



Kulturnutzung von Jugendlichen in der Region Coburg und Sonneberg 2012

Juni 2012

Katharina Scherf
Kulturvermittlerin der Region Coburg und Sonneberg
Steingasse 18, 96450 Coburg
Tel.: 09561 / 89-2405
E-Mail: katharina.scherf@coburg.de



Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	3
1 Einleitung	4
2 Forschungsmethode.....	6
3 Stichprobenbeschreibung	7
4 Ergebnisse.....	9
4.1 Persönliche Kulturdefinitionen von Jugendlichen	9
4.2 Was denken Jugendliche über Kultur allgemein?	10
4.3 Was denken Jugendliche über Kultur in der Region?	14
4.4 Welche Kulturangebote besuchen Jugendliche in der Region am häufigsten?.....	14
4.5 Welche Rolle spielen kulturelle Aktivitäten in der Freizeit?.....	18
4.6 Welche Kulturangebote wünschen sich Jugendliche in der Region?.....	19
4.7 Was erwarten Jugendliche bei Kulturangeboten und was ist ihnen wichtig? .	20
4.8 Wie und mit wem besuchen Jugendliche Kulturangebote?	22
4.9 Woher bekommen Jugendliche Informationen?.....	22
5 Fazit	24
6 Kommentiertes Literaturverzeichnis	25

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Verteilung der Befragten nach Schultyp.....	6
Abb. 2: Verteilung der Befragten nach Alter	7
Abb. 3: Verteilung der Befragten nach Region	8
Abb. 4: Persönliche Kulturdefinitionen von Jugendlichen	9
Abb. 5: Kultur ist wichtig für die Gesellschaft.	11
Abb. 6: Kultur ist nur was für Gebildete.....	11
Abb. 7: Kultur ist cool.	12
Abb. 8: Zu Kulturangeboten gehe ich nur, wenn ich es muss.....	12
Abb. 9: Ich habe neben Schule/Beruf/Hobbies keine Zeit für Kultur.	13
Abb. 10: Ich habe niemanden, mit dem ich zu Kulturangeboten gehen könnte.	13
Abb. 11: Häufigkeit Besuch Coburger Kultureinrichtungen und -angebote	15
Abb. 12: Häufigkeit Besuch Sonneberger Kultureinrichtungen und -angebote	17
Abb. 13: Freizeitaktivitäten der Jugendlichen	19
Abb. 14: Erwartungen an Kulturangebote	21
Abb. 15: Wichtige Merkmale von Kulturangeboten	21
Abb. 16: Informationswege von Jugendlichen.....	23

1 Einleitung

Jugendliche sitzen nur vor dem Fernseher oder Computer, bewegen sich selten und interessieren sich nicht für Kultur. Vorurteile oder ein realistisches Bild der jungen Generation? Zahlreiche Studien befassen sich mit der besonderen Altersgruppe Jugend, allen voran die Shell-Jugendstudien. Wird die Fragestellung jedoch speziell darauf gerichtet, ob und wie Jugendliche in Deutschland Kultur nutzen, findet sich nur selten empirisches Material. Abgesehen vom sehr ausführlichen 1. Jugend-Kulturbarometer – dessen 2. Erhebung 2012 vorgestellt wird – gibt es wenige Informationen.¹

Um diese Lücke für die Region Coburg und Sonneberg zu schließen, wurde im Rahmen der vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Stelle für Kulturvermittlung zusammen mit der Hochschule Coburg eine Befragung von Jugendlichen zum Thema Kultur durchgeführt. Die Ergebnisse sollten Anhaltspunkte für die weitere Arbeit der Kulturvermittlerin liefern. Darüber hinaus sollten sie Kulturschaffenden aus der Region und der Jugendarbeit als Informationsquelle zur Verfügung gestellt werden.

Ausgangspunkt für die Befragung war die Frage, welche Jugendlichen welche regionalen Kulturangebote im Raum Coburg und Sonneberg besuchen und wie oft. Keuchel stellte im 1. Jugend-KulturBarometer über die Kulturnutzung von jungen Menschen zusammenfassend fest: „Kulturveranstalter können also aus dem Segment ‚Jugend‘ am einfachsten weibliche, gebildete junge Menschen mit künstlerisch-kreativen Erfahrungen aus einem bildungsnahen Elternhaus erreichen.“² Auch Mandel stellte fest: „Das Elternhaus ist der wichtigste Einflussfaktor, noch weit vor der Schule, um Menschen für Kultur zu gewinnen oder zu verlieren. Besonders bei den jungen Menschen finden sich fast nur noch Gymnasiasten unter den Besuchern von Theatern, Konzerten und Museen.“³ Andere Studien legen also nahe, dass es einen Zusammenhang zwischen Kulturnutzungsverhalten und Geschlecht, Bildungs- sowie Migrationshintergrund gibt. Die Befragung sollte aufdecken, inwieweit diese Faktoren in der Region Coburg und Sonneberg eine Rolle spielen.

Ein weiterer wichtiger Fragekomplex sollte sich mit der Art befassen, wie kulturelle Angebote gestaltet sein müssen, damit sie beim jungen Publikum auf Interesse stoßen. Was ist Jugendlichen wichtig? Was hindert sie an einem Besuch? Was gefällt ihnen, was gefällt ihnen nicht? Mandel bemerkte dazu, dass „[u]nabhängig vom Alter interdisziplinäre, Event-orientierte Veranstaltungsformen, bei denen Geselligkeit und Kommunikation wichtiger Bestandteil sind, am beliebtesten [sind]. ‚Lockere Veranstaltungen, wo es auch zu essen und zu trinken gibt‘ werden bei der Frage nach bevorzugten Veranstaltungsformen an erster Stelle genannt. Das am häufigsten genannte Motiv für den Kulturbesuch ist der Wunsch, mit Partner, Familie oder Freunden gemeinsam etwas Schönes unternehmen. Erst danach werden die Motive genannt:

¹ Einen exzellenten Überblick über verschiedenste Studien zu den Themen Kulturelle Bildung, Kulturvermittlung, Audience Development, Kulturnutzung und Kulturmarketing/PR – wenn auch meist auf Erwachsene bezogen – bietet die Website www.kulturvermittlung-online.de. Weitere interessante Publikationen finden sich im kommentierten Literaturverzeichnis.

² Keuchel, Susanne: Auswirkungen des demografischen Wandels auf die künftige kulturelle Teilhabe unserer Gesellschaft. Zum Themenspektrum 50+, Nachwuchspflege und Migration. In: Hennefeld, Vera/Metje, Ute Marie (Hrsg.): Demografischer Wandel als Herausforderung für Kultur und ihre Evaluierung. Dokumentation der Frühjahrstagung 2010 des AK Kultur und Kulturpolitik. O. O. 2010, S. 7.

³ Mandel, Birgit: Nicht-Kulturnutzer. Empirische Befunde und Anreizstrategien für ein neues Publikum. In: Hennefeld/Metje, 2010, S. 16.

‚sich weiterbilden‘, ‚etwas lernen‘ sowie ‚neue Kunstformen kennen lernen‘ und ‚ästhetischer Genuss‘. Unabhängig vom Bildungsgrad und vom Alter stehen bei der Mehrzahl der potentiellen Besucher also Bedürfnisse nach besonderen Erlebnissen und sozialem Zusammensein im Vordergrund.“⁴ Stimmt dies auch in Coburg und Sonneberg?

Ebenfalls untersucht werden sollte, mit wem Jugendliche Kultur nutzen und – besonders relevant in einem eher ländlich geprägten Raum wie Coburg und Sonneberg – mit welchen Verkehrsmitteln sie zu den Angeboten kommen. Das viel beachtete Thema ‚Social Media‘ legt die Vermutung nahe, dass diese Medien eine immer größere Rolle im Informationsverhalten von Jugendlichen spielen. Deshalb stellte sich die Frage, inwieweit das auch auf die Region Coburg und Sonneberg zutrifft. Haben Facebook und Co. die traditionellen Werbemittel wie Flyer, Plakate, Presse und herkömmliche Websites verdrängt?

Ziel der Befragung war es kurz gesagt, Informationen über das Kulturnutzungsverhalten von Jugendlichen in der Region Coburg und Sonneberg, ihre Meinungen und ihre Wünsche zu sammeln und Hinweise zu liefern, wie sie angeregt werden könnten, die kulturellen Angebote (mehr) zu nutzen.⁵

⁴ Mandel, In: Hennefeld/Metje, 2010, S. 16.

⁵ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im folgenden Text nur die männliche Form verwendet. Sie schließt selbstverständlich immer auch die weibliche mit ein.

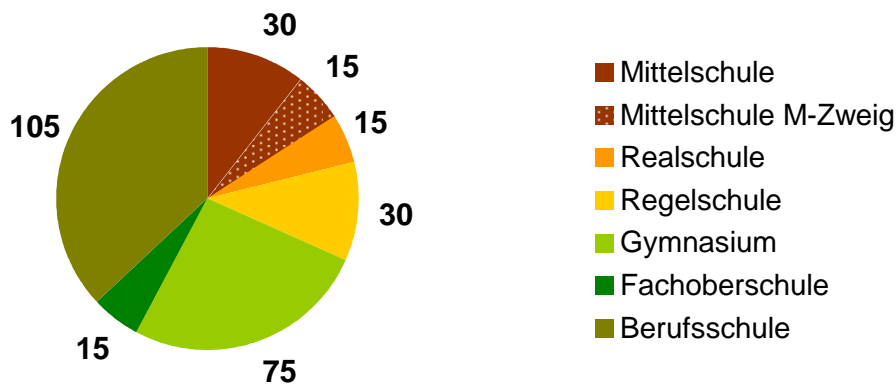
2 Forschungsmethode

Um eine möglichst vielfältige Informationsbasis zu erhalten, sollten Jugendliche mit unterschiedlichem Bildungshintergrund berücksichtigt werden. Aus diesem Grund wurde bei der Befragung direkt mit Schulen bzw. einzelnen Klassen unterschiedlicher Schultypen zusammengearbeitet.

Die Grundgesamtheit der vorliegenden Befragung sind alle Schüler der Jahrgangsstufen Klassen 9 bis 12, d.h. etwa von 14 bis 18 Jahren, aus Stadt und Landkreis Coburg sowie Landkreis Sonneberg. Insgesamt sind dies 8.638 junge Menschen. Nachdem die Schülerzahlen für die verschiedenen Schultypen erhoben waren, wurde eine quotierte Klumpenstichprobe gezogen im Verhältnis der Schülerzahlen pro Schultyp. Ein Klumpen umfasste dabei jeweils 15 Schüler einer Klasse.

Um den zur Verfügung stehenden zeitlich und personell begrenzten Ressourcen gerecht zu werden, wurden insgesamt 19 Klumpen (n = 285 Schüler) an 14 Schulen befragt. Aus diesem Grund sind die Ergebnisse nur eingeschränkt repräsentativ. Da es sich bei der vorliegenden Studie um eine anwendungsbezogene und keine Grundlagenforschung handelt, liefert sie dennoch brauchbare Hinweise für die Praxis. Bei den Gymnasien und Berufsschulen wurde bei der Auswahl der Klumpen darauf geachtet, dass unterschiedliche Fachrichtungen vertreten waren. Da im Stadtgebiet Coburg aus organisatorischen Gründen kein Klumpen an einer Realschule befragt werden konnte, wurde stattdessen ein zweiter Klumpen an einer städtischen Mittelschule im M-Zweig befragt.

Abb. 1: Verteilung der Befragten nach Schultyp



Aus Gründen der besseren Vergleichbarkeit wurde mit standardisierten Fragebögen gearbeitet, die schriftlich beantwortet wurden. Da das kulturelle Angebot in den Regionen Coburg und Sonneberg stark variiert, wurden zwei unterschiedliche Fragebögen verwendet, d.h. Coburger Jugendliche wurden nach Coburger Kultureinrichtungen und -veranstaltungen gefragt und Sonneberger nach Sonneberger Einrichtungen und Veranstaltungen. Der Großteil der Fragen variierte bei beiden Versionen jedoch nicht.

