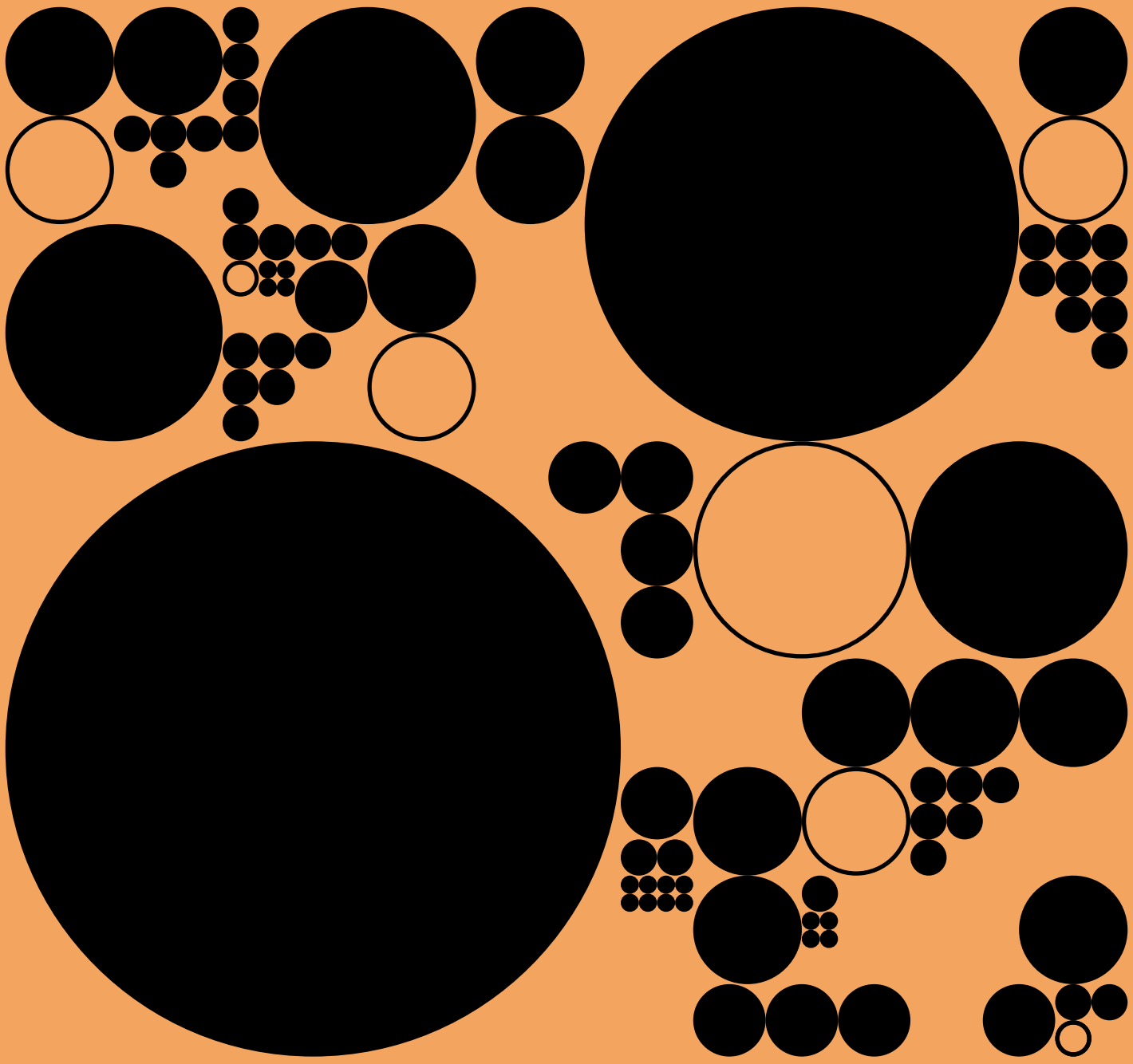
IKTf Institut für Kulturelle Teilhabeforschung



Vera Allmanritter, Thomas Renz, Oliver Tewes-Schünzel, Sebastian Juhnke

Kulturelle Teilhabe in Berlin 2019

Soziodemografie und Lebensstile

Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung,
gefördert von der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Europa

Schriftenreihe Kultursoziologie des
Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung Nr. 1

Impressum

Forschungsprojekt „(Nicht-)Besucher*innen-Studie“ im Zeitraum 01.06.2018 bis 31.12.2019
Projektleitung: Dr. Vera Allmanritter
www.allmanritter.de

Angesiedelt bei:
Berlin Tourismus & Kongress GmbH
Leitung: Burkhard Kieker
Am Karlsbad 11, D-10785 Berlin
www.visitberlin.de

Kooperationspartner im Projekt:
Institut für Museumsforschung Berlin (IfM)
Leitung (im Projektzeitraum): Prof. Dr. Bernhard Graf
In der Halde 1, D-14195 Berlin
www.smb.museum/museen-und-einrichtungen/institut-fuer-museumsforschung/home.html

Im Rahmen der „(Nicht-)Besucher*innen-Studie“:
Konzeption, Fragebogengestaltung, Begleitung der Ausschreibung und Umsetzung der Befragung sowie der Erstellung des Datensatzes: Dr. Vera Allmanritter mit zeitweiser Unterstützung von Dr. Christian Handke (Januar – Juni 2019)
Ausschreibung der Befragung: Senatsverwaltung für Kultur und Europa, Berlin
Durchführendes Befragungsinstitut: Info GmbH, Berlin

Institut für Kulturelle Teilhabeforschung | IKTf seit 01.01.2020
Leitung: Dr. Vera Allmanritter
www.iktf.berlin

Angesiedelt in der:
Stiftung für Kulturelle Weiterbildung und Kulturberatung (SKWK)
++ Stiftung öffentlichen Rechts ++
Leitung: Jasper Bieger
Spandauer Damm 19, D-14059 Berlin
www.stiftung-kulturelle-weiterbildung-kulturberatung.berlin

Durch das IKTf:
Datensatzaufbereitung und Datenauswertung: Oliver Tewes-Schünzel, Dr. Sebastian Juhnke
Autor*innen dieses Berichts: Dr. Vera Allmanritter (Studienleitung), Dr. Thomas Renz, Oliver Tewes-Schünzel, Dr. Sebastian Juhnke
Publikationsmanagement: Betina-Ulrike Thamm, Ulrike Wollkopf
Lektorat/Korrektorat: Wissenschaftslektorat Zimmermann, Magdeburg
Grafik/Satz: Bananenbiegerei, Berlin

Berlin, 01. November 2020

Kontakt:
Institut für Kulturelle Teilhabeforschung | IKTf
Betina-Ulrike Thamm
Referentin für Kommunikation
T +49 (0)30 3030 444 35
b.thamm@iktf.berlin

Zitierhinweis:
Allmanritter, Vera; Renz, Thomas; Tewes-Schünzel, Oliver; Juhnke, Sebastian (2020): Kulturelle Teilhabe in Berlin 2019. Soziodemografie und Lebensstile.
Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung, gefördert von der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Europa (Schriftenreihe Kultursoziologie des IKTf, Nr. 1), Berlin.

Danksagung

Zu Beginn möchte ich mich bei der Senatsverwaltung für Kultur und Europa (SenKultEuropa), *visitBerlin* und dem Institut für Museumsforschung (IfM) für die Ermöglichung des spannenden wie innovativen Projekts „(Nicht-)Besucher*innen-Studie“ und für die äußerst angenehme und produktive Zusammenarbeit im gesamten Projektzeitraum und auch darüber hinaus bedanken. Die Fortführung der Arbeit dieses Projekts über eine institutionelle Förderung des „Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung“ (IKTf) innerhalb der Stiftung für Kulturelle Weiterbildung und Kulturberatung (SKWK) ist ein sehr großer Erfolg, der maßgeblich auch auf unser aller kontinuierliches Engagement hierfür zurückzuführen ist.

Mein Dank gilt zudem Prof. Dr. Gunnar Otte (Johannes Gutenberg-Universität Mainz) für das Teilen von Informationen rund um die Methodik und den Fragebogen zu seiner durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Studie „Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland“ (2016–2019) sowie den Austausch zur Bildung für Variablen im Datensatz im Sinne einer besseren Vergleichbarkeit beider Studien. Mein Dank gilt ebenso Prof. Dr. Karl-Heinz Reuband (emeritiert, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf) für das Teilen von Methodik und Fragebogen zu seiner Studie „Kulturelle Partizipation: Verbreitung, Struktur und Wandel“ aus dem Jahr 2016 für den Landeskulturbericht NRW 2016 sowie die für den vorliegenden Bericht extra vorgenommene Berechnung von Vergleichsdaten. Für die Recherchevorarbeit geht mein Dank an Stefanie Knossalla und Lara Gahlow, für seine Unterstützung bei der Fragebogengestaltung sowie Begleitung der Ausschreibung an Dr. Christian Handke (Erasmus University Rotterdam). Prof. Dr. Tibor Kliment (Rheinische Fachhochschule Köln) danke ich für seine fachliche Reflexion rund um Auswertungsfragen und seinen Rat bei der Erstellung dieses Berichts.

Last but not least: Dieser Bericht wäre ohne die sehr gute gegenseitige Unterstützung im Team des IKTf nicht möglich gewesen. Fast alle von uns waren hiermit in den letzten Monaten beschäftigt, dies gilt für: Oliver Tewes-Schünzel, Dr. Thomas Renz, Dr. Sebastian Juhnke, Betina-Ulrike Thamm und Ulrike Wollkopf. Auch bei ihnen möchte ich mich entsprechend herzlich bedanken.

Berlin im Oktober 2020,

Dr. Vera Allmanritter
Leitung Institut für Kulturelle Teilhabeforschung

Inhalte

1. Einleitung 6

2. Kulturelle Teilhabe in Berlin soziodemografisch 14
2.1 Besuchshäufigkeit bei kulturellen Freizeitangeboten und klassischen Kulturangeboten 15
2.2 Zufriedenheit mit Kulturangeboten 20
2.3 Relevanz des klassischen Kulturangebots 22
2.4 Hinderungsgründe und Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote 24

3. Kulturelle Teilhabe in Berlin nach Lebensstilen 30
3.1 Die Lebensführungstypologie nach Gunnar Otte – theoretisch und in dieser Studie 31
3.2 Lebensstile soziodemografisch 36
3.3 Besuchswahrscheinlichkeit bei kulturellen Freizeitangeboten 40
3.4 Besuchswahrscheinlichkeit bei klassischen Kulturangeboten 42
3.5 Zufriedenheit mit Kulturangeboten und Relevanz des klassischen Kulturangebots 47
3.6 Einstellungen zum klassischen Kulturangebot 52
3.7 Hinderungsgründe und Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote 56
3.8 Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote 62

4. Methodik der Studie und Ausblick auf weitere Auswertungen 68

5. Quellenverzeichnis 71

6. Steckbriefe der Lebensstile 76

Abbildungen

Abbildung 1: Besuchshäufigkeit nach Kulturangeboten in den letzten zwölf Monaten 16
Abbildung 2: Kulturbesuche nach höchstem Bildungsabschluss 18
Abbildung 3: Kulturbesuche nach Alter 19
Abbildung 4: Zufriedenheit mit dem Kulturangebot 20
Abbildung 5: Zufriedenheit mit dem Kulturangebot nach Bezirken 21
Abbildung 6: Relevanz des klassischen Kulturangebots 23
Abbildung 7: Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize 26
Abbildung 8: Lebensstile von Otte (Version 2019) 33
Abbildung 9: Wahrscheinlichkeit, in den letzten zwölf Monaten Nichtbesucher*in gewesen zu sein 35
Abbildung 10: Lebensstile in Berlin im Vergleich zur Bundesrepublik Deutschland 37
Abbildung 11: Soziale Lage der Lebensstile 39
Abbildung 12: Besuchswahrscheinlichkeiten der Lebensstile bei kulturellen Freizeitangeboten 41
Abbildung 13: Besuchswahrscheinlichkeiten der Lebensstile bei klassischen Kulturangeboten 43
Abbildung 14: Zufriedenheit mit Kulturangeboten und Bedeutung des klassischen Kulturangebots für Lebensstile 48
Abbildung 15: Einstellungen der Lebensstile zum klassischen Kulturangebot 53
Abbildung 16: Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize für Lebensstile 58
Abbildung 17: Besuchsmotive der Lebensstile 64

