

ZENTRUM FÜR KULTURFORSCHUNG

CENTRE FOR CULTURAL RESEARCH
CENTRE DE RECHERCHES CULTURELLES

mit: - Archiv für Kulturpolitik/Europ. Kulturdocumentation
- BLK-Programm "Kulturelle Bildung im Medienzeitalter"
- Sekretariat Fördergesellschaft Kulturelle Bildung e.V.
- Gründungssekretariat European Institute for Comparative Cultural Research (ERICarts)

DAHLMANNSTR. 26, D - 53113 BONN
TELEFON: +49-(0)228-211058, FAX: 217493

e-mail: zentrum@kulturforschung.de; info@ericarts.org
Internet: www.kulturforschung.de / -kubim.de / -ericarts.org

Teilergebnisse des Jugend-KulturBarometers 2004 "Zwischen Eminem und Picasso"

(am Beispiel von drei ausgewählten Fragekomplexen)

| | |
|--|----|
| Zum Entstehungsprozess des Jugend-Kulturbarometers | 2 |
| (A) Zum Themenkomplex "Kulturelle Partizipation" | 4 |
| (B) Zum Themenkomplex "Künstlerische Eigenaktivität" | 7 |
| (C) Zum Themenkomplex "Definition und Aufgabenfelder von Kunst und Kultur" | 12 |
| Anhang – Methodenbeschreibung, Liste der Experten und Fragen | 18 |

vorgelegt vom
Zentrum für Kulturforschung (ZfKf)

Gefördert vom

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)

mit finanzieller Unterstützung von

**Kunststiftung NRW,
Sparkassen-Kulturfonds
des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes und
Stiftung Niedersachsen**

Bonn, im November 2004



1. Zum Entstehungsprozess des *Jugend-KulturBarometers* 2004

Anlass der Erhebung

Das Zentrum für Kulturforschung (ZfKf) blickt auf eine langjährige Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) bei Bevölkerungsumfragen zurück: Verschiedene Aspekte der kulturellen Bildung, künstlerische Interessen oder Praktiken, der Umgang mit neuen Technologien und die Nutzung kultureller Angebote wurden dabei seit 1991 in sieben "KulturBarometern" thematisiert (die 8. Umfrage ist gegenwärtig für Anfang 2005 in Vorbereitung). Vor diesem Hintergrund wird nun erstmals in einem "Jugend-KulturBarometer" mit Hilfe einer Repräsentativ-Umfrage sowie Begleiterhebungen versucht, zentrale Fragen der Akzeptanz von Angeboten der Künste und der kulturellen Bildung speziell bei Jugendlichen zu klären.

Anlass für dieses Vorhaben waren in den letzten Jahren z.B. Fachveranstaltungen von Kulturstiftungen, bei denen ein eher geringes Interesse von Kindern und Jugendlichen an regulären Angeboten bestimmter, der sogenannten "Hochkultur" zugerechneter Einrichtungen konstatiert wurde (etwa von Orchesterkonzerten). Auch Angebote der kulturellen Bildung i. e. S. klagten teilweise über einen Rückgang des Interesses bei jungen Leuten. Es galt also Antworten darauf zu finden, wer in dieser Altersgruppe welche Art von Kulturangeboten schätzt oder ablehnt und warum dies der Fall ist. Außerdem sollte überprüft werden, ob sich Möglichkeiten abzeichnen, solcher "Kultur-Verdrossenheit" zu begegnen. Mit Fallstudien und Erfahrungsberichten werden die Umfragedaten ergänzt.

Methode der Repräsentativerhebung

Bundesweite Quotenstichprobe; 2.625 Befragte, Alter 14 bis 25 Jahre (Details s. Anhang I).

Zeitplanung und Ergebnispräsentation

Erste Ergebnisse des *Jugend-KulturBarometers* wurden am 18.11.04 im Rahmen einer *Pressekonferenz* in Berlin (Dt. Sparkassen- und Giroverband) vorgestellt.

Vom 2.2. bis 4.2.2005 wird in der Bundesakademie für kulturelle Bildung, Wolfenbüttel unter dem Titel "*Zukunft gestalten mit Kultur – Jugend zwischen Eminem und Picasso*" eine *Fachtagung* veranstaltet. Auf der Tagung werden die Ergebnisse dieser groß angelegten Studie erstmals ausführlich dargestellt und mit Experten aus Wissenschaft, kultureller Praxis und Politik diskutiert. Beispiele aus der kulturellen Praxis werden vorgestellt und gemeinsam Modelle erarbeitet, wie man junge Leute in der kulturellen Bildung und für das Kulturgeschehen in den Städten künftig (noch) erfolgreicher ansprechen kann.

Die *Buchpublikation* mit einer ausführlichen Berichterstattung und Darlegung aller relevanten Ergebnisse und Empfehlungen soll bis Ende 2005 erscheinen. Zudem sollen die Ergebnisse in verschiedenen Formen auch in *Zeitschriften*, *Informationsdiensten* und im *Internet* publiziert werden.

Durchführende Institutionen und Personen

Das Projekt *Jugendkulturbarometer 2004* wird durchgeführt vom ZfKf (Feldarbeit: GfK Marktforschung). Das Institut blickt auf rund 35 Jahre Erfahrung in der empirischen Kulturforschung zurück. Die fachliche Gesamtleitung liegt bei *Prof. Dr. Andreas Joh. Wiesand*, Direktor des ZfKf. Er befasst sich seit über 30 Jahren mit der Planung und Auswertung von Spezialerhebungen im Kultur- und Medienbereich (u.a. "Künstler-Enquete", regionale Kulturentwicklung, europäische Vergleiche etc.). Die Projektkoordination hat *Dr. Susanne Keuchel* übernommen; sie ist Wissenschaftlerin beim ZfKf und war u.a. verantwortlich für Erhebungen zum Projekt "Rheinschiene – Kulturschiene", Bonn 2003 (im Auftrag des Landes Nordrhein-Westfalen).

Fachlich unterstützt wird das Projekt von einem *Beirat*. Dieser setzt sich zusammen aus Fachleuten verschiedener künstlerischer Sparten sowie von Verbänden / Einrichtungen der kulturellen Bildungsarbeit. Eine Namensliste findet sich im Anhang II (Seite 18).

2. Erste Ergebnisse des Jugend-KulturBarometers 2004 (3 Themenkomplexe)

Hinweise zur Interpretation der Ergebnisse

Wie die Fragenübersicht in Anhang III verdeutlicht, werden im Laufe des Jahres 2005 mit dem *Jugend-KulturBarometer* eine Fülle von Daten und Informationen vorliegen, mit deren detaillierter Auswertung und Korrelation vom ZfKf im Spätherbst 2004 begonnen wurde. Bis zum Abschluss dieser Auswertungsarbeit sind nur vorläufige Einschätzungen und Bewertungen des Materials möglich.

Das schon jetzt große Interesse für die Ergebnisse der Umfrage war für das ZfKf aber Anlass genug, bereits vorab zu ausgewählten Themenkomplexen einige Daten zu publizieren. Auch die dabei vorgenommenen Interpretationen können im weiteren Verlauf der Auswertung noch modifiziert oder ergänzt werden. Dies betrifft insbesondere Schlussfolgerungen für die Arbeit von Kulturinstitutionen und Bildungsträgern, mit denen im Frühjahr 2005 ein intensiver Dialog begonnen werden soll.

Gleichwohl kann schon an dieser Stelle festgehalten werden, dass es bereits eine große Zahl interessanter Modelle und sogar Strategien gibt, mit deren Hilfe künstlerische Angebote und solche der Kulturellen Bildung jungen Leuten nahe gebracht werden sollen (und, soweit ernsthaft betrieben, überwiegend auch können). Das ZfKf hat selbst bereits in früheren Erhebungen und Publikationen entsprechende Modellversuche analysiert¹, Defizitanalysen wie auch programmatische Überlegungen hat unter anderem der Deutsche Kulturrat publiziert². Auch Einrichtungen wie die bundesweit oder auf Länderebene tätigen Akademien für musisch-kulturelle Bildung, Fachorganisationen wie etwa die Bundesvereinigung für Kulturelle Jugendbildung (BKJ) oder viele Schulen und natürlich die Einrichtungen der außerschulischen Jugendbildung sind hier aktiv, ebenso verschiedene Institutionen der Kunst- und Kulturvermittlung, ob nun mit speziellen Kinder- und Jugendprogrammen

- in Museen, Kunstvereinen und Bibliotheken,
- in der Opernarbeit und bei gemeinsam gestalteten Konzertveranstaltungen,
- in der schon traditionellen Jugendarbeit vieler Bibliotheken, in Literaturhäusern und bei Medienevents der Stiftung Lesen, oder
- in Filmclubs und lokalen Mediengruppen,

um nur diese Beispiele zu nennen. Gerade die Entwicklung der neuen Medien macht ganz neuartige Herangehensweisen bei der Konfrontation von Kindern und Jugendlichen mit künstlerischen Erfahrungen und bei ihrer Ermutigung zur eigenen Kreativität möglich – vgl. etwa die Ergebnisse des Modellprogramms "Kulturelle Bildung im Medienzeitalter" der Bundesländer-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung BLK (kubim)³

Dennoch scheint ebenso klar zu sein, dass diese Bemühungen allein noch nicht ausreichen, oft auch nicht genügend Förderung oder Publizität in einer von rasch wechselnden Zerstreungsangeboten und Konsum-Moden geprägten Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen finden. Wie viel ein gutes "Marketing" für ein an Jugendinteressen orientiertes Projekt ausrichten kann, hat kürzlich der Film "Rhythm is it!" gezeigt, der einen Tanz-Workshop von Jugendlichen mit den Berliner Philharmonikern dokumentiert. Das *Jugend-Kulturbarometer* will dazu ermutigen, mit solchen und auch ganz anderen Anstrengungen nicht nachzulassen und zugleich einige Grundlagen dafür liefern, dass sie so professionell wie möglich vorbereitet werden können.

¹ "Kulturelle Bildung in Deutschland – Modelle innovativer Projektarbeit", hg. von S. Keuchel u. A. J. Wiesand für das Bundesministerium für Bildung und Forschung, Bonn 2000