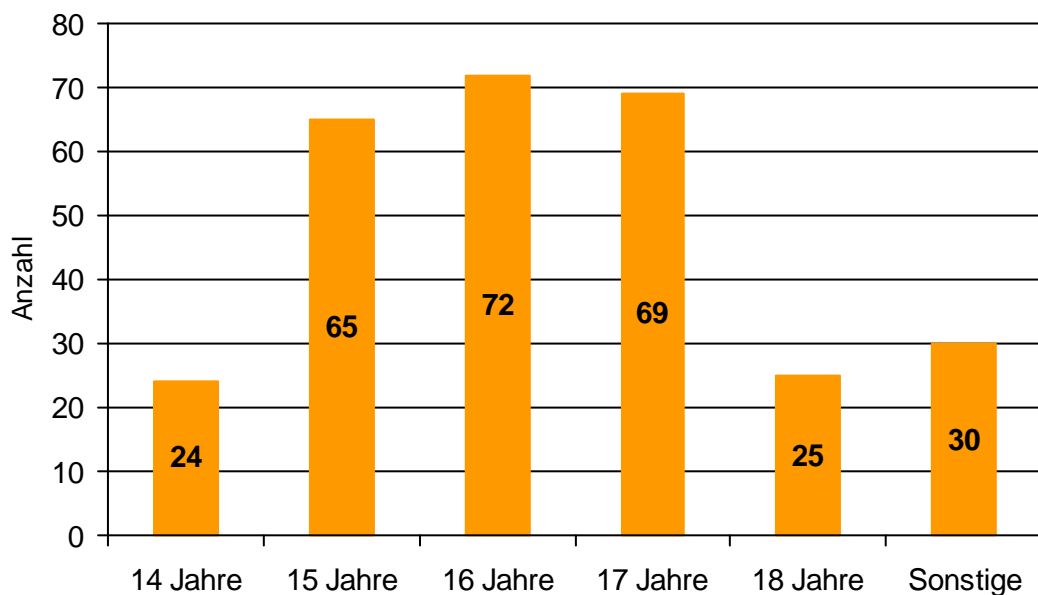
Die Befragung wurde im Januar und Februar 2012 durchgeführt. Bei fast allen Befragungen waren eine wissenschaftliche Mitarbeiterin der Hochschule oder die Kulturvermittlerin persönlich anwesend, um das Vorgehen zu erklären, die Durchführung zu begleiten und bei Bedarf Fragen zu beantworten.

3 Stichprobenbeschreibung

Unter den Befragten befanden sich 41 % Mädchen und 59 % Jungen. Der etwas höhere Jungenanteil kam durch die befragten Schüler an den Berufsschulen zustande, da die dortigen Klassen je nach Ausbildungsrichtung geschlechtlich sehr homogen waren. Die technischen und handwerklichen Ausbildungsklassen bestanden zu fast 100% aus männlichen Schülern.

Die Altersverteilung entsprach dem Verhältnis der befragten Jahrgangsstufen. V.a. in den Berufsschulen war die Altersspanne sehr breit, weshalb auch einige Schüler über 18 Jahren befragt wurden.

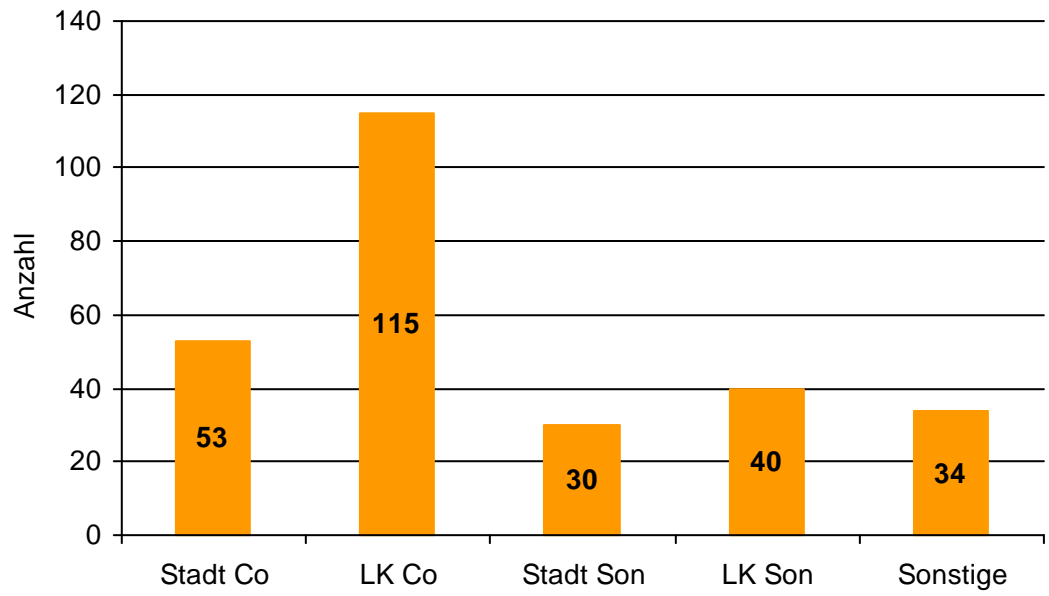
Abb. 2: Verteilung der Befragten nach Alter



Der Ausländeranteil lag mit 3,2 % im erwartbaren Rahmen für die Gesamtbevölkerung in den Regionen Coburg und Sonneberg, ebenso der Migrantenanteil von 15 %. Als Migranten wurden all jene Schüler bezeichnet, die bei mindestens einem Elternteil ein anderes Herkunftsland als Deutschland angaben. Insgesamt waren 23 verschiedene Nationen vertreten. Der weitaus größte Teil der Migranten lebte in Stadt oder Landkreis Coburg. Je rund ein Viertel der Migrantenkinder besuchte das Gymnasium, die Berufsschule oder die Mittelschule (inkl. M-Zweig), der Rest verteilte sich auf Real-, Regel- und Fachoberschule.

Insgesamt wurden 53 Schüler im Stadtgebiet Coburg befragt, 115 im Landkreis Coburg und 70 im Landkreis Sonneberg, wobei bei letzterem noch einmal in Stadt und Landkreis Sonneberg unterschieden wurde, um der Stadt Sonneberg als größter Stadt und kulturellem Zentrum im Landkreis Rechnung zu tragen (Abb. 3). 34 Befragte kamen aus anderen bayerischen oder thüringischen Landkreisen, größtenteils aus dem Landkreis Hildburghausen. Dies hing v.a. mit dem Einzugsgebiet der Berufsschule Sonneberg zusammen und ließ sich bei der regional heterogenen Zusammensetzung der Klumpen nicht vermeiden. 13 Befragte machten keine Angaben zum Wohnort.

Abb. 3: Verteilung der Befragten nach Region

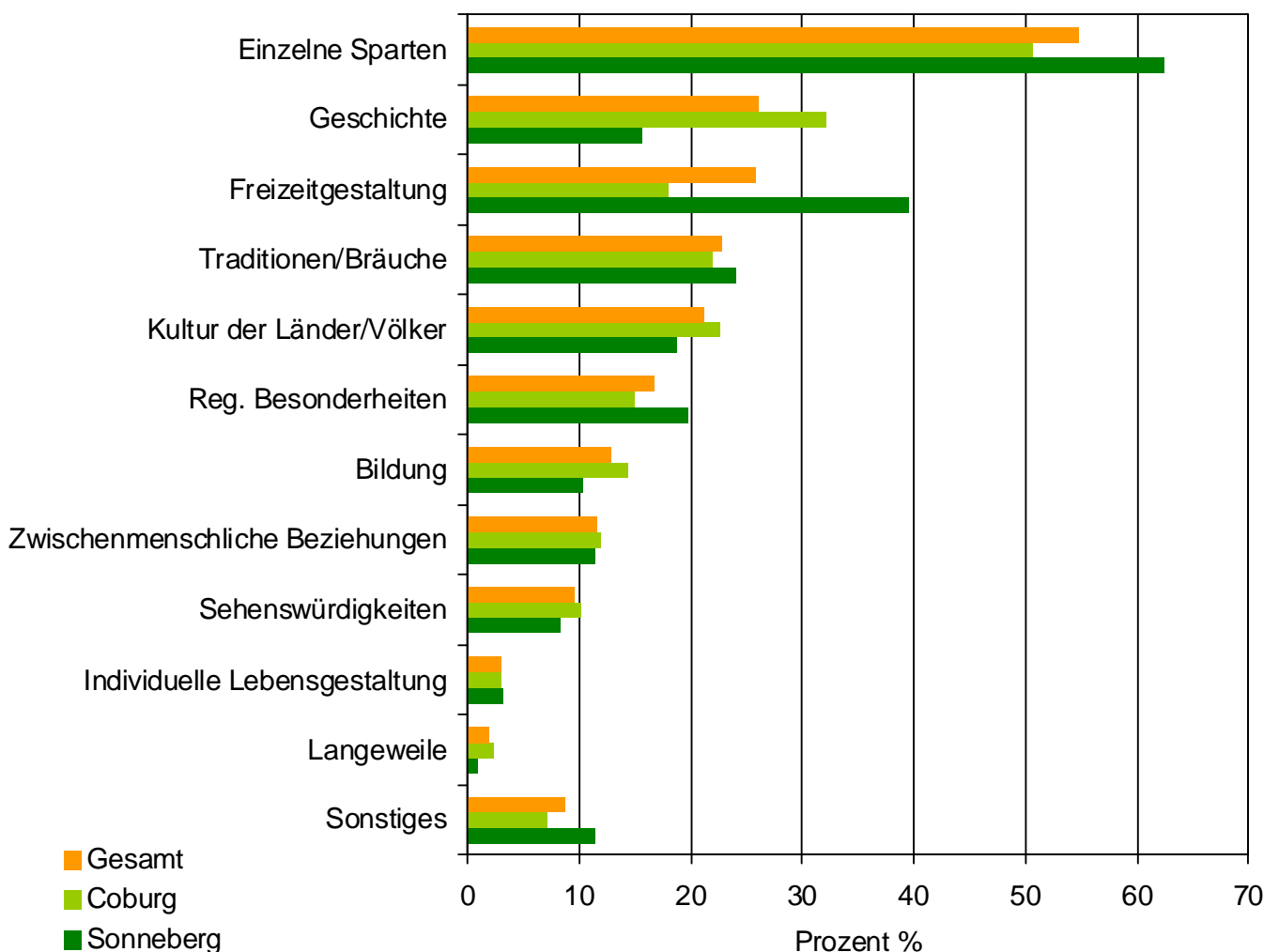


4 Ergebnisse

4.1 Persönliche Kulturdefinitionen von Jugendlichen

Als Einstiegsfrage wurde bewusst eine offene Frage gewählt: „Was verstehst du persönlich unter Kultur?“ Diese Frage forderte die Jugendlichen auf, nachzudenken und eigene Formulierungen zu finden. Dadurch sollte vermieden werden, dass spätere Fragen oder Antwortvorgaben die individuelle Kulturdefinition beeinflussen. Obwohl die Frage zu den anspruchsvolleren zählte, beantworteten sie 264 Jugendliche. Ihre Antworten spiegelten die gesamte Bandbreite der in Gesellschaft und Wissenschaft bekannten Definitionen wieder und wiesen eine große Vielfalt auf – sie reichten von der Nennung einzelner Sparten (z.B. Theater, Museen, Kunst, Musik) über historische und regionale Bezügen bis hin zur Betonung von zwischenmenschlichen Beziehungen oder der persönlichen Freizeitgestaltung. Nennenswerte regionale Unterschiede fanden sich nur bei Definitionen mit den Aspekten Geschichte und Freizeitgestaltung. Während ersteres im Raum Coburg häufiger genannt wurde, kam letzteres bei den Sonneberger Jugendlichen öfter vor. Dies könnte mit der sehr unterschiedlichen historischen Entwicklung der beiden Gebiete zusammenhängen.

Abb. 4: Persönliche Kulturdefinitionen von Jugendlichen



Differenziert man die Ergebnisse nach dem Merkmal Migrationshintergrund, verwundert es nicht, dass Jugendliche mit Eltern(-teilen) aus anderen Ländern häufiger Kulturen anderer Länder oder Völker in ihren Kulturdefinitionen nannten (39,5 % im Vergleich zu 17,9 %). Dagegen erwähnten sie seltener den Bildungsaspekt von Kultur. Dieser stand auch später bei den offenen Fragen zu den regionalen Kulturangeboten bei den Migranten nicht im Fokus. Niemand aus dieser Gruppe sagte, dass er zu den Aspekten gehöre, die ihm an den regionalen Angeboten gefielen. Immerhin 12 Jugendliche ohne Migrationshintergrund erwähnten den Bildungscharakter an dieser Stelle. Bei den offenen Fragen zeigten sich in dieser Hinsicht auch tendenzielle Unterschiede zwischen den Schultypen: Allgemein kann man sagen je höher die Schulbildung, desto eher wurde der Bildungscharakter erwähnt.

