

Entwicklung einer Kulturkonzeption des Landes Schleswig-Holstein

Cultural Mapping



Im Auftrag des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft
und Kultur des Landes Schleswig-Holstein

August 2021

Projektleitung: Dr. Patrick S. Föhl
Stellv. Projektleitung: Dr. Robert Peper

NETZWERK KULTURBERATUNG
NETWORK FOR CULTURAL CONSULTING

Fidicinstraße 13c
10965 Berlin
Internet: www.netzwerk-kulturberatung.de

Autor: Dr. Robert Peper
Datenaufbereitung: Dipl. Soz. Alexander Polte
Textkodierung: B.A. Katharina Mludek und B.A. Anna Oldiges
Hosting: M.A. Michael Kronenwett (Kronenwett & Adolphs UG)

Inhaltsverzeichnis

Summary	4
Wichtigste Befunde auf einen Blick.....	6
1 Ziele der Studie	8
2 Charakterisierung der Befragungsteilnehmenden	11
2.1 Beteiligung an der Studie	11
2.2 Herkunft	11
2.2.1 Herkunft nach Landkreis	11
2.2.2 Herkunft nach Gemeinde.....	13
2.3 Akteursgruppe.....	14
2.4 Sparte	15
2.5 Trägerschaft.....	17
2.6 Zielgruppen.....	18
2.7 Zwischenergebnisse.....	21
3 Kulturelle Teilhabe und digitale Transformation.....	22
3.1 Gegenwärtige Ansätze zur Ermöglichung kultureller Teilhabe.....	22
3.2 Zukünftige Handlungsfelder zur Stärkung der Teilhabe	24
3.3 Gegenwärtige Nutzung digitaler Medien und Techniken.....	26
3.4 Bedarfe der Teilnehmenden zugunsten der digitalen Transformation.....	28
3.5 Zwischenergebnisse.....	35
4 Kooperation und Vernetzung	36
4.1 Beschreibung der Netzwerkstichprobe	36
4.1.1 Herkunft der Kooperationspartner/-innen	40
4.1.2 Akteursgruppen.....	51
4.1.3 Sparten	52
4.1.4 Beweggründe für die Kooperation	54
4.2 Strukturanalyse der erhobenen Netzwerke	56
4.2.1 Zur Methode der Netzwerkanalyse	56
4.2.2 Zum Mehrwert einer Netzwerkanalyse.....	56
4.2.3 Analyse des Netzwerks innerhalb Schleswig-Holsteins.....	59

4.3	Geo-Mapping	69
4.4	Perspektiven der Netzwerkarbeit	76
4.4.1	Zusammenarbeiten mit bestehenden Netzwerken	76
4.4.2	Wunschpartner/-innen für die Zukunft	77
4.4.3	Themen für zukünftige Kooperation	78
4.4.4	Ressourcen für zukünftige Kooperation	85
4.4.5	Ideen zur Interaktion mit Politik und Verwaltung	90
4.5	Zwischenergebnisse	95
5	Ergebnisse der offenen Themenabfragen.....	97
5.1	Themen der Corona-Pandemie	97
5.2	Themen- und Handlungsfelder zukunftsorientierter Kulturentwicklung	98
5.3	Gesellschaftliche Relevanz.....	100
5.4	Zwischenergebnisse.....	102
6	Ausblick	103
7	Zusatzmaterial	106
7.1	Aggregierte Karten von Subnetzwerken (Kreisebene).....	107
7.1.1	Subnetzwerk der Akteurstypen	107
7.1.2	Subnetzwerk der Sparten.....	118
7.2	Aggregierte Karten von Subnetzwerken (Gemeindeebene).....	134
7.2.1	Subnetzwerk der Akteurstypen	134
7.2.2	Subnetzwerk der Sparten.....	139
	Quellenverzeichnis	148
	Weiterführende Literatur	149
	Abbildungsverzeichnis	150
	Tabellenverzeichnis	153

Summary

Auf dem Weg zur Entwicklung einer Kulturkonzeption für das Land Schleswig-Holstein wurde im Frühjahr 2021 ein sogenanntes *Cultural Mapping* durchgeführt. Hierzu wurden jegliche Akteurinnen und Akteure, die sich der kulturellen Infrastruktur Schleswig-Holsteins verbunden fühlen, dazu eingeladen, an einer groß angelegten Online-Befragung mitzuwirken.

Mit Hilfe der Befragten sollten im Rahmen des laufenden *Kulturdialogs*¹ Themen der Kulturentwicklung ausgeleuchtet und eine Netzwerkanalyse der Kulturkooperationen erstellt werden. Hieraus werden Ziele und Maßnahmen zur langfristigen Stärkung des Kulturbereichs entwickelt.

Der Fragebogen wurde zu diesem Zweck in drei verschiedene Erhebungsschritte untergliedert: eine Bestandsaufnahme der kulturellen Infrastruktur (durch die Angabe von Basiseigenschaften der teilnehmenden Einrichtungen sowie Künstlerinnen und Künstler), eine Abfrage gegenwärtiger und zukünftig gewünschter Schwerpunktsetzungen in den Bereichen kulturelle Teilhabe, digitale Transformation und Kooperation sowie schließlich eine offene Abfrage von Themen- und Handlungsfeldern zukunftsfähiger Kulturentwicklung.

An der Studie nahmen 753 Einrichtungen sowie Künstlerinnen und Künstler teil. Sie wendeten viel Zeit auf, um den umfangreichen Fragebogen zu beantworten. Die Ergebnisse zeigen, dass die Gemeinden und Landkreise Schleswig-Holsteins über ihre Kulturakteurinnen und -akteure bereits vielfältig miteinander vernetzt sind. So gaben die Befragten insgesamt 2.738 Kooperationsbeziehungen zu 1.945 verschiedenen Partnerinnen und Partnern an – gefragt nach den bis zu zehn wichtigsten Partnerinnen und Partnern *der letzten Zeit* – also inmitten der Pandemie.

In Bezug auf die Vernetzung der Landkreise und kreisfreien Städte kristallisieren sich vier verschiedene Cluster heraus: ein Cluster bestehend aus dem Kreis Nordfriesland, der Stadt Flensburg und dem Kreis Schleswig-Flensburg, ein Cluster bestehend aus der Landeshauptstadt Kiel, dem Kreis Rendsburg-Eckernförde, dem Kreis Plön und der Stadt Neumünster, ein Cluster bestehend aus den Kreisen Ostholstein, Segeberg, Stormarn, dem Herzogtum Lauenburg und der Hansestadt Lübeck sowie ein Cluster bestehend aus den Kreisen Dithmarschen, Steinburg und Pinneberg. Landkreise eines jeweiligen Clusters sind mit den anderen Mitgliedern des Clusters über ihre Kulturakteurinnen und -akteure stärker vernetzt als mit Landkreisen der anderen Cluster.

Die Befragten wünschen sich für die Zukunft ein innovatives und vor allem breit zugängliches kulturelles Angebot für Schleswig-Holstein: Diversität, Integration, Barrierefreiheit, Niedrigschwelligkeit und Teilhabe werden häufig erwähnt, ebenso wie der Synergieeffekt

¹ Mehr Informationen zu diesem Format sind online unter dem folgenden Link zu finden: <https://www.schleswig-holstein.de/DE/Landesregierung/Themen/Kultur/Kulturdialog/kulturdialog.html>.

fekte durch Kooperationen bei der Veranstaltungsorganisation. Auch interdisziplinäre beziehungsweise themenübergreifende Arbeit ist ein geteiltes Anliegen sowie der Wunsch nach kultureller Bespielung öffentlicher, ungewöhnlicher und ungenutzter Räume.

Wichtigste Befunde auf einen Blick

- 753 Fragebögen liefern den Datensatz für die vorliegende Studie.
- Relativ viele Befragte sind in Kiel ansässig, ebenso wie in Rendsburg-Eckernförde, Stormarn und Lübeck. Insgesamt verteilt sich das Feld der Teilnehmenden relativ gleichmäßig auf das gesamte Bundesland.
- Die größte im Datensatz vertretene Gruppe ist die der individuell tätigen Künstlerinnen und Künstler. Sie stellt fast ein Drittel der Teilnehmenden dar. Auch Kultureinrichtungen sind vergleichsweise stark im Datensatz repräsentiert.
- Zur Ermöglichung von möglichst breiter Teilhabe an Kunst und Kultur nutzen die befragten Einrichtungen sowie Künstlerinnen und Künstler derzeit vor allem digitale Medien und Apps.
- Am vergleichsweise seltensten werden nicht-deutschsprachige Angebote, Diversität des Personals und ein vielfältiges gastronomisches Angebot als Rahmenbedingungen genannt, die gegenwärtig vorhanden sind.
- Um in der digitalen Transformation voranzukommen, benötigen die Befragten insbesondere Personal, Zeit und Geld.
- Besonders detailliert wird der Bedarf nach Technik erläutert zum Beispiel für Ausstellungen oder auch digitale Tools, wie Videokonferenztechnik. Die schlechte Internetverbindung hemmt ein Sechstel der Befragten in ihrer Tätigkeit. Nur eine sehr kleine Gruppe steht der digitalen Transformation kritisch gegenüber.
- Ein innovatives und vor allem breit zugängliches kulturelles Angebot für Schleswig-Holstein ist gewünscht: Diversität, Integration, Barrierefreiheit, Niedrigschwelligkeit und Teilhabe werden mehrfach erwähnt. Das gemeinsame Organisieren von Veranstaltungen wie Ausstellungen oder Konzerten teilt den Aufwand und führt zu Synergieeffekten. Auch interdisziplinäre beziehungsweise themenübergreifende Arbeit ist ein geteiltes Anliegen sowie der Wunsch nach kultureller Bespielung öffentlicher, ungewöhnlicher und ungenutzter Räume.
- Im Rahmen der Netzwerkanalyse wurden insgesamt 2.738 Kooperationsbeziehungen erhoben, die zu 1.945 verschiedenen Partnerinnen und -partnern führen.
- Die meisten von den Befragten genannten Einrichtungen befinden sich in der Landeshauptstadt Kiel, gefolgt vom Kreis Rendsburg-Eckernförde, der Hansestadt Lübeck und dem Kreis Schleswig-Flensburg.
- Der Anteil internationaler Kontakte beträgt an allen Kooperationspartnerinnen und -partnern nur sieben Prozent. Von diesen internationalen Partnerinnen und -partnern sind fast ein Drittel in Dänemark ansässig.
- Das Geo-Mapping offenbart, dass es gewisse Ballungsräume / Aktivitätszentren zu geben scheint. Diese Räume befinden sich tendenziell in und um die Landeshauptstadt Kiel herum, im Radius der Städte Flensburg, Schleswig und Rendsburg sowie im Süden in den Gebieten um Lübeck und den Kreisen Stormarn und Pinneberg.

- In Bezug auf die Vernetzung der Landkreise kristallisieren sich vier verschiedene Cluster heraus: ein Cluster bestehend aus dem Kreis Nordfriesland, der Stadt Flensburg und dem Kreis Schleswig-Flensburg, ein Cluster bestehend aus der Landeshauptstadt Kiel, dem Kreis Rendsburg-Eckernförde, dem Kreis Plön und der Stadt Neumünster, ein Cluster bestehend aus den Kreisen Ostholstein, Segeberg, Stormarn, dem Herzogtum Lauenburg und der Hansestadt Lübeck sowie ein Cluster bestehend aus den Kreisen Dithmarschen, Steinburg und Pinneberg.

1 Ziele der Studie

Das *Cultural Mapping* von Kulturakteurinnen und -akteuren ist eine von mehreren Methoden zur Entwicklung einer Kulturkonzeption für das Land Schleswig-Holstein. Das Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein (MBWK) beauftragte im Dezember 2020 die externe Agentur *Netzwerk Kulturberatung* mit der gemeinschaftlichen Erarbeitung einer solchen Konzeption. Die Ergebnisse der Studie fließen in den Kulturbericht des Landes ein. Sie sollen darüber hinaus im Rahmen zweier Verständigungsworkshops reflektiert und diskutiert werden, die für September und Oktober 2021 geplant sind. Auch werden die Ergebnisse Bestandteil eines weiteren Berichts sein, den das *Netzwerk Kulturberatung* erarbeitet und welcher den gesamten Prozess der Entwicklung der Kulturkonzeption dokumentieren und die Ergebnisse davon zusammenfassen wird.

Das Ministerium integrierte die Studie in den bereits im Frühjahr 2021 vonstattengegangenen Kulturdialog. Ziel der Studie ist die Schaffung einer soliden Datengrundlage, welche die Sicherung, Stärkung und Weiterentwicklung der kulturellen Infrastruktur – in enger Zusammenarbeit mit den Kommunen – vereinfachen soll. Erstmals seit Beginn der Coronapandemie wurde eine umfangreiche Bestandsaufnahme der *Kulturlandschaft* eines Bundeslands durchgeführt. Durch dieses *Cultural Mapping* und eine Netzwerkanalyse soll gleichzeitig die Sichtbarkeit von Kulturangeboten und Kulturakteurinnen und -akteuren erhöht werden. Die Kooperations- und Netzwerkarbeit war deshalb ein wichtiger Bestandteil des Online-Fragebogens. Darüber hinaus sollten wichtige Themen der Kulturentwicklung beleuchtet werden, insbesondere zur kulturellen Teilhabe und der Digitalisierung. Mit den Ergebnissen soll auf übergeordneter Ebene ein Beitrag dazu geleistet werden, den Wert von Kunst und Kultur in all ihren Dimensionen besser darstellen zu können.

Die Befragung richtete sich an Kultureinrichtungen, Künstlerinnen und Künstler, Kulturinitiativen, kulturelle Interessenvertretungen, Trägerinnen und Träger der kulturellen Infrastruktur und angrenzender Bereiche bis hin zu Unternehmen der Kreativwirtschaft, regionale Netzwerke und Bildungseinrichtungen. Die Teilnahme war freiwillig.

Der Fragebogen wurde in enger Abstimmung mit dem Referat Kulturentwicklung und Religionsangelegenheiten des MBWK konzipiert. Grundlage für die Zielrichtung der Studie war ein erster Auftaktworkshop, den das *Netzwerk Kulturberatung* im Dezember 2020 mit Mitarbeitenden des Ministeriums durchführte. In der Folge wurde die Fragebogenmaske über einen Zeitraum von fast fünf Monaten kontinuierlich optimiert und angepasst. Vor dem Start der Erhebung wurde ein Pretest mit zahlreichen Kulturakteurinnen und -akteuren aus der Praxis durchgeführt. Sie klickten sich testweise durch die Fragebogenmaske und gaben Feedback. Die Rückmeldungen flossen ebenfalls in die Fragebogenkonzeption ein. Für die Befragung wurde ein allgemeiner Internetlink generiert, so dass die Befragung offen zugänglich war. Der Link wurde vom Ministerium über die hauseigene Pressestelle sowie über verschiedene Verteiler verbreitet, flankiert von einem Begleitschreiben der Ministerin Karin Prien. Die Erhebung startete am 26. April und sollte am 7. Mai enden. Sie wurde anschließend noch einmal bis zum 19. Mai verlängert.

Prozesse der Kulturentwicklung im Jahr 2021

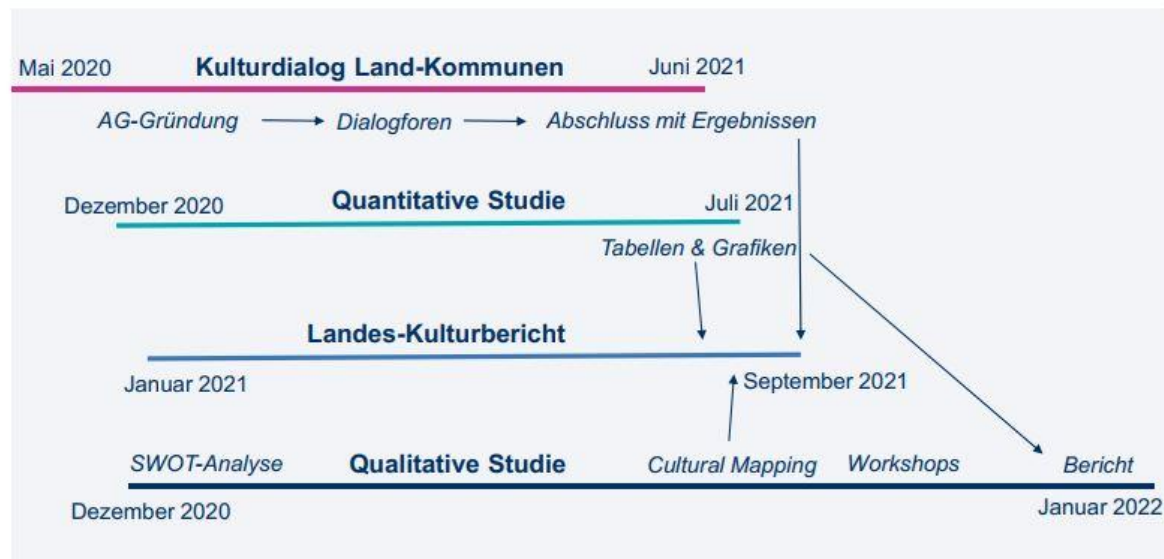


Abbildung 1: Prozesse der Kulturentwicklung im Jahr 2021

Im vorliegenden Abschlussbericht sind die Befunde in unterschiedlichen Analyseschritten zusammengefasst. Zunächst werden im zweiten Kapitel die unterschiedlichen Merkmale der Befragungsteilnehmerinnen und -teilnehmer skizziert. Im dritten Kapitel werden die Themen Kulturelle Teilhabe und digitale Transformation ausgeleuchtet. Die Ergebnisse der Netzwerkanalyse wichtiger Kulturkooperationen werden im vierten Kapitel ausgeführt. Der Schwerpunkt wird hier auf die Vernetzung innerhalb Schleswig-Holsteins gesetzt. Hierzu werden die allgemeinen Merkmale der erhobenen Netzwerkstruktur erläutert und mit Kartenmaterial in Verbindung gesetzt (*Geo-Mapping*). Im fünften Kapitel werden die Ergebnisse offener Themenabfragen dargestellt.

Zusatzauswertung: Qualitative Inhaltsanalyse

In der Studie zum Cultural Mapping finden sich in den Kapiteln 3 und 4 (kulturelle Teilhabe, digitale Transformation und Kooperation) offene Fragen, welche die Befragten optional beantworten konnten. Innerhalb einer qualitativen Auswertung wurden die Antworten von vier dieser Fragen zusammengefasst und im Nachfolgenden jeweils dargelegt (in den Kapiteln 3.4, 4.4.3, 4.4.4 und 4.4.5).

Insgesamt kamen 773 Akteurinnen und Akteure in Schleswig-Holstein der Befragung nach. Nicht alle füllten den Fragebogen vollständig aus – insbesondere bei offenen Fragen zeigt sich, dass diese unterschiedlich intensiv oder teilweise nicht bearbeitet wurden. Offene Fragen sind jene mit Freitext-Antwortfeldern. In der nachfolgenden qualitativen

Auswertung werden nur Fragebögen berücksichtigt, in denen eine Antwort zur entsprechenden Frage vorliegt. Somit variiert die Strichprobe.

Die Auswertung wurde mit dem Programm Atlas.ti durchgeführt. Hierfür wurde ein induktives Verfahren gewählt: Mithilfe eines *offenen Kodierens* werden in einem ersten Durchgang vorläufige Konzepte respektive Codes generiert. Dabei handelt es sich um »Konzepte, die sich auf dasselbe Phänomen beziehen.« (Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 201) Nach dem ersten Durchlauf werden die Codes erneut nachbereitet und aufgrund der Interpretation finalisiert. In diesem Vorgehen geht es darum, Begriffe zu finden, die Sinnzusammenhänge zu Kategorien zusammenzufassen. In einem weiteren Schritt werden die dadurch entstehenden Codes zu sogenannten Codegruppen vereint, die um ein Themenfeld kreisen. Die bisherigen Codes werden nachträglich erneut überarbeitet. So entsteht je Frage ein Katalog von Codes, die durch ihre Begrifflichkeit einen Überblick geben.

Es ist an dieser Stelle wichtig zu betonen, dass dieses Vorgehen dazu führt, dass eine heterogene Sammlung von Antworten quantifiziert und homogenisiert wird. Mit der nachfolgenden Darlegung wird versucht eine Brücke zwischen Zusammenfassung und zugleich vertieftem Einblick in ausgewählte Themenfelder zu geben.

2 Charakterisierung der Befragungsteilnehmenden

2.1 Beteiligung an der Studie

Der Fragebogen wurde insgesamt 4.891 Male aufgerufen. 773 Personen haben den Fragebogen vollständig ausgefüllt und beendet. Hiervon konnten 753 gültige Fragebögen als Datensatz für die Analyse verwendet werden.²

Tabelle 1: Rücklauf der Studie. $N = 4.891$.

Typ	Anzahl	Prozent
aufgerufen	4.891	100
beendet	773	16
gültig	753	15

2.2 Herkunft

2.2.1 Herkunft nach Landkreis

Betrachtet man die Herkünfte der Teilnehmenden nach Landkreis, so fällt erst einmal auf, dass sich Kunst- und Kulturschaffende aller 15 Kreise und kreisfreien Städte Schleswig-Holsteins beteiligt haben. Vergleichsweise viele Befragte sind in Kiel ansässig, ebenso wie in Rendsburg-Eckernförde, Stormarn und Lübeck. Insgesamt verteilt sich das Feld der Teilnehmenden relativ gleichmäßig auf das Bundesland. Die Teilnehmendenzahlen weichen zum Teil nur geringfügig voneinander ab. Die vergleichsweise wenigsten Teilnehmenden stellen die Kreise Herzogtum Lauenburg, Steinburg und Dithmarschen sowie die kreisfreien Städte Flensburg und Neumünster.

Tabelle 2: Herkunft der Befragten nach Landkreis. $N = 753$.

Landkreis	n	Prozent
Kiel, Landeshauptstadt	94	12
Rendsburg-Eckernförde	77	10
Stormarn	72	10
Lübeck, Hansestadt	68	9
Pinneberg	57	8
Segeberg	56	7
Schleswig-Flensburg	54	7
Ostholstein	47	6

² Nicht in die Analyse einbezogen werden konnten Fragebögen, die entweder manipuliert wurden (durch unsachgemäße Eingaben, wie sie manchmal auch von Bots vorgenommen werden) oder bei denen es sich um Dubletten handelte (also mehrere Fragebögen für dieselbe Einrichtung).

Nordfriesland	46	6
Plön	45	6
Herzogtum Lauenburg	33	4
Steinburg	29	4
Flensburg, Stadt	26	3
Dithmarschen	25	3
Neumünster, Stadt	13	2
NA	11	1

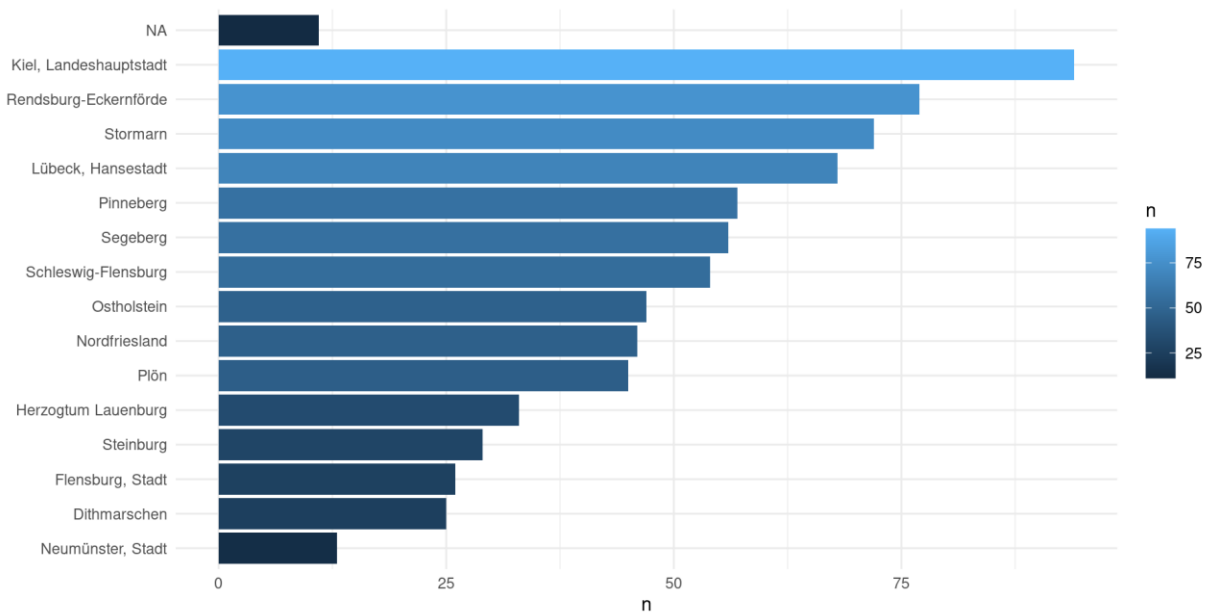


Abbildung 2: Herkunft der Befragten nach Landkreis. N = 753.

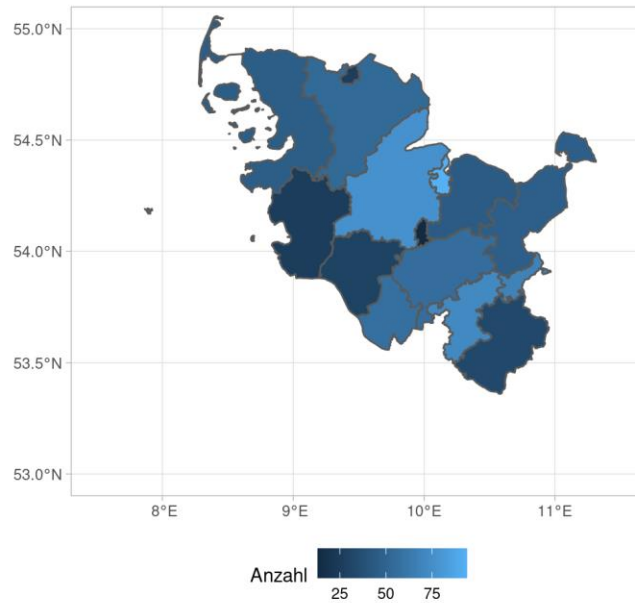


Abbildung 3: Herkunft der Befragten nach Landkreis auf einer Schleswig-Holstein-Karte. $N = 753$.

2.2.2 Herkunft nach Gemeinde

In Bezug auf die Herkunft nach Gemeinde ist das Gefälle größer als zwischen den Landkreisen. Hier stehen Kiel und Lübeck mit einigem Abstand an der Spitze der Gemeinden mit den höchsten Teilnehmendenzahlen. Es folgen die Städte Flensburg, Rendsburg, Ahrensburg und Schleswig. Es zeigt sich, dass sich die Befragten auf viele verschiedene Gemeinden verteilen und dass sich das Feld der Teilnehmenden in dieser geografischen Hinsicht sehr heterogen zusammensetzt. Denn die in der Tabelle gelisteten Befragten nach Gemeinde machen in Summe nur 41 Prozent aller Teilnehmenden aus. Es existieren demnach viele kleinere Gemeinden, die jeweils einige wenige Teilnehmende der Studie stellen.

Tabelle 3: Herkunft der Befragten nach Gemeinde. $N = 753$.

Gemeinde	n	Prozent
Kiel, Landeshauptstadt	94	12
Lübeck, Hansestadt	68	9
Flensburg, Stadt	26	3
Rendsburg	22	3
Ahrensburg	19	3
Schleswig	19	3
Norderstedt	17	2
Bad Oldesloe	14	2

Eckernförde	14	2
Elmshorn	14	2

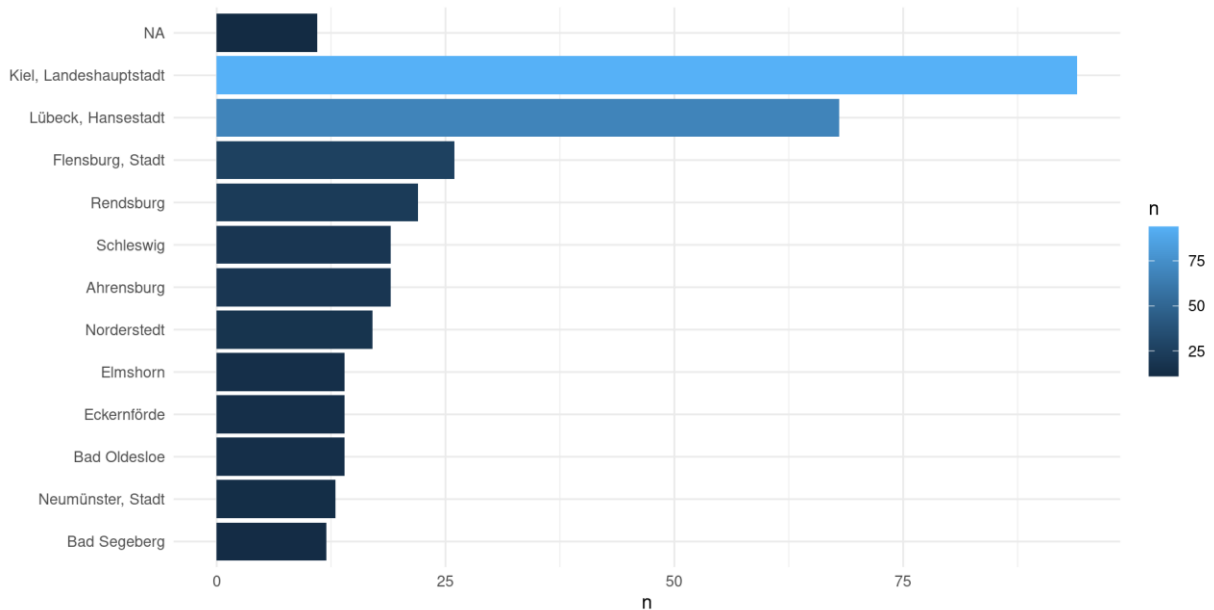


Abbildung 4: Herkunft der Befragten nach Gemeinde. N = 753.

2.3 Akteursgruppe

Die größte im Datensatz vertretene Gruppe ist die der individuell tätigen Künstlerinnen und Künstler. Sie stellt fast ein Drittel (32 Prozent) der Teilnehmenden dar. Auch Kultureinrichtungen sind vergleichsweise stark im Datensatz repräsentiert (24 Prozent der Teilnehmenden und somit knapp ein Viertel aller Befragten). Deutlich seltener als Künstlerinnen und Künstler sowie Kultureinrichtungen – aber immer noch relevant für die Auswertung – haben Bildungseinrichtungen (13 Prozent) und Kulturvereine (11 Prozent) an der Studie partizipiert. Kirchliche Einrichtungen beziehungsweise religiöse Vereine (5 Prozent) sowie Netzwerke, Dachverbände und Stiftungen (4 Prozent) sind im Vergleich weniger häufig im Datensatz enthalten, ebenso wie Akteurinnen und Akteure des nicht näher definierten sonstigen Bereiches, Unternehmen der Kreativwirtschaft und Verwaltungseinrichtungen oder politische Organisationen (alles jeweils zu 3 Prozent). Am seltensten haben sich die Befragten als temporäre Events beziehungsweise Festivals (2 Prozent) bezeichnet oder als privatwirtschaftlich agierende Kulturveranstalterinnen und -veranstalter (1 Prozent).

Tabelle 4: Anteile der Akteursgruppen. N = 753.

Einrichtungsart	n	Prozent
Individuell tätige/-r Künstler/-in	243	32
Kultureinrichtung	177	24
Bildungseinrichtung	95	13
Kulturverein/-gruppe	82	11
Kirchliche Einrichtung oder religiöser Verein	37	5
Netzwerk, Dachverband oder Stiftung	33	4
Sonstiger Bereich	23	3
Unternehmen der Kreativwirtschaft	21	3
Verwaltungseinrichtung oder politische Organisation	21	3
Temporäres Event/Festival	15	2
Kulturveranstalter (privatwirtschaftlich)	5	1
NA	1	0

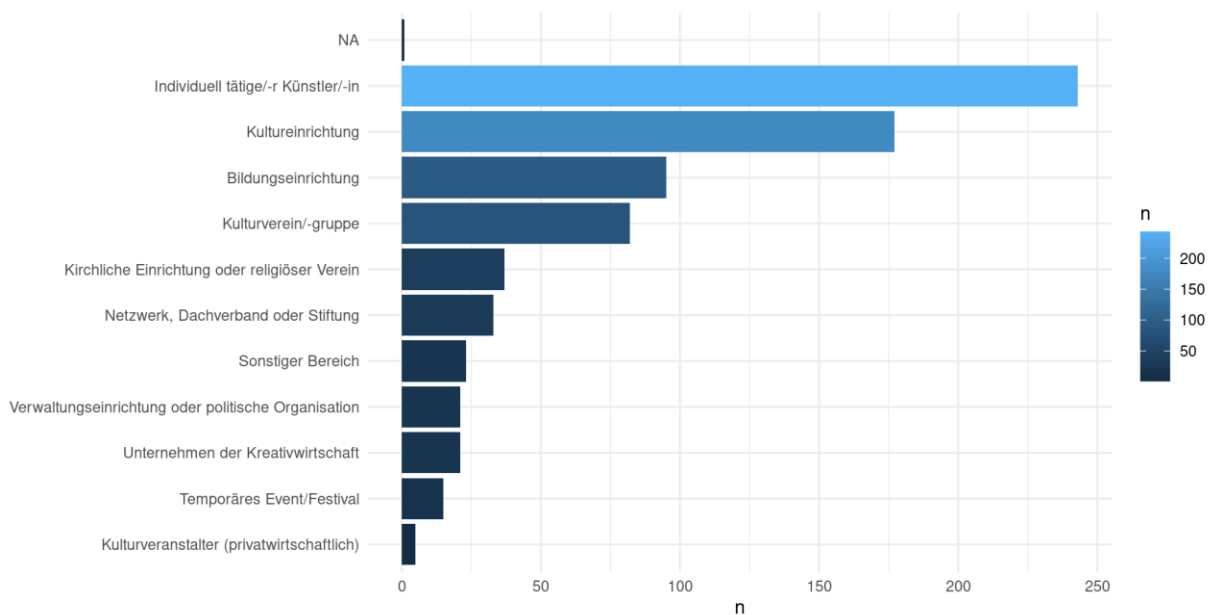


Abbildung 5: Anteile der Akteursgruppen. N = 753.

2.4 Sparte

Am vergleichsweise häufigsten ordnen sich die Teilnehmenden – mit einem erheblichen Abstand zu anderen zur Auswahl stehenden Kategorien – der Musiksparte (39 Prozent)

und dem Querschnittsbereich Kulturelle Bildung (37 Prozent) zu.³ Ebenfalls je fast ein Viertel der Befragten ordnet sich den Sparten der Bildenden Kunst (24 Prozent) und / oder der Darstellenden Kunst (23 Prozent) zu. Weiterhin gibt fast ein Fünftel aller Befragten an, über verschiedene Bereiche hinweg – also spartenübergreifend (18 Prozent) – tätig zu sein. Jeweils mehr als 100 Befragte agieren darüber hinaus in den Sparten Literatur (ebenfalls 18 Prozent), Kulturelles Erbe (16 Prozent) und die an das Kulturelle Erbe angrenzenden Bereiche der Museen, Gedenkstätten und Erinnerungsorte (14 Prozent). Weniger als zehn Prozent der Befragten agieren in den Sparten Film / Neue Medien (9 Prozent), Sonstiges (9 Prozent), Soziokultur (6 Prozent), Interkultur (5 Prozent) und Clubkultur (2 Prozent).

Tabelle 5: Anteile der Kultursparten. N = 753. Mehrfachnennungen waren möglich.

Sparte	n	Prozent
Musik	297	39.44
Kulturelle Bildung	280	37.18
Bildende Kunst/Ausstellungshäuser	182	24.17
Darstellende Kunst	175	23.24
Spartenübergreifend	139	18.46
Literatur	135	17.93
Kulturelles Erbe	119	15.80
Museum/Gedenkstätte/Erinnerungsort	107	14.21
Multifunktionaler Ort	85	11.29
Angewandte Kunst und Design	83	11.02
Bibliotheken und Archive	79	10.49
Film/Neue Medien	70	9.30
Sonstiges	66	8.76
Soziokultur	47	6.24
Interkultur	38	5.05
Clubkultur	14	1.86

³ Da bei dieser Frage Mehrfachnennungen möglich waren, kann eine Befragte oder ein Befragter auch gleichzeitig dem Musikbereich und dem Bereich der Kulturellen Bildung (sowie gegebenenfalls weiteren Sparten) zugeordnet sein.

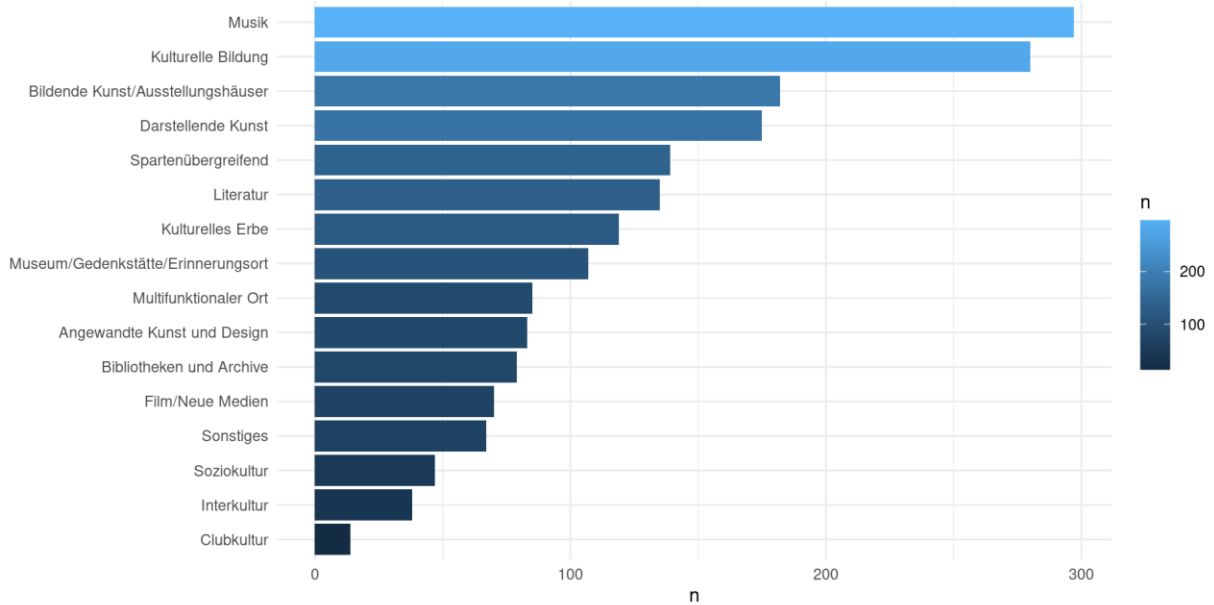


Abbildung 6: Anteile der Kultursparten. N = 753. Mehrfachnennungen waren möglich.

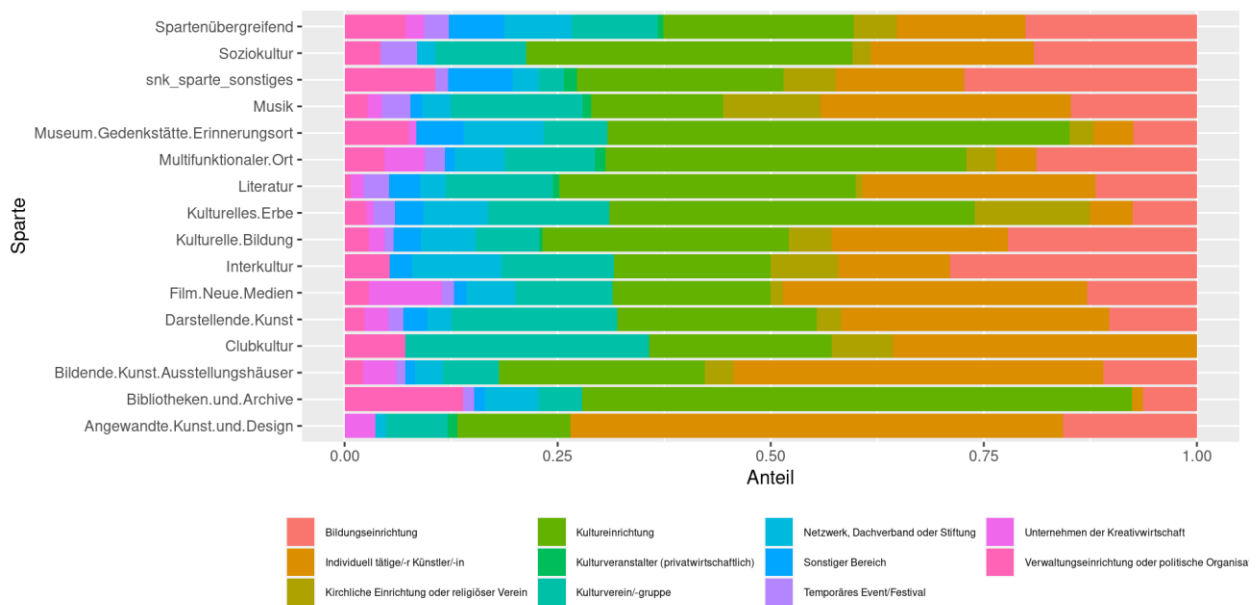


Abbildung 7: Anteile der Akteursgruppen an den Kultursparten. N = 753. Mehrfachnennungen waren möglich.

2.5 Trägerschaft

Mehr als ein Drittel der Befragten gibt an, privatwirtschaftlich zu agieren (43 Prozent). Zwei weitere größere Gruppen sind privat-gemeinnützig organisiert (29 Prozent) oder befinden sich in kommunaler Trägerschaft (24 Prozent). Auch geben einige Befragte an, in einer

sonstigen Trägerschaft zu arbeiten (12 Prozent). Vergleichsweise deutlich seltener handelt es sich bei den Befragten um öffentlich-rechtliche oder privatrechtliche Stiftungen (zusammen 6 Prozent aller Teilnehmenden).

Tabelle 6: Anteile verschiedener Trägerschaften. N = 753.

Trägerschaft	n	Prozent
privatwirtschaftlich	326	43.29
privat, gemeinnützig	215	28.55
kommunale Trägerschaft	178	23.64
sonstige Trägerschaft	87	11.55
öffentlich-rechtliche Stiftung	24	3.19
privatrechtliche Stiftung	23	3.05

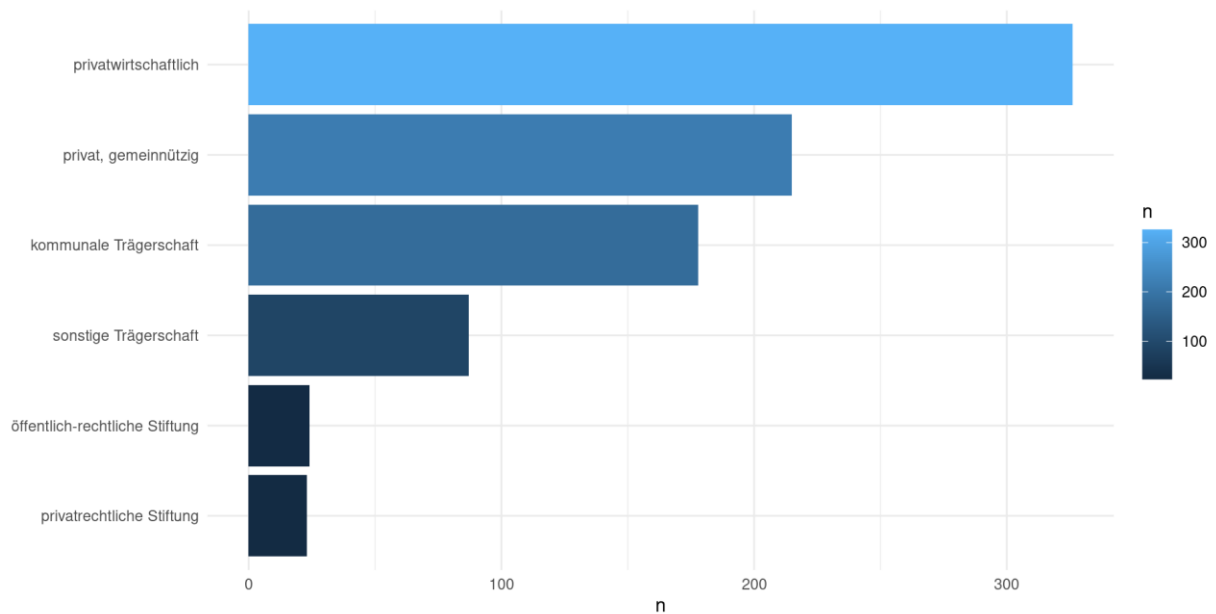


Abbildung 8: Anteile verschiedener Trägerschaften. N = 753.

2.6 Zielgruppen

Als hauptsächliche Zielgruppen werden von den Befragten vor allem Erwachsene genannt (85 Prozent). Etwas mehr als die Hälfte der Befragten nennt Kinder und Jugendliche als wichtige Zielgruppe (55 Prozent). Bereits deutlich weniger häufig werden (Kultur-)Touristinnen und Touristen als eine vordergründige Zielgruppe definiert (30 Prozent). Etwas mehr als ein Viertel der Befragten bezeichnet Familien als eine hauptsächliche Zielgruppe (27 Prozent). Für ein Fünftel der Befragten sind Seniorinnen und Senioren eine hauptsächliche Zielgruppe (21 Prozent), gefolgt von Schulklassen (18 Prozent). Am vergleichsweise

seltensten werden sonstige Zielgruppen (7 Prozent), Zugewanderte (6 Prozent) und Menschen mit Behinderung (4 Prozent) als Adressatenkreis genannt.

Tabelle 7: Anteile der Zielgruppen. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.

Zielgruppe	n	Prozent
Erwachsene	642	85.26
Kinder & Jugendliche	413	54.85
(Kultur-)Touristinnen & Touristen	228	30.28
Familien/Eltern-Kind	205	27.22
Seniorinnen & Senioren	156	20.72
Schulklassen	135	17.93
Sonstige	49	6.51
Zugewanderte	47	6.24
Menschen mit Behinderung	33	4.38

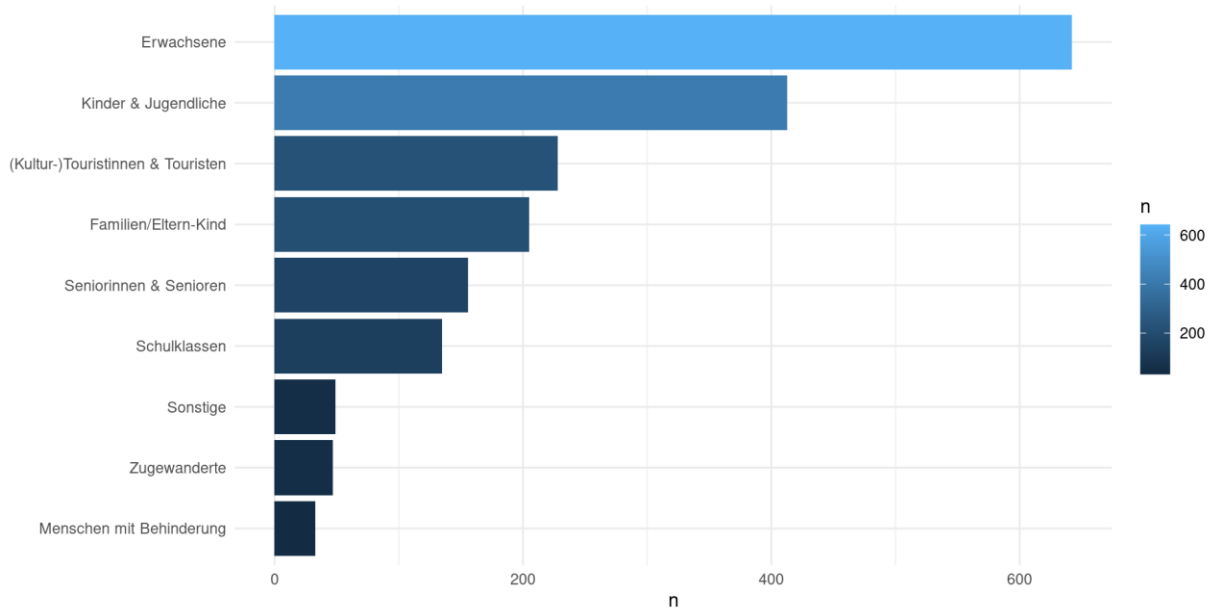


Abbildung 9: Anteile der Zielgruppen. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.

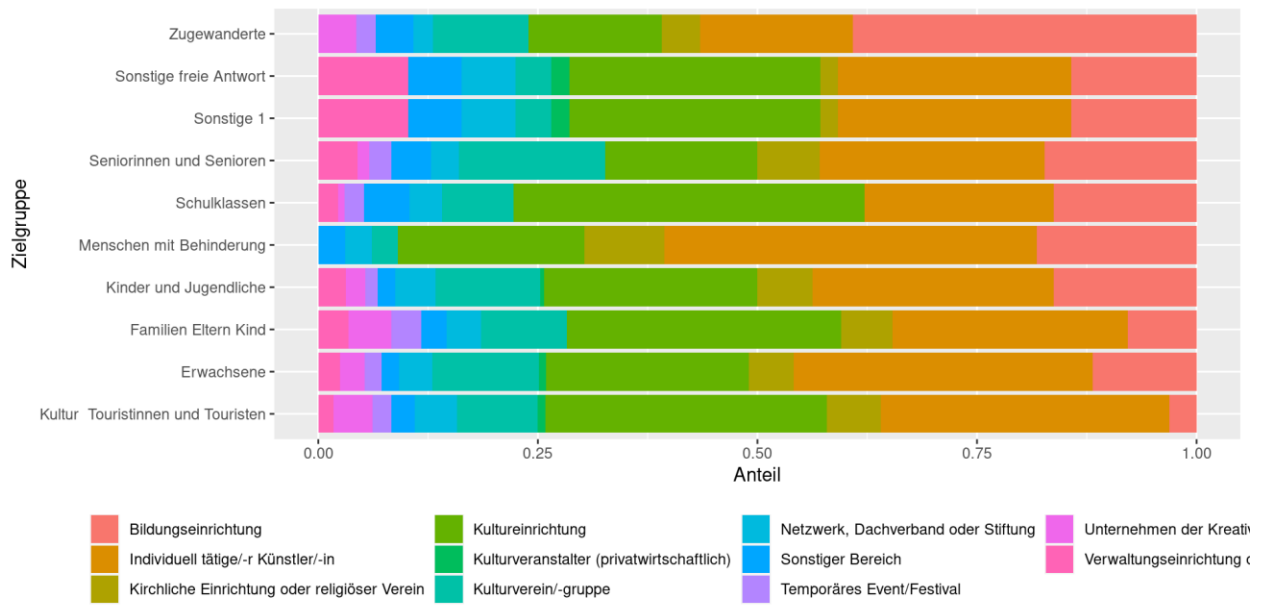


Abbildung 10: Anteile der Akteursgruppen an den Nennungen verschiedener Zielgruppen. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.