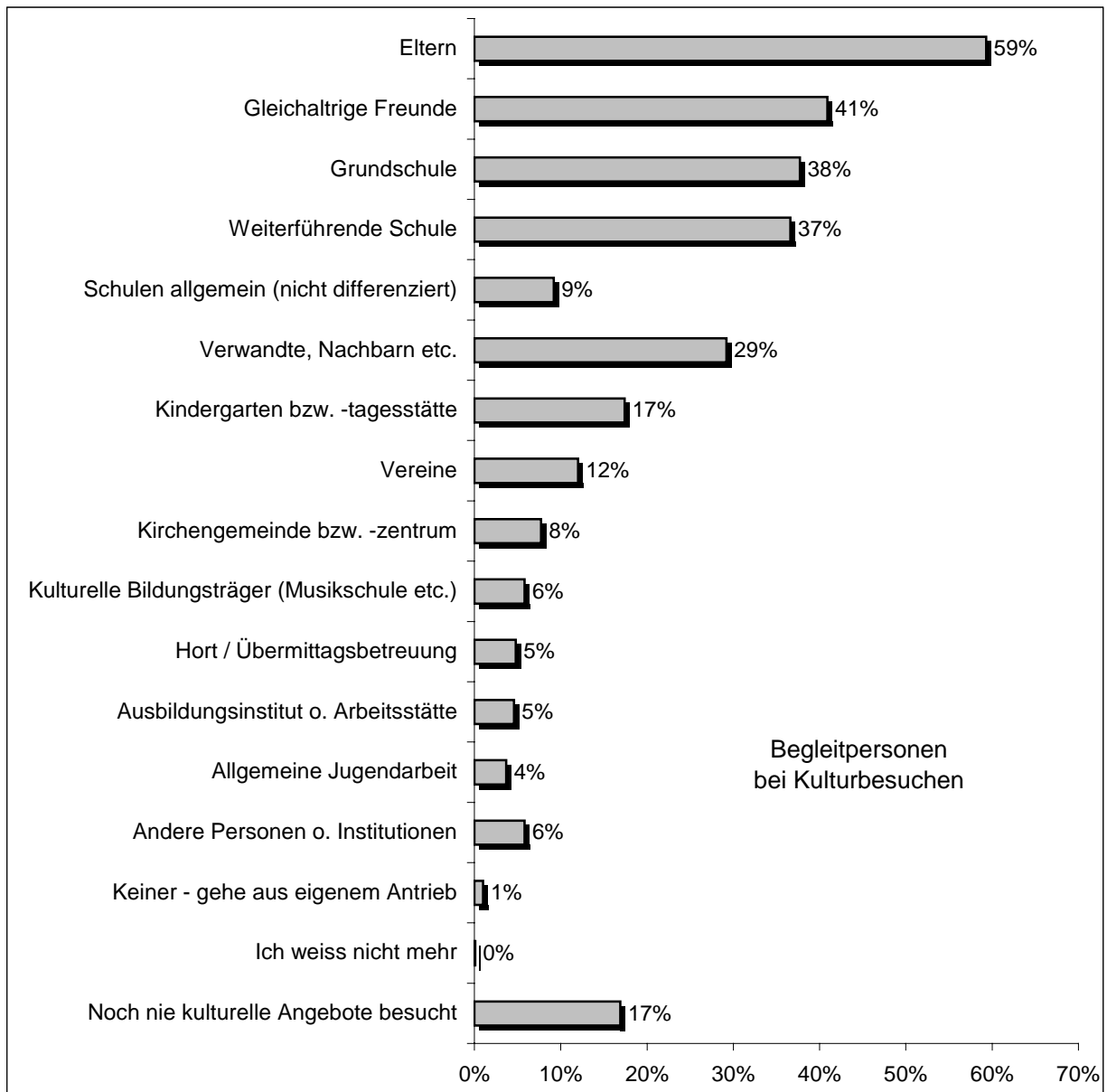
² Eine erste "Konzeption Kulturelle Bildung" wurde vom Deutschen Kulturrat bereits im Jahre 1988 vorgelegt und das Thema seitdem in Publikationen und Veranstaltungen weiterverfolgt. Eine Neuausgabe der Konzeption ist in Vorbereitung.

³ vgl. www.kubim.de, www.netzspannung.org; in gedruckter Form u.a. eine Zwischenbilanz in Ermert/Brinkmann/Lieber (Hg): "Ästhetische Erziehung und neue Medien", Wolfenbüttel 2004 oder, mit konkreten Unterrichtsbeispielen, ein Themenheft der Zeitschrift *Computer+Unterricht* Nr. 55/2004 ("Computer – sinnlich und kreativ").

(A) Zum Themenkomplex "Kulturelle Partizipation"

- (1) Etwas mehr als die Hälfte aller jungen Leute interessiert sich nach eigenen Angaben im weitesten Sinne für das kulturelle Geschehen in der Region, wobei hier der Kulturbegriff nicht explizit festgelegt wurde auf Angebote der so genannten "Hochkultur".
- (2) 83% der jungen Leute geben an, mindestens schon einen "**Kulturbesuch**", z.B. in einem Theater, Museum oder Konzert, unternommen zu haben. 56% taten dies innerhalb der letzten 12 Monate. 20% besuchte öfter (mehr als dreimal) und 5% sogar mehr als zehnmal entsprechende Angebote innerhalb eines Jahres.
- (3) Nach ersten Erkenntnissen scheint das **soziale Umfeld als Motivationsfaktor** für kulturelle Partizipation mindestens so wichtig oder wichtiger zu sein als die Schule:

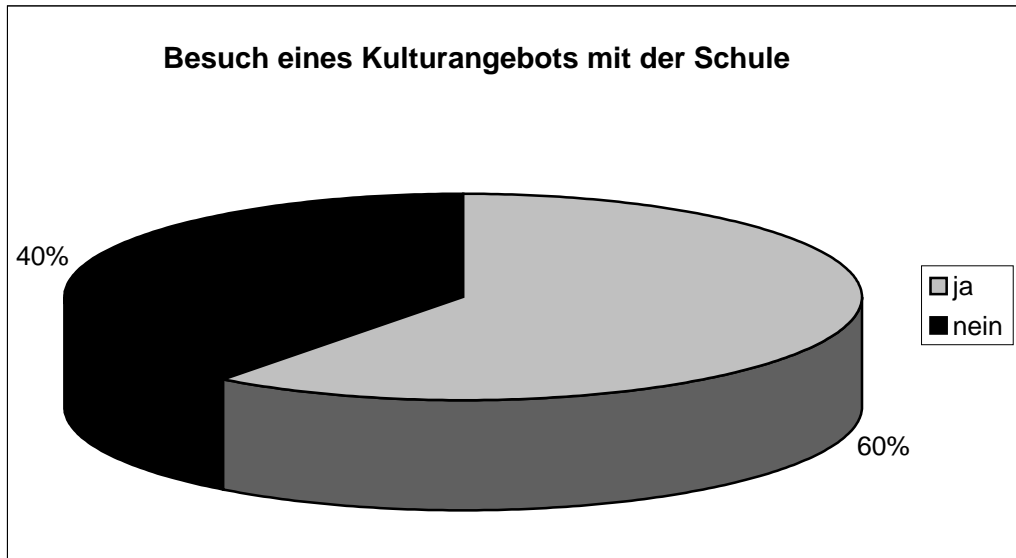
Übersicht 1: Bisherige Begleitpersonen oder -institutionen der jungen Leute bei Kulturbesuchen



ZfKf/GfK 2004

- a. 60% der befragten jungen Leute geben an, schon einmal ein Museum, Theater, Konzert etc. gemeinsam **mit der Schule** besucht zu haben.

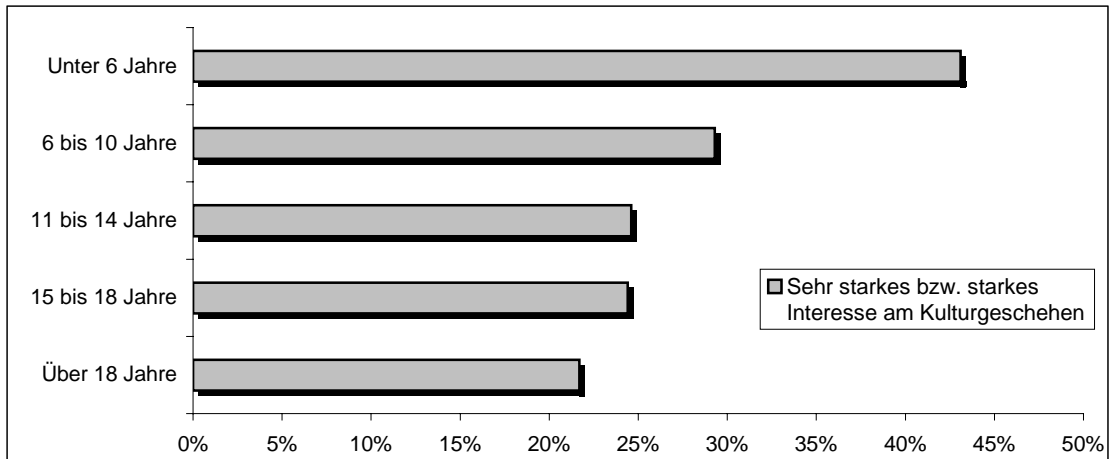
Übersicht 2: Anteil der Befragten, die schon einmal mit ihrer Schule ein Kulturangebot besuchten



ZfKf/GfK 2004

- b. Mehr als ein Drittel aller Befragten (38%) hat schon einmal im Rahmen seiner Grundschulzeit ein Kulturangebot besucht und etwa ebenso viele (37%) im Rahmen der weiterführenden Schule. Bei 9% der Befragten konnte im Nachhinein nicht mehr differenziert werden, ob diese im Rahmen der Grundschule oder der weiterführenden Schule ein Kulturangebot besuchten (siehe Übersicht 1).
 - c. Eine sehr wichtige Rolle bei der Kulturvermittlung spielt das **soziale Umfeld** der jungen Befragten: Allein 59% aller befragten jungen Leute haben schon einmal mindestens ein Kulturangebot mit ihren Eltern besucht, immerhin 41% mit gleichaltrigen Freunden. Auch Verwandte, Nachbarn und erwachsene Freunde der Familie nehmen hier überraschend eine wichtige Funktion ein: Knapp ein Drittel der jungen Leute hat schon einmal in Begleitung dieser Gruppe ein Kulturangebot besucht.
- (4) Der Anteil der Kinder, die über eine Institution schon **im frühkindlichen Alter** ein Kulturangebot besuchten, in der Regel im Kindergarten, ist recht gering. Insgesamt liegt der Anteil der jungen Leute, die schon ein Kulturangebot im Alter von unter 6 Jahren aufsuchten, bei 13%. 17% der jungen Leute geben an, schon mit ihrem Kindergarten bzw. ihrer -tagesstätte ein Kulturangebot wahrgenommen zu haben (siehe Übersicht 1). Hierbei ist zu beachten, dass viele Kinder mit sechs Jahren, oftmals sogar mit sieben, noch im Kindergarten verweilen. Der geringe Anteil an jungen Leuten, die im frühkindlichen Alter an Kulturangebote herangeführt wurden, ist allein deshalb zu bedauern, weil der Anteil in dieser Gruppe, der sich später besonders für Kultur interessiert, nach ersten Ergebnissen außerordentlich groß ist (siehe Übersicht 3). Im frühkindlichen Alter ist man offensichtlich besonders empfänglich für die Faszination kultureller Darbietungen.

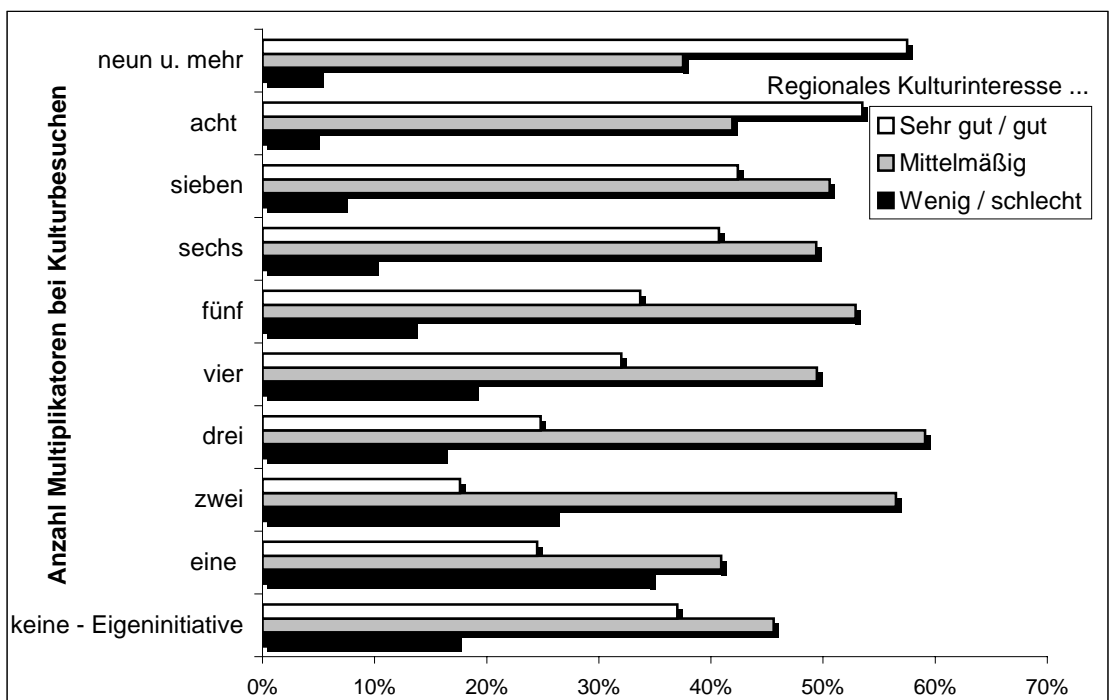
Übersicht 3: Stark bzw. sehr stark ausgeprägtes Interesse am Kulturgesehen im Kontext des Alters der Befragten, in dem sie zum ersten Mal ein Kulturangebot besuchten