1. Einleitung

Kulturpolitische Relevanz des Themas „Kulturelle Teilhabe in Berlin“ und Ausgangssituation der vorliegenden empirischen Studie zur kulturellen Teilhabe der Berliner Bevölkerung

Kulturelle Teilhabe ist seit vielen Jahren eines der zentralen Themen der deutschen Kulturpolitik im Allgemeinen und der Berliner im Besonderen. So wird ihm auch in der aktuellen Legislaturperiode in den Richtlinien der Regierungspolitik (RdR) des Berliner Senats für die 18. Wahlperiode ein besonders herausragender Stellenwert eingeräumt.[1] Daraufhin hat die Senatsverwaltung für Kultur und Europa (SenKultEuropa) verstärkt öffentliche Mittel vergeben für die fundierte Beratung und Förderung vielfältiger bestehender und neu entstandener Kultur- und Freizeitangebote, Initiativen und Modellprojekte, die auf eine größere und breitere Kulturelle Teilhabe abzielen.[2]

Eine zentrale Grundlage für die Entwicklung jedweder Kultureller Teilhabe-Strategien von Kultureinrichtungen sowie von Kulturpolitik und -verwaltung sind vertiefte Kenntnisse über (potenzielle) Besucher*innen von Kulturangeboten. Die Berliner Kulturpolitik verpflichtet sich in der aktuellen Legislaturperiode daher, die entsprechende Planungs- und Entscheidungsgrundlage durch den Ausbau der Datenlage zu Kultureller Teilhabe zu verbessern. Ziel dieser Maßnahme ist es, ein möglichst umfassendes Basiswissen zu generieren für die strategische Arbeit von Kulturpolitik und -verwaltung (Entwicklung von Teilhabe-Strategien, deren praktischer Umsetzung sowie Evaluation) sowie Kultur- und Freizeiteinrichtungen (v. a. Hinweise für die Entwicklung neuer Angebote, Vermittlungs-/Marketingstrategien und deren Erfolgsmessung).[3] Mit dem Vorhaben, die Datenlage zur Kulturellen Teilhabe auszubauen, ist Berlin bundesweiter Vorreiter, denn insgesamt kann diese in Deutschland im Vergleich zu anderen westlichen Ländern noch deutlich verbessert werden.[4]

Bereits 2018 und 2019 förderte die Senatsverwaltung für Kultur und Europa vor diesem Hintergrund auch das Forschungsprojekt „(Nicht-)Besucher*innen-Studie“. Mit der Konzeption und Umsetzung waren *visitBerlin* für die operative Ansiedlung des Projekts und das Institut für Museumsforschung (IfM) für die wissenschaftliche Begleitung betraut. Gesucht wurden Antworten auf die Fragen:

- Was ist der Status der kulturellen Teilhabe in Berlin?
- Wie kann eine chancengleiche kulturelle Teilhabe in Zukunft ermöglicht werden?
- Inwieweit werden speziell Kultur- und Freizeitangebote von Berliner*innen besucht?
- Welche Gründe gibt es für (Nicht-)Besuche?

Die „(Nicht-)Besucher*innen-Studie“ fokussierte sich für die Beantwortung dieser Fragen zunächst auf die inhaltliche und methodische Weiterentwicklung des seit 2008 in Berlin laufenden Besucher*innenforschungssystems „KulturMonitoring“ (kurz KulMon). KulMon generiert kontinuierlich Daten über Besucher*innen zahlreicher in und außerhalb Berlins ansässiger Kultur- und Freizeiteinrichtungen.[5]

Ein weiterer Arbeitsschwerpunkt der „(Nicht-)Besucher*innen-Studie“ lag in der Konzeption und Durchführung einer repräsentativen Untersuchung zur Kulturellen Teilhabe der Berliner Bevölkerung.[6] Für diese Studie war es maßgeblich, nicht nur die passive Teilnahme an Kultur- und Freizeitangeboten in den Blick zu nehmen und somit die Frage, inwieweit Berliner*innen diese besuchen. Vielmehr war es elementar, auch zu untersuchen, inwieweit die Berliner*innen aktiv am kulturellen Leben teilhaben, beispielsweise indem sie auf nicht professioneller Ebene kulturelle Inhalte (mit)produzieren (bspw. Malen/Zeichnen), an Angeboten von Kultur- und Freizeiteinrichtungen aktiv beteiligt sind (bspw. Theaterworkshops) und/oder (Mit-)Gestaltungsmöglichkeiten in Kultur- und Freizeitangeboten wahrnehmen (bspw. Ko-Kreation bei der Programmgestaltung).

Neben der Individualebene von Kultureller Teilhabe müssen die Rahmenbedingungen untersucht werden, die diese aktuell und in der Zukunft begünstigen oder verhindern. An einer chancengleichen Kulturellen Teilhabe und der Repräsentation der Berliner Stadtgesellschaft im Kulturbereich sind verschiedenste Handelnde auf der gesellschaftlichen Makro- und Mesoebene maßgeblich beteiligt. Entsprechend legte die „(Nicht-)Besucher*innen-Studie“ einen weiteren Arbeitsschwerpunkt auf begleitende Forschung

1. Vgl. Abgeordnetenhaus von Berlin 2017: 49 ff.
2. Genannt seien hier beispielsweise eine Erhöhung der Mittel für den Berliner Projektfonds Kulturelle Bildung (vgl. Stiftung für Kulturelle Weiterbildung und Kulturberatung 2020), die Einrichtung der Servicestelle „Diversity Arts Culture“ (vgl. Diversity Arts Culture 2020) sowie die Modellprojekte „Vermittlungs- und Outreach-Kuratorinnen und -Kuratoren in den Berliner Landesmuseen und -gedenkstätten“ (vgl. SenKultEuropa 2017a), „Eintrittsfreier Museumssonntag“ (vgl. Land Berlin 2019) oder das Förderprogramm „Digitale Entwicklung im Kulturbereich“ (vgl. SenKultEuropa 2017b).
3. Vgl. SenKultEuropa 2019: 3 ff.
4. Vgl. Kirchberg/Kuchar 2014; Otte/Binder 2015. Es sei an dieser Stelle auf die Studie „Freizeit und Kultur in Deutschland 2018“ von Gunnar Otte (2016–2019) hingewiesen. Eine ausführliche Ergebnisdarstellung befindet sich in Druck (vgl. Johannes Gutenberg-Universität Mainz 2019; Otte/Lübbe/Balzer 2020). Studien anderer europäischer Länder/Regionen stammen beispielsweise aus England (vgl. DCMS 2020), Frankreich (vgl. Lombardo/Wolff 2020) und Flandern/Belgien (vgl. Lievens/Siongers/Waege 2015).
5. Vgl. visitBerlin 2020a. Im Haushalt 2020/2021 hat die Senatsverwaltung für Kultur und Europa Berliner Kultur- und Freizeiteinrichtungen Mittel für eine Teilnahme an KulMon bereitgestellt (vgl. SenKultEuropa 2019: 7 ff.).
6. Vgl. SenKultEuropa 2019: 3 ff.

zu Berliner Modellprojekten von Kultur- und Freizeiteinrichtungen für eine praktische Umsetzung von Kulturelle-Teilhabe-Strategien im Hinblick auf Organisation, Personal und Programm. Ebenfalls wurde in diesem Projekt ein Grundstein gelegt für die Reflexion der von Kulturverwaltungen und -politik vorgenommenen Fördermaßnahmen für Kulturelle Teilhabe.[7]

Kulturelle Teilhabe bezieht sich hier auf ein weites Verständnis von Kultur und konzentriert sich nicht nur auf klassische Kulturangebote oder die sogenannte Hochkultur. Der Blick richtet sich also nicht nur auf beispielsweise Museen, Theater, klassische Konzerte, Opern oder Ballett. Je nach Forschungsschwerpunkt werden auch Angebote wie etwa Filmvorführungen/Kinos, Konzerte im Populärmusikbereich, Zoos, Musicals, Sportveranstaltungen, Clubs/Discos oder Bildungsangebote wie Bibliotheken und Volkshochschulen betrachtet.[8] Zugleich ist das Verständnis von kultureller Teilhabe nicht auf den Bereich der öffentlich geförderten Kultur- und Freizeiteinrichtungen in Berlin beschränkt. Es werden auch die freie Szene, Soziokultur, privat finanzierte Angebote, Angebote außerhalb von Kultur- und Freizeiteinrichtungen (bspw. in Schulen, Vereinen, im Stadtraum) sowie Kulturbesuche auf Reisen oder im Ausland untersucht.

Seit Januar 2020 wird die Arbeit des Forschungsprojekts „(Nicht-)Besucher*innen-Studie“ über eine institutionelle Förderung des „Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung“ (IKTf) innerhalb der Stiftung für Kulturelle Weiterbildung und Kulturberatung (SKWK) fortgesetzt und inhaltlich ausgebaut.[9] Mit der Aufnahme seiner Arbeit 2020 hat das IKTf unter anderem begonnen, die im Rahmen des Forschungsprojekts „(Nicht-)Besucher*innen-Studie“ durchgeführte repräsentative Umfrage zur Kulturellen Teilhabe der Berliner Bevölkerung im Jahr 2019 auszuwerten. Die Ergebnisse dieser unter dem Titel „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2019“ realisierten Studie werden im vorliegenden Bericht präsentiert.

Fragestellung und Vorgehensweise der empirischen Studie „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2019“

Die Studie liefert vertiefende Informationen über die Kulturelle Teilhabe der Berliner Bevölkerung. Es handelt sich um die erste groß angelegte Bevölkerungsbefragung in Berlin, die folgende Fragen beantwortet:

- Welche Berliner*innen besuchen Kultur- und Freizeitangebote, welche nicht?
- Wie zufrieden sind die Berliner*innen mit ihren Kultur- und Freizeitangeboten und welche Relevanz haben diese für sie?
- Was motiviert die Berliner*innen zu Besuchen von Kultur- und Freizeitangeboten und welche Gründe hinderten sie eventuell daran?
- Wie kann für mehr Berliner*innen eine chancengleiche Kulturelle Teilhabe ermöglicht werden, insbesondere für diejenigen, die in der Besucher*innenschaft von Kultur- und Freizeitangeboten bisher unterdurchschnittlich repräsentiert sind?
- Welche künstlerischen Hobbys üben die Berliner*innen aus und wie und in welchem Ausmaß bringen sie sich in die (Mit-)Gestaltung kultureller Aktivitäten und Angebote ein?

Die Grundgesamtheit der Umfrage stellen Personen mit Erstwohnsitz in Berlin dar. Für die Befragung wurden 13 005 Berliner Adressen zufällig ausgewählt, die vom Einwohnermeldeamt zur Verfügung gestellt wurden.[10] Die Befragung erfolgte schriftlich-postalisch, wobei zusätzlich auch die Möglichkeit angeboten wurde, online teilzunehmen. Der deutschsprachige Fragebogen wurde durch eine englische, türkische, russische und arabische Übersetzung ergänzt. Der Erhebungszeitraum erstreckte sich vom 25. Juni bis zum 31. Oktober 2019. Der bereinigte Rücklauf betrug 3402 Fragebögen, das entspricht einer Rücklaufquote von 27 Prozent.