2.7 Zwischenergebnisse

- 753 Fragebögen liefern den Datensatz für die vorliegende Analyse.
- Relativ viele Befragte sind in Kiel ansässig, ebenso wie in Rendsburg-Eckernförde, Stormarn und Lübeck. Insgesamt verteilt sich das Feld der Teilnehmenden relativ gleichmäßig auf das gesamte Bundesland.
- Die größte im Datensatz vertretene Gruppe ist die der individuell tätigen Künstlerinnen und Künstler. Sie stellt fast ein Drittel (32 Prozent) der Teilnehmenden dar. Auch Kultureinrichtungen sind vergleichsweise stark im Datensatz repräsentiert (24 Prozent der Teilnehmenden und somit knapp ein Viertel aller Befragten).
- Am vergleichsweise häufigsten ordnen sich die Teilnehmenden der Musiksparte (39 Prozent) und dem Querschnittsbereich Kulturelle Bildung (37 Prozent) zu.
- Die Sparten Film / Neue Medien (9 Prozent), Soziokultur (6 Prozent), Interkultur (5 Prozent) und Clubkultur (2 Prozent) sind in der Studie vergleichsweise unterrepräsentiert.
- Mehr als ein Drittel der Befragten gibt an, privatwirtschaftlich zu agieren (43 Prozent). Zwei weitere größere Gruppen sind privat-gemeinnützig organisiert (29 Prozent) oder befinden sich in kommunaler Trägerschaft (24 Prozent).
- Als hauptsächliche Zielgruppen werden von den Befragten vor allem Erwachsene genannt (85 Prozent). Etwas mehr als die Hälfte der Befragten nennt Kinder und Jugendliche als wichtige Zielgruppe (55 Prozent). Am vergleichsweise seltensten werden sonstige Zielgruppen (7 Prozent), Zugewanderte (6 Prozent) und Menschen mit Behinderung (4 Prozent) als Adressatenkreis genannt.

3 Kulturelle Teilhabe und digitale Transformation

3.1 Gegenwärtige Ansätze zur Ermöglichung kultureller Teilhabe

Relativ häufig geben die Befragten an, dass sie digitale Medien und Apps nutzen, um Zugang zu künstlerischen und kulturellen Angeboten zu ermöglichen (61 Prozent). Mit etwas Abstand dahinter werden am zweit- und dritthäufigsten neue Vermittlungsformate (48 Prozent) und PR für kulturfernes Publikum (46 Prozent) als Rahmenbedingungen und Kommunikationsformen genannt, um Teilhabe zu ermöglichen und / oder zu erhöhen. Thematisch naheliegend werden weiterhin die Aufwertung der Kulturvermittlung (28 Prozent) und Cross Over-Programme (26 Prozent) von je etwas mehr als ein Viertel der Befragten als bereits in den Arbeitsalltag integrierte Maßnahmen bezeichnet, welche die Teilhabemöglichkeiten steigern. Jeweils mehr als ein Fünftel der Befragten nennt darüber hinaus Barrierefreiheit im Allgemeinen (23 Prozent), Open Air- und kommunikative Events (21 Prozent) sowie günstige Angebote (21 Prozent) als bereits praktizierte und teilhabesteigernde Maßnahmen beziehungsweise Rahmenbedingungen. Am vergleichsweise seltensten werden nicht-deutschsprachige Angebote (10 Prozent), Diversität des Personals (8 Prozent) und ein vielfältiges gastronomisches Angebot (5 Prozent) als bereits existierende Teilhabebedingungen genannt.

Tabelle 8: Nutzung von Teilhabe erleichternden Tools im Arbeitsalltag. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.

Kulturelle Teilhabe	n	Prozent
Nutzung digitaler Medien & Apps	459	60.96
Neue Vermittlungsformate	359	47.68
PR für kulturfernes Publikum	349	46.35
Aufwertung der Kulturvermittlung	212	28.15
Cross Over Programme	197	26.16
Barrierefreiheit im Allgemeinen	170	22.58
Open Air- & kommunikative Events	158	20.98
Günstige Angebote	156	20.72
Ambiente/Atmosphäre	140	18.59
Einbindung marginalisierter Gruppen	113	15.01
Interkulturelle Kompetenz der Mitarbeitenden	105	13.94
Nutzerkenntnis	101	13.41
Veränderung interner Strukturen	94	12.48
Gute Öffnungszeiten	86	11.42

Nicht-deutschsprachige Angebote	73	9.69
Diversität des Personals	63	8.37
Gastronomisches Angebot	39	5.18

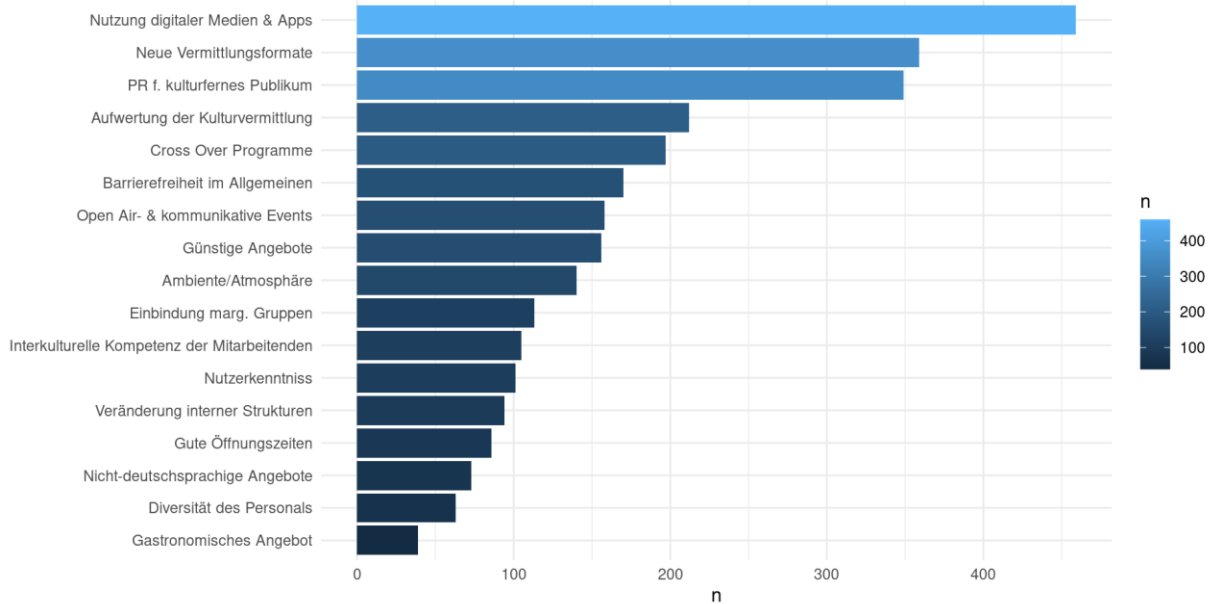


Abbildung 11: Nutzung von Teilhabe erleichternden Tools im Arbeitsalltag. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.

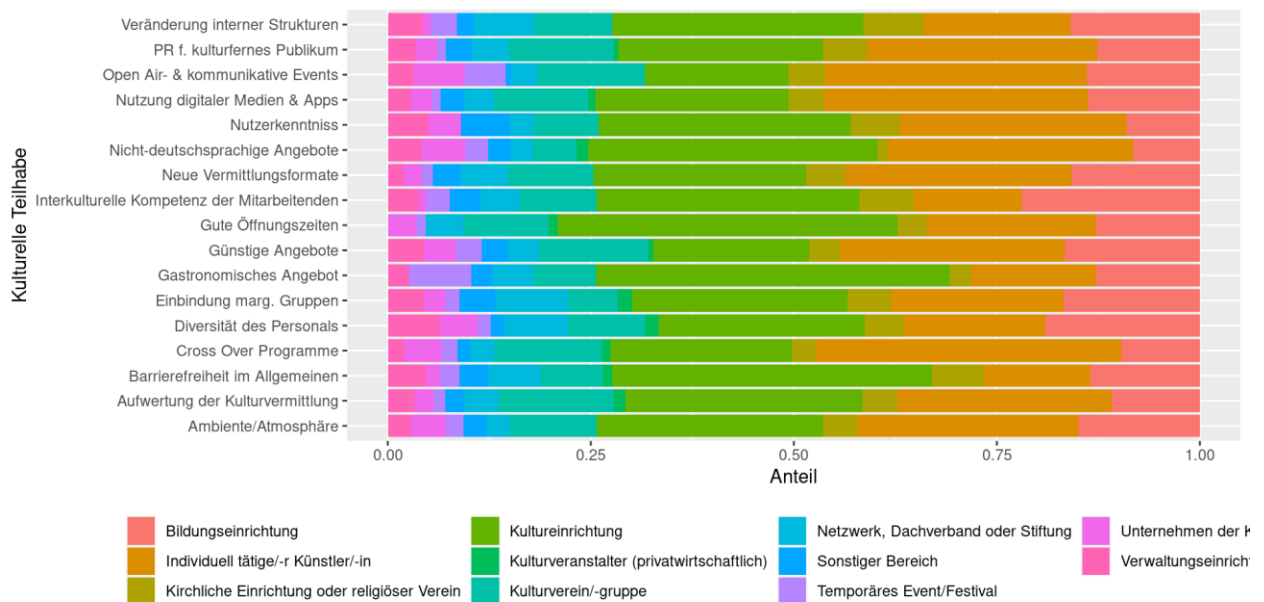


Abbildung 12: Anteile von Akteursgruppen bei der Nutzung von Teilhabe erleichternden Tools im Arbeitsalltag. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.

3.2 Zukünftige Handlungsfelder zur Stärkung der Teilhabe

Im Hinblick auf die Handlungsfelder, in denen die Befragten zukünftig noch stärker werden möchten, zeigt sich, dass vor allem digitale Medien und Apps noch häufiger und gezielter zum Einsatz kommen könnten (75 Prozent). Auch möchten vergleichsweise viele Befragte zunehmend günstige und / oder kostenlose Angebote kreieren, um Teilhabe zu erleichtern (60 Prozent). Dies gilt auch für eine verstärkte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für kulturfernes Publikum (ebenfalls 60 Prozent). Etwas weniger als die Hälfte der Befragten möchte des Weiteren den Bereich der Cross Over Programme ausbauen (45 Prozent). Weniger als ein Fünftel der Befragten nennt hingegen die Veränderung interner Strukturen (18 Prozent), die interkulturelle Kompetenz der Mitarbeitenden (17 Prozent), nicht-deutschsprachige Angebote (15 Prozent) und die Einbindung marginalisierter Gruppen (14 Prozent) als zu stärkende Handlungsfelder für die Zukunft. Am vergleichsweise seltensten – mit Anteilen von jeweils unter zehn Prozent – werden die Bereiche Nutzerkenntnis (9 Prozent), gastronomisches Angebot (9 Prozent) und Diversität des Personals (8 Prozent) genannt.

Tabelle 9: Zukünftige Handlungsfelder zur Stärkung der Teilhabe aus Sicht der Befragten. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.

Kulturelle Teilhabe	n	Prozent
Nutzung digitaler Medien & Apps	566	75.17
Günstige oder kostenlose Angebote	454	60.29
PR für kulturfernes Publikum	451	59.89
Cross Over Programme	336	44.62
Open Air- & kommunikative Events	255	33.86
Gute Öffnungszeiten	253	33.60
Barrierefreiheit im Allgemeinen	234	31.08
Neue Vermittlungsformate	227	30.15
Ambiente/Atmosphäre	208	27.62
Aufwertung der Kulturvermittlung	177	23.51
Veränderung interner Strukturen	132	17.53
Interkulturelle Kompetenz der Mitarbeitenden	127	16.87
Nicht-deutschsprachige Angebote	116	15.41
Einbindung marginalisierter Gruppen	109	14.48
Nutzerkenntnis	71	9.43
Gastronomisches Angebot	70	9.30
Diversität des Personals	62	8.23

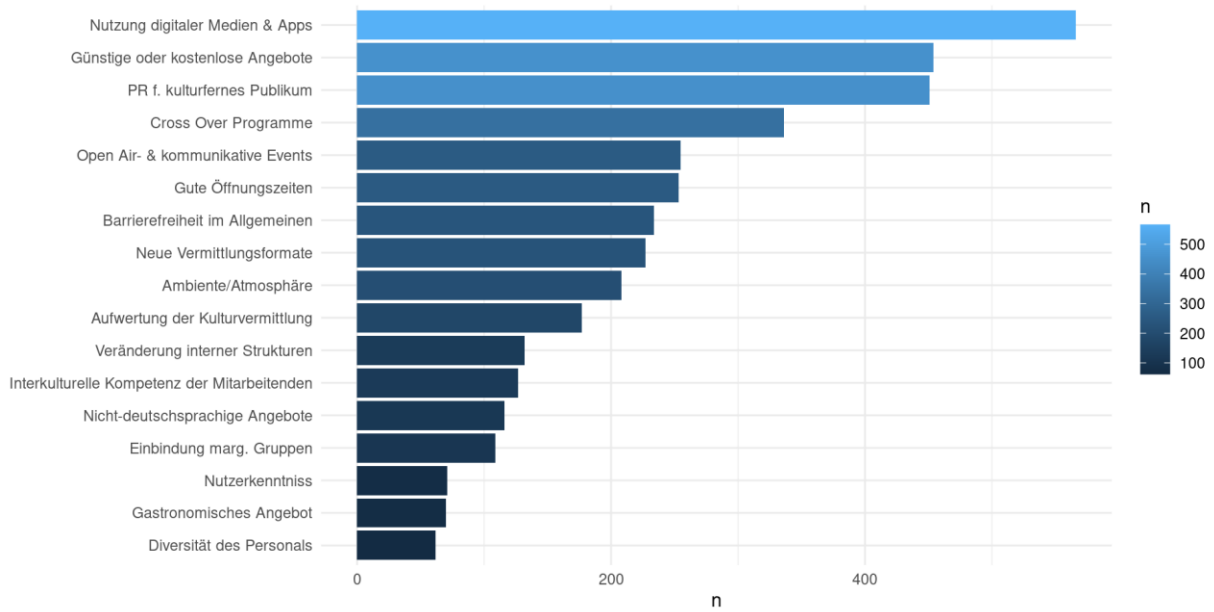


Abbildung 13: Zukünftige Handlungsfelder zur Stärkung der Teilhabe aus Sicht der Befragten. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.

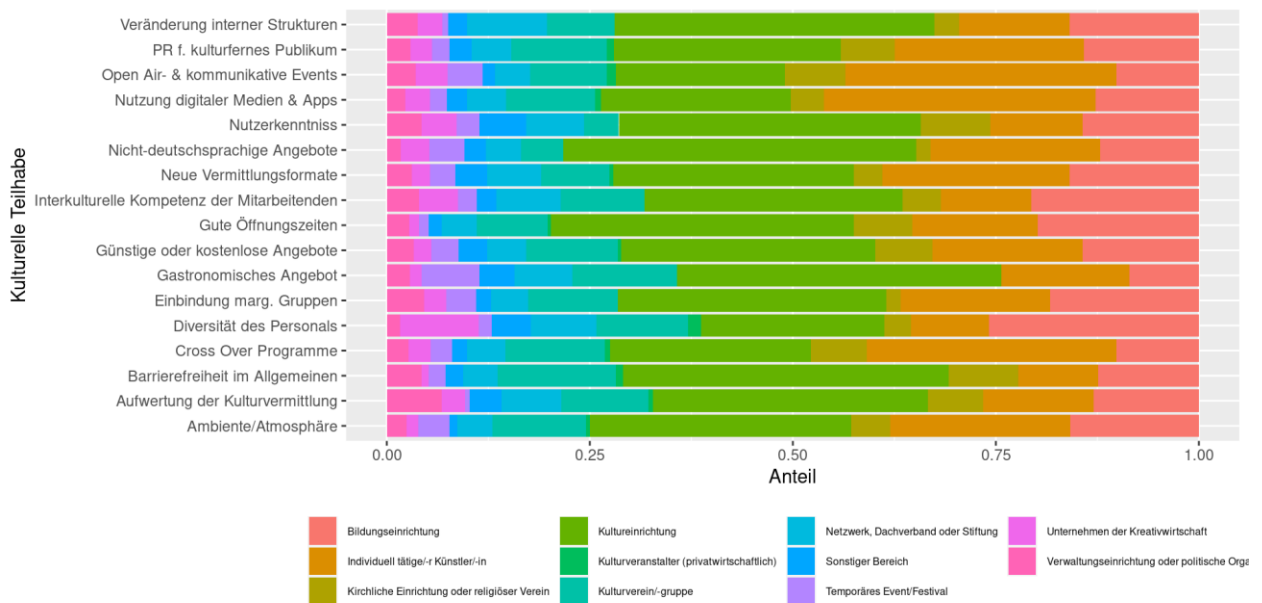


Abbildung 14: Anteile von Akteursgruppen an den Nennungen zukünftiger Handlungsfelder zur Stärkung der Teilhabe. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.

3.3 Gegenwärtige Nutzung digitaler Medien und Techniken

Digitale Medien und Techniken werden von den Befragten derzeit vor allem verwendet, um künstlerische und kulturelle Angebote zu vermitteln und / oder zu bewerben (67 Prozent). Sie kommen demnach insbesondere zu Marketingzwecken zum Einsatz. Darüber hinaus werden digitale Tools auch vergleichsweise häufig für die Vermittlungsarbeit (45 Prozent), für die Zusammenarbeit in Netzwerken (37 Prozent) sowie zur Archivierung und Sichtbarmachung (35 Prozent) eingesetzt. Fast ein Viertel der Befragten nutzt digitale Techniken bereits zur Produktion von Kunst (23 Prozent). Nur sehr selten werden digitale Werkzeuge hingegen zugunsten der Barrierefreiheit (6 Prozent) eingesetzt. Auch von künstlicher Intelligenz wird offenbar bislang wenig Gebrauch gemacht (3 Prozent).

Tabelle 10: Gegenwärtige Nutzung digitaler Medien und Techniken. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.

Digitale Transformation	n	Prozent
Einsatz sozialer Medien zur Vermittlung / Bewerbung	517	68.66
Einsatz digitaler Medien & Techniken für die Vermittlungsarbeit	340	45.15
Zusammenarbeit in Netzwerken	278	36.92
Einsatz digitaler Medien zur Archivierung & Sichtbarmachung	265	35.19
Einsatz digitaler Medien & Techniken zur Produktion von Kunst	172	22.84
Einsatz digitaler Techniken im Feld des Kundenservice	148	19.65
Kreierung neuer Kunstformen mittels digitaler Techniken	122	16.20
Erstellung digital-analoger Strategien für die Einrichtung	120	15.94
Nutzung digitaler Medien & Techniken zur Organisationsentwicklung	103	13.68
Einsatz digitaler Techniken zugunsten der Barrierefreiheit	46	6.11
Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI)	22	2.92

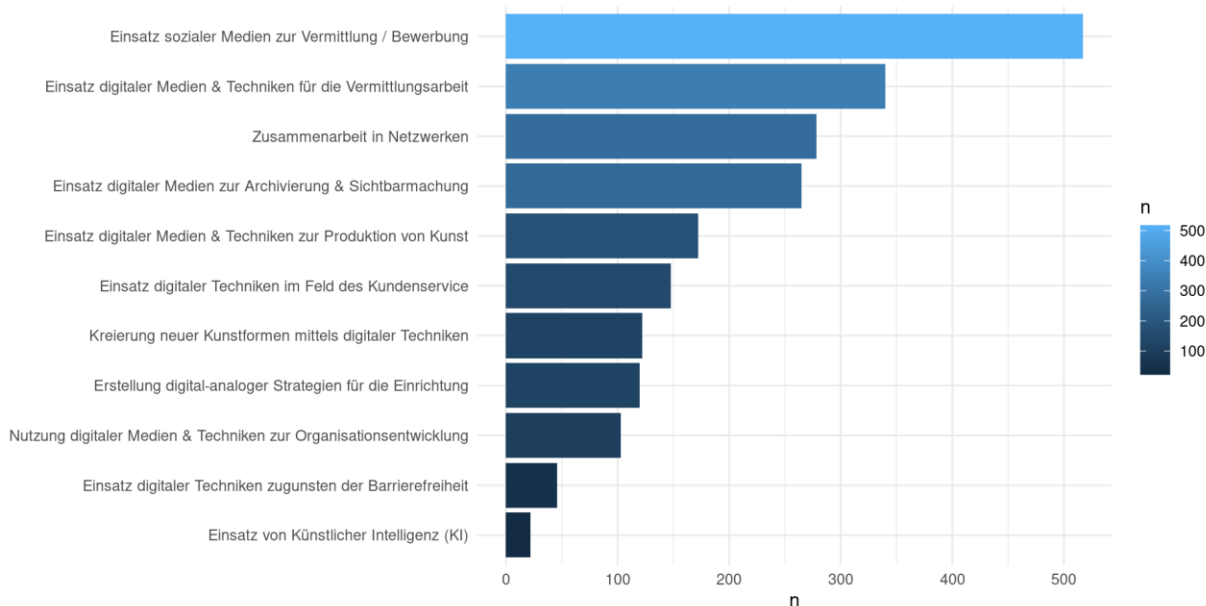


Abbildung 15: Gegenwärtige Nutzung digitaler Medien und Techniken. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.

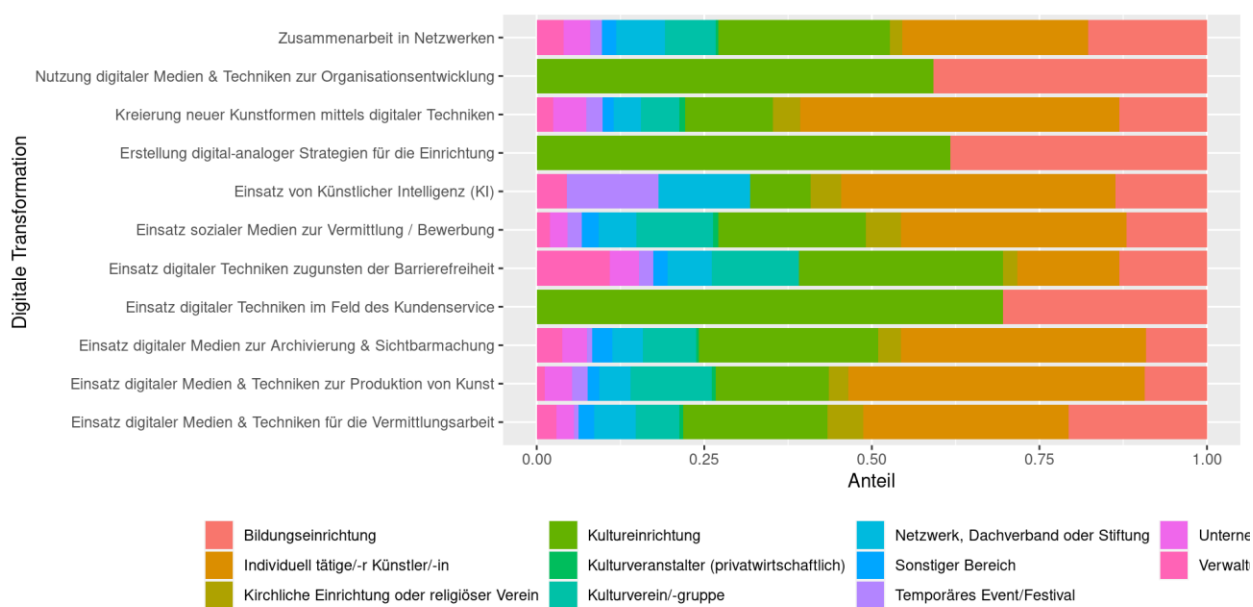


Abbildung 16: Anteile von Akteursgruppen an den Nennungen gegenwärtiger Nutzung digitaler Medien und Techniken. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.

3.4 Bedarfe der Teilnehmenden zugunsten der digitalen Transformation

Frage: Was benötigen Sie bzw. Ihre Einrichtung, um in der digitalen Transformation (noch weiter) voranzukommen?

Die Akteurinnen und Akteure wurden in dieser Frage dazu aufgefordert drei Aspekte zu nennen, die für sie individuell dazu beitragen würden, eine digitale Transformation voranzutreiben. Insgesamt wurde diese Frage von 602 Personen beantwortet – davon nannte der Großteil mindestens zwei Aspekte.

Es lassen sich insgesamt zehn Schwerpunktthemen identifizieren, denen sich die Antworten zum Großteil zuordnen lassen. Dabei werden insgesamt vorwiegend strukturelle und monetäre Aspekte erwähnt. Der Dreiklang *Personal, Zeit, Geld* dominiert das Gesamtbild. Die Antworten sind sehr kurzgehalten und werden oftmals nicht weiter ausgeführt.

Tabelle 11: Schwerpunktthemen der digitalen Transformation. N=602.

1. Finanzielle Mittel
2. Zeit
3. Personal
4. Expertise
5. Beratung
6. Weiterbildung
7. Internetzugang
8. Raum
9. Technik (Hardware & Software)
10. Netzwerk

Der Schwerpunkt (1) *finanzielle Mittel* wird weitestgehend nüchtern (*Geld, finanzielle Mittel, Finanzierung*) von insgesamt 145⁴ der Befragten erwähnt. Vermehrt (9) wurde darauf hingewiesen, dass damit weitere Mitarbeitende bezahlt werden könnten. Zudem geben 24 den Wunsch einer Finanzierung durch Förderung mithilfe von Sponsoring oder einer Anschubfinanzierung an. Die eigenen Mittel sind oftmals zu gering, um insbesondere As-

⁴Im Nachfolgenden wird ein numerischer Wert dargelegt, der darstellt wie oft ein Thema (Code) erwähnt wird. Dabei kann es sein, dass sich eine Aussage auf mehrere Aspekte bezieht und darum in verschiedenen Codes zum Tragen kommt. Die Anzahl wird auch in Klammern hinter einem inhaltlichen Punkt angeben.

pekte der Digitalisierung, die mit der notwendigen personellen Expertise oder technischen Ausstattung im Einklang stehen, selbstständig zu tragen. Damit hängt auch die (2) zeitliche Ressource (61) zusammen. Ein Mangel an Geld oder Know-how könnte durch Zeit für die eigene Weiterbildung oder durch ein erweitertes Arbeitsfeld (z. B. Online-Werbung oder Social Media) ausgeglichen werden.

In punkto (3) Personal muss zwischen dem allgemeinen Wunsch nach mehr (75) und hinsichtlich der Expertise im Digitalen differenziert werden. In Vereins- und Ehrenamtsstrukturen wird die gleiche Thematik auf Ehrenamtliche übertragen.

Tabelle 12: Der Bedarf an Personal. N=602.

Mehr Personal (75)	Digital fachkundiges Personal (46)
<ul style="list-style-type: none"> • mehr Fachpersonal (13) • mehr projektbezogenes Fachpersonal (3) • mehr junges Personal (3) • mehr Ehrenamtliche (11) 	<ul style="list-style-type: none"> • Personal für Social Media / Content Erstellung (8) • leitende Person mit Expertise (5) • Eine zentrale Ansprechpartnerin oder Ansprechpartner (8)

Vertiefte Angaben zu Fachpersonal – allgemein und projektbezogen – wird zumeist nicht gegeben. Ist dies der Fall, bezieht sie sich oftmals auf Tätigkeiten, die nicht explizit mit Digitalem zusammenhängen, wie Verwaltung oder die Vermittlung von Inhalten. Direkt artikuliert wurde jedoch der Bedarf von Know-how im Social Media-Bereich. Eine zentrale Anlaufstelle für Digitalisierungsfragen scheint ein struktureller Lösungsansatz zu sein.

Weiterhin wird die fehlende (4) Expertise, anders genannt Know-how, bemängelt. Dies wird ebenfalls oft nicht weiter ausgeführt (66). Einige Konkretisierungen lassen sich jedoch in den nachfolgend dargestellten Themenfeldern finden

B223: »Strategie, wo unsere Einrichtung bei der Digitalisierung steht zwischen Teilnehmende-Kursleitende-Gemeinde-Amt-Schule-VHS im Kreis.« (Code: Strategie Digitalisierung)



B117: »Engagierte Kolleg*innen und/oder Unterstützer*innen, die sich auf diesen Gebieten auskennen und einbringen.« (Code: digital fachkundiges Personal)



(Vgl. Abbildung 1). Wie das Beispiel B223 zeigt, geht es bezüglich des fehlenden Know-hows auch um eine Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie (19) beziehungsweise eine Zielentwicklung für die jeweilige Institution. Best-Practice-Beispiele als Orientierung sind ebenfalls gewünscht.

Barrierefreiheit (3) zielt auf ein fundiertes Wissen über digitale Barrierefreiheit und das Abbauen von Schwellen (Leichte Sprache, Zugänge schaffen) ab. Rechtliche Vorgaben hinsichtlich Datenschutz (8)

sind oft verwirrend und hemmen die Entwicklung – hier ist Aufklärung gewünscht. Expertise hinsichtlich Social Media (7) oder generell Marketing (3) wird ebenfalls benötigt. In diesem Zusammenhang soll explizit auf ein Themenfeld eingegangen werden, welches übergeordnet angesiedelt ist: Mehrfach wurde der Konflikt der Datenschutzgrundverordnung und der Verwendung von Social Media-Kanälen (12) erwähnt: »Freiheit – Stichwort Social Media vs. Datenschutz in SH« (B 416), »verbindliche Regelungen zum Umgang mit dem Datenschutz in digitalen Medien für Kommunen« (B579). Insbesondere von öffentlichen Institutionen wird diese Diskrepanz erwähnt und als Dilemma dargestellt.

Expertise in:

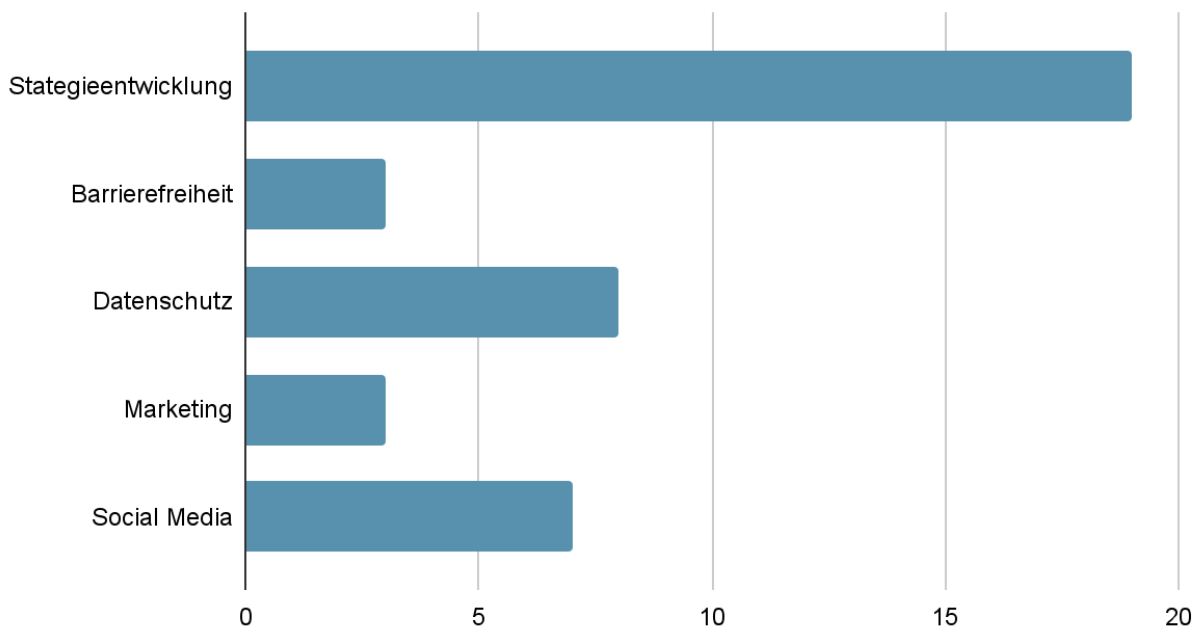


Abbildung 17: Gewünschte Expertise in unterschiedlichen Bereichen. N=602.

Hand in Hand mit den vorherigen Punkten geht das Bedürfnis nach (5) *externer Beratung*, der Wunsch nach professioneller Unterstützung und (6) *Weiterbildung*. Im Grunde wiederholen sich hier die Thematiken aus Personal und Expertise. Nur der Zugang für die notwendige Entwicklung unterscheidet sich: mit der Erweiterung des Personals, in der eigenen Expertise und Weiterbildung oder durch den Input von Externen.

Beratung wird ganz allgemein benannt (32) sowie speziell hinsichtlich Digitalisierung (22) z. B. bei der Erstellung von Webseiten, digitalen Geschäftsmodellen oder Spezialgebieten wie Virtual Reality oder Augmented Reality. Rechtliche Beratung (4) wird ebenfalls extern verortet.

Betreffend Weiterbildung werden zwischen dem Themenfeld der Weiterbildung und der Personengruppe, welche sich weiterbilden soll, wie Mitarbeitende und Ehrenamtliche oder die Zielgruppe der jeweiligen Institution, differenziert. (Vgl. Tabelle 13)

Tabelle 13: Weiterbildung. N=602.

Weiterbildung (Allgemein) (72)	Weiterbildung von Mitarbeitenden (20)
Weiterbildung (Digitalisierung) (26)	Weiterbildung der Zielgruppe (6)

Die Weiterbildungsthemen sind ebenfalls sehr generell beschrieben: »(bezahlbare!) Fortbildungen für Akteure im technisch-digitalen Bereich« (B31), »Schulung und Zeit zur Umsetzung digitaler Transformation« (B155). Hinter dem Punkt Weiterbildung der Zielgruppe steckt ebenfalls der Wunsch, dass sich diese der digitalen Transformation öffnet und technisch dazu in der Lage ist digitale Angebote in Anspruch zu nehmen.

Die Qualität des (7) Internets wurde von 88 Akteurinnen und Akteuren bemängelt. Hierbei geht es zumeist um eine verbesserte Anbindung – sowohl bezüglich mobilen Internets, WLAN- und, mehrfach genannt, Glasfaseranschluss. Ebenfalls explizit erwähnt wird die Netzwerk-Verbindung im ländlichen Raum (3) und der wünschenswerte Ausbau in Kirchen. Internet in Kirchen ist wichtig für die alternative Nutzbarmachung des Raums z. B. in Form von Ausstellungen.

Nachfolgend werden vorwiegend Themenfelder dargelegt, die als monetär beschrieben werden können.

(8) Raum: Das Fehlen von Arbeits- (14) und Experimentierraum (5) stand insgesamt wenig im Fokus. Letzteres subsumiert eine Reihe von Aspekten, wie das Schaffen von Begegnungsorten, Freiraum oder Raum für das Experimentieren mit Technik – und ist folglich nicht rein lokal verortet. Ein Ort für die Audioproduktion (2) und ein erweiterter Zugang von Bibliotheken (2) werden ebenfalls gewünscht.

Hinsichtlich des Bedarfs an (9) Technik (88) wird sowohl Hardware (44), wie auch Software (35) ganz grundsätzlich erwähnt. Ersteres wird in der Tabelle 14 dargelegt. Insgesamt wurde der Bedarf an technischem Equipment auch in seiner Ausdifferenzierung deutlich, wie die Beispiele B165 und B213 illustrieren.

B165: »Digitales Wegeleitsystem auf dem Campus« und »Digital gesteuerte Außenlichtsteuerung.« (Code: Technisches Equipment)
B213: »Digitales scannen von Großformaten.« (Code: Technisches Equipment)



Tabelle 14: Der Bedarf an Hardware. N=602.

Code	Erläuterung
Hardware (44) Technische Grundausstattung (14) Aktuelle Technik/Technikwartung (26) Technikausleihe (5)	ohne weitere Erläuterung Laptop / Computer mit Internetzugang leistungsfähigere Endgeräte Zentraler Verleih für Technik
Technik für Audioproduktion (13) Technik für Video- und Filmproduktion (23) Technik für Musikproduktion (2) Technisches Equipment (49) Synchronisation analog & digital	Spezielle Hardware je nach Institution

B560: »Ausstattung für Videoproduktion und für interne Übertragungen für digitale Museumsführungen.« (Code: Technik für Video- und Filmproduktion)



Auffällig ist die Nachfrage nach Technik für Videoproduktion, welche vermutlich auch auf die Synchronisierung von analogen auf digitale Formate in pandemischen Zeiten zurückzuführen ist. Dies wird ebenfalls von 20 Personen genannt.

Viele Befragte nennen Hardware und Software zugleich. Digitale Tools beschreibt eine heterogene Bedarfsliste, die zumeist onlinebasierte Techniken meint wie Videokonferenz- und Streamingtechnologien, Apps, Nachbearbeitung von Musik, Video und Bild. Die Digitalisierung von Archiven oder Datenbanken ist ebenfalls gewünscht: »Hilfe beim Aufbau eines Archivs« (B120), »Online Bestandsarchiv« (B525).

Tabelle 15: Der Bedarf an Software. N=602.

Software / Online
Software (35)
Datenbank / Archiv (7)
Digitale Tools (35)
Online Werbung / Social Media (17)
Aktuelle Webseite (10)
Digitale Angebotsplattform (26)
Digitaler Ticketverkauf (4)
Digitale Anträge (2)

B397: »Projektbezogene Präsenz in digitalen Medien, die den Live-Event nicht ersetzt, sondern bewirbt oder ergänzt.« (Code: Digitale Angebotsplattform)

»Digitale internationale Plattform zum gezielten Vermarkten von online-Fortbildungen.« (Code: Digitale Angebotsplattform)



Die Forderung nach verstärkter Webpräsenz zeigt sich auch in den nachfolgenden Punkten. Über die Darstellung der eigenen Institution in Form einer Webseite und Social Media werden übergreifende Plattformen (26) gefordert (Vgl. B397) – zusätzlich zur Möglichkeit Tickets für Events online zu verkaufen (4) oder digitale Anträge (2) einzureichen.

B47: »Digitale Plattform für die Findung und Vernetzung von Kollegen zur Selbsthilfe.« (Code: Digitale Austauschplattform)



Ein Großteil der Befragten sieht Potenzial im Ausbau des (10) Netzwerks (38). Dabei konkretisieren einige die Aussage und betonen die Stärkung von Netzwerkstrukturen unter Kulturschaffenden (12) sowie den Austausch über Digitalisierungsthemen (10). Die Lösung dafür sehen einige in der Digitalisierung selbst, in Form von Austauschplattformen (19).

Neben den größeren Themenfeldern gibt es auf der einen Seite mentale Themenfelder und andererseits persönliche Auffassungen, die angeführt werden. Zu ersterem: Einige Akteurinnen und Akteure bemängeln fehlende Motivation (15) und Offenheit hinsichtlich Digitalisierung – bei sich selbst und anderen Beteiligten. Fehlende Inspiration und Kreativität (6) wie »Ideen« (B131), »Fantasie« (B367), »Anregung« (B373) werden ebenfalls erwähnt.

Die Meinungen bezüglich Digitalisierung im Allgemeinen sind ebenfalls geteilt. Nicht alle Kulturschaffenden sehen in ihr eine Chance und äußern sich zum Teil entsprechend auch kritisch (7).

B480: »ich sehe die Ausrichtung auf eine digitale Transformation kritisch und plädiere für die Entwicklung alternativer Konzepte.« (Code: Kritik Digitalisierung)

B606: »Diskussionen über sinnvolle digitale Formate, nicht alles kann digital vermittelt werden und Kunst sollte sich davor hüten (trotz Pandemie) zu sehr nur noch auf digitale Vermittlung einzulassen bzw. zu verlassen bei allen Vorteilen und bei allen zurzeit notwendigen Maßnahmen!!!« (Code: Kritik Digitalisierung)



Andere Antworten sagen aus, dass eine gesamtgesellschaftliche Digitalisierung (15) und die Bereitschaft dazu von Nöten sei, um eine Transformation herbeizuführen: Hier sehen sie die Verantwortung bei Entscheidungsträgern wie auch bei den Bürgerinnen und Bürgern sowie Kulturschaffenden.

3.5 Zwischenergebnisse

- Zur Ermöglichung von möglichst breiter Teilhabe an Kunst und Kultur nutzen die befragten Einrichtungen sowie Künstlerinnen und Künstler derzeit vor allem digitale Medien und Apps (61 Prozent).
- Mit etwas Abstand dahinter werden am zweit- und dritthäufigsten neue Vermittlungsformate (48 Prozent) und PR für kulturfernes Publikum (46 Prozent) als bereits in den Alltag integrierte Maßnahmen genannt, um Teilhabe zu ermöglichen und / oder zu erhöhen.
- Am vergleichsweise seltensten werden nicht-deutschsprachige Angebote (10 Prozent), Diversität des Personals (8 Prozent) und ein vielfältiges gastronomisches Angebot (5 Prozent) als Rahmenbedingungen genannt, die gegenwärtig vorhanden sind.
- Die Nutzung digitaler Medien und Apps zugunsten von Teilhabe wird von den Befragten am häufigsten als wichtiges Handlungsfeld für die Zukunft definiert (75 Prozent). Mehr als die Hälfte der Befragten möchte zukünftig den Bereich günstiger oder kostenloser Angebote ausbauen sowie PR für kulturfernes Publikum intensivieren (jeweils 60 Prozent).
- Am vergleichsweise seltensten werden die Bereiche Nutzerkenntnis (9 Prozent), gastronomisches Angebot (9 Prozent) und Diversität des Personals (8 Prozent) als zukünftige Handlungsfelder zur Stärkung der Teilhabe genannt.
- Digitale Medien und Techniken werden von den Befragten derzeit vor allem verwendet, um künstlerische und kulturelle Angebote zu vermitteln und / oder zu bewerben (67 Prozent).
- Nur sehr selten werden digitale Werkzeuge hingegen zugunsten der Barrierefreiheit (6 Prozent) eingesetzt. Auch von künstlicher Intelligenz wird wenig Gebrauch gemacht (3 Prozent).
- Für die weitere Umsetzung der digitalen Transformation wünschen sich die Befragten insbesondere Personal sowie Beratungs- und Fortbildungsangebote. Auch die technische und die finanzielle Ausstattung wird vergleichsweise häufig thematisiert.

4 Kooperation und Vernetzung

4.1 Beschreibung der Netzwerkstichprobe⁵

Im nächsten Teil des Fragebogens wurden die Befragten darum gebeten, Angaben zu den maximal zehn wichtigsten Einrichtungen⁶ zu machen, mit denen Sie in letzter Zeit in kulturellen Kontexten zu tun hatten – national wie international. Insgesamt 619 der 753 Befragten haben angegeben, dass sie regelmäßige Kooperationsbeziehungen mit solchen Einrichtungen unterhalten. Dies entspricht 82 Prozent der Befragten. 134 Befragte haben hingegen angekreuzt, dass sie in letzter Zeit mit keinen nationalen oder internationalen Einrichtungen zusammengearbeitet haben.

Tabelle 16: Befragte, die über nationale oder internationale Kooperationen verfügen. N = 753.

Zusammenarbeit	n	Prozent
ja	619	82
nein	134	18

In der folgenden Tabelle ist abzulesen, zu welchen Anteilen die Befragten der verschiedenen Akteursgruppen Auskunft zu Netzwerkkontakten gegeben haben. Es zeigt sich, dass der Anteil der individuell tätigen Künstlerinnen und Künstlern, die mit Einrichtungen vernetzt sind, vergleichsweise geringer ist als der Anteil in den anderen Gruppen. 185 von 243 der an der Studie partizipierenden Künstlerinnen und Künstler antwortete auf die Frage nach Zusammenarbeiten mit Einrichtungen mit *ja* (dies entspricht einem Anteil von 76 Prozent). Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass 58 befragte Künstlerinnen und Künstler über keine Kooperationen mit Einrichtungen verfügen⁷ (Anteil von 24 Prozent und somit knapp ein Viertel). Vergleichsweise niedrige Quoten weisen auch die Gruppen der Unternehmen der Kreativwirtschaft (67 Prozent), temporäre Events und Festivals (73 Prozent)

⁵ Das Ziel dieser Ausführungen liegt in der Darstellung der quantitativen Befunde und der Interpretation der statistischen Kennzahlen zur Unterstützung des übergeordneten Projektes. Die empirischen Befunde werden dabei soweit erläutert, dass sie – auch ohne sozialwissenschaftliche Vorkenntnisse – interpretiert und eingeordnet werden können. Zur Einordnung der Ergebnisse ist es wichtig darauf hinzuweisen, dass die Ergebnisse nicht repräsentativ sind, sondern dass es sich um eine Stichprobe handelt. Darüber hinaus soll an dieser Stelle auch nicht außer Acht gelassen werden, dass die im Bericht dargestellte Vernetzung der teilnehmenden Akteurinnen und Akteure lediglich einen Status Quo abbildet. Netzwerke unterliegen einer Dynamik. Bei vielen der erhobenen Netzwerkbeziehungen handelt es sich unter Umständen um projektbezogene Verbindungen, die zum heufigen Zeitpunkt vielleicht schon nicht mehr existieren. Vielleicht aber lassen sich durch die Erhebung dieser Netzwerkbeziehungen latente Kernstrukturen der Schleswig-Holsteinischen Kunst- und Kulturlandschaft identifizieren, die als tiefliegende Sozialstrukturen beziehungsweise gesellschaftliche Muster unter dem Beziehungsgeflecht liegen, welches mit dieser Studie explorativ erhoben wurde.

⁶ Als Einrichtungen werden in dieser Studie neben traditionellen Kultureinrichtungen auch Kulturvereine mit eigenem Haus, Bildungseinrichtungen, Verwaltungen/politische Organisationen, Träger von Events und Festivals, Religionsgemeinschaften und deren Häuser, Stiftungen sowie bspw. auch Wirtschaftsunternehmen und Tourismuseinrichtungen verstanden und wurden als solche auch im Online-Fragebogen definiert.

⁷ Künstlerinnen und Künstler wurden im Fragebogen darum gebeten, dass sie bei den Kooperationen insbesondere an Auftragsorte und Spielorte denken, die für sie wichtig sind.

sowie Kulturveranstalterinnen und -veranstalter (60 Prozent) auf. Hierbei muss allerdings berücksichtigt werden, dass diese Gruppen im Datensatz ohnehin unterrepräsentiert sind und die Werte weniger aussagekräftig sind als in den Gruppen mit höheren Fallzahlen.

Tabelle 17: Höhe des Anteils derjenigen, die angaben, Kooperationen mit Einrichtungen zu pflegen, an folgenden Gruppen. N = 619.

Einrichtungsart	n	gesamt	Anteil in Prozent
Individuell tätige/-r Künstler/-in	185	243	76
Kultureinrichtung	156	177	88
Bildungseinrichtung	83	95	87
Kulturverein/-gruppe	68	82	83
Kirchliche Einrichtung oder religiöser Verein	31	37	84
Netzwerk, Dachverband oder Stiftung	30	33	91
Sonstiger Bereich	19	23	83
Verwaltungseinrichtung oder politische Organisation	18	21	86
Unternehmen der Kreativwirtschaft	14	21	67
Temporäres Event/Festival	11	15	73
Kulturveranstalter (privatwirtschaftlich)	3	5	60
NA	1	1	100

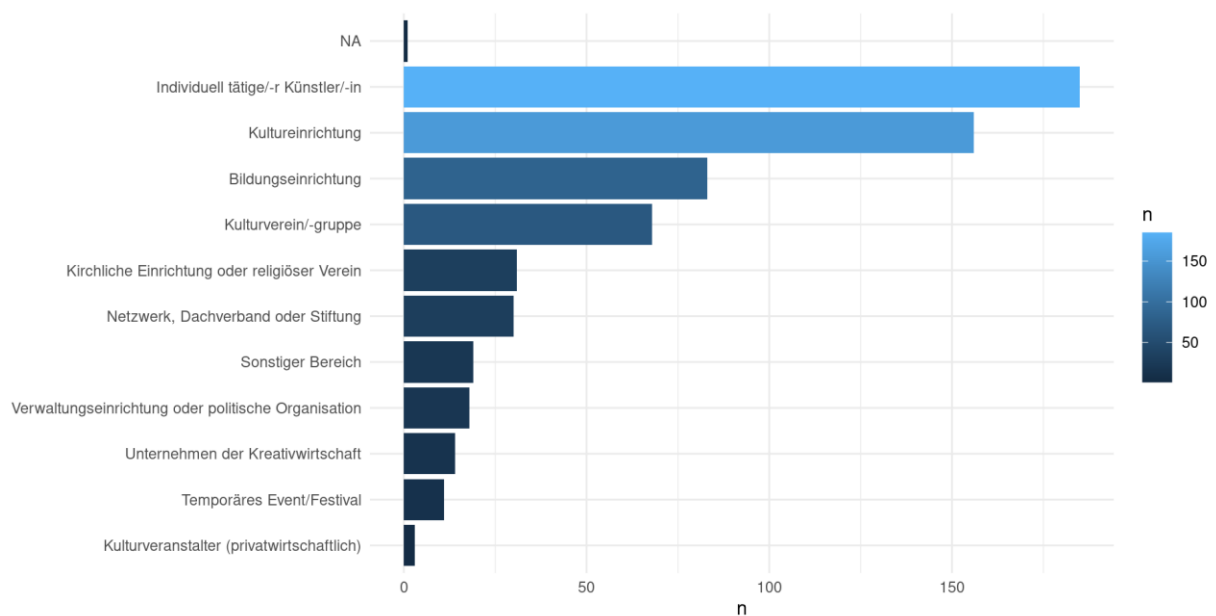


Abbildung 18: Anzahl von befragten Akteur/-innen mit Kooperationen. N = 619.

Insgesamt wurden 2.738 Kooperationsbeziehungen erhoben, die zu 1.945 verschiedenen Partnerinnen und -partnern führen. Im Mittel verfügt ein/-e Befragte/-r somit über 3,6 wichtige regelmäßige Kontakte. Unter den 1.945 sind 175 Akteurinnen und Akteure inbegriffen, die selbst an der Befragung teilgenommen haben und zugleich von anderen Befragten als Partnerinnen und Partner genannt wurden. Demnach wurden 1.770 Partnerinnen und Partnern genannt, die selbst nicht an der Studie partizipiert haben.

Tabelle 18: Kooperationsnetzwerk insgesamt. N = 1.945

Kooperation	n	Prozent
davon externe Partner/-innen	1770	91
davon Teilnehmer/-innen	175	9

Im folgenden Schaubild ist dargestellt, wie häufig die Befragten eine bestimmte Anzahl von Kooperationspartnerinnen und -partnern in die Fragebogenmaske eingegeben haben. So zeigt sich, dass mehr als 200 Befragte gar keine Nennungen gemacht haben. Diese Zahl liegt noch höher als die 134 Befragten, die schon zu Beginn verneint hatten, über Kontakte zu Einrichtungen zu verfügen. Demnach gibt es auch einige Befragte, die angegeben haben, dass sie über Kooperationen zu Einrichtungen verfügen, dann aber im Folgenden keine konkreten Partnerinnen und Partner eingetragen haben. Darüber hinaus zeigt sich – am anderen Ende des Balkendiagramms –, dass immerhin knapp 100 Befragte die im Rahmen dieser Befragung maximal zulässige Nennung von zehn Partnerinnen und Partnern ausgeschöpft haben. Dazwischen ist ein gewisses Gefälle zu erkennen: Allerdings sind die Anteile der Befragten, die ein, zwei, drei, vier oder fünf Partnerinnen und Partner genannt haben, höher als die solcher, die sechs, sieben, acht oder neun Partnerinnen und Partner eingetragen haben.

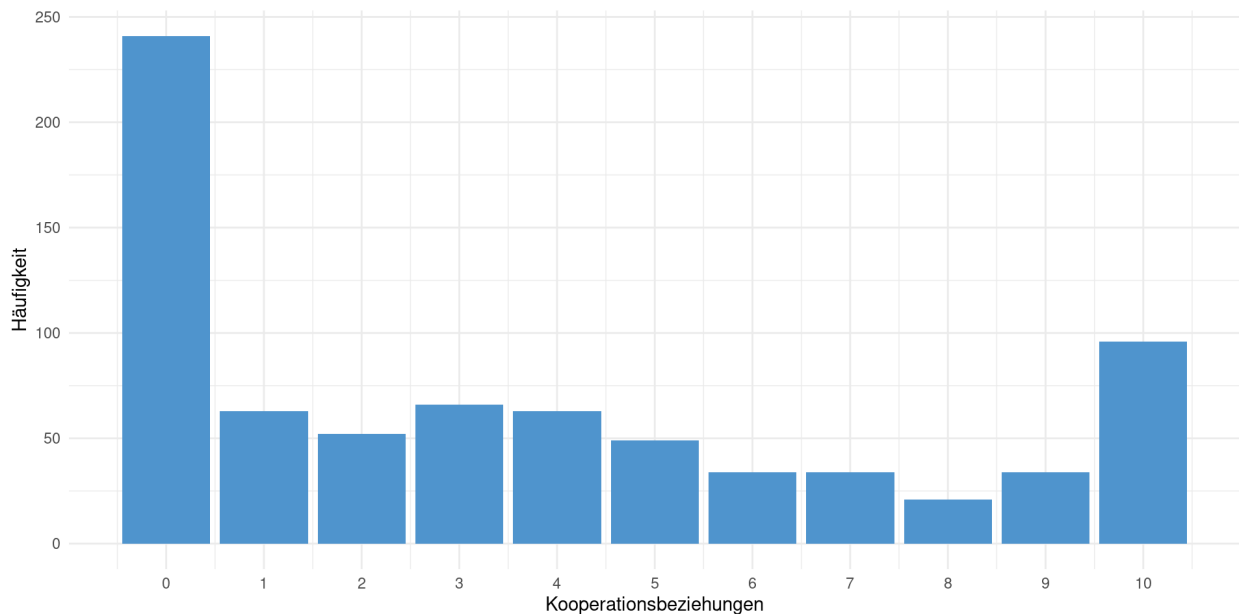


Abbildung 19: Häufigkeit der Nennung verschiedener Anzahlen von Kooperationsbeziehungen.
N = 753.

