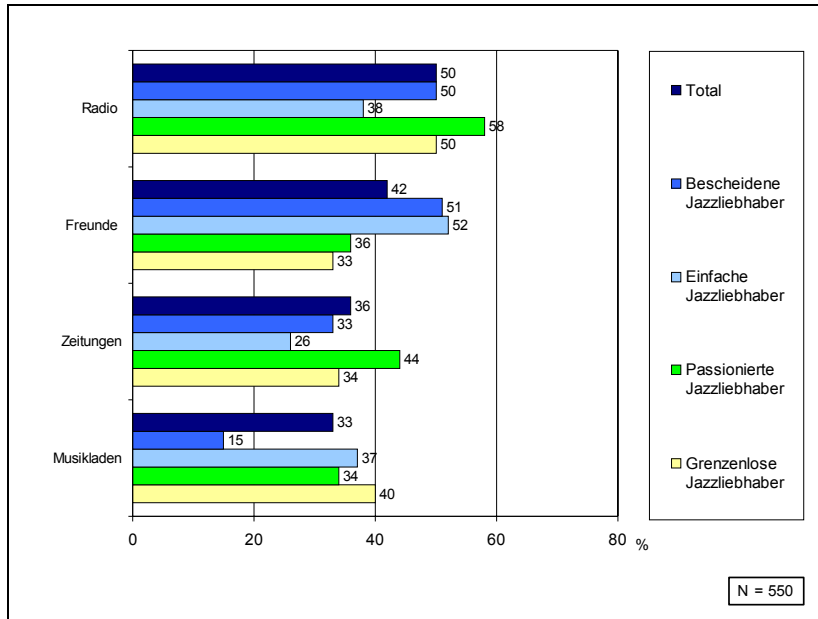
Schauen wir noch, welche weiteren Musikrichtungen neben Jazz am meisten gehört werden. An erster Stelle sind Pop/Rock und Klassik (50%, 49%) gefolgt von Weltmusik (42%), elektronischer Musik (24%) und Chansoniers (12%). Pop und Rock werden am meisten von den einfachen und bescheidenen Jazzliebhaber (59%, 62%) und bedeutend weniger von den grenzenlosen Jazzliebhabern (36%) gehört. Je jazzaffiner, umso eher die Wahrscheinlichkeit, regelmäßig klassische Musik zu hören; 57% der grenzenlosen und 59% der passionierten Jazzliebhaber zählen zu diesen Gruppen und liegen damit über dem Durchschnitt. Dagegen sind es nur 40% der einfachen und 32% der bescheidenen Jazzliebhaber, die Klassik regelmäßig hören. Wir müssen hier aber anfügen, dass dieses Phänomen wahrscheinlich eher auf einen Generationeneffekt zurückzuführen ist. Die Weltmusik wird von allen Gruppen, außer den bescheidenen Jazzliebhabern (31% vs. 42%Ø), gleich häufig angegeben. Elektronische Musik spricht vor allem die einfachen Jazzliebhaber an (37%), etwas weniger dagegen grenzenlose und passionierte Jazzliebhaber (29%).



Weitere häufig genannte Interessensgebiete sind Literatur (59%), Kunst (52%), Kino (47%), Reisen (42%), Natur (40%). Grenzenlose und passionierte Jazzliebhaber interessieren sich ganz speziell häufig für Literatur und Kunst (68%, 64% und 55%, 58%). Reisen, Natur und Tanzen interessieren grenzenlose Jazzliebhaber dagegen weniger häufig. Die einfachen Jazzliebhaber interessieren sich dafür weniger oft für Literatur und Kunst und umso häufiger für Natur und Ausgang. Letzteres trifft auch für die einfachen Jazzliebhaber zu.



Zum Abschluss noch ein kurzer Blick auf die wichtigsten Informationsquellen, durch die sich die verschiedenen Jazzliebhaber auf dem Laufenden halten. An der Spitze sind Radio (50%), Freunde (42%), Zeitungen (36%), Musikläden (33%) und Internet (22%). Freunde sind für die bescheidenen und einfachen Jazzliebhaber zu je der Hälfte zentrale Informationsquellen. Zeitungen und Radio nutzen die passionierten Jazzliebhaber und Internet die grenzenlosen Jazzliebhaber (33%) häufiger als die restlichen Besucher. Insbesondere der letzte Punkt verweist erneut auf die aufkommende Benutzung von Internet, nicht zuletzt wegen seiner Informationsmöglichkeiten.



