

Betreff:

KultEP: Auswertungsbericht Bürgerumfrage und Führungskräfte-Befragung zum Kulturangebot in der Stadt Braunschweig

Organisationseinheit:

Dezernat IV
41 Fachbereich Kultur und Wissenschaft

Datum:

02.06.2021

Adressat der Mitteilung:

Ausschuss für Kultur und Wissenschaft (zur Kenntnis)

Sachverhalt:

Im Juli 2018 hatte der Rat zur Grundlagenermittlung für die Kulturentwicklungsplanung, auf Vorschlag der Verwaltung, die Durchführung von zwei Kulturumfragen beschlossen (Drs.-Nr. 18-08505). In der Folge wurden von Ref. 0120 im Auftrag des FB 41 folgende Umfragen durchgeführt:

- vom 5. November bis zum 7. Dezember 2018 eine **repräsentative Bürgerumfrage**
- vom 4. Februar bis zum 8. März 2019 eine **Zielgruppenbefragung** mit Fokus auf **Führungskräfte**, die in Wirtschaftsunternehmen und Forschungseinrichtungen mit Sitz in Braunschweig und im Gebiet des Regionalverbands Großraum Braunschweig tätig sind.

(zu den der jeweiligen Umfrage zugrundeliegenden Satzungen siehe Beschlüsse Drs.-Nr. 18-07165 und Drs.-Nr. 18-09351).

Hierzu wird mitgeteilt:

Die Ergebnisse der Umfragen wurden dem Netzwerk Kulturberatung, das mit der Durchführung des Kulturentwicklungsprozesses (KultEP) beauftragt worden war, zur Auswertung und Implementierung in den KultEP zur Verfügung gestellt. Der Auswertungsbericht liegt nun vor (*Anlage*).

Aus den Ergebnissen der Umfragen ist erkennbar, dass die Bürgerinnen und Bürger der Stadt Braunschweig ebenso wie die befragten Führungskräfte dem Kulturangebot der Stadt eine große Bedeutung und eine gute Qualität beimessen:

- 30,6 Prozent der befragten Bürgerinnen und Bürger halten die kulturellen Angebote in der Stadt Braunschweig für „sehr wichtig“, 47,9 Prozent für „wichtig“.
- 56,5 Prozent beurteilen die Kulturangebote der Stadt Braunschweig als „sehr gut“ bis „gut“.
- Bei den Führungskräften lässt sich eine ähnliche Tendenz beobachten: 36,2 Prozent der Befragten finden das Kulturangebot der Stadt Braunschweig „sehr wichtig“, 48,0 Prozent „wichtig“.
- 60,1 Prozent bewerten es als „sehr gut“ bis „gut“.

Über diese globalen Einschätzungen hinausgehend stellten die Umfragen u. a. auch differenzierende Fragen nach den favorisierten Veranstaltungsarten, -sparten und -orten sowie nach der Häufigkeit der Besuche von kulturellen Veranstaltungen. Im vorgelegten Bericht werden diese ausgewertet und die Ergebnisse der Führungskräftebefragung mit den Ergebnissen der Bürgerumfrage verglichen. Dabei werden zusätzlich auch Erkenntnisse aus der aktuellen Teilhabeforschung eingeflochten:

- In Braunschweig ist eine Entwicklung erkennbar, die in der Kulturforschung seit langem bekannt ist: Die heutigen Kulturnutzer*innen sind eher Vielnutzer*innen, die ein breites Spektrum von Kulturangeboten wahrnehmen, d. h. weniger Spezialist*innen bezogen auf nur eine Kultursparte.
- Bemerkenswert ist, dass die Führungskräfte das kulturelle Angebot fast genauso oft nutzen wie die Braunschweiger Bürger*innen und auch vergleichbare Präferenzen haben.
- Die Nutzungshäufigkeit steigt mit der Schulbildung kontinuierlich an.
- Hinsichtlich der kulturellen Präferenzen bilden bei beiden Befragungen die Angebote „Musik und Konzerte“, „Film / Kino“, „Theater“ und „Stadtfeste / Events“ im oberen Bereich der Skala die Spitzengruppe, während „Musiktheater / Tanz“, „Kunst im öffentlichen Raum“, „Geschichte“, „Literatur / Lesungen“ und „Bildende Kunst“ am unteren Rand der Skala zu finden sind.
- Die Ergebnisse der Bürger-Umfrage zeigen, dass es in der Bürgerschaft ein großes Interesse an Musik und Konzerten gibt (86,7%).
- Dabei steht das Interesse an Rock und Pop-Musik mit 50,6% vor der klassischen Musik (35,4%) an erster Stelle.

Verfasst wurde der Bericht von Herrn Dr. Norbert Sievers, dem ehemaligen Hauptgeschäftsführer der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V. und Leiter des Bonner Instituts für Kulturpolitik sowie Frau Dr. habil. Angelika Engelbert Sievers, die u. a. langjährig in Forschung und Lehre zum Thema „Familiensoziologie“ an der Universität Bielefeld tätig war – mit wissenschaftlicher Unterstützung von Herrn Simon Sievers, wissenschaftlicher Assistent am Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.

Die aus der Analyse der Erhebungsdaten gewonnenen Ergebnisse werden in die Stärken-Schwächen/Chancen-Risiken-Analyse der Braunschweiger Kulturlandschaft einfließen, die im Rahmen des Kulturentwicklungsprozesses in Vorbereitung der Formulierung der kulturpolitischen Leitlinien im Zusammenspiel von wissenschaftlichen Methoden und partizipativen Herangehensweisen entwickelt wird.

Dr. Hesse

Anlage/n:

Auswertungsbericht Bürgerumfrage und Führungskräfte-Befragung zum Kulturangebot in der Stadt Braunschweig



Bürgerumfrage und Führungskräfte-Befragung zum Kulturangebot in der Stadt Braunschweig

Auswertungsbericht

Oktober 2020

Projektleitung:
Stellv. Projektleitung:

Dr. Patrick S. Föhl
Suse Klemm

**NETZWERK KULTURBERATUNG
NETWORK FOR CULTURAL CONSULTING**

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

Autor*innen: Dr. Norbert Sievers, Dr. Angelika Engelbert

Wissenschaftliche Assistenz: Simon Sievers

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	4
1 Ergebnisse der Bürgerumfrage.....	6
1.1 Relevanz der kulturellen Angebote in Braunschweig für die Befragten.....	8
1.2 Kulturelle Interessen der Befragten.....	9
1.3 Kulturelle Teilhabe der Befragten.....	14
1.3.1 Kulturelle Teilhabe allgemein	14
1.3.2 Kulturelle Teilhabe an Kulturveranstaltungsorten in Braunschweig.....	16
1.3.3 Nutzungspräferenzen	20
1.3.4 Kulturnutzung und Kulturinteressen	22
1.4 Beurteilung der und Zufriedenheit mit den kulturellen Angeboten in Braunschweig	23
1.4.1 Beurteilung der kulturellen Angebote.....	23
1.4.2 Zufriedenheit mit den kulturellen Angeboten.....	25
1.5 Kulturausgaben der Befragten.....	28
1.6 Kulturinformationsverhalten	29
1.7 TeilhabebARRIEREN für die Befragten	34
1.8 Angebotsdefizite und Anregungen zum Kulturangebot	36
1.9 Kulturnutzung in den Braunschweiger PLZ-Bezirken.....	36
2 Ergebnisse der Führungskräfte-Umfrage im Vergleich	37
2.1 Das Sozialprofil der Befragten.....	38
2.2 Persönliche Relevanz und subjektive Bewertungen	41
2.3 Kulturelle Interessen	42
2.4 Kulturelle Teilhabe	44
2.5 Kulturausgaben im Vergleich	46
2.6 Kulturinformationsverhalten	46
2.7 TeilhabebARRIEREN	47
2.8 Angebotsdefizite und Anregungen	48
2.9 Bedeutung des Wohnortes der Führungskräfte	48

3	Die Umfrageergebnisse im Kontext der Teilhabeforschung	50
4	Verzeichnis der Abbildungen im Text	55
5	Quellenverzeichnis	56
6	Methodische Erläuterungen	58
7	Abbildungsanhang.....	63
8	Tabellarischer Anhang	65

Vorbemerkung

Diese Studie beinhaltet die Auswertung zweier Befragungen, die im Kontext eines Kulturentwicklungsprozesses (KultEP) durchgeführt wurden, mit dem der Rat der Stadt Braunschweig die Stadtverwaltung im September 2018 beauftragt hatte. Dabei handelte es sich konkret um eine repräsentative „Bürgerumfrage zum Kulturangebot in Braunschweig“ und um eine „Führungskräfte-Umfrage zum Kulturangebot in Braunschweig“ als Zielgruppenbefragung mit Fokus auf Führungskräfte, die in Wirtschaftsunternehmen und Forschungseinrichtungen mit Sitz in Braunschweig und im Gebiet des Regionalverbandes Großraum Braunschweig tätig waren. Das Referat Stadtentwicklung und Statistik hat die beiden Kulturumfragen im Auftrag des Fachbereichs Kultur und Wissenschaft der Stadt Braunschweig Ende 2018 und Anfang 2019 durchgeführt.

Der Kulturentwicklungsprozess findet unter Hinzuziehung einer externen Agentur statt. Als Ergebnis einer Ausschreibung hatte das Netzwerk Kulturberatung den Auftrag erhalten, den Prozess unter der Leitung von Dr. Patrick S. Föhl zu koordinieren und zu moderieren. Bestandteil dieser Aufgabe war u. a. auch die datenanalytische Auswertung und der Ergebnisvergleich der beiden o. g. Befragungen auf der Grundlage vorliegender Datensätze sowie bereits erstellter Grundauswertungen und Tabellen / Schaubilder, die dem Netzwerk Kulturberatung vom Referat Stadtentwicklung und Statistik der Stadt Braunschweig zur Verfügung gestellt wurden.

Ziel der Befragungen war es, kulturspezifische Bedarfe, Interessen und Anregungen der Bürger*innen der Stadt Braunschweig und der Führungskräfte zu ermitteln, Letzteres u. a. auch im Hinblick auf die zukünftige Fachkräftegewinnung. Es ging darum, Informationen zu den kulturellen Interessen, der Zufriedenheit mit dem Kulturangebot und zu dessen konkreten Nutzung in Erfahrung zu bringen, um diese für den Prozess der Kulturentwicklungsplanung nutzen zu können. Ein besonderes Interesse galt dabei der Frage, ob die Braunschweiger Führungskräfte das Kulturangebot in Braunschweig anders wahrnehmen als die allgemeine Bevölkerung. Deshalb werden die Ergebnisse der Führungskräfteumfrage insbesondere unter diesem Gesichtspunkt betrachtet.

Der folgende Bericht wertet auf der Basis einer Datenanalyse die Ergebnisse der beiden Umfragen vergleichend aus. Dabei folgen die nachstehenden Analysen im Wesentlichen den Fragen in den Erhebungsbögen und beleuchten mithilfe verschiedener methodischer Verfahren Zusammenhänge und Hintergründe der Kulturnutzung in Braunschweig.¹ Im Fokus der Analysen stand die Bürgerbefragung, da diese als repräsentative Befragung Aussagen über die gesamte Braunschweiger Bevölkerung zu lässt.

In die Auswertungen fließen aktuelle Erkenntnisse aus der Teilhabeforschung ein, die zu den Forschungsschwerpunkten der Autor*innen zählt.

¹ Die methodischen Verfahren werden in Kapitel 6 erläutert.

1 Ergebnisse der Bürgerumfrage

Die Kulturentwicklungsplanung der Stadt Braunschweig „hat eine nachfrageorientierte Weiterentwicklung der Bereiche Kunst und Kultur in Braunschweig zum Ziel.“ Sie soll der „Grundlagenermittlung kulturspezifischer Bedarfe, Interessen und Anregungen der Bürger*innen der Stadt Braunschweig“ dienen. (Stadt Braunschweig 2019)

Methodik und Repräsentativität

Dieser Grundlagenermittlung diente u. a. eine repräsentative Bürgerumfrage, die im Zeitraum vom 05.11.2018 bis zum 07.12.2018 in Form einer schriftlichen Ein-Thema-Befragung der volljährigen Bürger*innen der Stadt Braunschweig durchgeführt worden ist.² Die im Erhebungsbogen enthaltenen Fragen beziehen sich konkret auf das Kulturangebot in Braunschweig. Es wird dabei bewusst nicht zwischen Angeboten / Einrichtungen in öffentlich-rechtlicher, frei-gemeinnütziger und privat-kommerzieller Trägerschaft unterschieden, um in der Anfangsphase des Kulturentwicklungsprozesses eine Rückkopplung zur gesamten Kulturlandschaft zu erhalten.

Zur Repräsentativität der Befragungsergebnisse heißt es im Bericht zu den Befragungsergebnissen des Referats Stadtentwicklung und Statistik: „Für die Befragung wurden insgesamt 5.000 Einwohner*innen (ab 18 Jahren mit Hauptwohnsitz in Braunschweig) per maschineller Zufallsstichprobe aus dem Einwohnermelderegister ermittelt. Da sich die Einwohnerstruktur der Stadt Braunschweig deutlich in der Zufallsstichprobe widerspiegelt, ist diese als repräsentativ anzusehen.“³ (Stadt Braunschweig 2019a) Wo es möglich ist, werden einzelne Ergebnisse mit anderen aktuellen Studien zur kulturellen Teilhabe verglichen.⁴ Dies kann jedoch nur mit aller Vorsicht geschehen, weil die konkreten Verhältnisse in einzelnen Städten nicht unbedingt vergleichbar sind und weil die Frageformulierungen und die gewählten Indikatoren anderer Befragungen in der Regel nicht identisch sind.

Der Erhebungsbogen zur Bürgerumfrage enthält zwölf Fragen, die von der Zufriedenheit mit den Kulturangeboten in Braunschweig über deren konkrete Nutzung bis zu Informationen zum sozialen Hintergrund der Befragten reichen. Hierzu wurden teilweise stark differenzierende Fragebatterien entwickelt. Die Antworten darauf werden im Folgenden zunächst anhand ihrer Häufigkeiten beschrieben. Darüber hinaus enthält die Datenanalyse tiefergehende Zusammenhangsanalysen, um z. B. Aussagen

2 Der Fragebogen ist im Anhang dieses Berichts dokumentiert.

3 Die Rücklaufquote betrug 29,7 Prozent (1.485 verwertbare Fragebögen). Ein Abgleich mit den demografischen Daten der Stadt Braunschweig (vgl. Stadt Braunschweig 2019a: 41) ergab kaum nennenswerte Abweichungen zur Grundgesamtheit. Zur weiteren Einschätzung der Repräsentativität vgl. die methodischen Erläuterungen im Anhang.

4 Als Referenzuntersuchung wird u. a. eine Erhebung herangezogen, die im Rahmen des ersten Landeskulturberichts Nordrhein-Westfalen im Jahr 2016 durchgeführt wurde. Dabei handelte es sich um eine repräsentative Mehr-Themen-Befragung des Instituts für Demoskopie. Zur methodischen Anlage der Befragung siehe Reuband 2018: 379. Ferner wird auf eine ebenfalls repräsentative „Allgemeine Bürgerbefragung“ der Stadt Düsseldorf aus dem Jahr 2017 zurückgegriffen (vgl. Stadt Düsseldorf 2017).

zur sozialen Struktur der Kulturnutzenden machen zu können. Dabei musste eine (inhaltlich begründete) Zusammenfassung der vielen Einzelinformationen vorgenommen werden, weil die differenzierte Analyse aller möglichen Bezüge und Zusammenhänge zwischen den vielen Einzelinformationen nicht zielführend gewesen wäre.

Um diese Vielzahl und Komplexität der Informationen handhabbar und darstellbar zu machen, ist in den meisten Zusammenhangsanalysen deshalb eine Reduktion der Informationen zu Kulturinteressen, Kulturnutzung, Bewertung und Informationsquellen auf zusammenfassende Indizes vorgenommen worden.⁵ Um die kulturpolitisch relevanten Informationen auch mit Blick auf ihre sozialen Hintergründe und Zusammenhänge einordnen zu können, werden sie – wo dies sinnvoll erscheint – mit den soziodemografischen Merkmalen (hier auch: „Kriteriumsvariablen“ genannt) verknüpft. Dafür standen im Datensatz folgende Merkmale zur Verfügung:

- Geschlecht (männlich / weiblich)⁶
- Alter (sechs Gruppen)
- In Partnerschaft / verheiratet (ja / nein)
- Kinder unter 18 Jahren im Haushalt (nein / ja)
- Höchster Schulabschluss (sechs Gruppen)
- Berufstätigkeit⁷ (ja / nein)
- Monatliches Haushaltsnettoeinkommen in Euro⁸ (sechs Gruppen)
- Wohnort innerhalb von Braunschweig (Postleitzahlbezirk)

Die Ergebnisdarstellung solcher „Zusammenhangsanalysen“ bezieht sich jeweils nur auf die statistisch signifikanten Zusammenhänge.⁹

5 Zum methodischen Vorgehen und zu den statistischen Kennzahlen siehe ausführlich die methodischen Erläuterungen und Tabellen im Anhang.

6 Es gab auch die Kategorie „divers“, die für die korrelativen Analysen auch aufgrund der geringen Fallzahlen (n=7) nicht berücksichtigt werden konnte.

7 Für die Auswertung wurde zur Berufstätigkeit auch die Kategorie „in Ausbildung“ gerechnet.

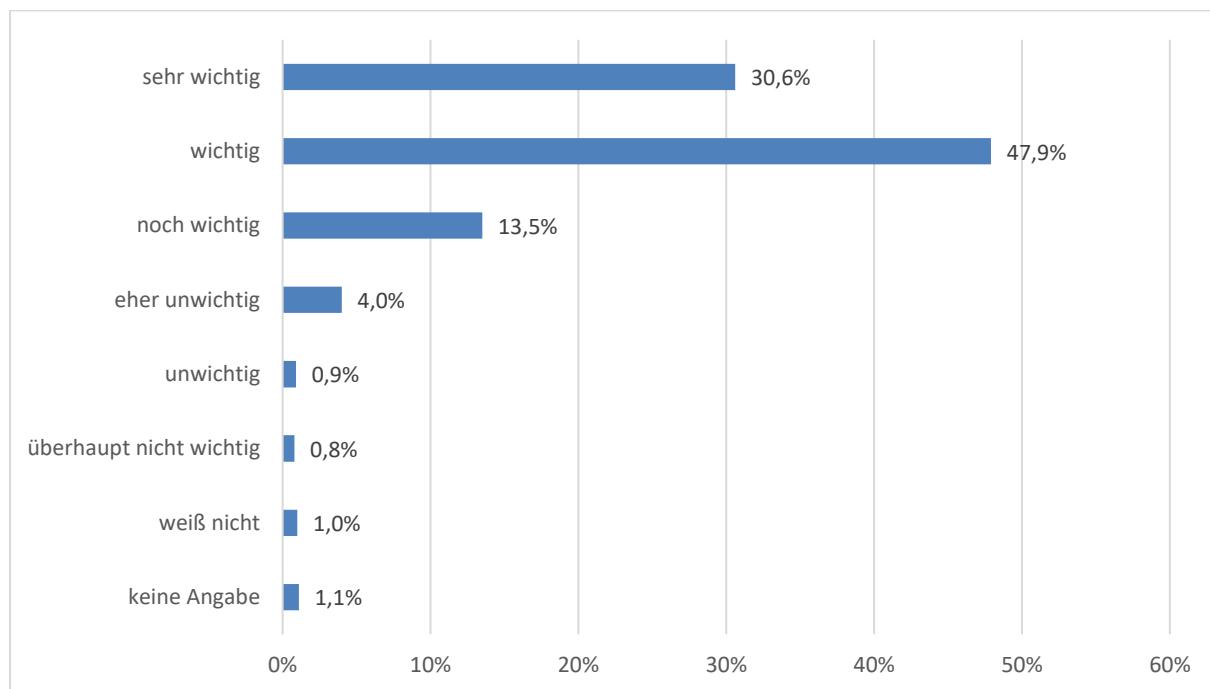
8 Hier war es aufgrund fehlender Angaben zur Haushaltsgröße nicht möglich, die übliche Bildung eines Prokopf-Einkommens durchzuführen, weswegen der Indikator „Haushaltsnettoeinkommen“ mit Vorsicht zu interpretieren ist.

9 Da auch die gruppierten Variablen weitgehend gleiche Klassengrößen zugrunde legen, können sie als intervallskaliert betrachtet und entsprechend eingesetzt werden. Die Ergebnisse beruhen auf der Berechnung des Pearson'schen Korrelationskoeffizienten (r), der einen Höchstwert von +1 bzw. -1 einnehmen kann). Interpretiert werden dabei nur die hochsignifikanten (sig=.000) Werte, die über .10 liegen. Ab einem Koeffizienten von .20 sprechen wir von deutlichen, ab .30 von sehr deutlichen und ab .40 von starken Zusammenhängen. Zwecks besserer Nachvollziehbarkeit und Vergleichbarkeit werden die genauen Koeffizienten im Text jeweils in Klammern ausgewiesen. Positive Werte stehen für einen positiven Zusammenhang (d. h. je höher der Wert eines Merkmals ist, desto höher ist auch der Wert des zweiten Merkmals). Negative Werte besagen, dass mit steigenden Werten eines Merkmals die Werte des zweiten sinken.

1.1 Relevanz der kulturellen Angebote in Braunschweig für die Befragten

Die Bürgerbefragung bezieht sich zunächst allgemein auf die persönliche „Wichtigkeit“ (Relevanz) der einzelnen Kulturangebote in der Stadt Braunschweig und kommt dabei zu mehrheitlich positiven Bewertungen: 78,5 Prozent der Befragten beurteilten das kulturelle Angebot als „sehr wichtig“ (30,6 %) oder „wichtig“ (47,9 %) und insgesamt nur 5,7 Prozent als „eher unwichtig“, „unwichtig“ oder „überhaupt nicht wichtig“ (Abbildung 1). Auch wenn es aufgrund der Erfahrungen mit vergleichbaren Studien wahrscheinlich ist, dass vor allem kulturinteressierte Menschen an der Befragung teilgenommen haben¹⁰, so kann doch aufgrund dieser positiven Ergebnisse davon ausgegangen werden, dass die Kultur in der Braunschweiger Bevölkerung generell eine hohe Wertschätzung genießt. Dies muss nicht bedeuten, dass damit eine entsprechend hohe Teilnahme einhergeht. Dennoch ist diese Wertschätzung auch für sich genommen schon ein kulturpolitisch bedeutendes Faktum. So ist aus anderen Städten bekannt, dass die klassischen Kultureinrichtungen (vor allem Theater, Oper) sich auf einen großen Rückhalt in der Bevölkerung stützen können, auch wenn sie nur von einer Minderheit regelmäßig besucht werden. (vgl. Keuchel 2005: 117)

Abbildung 1: Persönliche Relevanz der kulturellen Angebote in Braunschweig („Wie wichtig sind Ihnen kulturelle Angebote in der Stadt Braunschweig?“) (n= 1.485; Angaben in Prozent)



Quelle: Datensatz Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung

10 Vgl. hierzu die methodischen Ausführungen im Anhang S. 57f.

Ferner konnte festgestellt werden, dass die persönliche Wertschätzung (Wichtigkeit) der kulturellen Angebote mit der Schulbildung zunimmt (-.231). So ist 12,1 Prozent der Befragten, die höchstens einen Hauptschulabschluss erworben haben, das kulturelle Angebot der Stadt „sehr wichtig“. Bei den Bürger*innen mit einem (Fach)Hochschulabschluss bekunden dagegen 42,8 Prozent, dass das Kulturangebot für sie „sehr wichtig“ sei (vgl. Tabelle A1 im Anhang). Schon dieses Ergebnis zeigt, wie sehr die Wertschätzung der Kultur bildungsabhängig ist. Bei den Merkmalen Geschlecht und Alter gibt es dagegen keine statistisch relevanten Unterschiede.

1.2 Kulturelle Interessen der Befragten

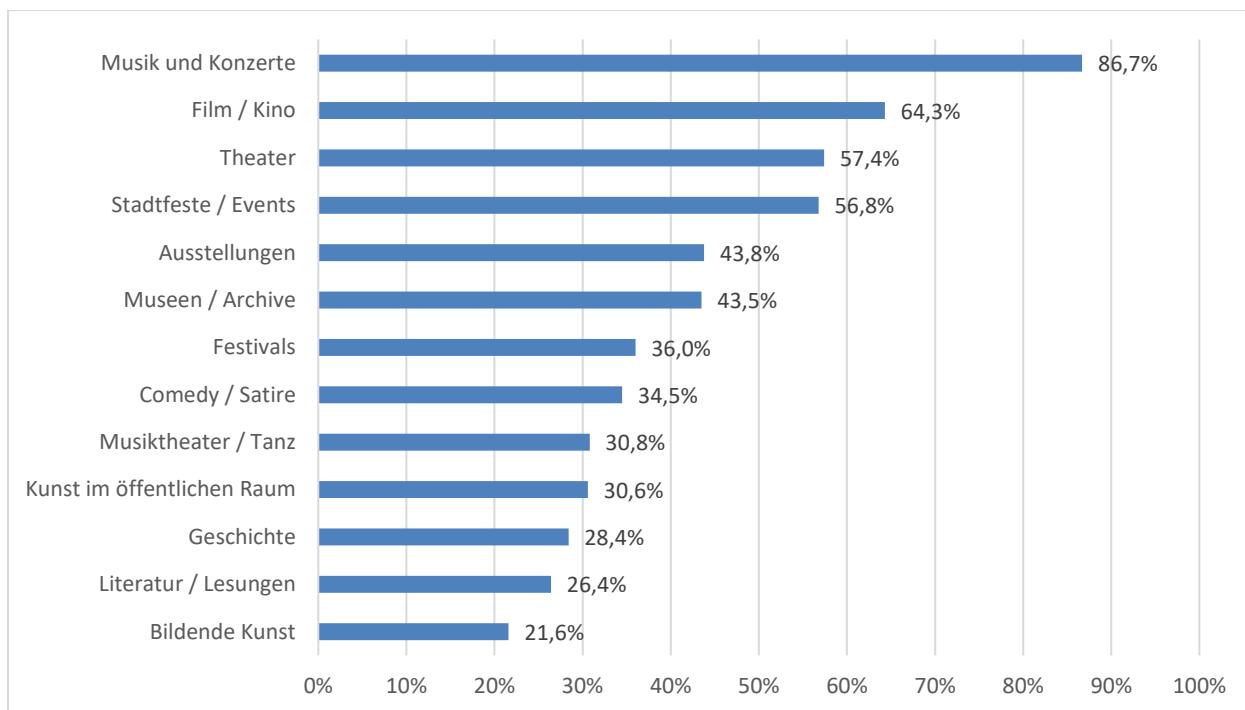
Für die Kulturentwicklungsplanungen sind kulturelle Interessen der örtlichen Bevölkerung wichtige Informationen, denn sie bilden als subjektive Dispositionen die Basis für die kulturelle Teilhabe und die Inanspruchnahme der Kulturangebote vor Ort. Bemerkenswert ist, dass nur 1,6 Prozent der Befragungsteilnehmenden an keinem der im Erhebungsbogens aufgeführten Kulturthemen interessiert sind, während 75 Prozent an 5 bis 13 der aufgeführten kulturellen Themenbereiche Interesse hatten.¹¹ Dies zeigt ein relativ breites Interessenspektrum an. Die weiteren Ergebnisse der Befragung zeigen diesbezüglich ein differenziertes Bild (vgl. Abbildung 2), das auch als Präferenzskala interpretiert werden kann: „Musik und Konzerte“ (87 %), „Film / Kino“ (64 %), „Theater“ (57%) und „Stadtfeste / Events“ (57%) bilden dabei die Spitzengruppe, während „Musiktheater / Tanz“ (31%), „Kunst im öffentlichen Raum“ (31%), „Geschichte“ (28%), „Literatur / Lesungen“ (26%) und „Bildende Kunst“ (22%) am unteren Rand der Skala zu finden sind.

Interessant ist die Betrachtung der Präferenzskala allerdings nicht nur unter dem Gesichtspunkt der Identifizierung der Extrempositionen (oben und unten). Deutlich wird daraus vielmehr auch ein breites Mittelfeld mit noch beachtlichen Prozentwerten. Dies zeigt, dass das Feld der kulturellen Interessen sich auch durch Breite und Vielfalt auszeichnet.¹²

11 Vgl. dazu Tabelle A2 im Anhang.

12 Aus der Frageformulierung im Erhebungsbogen wird nicht klar, worauf sich die Interessenbekundungen aus der Rubrik „Musik und Konzerte“ beziehen: auf alle (auch medial vermittelten) Angebote oder nur auf Live-Events. Wir gehen davon aus, dass dies von den Befragten im Sinne von Live-Events verstanden wurde.

Abbildung 2: Kulturelle Interessen der Befragten („Für welche Kulturangebote interessieren Sie sich?“) (Mehr-fachnennungen waren möglich; n=1.485, Angaben jeweils in Prozent von allen Befragten)

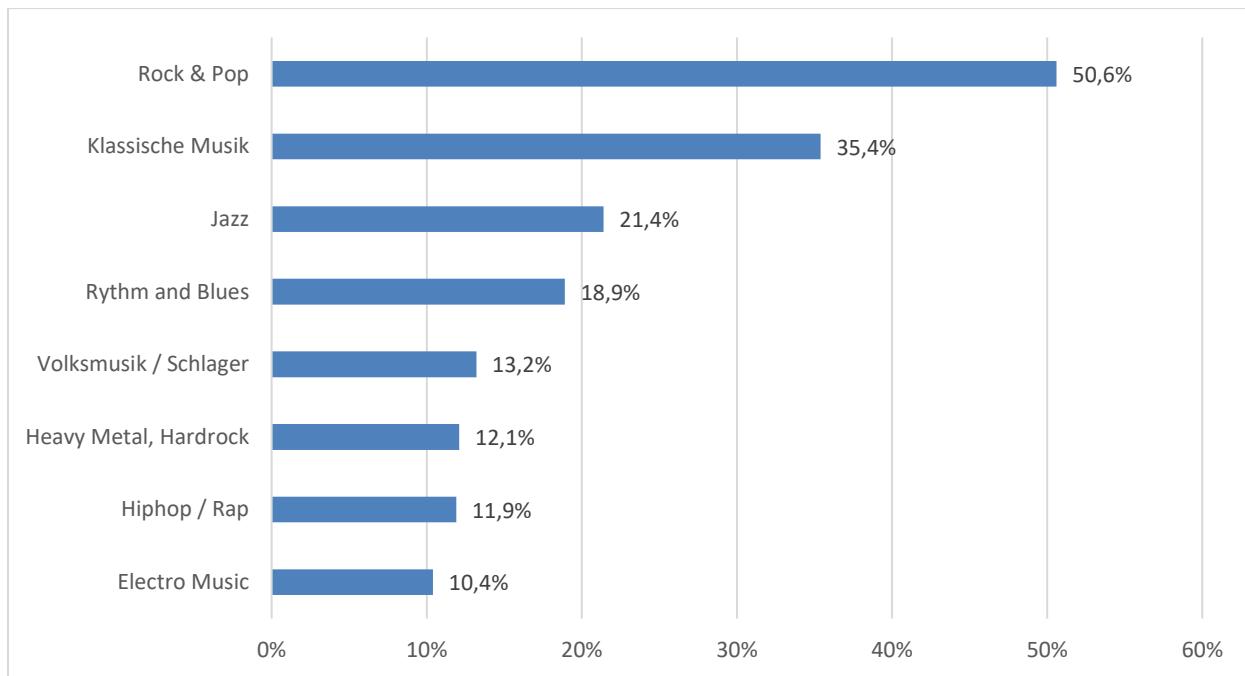


Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Darstellung

In der Befragung der Braunschweiger Bürger*innen wurde das erkennbar große Interesse an Musik und Konzerten durch eine diesbezüglich differenzierende Frage nach speziellen Musikinteressen genauer erfragt. Auch hierfür kann eine Präferenzfolge ermittelt werden. Die Abbildung 3 zeigt, dass das Interesse an Rock und Pop-Musik (50,6%) vor der klassischen Musik (35,4 %) an erster Stelle steht.

Diese herausgehobene Position legt es nahe, das Sozialprofil der Gruppe der an Rock und Pop interessierten Befragten genauer zu untersuchen. Ein Vergleich dieser Gruppe mit den Musikinteressenten der anderen Stilrichtungen zeigt, dass die Rock- und Popliebhaber ein breiteres Kulturinteresse haben (.259) und vor allem mit Blick auf die Anzahl an unterschiedlichen Musikinteressen breiter aufgestellt sind (.576). Im Vorgriff auf weiter unten behandelte Themen kann bereits an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass sie sich vielfältiger informieren als andere (.195) und auch etwas zufriedener mit den Kulturangeboten sind (.097). Außerdem sind sie jünger als die anderen Musikinteressenten (-.260). Sie haben eine bessere Schulbildung (.161), sind häufiger berufstätig (-.302) und verdienen etwas mehr (.125) als diejenigen Befragungsteilnehmer*innen, die sich nicht für Rock und Pop interessieren. Alle diese Ergebnisse zeigen, dass die an Rock und Pop interessierten Befragten keineswegs eine Randgruppe darstellen, wie es in früheren Jahrzehnten möglicherweise der Fall war, sondern eher die ‚Mitte‘ der an Kultur interessierten Menschen darstellen.

Abbildung 3: Spezielle Musikinteressen der Befragten („Für welche Kulturangebote interessieren Sie sich?“), Angaben jeweils in Prozent von allen Befragten (n=1.485)



Quelle: Bürgerbefragung Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung

Das Kulturinteresse der Menschen wird von sehr unterschiedlichen Faktoren beeinflusst, von denen im vorliegenden Zusammenhang nur wenige untersucht werden können. Dafür bieten die soziodemografischen Merkmale einige Anhaltspunkte. Vor allem das Alter, das Geschlecht und die (Schul-)Bildung werden in der Kulturnutzungsforschung ins Auge gefasst und sind deshalb auch in der vorliegenden Studie näher betrachtet worden. Folgende Zusammenhänge sind hervorzuheben:

Alter: Bleibt man auf der Ebene der einzelnen abgefragten kulturellen Interessen (ohne Berücksichtigung der speziellen Musikinteressen), wie in Abbildung 2 dargestellt, so fallen deutliche Zusammenhänge mit dem Alter der Befragten auf. Für Film / Kino (-.262), Comedy / Satire (-.251), Stadtfeste / Events (-.292) und Festivals (-.329) gilt: *Jüngere* Befragte interessieren sich hierfür eher als ältere. Lediglich das Interesse an Ausstellungen ist bei den *Älteren* etwas stärker ausgeprägt (.153). Dies verweist auch auf die hohe Bedeutung populärer Angebotsformate für junge Menschen.