Um an die bisherige Forschung zu Kultureller Teilhabe anzuknüpfen, werden die Erhebungsergebnisse hinsichtlich des Einflusses soziodemografischer Faktoren, wie formaler Bildung, Alter, Geschlecht und Einkommen, auf die Antworten der Befragten untersucht.[11] In der Soziologie wird jedoch seit spätestens den 1980er Jahren auf die begrenzte Erklärungskraft ebensolcher soziodemografischer Faktoren

7. Pilothaft zunächst für das Modellprojekt „Vermittlungs- und Outreach-Kuratorinnen und -Kuratoren in den Berliner Landesmuseen und -gedenkstätten“ (vgl. SenKultEuropa 2017a). Erste Überlegungen hinsichtlich der Unterstützung einer Analyse von Fördermaßnahmen von Kulturverwaltungen und -politik erfolgten rund um das von der Senatsverwaltung für Kultur und Europa (mit)betreute EU-Projekt „Creative Ageing – cultural engagement instead of social isolation“ (vgl. Landeshauptstadt München 2020).
8. Es existiert eine Vielzahl von Kultur-Begriffen, selbst die Kulturwissenschaften haben keine einheitliche Definition ihres Gegenstands entwickelt (siehe hierzu bspw. Hansen 2000).
9. Vgl. SenKultEuropa 2019: 4 ff.; Stiftung für Kulturelle Weiterbildung und Kulturberatung 2020; Institut für Kulturelle Teilhabeforschung 2020.
10. Berlin hatte zum 30.06.2019 3 754 418 Einwohner*innen (siehe Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2019).
11. Hier und im Folgenden herangezogene Vergleichswerte entstammen der Studie „Kulturelle Partizipation: Verbreitung, Struktur und Wandel“ von Karl-Heinz Reuband, durchgeführt im Jahr 2016 (vgl. Reuband 2018a, 2017, 2016; N = 4299, bundesweit).

für soziales Verhalten verwiesen. Als ergänzender Erklärungsansatz wird die Betrachtung von sozialen Milieus oder Lebensstilen in der Bevölkerung vorgeschlagen, die auf Einstellungen, Werten, Lebenszielen und Alltagspraktiken der Menschen beruhen.[12] Daher wurde dieser Denkansatz auch in der Forschungsliteratur rund um den Bereich Kulturmanagement bereits seit den 1980er Jahren empfohlen, um zu einem besseren Verständnis der Besucher*innen und Nicht-Besucher*innen von Kulturangeboten zu gelangen.[13] Vor diesem Hintergrund analysiert die vorliegende Studie zum ersten Mal in der deutschsprachigen Forschung zu Kultureller Teilhabe das Kulturbesuchsverhalten verschiedener Lebensstile in der Berliner Bevölkerung in großem Stil. Zu diesem Zweck kommt hier die Lebensführungstypologie von Gunnar Otte zum Einsatz, ein wissenschaftlich validiertes Instrument aus dem Bereich der sozialstrukturellen Ungleichheitsforschung der Soziologie.[14]

Informationen zu Lebensstilen sind für Kultur- und Freizeiteinrichtungen sowie für Kulturpolitik und -verwaltung in mehrerlei Hinsicht nützlich:

- Sie ermöglichen ganz generell ein tieferes Verständnis für die aktuelle Kulturelle Teilhabe in Berlin und deren Entwicklung im Zeitverlauf, als soziodemografische Merkmale es allein zu leisten vermögen.
- Ein Abgleich der Verteilung von Lebensstilen in der Bevölkerung mit deren Verteilung in der Besucher*innenschaft von Kultur- und Freizeiteinrichtungen gibt wertvolle Hinweise zu Bevölkerungsgruppen, die unter den Besucher*innen der einzelnen Angebote bisher unterdurchschnittlich repräsentiert sind. Denn die Daten, die für den Abgleich in Berlin nötig sind, werden ebenfalls in den KulMon-Befragungen erhoben.
- Für verschiedene Lebensstile können gezielte Kulturelle-Teilhabe-Strategien entwickelt werden, beispielsweise Kulturmarketing- und/oder Kulturvermittlungsmaßnahmen von Kultur- und Freizeiteinrichtungen.
- Die Lebensstile bieten eine Basis für die Entwicklung gemeinsamer Strategien der Kulturellen Teilhabe, beispielsweise innerhalb einer Sparte oder von mehreren Kultur- und Freizeiteinrichtungen im Zusammenspiel mit Kulturpolitik und -verwaltung.[15]

Aufbau des vorliegenden Berichts

Der vorliegende Bericht gliedert sich in zwei inhaltliche Abschnitte. In Kapitel 2 werden Ergebnisse der Berliner Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2019“ nach soziodemografischen Faktoren dargestellt. In Kapitel 3 werden sie um Ergebnisse zu den Lebensstilen der Befragten ergänzt. Beide Abschnitte beinhalten Unterkapitel zu den Themenbereichen Besuchsverhalten, Zufriedenheit mit den Angeboten, Relevanz der Angebote, Einstellungen zu den Angeboten sowie Hinderungsgründe und Besuchsanreize. Ergänzend wird bei den Lebensstilen auf Besuchsmotive eingegangen.

Das Ziel dieser Studie liegt vor allem darin, Berliner Kultur- und Freizeiteinrichtungen sowie Kulturpolitik und -verwaltung Anregungen zur Entwicklung von Strategien für eine größere und breitere Kulturelle Teilhabe zu liefern. Vor diesem Hintergrund fokussiert dieser Bericht zunächst die Ergebnisdarstellung von Fragen rund um die Teilnahme an Kultur- und Freizeitangeboten. Die Erhebung selbst verwendete einen breiten Kulturbegriff und beinhaltete Fragen zu den vielfältigsten Kultur- und Freizeitangeboten. Vor dem Hintergrund der Zielsetzung der Studie wird in der Darstellung der Auswertungsergebnisse jedoch auf einen funktionalen Kulturbegriff zurückgegriffen, der insbesondere den Handlungsradius der Akteur*innen in Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Kulturpolitik und -verwaltung umfasst. Hierfür wird in der Ergebnisdarstellung zwischen drei Gruppen von Kultur- und Freizeitangeboten differenziert:

- „Kultur- und Freizeitangebote“ beinhalten alle in der Studie betrachteten Angebote unter einem breiten Kulturbegriff.
- „Kulturelle Freizeitangebote“ umfassen Angebote, die im Kulturbereich uneinheitlich der Kategorie Kulturangebote zugeordnet sind, zumindest aber oftmals nicht zu den klassischen Kulturangeboten gezählt werden. Dies gilt zum Beispiel für Filmvorführungen/Kinos, Konzerte im Populärmusikbereich, Zoos, Musicals, Sportveranstaltungen, Clubs/Discos oder Bildungsangebote und Bibliotheken.
- „Klassische Kulturangebote“ meint Angebote, die im Kulturbereich in der Regel zu Kulturangeboten gezählt werden. Sie werden zudem von öffentlichen Kulturverwaltungen in Deutschland – wie auch in Berlin – maßgeblich gefördert. Hierzu zählen Ausstellungen in verschiedenen Arten von Museen, Gedenkstätten und Erinnerungsorten, Theateraufführungen, klassische Konzerte sowie Opern-, Ballett- und Tanzaufführungen.[16]

---

12. Für eine Überblicksdarstellung siehe beispielsweise Otte 2008.
13. Siehe beispielsweise Kotler/Scheff 1997: 93 ff.; Hood 1991, 1983; in jüngerer Zeit beispielsweise Allmanritter 2017; Reuband 2017; Kirchberg/Kuchar 2012; Klein 2011.
14. Vgl. Otte 2019, 2008. Vergleichswerte zu den Lebensstilen entstammen einer Studie, die 2018 als Vorarbeit für die vorliegende Untersuchung im Rahmen der „(Nicht-)Besucher*innen-Studie“ mit Unterstützung von Gunnar Otte als deutschlandweite Bevölkerungsbefragung durchgeführt wurde (vgl. Otte 2019; N = 3007, bundesweit).
15. Vgl. Allmanritter 2019: 11.
16. Zu den klassischen Kulturangeboten gehören nach Ansicht der Autor*innen dieses Berichts auch Lesungen/

Mit dieser Unterteilung wird in der vorliegenden Studie keinerlei Wertung in Bezug auf den künstlerischen Wert oder die Förderwürdigkeit der Angebote vorgenommen. Wenn im Folgenden Erhebungsergebnisse zu klassischen Kulturangeboten getrennt von anderen Kultur- und Freizeitangeboten dargestellt werden, hat dies nur zwei Gründe: Es sind erstens die Angebote, die zumindest aktuell weithin als kulturpolitisch förderwürdig betrachtet werden. Zweitens sind es aus genau diesem Grund Angebote, bei denen angesichts ihrer öffentlichen Förderung unter dem Stichwort Kultur- und Bildungsauftrag vor allem ein kulturpolitischer Anspruch an die Gewährleistung oder zumindest Förderung Kultureller Teilhabe gestellt werden kann.

Auf die Ergebnisdarstellung folgt eine kurze Beschreibung der Studienmethodik (Kapitel 4). In diesem Bericht kann bei weitem nicht schon auf alle Ergebnisse der der Studie „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2019“ eingegangen werden. Ein Leitfaden für die praktische Arbeit mit Lebensstilen und eine Buchpublikation zu den weiteren Ergebnissen der Befragung sind für das Jahr 2021 vorgesehen. Des Weiteren werden zu einzelnen inhaltlichen und methodischen Aspekten der Studie Artikel in Fachzeitschriften veröffentlicht werden. Die Publikationen sollen dabei sowohl innovative Impulse für Kultureinrichtungen, Kulturpolitik- und -verwaltungen als auch für die Kulturelle Teilhabeforschung liefern. Einen Ausblick auf durch das IKTf geplante weitere Datenauswertungen gibt Kapitel 5.

Im Anhang des Berichts befinden sich vollständige Steckbriefe pro Lebensstil, die die Ergebnisse des Kapitels 3 zusammenfassen, diese aber auch noch mit weiteren Informationen zu Interessen sowie zum Freizeitverhalten unterfüttern und die einzelnen Lebensstile damit greifbar machen sollen. Für die praktische Arbeit mit den Lebensstilen sei an dieser Stelle auf den Abschlussbericht des Pilotprojekts „Kulturelle Teilhabe im ländlichen Raum“ der Konferenz Nationaler Kultureinrichtungen (KNK) verwiesen, der Möglichkeiten zur praktischen Anwendung von Informationen zu Lebensstilen ausführlich erläutert. Dabei werden allgemeine Steckbriefe von Lebensstilen zunächst zu erweiterten Steckbriefen je Einrichtung und/oder Sparte ausgebaut. Auf deren Basis können gezielte Kulturelle-Teilhabe-Strategien entwickelt werden. Zudem wird die erste Umsetzung eines solchen gemeinschaftlichen Ansatzes zweier Einrichtungen veranschaulicht.[17]

Literaturveranstaltungen und Konzerte aus dem Bereich Jazz/Neue Musik/Klangkunst und experimentelle Musik. Aus Gründen der Vergleichbarkeit mit anderen Studien (vgl. bspw. Priem/Schupp 2015: 490) sind diese Angebote in der Gruppe der klassischen Kulturangebote im Folgenden jedoch nicht enthalten. Sie werden in diesem Bericht gesondert ausgewiesen.

17. Vgl. Allmanritter 2019: 35 ff. Weiterführende Literatur zur Nutzung von Lebensstilen für Marketing/Vermittlung im Non-Profit-Bereich liegt kaum vor. Verwiesen sei hier auf Publikationen zum Forschungsprojekt „Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland“ des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung. Verwendung finden hier die sogenannten Sinus-Milieus, dennoch ist die Herangehensweise zumindest grob übertragbar (vgl. DIE 2019).

Kernergebnisse der Studie „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2019“

Kulturelle Teilhabe in Berlin soziodemografisch

- Die Berliner*innen sind Kulturliebhaber*innen: Sie besuchen die vielfältigsten Kultur- und Freizeitangebote ganz generell häufiger als der Bundesdurchschnitt.

- Berliner*innen aus allen Bildungsgruppen besuchen Kultur- und Freizeitangebote, dabei Personen mit höheren formalen Bildungsabschlüssen mit höherer Wahrscheinlichkeit.

- Die Altersverteilung unter den Besucher*innen schwankt je nach Kultur- und Freizeitangebot. Beispielsweise ist der Besucher*innenanteil bei klassischen Konzerten in den höheren Altersgruppen sehr hoch, Filmvorführungen/Kino sind vor allem für die Jüngeren attraktiv.