ZfKf/GfK 2004

- (5) Grundsätzlich sollte man Überlegungen anstellen, wie man ggf. die **kulturellen Bildungsträger** stärker verzahnen kann mit den Kulturhäusern der Region. Ein Transfer, die Schüler der Musikschulen, Jugendkunstschulen, Ballettschulen in gemeinsamen Aktionen mit Kulturangeboten der Region vertraut zu machen, scheint nach den Umfragedaten relativ selten (vgl. Übersicht 1). Dies ist zu bedauern angesichts der Beobachtung, dass die jungen Leute dann sehr kulturinteressiert sind, wenn möglichst **viele Multiplikatoren in der kulturellen Vermittlung** tätig werden, wie dies Übersicht 4 belegt. Je mehr unterschiedliche Personenkreise bzw. Institutionen als Begleitpersonen bei Kulturbesuchen aktiv werden, desto mehr Kulturinteresse legen die jungen Leute an den Tag. Es ist also auch in der Kulturellen Bildung von Vorteil, wenn das gesamte soziale Umfeld hier Hand in Hand aus verschiedenen Perspektiven zu einer Vermittlung von kulturellen Bildungsinhalten beiträgt.

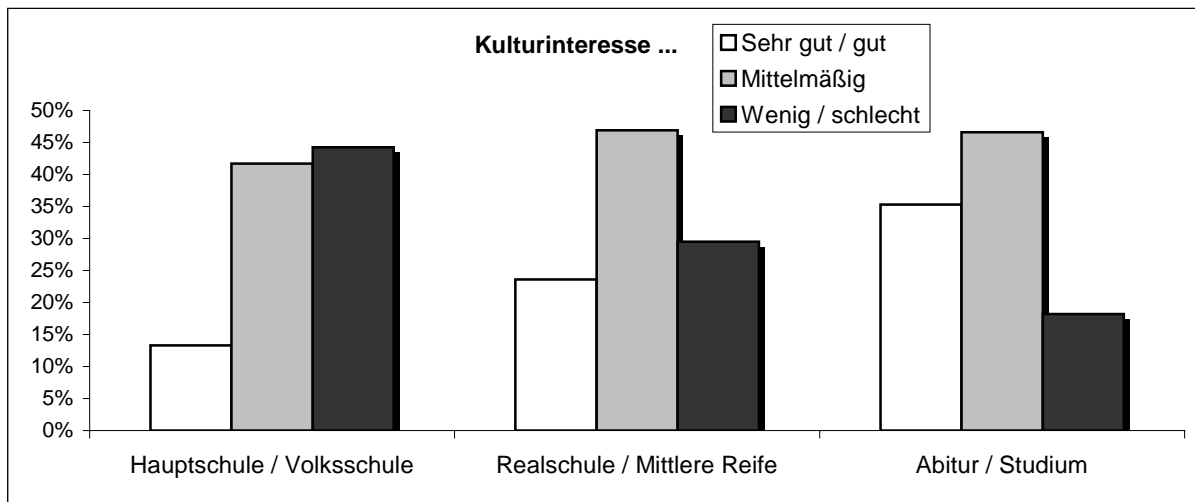
Übersicht 4: Zahl der Multiplikatoren (verschiedene Begleitpersonen bzw. -institutionen) beim Besuch von Kulturangeboten



ZfKf/GfK 2004

- (6) Das Kulturinteresse korreliert sehr deutlich mit dem **angestrebten bzw. vollendetem Schulabschluss**. Der Anteil der wenig bzw. gar nicht Kulturinteressierten ist unter den Hauptschülern bzw. Hauptschulabsolventen wesentlich höher als unter den Gymnasiasten bzw. Abiturienten (*siehe Übersicht 5*). In diesem Sinne spielen auch einzelne Personenkreise und Institutionen eine unterschiedliche Rolle bei der Kulturvermittlung der einzelnen (Schul-)Bildungsgruppen.

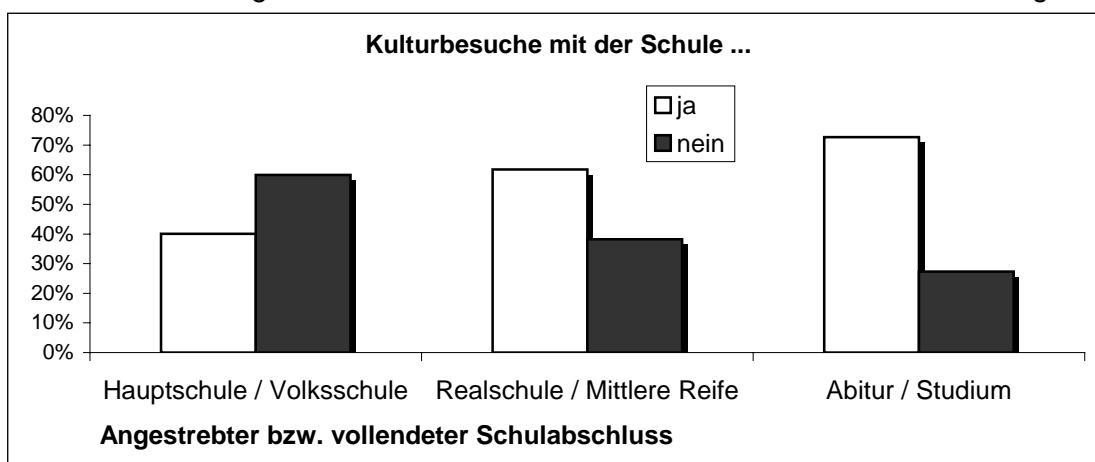
Übersicht 5: Schulbildungsspezifische Betrachtung (angestrebter oder vollendeter Abschluss) des Kulturinteresses bei den jungen Leuten



ZfKf/GfK 2004

Ist eine positive kulturelle Einflussnahme der Abiturienten besonders hoch durch das Elternhaus, das soziale Umfeld und die **weiterführende Schule**, werden die Hauptschüler und -absolventen neben den Eltern am ehesten noch über die **Grundschule** erreicht. Nur etwa 15% der Hauptschüler, die schon einmal ein Kulturangebot besuchten, taten dies mit der weiterführenden Schule. Dagegen waren etwa 25% Hauptschüler und -absolventen schon einmal in der Grundschule in einem Museum, Theater etc. Diese deutlichen Bildungsunterschiede werden in der *Übersicht 6* noch einmal hervorgehoben: Etwa 73% der Abiturienten und Gymnasiasten haben schon einmal mit der Schule einen Kulturbesuch unternommen, dagegen nur etwa 40% der Hauptschüler und -absolventen.

Übersicht 6: Bisherige Kulturbesuche mit der Schule im Kontext der Schulbildung

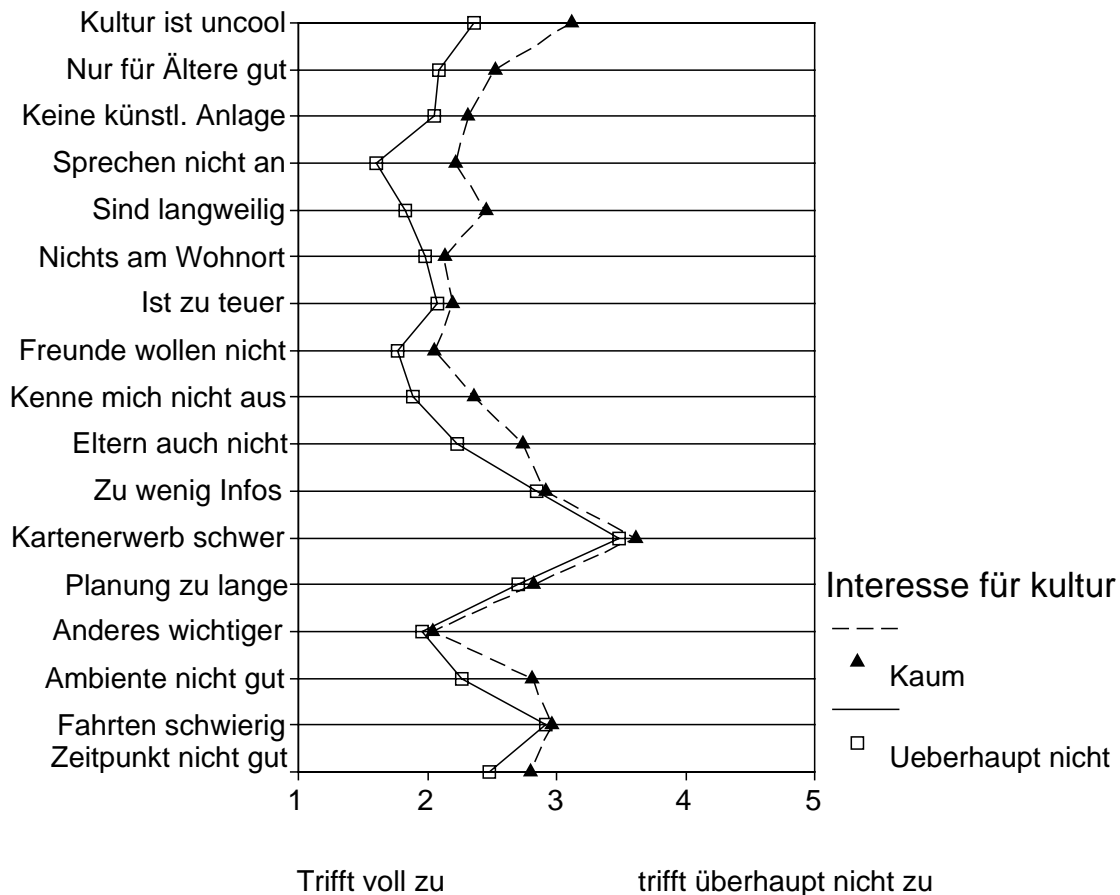


ZfKf/GfK 2004

- (7) Die **Gründe für ein Desinteresse** am Kulturgesehen, die die jungen Leute in der Befragung angeben, sind vielfach auch in ihrem sozialen Umfeld zu suchen. Ganz wichtig

ist hier das Interesse des Freundeskreises. Vielfach wird auch davon ausgegangen, dass eine künstlerische Veranlagung fehlt. Auch das mangelnde Interesse der Eltern wird tendenziell angeführt sowie die Nichtkenntnis des Kulturbereichs, wie dies *Übersicht 7* verdeutlicht. Äußere Umstände, wie zu wenig Informationen, komplizierter Kartenerwerb oder schwierige Anfahrtswege, vor allem abends, werden weniger als Hinderungsgrund angesehen. Einen höheren Stellenwert hat hier allerdings der Eintrittspreis zu Kulturveranstaltungen, der oftmals als zu teuer bewertet wird.