Geschlecht: In der Kulturnutzerforschung wird häufig festgestellt, dass Frauen sich mehr für Kunst und Kultur interessieren. In der Tendenz kann dies auch für die Befragungsteilnehmerinnen der Bürgerbefragung gesagt werden. Dies gilt jedoch nicht für alle Sparten, sondern vor allem für Theater (.190), Musiktheater / Tanz (.192), und Literatur / Lesungen (.147). *Männer* nennen dagegen etwas häufiger ein Interesse an Geschichte (-.123).

Bildung: Mit der Höhe des formalen Schulabschlusses nimmt das Interesse an fast allen erfragten Kulturinteressen / -formaten zu (vgl. Tabelle A3 im Anhang). Am deutlichsten wird dies bei der Bildenden Kunst: 4,7% der Befragten ohne Schulabschluss interessieren sich für Bildende Kunst im Vergleich zu 32,2% der Befragten mit Hochschulabschluss (vgl. hierzu Tabelle A4 im Anhang).

Bedeutsam für die kulturelle Teilhabe ist nicht nur die Spezifik der kulturellen Interessen und Präferenzen, sondern auch ihre Breite und Vielfalt. Welche Erkenntnisse sind dazu aus der Bürgerumfrage zu gewinnen? Um dieser Frage nachgehen zu können, wurde die *Anzahl* der von den Befragten angekreuzten kulturellen Interessen jeweils sowohl für die allgemeinen Interessen als auch für die speziellen Musikinteressen berechnet. Damit stehen Informationen über die „Vielfalt der Kulturinteressen“ und die „Vielfalt der Musikinteressen“ zur Verfügung. (vgl. Tabellen A2 und A5 im Anhang) Doch worauf beziehen sich die Breite und Vielfalt des kulturellen Interesses im Einzelnen? Um dies zu untersuchen, wurden die Einzelinteressen zusätzlich wie folgt gruppiert:

Kulturinteressen, ohne spezielle Musikinteressen:

- Darstellende Kunst (Theater, Musiktheater / Tanz, Literatur / Lesungen)
- Bildende Kunst (Bildende Kunst, Ausstellungen, Kunst im öffentlichen Raum)
- Entertainment (Film / Kino, Comedy / Satire, Stadtfeste / Events, Festivals)
- Museen / Geschichte (Museen / Archive, Geschichte)

Musikinteressen:

- Traditionelle Musik (Klassische Musik, Jazz, Rhythm and Blues)
- Hiphop / Elektro (Hiphop / Rap, Electro Music)
- Rockmusik (Rock & Pop / Heavy Metal / Hardrock)
- Schlager

Die Ergebnisse der Zusammenhangsanalysen (Korrelationen und Mittelwertvergleiche) zwischen den allgemeinen bzw. diesen speziellen Indizes und den Kriteriumsvariablen Geschlecht, Alter und Schulbildung ergab:

Geschlecht: Frauen nennen etwas mehr unterschiedliche allgemeine Kulturinteressen als Männer (5,9 im Vergleich zu 5,3 einzelne kulturelle Interessen). Bei den Musikinteressen sieht es eher umgekehrt aus (1,7 im Vergleich zu 1,9) (vgl. hierzu Tabelle A6 im Anhang).

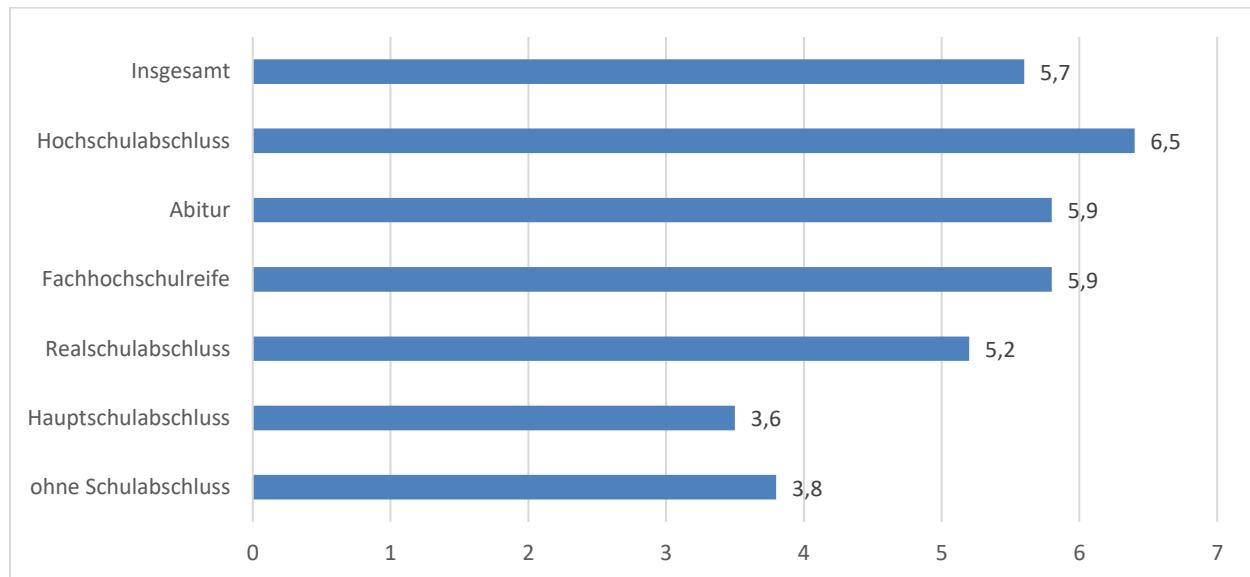
Alter: Jüngere Menschen haben im Schnitt etwas mehr unterschiedliche Kulturinteressen als ältere. Diese Aussage gilt sowohl für die ganze Breite des Kulturspektrums (-.169) als auch für das Interesse an verschiedenen Musikrichtungen. Allerdings ist der letztere Zusammenhang eher schwach ausgeprägt (-.138). Bei genauerem Hinsehen fallen dabei vor allem die über 65-jährigen auf. Ihr Kulturinteresse verengt sich deutlich auf weniger unterschiedliche Sparten (vgl. Abbildung A7 im Anhang).

Blickt man auf die einzelnen Sparten / Genres in den oben vorgestellten Interessenbereichen, so fällt vor allem der starke Zusammenhang zwischen dem Alter der Befragten und dem Interesse an Entertainment (-.438), Rockmusik (-.302) und Hiphop (-.368) auf. Wie zu erwarten war und weiter oben schon festgestellt wurde, interessieren sich jüngere Menschen hierfür deutlich stärker als ältere.

Schulbildung: Noch deutlicher als das Alter steht jedoch die Schulbildung in Zusammenhang mit dem Kulturinteresse. Bemerkenswert ist hierbei, dass vor allem die Befragten ohne Schulabschluss oder mit Hauptschulabschluss deutlich weniger Interessen äußern als andere (vgl. Abbildung 4). Während Menschen mit einem Hauptschulabschluss sich für durchschnittlich 3,5 Kulturangebote interessieren, nennen Menschen mit einem Hochschulabschluss im Schnitt mehr als 6 unterschiedliche Interessensbereiche. Die Korrelationswerte zeigen: Dies betrifft sowohl die gesamte Breite der Kulturinteressen (.333) als auch alle einzelnen oben unterschiedenen Kultursparten / -genres. Bezuglich der *gruppierten* spezielleren kulturellen Interessenbereiche sind es dabei die Interessen an darstellender (.254) und bildender Kunst (.233), die mit der Schulbildung deutlich zunehmen. Das Interesse an der Sparte „Schlager“ nimmt hingegen mit dem zunehmenden Bildungsniveau ab (-.330).

Weitere Auswertungen zeigen, dass ein hoher Stellenwert des Braunschweiger Kulturangebotes bei den Befragten mit einem breiten und vielfältigen Kulturinteresse einhergeht (.459).

Abbildung 4: Vielfalt der Kulturinteressen nach Schulbildung (n=1.439) Frage 3: „Für welche Kulturangebote interessieren Sie sich?“, (Durchschnittl. Anzahl, ohne spezielle Musikinteressen)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung

Vor allem die Faktoren Alter und Bildung haben demnach einen Einfluss auf die Vielfalt der Kulturinteressen. Insgesamt lassen sich eindeutige „Spezialinteressen“, also solche, die sich auf einzelne Genres oder Stilrichtungen beziehen, kaum identifizieren. So wird auch in Braunschweig eine Entwicklung erkennbar, die in der Kulturforschung seit langem bekannt ist: Die Kulturnutzer*innen sind heute immer weniger Spezialist*innen bezogen auf nur eine Kultursparte, sondern eher Vielnutzer*innen, die ein breites Spektrum von Kulturangeboten wahrnehmen. (vgl. Keuchel 2005: 120)

1.3 Kulturelle Teilhabe der Befragten

Die kulturelle Teilhabe ist in der Regel nicht nur hinsichtlich konkreter Angebote und Formate bei den Menschen unterschiedlich ausgeprägt, sondern auch mit Blick auf die Tatsache und Häufigkeit der Inanspruchnahme von Kulturangeboten generell. Beide Werte sind für die Kulturentwicklungsplanung von großer Relevanz, weil es Bedingungsfaktoren für die Nutzung des kulturellen Angebots sind. Im Gegensatz zu Besucherbefragungen liefern repräsentative Umfragen zur kulturellen Teilhabe prinzipiell auch Erkenntnisse über die Nicht-Nutzer*innen, die für die Kulturpolitik der Kommune und das Management der Kultureinrichtungen von Interesse sein können, um sie ggf. gezielt adressieren zu können.

Für Aussagen über die Nutzung von Kulturangeboten in Braunschweig stehen aus der Bürgerumfrage zwei verschiedene Informationen aus den Antworten auf die Fragen 5 und 6 zur Verfügung:

- Angaben zur Häufigkeit der allgemeinen Kulturnutzung *innerhalb der letzten 12 Monate* in Braunschweig (Frage 5; 5 Gruppen; vgl. Abb. 5)
- Angaben zur Häufigkeit der *Besuche einzelner Veranstaltungsorte* in Braunschweig (Frage 6, Antwortmöglichkeiten: „eher häufig“, „eher selten“, „nie“, vgl. Abb. 6)

Bei letztgenannter Frage fehlt jedoch der Zeitbezug, so dass nicht sicher gesagt werden kann, ob sich die Aussagen auf das letzte Jahr oder auf einen längeren Zeitraum beziehen. Dies erschwert den Vergleich der Ergebnisse zu diesen Fragen und kann auch dazu führen, dass ältere Menschen schon deshalb auf höhere Partizipationswerte kommen, weil sie im Laufe ihres Lebens länger am kulturellen Geschehen teilnehmen (zum Alter der Befragten vgl. Abbildung 23, S. 38). Dieser Effekt konnte nicht kontrolliert werden, so dass eine leichte Unsicherheit bei der Interpretation in Kauf genommen werden muss.

1.3.1 Kulturelle Teilhabe allgemein

Im Rahmen der Bürgerumfrage wurde danach gefragt, ob und wie häufig das Kulturangebot in der Stadt Braunschweig von den Befragten in den letzten 12 Monaten besucht wurde (vgl. Abbildung 5). Die Befragungsergebnisse zeigen, dass die Nutzungsintensität der Befragungsteilnehmenden vergleichsweise hoch ist. So nutzt lediglich ein gutes Viertel der Befragten das Kulturangebot „nie“ (5,1 %)

oder „selten“ (22,6 %), während knapp Dreiviertel der Befragten „oft“ (23,8 %) oder „manchmal“ (46,5 %) im Jahr das Kulturangebot nutzen (vgl. Abbildung 5).

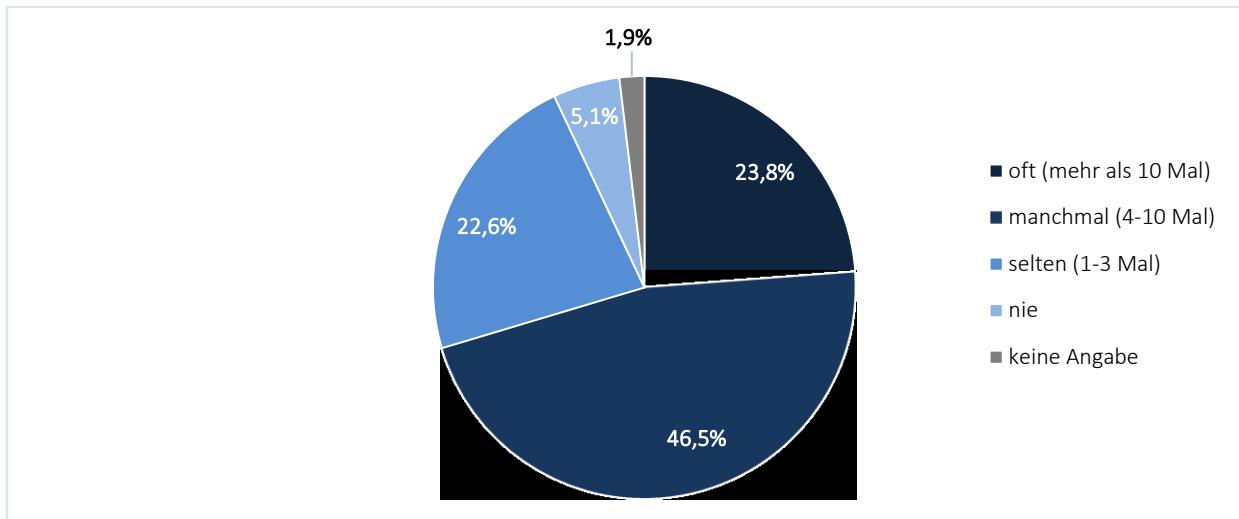
In der Kulturnutzungsforschung wird davon ausgegangen, dass die Hälfte der Bevölkerung keine Kulturveranstaltungen nutzt und nur 10 bis 15 Prozent zu den regelmäßigen Kulturnutzer*innen zählen. Das Potenzial der Gelegenheitsbesucher*innen, also derjenigen, die eine Einrichtung mindestens einmal pro Jahr besuchen, liegt zwischen 35 und 45 Prozent.¹³ Auch wenn sich diese Angaben auf die allgemeine Bevölkerung in Deutschland beziehen und das konkrete kulturelle Angebot vor Ort nicht einbezogen ist, verweist die enorme Diskrepanz doch zumindest darauf hin, dass die kulturelle Teilhabe der Braunschweiger Bevölkerung nach Maßgabe der Erinnerung der Befragten keinen Anlass zur Sorge bereiten muss und der Anteil der Nichtnutzenden als gering einzuschätzen ist.

23,8 Prozent der Befragten nutzen demnach das kulturelle Angebot in Braunschweig mehr als zehnmal im Jahr. Der geringe Wert der Nichtnutzer*innen erklärt sich dabei möglicherweise auch aus der Aufnahme niedrigschwelliger Angebote in den vorangegangenen Fragen und Antwortvorgaben (z. B. Kino, Stadtfeste / Events).¹⁴ Dies ist im Sinne des heute favorisierten weiten Kulturbegriffs naheliegend, der neben den traditionellen Kulturformaten und -institutionen auch populäre und alltagsnahe Kulturformen einschließt, allerdings kann nicht ausgeschlossen werden, dass dadurch popkulturelle und Entertainment-affine Formate ein Übergewicht bekommen (etwa gegenüber Klassikangeboten). Ferner ist zu berücksichtigen, dass der Zeitraum von 12 Monaten von Befragungsteilnehmer*innen erfahrungs-gemäß nicht exakt erinnert werden kann, so dass die faktische Nutzung (irgendeines Angebotes aus dem Gesamt aller denkbaren Angebote in Braunschweig!) auch länger zurückliegen kann. Hinzu kommt der aus der Kulturforschung bekannte Effekt der „sozialen Erwartbarkeit“, der zu einer zu positiven Einschätzung der eigenen kulturellen Teilhabe führen kann. Deshalb muss der Anteil der Nichtbesucher*innen wohl höher eingeschätzt werden.

13 Vgl. Renz 2016: 131

14 Die „Allgemeine Bürgerbefragung der Stadt Düsseldorf aus dem Jahr 2017 kam auf einen Anteil von 8 Prozent an Nichtnutzer*innen; allerdings waren hier auch das Schloss, der Park Benrath und die Stadtbüchereien inkludiert. Ohne diese erhöhte sich der Anteil der Nichtnutzer*innen auf 18 Prozent. Ein weiterer Unterschied bestand darin, dass nach der Nutzung in den letzten 12 Monaten gefragt wurde, was in Braunschweig nicht der Fall war. (vgl. Stadt Düsseldorf 2017: 11)

Abbildung 5: Nutzung des Kulturangebotes der Stadt Braunschweig in den vergangenen 12 Monaten („Wie oft haben Sie in den letzten 12 Monaten das Kulturangebot in Braunschweig genutzt?“) (N = 1.485; Angaben in Prozent)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Darstellung

Aus der Teilhabeforschung ist bekannt, dass kulturelle Teilhabe bildungsabhängig ist. Dies zeigen auch die Ergebnisse der Bürgerbefragung – und zwar vor allem hinsichtlich der Häufigkeit der Nutzung in den letzten 12 Monaten. So nahmen 62,1 Prozent der Befragten mit Hochschulabschluss öfter als fünfmal in den letzten 12 Monaten Kulturangebote wahr, während es bei den Befragten ohne Schulabschluss oder mit Hauptschulabschluss nur jeweils 15,0 oder 16,4 Prozent waren (vgl. Tabelle A7a im Anhang).

1.3.2 Kulturelle Teilhabe an Kulturveranstaltungsorten in Braunschweig

Die Information, ob und wie oft die kulturellen Angebote vor Ort genutzt werden, lassen Rückschlüsse auf deren Inanspruchnahme und Beliebtheit zu. Allerdings ist dabei in Rechnung zu stellen, dass die konkreten Angebote aufgrund der Veranstaltungshäufigkeiten, Platzkapazitäten, Ortslagen etc. unterschiedlich sind und jeweils nur spezifische Beteiligungsmöglichkeiten zulassen. Es ist also darauf zu achten, dass bei einer Bewertung nicht „Äpfel mit Birnen“ verglichen werden. Hinzu kommt im konkreten Fall dieser Befragung, dass es hier nicht um alle Kulturangebote in Braunschweig ging, sondern um eine Auswahl von Veranstaltungsstätten. So wurden die Bibliotheken bewusst nicht einbezogen, weil dazu bereits aussagekräftige Daten vorliegen. Ungeachtet dieser Einschränkung vermitteln die Befragungsergebnisse auf den ersten Blick durchaus ein Bild der Inanspruchnahmesituation bezogen auf die aufgeführten Veranstaltungsorte (vgl. Abb. 6).

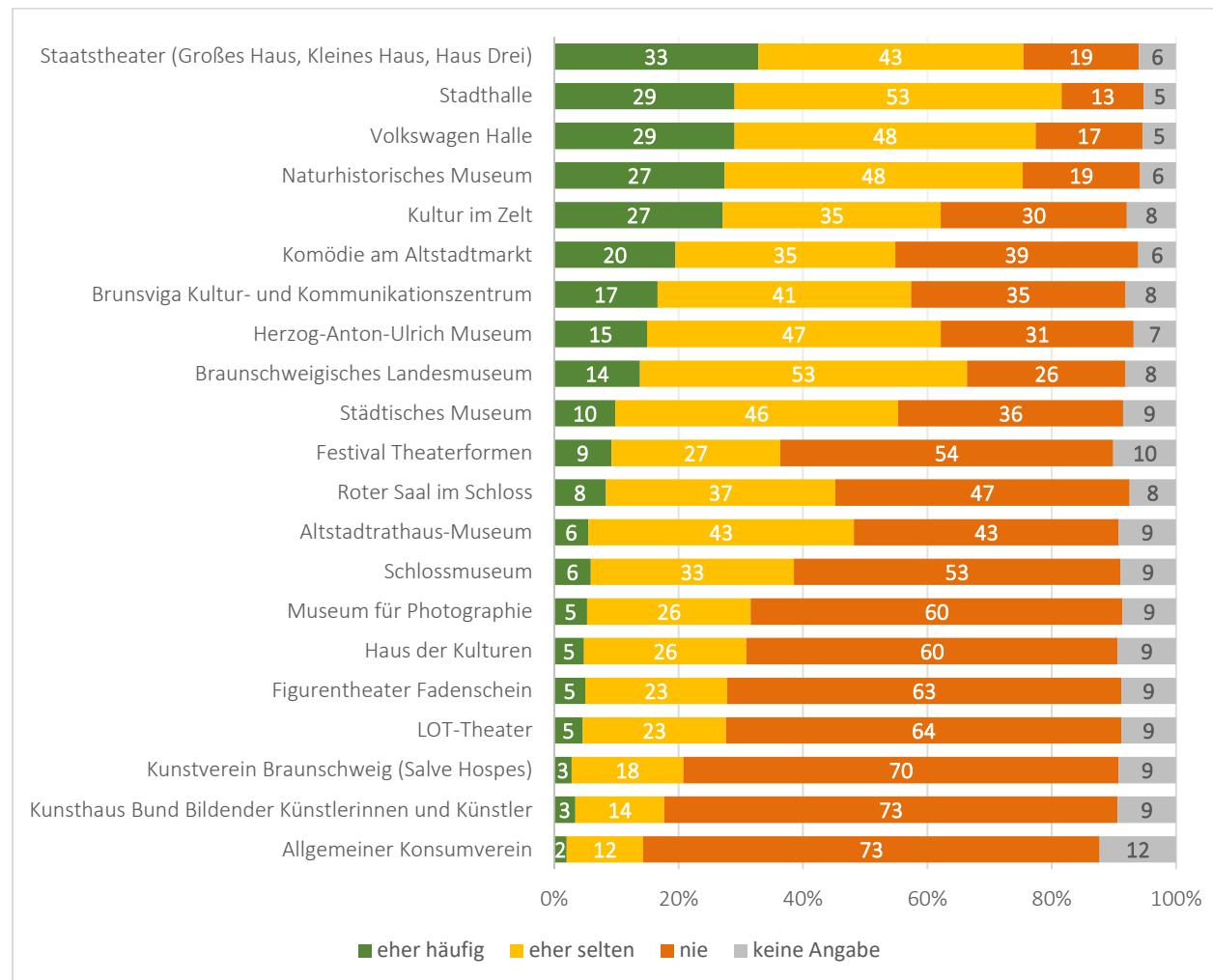
So lassen sich aus den Antworten der Befragungsteilnehmenden zu Orten die „eher häufig“ besucht werden, vor allem zwei Gruppen unterscheiden: Die Spitzengruppe bilden dabei das „Staatstheater“ mit seinen drei Aufführungsstätten (Großes Haus, Kleines Haus, Haus Drei) (33 %), die „Stadthalle“ (29 %), die Volkswagen Halle (29 %), das „Naturhistorische Museum“ (27 %) und „Kultur im Zelt“ (27 %).

Die letzten drei „eher häufig“ besuchten Einrichtungen sind in absteigender Folge das „LOT-Theater“ (5 %), das „Kunsthaus Bund Bildender Künstlerinnen und Künstler“ (3 %), der „Kunstverein Braunschweig (Salve Hospes)“ (3 %) und der „Allgemeine Konsumverein“ (2 %).

Interessant ist in diesem Zusammenhang auch, dass mit Blick auf die im Fragebogen konkret aufgeführten Angebote 9,6 Prozent der Befragungsteilnehmenden angeben, keine der aufgeführten Optionen „nie“ wahrzunehmen (vgl. Tabelle A9 im Anhang). Hierbei handelt es sich also um den Teil der Bevölkerung, der offensichtlich in alle angegebenen Kulturangebote zumindest einmal „reingeschnuppert“ hat. Im unteren Teil der Tabelle A9 zeigt sich der Anteil der Nicht-Nutzer*innen. Lediglich 2,1 Prozent der Befragten antworten demnach bei allen erfragten Kulturangeboten, dass sie diese „nie“ nutzen. Weitere drei Prozent haben dann aber zumindest ein oder zwei Angebote schon einmal genutzt.

Die Grafik auf der Folgeseite weist aus, dass von den 21 aufgeführten Einrichtungen neun (!) von mehr als 50 Prozent der Befragten weder „eher häufig“ noch „eher selten“ besucht wurden. Dem ist von Seiten der Kulturverwaltung auf den Grund zu gehen, gegebenenfalls durch vertiefende Umfragen. Die Stadthalle schneidet mit 13,2 Prozent an Nichtbesucher*innen am besten ab. Ferner kann festgestellt werden, dass knapp 60 Prozent der Befragten eins bis fünf Angebote „eher häufig“ nutzen (vgl. Tabelle A8 im Anhang). Die faktische kulturelle Teilhabe ist also angebotsspezifisch sehr differenziert.

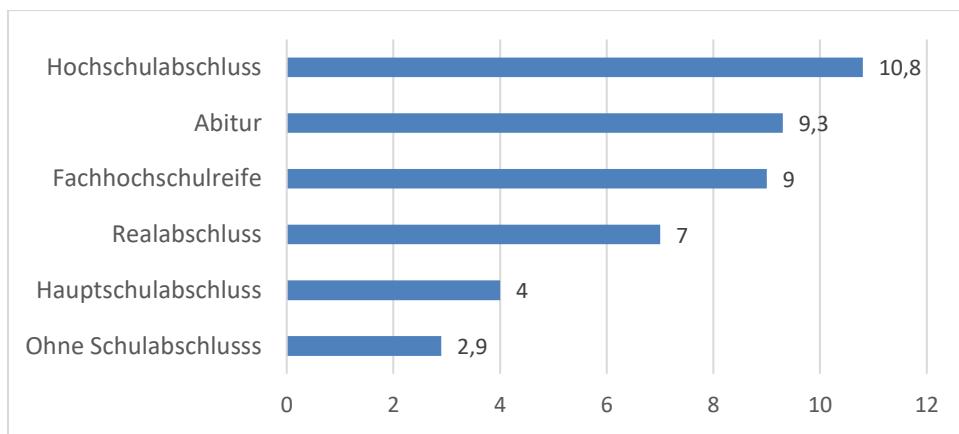
Abbildung 6: Besuch von Kulturveranstaltungsorten in Braunschweig („Wie häufig besuchen Sie folgende Veranstaltungen in Braunschweig?“) (n = 1.485); Angaben in gerundeten Prozent von allen Antworten zum jeweiligen Angebot)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Darstellung

Sehr deutliche Zusammenhänge zeigen sich hinsichtlich der jährlichen Nutzung des Braunschweiger Kulturangebotes wiederum mit Blick auf den Faktor Bildung in der untenstehenden Abbildung 7. Demnach nutzen Befragte mit Hochschulabschluss fast dreimal so häufig das Angebot wie diejenigen ohne Schulabschluss. Mit der Bildung steigt die Inanspruchnahmehäufigkeit kontinuierlich an (der Korrelationskoeffizient liegt hier bei .238).

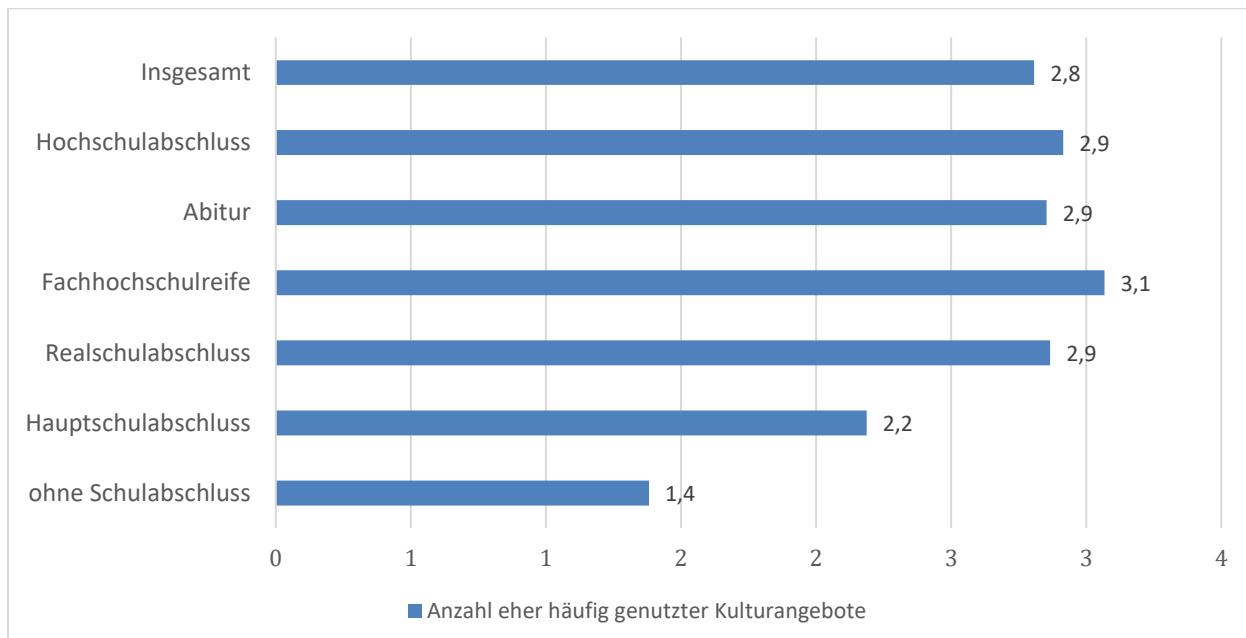
Abbildung 7: Durchschnittliche Nutzungshäufigkeit in 12 Monaten nach Schulbildung („Wie oft haben Sie in den letzten 12 Monaten das Kulturangebot in Braunschweig genutzt?“), (n=1.418)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Darstellung

Auch hinsichtlich der Häufigkeit der genannten Kulturveranstaltungen zeigt sich eine starke Bildungsabhängigkeit. Abbildung 8 zeigt mit Blick auf die Anzahl der „eher häufig“ genutzten Kulturangebote eine vergleichsweise hohe Konstanz der kulturellen Teilhabe in den oberen Bildungsgruppen, während die Bürger*innen, die über einen Hauptschulabschluss verfügen (2,2) und noch stärker diejenigen, die keinen Schulabschluss haben (1,4) im Schnitt deutlich weniger Kulturangebote „eher häufig“ wahrnehmen als alle anderen Gruppen (zwischen 2,8 und 3,1).

Abbildung 8: Durchschnittliche Anzahl „eher häufig“ genutzter Kulturangebote nach Schulbildung („Wie häufig besuchen Sie folgende Veranstaltungen in Braunschweig?“) (n=1.440)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung.

1.3.3 Nutzungspräferenzen

Die einzelnen Veranstaltungsorte, die in Abbildung 6 aufgeführt sind, lassen sich inhaltlich gut begründbar in folgenden Gruppen / Sparten zusammenfassen:

- *Darstellende Kunst* (Staatstheater, LOT-Theater, Festival Theaterformen, Figurentheater Fadenschein, Komödie am Altstadtmarkt)
- *Bildende Kunst* (Allgemeiner Konsumverein, Herzog-Anton-Ulrich Museum, Kunstverein Braunschweig, Kunsthaus BBK)
- *Museen (außer Zeitgenössische Bildende Kunst)*: (Städtisches Museum, Schlossmuseum, Naturhistorisches Museum, Museum für Photographie, Städtisches Museum im Altstadtrathaus, Braunschweigisches Landesmuseum)
- *Übergreifendes*: (Stadthalle, Haus der Kulturen, Kultur im Zelt, Brunsviga Kultur- und Kommunikationszentrum, Roter Saal im Schloss, Volkswagen Halle)¹⁵

Zwecks Informationsverdichtung wurden für diese vier Sparten / Angebotsgruppen die Anzahl derjenigen Angebote, die „eher häufig“ (Frage 6) genutzt wurden ermittelt. Gleiches gilt für die Anzahl der Kulturangebote mit der Nennung „nie“. Die thematisch differenzierten Indizes geben insofern Auskunft über die Breite des Nutzungsverhaltens in den unterschiedenen Sparten / Angebotsgruppen. Die Werteverteilung ist wiederum in den Tabellen A8 und A9 im tabellarischen Anhang nachzulesen.

Wie unterscheiden sich die Nutzer*innen hinsichtlich der Gruppen / Sparten?

Die korrelationsstatistischen Auswertungen ergaben, dass die *Gesamtzahl der häufig genutzten einzelnen Kulturangebote* lediglich in einem (leichten) Zusammenhang mit dem Alter der Befragten steht (.111). Erst wenn man auf die gruppierten Indizes schaut, ändert sich dieses Bild. Dort zeigen sich einige sehr deutliche Zusammenhänge und Unterschiede: Ältere Menschen nutzen häufiger Angebote der bildenden Kunst (.126), Museen (.125), und kreuzen weitaus seltener die Antwortvorgabe „nie“ bei Angeboten aus den Bereichen Übergreifendes (-.227), Museen (-.358), bildende Kunst (-.321) und darstellende Kunst (-.213) an als jüngere Menschen. Sie nutzen also die Breite des kulturellen Angebotes stärker als jüngere Menschen.

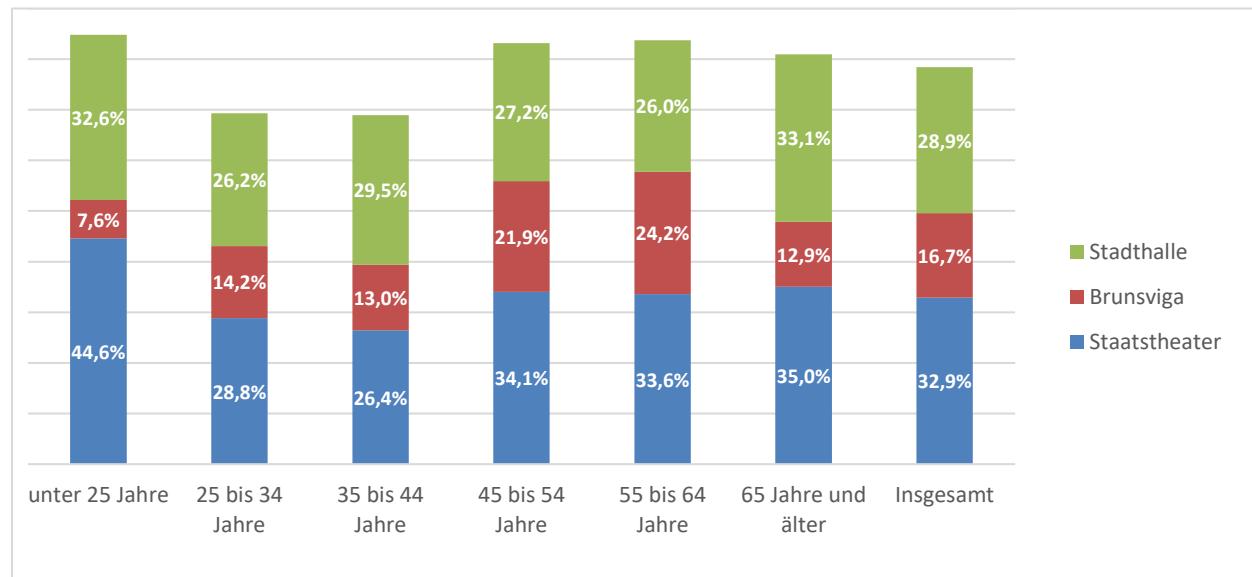
Mit Blick auf die spartenbezogene Nutzung kann gesagt werden, dass es einen (allerdings nur leichten) Zusammenhang mit der Einkommenssituation des Haushaltes gibt. Je besser diese ist, desto stärker fällt die Nutzung von Angeboten der darstellenden Kunst (.103) und der Entertainment-Angebote (.143) aus, was sich sicher mit den Eintrittspreisen der damit verbundenen Einrichtungen erklären lässt.