Einen kleinen Einblick in die große Vielfalt der Antworten bieten folgende Zitate aus den Fragebögen:

„Kultur heißt für mich, Zeit mit Familie und Freunden zu verbringen, Spaß zu haben und vielleicht auch etwas zu lernen.“ (Mittelschülerin, 15 Jahre)

„Kultur ist ein Angebot zahlreicher interessanter Dinge wie Theater, Musicals, Kunst für Menschen. Dazu zählen auch Traditionen der einzelnen Orte.“ (Gymnasiast, 15 Jahre)

„Kultur ist für mich persönlich, die Angebote in der Umgebung (Kino, Bistros, Läden usw.) und die Aktivitäten, die ich in meiner Freizeit betreibe.“ (Gymnasiastin, 14 Jahre)

„Kultur ist für mich die Lebensart, wie jeder Mensch lebt oder sich einordnen möchte, wie z.B. Religion.“ (Regelschüler, 15 Jahre)

„Langweilige Sachen, die nur die Erwachsenen interessieren. Veste Coburg z.B.“ (Realschülerin, 16 Jahre)

4.2 Was denken Jugendliche über Kultur allgemein?

Anhand einer Reihe von Aussagen wurden die Jugendlichen gebeten, den Grad ihrer Zustimmung bzw. Ablehnung anzugeben. Während eher abstrakte Aussagen, wie z.B. „Kultur ist wichtig für die Gesellschaft“ (Abb. 5) oder „Kultur ist nur was für Gebildete“ (Abb. 6), noch recht hohe Zustimmungswerte erhielten, änderte sich dies sobald die Aussagen persönlicher wurden (Abb. 7 und 8 zeigen Beispiele). Zwischen den Geschlechtern zeigten sich bei den abstrakten Aussagen keine gravierenden Unterschiede. Bei den persönlicheren hatten Mädchen – wie in anderen Studien auch – etwas bessere Werte. Interessanter sind gerade bei den persönlicheren Aussagen die sehr unterschiedlichen Antworten der einzelnen Schultypen. Im Folgenden wird deshalb immer zuerst das Ergebnis für die gesamte Stichprobe gezeigt und dann exemplarisch die Ergebnisse für Gymnasiasten, Mittelschüler (ohne M-Zweig) und Regelschüler. Grob gesagt waren Schüler mit höherer Schulbildung Kultur gegenüber positiver eingestellt.

Der Aussagekatalog gab auch erste Hinweise auf mögliche Gründe, warum Jugendliche Kulturangebote nicht nutzen. Zeitmangel – ob real vorhanden oder subjektiv empfunden, ob von äußeren Faktoren bewirkt oder selbst gewählt – schien ein wichtiger Faktor zu sein (Abb. 9). Andere Bedenken, wie z.B. eine fehlende Begleitung beim Besuch von Kultureinrichtungen, schienen weniger Gewicht zu haben (Abb. 10). Ähnliches galt für die Sorge, Kulturangebote nicht zu verstehen oder nicht zu wissen, wie man sich bei einer kulturellen Veranstaltung verhalten soll. Die Bewertung von Barrieren war jedoch ebenfalls weitgehend abhängig von der besuchten Schulform.

Abb. 5: Kultur ist wichtig für die Gesellschaft.

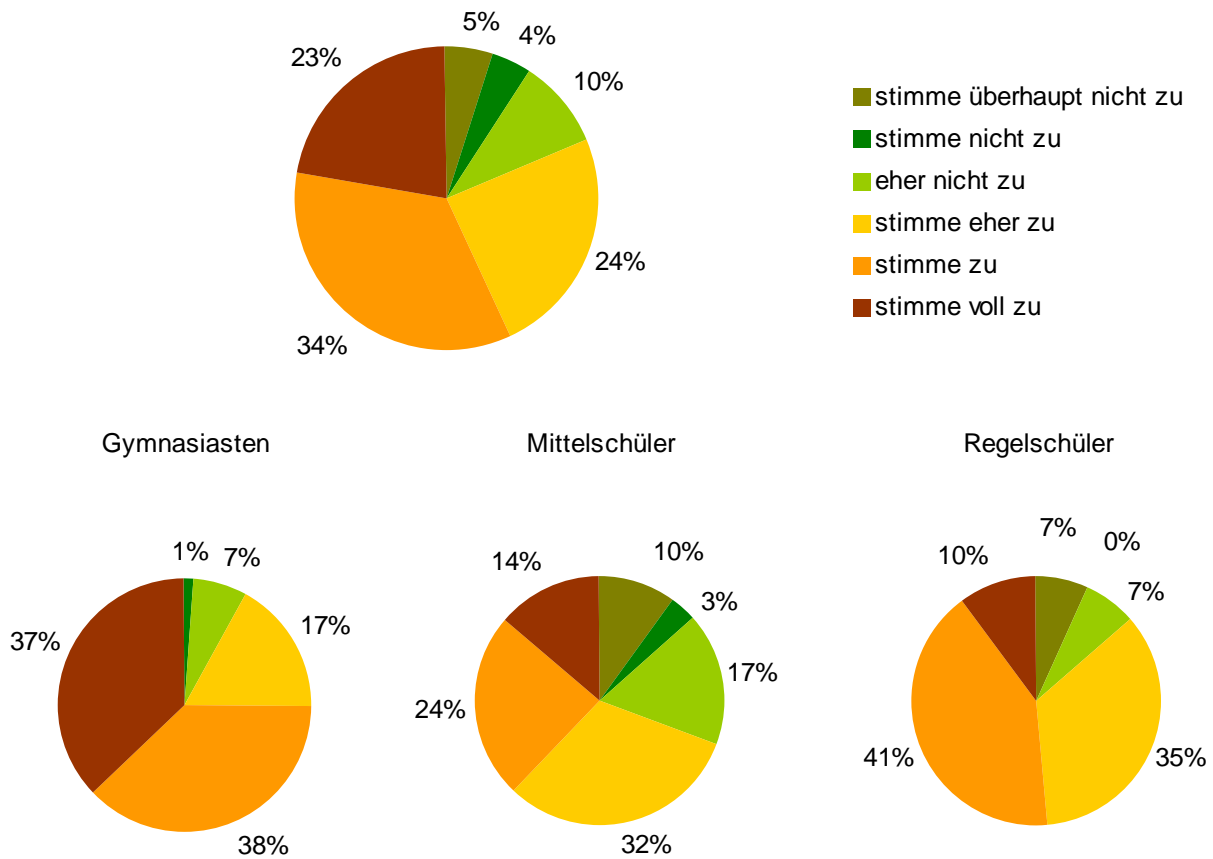


Abb. 6: Kultur ist nur was für Gebildete.

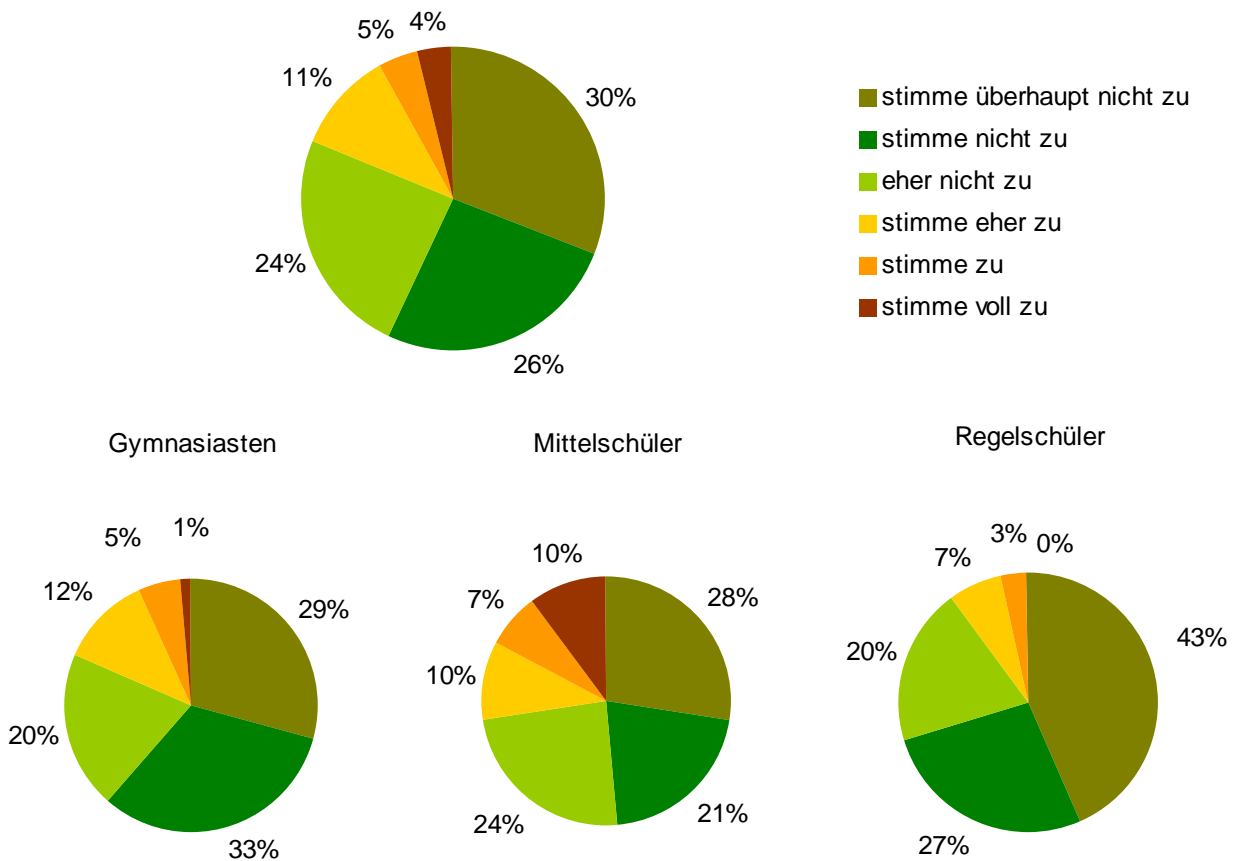


Abb. 7: Kultur ist cool.

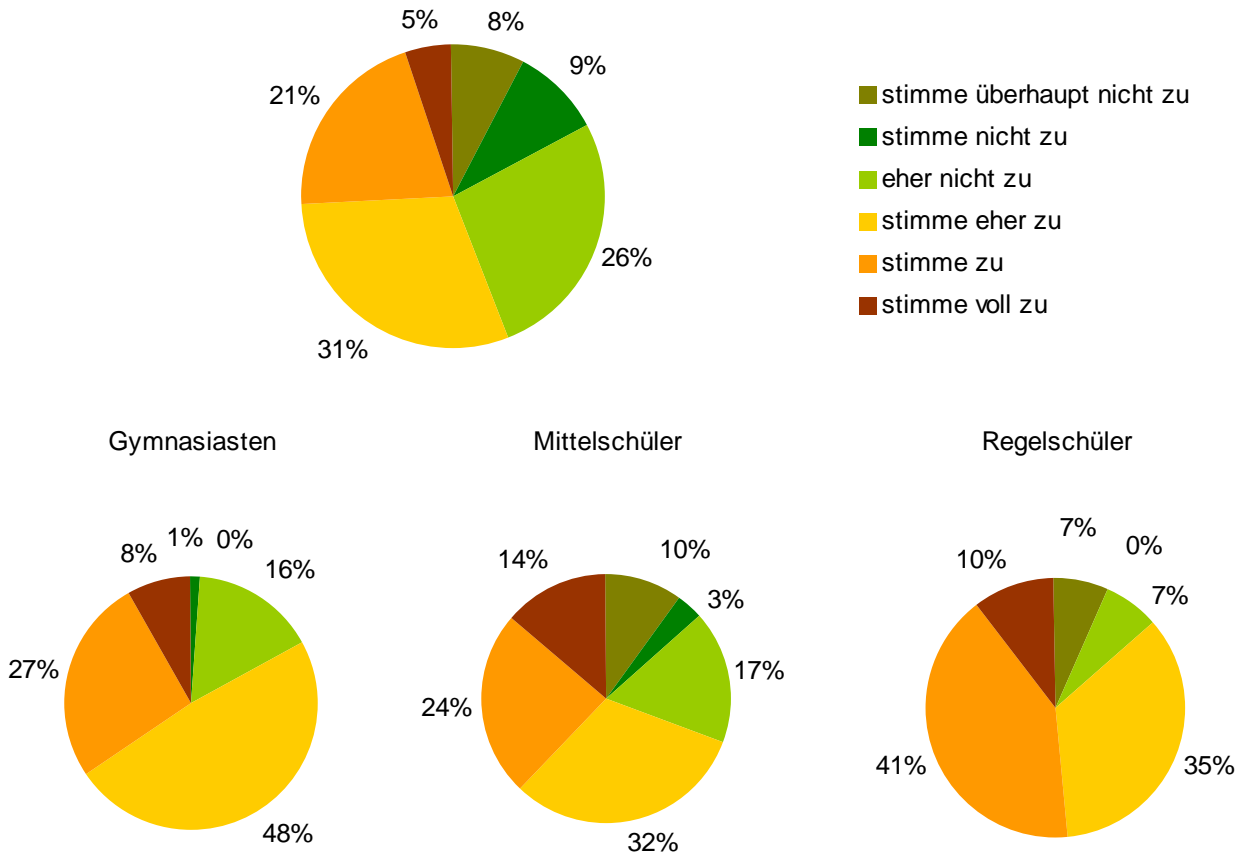


Abb. 8: Zu Kulturangeboten gehe ich nur, wenn ich es muss.