Übersicht 7: Gründe, die von den wenig bzw. überhaupt nicht Kulturinteressierten für ihr Desinteresse verantwortlich gemacht werden (Mittelwertvergleich)

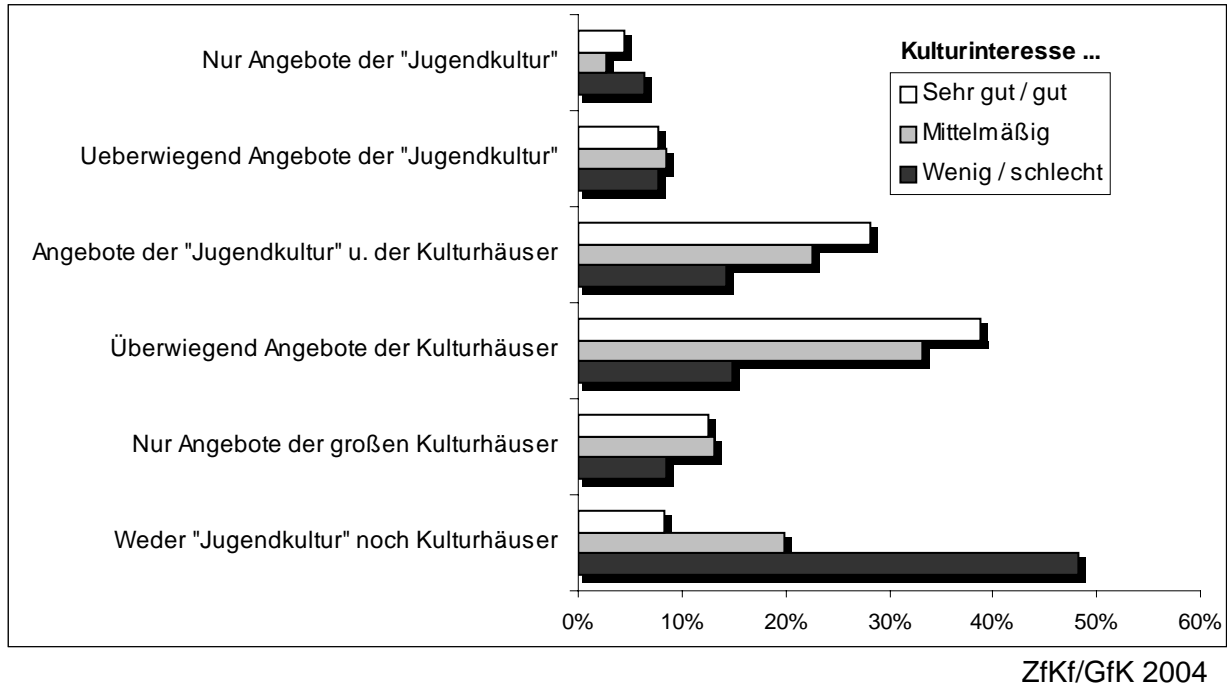


ZfKf/GfK 2004

- (8) Fragt man **nach geeigneten Maßnahmen** bei den "einigermaßen" bis "überhaupt nicht" Kulturinteressierten nach, die das kulturelle Interesse fördern könnten, steht an erster Stelle die Forderung nach günstigeren Eintrittspreisen. Wichtig ist den jungen Leuten auch ein Imagewechsel der Kulturhäuser: Das "Drumherum" sollte weniger steif und festlich sein. Neben einer allgemeinen Verbesserung der kulturellen Infrastruktur am Wohnort könnten an vierter Stelle auch mehr "Action" und Spannung bei der Darbietung von Kulturangeboten nach Meinung der befragten Jugendlichen zu einer größeren Akzeptanz beitragen. Da es sich hier um die Einschätzung der weniger kulturinteressierten jungen Leute handelt, könnte man speziell für die Öffentlichkeitsarbeit ableiten, dass entsprechende Momente in den Vorankündigungen stärker hervorgehoben werden müssten, um diese Zielgruppe besser ansprechen zu können. Immerhin 20% meinen, dass man grundsätzlich mehr Werbung für Kulturangebote in Jugendmedien machen sollte.
- (9) Fragt man nach der Zukunftsvision, also danach, ob die jungen Leute mit 45 Jahren noch kulturelle Angebote besuchen und wenn ja, Angebote der so genannten "Jugend- oder Hochkultur", so gehen etwa zwei Drittel der Befragten davon aus, dass sie mit 45

Jahren ebenso viele oder sogar mehr Angebote der "Hochkultur" als vergleichsweise der "Jugendkultur" besuchen. Über 41% sehen den Schwerpunkt bei der so genannten Hochkultur. Darunter sind auch viele Befragte, die sich zum Zeitpunkt der Befragung wenig bzw. überhaupt nicht für Kultur interessieren.

Übersicht 8: Kulturelle Angebote, die man nach Meinung der Befragten mit 45 Jahren nutzen wird



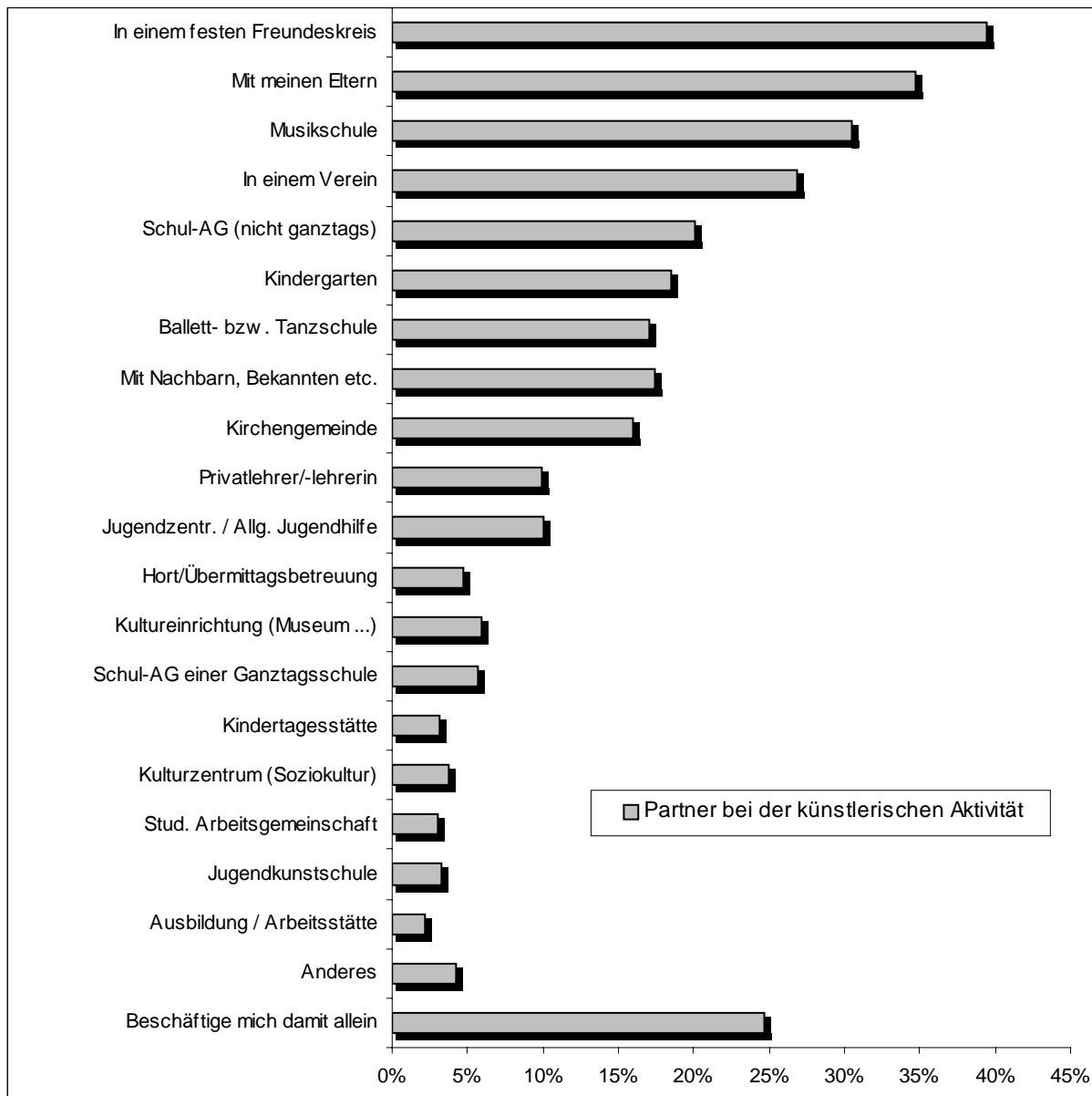
(B) Zum Themenkomplex "Künstlerische Eigenaktivität"

(1) 21% der befragten jungen Leute haben sich schon einmal in ihrer Freizeit mit Unterstützung eines Lehrers, privat oder der Musikschule, Jugendkunstschule, Tanzschule etc., **aktiv künstlerisch betätigt**. Dies entspricht in etwa den Ergebnissen früherer bundesweiter ZfKf-Erhebungen. Etwas größer ist der Anteil derjenigen in der Jugendumfrage (45% bis 49% je nach Definition des Kulturbegriffs), die angeben, sich allgemein schon einmal aktiv künstlerisch betätigt zu haben, ein Bild in der Freizeit gemalt zu haben oder ähnliches.

(2) **Freiwillige schulische künstlerische Angebote** werden von etwa 20% der künstlerisch aktiven jungen Leute angenommen. Hinzu kommen hier etwa noch einmal 6% junge Leute, die speziell an Ganztagschulen freiwillige schulische künstlerische Angebote wahrgenommen haben (siehe Übersicht 9). In der Regel erreichen solche freiwilligen schulischen künstlerischen Angebote jedoch nur die jungen Leute, die auch mit anderen Personen oder Institutionen künstlerisch aktiv sind. Lediglich knapp 3% der allgemein schon einmal künstlerisch Aktiven sind bisher ausschließlich innerhalb eines schulischen Angebots künstlerisch aktiv gewesen.

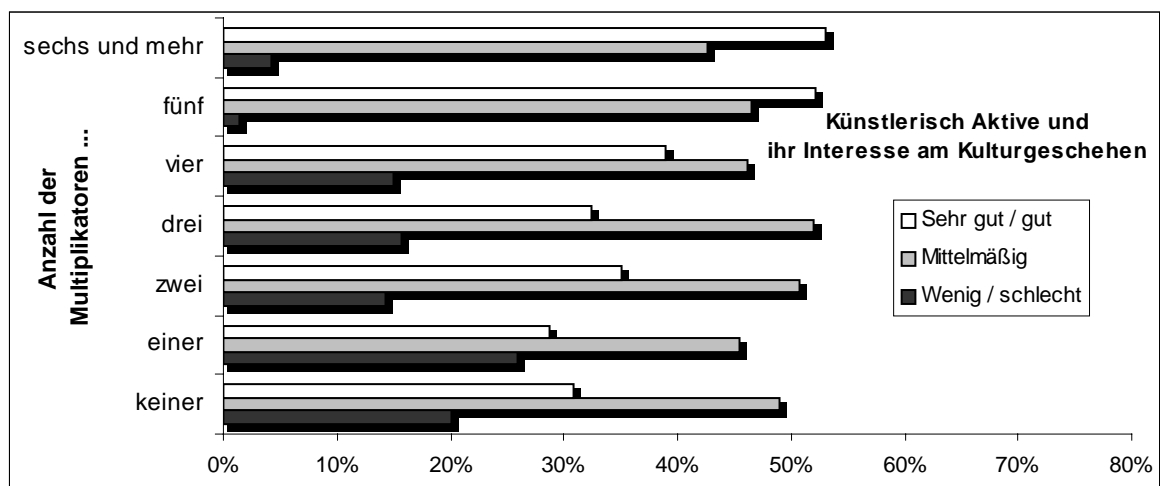
Grundsätzlich kann man für die künstlerische Aktivität, wie schon vorausgehend für die kulturelle Partizipation skizziert, festhalten, dass es von Vorteil ist, wenn viele unterschiedliche Personenkreise und Institutionen, sprich viele **Multiplikatoren**, künstlerische Prozesse unterstützen. Desto größer ist dann auch das Interesse der künstlerischen Aktiven an kulturellen Angeboten in der Region (siehe Übersicht 10).