15 Die Sammelkategorie „Übergreifendes“ schert aus der üblichen Spartenlogik aus. Gemeinsam haben diese Veranstaltungsorte weniger spezifische Genres oder Formate als ihren sparten- und formatübergreifenden Charakter.

Besonders interessant ist der Zusammenhang (bzw. der Nicht-Zusammenhang) der beiden Nutzungsindikatoren ‚Häufigkeit‘ und ‚Breite‘ der Kulturnutzung mit der Bildung. Während es einen sehr deutlichen Zusammenhang (.238) zwischen Bildung und der Häufigkeit der allgemeinen Nutzung des Braunschweiger Kulturangebots im letzten Jahr gibt, trifft dies für die Breite der Nutzungen nicht zu – und zwar weder für die Gesamtzahl aller häufig genutzten Angebote (.069) noch für die Werte in den unterschiedenen vier Sparten / Gruppen.

Nutzungspräferenzen lassen sich jedoch nicht nur entlang kultureller Sparten und Genres identifizieren, sondern auch bezogen auf unterschiedliche Einrichtungstypen und konkrete Einrichtungen. Be trachtet man etwa einzelne Einrichtungen, die stellvertretend für unterschiedliche Formate in den Bereichen Hochkultur, Soziokultur und Entertainment stehen könnten, und unterscheidet dabei die intensive Nutzung („eher häufig“) nach dem Alter der Befragten (Abbildung 9), so lässt sich zeigen, dass ein hoher Anteil (44,6 Prozent) der unter 25-jährigen angibt, das Staatstheater zu besuchen oder besucht zu haben, was möglicherweise auf die Teilhabe von Schulklassen im Rahmen des Unterrichts zurückzuführen ist. Dagegen sind die Altersgruppen 45 bis 54 und 55 bis 64 Jahre nach eigenen Angaben offenbar stärker im soziokulturellen Zentrum Brunsviga vertreten. Dies könnte darauf hindeuten, dass die Soziokultur kein Jugend- oder Randphänomen mehr ist, sondern altersbezogen eher in der ‚Mitte‘ der Altersstruktur anzusiedeln ist. Insgesamt jedoch ist die Repräsentanz der „eher häufig“ Nutzenden in den drei Einrichtungen eher homogen.

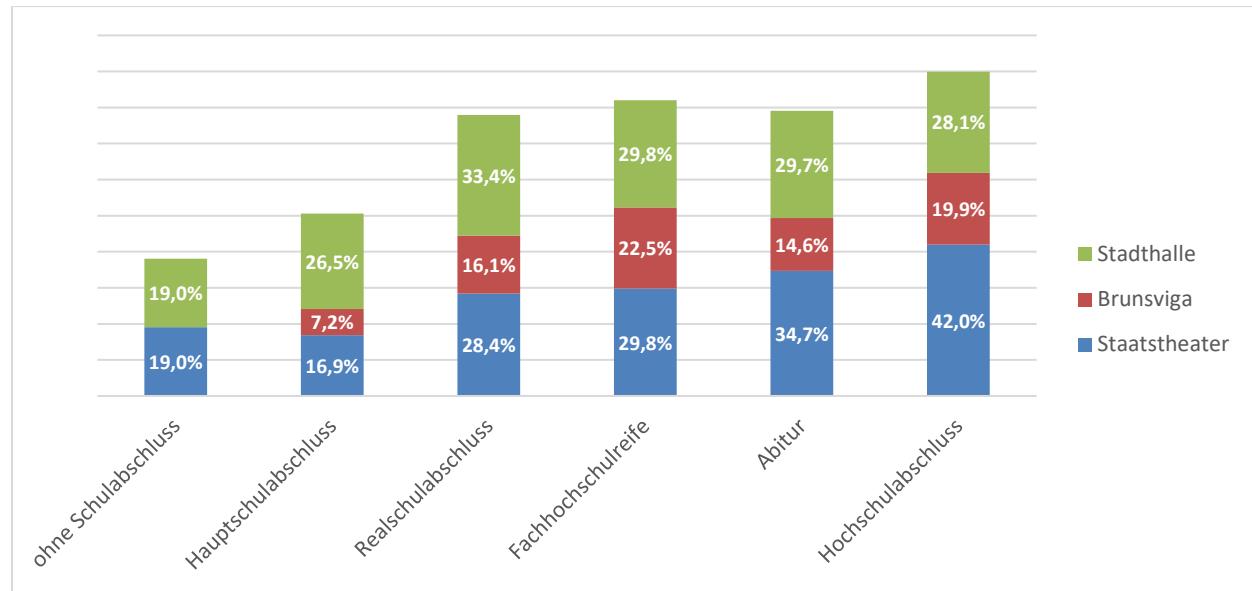
Abbildung 9: Anteile von „eher häufig“ Nutzenden für einzelne Angebote nach Alter, Angaben jeweils in Prozent von allen Befragten (n=1.485)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung. Anmerkung zur Abbildung: Die Säulenbildung dient lediglich der Veranschaulichung, die Werte können nicht addiert werden.

Auch hinsichtlich der Schulbildung der Nutzenden unterscheiden sich die Einrichtungen Stadthalle, BrunsViga und Staatstheater. Bürger*innen mit einer eher geringeren Schulbildung nutzen die Angebote der BrunsViga und auch der Stadthalle nicht so häufig wie die umfänglicher Gebildeten (Abbildung 10). Vor allem beim Staatstheater wird der Zusammenhang von Bildung und Nutzung sehr deutlich, während dies bei der Stadthalle ausgeglichener ist. Hier ist die soziale Selektivität (gemessen am Kriterium Bildung) offenbar etwas weniger ausgeprägt.

Abbildung 10: Anteile von „eher häufig“ Nutzenden für einzelne Angebote nach Schulbildung, Angaben jeweils in Prozent von allen Befragten (N=1.485)

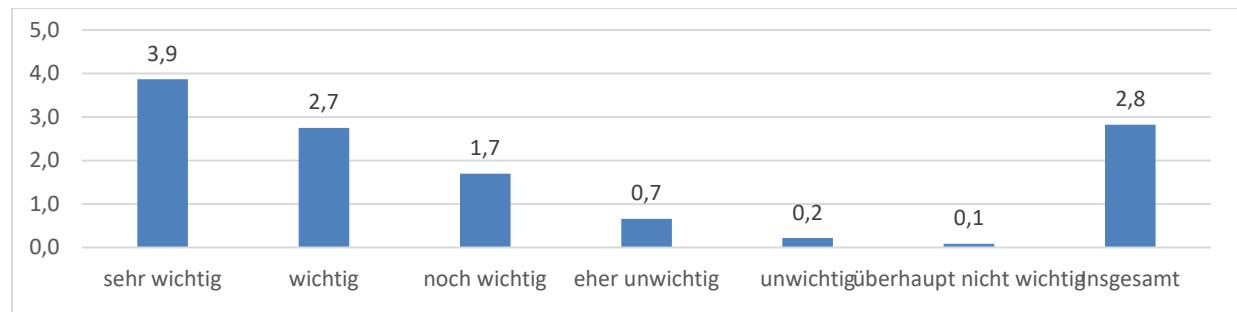


Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung. Anmerkung: Die Säulenbildung dient lediglich der Veranschaulichung, die Werte können nicht addiert werden.

1.3.4 Kulturnutzung und Kulturinteressen

Es ist naheliegend, dass die faktische Kulturnutzung und die *Kulturinteressen* in einem Zusammenhang stehen. Dies kann auch für die vorliegende Untersuchung gezeigt werden – und zwar sowohl für die Häufigkeit der Teilnahme wie auch für die Breite der Kulturnutzung in der Stadt Braunschweig. So beträgt der Korrelationskoeffizient zwischen der persönlichen Bedeutung (Wichtigkeit) der Kulturangebote (siehe Frage 1 des Fragebogens (Stadt Braunschweig 2019a)) und der jährlichen Nutzung (siehe Frage 5) -.353. Zwischen Interessenvielfalt und der Anzahl „eher häufig“ genutzter Kulturangebote (siehe Frage 6) liegt er bei .387. Bis auf das Interesse an einzelnen Musikrichtungen (Hiphop, Rock und Schlager) gilt diese Korrelation für alle erfragten spartenspezifischen Kulturangebote. Diese Zusammenhänge zeigen sich in aller Deutlichkeit auch in der folgenden Abbildung.

Abbildung 11: Kulturnutzung nach persönlicher Relevanz (Wichtigkeit) kultureller Angebote (durchschnittliche Anzahl „eher häufig“ genutzter Kulturangebote), n=1.452



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung

Von Interesse ist dabei, ob dieser Zusammenhang von geäußertem Interesse und faktischer Nutzung auch für einzelne *Nutzungskategorien* feststellbar ist (vgl. Kapitel 1.3.3). Differenzen könnten bislang auf nicht realisierbare Interessen hindeuten. Für die inhaltlich einander entsprechenden Sparten kann zunächst gesagt werden, dass Interesse mit Nutzung korrespondiert. Interesse an und Nutzung von darstellender Kunst (.295), bildender Kunst (.361), Museen (.382) und Übergreifendes (.214) weisen deutliche, jedoch auch unterschiedliche Zusammenhänge auf (Abbildung 11). So steigt die Nutzung von spartenübergreifenden Kulturangeboten („Übergreifendes“) nicht in gleichem Maße mit dem Interesse hieran an wie bei den einzelnen Sparten. Möglicherweise spielen hier wiederum finanzielle Begrenzungen eine Rolle, weil die Eintrittspreise höher sein dürften.

Insgesamt spricht nach den vorliegenden Daten vieles dafür, dass die Nutzung von Kulturangeboten einerseits eine Frage des Interesses und andererseits eine Altersfrage ist. Breit interessierte Bürgerinnen und Bürger nutzen die Kulturangebote in der Stadt mehr als andere. Vor allem jedoch stellt das Bildungsniveau (hier gemessen an der Schulbildung) einen entscheidenden „Eintrittsfaktor“ für den Zugang zu Kulturangeboten dar.

1.4 Beurteilung der und Zufriedenheit mit den kulturellen Angeboten in Braunschweig

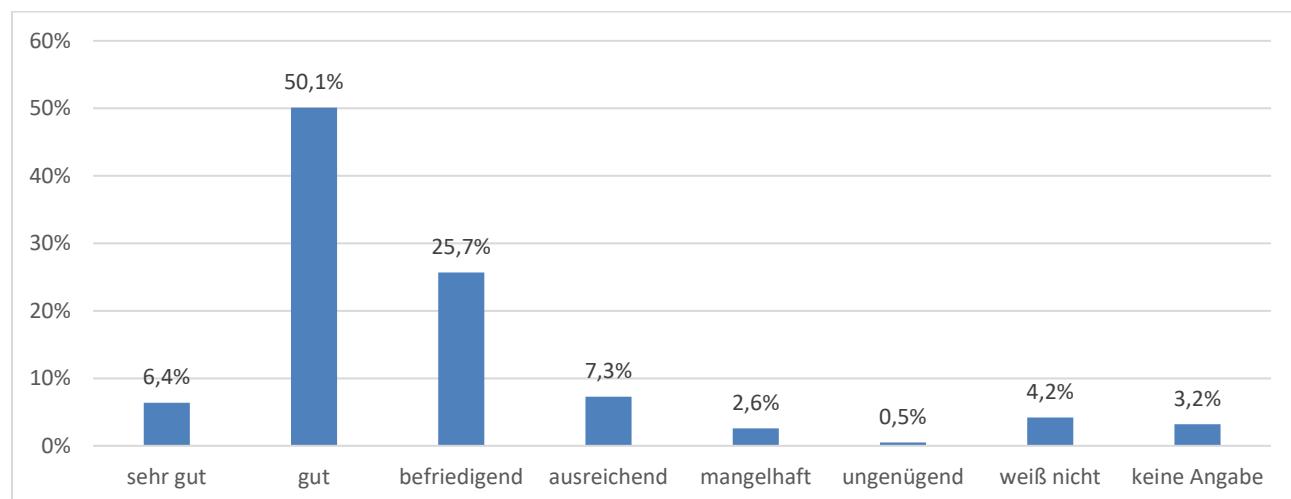
1.4.1 Beurteilung der kulturellen Angebote

Die Untersuchung der Zufriedenheit mit dem kulturellen Angebot in Braunschweig sollte sich nicht nur auf das gesamte Kulturangebot in der Stadt beziehen, sondern auch auf die Ausführung und Qualität einzelner Programme / Angebote. Die Bürger*innen der Stadt Braunschweig wurden dementspre-

chend nach ihrer allgemeinen Beurteilung des „Kulturangebotes der Stadt Braunschweig“ (vgl. Abbildung 12) und zusätzlich nach ihrer Zufriedenheit mit insgesamt 13 verschiedenen Angebotstypen / Kultursparten befragt (vgl. Abbildung 13).¹⁶

Über die Hälfte der Befragten beurteilen das Kulturangebot im Allgemeinen als „sehr gut“ (6,4 %) oder „gut“ (50,1 %), während nur 10,4 Prozent die Noten „ausreichend“ (7,3 %), „mangelhaft“ (2,6 %) oder „ungenügend“ (0,5%) vergeben (vgl. Abb. 12). Die positive Bewertung des Kulturangebotes nimmt dabei mit dem Alter der Befragten zu (-.212). So beurteilen 69% der über 65-jährigen das Kulturangebot als sehr gut oder gut, aber nur 45,8% der bis 34-jährigen (vgl. Tabelle A10 im Anhang). Beim Merkmal Geschlecht sind die Unterschiede nur gering (-.122): Frauen urteilen etwas besser als Männer

Abbildung 12: Allgemeine Beurteilung des Kulturangebotes in Braunschweig („Wie beurteilen Sie im Allgemeinen die Kulturangebote der Stadt Braunschweig“) (N = 1.485; Angaben in Prozent)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung

Die Abbildung 12 zeigt, dass ein gutes Drittel (36,1 %) bei der Bewertung des Kulturangebotes in Braunschweig für „befriedigend“ bis „mangelhaft“ oder „ungenügend“ votiert. Dieses Ergebnis relativiert das positive Ergebnis nicht, zumal 25,7 Prozent der Antworten auf die Note „befriedigend“ entfielen. Dennoch zeigt sich hier eine kleine Differenz – vor allem im Verhältnis zur Wichtigkeit der Kultur für die Befragten (vgl. Abb. 1) – die darauf hindeuten könnte, dass mit Blick auf die Erfüllung der Erwartungshaltung der Befragungsteilnehmer*innen noch „Luft nach oben“ ist.¹⁷

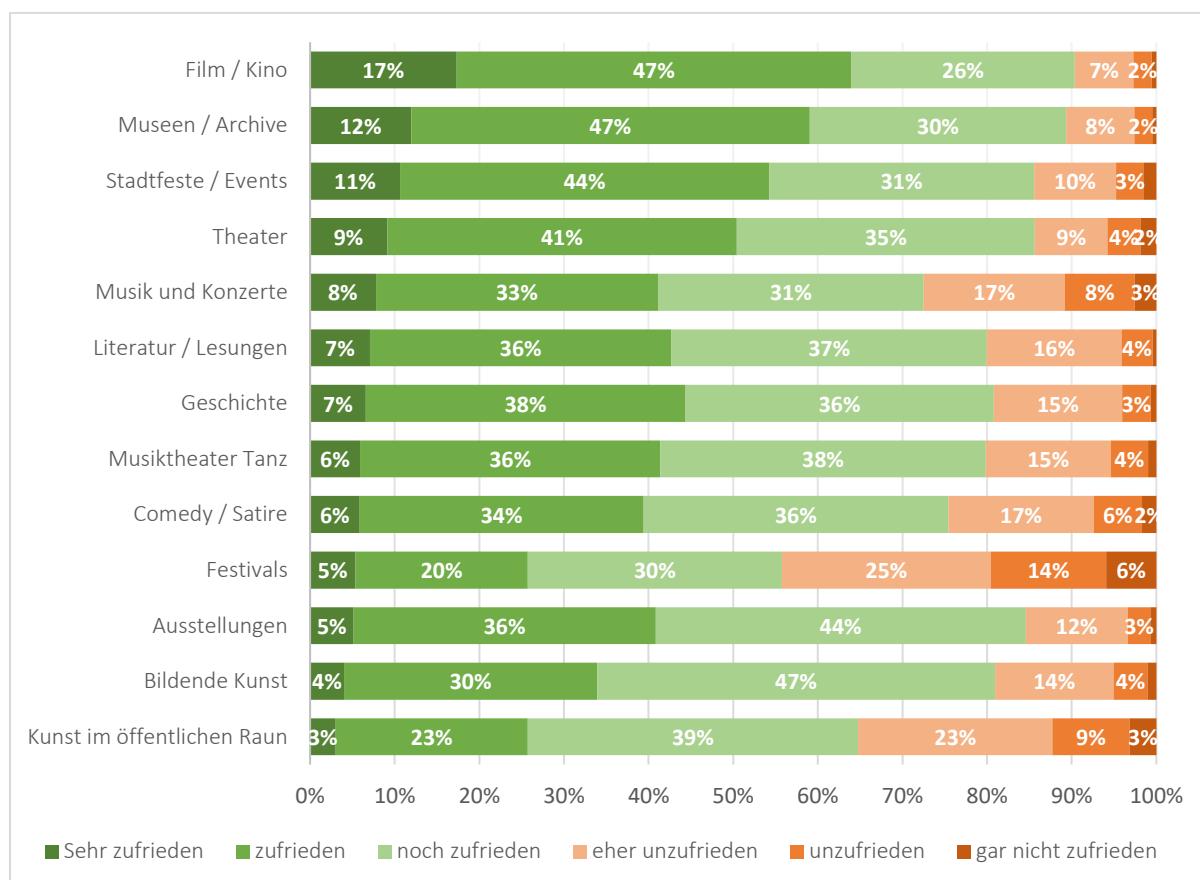
¹⁶ Die Antwortmöglichkeiten liegen im ersten Fall zwischen „sehr gut“ (1) und „ungenügend“ (6) und im zweiten Fall zwischen „sehr zufrieden“ (1) und „gar nicht zufrieden“ (6). Außerdem stand jeweils die Antwortkategorie „weiß nicht“ zur Wahl. Da diese Skalierung den (bekannten) schulischen Noten mit ihren gleichen Abständen entspricht, konnten direkt Mittelwerte (ohne den Umweg über eine „Punktezuweisung“) gebildet und Korrelationen berechnet werden.

¹⁷ Derartige Einschätzungen stehen häufig mit zeitaktuellen Beurteilungen des Kulturangebots im Zusammenhang, vgl. hierzu auch die Ausführungen zu Teilhabebarrieren, Seite 53, 2. Absatz

1.4.2 Zufriedenheit mit den kulturellen Angeboten

Auch die konkrete Bewertung des Kulturangebotes in Braunschweig bezogen auf die verschiedenen Kultureinrichtungen fällt eher positiv aus. Bezogen auf die einzelnen Angebote gibt es jedoch auch hier eine klare Reihenfolge: Während „Kino / Film“, „Museen / Archive“, „Stadtfeste / Events“ und „Theater“ ganz oben rangieren, liegen „Festivals“, „Ausstellungen“, „Bildende Kunst“ und „Kunst im öffentlichen Raum“ am unteren Ende der Skala (vgl. Abb. 13).

Abbildung 13: Persönliche Zufriedenheit mit den Kulturangeboten in Braunschweig (Angaben jeweils in Prozent der Befragten, gerundet auf ganze Prozent, zeilenweise Prozentuierung ohne Fälle mit „weiß nicht“ und „keine Angabe“)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Darstellung

Zu bedenken ist dabei, dass sowohl das Interesse an als auch die Inanspruchnahme von kulturellen Angeboten stark durch die Gelegenheitsstruktur, also durch das Vorhandensein ausreichender Angebote und Beteiligungsmöglichkeiten vor Ort, beeinflusst wird. Angebote, die nicht vorhanden sind oder nicht bzw. selten genutzt werden, können nicht bewertet werden.

Dies erklärt eine teilweise hohe Zurückhaltung der Befragungsteilnehmer*innen (keine Antwort oder „weiß nicht“). So wurden bestimmte Sparten / Genres (z. B. „Bildende Kunst“, „Musiktheater / Tanz“, „Geschichte“, „Literatur / Lesungen“, „Comedy / Satire“, „Kunst im öffentlichen Raum) zu einem hohen Anteil (45 % und mehr) gar nicht bewertet.¹⁸

Es konnte festgestellt werden, dass diejenigen, die das Kulturangebot besser bewerten, weniger Interesse an Hiphop / Elektro bzw. an Rap und Rock, aber ein etwas stärkeres Interesse an darstellender Kunst und Geschichte haben (vgl. hierzu Tabelle A11 im Anhang). Dies kann – im Umkehrschluss – ein Hinweis darauf sein, dass die Liebhaber von Hiphop und Rap- / Rockmusik zu einer kritischeren Beurteilung des Kulturangebotes neigen und / oder ihre kulturellen Interessen im Braunschweiger Kulturangebot nicht stark genug repräsentiert sehen.

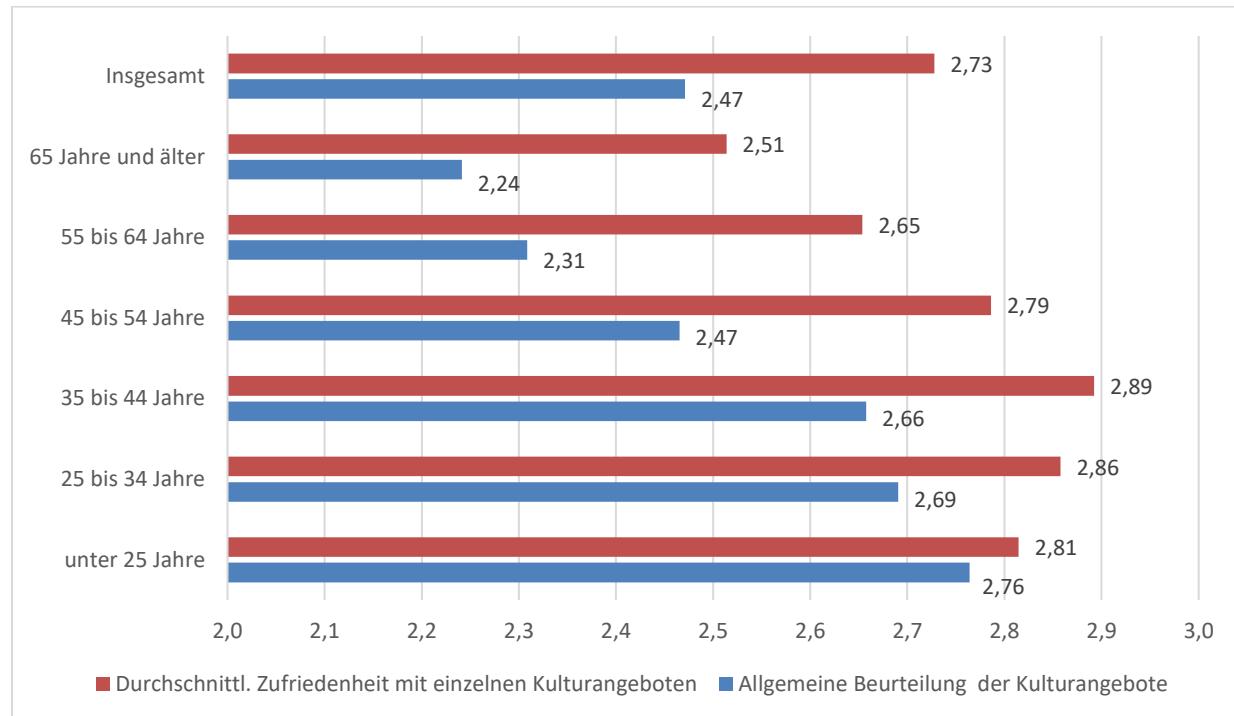
Um Zusammenhänge mit sozialen Merkmalen aufzudecken, wurde die „durchschnittliche Zufriedenheit“ berechnet, die sich auf alle gegebenen Antworten bezieht¹⁹. Die auf dieser Grundlage erfolgte Datenanalyse verweist auf folgende Details der „sozialen Struktur“ von Zufriedenheit. So nimmt die Zufriedenheit mit dem Alter zu. Dies trifft auf die allgemeine Beurteilung des Angebotes (über alle Sparten / Genres) ebenso zu (-.212) wie auch auf die durchschnittliche Beurteilung einzelner Sparten / Genres (-.173). Abbildung 14 veranschaulicht dies anhand der Mittelwerte für beide Indikatoren in den verschiedenen Altersgruppen.

Frauen beurteilen die Qualität des Gesamtangebots etwas positiver als Männer (-.122). Dieser Zusammenhang wird deutlich schwächer (-.086), wenn man die durchschnittliche Zufriedenheit mit den einzelnen Kultursparten zugrunde legt.

18 Die Abbildung A1 im Anhang weist diese Werte aus. Die Anteilswerte der weiteren Antworten ändern sich bei ihrer Berücksichtigung zwangsläufig. Mit abnehmender Zufriedenheit nimmt dieser Anteil fehlender Bewertungen zu. Während er für „Film / Kino“ nur bei insgesamt 16 Prozent liegt, haben bei der „Bildenden Kunst“ 52 Prozent der Befragten mit „Weiß nicht“ geantwortet und bei weiteren 10 Prozent fehlt jede Antwort.

19 Vgl. hierzu die Methodischen Anmerkungen im Anhang.

Abbildung 14: Mittelwerte für Zufriedenheit mit den Kulturangeboten nach Alter (gruppiert)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung. Lesehinweis zur Abbildung: Die angegebenen Werte können hier wie Schulnoten gelesen werden: je geringer die Werte sind, desto größer ist also die Zufriedenheit.

Schließlich ist von Interesse, ob es Zusammenhänge zwischen der Zufriedenheit mit dem Kulturangebot auf der einen Seite und den bekundeten Interessen, vor allem aber mit der tatsächlichen *Nutzung* der kulturellen Angebote, auf der anderen Seite gibt. Die Auswertung der Zusammenhangsanalysen hat dazu Folgendes gezeigt: Grundsätzlich kann man nicht sagen, dass stärker und breiter interessierte Bürger*innen auch zufriedener mit dem Angebot sind. Umgekehrt gilt aber auch nicht der Schluss, dass breit Interessierte unzufriedener sind. Nachweisbar sind nur leichte Korrelationen zwischen der Zufriedenheit und dem *Interesse* an den Musikparten Hip-Hop / Elektro (.112) und Rockmusik (.130). Wer an diesen Musikrichtungen interessiert ist, äußert sich tendenziell unzufriedener mit dem kulturellen Gesamtangebot, was das weiter oben skizzierte Ergebnis zur Gruppe dieser Musikliebhaber*innen noch einmal bestätigt.²⁰ (vgl. Kapitel 1.2). Andere Vorzeichen gelten für die Darstellende Kunst (-.08) und für die Sparte Museen / Geschichte (-.103). Die hieran Interessierten sind eher zufriedener als andere, allerdings ist dieser Zusammenhang ebenfalls nur sehr schwach.

20 Anders als möglicherweise erwartet, ist dieses Ergebnis weniger den speziellen Interessen oder der vermeintlichen sozialstrukturellen (Rand-)Position dieser Gruppe geschuldet, sondern eher der Breite ihrer kulturellen Interessen, ihres vergleichsweise hohen Bildungsniveaus und ihres vielfältigen Teilhabeverhaltens.

Kaum Zusammenhänge lassen sich mit Bezug auf die *Nutzung* von Kulturangeboten ausmachen. Lediglich ein (schwacher) Koeffizient von -.107 für den Zusammenhang zwischen der Anzahl häufig genutzter Angebote und der allgemeinen Beurteilung des Angebotes besagt, dass diejenigen Braunschweiger*innen, die das kulturelle Angebot häufiger nutzen, sich auch etwas zufriedener äußern.

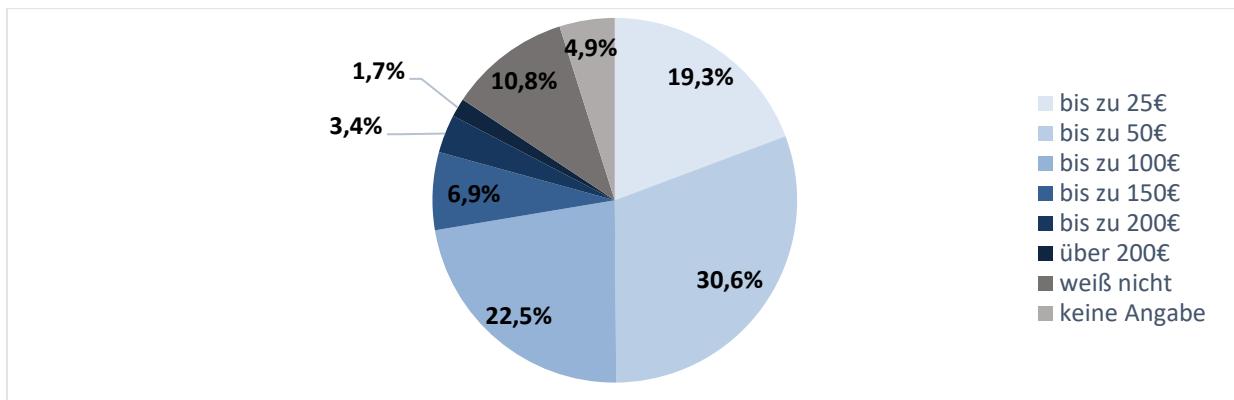
Damit lässt sich zusammenfassend sagen: Die Zufriedenheit mit dem Kulturangebot ist weitgehend unabhängig von der Vielfalt der Interessen und auch von der Nutzungshäufigkeit des Kulturangebotes selbst. Lediglich einzelne spartenbezogene Abweichungen konnten nachgewiesen werden, und diese sind nicht besonders hoch. Insgesamt zeigt sich also das Maß an positiver Beurteilung und Zufriedenheit als kaum beeinflusst von anderen Faktoren.

1.5 Kulturausgaben der Befragten

Kulturelle Teilhabe ist auch eine Frage des Geldbeutels. Für die oft beklagte soziale Selektivität der Kulturinstitutionen sind die zur Verfügung stehenden finanziellen Ressourcen ein wichtiger Faktor. Dies wird auch aus der Bürgerumfrage deutlich. Wie Abbildung 15 zeigt, geben 12 Prozent der Befragten an, dass ihre Haushaltsausgaben für kulturelle Angebote mehr als 100 Euro pro Monat betragen, während für knapp die Hälfte der Befragten (49,9 %) das Limit schon bei 50 Euro erreicht ist.²¹ Je nach der Höhe der Eintrittspreise für konkrete Kulturangebote wären dies nicht mehr als 1 – 3 Kulturbesuche pro Monat und Haushalt. Auch oberhalb dieses Limits von 50 bis 100 Euro ist die Nutzungshäufigkeit finanziell beschränkt und für ein Fünftel der Befragten wäre nicht mal ein Konzert- oder Theaterbesuch pro Monat für eine Person möglich, wenn der Preis über 25 Euro liegen würde. Dies zeigt, welche große Rolle das Einkommen und mithin die Eintrittspreisgestaltung im Kulturmanagement der Kultureinrichtungen spielt.

21 Dieser Wert erscheint relativ hoch. So ergab eine Untersuchung des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung, dass private Haushalte 2011 für Kulturveranstaltungen im Durchschnitt etwa 144 Euro ausgaben. Allein für Theater, Musik-, Film- und Zirkusveranstaltungen waren es 108 Euro. (vgl. MFKJS NRW 2017: 182) Unsere Berechnungen zeigen, dass die Kulturausgaben mit dem Alter deutlich zunehmen. Am wenigsten Geld gibt die Altersgruppe der 25-34jährigen aus. Vgl. Tabelle A12 im Anhang.

Abbildung 15: Monatliche Ausgaben für kulturelle Veranstaltungen („Wie hoch ist der Beitrag, den Ihr Haushalt monatlich für kulturelle Veranstaltungen ausgibt?“) (N = 1.485; Angaben in Prozent)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Darstellung

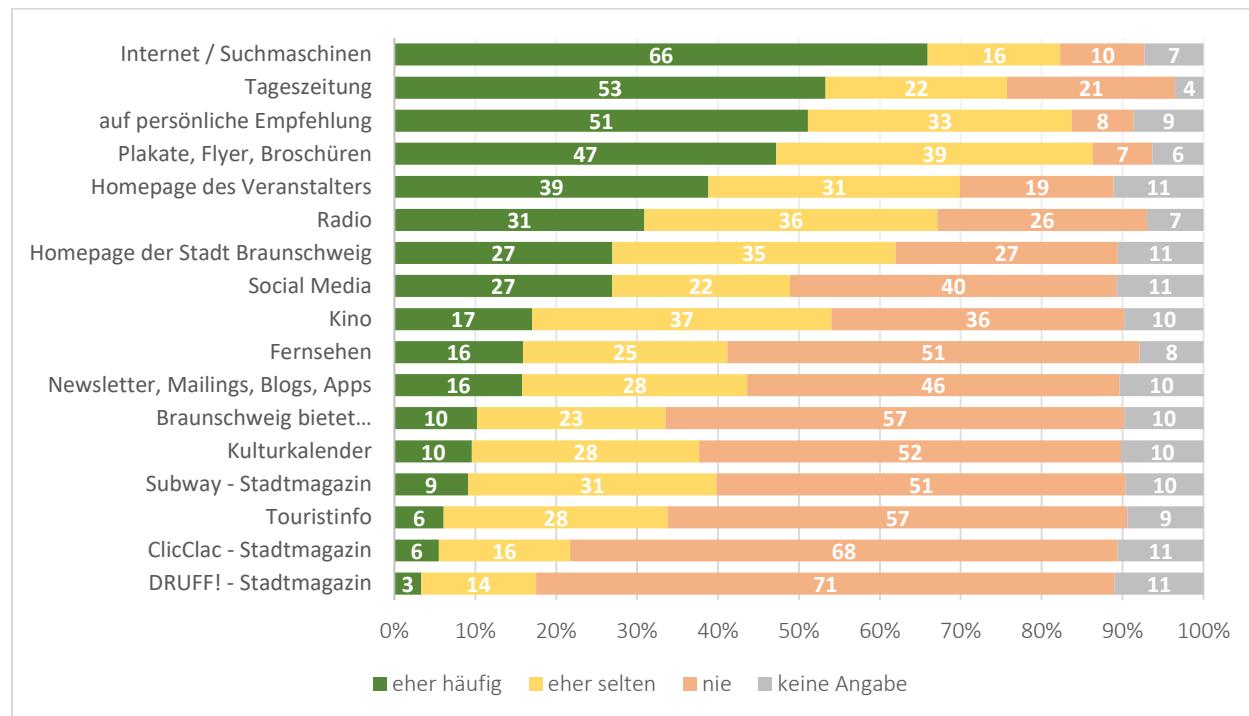
Hinsichtlich der Merkmale Alter, Geschlecht und Bildung überrascht es nicht, dass ältere Menschen mehr Geld für Kultur ausgeben als jüngere (.202). Keine interpretierbaren Unterschiede gibt es dagegen hinsichtlich des Geschlechts und der Bildung, während das Haushaltseinkommen wiederum einen deutlichen Einfluss hat (.318).