6. EMPFEHLUNG

Die Jazzstudie 06' hat wichtige Resultate zum Vorschein gebracht, die positive Seiten, aber auch problematische Entwicklungstendenzen umfassen und Hinweise auf ungeklärte und wichtige Fragen liefert.

6.1 WEITERE FORSCHUNGSFRAGEN

- Die Studie zeigt, dass gewisse Personengruppen, die sich etwas weniger stark mit Jazz identifizieren, wie beispielsweise Jazzneulinge, jüngere Personen und Frauen, vermehrt Zugangsprobleme haben. In diesem Zusammenhang wäre es wichtig, mittels qualitativer Methoden genauer herauszufinden, wieso diese Gruppen speziell oft solche Probleme bekunden, und was konkret getan werden könnte, um vorhandene Barrieren überwindbar zu machen und so Jazz für diese Gruppen attraktiver zu gestalten. Wir haben gesehen, dass Jazz an einem Vermittlungsproblem leidet, wobei mit dieser quantitativen Studie nicht klar gesagt werden kann, ob dies auf die fehlende Musikberatung, die Präsentation und Auswahl des Angebots oder aber das aktuelle Jazzangebot zurückzuführen ist. Interessant wäre bezüglich dieser Frage auch zu schauen, inwiefern sich Jazz diesbezüglich von klassischer Musik unterscheidet.
- Ein zweiter Punkt bezieht sich auf die „jazzophileren“ Liebhaber, die ebenfalls Kritik gegenüber dem aktuellen Jazz geübt haben. Auch diese haben zum Teil bemängelt, dass Jazz zu elitär und zu intellektuell sei. Zudem scheint diese Gruppe ebenfalls vom aktuellen Angebot teils überfordert zu sein. So wäre es in diesem Zusammenhang interessant zu überprüfen, inwiefern der heutige Jazz, im Unterschied zu früher verändert hat und welchen Einfluss diese Veränderungen auf die Wahrnehmung, Attraktivität und Zugänglichkeit des gegenwärtigen Jazz hat.
- Ein dritter interessanter Punkt wäre die direkte Konfrontation der Jazzmusiker mit dieser Kritik um herauszufinden, wie stark sich die Musiker dieser bewusst sind und worin die Motivation besteht, Jazzmusik in dieser Form oder jener Form zu interpretieren. Ebenfalls könnte im Dialog überprüft werden, inwiefern Jazz, ebenso wie andere Musikrichtungen, ein Abbild unserer Zeit und Gesellschaft darstellt. Schlussendlich könnten auf diese Weise auch untersichtliche Sichtweisen innerhalb der verschiedenen Gruppen von Jazzmusikern herausgearbeitet werden (bezüglich Einstellung zu Jazz,

Alter der Musiker, Bezug zum Publikum etc.), die verschiedene Wege und Barrieren aufzeigen hinsichtlich der Vermittlung zwischen Musikern und Audienz.

- Ein vierter, ganz anderer Themenbereich ist das Internet. In diesem Zusammenhang wäre wichtig zu überprüfen, wie stark und vor allem in welcher Form die Jazzliebhaber Internet nutzen. Tun sie dies vorwiegend aus Informationsgründen oder aber kaufen Sie direkt Musik ein? Welche Vor- und Nachteile bietet das Netz und inwiefern ist das Internet eine Alternative oder ein Ersatz zu den herkömmlichen Verkaufskanälen geworden? Inwiefern wird Internet missbraucht (illegale Downloads etc.)? Zu guter Letzt sollte man auch überprüfen, ob und in welcher Form das Internet als Informations- und Verkaufsplattform sinnvoller genutzt werden könnte, um die Diversität und das Interesse der Jazzliebhaber aufrecht zu erhalten, respektive zu fördern.
- Im Anschluss an diese Frage interessiert auch die Perspektive der im Verkauf und in der Distribution Tätigen. Neben der grundsätzlichen Frage wie Jazz als Kultur- aber eben auch als Konsumgut gesehen wird, wäre ebenfalls relevant herauszufinden, wie das Internet beurteilt wird und welche Chancen und Gefahren mit diesem Verkaufs- und Distributionskanal verbunden werden. Es könnte so nach attraktiven und die Jazzläden unterstützenden Wegen gesucht werden, um das Internet in einer "Jazzcommunity" konformen Weise zu nutzen. Dies nicht zuletzt um zu verhindern, dass dominante E-Unternehmen (z.B. Amazon) das Überleben von spezialisierten Musikläden sowie die Jazz-Diversität noch weiter beeinträchtigen.