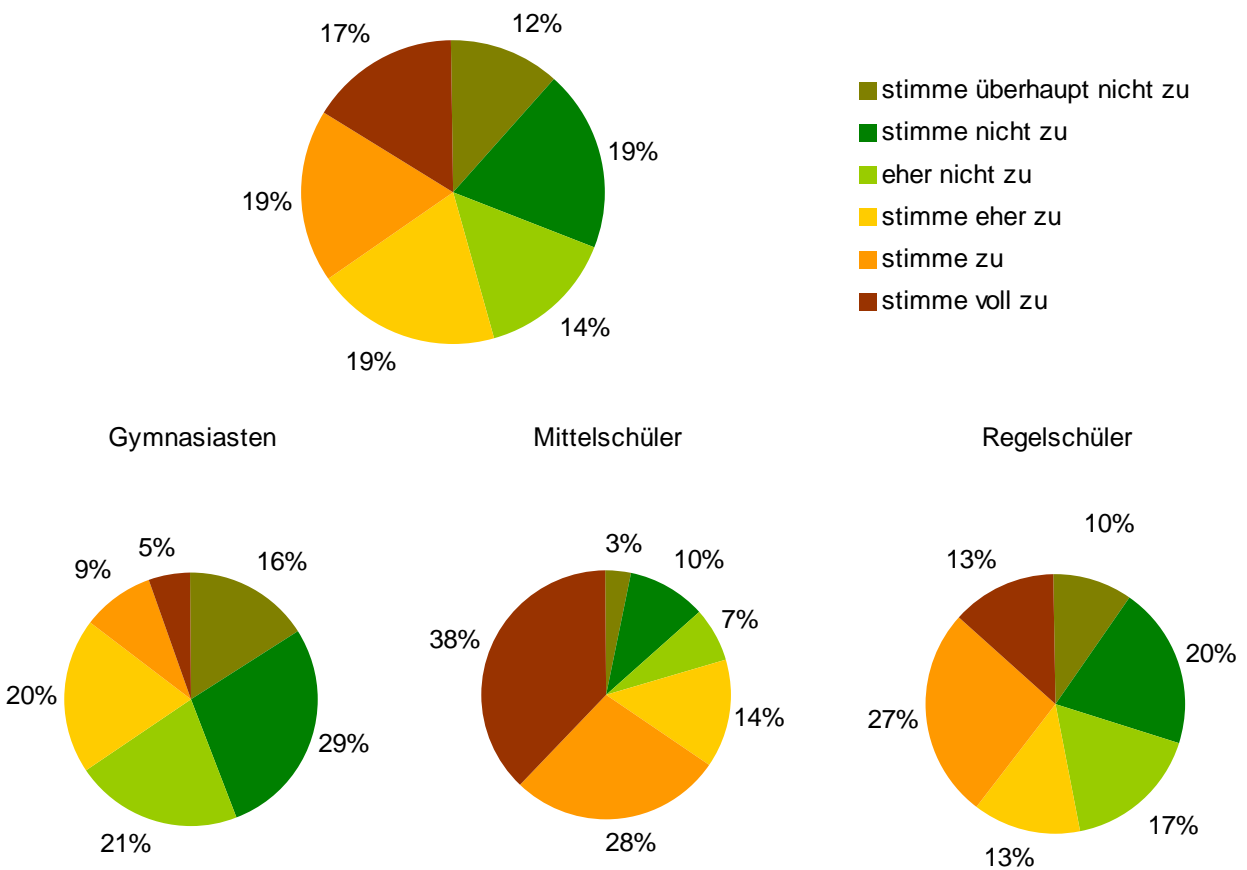


Abb. 9: Ich habe neben Schule/Beruf/Hobbies keine Zeit für Kultur.

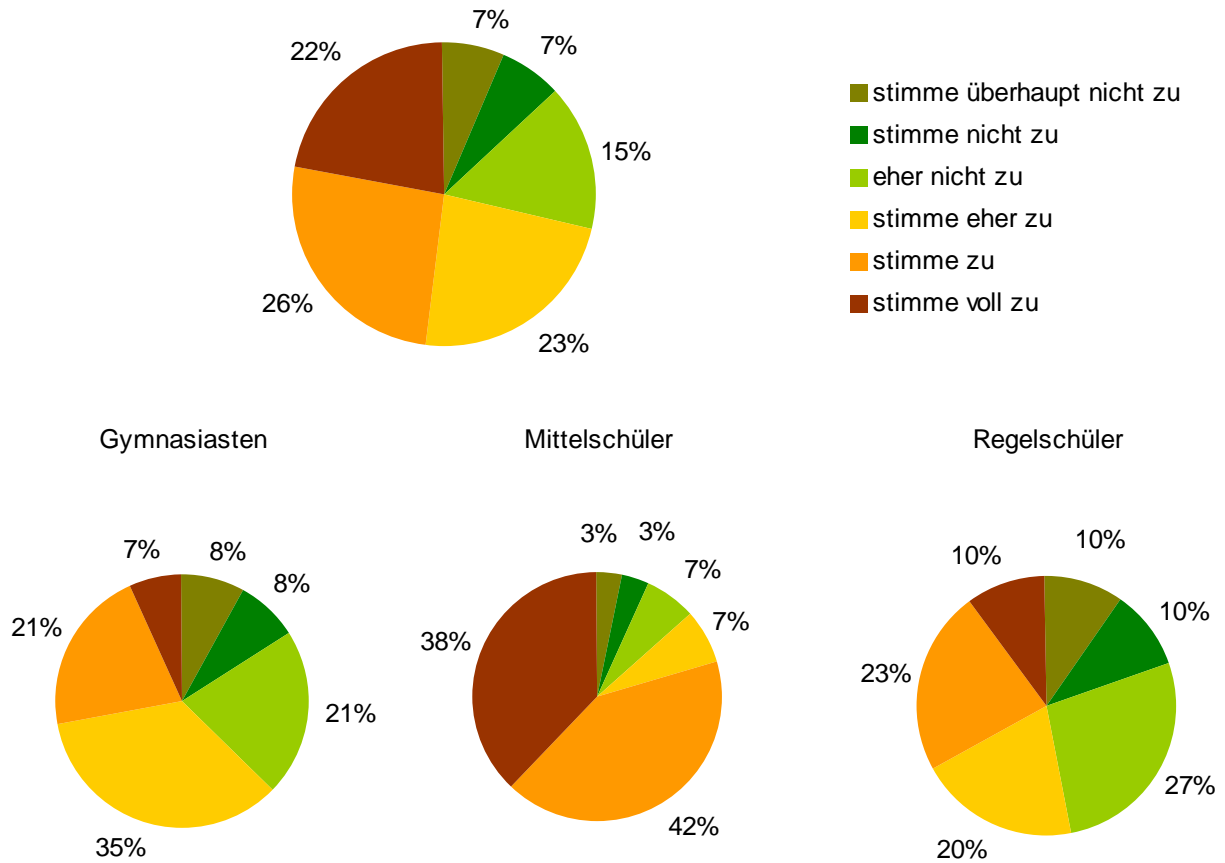
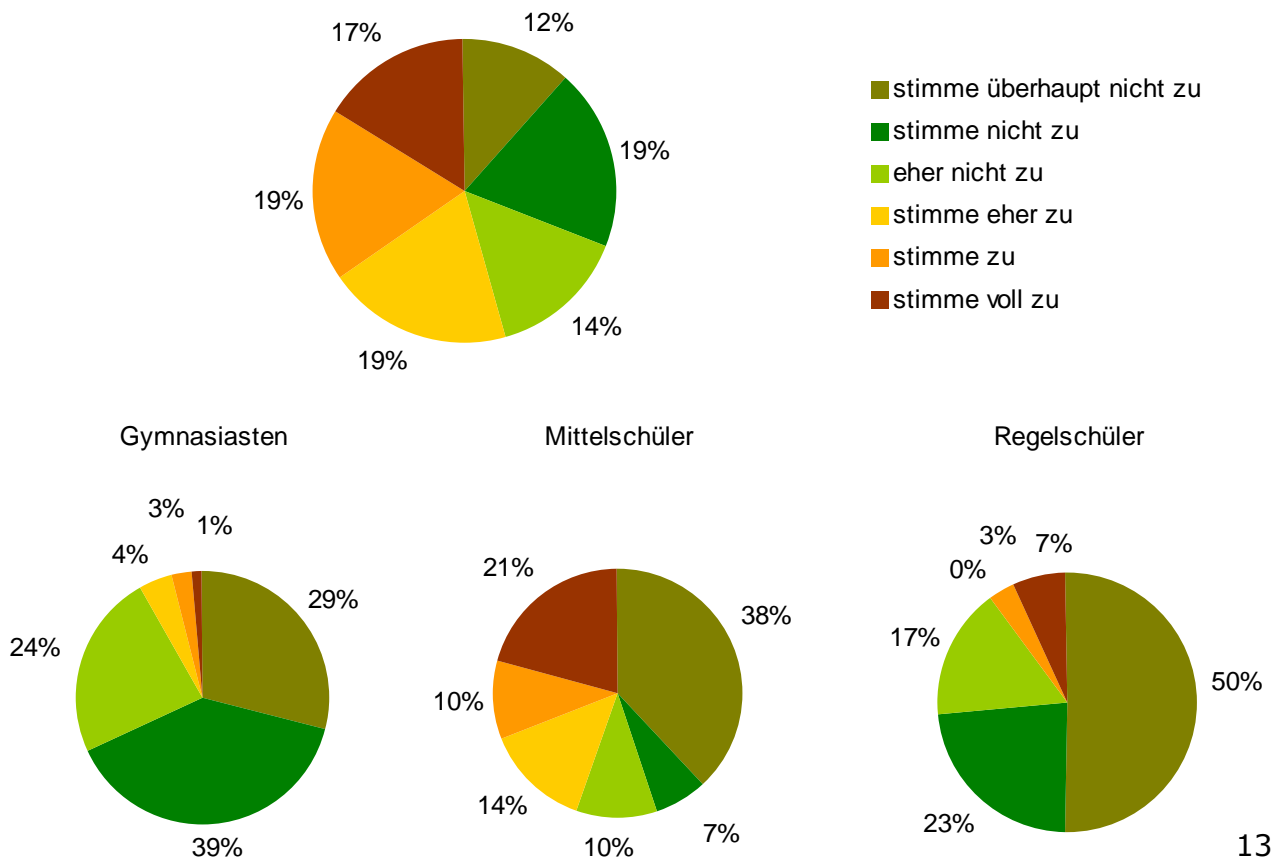


Abb. 10: Ich habe niemanden, mit dem ich zu Kulturangeboten gehen könnte.



4.3 Was denken Jugendliche über Kultur in der Region?

Um herauszufinden, was Jugendliche über die regionalen Kulturangebote denken, wurde wieder zwei offene Fragen gewählt: „Was gefällt dir an den Kultureinrichtungen und kulturellen Angeboten in Coburg (bzw. Sonneberg)?“ und „Was gefällt dir nicht an den Kultureinrichtungen und kulturellen Angeboten in Coburg (bzw. Sonneberg)?“

Rund drei Viertel der Jugendlichen beantworteten die Fragen. Davon schätzten 33,5 % die Vielfalt der regionalen kulturellen Einrichtungen und Veranstaltungen, wobei Mädchen dies deutlich häufiger nannten. 29,9 % gefielen bestimmte Angebote. Besonders häufig wurden dabei das Samba-Festival (10 Mal), das Landestheater (10 Mal), die Coburger Museumsnacht (9 Mal) und das Coburger Kino (8 Mal) erwähnt. Im Landkreis Sonneberg erhielt das Stadt- und Museumsfest 4 Nennungen. Im Raum Coburg wurde dabei im Landkreis die Vielfalt höher geschätzt, während in der Stadt öfter konkrete Einrichtungen genannt wurden, im Raum Sonneberg war es umgekehrt. Allgemein schienen Landkreisjugendliche Kultur gegenüber etwas weniger kritisch eingestellt zu sein.

Auffällig ist, dass 17,6 % auf die Frage „Was gefällt dir?“ mit Varianten von „Nichts/Kein Interesse“ antworteten. Bei den männlichen Jugendliche waren es sogar fast ein Viertel (24,4 %), bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund deutlich mehr als ein Viertel (29,4 %). Dies könnte man als weiteren Hinweis dafür interpretieren, dass Kultur eher für Mädchen interessant ist.