In der folgenden Tabelle ist zu erkennen, dass Verwaltungseinrichtungen und politische Organisationen im Mittel die meisten Netzwerkkontakte angegeben haben (5,95), dicht gefolgt von Netzwerken, Dachverbänden und Stiftungen (5,91). Auch Kultureinrichtungen (4,42) sowie Befragte des sonstigen Bereichs (4,13) weisen vergleichsweise hohe Mittelwerte auf.⁸ Die im Mittel wenigsten Kooperationen haben kirchliche Einrichtungen und religiöse Vereine (2,24) sowie Unternehmen der Kreativwirtschaft (1,76) und temporäre Events beziehungsweise Festivals (1,67) angegeben.

Tabelle 19: Zusammenfassung der Werteverteilung nach Akteursart.

Name	Min.	Me- dian	Mittel- wert	SD	Max.	n
Bildungseinrichtung	0	3	3.92	3.81	10	95
Individuell tätige/-r Künstler/-in	0	2	3.04	3.36	10	243
keine Angabe	5	5	5.00	NA	5	1
Kirchliche Einrichtung oder religiöser Verein	0	1	2.24	2.78	10	37
Kultureinrichtung	0	4	4.42	3.65	10	177
Kulturveranstalter (privatwirtschaftlich)	0	1	3.00	4.24	10	5
Kulturverein/-gruppe	0	2	3.23	3.19	10	82

⁸ Anmerkung: Die Angaben beziehen sich auf die Anzahl der Kooperationen, welche die Befragten jeweils selbst eingetragen haben.

Netzwerk, Dachverband oder Stiftung	0	7	5.91	3.89	10	33
Sonstiger Bereich	0	3	4.13	4.04	10	23
Temporäres Event/Festival	0	0	1.67	2.58	8	15
Unternehmen der Kreativwirtschaft	0	0	1.76	2.72	9	21
Verwaltungseinrichtung oder politische Organisation	0	7	5.95	3.90	10	21

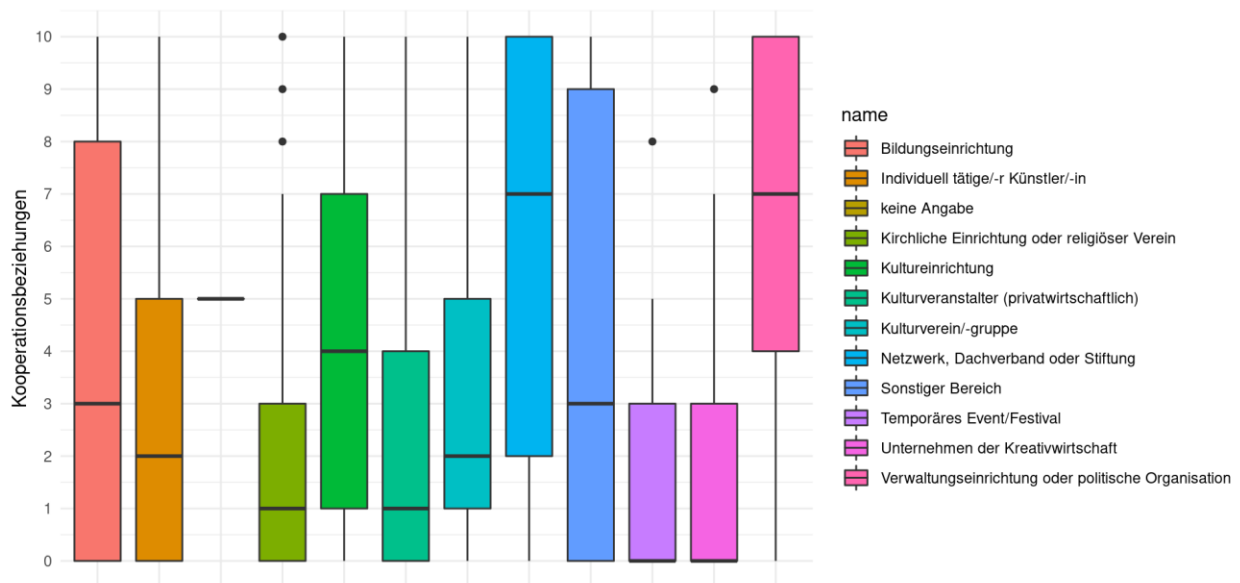


Abbildung 20: Werteverteilung nach Akteursart.

4.1.1 Herkunft der Kooperationspartner/-innen

Von den insgesamt 1.945 genannten Kooperationspartnerinnen und -partnern stammen 1.817 aus Deutschland. Die meisten dieser nationalen Kooperationspartnerinnen und -partner sind im Bundesland Schleswig-Holstein ansässig (1.321 und somit 73 Prozent aller genannten Kontakte). Die übrigen 496 Partnerschaften verteilen sich auf alle anderen Bundesländer. Von den angrenzenden Bundesländern stechen Hamburg (122 Kooperationen mit dort ansässigen Einrichtungen) und Niedersachsen (76 Kooperationen) hervor. Mit Einrichtungen aus dem ebenfalls benachbarten Mecklenburg-Vorpommern wird vergleichsweise weniger zusammengearbeitet (30 Kooperationen). Von den nicht unmittelbar angrenzenden Bundesländern verfügen Berlin (75) und Nordrhein-Westfalen (53) über die meisten mit Schleswig-Holsteinischen Akteurinnen und Akteuren kooperierenden Einrichtungen.

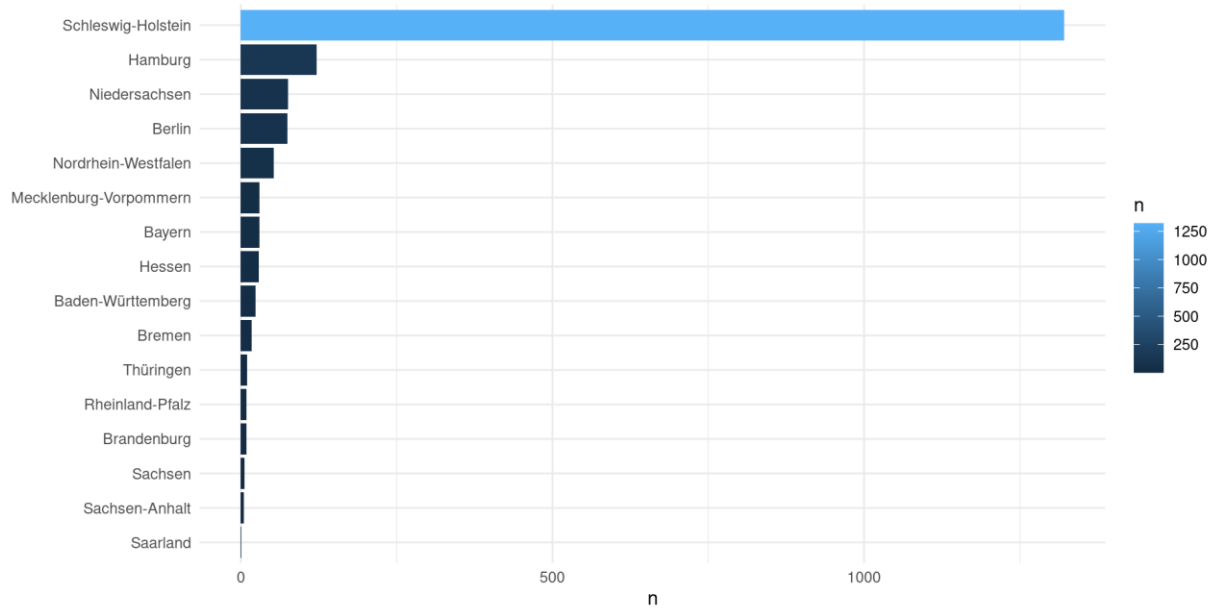


Abbildung 21: Herkunftsbundesländer der genannten Kooperationspartner/-innen. N = 1.817.

Tabelle 20: Herkunftsbundesländer der genannten Kooperationspartner/-innen. N = 1.817.

Bundesland	n	Prozent
Schleswig-Holstein	1321	73
Hamburg	122	7
Niedersachsen	76	4
Berlin	75	4
Nordrhein-Westfalen	53	3
Bayern	30	2
Mecklenburg-Vorpommern	30	2
Hessen	29	2
Baden-Württemberg	24	1
Bremen	17	1
Thüringen	10	1
Brandenburg	9	0
Rheinland-Pfalz	9	0
Sachsen	6	0
Sachsen-Anhalt	5	0
Saarland	1	0

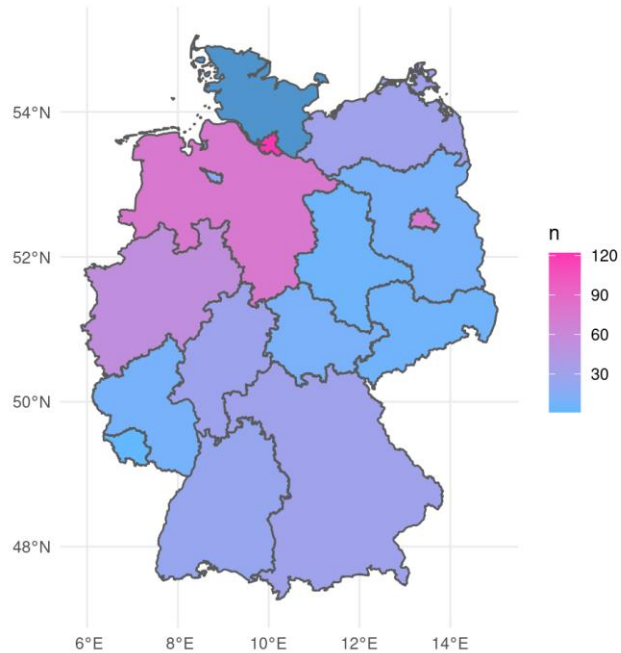


Abbildung 22: Verteilung der Kulturkooperationen nach Bundesländern auf einer Deutschlandkarte⁹.

Mit Einrichtungen welcher Landkreise und Städte wird am meisten kooperiert?

In der folgenden Abbildung und der darunterliegenden Tabelle stehen die 15 Gemeinden und Kreise, die deutschlandweit die meisten Kooperationspartnerinnen und -partner der befragten Akteur/-innen stellen. Insgesamt 187 Kooperationseinrichtungen sind in der Landeshauptstadt Kiel ansässig. Dies entspricht – bezogen auf alle 1.817 nationalen Kooperationen – einem Anteil von 10 Prozent. Ebenfalls insgesamt mehr als hundert Einrichtungen sind in Rendsburg-Eckernförde, Lübeck, Hamburg und im Kreis Schleswig-Flensburg beheimatet. Hamburg und Berlin sind in diesem Ranking die einzigen Städte, die nicht zu Schleswig-Holstein gehören.

⁹ Anmerkung: In der Kartendarstellung werden Kooperationspartnerinnen und -partner aus Schleswig-Holstein farblich nicht berücksichtigt.

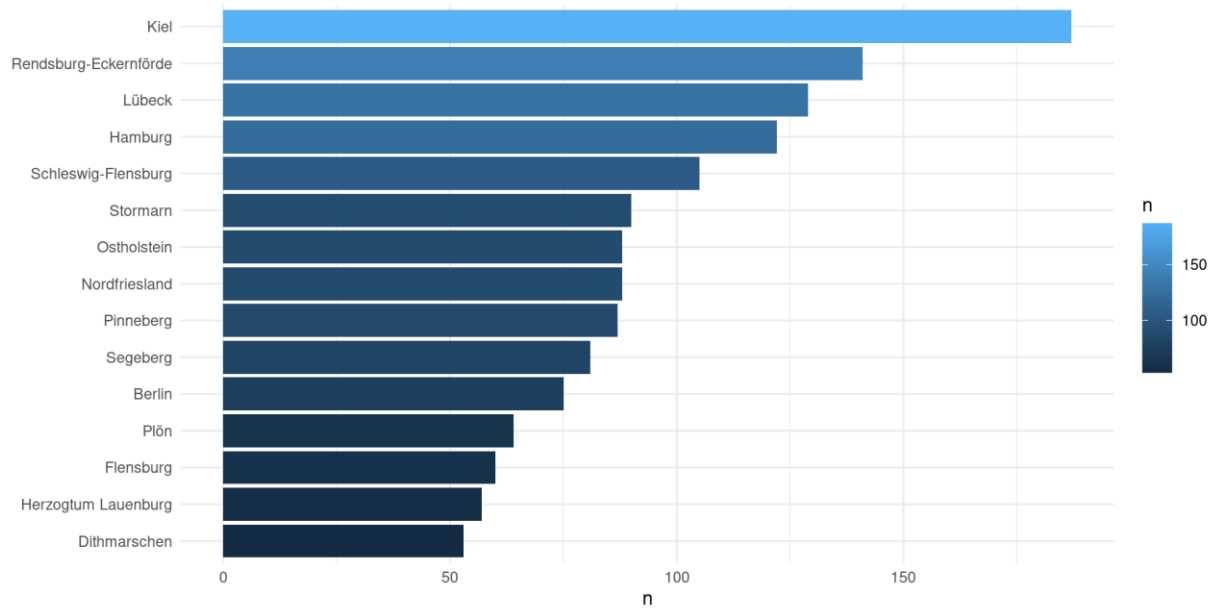


Abbildung 23: Herkunftsstädte der genannten Kooperationspartner/-innen. N = 1.817.

Tabelle 21: Herkunftsstädte der genannten Kooperationspartner/-innen. N = 1.817.

Stadt	n	Prozent
Kiel	187	10
Rendsburg-Eckernförde	141	8
Lübeck	129	7
Hamburg	122	7
Schleswig-Flensburg	105	6
Stormarn	90	5
Nordfriesland	88	5
Ostholstein	88	5
Pinneberg	87	5
Segeberg	81	4
Berlin	75	4
Plön	64	4
Flensburg	60	3
Herzogtum Lauenburg	57	3
Dithmarschen	53	3

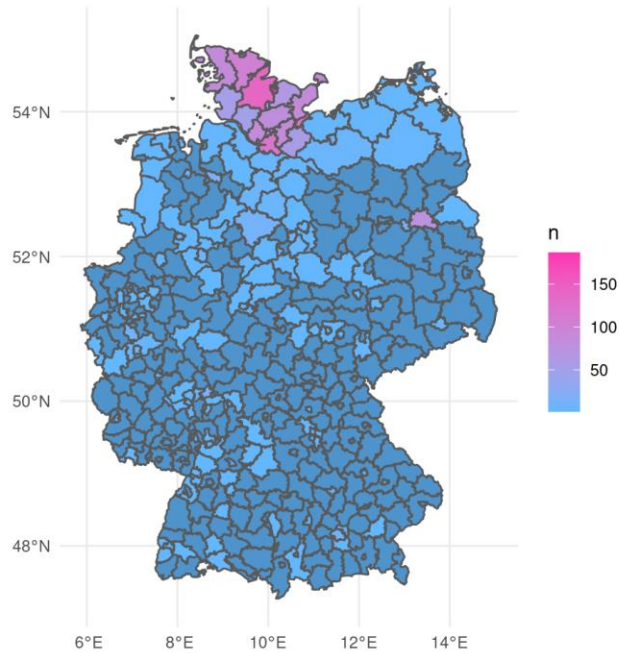


Abbildung 24: Verteilung der Herkunftsgemeinden der nationalen Kooperationspartner/-innen auf einer Deutschlandkarte.

Mit Einrichtungen welcher Landkreise und Städte Schleswig-Holsteins wird am meisten kooperiert?

Im Folgenden nimmt die Datenanalyse insbesondere das hier im Fokus stehende Bundesland Schleswig-Holstein in den Blick. Deshalb sind in der nächsten Tabelle ausschließlich Kreise und kreisfreie Städte gelistet, die zu diesem Bundesland gehören. Die meisten von den Befragten genannten Einrichtungen befinden sich demnach in der Landeshauptstadt Kiel (187 und somit 14 Prozent), gefolgt vom Kreis Rendsburg-Eckernförde (11 Prozent), der Hansestadt Lübeck (10 Prozent) und dem Kreis Schleswig-Flensburg (8 Prozent). Am vergleichsweise wenigsten Kooperationspartnerinnen und -partner befinden sich in den Kreisen Dithmarschen und Steinburg (jeweils 4 Prozent) sowie der Stadt Neumünster (3 Prozent).

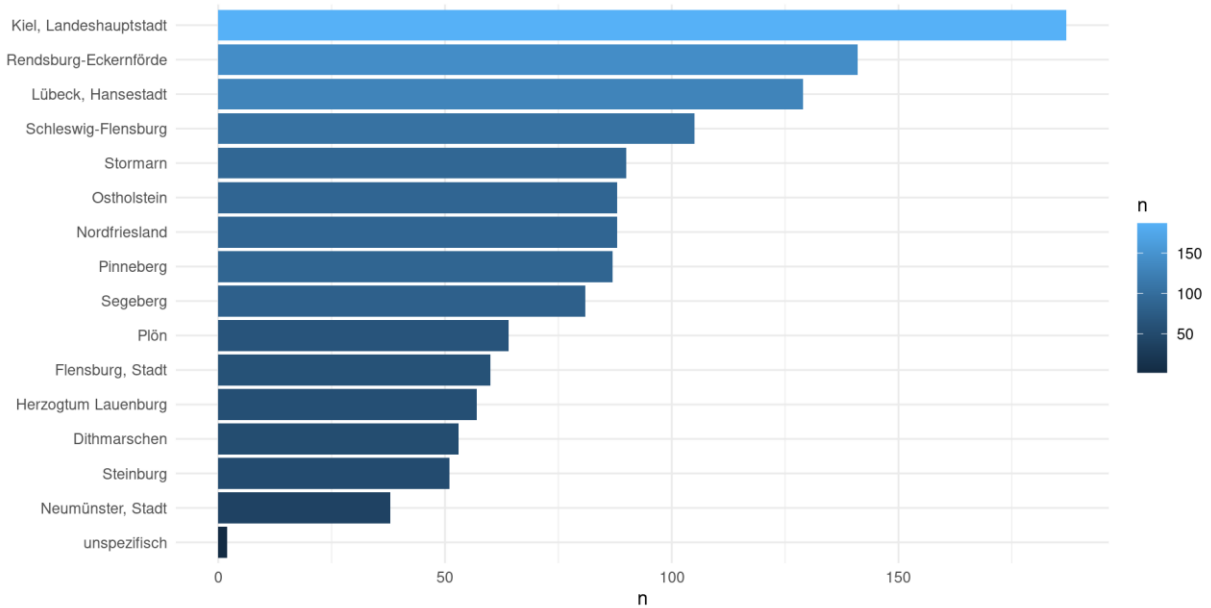


Abbildung 25: Verteilung der Kooperationspartner/-innen nach Landkreisen und kreisfreien Städten Schleswig-Holsteins. N = 1.321.

Tabelle 22: Verteilung der Kooperationspartner/-innen nach Landkreisen und kreisfreien Städten Schleswig-Holsteins. N = 1.321.

Kreis_SH	n	Prozent
Kiel, Landeshauptstadt	187	14
Rendsburg-Eckernförde	141	11
Lübeck, Hansestadt	129	10
Schleswig-Flensburg	105	8
Stormarn	90	7
Nordfriesland	88	7
Ostholstein	88	7
Pinneberg	87	7
Segeberg	81	6
Plön	64	5
Flensburg, Stadt	60	5
Herzogtum Lauenburg	57	4
Dithmarschen	53	4
Steinburg	51	4
Neumünster, Stadt	38	3

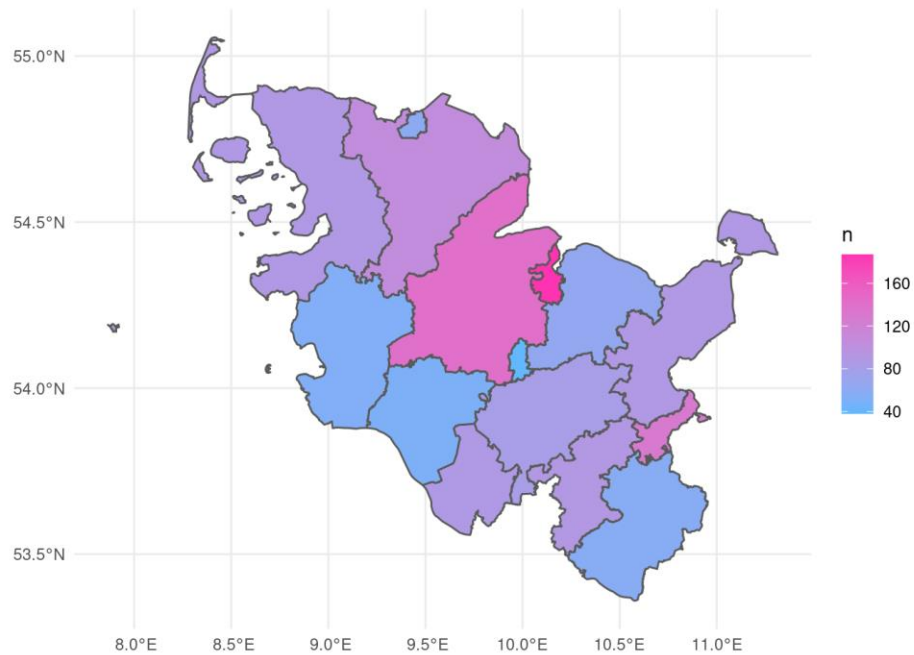


Abbildung 26: Verteilung der Kooperationspartner/-innen nach Landkreisen und kreisfreien Städten auf einer Karte Schleswig-Holsteins. $N = 1.321$.

Mit Einrichtungen welcher Gemeinden Schleswig-Holsteins wird am meisten kooperiert?

Diese Auswertung untersucht die Verteilung der Kooperationspartnerinnen und -partner auf der Ebene von Gemeinden Schleswig-Holsteins. Auch hier zeigt sich, dass die Landeshauptstadt Kiel und die Hansestadt Lübeck als Zentren fungieren, in welchen vergleichsweise viele Einrichtungen beheimatet sind, mit denen die Befragten zusammenarbeiten. Dahinter ragen Flensburg, Rendsburg und Neumünster noch ein wenig aus dem Ranking heraus. Anschließend finden sich viele Gemeinden, in denen jeweils ein Anteil von ein bis zwei Prozent der Kooperationspartner/-innen beheimatet sind. Aus Platzgründen werden in der Abbildung nur die 15 Gemeinden mit den meisten Einrichtungen abgebildet.

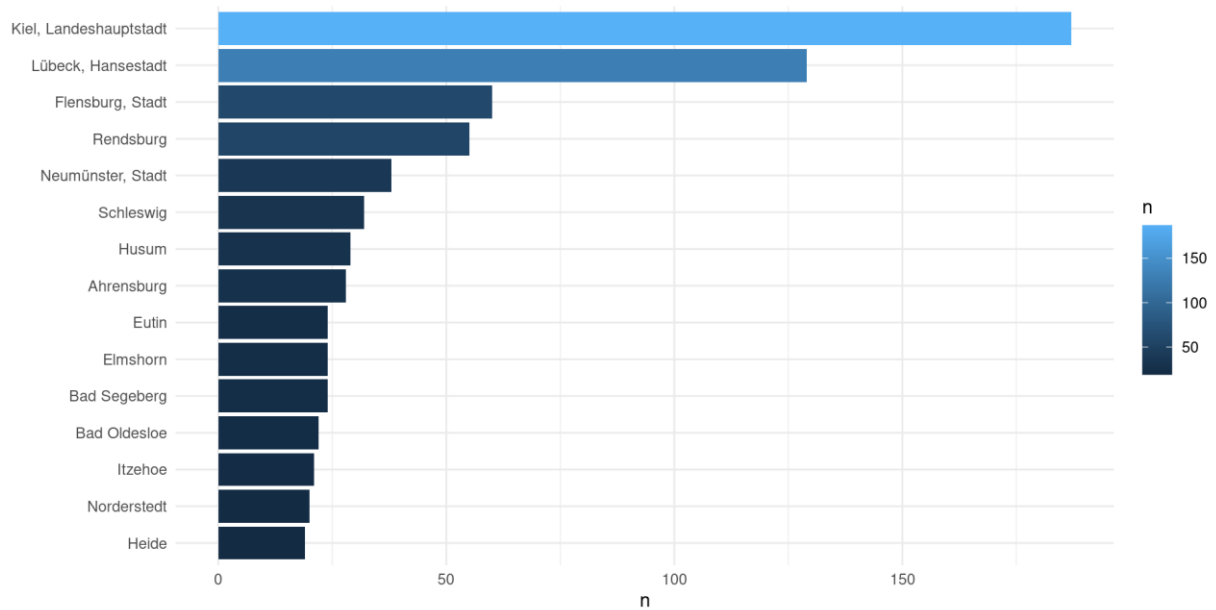


Abbildung 27: Verteilung der Kooperationspartner/-innen nach Gemeinden Schleswig-Holsteins. N = 1.321.

Tabelle 23: Verteilung der Kooperationspartner/-innen nach Gemeinden Schleswig-Holsteins. N = 1.321.

Gemeinde_SH	n	Prozent
Kiel, Landeshauptstadt	187	14
Lübeck, Hansestadt	129	10
Flensburg, Stadt	60	5
Rendsburg	55	4
Neumünster, Stadt	38	3
Schleswig	32	2
Husum	29	2
Ahrensburg	28	2
Bad Segeberg	24	2
Elmshorn	24	2
Eutin	24	2
Bad Oldesloe	22	2
Itzehoe	21	2
Norderstedt	20	2
Heide	19	1

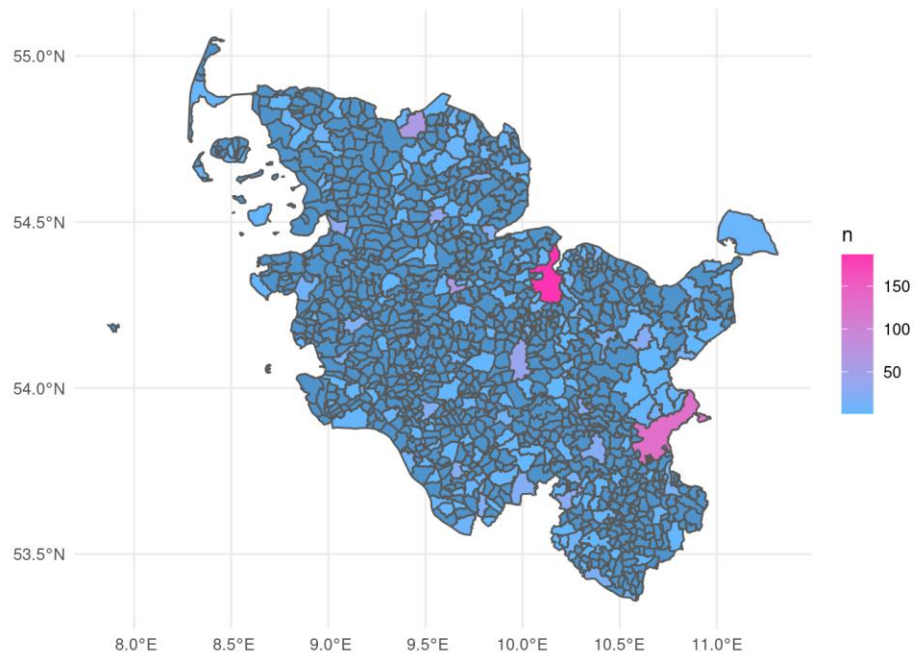


Abbildung 28: Verteilung der Kooperationspartner/-innen nach Gemeinden auf einer Karte Schleswig-Holsteins. $N = 1.321$.

Aus wie vielen verschiedenen Ländern stammen die Einrichtungen (international)?

Die Befragten konnten neben nationalen Kulturkooperationen auch internationale Partnerschaften nennen. Der Anteil internationaler Kooperationen fällt in Bezug auf die Gesamtheit der eingetragenen Zusammenarbeiten allerdings gering aus. So handelt es sich lediglich bei 128 der 1.945 genannten wichtigsten Kooperationspartnerinnen und -partner der letzten Zeit um solche, die außerhalb Deutschlands verortet sind. Dies entspricht einem Anteil von sieben Prozent. Von diesen internationalen Partnerinnen und -partnern sind fast ein Drittel im an Schleswig-Holstein angrenzenden Dänemark ansässig (41 Partnerinnen und -partner, was einem Anteil von 32 Prozent aller genannten internationalen Kulturkooperationen entspricht). Jeweils mehr als zehn wichtige Partnerinnen und -partner stammen darüber hinaus aus Frankreich und den Niederlanden (Anteile von 10 und 9 Prozent). Ansonsten verteilen sich die internationalen Partnerschaften recht breit auf relativ viele Länder mit jeweils geringen Zahlen von kooperierenden Einrichtungen. Die Partnerinnen und -partner stammen gleichermaßen aus Europa und auch darüber hinaus.

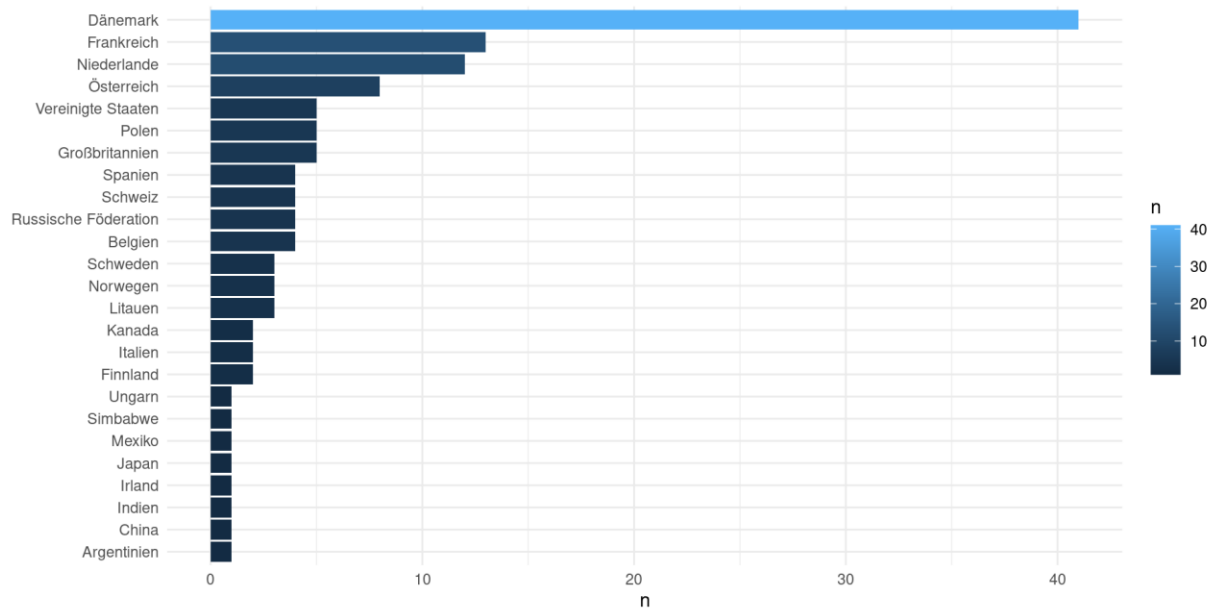


Abbildung 29: Herkunftsländer der Kooperationspartner*innen. N = 128.

Tabelle 24: Herkunftsländer der Kooperationspartner*innen. N = 128.

Land	n	Prozent
Dänemark	41	32
Frankreich	13	10
Niederlande	12	9
Österreich	8	6
Großbritannien	5	4
Polen	5	4
Vereinigte Staaten	5	4
Belgien	4	3
Russische Föderation	4	3
Schweiz	4	3
Spanien	4	3
Litauen	3	2
Norwegen	3	2
Schweden	3	2
Finnland	2	2
Italien	2	2
Kanada	2	2

Argentinien	1	1
China	1	1
Indien	1	1
Irland	1	1
Japan	1	1
Mexiko	1	1
Simbabwe	1	1
Ungarn	1	1

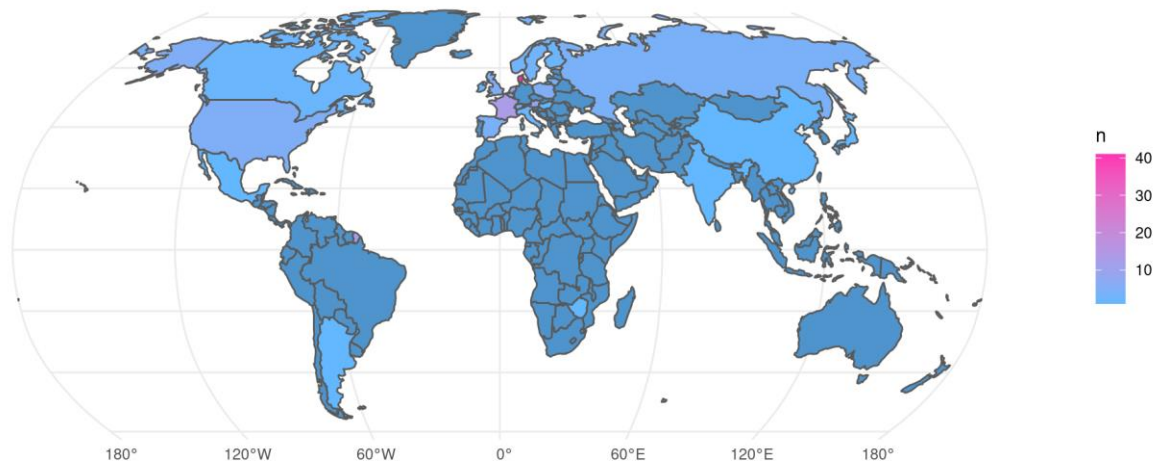


Abbildung 30: Herkunftsländer der Kooperationspartner*innen auf einer Weltkarte. $N = 128$.

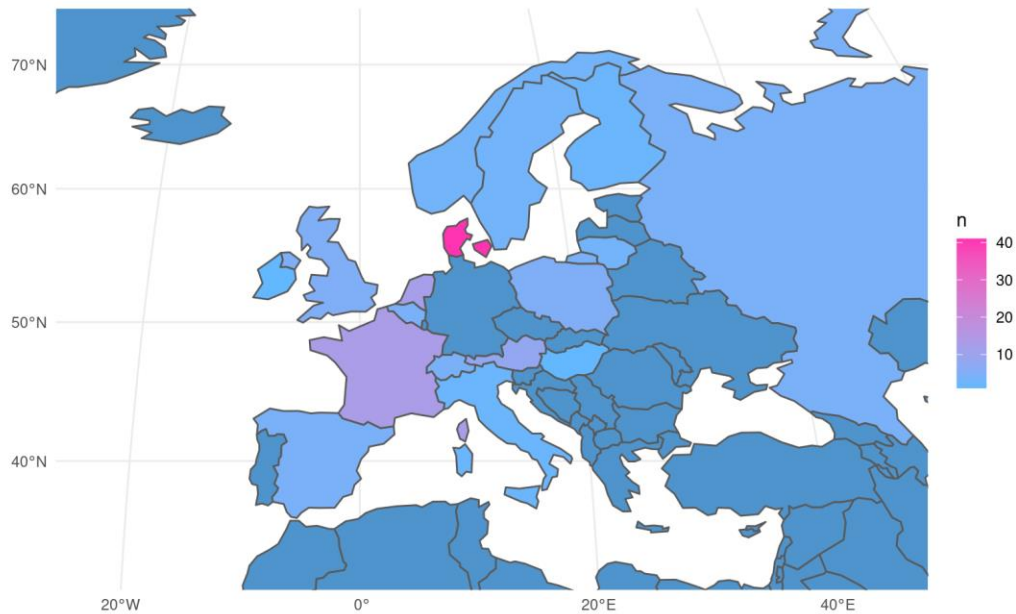


Abbildung 31: Herkunftsländer der Kooperationspartner*innen mit Fokus auf Europa. N = 128.

4.1.2 Akteursgruppen

Von allen 1.945 genannten Kooperationspartnerinnen und -partnern sind 382 Kultureinrichtungen (20 Prozent) und 330 Bildungseinrichtungen (17 Prozent). Auch mit Netzwerken, Dachverbänden und Stiftungen (14 Prozent) sowie mit Kulturvereinen und -gruppen (12 Prozent) wird vergleichsweise etwas häufiger zusammengearbeitet. Insgesamt verteilen sich die Kooperationspartnerinnen und -partner relativ gleichmäßig auf die verschiedenen Akteursgruppen. Dies spricht dafür, dass die kulturelle Infrastruktur trisektoral vernetzt ist. Die vergleichsweise wenigsten Kooperationspartnerinnen und -partner stellen die Akteursgruppen temporäre Events und Festivals (4 Prozent), individuell tätige Künstlerinnen und Künstler¹⁰ (3 Prozent) und Unternehmen der Kreativwirtschaft (ebenfalls 3 Prozent).

¹⁰ Dass Einzelkünstlerinnen und -künstler so vergleichsweise selten als Partnerinnen und -partner genannt wurden, hat vermutlich auch damit zu tun, dass in der Online Studie spezifisch nach *Einrichtungen* gefragt wurde, mit denen die Befragten zusammenarbeiten. Insofern ist es sogar fast verwunderlich, dass hier überhaupt Einzelpersonen genannt worden sind.

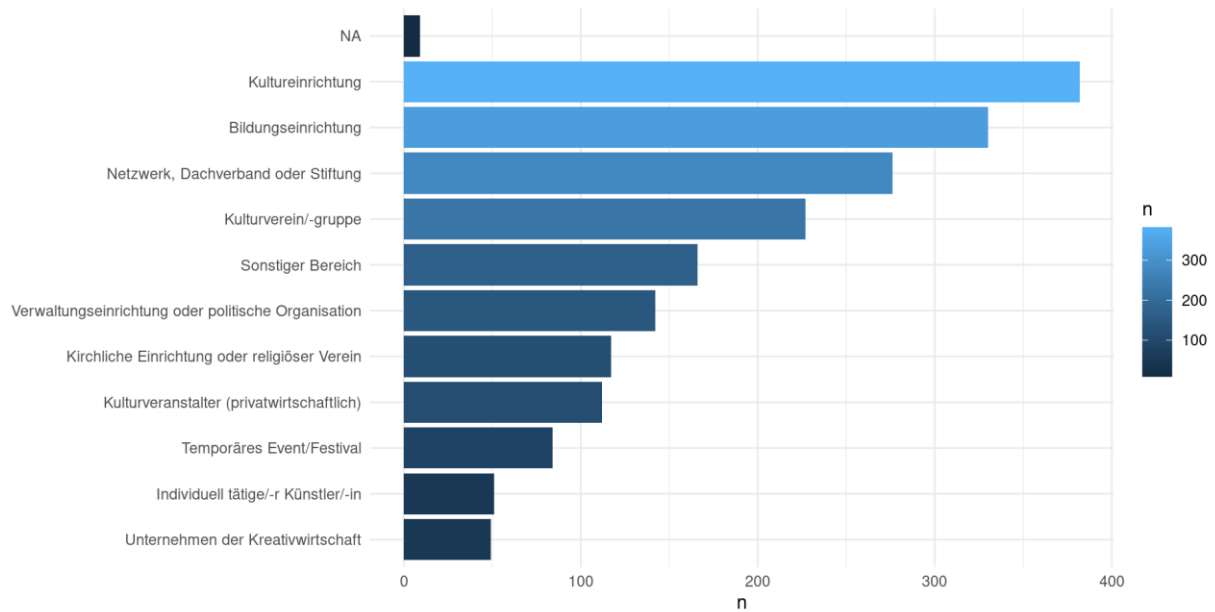


Abbildung 32: Häufigkeitsverteilung der Akteursart der genannten Kooperationspartner/-innen. $N = 1.945$.

Tabelle 25: Häufigkeitsverteilung der Akteursart der genannten Kooperationspartner/-innen. $N = 1.945$.

Akteursart	n	Prozent
Kultureinrichtung	382	20
Bildungseinrichtung	330	17
Netzwerk, Dachverband oder Stiftung	276	14
Kulturverein/-gruppe	227	12
Sonstiger Bereich	166	9
Verwaltungseinrichtung oder politische Organisation	142	7
Kirchliche Einrichtung oder religiöser Verein	117	6
Kulturveranstalter (privatwirtschaftlich)	112	6
Temporäres Event/Festival	84	4
Individuell tätige/-r Künstler/-in	51	3
Unternehmen der Kreativwirtschaft	49	3
NA	9	0

4.1.3 Sparten

Vergleichsweise viele der Kooperationspartnerinnen und -partner agieren in Sparten, die nicht trennscharf sind: So handelt es sich bei der größten Gruppe im Datensatz um Einrichtungen, deren Tätigkeitsfeld als spartenübergreifend definiert wird (362, was einem

Anteil von 19 Prozent entspricht). Es folgen 338 Einrichtungen (17 Prozent), deren Handlungsfelder als Sonstiges definiert werden. Zusammen machen diese beiden Gruppen von Sparten bereits mehr als ein Drittel des gesamten Felds der Partnerschaften aus. Musik ist der erste trennscharfe künstlerische Bereich, der in diesem Ranking vorkommt (299 Kooperationspartnerinnen und -partner kommen aus diesem Kontext, was einem Anteil von 15 Prozent entspricht). Gleichauf folgt das Querschnittsthema Kulturelle Bildung (ebenfalls 15 Prozent). Mehr als zweihundert Einrichtungen werden des Weiteren dem Bereich der Darstellenden Kunst (11 Prozent) zugeordnet, weitere 175 Einrichtungen werden als multifunktionaler Ort (9 Prozent) bezeichnet. Es folgen die Sparten Bildende Kunst/Ausstellungshäuser (8 Prozent), Museum/Gedenkstätte/Erinnerungsort (8 Prozent) und Kulturelles Erbe (7 Prozent). Vergleichsweise weniger Einrichtungen kommen aus den Bereichen Soziokultur (5 Prozent), Literatur (5 Prozent), Bibliotheken und Archive (4 Prozent), Film/Neue Medien (3 Prozent) und Interkultur (3 Prozent). Am schwächsten vertreten sind die Sparten Angewandte Kunst und Design (2 Prozent) und Clubkultur (1 Prozent).

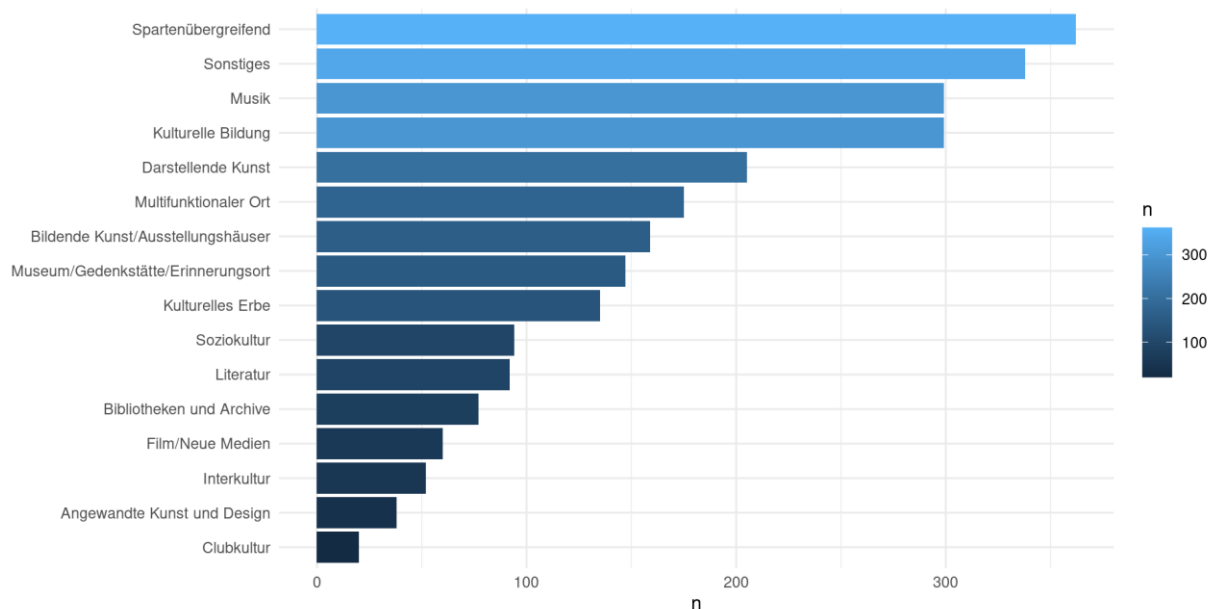


Abbildung 33: Sparten und Tätigkeitsfelder, in denen die Kooperationspartner/-innen aktiv sind. N = 1.945, keine Mehrfachnennungen möglich.

Tabelle 26: Sparten und Tätigkeitsfelder, in denen die Kooperationspartner/-innen aktiv sind. N = 1.945, keine Mehrfachnennungen möglich.

Sparte	n	Prozent
Spartenübergreifend	362	18.61
Sonstiges	338	17.38
Kulturelle Bildung	299	15.37

Musik	299	15.37
Darstellende Kunst	205	10.54
Multifunktionaler Ort	175	9.00
Bildende Kunst/Ausstellungshäuser	159	8.17
Museum/Gedenkstätte/Erinnerungsort	147	7.56
Kulturelles Erbe	135	6.94
Soziokultur	94	4.83
Literatur	92	4.73
Bibliotheken und Archive	77	3.96
Film/Neue Medien	60	3.08
Interkultur	52	2.67
Angewandte Kunst und Design	38	1.95
Clubkultur	20	1.03

4.1.4 Beweggründe für die Kooperation

Zum Schluss der Netzwerkabfrage wurden die Teilnehmenden darum gebeten, dass sie noch einmal an ihre wichtigsten Kooperationsbeziehungen denken und sich erinnern, was die Beweggründe für das Eingehen der Kooperation waren. Es zeigt sich, dass für die meisten Befragten ein gemeinsames Thema als Anlass oder Rahmenbedingung für das Eingehen von Kooperationen im Vordergrund steht (69 Prozent). Auch wird vielfach eine langfristige Zusammenarbeit angestrebt (62 Prozent). Etwas weniger als die Hälfte der Befragten nennt darüber hinaus eine Stärkung der Sichtbarkeit (48 Prozent), inhaltliche Synergieeffekte (44 Prozent) und die kreative Vermittlung gemeinsamer Ziele und Ergebnisse (39 Prozent) als Beweggründe für Kooperation. Vergleichsweise selten werden als Gründe für Kooperation die Möglichkeit zur Kostenreduktion (16 Prozent), der Ausbau von Diversität und Teilhabegerechtigkeit (15 Prozent), neue Finanzierungsmöglichkeiten (15 Prozent) und die Mitwirkung an Entscheidungsprozessen (13 Prozent) genannt.

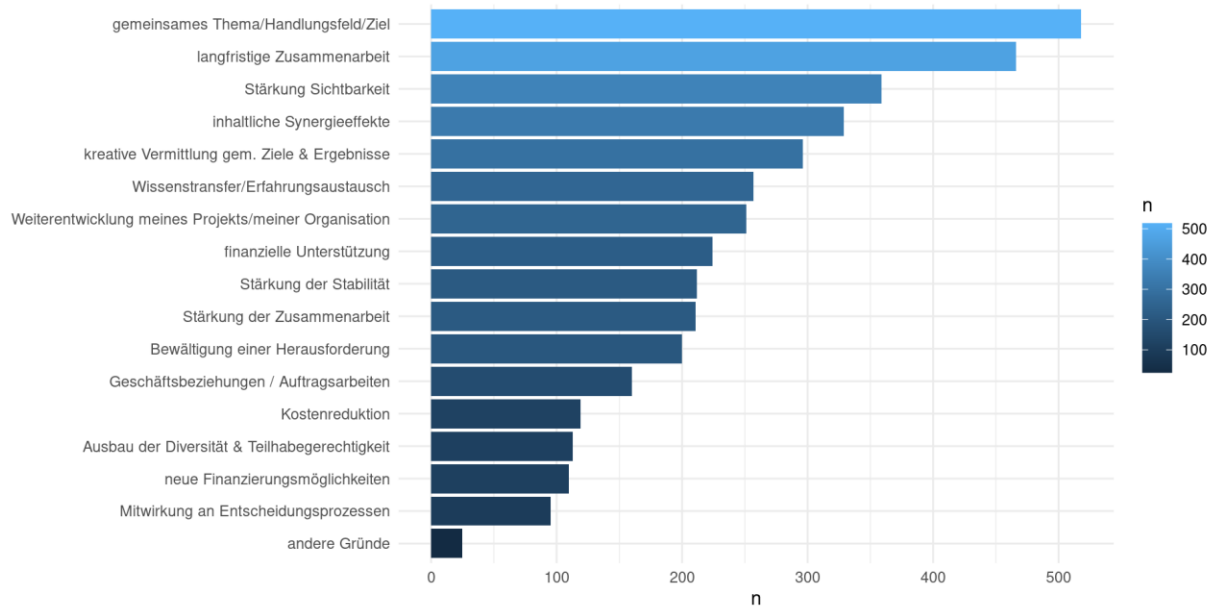


Abbildung 34: Beweggründe für Kooperation. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.

Tabelle 27: Beweggründe für Kooperation. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.

N = 753		
Beweggründe für die Kooperation	n	Prozent
gemeinsames Thema/Handlungsfeld/Ziel	518	68.79
langfristige Zusammenarbeit	466	61.89
Stärkung Sichtbarkeit	359	47.68
inhaltliche Synergieeffekte	329	43.69
kreative Vermittlung gem. Ziele & Ergebnisse	296	39.31
Wissenstransfer/Erfahrungsaustausch	257	34.13
Weiterentwicklung meines Projekts/meiner Organisation	251	33.33
finanzielle Unterstützung	224	29.75
Stärkung der Stabilität	212	28.15
Stärkung der Zusammenarbeit	211	28.02
Bewältigung einer Herausforderung	200	26.56
Geschäftsbeziehungen / Auftragsarbeiten	160	21.25
Kostenreduktion	119	15.80
Ausbau der Diversität & Teilhabegerechtigkeit	113	15.01
neue Finanzierungsmöglichkeiten	110	14.61
Mitwirkung an Entscheidungsprozessen	95	12.62
andere Gründe	25	3.32

4.2 Strukturanalyse der erhobenen Netzwerke

4.2.1 Zur Methode der Netzwerkanalyse

Bei der Netzwerkanalyse handelt es sich gleichermaßen um eine Theorie und eine Methode. Der theoretische Ansatz, welcher auch Anschlussmöglichkeiten zu bekannten kultursoziologischen Theorien wie der Systemtheorie von Niklas Luhmann oder der Feldtheorie von Pierre Bourdieu bietet, setzt den Schwerpunkt auf die Untersuchung von Kommunikationsbeziehungen. Als Methode kann die Netzwerkanalyse – anders als klassische empirische Untersuchungen – eine große Menge von sogenannten Knoten (das heißt, Akteurinnen und Akteuren) und Kanten (sprich: Beziehungen zwischen diesen Knoten) erfassen und visualisieren. Im Gegensatz zur klassischen Sozialforschung konzentriert sie sich etwas weniger auf die Eigenschaften von Akteurinnen und Akteuren, sondern stärker auf die Beziehungen zwischen ihnen und eröffnet somit den Blick auf die sozialen Strukturen, in denen sich Menschen tagtäglich bewegen. Akteurinnen und Akteure (hier: Kultureinrichtungen sowie freischaffende Künstlerinnen und Künstler) werden im Rahmen dieses Forschungsansatzes verstanden als eingebettet in ein Geflecht aus Beziehungen, welches sich zum Beispiel auf die Verfügbarkeit von Informationen auswirken und Handlungsmöglichkeiten eröffnen oder verschließen kann.