- Das von den Befragten angegebene Geschlecht und Einkommensniveau haben auf die Besuchswahrscheinlichkeit von Kultur- und Freizeitangeboten offenbar einen zu vernachlässigenden Einfluss.

- Kultur- und Freizeitangebote werden sehr geschätzt – aber nicht alle Berliner*innen empfinden sie als ausreichend in ihrem direkten Wohnumfeld vorhanden und/oder per se für sie gedacht.

- Unzufriedenheit mit den Angeboten im direkten Wohnumfeld sowie das Gefühl, dass sich die Angebote nicht an sie richten, sind überdurchschnittlich häufig bei Befragten mit formal niedrigen Bildungsabschlüssen und aus Haushalten mit durchschnittlich niedrigerem Einkommen vorzufinden.

- Alle soziodemografischen Gruppen nennen jegliche in der Studie abgefragten Hinderungsgründe und Anreize für Besuche klassischer Kulturangebote, allerdings jeweils in unterschiedlichem Ausmaß. Besonders viele Nennungen erfolgen von Befragten mit formal niedrigen Bildungsabschlüssen und mit niedrigerem Einkommen.

- Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize liegen 1. zunächst anscheinend bei den potenziellen Besucher*innen selbst, sind jedoch auch auf gesellschaftliche Bedingungen zurückzuführen, gehen 2. von den Kulturangeboten aus, liegen 3. in kulturpolitischen Handlungsfeldern, tangieren aber auch stadtplanerische und bildungspolitische Fragen oder gehören 4. ganz generell zu ressortübergreifenden Themenkomplexen.

Kulturelle Teilhabe in Berlin nach Lebensstilen

- Aus dem Forschungsbereich der „Sozialen Ungleichheit“ der Soziologie ist schon seit den 1970er/1980er Jahren bekannt, dass soziodemografische Faktoren für das Verstehen und Vorhersagen sozialen Verhaltens – wie beispielsweise auch eines Kulturbesuchs – eine nachlassende Erklärungskraft aufweisen. In der Soziologie werden als wichtiger weiterer Erklärungsfaktor für soziales Verhalten verschiedene Lebensstile gesehen.

- In der vorliegenden Studie wurde die Lebensführungstypologie von Gunnar Otte verwendet, die neun Lebensstile in der Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland identifiziert. Im räumlichen Modell der Lebensführungstypologie werden zwei Hauptdimensionen unterschieden: das Ausstattungsniveau und das Modernitätsniveau von Lebensstilen.

- Die Verteilung der neun Lebensstile von Gunnar Otte in Berlin spiegelt eine heterogene und breit differenzierte Stadtgesellschaft wider – die Lebensstile beschreiben die Berliner*innen dabei in einer plakativeren und greifbareren Art, als dies Soziodemografie vermag.

- Lebensstile leisten einen erheblichen Erklärungsbeitrag in der Kulturellen Teilhabeforschung. Ihr Einbeziehen in die Auswertung bewirkt dabei nicht, dass der Einfluss soziodemografischer Faktoren auf das Kulturbesuchsverhalten verloren geht, er wird aber tendenziell abgeschwächt.

- Die Verteilung soziodemografischer Faktoren wie Bildung, Alter, Geschlecht und Einkommen über die Lebensstile unterscheidet sich in Berlin stellenweise deutlich von jener in bundesweiten Daten. Berliner*innen weisen beispielsweise im Schnitt ein höheres formales Bildungs-, aber ein niedrigeres Einkommensniveau auf.

- Alle Lebensstile besuchen kulturelle Freizeitangebote und klassische Kulturangebote. Die Breite des besuchten Angebotsspektrums variiert bei Letzteren jedoch deutlicher als bei den kulturellen Freizeitangeboten.

- In Berlin gehören weniger Lebensstile zu den Kernnachfragenden von Kultur- und Freizeitangeboten als bundesweit.

- Die „Kulturflaneure“[18] als einen einzigen homogenen Kulturbesucher*innen-Typ gibt es nicht. Stattdessen handelt es sich dabei um drei verschiedene Lebensstile, die en détail unterschiedliche Präferenzen aufweisen.

---

18. Siehe hierzu ursprünglich Wiesand 1995, aufgegriffen vor allem in Publikationen rund um das 8. und 9. KulturBarometer (vgl. bspw. Keuchel/Mertens 2011; Keuchel 2005).

- Die Berliner*innen sind über alle Lebensstile hinweg sehr zufrieden mit dem Kulturangebot ihrer Stadt. Dies gilt überdurchschnittlich für Lebensstile mit hohem Ausstattungsniveau.

- Obwohl alle Lebensstile es zu einem gewissen Anteil nutzen, ist das klassische Kulturangebot der Stadt nur für wenige Lebensstile von großer persönlicher Bedeutung.

- Die Berliner*innen finden über alle Lebensstile hinweg klassische Kulturangebote gesamtgesellschaftlich wichtig, wirtschaftlich vorteilhaft für Berlin und öffentlicher Förderung würdig.

- Die allgemein hohe Wertschätzung für klassische Kulturangebote unter den Berliner*innen bedeutet keinesfalls gleichzeitig, dass sich alle Lebensstile gleichermaßen von ihnen angesprochen fühlen.

- Über alle Lebensstile hinweg werden alle Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize genannt, wenn auch je nach Lebensstil mit unterschiedlicher Zusammensetzung und Häufigkeit, beispielsweise:

- Einen Mangel an interessanten klassischen Kulturangeboten sehen sowohl besonders besuchsaffine als auch weniger besuchsaffine Lebensstile als relevanten Grund für einen Nichtbesuch.

- Mangelnde finanzielle Ressourcen werden von vielen Lebensstilen genannt, fast konsistent aber insbesondere von jenen mit niedrigem Ausstattungsniveau

- Wünsche nach mehr interessanten Angeboten in der Umgebung, Betreuungsmöglichkeiten für Kinder/Enkelkinder, inklusiven Angeboten, mehr inhaltlicher/sprachlicher Diversität der Angebote und Formaten zu deren Ko-Gestaltung hängen nicht nur von Lebensstilen, sondern teils auch von soziodemografischen Faktoren ab.

- Motive, die ein Zusammenspiel von sozialem Erlebnis und dem Verbringen einer entspannten Zeit abbilden, nennen alle Lebensstile am häufigsten – für Lebensstile, die den Angeboten nicht so nahestehen, sind sie in Relation aber besonders wichtig.

- Lebensstile, die klassische Kulturangebote sehr wahrscheinlich besuchen, nennen Besuchsmotive rund um ein besonderes Interesse am Kernangebot und den Wunsch nach (Weiter-)Bildung besonders häufig.

- Auch Motive, die sich um symbolischen und beruflichen Nutzen eines Kulturbesuchs drehen, werden tendenziell eher von Lebensstilen genannt, die diese Angebote besonders wahrscheinlich besuchen.

- Kinder unterhalten, anregen oder informieren ist vor allem für traditionelle Lebensstile ein wichtiges Motiv – selbst vor Ort an Angeboten aktiv teilnehmen wollen eher moderne und gut ausgestattete Lebensstile.

2. Kulturelle Teilhabe in Berlin soziodemografisch

Kulturelle Teilhabe in Berlin soziodemografisch

Wer besucht in Berlin kulturelle Angebote? Welche Rolle spielen formale Bildungsabschlüsse, das Alter und das Einkommen oder das Geschlecht für das Stattfinden von Besuchen? In diesem Kapitel werden Kernergebnisse der Berliner Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2019“ nach solchen soziodemografischen Faktoren dargestellt. Damit knüpft diese Studie an Vorgehensweisen und Analysekategorien bisheriger Forschungen[19] zu Kultureller Teilhabe an und schafft Vergleichsmöglichkeiten.

2.1 Besuchshäufigkeit bei kulturellen Freizeitangeboten und klassischen Kulturangeboten

Die Berliner*innen sind Kulturliebhaber*innen: Sie besuchen die vielfältigsten Kultur- und Freizeitangebote ganz generell häufiger als der Bundesdurchschnitt.

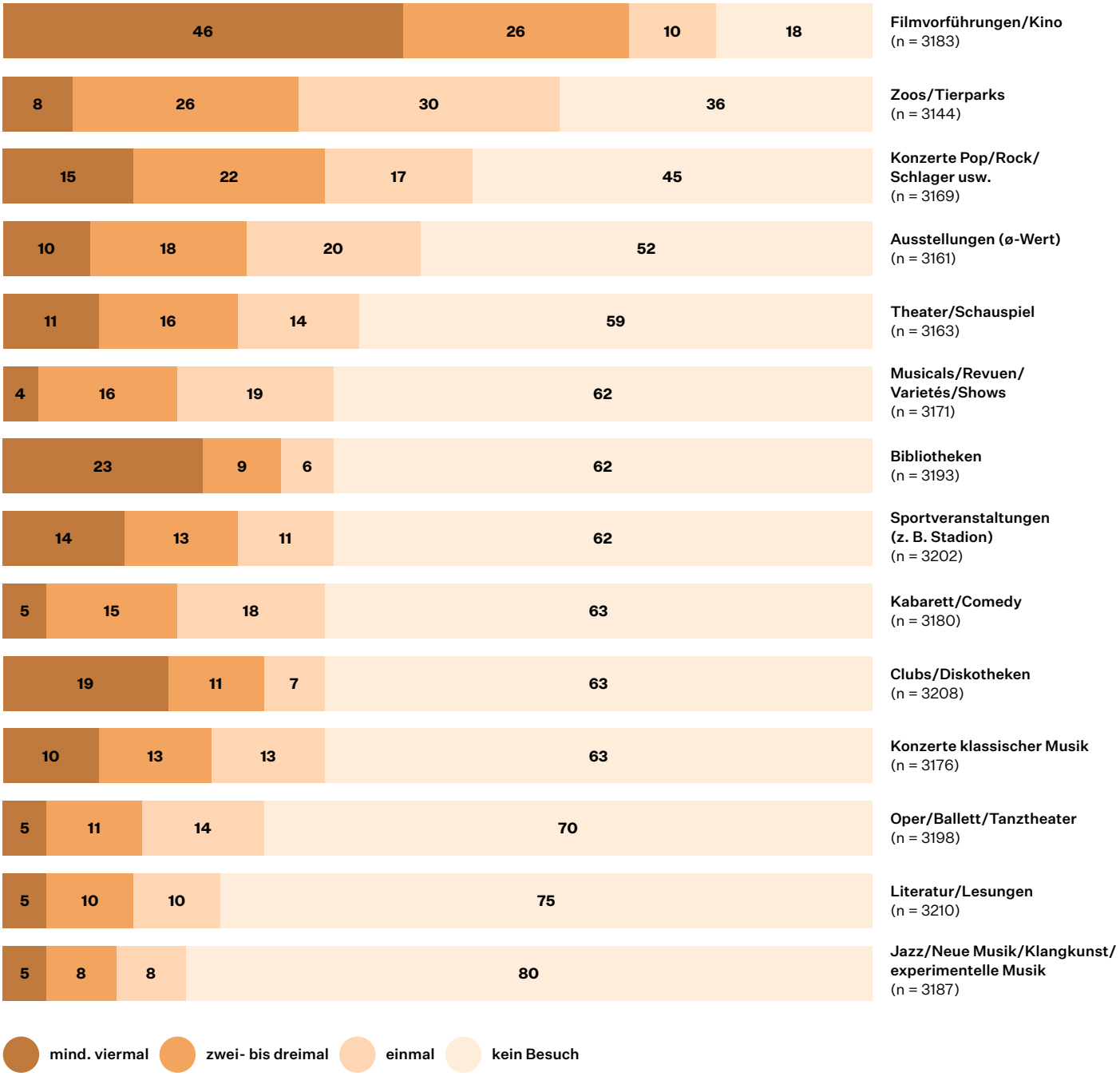
Welche Kultur- und Freizeitangebote werden von besonders vielen Berliner*innen genutzt? Gefragt wurde nach Besuchen zumindest hin und wieder und egal wo, das heißt auch nach Veranstaltungen in Schulen, Vereinen oder auf Reisen oder im Ausland. Den größten Besucher*innenkreis ziehen Angebote an, die im Verständnis eines weit gefächerten Kulturbegriffs zu kulturellen Freizeitangeboten zählen (siehe Abbildung 1 auf der nächsten Seite). Es handelt sich hierbei mit einigem Abstand vor allem um Filmvorführungen/Kinos. Mehr als vier von fünf Befragten gaben an, in den letzten zwölf Monaten mindestens ein entsprechendes Angebot besucht zu haben. Danach folgen Zoos und Tierparks sowie Konzerte im Bereich der Unterhaltungsmusik (Pop/Rock/Schlager usw.[20]). Sie wurden in diesem Zeitraum von 64 Prozent beziehungsweise 54 Prozent der Befragten mindestens einmal besucht.[21] Im Bereich der sogenannten klassischen Kulturangebote – hier verstanden als Ausstellungen, Theateraufführungen, klassische Konzerte und Opern, Ballett- und Tanztheateraufführungen – ziehen vor allem Ausstellungen[22] (48 Prozent) viele Berliner*innen an.