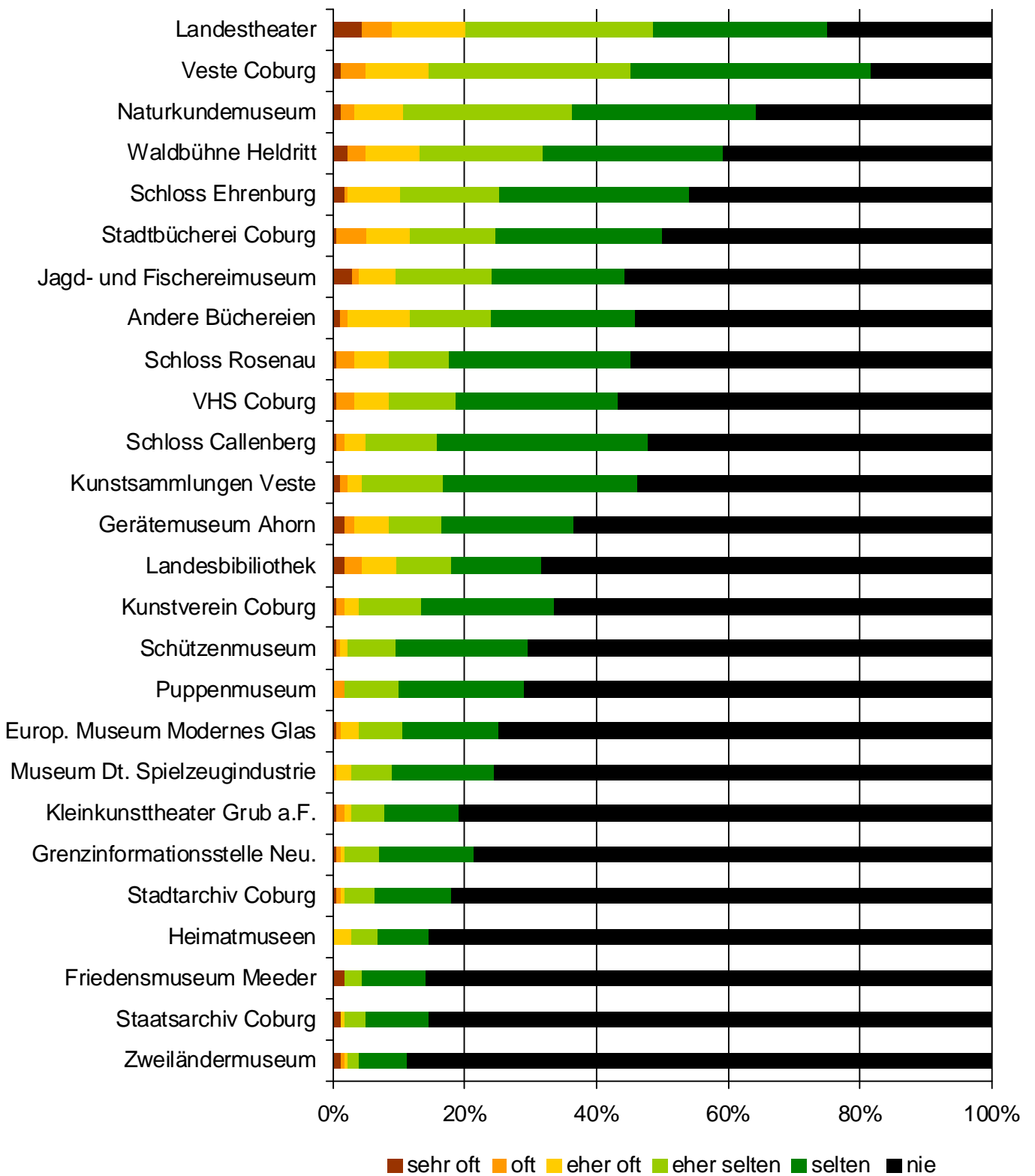
Noch bedeutsamer ist jedoch, dass 57,9 % der Antworten auf die Frage „Was gefällt dir nicht?“ beinhalteten, dass kulturelle Einrichtungen und Angebote entweder nur etwas für Jüngere bzw. Ältere sind oder dass sie uninteressant für Jugendliche sind. Hier gab es erwartungsgemäß Unterschiede, wenn man Faktoren wie Migrationshintergrund (62,6 % bei Jugendlichen mit und 57,3 % bei Jugendlichen ohne Migrationshintergrund), Geschlecht (Mädchen liegen hier mit 60,5 % leicht höher), Schultyp (z.B. 43 % für Gymnasiasten, 52,5 % für Berufsschüler und 87,5 % für Regelschüler) oder regionale Verteilung (zwischen 53,5 % für Stadt Coburg und 69,2 % für Stadt Sonneberg) beachtet. Alle waren sich jedoch unabhängig von diesen Einflussfaktoren einig, dass der mangelnde Bezug zur eigenen Lebenswelt und den Interessen von Jugendlichen das größte Manko von Kulturangeboten ist.

Darüber hinaus beklagten sich 14,4 % über eine fehlende Vielfalt bei den Angeboten (Sonneberger etwas mehr als Coburger mit 19,4 % zu 11,7 %) und 14,8 % über fehlende Informationen (v.a. Gymnasiasten, FOS-Schüler und Berufsschüler). 8,1 % bemängelten die unzureichende Verkehrsanbindung. Nicht überraschend lagen bei Letzterem die Werte außerhalb der Stadtgebiete von Coburg und Sonneberg höher und wurden v.a. von Gymnasiasten bemerkt, wahrscheinlich weil diese tendenziell am ehesten Kulturangebote besuchen. 10 % der Jugendlichen nannten einzelne Einrichtungen oder Veranstaltungen, die ihnen nicht gefielen, die Nennungen waren jedoch breit gestreut. Ab und zu wurden auch zu teure Eintrittspreise angeführt.

4.4 Welche Kulturangebote besuchen Jugendliche in der Region am häufigsten?

Zusammenfassend muss man feststellen, dass Kultureinrichtungen und -angebote allgemein selten von Jugendlichen besucht werden. Am ehesten gehen sie noch in die Theater und großen Museen bzw. Denkmäler sowie zu den großen Veranstaltungen. In der Umfrage wurde jedoch nur die reine Häufigkeit des Besuchs abgefragt. Die Ergebnisse lassen keinerlei Rückschlüsse über den Bekanntheits- oder Beliebtheitsgrad der einzelnen Angebote zu. Diese Aspekte ebenfalls abzufragen, hätte den Umfang des Fragebogens gesprengt.

Abb. 11: Häufigkeit Besuch Coburger Kultureinrichtungen und -angebote



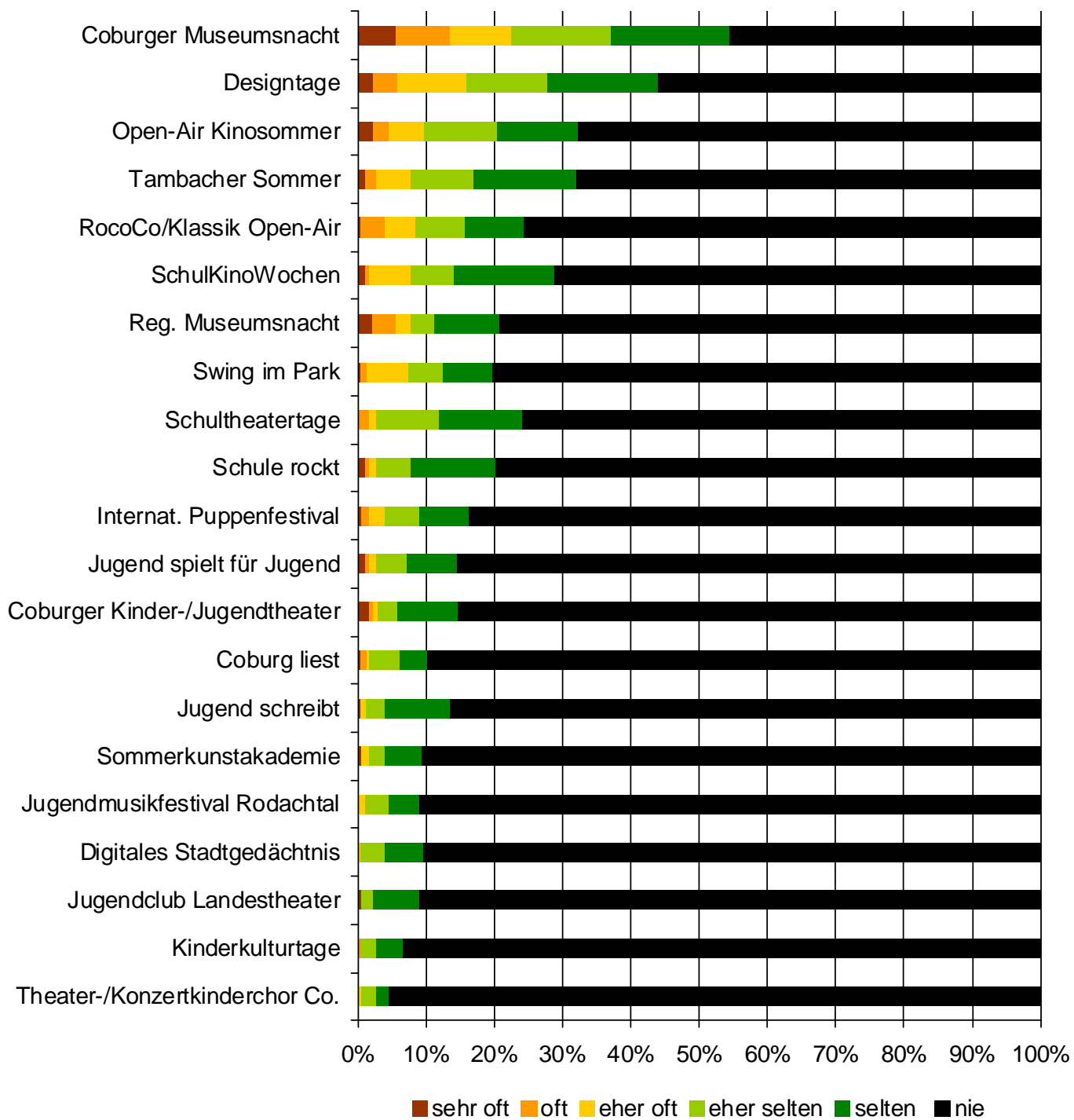
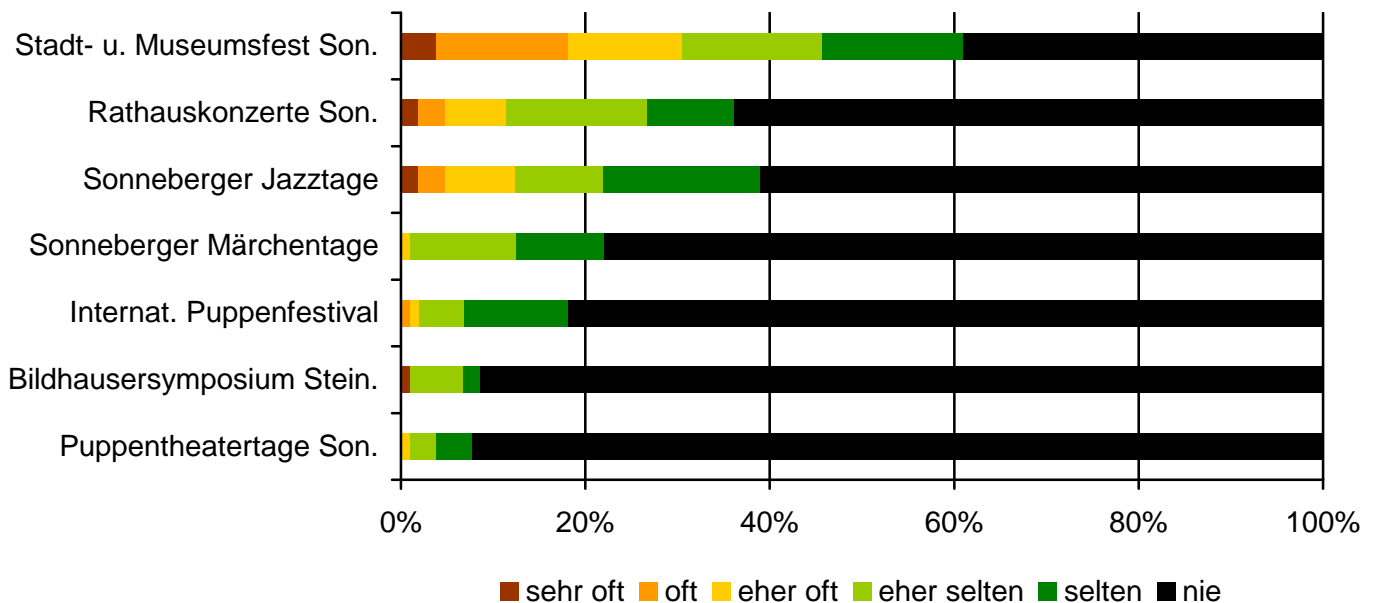
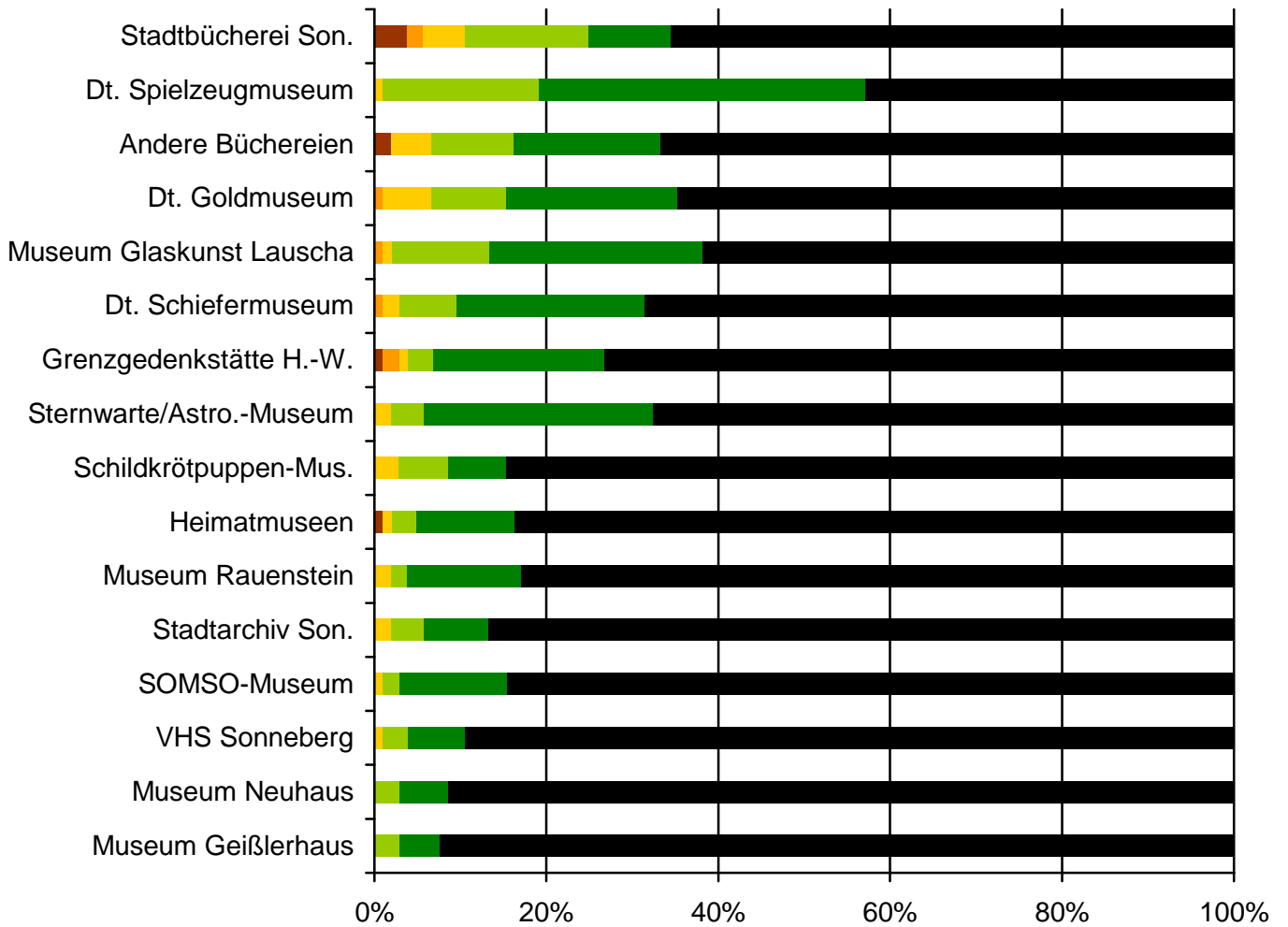