Die Netzwerkanalyse wird interdisziplinär verwendet und gehört seit einigen Jahren auch in der Kulturentwicklungsplanung zu einem häufig genutzten Tool, insbesondere in der Kombination mit einer Bestandsaufnahme der kulturellen Infrastruktur. Der Untersuchungsschwerpunkt liegt auf Beziehungsmustern und Strukturen, die sich im Netzwerk abzeichnen. In diesem Zusammenhang interessieren Gruppenbildungen in Form von Clustern und Cliques sowie insbesondere fehlende Beziehungen, sogenannte *strukturelle Lücken*, zwischen diesen Formationen. Die Berechnung von Maßzahlen auf der Akteurs-ebene, auf der Beziehungsebene und auf der Netzwerkebene reduziert die Komplexität bei der Analyse von Netzwerken, die über eine mit dem bloßen Auge kaum mehr zu erfassender Menge von Knoten (hier Einrichtungen und Personen) verfügen.

4.2.2 Zum Mehrwert einer Netzwerkanalyse

Das grundsätzliche Ziel der quantitativen Erhebung sind Erkenntnisse über die Struktur und Stärke des Netzwerks mit seinen maßgeblichen Akteurinnen und Akteuren. Mittels einer Netzwerkanalyse können die folgenden Teilziele erreicht werden:

- Die Erfassung wichtiger Akteurinnen und Akteure in einem Netzwerk der regionalen Kulturentwicklung. Diese Akteur/-innen sind in der Regel zahlreich verknüpfte und an Schnittstellen des Netzwerkes positionierte Organisationen, die als langfristige Anker das Netzwerk strategisch festigen können. Dies kann auch auf Einzelpersonen wie individuell tätige Künstlerinnen und Künstler zutreffen.
- Die Visualisierung der Wechselwirkungen zwischen relevanten Organisationen verschiedener gesellschaftlicher Teilbereiche wie zum Beispiel Bildung, Kunst und Kultur, Politik, Religion, Tourismus und (Kreativ-)Wirtschaft.

- Die Identifikation der sogenannte *Broker* des Netzwerks, das heißt der Akteur/-innen, über welche die kürzesten Pfaddistanzen im Netzwerk verlaufen, so dass sie verschiedene Teilnetzwerke miteinander verbinden.
- Schlussfolgerungen zu Macht, Zentralität und Einfluss bestimmter Akteur/-innen sowie zu Schwachstellen im Netzwerk.
- Darstellung der Richtung bestimmter *Flows* im Netzwerk (einseitige / gerichtete Beziehung versus wechselseitige / reziproke Beziehung).
- Die Definition der Intensität von Beziehungen und die Visualisierung der Relationen im Netzwerk. Dies ist insbesondere wichtig, um Teilnetzwerke in ihre Zusammensetzung zu erkennen; das Filtern der Intensität von Beziehungen dient dazu, aus der Unübersichtlichkeit von Netzwerken mit großer Relationsfülle nur die wirklich intensiven Beziehungen herauszufiltern.
- Die Zugehörigkeiten zu Teilnetzwerken (*Communities*) und die Bestimmung der Interaktionen zwischen unterschiedlichen Sektoren. Die inhaltliche Ausrichtung der Arbeit der Akteur/-innen mag Einfluss auf die Vernetzung in Teilnetzwerken und auf die Intensität der Vernetzung haben.

Ziel der Datenerhebung war die explorative Erfassung von Akteur/-innen, Kooperationen und bestehenden Netzwerken des Kulturfelds des Bundeslandes Schleswig-Holstein. Auf Grundlage der Nennung von nationalen wie internationalen Kooperationspartnerinnen und -partnern, die durch einen sogenannten *Namensgenerator*¹¹ erfasst wurden, konnte zunächst ein großes Netzwerk erstellt werden. In der Folge wurde aus diesem noch einmal ein Schleswig-Holstein-spezifisches Kernnetzwerk extrahiert.

Um die Ausführungen des nachfolgenden Analysekapitels besser verstehen zu können, sind in der nächsten Tabelle die wichtigsten Begriffe der Netzwerkanalyse aufgelistet und jeweils mit einer Erläuterung versehen. Die Tabelle kann genutzt werden, um die strukturellen Begebenheiten des Kulturfelds Schleswig-Holsteins netzwerkanalytisch fundierter einordnen und interpretieren zu können.

¹¹ Konkret lautete der Arbeitsauftrag innerhalb der Online-Netzwerkanalyse: Bitte tragen Sie die bis zu zehn wichtigsten Einrichtungen ein, mit denen Sie in letzter Zeit in kulturellen Kontexten zusammengearbeitet haben.

Tabelle 28: Zentrale Begriffe der Netzwerkanalyse

Maßzahl / Konzept	Erläuterung / Interpretation
Knoten	Einzelne Akteur/-innen (hier zum Beispiel Kultureinrichtungen, Bildungseinrichtungen, Künstler/-innen) werden als Netzwerkknoten dargestellt, die in der Regel mit anderen Knoten verbunden sind.
Kanten	Verbindungslinien, die zwischen Akteur/-innen gezogen werden und eine Relation, in diesem Fall eine Kooperationsbeziehung, symbolisieren.
gerichtete Beziehung	Eine Beziehung, die per Pfeilrichtung einen <i>Flow</i> darstellt (von A nach B oder umgekehrt).
ungerichtete Beziehung	Eine Beziehung ohne Pfeilrichtung, wenn keine Gewichtung vorgenommen werden kann.
Reziprozität	Eine Sozialbeziehung ist reziprok, wenn sie in beide Richtungen (von A zu B und umgekehrt) läuft, also wechselseitig erwidert wird.
Pfad; Pfaddistanz	Wege, die (gegebenenfalls indirekt über andere Akteur/-innen) überbrückt werden müssen, um andere Knoten zu erreichen.
Sinks	<i>Sinks</i> sind Akteur/-innen, die nur eingehende, aber keine ausgehenden Beziehungen haben. Die Anzahl von Sinks in einem Netzwerk kann recht hoch sein, wenn ein größerer Teil der Akteur/-innen zwar als Kooperationspartner/-innen genannt werden, jedoch selbst nicht an der Befragung teilnehmen. Damit liegen für diese Akteur/-innen nur unvollständige, weil einseitige Informationen vor, die die Maßzahlen verzerren. Für die Analyse eines Kernnetzwerks werden sie deshalb ausgeschlossen.
Isolates	Isolates sind hier diejenigen Akteur/-innen, die zwar an der Befragung teilgenommen haben, jedoch beim ersten Namensgenerator selbst keine Kooperationspartner/-innen genannt haben und auch nicht genannt wurden.
Degree	Anzahl aller Beziehungen, über die ein/-e Akteur/-in mit anderen Netzwerkknoten verbunden ist.
In-Degree	Anzahl aller <i>eingehenden</i> Beziehungen, die ein/-e Akteur/-in unterhält (und damit Indikator für eine Machtposition).
Out-Degree	Anzahl aller <i>ausgehenden</i> Beziehungen, die ein/-e Akteur/-in aufweist (und damit ein Indikator für hohe Aktivität).
Closeness-Centrality	Angabe über den Anteil der Akteur/-innen des Netzwerks, die vom untersuchten Knoten erreicht werden können (Summe aller erreichbaren Knoten geteilt durch die Summe der Pfaddistanzen).
Betweenness-Centrality	Kalkulation des Anteils aller kürzesten Pfaddistanzen zwischen Akteurspärchen, die über den untersuchten Netzwerkknoten verlaufen. Aus diesem Grund gilt das Maß als am aussagekräftigsten für die Identifikation von Mittler/-innen.
Brokerage	Das Konzept beschreibt das Überbrücken sogenannte <i>struktureller Löcher</i> , also ansonsten unverbundener Teilnetzwerke. Eine Broker-Position verspricht Informationsvorteile, wenn dadurch Zugang zu mehreren nicht-redundanten Teilnetzwerken gewährleistet wird.
Burt's Constraint	Die strukturelle Definition der klassischen Brokerposition funktioniert über die Berechnung der strukturellen Autonomie (als Indikator für die Überbrückung struktureller Löcher). Die entsprechende Maßzahl hierfür ist Burt's constraint (je geringer der Wert, desto höher die strukturelle Autonomie).

Die Grundlage der Untersuchung bildet das große Netzwerk mit einem Datensatz von 1.651 Akteurinnen und Akteuren (Einrichtungen und Künstler*innen). Darunter fallen alle Knoten in Schleswig-Holstein, welche mindestens eine/-n Kooperationspartner/-in (in Schleswig-Holstein) aufweisen können. Dieses Netzwerk besteht aus einer Hauptkomponente und einer Nebenkomponekte (zusammen $N = 1.651$). Isolierte Knoten ($N = 240$) werden nicht berücksichtigt. Die Hauptkomponente umfasst 1.305 Akteurinnen und Akteure, die mit ihrer Adresse in Schleswig-Holstein verortet sind und durch ihre gegenseitigen Verbindungen die größte zusammenhängende Netzwerkstruktur bilden¹², also grundsätzlich füreinander erreichbar sind¹³. Die Hauptkomponente umfasst somit ca. 79 Prozent der erfassten Kulturakteurinnen und -akteure mit mindestens einer Kooperationspartnerin oder einem Kooperationspartner in Schleswig-Holstein. Alle Akteurinnen und Akteure, die nicht mit der Hauptkomponente verbunden sind, sind ausgeschlossen. Das beinhaltet insbesondere Isoliertes sowie auch alle Akteurinnen und Akteure in kleineren Teilnetzwerken, welche abseits dieser Komponente bestehen.

4.2.3 Analyse des Netzwerks innerhalb Schleswig-Holsteins

Die folgenden Visualisierungen und Berechnungen des erhobenen Kooperationsnetzwerks innerhalb des Bundeslandes Schleswig-Holstein betrachten ausschließlich die *Hauptkomponente*. Diese enthält zahlreiche Einrichtungen sowie Künstlerinnen und Künstler, die mindestens indirekt über eine größere Struktur miteinander verbunden sind. Bereits in der nächsten Abbildung¹⁴ wird deutlich, dass es sich um ein Netzwerk handelt, an dem Akteurinnen und Akteure verschiedenen Einrichtungstyps verknüpft sind. Im Zentrum des Netzwerks sind hellgrüne Knoten (Kultureinrichtungen) ebenso zu finden wie beispielsweise orangene Knoten (individuell tätige Künstler/-innen), hellblaue Knoten (Netzwerke, Dachverbände und Stiftungen) oder rötliche Knoten (Bildungseinrichtungen).

¹² Präziser handelt es sich um die Hauptkomponente nach *schwachem* Kriterium, welches besagt, dass einfache / nicht-reziproken Beziehungen ausreichen, um den Zusammenhang zu definieren.

¹³ In beiden Datensätzen ist ein größerer Anteil an Knoten (d.h. Akteur/-innen) enthalten, für die nur unvollständige Informationen vorliegen (sogenannte *sinks*). Viele Akteur/-innen wurden von den Befragten als Kontakt genannt, haben aber selbst nicht an der Online-Studie teilgenommen und konnten deshalb keine eigenen Angaben über ihre Vernetzung machen. Sie verfügen in diesen Darstellungen deshalb nur über eingehende, nicht aber über ausgehende Beziehungen. Diese fehlenden Daten schlagen sich auch in der Berechnung der Strukturmaßzahlen nieder.

¹⁴ In allen Darstellungen werden grundsätzlich auch alle Knoten abgebildet. Aufgrund der hohen Knotenanzahl gibt es jedoch zum Teil sehr große Überlappungen von Knoten. Der Grad dieser Überlappung ist bei gegebener Netzwerkstruktur vor allem von dem verwendeten Layout sowie nachrangig von Merkmals hervorhebungen abhängig. In nahezu allen Abbildungen des Netzwerks (außer dem Geo-Mapping) wurde ein Layout gewählt, welches die Gruppierung beziehungsweise Ballung von Knoten hervorhebt (Layout: Gruppenstruktur). Besonders dicht verknüpfte Knoten sind entsprechend näher beieinander, was dazu führt, dass vor allem Alteri (hier: Partnerinnen und Partner), die ausschließlich von einem Ego (hier: befragte Einrichtungen und Künstler/-innen) genannt wurden, auf nahezu derselben Position liegen wie Ego. Dadurch entsteht der Eindruck, dass es weniger Knoten im Netzwerk gibt. Ein Vorteil davon ist, dass besonders dicht verknüpfte Subgruppen klarer erkennbar sind.

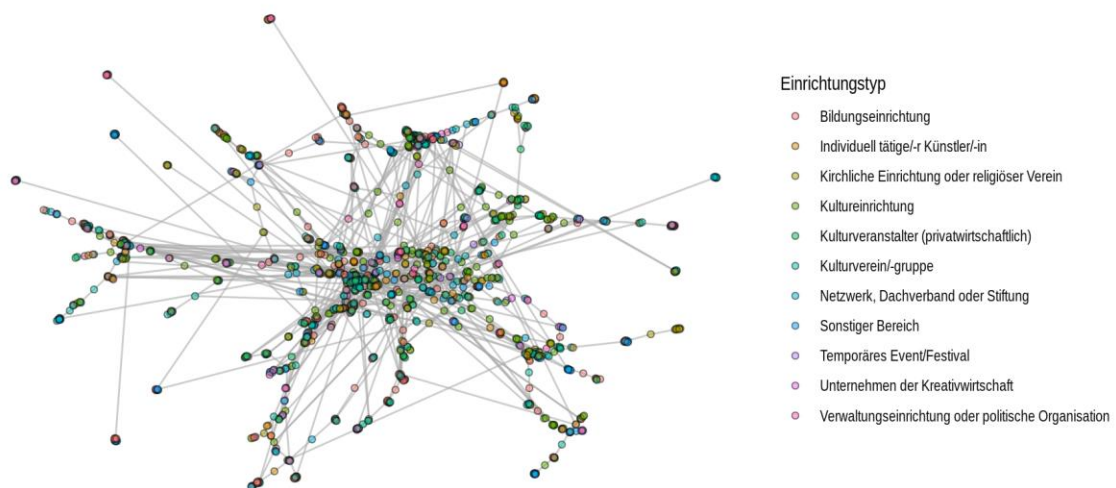


Abbildung 35: Hauptkomponente des Kooperationsnetzwerks Schleswig-Holsteins. $N = 1.305$.

Die folgenden Analysen und Tabellen geben einen Überblick über die jeweils zentralsten Einrichtungen je Zentralitätsmaß beziehungsweise die Einrichtungen mit der höchsten strukturellen Autonomie.

Degree (Vernetzung insgesamt)

Über die meisten Beziehungen innerhalb der Hauptkomponente des erhobenen Netzwerks innerhalb Schleswig-Holsteins verfügen der *Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler Landesverband Schleswig-Holstein* und das *Nordkolleg Rendsburg*. Sie sind jeweils über 27 wichtige Kooperationsbeziehungen der letzten Zeit direkt mit anderen Akteurinnen und Akteuren Schleswig-Holsteins verknüpft¹⁵. Es folgen dahinter die *Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein* und der *Büchereiverein Schleswig-Holstein* mit jeweils 21 unmittelbaren Kooperationsbeziehungen zu anderen Akteurinnen und Akteuren des Netzwerks. Vergleichsweise viele Beziehungen weisen dahinter die *Internationale Bildungsstätte Jugendhof Scheersberg (Kulturknotenpunkt Scheersberg)* (19 Verbindungen) und das *Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein* (18 Verbindungen) auf.

¹⁵ Selbstverständlich ist davon auszugehen, dass die hier genannten Einrichtungen über deutlich mehr Beziehungen zu anderen Einrichtungen verfügen als in dieser Studie erhoben und abgebildet werden konnten. Es handelt sich hier um eine Momentaufnahme, welche die *wichtigsten Kooperationsbeziehungen der letzten Monate* abbildet.

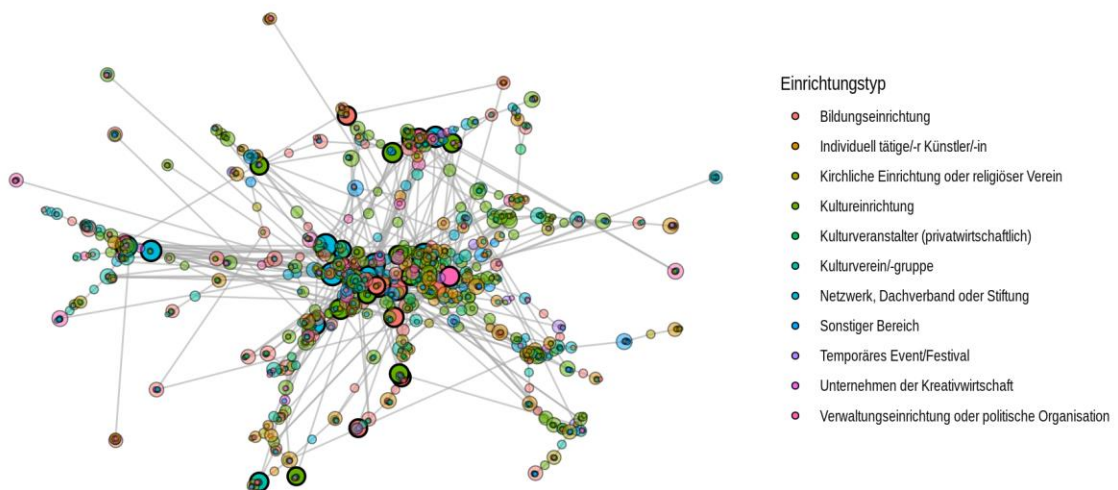


Abbildung 36: Einrichtungen mit dem höchsten Degree (Kooperationsbeziehungen insgesamt).
N = 1.305.

Tabelle 29: Einrichtungen mit dem höchsten Degree (Kooperationsbeziehungen insgesamt). N =
1.305.

Name	Anzahl Beziehungen gesamt
Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler Landesverband Schleswig-Holstein	27
Nordkolleg Rendsburg	27
Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein	21
Büchereiverein Schleswig-Holstein	21
Internationale Bildungsstätte Jugendhof Scheersberg/Kulturknotenpunkt Scheersberg	19
Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein	18
Die Drostei	17
Landeskulturverband Schleswig-Holstein e.V.	16
Musikhochschule Lübeck	16
Stiftungen der Sparkasse Holstein	16
Kulturwerk SH e. V.	16
Kulturstiftung Kreis Schleswig-Flensburg	16
Kultur- und Bildungszentrum Bad Oldesloe (KuB)	15

Schleswig-Holsteinischer Heimatbund e.V.	15
Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen Schloss Gottorf	15

In-Degree (eingehende Beziehungen)

Am häufigsten wurde das *Nordkolleg Rendsburg* von anderen Befragten als wichtiger Kooperationspartner genannt (insgesamt 19 Nennungen). Somit weist diese Einrichtung den höchsten In-Degree¹⁶ auf. Hohe In-Degree-Werte weisen auch der *Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler Landesverband Schleswig-Holstein* (18 Nennungen) und das *Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein* (ebenfalls 18 Nennungen) auf. Es folgen dahinter die *Musikhochschule Lübeck* (16 Nennungen), die *Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein* (15 Nennungen), die *Christian-Albrechts-Universität zu Kiel* (14 Nennungen) und der *Büchereiverein Schleswig-Holstein* (ebenfalls 14 Nennungen). Einen In-Degree von größer als zehn haben des Weiteren die *Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen Schloss Gottorf* (13 Nennungen), der *Landesverband der Volkshochschulen* (12 Nennungen), das *Literaturhaus Schleswig-Holstein* (12 Nennungen), die *Internationale Bildungsstätte Jugendhof Scheersberg* (12 Nennungen), die *Muthesius Kunsthochschule Kiel* (11 Nennungen) und der *Landesmusikrat Schleswig-Holstein e.V.* (10 Nennungen).

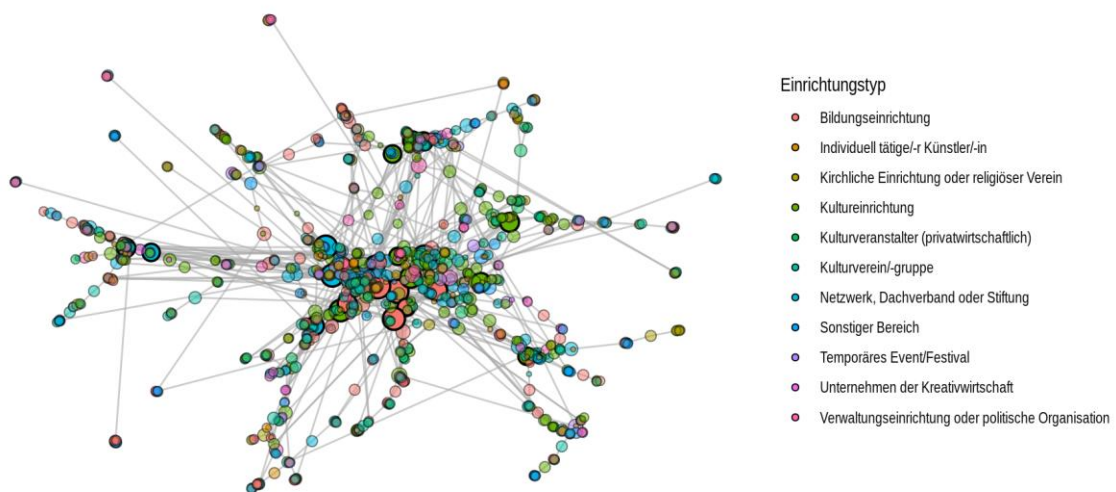


Abbildung 37: Einrichtungen mit dem höchsten In-Degree (meiste eingehende Beziehungen). $N = 1.305$.

¹⁶ Dies ist ein Indikator für eine Machtposition im Netzwerk und für Popularität.

Tabelle 30: Einrichtungen mit dem höchsten In-Degree (meiste eingehende Beziehungen). N = 1.305.

Name	Anzahl eingehender Beziehungen (Nennungen als Partner/-in von anderen)
Nordkolleg Rendsburg	19
Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler Landesverband Schleswig-Holstein	18
Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein	18
Musikhochschule Lübeck	16
Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein	15
Christian-Albrechts-Universität zu Kiel	14
Büchereiverein Schleswig-Holstein	14
Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen Schloss Gottorf	13
Landesverband der Volkshochschulen	12
Literaturhaus Schleswig-Holstein	12
Internationale Bildungsstätte Jugendhof Scheersberg/Kulturknotenpunkt Scheersberg	12
Muthesius Kunsthochschule Kiel	11
Landesmusikrat Schleswig-Holstein e.V.	10
Landeskulturverband Schleswig-Holstein e.V.	9
Theater Kiel	9

Closeness-Centrality

In diesem Analyseschritt wird untersucht, über welchen Radius die am Netzwerk beteiligten Akteurinnen und Akteure verfügen, um andere auf direktem oder indirektem Wege zu erreichen¹⁷. Den höchsten Wert weist – analog zu den vorherigen Auswertungen – das *Nordkolleg Rendsburg* auf. Diese Einrichtung verfügt somit über die beste Erreichbarkeit in der Hauptkomponente des Netzwerks. Ebenfalls vergleichsweise hohe Werte haben das *Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein* und der *Landeskulturverband Schleswig-Holstein e.V.* – knapp dahinter. In dieser Auswertung erscheinen zudem einige Einrichtungen, die in den anderen beiden Auswertungen –

¹⁷ Wenn es beispielsweise um die Vermittlung einer gemeinsamen netzwerkweiten Strategie geht, könnte die Closeness wichtig sein, da sie ein Maß für die relative Nähe zu allen anderen Akteurinnen und Akteuren darstellt.

Degree und In-Degree – nicht ganz oben vertreten sind: Dies trifft zu auf die *Landesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung Schleswig-Holstein e.V.*, die *Schleswig-Holsteinische Landesbibliothek – Zentrum für Digitalisierung und Kultur*, die *Rendsburger Musikschule e.V.* und den *Landesverband der Musikschulen in Schleswig-Holstein e.V.* – neben anderen. Auch sie weisen hohe Closeness-Centrality-Werte auf, was für einen größeren Radius im Netzwerk spricht.

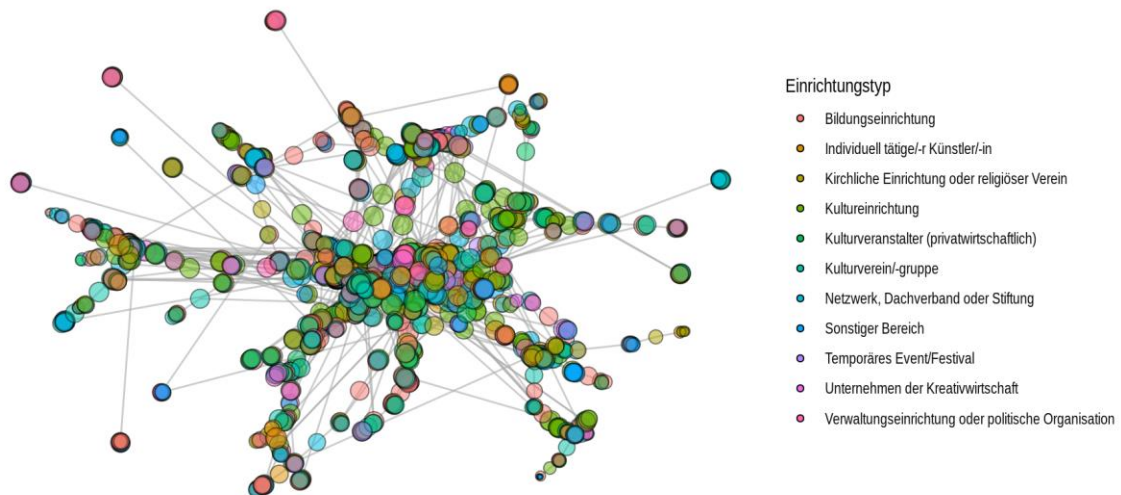


Abbildung 38: Visualisierung der Closeness-Centrality (Erreichbarkeit). $N = 1.305$.

Tabelle 31: Einrichtungen mit der höchsten Closeness-Centrality (Erreichbarkeit). $N = 1.305$.

Name	Wert (Summe aller erreichbaren Knoten geteilt durch die Summe der Pfaddistanzen)
Nordkolleg Rendsburg	0.2496172
Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein	0.2453895
Landeskulturverband Schleswig-Holstein e.V.	0.2428758
Landesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung Schleswig-Holstein e.V.	0.2386967
Büchereiverein Schleswig-Holstein	0.2378694
Musikhochschule Lübeck	0.2367036
Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler Landesverband Schleswig-Holstein	0.2361463
Internationale Bildungsstätte Jugendhof Scheersberg/Kulturknotenpunkt Scheersberg	0.2343638

Muthesius Kunsthochschule Kiel	0.2290935
Landesmusikrat Schleswig-Holstein e.V.	0.2272569
Schleswig-Holsteinische Landesbibliothek - Zentrum für Digitalisierung und Kultur	0.2271777
Christian-Albrechts-Universität zu Kiel	0.2270195
Rendsburger Musikschule e.V.	0.2258791
Landesverband der Musikschulen in Schleswig- Holstein e.V.	0.2257618
Landesverband der Volkshochschulen	0.2254885

Betweenness-Centrality (indirektes Vermittlungspotential)

Die Betweenness vermittelt tendenziell die Bedeutung eines Knoten für den Informationsfluss durch das gesamte Netzwerk. Ein Knoten mit hoher Betweenness hat also relativ gute Chancen dazu: a) relativ früh Netzwerkinformation zu erhalten und b) Zugriff auf relativ viele Informationen aus dem Netzwerk zu bekommen. Dies trifft in der hier untersuchten Hauptkomponente des Schleswig-Holsteinischen Kooperationsnetzwerks insbesondere auf das *Nordkolleg Rendsburg*, den *Büchereiverein Schleswig-Holstein* und das *Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein* zu. Auch der *Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler Landesverband Schleswig-Holstein*, der *Landeskulturverband Schleswig-Holstein* und die *Musikhochschule Lübeck* scheinen über ein vergleichsweise hohes Vermittlungspotential zu verfügen.

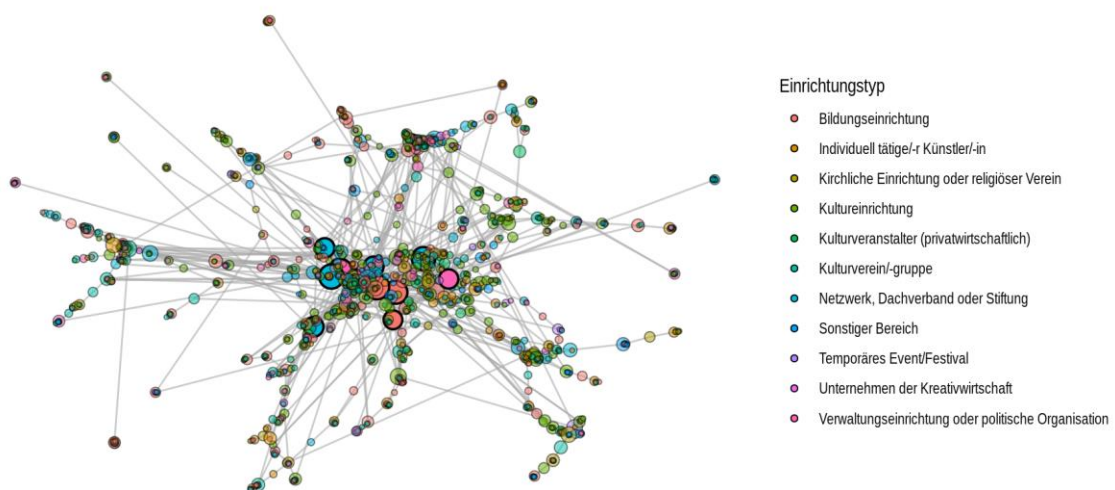


Abbildung 39: Einrichtungen mit der höchsten Betweenness-Centrality (Schnittstellen-Potenzial).
N = 1.305.

Tabelle 32: Einrichtungen mit der höchsten Betweenness-Centrality (Schnittstellen-Potenzial). N = 1.305.

Name	Wert (Kalkulation des Anteils aller kürzesten Pfaddistanzen zwischen Akteurspärchen, die über den untersuchten Netzwerkknoten verlaufen)
Nordkolleg Rendsburg	0.1221934
Büchereiverein Schleswig-Holstein	0.1171553
Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein	0.1165246
Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler Landesverband Schleswig-Holstein	0.1044325
Musikhochschule Lübeck	0.1006087
Landeskulturverband Schleswig-Holstein e.V.	0.0661863
Kulturstiftung Kreis Schleswig-Flensburg	0.0646727
Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein	0.0640151
Internationale Bildungsstätte Jugendhof Scheersberg/Kulturknotenpunkt Scheersberg	0.0633289
Kulturbüro der Stadt Neumünster	0.0618181
Christian-Albrechts-Universität zu Kiel	0.0572939
Landesverband der Volkshochschulen	0.0548402
Kultur- und Bildungszentrum Bad Oldesloe (KuB)	0.0464890
Landesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung Schleswig-Holstein e.V.	0.0460038
Stiftung Jovita, musiculum	0.0458158

Burt's Constraint / Brokerage (Überbrückung struktureller Löcher)

Mit der Berechnung von Burt's Constraint¹⁸ lassen sich mögliche Intermediäre identifizieren, die strukturelle Löcher im Netzwerk überbrücken. Dies bedeutet, dass diese Einrich-

¹⁸ Im Gegensatz zur Betweenness Centrality beschreibt Burt's Constraint eher das Ausmaß der Abhängigkeit eines Knoten von seiner eigenen Umgebung. Diese Abhängigkeit kann durch mehrere Faktoren bestimmt sein: einerseits dadurch, zu wie vielen anderen Akteuren überhaupt Kontakt besteht und andererseits, wie redundant diese Beziehungen sind. Ist eine Triade (Dreieckskonstellation) beispielsweise geschlossen, dann ist die Abhängigkeit höher, als wenn sie mit Ego im Zentrum geöffnet wäre. Diese geöffnete Triade mit Ego im Zentrum ist das, was man klassisch als strukturelles Loch kennt. Sie stellt sozusagen das Vermittlungspotential des Knoten dar. Bei Burt's Constraint sind Knoten mit niedrigen Werten tendenziell unabhängiger und eher in der Lage Vorteile aus ihrer Position zu ziehen, unter anderem weil sie sehr viele strukturelle Löcher überbrücken.

tungen an Schnittstellen positioniert sind, die Verbindungen zu ansonsten unverbundenen Teilnetzwerken herstellen¹⁹. Eine solche Brückenfunktion hat vor allem der *Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler Landesverband Schleswig-Holstein*. Auch der *Büchereiverein Schleswig-Holstein* und das *Nordkolleg Rendsburg* überbrücken offensichtlich eine Vielzahl struktureller Lücken und verfügen somit über ein vergleichsweise hohes Maß an struktureller Autonomie. Weiterhin relativ weit oben im Ranking vertreten sind das *Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein*, der *Landeskulturverband Schleswig-Holstein e.V.*, das *Kulturbüro der Stadt Neumünster* und das *Kultur- und Bildungszentrum Bad Oldesloe (KuB)*. Danach folgen mit der *Christian-Albrechts-Universität zu Kiel* und der *Musikhochschule Lübeck* zwei Bildungseinrichtungen, die vielseitig vernetzt zu sein scheinen. Auch zwei Stiftungen – die *Stiftungen der Sparkasse Holstein* und die *Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen Schloss Gottorf* – sind in dieser Auswertung vertreten. Darüber hinaus können die *Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein* wie auch die *Internationale Bildungsstätte Jugendhof Scheersberg/Kulturknotenpunkt Scheersberg* erneut als gut vernetzte Einrichtungen identifiziert werden. Neu in Erscheinung treten in dieser Auswertung der *Schleswig-Holsteinische Heimatbund e.V.* und *KulturLücke e.V.*, die ebenfalls vergleichsweise viele Brücken zu unterschiedlichen Teilnetzwerken zu schlagen scheinen.

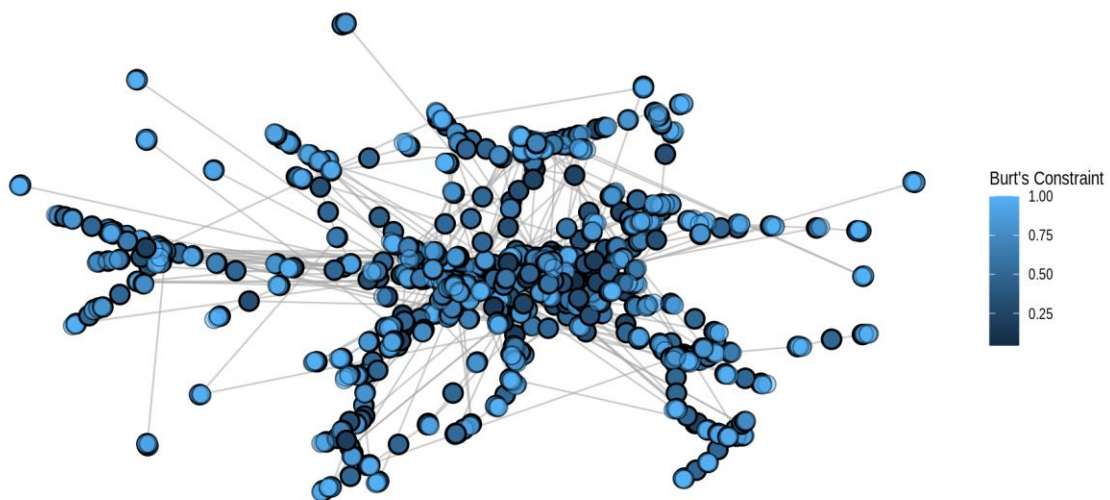


Abbildung 40: Einrichtungen mit Brückenfunktion (Burt's constraint). $N = 1.305$.

¹⁹ Diese sogenannten Broker des Netzwerks könnten in Zukunft eine wichtige Rolle bei Überlegungen zu Verantwortungsübernahmen, also der Ermächtigung zu sogenannten *Kümmern/-innen*, innerhalb der regionalen Kulturentwicklung spielen. Mit Blick auf die Einrichtungen im Ranking fällt allerdings auf, dass viele diese Rolle – beziehungsweise Funktion – bereits innehaben. Im Sinne einer Evaluation der Netzwerkarbeit dieser Einrichtungen lässt sich demnach feststellen, dass sie ihrer Schnittstellenfunktion – hier zumindest in einem sozialstrukturalistischen Sinne – nachkommen.

Tabelle 33: Einrichtungen mit Brückenfunktion (Burt's constraint). N = 1.305.

Name	Wert (je geringer der Wert, desto höher die strukturelle Autonomie des Knoten)
Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler Landesverband Schleswig-Holstein	0.0444209
Büchereiverein Schleswig-Holstein	0.0476190
Nordkolleg Rendsburg	0.0507773
Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein	0.0661008
Landeskulturverband Schleswig-Holstein e.V.	0.0711721
Kulturbüro der Stadt Neumünster	0.0738221
Kultur- und Bildungszentrum Bad Oldesloe (KuB)	0.0739457
Christian-Albrechts-Universität zu Kiel	0.0748702
Musikhochschule Lübeck	0.0755940
Stiftungen der Sparkasse Holstein	0.0768733
Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen Schloss Gottorf	0.0770714
Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein	0.0771990
Internationale Bildungsstätte Jugendhof Scheersberg/Kulturknotenpunkt Scheersberg	0.0788092
Schleswig-Holsteinischer Heimatbund e.V.	0.0789449
KulturLücke e.V.	0.0833333

Vernetzung nach Einrichtungstyp (aggregiert)

In einem weiteren Auswertungsschritt wurden die Befragten desselben Einrichtungstyps zu einem übergeordneten Knoten zusammengefasst und auch die Kooperationsbeziehungen übereinandergelegt. Auf diese Weise konnte das Netzwerk auf aggregierter Ebene dargestellt werden. Es zeigt sich, dass grundsätzlich nahezu alle Einrichtungstypen miteinander in Beziehung stehen, allerdings in unterschiedlicher Intensität. Vergleichsweise schwächer vernetzt und in der Peripherie des Netzwerks angeordnet sind Unternehmen der Kreativwirtschaft, temporäre Events und Festivals, kirchliche Einrichtungen und religiöse Vereine sowie (privatwirtschaftliche) Kulturveranstalter/-innen. Die übrigen Knoten sind dichter miteinander verbunden. Kultureinrichtungen stehen im Zentrum des Netzwerks.

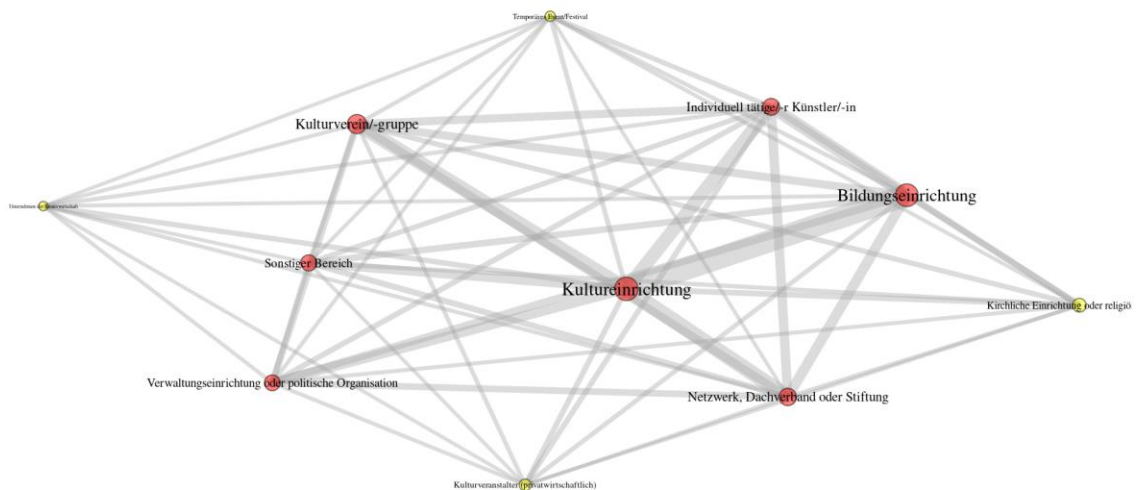


Abbildung 41: Vernetzung nach Einrichtungstyp (aggregiert).

4.3 Geo-Mapping

In den nächsten Abbildungen wird ein Schwerpunkt auf die Verknüpfung von Netzwerk- und Geo-Daten gesetzt. Die erste Abbildung zeigt erst einmal auf einer sogenannten *Hitze*karte die Dichte der Kulturakteurinnen und -akteure (alle Teilnehmenden der Studie – ob mit Kooperationen oder ohne – sowie alle genannten Partnerinnen und Partner mit Standort in Schleswig-Holstein). Hierbei offenbart sich, dass es gewisse Ballungsräume und / oder Aktivitätszentren zu geben scheint (die rosa und pink markierten Bereiche). Diese Räume befinden sich tendenziell in und um die Landeshauptstadt Kiel herum, um die Städte Flensburg, Schleswig und Rendsburg herum sowie im Süden in den Gebieten um Lübeck, Stormarn und Pinneberg. Eine vergleichsweise schwächere Dichte weist die Westküste des Bundeslandes auf (Kreis Nordfriesland und Kreis Dithmarschen). Auch ganz im Osten (einem Teil des Kreises Ostholstein) und in Teilen des Südens (einem Bereich des Herzogtums Lauenburg) ist zu erkennen, dass weniger kulturelle Infrastruktur vorhanden zu sein scheint – zumindest in Bezug auf die erhobenen Daten.

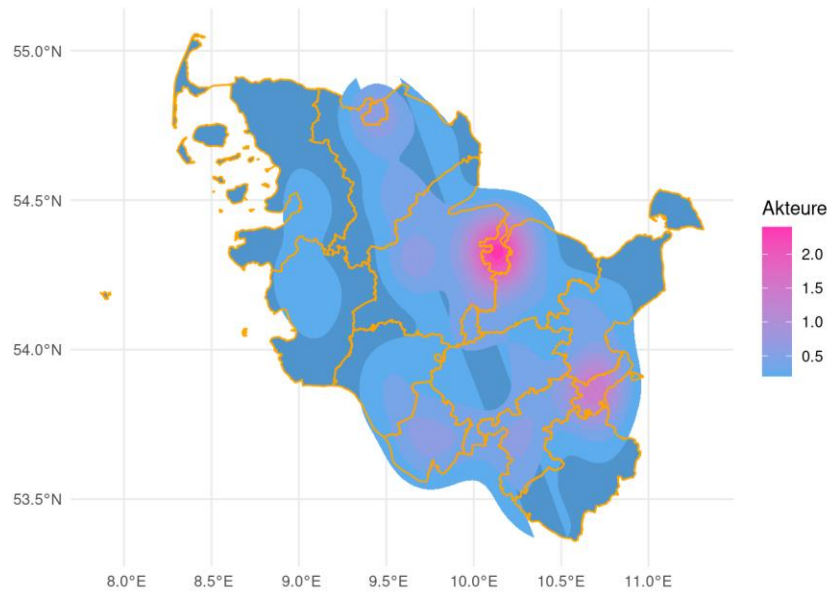


Abbildung 42: Heatmap (Dichte).

Vernetzung der Landkreise und kreisfreien Städte

Interessant in diesem Zusammenhang ist auch die nächste Abbildung. Hier ist auf aggregierte Ebene dargestellt, wie die Landkreise und kreisfreien Städte über ihre Kulturakteurinnen und -akteure miteinander vernetzt sind. Landkreise derselben Farbe sind untereinander besonders stark vernetzt. Demnach zeigt sich, dass geografische Nähe und Vernetzung in einem Zusammenhang stehen und es kristallisieren sich vier verschiedene Cluster heraus: ein Cluster im Norden Schleswig-Holsteins in türkiser Farbe (bestehend aus dem Kreis Nordfriesland, der Stadt Flensburg und dem Kreis Schleswig-Flensburg), ein Cluster mittig des Bundeslandes in grüner Farbe (bestehend aus der Landeshauptstadt Kiel, dem Kreis Rendsburg-Eckernförde, dem Kreis Plön und der Stadt Neumünster), ein Cluster im Südosten des Landes in roter Farbe (bestehend aus den Kreisen Ostholstein, Segeberg, Stormarn, dem Herzogtum Lauenburg und der Hansestadt Lübeck) sowie ein Cluster im Südwesten Schleswig-Holsteins in lila Farbe (bestehend aus den Kreisen Dithmarschen, Steinburg und Pinneberg). Der zuletzt genannte Cluster steht auch in engem Austausch mit Kulturakteurinnen und -akteuren des Bundeslandes Hamburg, was in dieser Abbildung jedoch nicht dargestellt ist, da sich diese auf Schleswig-Holstein beschränkt.

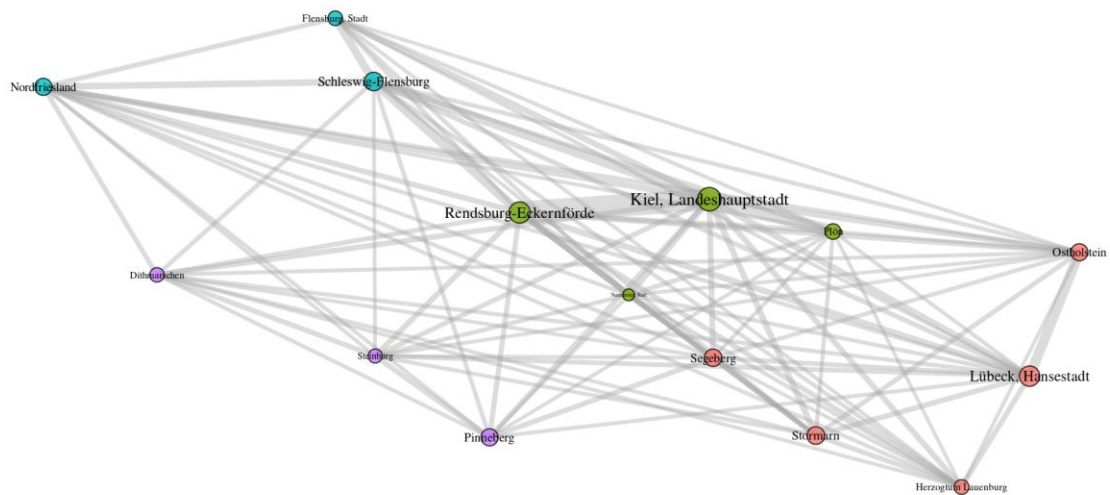


Abbildung 43: Vernetzung der kreisfreien Städte und Landkreise (aggregiert und mit farblicher Hervorhebung von Communities).

Legt man die aggregierte Netzwerkstruktur der Kreise und kreisfreien Städte auf eine Karte des Bundeslandes, so wird noch einmal deutlich, dass die verschiedenen Gebiete Schleswig-Holsteins über ihre Kulturakteurinnen und -akteure recht umfangreich miteinander vernetzt sind. Die zusammengefassten Netzwerkbeziehungen sind jedoch unterschiedlich stark ausgeprägt: Die fett gelb markierten Beziehungen symbolisieren eine Vielzahl von Kooperationsbeziehungen zwischen zwei Landkreisen, während sie schwächer gelb eingefärbten Verbindungslinien zeigen, dass zwischen den Kulturakteurinnen und -akteuren zweier Landkreise weniger Kooperationen existieren.

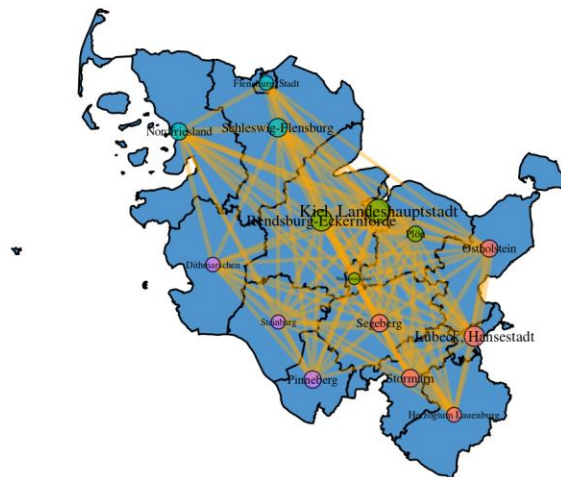


Abbildung 44: Vernetzung der kreisfreien Städte und Landkreise²⁰.

In der nächsten Abbildung sind die vier verschiedenen Cluster mit den Landkreisen, die über die in ihrem Gebiet ansässigen Kulturakteurinnen und -akteure besonders stark miteinander vernetzt sind, noch einmal farblich hervorgehoben. Diese vier Gebiete könnte man gewissermaßen als vier durch gewisse Netzwerkgrenzen voneinander unterscheidbare Kulturregionen betrachten.

²⁰ In dieser Abbildung steht ein eingezeichneter Knoten jeweils stellvertretend für einen Landkreis oder eine kreisfreie Stadt. Der Knoten ist jeweils mittig in einem Landkreis angeordnet. Er fasst jeweils alle Akteurinnen und Akteure sowie deren Kooperationsbeziehungen zusammen, die mittels der Online-Befragung erhoben wurden und im entsprechenden Landkreis ihren Standort haben. Kultureinrichtungen und Künstlerinnen und Künstler, die beispielsweise auf den Inseln Sylt, Föhr oder Amrum verortet sind, werden alle in dem Knoten Nordfriesland zusammengefasst.

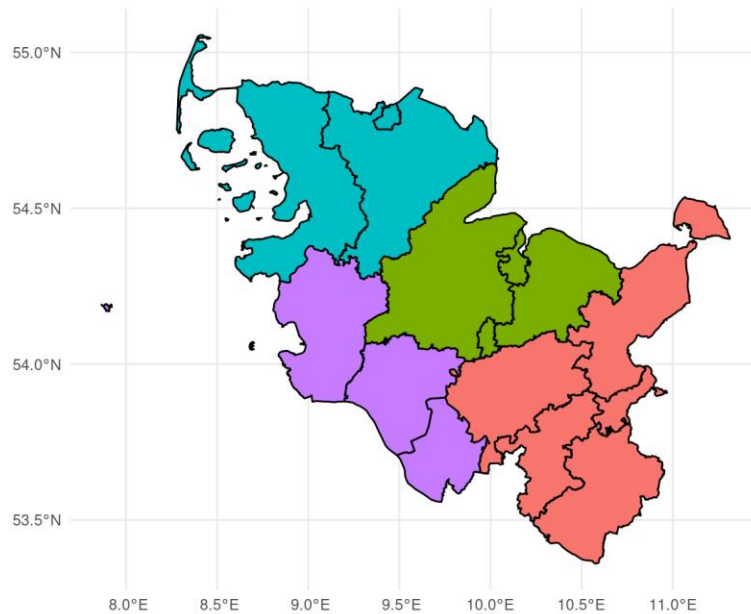


Abbildung 45: Netzwerkgruppierungen der Kreise auf einer Karte.

Vernetzung der Gemeinden

In einer weiteren Darstellung ist die Vernetzung auf Ebene der Gemeinden abgebildet. Hier wird noch einmal deutlich, dass die Gemeinden bereits sehr zahlreich über künstlerische und kulturelle Kontexte miteinander verbunden sind. Auch hier zeichnen sich verschiedene Cluster ab, deren Mitgliedsgemeinden farblich voneinander unterschieden werden. Allgemein lässt sich aus der Visualisierung ablesen, dass Städte wie Kiel, Lübeck, Rendsburg, Schleswig, Neumünster, Bad Segeberg und andere als Anziehungspunkte fungieren, um deren Radius herum sich dichte Netzwerke gruppieren. In Teilen des Netzwerks, die über weniger größere Städte verfügen, scheint auch die Vernetzung schwächer ausgeprägt zu sein.