1.6 Kulturinformationsverhalten

Die Kulturinformation, also die Frage, wie Kulturinteressierte sich über die Kulturangebote informieren (und damit ggf. auch zum Besuch motiviert werden), ist für die kulturelle Teilhabe von entscheidender Bedeutung und spielt deshalb im Kulturmanagement der Anbieter*innen und der Kommunen eine große Rolle. Dabei gibt es aufgrund der Medienentwicklung vielfältige Möglichkeiten, die auch in Braunschweig bestehen und genutzt werden. Abbildung 16 zeigt das Spektrum der Informationsquellen und deren Nutzung. Dabei fällt auf, dass die digitalen Optionen sehr stark vertreten sind. Allein die internetbasierten Suchmaschinen werden von 66 Prozent der Befragten „eher häufig“ genutzt. Auch die Websites der Veranstalter (39 %) und der Stadt Braunschweig (27 %) sowie Social Media (27 %) erreichen noch Anteile über 25 Prozent. Bei den analogen Medien spielen immer noch die Tageszeitung (53 %) und die Plakate (47 %) eine wichtige Rolle. Darüber hinaus ist die „persönliche Empfehlung“ für gut die Hälfte der Befragten (51 %) eine relevante Informations- und sicher auch Motivationsquelle. Fast jeder fünfte (19,1%) der Befragungsteilnehmer*innen gab an, dass mehr als fünf verschiedene Medien „eher häufig“ genutzt wurden.²²

22 Vgl. Tabelle A13 im Anhang.

Abbildung 16: Kulturinformationsverhalten der Befragten („Wie informieren Sie sich über das Braunschweiger Kulturangebot?“) (n = 1.485; Angaben zeilenweise auf ganze Prozent gerundet; Mehrfachnennungen waren möglich)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung

Auf den ersten Blick sprechen diese Ergebnisse bezogen auf das Informationsverhalten (und ggf. entsprechend auf die Informationspolitik der Anbieter) für einen Mix aus analogen und digitalen Medien. Detailliertere Zusammenhangsanalysen liefern darüber hinaus weitere Erkenntnisse, die den „ersten Blick“ noch qualifizieren können. Dazu sind die insgesamt 17 im Fragebogen genannten Informationsquellen in fünf Gruppen zusammengefasst worden, um zu besser rechenbaren Indikatoren und zu klaren Ergebnisse zu kommen:

- Eher ‚klassische‘ audiovisuelle Medien (Radio, Fernsehen, Kino)
- Printmedien (Tageszeitung, Plakate / Flyer / Broschüren)
- Digitale Medien (Homepage der Stadt, Homepage von Veranstaltern, Internet / Suchmaschinen, Social Media, Newsletter / Mailings / Blogs / Apps)
- Kulturinformationsdienste (Touristinfo, Braunschweig bietet..., Kulturkalender, Subway-Stadtmagazin, ClicClac –Stadtmagazin, DRUFF!-Stadtmagazin)
- Persönliche Empfehlungen

Auch hier wurden Indizes berechnet, bei denen für jede Antwort „eher häufig“ ein Punkt vergeben wurde. Diese Punkteindizes beziehen sich sowohl auf die oben genannten einzelnen Untergruppen von Informationsmedien als auch auf die Gesamtheit aller im Fragebogen aufgeführten Medien. Im Einzelnen wurden Zusammenhänge des Informationsverhaltens mit den Kulturinteressen der Befragten, der

subjektiven Bewertung des Braunschweiger Kulturangebotes durch die Befragten und einzelnen sozio-demografischen Merkmalen untersucht. Folgende Ergebnisse können dazu festgehalten werden:

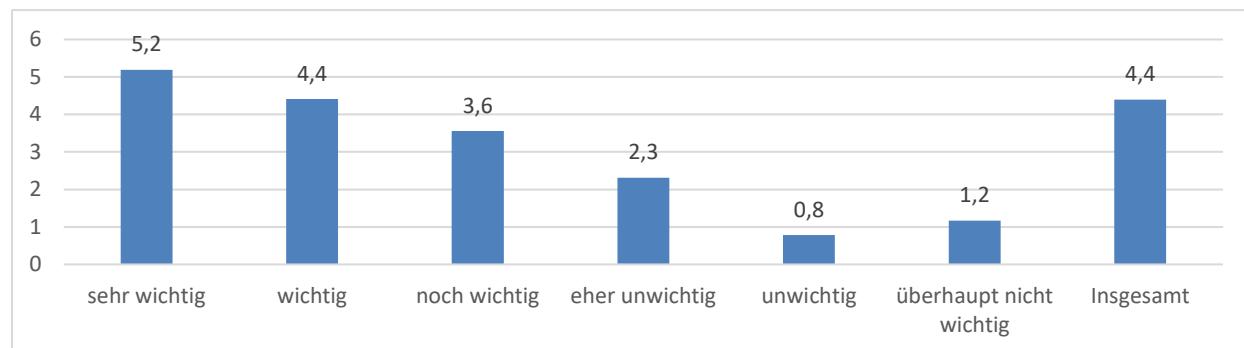
Informationsverhalten und Kulturinteressen

Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem Informationsverhalten und den *Kulturinteressen* der Bevölkerung. Wer an mehr unterschiedlichen Kulturangeboten interessiert ist, informiert sich breiter (.373). Dieser Zusammenhang mit den Kulturinteressen gilt für alle Informationsmedien, in besonderem Maße jedoch für die *digitalen* Medien (.307).

Es sind aber nicht nur die digitalen oder analogen „Medien“, die von Kulturinteressierten „eher häufig“ genutzt werden. Nach wie vor spielt auch die „persönliche Empfehlung“ eine wichtige Rolle, und auch diese nimmt mit der Breite der Kulturinteressen zu (.301). Dies gilt für fast alle im Fragebogen aufgeführten Kulturangebote. Lediglich die Schlagerinteressierten nennen die persönliche Empfehlung etwas seltener als Informationsquelle (-.136), was sicherlich mit der starken Präsenz dieses Genres in den audiovisuellen und ‚sozialen‘ Medien zu tun hat.

Der statistisch feststellbare Zusammenhang zwischen dem Informationsverhalten und der subjektiven Bedeutung (persönliche Wichtigkeit) des Braunschweiger Kulturangebotes vermittelt diesen Bezug noch deutlicher: Das Interesse bestimmt das Informationsverhalten (und umgekehrt). Abbildung 17 zeigt die Mittelwerte (durchschnittliche Anzahl der „eher häufig“ genutzten Informationsquellen) nach der persönlichen Bedeutung (Relevanz) der Braunschweiger Kulturangebote. Wem das Kulturangebot „sehr wichtig“ ist, nutzt im Schnitt 5,2 unterschiedliche Informationsquellen „eher häufig“, wem es dagegen „unwichtig“ ist, macht dies nur mit durchschnittlich 1,2 verschiedenen Informationsmedien.

Abbildung 17 Informationsverhalten der Befragten nach persönlicher Relevanz des Kulturangebotes (durchschnittliche Anzahl „eher häufig“ genutzter unterschiedlicher Informationsquellen) (n = 1.452)



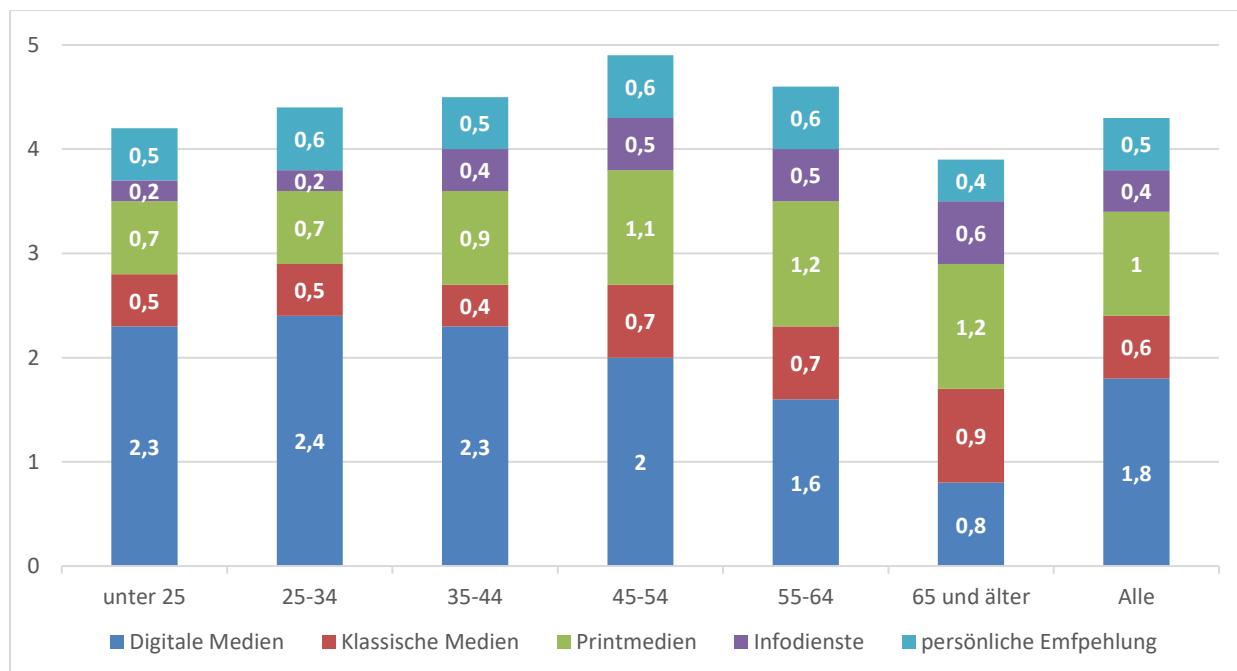
Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung

Informationsverhalten der Bevölkerungsgruppen

Wovon hängt die Nutzung der Informationsmedien nun aber weiterhin ab? Auch mit Blick auf sozio-demografische Merkmale lassen sich recht klare Zusammenhangsstrukturen identifizieren: So nutzen jüngere Bürger*innen sehr viel häufiger digitale Informationsmedien (-.388) und etwas häufiger Informationsdienste (-.143), ältere nutzen dagegen eher audiovisuelle Medien wie Radio oder Fernsehen (.153) und Printmedien (.270). Ferner kann festgestellt werden, dass die digitalen Medien mit zunehmendem Bildungsgrad deutlich stärker genutzt werden (.241) und entsprechend seltener ‚klassische‘ Medien (audiovisuelle und Printmedien) (-.290). Schließlich gibt es einen leichten Zusammenhang mit dem Haushaltseinkommen. Wenn dieses steigt, nimmt auch die Anzahl häufig genutzter Medien (.105), insbesondere digitaler Medien (.137) zu.

Bei den in der Abbildung 18 ausgewiesenen Mittelwerten für die einzelnen Gruppen von „häufig“ genutzten Informationsquellen bestätigen dieses Bild. Jüngere Kulturnutzende nennen zum Beispiel durchschnittlich 2,3 „häufig“ genutzte digitale Quellen, über 64-Jährige nur 0,8.

Abbildung 18: Informationsverhalten der Befragten nach Alter (durchschnittliche Anzahl eher häufig genutzter Informationsquellen)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung

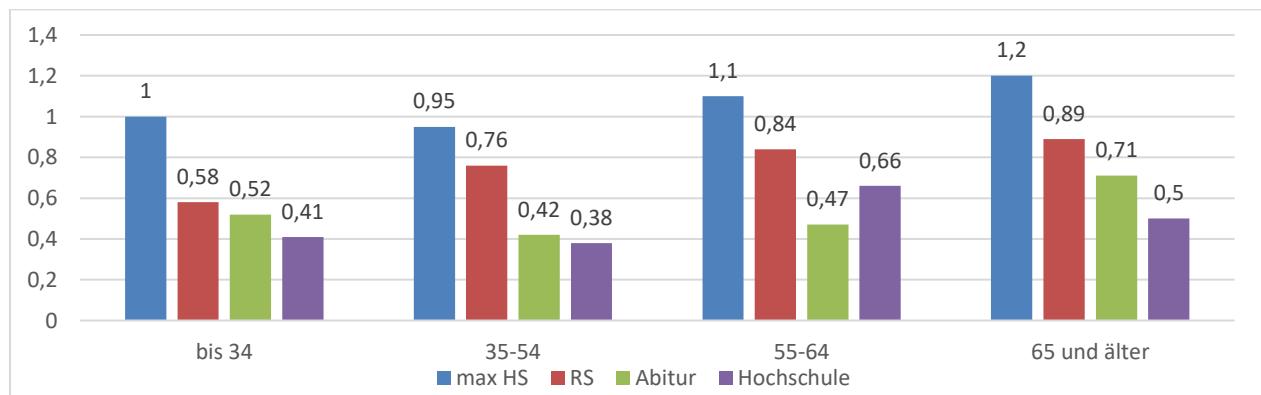
Bemerkenswert ist das mediale Informationsverhalten insbesondere mit Blick auf die ‚klassischen‘ audiovisuellen Medien Fernsehen, Radio, Kino. Hier haben wir einen Einfluss von Alter (.153) und Bildung (-.290). Beide Merkmale stehen allerdings auch miteinander in einem deutlichen Zusammenhang (.316), so dass sich die Frage stellt, ob und inwieweit es sich hier um einen ‚vermittelten‘ (Nicht-)Zusammenhang handelt und welches der beiden Unterscheidungskriterien das ausschlaggebende ist. Um

dies festzustellen, wurde ein Mittelwertvergleich durchgeführt, bei dem beide Variablen kontrolliert werden (vgl. Abbildung 19 und 20)²³.

Der Mittelwertvergleich in Abbildung 19 zeigt, dass in allen vier Altersgruppen die Nutzung der ‚klassischen‘ audiovisuellen Medien in den unteren Bildungsgruppen besonders stark ist. Mit besseren Bildungsabschlüssen sinken die Quoten für ihre „häufige“ Nutzung. In einzelnen ‚Bildungsgruppen‘ (Vergleich der gleichfarbigen Säulen) ist der Anstieg nach dem Alter zwar feststellbar, aber weitaus schwächer bzw. stufenförmig (oder eher kurvenförmig wie in der Gruppe der Hochschulabsolvent*innen). Das bedeutet: Die ‚klassischen‘ Informationsmedien werden nach wie vor genutzt, allerdings vorzugsweise von Menschen mit geringerer Bildung. Ferner kann davon ausgegangen werden, dass diese Form des Zusammenhangs (mit leichten Unterschieden) auch für die Nutzung der digitalen Informationsangebote gilt – allerdings in umgekehrter Richtung: Hier sind es die besser Gebildeten, die sich ihre Informationen eher im Netz suchen (vgl. Abb. 20). Und sogar in der Gruppe der ältesten Befragten ist die häufige Nutzung digitaler Informationsmedien etwas stärker ausgeprägt (1,34) als in der jüngsten Gruppe mit höchstens einem Hauptschulabschluss (1,0)!

Diese Ergebnisse bezogen auf den Alters- und Bildungseffekt zeigen, dass der oben angesprochene Mix aus analogen und digitalen Medien im Informationsverhalten der Kulturnutzenden und insofern auch in der Informationspolitik der Kulturanbieter nach wie vor bedeutsam ist: Zwar nimmt die Bedeutung der digitalen Medien mit dem Bildungsgrad zu und mit dem Alter und dem Bildungsgrad ab, so dass diesen Medien sicherlich die Zukunft der Informationspolitik gehört, aber gerade vor dem Hintergrund der allseits erwünschten Teilhabegerechtigkeit wird den analogen und den ‚klassischen‘ audio-visuellen Medien sicher noch lange große Bedeutung zukommen.

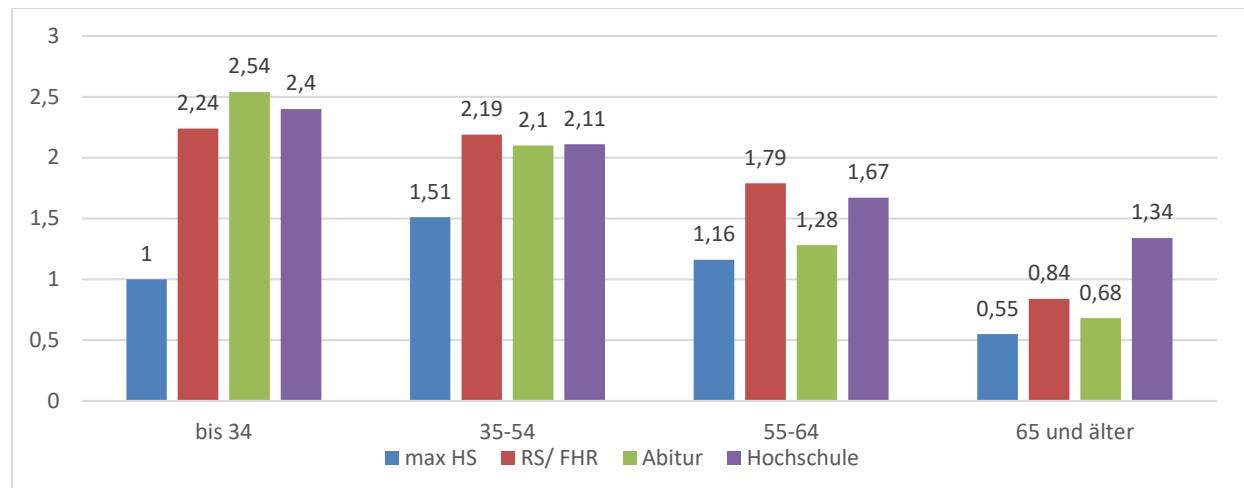
Abbildung 13: Informationsverhalten der Befragten nach Bildung und Alter (durchschnittl. Anzahl häufig genutzter ‚klassischer‘ Medien) (n = 1.430)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung

23 Hierfür mussten jeweils zwei Altersgruppen zusammengefasst werden, damit noch ausreichende Fallzahlen in den einzelnen Gruppen verbleiben (unter 25 mit 25-34 Jahren zu „bis 34“ sowie 35-44 mit 45-54 zu „35-54“).

Abbildung 14: Informationsverhalten der Befragten nach Bildung und Alter (Durchschnittliche Anzahl häufig genutzter digitaler Medien) (n = 1.430)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung

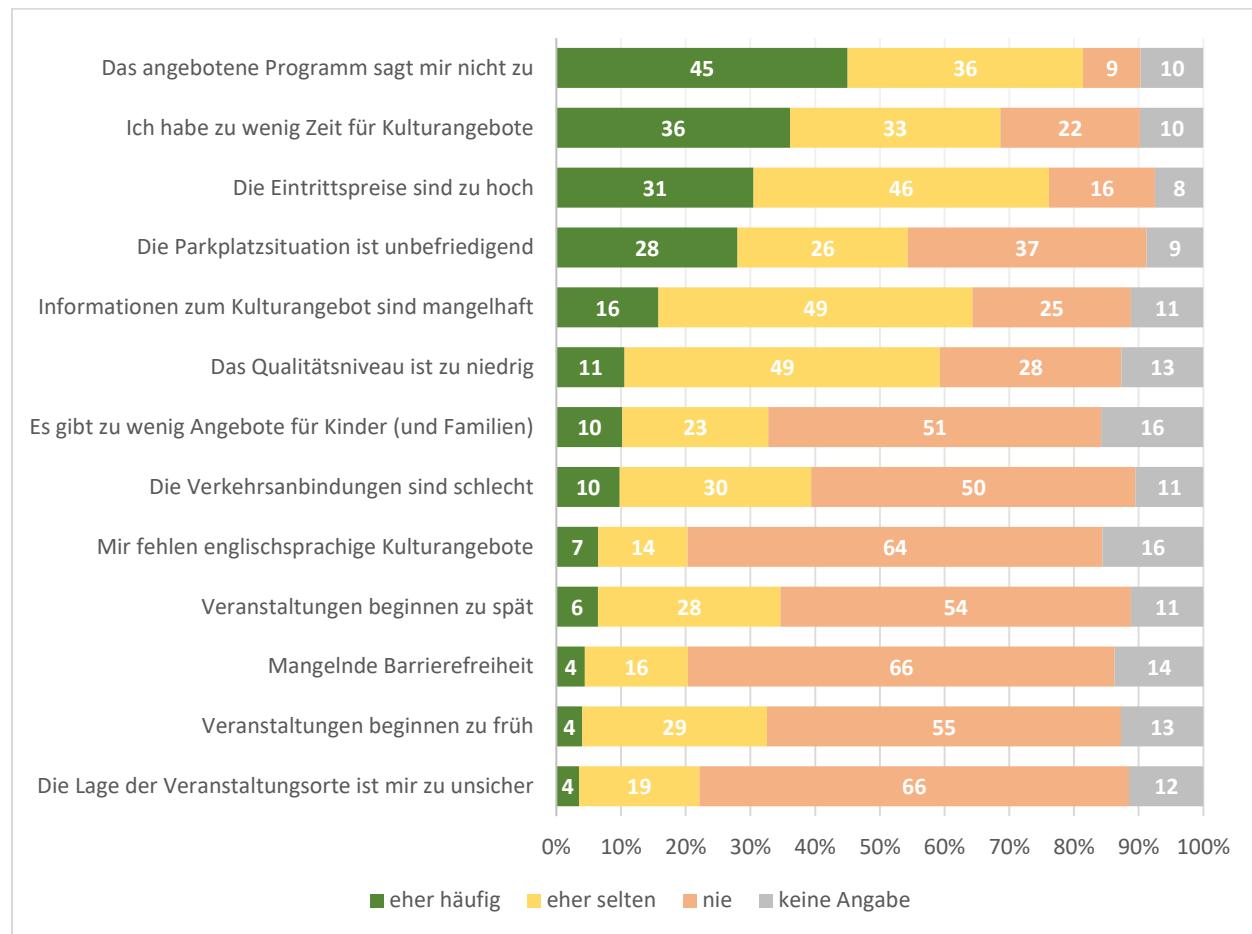
1.7 TeilhabebARRIEREN für die Befragten

Die kulturelle Teilhabe ist von vielen subjektiven und objektiven Bedingungen abhängig. Sie ist eine Frage der persönlichen Interessen und Ressourcen wie auch der äußeren Voraussetzungen und der örtlich nutzbaren Gelegenheiten. Dies spiegeln auch die Befragungsergebnisse wider (vgl. Abb. 21). Bemerkenswert ist zunächst, dass knapp die Hälfte der Befragten (45 %) als Beteiligungshindernis angeben, dass ihnen das angebotene Programm nicht zugesagt habe. Das ist ein recht hoher Wert, zumal dies nur für 9 Prozent der Befragten „nie“ der Fall zu sein scheint und nur 10 Prozent dazu keine Angaben machen.²⁴ Gut ein Drittel der Befragten (36 %) gibt ferner an, dass ihnen die Zeit für die kulturelle Teilhabe fehle. Und für ein knappes Drittel (31 %) sind die Eintrittspreise zu hoch. Ferner wird die unbefriedigende Parkplatzsituation als Beteiligungshindernis als häufiger Grund angeführt (28 %).

Die Befragten hatten bei dieser Frage zusätzlich die Möglichkeit, weitere Gründe der Nichtbeteiligung als Freitext einzugeben. Immerhin 13,7 Prozent der Befragten nutzten diese Gelegenheit. Weitere gravierende Hinderungsgründe sind dabei jedoch nicht deutlich geworden. Lediglich Probleme aufgrund des Alters oder der Gesundheit der Befragten erreichen mit 2,5 Prozent (abs. = 37 Befragte) eine nennenswerte Größenordnung (hierzu Stadt Braunschweig 2019a:28).

²⁴ Vgl. hierzu auch die Ausführungen zu TeilhabebARRIEREN auf Seite 53

Abbildung 15: Teilhabebarrieren der Befragten („Was sind für Sie die Gründe, kulturelle Veranstaltungen in Braunschweig nicht zu besuchen?“) (n = 1.485: Prozentangaben jeweils bezogen auf alle Befragten und auf ganze Zahlen gerundet)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Darstellung

Aus den Zusammenhangsanalysen mit den sozialen Merkmalen wird sehr deutlich: Je höher der formale Bildungsabschluss ist, desto eher wird das nicht zusagende Programm als Teilhabebarriere genannt (-.173) und desto seltener werden Eintrittspreise (.213), Verkehrsanbindung (.157), Sicherheitsprobleme (.213) Parkplatzsituation (.204) und späte zeitliche Platzierung der Veranstaltungen (.164) genannt.

Ältere Menschen haben dagegen eher Probleme mit einer schlechten Verkehrsanbindung (-.110), der Sicherheit des Veranstaltungsortes (-.214), der unbefriedigenden Parkplatzsituation (-.154) oder einem späten Beginn (-.111). Seltener dagegen hindern sie die Art der Programmgestaltung (.263), mangelhafte Informationen (.107), Zeitprobleme (.188) oder fehlende englischsprachige Angebote (.126) an einer Teilhabe am Braunschweiger Kulturangebot.

Für Frauen gelten eine unsichere Lage der Veranstaltungsorte und zu hohe Eintrittspreise etwas stärker als für Männer als Teilhabebarriere (vgl. hierzu Tabelle A15 im Anhang).

1.8 Angebotsdefizite und Anregungen zum Kulturangebot²⁵

In zwei offenen Freitext-Fragen wurde bei der Bürgerumfrage in Erfahrung gebracht, welche Angebote den Befragten in Braunschweig fehlen und welche Anregungen sie für das Kulturangebot haben. Auf die erste Frage nach den Defiziten haben 43,4 Prozent der Befragten reagiert und insgesamt über 1.200 verschiedene Angaben gemacht (vgl. dazu die Tabelle A16 im Anhang).

Auffällig ist, dass der größte Anteil der Antworten (13,1 % der genannten Desiderate) „Konzerte“ als fehlende Kulturangebote nennen. 52 Nennungen davon beziehen sich dabei auf „Rock- und Popkonzerte“ (3,5 %), die damit mit einem Abstand als größtes Desiderat genannt werden. An zweiter Stelle folgt die Kategorie „Hardrock / Heavy Metal / Punk“ (1,8 %) und dann erst „Klassik und Kammermusik“ (0,8 %). Dies kann darauf hindeuten, dass vor allem im Bereich der zeitgenössischen populären Musik der genannten Art ein Defizit empfunden wird. Andererseits ist es auch nicht verwunderlich, dass das mit Abstand am stärksten geäußerte Kulturinteresse („Musik und Konzerte“ und darin „Rock & Pop“) (vgl. Abb. 2 und S. 9f.) sich auch in der Häufigkeitsskala der Antworten ganz oben findet.

Bei den über 900 Anregungen, die von 32,9 Prozent der Befragten formuliert wurden (vgl. Tabelle. A17 im Anhang) steht der Wunsch „größere Angebots- / Programmvielfalt“ an erster Stelle (4,9 % aller Befragten), gefolgt von dem Wunsch nach „mehr / bessere Information / Werbung (Print & Internet-Plattformen“ (4,6 %) und das Thema „Geld“ (Eintrittspreise, Rabatte etc.) (3,9 %). Auf eine Vielzahl konkret genannter Kulturangebote entfallen jeweils kleinere Anzahlen der Nennungen, die in Kategorien zusammengefasst wurden. Aufgrund nicht verfügbarer Codierung dieser Zuordnung von offenen Antworten konnten damit jedoch keine weiterführenden Datenanalysen erfolgen.

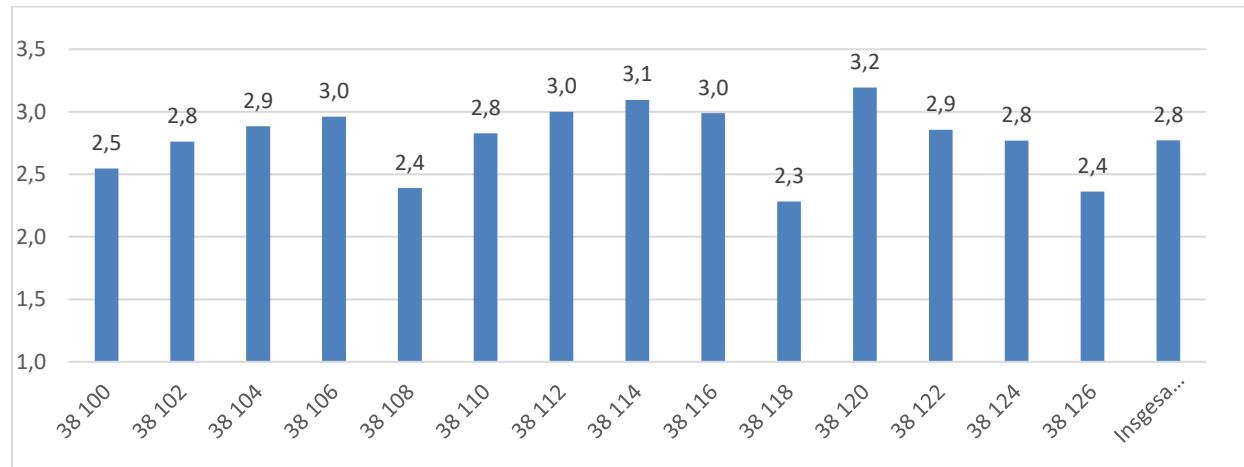
1.9 Kulturnutzung in den Braunschweiger PLZ-Bezirken²⁶

Die kulturellen Angebote und Einrichtungen sind im Stadtraum in der Regel nicht gleichverteilt, sondern konzentrieren sich im Stadtzentrum. Insofern kann die kulturelle Lebenssituation und mithin die Nutzung der und die Zufriedenheit mit den Kulturangebote(n) durchaus mit der Wohnadresse im Stadtgebiet variieren. Eine entsprechende Analyse zeigt jedoch, dass es nur leichte Differenzen bei der Nutzungshäufigkeit kultureller Angebote in der Gesamtstadt gibt, wenn der Wohnort der Befragten als Bezugskriterium genommen wird. Vor allem die Stadtbezirke mit den Postleitzahlen 38108 (Kralenriede, Querum, Hondelage, Dibbesdorf), 38118 (v.a. Westliches Ringgebiet) und 38126 (Lindenberg, Rautheim, Südstadt, Mascherode) fallen durch etwas niedrigere Werte bei den „eher häufig“ besuchten Veranstaltungsorten auf (vgl. Abbildung 22).

²⁵ Vgl. hierzu im Detail jeweils die in den Tabelle A16 und A17 im Anhang ausgewiesenen Antwortkategorien.

²⁶ Zur Zuordnung des städtischen Raums zu Postleitzahlen / Stadtbezirken vgl. die Abbildung A2 im Anhang

Abbildung 22: Kulturnutzung in den PLZ-Bezirken (Durchschnittliche Anzahl eher häufig genutzter Angebote)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Berechnung und Darstellung

2 Ergebnisse der Führungskräfte-Umfrage im Vergleich

Die „Führungskräfte-Umfrage zum Kulturangebot in Braunschweig“ steht ebenfalls im Kontext des Kulturentwicklungsprozesses (KultEP), mit dem die Stadtverwaltung vom Rat der Stadt Braunschweig im September 2018 beauftragt wurde.

Erkenntnisinteresse, Methodik und Repräsentativität

Die Untersuchung richtete sich an die Zielgruppe der „Führungskräfte im Großraum Braunschweig“. Sie ist im Wege einer schriftlichen Befragung im Zeitraum vom 04.02.2019 bis zum 08.03.2019 durchgeführt worden.²⁷ Angeschrieben wurden 2.219 Führungskräfte als „Hybridbefragung“ (schriftliche und Online-Befragung zur Auswahl). Dabei lagen (mit leichten Änderungen)²⁸ die gleichen 12 Fragen wie bei der Bürgerumfrage zugrunde. Die Rücklaufquote betrug 23,9 Prozent (531 verwertbare Fragebögen), im Vergleich zu 29,7 Prozent bei der Bürgerbefragung (1.485 verwertbare Fragebögen). Zur Zielgruppenauswahl heißt es in der Vorbemerkung zur Grundauszählung, dass „das Kulturinstitut über die Dachorganisationen IHK Braunschweig sowie ForschungRegion e. V. bei deren Mitgliedsunterneh-

27 Der Fragebogen ist im Anhang dieses Berichts dokumentiert.

28 Die Abweichungen betreffen die Frage V12e (Höchster Schulabschluss). Hier wurden die Antwortmöglichkeiten „ohne Schulabschluss“ und „Fachhochschulreife“ nicht aufgeführt. Auch bei den Antwortkategorien des monatlichen Haushaltsnettoeinkommens gab es Abweichungen: Die Antwortmöglichkeiten „unter 1.000€, „1.000 – unter 2.000€“ sowie „2.000 – unter 3.000€“ standen bei der Führungskräftebefragung nicht zur Verfügung. Stattdessen lautete die geringste Einkommenskategorie „bis 4.000€“. Beide Änderungen sind als Anpassung an die Bildungs- und Einkommenssituation der Zielgruppe zu sehen.

men und Forschungseinrichtungen um eine Teilnahme bei der Befragung geworben“ hat, um eine Mischung aus Wirtschaft und Forschung im Kreis der Befragten zu erreichen“. Auf diese Weise konnten 2.219 Führungskräfte in die Befragung einbezogen werden (vgl. Stadt Braunschweig 2019b).

Die Kulturentwicklungsplanung der Stadt Braunschweig hat grundsätzlich „eine nachfrageorientierte Weiterentwicklung der Bereiche Kunst und Kultur in Braunschweig zum Ziel.“ Sie soll der „Grundlagenermittlung kulturspezifischer Bedarfe, Interessen und Anregungen der Bürger*innen der Stadt Braunschweig“ dienen (vgl. ebenda). Die Führungskräfte-Umfrage enthält – wie oben bereits gesagt – die gleichen Fragen wie die Bürgerumfrage, so dass vor allem ein *Vergleich* der Ergebnisse von Interesse ist und hier im Fokus stehen soll. Interessant ist ein solcher Vergleich auch deshalb, weil es sich bei den Führungskräften um eine Bevölkerungsgruppe handelt, die sich sozialstrukturell deutlich von der Gruppe der repräsentativ ausgewählten Befragungsteilnehmer*innen der Bürgerumfrage unterscheidet. Die Teilnehmer*innen an der Führungskräftebefragung können insoweit auch als eine Vergleichsgruppe²⁹ der Bürgerumfrage angesehen werden. Zudem verfolgt die Kulturverwaltung das Ziel, die Auswertung der Ergebnisse möglicherweise auch als Grundlage für die Fachkräftegewinnung des Arbeitsmarktes zu nutzen.