Abb. 12: Häufigkeit Besuch Sonneberger Kultureinrichtungen und -angebote



Regional gab es jedoch durchaus Unterschiede, wenn man die Werte nach Stadt und Landkreis Coburg und Stadt und Landkreis Sonneberg aufschlüsselt. Räumliche Nähe führte verständlicherweise dazu, dass die Angebote häufiger besucht wurden. Dies galt besonders für die Gelegenheitsbesucher, die nur selten oder eher selten Kulturangebote besuchten. Unter den Top 5 Einrichtungen waren nur ganz wenige, auf die das nicht zutraf. Im Raum Coburg war nur die Veste und ansatzweise das Naturkundemuseum relativ unabhängig von der Entfernung. Im Raum Sonneberg nur das Glasmuseum in Lauscha. Bei den Veranstaltungen war das Bild bei den Top 5 etwas differenzierter. Im Coburger Raum schafften es einige Veranstaltungen ein regional recht ausgeglichenes Publikum anzuziehen, v.a. der Tambacher Sommer, ansatzweise auch die Coburger Museumsnacht und das Klassik Open Air. Das könnte u.a. damit zusammenhängen, dass Veranstaltungen zeitlich stark begrenzt sind und oft nur einmal jährlich stattfinden. Im Sonneberger Raum war die räumliche Nähe allerdings auch bei den Veranstaltungen ein wichtiger Einflussfaktor für den Besuch.

Die Bewertung der allgemeinen Aussagen zur Kultur hat bereits gezeigt, dass Schüler höherer Schulformen etwas leichter für Kultur zu begeistern sind. Diese Tendenz zeigte sich auch, wenn man den Besuch einzelner Kulturangebote betrachtet. Allerdings traf sie nicht auf alle Einrichtungen und Veranstaltungen gleichermaßen zu und war nicht immer eindeutig zu erkennen. Während z.B. das Landestheater einen recht hohen Anteil an Gymnasiasten aufwies, war das Publikum bei der Waldbühne und einigen Museen und Denkmälern, z.B. der Veste, und insbesondere bei den Veranstaltungen wie der Coburger Museumsnacht durchmischer. Im Sonneberger Raum war ein Zusammenhang zwischen Schulform und Kulturbesuch weniger gut zu erkennen. Das könnte unterschiedliche Ursachen haben, von den Unterschieden im Bildungssystem über die geringeren Fallzahlen bis hin zum weniger differenzierten Kulturangebot, wodurch sich auch die Besucher weniger stark verteilen.

Sehr viel größeren Einfluss hatte das Geschlecht. Mädchen hatten fast durchgängig höhere Besuchswerte, auch wenn sie selten gravierend waren. Nur bei ganz wenigen Einrichtungen, z.B. beim Jagd- und Fischereimuseum Schloss Tambach, überwogen die Jungen. Dies bestätigt die Tendenzen, die sich bei vielen anderen Fragen schon angedeutet haben.

4.5 Welche Rolle spielen kulturelle Aktivitäten in der Freizeit?

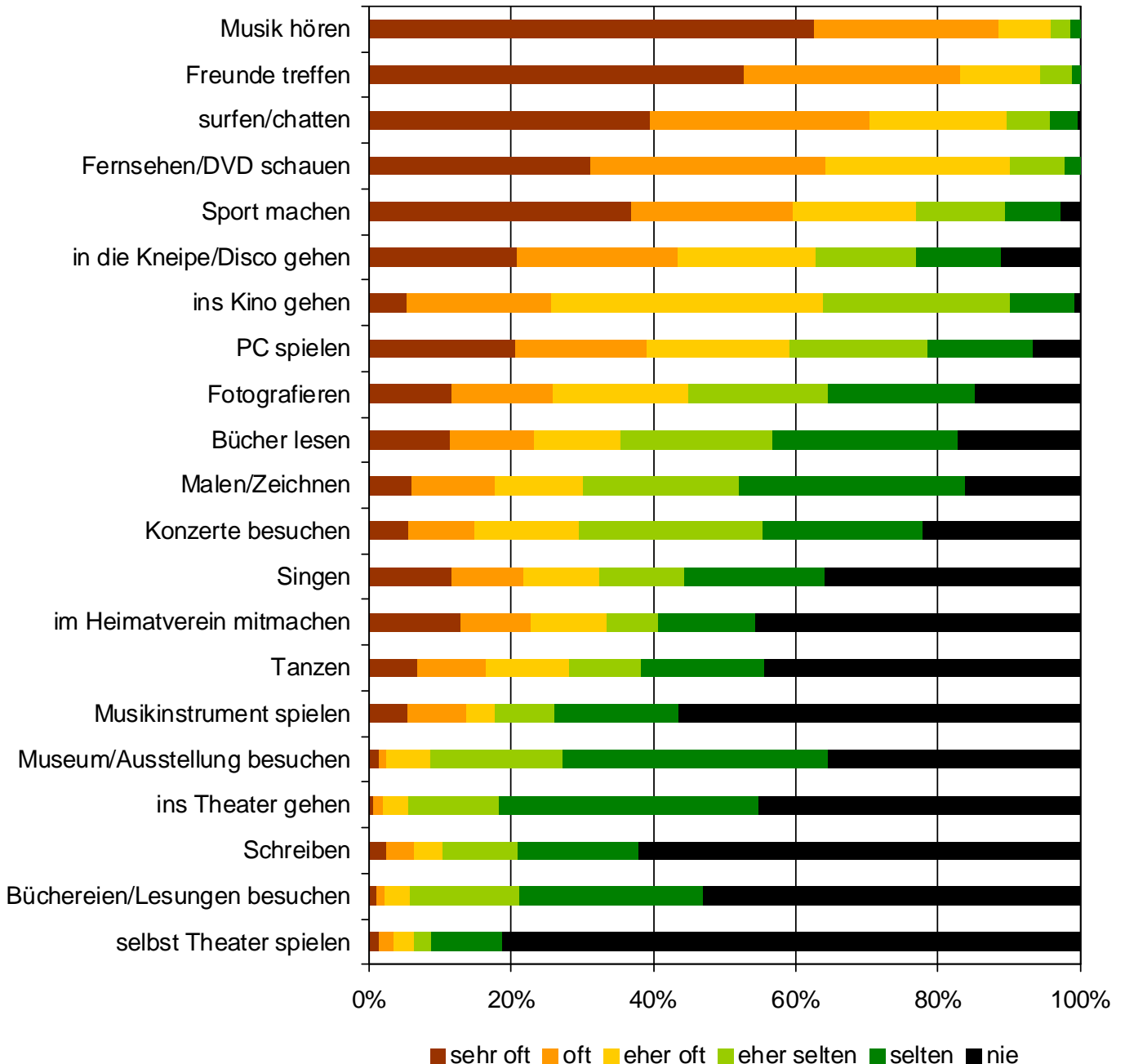
Ähnlich wie beim Besuch von Kulturangeboten, wurden auch kulturelle oder kreative Aktivitäten in der Freizeit eher selten ausgeübt, wenn man von Musik Hören und Kino einmal absieht. Dabei dürfte es sich jedoch hauptsächlich um Pop- und Rockmusik sowie Mainstream-Filme handeln. Ob Musik gehört oder das Kino besucht wird, war dabei relativ unabhängig von Faktoren wie Geschlecht, Schultyp oder Migrationshintergrund.

Abb. 13 zeigt allerdings auch, dass es durchaus kreative Ausdrucksmöglichkeiten gab, die Jugendliche unterschiedlichster Schultypen ansprechen und von ihnen genutzt werden, allen voran Fotografieren und Malen/Zeichnen. Beides wurde etwas öfter von den Migranten und deutlich mehr von Mädchen als von Jungen ausgeübt. Kulturell-kreative Hobbies ganz allgemein schienen Mädchen mehr anzusprechen. Jungs spielten dagegen deutlich häufiger am PC und machten mehr Sport.

Regional gesehen gab es kaum nennenswerte Unterschiede zwischen Stadt- und Landgebieten. Allerdings bestanden durchaus Differenzen zwischen dem Raum Coburg und Sonneberg: In Sonneberg wurden häufiger Musikinstrumente gespielt und gesungen.

Musikinstrumente wurden auch von Gymnasiasten und Regelschülern etwas häufiger gespielt als von anderen Schultypen, besonders selten musizierten Berufsschüler. Gymnasiasten lagen bei vielen kulturell-kreativen Tätigkeiten vorne, z.B. beim Lesen und Theaterbesuch.

Abb. 13: Freizeitaktivitäten der Jugendlichen



4.6 Welche Kulturangebote wünschen sich Jugendliche in der Region?

Die offene Frage nach den Kulturangeboten, die sich die Jugendlichen für ihre Region wünschen, wurde allgemein genutzt, um alle möglichen Wünsche zu äußern, die nicht immer einen kulturellen Bezug hatten. Z.B. wünschten sich 15,5 % der Jugendlichen in Sonneberg und 5,4 % in Coburg Treffpunkte für Jugendliche. V.a. die Mädchen beschäftigten sich bei dieser Frage wirklich mit Kultur, die Jungen nannten oft auch

Sportangebote. Besonders Mittelschüler wünschten sich mehr gastronomische Angebote, wie Kneipen, Discos oder Bistros. Rund ein Viertel der Jugendlichen ließ die Frage unbeantwortet.

Für rund ein Viertel der Jugendlichen wären verschiedenste kulturelle Einrichtungen und Angeboten interessant. Die Bandbreite reichte von Kunst- und Zeichenwettbewerben über Theaterstücke zu Jugendbüchern und einer historischen Woche mit kostümierten Schauspielern bis hin zu einem besseren Kino. Zusätzlich nannten 16,4 % bestimmte Ausstellungen/Museen und 20,1 % Konzerte/Musikveranstaltungen. Auch hier gab es wieder eine große Vielfalt: von modernen Kunstausstellungen bis hin zu Technik- oder Automuseen, von Konzerten mit fränkischen Künstlern bis hin zu Band Battles. Auffällig ist, dass Jugendliche aus der Stadt Coburg seltener Musikwünsche aufschrieben, wahrscheinlich weil dort schon jetzt das größere Angebot vorhanden ist. Ansonsten waren die Werte in Coburg und Sonneberg annähernd gleich.

Einige Jugendliche wiesen bei dieser Frage speziell darauf hin, dass sie sich mehr Bezug zur eigenen Lebenswelt und für Jugendliche interessante Angebote wünschten. In Sonneberg lag dieser Wert mit 18,3 % höher als in Coburg mit nur 8,8 %.