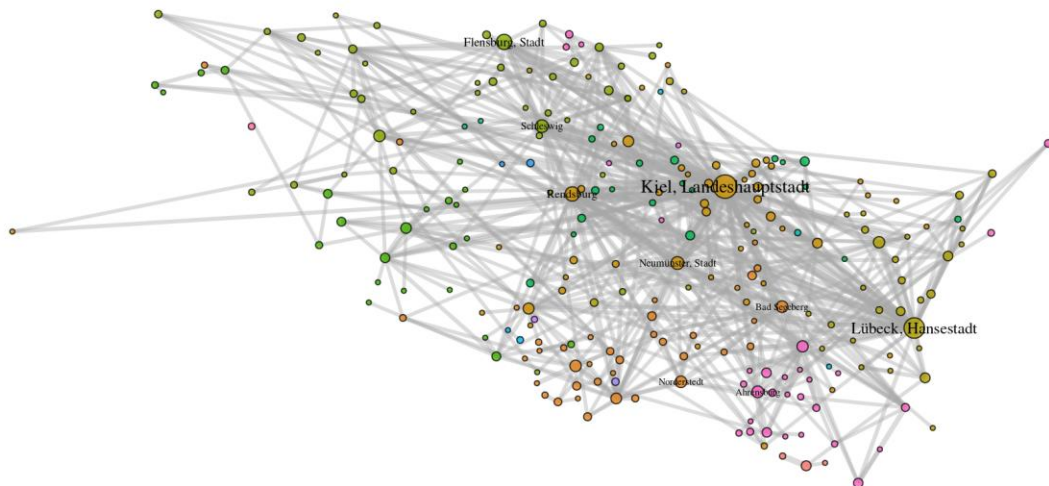


Abbildung 46: Vernetzung der Gemeinden (aggregiert und mit farblicher Hervorhebung von Communities).

Auf der Karte Schleswig-Holsteins wird noch einmal deutlich, dass es bereits zahlreiche Verästelungen zwischen den Gemeinden gibt (insbesondere, wenn man bedenkt, dass in dieser Studie lediglich nach den *bis zu zehn wichtigsten* Kooperationspartnerinnen und -partnern gefragt wurde). Einmal mehr zeigt sich, dass insbesondere im Zentrum des Bundeslandes eine sehr starke Vernetzung auszumachen ist. An den Rändern des Landes ist die Vernetzung hingegen in Teilen deutlich schwächer ausgeprägt. Dies trifft allerdings nicht auf das ganz im Süden liegende Gebiet zu, welches stark mit dem Stadtstaat Hamburg vernetzt ist. In dieser Darstellung ist darüber hinaus zu erkennen, dass die Inseln mit dem Festland vernetzt sind.

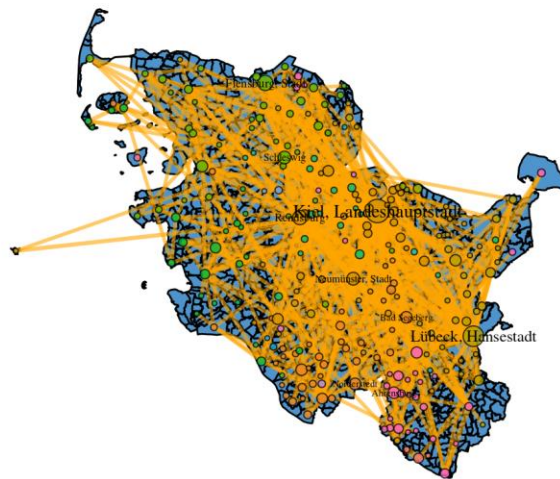


Abbildung 47: Vernetzung der Gemeinden.

Auch für die Vernetzung der Gemeinden konnte eine weitere Visualisierung generiert werden, in welcher unterschiedliche Gruppen von Gemeinden durch verschiedene Farben hervorgehoben werden. Auch hier gilt: Gemeinden derselben Farbe sind über ihre Kulturakteurinnen und -akteure stärker miteinander vernetzt als mit Gemeinden, die anders eingefärbt sind. Auf diese Weise werden abermals verschiedene Cluster sichtbar, die sich auf unterschiedliche Gebiete des Bundeslandes verteilen.

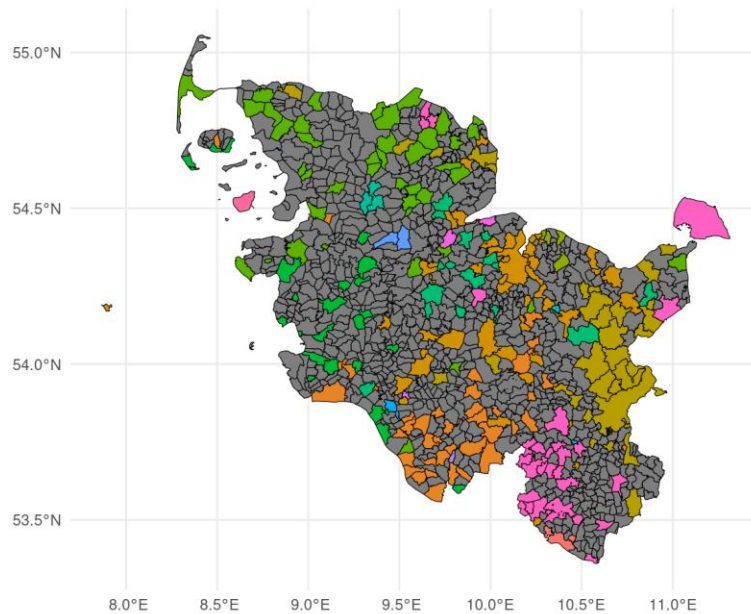


Abbildung 48: Netzwerkgruppierungen der Gemeinden auf einer Karte.

4.4 Perspektiven der Netzwerkarbeit

Die Befragung wurde auch dafür genutzt, schon in die Zukunft blickend die Perspektiven der Netzwerkarbeit schleswig-holsteinischer Kulturakteurinnen und -akteure in den Blick zu nehmen. Zu diesem Zwecke wurden den Befragten im Online-Fragebogen mehrere Fragen gestellt. Bei den ersten beiden Fragen konnten unmittelbar Namen von Einrichtungen eingetragen werden. Bei den anderen Fragen handelte es sich um offene Fragen, die per Freifeldtext beantwortet werden konnten. Letztere wurden qualitativ ausgewertet (hier: kodiert).

4.4.1 Zusammenarbeiten mit bestehenden Netzwerken

Im Hinblick auf die schon vorhandenen Netzwerkstrukturen und das Eruiieren, welche vermittelnden Instanzen bereits häufig frequentiert werden, wurde den Befragten die folgende Frage gestellt: *Gibt es informelle oder institutionalisierte Netzwerke in Schleswig-Holstein und darüber hinaus, in denen Sie aktives Mitglied sind oder die Sie im Rahmen Ihrer Arbeit nutzen?* Die Befragten konnten hier maximal fünf Netzwerke nennen. Am häufigsten wurde der *Landeskulturverband Schleswig-Holstein e.V.* genannt (mehr als 25 Nennungen). Weiterhin vergleichsweise häufiger nannten die Befragten den *Landesverband der Volkshochschulen* und den *Landesmusikrat Schleswig-Holstein e.V.* und mit etwas Abstand auch die *Kulturknotenpunkte*.

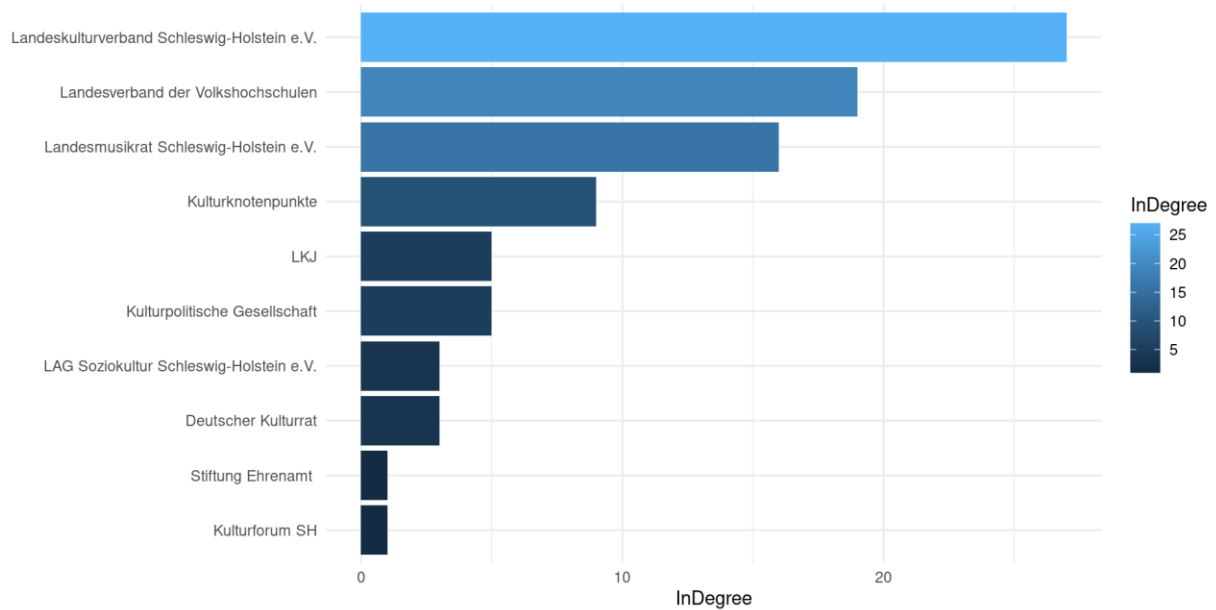


Abbildung 49: Top 10 Kulturenetzwerke und Verbände

4.4.2 Wunschartner/-innen für die Zukunft

Neben der Eingabe bereits existierender Partnerschaften wurden die Befragten ebenfalls darum gebeten, Einrichtungen, Projekte oder Personen zu nennen, mit denen sie gerne zukünftig zusammenarbeiten möchten oder mit denen sie gerne den Austausch intensivieren würden. Die Befragten konnten hier maximal fünf Einrichtungen, Projekte oder Personen nennen. Am häufigsten wurde die *Schleswig-Holsteinische Landesbibliothek – Zentrum für Digitalisierung und Kultur* genannt (sieben Nennungen), gefolgt vom *Landeskulturverband Schleswig-Holstein e.V.* (sechs Nennungen), dem *Landesmusikrat Schleswig-Holstein e.V.* (vier Nennungen) und den *Kulturknotenpunkten* (ebenfalls vier Nennungen). In Relation zu den insgesamt 753 Befragten, die an der Studie teilgenommen haben, ist die Anzahl an Nennungen von Wunschartner/-innen für die Zukunft insgesamt als eher niedrig einzustufen. Es scheint keine spezifische Einrichtung, kein spezifisches Projekt und keine spezifische Person zu geben, mit der ein Großteil der Befragten ausdrücklich in Zukunft zusammenarbeiten möchte.

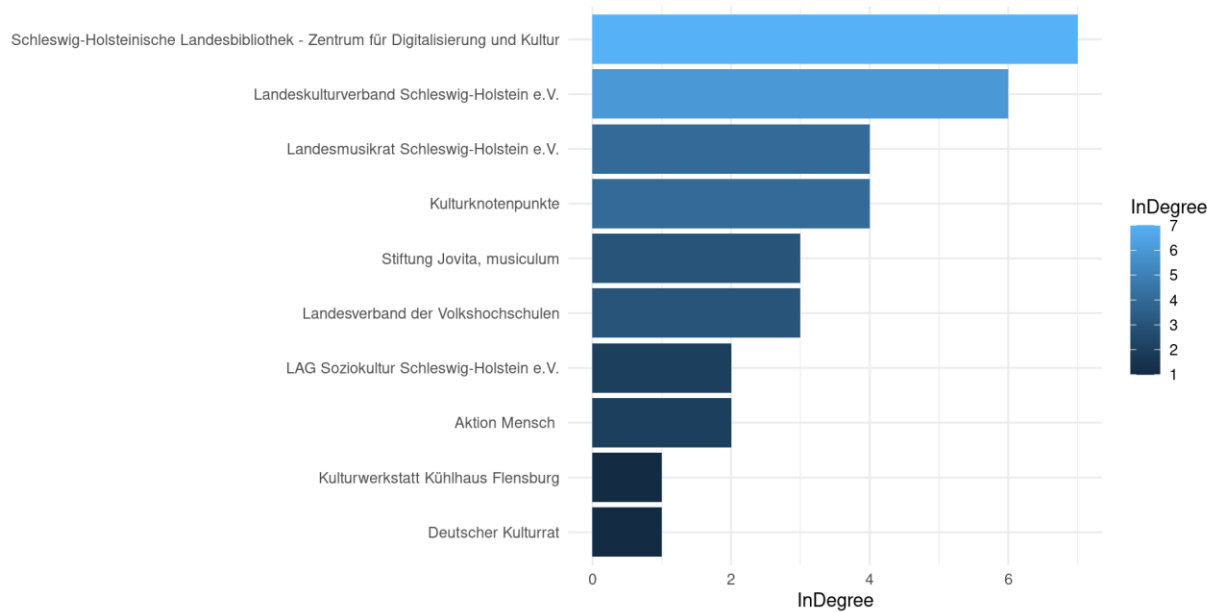


Abbildung 50: Von den Befragten genannte Wunschpartner/-innen für die Zukunft.

4.4.3 Themen für zukünftige Kooperation

An welchen Themen würden Sie gerne zukünftig mit Kooperationspartner/-innen arbeiten?

Die erste offene Frage zur Kooperation wurde von insgesamt 542 Personen beantwortet. Die Länge der Antworten variiert stark – teilweise sind jedoch sehr ausführliche Schilderungen mit mehr als 100 Wörtern vorhanden. Oftmals wird die Frage in Form einer Beschreibung des Tätigkeitsfelds der eigenen Institution beantwortet: Der Wunsch in ähnlichen Themenfeldern zu kooperieren ist ein naheliegendes Ergebnis. So ergibt sich im Überblick ein breites inhaltliches Spektrum. Darüber hinaus werden einige Veranstaltungsformate sowie der Austausch und die gemeinsame Stärkung der kulturellen Szene in Schleswig-Holstein genannt. Ebenfalls werden Faktoren erwähnt, in denen der Bedarf nach Unterstützung besteht.

Tabelle 34: Schwerpunktthemen der Kooperation. N=542.

Antwort Schwerpunkte	Code Beispiele
Inhaltliche Kooperation 1. Themengebiete 2. Bildung 3. Soziale Ausrichtung	...Kunst, Literatur, Musik ...für nachhaltige Entwicklung, Geschichte, Kunst ...Integration, Barrierefreiheit, Diversität
strukturelle Kooperation 4. (Veranstaltungs-) Formate 5. Raum 6. Netzwerk 7. Digitalisierung und Management 8. Sichtbarkeit	...Konzerte, Ausstellungen, Lesungen, Forschung ...öffentlichen, städtischer Raum, dritte Orte ...Equipmentsharing, Austausch national / international ...Finanzierung, Innovation ...kulturelles Interesse wecken, Wahrnehmung der Politik

Die (1) Themenfelder zur Kooperation lassen sich der klassischen Hochkultur zuordnen und differenzieren sich dann immer feiner in Spezialgebiete aus. (Vgl. Abbildung 51)

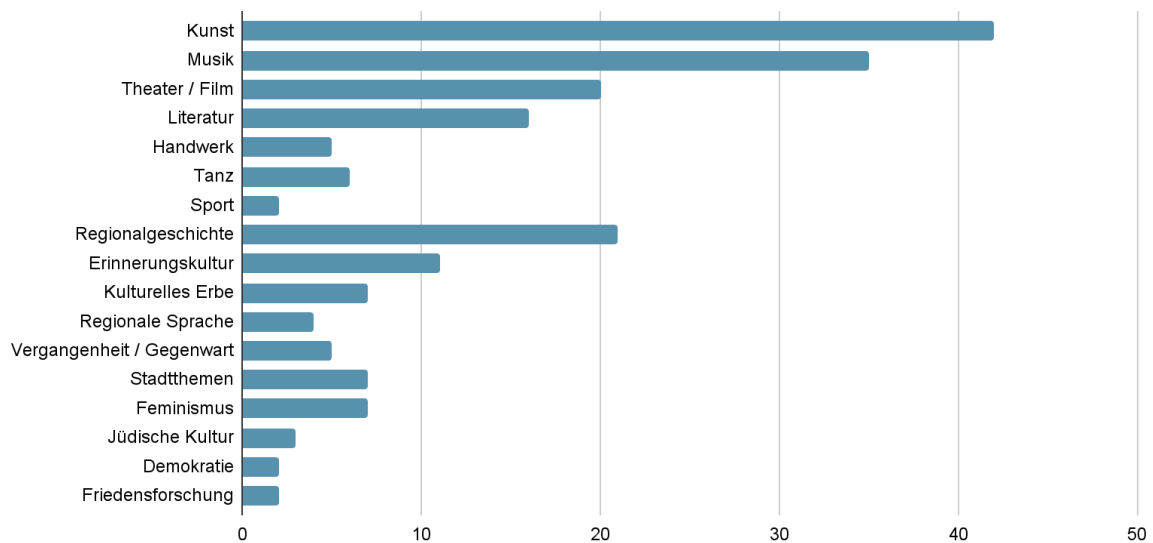


Abbildung 51: Inhaltliche Themenfelder. N=542.

B142: »Kombinierte Events in den zwei Skulpturengärten mit Musikern, Filmemachern und internationalen Künstler/innen.« (Codes: Kunst, Musik, Interdisziplinarität, Netzwerk international)

Die größeren Themengebiete wie Kunst sind in sich ebenfalls heterogen: z.B. Videokunst, Kunst im öffentlichen Raum, digitale Kunst, Malerei, Buchkunst. Einige Themenfelder befinden sich an Schnittstellen und sind übergreifend zu denken. Die Verbindung von verschiedenen Disziplinen und das Nutzen von Synergieeffekten wird mehrfach erwähnt (32).



Ein starker Regionalbezug ist ebenfalls abzulesen. Mit regionalen Sprachen ist die Förderung von Niederdeutsch oder Minderheitensprachen gemeint. Regionalgeschichte bedeutet vor allem die Geschichte von einzelnen Orten und Regionen, z. B. »Kieler Industriegeschichte von der Kaiserzeit bis heute« (B102), »Europäische Straße der Friesen« (B200). In der historischen Aufarbeitung geht es unter anderem darum einen Bezug zur Gegenwart herzustellen.

B107: »Stadthemen: Stadt-Land-Fluss früher heute (Stadtentwicklung: innovative Projekte aus der Geschichte entwickeln), Veränderung des Alltagslebens durch Migration, verschwundene Dinge durch Smartphone (auch künstlerische Projekte in der Stadt); Ausstellungsformate Geschichte und Gegenwartskunst kombiniert.« (Code: Regionalgeschichte, Stadthemen, Vergangenheit - Gegenwart)

Das Beispiel B107 zeigt deutlich, dass die Themengebiete aufgrund ihrer Multidimensionalität unterschiedlichen Codes zuzuordnen sind.



Die (2) Bildung beziehungsweise Vermittlung zum jeweiligen thematischen Fokus steht bei einigen Institutionen im Vordergrund. (Vgl. Abbildung 52)

Bildung

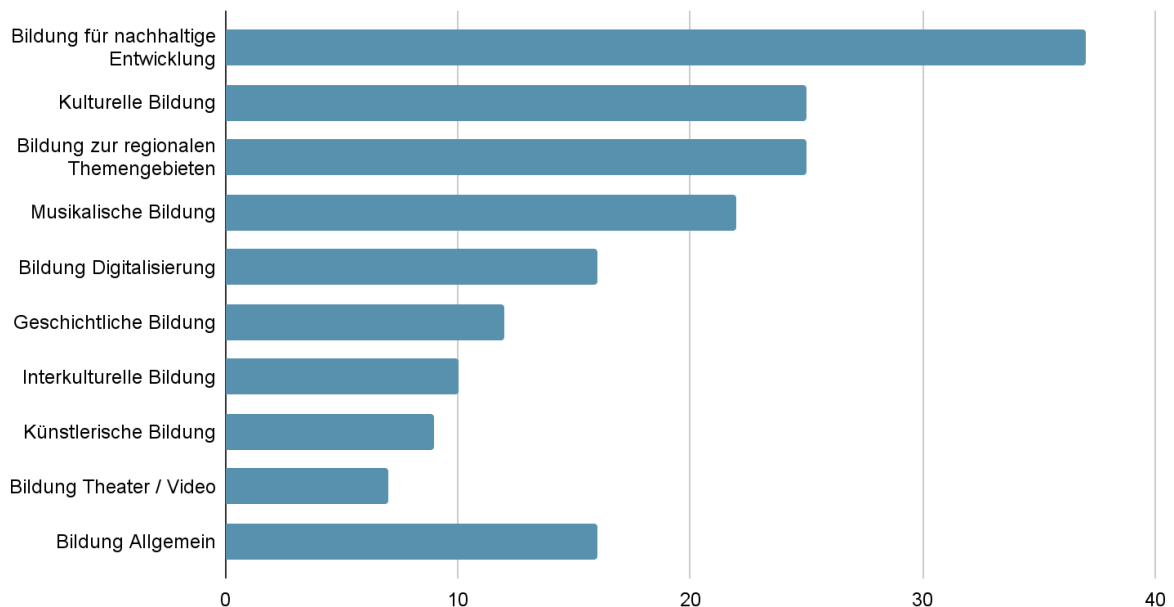


Abbildung 52: Bildung. N=542.

Bildung für nachhaltige Entwicklung und Ansätze zur Vermittlung von Nachhaltigkeitsthemen finden sich als Themen vermehrt wieder. Mithilfe von Kunst und Kultur soll eine Aufklärung dahingehend stattfinden. Kreative Ansätze zeugen vom künstlerischen Zugang zu dem Thema und dem immanenten Potential.

B397: »Ästhetik – Gebäude erneuerbarer Energien; Lichtinstallationen machen Windkraftanlagen, ihre Dimension und ihre geografische Lage sichtbar - zunächst durch ein künstlerisches Projekt.« (Code: Bildung für nachhaltige Entwicklung)

B401: »Gemeinsame Umsetzung synergetischer Themen, in meinem Fall Recycling. Aktionen, Aufklärung, Öffentlichkeitsarbeit durch Ausstellungen in den entsprechenden Institutionen/ Konferenzen, Kursangebote für Mitarbeiter, Austausch und Aufklärung im Hinblick auf Umweltschutz und Vermeidung von Abfallprodukten. Thematische Verbindung von Recycling und Kunst.« (Code: Bildung für nachhaltige Entwicklung)



Die Themen variieren auch je nach Standort der Akteurinnen oder des Akteurs. So benennt eine Institution, die in der Nähe des Meers liegt, die Problematiken der Fischerei und des Deichbaus. (Vgl. B728)

Die Bildung und Vermittlung zu regionalen Themengebieten passieren auf vielseitigen Ebenen – ebenfalls abhängig von der Zielgruppe (Erwachsene, Kinder, breites Publikum).

B229: »Forschung und Publikation zur vergessenen und von mir wiederentdeckten Künstlerkolonie der Impressionisten im Fischerdorf Gothmund / Lübeck.« (Code: Bildung zu regionalen Themengebieten)

B451: »Vermittlung von Schleswig-Holsteinischer und Kieler Geschichte in Comicform, auch als Bereicherung des digitalen Geschichtsunterrichtes geeignet.« (Code: Bildung zu regionalen Themengebieten)



Die Ambition, den Zugang zur Kultur für ein breites Publikum zu ebnen, zeigt sich in den (3) sozialen Ausrichtungen der Institutionen. (Vgl. Abbildung 53) Minderheiten sollten nicht ausgeschlossen, eine breite Zielgruppe soll angesprochen und Schwellenängste abgebaut werden. Entsprechende Bestrebungen werden in den Antworten zumeist listenartig mitgeteilt: »Diversität, Barrierefreiheit, Digitalisierung, Nachhaltigkeit« (B560).

Soziale Ausrichtung

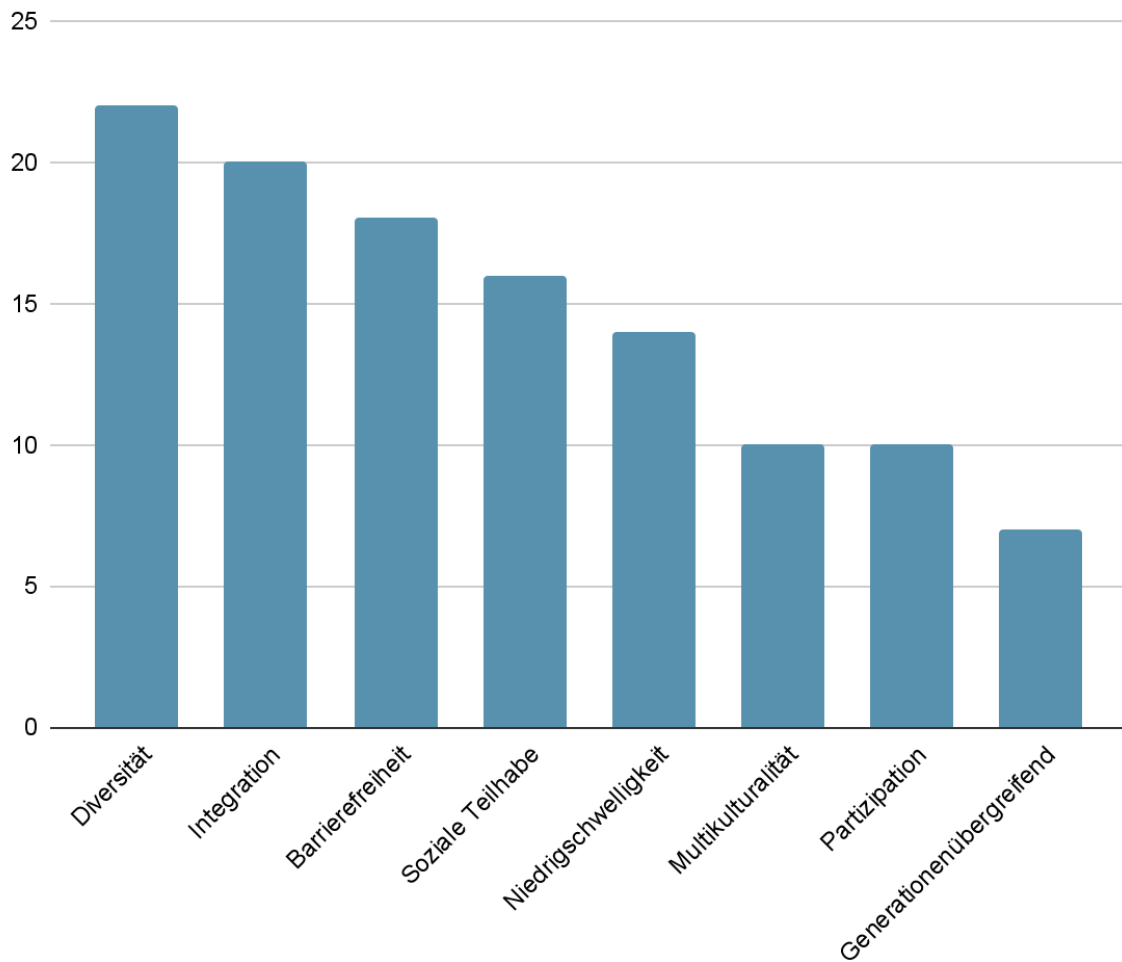


Abbildung 53: Soziale Ausrichtung der Institution. N=542.

Nach der Skizzierung der inhaltlichen Schwerpunkte werden nun die Kooperationsansätze auf struktureller Ebene dargelegt. In unterschiedlichen (4) *Formaten* möchten die Kulturschaffenden aus Schleswig-Holstein zusammenarbeiten:

- Veranstaltungen (allgemein) (49)
- Ausstellungen (45)
- Konzerte / Musikveranstaltungen (30)
- Projekte (20)
- Forschung (17)
- Festival (7)
- Lesung (7)

Der Bedarf nach gemeinsamen Konzepten und die Möglichkeit der Beteiligung an Veranstaltungen ist nachdrücklich vorhanden. Zudem werden vereinzelt etablierte Formate genannt, die weiterhin gefördert werden sollen, wie z. B. »Festival der Erzählkunst zu Lübeck ›Der Norden erzählt‹ Festival der Erzählkunst in Ostholstein ›Der Norden erzählt‹« (B466)

Der Ort, wo Kultur und kulturelle Veranstaltungen stattfinden sollen, wird ebenfalls thematisiert. (Vgl. Tabelle 35)

Tabelle 35: Nutzung von Räumen. N=542.

(5) Raum	Erläuterung
Nutzung von potenziellen Räumen (18) Ländlicher Raum (10) Schaffung von Dritten Orten (8) Öffentlicher Raum (7) Religiöse Orte (7) Ungewöhnliche Orte (6)	Nutzung von Leerstand, Entwicklung von Veranstaltungsorten dörfliche, ländliche Orte stärken, kulturell beleben z. B. in Form von Bibliotheken Kulturelle Projekte im öffentlichen Raum zeigen Kirche als kultureller Ort, Veranstaltungsfläche überraschende, unerwartete Räume nutzen

B119: »Aufbau/Ausbau von kulturfördernden Strukturen – in HL und darüber hinaus. Vernetzung SH- und bundesweit. Kompetenzaustausch und -bündelung -fachlicher Austausch.« (Code: Netzwerk)

Der Bedarf nach Austausch und (6) Netzwerksynergien wird 52-mal genannt – ebenfalls auf internationaler Ebene (16). Digitalisierung hat das Potenzial dies zu unterstützen. So werden neben analogen auch digitale Austauschplattformen (5) gewünscht. Das Teilen von Equipment (3), wie Veranstaltungstechnik, könnte ein Effekt von Vernetzung sein.



(7) Management & Digitalisierung: Die Synchronisierung von analog und digital (36) sowie hybride Formate sind vielseitig erwähnt: »Hybride Events« (B56), »Onlinestreaming« (B268), »Vermittlung analoger Arbeitsweisen auf digitaler Ebene« (B458). Die Bedeutung der voranschreitenden Digitalisierung zeigt sich auch darin, dass 29 der Befragten dies im Kontext Kooperation angeben.

B58: »Ein neues Außendarstellungskonzept für klassische Musik: - Befreiung der klassischen Musik aus dem konservativen Konzertsaal.« (Code: Innovation)

Betriebswirtschaftliche oder strategische Planung (16) ist aus Sicht der Befragten ebenfalls von Nöten: sowohl im Marketing, Vertrieb sowie Angebotsentwicklung und Buchhaltung.



Die Herausforderung in der Finanzierung (19) von Veranstaltungen oder grundsätzlich der Institution ist auch in diesen Fragenkomplex spürbar. Innovation (28) meint die Entwicklung hin zu einer zeitgemäßen Kulturlandschaft: So ist zumeist die Rede von neuen Formaten beispielsweise in der Vermittlung.

(8) *Sichtbarkeit* (10) auf zwei Ebenen wird erwähnt: Auf der einen Seite sind Werbezwecke und Öffentlichkeitsarbeit (17) gemeint. Insgesamt soll kulturelles Interesse geweckt (24) und die Entwicklung eines breit gefächerten Angebots für die Region (23) kooperativ gestaltet werden. Auf der anderen Seite soll die Wahrnehmung von Kultur in Politik und Gesellschaft im Allgemeinen (18) gestärkt werden.

B33: »Wie kann man enger zusammenarbeiten und sich gegenseitig eine Plattform bieten, um die gegenseitige Wahrnehmung in der Öffentlichkeit zu stärken?« (Code: Wahrnehmung Politik/Gesellschaft)

B48: »Verstärkung der öffentlichen Wahrnehmung von Kultur, auch in Bezug auf Politik und Verwaltung.« (Code: Wahrnehmung Politik/Gesellschaft)



4.4.4 Ressourcen für zukünftige Kooperation

Haben Sie Anregungen, was Sie – abgesehen von finanzieller Unterstützung – zukünftig verstärkt für die Durchführung von Kooperationsprojekten benötigen?

Die zweite offene Frage zur Kooperations- und Netzwerkarbeit in der kulturellen Szene Schleswig-Holsteins wurde von insgesamt 495 Personen beantwortet. Befragte Personen hatten an dieser Stelle die Möglichkeit Wünsche zu äußern, was ihnen bei der Durchführung von Kooperationsprojekten helfen würde. Die Antworten variieren stark in ihrer Länge von wenigen Worten bis zu Schilderungen mit mehr als 150 Wörtern.

Befragte Personen geben an, für die Durchführung von Kooperationsprojekten verstärkt Folgendes zu benötigen:

Tabelle 36: Durchführung von Kooperationsprojekten

1. Netzwerk

2. Austauschplattform
3. Marketing
4. Beratung und Schulungen
5. Raum und Ausstattung
6. Personal
7. Zeit
8. Weniger Bürokratie
9. Offenheit und Transparenz
10. Wertschätzung
11. Politische Unterstützung

Der erste Schwerpunkt – Netzwerk – wird, mit Abstand am häufigsten, von insgesamt 72 Befragten genannt. Der generelle Wunsch sich verstärkt mit anderen Akteurinnen und Akteuren auszutauschen und das Netzwerk auszubauen, scheint zentral für die Durchführung von Kooperationsprojekten. Für das Netzwerken mit verschiedenen Institutionen wird der Wunsch nach einer Liste aller Kulturschaffenden (22) und konkreten Ansprechpersonen (14) geäußert. Dies würde für eine »unkomplizierte und direkte Kontaktmöglichkeit« (B254) sorgen. Eine weitere Idee ist, über ein Netzwerk Ressourcen gemeinsam zu nutzen (7). Es sollen sowohl online als auch analog vermehrt Möglichkeiten zur Vernetzung geschaffen werden.

B56: »Eine bessere Vernetzung der gesamten Kunstszene in Schleswig-Holstein: Wo finde ich bspw. Musiker*innen, die an diesem oder jenem Projekt Interesse haben könnten? Wer macht es als Amateur? Wer professionell?«
(Code: Netzwerken)

B330: »[E]in besseres Netzwerk, um dann meine Ideen und Projekte verwirklichen zu können.«
(Code: Netzwerken)



B73: »Foren und Plattformen zur stärkeren Vernetzung mit unterschiedlichsten Akteuren im Land, sowohl physisch als auch digital.« (Code: Plattform)

B64: »[E]in Kalender für das Kulturleben des Landes, damit man im Voraus sehen kann, ob nicht an einem Tag mehrere gleiche Veranstaltungen angeboten werden.« (Code: Veranstaltungskalender)



Im Weiteren wird eine Verbesserung im Bereich (3) Marketing von insgesamt 64 Befragten als wesentlicher Punkt genannt, der die Durchführung von Kooperationsprojekten erleichtern würde. Generell ist der Wunsch da, verstärkt Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit zu erhalten, um mehr Interessierte zu erreichen. Einige hoffen, dass die Presse zukünftig der Kunst und Kultur mehr Raum geben wird. In der öffentlichen Wahrnehmung spiegelt sich auch die gesellschaftliche Akzeptanz der gemeinsamen Arbeit wider. Eine Chance mehr öffentliches Interesse zu erreichen sehen einige Befragte darin sich gegenseitig besser zu unterstützen und Cross-Marketing zu betreiben. Auch an dieser Stelle wird erneut der Gedanke des Netzwerkes und der Kooperation mit anderen Akteurinnen und Akteuren deutlich.

Insgesamt 45 Befragte geben an (4) Beratung und Schulungen zu benötigen, um Kooperationsprojekte durchzuführen. Dabei werden besonders die fachliche Unterstützung sowie eine »ideelle Förderung durch Weiterbildungsangebote« (B124) genannt. Meist werden diese inhaltlich nicht weiter ausgeführt, weshalb sich schwer feststellen lässt in welchem Bereich mehr Beratung und Schulungen erwünscht sind. Einzig Beratung in »rechtlichen Fragen« (B490) sowie Wünsche zu einer Beratung bezüglich der Themen Technik, Digitalisierung und Datenschutz kommen vereinzelt explizit zur Sprache. Aussagen wie »viele Menschen trauen sich den Umgang mit den digitalen Medien nicht zu« (B405) zeigen, dass Beratungen und Schulungen zu einem sicheren Umgang mit digitalen Medien helfen könnte, Kooperationsprojekte zu ermöglichen.

Hinsichtlich möglicher Kooperationen mit anderen, möchten 39 Befragte »Plattformen zur stärkeren Vernetzung« (B73). Eine solche (2) Austauschplattform kann unter anderem zur Übersicht über alle Kulturschaffenden in Schleswig-Holstein dienen. Informationen zu Veranstaltungsorten und eine direkte Austauschmöglichkeit online sind weitere Funktionen, die eine solche Plattform erfüllen könnte. 9 befragte Personen finden außerdem die Erstellung eines gemeinschaftlichen Veranstaltungskalenders hilfreich.

Im Weiteren wird eine Verbesserung im Bereich (3) Marketing von insgesamt 64 Befragten als wesentlicher Punkt genannt, der die Durchführung von Kooperationsprojekten erleichtern würde.

B369: »Unterstützung durch die Presse und Medien ist ebenfalls sehr wichtig. Kulturelle Projekte finden oft nur wenig Raum in den Medien.« (Code: Medien)

B319: »Ein Netzwerk, das die Bewerbung der Veranstaltungen erleichtert.« (Code: Werbung)



Insgesamt 43 befragte Personen wünschen sich mehr (5) *Raum* für Kooperationsprojekte, die in Form von Veranstaltungen und Ausstellungen stattfinden. Handelt es sich um Musik-, Tanz- oder Theaterveranstaltungen besteht das Bedürfnis nach einer entsprechenden (technischen) Ausstattung. Manche Räume scheinen bisher außerdem die finanziellen Möglichkeiten von Kooperationsprojekten zu übersteigen.

B484: »Attraktive, über ein Portal buchbare städtische Räume verschiedener Größe für Zusammenkünfte von Gruppen für Meetings und Workshops; idealerweise darunter auch Außenräume für Outdoor-Konferenzen oder die Bewegung an der frischen Luft.« (Code: Räume)

B318: »Räume, die für Kulturveranstaltungen offenstehen, die aber nicht so teuer sind, so dass Aktionen möglich werden, die nicht profitorientiert sind.« (Code: Räume)



B6: »Oft scheitern Projekte an Personal. Deshalb wäre es wichtig, Geld nicht nur für Sachkosten bereit zu stellen, sondern auch für Personalkosten. An der mangelnden Manpower bzw. der Überlastung der Mitarbeitenden scheitern manche Projekte.« (Code: Personal)



Für die Durchführung von Kooperationsprojekten geben 35 befragte Personen an, mehr (6) *Personal* zu benötigen. Zumeist werden zu diesem Punkt keine weiteren Angaben gemacht. Es bleibt zu vermuten, dass durch mehr Personal mehr Zeit zur Verfügung stehen würde, sich Kooperationsprojekten zu widmen, da diese »normalerweise neben der Kernarbeit laufen« (B454). Eine Stärkung des Ehrenamts sehen Befragte als eine weitere Möglichkeit personellen Engpässen entgegenzuwirken. Wünschenswert ist »eine Art Aufwandsentschädigung für Ehrenamtliche, die aus Bundesmitteln/Landesmitteln finanziert wird« (B381).

Stark mit dem Begriff Personal verknüpft, ist der Faktor (7) *Zeit*, der von insgesamt 21 Befragten genannt wurde. Wunsch ist, »[m]ehr Zeit zur Anbahnung und Abstimmung der Kooperation« (B451) und »ausreichend Zeit für Ideenentwicklung und Planungen« (B45) zu haben.

B185: »Ich wünsche mir für die Durchführung von Kooperationsprojekten eine Entschlackung der Bürokratie ... Es gibt wunderbare Projektformen in unterschiedlichsten Organisationen; die Anträge sind in der Regel derzeit sehr aufwändig.«
(Code: Weniger Bürokratie)



B468 »[Wir brauchen] Förderinstrumente, die interne Weiterbildungen, Kooperationsversuche, Auftaktveranstaltungen und Öffnungsprozesse von Einrichtungen ermöglichen.«
(Code: Offenheit)



Insgesamt 49 Personen geben den Wunsch an, dass (8) weniger Bürokratie für Kulturprojekte anfällt. Aufwändige Förderanträge sind Hürden, die für die Durchführung eines Kooperationsprojekts zunächst überwunden werden müssen. Im besten Fall sollen Förderanträge schnell und unbürokratisch zu stellen sein und mehr Flexibilität und »Freiheit in der Verwendung von Projektmitteln« (B293) herrschen.

43 Personen geben an mehr (9) Offenheit und Transparenz für die Durchführung von Kooperationsprojekten zu benötigen. Der Begriff *Offenheit* wird dabei kontextuell unterschiedlich verwendet. Zum einen geht es um eine Offenheit für Zusammenarbeit, sprich eine Kooperationsbereitschaft, die vorhanden sein muss. Zum anderen geht es um eine Öffnung von Strukturen auf institutioneller Ebene, die allen einen Zugang zur Kultur ermöglicht. Es gibt den Wunsch nach »[m]ehr Offenheit bei den Institutionen und einfacheren Zugang zu den Kultur-Netzwerken« (B289). Außerdem wird mehr »Offenheit gegenüber neuen Projekten« (B144) von der Kulturverwaltung erwartet. Mehr *Transparenz* wird hauptsächlich hinsichtlich des Prozesses der Kulturförderung gewünscht.

Das Thema (10) *Wertschätzung* wird von 52 Personen als ein Element genannt, das für die Durchführung von Kooperationsprojekten benötigt wird. Zumeist geht es um eine generelle Wertschätzung von Kunst und Kultur auf gesellschaftlicher und politischer Ebene. Die Begriffe *Anerkennung*, *Sichtbarkeit*, *Wahrnehmung* und *Wertschätzung* werden an dieser Stelle meist

synonym verwendet. Ohne eine gesellschaftliche Relevanz von Kunst und Kultur fehlen die Mittel, um überhaupt Kooperationsprojekte anzuleiten. Neben der Gesellschaft als solche, sehen befragte Personen vor allem politische Vertreterinnen und Vertreter in der Verantwortung kulturelle Projekte entsprechend zu fördern und deren gesellschaftspolitische Bedeutung verstärkt wahrzunehmen.

Anschließend daran regen 25 befragte Personen eine stärkere (11) politische Unterstützung an. Eine »bessere politische Lobby für Kultur und Kulturschaf-

B396: »Die Bereitschaft der Politik, Kultur ernst zu nehmen und überhaupt wieder als soziales Bindemittel zu begreifen und zu fördern.« (Code: Anerkennung/Wertschätzung)

B393: »Wertschätzung! Nicht relevant zu sein in einer Gesellschaft und seit über einem Jahr Berufsverbot, schmerzt.« (Code: Anerkennung/Wertschätzung)

B173: »Dass der Wert von künstlerischen/kulturellen Arbeit mehr An-



B162: »Dass die ... Kunst [und Kultur] in der Landespolitik deutlich stärker in den Fokus genommen wird ... Kunst [und Kultur] im öffentlichen Raum wieder ein selbstverständliches Anliegen des Landes, der Städte und Kommunen wird.« (Code: Mehr Sichtbarkeit/Wahrnehmung)

Code: Anerkennung)



fende« (B357) wird benötigt. Darüber hinaus sind Themen wie strukturelle Förderung (14), Förderung von kleinen Kulturprojekten und Kulturschaffenden (9) sowie Förderung von Kultur im ländlichen Raum (5) Themen, die auf politischer Ebene stärker in den Fokus rücken sollen.

4.4.5 Ideen zur Interaktion mit Politik und Verwaltung

Welche Ideen haben Sie, wie die Interaktion zwischen der Kulturverwaltung sowie der Kulturpolitik und den Kulturschaffenden ausgebaut bzw. ergänzt werden könnte?

Die letzte offene Frage im Teil Kooperations- und Netzwerkarbeit nimmt die Interaktion zwischen Kulturverwaltung sowie Kulturpolitik und den Kulturschaffenden in den Fokus. Insgesamt 459 Personen antworteten meist ausführlich zu dieser Frage – Antworten mit mehr als 150 Wörtern sind die Regel. Ideen, wie die Interaktion dieser Akteursgruppen ausgebaut bzw. ergänzt werden kann, lassen sich in drei Themenschwerpunkte einordnen: Ein (1) *regelmäßiger Austausch* von Kulturverwaltung, Kulturpolitik und Kulturschaffenden, verstärktes (2) *Netzwerken* und eine Verbesserung der (3) *Kommunikation* an sich.

Ein (1) *regelmäßiger Austausch* ist mit 109 Nennungen die häufigste Idee, die befragte Personen haben, wie die Interaktion zwischen Kulturverwaltung, Kulturpolitik und Kulturschaffenden ausgebaut werden könnte. Meist wird nur der generelle Wunsch geäußert sich mehr miteinander auszutauschen. Manche befragten Personen benennen aber auch konkrete Ziele, die durch einen regelmäßigen Austausch erreicht werden können.

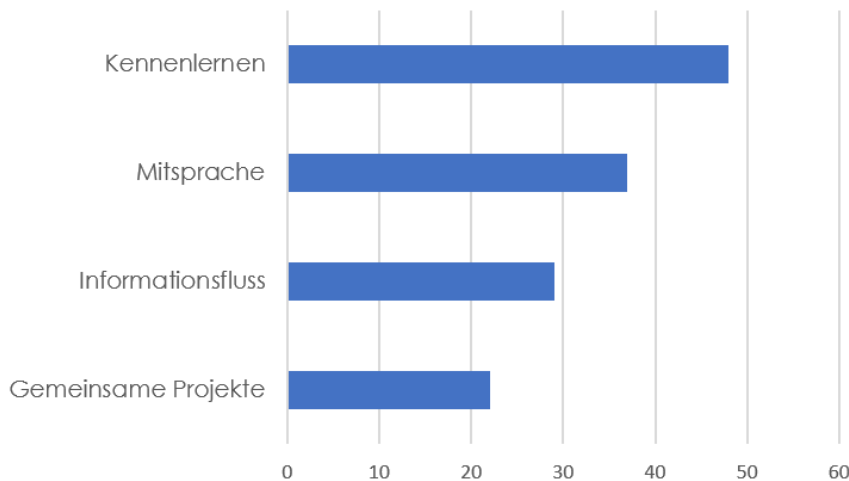


Abbildung 54: Ziele eines regelmäßigen Austauschs. N=495.

Wie in Abbildung 54 dargestellt, sehen 48 befragte Personen einen regelmäßigen Austausch als Chance auf ein besseres *Kennenlernen*. Gemeint ist damit mehr Einblick in die Arbeitsweise und den Arbeitsalltag des oder der jeweils anderen zu erhalten, was sich positiv auf die Zusammenarbeit auswirken kann. Kulturschaffende hätten gerne mehr Einblick in die Arbeit von Kulturverwaltung und Kulturpolitik und Besuche von Personen der Kulturverwaltung oder Kulturpolitik bei Angeboten der Kulturschaffenden sind deutlich erwünscht. Es geht darum, das gegenseitige Verständnis zu fördern und den anderen mehr wahrzunehmen.

B322: »[G]egenseitige Einsicht in die praktische Arbeitsrealität - daraus ergibt sich, wie weitere Zusammenarbeit sein könnte.«
(Code: Arbeitsalltag kennenlernen)

B350: »Die Personen, die in der Politik und Verwaltung tätig sind, sollten mehr über den Alltag von Künstlern wissen. Da gibt es viel Unverständnis.«
(Code: Arbeitsalltag kennenlernen)



Insgesamt 37 befragte Personen sehen in einem regelmäßigen Austausch die Möglichkeit von Kulturschaffenden mehr *Mitsprache* bei kulturpolitischen Themen zu haben. Sie möchten möglichst früh in Entscheidungen und Entwicklungen des jeweiligen Kulturbereichs mit einbezogen zu werden.

Während 29 befragte Personen den Vorteil eines besseren *Informationsflusses* durch einen regelmäßigen Austausch betonen, können sich 22 befragte Personen vermehrt *gemeinsame Projekte* von Kulturverwaltung, Kulturpolitik und Kulturschaffenden vorstellen.

Für einen Austausch von Kulturverwaltung, Kulturpolitik und Kulturschaffenden halten befragte Personen regelmäßig stattfindende Veranstaltungen (86) für sinnvoll. Der Begriff runder Tisch wird dabei immer wieder (18) erwähnt. Das Betonen der jeweiligen Vor- und Nachteile von analogen (20) als auch digitalen (28) Veranstaltungen zeigt einen Bedarf für beide Formate. In jedem Fall sollen Veranstaltung Raum für einen persönlichen Austausch (15) – gerne auch in kleinen Gruppen – geben. Ein gemeinsamer für alle einsehbarer Veranstaltungskalender (10) sowie ein Newsletter (7) können helfen über Veranstaltungen zu informieren.

B443: »Aus meiner Sicht kann dieses nur in einem intensiven, persönlichen Austausch möglich sein. Wünschenswert wäre hierfür ein ständiges Forum mit regelmäßigen Treffen und Workshops zur Entwicklung einer effektiven Kommunikationskultur sowie Workshops zur Findung gemeinsamer Ziele, Themen und Projekten.« (Code: Persönlicher Austausch)



Insgesamt 58 befragte Personen finden, dass eine gemeinsame (digitale) Austauschplattform eine gute Ergänzung der Interaktion zwischen Kulturverwaltung, Kulturpolitik und Kulturschaffenden darstellt. Tabelle 8 gibt eine Übersicht über Ideen zu Funktionen und Inhalte einer solchen Plattform.

Tabelle 37: Funktionen und Inhalte einer digitalen Austauschplattform

Digitale Austauschplattform
<ul style="list-style-type: none"> • Übersicht Kulturangebot in Schleswig-Holstein • Kooperationspartnerbörse • Digitaler Marktplatz • Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch • Liste aller Kulturschaffenden aller Kultursparten • Liste aller Veranstaltungsorte (inklusive Ansprechpersonen) • Informationen zu Ausschreibungen • Informationen zu Finanzierungsmöglichkeiten • Möglichkeit Fragen an Verwaltung und Politik zu stellen

Das Thema (2) *Netzwerken* bildet den zweiten Antworten-Schwerpunkt. Eng verknüpft mit einem (1) *regelmäßigen Austausch* steht bei der Vernetzung verschiedener Akteurinnen und Akteure die Beziehung zueinander im Fokus. Insgesamt 58 befragte Personen nennen eine stärkere Vernetzung als Idee für einen Ausbau der Interaktion zwischen der Kulturverwaltung sowie Kulturpolitik und den Kulturschaffenden.

Meist wird der Gedanke einer besseren Vernetzung in den Antworten nicht weiter ausgeführt. Ein Aspekt, der jedoch zur Sprache kommt, ist der Wunsch sich disziplinübergreifend (25) zu vernetzen. Vereinzelt möchten befragte Personen das aktive Netzwerken zu bestimmten Akteursgruppen an andere abgeben. So

B35: »Diese Kommunikation und Verbindung zwischen Akteuren und Politik wäre das Kerngeschäft der Kulturverwaltung.« (Code: Kulturverwaltung als Broker)

wird beispielsweise die Kulturverwaltung als Schnittstelle zur Kulturpolitik beschrieben (B35). Des Weiteren werden Kulturverbände (B20), Kulturbeauftragte (B350) und Kreisfachberatungen (B152) als Vertretende von Kulturschaffenden genannt, die zwischen den Akteursgruppen vermitteln.

B240: »Besonders wichtig ist eine allgemein verständliche Kommunikationsebene, die keine Fragezeichen hinterlässt. Die ›Verwaltungssprache‹ ist ein äußerst ungeeignetes Mittel der Kommunikation und sollte in diesem Zusammenhang auf die Kommunikation innerhalb der Verwaltungsgremien beschränkt bleiben, ansonsten führt es nur zu Unverständnis.« (Code: Klare Kommunikation)

Die (3) *Kommunikation* zwischen der Kulturverwaltung sowie Kulturpolitik und den Kulturschaffenden bildet den dritten und letzten Antworten-Schwerpunkt. Insgesamt 33 Befragte möchten generell mehr Kommunikation. Vergleichbar mit dem Punkt (1) *regelmäßiger Austausch* geht es um ein Zusammenkommen der verschiedenen Akteursgruppen. Die Begriffe Austausch und Kommunikation werden teilweise synonym verwendet. Hervorheben lassen sich Aspekte, die die Qualität der Kommunikation auf andere Weise beschreiben. Als förderlich für die Interaktion zwischen der Kulturverwaltung sowie Kulturpolitik und den Kulturschaffenden nennen befragte Personen mehr Kommunikation auf Augenhöhe (14) und eine wertschätzende Kommunikation (21). Einige Institutionen möchten außerdem eine klare Kommunikation (11) und weniger Bürokratie (15). Letzteres betrifft vor allem die Kommunikation zwischen Kulturschaffenden und Kulturverwaltungen, die häufig bezüglich einer Förderung von Kultur interagieren.