Die meisten dieser Fragestellungen könnten mit qualitativen Methoden angegangen werden. So zum Beispiel Tiefen- oder Experteninterviews, sowohl als auch moderierte Gruppendiskussionen.

6.2 DIREKTE HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Neben diesen Forschungsfragen hat die Studie aber auch Ergebnisse geliefert, die von allen jazzfördernden und -unterstützenden Akteuren direkt genutzt werden können. Was den Verkauf betrifft, so müssten Überlegungen gemacht werden, wie der Desorientierung und in gewissem Sinne auch der Hilflosigkeit gegengesteuert werden kann. In diesem Zusammenhang könnten kleine Maßnahmen viel bewirken, denn das Interesse ist da, aber der Mut, sich in das Jazzabenteuer zu wagen, muss gefördert werden. Einige einfache Orientierungshilfen im Verkauf wären:

- "Jazzinitiations-Corner": Angebot von ausgewählter Musik für Jazzliebhaber und Jazzliebhaberinnen, die lange von einem kleinen Jazz-Repertoire träumten, das die Türen zu weiteren Jazzabenteuern öffnet,
- "Ohrwürmer"-Liste: Auflegen einer Liste mit den wichtigsten „Ohrwürmern“ sowie den verschiedenen Jazzmusikern, die diese Stücke auf eigene Weise interpretiert haben.
- Jazzmusik nicht nur alphabetisch ordnen, sondern auch
 - nach Zugänglichkeit (populär, leicht anspruchsvoll, sehr intellektuell etc.),
 - Adjektive benutzen oder aber Stilrichtungen (Modal, Free Jazz, Bebop etc.), die auf aufliegenden, übersichtlichen A4-Informationsblättern diese erklären und deren Spezifität hervorheben.

Mit Sicherheit könnten durch vertiefte Workshops mit dem Verkaufspersonal, sowie interessierten Jazzliebhabern, weitere Maßnahmen erarbeitet werden. Auch die Präsentation dieser Resultate an entsprechende Personen wird mit Sicherheit zu einem weiterführenden Lösungsfindungsprozess beitragen.

7. ANHANG

7.1 BENUTZTER FRAGEBOGEN

Guten Tag! Wie viele von Ihnen wissen, hat es der Jazz nicht leicht. Immer weniger Jazzmusik wird gekauft und ein wichtiges Kulturgut verschwindet immer mehr. Mit dieser Umfrage möchten wir dem „Jazz Malaise“ auf den Grund gehen. Mit dem Ausfüllen des Fragebogens tragen sie einen wichtigen Schritt zum Erhalt der Jazzkultur in der Schweiz bei. Vielen Dank!

Bedeutung von Jazz

Q1. Seit wie lange sind Sie ein/e Jazzliebhaber/in? Seit...

- ₁ mehr als 10 Jahre ₂ zw. 5 und 10 Jahren ₃ zw. 1 und 5 Jahren ₄ weniger als 1 Jahr

Q2. Würden Sie sich als ... bezeichnen?

- ₁ Jazz Neuling ₃ Jazz Kenner

Q3. Wie wurden Sie in den Jazz "initiiert"?

- ₁ Freunde
₂ Lebenspartner/in
₃ Familienmitglieder (Eltern, Geschwister etc.)
₄ Kompetente Verkäufer/in
₅ Eigene Neugier
₆ Verwandte Musikrichtungen die ich bereits gehört habe
₇ Radio, Medien etc.
₈ Musikschule/-unterricht
₉ Jazz Festivals
₁₀ Andere : _____

Q4. Wie informieren Sie sich vorwiegend über Jazz-Neuigkeiten? (maximal 3 Antworten)

- ₁ Musikläden / Händler ₂ Radio
₃ Internet ₄ Jazz N'More Zeitschrift
₅ Zeitungen ₆ Freunde
₇ Andere spezialisierte Zeitschriften : _____
₈ TV (Musiksendungen etc.)
₉ Andere : _____

Q5. Was trifft auf Sie am meisten zu?

- ₁ "Jazz ist für mich Unterhaltung wie andere Musik auch."
₂ "Ich bin ein echter Jazzliebhaber, höre aber auch regelmässig andere Musik."
₃ "Jazz ist mein Leben. Eine Lebensphilosophie ist für mich damit verbunden."

Q6.1. Wenn Sie an die "Jazzwelt" von heute denken, ist diese "eher zu", "genau richtig" oder "eher zu wenig" cool, authentisch etc.?