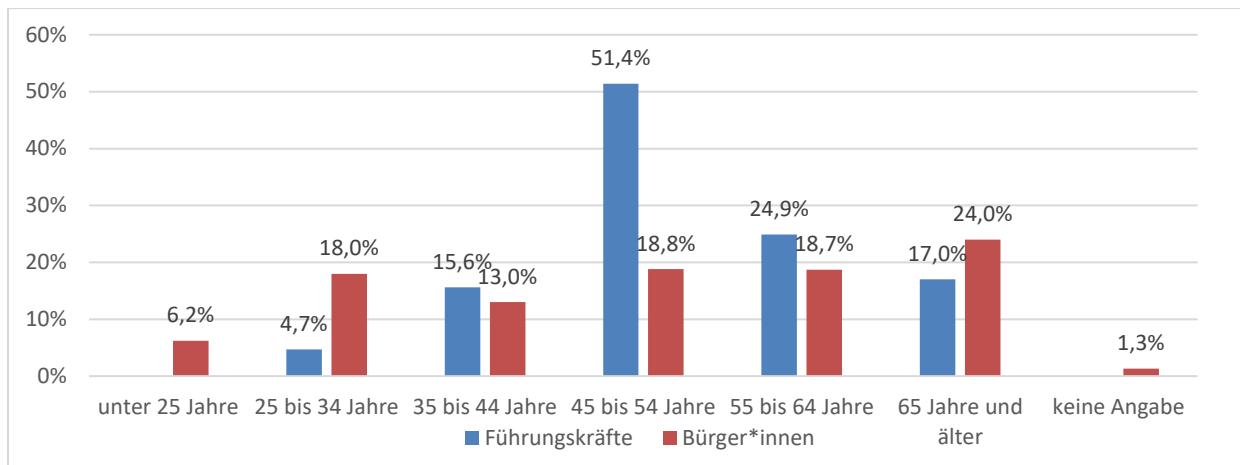
2.1 Das Sozialprofil der Befragten

Erwartungsgemäß unterscheiden sich die Teilnehmer*innen an der Führungskräftebefragung sehr deutlich von den Befragten im Rahmen der Bürgerumfrage. Dabei überrascht es nicht, dass die stärksten Unterschiede bei der Geschlechtsverteilung hervortreten: Während das Männer-Frauen-Verhältnis bei der Bürgerumfrage 42,8 zu 54,5 Prozent beträgt, ist es bei der Führungskräftebefragung mit 74,8 zu 21,7 Prozent komplett verschieden (vgl. hierzu Tabelle A18 im Anhang).

Auch beim *Alter* gibt es deutliche Unterschiede, wie die Abbildung 23 ausweist. Jüngere Menschen unter 35 Jahren und Senior*innen über 65 Jahren sind in der Führungskräftebefragung deutlich unterrepräsentiert, was angesichts der Karriereverläufe und des Renteneintrittsalters nicht weiter verwundert.

²⁹ Der Terminus „Vergleichsgruppe“ ist hier nicht im methodisch strengen Sinne zu verstehen, sondern eher als alltagssprachlich gebräuchlicher und verständlicher Begriff.

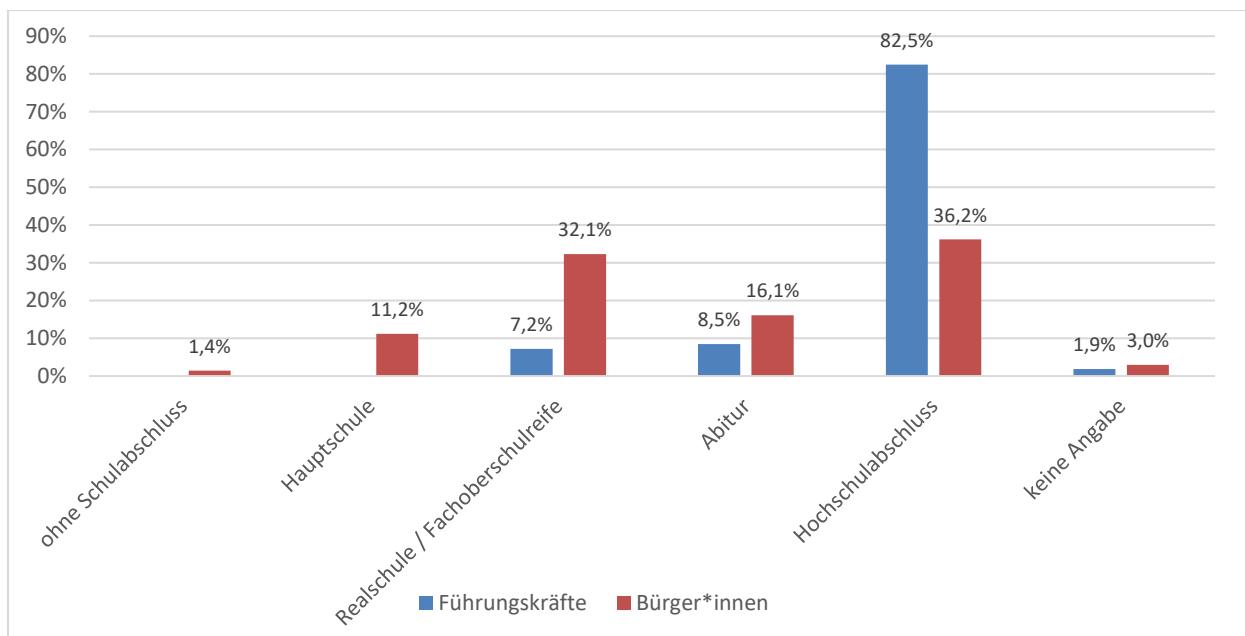
Abbildung 23: Alter der Befragungsteilnehmer*innen im Vergleich (Führungskräfte n = 531; Bevölkerung n = 1.485; Angaben jeweils in Prozent aller Befragten der jeweiligen Gruppe)



Quelle: Bürgerbefragung Braunschweig 2018; Führungskräfte-Umfrage Braunschweig 2019, eigene Darstellung

Deutliche Unterschiede gibt es ferner beim *Familienstand*. So leben von den Befragten der Bürgerumfrage 66,9 Prozent in einer Partnerschaft oder sind verheiratet, während es bei den befragten Führungskräften 87,8 Prozent sind. Entsprechend geringer sind hier mit 10,0 Prozent die Anteile der *Ein-Personenhaushalte* („ledig / getrennt / geschieden / verwitwet“), die bei der Bürgerumfrage das Dreifache betragen. Bei der Frage nach den Kindern unter 18 Jahren im Haushalt gibt es ähnlich große Unterschiede. Bei der Bürgerumfrage leben 54,9 Prozent ohne Kinder, während es bei der Führungskräftebefragung nur 35,4 Prozent sind. Dies ist sicherlich im Zusammenhang mit der anderen Altersstruktur zu sehen. Sehr große Unterschiede gibt es erwartungsgemäß auch bei der *Schulbildung*, wie es die Abbildung 24 zeigt. Dies macht allein der Unterschied beim Hochschulabschluss deutlich. 82,5 Prozent der Führungskräfte haben einen solchen Abschluss, während es bei der Bürgerumfrage „nur“ 36,2 Prozent sind.

Abbildung 16: Schulbildung der Befragungsteilnehmer*innen im Vergleich (Führungskräfte n= 531; Bevölkerung n = 1.485, Angaben jeweils in Prozent aller Befragten der jeweiligen Gruppe)³⁰



Quelle: Bürgerbefragung Braunschweig 2018; Führungskräfte-Umfrage Braunschweig 2019, eigene Darstellung

Aufgrund der bisher festgestellten Strukturdaten ist es nicht verwunderlich, dass die Gruppe der befragten Führungskräfte sich auch beim Haushaltseinkommen stark von der Gruppe der befragten Bürger*innen unterscheidet. Während die Teilnehmer*innen an der Bürgerumfrage mit einem haushaltseinkommen von über 4.000 Euro auf einen Anteil von 25,0 Prozent kommen, liegt dieser Anteil bei den Führungskräften bei 91,8 (!) Prozent (vgl. Tabelle A19 im Anhang). Schließlich fällt bei der räumlichen Verortung auf, dass ein gutes Drittel der Führungskräfte, die sich an der Befragung beteiligt haben, nicht aus der Stadt Braunschweig kommt. Dies ist auf die Rekrutierung der Zielgruppe zurückzuführen und im Zusammenhang damit zu sehen, dass das Oberzentrum Braunschweig in der Metropolregion Hannover-Braunschweig-Göttingen-Wolfsburg liegt. Allein im Großraum Braunschweig wohnen rund 1 Million Menschen

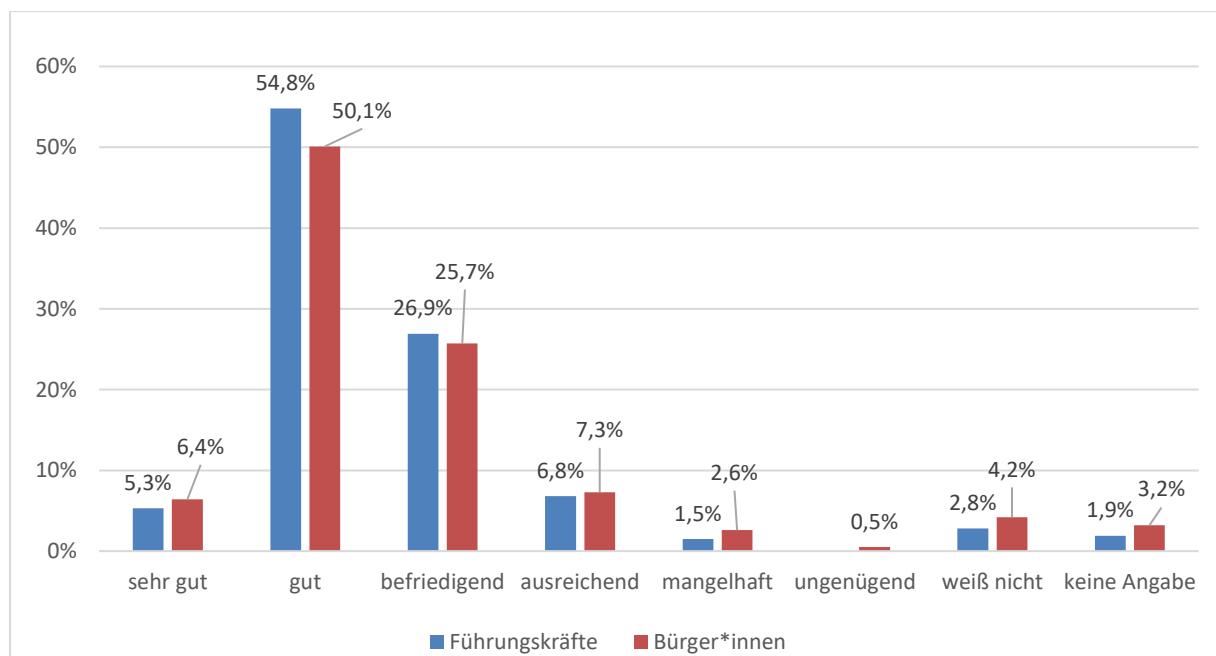
Zusammenfassend kann also gesagt werden, dass sich die Teilnehmer*innen an den beiden Befragungen mit Blick auf soziale Strukturmerkmale stark unterscheiden: Die Führungskräfte sind im Verhältnis zur repräsentativen Bevölkerungsgruppe in der Bürgerumfrage überwiegend männlich, im mittleren Alter, in Ehe oder Partnerschaft lebend, formal viel höher gebildet, sehr viel einkommensstärker und kommen zu einem knappen Drittel nicht aus Braunschweig, was bedeutet, dass ein großer Teil von ihnen eine weitere Anreise zu den Kulturangeboten hat. Wie wirken sich diese Voraussetzung auf die Kulturinteressen und beim Teilhabeverhalten aus?

30 Für diese Darstellung wurden für die Bevölkerung die Werte von Fachhochschulreife und Realschulabschluss zusammengefasst, um eine Vergleichbarkeit der beiden Verteilungen zu ermöglichen.

2.2 Persönliche Relevanz und subjektive Bewertungen

Bei den Fragen nach der persönlichen Relevanz (Wichtigkeit) und der allgemeinen Beurteilung der Kulturangebote der Stadt Braunschweig sind die Unterschiede minimal. Während bei der Bürgerumfrage 78,5 Prozent der Teilnehmer*innen das Kulturangebot für „sehr wichtig“ (30,6 %) oder „wichtig“ (47,9 %) halten, sind es bei den Führungskräften 84,2 Prozent (36,2 % bzw. 48,0 %) (Tabelle A20 im Anhang). Bei der allgemeinen Beurteilung des Kulturangebotes der Stadt Braunschweig (Frage 2), konnten keine nennenswerten Unterschiede festgestellt werden. Führungskräfte und Braunschweiger Bürger*innen beurteilen das Kulturangebot nahezu gleich.

Abbildung 17: Allgemeine Beurteilung des Braunschweiger Kulturangebotes im Vergleich („Wie beurteilen Sie im Allgemeinen die Kulturangebote der Stadt Braunschweig?“) (Führungskräfte n= 531; Bevölkerung n = 1.485, Angaben jeweils in Prozent aller Befragten der jeweiligen Gruppe)



Quelle: Bürgerbefragung Braunschweig 2018; Führungskräfte-Umfrage Braunschweig 2019, eigene Darstellung

Bemerkenswert ist immerhin, dass die allgemeine Beurteilung bei beiden Umfragen zwar noch deutlich im positiven Bereich ist, aber die Noten „befriedigend“ und „ausreichend“ mit gut einem Drittel der Antworten anzeigen, dass eine große Gruppe sich durchaus Verbesserungen vorstellen kann. Dennoch besteht die eigentliche Überraschung darin, dass es offensichtlich kaum Differenzen bei den beiden Befragtengruppen gibt, die sich sozialstrukturell so sehr unterscheiden (vgl. Abb. 25).

Dieses Ergebnis bestätigt sich bei der Frage 4 nach der Zufriedenheit mit konkreten Kulturangeboten. Vergleicht man die Ergebnisse auf der Basis der Schulnotensystematik, was aufgrund der Fragestellung naheliegend ist, so lassen sich fast gar keine Unterschiede feststellen. Auch hier bekleiden die Genres „Film / Kino“ (56,5%), „Theater“ (41,8%), „Stadtfeste / Events“ (41,3%), „Museen / Archive“ (44,2%)

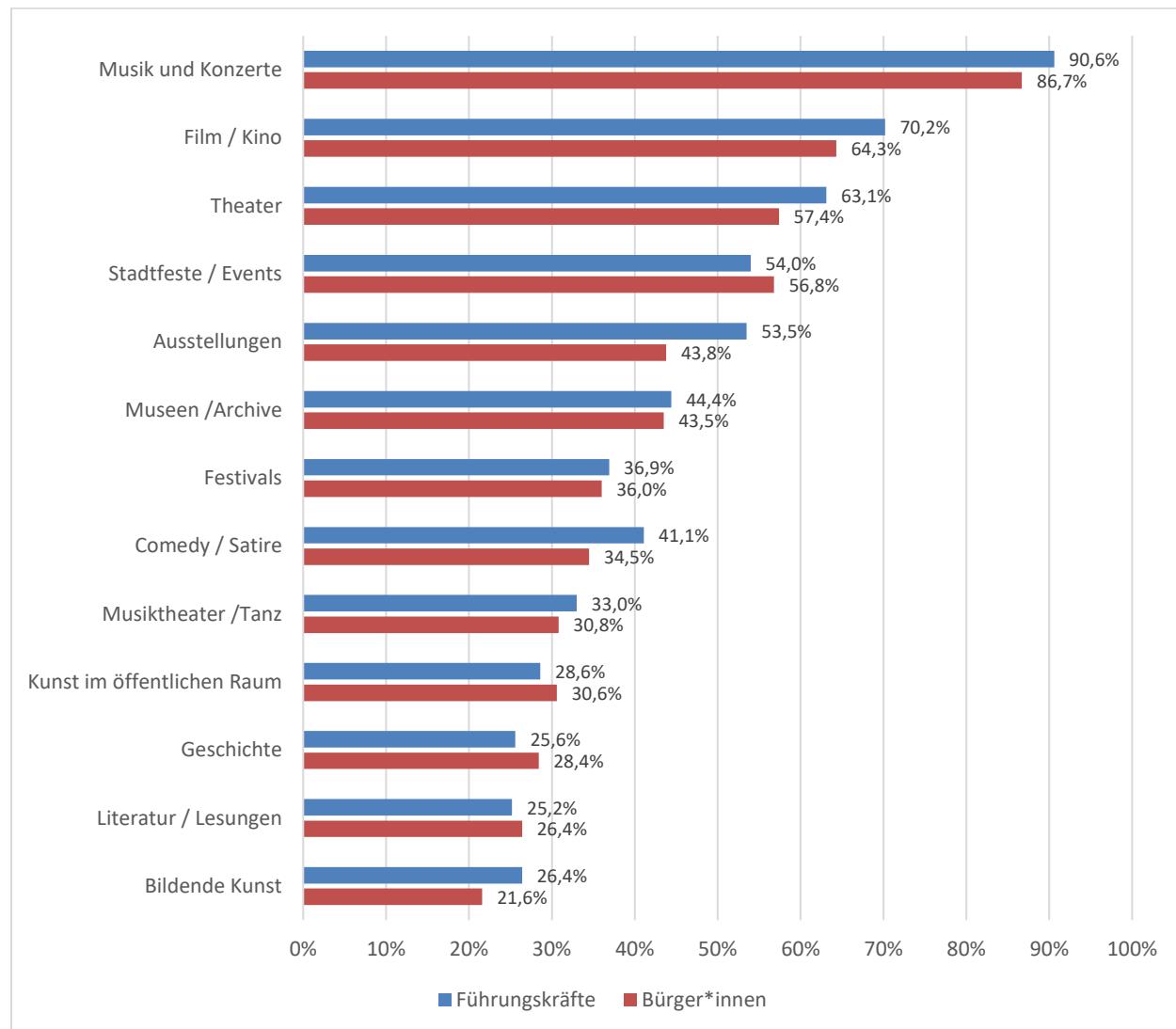
und „Musik und Konzerte“ (35,1%) die Spitzenpositionen, was die Bewertung mit „sehr gut“ angeht. (vgl. Stadt Braunschweig 2019b: 1)

Zusammenfassend kann gesagt werden: Die Führungskräftebefragung zeigt – ebenso wie die Bürgerbefragung – eine allgemein positive Wertschätzung der Kultur und eine gute Bewertung des kulturellen Angebotes in Braunschweig sowie eine hohe Zufriedenheit mit dem Angebot.

2.3 Kulturelle Interessen

Der überraschende Befund der annährend gleichen Beurteilung und Wertschätzung der kulturellen Angebote bei beiden Befragungen wiederholt sich im Grunde auch bei den kulturellen Interessen, jedenfalls für die allermeisten Kultursparten / -genres / -formate. Wie die folgende Abbildung 26 zeigt, sind auch hier die Unterschiede nicht groß. Relevante Abweichungen nach oben (mehr als 5%) sind nur bei „Theater“, „Musiktheater / Tanz“, „Film / Kino“, „Ausstellungen“ und „Comedy / Satire“ festzustellen. Ein bemerkenswerter Unterschied ist lediglich bei den Musikinteressen zu konstatieren, denn hier geben 49,3 Prozent der Führungskräfte an (vgl. Stadt Braunschweig 2019b: 10), dass sie an klassischer Musik interessiert seien, während es bei der Bürgerumfrage „nur“ 35,4 Prozent sind (vgl. Stadt Braunschweig 2019a: 10). Hier scheint es also einen deutlichen Präferenzunterschied zu geben, was ggf. mit der höheren formalen Bildung und dem höheren Einkommen erklärbar ist oder vielleicht auch damit, dass es in den umliegenden Orten keine oder weniger Angebote klassischer Musik gibt.

*Abbildung 18: Kulturelle Interessen im Vergleich („Für welche Kulturangebote interessieren Sie sich?“)
(Führungskräfte n= 531; Bevölkerung n = 1.485, Angaben jeweils in Prozent aller Befragten der jeweiligen Gruppe)*



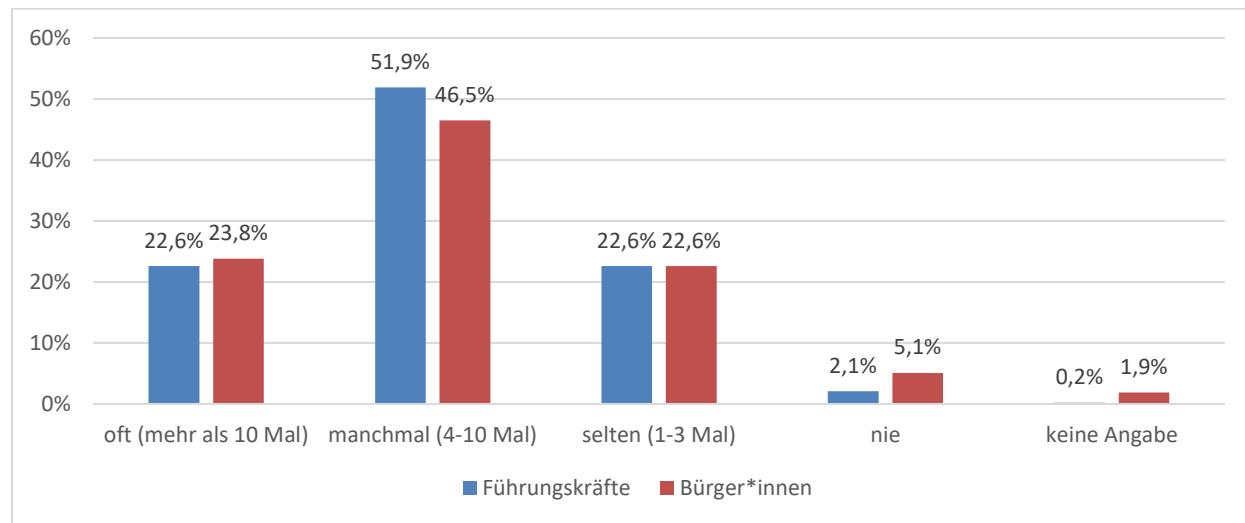
Quelle: Bürgerbefragung Braunschweig 2018; Führungskräfte-Umfrage Braunschweig 2019, eigene Darstellung

Die Analyse mithilfe eines neu gebildeten additiven Punkteindex für die Führungskräfte bestätigt den ersten Blick auf die Grundauswertung. Die Analyse der Häufigkeiten dieses Index zeigt, dass mehr als 86 Prozent der Befragten Interesse an vier oder mehr Kulturangeboten haben. Mit 18,1 Prozent ist die Gruppe mit fünf unterschiedlichen Interessen an Kulturangeboten am stärksten vertreten. Dies zeigt an, dass das Interesse an unterschiedlichen Kulturangeboten der Führungskräfte etwas breiter gefächert ist als das Interesse derjenigen, die sich an der Bürgerumfrage beteiligt haben (vgl. Tabelle A21 im Anhang). Auch der Anteil derer, die kein Interesse an Musik haben, ist bei den Führungskräften deutlich geringer als bei den Teilnehmer*innen an der Bürgerumfrage (12,6 % statt 18,2%; vgl. Tabelle A22 im Anhang). Korrelationsstatistische Analysen zeigen ferner, dass jüngere Führungskräfte etwas mehr Interesse an populären Formaten haben als ältere (Stadtfeste und Events -.169 sowie Comedy / Satire -.121), was bei der Bürgerbefragung ebenfalls festgestellt werden konnte.

2.4 Kulturelle Teilhabe

Was mit Blick auf das allgemeine und konkrete Interesse an Kultur und Kulturangeboten gezeigt werden konnte, spiegelt sich auch im Nutzungsverhalten der Befragten. Wie die untenstehende Säulengrafik (Abb. 27) zeigt, sind auch hier die Unterschiede marginal. Mit Blick auf die Häufigkeit der Teilnahme kann insofern näherungsweise von einer Gleichverteilung ausgegangen werden.

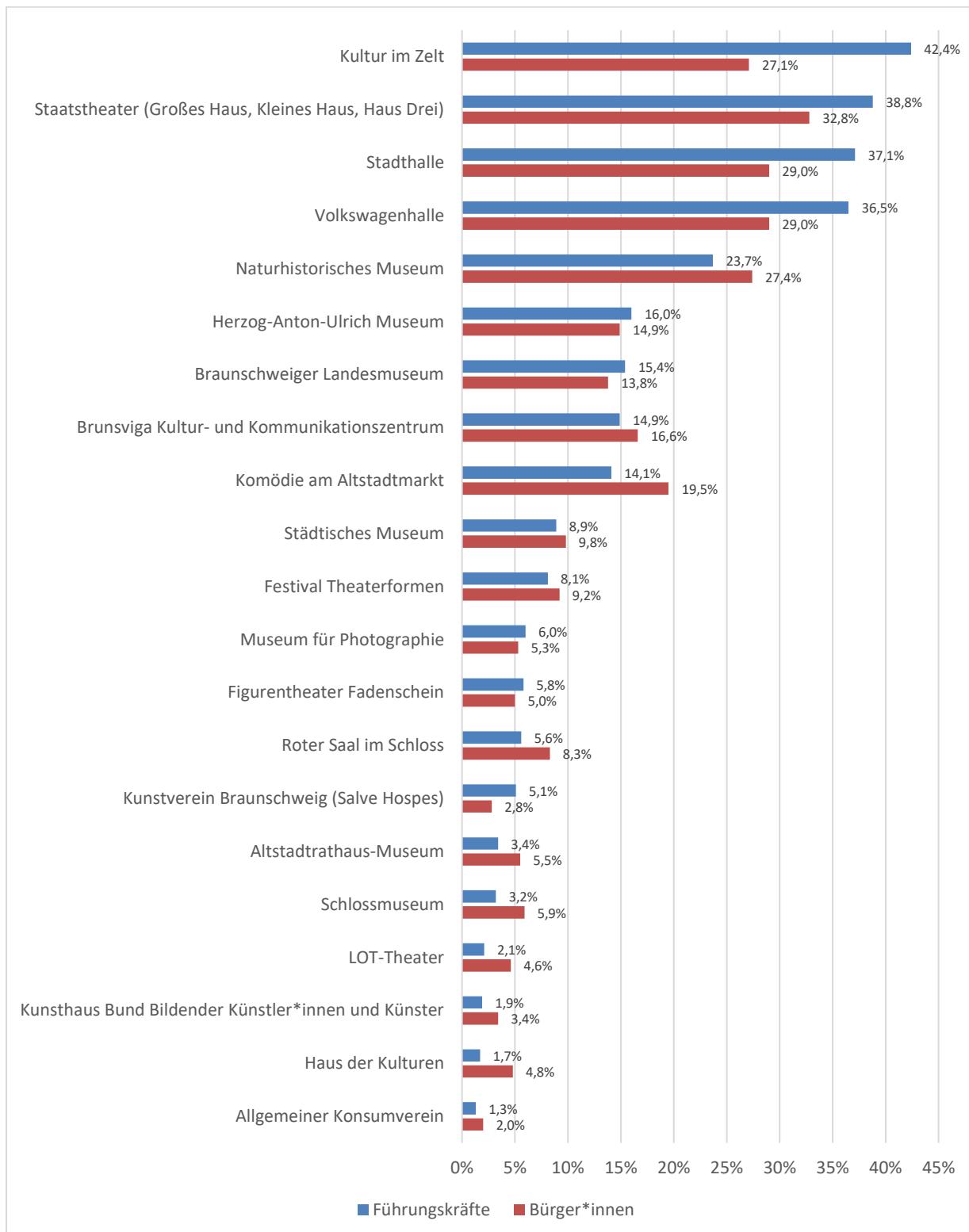
Abbildung 19: Häufigkeit der kulturellen Teilhabe im Vergleich („Wie oft haben Sie in den letzten 12 Monaten das Kulturangebot in Braunschweig genutzt?“) (Führungskräfte n = 531; Bevölkerung n = 1.485, Angaben jeweils in Prozent aller Befragten der jeweiligen Gruppe)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018; Führungskräfte-Umfrage Braunschweig 2019, eigene Darstellung

Betrachtet man den Besuch der konkret angegebenen Kulturangebote in Braunschweig, dann sind es lediglich fünf Angebote, bei denen es bei den Führungskräften nennenswerte Abweichungen nach oben mit Blick auf die „eher häufig“ genutzten Angebote (plus 5 %) gibt. Dabei handelt es sich um die Veranstaltungsorte Kultur im Zelt (42,4% im Vergleich zu 27,1%), Staatstheater (38,8% statt 32,8%), Stadthalle (37,1% statt 29,0%) und die Volkswagenhalle (36,5% statt 29,0%) (vgl. Abb. 28). Möglicherweise schlägt sich hier der deutlich größere Anteil an Männern und Besserverdienenden nieder, da diese bekanntermaßen eher an Unterhaltungsangeboten interessiert sind und aufgrund ihres höheren Haushaltsnettoeinkommens weniger Probleme haben, höhere Eintrittspreise zu zahlen, die bei den o. g. Einrichtungen im Vergleich zu anderen Angeboten sicherlich zur Geltung kommen.

Abbildung 20: Besuchshäufigkeit („eher häufig“) von Veranstaltungsangeboten in Braunschweig („Wie häufig besuchen Sie folgende Veranstaltungen in Braunschweig?“) (Führungskräfte n = 531; Bevölkerung n = 1.485, Angaben jeweils in Prozent aller Befragten der jeweiligen

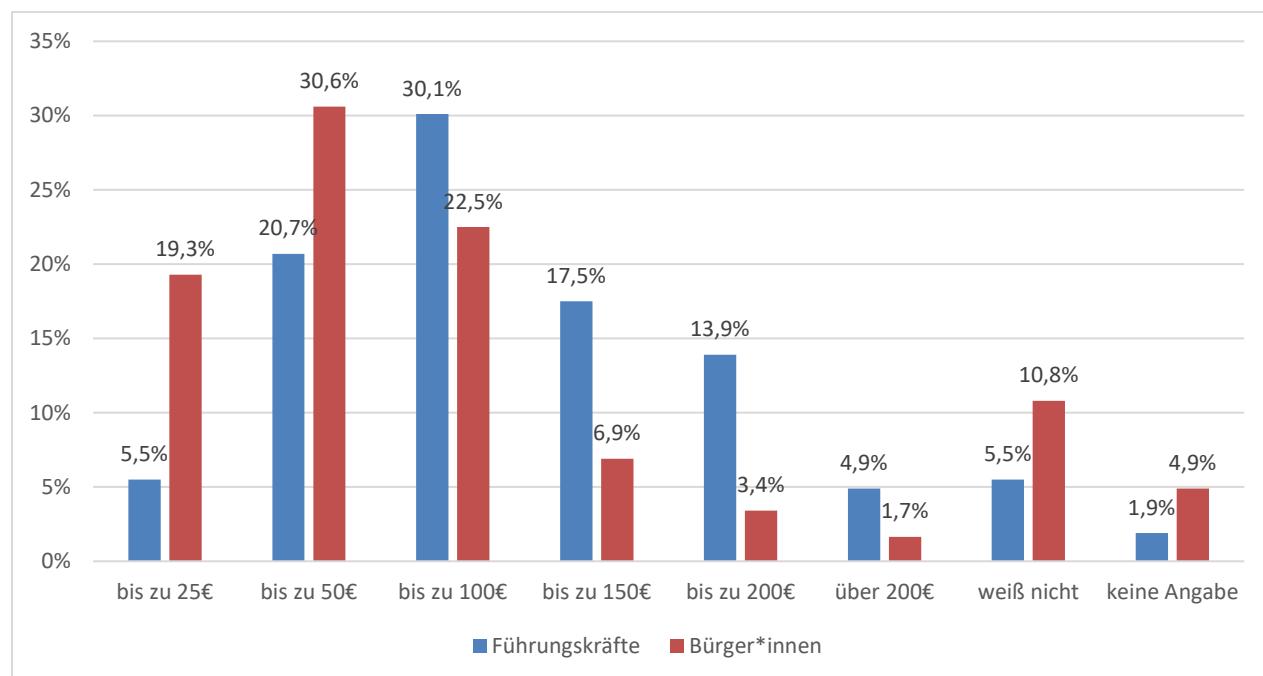


Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018; Führungskräfte-Umfrage Braunschweig 2019, eigene Darstellung

2.5 Kulturausgaben im Vergleich

Bei der Frage nach den Kulturausgaben sind die Differenzen erwartungsgemäß recht stark. Wie die Abbildung 29 ausweist, ist der Anteil derer, die mehr als 100 Euro (bezogen auf den eigenen Haushalt) ausgeben, bei den Führungskräften mit 36,3 Prozent deutlich höher als bei der Bürgerumfrage (12%) und der Prozentsatz derer, die nur bis 50 Euro ausgeben mit 26,2 Prozent deutlich geringer als bei der Bürgergruppe (49,9%). Hier dürften sich die Altersstruktur und das Haushaltsnettoeinkommen niederschlagen.