Zusätzlich zu den Ideen, wie die Interaktion zwischen der Kulturverwaltung sowie Kulturpolitik und den Kulturschaffenden ausgebaut beziehungsweise ergänzt werden kann, formulierten die Befragten in ihren Antworten viele eigene Bedürfnisse und Anliegen an die Kulturverwaltung sowie Kulturpolitik. Da diese sich nicht konkret auf die Interaktion zwischen den Akteursgruppen beziehen, werden sie hier nicht explizit aufgeführt. Oft ähneln sie den an anderer Stelle bereits beschriebenen Themen, wie beispielsweise mehr

Räume für die Durchführung eigener Kulturveranstaltungen, finanzielle Fördermöglichkeiten oder einem höheren Stellenwert von Kunst und Kultur in der Gesellschaft.

Es wird deutlich, wie wichtig ein regelmäßiger Austausch, Netzwerke und eine gute Kommunikation sind, um besonders Kulturschaffenden die Möglichkeit zu geben sich mit ihren Bedürfnissen und Anliegen an entsprechende Kulturverwaltungen sowie die Kulturpolitik zu wenden.

4.5 Zwischenergebnisse

- Insgesamt wurden 2.738 Kooperationsbeziehungen erhoben, die zu 1.945 verschiedenen Partnerinnen und -partnern führen.
- Von den insgesamt 1.945 genannten Kooperationspartnerinnen und -partnern stammen 1.817 aus Deutschland. Die meisten dieser nationalen Kooperationspartnerinnen und -partner sind im Bundesland Schleswig-Holstein ansässig (1.321 und somit 73 Prozent aller genannten Kontakte).
- Verwaltungseinrichtungen und politische Organisationen haben im Mittel die meisten Netzwerkkontakte angegeben, dicht gefolgt von Netzwerken, Dachverbänden und Stiftungen.
- Die meisten von den Befragten genannten Einrichtungen befinden sich in der Landeshauptstadt Kiel, gefolgt vom Kreis Rendsburg-Eckernförde, der Hansestadt Lübeck und dem Kreis Schleswig-Flensburg.
- Am vergleichsweise wenigsten Kooperationspartnerinnen und -partner befinden sich in den Kreisen Dithmarschen und Steinburg sowie der Stadt Neumünster.
- Der Anteil internationaler Kontakte beträgt an allen Kooperationspartnerinnen und -partnern sieben Prozent. Von diesen internationalen Partnerinnen und -partnern sind fast ein Drittel in Dänemark ansässig.
- Insgesamt verteilen sich die Kooperationspartnerinnen und -partner relativ gleichmäßig auf verschiedene Akteursgruppen. Dies spricht dafür, dass die kulturelle Infrastruktur trisektoral vernetzt ist.
- Vergleichsweise viele der Kooperationspartnerinnen und -partner agieren in Sparten, die nicht trennscharf sind: So handelt es sich bei der größten Gruppe im Datensatz um Einrichtungen, deren Tätigkeitsfeld als *spartenübergreifend* definiert wird. Es folgen die Bereiche *sonstige Sparten*, *Musik* und *kulturelle Bildung*.
- Am schwächsten vertreten sind die Sparten *Angewandte Kunst und Design* und *Clubkultur*.
- Für die meisten Befragten steht ein gemeinsames Thema als Anlass oder Rahmenbedingung für das Eingehen von Kooperationen im Vordergrund.
- Vergleichsweise selten werden als Gründe für Kooperation die Möglichkeit zur Kostenreduktion, der Ausbau von Diversität und Teilhabegerechtigkeit, neue Finanzierungsmöglichkeiten und die Mitwirkung an Entscheidungsprozessen genannt.
- Die Hauptkomponente des Kooperationsnetzwerks umfasst 1.305 Akteurinnen und Akteure, die mit ihrer Adresse in Schleswig-Holstein verortet sind und durch ihre gegenseitigen Verbindungen die größte zusammenhängende Netzwerkstruktur bilden.
- Über die meisten Beziehungen innerhalb der Hauptkomponente verfügen der *Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler Landesverband Schleswig-Holstein* und das *Nordkolleg Rendsburg*. Es folgen dahinter die *Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein* und der *Büchereiverein Schleswig-Holstein*.

- Einrichtungen mit einem hohen Vermittlungspotential – aufgrund ihrer Einbettung in das Netzwerk – sind insbesondere das *Nordkolleg Rendsburg*, der *Büchereiverein Schleswig-Holstein*, das *Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein*, der *Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler Landesverband Schleswig-Holstein*, die *Musikhochschule Lübeck*, der *Landeskulturverband Schleswig-Holstein*, das *Kulturbüro der Stadt Neumünster*, das *Kultur- und Bildungszentrum Bad Oldesloe (KuB)* und die *Christian-Albrechts-Universität zu Kiel*.
- Das Geo-Mapping offenbart, dass es gewisse Ballungsräume / Aktivitätszentren zu geben scheint. Diese Räume befinden sich tendenziell in und um die Landeshauptstadt Kiel herum, im Radius der Städte Flensburg, Schleswig und Rendsburg sowie im Süden in den Gebieten um Lübeck und den Kreisen Stormarn und Pinneberg.
- In Bezug auf die Vernetzung der Landkreise kristallisieren sich vier verschiedene Cluster heraus: ein Cluster bestehend aus dem Kreis Nordfriesland, der Stadt Flensburg und dem Kreis Schleswig-Flensburg, ein Cluster bestehend aus der Landeshauptstadt Kiel, dem Kreis Rendsburg-Eckernförde, dem Kreis Plön und der Stadt Neumünster, ein Cluster bestehend aus den Kreisen Ostholstein, Segeberg, Stormarn, dem Herzogtum Lauenburg und der Hansestadt Lübeck sowie ein Cluster bestehend aus den Kreisen Dithmarschen, Steinburg und Pinneberg.

5 Ergebnisse der offenen Themenabfragen

Im letzten Teil der Online-Befragung sollten Themen- und Handlungsfelder zukunftsorientierter Kulturentwicklung eruiert werden. Hierbei sollte herausgefunden werden, an welchen Themen die Befragten arbeiten (wollen), um ihre Arbeit zukunftsfähig aufzustellen. Es ging dabei vor allem um das Erfragen persönlicher Schwerpunktsetzungen und individueller Einschätzungen. Zu diesem Zweck wurden den Befragten drei verschiedenen Fragen gestellt, auf die sie jeweils mit drei kurzen Stichpunkten oder Statements antworten konnten. Die zahlreichen Antworten der Befragten werden im Folgenden in deutlich reduzierter Form ausgewertet, durch die Auswertung in Form von Worthäufigkeiten und die Darstellung der meistgenannten Begriffe in sogenannten *Wordclouds* – auf Deutsch: Wortwolken. Auf diese Weise können allgemeine Tendenzen erfasst werden, welche Themen die Befragten derzeit bewegen. Ausführliche Dokumente mit allen erfassten Freitextantworten können auf Anfrage eingesehen werden sowie gegebenenfalls in der zweiten Jahreshälfte für die geplanten Verständigungsworkshops genutzt werden.

5.1 Themen der Corona-Pandemie

Zu Beginn dieses Frageblocks hieß es: *Bitte nennen Sie bis zu drei Themen, die Sie seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie im Hinblick auf Ihre Arbeit im Kulturbereich besonders beschäftigen.* Die automatisierte Auszählung der Worthäufigkeiten zeigt, dass die Befragten sich insbesondere mit der Digitalisierung befassen. Liest man die Freitextantworten im Detail, so wird deutlich, dass die Befragten gleichermaßen die positiven wie auch die negativen Aspekte der Digitalisierung hervorheben. Ebenfalls häufig wird angemerkt, dass Unsicherheit darüber besteht, wann wieder Veranstaltungen stattfinden können. Unter anderem deshalb steht hier der Begriff *möglich* an zweiter Stelle im Ranking. Es geht vielen Akteurinnen und Akteuren darum, Kunst und Kultur wieder möglich zu machen beziehungsweise die Erlaubnis dafür zu erhalten, kulturelle Veranstaltungen der Öffentlichkeit anbieten und zugänglich zu machen. Viele Befragte – insbesondere freischaffende Künstlerinnen und Künstler – gehen zusätzlich darauf ein, dass aktuell tatsächlich der *Kampf ums Überleben* im Vordergrund stünde. Auch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Möglichkeiten der sozialen Absicherung und Möglichkeiten der Neuorientierung in der Arbeitswelt werden vergleichsweise häufig thematisiert.

Tabelle 38: Die am häufigsten genannten Begriffen auf die Frage nach Themen der Corona-Pandemie (N = 6.942).

Wort	n
digital	152
möglich	76
Veranstaltung	74
Kultur	58
Kunst	57

beit / Vernetzung, Kulturelles Erbe / Erinnerungskultur sowie beispielsweise Lobby / Wertschätzung zu subsumieren. Es werden darüber hinaus auch viele andere Themen genannt, die an dieser Stelle nicht vollumfänglich abgebildet werden können.

Tabelle 39: Die am häufigsten genannten Begriffen auf die Frage nach Themen- und Handlungsfeldern zukunftsorientierter Kulturentwicklung (N = 5.674).

Wort	n
Kultur	97
digital	80
kulturell	78
Kunst	73
Angebot	60
Raum	50
mehr	48
neu	48
Förderung	43
Digitalisierung	42



Abbildung 56: Wortwolke mit den am häufigsten genannten Begriffen auf die Frage nach Themen- und Handlungsfeldern zukunftsorientierter Kulturentwicklung (N = 5.674).

5.3 Gesellschaftliche Relevanz

Die dritte Frage lautete: *Was müssen Kunst und Kultur dafür tun, dass sie gesellschaftlich relevant bleiben bzw. es in Zukunft werden?* Auch auf diese Frage wurde sehr zahlreich und sehr differenziert geantwortet. Vergleichsweise häufiger gingen die Befragten darauf ein, dass die Gesellschaft ein größeres Verständnis für den Wert von Kunst und Kultur entwickeln müsse. Als Möglichkeiten zum Erreichen dieses Ziels nannten sie unter anderem eine notwendige Erhöhung der *Sichtbarkeit* kultureller und künstlerischer Angebote – zum Beispiel durch Marketingmaßnahmen, eine stärkere mediale Präsenz und Vernetzung – sowie eine stärkere *Niedrigschwelligkeit*, um den Zugang zu Kunst und Kultur zu erleichtern. Häufiger wurde ebenfalls die Kreation *neuer Formate* genannt und der Wunsch danach, stärker im *Alltag* unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen vorzukommen.

Tabelle 40: Die am häufigsten genannten Begriffen auf die Frage nach gesellschaftlicher Relevanz von Kunst und Kultur (N = 7.315).

Wort	n
Kunst	191
Kultur	188
Gesellschaft	137
mehr	89
Mensch	86
bleiben	84
muss	72
Angebot	68
neu	63
sichtbar	62

5.4 Zwischenergebnisse

- Die Befragten heben gleichermaßen die positiven wie auch die negativen Aspekte der Digitalisierung hervor – insbesondere im Hinblick auf den Digitalisierungsschub, den die Corona-Pandemie ausgelöst hat. Digitalisierung – und der Umgang mit ihr – wird von vielen Befragten als verbindendes Thema einer zukunftsorientierten Kulturentwicklung genannt.
- Darüber hinaus sind die Befragten auch häufig auf den *Raum*-Begriff eingegangen. Hierunter ist zum Beispiel die Aneignung von Räumen zu verstehen, die Wiederbelebung von Innenstädten, das Kreieren und Besetzen von sogenannten *dritten Orten*, die Beschäftigung mit urbanen und ländlichen Räumen oder auch ganz einfach die Nutzung von Räumen für Ausstellungen, Kulturveranstaltungen und Ähnliches.
- Große Unsicherheit besteht darüber, wann und unter welchen Auflagen Veranstaltungen wieder stattfinden können.
- Vielen befragten Akteurinnen und Akteuren geht es vor allem darum, Kunst und Kultur wieder möglich zu machen beziehungsweise die Erlaubnis dafür zu erhalten, kulturelle Veranstaltungen der Öffentlichkeit anbieten und zugänglich machen zu können.
- Der Erhalt der eigenen Existenz steht bei vielen Befragten zum Zeitpunkt der Erhebung im Vordergrund. Themen wie Arbeitsplatzsicherung und soziale Absicherung, insbesondere in der Kunst- und Kulturbranche, werden hervorgehoben. Verbunden hiermit ist der Wunsch nach *Kulturförderung*.
- Weitere Themen, die unter anderem genannt werden, sind unter den Begriffen *Kulturelle Bildung / Kulturvermittlung, neue Angebote / neue Formate, Zusammenarbeit / Vernetzung, Kulturelles Erbe / Erinnerungskultur* sowie beispielsweise *Lobby / Wertschätzung* zu subsumieren.
- Um das Bewusstsein über den *Wert von Kunst und Kultur* innerhalb der Gesellschaft zu erhöhen, wünschen sich die Befragten eine Erhöhung der *Sichtbarkeit* kultureller und künstlerischer Angebote – zum Beispiel durch Marketingmaßnahmen, eine stärkere mediale Präsenz und Vernetzung – sowie eine stärkere *Niedrigschwelligkeit*, um den Zugang zu Kunst und Kultur zu erleichtern.

6 Ausblick

Mit dem im April / Mai 2021 durchgeführten *Cultural Mapping* hat das Land Schleswig-Holstein Neuland betreten und als erstes Bundesland inmitten der Corona-Pandemie eine groß angelegte Bestandsaufnahme der Kunst- und Kulturlandschaft in Auftrag gegeben. *Bestandsaufnahme* meint in diesem Fall neben der Erfassung einer Vielzahl von über das Land verteilten Einrichtungen sowie Künstlerinnen und -künstlern auch die gezielte Befragung dieser Akteurinnen und Akteure bezüglich Themen wie Teilhabe, Digitalisierung und Kooperation. Die Befragung kann als datenbasierte Begleitung und Fortführung des schon etablierten *Kulturdialogs* verstanden werden und ist zugleich eine von mehreren Methoden zur Entwicklung einer Kulturkonzeption für das Land Schleswig-Holstein.

Die Ergebnisse bieten eine Diskussionsgrundlage für die im September und Oktober des Jahres 2021 geplanten Verständigungsworkshops. Folgende Ergebnisse könnten unter anderem diskutiert werden:

in Bezug auf die Akteurslandschaft:

- Welche Bedeutung hat es, dass sich so vergleichsweise viele Befragte den Sparten Musik und Kulturelle Bildung zuordnen?
- Weshalb sind die Sparten Film / Neue Medien, Soziokultur, Interkultur und Clubkultur unterrepräsentiert?
- Welche Bedeutung hat es, dass fast die Hälfte der Befragten privatwirtschaftlich organisiert ist?
- Weshalb werden Zugewanderte (6 Prozent) und Menschen mit Behinderung (4 Prozent) so vergleichsweise selten als hauptsächliche Zielgruppen genannt?

in Bezug auf Teilhabe, Digitalisierung und Kooperation:

- Wie können die Befragten zukünftig dabei unterstützt werden, in den von ihnen genannten Handlungsfeldern noch stärker zu werden, um Teilhabe zu erleichtern? Dies betrifft insbesondere die Bereiche digitaler Medien und Apps, günstiger oder kostenloser Angebote und PR für kulturfernes Publikum.
- Kann zukünftig dem Wunsch nach einer digitalen Austauschplattform nachgekommen werden?
- Weshalb sind nicht-deutschsprachige Angebote (10 Prozent), Diversität des Personals (8 Prozent) und ein vielfältiges gastronomisches Angebot (5 Prozent) so vergleichsweise selten als Rahmenbedingungen vorhanden, um Teilhabe zu erleichtern? Wie ist dieser Befund zu interpretieren?
- Weshalb sind nur 9 Prozent der Befragten an dem Bereich der Nutzerkenntnis als auszubauendes Feld für die Zukunft interessiert?
- Welche Bedeutung hat der Befund, dass digitale Medien und Techniken vordergründig zur Bewerbung / Vermittlung künstlerischer und kultureller Angebote genutzt werden, deutlich seltener aber zugunsten der Barrierefreiheit?

- Wie kann auf den Bedarf der Befragten nach Personal, Beratung, finanzieller Unterstützung und technischer Ausstattung reagiert werden, zugunsten der digitalen Transformation?

in Bezug auf Vernetzung und Geo-Mapping:

- Welche Bedeutung hat es, dass politische Organisationen sowie Netzwerke, Dachverbände und Stiftungen im Mittel über die meisten Kooperationsbeziehungen verfügen?
- Weshalb sind vergleichsweise weniger Kooperationspartnerinnen und -partner in den Kreisen Dithmarschen und Steinburg sowie der kreisfreien Stadt Neumünster ansässig?
- Woran liegt es, dass eine besonders große Gruppe der Partnerinnen und Partner spartenübergreifend tätig ist beziehungsweise sonstigen Bereichen zugeordnet wird?
- Weshalb sind die Bereiche Angewandte Kunst und Design sowie Clubkultur bei den Sparten, in denen die Partnerinnen und Partner tätig sind, unterrepräsentiert?
- Weshalb werden Aspekte wie der Ausbau von Diversität und Teilhabegerechtigkeit, neue Finanzierungsmöglichkeiten und die Mitwirkung an Entscheidungsprozessen so vergleichsweise selten als Anlässe für das Eingehen von Kooperationsbeziehungen genannt?
- Welche Bedeutung hat es für die Kulturentwicklung, dass die der *Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler Landesverband Schleswig-Holstein*, das *Nordkolleg Rendsburg*, die *Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein* und der *Büchereiverein Schleswig-Holstein* über die meisten Beziehungen im erho-benen Netzwerk verfügen?
- Wie kann das hohe Vermittlungspotenzial²¹ einiger Akteurinnen und Akteure zu-gunsten der Kulturentwicklung genutzt werden? Sehen sich die Einrichtungen selbst auch in dieser Rolle / Funktion?
- Wie ist der Befund einzuordnen, dass im Rahmen der Netzwerkanalyse vier regio-nale Cluster identifiziert werden konnten, deren Kulturakteurinnen und -akteure un-tereinander stärker verbunden sind als mit den Akteurinnen und Akteuren anderer Cluster?

in Bezug auf übergreifende Themen der Kulturentwicklung:

- Wie lassen sich häufig genannte Querschnittsthemen wie Bildung (für nachhaltige Entwicklung, Geschichte, Kunst), Soziale Ausrichtung (Integration, Barrierefreiheit,

²¹ Einrichtungen mit einem hohen Vermittlungspotential – aufgrund ihrer Einbettung in das Netzwerk – sind insbesondere das Nordkolleg Rendsburg, der Büchereiverein Schleswig-Holstein, das Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein, der Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler - Landesverband Schleswig-Holstein, die Musikhochschule Lübeck, der Landeskulturverband Schleswig-Holstein, das Kulturbüro der Stadt Neumünster, das Kultur- und Bildungszentrum Bad Oldesloe (KuB) und die Christian-Albrechts-Universität zu Kiel.

Diversität), (Veranstaltungs-)Formate (Konzerte, Ausstellungen, Lesungen, Forschung), Raum (zum Beispiel öffentlicher Raum, städtischer Raum, Dritte Orte), Netzwerk (zum Beispiel Equipmentsharing, Austausch national und international), Digitalisierung und Management (Finanzierung, Innovation) und Sichtbarkeit (kulturelles Interesse wecken, Wahrnehmung in Gesellschaft und Politik stärken) gemeinschaftlich bearbeiten?

- Wie finden Akteurinnen und Akteure zueinander, um partnerschaftlich an ähnlichen Themengebieten (wie Kunst, Musik, Regionalgeschichte, Theater / Film, Literatur) zu arbeiten?
- Wie können gemeinsame Formate wie Veranstaltungen im Allgemeinen, Ausstellungen, Konzerte / Musikveranstaltungen, Projekte, Forschungsvorhaben, Festivals und Lesungen realisiert werden?
- Auf welche Weise kann die Synchronisation analoger und digitaler Formate auf die beste Weise erfolgen?
- Braucht es ein neues Netzwerk für die Kunst- und Kulturszene? Wer könnte dieses Netzwerk initiieren? Welche Foren und Plattformen existieren schon? Was decken diese ab? Was wird noch benötigt?
- Wie können Marketing-Synergien geschaffen werden, zum Beispiel über den Ansatz des Cross-Marketings?
- Welche Weiterbildungsangebote können geschaffen werden?
- Wie kann Bürokratie abgebaut werden, insbesondere bei Förderanträgen?
- Auf welche Weise kann die Lobby von Kunst und Kultur ausgebaut werden?
- Wie kann der Austausch zwischen Kulturpolitik, Kulturverwaltung und Kulturschaffenden regelmäßiger stattfinden? Wer kümmert sich um die Schaffung neuer Kommunikationsstrukturen?
- Auf welche Weise kann ein häufigeres Kennenlernen von Akteurinnen und Akteuren verschiedener Bereiche ermöglicht werden, um Verständnis für verschiedene Arbeitsweisen zu fördern?
- Auf welche Weise kann die Mitsprache von Kulturschaffenden bei kulturpolitischen Themen erhöht werden?
- Kann die Kulturverwaltung die disziplinübergreifende Vernetzung fördern? Können außerdem Kulturverbände, Kulturbeauftragte und Kreisfachberatungen als mitteilende Instanzen diesen Austausch weiter befördern? Und wenn ja, wie?

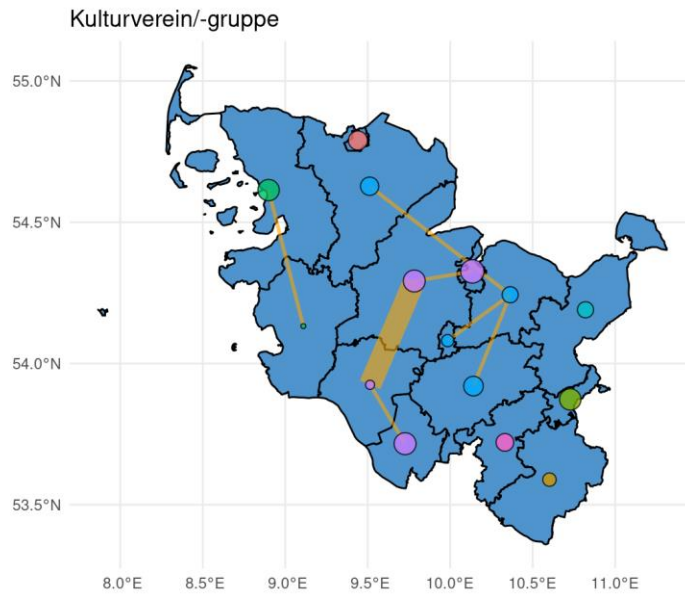
Die gemeinschaftliche Diskussion und Beantwortung dieser und vieler weitere Fragen, die sich aus dem Datenmaterial des Cultural Mappings ergeben, können zum Gelingen der zukunftsgerichteten Kulturentwicklung und der Erarbeitung einer Kulturkonzeption des Landes Schleswig-Holsteins maßgeblich beitragen.

7 Zusatzmaterial

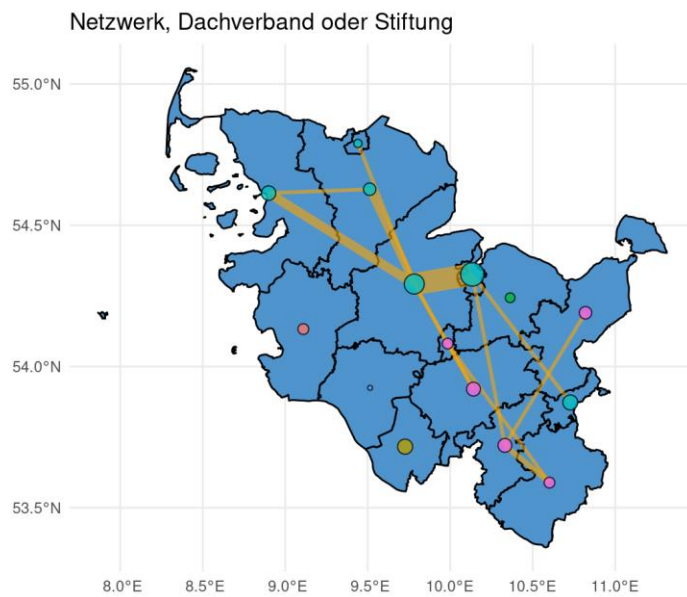
Auf den folgenden Seiten werden detaillierte Ansichten der Vernetzung von Kulturaktuerinnen und -akteuren auf Kreis- und Gemeindeebene dargestellt – einmal sortiert nach Einrichtungstyp und einmal sortiert nach Sparte. Die Darstellung erfolgt jeweils auf aggregierter Ebene. Dies bedeutet, dass jeweils alle Einrichtungen und / oder Künstler/-innen eines Landkreises (in Kapitel 7.1) oder einer Gemeinde (in Kapitel 7.2) zu einem übergeordneten Netzwerkknoten zusammengefasst sind. Auch die Netzwerkbeziehungen wurden für diese Abbildungen übereinandergelegt.

7.1 Aggregierte Karten von Subnetzwerken (Kreisebene)

7.1.1 Subnetzwerk der Akteurstypen

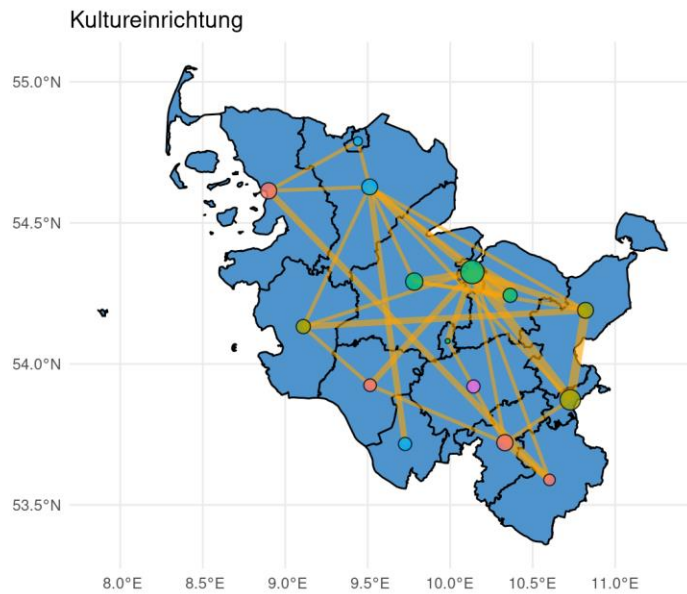


N = 220			
	Kreis	Kulturverein/-gruppe	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	24	7
9	Pinneberg	21	7
11	Rendsburg-Eckernförde	21	7
5	Lübeck, Hansestadt	20	3
7	Nordfriesland	20	4
13	Segeberg	17	6
2	Flensburg, Stadt	16	1
12	Schleswig-Flensburg	15	6
15	Stormarn	14	8
8	Ostholstein	12	5
10	Plön	12	6
3	Herzogtum Lauenburg	9	2
6	Neumünster, Stadt	8	6
14	Steinburg	6	7
1	Dithmarschen	5	4

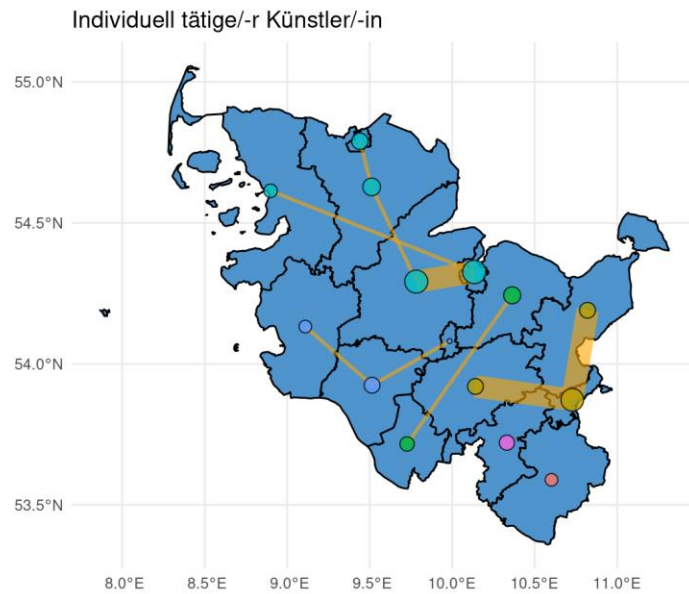


N = 157

	Kreis	Netzwerk, Dachverband oder Stiftung	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	33	4
11	Rendsburg-Eckernförde	23	4
5	Lübeck, Hansestadt	12	4
9	Pinneberg	12	2
7	Nordfriesland	11	4
13	Segeberg	10	6
15	Stormarn	10	6
8	Ostholstein	8	6
12	Schleswig-Flensburg	8	4
1	Dithmarschen	6	1
3	Herzogtum Lauenburg	6	6
6	Neumünster, Stadt	6	6
10	Plön	5	3
2	Flensburg, Stadt	4	4
14	Steinburg	3	5

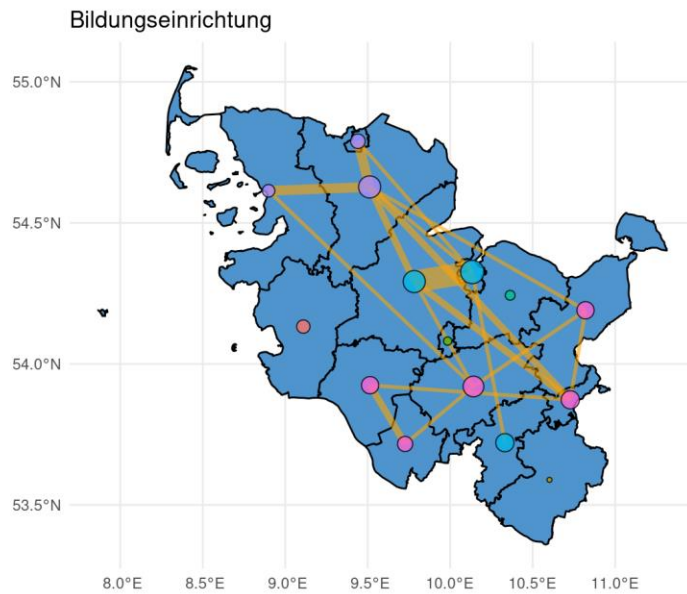


N = 314			
	Kreis	Kultureinrichtung	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	48	3
5	Lübeck, Hansestadt	36	2
11	Rendsburg-Eckernförde	26	3
7	Nordfriesland	23	1
15	Stormarn	23	1
8	Ostholstein	22	2
12	Schleswig-Flensburg	22	4
1	Dithmarschen	18	2
10	Plön	18	3
9	Pinneberg	16	4
13	Segeberg	16	5
14	Steinburg	15	1
3	Herzogtum Lauenburg	13	1
2	Flensburg, Stadt	10	4
6	Neumünster, Stadt	8	3



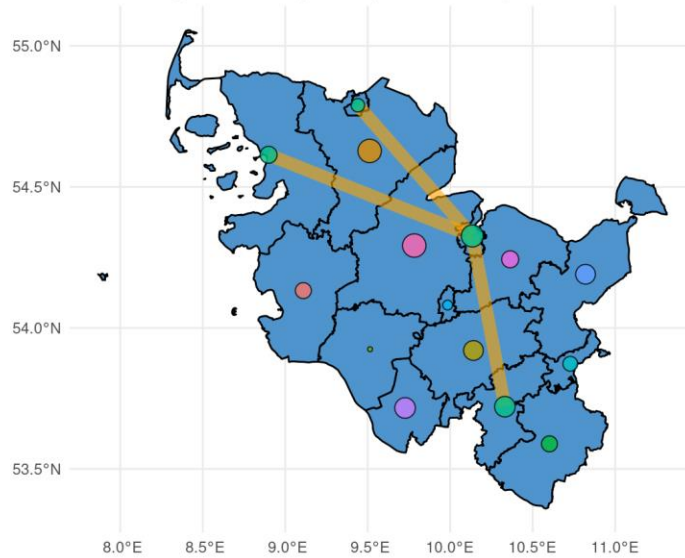
N = 161

	Kreis	Individuell tätige/-r Künstler/-in	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	24	4
11	Rendsburg-Eckernförde	23	4
5	Lübeck, Hansestadt	22	2
12	Schleswig-Flensburg	12	4
10	Plön	11	3
2	Flensburg, Stadt	10	4
8	Ostholstein	9	2
13	Segeberg	9	2
14	Steinburg	9	5
15	Stormarn	8	6
9	Pinneberg	7	3
7	Nordfriesland	6	4
1	Dithmarschen	5	5
3	Herzogtum Lauenburg	5	1
6	Neumünster, Stadt	1	5



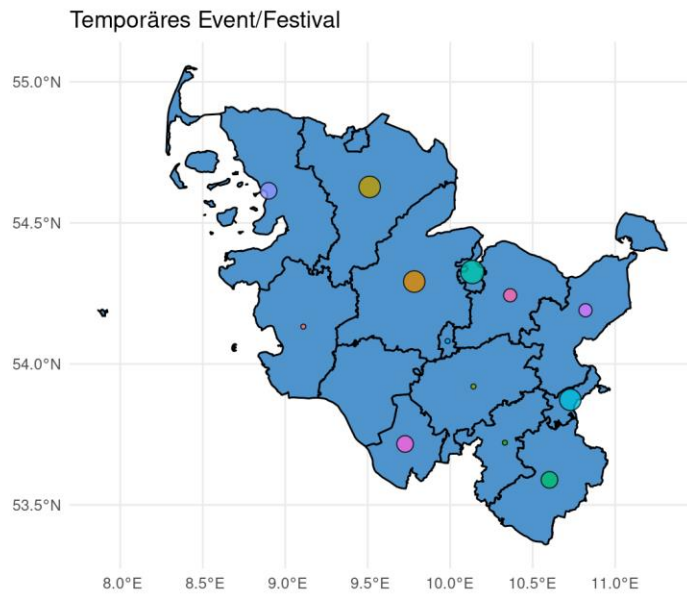
N = 292			
	Kreis	Bildungseinrichtung	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	36	5
11	Rendsburg-Eckernförde	32	5
12	Schleswig-Flensburg	32	6
13	Segeberg	28	7
5	Lübeck, Hansestadt	22	7
15	Stormarn	22	5
8	Ostholstein	20	7
14	Steinburg	20	7
9	Pinneberg	16	7
2	Flensburg, Stadt	15	6
1	Dithmarschen	13	1
7	Nordfriesland	12	6
10	Plön	9	4
6	Neumünster, Stadt	8	3
3	Herzogtum Lauenburg	7	2

Verwaltungseinrichtung oder politische Organisation

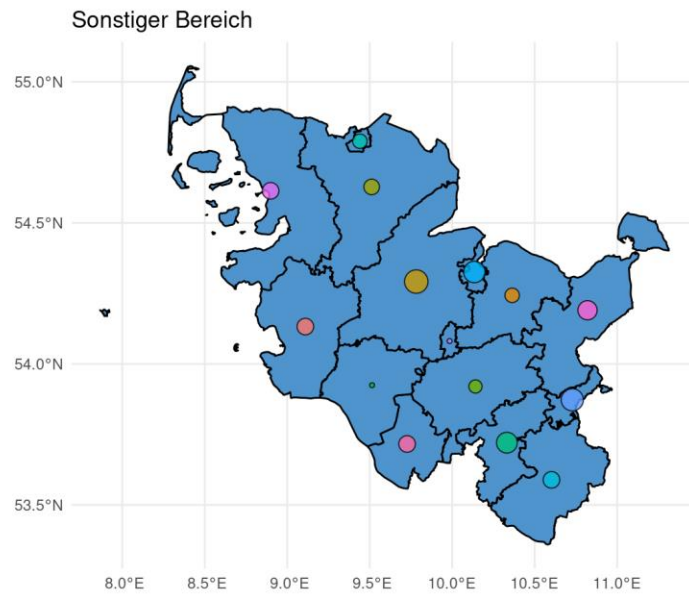


N = 123

	Kreis	Verwaltungseinrichtung oder politische Organisation	Gruppe
11	Rendsburg-Eckernförde	15	9
12	Schleswig-Flensburg	15	10
4	Kiel, Landeshauptstadt	13	3
9	Pinneberg	11	7
15	Stormarn	11	3
8	Ostholstein	10	6
13	Segeberg	10	11
7	Nordfriesland	7	3
10	Plön	7	8
1	Dithmarschen	6	1
3	Herzogtum Lauenburg	6	2
5	Lübeck, Hansestadt	5	4
2	Flensburg, Stadt	4	3
6	Neumünster, Stadt	2	5
14	Steinburg	1	12

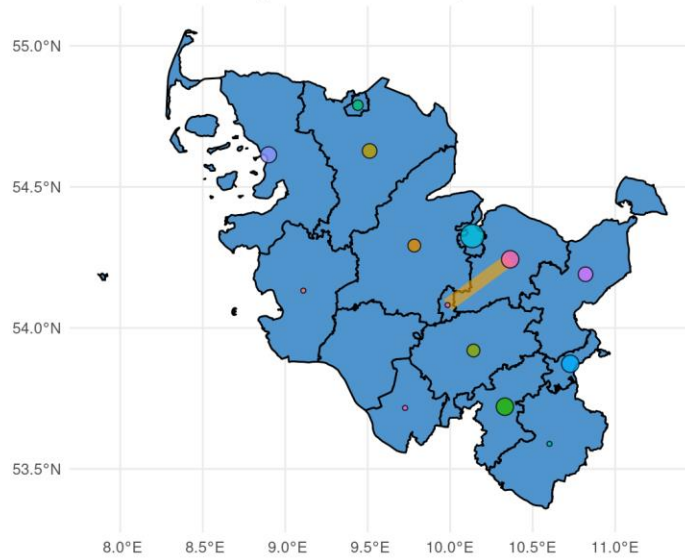


N = 38			
	Kreis	Temporäres Event/Festival	Gruppe
3	Kiel, Landeshauptstadt	6	3
4	Lübeck, Hansestadt	5	4
10	Rendsburg-Eckernförde	5	10
11	Schleswig-Flensburg	5	11
2	Herzogtum Lauenburg	3	2
6	Nordfriesland	3	6
8	Pinneberg	3	8
7	Ostholstein	2	7
9	Plön	2	9
1	Dithmarschen	1	1
5	Neumünster, Stadt	1	5
12	Segeberg	1	12
13	Stormarn	1	13

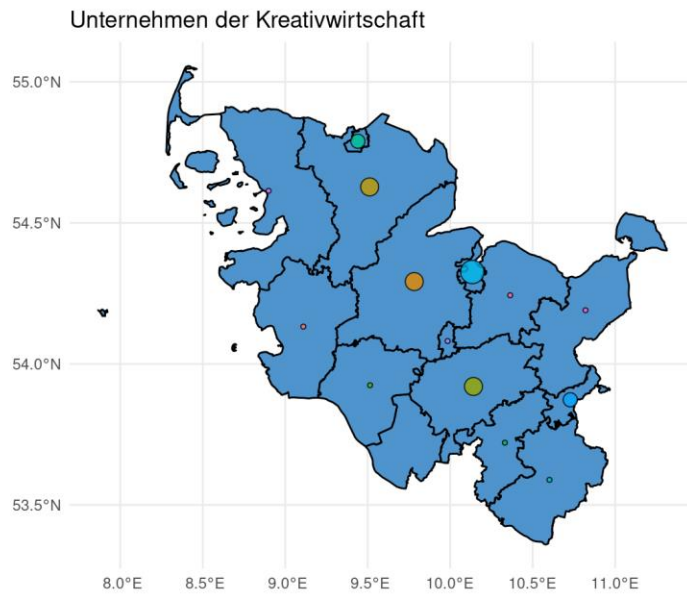


N = 145			
	Kreis	Sonstiger Bereich	Gruppe
11	Rendsburg-Eckernförde	18	11
5	Lübeck, Hansestadt	16	5
4	Kiel, Landeshauptstadt	15	4
15	Stormarn	14	15
8	Ostholstein	12	8
1	Dithmarschen	9	1
3	Herzogtum Lauenburg	9	3
7	Nordfriesland	9	7
9	Pinneberg	9	9
12	Schleswig-Flensburg	8	12
2	Flensburg, Stadt	7	2
10	Plön	7	10
13	Segeberg	6	13
6	Neumünster, Stadt	3	6
14	Steinburg	3	14

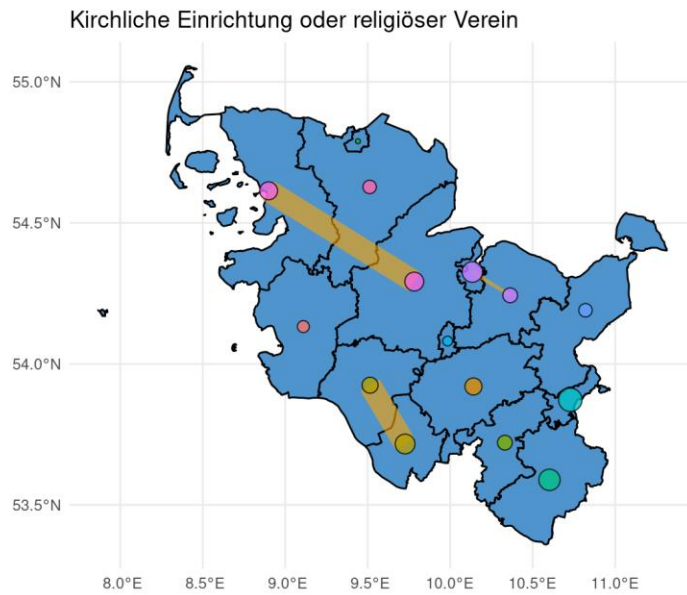
Kulturveranstalter (privatwirtschaftlich)



N = 55			
	Kreis	Kulturveranstalter (privatwirtschaftlich)	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	12	4
5	Lübeck, Hansestadt	6	5
10	Plön	6	9
14	Stormarn	6	13
7	Nordfriesland	5	6
8	Ostholstein	4	7
12	Schleswig-Flensburg	4	11
11	Rendsburg-Eckernförde	3	10
13	Segeberg	3	12
2	Flensburg, Stadt	2	2
1	Dithmarschen	1	1
3	Herzogtum Lauenburg	1	3
6	Neumünster, Stadt	1	9
9	Pinneberg	1	8



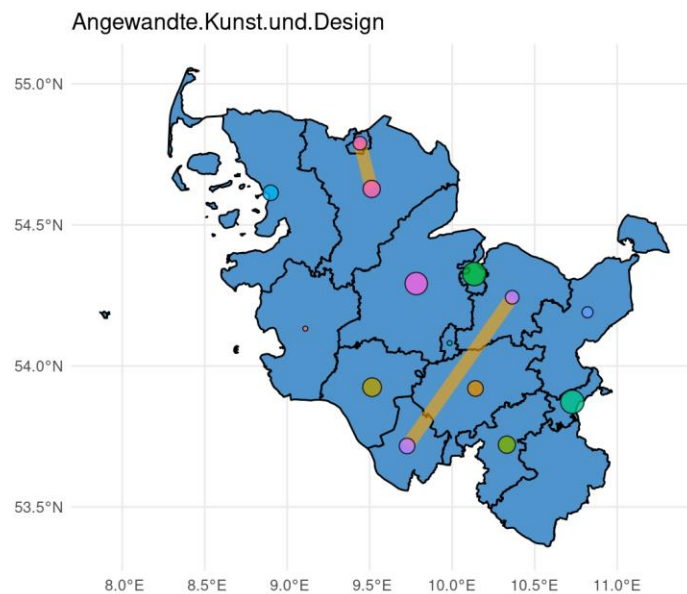
N = 26			
	Kreis	Unternehmen der Kreativwirtschaft	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	5	4
10	Rendsburg-Eckernförde	3	10
11	Schleswig-Flensburg	3	11
12	Segeberg	3	12
2	Flensburg, Stadt	2	2
5	Lübeck, Hansestadt	2	5
1	Dithmarschen	1	1
3	Herzogtum Lauenburg	1	3
6	Neumünster, Stadt	1	6
7	Nordfriesland	1	7
8	Ostholstein	1	8
9	Plön	1	9
13	Steinburg	1	13
14	Stormarn	1	14



N = 117

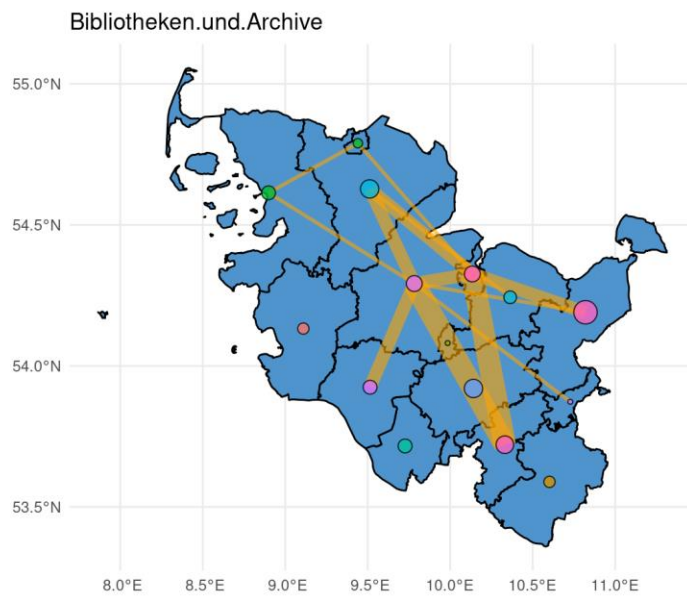
	Kreis	Kirchliche Einrichtung oder religiöser Verein	Gruppe
5	Lübeck, Hansestadt	16	4
3	Herzogtum Lauenburg	13	3
4	Kiel, Landeshauptstadt	12	7
9	Pinneberg	11	11
11	Rendsburg-Eckernförde	10	8
7	Nordfriesland	9	8
13	Segeberg	8	10
14	Steinburg	7	11
10	Plön	6	7
15	Stormarn	6	12
8	Ostholstein	5	6
12	Schleswig-Flensburg	5	9
1	Dithmarschen	4	1
6	Neumünster, Stadt	3	5
2	Flensburg, Stadt	2	2

7.1.2 Subnetzwerk der Sparten

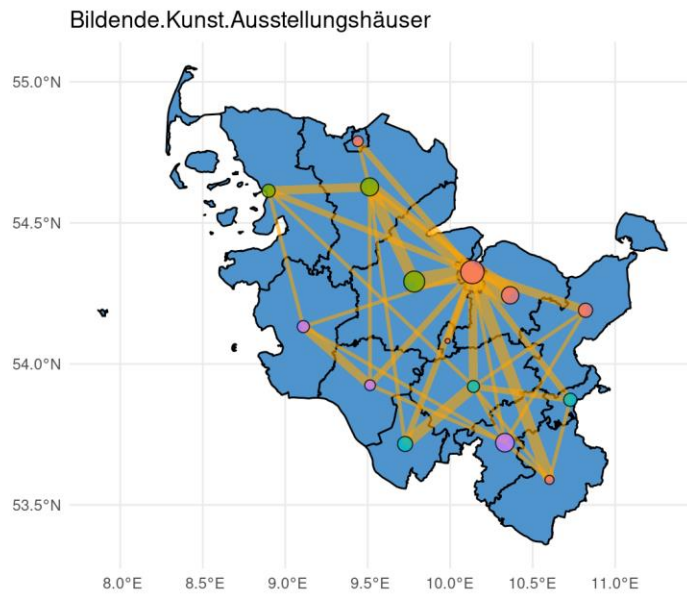


N = 67

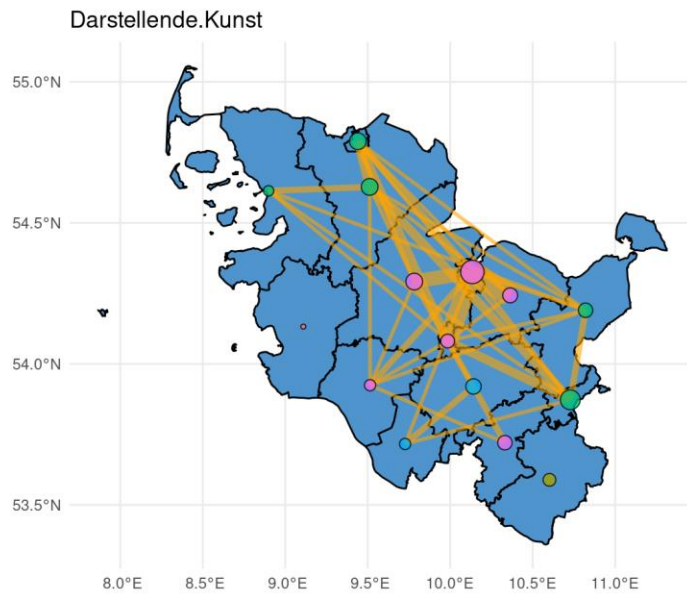
	Kreis	Angewandte Kunst und Design	Gruppe
3	Kiel, Landeshauptstadt	10	2
4	Lübeck, Hansestadt	10	3
10	Rendsburg-Eckernförde	9	8
13	Steinburg	6	11
11	Schleswig-Flensburg	5	9
14	Stormarn	5	12
6	Nordfriesland	4	5
8	Pinneberg	4	7
12	Segeberg	4	10
2	Flensburg, Stadt	3	9
9	Plön	3	7
7	Ostholstein	2	6
1	Dithmarschen	1	1
5	Neumünster, Stadt	1	4



N = 90			
	Kreis	Bibliotheken und Archive	Gruppe
8	Ostholstein	18	9
12	Schleswig-Flensburg	10	6
13	Segeberg	10	7
15	Stormarn	9	9
4	Kiel, Landeshauptstadt	7	9
11	Rendsburg-Eckernförde	7	8
7	Nordfriesland	5	4
9	Pinneberg	5	5
14	Steinburg	5	8
10	Plön	4	6
1	Dithmarschen	3	1
3	Herzogtum Lauenburg	3	2
2	Flensburg, Stadt	2	4
5	Lübeck, Hansestadt	1	8
6	Neumünster, Stadt	1	3

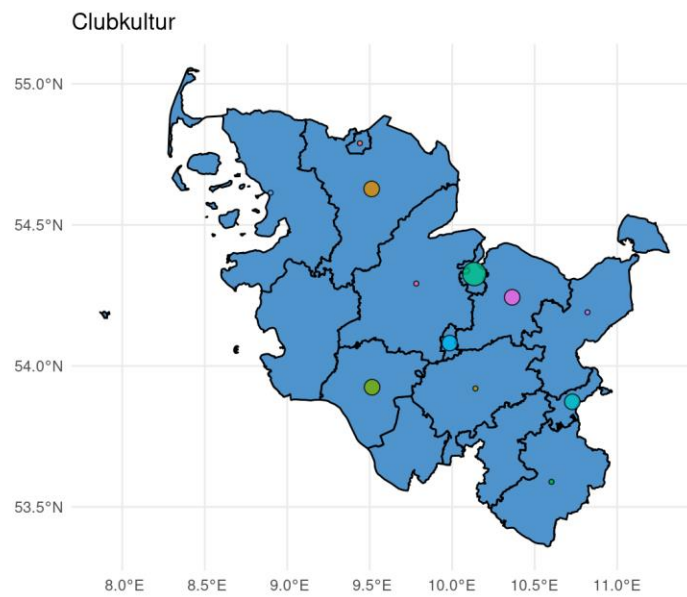


N = 185			
	Kreis	Bildende Kunst & Ausstellungshäuser	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	26	1
11	Rendsburg-Eckernförde	21	2
15	Stormarn	17	4
12	Schleswig-Flensburg	16	2
10	Plön	15	1
9	Pinneberg	12	3
8	Ostholstein	11	1
5	Lübeck, Hansestadt	10	3
7	Nordfriesland	10	2
1	Dithmarschen	9	4
13	Segeberg	9	3
2	Flensburg, Stadt	8	1
14	Steinburg	8	4
3	Herzogtum Lauenburg	7	1
6	Neumünster, Stadt	6	1