	Eher zu	Genau richtig	Eher zu wenig
authentisch (1)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
hoch entwickelt (2)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
elitär (3)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
intellektuell (4)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
modern (5)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
cool (6)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃

Q6.2. Und wie stark treffen die folgenden Adjektive auf die heutige "Jazzwelt" zu? "Vollkommen", "genügend", "zu wenig" oder "überhaupt nicht"?

	Vollkom-men	Genü-gend	Zu wenig	überhaupt nicht
befreiend (1)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
gefühlsvoll (2)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
erfrischend (3)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
erotisch (4)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
zugänglich (5)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
innovativ (6)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄

Jazz hören

Q7. Wie oft hören Sie Jazz?

- 1 Täglich
- 2 Mehrmals pro Woche
- 3 Einmal wöchentlich
- 4 Mehrmals pro Monat
- 5 Einmal pro Monat
- 6 Seltener

Q8. Wie oft gehen Sie in der Schweiz an Jazzkonzerte? Und im Ausland?

- | | CH | Ausland |
|--------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| mehr als 10 mal pro Jahr | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 1 |
| zwischen 5 und 10 mal pro Jahr | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 2 |
| Zwischen 3 und 5 mal pro Jahr | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 3 |
| Weniger als 3 mal pro Jahr | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 4 |
| Noch nie | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 5 |

Q9. Am häufigsten höre ich Jazz? Und am liebsten? (max. 2 Antworten pro Spalte!)

- | | häufigsten | liebsten |
|--------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Auf CDs / LPs | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 1 |
| Auf DVDs | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 2 |
| Am Radio | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 3 |
| Via Internet | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 4 |
| An Live Konzerten | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 5 |
| Auf MP3/Minidisc/Walkmann etc. | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 6 |
| Anderes : _____ | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 7 |

Q10. Welches sind Ihre DREI BEVORZUGTEN Jazz-Stile?

- 1 **Dixieland** (Wild Bill Davidson, Original Dixieland Jazzband etc.)
- 2 **Hot Jazz** (Louis Armstrong, Jelly Roll Morton etc.)
- 3 **Swing / Big Band** (Benny Goodman, Count Basie etc.)
- 4 **Bebop** (Charlie Parker, Thelonious Monk, Dizzy Gillespie, Dexter Gordon, Bud Powel etc.)
- 5 **Cool / West Coast Jazz** (Stan Getz, Paul Desmond, Chet Baker etc.)
- 6 **Hard Bop** (Art Blakey, Horace Silver, Lee Morgan, Cannonball Adderley etc.)
- 7 **Modal** (Miles Davis, John Coltrane, Bill Evans, Mc Coy Tyner etc.)
- 8 **Free Jazz** (John Coltrane, Cecil Taylor, Sunny Murray etc.)
- 9 **Bossa Nova** (Stan Getz etc.)
- 10 **Fusion** (Miles Davis, Weather Report, Chick Corea etc.)
- 11 **Neo-Classical** (Winton Marsalis, Joshua Redman, Roy Hargrove, Branford Marsalis etc.)
- 12 **Blues** 13 **Acid Jazz** 14 **Jazz Funk**
- 15 16 **Post Fusion**
- 17 **Anderere** : _____

Post Free

Q11. Welches sind Ihre drei liebsten Jazzmusiker/Bands?

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____

Jazz erwerben

Q12. Wie häufig kaufen Sie Jazz CDs, DVDs oder LPs ?

- 1 Mehrmals wöchentlich 5 Mehrmals jährlich
- 2 Einmal wöchentlich 6 Einmal jährlich
- 3 Mehrmals monatlich 7 Seltener
- 4 Einmal monatlich 8 Nie

Q13. Wie viele Jazz CDs (LPs/DVDs) haben Sie im letzten Monat gekauft (1)? Und wie viele werden Sie in den nächsten 4 Monaten noch etwa kaufen (2)?

	(1)	(2)
Keine	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 0
Zwischen 1 und 5	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
Zwischen 5 und 10	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2
Zwischen 10 und 25	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 3
Zwischen 25 und 50	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 4
Zwischen 50 und 100	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 5
Mehr als 100	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 6

Q14. Wo kaufen Sie Jazz (1)? Und wo kaufen Sie am häufigsten (2)?

	(1)	(2)
Jazzläden	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
Grosse spezialisierte Musikgeschäfte	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2
Grosse Discounter mit CD Abteilungen	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 3
Secondhand Musikgeschäfte	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 4
Internet	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 5
Andere _____	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 6

Q15. Welches ist Ihr bevorzugtes Musikgeschäft für Jazz? Und wieso ?