Auf den nächsten Rängen sind gleich mehrere kulturelle Angebote mit nur geringen Abständen platziert: Jeweils circa 40 Prozent besuchten in den letzten zwölf Monaten Angebote aus den Bereichen Theater/Schauspiel,[23] Bibliotheken, Sportveranstaltungen (wie Stadionbesuche), Kabarett/Comedy, Clubs/Diskotheken sowie Konzerte klassischer Musik. 30 Prozent der Befragten gingen in Opern, Ballett- und Tanztheateraufführungen. Lesungen/Literaturveranstaltungen sowie Konzerte in den Bereichen Jazz/Neue Musik/Klangkunst und experimentelle Musik nutzte ein Viertel beziehungsweise ein Fünftel der Berliner Bevölkerung in den letzten zwölf Monaten.

Betrachtet man diejenigen Befragten mit mehr als drei Besuchen in den letzten zwölf Monaten, schärft sich das Bild nochmals: Besonders viele solcher häufigen Besucher*innen hat erneut das Kino mit fast der Hälfte aller Befragten (46 Prozent). Fast ein Viertel der Berliner*innen (23 Prozent) gehört in Bezug auf Bibliotheken zu diesem Besucher*innenkreis. Ähnliches gilt für Clubs/Diskotheken, die etwa von jedem Fünften (19 Prozent) mehr als dreimal im Jahr besucht werden. Wer speziell diese Angebote nutzt, tut dies offenbar auch regelmäßig. Das lässt darauf schließen, dass solche Angebote – im Vergleich zu anderen hier aufgeführten – eher zum Alltagsleben der Berliner*innen zählen. Einen im Vergleich relativ niedrigen Anteil von (regelmäßigen) Besucher*innen weisen hingegen Vorstellungen im Bereich Musical/Revue/Varieté/Show, Kabarett/Comedy, Oper/Ballett/Tanztheater, der Bereich Literatur/Lesungen und Konzerte im Bereich Jazz/Neue Musik/Klangkunst/experimentelle Musik auf. Diese Angebote sind für weniger Berlin*innen Teil ihrer regelmäßigen Freizeitgestaltung. Ein Besuch hat für sie eher den Charakter von etwas Seltenem und Besonderem.

19. Siehe beispielsweise Reuband 2016; Keuchel 2005, 2003; jüngst Mandel 2020.
20. Hier der Einfachheit halber gekürzt, im Fragebogen abgefragt als „Andere Konzerte (Rock, Pop, Hip-Hop, Metal, Elektro, Schlager, Volksmusik usw.)“.
21. Alle Abweichungen zwischen Prozentwerten im Umfang von bis zu 5 % werden als statistische Schwankungen definiert und somit nicht als relevante Abweichung interpretiert.
22. Hier der Einfachheit halber nicht wie im Datensatz aufgeschlüsselt in Kunstausstellungen, historische und archäologische Ausstellungen, naturkundliche und technische Ausstellungen, Gedenkstätten und Erinnerungsorte etc. In der Studie ebenfalls erhoben wurde die Besuchshäufigkeit von Angeboten der Volkshochschulen. Da diese aber andere Antwortkategorien hat als die in Abbildung 1 aufgeführten Kultur- und Freizeitangebote, wird in diesem Bericht auf eine Darstellung dieser Ergebnisse verzichtet. Hierfür sei auf Publikationen im Anschluss an diesen Bericht verwiesen.
23. Hier der Einfachheit halber gekürzt, im Fragebogen abgefragt als „Theateraufführungen, Sprechtheater-/Schauspielaufführungen“.

Abbildung 1: Besuchshäufigkeit nach Kulturangeboten in den letzten zwölf Monaten (Angabe in Prozent)



Insgesamt lässt sich festhalten: Die Berliner*innen sind Kulturliebhaber*innen. **Rund 93 Prozent der Befragten besuchten mindestens eines der in der Berliner Bevölkerungsbefragung abgefragten Kultur- und Freizeitangebote in den letzten zwölf Monaten.** Sowohl in Bezug auf diesen Bevölkerungsanteil als auch auf den Kreis jener, die die oben genannten Angebote häufiger als dreimal in diesem Zeitraum besuchten, übertreffen die hier aufgeführten Werte die Ergebnisse bundesweiter Untersuchungen aus den vergangenen Jahren teils deutlich.[24] **Rund 73 Prozent der Berliner*innen besuchten klassische Kulturangebote wie Ausstellungen, Theateraufführungen, klassische Konzerte und Opern, Ballett- und Tanztheateraufführungen in den letzten fünf Jahren mindestens einmal.** Für die zusammengefasste Besuchshäufigkeit von Kultur- und Freizeitangeboten in den letzten zwölf Monaten liegen keine aktuellen Vergleichsdaten vor. In der bundesweiten Bevölkerungsbefragung Sozio-oekonomisches Panel (SOEP) aber lag der Anteil derjenigen, die spezifisch diese Angebote zumindest selten (und nicht nie) besucht hatten, 2013 bei nur rund 60 Prozent.[25]

Auf den ersten Blick auffällig ist die hohe Besuchsfrequenz der Berliner*innen bei vielen Kultur- und Freizeitangeboten, wenngleich dies in der Forschung nicht zum ersten Mal festgestellt wird: Sie lässt sich laut Sozio-oekonomischem Panel (SOEP) mit dem „Großstadtfaktor" erklären – nicht nur sei das großstädtische Publikum im Schnitt kulturaffiner, sondern auch das kulturelle Angebot in der Hauptstadt größer

24. Siehe beispielsweise Otte/Lübbe/Balzer 2020; Reuband 2018a; Priem/Schupp 2015; Keuchel 2011.
25. Vgl. Priem/Schupp 2015: 487.

als in anderen Regionen Deutschlands.[26] Diese Aussage wird auch durch einen Blick in Vergleichsdaten gestützt: Auffällig hoch sind die Besuchshäufigkeiten in Berlin bei Filmvorführungen/Kino, klassischen Konzerten und Oper/Ballett/Tanztheater. Bei diesen Angeboten liegen die Werte für diejenigen, die sie innerhalb der letzten zwölf Monate mindestens einmal besucht haben, bundesweit rund 30 Prozentpunkte (Filmvorführungen/Kino) beziehungsweise bis zu 20 Prozentpunkte (klassische Konzerte, Oper/Ballett, Tanztheater) unter dem Berliner Durchschnitt – in der Hauptstadt gibt es damit wesentlich mehr Menschen, die diese Angebote nutzen.[27] Nun weist Berlin deutschlandweit die größte Dichte an Spielstätten im Bereich Filmvorführungen/Kino auf.[28] Zugleich verfügt Berlin – in der Bundesrepublik einzigartig auf so engem Raum – über drei überregional renommierte Opernhäuser und eine sehr hohe Anzahl von Orchestern.[29]

Zu anderen Kultur- und Freizeitangeboten liegen leider keine aktuellen Vergleichsdaten für Gesamtdeutschland vor. Regionale Merkmale in die Auswertung einzubeziehen, ist für Folgestudien zur Kulturellen Teilhabe in Berlin ab 2021 vorgesehen und wird zu dieser Fragestellung wertvolle Hinweise liefern. Doch Achtung: Werden in entsprechende Auswertungen des Sozio-oekonomischen Panels (SOEP) für Berlin regionale Merkmale, wie beispielsweise öffentliche Kulturausgaben oder Steuereinnahmen, in die Analyse einbezogen, verschwindet für Berlin der oben beschriebene Großstadteffekt:[30] Die hohen Werte für Berlin mögen zwar für eine global größere Kulturelle Teilhabe in der Hauptstadt stehen, dies könnte aber zunächst nur für bestimmte Bevölkerungsgruppen gelten. Inwieweit tatsächlich bestimmte soziodemografische Bevölkerungsgruppen im bundesweiten Vergleich deutlich besser von den Angeboten erreicht werden, wird dieser Abschnitt im Folgenden herausarbeiten.

Trotz starken Einflusses der Bildung sind nicht nur Akademiker*innen unter den Besucher*innen von Kultur- und Freizeitangeboten – die Altersverteilung unter den Besucher*innen schwankt je nach Angebot.

Welche Rolle spielen soziodemografische Merkmale der Befragten, wie formale Bildung, Alter, Geschlecht und Einkommen, für die Besuchswahrscheinlichkeit von Kultur- und Freizeitangeboten? In der hier vorliegenden Studie sind Personen mit Abitur oder sogar akademischem Bildungsgrad unter den Besucher*innen der meisten oben aufgeführten Angebote überrepräsentiert (siehe Abbildung 2 auf der nächsten Seite).

Es zeigt sich ein besonders starker Effekt des Bildungsgrads bei Angeboten aus dem Bereich der sogenannten klassischen Kulturangebote, beispielsweise klassischer Konzerte: Während von den Berliner*innen mit Realschul- oder niedrigerem formalen Schulabschluss 23 Prozent zum Besucher*innenkreis von Konzerten klassischer Musik gehörten, zählten dazu 34 Prozent derjenigen mit Abitur und 52 Prozent derjenigen mit Hochschulabschluss.[31] Der Einfluss des formalen Bildungsniveaus auf Besuche von Ausstellungen und Vorstellungen im Bereich Theater/Schauspiel fällt ähnlich deutlich aus. Die Besuchswahrscheinlichkeit ist bei sogenannten klassischen Kulturangeboten also keinesfalls über verschiedene formale Abschlüsse hinweg gleichverteilt: **Personen mit höheren formalen Bildungsabschlüssen zählen mit deutlich höherer Wahrscheinlichkeit zum Besucher*innenkreis von klassischen Kulturangeboten wie Ausstellungen, Theateraufführungen, klassischen Konzerten und Opern, Ballett- und Tanztheateraufführungen**.