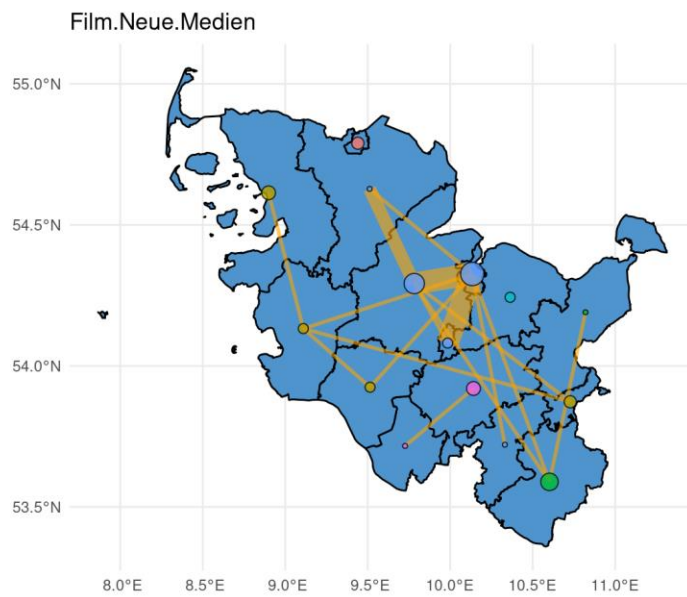


N = 192

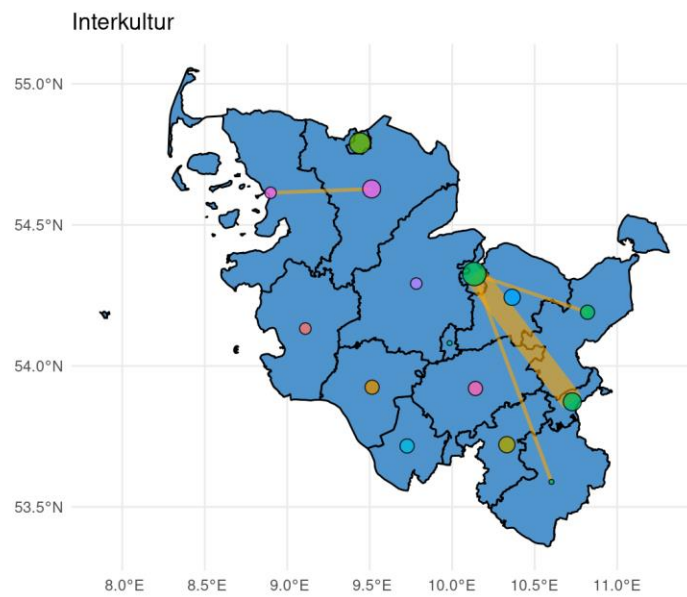
	Kreis	Darstellende Kunst	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	36	5
5	Lübeck, Hansestadt	24	3
2	Flensburg, Stadt	16	3
11	Rendsburg-Eckernförde	16	5
12	Schleswig-Flensburg	16	3
13	Segeberg	13	4
10	Plön	12	5
8	Ostholstein	11	3
15	Stormarn	11	5
6	Neumünster, Stadt	10	5
3	Herzogtum Lauenburg	8	2
9	Pinneberg	6	4
14	Steinburg	6	5
7	Nordfriesland	5	3
1	Dithmarschen	2	1



N = 20			
	Kreis	Clubkultur	Gruppe
3	Kiel, Landeshauptstadt	4	3
4	Lübeck, Hansestadt	2	4
5	Neumünster, Stadt	2	5
8	Plön	2	8
10	Schleswig-Flensburg	2	10
12	Steinburg	2	12
1	Flensburg, Stadt	1	1
2	Herzogtum Lauenburg	1	2
6	Nordfriesland	1	6
7	Ostholstein	1	7
9	Rendsburg-Eckernförde	1	9
11	Segeberg	1	11

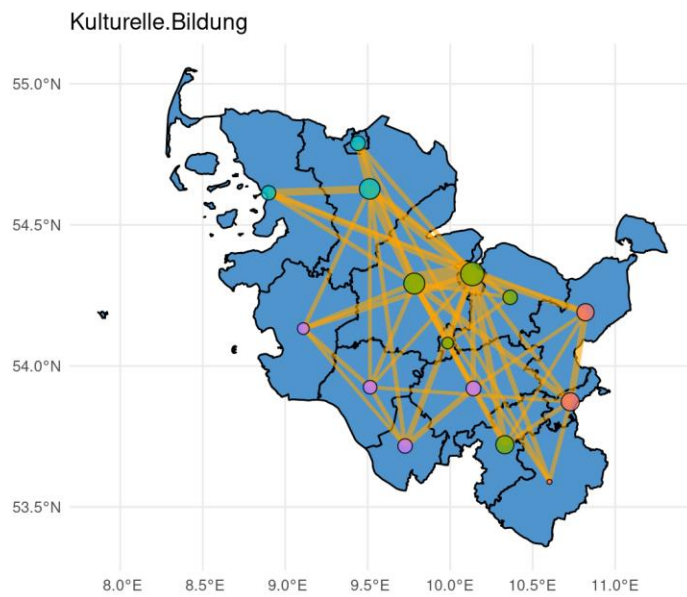


N = 72			
	Kreis	Film & Neue Medien	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	15	5
11	Rendsburg-Eckernförde	11	5
3	Herzogtum Lauenburg	8	3
7	Nordfriesland	5	2
13	Segeberg	5	6
2	Flensburg, Stadt	4	1
5	Lübeck, Hansestadt	4	2
1	Dithmarschen	3	2
6	Neumünster, Stadt	3	5
10	Plön	3	4
14	Steinburg	3	2
8	Ostholstein	2	3
9	Pinneberg	2	6
12	Schleswig-Flensburg	2	5
15	Stormarn	2	5

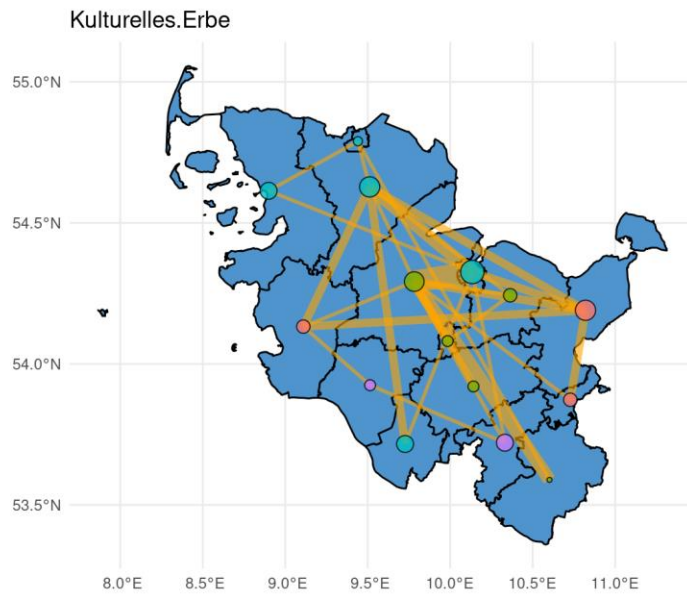


N = 54

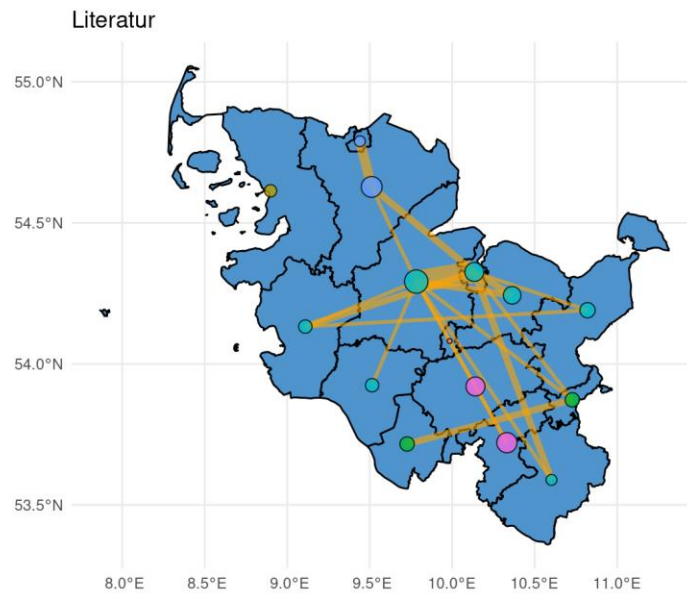
	Kreis	Interkultur	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	9	3
2	Flensburg, Stadt	7	2
5	Lübeck, Hansestadt	5	3
12	Schleswig-Flensburg	5	8
10	Plön	4	6
15	Stormarn	4	11
8	Ostholstein	3	3
9	Pinneberg	3	5
13	Segeberg	3	9
14	Steinburg	3	10
1	Dithmarschen	2	1
7	Nordfriesland	2	8
11	Rendsburg-Eckernförde	2	7
3	Herzogtum Lauenburg	1	3
6	Neumünster, Stadt	1	4



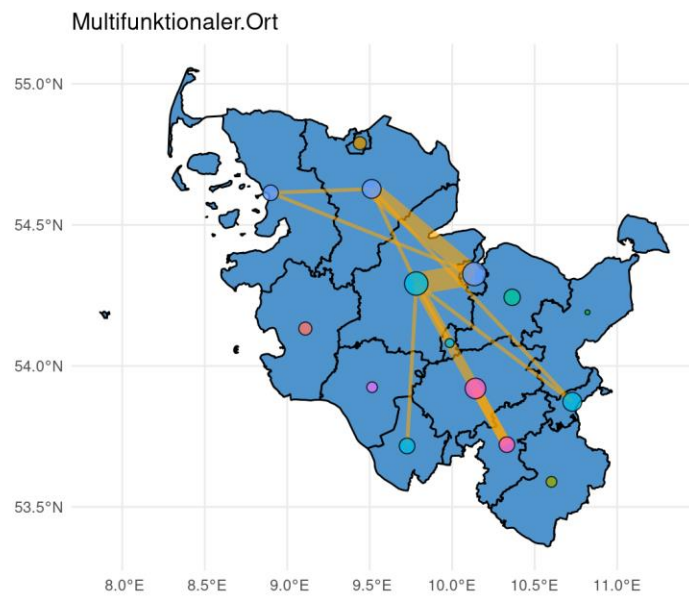
N = 396			
	Kreis	Kulturelle Bildung	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	54	2
11	Rendsburg-Eckernförde	43	2
12	Schleswig-Flensburg	41	3
5	Lübeck, Hansestadt	32	1
15	Stormarn	32	2
8	Ostholstein	29	1
2	Flensburg, Stadt	22	3
13	Segeberg	22	4
7	Nordfriesland	21	3
9	Pinneberg	21	4
10	Plön	21	2
14	Steinburg	19	4
1	Dithmarschen	15	4
6	Neumünster, Stadt	15	2
3	Herzogtum Lauenburg	9	1



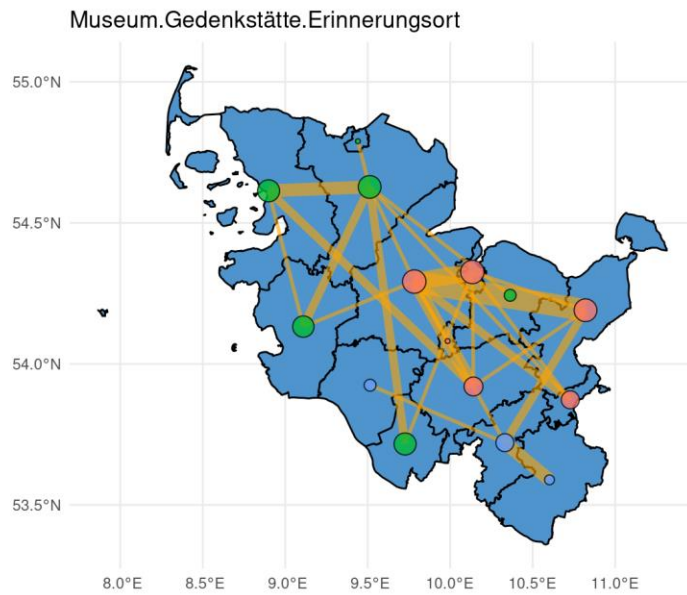
N = 145			
	Kreis	Kulturelles Erbe	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	22	3
8	Ostholstein	16	1
12	Schleswig-Flensburg	16	3
11	Rendsburg-Eckernförde	15	2
7	Nordfriesland	11	3
9	Pinneberg	11	3
15	Stormarn	11	4
1	Dithmarschen	7	1
5	Lübeck, Hansestadt	7	1
10	Plön	7	2
6	Neumünster, Stadt	5	2
13	Segeberg	5	2
14	Steinburg	5	4
2	Flensburg, Stadt	4	3
3	Herzogtum Lauenburg	3	2



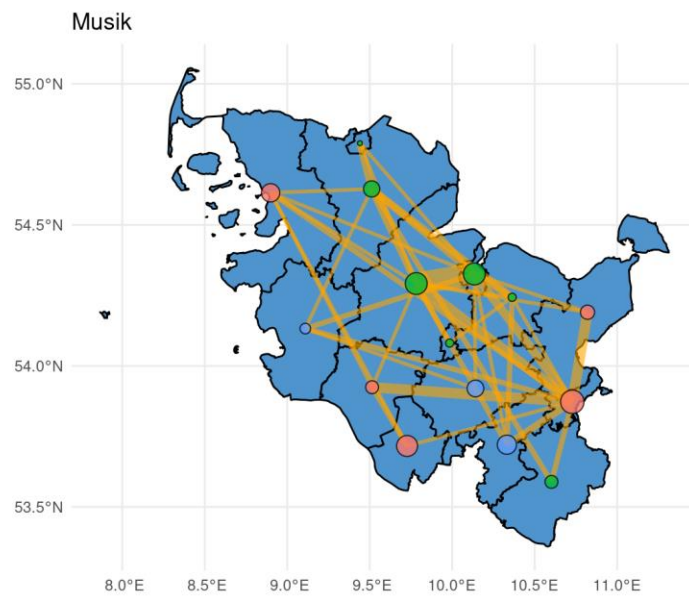
N = 138			
	Kreis	Literatur	Gruppe
11	Rendsburg-Eckernförde	21	4
12	Schleswig-Flensburg	16	5
15	Stormarn	15	6
4	Kiel, Landeshauptstadt	13	4
13	Segeberg	13	6
10	Plön	11	4
8	Ostholstein	8	4
5	Lübeck, Hansestadt	7	3
9	Pinneberg	7	3
1	Dithmarschen	6	4
14	Steinburg	6	4
7	Nordfriesland	5	2
2	Flensburg, Stadt	4	5
3	Herzogtum Lauenburg	4	4
6	Neumünster, Stadt	2	1



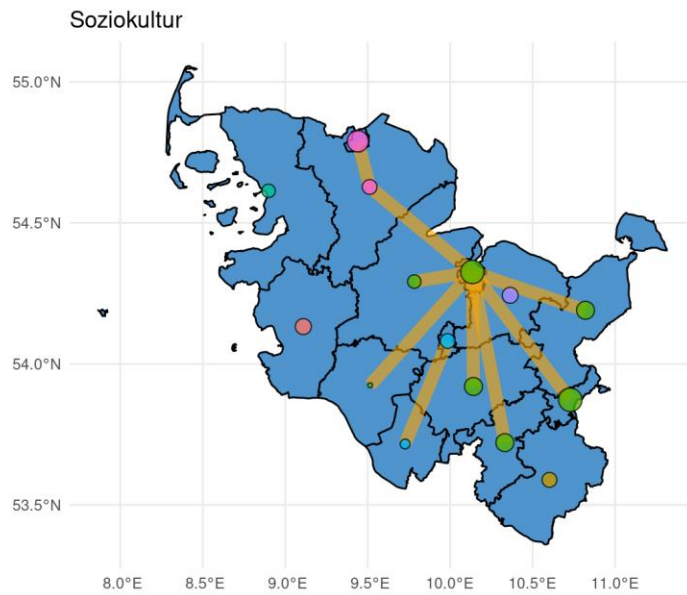
N = 168			
	Kreis	Multifunktionaler Ort	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	24	7
11	Rendsburg-Eckernförde	24	6
13	Segeberg	18	9
5	Lübeck, Hansestadt	15	6
12	Schleswig-Flensburg	15	7
10	Plön	11	5
7	Nordfriesland	10	7
9	Pinneberg	10	6
15	Stormarn	10	9
1	Dithmarschen	7	1
2	Flensburg, Stadt	7	2
3	Herzogtum Lauenburg	5	3
14	Steinburg	5	8
6	Neumünster, Stadt	4	6
8	Ostholstein	3	4



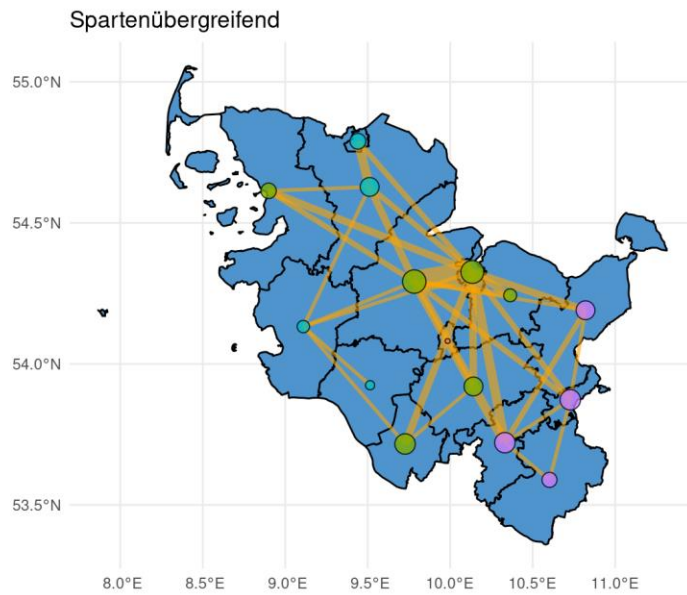
N = 146			
	Kreis	Museum, Gedenkstätte, Erinnerungsort	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	16	1
11	Rendsburg-Eckernförde	16	1
8	Ostholstein	15	1
12	Schleswig-Flensburg	15	2
7	Nordfriesland	14	2
9	Pinneberg	14	2
1	Dithmarschen	13	2
13	Segeberg	10	1
5	Lübeck, Hansestadt	9	1
15	Stormarn	9	3
10	Plön	4	2
14	Steinburg	4	3
3	Herzogtum Lauenburg	3	3
2	Flensburg, Stadt	2	2
6	Neumünster, Stadt	2	1



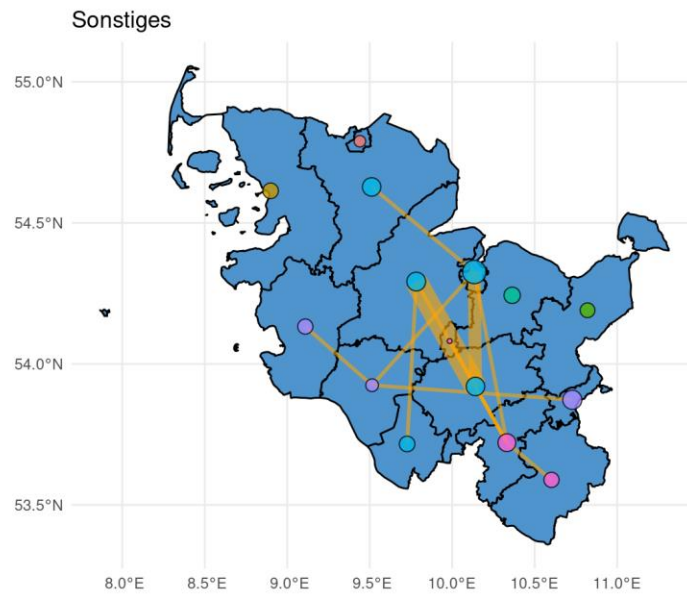
N = 316			
	Kreis	Musik	Gruppe
5	Lübeck, Hansestadt	40	1
4	Kiel, Landeshauptstadt	35	2
11	Rendsburg-Eckernförde	35	2
9	Pinneberg	32	1
15	Stormarn	27	3
7	Nordfriesland	25	1
13	Segeberg	21	3
12	Schleswig-Flensburg	20	2
8	Ostholstein	16	1
3	Herzogtum Lauenburg	14	2
14	Steinburg	14	1
1	Dithmarschen	11	3
6	Neumünster, Stadt	9	2
10	Plön	9	2
2	Flensburg, Stadt	8	2



N = 104			
	Kreis	Soziokultur	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	15	3
5	Lübeck, Hansestadt	15	3
2	Flensburg, Stadt	12	7
8	Ostholstein	8	3
13	Segeberg	8	3
15	Stormarn	8	3
1	Dithmarschen	6	1
10	Plön	6	6
3	Herzogtum Lauenburg	5	2
6	Neumünster, Stadt	5	5
12	Schleswig-Flensburg	5	7
7	Nordfriesland	4	4
11	Rendsburg-Eckernförde	4	3
9	Pinneberg	2	5
14	Steinburg	1	3



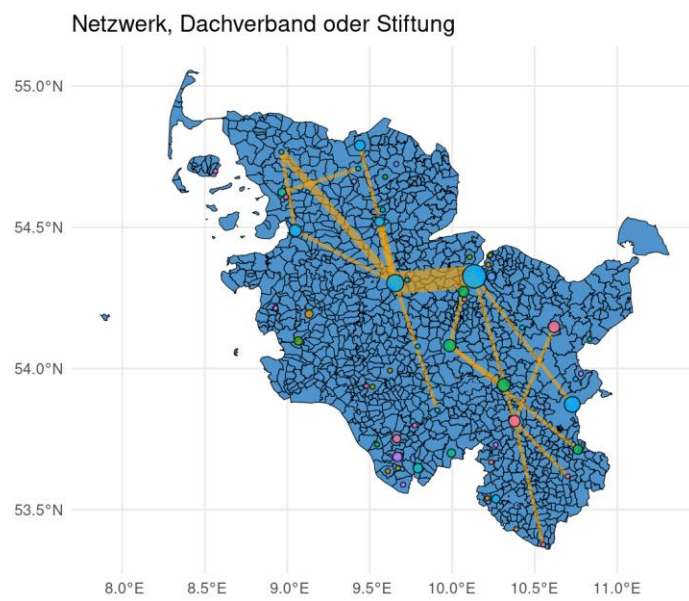
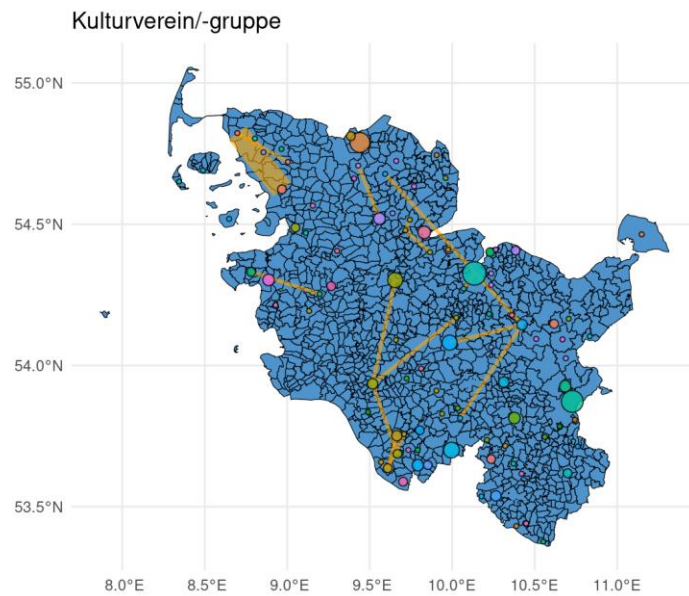
N = 354			
	Kreis	Spartenübergreifend	Gruppe
11	Rendsburg-Eckernförde	43	2
4	Kiel, Landeshauptstadt	41	2
5	Lübeck, Hansestadt	32	4
9	Pinneberg	32	2
15	Stormarn	32	4
8	Ostholstein	27	4
12	Schleswig-Flensburg	27	3
13	Segeberg	27	2
2	Flensburg, Stadt	19	3
7	Nordfriesland	18	2
3	Herzogtum Lauenburg	17	4
10	Plön	13	2
1	Dithmarschen	12	3
14	Steinburg	8	3
6	Neumünster, Stadt	6	1



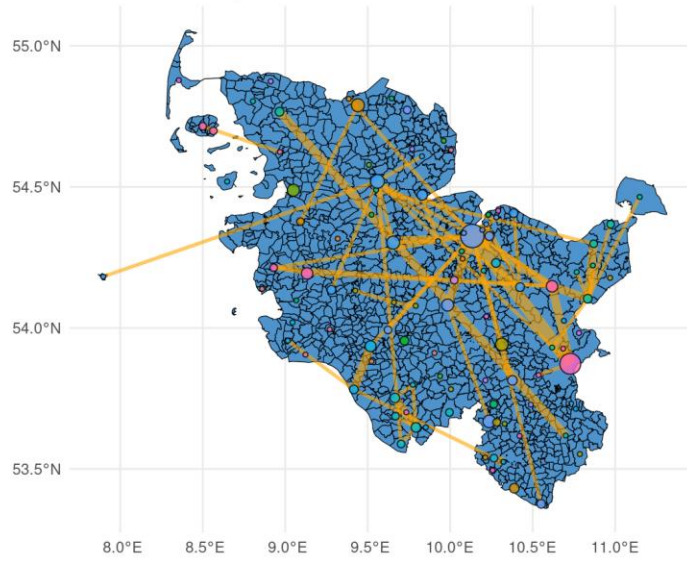
N = 293			
	Kreis	Sonstiges	Gruppe
4	Kiel, Landeshauptstadt	43	5
5	Lübeck, Hansestadt	27	6
11	Rendsburg-Eckernförde	26	5
12	Schleswig-Flensburg	25	5
13	Segeberg	25	5
15	Stormarn	23	7
10	Plön	19	4
7	Nordfriesland	17	2
9	Pinneberg	17	5
1	Dithmarschen	16	6
3	Herzogtum Lauenburg	16	7
8	Ostholstein	15	3
14	Steinburg	11	6
2	Flensburg, Stadt	9	1
6	Neumünster, Stadt	4	7

7.2 Aggregierte Karten von Subnetzwerken (Gemeindeebene)

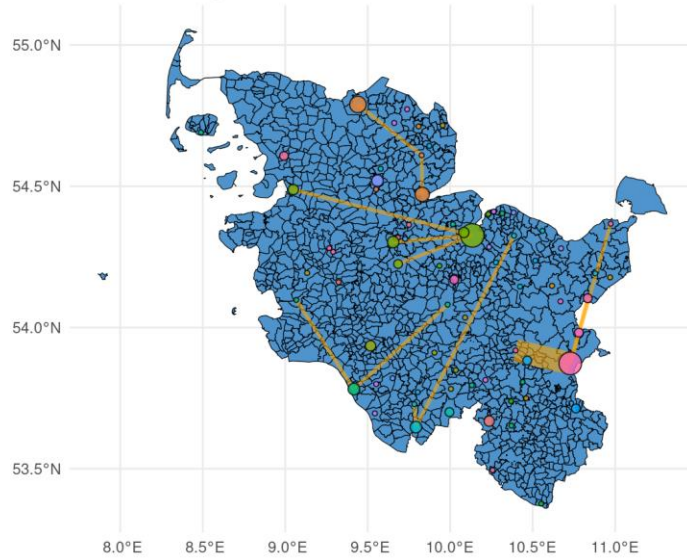
7.2.1 Subnetzwerk der Akteurstypen



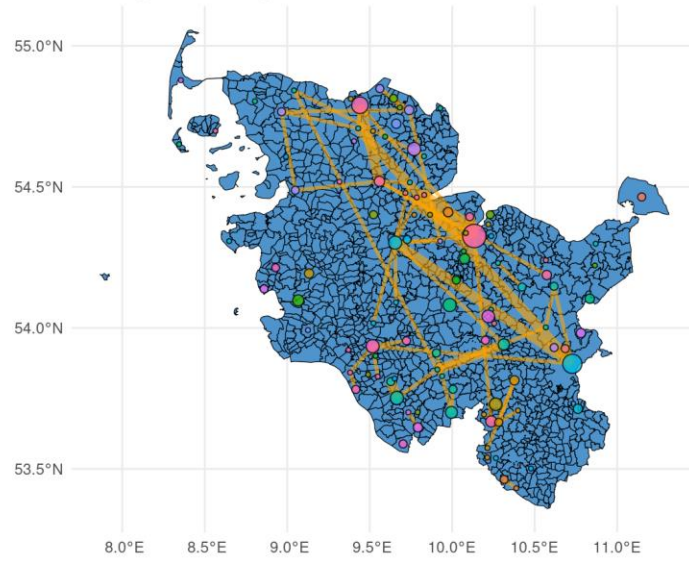
Kultureinrichtung



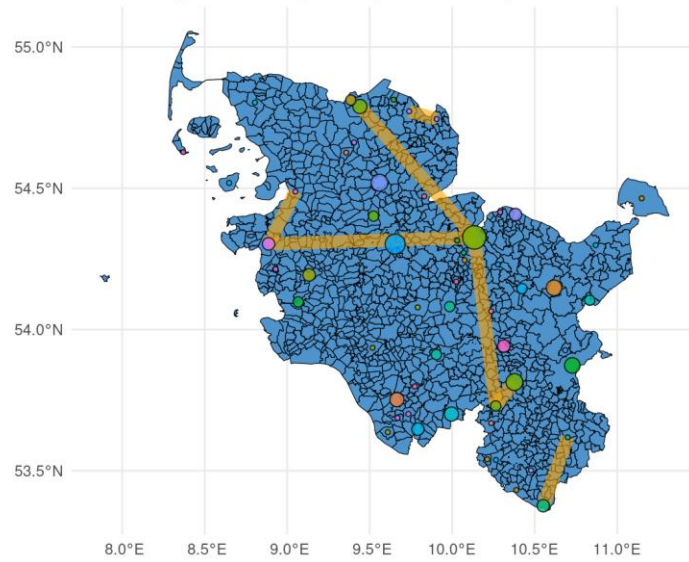
Individuell tätige/-r Künstler/-in



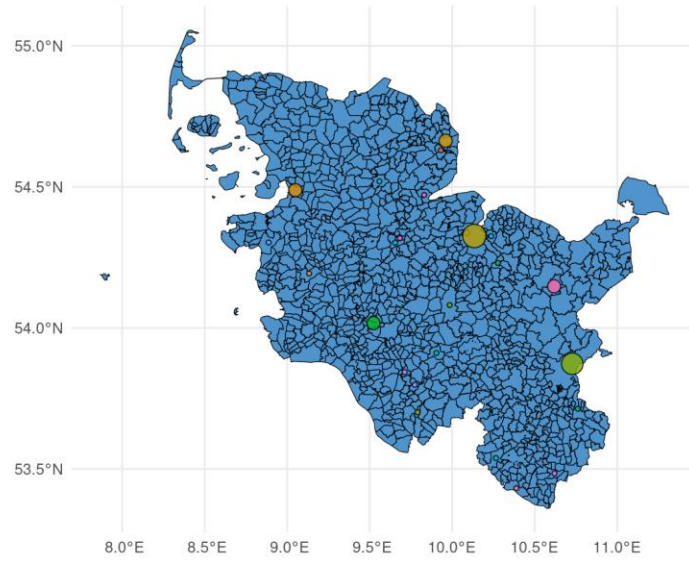
Bildungseinrichtung



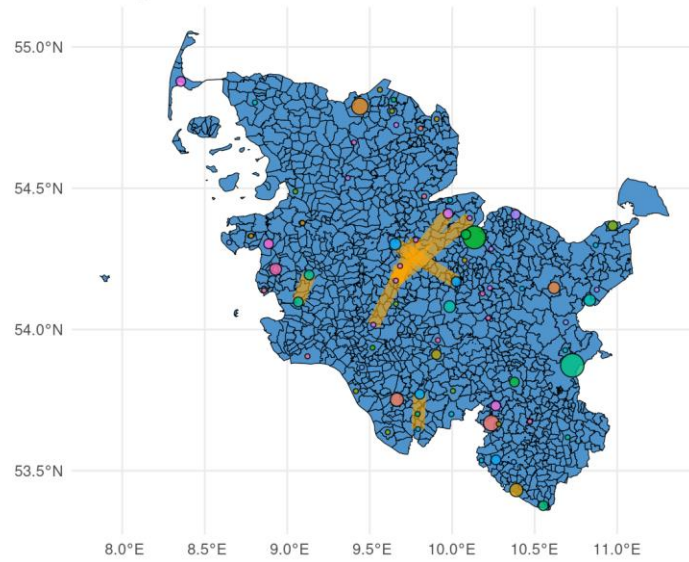
Verwaltungseinrichtung oder politische Organisation



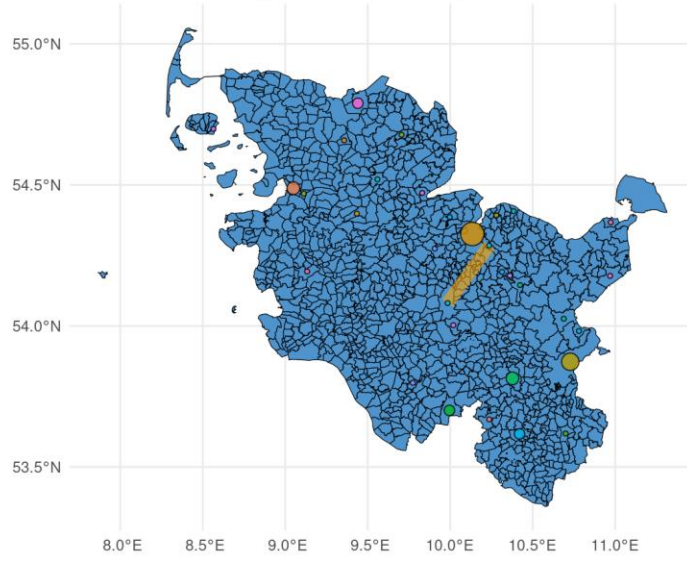
Temporäres Event/Festival



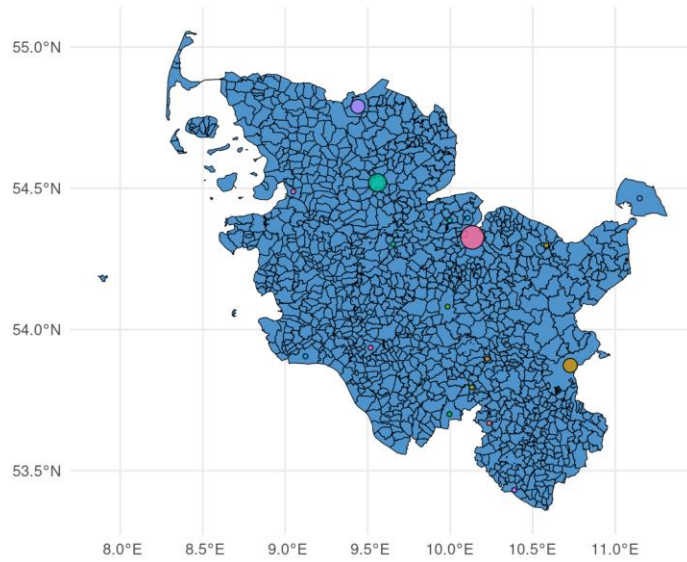
Sonstiger Bereich



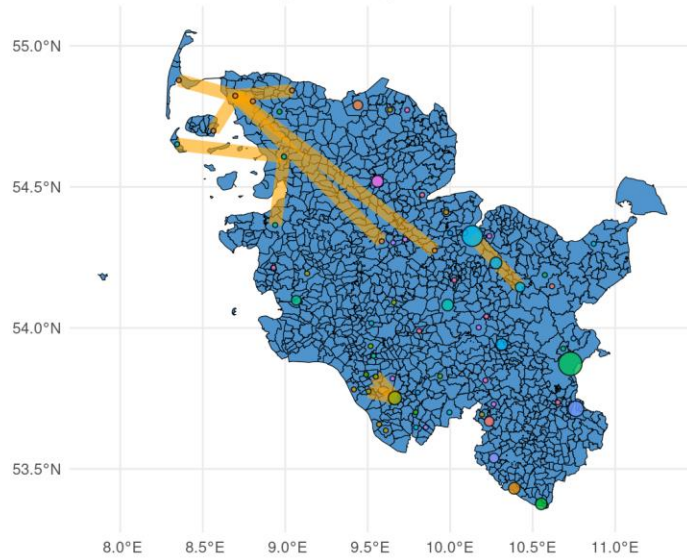
Kulturveranstalter (privatwirtschaftlich)



Unternehmen der Kreativwirtschaft

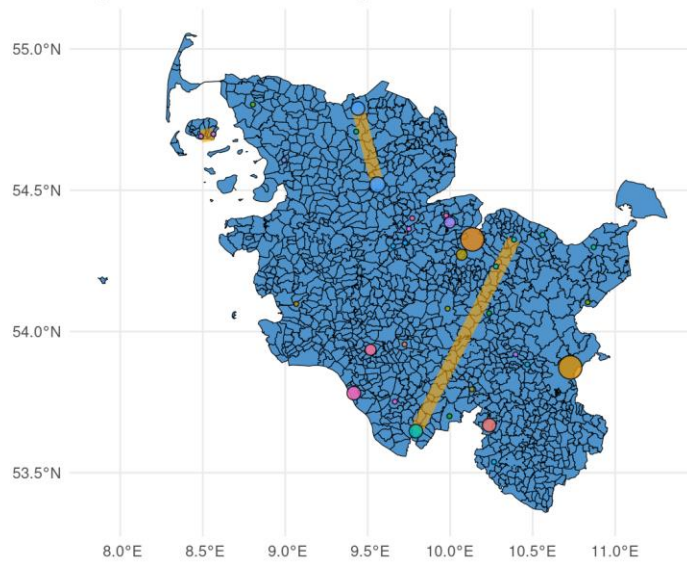


Kirchliche Einrichtung oder religiöser Verein

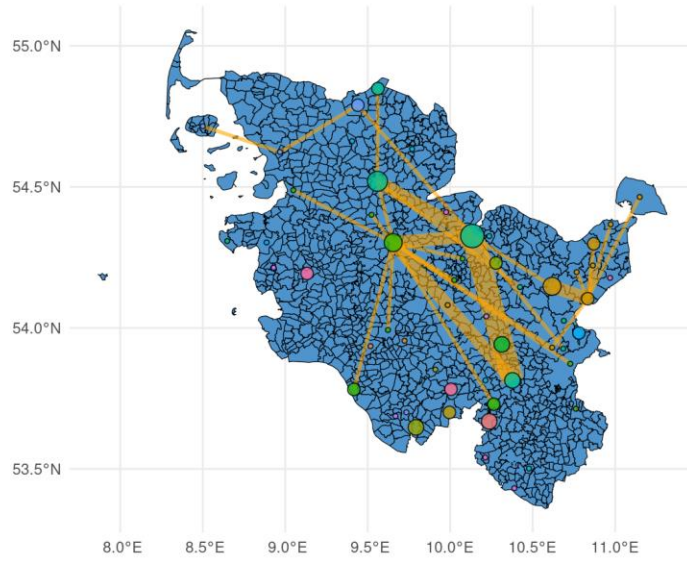


7.2.2 Subnetzwerk der Sparten

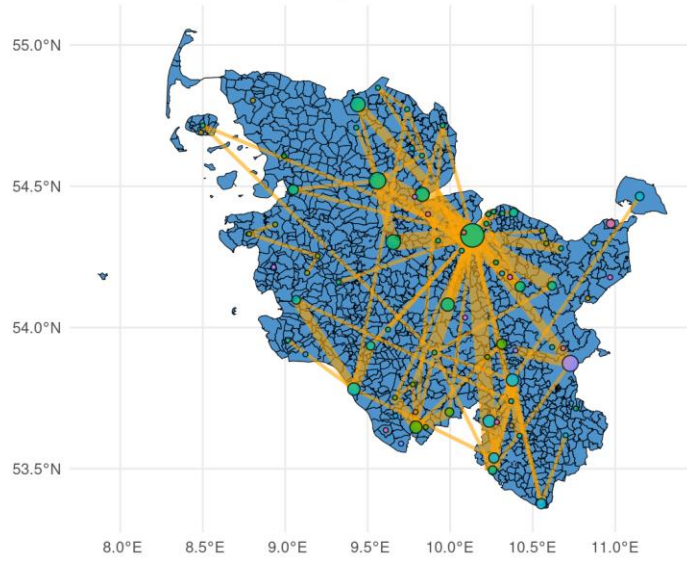
Angewandte Kunst und Design



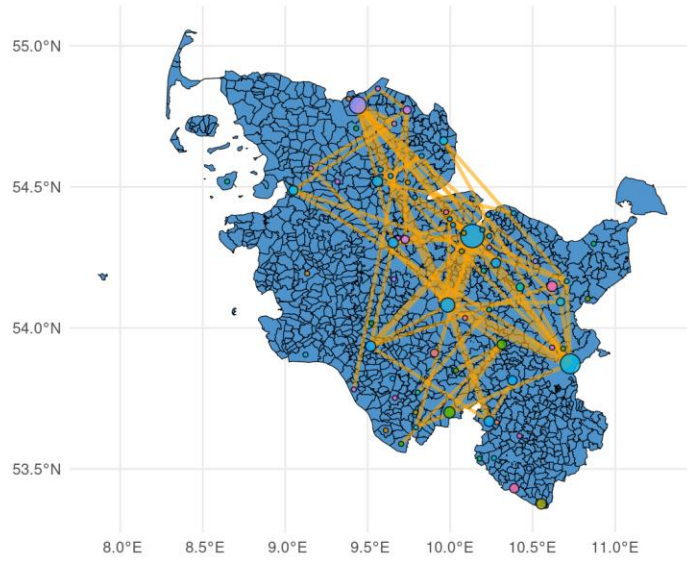
Bibliotheken.und.Archive



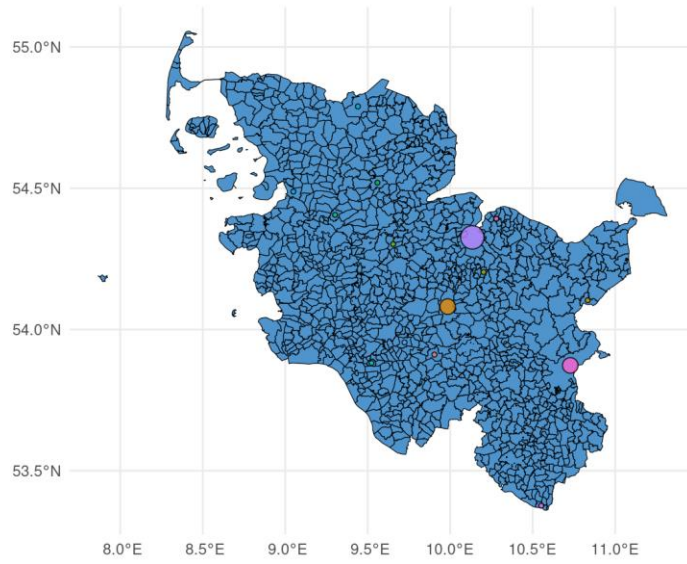
Bildende.Kunst.Ausstellungshäuser



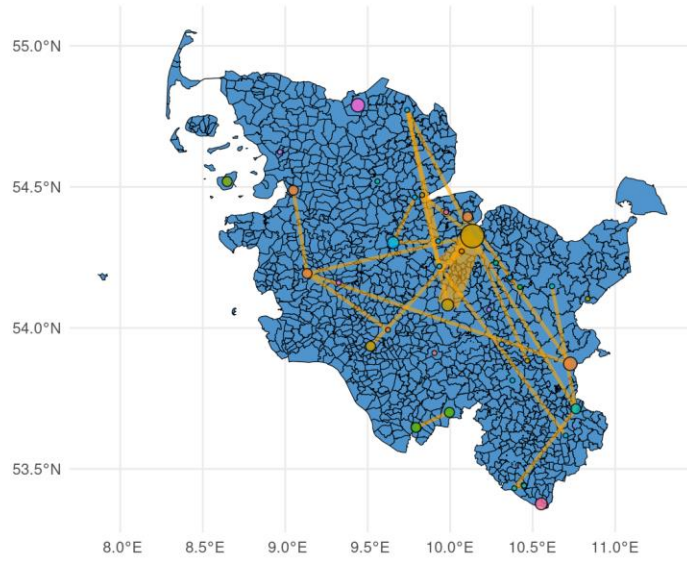
Darstellende.Kunst



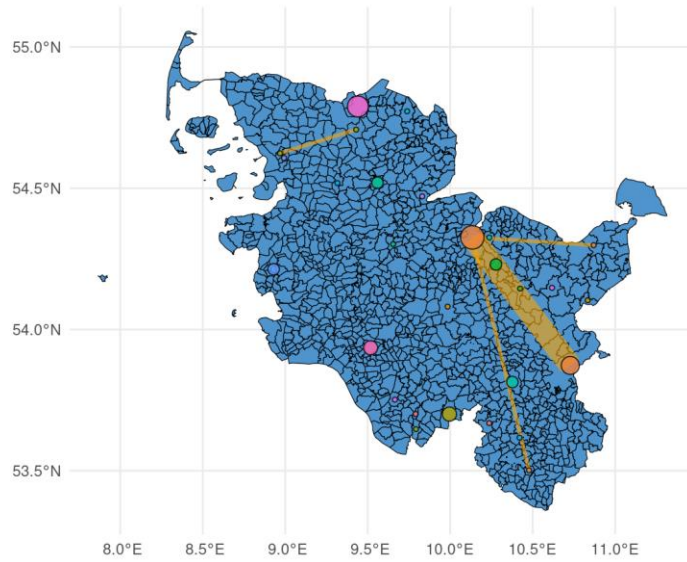
Clubkultur



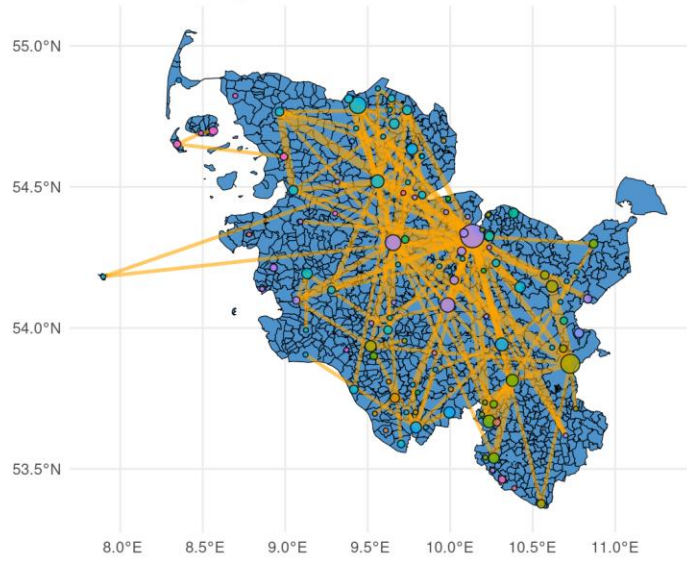
Film.Neue.Medien



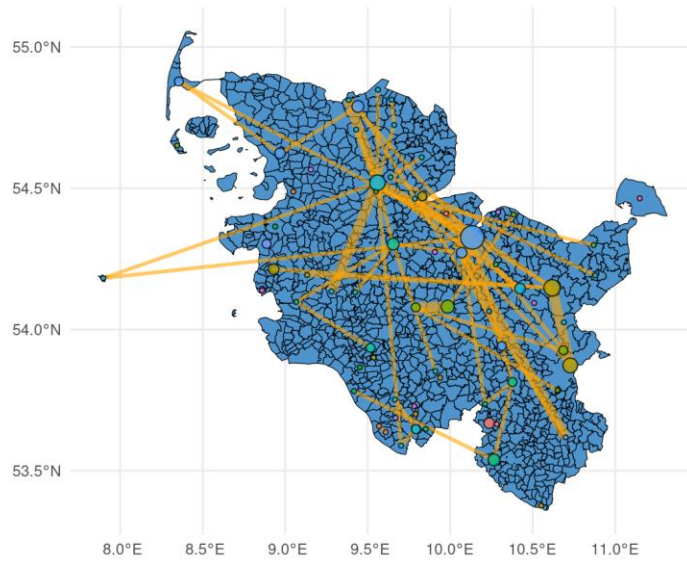
Interkultur



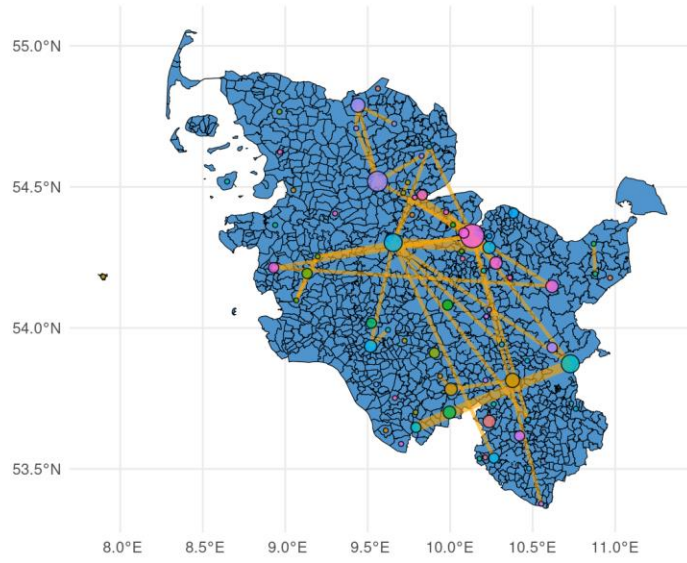
Kulturelle.Bildung



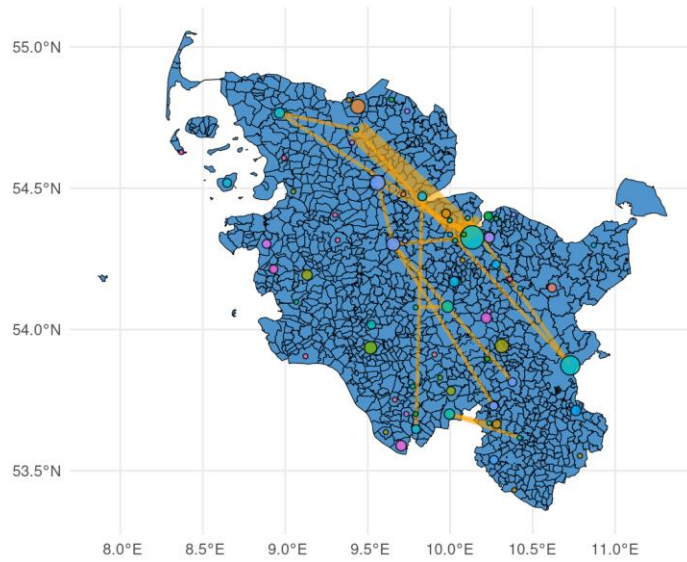
Kulturelles.Erbe



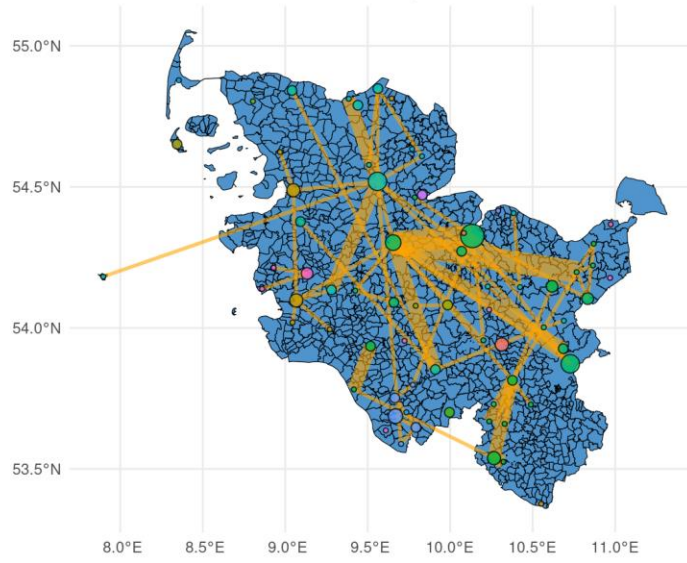
Literatur



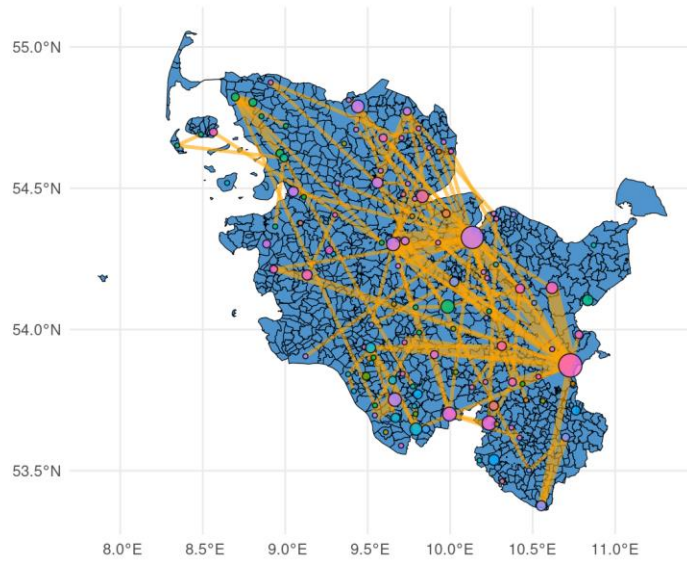
Multifunktionaler.Ort



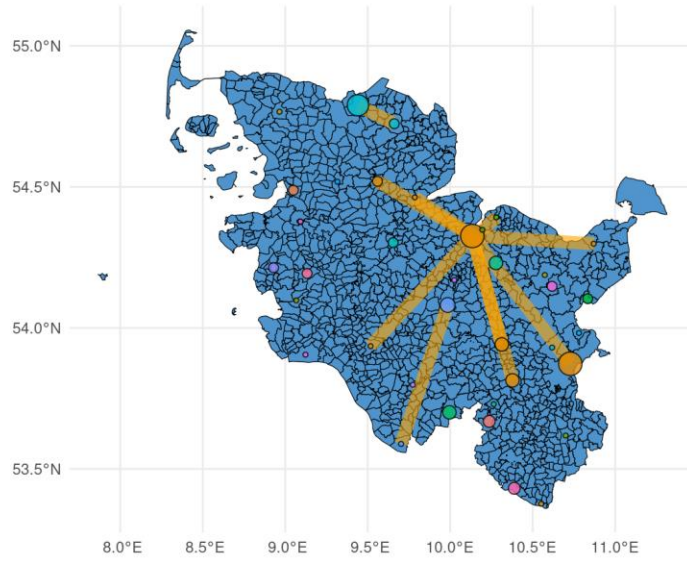
Museum.Gedenkstätte.Erinnerungsort



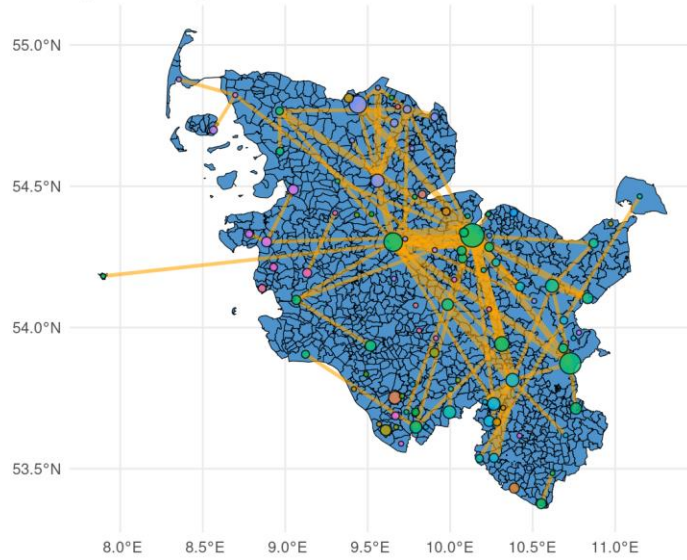
Musik

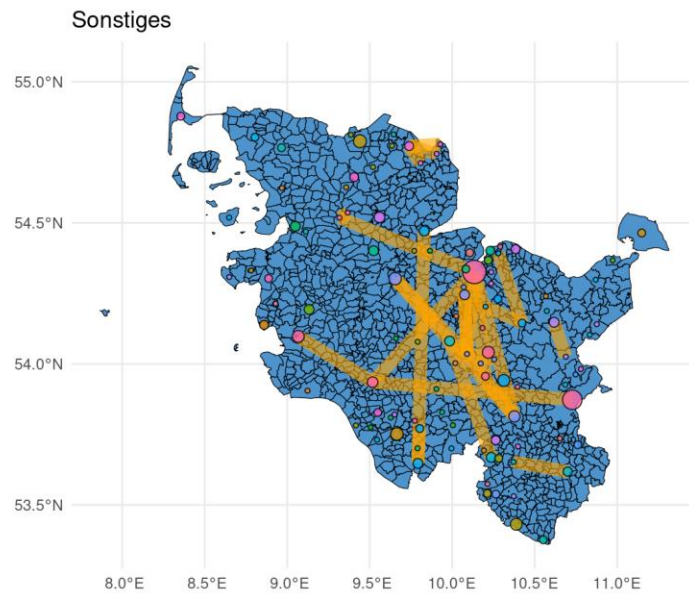


Soziokultur



Spartenübergreifend





Quellenverzeichnis

Przyborski, Aglaja; Wohlrab-Sahr, Monika (Hrsg) (2014): Qualitative Sozialforschung. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.