Übersicht 9: Personen oder Institutionen, mit denen die jungen Leute künstlerisch aktiv werden



ZfKf/GfK 2004

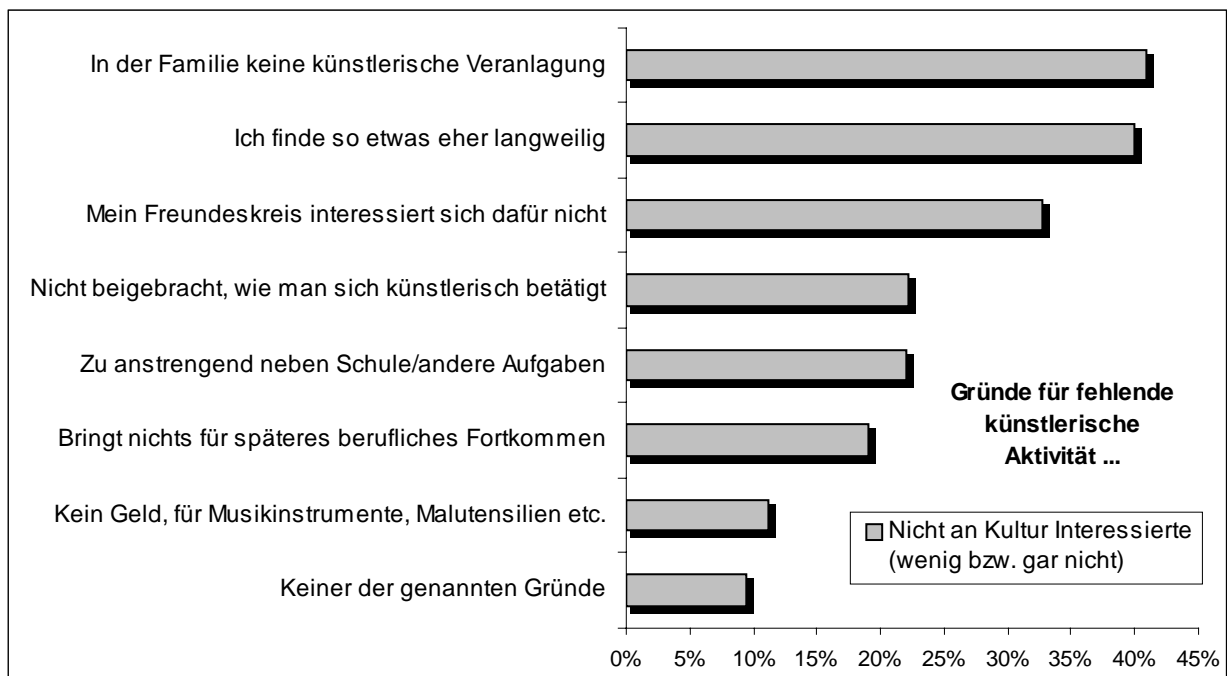
Übersicht 10: Anzahl der Multiplikatoren (verschiedene Personenkreise bzw. Institutionen) bei der eigenen künstlerischen Aktivität im Kontext des Interesses am Kulturgesehen



ZfKf/GfK 2004

- (3) Betrachtet man die **künstlerische Aktivität** der jungen Leute im Kontext **der Schulbildung**, so sind die wenigen künstlerisch Aktiven mit niedrigem Bildungsabschluss am ehesten mit ihren Freunden und Eltern künstlerisch aktiv geworden. Eine ganz wichtige Rolle für die Hauptschüler und -absolventen nehmen zudem die **Vereine** wahr. Andere kulturelle Bildungsträger, wie die Musikschule oder Ballettschule, erreichen kaum mehr junge Leute mit niedriger Schulbildung (was sicher auch mit den recht hohen Kosten solcher Angebote zu tun hat).
- (4) Als Gründe für eine fehlende künstlerische Aktivität geben die jungen Leute abermals, wie schon beim Interesse am Kulturgesehen, am ehesten solche an, die mit der sozialen Herkunft, dem sozialen Umfeld in Verbindung stehen. An erster Stelle wird die fehlende künstlerische Veranlagung in der Familie aufgeführt und an dritter Stelle das Desinteresse des Freundeskreises für künstlerische Aktivitäten. Dass das Elternhaus und vor allem der Freundeskreis auch einen starken Einfluss darauf ausüben, ob man sich in jungen Jahren künstlerisch betätigt oder nicht, veranschaulichte hier schon *Übersicht 9*.

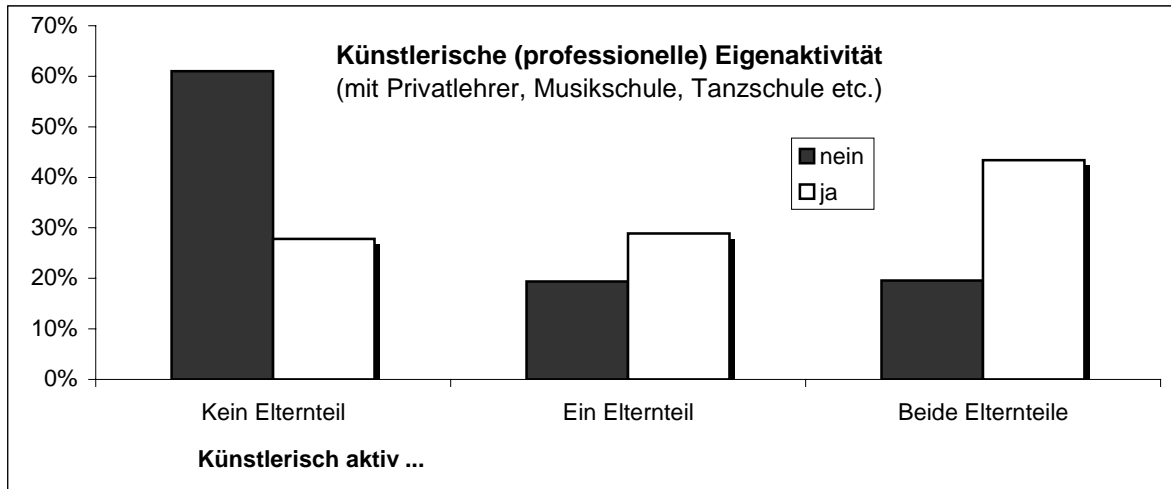
Übersicht 11: Persönliche Gründe der jungen Leute für fehlende künstlerische Aktivitäten



ZfKf/GfK 2004

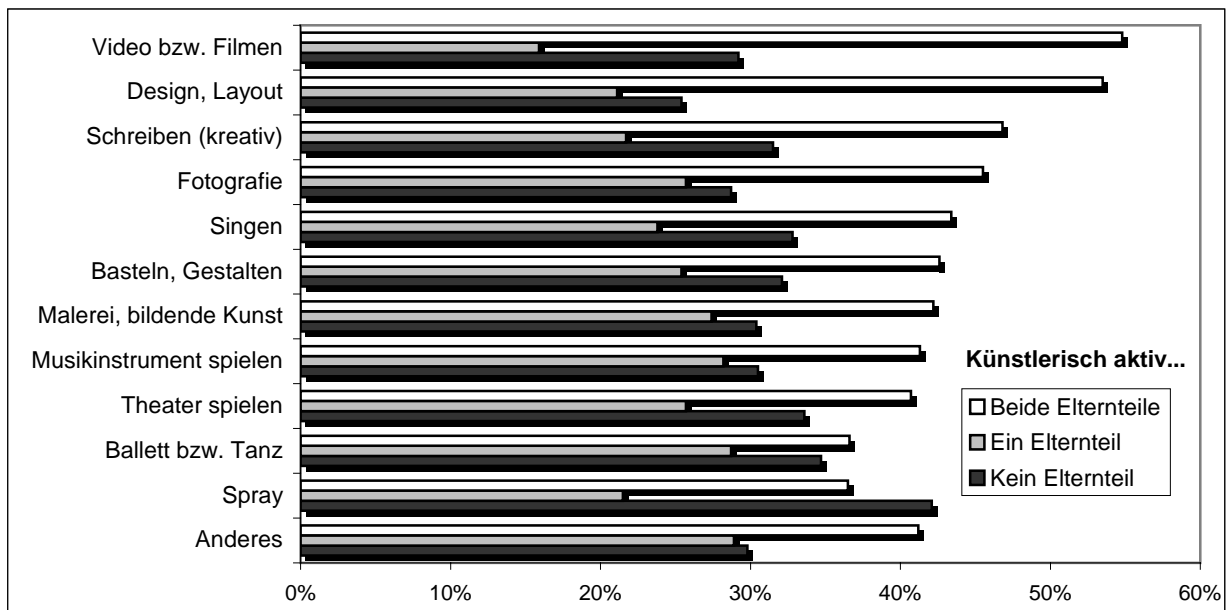
- (5) Ganz eindeutig in Beziehung zu dem Kulturinteresse und der künstlerischen Aktivität der jungen Leute steht die eigene **künstlerische Aktivität der Eltern** (*siehe Übersicht 12*). Betrachtet man hier einmal die künstlerischen Betätigungsfelder im Kontext einer künstlerischen Aktivität der Eltern, wird interessanterweise deutlich, dass eine Tätigkeit der jungen Leute in den visuellen, bildnerischen Künsten eher in Beziehung steht zu einer künstlerischen Aktivität der Eltern als Musizieren, Schauspiel oder Tanzen (*siehe Übersicht 13*). Offensichtlich ist eine Vorbildfunktion oder auch nur ein stärkeres künstlerisches Verständnis der Eltern für die Anleitung im Bereich der Bildenden Kunst wichtiger als für andere Kulturbereiche, wie die Musik oder der Tanz, die auch gesellschaftlich, z.B. auf Festen, und vor allem medial in audiovisuellen Medien einen ganz anderen Stellenwert haben. Tendenziell kann man feststellen, dass die jungen Leute allgemein eher dazu neigen, in die "Fußstapfen" der künstlerischen Aktivitäten der Eltern zu treten.

Übersicht 12: Künstlerische Aktivitäten der jungen Leute im Rahmen eines Bildungsangebots der Musikschulen, Jugendkunstschulen etc. oder von Privatunterricht im Kontext der künstlerischen Aktivität der Eltern



ZfKf/GfK 2004

Übersicht 13: Künstlerische Betätigungsfelder der jungen Leute im Kontext der künstlerischen Aktivität der Eltern