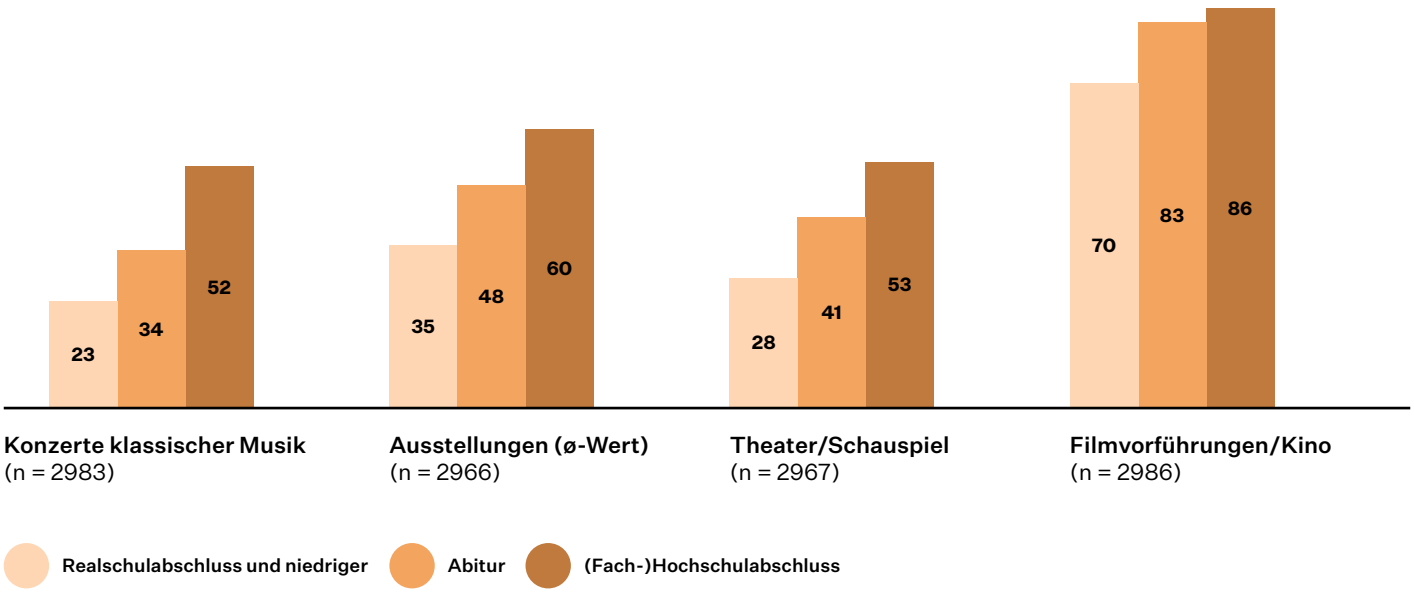
Auch bei Angeboten aus dem Bereich der kulturellen Freizeitangebote, wie beispielsweise Filmvorführungen/Kino, zeigt sich ein Bildungseffekt, wenn auch in schwächerer Ausprägung. Trotz dieses Befunds ist hervorzuheben: **Die Besucher*innenschaft klassischer Kulturangebote besteht ebenfalls aus einem nicht zu vernachlässigenden Anteil von Personen ohne Abitur.** Immerhin 35 Prozent der befragten

---

26. Vgl. Priem/Schupp 2015: 493.
27. Vgl. Abbildung 1 und Reuband 2018a: 381.
28. Vgl. Castendyk 2014: 21.
29. Vgl. visitBerlin 2020b. Wie stark ein solcher Großstadteffekt ausfallen kann, lässt sich zumindest für den Bereich Oper auch in weiteren Studien zeigen. In Großstädten mit eigenem Opernhaus kann eine Wertschätzung für diese Kunstform besser in Handeln umgesetzt werden, als dies ohne ein solches Angebot in unmittelbarer Nähe der Fall wäre. Entsprechend ist an Orten mit bereits einem Opernhaus der Anteil der Opernbesucher*innen in der Gesamtbevölkerung größer. Er liegt in solchen Städten (bspw. Leipzig, Hannover und Düsseldorf) teils doppelt so hoch wie im bundesdeutschen Durchschnitt (vgl. Reuband 2018a: 384). Zudem ist es sehr wahrscheinlich, dass die Befragten hier auch viele Besuche von Angeboten außerhalb von traditionellen, öffentlichen Einrichtungen mitgedacht haben, denn die Frageformulierung lautete: „Nutzen Sie die folgenden Angebote zumindest hin und wieder, egal, wo? Denken Sie dabei bitte z. B. auch an Veranstaltungen in Schulen, Vereinen oder auch auf Reisen oder im Ausland!“. Eine weitere Frage im Fragebogen zu der Art von Einrichtungen, in der klassische Kulturangebote besucht wurden, bestätigt diese Annahme. Nur 88 Prozent derjenigen, die klassische Kulturangebote besucht haben, geben an dieser Stelle an, dass sie dies in den letzten fünf Jahren (auch) in traditionellen, öffentlichen Einrichtungen getan haben.
30. Vgl. Priem/Schupp 2015: 493. Ein Abgleich der Angaben von Befragten mit den tatsächlich verkauften Tickets der Häuser wäre neben öffentlichen Kulturausgaben oder Steuereinnahmen ebenfalls eine Möglichkeit, hohe angegebene Besuchshäufigkeiten zu kontrollieren. Doch erstens wurde in der vorliegenden Studie nicht explizit nach Besuchen in Deutschland gefragt, und zweitens wären für Deutschland kaum aussagekräftige Ticketdaten verfügbar. In die Statistiken des Deutschen Bühnenvereins fließen beispielsweise Privattheater und Einrichtungen, die über kein eigenes Ensemble verfügen, nur unvollständig ein (vgl. Reuband 2018a: 381 f.).
31. Achtung, dies bedeutet, dass 23 Prozent aller Befragten mit Realschulabschluss oder niedriger klassische Konzerte besuchten. Es bedeutet nicht, dass 23 Prozent aller Besucher*innen klassischer Konzerte zu dieser Gruppe gehören.

Berliner*innen mit Realschul- oder niedrigerem formalen Schulabschluss besuchten Ausstellungen und 28 Prozent Angebote im Bereich Theater/Schauspiel. Weiterführende Datenanalysen deuten darauf hin, dass es innerhalb dieser Bildungsgruppe vor allem ältere Jahrgänge sind, die Angebote wie Konzerte klassischer Musik wahrnehmen.

Abbildung 2: Kulturbesuche nach höchstem Bildungsabschluss (≥ 1 Besuch letzte 12 Monate, Angabe in Prozent)



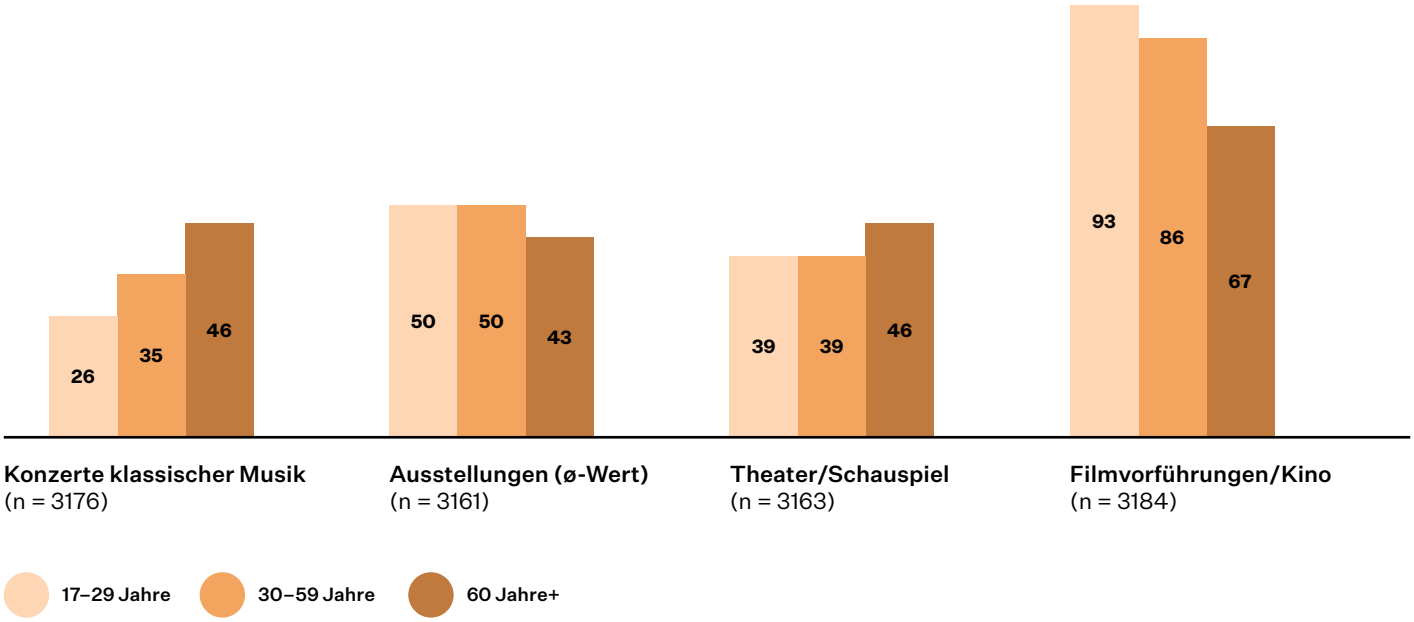
Auch bundesweit zeigen sich diese Bildungseffekte. Obwohl auch in anderen Bundesländern ein nicht unwesentlicher Anteil von Personen mit niedrigem formalen Bildungsabschluss Konzerte klassischer Musik, Ausstellungen, Theater/Schauspiel und Filmvorführungen/Kino besucht, überwiegen in Gesamtdeutschland erneut diejenigen mit hohen formalen Bildungsabschlüssen.[32] In Bezug auf den Bildungshintergrund ist die Kulturelle Teilhabe in Berlin wie in Deutschland sehr ähnlich gelagert: Grundsätzlich sind Personen mit niedrigem formalen Bildungsniveau unter den Besucher*innen der hier aufgeführten Angebote unterrepräsentiert. So lässt sich an dieser Stelle für Kultureinrichtungen, (Kultur-)Politik und (Kultur-)Verwaltung festhalten: Die große Bedeutung des Faktors Bildung für Kulturelle Teilhabe bestätigt die hohe Relevanz von Programmen und Initiativen der Förderung Kultureller Bildung sowohl in den Einrichtungen selbst als auch in allen Schulformen und außerschulischen Lernorten.

Neben der Bildung beeinflusst das Alter der Befragten wie auch in vielen anderen Bevölkerungsbefragungen[33] als weiterer wichtiger Faktor die Besuchswahrscheinlichkeit von Kultur- und Freizeitangeboten. **Insbesondere bei klassischen Konzerten ist der Besucher*innenanteil in den höheren Altersgruppen sehr hoch**. Wie in Abbildung 3 auf der nächsten Seite zu sehen, besuchten beispielsweise nur 26 Prozent der 15- bis 29-Jährigen mindestens ein Konzert klassischer Musik, in der Altersgruppe ab 60 Jahren taten dies 46 Prozent. Die Stärke dieses Zusammenhangs muss auch deshalb hervorgehoben werden, da der Anteil der formal Höhergebildeten in der höchsten Altersgruppe deutlich niedriger ist als in den jüngeren – der Besucher*innenanteil hätte dort folglich eher geringer ausfallen müssen. Dies deutet darauf hin, dass das klassische Konzertpublikum Berlins insgesamt eine Tendenz zur „Veralterung“ aufweist,[34] was für die Zukunft entsprechender Einrichtungen vor allem dann zum Problem werden wird, wenn es sich hier um einen Generationeneffekt handelt und zukünftige Generationen auch im Alter diesen Angeboten fernbleiben.

Die Tendenz zu einer überdurchschnittlich alten Besucher*innenschaft lässt sich jedoch nicht für alle klassischen Kulturangebote beobachten. Bei Ausstellungen und Theateraufführungen ist der Besucher*innenkreis über die Altersstufen hinweg verhältnismäßig konstant. Eine Publikumsüberalterung zieht sich auch generell nicht durch die in der hier vorgestellten Studie angeführten Kultur- und Freizeitangebote. **Insbesondere bei kulturellen Freizeitangeboten, wie beispielsweise Kino und Filmvorführungen, kann ein gegenteiliger Einfluss festgestellt werden:** Hier nimmt der Anteil der Besucher*innen ab 60 Jahren deutlich ab.

32. Vgl. Reuband 2018a: 390 ff. Es sei darauf hingewiesen, dass bei Ausstellungen der Vergleich hier und im weiteren Verlauf etwas unscharf ist, denn die Vergleichsstudie untergliedert – anders als die vorliegende Studie – besuchte Ausstellungen in: Museum für Kunst, Malerei; Stadt- oder Heimatmuseum; naturwissenschaftliches, technisches, historisches Museum; Kunstausstellung in Galerien.
33. Siehe beispielsweise Otte/Lübbe/Balzer 2020; Reuband 2018a und 2018b; Priem/Schupp 2015; Keuchel 2011.
34. Vgl. beispielsweise Reuband 2018a; Keuchel 2011.