Weiterführende Literatur

Föhl, P. S. & Peper, R. (2014): Transformationsprozesse benötigen neue methodische Ansätze – Einsatz einer Netzwerkanalyse bei der Erarbeitung einer Kulturentwicklungskonzeption. Kulturpolitische Mitteilungen, Nr. 147, IV/2014.

Föhl, Patrick S.; Wolfram, Gernot; Peper, Robert (2016): Cultural Managers as 'Masters of Interspaces' in Transformation Processes – a Network Theory Perspective, in: Journal of Cultural Management. Arts, Economics, Policy, Vol. 2 2016/1, S. 17-49.

Kirchberg, Volker & Peper, Robert (2019): Macht und Potenzial: Eine explorative Netzwerkanalyse der Akteur*innen nachhaltiger Stadtentwicklung. In: Sacha Kagan, Volker Kirchberg, Ursula Weisenfeld: Stadt als Möglichkeitsraum – Experimentierfelder einer urbanen Nachhaltigkeit, Bielefeld: Transcript Verlag.

Peper, Robert (2016 a): Netzwerke in kulturpolitischen Veränderungsprozessen. Eine Analyse am Beispiel der Stiftung Historische Museen Hamburg, Wiesbaden: Springer-Verlag.

Peper, R. (2016 b): Die Netzwerkanalyse als neue Methode in der Kulturpolitikforschung. In: Jahrbuch für Kulturpolitik 2015/16, Bielefeld: Transcript Verlag.

Peper, R. (2019): Cultural Governance in der Großstadt am Beispiel Hamburgs. In: Martin Tröndle & Claudia Steigerwald (Hg.): Anthologie Kulturpolitik – Einführende Beiträge zu Geschichte, Funktionen und Diskursen der Kulturpolitikforschung, Bielefeld: Transcript Verlag.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Prozesse der Kulturentwicklung im Jahr 2021	9
Abbildung 2: Herkunft der Befragten nach Landkreis. N = 753.	12
Abbildung 3: Herkunft der Befragten nach Landkreis auf einer Schleswig-Holstein-Karte. N = 753.	13
Abbildung 4: Herkunft der Befragten nach Gemeinde. N = 753.	14
Abbildung 5: Anteile der Akteursgruppen. N = 753.	15
Abbildung 6: Anteile der Kultursparten. N = 753. Mehrfachnennungen waren möglich.	17
Abbildung 7: Anteile der Akteursgruppen an den Kultursparten. N = 753. Mehrfachnennungen waren möglich.	17
Abbildung 8: Anteile verschiedener Trägerschaften. N = 753.	18
Abbildung 9: Anteile der Zielgruppen. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.	19
Abbildung 10: Anteile der Akteursgruppen an den Nennungen verschiedener Zielgruppen. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.	20
Abbildung 11: Nutzung von Teilhabe erleichternden Tools im Arbeitsalltag. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.	23
Abbildung 12: Anteile von Akteursgruppen bei der Nutzung von Teilhabe erleichternden Tools im Arbeitsalltag. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.	23
Abbildung 13: Zukünftige Handlungsfelder zur Stärkung der Teilhabe aus Sicht der Befragten. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.	25
Abbildung 14: Anteile von Akteursgruppen an den Nennungen zukünftiger Handlungsfelder zur Stärkung der Teilhabe. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.	25
Abbildung 15: Gegenwärtige Nutzung digitaler Medien und Techniken. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.	27
Abbildung 16: Anteile von Akteursgruppen an den Nennungen gegenwärtiger Nutzung digitaler Medien und Techniken. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.	27
Abbildung 17: Gewünschte Expertise in unterschiedlichen Bereichen. N=602.	30
Abbildung 18: Anzahl von befragten Akteur/-innen mit Kooperationen. N = 619.	37
Abbildung 19: Häufigkeit der Nennung verschiedener Anzahlen von Kooperationsbeziehungen. N = 753.	39
Abbildung 20: Werteverteilung nach Akteursart.	40
Abbildung 21: Herkunftsbundesländer der genannten Kooperationspartner/-innen. N = 1.817.	41
Abbildung 22: Verteilung der Kulturkooperationen nach Bundesländern auf einer Deutschlandkarte.	42
Abbildung 23: Herkunftsstädte der genannten Kooperationspartner/-innen. N = 1.817.	43
Abbildung 24: Verteilung der Herkunftsgemeinden der nationalen Kooperationspartner/-innen auf einer Deutschlandkarte.	44

Abbildung 25: Verteilung der Kooperationspartner/-innen nach Landkreisen und kreisfreien Städten Schleswig-Holsteins. N = 1.321	45
Abbildung 26: Verteilung der Kooperationspartner/-innen nach Landkreisen und kreisfreien Städten auf einer Karte Schleswig-Holsteins. N = 1.321	46
Abbildung 27: Verteilung der Kooperationspartner/-innen nach Gemeinden Schleswig-Holsteins. N = 1.321	47
Abbildung 28: Verteilung der Kooperationspartner/-innen nach Gemeinden auf einer Karte Schleswig-Holsteins. N = 1.321	48
Abbildung 29: Herkunftsländer der Kooperationspartner*innen. N = 128.	49
Abbildung 30: Herkunftsländer der Kooperationspartner*innen auf einer Weltkarte. N = 128.	50
Abbildung 31: Herkunftsländer der Kooperationspartner*innen mit Fokus auf Europa. N = 128.	51
Abbildung 32: Häufigkeitsverteilung der Akteursart der genannten Kooperationspartner/-innen. N = 1.945	52
Abbildung 33: Sparten und Tätigkeitsfelder, in denen die Kooperationspartner/-innen aktiv sind. N = 1.945, keine Mehrfachnennungen möglich.	53
Abbildung 34: Beweggründe für Kooperation. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.	55
Abbildung 35: Hauptkomponente des Kooperationsnetzwerks Schleswig-Holsteins. N = 1.305	60
Abbildung 36: Einrichtungen mit dem höchsten Degree (Kooperationsbeziehungen insgesamt). N = 1.305	61
Abbildung 37: Einrichtungen mit dem höchsten In-Degree (meiste eingehende Beziehungen). N = 1.305.	62
Abbildung 38: Visualisierung der Closeness-Centrality (Erreichbarkeit). N = 1.305	64
Abbildung 39: Einrichtungen mit der höchsten Betweenness-Centrality (Schnittstellen-Potenzial). N = 1.305.	65
Abbildung 40: Einrichtungen mit Brückenfunktion (Burt's constraint). N = 1.305.	67
Abbildung 41: Vernetzung nach Einrichtungstyp (aggregiert).	69
Abbildung 42: Heatmap (Dichte)	70
Abbildung 43: Vernetzung der kreisfreien Städte und Landkreise (aggregiert und mit farblicher Hervorhebung von Communities).	71
Abbildung 44: Vernetzung der kreisfreien Städte und Landkreise	72
Abbildung 45: Netzwerkgruppierungen der Kreise auf einer Karte	73
Abbildung 46: Vernetzung der Gemeinden (aggregiert und mit farblicher Hervorhebung von Communities)	74
Abbildung 47: Vernetzung der Gemeinden.	75
Abbildung 48: Netzwerkgruppierungen der Gemeinden auf einer Karte	76
Abbildung 49: Top 10 Kulturnetzwerke und Verbände	77
Abbildung 50: Von den Befragten genannte Wunschpartner/-innen für die Zukunft	78
Abbildung 51: Inhaltliche Themenfelder. N=542.	79

Abbildung 52: Bildung. N=542.	81
Abbildung 53: Soziale Ausrichtung der Institution. N=542.	83
Abbildung 54: Ziele eines regelmäßigen Austauschs. N=495.	91
Abbildung 55: Wortwolke mit den am häufigsten genannten Begriffen auf die Frage nach Themen der Corona-Pandemie (N = 6.942).	98
Abbildung 56: Wortwolke mit den am häufigsten genannten Begriffen auf die Frage nach Themen- und Handlungsfeldern zukunftsorientierter Kulturentwicklung (N = 5.674).	99
Abbildung 57: Wortwolke mit den am häufigsten genannten Begriffen auf die Frage nach gesellschaftlicher Relevanz von Kunst und Kultur (N = 7.315).	101

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Rücklauf der Studie. N = 6.417.....	11
Tabelle 2: Herkunft der Befragten nach Landkreis. N = 753.....	11
Tabelle 3: Herkunft der Befragten nach Gemeinde. N = 753.....	13
Tabelle 4: Anteile der Akteursgruppen. N = 753.	15
Tabelle 5: Anteile der Kultursparten. N = 753. Mehrfachnennungen waren möglich.....	16
Tabelle 6: Anteile verschiedener Trägerschaften. N = 753.	18
Tabelle 7: Anteile der Zielgruppen. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.....	19
Tabelle 8: Nutzung von Teilhabe erleichternden Tools im Arbeitsalltag. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.	22
Tabelle 9: Zukünftige Handlungsfelder zur Stärkung der Teilhabe aus Sicht der Befragten. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.	24
Tabelle 10: Gegenwärtige Nutzung digitaler Medien und Techniken. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.	26
Tabelle 11: Schwerpunkthemen der digitalen Transformation. N=602.....	28
Tabelle 12: Der Bedarf an Personal. N=602.	29
Tabelle 13: Weiterbildung. N=602.	31
Tabelle 14: Der Bedarf an Hardware. N=602.	32
Tabelle 15: Der Bedarf an Software. N=602.	33
Tabelle 16: Befragte, die über nationale oder internationale Kooperationen verfügen. N = 753.....	36
Tabelle 17: Höhe des Anteils derjenigen, die angaben, Kooperationen mit Einrichtungen zu pflegen, an folgenden Gruppen. N = 619.....	37
Tabelle 18: Kooperationsnetzwerk insgesamt. N = 1.945.....	38
Tabelle 19: Zusammenfassung der Werteverteilung nach Akteursart.....	39
Tabelle 20: Herkunftsbundesländer der genannten Kooperationspartner/-innen. N = 1.817.....	41
Tabelle 21: Herkunftsstädte der genannten Kooperationspartner/-innen. N = 1.817.	43
Tabelle 22: Verteilung der Kooperationspartner/-innen nach Landkreisen und kreisfreien Städten Schleswig-Holsteins. N = 1.321.	45
Tabelle 23: Verteilung der Kooperationspartner/-innen nach Gemeinden Schleswig- Holsteins. N = 1.321.....	47
Tabelle 24: Herkunftsländer der Kooperationspartner*innen. N = 128.	49
Tabelle 25: Häufigkeitsverteilung der Akteursart der genannten Kooperationspartner/- innen. N = 1.945.....	52
Tabelle 26: Sparten und Tätigkeitsfelder, in denen die Kooperationspartner/-innen aktiv sind. N = 1.945, keine Mehrfachnennungen möglich.....	53
Tabelle 27: Beweggründe für Kooperation. N = 753, Mehrfachnennungen waren möglich.	55
Tabelle 28: Zentrale Begriffe der Netzwerkanalyse	58

Tabelle 29: Einrichtungen mit dem höchsten Degree (Kooperationsbeziehungen insgesamt). N = 1.305.....	61
Tabelle 30: Einrichtungen mit dem höchsten In-Degree (meiste eingehende Beziehungen). N = 1.305.	63
Tabelle 31: Einrichtungen mit der höchsten Closeness-Centrality (Erreichbarkeit). N = 1.305.....	64
Tabelle 32: Einrichtungen mit der höchsten Betweenness-Centrality (Schnittstellen-Potenzial). N = 1.305.	66
Tabelle 33: Einrichtungen mit Brückenfunktion (Burt's constraint). N = 1.305.	68
Tabelle 34: Schwerpunktthemen der Kooperation. N=542.....	79
Tabelle 35: Nutzung von Räumen. N=542.	84
Tabelle 36: Durchführung von Kooperationsprojekten.....	85
Tabelle 37: Funktionen und Inhalte einer digitalen Austauschplattform	92
Tabelle 38: Die am häufigsten genannten Begriffen auf die Frage nach Themen der Corona-Pandemie (N = 6.942).....	97
Tabelle 39: Die am häufigsten genannten Begriffen auf die Frage nach Themen- und Handlungsfeldern zukunftsorientierter Kulturentwicklung (N = 5.674).	99
Tabelle 40: Die am häufigsten genannten Begriffen auf die Frage nach gesellschaftlicher Relevanz von Kunst und Kultur (N = 7.315).....	100

im Auftrag von

in Zusammenarbeit mit



**NETZWERK KULTURBERATUNG
NETWORK FOR CULTURAL CONSULTING**

Herzlich willkommen zur Befragung zum Thema Kulturentwicklung in Schleswig-Holstein!

Wir laden Sie zur Mitwirkung ein. Das Land Schleswig-Holstein arbeitet an einer thematischen Strukturierung und Fokussierung der Kulturpolitik mit der Perspektive 2030.

Mit Ihrer Hilfe wollen wir im laufenden Kulturdialog Themen ausleuchten und eine Netzwerkanalyse der Kulturkooperationen erstellen. Daraus sollen Ziele und Maßnahmen zur langfristigen Stärkung des Kulturbereichs entwickelt werden. Spätestens durch die Corona-Pandemie und ihre absehbaren Auswirkungen liegt die Dringlichkeit auf der Hand.

Bitte nehmen Sie sich ca. 30 bis 45 Minuten Zeit, um an der Umfrage teilzunehmen. Der Fragebogen ist umfangreich, da er Impulse zur Weiterentwicklung bzw. zum Wandel geben soll.

Hinweis zum Zwischenspeichern: Ihre Eingaben werden – sobald Sie die Befragung gestartet haben – automatisch zwischengespeichert. Sie können die Befragung unterbrechen und zu einem späteren Zeitpunkt fortsetzen. Hierzu speichern Sie den Link aus der Adressleiste Ihres Browsers als Lesezeichen ab und rufen die Seite zu einem anderen Zeitpunkt wieder auf.

Fragen beantwortet Ihnen Benjamin Hanke vom Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein (kulturdialog@bimi.landsh.de).

Vielen Dank für Ihre wertvolle Mitarbeit!

Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein
Referat Kulturentwicklung und Religionsangelegenheiten
Ansprechpartner: Benjamin Hanke
Telefon: +49 431 988-1707
E-Mail: kulturdialog@bimi.landsh.de

Bei Fragen zur Erhebung senden Sie eine E-Mail an kulturdialog@bimi.landsh.de

Hinweis: Für den Forschungsbericht und damit verbundene Publikationen des Landes werden Ihre Angaben überwiegend anonymisiert und in zusammengefasster Form dargestellt, so dass die Antworten nicht auf Ihre Einrichtung oder Sie im Einzelnen zurückzuführen sind.

- Ich habe die Hinweise zum Datenschutz (pdf) gelesen und willige ein, dass die im Fragebogen gemachten Angaben ausgewertet und in einem Abschlussbericht veröffentlicht werden.

Geografische Darstellung: Neben der inhaltlichen Abfrage Ihrer Einschätzungen zu den Themen Teilhabe, Digitalisierung und Kooperation ist die Erstellung von Landkarten ein weiteres Ziel dieser Erhebung. Auf diesen statischen Karten, die in den Forschungsbericht (als Print- und als PDF-Version) integriert werden, möchten wir – sofern Sie Ihr Einverständnis dazu unten erteilen – Ihre Einrichtung bzw., wenn Sie als Einzelperson künstlerisch tätig sind, Sie persönlich ggf. mit Namen und Standort abbilden. Auch soll die Vernetzung mit Ihren wichtigsten Kooperationspartner/-innen visualisiert werden. Die Teilnahme an der Kartierung ist freiwillig und keine Voraussetzung für die Beantwortung des Fragebogens.

Für die Harmonisierung der Namen (sprich: Entfernung von Dubletten) und die Kartierung der Befragten sowie der von Ihnen genannten Kooperationspartner/-innen nutzen wir Google Maps. Namen und Adressen werden von Google Maps geo-codiert, indem diese Daten in die dafür vorgesehene Eingabemaske von Google eingetippt werden. Nach erfolgter Harmonisierung und Standortbestimmung erfolgt eine Darstellung auf Kartenmaterial des freien Projektes OpenStreetMap. An diesen Anbieter werden keine Daten übermittelt.

Es werden keine personenbezogenen Daten veröffentlicht, wenn dem nicht ausdrücklich zugestimmt wird (siehe unten).

Bitte kreuzen Sie hier Zutreffendes an:

Wenn sie eine Einrichtung repräsentieren:

- Ich willige ein, dass der Standort meiner Einrichtung (ohne Ausweisung ihres Namens) verwendet wird, um auf statischen Abbildungen und Karten eine Verortung der Schleswig-Holsteinischen Kulturakteure vorzunehmen, inklusive ihrer Vernetzung. (optional)
- Ich willige weiterhin ein, dass der Name meiner Einrichtung (auch in Verbindung mit dem Standort) in statischen Abbildungen und Karten erscheint. (optional)

Wenn Sie den Fragebogen als Einzelperson (z.B. als Künstler/-in) beantworten:

- Ich willige ein, dass mein Standort (ohne Ausweisung meines Vor- und Zunamens) verwendet wird, um auf statischen Abbildungen und Karten eine Verortung der Schleswig-Holsteinischen Kulturakteure vorzunehmen, inklusive ihrer Vernetzung. (optional)
- Ich willige weiterhin ein, dass mein Vor- und Zuname (auch in Verbindung mit meinem Standort) in statischen Abbildungen und Karten erscheint. (optional)

Verantwortlich für den Datenschutz ist das Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur.

Der Datenschutzbeauftragte des MBWK und der nachgeordneten Dienststellen der Kulturabteilung kann per E-Mail erreicht werden:

DatenschutzbeauftragterMinisterium@bimi.landsh.de

Bei Fragen zur Erhebung senden Sie eine E-Mail an kulturdialog@bimi.landsh.de

Vielen Dank für die Teilnahme an unserer Studie!

Der Fragebogen besteht aus drei Teilen:

TEIL 1: ANGABEN FÜR DIE BESTANDSAUFNAHME

TEIL 2: KULTURELLE TEILHABE, DIGITALISIERUNG UND KOOPERATION

TEIL 3: IHRE THEMEN- UND HANDLUNGSFELDER ZUKUNFTSFÄHIGER
KULTURENTWICKLUNG

IHRE BASISDATEN

Bitte tragen Sie nachstehend den Namen der Einrichtung ein, die Sie repräsentieren. Wenn Sie keine Einrichtung vertreten, sondern individuell künstlerisch tätig sind, tragen Sie bitte einfach Ihren Vor- und Zunamen in das Feld ein.

Falls Sie mehrere Rollen bzw. Funktionen im Kulturbereich Schleswig-Holsteins innehaben, dann beantworten Sie den Fragebogen bitte aus der Perspektive Ihrer Haupttätigkeit.

Name der Einrichtung (oder, wenn Sie Künstler/-in sind, Ihr Name)

(Bitte verwenden Sie hier die offizielle Schreibweise der Einrichtung gemäß Impressum)

Für Einrichtungen: Ansprechpartner/-in für Rückfragen (optional)

Bitte tragen Sie in den folgenden Adressfeldern die Anschrift Ihrer Einrichtung ein. Wenn Sie keine Einrichtung repräsentieren, dann tragen Sie bitte die Anschrift des Ortes (entweder Privatadresse oder Einsatzort, z.B. Atelier, Galerie usw.) ein, an dem Sie schwerpunktmäßig tätig sind.

Straße

Hausnummer

PLZ

Ort

Adresszusatz (optional)

E-Mail-Adresse (optional)

Homepage / Website (optional)

Telefonnummer (optional)

Danke für Ihre Beteiligung an unserer landesweiten Erhebung.

Wir beginnen nun mit dem ersten Teil – der Bestandsaufnahme. Um die Sichtbarkeit unserer kulturellen Infrastruktur zu erhöhen, möchten wir als erstes einige Basisinformationen abfragen.

TEIL 1: IHRE ANGABEN FÜR DIE BESTANDSAUFNAHME

Welche Bezeichnung trifft auf Sie oder Ihre Einrichtung am besten zu?

Treffen mehrere zu, wählen Sie bitte die Bezeichnung, der Sie sich in Ihrer (Kultur-)Arbeit am stärksten verbunden fühlen.

Es sind keine Mehrfachnennungen möglich.

Bildungseinrichtung

z.B. Grundschule, Gymnasium, Jugendkunstschule, Kita, Kunsthochschule, Musikschule, Tanzschule, Universität, Volkshochschule

Individuell tätige/-r Künstler/-in

z.B. aus dem Bereich Angewandte Kunst (einschließlich Design und Mode), Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Film- und Medienkunst, Kleinkunst, Literatur, Musik

Kirchliche Einrichtung oder religiöser Verein

z.B. evangelisch-lutherisch oder katholisch, freikirchlich, orthodox, jüdisch, muslimisch

Kultureinrichtung

z.B. Archäologische Stätte, Archiv, Ausstellungsraum, Bibliothek, Denkmal, Freizeit-/Bürgerzentrum, Galerie, Garten & Park, Gedenkstätte, Jugendclub, Kino, Konzerthaus, Kulturzentrum, Künstlerhaus, Literaturhaus, Museum, Opernhaus, Schauspielhaus, Schloss, Soziokulturelles Zentrum/Stadtteilzentrum, Theater- und/oder Tanz-Produktionshaus

Kulturveranstalter (privatwirtschaftlich)

z.B. Clubs, Kulturcafés, Veranstaltungsbüros

Kulturverein/-gruppe

z.B. Chor, Geschichtswerkstatt, Heimatverein, Kunstverein, Musikgruppe/Band, Orchester, Tanzgruppe, Theatergruppe, Trachtenverein

Netzwerk, Dachverband oder Stiftung

z.B. Freundeskreis, Kunstkollektiv, Museumsverbund, Kulturstiftung

Verwaltungseinrichtung oder politische Organisation

z.B. Kulturamt/Kulturbüro/Fachbereich Kultur, Denkmalschutzbehörde, Kreisheimatpflege, Kreisjugendring, Stadtplanungsamt, Partei

Temporäres Event/Festival

z.B. Open-Air-Veranstaltung, Literaturtage, Musikfestival, Stadtfest/Stadtteilfest

Unternehmen der Kreativwirtschaft

z.B. Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Darstellende Künste, Architekturmarkt, Designwirtschaft, Pressemarkt, Werbemarkt, Software/Spiele-Industrie

Sonstiger Bereich

Bitte tragen Sie hier Ihre genaue Bezeichnung ein!

In welcher Sparte sind Sie hauptsächlich tätig?

Mehrfachnennungen sind möglich.

Angewandte Kunst und Design

Bibliotheken und Archive

Bildende Kunst/Ausstellungshäuser

Darstellende Kunst

Clubkultur

Film/Neue Medien

Interkultur

Kulturelle Bildung

Kulturelles Erbe

Literatur

Multifunktionaler Ort

Museum/Gedenkstätte/Erinnerungsort

Musik

Soziokultur

Spartenübergreifend

Sonstiges [bitte hier eintragen!](#)

In welcher Struktur agieren Sie?

Es sind Mehrfachnennungen möglich.

in kommunaler Trägerschaft (Stadt, Gemeinde oder Kreis)

öffentlich-rechtliche Stiftung

privatrechtliche Stiftung

privat, als gemeinnützig anerkannt (Non-Profit-Organisationen, z.B. Kunstverein)

privatwirtschaftlich (Freie Künstler/-in, Einzelkaufmann, Unternehmen der Kulturproduktion und -vermittlung, z.B. Veranstaltungsagentur oder Kino)

sonstige Trägerschaft [bitte hier eintragen!](#)

Wen möchten Sie mit Ihrem Angebot vornehmlich erreichen?

Bitte nennen Sie maximal drei Zielgruppen.

- Erwachsene
- Familien/Eltern-Kind
- Kinder und Jugendliche
- (Kultur-)Touristinnen und Touristen
- Menschen mit Behinderung
- Schulklassen
- Seniorinnen und Senioren
- Zugewanderte
- Sonstige bitte hier eintragen!

Vielen Dank für Ihre Angaben zu sich bzw. Ihrer Einrichtung.

TEIL 2: KULTURELLE TEILHABE, DIGITALISIERUNG UND KOOPERATION

In dieser Befragung konzentrieren wir uns auf die Bereiche Teilhabe, digitale Transformation und Kooperation.

Bitte versetzen Sie sich bei den nächsten Fragen zu diesen Themen in Ihren Arbeitsalltag und teilen Sie uns mit, welche Maßnahmen Sie bereits umsetzen und in welchen Bereichen Sie noch stärker werden möchten. Damit geben Sie der Landesregierung wertvolle Impulse für künftige kulturpolitische Entscheidungen.

Im Sinne des Auftrags des *Zentrums für Digitalisierung und Kultur an der Landesbibliothek Schleswig-Holstein* (Link) auf Basis des „*Digitalen Masterplans Kultur für Schleswig-Holstein*“ (Link) soll die Digitalisierung nicht primär als technologische Entwicklung verstanden werden: Die digitale Transformation steht auf einem kulturellen, geistesgeschichtlichen Fundament. Zugleich wirkt sich die digitale Transformation nicht nur technisch aus: Mit ihr und durch sie ändern sich die Formen, in denen wir zusammenleben, kommunizieren, arbeiten, spielen, gestalten, denken und fühlen.

Uns ist bewusst, dass nicht alle der hier dargestellten Maßnahmen in Zeiten der Corona-Pandemie angewandt werden können. Denken Sie deshalb bei Ihrer Beantwortung bitte auch an die Zeit vor dem Ausbruch der Pandemie zurück.

KULTURELLE TEILHABE

Welche der unten genannten Bereiche haben Sie in Ihren Arbeitsalltag integriert, um Teilhabe an (Kunst- und Kultur-)Angeboten zu ermöglichen oder zu intensivieren?

Sie können alle Kategorien ankreuzen, die zutreffen. Treffen keine zu, können Sie die Frage überspringen, indem Sie auf „weiter“ klicken.

Kommunikation und Distribution	
Nutzung digitaler Medien und Apps (wie z.B. Facebook, Instagram, Twitter, YouTube)	<input type="radio"/>
Öffentlichkeitsarbeit, die auch ein kulturfernes Publikum erreicht (z.B. durch die Nutzung niedrigschwelliger Medien)	<input type="radio"/>
Rahmenbedingungen	<input type="radio"/>
Barrierefreiheit im Allgemeinen (z.B. Platzangebot für Rollifahrer/-innen, eine gute Wegbeschreibung und Ausschilderung, Gebärdensprachdolmetscher/-innen, Textversionen in Brailleschrift, barrierefreie Website)	<input type="radio"/>
Günstige oder kostenlose Angebote für bestimmte Zielgruppen	<input type="radio"/>
Kenntnis über die soziale Zusammensetzung der Nutzerinnen und Nutzer des Angebots (z.B. durch wissenschaftliche Erhebungen)	<input type="radio"/>
Neue Vermittlungsformate (z.B. über den Dialog mit den Nutzern/-innen und Partizipationsmöglichkeiten)	<input type="radio"/>
Nicht-deutschsprachige Angebote	<input type="radio"/>
Öffnungszeiten, die möglichst vielen Menschen den Zugang ermöglichen	<input type="radio"/>
Open Air- und kommunikative Events	<input type="radio"/>
Ambiente/Atmosphäre (z.B. durch die Einrichtung von Begegnungsräumen)	<input type="radio"/>
Gastronomisches Angebot (z.B. über ein vielfältiges Angebot an Gerichten für jegliche Zielgruppen)	<input type="radio"/>
Inhalte und Entwicklung des Angebots	<input type="radio"/>
Cross Over-Programme (z.B. durch den Mix verschiedener Genres, Stile und Epochen)	<input type="radio"/>
Einbindung von Vertreter/-innen unterrepräsentierter Gruppen bei der Entwicklung des Angebots	<input type="radio"/>
Personal	<input type="radio"/>
Aufwertung der Kulturvermittlung (z.B. durch entsprechende Stärkung der Zuständigkeiten)	<input type="radio"/>
Diversität des Personals, auch im Management (z.B. über Quotenregelungen)	<input type="radio"/>
Interkulturelle und transkulturelle Kompetenz der Mitarbeitenden (z.B. durch Weiterbildungsangebote)	<input type="radio"/>
Veränderung interner Strukturen	<input type="radio"/>

In welchen Bereichen möchten Sie in Zukunft noch stärker werden?

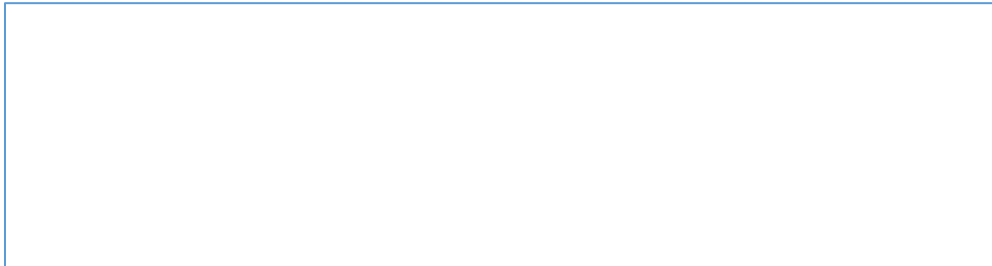
Sie können hier bis zu fünf Kategorien ankreuzen. Treffen keine zu, können Sie die Frage überspringen, indem Sie auf „weiter“ klicken.

Kommunikation und Distribution	<input type="radio"/>
Nutzung digitaler Medien und Apps	<input type="radio"/>
Öffentlichkeitsarbeit, die ein kulturfernes Publikum erreicht	<input type="radio"/>
Rahmenbedingungen	<input type="radio"/>
Barrierefreiheit im Allgemeinen	<input type="radio"/>
Günstige oder kostenlose Angebote für bestimmte Zielgruppen	<input type="radio"/>
Kenntnis über die soziale Zusammensetzung der Nutzerinnen und Nutzer des Angebots	<input type="radio"/>
Neue Vermittlungsformate	<input type="radio"/>
Nicht-deutschsprachige Angebote	<input type="radio"/>
Öffnungszeiten, die vielen Menschen den Zugang ermöglichen	<input type="radio"/>
Open Air- und kommunikative Events	<input type="radio"/>
Ambiente/Atmosphäre	<input type="radio"/>
Gastronomisches Angebot	<input type="radio"/>
Inhalte und Entwicklung des Angebots	<input type="radio"/>
Cross Over-Programme	<input type="radio"/>
Einbindung von Vertreter/-innen unterrepräsentierter Gruppen bei der Entwicklung des Angebots	<input type="radio"/>
Personal	<input type="radio"/>
Aufwertung der Kulturvermittlung	<input type="radio"/>
Diversität des Personals, auch im Management	<input type="radio"/>
Interkulturelle und transkulturelle Kompetenz der Mitarbeitenden	<input type="radio"/>
Veränderung interner Strukturen	<input type="radio"/>
	Usw.

<p>Einsatz von Apps und Tools in den Bereichen „Leichte Sprache“, Ticketing, Übersetzen, Begleitung und Orientierung</p> <p>Einsatz sozialer Medien zur Vermittlung und/oder Bewerbung von (kulturellen) Angeboten und zum Austausch mit dem (potenziellen) Publikum</p> <p>Nutzung von Diensten wie Clubhouse, Facebook, Instagram, Twitter, Zoom (o.Ä.), Snapchat, Spotify, TikTok, Twitch, WhatsApp, YouTube, Newsletter, Websites, Telegram, WhatsApp o.Ä.</p> <p>Kreierung neuer Kunstformen oder hybrider Kunstformen mittels digitaler Techniken</p> <p>z.B. Digitale Bildkunst (computergenerierte Kunst), Digitale Musik, Digitale Netzkunst, Softwarekunst, Digitale Poesie, Interaktive Installation</p> <p>Einsatz digitaler Medien und Techniken zur Produktion von Kunst:</p> <p>z.B. auf der Bühne, hinter der Bühne oder in Ausstellungen; das Spektrum reicht hier vom Einsatz von 3D-Druckern, über intelligente Soundsysteme, digitale Lichttechnik, digitalen oder digital-analogen Bühnenbildern bis hin zum Einsatz von digitalen Exponaten</p> <p>Zusammenarbeit in Netzwerken</p> <p>Kooperationen in der Anwendung digitaler Techniken, Beteiligung an Aggregatoren oder sonstigen gemeinschaftlichen Plattformen, Beteiligung an Kultursphäre.sh, Beteiligung an Kulturnetz.sh, Nutzung von Cloud-Systemen</p>	
--	--

Was benötigen Sie bzw. Ihre Einrichtung, um in der digitalen Transformation (noch weiter) voranzukommen?

Bitte tragen Sie hier bis zu drei Stichpunkte ein.



Vielen Dank für Ihre Antworten bis zu diesem Teil der Befragung.

KOOPERATIONS- UND NETZWERKARBEIT

In diesem Abschnitt möchten wir nun mehr über Ihre Kooperations- und Netzwerkarbeit erfahren.

Bitte denken Sie hier ebenfalls daran, dass die Fragen sich nicht nur auf den Zeitraum seit Ausbruch der Corona-Pandemie beziehen.

In unserer Untersuchung gehen wir davon aus, dass Kommunikation und Kooperation zentral im kulturellen Alltag sind: zum Beispiel bei der inhaltlichen Konzeption von Veranstaltungen (Ausstellungen, Konzerte, Aufführungen etc.) als auch bei der formalen Organisation (Spielstätten, Ausstellungsräume, etc.). Vor dem Hintergrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie werden diese Aspekte voraussichtlich noch bedeutsamer.

Deshalb unsere erste Frage: Gibt es Einrichtungen, mit denen Sie regelmäßig zusammenarbeiten – national wie international?

Hinweis: Als Einrichtungen definieren wir hier neben traditionellen Kultureinrichtungen auch Kulturvereine mit eigenem Haus, Bildungseinrichtungen, Verwaltungen/politische Organisationen, Träger von Events und Festivals, Religionsgemeinschaften und deren Häuser, Stiftungen sowie bspw. auch Wirtschaftsunternehmen und Tourismuseinrichtungen.

ja nein

Bitte tragen Sie hier die **bis zu zehn wichtigsten Einrichtungen** ein, mit denen Sie in letzter Zeit in kulturellen Kontexten zusammengearbeitet haben.

Hinweis zur Verortung der Kooperationspartner/-innen: Sie können hier gleichermaßen Einrichtungen mit Standort in Deutschland als auch internationale Partner/-innen nennen.

Hinweis, wenn Sie keine Einrichtung vertreten, sondern eine Künstlerin oder ein Künstler sind: Denken Sie bei den Kooperationen bitte insbesondere an Auftragsorte und Spielorte, die für Sie wichtig sind.

Tragen Sie dazu bitte nachstehend den Namen der Einrichtung in das Freifeld ein und klicken Sie im Anschluss auf „hinzufügen“. Wiederholen Sie diesen Vorgang, um weitere Einrichtungen zu ergänzen. Bitte klicken Sie erst auf „weiter“, wenn Sie die letzte Einrichtung hinzugefügt haben.

Bitte nennen Sie den Namen der Einrichtung (möglichst die offizielle Schreibweise):

Hinzufügen

Name: _____

Bitte nennen Sie den Standort der Einrichtung, mit der Sie kooperieren:

Staat

Bundesland

Stadt/Gemeinde

PLZ (optional)

Name: _____

Welche Bezeichnung trifft auf Ihr/-e Kooperationspartner/-in am besten zu?

Es sind keine Mehrfachnennungen möglich.

Bildungseinrichtung bitte tragen Sie hier Ihre genaue Bezeichnung ein!

z.B. Grundschule, Gymnasium, Jugendkunstschule, Kita, Kunsthochschule, Musikschule, Tanzschule, Universität, Volkshochschule

Individuell tätige/-r Künstler/-in

z.B. aus dem Bereich Angewandte Kunst (einschließlich Design und Mode), Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Film- und Medienkunst, Kleinkunst, Literatur, Musik

Kirchliche Einrichtung oder religiöser Verein

z.B. evangelisch-lutherisch oder katholisch, freikirchlich, orthodox, jüdisch, muslimisch

Kultureinrichtung

z.B. Archäologische Stätte, Archiv, Ausstellungsraum, Bibliothek, Denkmal, Freizeit-/Bürgerzentrum, Galerie, Garten & Park, Gedenkstätte, Jugendclub, Kino, Konzerthaus, Kulturzentrum, Künstlerhaus, Literaturhaus, Museum, Opernhaus, Schauspielhaus, Schloss, Soziokulturelles Zentrum/Stadtteilzentrum, Theater- und/oder Tanz-Produktionshaus

Kulturveranstalter (privatwirtschaftlich)

z.B. Clubs, Kulturcafés, Veranstaltungsbüros

Kulturverein/-gruppe

z.B. Chor, Geschichtswerkstatt, Heimatverein, Kunstverein, Musikgruppe/Band, Orchester, Tanzgruppe, Theatergruppe, Trachtenverein

Netzwerk, Dachverband oder Stiftung

z.B. Freundeskreis, Kunstkollektiv, Museumsverbund, Kulturstiftung

Verwaltungseinrichtung oder politische Organisation

z.B. Kulturamt/Kulturbüro/Fachbereich Kultur, Denkmalschutzbehörde, Kreisheimatpflege, Kreisjugendring, Stadtplanungsamt, Partei

Temporäres Event/Festival

z.B. Open-Air-Veranstaltung, Literaturtage, Musikfestival, Stadtfest/Stadtteilfest

Unternehmen der Kreativwirtschaft

z.B. Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Darstellende Künste, Architekturmarkt, Designwirtschaft, Pressemarkt, Werbemarkt, Software/Spiele-Industrie

Sonstiger Bereich bitte hier eintragen!

Name: _____

In welcher Sparte ist Ihr/-e Kooperationspartner/-in hauptsächlich tätig?

Es sind keine Mehrfachnennungen möglich.

Angewandte Kunst und Design

Bibliotheken und Archive

Bildende Kunst/Ausstellungshäuser

Darstellende Kunst

Clubkultur

Film/Neue Medien

Interkultur

Kulturelle Bildung

Kulturelles Erbe

Literatur

Multifunktionaler Ort

Museum/Gedenkstätte/Erinnerungsort

Musik

Soziokultur

Spartenübergreifend

Sonstiges [bitte hier eintragen!](#)

Wenn Sie an Ihre wichtigsten Kooperationsbeziehungen denken: Was sind Beweggründe für die Kooperation?

Mehrfachnennungen sind möglich.

gemeinsames Thema/Handlungsfeld/Ziel
Bewältigung einer Herausforderung
langfristige Zusammenarbeit
finanzielle Unterstützung
inhaltliche Synergieeffekte
neue Finanzierungsmöglichkeiten
Kostenreduktion
Kommunikation gemeinsamer Ziele und Ergebnisse/Stärkung Sichtbarkeit
kreative Vermittlung gemeinsamer Ziele und Ergebnisse
Weiterentwicklung meines Projekts/meiner Organisation
Stärkung der Stabilität meines Projekts/meiner Organisation
Stärkung der Zusammenarbeit zwischen Gesellschaft, Politik und Verwaltung
Ausbau der Diversität und Teilhabegerechtigkeit
Wissenstransfer/Erfahrungsaustausch
Mitwirkung an Entscheidungsprozessen
Geschäftsbeziehungen / Auftragsarbeiten
andere Gründe [bitte hier eintragen!](#)

Gibt es informelle oder institutionalisierte Netzwerke in Schleswig-Holstein und darüber hinaus, in denen Sie aktives Mitglied sind oder die Sie im Rahmen Ihrer Arbeit nutzen?

Hinweis: Sie können im Folgenden die Namen von bis zu fünf solcher Netzwerke eintragen.

Geben Sie immer nur einen Namen in das Eingabefeld ein, danach klicken Sie auf *hinzufügen*. Wiederholen Sie den Vorgang so lange, bis alle Namen genannt sind.

Liste:

ausgewählte Namen überall entfernen

zurück

weiter

Gibt es bestimmte Einrichtungen, Projekte oder Personen, mit denen Sie gerne zukünftig zusammenarbeiten möchten oder mit denen Sie gerne den Austausch intensivieren würden? Falls ja, welche sind das?

Hinweis: Bitte nennen Sie maximal fünf Einrichtungen, Projekte oder Personen.

Geben Sie immer nur einen Namen in das Eingabefeld ein, danach klicken Sie auf *hinzufügen*. Wiederholen Sie den Vorgang so lange, bis alle Namen genannt sind.

Hier einen Namen eintragen...

 Hinzufügen

Liste:



ausgewählte Namen überall entfernen

zurück

weiter

An welchen Themen würden Sie gerne zukünftig mit Kooperationspartner/-innen arbeiten?

Was wünschen Sie sich zukünftig – abgesehen von finanzieller Unterstützung – für die Durchführung Ihrer Kooperationsprojekte?

Welche Ideen haben Sie, wie die Interaktion zwischen der Kulturverwaltung sowie der Kulturpolitik und den Kulturschaffenden ausgebaut bzw. ergänzt werden könnte?

Wir kommen nun zum letzten Teil unserer Umfrage.

Bitte nehmen Sie sich noch einen Augenblick Zeit, um die letzten Fragen zu beantworten.

Auf den nächsten Seiten möchten wir Ihre Meinung zu wichtigen Themen zukünftiger Kulturpolitik sowie zu den Erfolgsfaktoren für eine positive Kulturentwicklung in Schleswig-Holstein erfahren.

TEIL 3: IHRE THEMEN- UND HANDLUNGSFELDER ZUKUNFTSORIENTIETER KULTURENTWICKLUNG

Abschließend interessiert uns, an welchen Themen Sie arbeiten (wollen), um Ihre Arbeit zukunftsfähig aufzustellen. Ggf. waren in Teil 1 und 2 bereits einige Themen dabei? Hier geht es um Ihre persönlichen Schwerpunktsetzungen und individuellen Einschätzungen.

Bitte nennen Sie bis zu drei Themen, die Sie seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie im Hinblick auf Ihre Arbeit im Kulturbereich besonders beschäftigen:

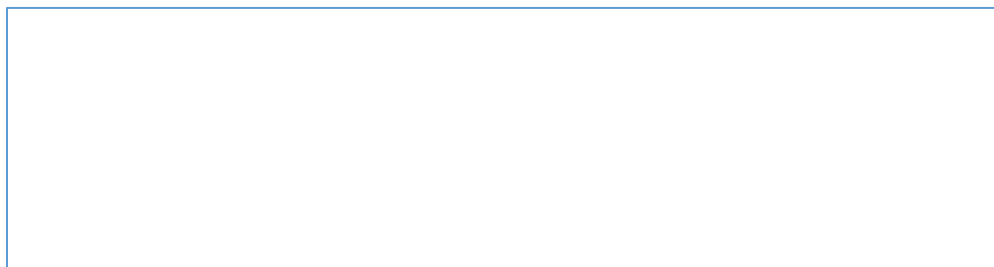
Bitte nennen Sie bis zu drei Themen- und Handlungsfelder zukunftsorientierter Kulturentwicklung, die für Sie bzw. Ihre Einrichtung besonders wichtig sind:

Welche Faktoren einer kulturellen Infrastruktur sind für Sie (und Ihre Mitarbeitenden) besonders wichtig, um sich für einen Standort zu entscheiden? Was hat Schleswig-Holstein bzw. Ihr unmittelbares Geschäftsumfeld hier bereits zu bieten und was vermissen Sie noch bzw. was wünschen Sie sich für das Umfeld Ihrer Unternehmung?

Bei Fragen zur Erhebung senden Sie eine E-Mail an kulturdialog@bimi.landsh.de

Was müssen Kunst und Kultur dafür tun, dass sie gesellschaftlich relevant bleiben bzw. es in Zukunft werden?

Bitte tragen Sie hier zum Abschluss bis zu drei Stichpunkte ein.



Wir würden uns freuen, wenn Sie uns eine Rückmeldung zum Fragebogen geben. Ist Ihnen etwas aufgefallen? Könnte man etwas verbessern?

Wenn Sie Ihre Eingaben jetzt absenden möchten, klicken Sie bitte auf „weiter“.

Sie haben es geschafft! Ihre Daten sind jetzt bei uns eingegangen.

Wir bedanken uns ganz herzlich für Ihre Teilnahme an der Umfrage. Die Ergebnisse liefern die Grundlage für Beteiligungs-Workshops im weiteren Jahresverlauf. Der Abschlussbericht mit den Ergebnissen dieser Studie wird voraussichtlich Anfang des Jahres 2022 vorliegen. Sie können hier angeben, ob Sie über die Veröffentlichung der Ergebnisse informiert werden möchten:

- Ja, bitte senden Sie mir per E-Mail eine Nachricht, sobald der Abschlussbericht vorliegt.
- Nein, danke.

Gerne möchten wir Sie in Zukunft ggf. erneut kontaktieren, um auf Grundlage der vorhandenen Daten weitere Angebote – wie z.B. eine webbasierte Landkarte zur Veröffentlichung im Internet (eine Art „KulturAtlas“ Schleswig-Holsteins) zu erstellen. Bitte tragen Sie hier eine E-Mail-Adresse ein, wenn Sie mit der Kontaktaufnahme zu diesem Zwecke und der verlängerten Speicherung Ihrer Daten einverstanden sind. Wenn Sie hier keine E-Mailadresse eintragen, werden Ihre Daten nach Abschluss des Projekts (31.12.2021) gelöscht.

E-Mail [bitte hier eintragen!](#)

Sie können sich außerdem unter folgendem Link für unseren Newsletter registrieren, um sich über aktuelle Förderprogramme, Wettbewerbe und Stipendien auf dem Laufenden zu halten:

https://www.schleswig-holstein.de/DE/Landesregierung/III/Service/Newsletter_Kultur/newsletter_kultur_node.html

Weitere Informationen zur Schleswig-Holsteinischen Kulturpolitik finden Sie auch auf unserer Website unter

<https://www.schleswig-holstein.de/DE/Landesregierung/Themen/Kultur/Kulturpolitik/kulturpolitik.html>

Vielen Dank für Ihre Mithilfe.



**NETZWERK KULTURBERATUNG
NETWORK FOR CULTURAL CONSULTING**

Bei Fragen zur Erhebung senden Sie eine E-Mail an kulturdialog@bimi.landsh.de