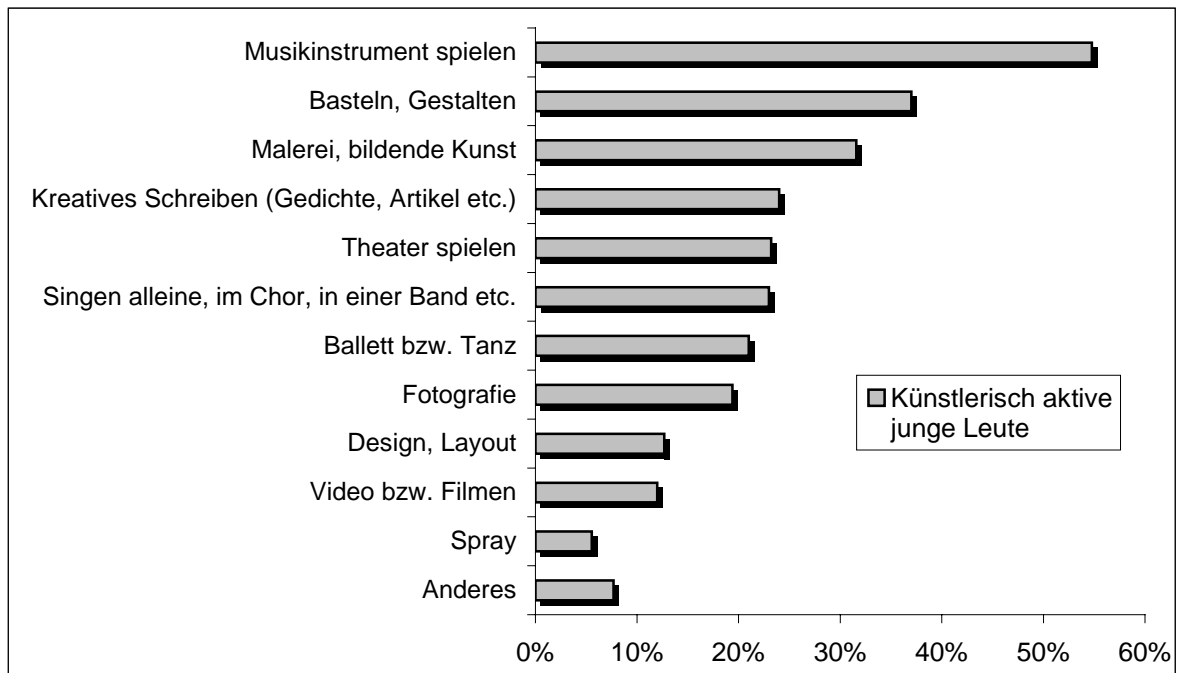


ZfKf/GfK 2004

(6) Abschließend soll auch noch einmal in *Übersicht 14* allgemein ein Blick geworfen werden auf die künstlerischen Betätigungsfelder der jungen Leute: Ein Instrument spielen nimmt – man kann sagen – immer noch mit Abstand den ersten Platz auf der Rangliste der künstlerischen Aktivitäten ein. Immerhin auf Platz zwei und drei stehen Aktivitäten aus dem Bereich der Bildenden Kunst. An vierter Stelle werden Aktivitäten im Bereich des Kreativen Schreibens genannt, z.B. Gedichte, Artikel oder Geschichten schreiben. Hier wird ein Trend fortgesetzt, der schon in Zeitvergleichen der bundesweiten ZfKf-Bevölkerungsumfragen beobachtet werden konnte. Wie dies beispielsweise die folgende *Übersicht 15* verdeutlicht, waren 1973 Aktivitäten im Bereich Musik verbreitet, alle anderen Kultursparten wurden weitgehend vernachlässigt. In einer Umfrage 2001 hat der Bereich Bildende Kunst deutlich zugelegt und kann fast mit dem Musikbereich konkurrieren. Auch die Aktivitäten in den anderen Spartenbereichen haben tendenziell zugenommen. In der Jugendumfrage, die man als

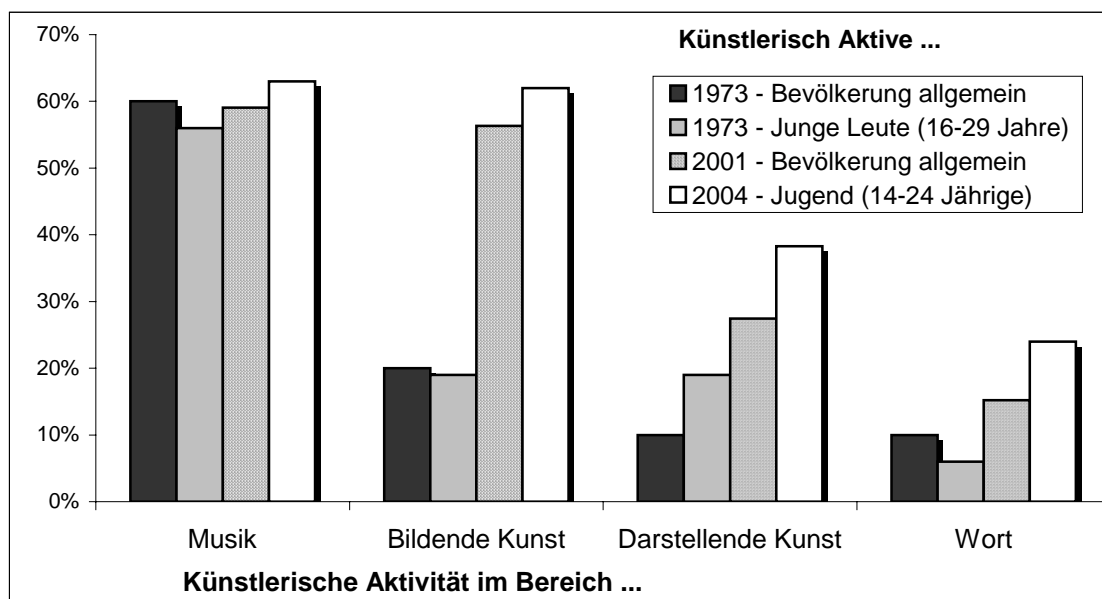
Trendbarometer für künftiges kulturelles Verhalten heranziehen kann, wird nun deutlich, dass die Aktivitäten im Bereich der Bildenden Kunst die Musikaktivitäten eingeholt haben. Auch die anderen Bereiche Wort und Darstellende Kunst holen im Bereich der kulturellen Bildung weiter auf. Hier wird übrigens ein weiterer Trend deutlich: Da die Aktivitäten im Bereich Musik über einen Zeitraum von 30 Jahren nahezu gleichgeblieben ist, kann daraus abgeleitet werden, dass die spartenübergreifenden künstlerischen Aktivitäten deutlich zugenommen haben. Das Gros der jungen Leute ist in mindestens zwei Sparten künstlerisch aktiv, 3% sogar in allen vier Spartenbereichen.

Übersicht 14: Betätigungsfelder der künstlerisch aktiven jungen Leute



ZfKf/GfK 2004

Übersicht 15: Bereiche, in denen die jungen Leute der Jugendumfrage 2004 als auch die Bevölkerung allgemein 1973 und 2001 künstlerisch aktiv gewesen sind

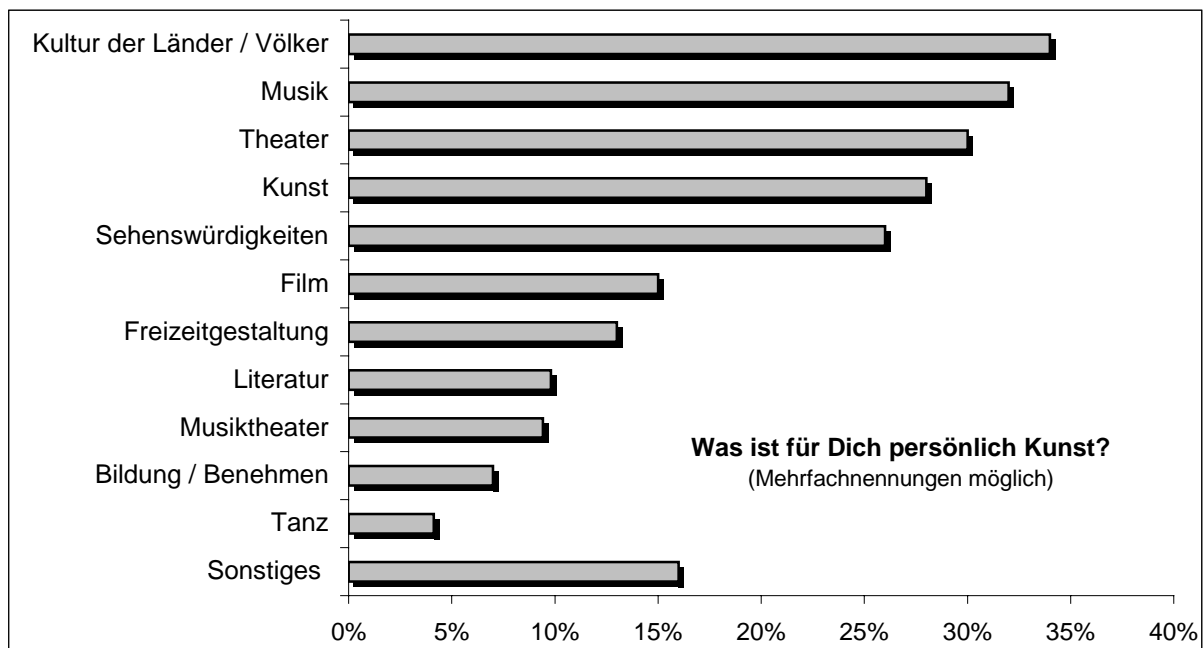


ZfKf/GfK 2004

(C) Zum Themenkomplex "Definition und Aufgabenfelder von Kunst und Kultur"

- (1) An erster Stelle bei der spontanen Frage nach der persönlichen Begriffsdefinition von "Kultur" nennen die jungen Leute die Kultur der Länder und Völker (*siehe Übersicht 16*). Ob man daraus folgern kann, dass die Identifikation mit der eigenen Landeskultur wieder stärker in den Vordergrund gerückt ist angesichts einer zunehmenden "multikulturellen" Gesellschaft – oder aber in den Hintergrund, da man bewusster kulturelle Unterschiede wahrnimmt – bleibt noch zu prüfen. Die verschiedenen Kulturen der Länder und Völker nehmen heute ggf. auch einen wichtigen Stellenwert ein wegen der Kontraste und Differenzen insbesondere der europäischen Gesellschaft mit den islamischen Bevölkerungsgruppen, so z.B. die Kopftuchdebatte, die die Unterschiede der Kulturen in besonderem Maße verdeutlicht und in den Medien und der Politik besonders präsent ist. Es folgen Assoziationen mit den klassischen Kultursparten Musik, Theater und Kunst, wobei die Häufigkeit der genannten Kultursparten hier nicht unbedingt mit entsprechenden Vorlieben bei den jungen Leuten korreliert, sondern eher ihre Präsenz im deutschen Kulturleben widerspiegelt. Bei den jungen Leuten beliebte Kultursparten, wie der Film, werden mit dem Begriff Kultur deutlich weniger assoziiert. Auch die sogenannte "Freizeitkultur" ist nur für wenige junge Leute eine mögliche Kulturdefinition. Auch Bildung, Charakterbildung oder der Umgang miteinander ("Benimmkultur") wird von den jungen Leuten kaum mehr mit dem Begriff Kultur verknüpft. Einen wichtigen Kulturaspekt umfasst hier jedoch noch der Bereich der Sehenswürdigkeiten und Denkmäler, also der historischen Kultur. Zusammenfassend kann man festhalten, dass die jungen Leute einen eher "klassischen" Kulturbegriff pflegen.