Name/Ort _____

Wieso _____

Q16. Was könnte Ihre Freude am Kauf von Jazzmusik erhöhen?

Q17. Bitte sagen Sie uns wie stark die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen. Benutzen Sie dazu eine Skala von 1 bis 4, wobei 1 „vollständig“ und 4 „gar nicht“ bedeutet. Sie können natürlich auch Noten zwischen 1 und 4 geben. (Für CDs stehen auch LPs und DVDs)

	Vollständig		Gar nicht	
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Gute Jazzberatung ist selten geworden.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Ich habe Mühe, gewisse Jazz-CDs zu finden.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Ich finde es schade, dass es immer weniger Jazzmusikläden gibt.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Internet ist gut um Jazz-CDs zu kaufen, da				
- man alles findet,	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
- es billiger ist,	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
- es bequemer ist.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Ich habe Mühe eine Jazz-CD zu kaufen, da				
- mich die Auswahl an Jazz-CDs überfordert,	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
- der Begriff Jazz für mich nicht klar ist.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Ich würde mehr Jazz kaufen, wenn				
- es einfacher wäre, gewisse CDs zu finden.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
- wenn mich das Verkaufspersonal besser beraten würde.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
In der Schweiz gibt es nicht genügend Jazzkonzerte.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Ich hätte gerne Hilfsmittel, die es mir erlauben, Jazz besser zu verstehen und kennen.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Es ist schwierig zu wissen, wo und wann Jazzkonzerte stattfinden.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Jazz sollte mehr am Radio gespielt werden.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Ich kaufe Jazz-CDs dort wo sie am günstigsten sind.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Ich werde in Zukunft mehr Jazz-CDs übers Internet kaufen.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
30 Franken für eine Jazz-CD ist relativ viel Geld für mich.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

Gewisse Jazztitel suche und höre ich auf dem Internet und kaufe Sie dann im Musikgeschäft.	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
Wenn ich Jazz-CDs von Plainisphere auf dem Internet anschauen und -hören könnte, dann würde ich mehr von diesen CDs kaufen.	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄

Q18. Ich habe schon Jazz-CD's übers Internet gekauft

- ₁ Ja ₂ Nein

Sonstige Interessen

Q19. Welche der folgenden Musikrichtungen hören Sie regelmässig ?

- ₁ Klassik ₄ Weltmusik
₂ Pop/Rock ₅ Chansonnier
₃ Elektronische Musik ₆ Andere _____

Q20. Welche der folgenden Interessensgebiete / Freizeitaktivitäten sind für Sie SPEZIELL wichtig?

- ₁ Literatur ₅ Ausgang ₉ Tanz
₂ Kunst ₆ Wissensch. ₁₀ Theater
₃ Sport ₇ Natur ₁₁ Oper
₄ Kino ₈ Reisen ₁₂ Andere _____

Q21. Sie spielen / haben ein Musikinstrument gespielt?

- ₁ Ja, momentan ₂ Ja, früher ₂ Nein, nie

Q22. Sie spielen / haben in einer Band gespielt?

- ₁ Ja, momentan ₂ Ja, früher ₂ Nein, nie

Statistische Angaben

Zu statistischen Zwecken bitten wir Sie uns folgende Informationen anzugeben:

S1. Alter

__ __ Jahre

S2. Postleitzahl des Wohnortes

- ₁ __ __ __ __
₂ Ich lebe nicht in der CH

S3. Welches ist Ihr Geschlecht?

- ₁ Mann ₂ Frau

S4. Zum wie vielen Mal sind Sie bereits am Onzeplus-Festival?

Zum __ mal

S5. Welche Ausbildung haben Sie als letzte abgeschlossen / sind Sie daran abzuschliessen?

- ₁ Keine ₅ Höhere Berufsausbildung / Fachschule
₂ Obligatorische Schule ₆ Fachhochschule
₃ Lehre / Berufsschule ₇ Universität, ETH, Hochsch.
₄ Gymnasium ₈ Andere _____

S6. Wie ist ihre berufliche Stellung?

- ₁ Arbeiter/Arbeiterin ₆ Freiberuflich tätig (Arzt etc.)
₂ Angestellter/in ₇ Arbeitslos
₃ Selbstständig erwerbend ₈ In Ausbildung
₄ Mittleres / unteres Kader ₉ Rentner/in
₅ Direktor/in, Chefbeamte/r ₁₀ Hausfrau/-mann