Abbildung 3: Kulturbesuche nach Alter (≥ 1 Besuch letzte 12 Monate, Angabe in Prozent)



Ein Blick auf bundesweite Vergleichsergebnisse ergibt ein sehr ähnliches Bild. Auch in Daten zu Gesamtdeutschland sind klassische Konzerte für höhere Altersgruppen besonders attraktiv.[35] In Bezug auf eine größere Kulturelle Teilhabe von Jüngeren an klassischen Konzerten zeigt sich in diesem Ergebnis zum einen die Bedeutung von Vermittlungsangeboten im Rahmen der Kinder- und Jugendarbeit, wie sie von einer Vielzahl von Kultureinrichtungen bereits mit großen Anstrengungen aufgebaut werden. Zum anderen zeigt sich der Bedarf nach Programmen und Initiativen der Förderung Kultureller Bildung in schulischen und außerschulischen Lernorten, um die sich Kulturpolitik und -verwaltungen übergreifend bemühen. Ausstellungen und Theateraufführungen werden auch bundesweit über alle Altersgruppen hinweg recht konstant besucht. Bei diesen Angeboten ist die Kulturelle Teilhabe quer über die Altersgruppen hinweg somit weitgehend gegeben.

Eine deutliche Auffälligkeit zeigt sich jedoch hinsichtlich der Besucher*innen von Kino und Filmvorführungen. Sowohl in den Berliner als auch in den bundesweiten Daten sind diese zwar vor allem für Jüngere von wesentlicher Bedeutung, in Berlin sind sie jedoch für die Altersgruppe der über 60-Jährigen deutlich relevanter, als dies bundesweit der Fall ist.[36] An dieser Stelle liegt die Annahme sehr nahe, dass sich diese Beobachtung auf das umfangreiche Angebot im Bereich Kino/Filmvorführungen und hierbei vor allem von Filmkunstkinos in Berlin zurückführen lässt. Diese sind laut einer bundesweiten Vergleichsstudie besonders für ein älteres Publikum attraktiv, während für junge Besucher*innen stärker das spannungsreiche Erleben zählt.[37] Nichtsdestotrotz kann bezüglich Kinos und Filmvorführungen in Berlin eine größere Kulturelle Teilhabe der über 60-Jährigen festgestellt werden als im bundesweiten Vergleich.

Von Befragten angegebenes Geschlecht und Einkommensniveau haben auf die Besuchswahrscheinlichkeit von Kultur- und Freizeitangeboten offenbar einen zu vernachlässigenden Einfluss.

Mit leichter Tendenz werden Theateraufführungen sowie klassische Konzerte und Opern, Ballett- und Tanzaufführungen etwas mehr von Frauen nachgefragt. Dies gilt minimal auch für klassische Konzerte. Bei Kino/Filmvorführungen und Ausstellungen sind es gleichermaßen Frauen wie Männer, die diese nachfragen.[38] So lässt sich festhalten: **Bei den hier aufgeführten Kultur- und Freizeitangeboten in Berlin ist das Geschlechterverhältnis hinsichtlich der Besuchswahrscheinlichkeit weitgehend ausgeglichen**.[39] In Vergleichsdaten für Gesamtdeutschland zeigt sich eine sehr ähnliche Verteilung. Auch dort sind keine merklichen Geschlechterdifferenzen hinsichtlich der Besucher*innen von Kino/Filmvorführungen und Ausstellungen erkennbar. Bezüglich Theateraufführungen, klassischer Konzerte sowie Opern,

35. Vgl. Reuband 2018a: 390 ff.
36. Vgl. Reuband 2018a: 390 ff.
37. Vgl. Reuband 2017: 79.
38. Ein kurzer Blick auf die verschiedenen Arten von Ausstellungen zeigt jedoch auf, dass es eine Ausnahme gibt: Angebote im naturkundlichen/technischen Bereich wurden von 61 Prozent der Männer in den letzten 12 Monaten mindestens einmal besucht, von Frauen hingegen nur von 47 Prozent. Dies spiegelt sich in recht ähnlicher Weise auch in den bundesweiten Daten: Bei naturwissenschaftlichen, technischen und historischen Museen ist der Männeranteil besonders hoch, vgl. Reuband 2018a: 390 ff.
39. Eine vertiefende Betrachtung der Befragungsergebnisse bezüglich derjenigen, die als Geschlecht „divers“ angaben, ist aufgrund von niedrigen Fallzahlen leider nicht möglich.

Ballett- und Tanzaufführungen zeigt sich auch in den bundesweiten Daten eine häufigere Besuchsfrequenz bei Frauen – der Frauenanteil rangiert jedoch höher als in Berlin.[40] So lässt sich hier festhalten: Zumindest bei den genannten Angeboten ist in Berlin wie bundesweit anscheinend eine Kulturelle Teilhabe von Männern und Frauen gleichermaßen gewährleistet. Bei anderen Angeboten befinden sich in Berlin anteilig mehr Männer unter den Besucher*innen. Über die Ursachen dieses Phänomens kann mit den vorliegenden Daten keine Aussage getroffen werden.

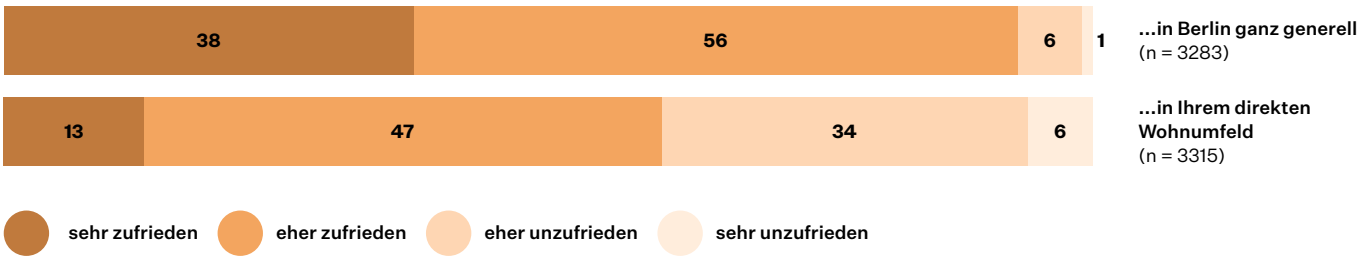
Die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Einkommensgruppe nimmt insgesamt vergleichsweise wenig Einfluss auf die Besuchsfrequenz von Kultur- und Freizeitangeboten. Auf den ersten Blick werden zwar sowohl klassische Konzerte, Ausstellungen, Theateraufführungen als auch Kino/Filmvorführungen von einkommensstarken Haushalten (ab 2838 € Einkommen) häufiger besucht als von Haushalten mit mittleren (1325–2837 €) und niedrigen Einkommens (bis 1324 €).[41] Dies veranschaulicht rein empirisch zunächst, dass es um Kulturelle Teilhabe bei Personen mit einem niedrigen Einkommensniveau vergleichsweise schlechter steht als bei Personen mit einem hohen. Allerdings gelangen Studien der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) wiederholt zu dem Ergebnis, dass ein höherer Bildungsstand und ein höheres Alter in der Regel zu besseren Beschäftigungsmöglichkeiten und höherem Einkommen führen.[42] Und so offenbart auch in dieser Studie ein vertiefender Blick in die Daten: Die auf Grundlage der bisherigen Häufigkeitsauszählungen vermeintlich noch vorhandenen Einkommenseffekte auf die Besuchsfrequenz gehen unter Berücksichtigung des formalen Bildungsniveaus und des Alters der Befragten verloren. In einer europaweiten Untersuchung aus dem Jahr 2013 konnten für Deutschland in Bezug auf das Einkommen ebenfalls kaum Effekte auf die Besuchswahrscheinlichkeit festgestellt werden, wenn Faktoren wie formale Bildung und Alter in Auswertungen einbezogen werden.[43] Dies bedeutet jedoch nicht, dass mangelnde finanzielle Mittel nicht einschränkend auf die Besuche von Kultur- und Freizeitangeboten wirken können (siehe hierzu Unterkapitel 2.3).

2.2 Zufriedenheit mit Kulturangeboten

Kulturangebote in Berlin werden sehr geschätzt – aber nicht alle Berliner*innen empfinden sie als ausreichend in ihrem direkten Wohnumfeld vorhanden und/oder per se für sie gedacht.

Wie zufrieden sind die Berliner*innen mit dem Kulturangebot generell und speziell in ihrem unmittelbaren Wohnumfeld? Insgesamt stellt die Berliner Bevölkerung dem Kulturangebot der Stadt ein sehr gutes Zeugnis aus (siehe Abbildung 4): **94 Prozent der Befragten sind mit dem Berliner Kulturangebot zufrieden, 38 Prozent sogar sehr. Nur 7 Prozent der Befragten sind eher unzufrieden oder ganz unzufrieden.** Soziodemografische Faktoren, wie formale Bildung, Alter und Geschlecht, üben nur einen schwachen Einfluss auf das Antwortverhalten der Befragten aus, Einkommen keinen nachweislichen. Deutlich weniger positiv sieht die Bilanz jedoch beim Kulturangebot in Wohnortnähe aus, denn **40 Prozent der Befragten sind mit dem kulturellen Angebot in ihrem direkten Wohnumfeld nicht zufrieden.** Tendenziell am stärksten ausgeprägt ist ebenjene Unzufriedenheit bei Berliner*innen mit Realschul- oder niedrigerem formalen Schulabschluss, mit Abitur (je 43 Prozent) sowie bei Befragten in der Altersgruppe der 15- bis 29-Jährigen (50 Prozent). Doch auch unter denjenigen Befragten, die diese Angebote im Vergleich besonders häufig nachfragen, sind nicht unwesentlich viele unzufrieden mit dem kulturellen Angebot in ihrem direkten Wohnumfeld. Dies gilt auch für 35 Prozent der Befragten mit (Fach-)Hochschulabschluss und 35 Prozent der über 60-Jährigen. Das Einkommen und das Geschlecht der Befragten zeigen an dieser Stelle keinen signifikanten Effekt auf deren Antworten.

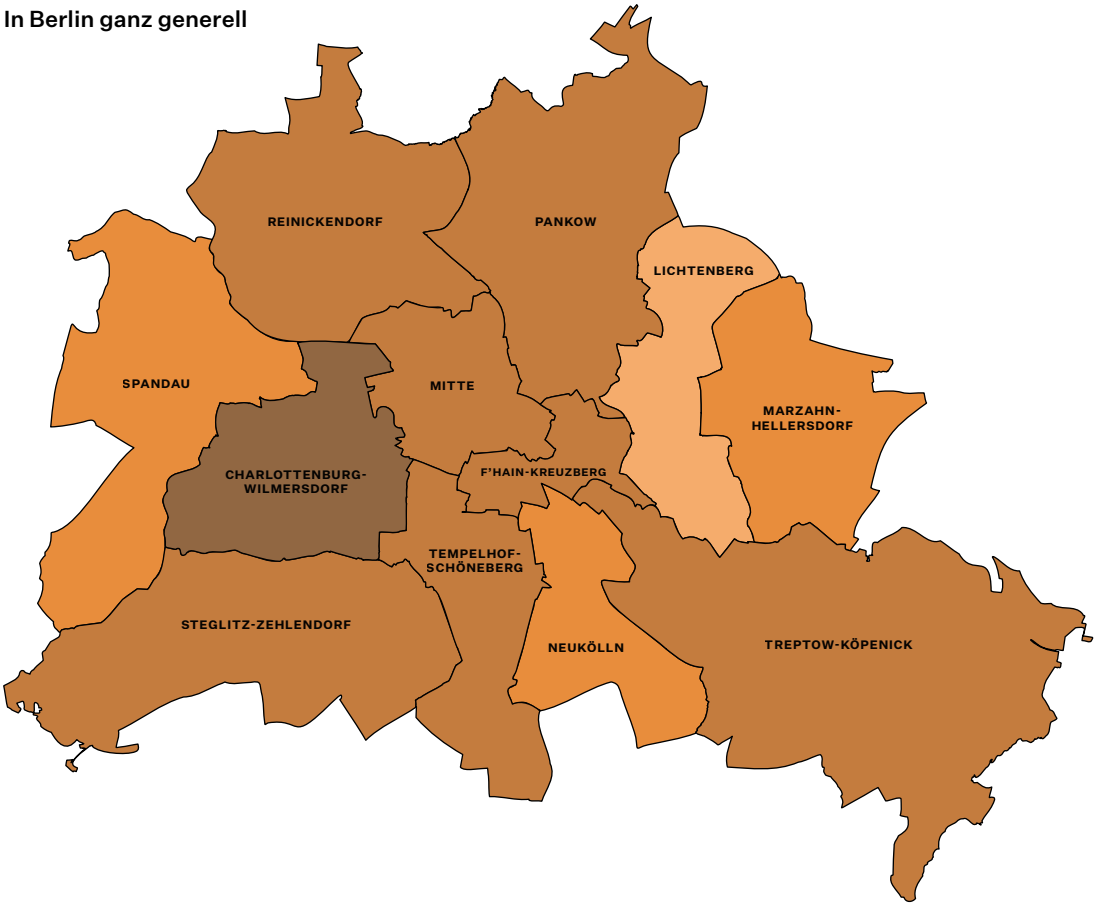
Abbildung 4: Zufriedenheit mit dem Kulturangebot (Angabe in Prozent)