Übersicht 16: Spontane persönliche Definition von Kultur



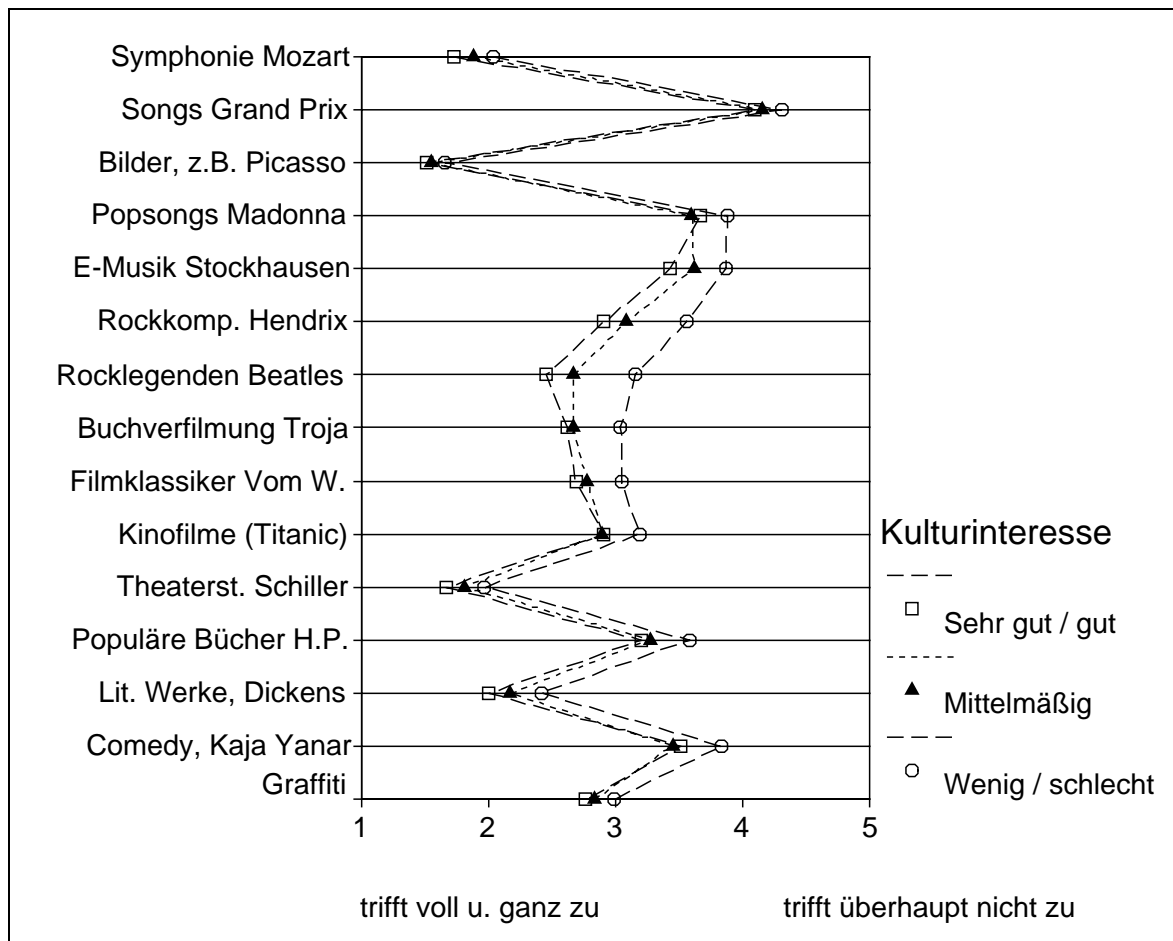
ZfKf/GfK 2004

- (2) Betrachtet man die Objekte, die die jungen Leute als "Kunst" einordnen würden und welche nicht, zeigt sich ebenfalls ein sehr traditioneller Kunstbegriff in *Übersicht 17*. Angeboten der Jugendkultur oder populären Kulturangeboten werden künstlerische Aspekte weitgehend abgesprochen und nur klassische Beispiele aus der Hochkultur eindeutig als Kunst verifiziert, so klassische Symphonien von Mozart, Bilder von Picasso, Theaterstücke von Schiller oder klassische literarische Werke von Mann oder Dickens. Die eigene gepflegte Unterhaltungskultur der jungen Leute, wie Britney Spears, Spielfilme à la Titanic, Harry Potter oder Comedy mit Künstlern wie Kaya Yanar werden eher nicht als Kunst klassifiziert. Spannend ist hier die etwas positivere Einschätzung von Klassikern

der Popkultur, die schon sogenannte "Oldies" sind. Diese werden eher in eine künstlerische Ecke positioniert, so die Beatles oder "Vom Winde verweht". Filme werden übrigens dann am ehesten als künstlerisch eingestuft, wenn sie ein Buch, also ein klassisches Kulturgut, thematisieren.

Man kann also provokativ zusammenfassen: Kunst umfasst für die jungen Leute weitgehend klassische Kulturangebote der Hochkultur mit Künstlern aus der Vergangenheit. Stockhausen oder allgemein zeitgenössische elektronische Musik wurden beispielsweise eher nicht als Kunst eingestuft. Vielleicht sind diese Angebote aber auch einfach zu wenig bekannt bei den jungen Leuten. Die eigene Lebens- und Jugendkultur wird von ihnen ebenfalls kaum als künstlerisch "wertvoll" angesehen.

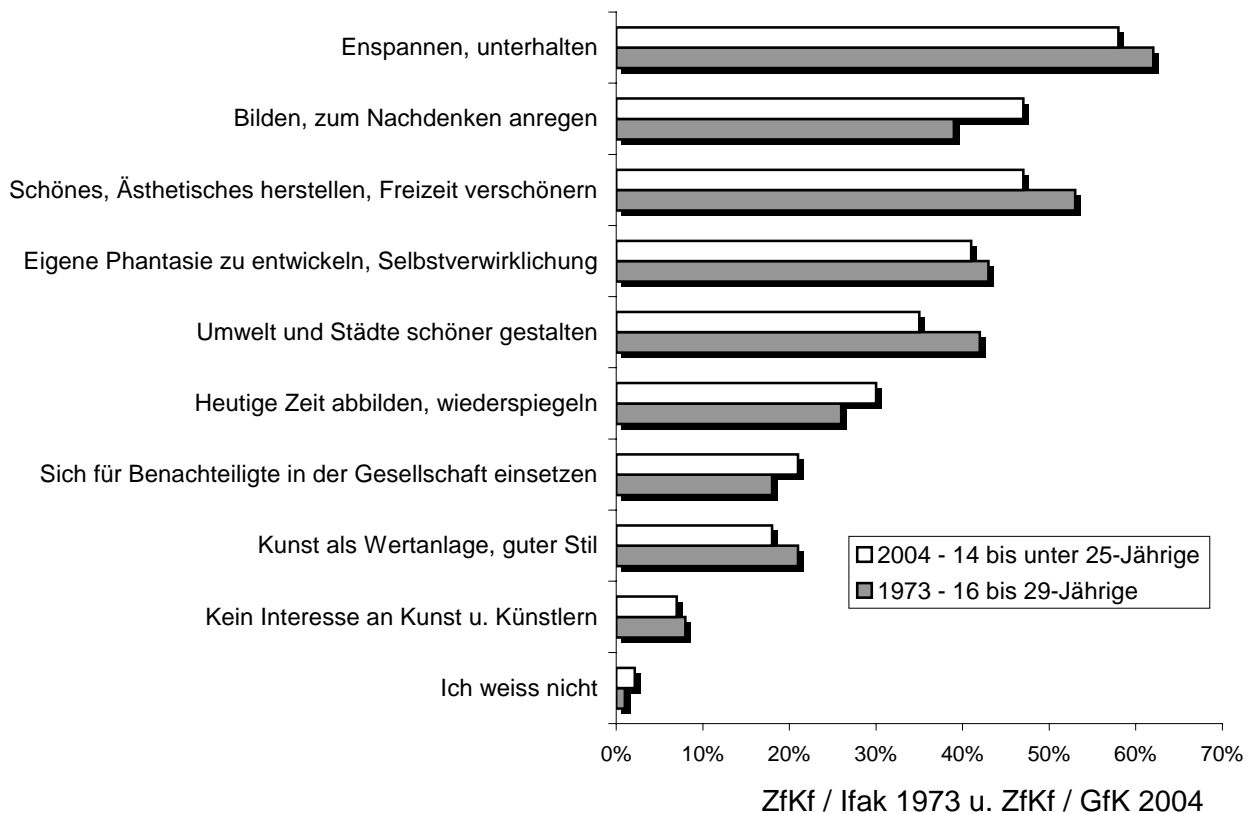
Übersicht 17: Persönliche Einschätzung des "Kunstgehalts" folgender Darbietungen/Objekte



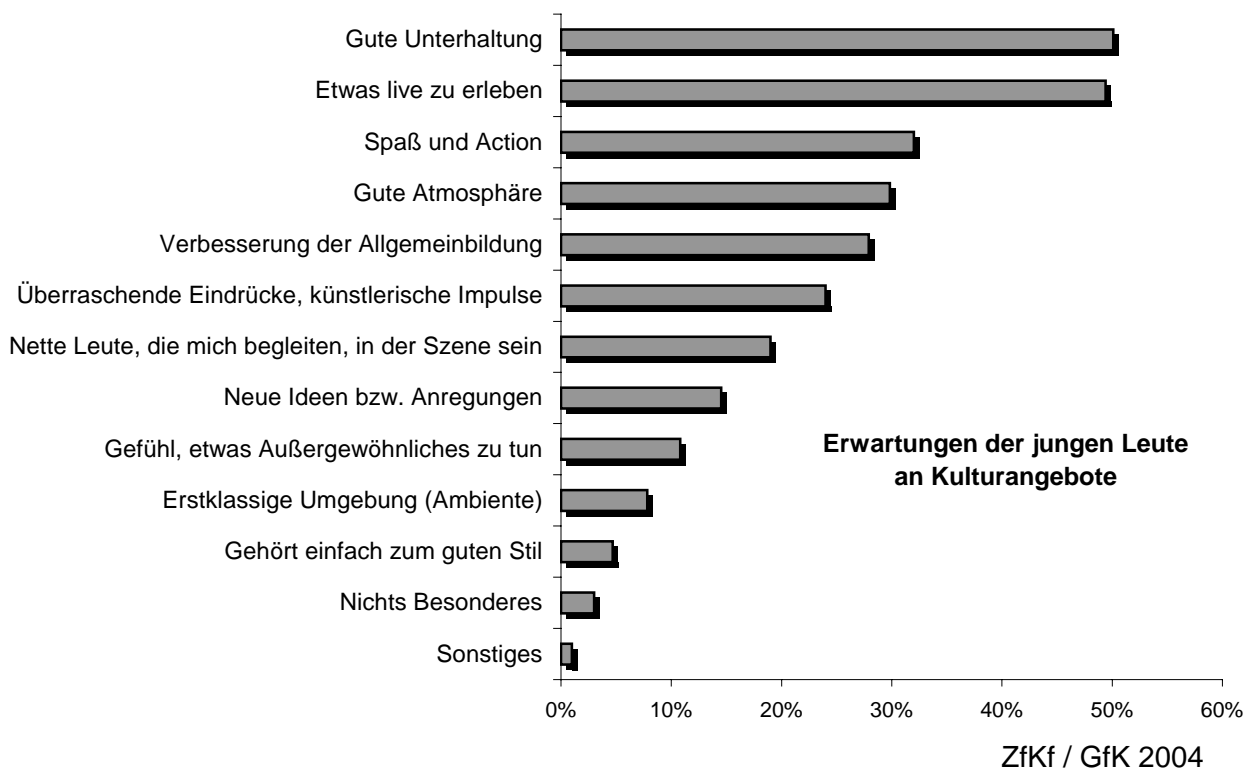
ZfKf/GfK 2004

- (3) Unabhängig zu dieser eher traditionellen Begriffsdefinition von Kultur, brechen bei den jungen Leuten in der Freizeitnutzung von Kulturangeboten die Grenzen zwischen U- und E-Kultur immer weiter auf. Man besucht neben klassischen Kulturangeboten auch jugendkulturelle Angebote, die vor allem unterhalten sollen und nicht mit einem künstlerischen Anspruch versehen werden. Der Unterhaltungswert von Kulturangeboten spielt bei den jungen Leuten allgemein (wieder) eine sehr große Rolle. Kunst, auch "Hochkultur", soll Spaß machen und entspannen. In dieser Einschätzung unterscheiden sich die jungen Leute heute kaum von der jungen Bevölkerung 1973, wie dies folgende Übersicht darstellt:

Übersicht 18: Persönliche Meinung junger Leute 1973 und 2004 zu den Aufgaben von Kunst und Künstlern



Übersicht 19: Erwartungen, die junge Leute, die mindestens schon einmal ein Kulturangebot besuchten, am ehesten damit verbinden (max. drei Nennungen)



Am deutlichsten unterscheiden sich die jungen Leute heute von der jungen Bevölkerung vor 30 Jahren in der Einschätzung des Bildungswerts von Kunst und Kultur. Etwa die Hälfte der heutigen Jugend ist der Meinung, dass Kunst und Künstler neben dem Unterhaltungsaspekt vorrangig mit ihrer Kunst bilden, zum Nachdenken anregen sollen. Den wichtigen Stellenwert des Unterhaltungsaspekts spiegeln auch die maximal drei wichtigsten Erwartungen der jungen Leute bei dem Besuch eines Kulturangebots wieder, wobei hier noch eine weitere wichtige Komponente deutlich wird: das Live-Erlebnis. In einer zunehmend virtuell erlebten Welt, in der persönliche Kontakte immer stärker durch telefonische oder Mail-Kontakte ersetzt werden, spielt offenbar das reale Erleben wieder eine ganz entscheidende Rolle in der Freizeitgestaltung, wie dies auch *vorausgehende Übersicht 19* verdeutlicht.