4.7 Was erwarten Jugendliche bei Kulturangeboten und was ist ihnen wichtig?

Etwas Schönes zu sehen bzw. zu erleben, Spaß zu haben und unterhalten zu werden, sowie etwas mit Freunden zu machen, stand für junge Menschen in der Region Coburg und Sonneberg beim Besuch von Kulturangeboten an erster Stelle (vgl. Abb. 14). Erst weiter hinten folgten die Erwartungen, sich zu bilden oder persönlich weiterzuentwickeln oder zum Nachdenken angeregt zu werden. Die emotionalen Aspekte waren für Jugendliche also bedeutender als die eher rationalen, wie sie noch im klassischen Bildungsbürgertum vorhanden waren. Dabei machte es kaum einen Unterschied, welche Schulform die Befragten besuchten. Allerdings schienen insbesondere Mittelschüler der Meinung zu sein, dass sie von Kulturangeboten gar nichts zu erwarten hätten.

Betrachtet man, welche Merkmale Jugendlichen an Kulturangeboten besonders wichtig sind (Abb. 15), stehen praktische Überlegungen ganz oben: Wie viel kostet es? Und komme ich leicht hin und zurück? Die Transportfrage war dabei nicht immer davon abhängig, ob jemand in der Stadt oder auf dem Land wohnt. In der Stadt Sonneberg bewerteten die Jugendlichen diesen Aspekt als etwas weniger wichtig als im Landkreis. In der Region Coburg war er den Städtern etwas wichtiger.

An die dritte Stelle, und damit noch vor die Meinung ihrer Freunde, setzten die Jugendlichen den Bezug zum eigenen Leben. Mit anderen Worten: Sie müssen überzeugt sein, dass das Angebot interessant für sie ist und etwas mit ihrer Lebenswelt zu tun hat. Das bestätigt die Ergebnisse aus den offenen Fragen, wo dieser fehlende Bezug oft kritisiert wurde. Auch hier spielten Merkmale wie Geschlecht, Migrationshintergrund oder besuchte Schule keine Rolle.

Bei den Kombiangeboten standen im Fragebogen als Beispiele ein kostenloses Getränk in einer Kneipe nach dem Theaterbesuch oder weniger Eintritt ab fünf Personen. Gemeint waren also nicht Kombikarten mehrere Einrichtungen.

Abb. 14: Erwartungen an Kulturangebote

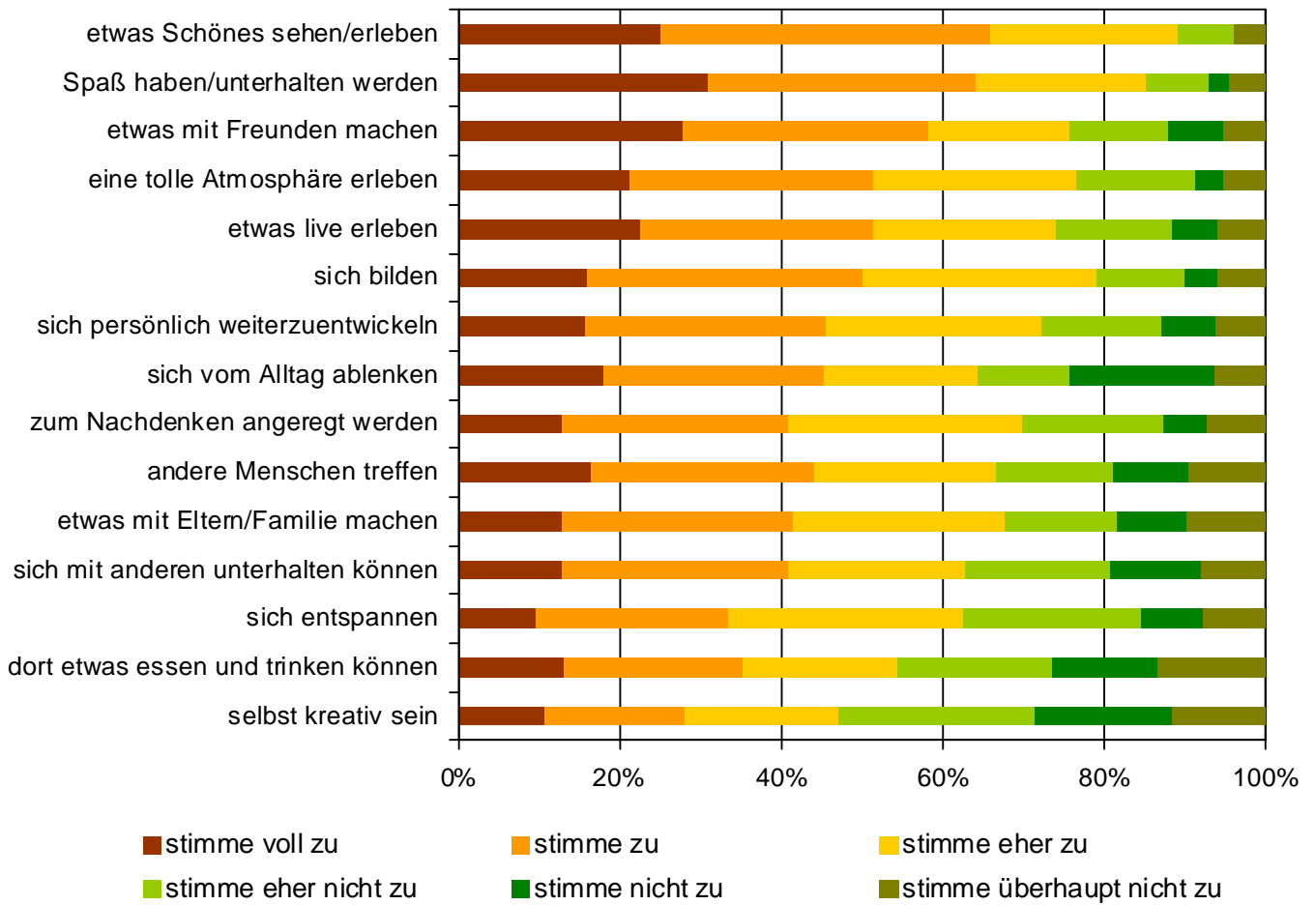
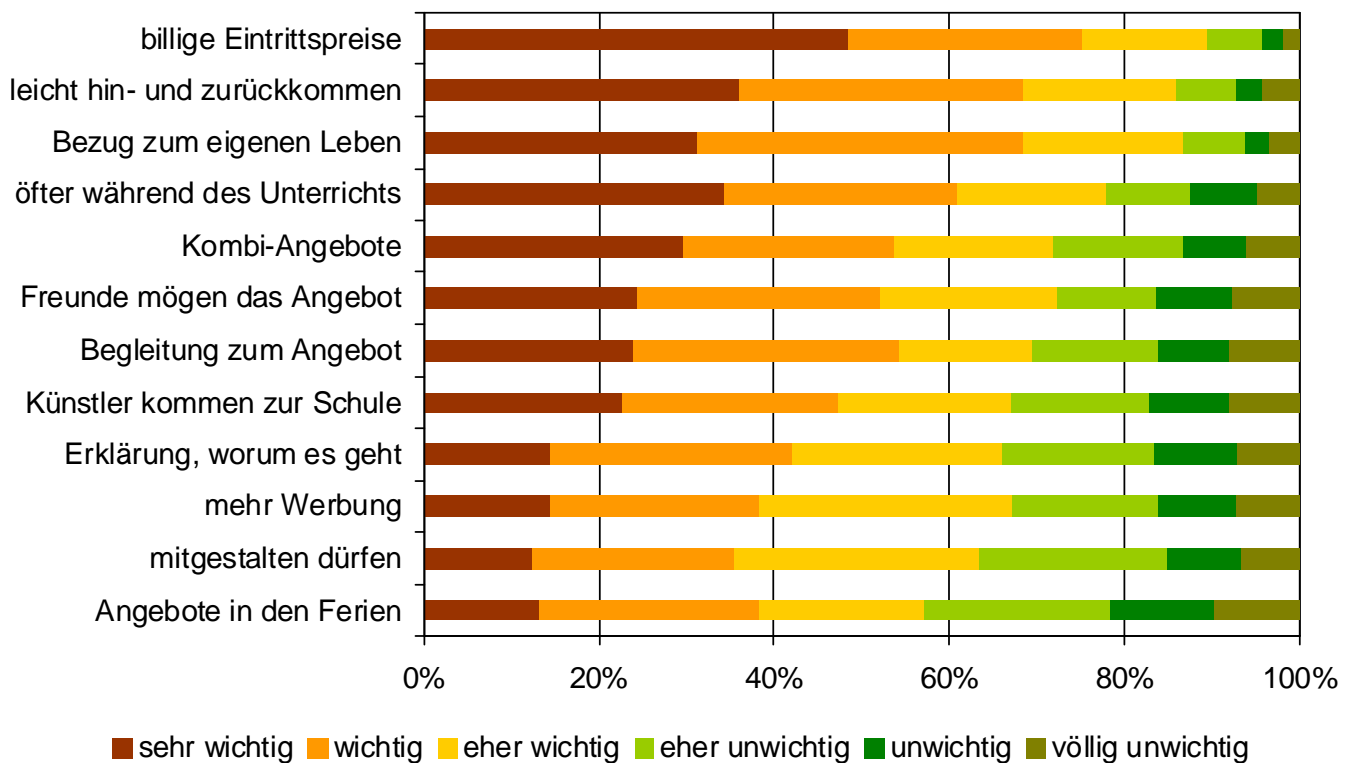


Abb. 15: Wichtige Merkmale von Kulturangeboten



4.8 Wie und mit wem besuchen Jugendliche Kulturangebote?

Gerade im ländlichen Raum ist die Frage, wie junge Menschen zu Kulturangeboten gelangen, sehr wichtig, da der öffentliche Nahverkehr weniger gut ausgebaut und nicht alles fußläufig zu erreichen ist. Dementsprechend ergab die Befragung, dass die wenigsten Jugendlichen sehr oft oder oft zu Fuß gingen (13,2 %) oder mit einem eigenen Verkehrsmittel (ob Fahrrad 5,4 %, Roller 7,8 % oder Auto 12,8 %) zu den Kulturangeboten gelangten. Sehr oft oder oft ließen sie sich von Eltern oder Verwandten fahren (37,2 %), nutzten Bus oder Zug (31,8 %) oder ließen sich von Freunden mitnehmen (22,4 %). In den Städten Coburg und Sonneberg lag der Anteil der Jugendlichen, die zu Fuß liefen – wie zu erwarten – höher. Insbesondere im Landkreis Coburg spielten Eltern und Verwandte eine größere Rolle, wenn es darum ging, von A nach B zu kommen.

Bei der Frage nach der Begleitung beim Besuch von Kulturangeboten ergab sich ein klares Spitzentrio: Freunde, Schule, Eltern. Am häufigsten gingen Jugendliche mit Freunden zu Kulturangeboten: 35,7 % waren oft oder sehr oft mit ihnen unterwegs. Mit der Schule nutzten 83,3 % Kulturangebote, aber nur 12,1 % nutzten sie oft oder sehr oft. Trotzdem zeigt dieser Wert, welche wichtige Rolle der Schule beim Kontakt mit verschiedensten Formen von Kultur zukommen kann. Mit den Eltern gingen zwar noch weniger Jugendliche oft oder sehr oft (11,4 %), aber immerhin gingen 76,2 % überhaupt mit ihnen zu Kulturangeboten. Allerdings zeigten sich auch hier wieder Unterschiede bezüglich der Schulform. Gymnasiasten gingen sowohl mit den Eltern als auch mit der Schule etwas häufiger als bspw. Mittelschüler. Regelschüler gingen ebenfalls recht oft mit beiden zu Kulturangeboten.

Auch mit Geschwistern, anderen Verwandten, Nachbarn oder Eltern von Freunden besuchten Jugendliche noch etwas häufiger Kulturangebote. Eine untergeordnete Rolle spielten jedoch andere Institutionen, wie die Mittagsbetreuung, Jugendtreffs, Vereine oder Jugendgruppen.