Abbildung 21: Kulturausgaben der Befragungsteilnehmer*innen im Vergleich („Wie hoch ist der Betrag, den Ihr Haushalt monatlich für kulturelle Veranstaltungen ausgibt?“) (Führungskräfte n= 531; Bevölkerung n = 1.485, Angaben jeweils in Prozent aller Befragten der jeweiligen Gruppe)

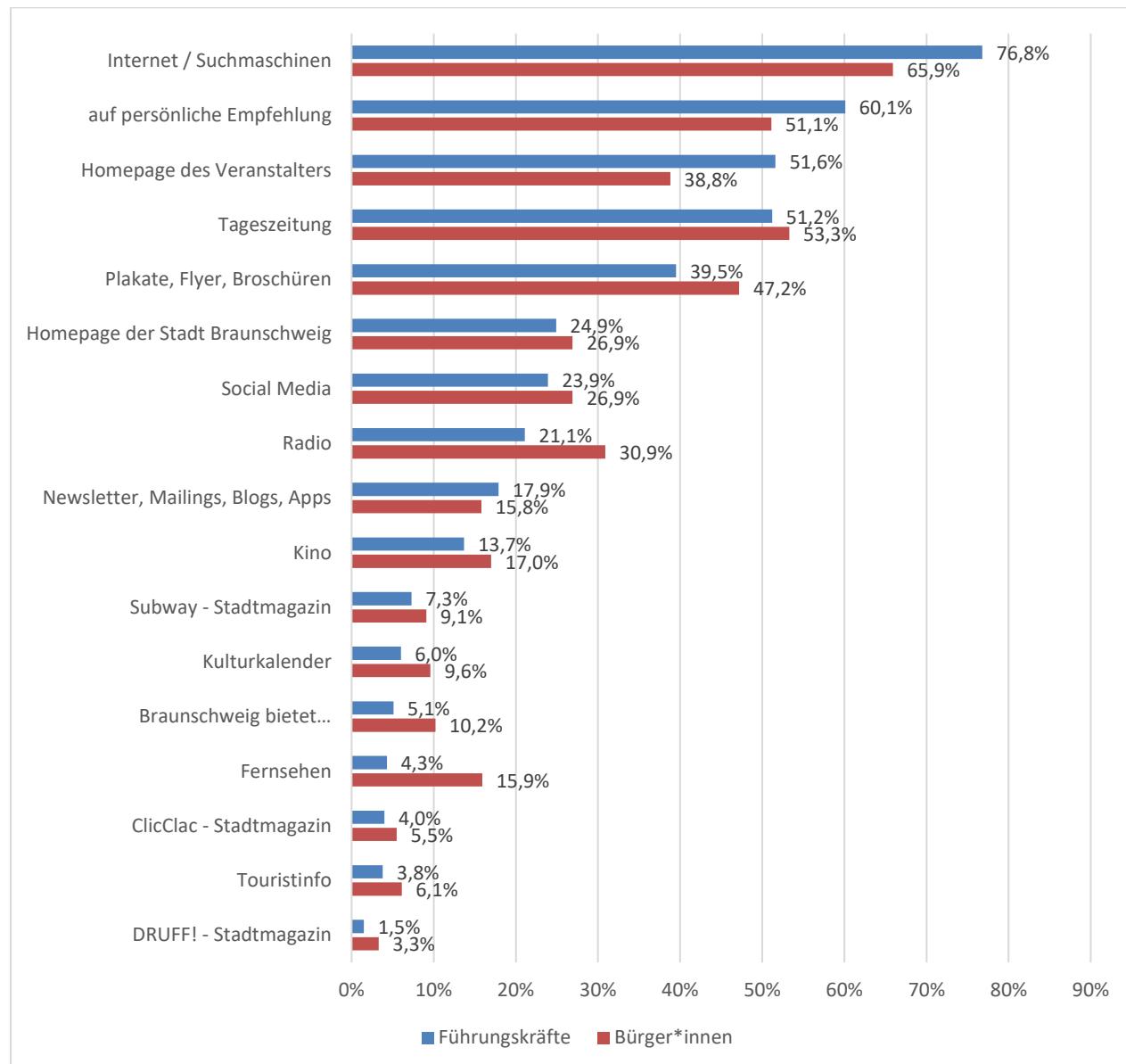


Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018; Führungskräfte-Umfrage Braunschweig 2019, eigene Darstellung

2.6 Kulturinformationsverhalten

Der Vergleich der Befragungsergebnisse mit Blick auf das persönliche Kulturinformationsverhalten ergibt ein differenziertes Bild (vgl. Abb. 30). Während für die digitalen Medien (Homepage des Veranstalters 51,6% statt 38,8% und Internet / Suchmaschinen 76,8% statt 65,9%) die Führungskräfte höhere Anteile bei den „eher häufig“ genutzten Medien aufweisen, spielen die audiovisuellen Medien (Radio 21,1% statt 30,9% und Fernsehen 4,3% statt 15,9%) und Plakate (39,5% statt 47,2%) hier erwartungsgemäß eine geringere Rolle (vgl. Stadt Braunschweig 2019b: 24). Es ist naheliegend, dass sich hier vor allem der bekannte Bildungseffekt, aber auch der Wohnort der Befragten bemerkbar machen (nicht nur im Stadtgebiet von Braunschweig).

*Abbildung 30: Informationsverhalten der Befragungsteilnehmer*innen im Vergleich („Wie informieren Sie sich über das Braunschweiger Kulturangebot?“) Anteile der „eher häufig“ Antwortenden an allen Befragten (Führungskräfte n= 531; Bevölkerung n = 1.485, Angaben jeweils in Prozent aller Befragten der jeweiligen Gruppe)*



Quelle: Bürgerbefragung Braunschweig 2018; Führungskräfte-Umfrage Braunschweig 2019, eigene Darstellung

2.7 TeilhabebARRIEREN

Bei den Gründen „kulturelle Veranstaltungen in Braunschweig nicht zu besuchen“ sind bemerkenswerte Abweichungen lediglich bei drei Antwortvorgaben hervorzuheben: Zu hohe Eintrittspreise sind für die Führungskräfte naheliegenderweise ein weniger großes Problem als für die Teilnehmer*innen an der Bürgerumfrage (6,8% statt 30,5%). Dagegen ist das Zeitproblem für die Führungskräfte bedeutsamer (54,8% statt 36,1%), während die Parkplatzsituation für sie weniger relevant ist (16,4% statt 28,0%). Das erklärt sich möglicherweise daraus, dass die Führungskräfte eher die größeren Einrichtun-

gen (Stadthalle, Stadttheater, Volkswagenhalle) besuchen, die womöglich über größere Parkplatzkapazitäten verfügen. An der Möglichkeit, auch Freitextangaben zu machen, haben sich nur 13,7 Prozent der Führungskräfte beteiligt, so dass hier kaum verallgemeinere Aussagen möglich sind (vgl. Tabelle A23 im Anhang).

2.8 Angebotsdefizite und Anregungen³¹

Auch bei der Frage (mit offenen Antwortmöglichkeiten) nach Angebotsdefiziten haben sich nur 15,4 Prozent (n = 82) der befragten Führungskräfte beteiligt, so dass die angegebenen Probleme und Vorschläge nur von einer relativ geringen Anzahl von Personen genannt wurden. Bei den Defiziten fallen bei den Führungskräften allenfalls die „Konzerte“ (n = 51; 9,6%), „besondere (Sonder-)Ausstellungen“ (n = 32; 6,0%) und das „Kino (Filmkunst / Originalversion)“ (n = 27; 5,1%) ins Gewicht (vgl. Tabelle A23 im Anhang).

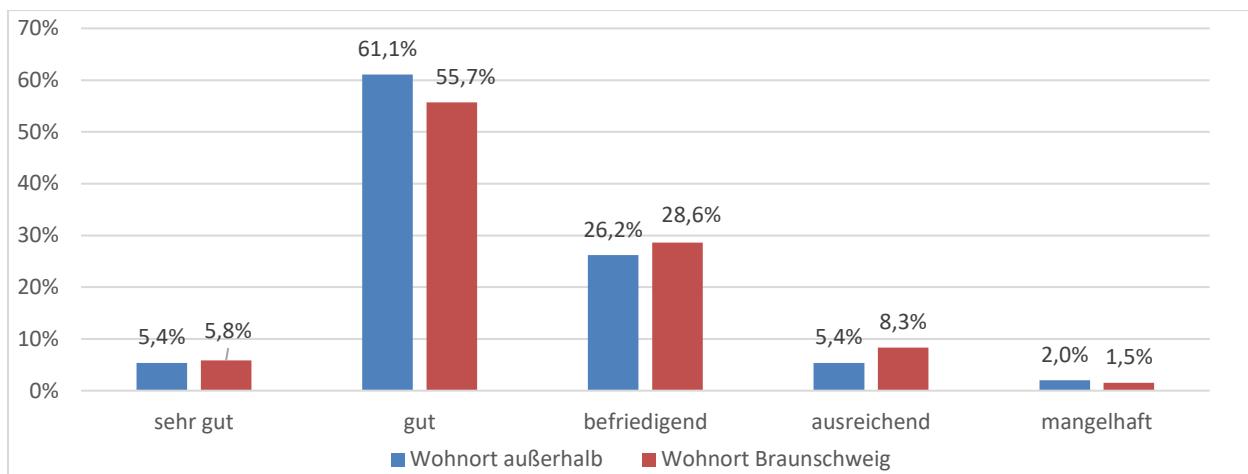
Mit Blick auf die Anregungen, die von immerhin 28,6 Prozent (n = 152) der Führungskräfte gemacht wurden, sind es vor allem „mehr und bessere Werbung (Print / Internet / Social Media etc.)“ (n = 29; 5,5%) und „mehr Angebots- und Programmvielfalt“ (n = 21; 4,0%), die ins Auge fallen (vgl. Tabelle A24 im Anhang). Insgesamt sind aber die absoluten Häufigkeiten so gering, dass sie keine verallgemeinerbaren Schlussfolgerungen zulassen.

2.9 Bedeutung des Wohnortes der Führungskräfte

Bei der Bürgerumfrage gab es nur sehr geringe Abweichungen bei der Nutzung und Bewertung des Kulturangebots mit Blick auf den Wohnbezirk (PLZ-Bezirk) der Antwortenden in einigen wenigen Stadtbezirken. Eine der Besonderheiten der Führungskräfte-Befragung war die Tatsache, dass über 30% von ihnen außerhalb von Braunschweig wohnen. Wenn dies vor dem Hintergrund, dass es sich bei Braunschweig um ein Oberzentrum handelt, auch nicht verwunderlich ist, so resultiert daraus doch die Frage: Bewerten und nutzen diese das Braunschweiger Kulturangebote anders als die Ortsansässigen? Unterscheidet man lediglich zwischen Braunschweiger und Nicht-Braunschweiger Führungskräften, so zeigen sich ebenfalls nur wenige, allerdings doch recht interessante Differenzen. Wie zu erwarten war, nutzen diejenigen Führungskräfte, die außerhalb von Braunschweig wohnen, das Angebot seltener: der Anteil der Nichtnutzer*innen liegt bei 5 Prozent im Vergleich zu 0,9 Prozent bei den Braunschweiger Führungskräften. 66,3 Prozent der außerhalb Wohnenden nutzten das Angebot 1 bis 5 Mal in den letzten 12 Monaten (zum Vergleich: 39,8 Prozent der Stadtbewohner*innen). Das Verhältnis bei einer häufigeren Nutzung lag bei 29,1 (von außerhalb) zu 59,5 Prozent (aus Braunschweig) (vgl. hierzu Tabelle A25 im Anhang). Auf Unterschiede in der Bewertung des Angebots geht die Abbildung 31 ein.

31 Zu den offenen Antworten vgl. im Detail die Tabellen A23 und A24 im Anhang.

Abbildung 31: Bewertung der Kulturangebote der Stadt Braunschweig nach dem Wohnort der Führungskräfte („Wie beurteilen Sie im Allgemeinen das Kulturangebot der Stadt Braunschweig?“) (n = 531; Angaben in Prozent)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, Führungskräfte-Umfrage Braunschweig 2019, eigene Darstellung

Mit Blick auf die Bewertung des Kulturangebotes in Braunschweig kann gesagt werden: Auch die außerhalb von Braunschweig wohnenden Führungskräfte beurteilen das Kulturangebot der Stadt mehrheitlich als gut (61,1 Prozent) oder sogar als sehr gut (5,4 Prozent). Vergleicht man diese Beurteilung mit derjenigen der in Braunschweig lebenden Führungskräfte, so fallen geringe, aber doch erstaunliche Unterschiede auf: Die „Externen“ neigen offensichtlich sogar zu einer etwas besseren Bewertung.

3 Die Umfrageergebnisse im Kontext der Teilhabeforschung

Kulturelle Interessen: Breite und Vielfalt

Die kulturellen Interessen sind eine entscheidende Bedingung für die Kulturteilhabe. Sie verändern sich im Laufe der Zeit und sind abhängig von einer Vielzahl von Faktoren. Insofern ist ihre Analyse und Kenntnisnahme eine wichtige Voraussetzung für eine nachfrageorientierte Kulturpolitik. Welche Vorlieben drücken sich in den Interessen aus?

Hinsichtlich der kulturellen Präferenzen bilden bei beiden Befragungen die Angebote „Musik und Konzerte“, „Film / Kino“, „Theater“ und „Stadtfeste / Events“ im oberen Bereich der Skala die Spitzengruppe, während „Musiktheater / Tanz“, „Kunst im öffentlichen Raum“, „Geschichte“, „Literatur / Lesungen“ und „Bildende Kunst“ am unteren Rand der Skala zu finden sind. Bei den Musikinteressen steht die Rock- und Pop-Musik vor der klassischen Musik an erster Stelle. Dies gilt gleichermaßen für die Bürgerschaft und die Führungskräfte.

Insgesamt zeigt sich bei beiden Befragungen ein breites und vielfältiges Spektrum kultureller Interessen. Während die Angebote „Film / Kino“, „Comedy / Satire“, „Stadtfeste / Events“ und „Festivals“ vor allem bei jüngeren Menschen beliebt sind, orientieren sich die Älteren etwas stärker an „klassischen“ Formaten.

Kulturelle Teilhabe: Staatstheater, Stadthalle und Volkswagenhalle vorne

Das Kulturangebot in Braunschweig wird von den Teilnehmer*innen an beiden Befragungen intensiv genutzt. So besucht lediglich ein gutes Viertel der Befragten die Kulturangebote der Stadt Braunschweig in den letzten 12 Monaten „nie“ oder „selten“ (bei den Führungskräften sogar noch weniger), während knapp Dreiviertel der Befragten „oft“ oder „manchmal“ im Jahr das Kulturangebot nutzen. Dabei steigt die Nutzungshäufigkeit mit der Schulbildung kontinuierlich an.

Auffallend ist: Der Wert der Nichtrutzer*innen ist insgesamt sehr niedrig. Dies lässt sich in der Summe sowohl bezogen auf die allgemeine (jährliche) Nutzung des Kulturangebotes als auch auf die Nutzung der einzelnen Angebote / Einrichtungen feststellen. Hier ist jedoch möglicherweise zu berücksichtigen, dass der Fragebogen ein breites Spektrum von Kulturangeboten aufführt, inklusive niedrigschwelliger Angebote (z. B. „Stadtfeste / Events“).

Hinsichtlich der Kultureinrichtungen, die „eher häufig“ besucht werden, lassen sich aus den Antworten der Befragungsteilnehmer*innen zwei Gruppen bilden: Die Spitzengruppe bilden dabei das „Staatsthe-

ater“ mit seinen drei Aufführungsstätten, die „Stadthalle“, die „Volkswagen Halle“, das „Naturhistorische Museum“ und „Kultur im Zelt“. Bemerkenswert ist, dass die Führungskräfte das kulturelle Angebot fast genauso oft nutzen wie die Braunschweiger Bürger*innen und auch vergleichbare Präferenzen haben. Lediglich die Veranstaltungsorte „Kultur im Zelt“, „Stadthalle“, „Volkswagenhalle“ und das „Staatstheater“ werden von ihnen etwas stärker favorisiert. Insofern kann festgehalten werden, dass die deutlich besseren Beteiligungsvoraussetzungen der Führungskräfte (Bildung, Einkommen) sich im Beteiligungsverhalten nicht entsprechend niederschlagen.

Relevanz und Beurteilung des Kulturangebots: Bürger*innen und Führungskräfte urteilen positiv

Das kulturelle Angebot in Braunschweig genießt bei den Teilnehmer*innen der beiden Umfragen eine hohe Wertschätzung: Mehr als Dreiviertel der Befragten sind generell der Meinung, dass ihnen das kulturelle Angebot in Braunschweig allgemein „sehr wichtig“ oder „wichtig“ ist und mehr als die Hälfte der Adressaten beider Befragungen beurteilen die Kulturangebote der Stadt Braunschweig als „sehr gut“ oder „gut“.

Insgesamt kann für die Mehrheit der Braunschweiger Bevölkerung und der Führungskräfte von einer positiven Grundhaltung bezüglich der Bedeutung von Kunst und Kultur und der Qualität des vorhandenen Angebotes ausgegangen werden. Dies schließt jedoch nicht aus, dass einzelne Gruppen ihre kulturellen Interessen nicht repräsentiert sehen.

Auffallend ist, dass es mit Blick auf die persönliche Wichtigkeit von Kunst und Kultur hinsichtlich der Beurteilung des Angebots keine relevanten Unterschiede zwischen der Bürger- und Führungskräftebefragung gibt – obwohl sich die Adressaten der beiden Befragungen sozialstrukturell so gravierend unterscheiden.

Zufriedenheit mit dem Kulturangebot: Ältere Menschen und Frauen zufriedener

Die Zufriedenheit mit dem Kulturangebot in Braunschweig fällt im Schnitt überwiegend positiv aus. Bezogen auf die einzelnen Angebote gibt es jedoch auch hier eine klare Reihenfolge: Während die Angebote „Kino / Film“, „Museen / Archive“, „Stadtfeste / Events“ und „Theater“ ganz oben stehen, rangieren „Comedy / Satire“, „Musik und Konzerte“, „Kunst im öffentlichen Raum“ und „Festivals“ am unteren Ende der Skala.

Die Zufriedenheit mit dem kulturellen Angebot ist dabei weitgehend unabhängig von der Vielfalt der Kulturinteressen. Bezogen auf Geschlecht und Alter lassen sich jedoch Zusammenhänge erkennen: So nimmt die Zufriedenheit mit dem Kulturangebot sowohl hinsichtlich der allgemeinen Beurteilung des Kulturangebotes als auch mit Blick auf einzelne Sparten / Genres mit dem Alter zu. Frauen beurteilen die Qualität des Gesamtangebots etwas positiver als Männer.

Kulturausgaben: Für Bürger*innen begrenzt, für Führungskräfte kein Problem

Kulturelle Teilhabe ist auch eine Frage des Geldbeutels. Für die oft beklagte soziale Selektivität der Kulturinstitutionen sind die zur Verfügung stehenden finanziellen Ressourcen ein entscheidender Faktor. Dies wird auch aus beiden Befragungen deutlich, allerdings in sehr unterschiedlicher Ausprägung. Während die Bürgerbefragung eher enge finanzielle Spielräume für das private Kulturbudget offenlegt, ist dies für die Führungskräfte erwartungsgemäß kein Problem. Dies zeigt, welche große Rolle das Einkommen der Bürger*innen und mithin die Eintrittspreisgestaltung im Kulturmanagement der Kultureinrichtungen spielt.

Die Häufigkeit und Breite der kulturellen Teilhabe dürfte vor diesem Hintergrund soziale und finanzielle Grenzen haben. Dies zeigt nicht zuletzt die Führungskräftebefragung, deren einkommensstarke und bildungsaffine Adressaten das kulturelle Angebot vor allem etwas breiter und vielfältiger in Anspruch nehmen. Somit bestätigen die Braunschweiger Befragungen eine allgemeine Erfahrung und ein Dilemma der Kulturpolitik, die sich inklusiv versteht: Je breiter und vielfältiger das Kulturangebot ist, umso eher ist einerseits die Voraussetzung gegeben, dass viele Menschen erreicht werden. Andererseits wird dadurch aber gerade die kulturelle Interessenlage von sozial und bildungsbezogen besser aufgestellten Menschen bedient.

Informationsverhalten: Je jünger und gebildeter, desto eher digital orientiert

Die Ergebnisse der Befragungen zeigen ein differenziertes Informationsverhalten der Befragungsteilnehmer*innen. Die digitalen Optionen sind dabei erwartungsgemäß sehr stark vertreten, vor allem bei den Führungskräften, was sicher mit ihrer sozialen Position erklärbar ist. Generell gilt jedoch, dass vor allem die jüngeren Menschen digitale Medien nutzen und auch informationsaktivier sind als ältere Menschen. Dies betrifft sowohl die internetbasierten Suchmaschinen als auch Websites der Veranstalter und der Stadt Braunschweig sowie Social-Media-Optionen. Bei den analogen Medien spielen immer noch die Tageszeitung und die Plakate eine wichtige Rolle. Darüber hinaus bleibt die „persönliche Empfehlung“ eine wichtige Informations- und sicher auch Motivationsquelle. Auch die eher ‚klassischen‘ audiovisuellen Medien (Radio, Fernsehen, Kino) haben als Informationsmedien noch eine große Bedeutung, vor allem für Menschen mit geringerer formaler Bildung und für ältere Menschen. Für die Führungskräfte sind sie allerdings nicht so wichtig. Diese Ergebnisse sprechen dafür, dass den digitalen Medien die Zukunft gehören dürfte. Sich allein darauf zu konzentrieren würde aber gegenwärtig noch bedeuten, viele potenziellen Kulturnutzer*innen informationell auszuschließen.

Teilhabebarrieren: Kein passendes Angebot, Zeit und Geld

Die kulturelle Teilhabe ist von vielen subjektiven und objektiven Bedingungen abhängig. Sie ist eine Frage der persönlichen Interessen und Ressourcen wie auch der äußereren Voraussetzungen und der örtlich nutzbaren Gelegenheiten. Dies spiegeln auch die Ergebnisse beider Befragungen wider.

Bemerkenswert ist zunächst, dass knapp die Hälfte der Befragten als Beteiligungshindernis angeben, dass ihnen das angebotene Programm „eher häufig“ nicht zugesagt habe. Das ist ein recht hoher Wert. Allerdings ist diese Meinungsäußerung vor dem Hintergrund der festgestellten allgemeinen Zufriedenheit zu relativieren. Letztlich bedeutet sie möglicherweise ‚nur‘, dass in den Fällen der Nicht-Beteiligung das zeitaktuelle Programm nicht zugesagt hat. Sie steht deshalb nicht im Widerspruch zur allgemeinen positiven Beurteilung des Kulturangebotes. Dies könnte bedeuten, dass die positive Einschätzung des Kulturangebotes nicht zwingend mit dem konkreten Interesse am jeweiligen zeitaktuellen Kulturprogramm korrespondieren muss, sondern eher als allgemeiner Zufriedenheitsindikator zu werten ist.

Als weitere Beteiligungshindernisse werden die fehlende Zeit und zu hohe Eintrittspreise genannt. Das Zeitproblem betrifft vor allem die Führungskräfte, während die finanzielle Barriere bei jungen und einkommensschwachen Menschen eine große Rolle spielt.

Defizite und Anregungen: größere Angebots- und Programmvielfalt und mehr Konzerte

An erster Stelle der genannten Wünsche steht bei beiden Befragungen „größere Angebots- / Programmvielfalt“. Die Befragungsteilnehmer*innen der Bürgerumfrage haben in den Freifragen zahlreiche Hinweise gegeben, welche Angebote ihnen in Braunschweig fehlen und welche Anregungen sie für das Kulturangebot haben. Auch wenn diese statistisch nicht weitergehend auszuwerten waren, sind es doch wichtige Anhaltspunkte für die örtliche Kulturverwaltung und das Management der Kultureinrichtungen.

Auffällig ist, dass sich bei der Bürgerumfrage der größte Anteil der Antworten auf Konzerte als fehlende Kulturangebote bezieht. Hier könnte also ein Bedarf an zusätzlichen Angeboten bestehen, zumal die Zufriedenheitswerte bei der Musik vergleichsweise und vor allem auch mit Blick auf das große angezeigte Interesse an Musik gering sind. Dabei sind vor allem Rock- und Popkonzerte als Desiderat stark vertreten. An zweiter Stelle folgt die Kategorie „Hardrock / Heavy Metal / Punk“ und erst danach „Klassik und Kammermusik“. Dies kann zum einen darauf hinweisen, dass vor allem im Bereich der genannten Formen der zeitgenössischen populären Musik ein Defizit empfunden wird. Es kann sich aber auch um einen rein statistischen Effekt handeln, weil die Gruppe der Musikliebhaber*innen unter den nach dem Zufallsprinzip ausgewählten Bürgerinnen und Bürgern am größten ist und deren Interessen am differenziertesten abgefragt wurden.

Kulturelle Teilhabe nach Stadtbezirken: Weitgehende Gleichverteilung

Die kulturellen Angebote und Einrichtungen sind im Stadtraum in der Regel nicht gleichverteilt, sondern konzentrieren sich im Stadtzentrum. Insofern kann die Nutzung der Kulturangebote durchaus mit der Wohnadresse im Stadtgebiet variiert. Eine diesbezügliche Auswertung der Braunschweiger Kulturmfragen zeigt jedoch, dass es bei den Braunschweiger Bürger*innen nur leichte Differenzen bei der Nutzungshäufigkeit kultureller Angebote (hier: „eher häufig“ genutzt) in der Gesamtstadt nach dem Wohnort der Befragten gibt. Dies spricht dafür, dass die Entfernung zu den Kulturstätten kein gravierendes Beteiligungshindernis ist. Dies gilt auch für die Führungskräfte, die zu einem Drittel ihren Wohnort nicht in der Stadt Braunschweig haben. Wie zu erwarten war, ist der Anteil der Nicht-Nutzer*innen bei denjenigen Führungskräften, die außerhalb von Braunschweig wohnen, höher und eine besonders intensive Nutzung ist deutlich seltener. Dennoch kann festgestellt werden, dass auch die Führungskräfte von „außerhalb“ mehrheitlich mindestens viermal im Jahr das Braunschweiger Kulturangebot nutzen.

Das Sozial- und Kulturprofil der Kulturnutzer*innen: Bildung ist ein entscheidender Faktor

Aus den Ergebnissen der Kulturnutzerforschung ist bekannt, dass die Kulturnutzung vor allem durch die Merkmale *Bildung*, *Alter* und *Geschlecht* beeinflusst wird. Dies konnte in der Tendenz auch bei den Befragungsteilnehmer*innen beider Befragungen festgestellt werden.

So unterscheiden sich *Männer und Frauen* in Bezug auf die allgemeine – also nicht auf einzelne Einrichtungen bezogene – Nutzung von Kulturangeboten sowie deren Beurteilung nur wenig. Differenzen gibt es aber mit Blick auf die Nutzung konkreter Angebote. Frauen nehmen etwas häufiger als Männer Angebote der darstellenden und bildenden Kunst in Anspruch und sind auch eher an Musiktheater / Tanz sowie Literatur / Lesungen interessiert. *Ältere Menschen* sind im Nutzungsverhalten etwas breiter aufgestellt als jüngere und haben auch andere Nutzungsschwerpunkte. Vor allem Angebote der bildenden Kunst und der Museen werden häufiger von Älteren genutzt als von Jüngeren. Ein höherer Bildungsabschluss wirkt sich deutlich fördernd auf die Vielfalt der Kulturinteressen aus. Außerdem nimmt damit das Interesse an klassischen Sparten / Formaten, insbesondere an darstellender und bildender Kunst, zu. Hinsichtlich der Häufigkeit der Nutzung von Kulturangeboten ist hervorzuheben: Vor allem die sehr gering Qualifizierten nutzen (sowohl pro Jahr als auch insgesamt) das Kulturangebot weniger als andere.

4 Verzeichnis der Abbildungen im Text

Abbildung 1: Persönliche Relevanz der kulturellen Angebote in Braunschweig.....	8
Abbildung 2: Kulturelle Interessen der Befragten.....	10
Abbildung 3: Spezielle Musikinteressen der Befragten.....	10
Abbildung 4: Vielfalt der Kulturinteressen nach Schulbildung	13
Abbildung 5: Nutzung des Kulturangebotes der Stadt Braunschweig in den vergangenen 12 Monaten	16
Abbildung 6: Besuch von Kulturveranstaltungsorten in Braunschweig	18
Abbildung 7: Durchschnittliche Nutzungshäufigkeit in 12 Monaten nach Schulbildung	19
Abbildung 8: Durchschnittliche Anzahl „eher häufig“ genutzter Kulturangebote nach Schulbildung	19
Abbildung 9: Anteile von „eher häufig“ Nutzenden für einzelne Angebote nach Alter.....	21
Abbildung 10: Anteile von „eher häufig“ Nutzenden für einzelne Angebote nach Schulbildung.....	22
Abbildung 11: Kulturnutzung nach persönlicher Relevanz (Wichtigkeit) kultureller Angebote	23
Abbildung 12: Allgemeine Beurteilung des Kulturangebotes in Braunschweig	24
Abbildung 13: Persönliche Zufriedenheit mit den Kulturangeboten in Braunschweig.....	25
Abbildung 14: Mittelwerte für Zufriedenheit mit den Kulturangeboten nach Alter (gruppiert)	27
Abbildung 15: Monatliche Ausgaben für kulturelle Veranstaltungen.....	29
Abbildung 16: Kulturinformationsverhalten der Befragten	30
Abbildung 17: Informationsverhalten der Befragten nach persönlicher Relevanz des Kulturangebotes.....	31
Abbildung 18: Informationsverhalten der Befragten nach Alter	32
Abbildung 19: Informationsverhalten der Befragten nach Bildung und Alter	33
Abbildung 20: Informationsverhalten der Befragten nach Bildung und Alter	34
Abbildung 21: Teilhabebarrieren der Befragten	35
Abbildung 22: Kulturnutzung in den PLZ-Bezirken.....	37
Abbildung 23: Alter der Befragungsteilnehmer*innen im Vergleich	39
Abbildung 24: Schulbildung der Befragungsteilnehmer*innen im Vergleich	40
Abbildung 25: Allgemeine Beurteilung des Braunschweiger Kulturangebotes im Vergleich	41
Abbildung 26: Kulturelle Interessen im Vergleich.....	43
Abbildung 27: Häufigkeit der kulturellen Teilhabe im Vergleich	44
Abbildung 28: Besuchshäufigkeit („eher häufig“) von Veranstaltungsangeboten in Braunschweig	45
Abbildung 29: Kulturausgaben der Befragungsteilnehmer*innen im Vergleich.....	46
Abbildung 30: Informationsverhalten der Befragungsteilnehmer*innen im Vergleich.....	47
Abbildung 31: Bewertung der Kulturangebote der Stadt Braunschweig nach dem Wohnort der Führungskräfte.....	49

5 Quellenverzeichnis

Brauerhoch, Frank-Olaf (2005): Worüber reden wir, wenn wir vom „Publikum“ reden? Verführungen der Kulturtheorie und Empirie, in: Wagner, Bernd (Hrsg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2005, Band 5, Thema: Kulturpublikum, Bonn / Essen: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft / Klartext Verlag, S. 451 – 459

Glogner-Pilz, Patrick; Föhl, Patrick S. (Hrsg.) (2016): Handbuch Kulturpublikum. Forschungsfragen und -befunde, Wiesbaden: VS

Keuchel, Susanne (2005): Das Kulturpublikum zwischen Kontinuität und Wandel – Empirische Perspektiven, in: Wagner, Bernd (Hrsg.), Jahrbuch für Kulturpolitik 2005, Band 5, Thema: Kulturpublikum, Bonn / Essen: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft / Klartext Verlag., S. 111 – 127

Lehmann, Matthias (2018): Kulturpartizipation in Wiesbaden. Nutzung, Wahrnehmung und Bewertung des Kulturangebots Ergebnisse der Bürgerumfrage „Freizeit und Kultur in Wiesbaden 2017“, Mainz

Landeshauptstadt Wiesbaden: Amt für Strategische Steuerung, Stadtforschung und Statistik (Hrsg.) (2018): Wiesbadener Stadtanalysen. Leben in Wiesbaden 2016. Nutzung von Kultureinrichtungen, Wiesbaden

Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen (MFKJKS NRW) (Hrsg.) (2017): Landeskulturbericht Nordrhein-Westfalen 2017, Düsseldorf

Renz, Thomas (2016): Nicht-Besucher-Forschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development, Bielefeld: transcript Verlag

Reuband, Karl-Heinz (2016): Entwicklungstendenzen und Struktureffekte kultureller Partizipation. Eine Analyse am Beispiel der Stadt Düsseldorf, in: Sievers, Norbert; Föhl, Patrik S.; Knoblich., Tobias J. (Hrsg.), Jahrbuch für Kulturpolitik 2015/16, Band 15, Thema: Transformatorische Kulturpolitik, Bielefeld: transcript Verlag, S. 417 – 434

Reuband, Karl-Heinz (2018): Kulturelle Partizipation in Deutschland. Verbreitung und soziale Differenzierung, in: Blumenreich, Ulrike; Dengel, Sabine; Hippe, Wolfgang; Sievers, Norbert (Hrsg.), Jahrbuch für Kulturpolitik 2017/18, Band 16, Thema: Welt.Kultur.Politik. Kulturpolitik in Zeiten der Globalisierung, Bielefeld: transcript Verlag, S. 359 – 377

Stadt Braunschweig (Hrsg.) (2019a): Bürgerumfrage zum Kulturangebot in Braunschweig (unv. Bericht)

Stadt Braunschweig (Hrsg.) (2019b): Führungskräfte-Umfrage zum Kulturangebot in Braunschweig. (unv. Bericht)

Stadt Düsseldorf (Hrsg.) (2017): Allgemeine Bürgerbefragung; Schwerpunkt 2017: Das kulturelle Angebot der Landeshauptstadt; Reihe: Statistik & Stadtforschung Nr. 55; Düsseldorf, (https://www.duesseldorf.de/fileadmin/Amt12/statistik/stadtforschung/download/Kulturbericht_2017.pdf)

Wagner, Bernd (Hrsg.) (2005): Jahrbuch für Kulturpolitik 2005, Band 5, Thema: Kulturpublikum, Bonn / Essen: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft / Klartext Verlag

6 Methodische Erläuterungen

- a) **Vorgaben bzw. Grenzen durch Fragebogen und Frageformulierung**
- b) **Repräsentativität**
- c) **Wertevorgaben / Recodierungen**
- d) **Informationsreduktion / Indexbildung**
- e) **Statistische Analyseverfahren**

a) **Vorgaben bzw. Grenzen durch Fragebogen und Frageformulierung**

Die Möglichkeiten der Datenauswertung der Braunschweiger Befragungen von Bürger*innen und Fachkräften wurden durch die vorliegenden Datensätze und die ihnen zugrundeliegenden Erhebungsinstrumente eröffnet, aber gleichzeitig auch begrenzt. So waren differenzierte Analysen grundsätzlich aufgrund der in den Fragebögen enthaltenen Fragen nach familien- und sozialstrukturellen Unterschieden möglich und wurden auch durchgeführt. Eine den gängigen Konventionen entsprechende Berücksichtigung des Haushaltsnettoeinkommens *pro Kopf* lag jedoch nicht im Bereich des Möglichen, da einerseits das Einkommen nur in groben Klassen erfasst wurde (was durchaus nachvollziehbar ist) und andererseits zwar nach Partnerschaft, aber nicht nach dem Zusammenleben und –wirtschaften gefragt wurde und auch die Anzahl von Kindern im Haushalt unbekannt bleibt.

b) **Repräsentativität**

Die Befragung der Bürger*innen in Braunschweig gilt als repräsentativ. Lediglich im Geschlechterverhältnis (5 % mehr Frauen und 6,8 % weniger Männer) und mit Blick auf das Alter der Befragungsteilnehmer*innen (4 % weniger unter 25jährige und 3,7 Prozent weniger Menschen im Alter zwischen 55 und 64 Jahre) lassen sich leichte Unterschiede feststellen, die jedoch die Ergebnisse nicht wesentlich beeinflusst haben dürften. Dass der Befragungsrücklauf bei den Frauen höher ausfiel als bei Männern, kann jedoch bedeuten, dass in der Gruppe der Befragungsteilnehmer*innen der kulturaffine Bevölkerungsteil leicht überrepräsentiert war, weil Frauen nach dem aktuellen Stand der Teilhabeforschung zu den aktiveren Kulturnutzenden zählen. Dies wird in der Tendenz auch durch die Braunschweiger Bürgerbefragung bestätigt.