Weniger wichtig sind den jungen Leuten sogenannte "Etiketten", die mit der Hochkultur verbunden sind, wie beispielsweise ein festliches Ambiente oder die Meinung, ein solcher Besuch gehöre zum guten Stil oder man tue etwas Außergewöhnliches.

Anhang I - Methodenbeschreibung

| | |
|----------------------------|--|
| Befragungszeitraum: | Die Feldarbeit wurde in der Zeit zwischen dem 11.06. und 27.09.2004 abgewickelt. Speziell in der Ferienzeit der einzelnen Bundesländer wurde nicht befragt. |
| Durchführung | Durchgeführt wurde die Feldarbeit von der GfK Marktforschung. |
| Zielpersonen: | Die Grundgesamtheit dieser Untersuchung umfasst Männer und Frauen im Alter von 14 bis 24 Jahren in Deutschland. Daraus wurde eine repräsentative Stichprobe im Umfang von ca. 2.500 Personen gezogen. |
| Methode: | Dieser Untersuchung liegt methodisch eine Quotenstichprobe zugrunde. Die Ermittlung der Quoten erfolgte auf der Basis amtlicher Statistiken und eigener Berechnungen. Für die Bestimmung der Auskunftspersonen wurden die Merkmale Geschlecht, Alter und Bildung direkt, die Merkmale Ortsgröße und Bundesland indirekt vorgegeben. |
| Befragungstechnik: | Die Befragung der Auskunftspersonen erfolgte anhand eines strukturierten Fragebogens unter Einsatz modernster Multimedia Pen Pads. Die Interviewer waren an die Fragenformulierung und an die Fragenreihenfolge gebunden. Die Antworten der Befragten waren im vollen Wortlaut zu notieren. |
| Interviewereinsatz: | Insgesamt wurden 405 Interviewer bei dieser Untersuchung eingesetzt. |
| Kontrollmaßnahmen: | Zur Sicherstellung eines hohen Standards an Datenqualität hat die GfK Marktforschung vor der Auswertung der erhobenen Daten umfangreiche, gezielte Kontrollmaßnahmen ergriffen. Diese reichen von einer EDV-gestützten Kontaktkontrolle, eines detaillierten Adressabgleichverfahrens zur Vermeidung von Mehrfachbefragungen über die Kontrolle des Auswahlverfahrens bis hin zu einer qualitativen Kontrolle der eingegangenen Interviews. Darüber hinaus werden ständig interviewerbezogene Auswertungen durchgeführt. |
| Auswertung | Für die endgültige Auswertung standen netto 2.625 Fragebögen zur Verfügung, deren Inhalt nach entsprechender Vorbereitung vercodet und in die Datenbank übernommen wurde. Die Auswertung der Datenbank erfolgte von Seiten des Zentrums für Kulturforschung.. |

Anhang II – Liste der beteiligten Fachleute

Carola Anhalt, Dr. Susanne Binas, Cornelia Brüninghaus-Knubel, Deutscher Musikrat, Dr. Karl Ermert, Prof. Dr. Max Fuchs, Martina Gille, Dr. Narciss Göbbel, Dr. Maya Götz, Martina Kessel, Britta Kollberg, Jürgen Peter, Dr. Georg Ruppelt, Dr. Margarete Schweizer, Dr. Gerd Taube und Prof. Klaus Zehelein

Anhang III – Liste der Fragen des Jugendkulturbarometers

(A) Soziodemographische Daten (vor allem für Korrelationen)

- Alter (offene Frage)
- Geschlecht
- PLZ-Wohnort (ggf. Stadtteil)
- Wohndauer in der Region
- Entfernung vom nächst größeren Stadtzentrum
- Wohnlage / Wohnsituation
- Schulbildung/Schulform/Ausbildungs-/Arbeitssituation
- Berufstätigkeit der Eltern
- Bildungsstand der Eltern
- Herkunftsland der Eltern
- Besitz der deutschen Staatsangehörigkeit
- Anzahl der Geschwister
- Verhältnis der Eltern (Alleinerziehend etc.)
- Höhe des freien monatlichen Einkommens/Taschengelds

(B) Allgemeines zur Kultur, zu der Nutzung von Kultur- und Freizeitangeboten

- Eigene Definition von Kultur/künstlerischer Aktivität
- Besuch von Kulturangeboten allgemein
- Regelmäßigkeit des Besuchs von Kulturangeboten allgemein
- Erster Zeitpunkt eines Kontakts mit kulturellen Angeboten (Alter des Befragten)
- Personen, die einen normalerweise bei kulturellen Aktivitäten begleiten
- Existenz / Beispiel für ein besonders attraktiv erlebtes Kulturangebot (aus Sicht des Befragten)
- Mobilitätsbereitschaft für Kulturangebote (Länge der Wegstrecke)
- Mobilitätsbereitschaft für Freizeitangebote (Länge der Wegstrecke)
- Interesse /Desinteresse am Kulturgesehen in der Region
- Bei wenig Kulturinteressierten: Gründe für die Nichtnutzung kultureller Angebote (fehlendes Elternengagement, Vorurteile, fehlende kulturelle Infrastruktur etc.)
- Bei wenig bzw. mittelmäßig Kulturinteressierten: Änderungsvorschläge für kulturelle Angebote (z.B. Werbung in jugendgerechten Medien, mehr Engagement der Schulen, mehr Informationen zu den Kulturangeboten, niedrigere Eintrittspreise etc.)
- Stellenwert von Kunst und Kultur in der Gesellschaft (aus Sicht des Befragten; z.B. Bildung, Völkerverständigung, Konsumprodukte, Politik etc.)
- Ranking des Stellenwerts von Kultureinrichtungen mit Blick auf die Krise der öffentlichen Haushalte (aus Sicht des Befragten)
- Beurteilung des verfügbaren Kulturangebots allgemein vor Ort / in der Region
- Durchschnittliche jährliche Geldausgaben für Kultur- und Freizeitangebote
- Wöchentliche Mediennutzung (bzw. Nichtnutzung) von Medien und zwar Computer (speziell Internet), Fernsehen, Hörfunk, Tonträger, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher (keine Schulbücher)

- Künstlerische Aktivität des Befragten außerhalb des Schulunterrichts (Musizieren, malen, tanzen etc.)
- Erster Zeitpunkt eigener künstlerischer Aktivitäten (Alter des Befragten)
- (Sparten-)Bereiche im Kontext eigener aktiver künstlerischer Betätigung
- Gründe für ein Desinteresse bei nicht künstlerisch Aktiven (z.B. keine künstlerische Begabung, andere Interessen, im Freundeskreis nicht gefragt etc.)
- Aktuelle Hobbys des Befragten
- Künstlerische Aktivität der Eltern des Befragten
- Frühere Hobbys des Befragten speziell im Bereich Kulturelle Bildung
- Orte, an denen kulturelle Bildungsangebote (Musizieren, Tanzen etc.) bisher wahrgenommen wurden

(C) Aktivitäten / Interesse in verschiedenen Sparten / Einrichtungen

- Interesse und Besuch im Kontext einzelner (Nichtkultur-)Themen bzw. Angebote (z.B. Sport, Neue Medien, Politik, Naturwissenschaften etc.)
- Interesse und Besuch im Kontext einzelner kultureller Spartenangebote
- Spezifizierung des Interesses an einzelnen kulturellen Spartenangeboten (exemplarisch, vor allem Musikstilrichtungen)
- Interesse an Buchgenres
- Interesse an Filmgenres
- Besuch und Art der Nutzung von soziokulturellen Zentren
- Interesse und Besuch im Kontext der Museumsnächte
- Besuch einzelner für Jugendliche attraktive Großveranstaltungen (bundesweit), z.B. Internationale Jugendmesse, Love Parade etc.
- Besuch einzelner populärer Kulturangebote für Jugendliche (landesweit) speziell in Berlin / Brandenburg
- Besuch einzelner populärer Kulturangebote für Jugendliche (landesweit) speziell in Niedersachsen
- Besuch einzelner populärer Kulturangebote für Jugendliche (landesweit) speziell in NRW
- Erfahrungen des Befragten mit Kunst aus anderen, weiter entfernten Kulturkreisen
- Kenner von Kunst aus weiter entfernten Kulturkreisen: Einstellung zur Förderung solcher Kunst
- Nichtkenner von Kunst aus weiter entfernten Kulturkreisen: Gründe für Nichtkenntnis bzw. Desinteresse
- Name des Künstlers, den man besonders bewundert ("Idole")

(D) Weiterführende Fragen zur Gestaltung/Optimierung von Kulturangeboten

- (Des-)Interesse an verschiedenen kulturellen Veranstaltungsformen (Großveranstaltungen, Events, Clubs, Online-Events etc.)
- Bisher genutzte Informationsmedien des Befragten für Kultur- und Freizeitangebote
- Bevorzugte Informationsmedien des Befragten für Kultur- und Freizeitangebote
- Bevorzugte Kartenvertriebswege des Befragten für Kultur- und Freizeitangebote
- Bevorzugte Planungszeiten des Befragten für Kultur- und Freizeitangebote

- Persönlich gewünschte Anfangszeit für eine abendliche Kultur- oder Freizeitveranstaltung
- Beurteilung der Eintrittspreise im Kulturbereich für einzelne Zielgruppen (Familie, Kinder, Jugendliche)
- Geschätzte Höhe des (jugend-)ermäßigten Eintrittspreises für eine Opernaufführung in der günstigsten Kategorie
- Geschätzte Höhe des (jugend-)ermäßigten Eintrittspreises für den Besuch eines Kunstmuseums
- Präferierte Inszenierung für ein Theaterstück von Schiller (modern, traditionell, experimentell, mit zeitgemäßen Bezügen zu aktuellen gesellschaftlichen bzw. politischen Themen etc.)
- Vermutetes Verhalten bei der Nutzung von Kulturangeboten der "Jugendkultur" und der "klassischen Kulturhäuser" mit 45 Jahren

(E) Bildungserfahrungen zum Thema Kunst und Kultur

- Lieblingsfach(-fächer) in der Schule
- Unbeliebtestes Fach bzw. Fächer in der Schule
- Beurteilung des bisherigen eigenen Musikunterrichts in der Schule (ggf. Spezifizierung nach unterschiedlichen Erfahrungen mit Musiklehrern)
- Erfahrungen des Befragten mit Unterrichtsausfällen im Schulmusikunterricht
- Beurteilung des bisherigen eigenen Kunstunterrichts in der Schule (ggf. Spezifizierung nach unterschiedlichen Erfahrungen mit Kunstlehrern)
- Erfahrungen des Befragten mit Unterrichtsausfällen im Kunstunterricht
- Sonstige bisherige Aktivitäten im Bereich Kultur in der Schule (Besuch der Theater-AG, Schülerzeitung etc.)

(F) Ergänzende Informationen zu Lebensstil / Perspektiven

- Bevorzugter Modestil / Jugendgruppierung
- Lieblingsmusiker bzw. Lieblingsband
- Bevorzugtes Programm im Fernsehen
- Einstellung zu den Eltern
- Einstellung zur Gesellschaft / Zufriedenheit mit der derzeitigen Lebenssituation
- Wünsche/Vorstellungen für eine berufliche Perspektive
- Einschätzung der finanziellen Verhältnisse, in denen man aufgewachsen ist