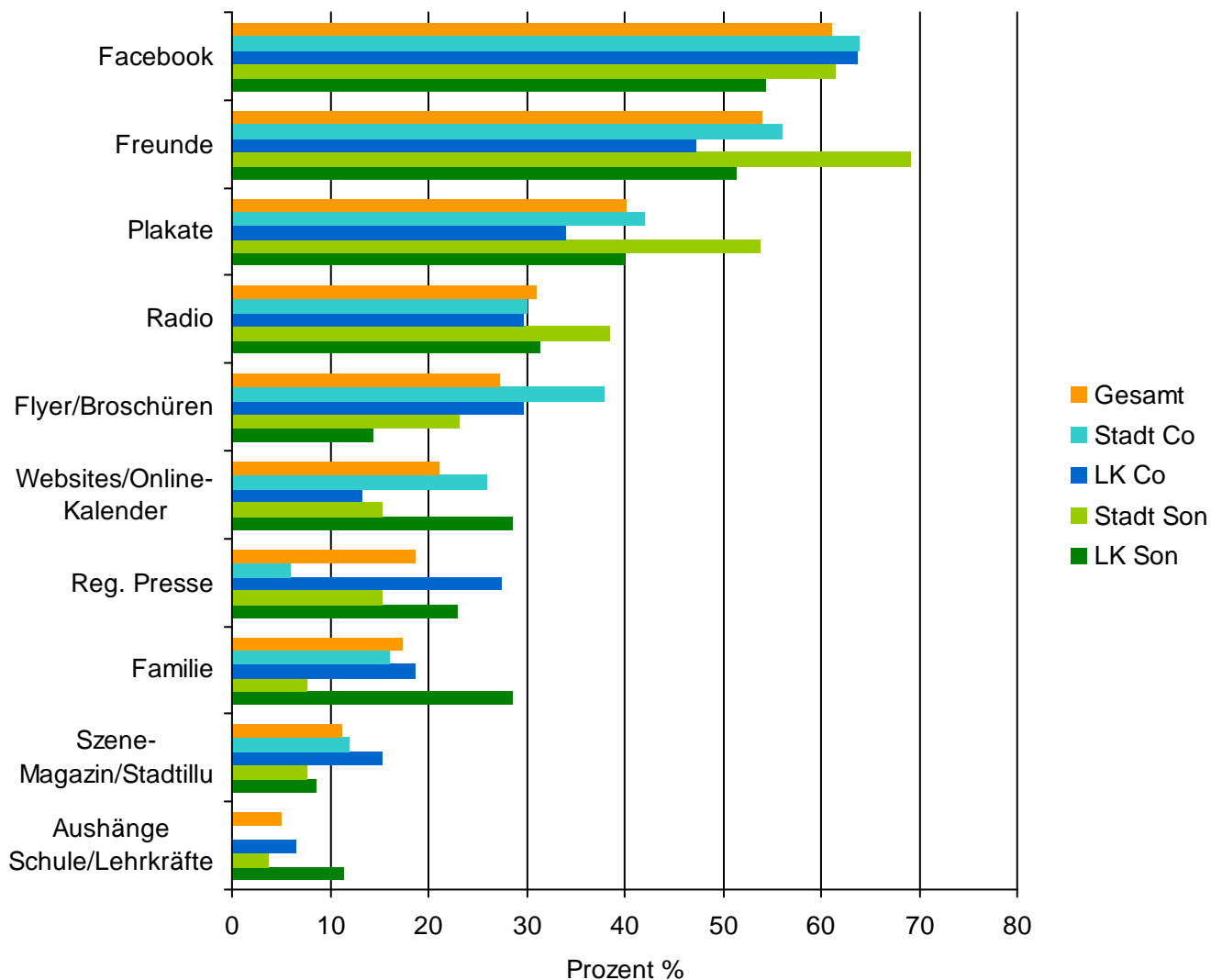
4.9 Woher bekommen Jugendliche Informationen?

Im Fragebogen wurde den Jugendlichen eine Liste mit Informationswegen vorgegeben. In dieser Liste sollten sie die drei Informationswege anzukreuzen, die sie am häufigsten verwenden, wenn sie etwas unternehmen wollen. Abb. 16 zeigt die Informationswege, die am häufigsten ausgewählt wurden.

Wie erwartet ist Facebook als Informationsquelle deutlicher Spitzenreiter, dicht gefolgt von den eigenen Freunden. Andere Social Media Angebote (SchülerVZ/StudiVZ/MeinVZ, Twitter) spielten nur eine untergeordnete Rolle und wurden nur in Einzelfällen genannt. Bei den beiden Spitzenplätzen gab es keine großen Unterschiede bei der regionalen Verteilung, lediglich in der Stadt Sonneberg war die Reihenfolge von Facebook und Freunden umgekehrt. Auch bei den Geschlechtern ergaben sich keine nennenswerten Abweichungen. Mädchen hatten sowohl bei Facebook als auch Freunden leicht höhere Werte und bevorzugten direkte soziale Kontakte im Gegensatz zu unpersönlichen Medien, allerdings nur um wenige Prozentpunkte. Auffällige Unterschiede gab es mit Blick auf das Merkmal Migrationshintergrund. Bei über 80 % der Migranten landete das soziale Netzwerk an erster Stelle. Jugendliche ohne Migrationshintergrund nutzten Facebook mit 57,4 % ebenfalls häufiger genutzt als andere Wege. Sie wählten aber auch wesentlich öfter eher „traditionelle“ Medien, wie z.B. Plakate, Presse oder Radio. Facebook war bei allen Schultypen Spitzenreiter mit Ausnahme der Gymnasiasten, bei denen es auf Platz 2 landete. Gymnasiasten hatten gleichzeitig mit knapp 40 % den niedrigsten Nutzungswert. Die Wahl ihrer Informationswege ist brei-

ter gefächert als die vieler anderer. Nach Facebook lagen Freunde bei fast allen Schultypen auf Platz 2 abgesehen von der Mittelschule inkl. M-Zweig, bei der Plakate diesen Platz einnahmen.

Abb. 16: Informationswege von Jugendlichen



Die Informationsquellen lassen noch einige deutliche regionale Unterschiede erkennen. In den Stadtgebieten spielten Flyer und Plakate eine größere Rolle, auf dem Land dagegen die regionale Presse, die Familie und die Schule. Dies hängt sicherlich damit zusammen, dass gedruckte Werbemittel nicht überall gleichmäßig verteilt werden und somit zugänglich sind.

Auffallend ist die unterschiedliche Rolle der Familie als Informationsquelle, wenn nach Schultypen differenziert wird. Bei Realschülern und Gymnasiasten liegt dieser Wert wesentlich höher als z.B. in der Mittelschule. Dies würde die Ergebnisse anderer Studien bekräftigen, wonach der Familie ein großer Einfluss bei der Kulturnutzung zukommt und deckt sich ebenfalls mit den Ergebnissen aus dem vorherigen Kapitel.

Zusammenfassend kann also gesagt werden, dass Freunde ob in der realen oder virtuellen Welt einen herausragenden Stellenwert bei Jugendlichen einnehmen, dass aber traditionelle Werbemittel bei weitem noch nicht ausgedient haben und die Familie in Einzelfällen ebenfalls eine wichtige Rolle spielt.

5 Fazit

In einigen Punkten bestätigte die Befragung in der Region Coburg und Sonneberg andere Studien. Mädchen waren oft interessierter an Kultur als Jungen. Häufig – aber bei weitem nicht immer und nicht durchgängig – spielte der eigene Bildungshintergrund der Jugendlichen eine wichtige Rolle, wie an manchen Differenzen zwischen den Schultypen deutlich wurde. Auch der Einfluss der Familie darf nicht unterschätzt werden, auch wenn es im Alter der Befragten nicht mehr ganz so beliebt war, etwas mit ihr zusammen zu unternehmen, sondern Freunden der Vorzug gegeben wurde.

Wie ein roter Faden zog sich durch die gesamte Umfrage, dass Kulturangebote bei Jugendlichen ein Imageproblem haben. Zwar wurde Kultur allgemein als wichtig für die Gesellschaft erachtet, aber für die jungen Leute selbst schienen die Angebote oft nicht interessant. Der Bezug zum eigenen Leben fehlte. Schon Keuchel hatte festgestellt, dass der Unterhaltungsfaktor von Kultur bei dieser Zielgruppe wieder stärker kommuniziert werden müsse.⁶ Dementsprechend sollte der Fokus bei der Werbung auf das Erlebnis anstatt auf den Bildungscharakter gelegt werden und emotionale bzw. soziale statt rationale Aspekte angesprochen werden. Um ein junges Publikum zu erreichen sind Abwechslung und Eventcharakter bei den Angeboten hilfreich, wie die etwas höhere Besuchsfrequenz bei den Veranstaltungen, aber auch den Theatern zeigte.

Die Jugendliche haben durchaus Ideen für den kulturellen Bereich, wie die Antworten auf die offenen Fragen erkennen ließen. Nicht alle sind umsetzbar, aber insbesondere bei der Entwicklung von einmaligen Veranstaltungen könnten ihre Anregungen mit einbezogen werden, evtl. sogar ihre Mithilfe genutzt werden. Hier sind Kooperationen mit P-Seminaren oder eCn-Klassen denkbar.

Weitere Anknüpfungspunkte bieten die neuen Kultursparten, z.B. Film, Fotografie und moderne Musik, die jetzt schon auf Interesse bei den Jugendlichen stoßen. Bei den eher traditionellen Kulturangeboten, insbesondere der Hochkultur, könnten es besonders bei Schülern mit niedrigerem Bildungsniveau hilfreich sein, Zugangsbarrieren wie fehlendes Wissen über das richtige Verhalten oder die Inhalte durch Erklärungen und gezielte Begleitung zu reduzieren.

Unverzichtbar sind gerade in der ländlich geprägten Region Coburg und Sonneberg ausreichend Transportmöglichkeiten. Wo diese nicht zusätzlich geschaffen werden können, sollte zumindest der Erhalt bestehender Angebote forciert werden, z.B. des A.S.T. in Coburg. Mitfahrbörsen, insbesondere über Facebook organisierte, könnten gefördert werden.

Facebook darf v.a. bei der Werbung nicht vernachlässigt werden. Junge Leute benötigen allerdings weiterhin eine Bandbreite an Informationsmöglichkeiten. Um der großen Rolle von sozialen Netzwerken gerecht zu werden, muss nicht jede Kultureinrichtung eine eigene Facebook-Seite betreiben. Vielmehr könnten bereits bestehende regionale oder von Jugendlichen genutzte Seiten gezielt bespielt werden.

Da Jugendliche (nicht nur im Internet) mit Freunden vernetzt sind und viel mit ihnen unternehmen, sollten sie dementsprechend wahrgenommen und angesprochen werden. Dies kann über die Art der Kulturveranstaltung, Kombi-Angebote oder die Werbung geschehen.

⁶ Keuchel, In: Hennefeld/Metje, 2010, S. 7.

6 Kommentiertes Literaturverzeichnis

Albert, Mathias/Hurrelmann Klaus/Quenzel Gudrun: 16. Shell Jugendstudie. Jugend 2010. Frankfurt am Main 2010.

Eine allgemeine sehr umfassende Studie zu Jugendlichen in Deutschland, ihren Einstellungen, Werten und Verhalten. Seit 1953 im Abstand von einigen Jahren herausgegeben.

Amiani, Sylvia/Schwab, Nicole/Hammer, Veronika: Studentische Lebensqualität und Lebensstile. Wohnen, Mobilität, Soziales, Freizeit und Berufschancen. Wiesbaden 2011.

Umfangreiche Befragung von Coburger Studenten.

Der Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen/Abteilung Kultur (Hrsg.): Von Kult bis Kultur. Von Lebenswelt bis Lebensart. Ergebnisse der Repräsentativuntersuchung „Lebenswelten und Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland und NRW“. Düsseldorf 2010.

[http://www.interkulturpro.de/ik_pdf/Sinus-Studie_2009.pdf, Letzter Zugriff: 08.02.2011].

Die ausführlichste Untersuchung zur Kulturnutzung von Migranten.

Glogner-Pliz, Patrick/Föhl, Patrick S. (Hrsg.): Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung. 2. erw. Aufl. Wiesbaden 2011.

Bestes Überblickswerk, das die Ergebnisse einer sehr großen Zahl allgemeiner und spartenbezogener Kulturnutzerstudien auflistet und auswertet.

Henefeld, Vera/Metje, Ute Marie (Hrsg.): Demografischer Wandel als Herausforderung für Kultur und ihre Evaluierung. Dokumentation der Frühjahrstagung 2010 des AK Kultur und Kulturpolitik. O. O. 2010

Schlaglichter auf die Kulturnutzung verschiedener Altersgruppen.

Keuchel, Susanne/Wiesand, Andreas Johannes (Hrsg.): Das 1. Jugend-KulturBarometer. „Zwischen Eminem und Picasso ...“. Bonn 2006.

Die detaillierteste Befragung von Jugendlichen zum Thema Kultur. Das 2. Jugend-KulturBarometer wurde im Mai 2012 vorgestellt.

Modus – Institut für angewandte Sozialforschung (Hrsg.): Jugendarbeit in der Stadt Coburg. Bedarfsermittlung und Maßnahmenempfehlung auf der Grundlage einer repräsentativen Jugendbefragung. O.o. 2007.

Allgemeine Studie zu Freizeitverhalten und Interessen von Coburger Jugendlichen.

Renz, Thomas/Mandel, Birgit: Barrieren der Nutzung kultureller Einrichtungen. Eine qualitative Annäherung an Nicht-Besucher. Hildesheim 2010.

[http://www.kulturvermittlung-online.de/pdf/onlinetext_nicht-besucher__renz-mandel_neueste_version10-04-26.pdf, Letzter Zugriff: 07.02.2011].

Interessanter Blick auf die Meinungen von Nicht-Besucher zum Thema Kultur.