Zu beachten ist allerdings, dass sich die Repräsentativität nur auf ganz bestimmte (verfügbare) Vergleichsgrößen bezieht: Geschlecht, Altersklassen Staatsangehörigkeit und Wohnort nach Postleitzahlgebieten. Eine Überprüfung der Repräsentativität der Studie nach Einkommen oder Bildung war nicht möglich. Grundsätzlich bekannt sind aber schichtspezifische Teilnahmequoten an Befragungen. Menschen mit höherer Bildung sind eher bereit, sich an empirischen Erhebungen zu beteiligen. Gleichzeitig weiß man, dass auch die Kulturnutzung mit sozialstrukturellen Voraussetzungen der Nutzenden variiert. Insofern ist nicht auszuschließen, dass sich diese Zusammenhänge auf die Zusammensetzung der

Befragten und damit auch auf die Ergebnisse auswirken. Teilweise konnten solche Verfälschungen durch die Kontrolle der Variable „höchster Schulabschluss“ kontrolliert werden. An einigen Stellen des Auswertungsberichtes finden sich entsprechende Hinweise bzw. einschränkende Aussagen.

c) Wertevorgaben / Recodierungen

Grundsätzlich haben längst nicht alle Befragten zu den angesprochenen Fragen eigene Erfahrungen oder eine Meinung. Hierfür ist in der Regel die Antwortmöglichkeit „weiß nicht“ vorgesehen und kann genutzt werden. Wenn gar keine Antwort gegeben wird, wird die Antwort entsprechend als „fehlend“ behandelt. Der Fall wird dann bei den Analysen nicht berücksichtigt. Bei manchen Fragestellungen kann die Information, wie viele Antworten „weiß nicht“ oder „fehlend“ waren, wichtig sein, in anderen Analysen hingegen verfälschen sie das Ergebnis. Wenn in den Tabellen oder Abbildungen diese Kategorien „Weiß nicht“ oder „fehlend“ nicht auftauchen, wurden Fälle mit diesen Antworten ausgeschlossen.

Bei der Frage nach dem *Geschlecht* der Befragten gab es auch die Möglichkeit, „divers“ anzugeben. Aufgrund der nur sehr geringen Fallzahlen und der damit zusammenhängenden Datenschutzproblematik wurden diese Fälle immer dann ausgeschlossen, wenn nach dem Geschlecht unterschieden wurde.

In einigen anderen Fällen mussten (z. B. bei differenzierenden Kreuztabellen oder bei Mittelwertvergleichen mit zwei zu kontrollierenden Kriterien) Werte einer Variable zusammengefasst werden, damit die verbleibenden Fallzahlen noch groß genug bleiben. Dies ist jeweils aus den Wertebeschreibungen ersichtlich.

Nicht alle Variablenwerte können, wenn sie ansteigen, auch als Steigerung eines Indikators gewertet werden. Wenn zum Beispiel eine Zeugnisnotenskalierung verwendet wird, so bedeutet ein niedriger Wert eine gute Leistung. Wenn aber eine Abstufungsskalierung von „trifft zu“ bis „trifft nicht zu“ mit 1 bis 6 skaliert wird, so bedeutet ein hoher Wert eine Zustimmung. Eine negative Korrelation bedeutet für dieses Beispiel, dass Bewertung und Zustimmung positiv miteinander zusammenhängen. Wir haben für alle Variablen die Ursprungsskalierung der Grundauswertung beibehalten, um Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten. Dies wurde bei der Interpretation jeweils berücksichtigt und im Text entsprechend formuliert.

d) Informationsreduktion / Indexbildung

Kulturinteressen, Kulturnutzung, Zufriedenheit und Kulturinformation wurden jeweils mit Bezug auf eine größere Anzahl ganz konkreter Angebote (Sparten/Formate), Veranstaltungsorte oder Medien erfragt. Damit standen sehr differenzierte Informationen zur Verfügung, die einerseits eine Vielzahl von Einzelergebnissen ermöglichen, andererseits aber deren Komplexität auch enorm steigern. In vielen Fällen sind zusätzlich komprimierte Informationen sinnvoll. Dies setzt eine statistische Bearbeitung voraus, deren Möglichkeiten wiederum durch die Art der vorgegebenen Antworten begrenzt werden. Eine Möglichkeit der Informationsreduktion, die mit den vorliegenden Daten gegeben war, betrifft die Bildung von „Indizes“. Hierunter versteht man ganz grundsätzlich Maßzahlen, die eine Vielzahl von Daten zusammenfassen und damit der Datenreduktion dienen. Die Berechnung eines Index ist immer mit dem gleichzeitigen Verlust der zugrunde liegenden Einzelinformationen verbunden.

Für die im folgenden genannten Indikatoren (Fragen) der Bürgerumfrage wurden sogenannte „additive Indizes“ berechnet. Sie zählen zum Beispiel die mit „eher häufig“ beantworteten Einzelindikatoren. Ihr maximaler Wert entspricht damit der Anzahl der einer Frage zugeordneten konkreten Kulturbereiche / Medien. Ein Vorteil dieser Indexbildung war es in unserem Fall, Informationen zur „Anzahl“ bestimmter Interessen oder Nutzungen zu erhalten. Bei der Indexberechnung wurden fehlende Angaben als „nein“ behandelt und entsprechend auf null codiert. Die Werte der Indizes geben damit Auskunft über die *Vielfalt* bzw. *Breite* der jeweiligen Orientierungen / Nutzungen. Damit ist es dann auch möglich, Mittelwerte für einzelne Befragtengruppen oder kompaktere Maße zu Zusammenhängen zu berechnen (s. u.).

Welche der jeweiligen Angebote / Formate in einen Index aufgenommen werden, beruht auf inhaltlichen Kriterien. Es wurden sowohl Gesamtindizes (über alle vorhandenen Unterpunkte einer Frage) oder / und stärker differenzierende Indizes für Unterkategorien gebildet.

Interessen (Frage 3): Der Index Interessenvielfalt enthält die Anzahl der von den Befragten angekreuzten unterschiedlichen kulturellen Interessensbereiche. Insgesamt konnten 13 verschiedene Bereiche angekreuzt werden. Hierzu gehört auch das allgemeine Interesse an „Musik und Konzerten“. Des Weiteren werden im Fragebogen acht verschiedene Musikrichtungen genannt, mit denen zusätzlich spezielle Musikinteressen bekundet werden konnten. Auch hierfür wurde (nach dem gleichen Muster) ein additiver Index gebildet. Von der Bildung eines Index, der die differenzierenden Musikinteressen und die anderen Interessen zusammenfasst, wurde Abstand genommen, da ansonsten die Musikinteressen den Index zu sehr dominiert hätten. Zusätzlich wurden diese beiden Indizes noch aufgegliedert und es wurde nach einzelnen Spartens unterscheiden. (Bei den allgemeinen Kulturinteressen waren dies Darstellende Kunst, Bildende Kunst, Entertainment und Museen/ Geschichte, bei den speziellen Musikinteressen Traditionelle Musik, Hiphop / Elektro, Rockmusik und Schlager.)

Zufriedenheit (Frage 4: „Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Kulturangeboten?“): Die Art der Antwortvorgaben (sechser Skala nach dem Schulnotensystem) ermöglichte die Bildung eines Durchschnittswertes für Zufriedenheit der auf den einzelnen Angaben für alle einzelnen Sparten beruht. Zusätzlich wurden auch hier Durchschnittswerte für die einzelnen Spartengruppen gebildet. Bei der Berechnung dieser Indizes für Zufriedenheit wurde pro Fall die Summe aller gültigen Zufriedenheitswerte gebildet und durch die Anzahl der gültigen Antworten geteilt.

Nutzung (Frage 6: „Wie oft besuchen Sie folgende Veranstaltungsorte in Braunschweig?“): Die Art der Antwortvorgaben (eher häufig, eher selten, nie) gestattete hier keine einfache Mittelwertbildung. Stattdessen konzentrierte sich die Indexbildung auf die Antworten „eher häufig“ oder „nie“. Die Indizes (Nutzungsvielfalt) beinhalten also einerseits die Anzahl der Veranstaltungsorte, die „eher häufig“ genutzt werden und andererseits die Anzahl der Veranstaltungsorte, die „nie“ genutzt werden. Auch hier wurde eine inhaltlich begründete Unterteilung in Darstellende Kunst, Bildende Kunst, Museen und Übergreifendes vorgenommen. Zusätzlich standen demnach vier Teilindizes zur Verfügung, durch die auch spartenbezogene Aussagen zur Nutzung möglich wurden.

Informationsquellen (Frage 8: „Wie informieren Sie sich über das Braunschweiger Kulturangebot?“): Nach demselben Prinzip erfolgte die Indexbildung für die Informationsnutzung. Gezählt wurden demnach wieder die Anzahl der Antworten „eher häufig“ und auch die Bildung der Teilindizes (Klassische Medien, Printmedien, Digitale Medien, Kulturinformationsdienste und persönliche Empfehlung) folgte inhaltlichen Überlegungen.

Damit gab es (außer den auf Einzelbereiche bezogenen Ursprungsvariablen) in einigen Bereichen eine Informationsreduktion auf zwei Ebenen: Einen Gesamtindex, der sich auf alle in einer Frage angesprochenen Indikatoren bezieht, und Teilindizes, die eine inhaltlich begründete Unterteilung dieses Gesamtindex darstellen.

e) Statistische Analyseverfahren

Grundsätzlich wurden im laufenden Text zur Ergebnisdarstellung anschauliche Abbildungen verwendet, während weitere Ergebnisse in ihren wesentlichen Aussagen im Text *kommentiert* werden, das dazu gehörende Tabellenmaterial aber nur im *Tabellarischen Anhang* zu finden ist.

Die Art der statistischen Analysen berücksichtigt jeweils das vorgegebene Skalenniveau der einbezogenen Variablen. Zwecks besserer Anschaulichkeit werden manche Ergebnisse allerdings zusätzlich auch über einfachere Analyse- und Darstellungsformen präsentiert. Zum Einsatz kamen folgende statistische Analyseverfahren:

Kreuztabellen eignen sich vor allem, um zwei nominal- oder ordinalskalierte Merkmale in Beziehung zu setzen. Möglich ist auch eine weitere Differenzierung nach insgesamt zwei Kriteriumsvariablen. Hierbei ist auf ausreichende Fallzahlen in den Zellen zu achten. Ggf. müssen Gruppen weiter zusammengefasst werden. In aller Regel werden Prozentwerte verglichen, wobei der Prozentuierungsbezug (Gesamtzahl der Befragten, Spalten oder Zeilen) jeweils ausgewiesen wird.

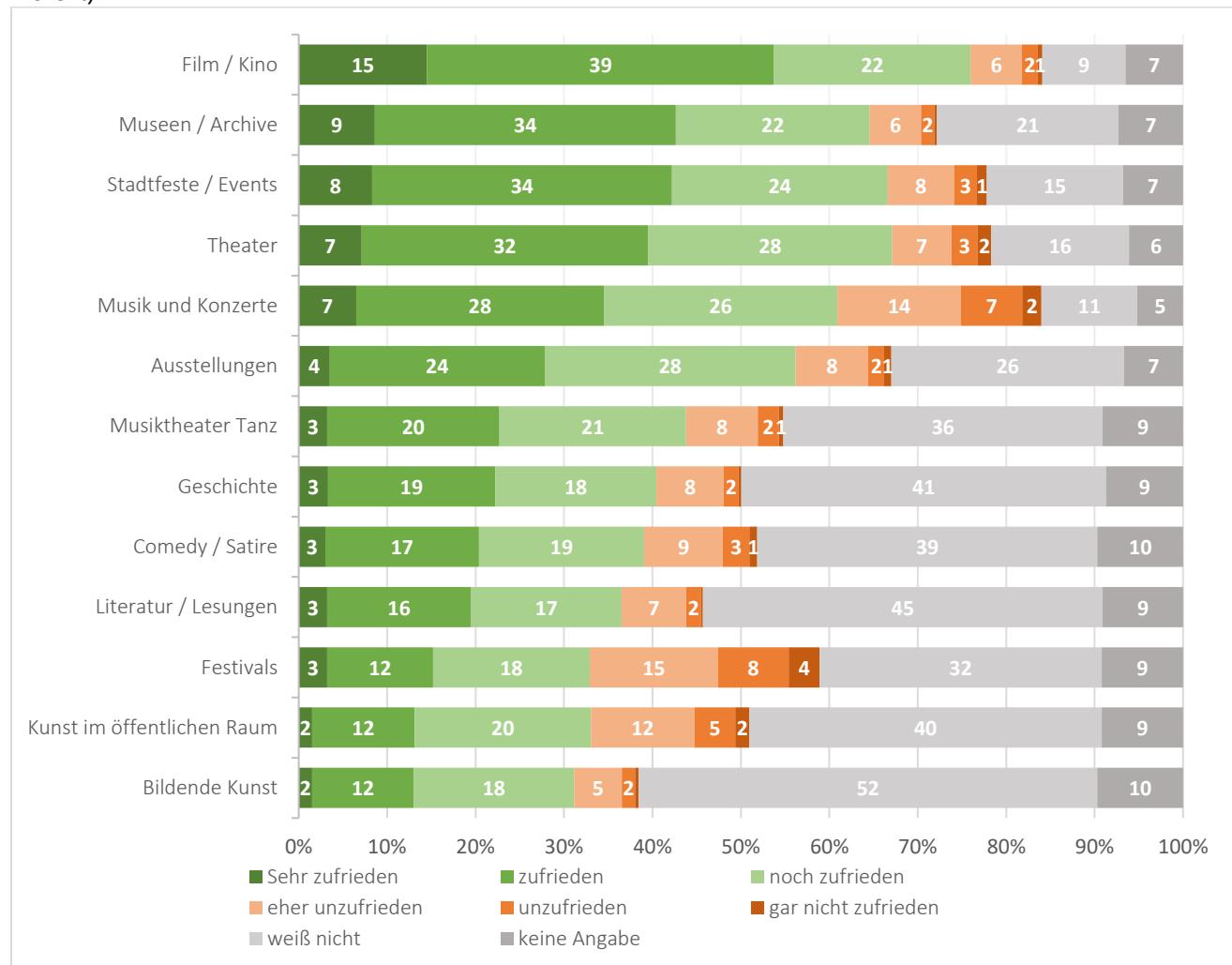
Mittelwertvergleiche sind für die Untersuchung des Zusammenhangs zwischen einer ordinal oder nominalskalierten und einer metrischen Variable geeignet. Sie ermöglichen kompaktere Maße als die Kreuztabelle und sind gleichzeitig anschaulicher als Korrelationen (s. u.). Außerdem können durch Mittelwertvergleiche auch nicht-lineare Zusammenhänge aufgedeckt werden.

Die Berechnung von *Korrelationen* setzt eine metrische oder dichotome Skalierung voraus und bietet kompakte Koeffizienten zur Richtung und Stärke eines Zusammenhangs zwischen zwei Variablen. Diese informieren jedoch nicht über nicht-lineare (z. B. stufenförmige oder u-förmige) Zusammenhänge. Wir verwenden den „Produkt-Moment-Korrelationskoeffizienten“ nach Pearson (r) und beziehen uns im Text nur auf statistisch hochsignifikante Zusammenhänge ($sig=.000$). Das bedeutet, dass festgestellte Zusammenhänge auf die Grundgesamtheit (hier: die Braunschweiger Bürger*innen mit den oben genannten Einschränkungen) zu übertragen sind. Ab einem Koeffizienten von .20 sprechen wir von deutlichen, ab .30 von sehr deutlichen und ab .40 von starken Zusammenhängen. Die Richtung des Zusammenhangs ergibt sich aus dem Vorzeichen des Koeffizienten und der Codierung im Fragebogen. In den Formulierungen der Ergebnisse sind diese Vorgaben immer berücksichtigt.

Alle neu gebildeten Indizes und auch einige der weiteren Variablen zur Kulturnutzung entsprachen den Voraussetzungen für Korrelationsanalysen. In manchen Fällen (z. B. bei Geschlecht und Berufstätigkeit) konnten durch sinnvolle Umcodierungen dichotome Merkmale gebildet werden. Bei wieder anderen Variablen (Alter und Haushaltseinkommen) waren die vorgegebenen Klassen fast durchgängig gleich groß oder können (Schulbildung als Bildungsjahre interpretiert) den sozialwissenschaftlichen Konventionen entsprechend, ebenfalls als metrische Variablen verwendet werden. Insofern konnte zumindest für eine erste Übersicht mit Korrelationsanalysen gearbeitet werden. Markante Ergebnisse wurden dann in der Regel noch einmal mit anschaulicheren Darstellungen (Kreuztabellen oder Mittelwertvergleiche) verdeutlicht.

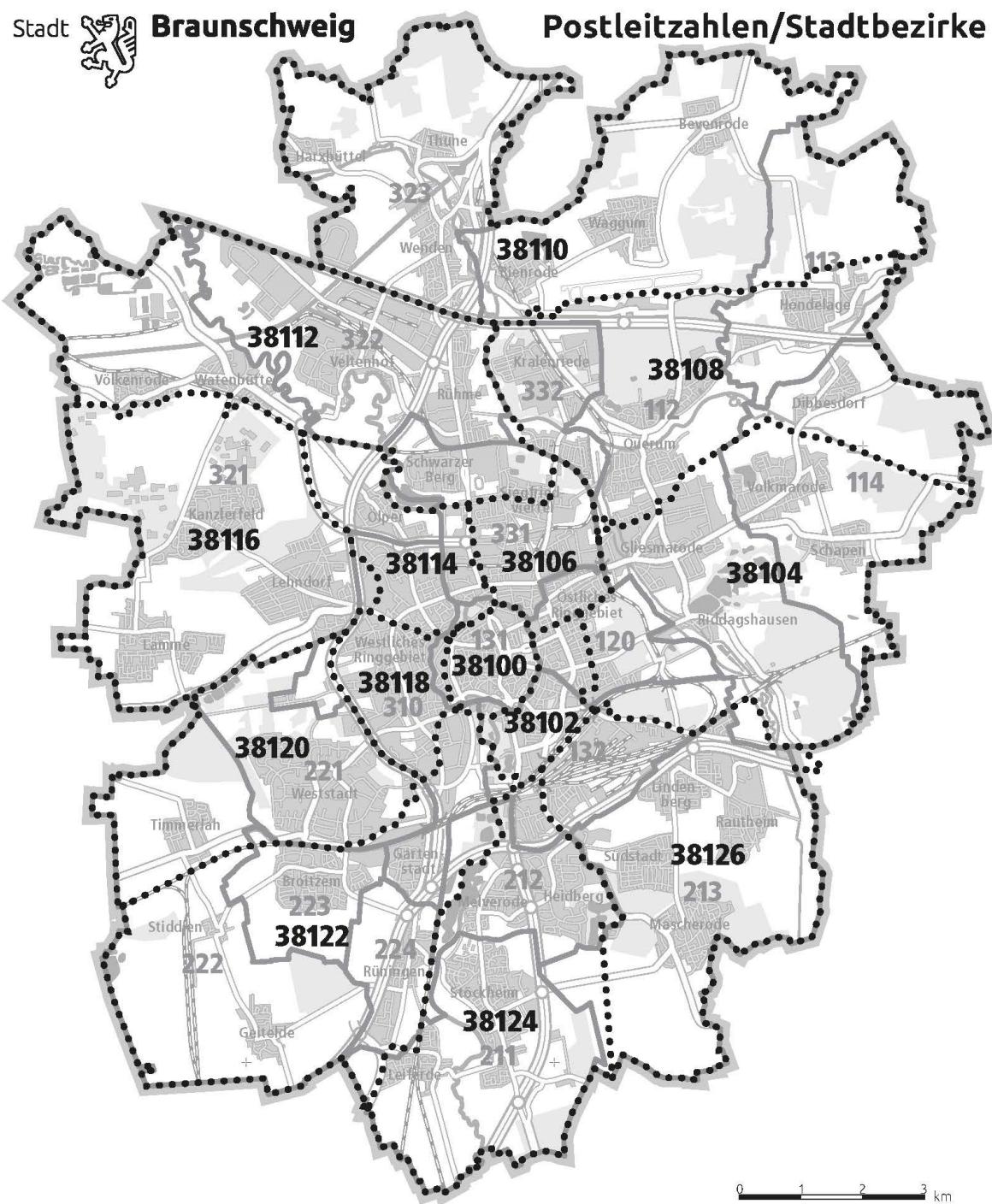
7 Abbildungsanhang

Abbildung A1: Persönliche Zufriedenheit mit den Kulturangeboten in Braunschweig („Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Kulturangeboten?“) (N=1.485; Angaben jeweils in Prozent aller Befragten, gerundet auf ganze Prozent)



Quelle: Bürgerumfrage Braunschweig 2018, eigene Darstellung

Abbildung A2: Zuordnung des städtischen Raums zu Postleitzahlen/ Stadtbezirken



Stadtbezirke

- 112** Wabe-Schunter-Beberbach
 - 113** Hondelage
 - 114** Volkmarode
 - 120** Östliches Ringgebiet
 - 131** Innenstadt
 - 132** Viewegsgarten-Bebelhof
 - 211** Stöckheim-Leiferde

- 212** Heidberg-Melverode
 - 213** Südstadt-Rautheim-Mascherode
 - 221** Weststadt
 - 222** Timmerlah-Geitelde-Stiddien
 - 223** Broitzem
 - 224** Rüningen
 - 310** Westliches Ringgebiet

- 321** Lehndorf-Watenbüttel
- 322** Veltenhof-Rühme
- 323** Wenden-Thune-Harxbüttel
- 331** Nordstadt
- 332** Schunteraue

8 Tabellarischer Anhang

- Tabelle A1: Beurteilung der persönlichen Wichtigkeit des Kulturangebots nach Schulbildung (Prozent der jeweiligen Bildungsgruppe)
- Tabelle A2: Anzahl unterschiedliche Kulturinteressen (ohne spezielle Musikinteressen)
- Tabelle A3: Korrelationen zwischen Einzelinteressen und höchstem Schulabschluss
- Tabelle A4: Mittelwerte für Interesse an bildender Kunst nach höchstem Schulabschluss
- Tabelle A5: Anzahl unterschiedliche Musikinteressen
- Tabelle A6: Vielfalt der Kulturinteressen nach Geschlecht
- Tabelle A7: Vielfalt der Kulturinteressen nach Alter
- Tabelle A7a: Nutzungshäufigkeit der Kulturangebote nach Schulbildung
- Tabelle A8: Anzahl „eher häufig“ genutzter Kulturangebote
- Tabelle A9: Anzahl „nie“ genutzter Kulturangebote
- Tabelle A10: Beurteilung der Qualität des Braunschweiger Kulturangebots nach Altersgruppen (Prozent der jeweiligen Altersgruppe)
- Tabelle A11: Korrelationen zwischen dem Interesse an einzelnen Kulturangeboten und der Beurteilung des Kulturangebotes
- Tabelle A12: Kulturausgaben pro Monat nach Alter
- Tabelle A13: Anzahl „eher häufig“ genutzter unterschiedlicher Informationsquellen
- Tabelle A14: Durchschn. Anzahl „eher häufig“ genutzter Informationsquellen nach Alter
- Tabelle A15: Korrelationen zwischen Teilhabefähigkeiten und Alter, Bildung, Geschlecht
- Tabelle A16: Genannte Angebotsdefizite gruppiert (Bürger*innen)
- Tabelle A17: Genannte Anregungen für das Kulturangebot gruppiert (Bürger*innen)
- Tabelle A18: Geschlecht der Befragten im Vergleich
- Tabelle A19: Haushaltsnettoeinkommen der Befragten im Vergleich
- Tabelle A20: Persönliche Relevanz der kulturellen Angebote der Stadt Braunschweig im Vergleich
- Tabelle A21: Anzahl unterschiedliche Kulturinteressen im Vergleich
- Tabelle A22: Anzahl unterschiedliche Musikinteressen im Vergleich
- Tabelle A23: Genannte Angebotsdefizite (Führungskräfte)
- Tabelle A24: Genannte Anregungen für das Kulturangebot (Führungskräfte)
- Tabelle A25: Häufigkeit der Nutzung von Braunschweiger Kulturangeboten (in den letzten 12 Monaten) nach Wohnort der Führungskräfte

Tabelle A1: Beurteilung der persönlichen Wichtigkeit des Kulturangebots nach Schulbildung (in Prozent der jeweiligen Bildungsgruppe) (n = 1.429)

(Frage 1: Wie wichtig sind Ihnen kulturelle Angebote in der Stadt Braunschweig?“)

% innerhalb von Bildung rec

		höchstens Hauptschule	Bildung rec				Gesamt
			Realschule bzw. Fachhochschul- reife	Abitur	Hochschulab- schluss		
Bedeutung Kultur inkl. WN	sehr wichtig	12,1%	27,2%	28,0%	42,8%	31,2%	
	wichtig	51,6%	50,1%	54,4%	43,2%	48,4%	
	noch wichtig	19,8%	14,5%	14,6%	11,1%	13,9%	
	eher unwichtig	7,7%	5,1%	1,7%	2,3%	3,8%	
	unwichtig	2,7%	1,1%	0,4%	0,6%	1,0%	
	überhaupt nicht wichtig	1,1%	1,3%	0,8%	0,2%	0,8%	
	weiß nicht	4,9%	0,8%				0,9%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabelle A2: Anzahl unterschiedlicher Kulturinteressen (ohne spezielle Musikinteressen)

(Frage 3: „Für welche Kulturangebote interessieren Sie sich?“)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	,00	23	1,5	1,6	1,6
	1,00	18	1,2	1,2	2,8
	2,00	49	3,3	3,3	6,1
	3,00	85	5,7	5,7	11,8
	4,00	139	9,4	9,4	21,2
	5,00	164	11,0	11,1	32,2
	6,00	147	9,9	9,9	42,1
	7,00	177	11,9	11,9	54,1
	8,00	160	10,8	10,8	64,9
	9,00	135	9,1	9,1	74,0
	10,00	111	7,5	7,5	81,5
	11,00	102	6,9	6,9	88,3
	12,00	68	4,6	4,6	92,9
	13,00	48	3,2	3,2	96,2
	14,00	23	1,5	1,6	97,7
	15,00	15	1,0	1,0	98,7
	16,00	8	,5	,5	99,3
	17,00	6	,4	,4	99,7
	18,00	4	,3	,3	99,9
	20,00	1	,1	,1	100,0
Gesamt		1483	99,9	100,0	
Fehlend	System	2	,1		
Gesamt		1485	100,0		

Tabelle A3: Korrelationen zwischen Einzelinteressen und höchstem Schulabschluss
 (Frage 3: „Für welche Kulturangebote interessieren Sie sich?“)

		Schulabschluss
Interesse Bildende Kunst	Korrelation nach Pearson	,204**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1439
Interesse Theater	Korrelation nach Pearson	,182**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441
Interesse Musiktheater Tanz	Korrelation nach Pearson	,177**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441
Interesse Film Kino	Korrelation nach Pearson	,202**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441
Interesse Ausstellungen	Korrelation nach Pearson	,132**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441
Interesse Museen Archive	Korrelation nach Pearson	,142**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441
Interesse Geschichte	Korrelation nach Pearson	,090**
	Signifikanz (2-seitig)	,001
	N	1441
Interesse Literatur Lesungen	Korrelation nach Pearson	,191**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441
Interesse Comedy Satire	Korrelation nach Pearson	,110**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441
Interesse Stadtfeste Events	Korrelation nach Pearson	-0,011
	Signifikanz (2-seitig)	,683
	N	1441
Interesse Festivals	Korrelation nach Pearson	,162**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441
Interesse Kunst öffentlicher Raum	Korrelation nach Pearson	,202**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441
Interesse Konzerte	Korrelation nach Pearson	,077**
	Signifikanz (2-seitig)	,003
	N	1441
Interesse Konzerte Klassik	Korrelation nach Pearson	,146**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441
Interesse Konzerte Jazz	Korrelation nach Pearson	,147**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441
Interesse Konzerte RockPop	Korrelation nach Pearson	,161**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441
Interesse Konzerte Volksmusik	Korrelation nach Pearson	-0,330**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441
Interesse Konzerte Hiphop/Rap	Korrelation nach Pearson	,083**
	Signifikanz (2-seitig)	,002

	N	1441
Interesse Konzerte RhythmBlues	Korrelation nach Pearson	,099**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441
Interesse Konzerte HeavyMetal/Hardrock	Korrelation nach Pearson	,082**
	Signifikanz (2-seitig)	,002
	N	1441
Interesse Konzerte Electro	Korrelation nach Pearson	,102**
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	1441

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Tabelle A4: Mittelwerte für Interesse an Bildender Kunst (0=nein, 1=ja) nach höchstem Schulabschluss

(Frage 3: „Für welche Kulturangebote interessieren Sie sich?“)

Interesse Bildende Kunst

Schulabschluss	Mittelwert	N	Std.-Abweichung
ohne Schulabschluss	,0476	21	,21822
Hauptschulabschluss	,0667	165	,25020
Realschulabschluss	,1706	299	,37676
Fachhochschulreife	,1742	178	,38031
Abitur	,2092	239	,40759
Hochschulabschluss	,3222	537	,46774
Insgesamt	,2203	1439	,41459

Tabelle A5: Anzahl unterschiedliche Musikinteressen

(Frage 3: „Für welche Kulturangebote interessieren Sie sich?“)

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro-
				zente
Gültig	,00	271	18,2	18,2
	1,00	429	28,9	47,1
	2,00	408	27,5	74,6
	3,00	231	15,6	90,2
	4,00	106	7,1	97,3
	5,00	26	1,8	99,1
	6,00	10	,7	99,7
	7,00	4	,3	100,0
Gesamt	1485	100,0	100,0	

Tabelle A6: Vielfalt der Kulturinteressen nach Geschlecht (Durchschnittliche Anzahl)
(Frage 3: „Für welche Kulturangebote interessieren Sie sich?“)

Mittelwert

Geschlecht m/w	Vielfalt Musikinteressen (Index)	Interessenvielfalt ohne Musik
männlich	1,8756	5,3454
weiblich	1,6588	5,9059
Insgesamt	1,7542	5,6595

Tabelle A7: Vielfalt der Kulturinteressen nach Alter (Durchschnittliche Anzahl)
(Frage 3: „Für welche Kulturangebote interessieren Sie sich?“)

Mittelwert

Altersgruppe	Vielfalt Musikinteressen	Interessenvielfalt ohne Musik
unter 25 Jahre	1,9239	5,9341
25 bis 34 Jahre	2,0300	6,0489
35 bis 44 Jahre	1,8860	5,6995
45 bis 54 Jahre	1,8423	5,9104
55 bis 64 Jahre	1,7220	5,8123
65 Jahre und älter	1,3417	4,8235
Insgesamt	1,7427	5,6254

Tabelle A7a: Nutzungshäufigkeit der Kulturangebote nach Schulbildung

Frage 5: „Wie oft haben Sie in den letzten 12 Monaten das Kulturangebot in Braunschweig genutzt?“) (n = 1.418)

			Kulturnutzung in den letzten 12 Monaten							Gesamt
			Kein-mal	1 mal	2-3 mal	4-5 mal	6-10 mal	11-20 mal	Mehr als 20	
Bildung rec	höchstens Haupt- schule	Anzahl	33	18	59	38	18	11	xx	178
		% innerhalb von Bil- dung rec	18,5%	10,1%	33,1%	21,3%	10,1%	6,2%	xx	100,0%
	Realschule bzw. Fach- hochschulreife	Anzahl	19	24	96	119	110	82	22	472
		% innerhalb von Bil- dung rec	4,0%	5,1%	20,3%	25,2%	23,3%	17,4%	4,7%	100,0%
Abitur	Abitur	Anzahl	6	6	41	60	59	47	18	237
		% innerhalb von Bil- dung rec	2,5%	2,5%	17,3%	25,3%	24,9%	19,8%	7,6%	100,0%
	Hochschulabschluss	Anzahl	8	7	74	112	164	108	58	531
Gesamt		% innerhalb von Bil- dung rec	1,5%	1,3%	13,9%	21,1%	30,9%	20,3%	10,9%	100,0%
		Anzahl	66	55	270	329	351	248	99	1418
		% innerhalb von Bil- dung rec	4,7%	3,9%	19,0%	23,2%	24,8%	17,5%	7,0%	100,0%

Xx= Fallzahlen unter 5

A8: Anzahl „eher häufig“ genutzter Kulturangebote

(Frage 6: „Wie häufig besuchen Sie folgende Veranstaltungsorte in Braunschweig?“)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	,00	390	26,3	26,3	26,3
	1,00	210	14,1	14,2	40,4
	2,00	194	13,1	13,1	53,5
	3,00	177	11,9	11,9	65,4
	4,00	169	11,4	11,4	76,8
	5,00	130	8,8	8,8	85,6
	6,00	65	4,4	4,4	90,0
	7,00	61	4,1	4,1	94,1
	8,00	30	2,0	2,0	96,1
	9,00	28	1,9	1,9	98,0
	10,00	14	,9	,9	98,9
	11,00	7	,5	,5	99,4
	12,00	3	,2	,2	99,6
	13,00	2	,1	,1	99,7
	14,00	1	,1	,1	99,8
	15,00	1	,1	,1	99,9
	19,00	1	,1	,1	99,9
	20,00	1	,1	,1	100,0
	Gesamt	1484	99,9	100,0	
Fehlend	System	1	,1		
	Gesamt	1485	100,0		

Tabelle A9: Anzahl „nie“ genutzter Kulturangebote

(Frage 6: „Wie häufig besuchen Sie folgende Veranstaltungsorte in Braunschweig?“)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	,00	143	9,6	9,6	9,6
	1,00	26	1,8	1,8	11,4
	2,00	23	1,5	1,5	12,9
	3,00	34	2,3	2,3	15,2
	4,00	66	4,4	4,4	19,7
	5,00	75	5,1	5,1	24,7
	6,00	80	5,4	5,4	30,1
	7,00	103	6,9	6,9	37,1
	8,00	130	8,8	8,8	45,8

9,00	88	5,9	5,9	51,8
10,00	96	6,5	6,5	58,2
11,00	120	8,1	8,1	66,3
12,00	97	6,5	6,5	72,8
13,00	76	5,1	5,1	78,0
14,00	75	5,1	5,1	83,0
15,00	58	3,9	3,9	86,9
16,00	59	4,0	4,0	90,9
17,00	31	2,1	2,1	93,0
18,00	29	2,0	2,0	94,9
19,00	32	2,2	2,2	97,1
20,00	12	,8	,8	97,9
21,00	31	2,1	2,1	100,0
Gesamt	1484	99,9	100,0	
Fehlend	System	1	,1	
Gesamt	1485	100,0		

Tabelle A10: Beurteilung der Qualität des Kulturangebots nach Alter (in Prozent der jeweiligen Altersgruppe) (n = 1.416)

(Frage 2: „Wie beurteilen Sie im Allgemeinen die Kulturangebote der Stadt Braunschweig?“)

% innerhalb von Alter rec

Beurteilung Kul- turangebote inkl WN	sehr gut	Alter rec				Gesamt
		bis 34 Jahre	35-54 Jahre	55-64 Jahre	65 Jahre und äl- ter	
	gut	41,6%	51,5%	55,6%	60,1%	51,8%
	befriedigend	33,1%	28,3%	23,9%	18,8%	26,4%
	ausreichend	11,8%	8,1%	4,1%	5,1%	7,6%
	mangelhaft	4,8%	2,9%	1,9%	0,9%	2,7%
	ungenügend	0,3%	1,3%	0,4%		0,6%
	weiß nicht	4,2%	2,6%	4,5%	6,3%	4,2%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabelle A11: Korrelationen zwischen dem Interesse an einzelnen Kultursparten und der Beurteilung/ Zufriedenheit mit Braunschweiger Kulturangeboten

(Frage 2: „Wie beurteilen Sie im Allgemeinen die Kulturangebote der Stadt Braunschweig?“ und Frage 4: „Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Kulturangeboten?“)

		Kulturangebote Beurteilung Quali- tät (Frage 2)	MW Zufriedenheit mit Kulturangebo- ten (Frage 4)
Interesse an darstellender Kunst	Korrelation nach Pearson	-,141**	-,081**
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,002
	N	1374	1428
Interesse an bildender Kunst	Korrelation nach Pearson	,005	,046
	Signifikanz (2-seitig)	,860	,080
	N	1372	1426
Interesse an Entertainment	Korrelation nach Pearson	,048	,050
	Signifikanz (2-seitig)	,077	,061
	N	1374	1428
Interesse an Museen/Ge- schichte	Korrelation nach Pearson	-,128**	-,103**
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,000
	N	1374	1428
Interesse an trad. Musik	Korrelation nach Pearson	-,019	-,011
	Signifikanz (2-seitig)	,476	,668
	N	1374	1428
Interesse an Hiphop/Elektro	Korrelation nach Pearson	,138**	,112**
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,000
	N	1374	1428
Interesse an Rockmusik	Korrelation nach Pearson	,138**	,130**
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,000
	N	1374	1428
Interesse an Schlager	Korrelation nach Pearson	-,052	-,076**
	Signifikanz (2-seitig)	,053	,004
	N	1374	1428

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Tabelle A12: Kulturausgaben pro Monat nach Alter (n = 1.397)

(Frage 7: „Wie hoch ist der Betrag, den Ihr Haushalt monatlich für kulturelle Veranstaltungen ausgibt?“)

% innerhalb von Alter rec

	Alter rec					Gesamt
	bis 34 Jahre	35-54 Jahre	55-64 Jahre	65 Jahre und älter		
Kulturausgaben rec	bis zu 25€	33,1%	16,8%	17,6%	13,0%	20,2%
	bis zu 50€	37,4%	33,0%	29,0%	28,7%	32,4%
	bis zu 100€	15,3%	25,1%	23,7%	30,9%	23,7%
	über 100€	14,2%	25,1%	29,8%	27,5%	23,8%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabelle A13: Anzahl „eher häufig“ genutzte Informationsquellen

(Frage 8: „Wie informieren Sie sich über das Braunschweiger Kulturangebot?“)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	,00	81	5,5	5,5	5,5
	1,00	105	7,1	7,1	12,5
	2,00	167	11,2	11,3	23,8
	3,00	213	14,3	14,4	38,1
	4,00	260	17,5	17,5	55,7
	5,00	218	14,7	14,7	70,4
	6,00	171	11,5	11,5	81,9
	7,00	122	8,2	8,2	90,1
	8,00	65	4,4	4,4	94,5
	9,00	42	2,8	2,8	97,3
	10,00	15	1,0	1,0	98,3
	11,00	12	,8	,8	99,1
	12,00	6	,4	,4	99,5
	13,00	3	,2	,2	99,7
	14,00	4	,3	,3	100,0
Gesamt		1484	99,9	100,0	
Fehlend	System	1	,1		
Gesamt		1485	100,0		

Tabelle A14: Durchschnittliche Anzahl „eher häufig“ genutzter klassischer und digitaler Informationsquellen nach Alter

(Frage 8: „Wie informieren Sie sich über das Braunschweiger Kulturangebot?“)

Altersgruppe		Anzahl eher häufig genutzter klassischer Informationsmedien	Anzahl eher häufig genutzter digitaler Informationsmedien
unter 25 Jahre	Mittelwert	,5326	2,2500
	N	92	92
	Std.-Abweichung	,80454	1,20096
25 bis 34 Jahre	Mittelwert	,4906	2,3970
	N	267	267
	Std.-Abweichung	,70638	1,27721
35 bis 44 Jahre	Mittelwert	,4197	2,2798
	N	193	193
	Std.-Abweichung	,70343	1,35956
45 bis 54 Jahre	Mittelwert	,6631	1,9677
	N	279	279
	Std.-Abweichung	,89830	1,37384
55 bis 64 Jahre	Mittelwert	,6534	1,5812
	N	277	277
	Std.-Abweichung	,92613	1,35323
65 Jahre und älter	Mittelwert	,8599	,8263
	N	357	357
	Std.-Abweichung	,95252	1,12833
Insgesamt	Mittelwert	,6375	1,7536
	N	1465	1465
	Std.-Abweichung	,86860	1,41181

Tabelle A15: Korrelationen zwischen Teilhabebarrieren (0=nicht genannt, 1=genannt) und Bildung, Altersgruppe und Geschlecht

(Frage 9: „Was sind für Sie Gründe, kulturelle Veranstaltungen in Braunschweig nicht zu besuchen?“)

		Schulabschluss	Altersgruppe	Geschlecht m/w
Programm	Korrelation nach Pearson	-,173**	,263**	,063*
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,000	,022
	N	1324	1331	1313
Qualität	Korrelation nach Pearson	-,032	-,011	,034
	Signifikanz (2-seitig)	,249	,681	,228
	N	1281	1291	1270
Eintrittspreise	Korrelation nach Pearson	,213**	-,067*	-,136**
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,013	,000
	N	1351	1364	1342
Infos	Korrelation nach Pearson	-,086**	,107**	,024
	Signifikanz (2-seitig)	,002	,000	,397
	N	1304	1311	1291
Zeit	Korrelation nach Pearson	-,080**	,188**	-,013
	Signifikanz (2-seitig)	,004	,000	,649
	N	1321	1331	1311
Verkehrsanbindung	Korrelation nach Pearson	,159**	-,110**	-,078**
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,000	,005
	N	1313	1322	1301
Veranstaltungsort unsicher	Korrelation nach Pearson	,213**	-,214**	-,096**
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,000	,001
	N	1298	1306	1286
Parkplatzsituation	Korrelation nach Pearson	,204**	-,154**	-,024
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,000	,393
	N	1333	1347	1324
Barrierefreiheit	Korrelation nach Pearson	,233**	-,163**	-,045
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,000	,109
	N	1265	1273	1253
Früh Beginn	Korrelation nach Pearson	,106**	,074**	-,027
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,008	,331
	N	1280	1289	1269
Spät Beginn	Korrelation nach Pearson	,164**	-,111**	-,048
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,000	,082
	N	1299	1310	1291
Kinder Familien	Korrelation nach Pearson	,061*	,022	-,021
	Signifikanz (2-seitig)	,031	,440	,469
	N	1234	1242	1222
Englisch	Korrelation nach Pearson	-,099**	,126**	-,011
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,000	,702
	N	1240	1247	1228

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

Tabelle A16: Genannte Angebotsdefizite (Bürger*innen) (Frage 10: „Welche kulturellen Angebote fehlen Ihnen in Braunschweig?“)

Freitext-Nennungen	Anzahl	Prozent
	645	43,4
1. Konzerte insgesamt	194	13,1
darunter: Konzerte (allgemein)	76	5,1
darunter: Konzerte (Rock/ Pop)	52	3,5
darunter: Konzerte (Hardrock/ Heavy Metal/ Punk)	28	1,8
darunter: Konzerte (Klassik/ Kammermusik)	12	0,8
darunter: Konzerte (Alternative)	9	0,6
darunter: Konzerte (Electro/ Techno)	8	0,5
darunter: Konzerte (Rap/ HipHop/ Streetdance)	7	0,5
darunter: Konzerte (Weltmusik)	4	0,3
2. (alters- bzw.) zielgruppenspezifische Angebote insgesamt	78	5,3
darunter: (alters- bzw.) zielgruppenspezifische Angebote (allgemein)	3	0,2
darunter: (alters- bzw.) zielgruppenspezifische (Kinder/ Jugendliche/ Familien)	53	3,8
darunter: (alters- bzw.) zielgruppenspezifische (Junge Erwachsene)	16	1,1
darunter: (alters- bzw.) zielgruppenspezifische (Mittleres und älteres Publikum)	8	0,4
3. Wünsche/ Kritik bzgl. der Location (Größe, Atmosphäre, Akustik etc.)	72	4,8
4. Experimentelle Formate/ Kleinkunst	69	4,6
4. Open Air-/ Freiluftveranstaltungen insgesamt	69	4,6
darunter: Open Air-/ Freiluftveranstaltungen (allgemein)	30	2,0
darunter: Open Air-/ Freiluftveranstaltungen (Konzert)	29	2,0
darunter: Open Air-/ Freiluftveranstaltungen (Kino)	10	0,7
5. mehr Angebots-/ Programmvielfalt	56	3,8
6. Festivals & Feste	52	3,5
7. renommierte Künstler	49	3,3
8. Live-Musik insgesamt	47	3,2
darunter: Live-Musik (Jazz & Blues)	28	1,8
9. Stadt(teil)feste/ Straßenevents/ Märkte/ Messen	46	3,1
10. Ersatz für FBZ/ Meier Music Hall/ Jolly Joker etc.	41	2,8
10. (Besondere/ Sonder-) Ausstellungen	41	2,8

>> Fortsetzung		
11. diverse Tanz- und Musikveranstaltungen insgesamt	40	2,7
darunter: diverse Tanz- und Musikveranstaltungen (allgemein)	22	1,5
darunter: diverse Tanz- und Musikveranstaltungen (Junge Erwachsene)	3	0,2
darunter: diverse Tanz- und Musikveranstaltungen (Mittleres und älteres Publikum)	15	1,0
12. keine, da mit dem Angebot zufrieden	36	2,4
13. mehr Angebote an Moderner Kunst	34	2,3
13. Musikfestivals	34	2,3
14. Kritik an der Art der Theater-Angebote/ Inszenierungen	31	2,1
15. Musicals/ Shows/ Varieté	29	2,0
16. mehr Filmkunst	28	1,9
16. weniger Mainstream & Kommerz	28	1,9
17. Musiktheater/ Tanz	27	1,8
18. Anmerkungen rund um das Thema "Geld" (Eintrittspreise, Rabatte etc.)	26	1,8
19. Sporthevents	23	1,5
20. diverse Vorträge & Lesungen	19	1,3
21. Esskultur/ Gastronomie	17	1,1
21. Kunst im öffentlichen Raum	17	1,1
22. Multikulturelle Veranstaltungen	14	0,9
23. Eintracht-Stadion nutzen	13	0,9
24. (Stadt-)Geschichte	11	0,7
25. Mitmach-Aktionen	10	0,7
26. Interdisziplinäre Kulturangebote	5	0,3
26. Kritik: schlechte und/oder zu späte Kommunikation des Angebots	5	0,3
27. Interaktive Museen	4	0,3
28. Geführte Touren (Stadt, Ausstellungen & Natur)	3	0,2
29. Sonstige *	31	2,1

* kleiner 3 Nennungen pro Kategorie

Quelle: Stadt Braunschweig 2018:32

Tabelle A17: Genannte Anregungen für das Kulturangebot (Bürgerbefragung)

(Frage 11: „Welche Anregungen haben Sie für das Kulturangebot in Braunschweig?“)

Freitext-Nennungen	Anzahl	Prozent
	489	32,9
1. größere Angebots-/ Programmvielfalt (allgemein)	73	4,9
2. mehr/ bessere Informationen/ Werbung (Print & Internet-Plattformen)	68	4,6
3. Anmerkungen rund um das Thema "Geld" (Eintrittspreise, Rabatte etc.)	58	3,9
4. mehr (alters- bzw.) zielgruppenspezifische Angebote (Junge Erwachsene)	36	2,4
4. (Klein-)Kunst-Förderung/ Fördermentalität verbessern	36	2,4
5. Treffpunkte (im Quartier) schaffen	34	2,3
6. Wünsche/ Kritik an der Location (Größe, Atmosphäre, Akustik etc.)	33	2,2
7. kulturellen/ gesellschaftlichen Austausch fördern	31	2,1
8. Kritik an der Art der Theater-Angebote/ Inszenierungen	28	1,9
8. mit dem Angebot zufrieden	28	1,9
9. Angebot an Tanz- und Musikveranstaltungen (Club- und Kneipenszene) ausbauen	25	1,7
10. mehr Open Air-/ Freiluftveranstaltungen (allgemein/ Kino/ Konzerte)	24	1,6
11. (alters- bzw.) zielgruppenspezifische Angebote (Kinder/ Jugendliche/ Familien)	23	1,5
11. mehr Konzerte (allgemein/ Pop/ Rock/ Metal/ Elektro/ Jazz/ Blues)	23	1,5
11. Veranstaltungen für eine offene (multikulturelle) Gesellschaft	23	1,5
12. bessere Organisation v. Veranstaltungen (Planung, Ticketverkauf, Wartezeiten etc.)	21	1,4
13. öffentlichen Bestand (Eintracht-Stadion/ Burgplatz/ Bürgerpark etc.) nutzen	20	1,3
13. weniger Mainstream & Kommerz	20	1,3
14. renommierte Künstler nach Braunschweig holen	19	1,3
14. zentrales Informationsportal (Veranstaltungskalender) mit allen Angeboten	19	1,3
15. Bestehende (Referenz-)Angebote ^{*)} fortführen/ ausbauen	17	1,1
15. Experimentelle Formate/ Kleinkunst fördern	17	1,1
15. mehr Kunst im öffentlichen Raum (Lichtparcours, Lechner-Figuren etc.)	17	1,1
15. mehr Stadt(teil)feste/ Straßenevents/ Märkte/ Messen	17	1,1

>> Fortsetzung			
16. Festivals & Feste	15	1,0	
16. Unkonventionelles/ Neues wagen	15	1,0	
17. breites Publikum ansprechen	14	0,9	
18. Sonder-Ausstellungen	13	0,9	
19. Musicals/ Shows/ Varieté	11	0,7	
20. diverse Vorträge & Lesungen	10	0,7	
21. (Über-)Regionale Vernetzung/ Kooperationen ausbauen	9	0,6	
21. Filmkunst	9	0,6	
21. Veranstaltungen mit interdisziplinärem Charakter (Kombi-Angebote)	9	0,6	
22. bessere Parkmöglichkeiten/ P+R Maßnahmen	7	0,5	
22. Veranstaltungen mit Wasserbezug (Oker, Hafen)	7	0,5	
23. (fehlende) zielgruppenspezifische Angebote (mittleres und älteres Publikum)	6	0,4	
23. Geführte Touren (Stadt, Ausstellungen & Natur)	6	0,4	
23. mehr Moderne Kunst	6	0,4	
24. Esskultur/ Gastronomie	5	0,3	
24. günstige ÖPNV-Kombis zu Veranstaltungen	5	0,3	
24. Neubürger	5	0,3	
24. Sportevents	5	0,3	
25. Großveranstaltungen	4	0,3	
26. Niveau steigern	4	0,3	
27. Barrierefreie Zugänge	3	0,2	
27. Musiktheater/ Tanz	3	0,2	
28. Sonstige *)	49	3,3	

*) kleiner 3 Nennungen pro Kategorie

Quelle: Stadt Braunschweig 2019: 34

Tabelle A18: Geschlecht der Befragten im Vergleich (Angaben in Prozent der jeweiligen Gruppe)

		Führungskräfte (n = 531)	Bürger*innen n = 1.485)
Gültig	männlich	74,8	42,8
	weiblich	21,7	54,5
	Gesamt	96,4	97,2
Fehlend	System	3,6	2,8
	Gesamt	100,0	100,0

Tabelle A19: Haushaltsnettoeinkommen der Befragten im Vergleich (Angaben in Prozent der jeweiligen Gruppe)

	Bürger*innen n = 1.336	Bürger*innen n = 1.336	Führungskräfte n = 489	Führungskräfte
Gültig	unter 1000€	11,2		
	1000 - unter 2000€	24,0		
	2000 - unter 3000€	23,7		
	3000 - unter 4000€	16,1	8,2	"Bis 4000€"
	4000 - unter 5000€	13,4	12,5	4000 - unter 5000€
	5000€ und mehr	11,6	79,3	5000€ und mehr
	Gesamt	100,0	100,0	Gesamt

Tabelle A20 Persönliche Relevanz der kulturellen Angebote der Stadt Braunschweig im Vergleich (Angaben in Prozent der jeweiligen Gruppe)
(Frage 1: „Wie wichtig sind Ihnen kulturelle Angebote in der Stadt Braunschweig?“)

	Führungskräfte (n=531)	Bürger*innen (n=1.485)
Sehr wichtig	36,2%	30,6%
Wichtig	48,0%	47,9%
Noch wichtig	9,4%	13,5%
Eher unwichtig	4,3%	4,0%
Unwichtig	0,4%	0,9%
Überhaupt nicht wichtig	0,6%	0,8%
Weiß nicht	0,2%	1,0%
Keine Angaben	0,9%	1,1%

Tabelle A21: Anzahl unterschiedliche Kulturinteressen im Vergleich

(Angaben in Prozent der jeweiligen Gruppe)

(Frage 3: „Für welche Kulturangebote interessieren Sie sich?“)

Gültig	Führungskräfte n = 531		Bürger*innen n = 1.485
0	0	1,6	
1	0,8	3,6	
2	2,6	5,9	
3	10,0	10,5	
4	14,7	15,1	
5	18,1	13,4	
6	16,6	14,0	
7	15,3	11,8	
8	9,6	9,9	
9	5,5	7,1	
10	3,4	3,6	
11	2,1	1,9	
12	0,9	0,8	
13	0,6	0,9	
Gesamt	100,0	100,0	

Tabelle A22: Anzahl unterschiedlicher Musikinteressen im Vergleich

(Angaben in Prozent der jeweiligen Gruppe)

(Frage 3: „Für welche Kulturangebote interessieren Sie sich?“)

	Führungskräfte n = 531	Bürgerschaft n = 1.485
Gültig		
0	12,6	18,2
1	24,1	28,9
2	31,8	27,5
3	20,5	15,6
4	7,7	7,1
5	2,6	1,8
6	0,4	0,7
7	0,2	0,3
Gesamt	100,0	100

Tabelle A23: Genannte Angebotsdefizite (Führungskräfte)**Führungskräfte-Umfrage zum Kulturangebot der Stadt Braunschweig // 2019**

Anzahl Fragebögen:

10. Welche kulturellen Angebote fehlen Ihnen in Braunschweig? (Freitext-Antworten)

Bitte antworten Sie in Stichworten!

Freitext-Auswertung zur Frage 10)

Freitext-Nennungen	Anzahl	Prozent
	82	15,4
1. Konzerte	51	9,6
2. mehr Angebots-/ Programmvielfalt	32	6,0
3. (Besondere/ Sonder-) Ausstellungen	30	5,6
4. Kino (Filmkunst/ Originalversion)	27	5,1
5. renommierte Künstler	0	0,0
6. Musicals/ Shows/ Varieté	21	4,0
7. Experimentelle Formate/ Kleinkunst	20	3,8
8. Festivals & Feste	17	3,2
8. gutes (Schauspiel)Theater	17	3,2
9. diverse Tanz- und Musikveranstaltungen	15	2,8
9. Veranstaltungen für eine offene (multikulturelle) Gesellschaft	15	2,8
10. Open Air-/ Freiluftveranstaltungen	14	2,6
11. Musiktheater/ Tanz	13	2,4
12. mehr Moderne Kunst	12	2,3
13. Wünsche/ Kritik an der Location (Größe, Atmosphäre, Akustik)	11	2,1
14. Jazz & Blues (Live-Musik)	10	1,9
14. mehr Angebote für Kinder/ Familien	10	1,9
14. öffentlichen Bestand (Eintracht-Stadion/ Burgplatz/ Bürgerpark etc.) nutzen	10	1,9

>> Fortsetzung

15. Treffpunkte schaffen	9	1,7
15. mit Angebot zufrieden	8	1,5
16. weniger Mainstream	8	1,5
17. breites Publikum ansprechen	7	1,3
17. Ersatz für FBZ/ Meier Music Hall/ Jolly Joker etc.	7	1,3
17. Esskultur/ Gastronomie	7	1,3
17. Live-Musik	7	1,3
17. Sportevents	7	1,3
18. Musikfestivals	6	1,1
19. diverse Vorträge & Lesungen	5	0,9
19. Kunst im öffentlichen Raum (à la Lichtparcours)	5	0,9
19. Stadt(teil)feste/ Straßenevents/ Märkte/ Messen	5	0,9
20. Kritik an der Art der Theater-Angebote/ Inszenierungen	4	0,8
20. mehr kultureller/ gesellschaftlicher Austausch	4	0,8
21. Sonstige ^{*)}	9	1,7

^{*)} weniger als 3 Nennungen pro Kategorie

Quelle: Stadt Braunschweig 2019b: 32

Tabelle A24: Anregungen für das Kulturangebot Führungskräfte

Führungskräfte-Umfrage zum Kulturangebot der Stadt Braunschweig // 2019			Anzahl Fragebögen: 531																																																																																								
11. Welche Anregungen haben Sie für das Kulturangebot in Braunschweig? (Freitext-Antworten)																																																																																											
Bitte antworten Sie in Stichworten!																																																																																											
Freitext-Auswertung zur Frage 11)																																																																																											
		Anzahl	Prozent																																																																																								
Freitext-Nennungen		152	28,6																																																																																								
<table border="1"> <tbody> <tr><td>1. mehr und bessere Infos/ Werbung (Print/ Internet/ Social Media etc.)</td><td>29</td><td>5,5</td><td></td></tr> <tr><td>2. mehr Angebots-/ Programmvielfalt</td><td>21</td><td>4,0</td><td></td></tr> <tr><td>3. Wünsche/ Kritik an der Location (Größe, Atmosphäre, Akustik etc.)</td><td>18</td><td>3,4</td><td></td></tr> <tr><td>4. Zentrales Infoportal (Veranstaltungskalender)</td><td>13</td><td>2,4</td><td></td></tr> <tr><td>5. Konzerte</td><td>12</td><td>2,3</td><td></td></tr> <tr><td>6. mit Angebot zufrieden</td><td>11</td><td>2,1</td><td></td></tr> <tr><td>7. (Besondere/ Sonder-) Ausstellungen</td><td>10</td><td>1,9</td><td></td></tr> <tr><td>7. (fehlende) zielgruppenspezifische Angebote</td><td>10</td><td>1,9</td><td></td></tr> <tr><td>7. Open Air-/ Freiluftveranstaltungen</td><td>10</td><td>1,9</td><td></td></tr> <tr><td>8. (Schauspiel)Theater</td><td>9</td><td>1,7</td><td></td></tr> <tr><td>8. mehr kultureller/ gesellschaftlicher Austausch</td><td>9</td><td>1,7</td><td></td></tr> <tr><td>8. öffentlichen Bestand/ Stadt-Kulisse nutzen</td><td>9</td><td>1,7</td><td></td></tr> <tr><td>9. Esskultur/ Gastronomie</td><td>8</td><td>1,5</td><td></td></tr> <tr><td>10. Ersatz für FBZ/ Meier Music Hall/ Jolly Joker etc.</td><td>7</td><td>1,3</td><td></td></tr> <tr><td>11. Festivals & Feste</td><td>6</td><td>1,1</td><td></td></tr> <tr><td>11. Kritik an der Art der Theater-Angebote/ Inszenierungen</td><td>6</td><td>1,1</td><td></td></tr> <tr><td>11. Live-Musik</td><td>6</td><td>1,1</td><td></td></tr> <tr><td>11. renommierte Künstler</td><td>6</td><td>1,1</td><td></td></tr> <tr><td>11. Unkonventionelles/ Neues wagen</td><td>6</td><td>1,1</td><td></td></tr> <tr><td>12. (Über-)Regionale Vernetzung/ Kooperationen ausbauen</td><td>5</td><td>0,9</td><td></td></tr> <tr><td>12. mehr Moderne Kunst</td><td>5</td><td>0,9</td><td></td></tr> <tr><td>12. Qualität statt Quantität</td><td>5</td><td>0,9</td><td></td></tr> </tbody> </table>				1. mehr und bessere Infos/ Werbung (Print/ Internet/ Social Media etc.)	29	5,5		2. mehr Angebots-/ Programmvielfalt	21	4,0		3. Wünsche/ Kritik an der Location (Größe, Atmosphäre, Akustik etc.)	18	3,4		4. Zentrales Infoportal (Veranstaltungskalender)	13	2,4		5. Konzerte	12	2,3		6. mit Angebot zufrieden	11	2,1		7. (Besondere/ Sonder-) Ausstellungen	10	1,9		7. (fehlende) zielgruppenspezifische Angebote	10	1,9		7. Open Air-/ Freiluftveranstaltungen	10	1,9		8. (Schauspiel)Theater	9	1,7		8. mehr kultureller/ gesellschaftlicher Austausch	9	1,7		8. öffentlichen Bestand/ Stadt-Kulisse nutzen	9	1,7		9. Esskultur/ Gastronomie	8	1,5		10. Ersatz für FBZ/ Meier Music Hall/ Jolly Joker etc.	7	1,3		11. Festivals & Feste	6	1,1		11. Kritik an der Art der Theater-Angebote/ Inszenierungen	6	1,1		11. Live-Musik	6	1,1		11. renommierte Künstler	6	1,1		11. Unkonventionelles/ Neues wagen	6	1,1		12. (Über-)Regionale Vernetzung/ Kooperationen ausbauen	5	0,9		12. mehr Moderne Kunst	5	0,9		12. Qualität statt Quantität	5	0,9	
1. mehr und bessere Infos/ Werbung (Print/ Internet/ Social Media etc.)	29	5,5																																																																																									
2. mehr Angebots-/ Programmvielfalt	21	4,0																																																																																									
3. Wünsche/ Kritik an der Location (Größe, Atmosphäre, Akustik etc.)	18	3,4																																																																																									
4. Zentrales Infoportal (Veranstaltungskalender)	13	2,4																																																																																									
5. Konzerte	12	2,3																																																																																									
6. mit Angebot zufrieden	11	2,1																																																																																									
7. (Besondere/ Sonder-) Ausstellungen	10	1,9																																																																																									
7. (fehlende) zielgruppenspezifische Angebote	10	1,9																																																																																									
7. Open Air-/ Freiluftveranstaltungen	10	1,9																																																																																									
8. (Schauspiel)Theater	9	1,7																																																																																									
8. mehr kultureller/ gesellschaftlicher Austausch	9	1,7																																																																																									
8. öffentlichen Bestand/ Stadt-Kulisse nutzen	9	1,7																																																																																									
9. Esskultur/ Gastronomie	8	1,5																																																																																									
10. Ersatz für FBZ/ Meier Music Hall/ Jolly Joker etc.	7	1,3																																																																																									
11. Festivals & Feste	6	1,1																																																																																									
11. Kritik an der Art der Theater-Angebote/ Inszenierungen	6	1,1																																																																																									
11. Live-Musik	6	1,1																																																																																									
11. renommierte Künstler	6	1,1																																																																																									
11. Unkonventionelles/ Neues wagen	6	1,1																																																																																									
12. (Über-)Regionale Vernetzung/ Kooperationen ausbauen	5	0,9																																																																																									
12. mehr Moderne Kunst	5	0,9																																																																																									
12. Qualität statt Quantität	5	0,9																																																																																									
>> Fortsetzung																																																																																											
<table border="1"> <tbody> <tr><td>13. (Klein-)Kunst-Förderung/ Fördergedanke</td><td>4</td><td>0,8</td><td></td></tr> <tr><td>13. breites Publikum ansprechen</td><td>4</td><td>0,8</td><td></td></tr> <tr><td>13. diverse Tanz- und Musikveranstaltungen</td><td>4</td><td>0,8</td><td></td></tr> <tr><td>13. Geldfrage/ Eintrittspreise/ Rabatte</td><td>4</td><td>0,8</td><td></td></tr> <tr><td>13. Jazz & Blues (Live-Musik)</td><td>4</td><td>0,8</td><td></td></tr> <tr><td>13. mehr Angebote für Kinder/ Familien</td><td>4</td><td>0,8</td><td></td></tr> <tr><td>13. Musiktheater/ Tanz</td><td>4</td><td>0,8</td><td></td></tr> <tr><td>13. Stadt(teil)feste/ Straßenevents/ Märkte/ Messen</td><td>4</td><td>0,8</td><td></td></tr> <tr><td>13. Veranstaltungen für eine offene (multikulturelle) Gesellschaft</td><td>4</td><td>0,8</td><td></td></tr> <tr><td>13. Veranstaltungen mit interdisziplinärem Charakter (Kombi-Angebote)</td><td>4</td><td>0,8</td><td></td></tr> <tr><td>14. diverse Vorträge & Lesungen</td><td>3</td><td>0,6</td><td></td></tr> <tr><td>14. Experimentelle Formate/ Kleinkunst</td><td>3</td><td>0,6</td><td></td></tr> <tr><td>14. Kino (Filmkunst/ Originalversion)</td><td>3</td><td>0,6</td><td></td></tr> <tr><td>14. Kunst im öffentlichen Raum (à la Lichthparcours)</td><td>3</td><td>0,6</td><td></td></tr> <tr><td>14. Verkehrsanbindung mit ÖPNV verbessern</td><td>3</td><td>0,6</td><td></td></tr> <tr><td>14. weniger Mainstream</td><td>3</td><td>0,6</td><td></td></tr> <tr><td>15. Sonstige¹⁾</td><td>19</td><td>3,6</td><td></td></tr> </tbody> </table>				13. (Klein-)Kunst-Förderung/ Fördergedanke	4	0,8		13. breites Publikum ansprechen	4	0,8		13. diverse Tanz- und Musikveranstaltungen	4	0,8		13. Geldfrage/ Eintrittspreise/ Rabatte	4	0,8		13. Jazz & Blues (Live-Musik)	4	0,8		13. mehr Angebote für Kinder/ Familien	4	0,8		13. Musiktheater/ Tanz	4	0,8		13. Stadt(teil)feste/ Straßenevents/ Märkte/ Messen	4	0,8		13. Veranstaltungen für eine offene (multikulturelle) Gesellschaft	4	0,8		13. Veranstaltungen mit interdisziplinärem Charakter (Kombi-Angebote)	4	0,8		14. diverse Vorträge & Lesungen	3	0,6		14. Experimentelle Formate/ Kleinkunst	3	0,6		14. Kino (Filmkunst/ Originalversion)	3	0,6		14. Kunst im öffentlichen Raum (à la Lichthparcours)	3	0,6		14. Verkehrsanbindung mit ÖPNV verbessern	3	0,6		14. weniger Mainstream	3	0,6		15. Sonstige ¹⁾	19	3,6																					
13. (Klein-)Kunst-Förderung/ Fördergedanke	4	0,8																																																																																									
13. breites Publikum ansprechen	4	0,8																																																																																									
13. diverse Tanz- und Musikveranstaltungen	4	0,8																																																																																									
13. Geldfrage/ Eintrittspreise/ Rabatte	4	0,8																																																																																									
13. Jazz & Blues (Live-Musik)	4	0,8																																																																																									
13. mehr Angebote für Kinder/ Familien	4	0,8																																																																																									
13. Musiktheater/ Tanz	4	0,8																																																																																									
13. Stadt(teil)feste/ Straßenevents/ Märkte/ Messen	4	0,8																																																																																									
13. Veranstaltungen für eine offene (multikulturelle) Gesellschaft	4	0,8																																																																																									
13. Veranstaltungen mit interdisziplinärem Charakter (Kombi-Angebote)	4	0,8																																																																																									
14. diverse Vorträge & Lesungen	3	0,6																																																																																									
14. Experimentelle Formate/ Kleinkunst	3	0,6																																																																																									
14. Kino (Filmkunst/ Originalversion)	3	0,6																																																																																									
14. Kunst im öffentlichen Raum (à la Lichthparcours)	3	0,6																																																																																									
14. Verkehrsanbindung mit ÖPNV verbessern	3	0,6																																																																																									
14. weniger Mainstream	3	0,6																																																																																									
15. Sonstige ¹⁾	19	3,6																																																																																									

¹⁾ weniger als 3 Nennungen pro Kategorie

Quelle: Stadt Braunschweig 2019b: 34

**Tabelle A25: Häufigkeit der Nutzung von Braunschweiger Kulturangeboten
(in den letzten 12 Monaten) nach Wohnort der Führungskräfte (n = 498)**

Häufigkeit 12 Monat	kein Mal	Wohnort			Gesamt	
		außerhalb	Braun-	schweig		
			schweig			
Häufigkeit 12 Monat	kein Mal	Anzahl	9	xx	11	
		% innerhalb von Wohnort	4,5%	xx	2,2%	
1 Mal	1 Mal	Anzahl	11	8	19	
		% innerhalb von Wohnort	5,5%	2,7%	3,8%	
2-3 Mal	2-3 Mal	Anzahl	59	32	91	
		% innerhalb von Wohnort	29,6%	10,7%	18,3%	
4-5 Mal	4-5 Mal	Anzahl	62	79	141	
		% innerhalb von Wohnort	31,2%	26,4%	28,3%	
6-10 Mal	6-10 Mal	Anzahl	40	78	118	
		% innerhalb von Wohnort	20,1%	26,1%	23,7%	
11-20 Mal	11-20 Mal	Anzahl	16	74	90	
		% innerhalb von Wohnort	8,0%	24,7%	18,1%	
21-50 Mal	21-50 Mal	Anzahl	xx	23	25	
		% innerhalb von Wohnort	xx	7,7%	5,0%	
öfter als 50 Mal	öfter als 50 Mal	Anzahl	0	xx	xx	
		% innerhalb von Wohnort	0,0%	xx	xx	
Gesamt		Anzahl	199	299	498	
		% innerhalb von Wohnort	100,0%	100,0%	100,0%	

xx = Fallzahlen unter 5