40. Vgl. Reuband 2018a: 390 ff.
41. Diese Einteilung leitet sich von der sogenannten relativen Einkommensposition ab. Die Zahlen beziehen sich auf das unter Bedarfsgesichtspunkten modifizierte Pro-Kopf-Haushaltseinkommen (Nettoäquivalenzeinkommen) (vgl. IAQ 2018). In die niedrige Einkommensgruppe fallen Haushalte, die maximal 70 Prozent des mittleren Einkommens zur Verfügung haben. Die hohe Einkommensgruppe beginnt ab 150 Prozent dieses Wertes. Als Berechnungsgrundlage der Einkommensgrenzen wurde der bundesdeutsche Median (1892 €) von 2018 herangezogen (vgl. Statistisches Bundesamt 2020a).
42. Vgl. OECD 2019.
43. Vgl. European Commission 2013.

Abbildung 5: Zufriedenheit mit dem Kulturangebot nach Bezirken

In Berlin ganz generell



Im direkten Wohnumfeld



100 bis 96 Prozent
96 bis 93 Prozent
93 bis 90 Prozent
90 bis 80 Prozent
80 bis 70 Prozent
70 bis 60 Prozent
60 bis 50 Prozent
50 bis 40 Prozent

Deutliche Effekte hat die Wohnlage der Befragten auf deren Zufriedenheit mit dem kulturellen Angebot in ihrem unmittelbaren Wohnumfeld. Zufriedenheitswerte von mindestens 70 Prozent erzielen die zentral gelegenen Innenstadtbezirke Friedrichshain-Kreuzberg, Charlottenburg-Wilmersdorf und Mitte. Aber auch nicht in der direkten Innenstadt gelegene Stadtteile, wie Pankow, Tempelhof-Schöneberg und Steglitz-Zehlendorf, schneiden mit einer Zufriedenheit von 60 bis 70 Prozent vergleichsweise gut ab (siehe Abbildung 5 auf der vorhergehenden Seite). Anders sieht es aus in den Stadtteilen Neukölln, Spandau, Reinickendorf, Treptow-Köpenick. Dort liegt der Anteil der Zufriedenen bei rund 50 Prozent. Im Nordosten der Stadt, in Lichtenberg und Marzahn-Hellersdorf, wohnende Befragte sind lediglich zu rund 45 Prozent mit dem kulturellen Angebot in ihrem direkten Wohnumfeld zufrieden.

Das direkte Wohnumfeld liegt für viele Berliner*innen nicht nur in einem Stadtteil, sondern über Stadtteilgrenzen hinweg. Entsprechend könnte eine kleinteiligere Analyse der Zufriedenheit der Befragten, wie beispielsweise nach lebensweltlich orientierten Räumen (LOR),[44] aufschlussreich sein. Im vorliegenden Fall verhindern zu geringe Fallzahlen eine solche statistische Auswertung. Es ist davon auszugehen, dass Angehörige bestimmter soziodemografischer Gruppen vor allem in bestimmten Stadtteilen wohnen.[45] Zudem ist es sehr wahrscheinlich, dass die Anzahl der tatsächlich in den Stadtteilen vorhandenen Kultur- und Freizeitangebote Einfluss auf das Ausmaß der Zufriedenheit der Menschen mit dem kulturellen Angebot in ihrem direkten Wohnumfeld nehmen wird. Diese Aspekte tiefergehend zu untersuchen, wird Aufgabe zukünftiger Analysen sein.

Für Kultureinrichtungen, (Kultur-)Politik und (Kultur-)Verwaltung sind diese Erkenntnisse bezüglich einer flächendeckenden Kulturellen Teilhabe in Berlin relevant. Die Außenbezirke können ihren Bewohner*innen offenbar kein den innenstädtischen Bezirken vergleichbares Angebot vorhalten. Strategien zum Abbau dieser Ungleichheit zwischen den Stadtteilen können vielfältig sein. Sie müssten nicht zwingend in der Neugründung von Kultureinrichtungen liegen, sondern könnten etwa bei der Mobilität von Nachfragenden ansetzen – beispielsweise mittels verbesserter Anbindung von Außenbezirken an die Innenstadt durch den ÖPNV. Andererseits könnten Wege in einem Ausbau der kulturellen Infrastruktur und/oder in einer größeren Mobilität von Kultur- und Freizeitangeboten liegen. Ein Beispiel für Letzteres ist das von der Senatsverwaltung für Kultur und Europa geförderte Modellprojekt „Vermittlungs- und Outreach-Kuratorinnen und -Kuratoren in den Berliner Landesmuseen und -gedenkstätten“.

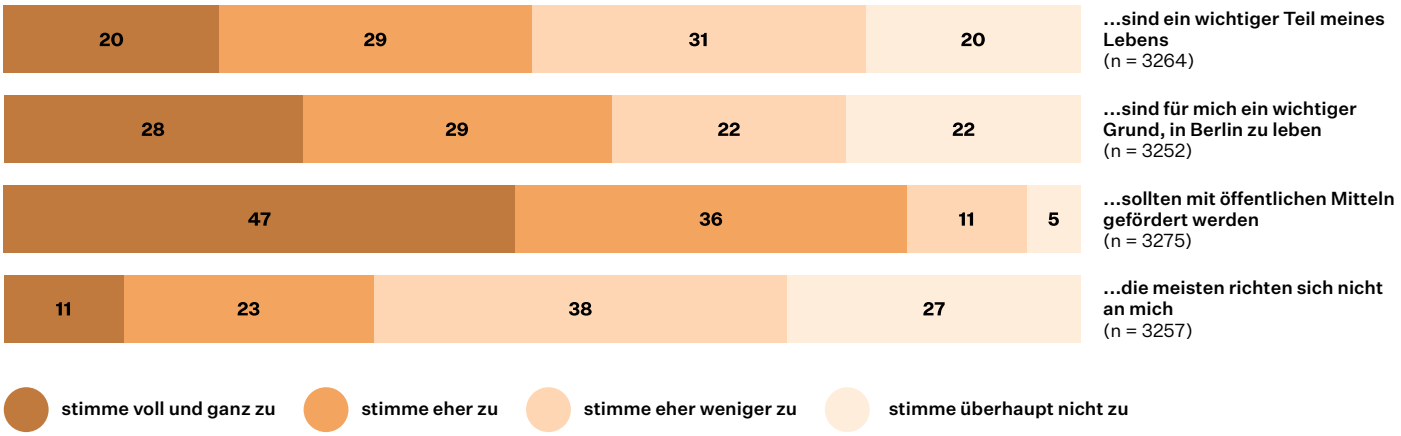
2.3 Relevanz des klassischen Kulturangebots

Klassische Kulturangebote haben für viele Berliner*innen große persönliche Relevanz oder werden als förderungswürdig gesehen – aber nicht alle haben das Gefühl, dass sich die Angebote an sie richten.

Haben auch speziell klassische Kulturangebote eine hohe Bedeutung für die Berliner*innen oder bezieht sich die Zufriedenheit vor allem auf kulturelle Freizeitangebote? Wenn in den bisherigen Analysen bereits die Größe des Besucher*innenkreises dieser Angebote deutlich wurde, zeigt sich deren Beliebtheit in der Berliner Bevölkerung anhand der in Abbildung 6 (auf der nächsten Seite) illustrierten Zahlen nochmals eindrücklich: **Über 80 Prozent der Befragten befürworten die Förderung klassischer Kulturangebote, wie Ausstellungen, Theateraufführungen, Opernaufführungen und klassischer Konzerte, mit öffentlichen Mitteln.** Dies gilt also auch für Personen, die nach den oben aufgeführten Besuchsfrequenzen selbst nicht zum engen Publikumskreis zählen. Dass es sich hierbei nicht um eine Besonderheit der Berliner*innen handelt, zeigten bereits andere Bevölkerungsbefragungen in Deutschland. Offensichtlich wird das Kulturangebot von Vielen auch unabhängig von eigenen Besuchen als gesellschaftlich bedeutsam eingestuft.[46] Die Zustimmungswerte steigen bei dieser Aussage mit zunehmendem Alter und Bildungsgrad. Für Befragte mit hohem formalen Bildungsabschluss liegt sie sogar bei über 90 Prozent. Während das Einkommen hier keinen signifikanten Einfluss auf das Antwortverhalten der Befragten ausübt, liegt der Zustimmungswert von Frauen leicht über jenem der Männer.

44. Vgl. SenSW 2020.
45. Vgl. SenGPG 2013: 24 ff.
46. Siehe beispielsweise Reuband 2016; Keuchel 2005, 2003; jüngst Mandel 2020.

Abbildung 6: Relevanz des klassischen Kulturangebots (Angabe in Prozent)



Unterstützt wird diese Einschätzung durch zwei weitere Erkenntnisse dieser Befragung: Ein entsprechendes Kulturangebot macht das Leben in Berlin für einen großen Anteil der Befragten offenbar lebenswert: **Fast 60 Prozent der Berliner*innen geben an, dass ebenjene klassischen Kulturangebote ein wichtiger Grund für sie sind, gern in Berlin zu leben.** Zudem erachten sie ebenjene Kulturangebote nicht nur generell, sondern auch für sich selbst als relevant: **Fast die Hälfte der Befragten stimmt der Aussage zu, dass klassische Kulturangebote ein wichtiger Teil ihres Lebens sind.** Besonders hohe Zustimmungswerte haben beide Aussagen bei den Kernnachfragenden der Angebote, also Personen mit hohem formalen Bildungsabschluss und Personen höheren Alters sowie bei Befragten aus einkommensstarken Haushalten.

Gleichzeitig herrscht eine Diskrepanz zwischen dem insgesamt sehr positiven Image des klassischen Kulturangebots bei den Berliner*innen und dessen Wahrnehmung als wirklich auch eines an sie selbst gerichteten Angebots. Dieses Missverhältnis stellt sowohl für klassische Kulturangebote selbst als auch für Kulturpolitik und -verwaltung eine Herausforderung dar. Trotz der bisherigen Bemühungen um die Vergrößerung und Verbreiterung der Kulturellen Teilhabe und der hohen Akzeptanzwerte für klassische Angebote gilt: **Ein nicht zu vernachlässigender Teil der Berliner*innen fühlt sich nur bedingt durch klassische Kulturangebote angesprochen. Etwas mehr als ein Drittel der Berliner*innen stimmt der Aussage zu, dass sich die meisten dieser Angebote nicht an Menschen wie sie richten würden.** Besonders häufig stimmen dieser Aussage Befragte zu, die über einen niedrigen formalen Bildungsabschluss verfügen (43 Prozent) und der Altersgruppe 15 bis 29 Jahre angehören (47 Prozent). Ebenso stimmen dieser Aussage zu einem hohen Anteil männliche Befragte (40 Prozent) und Befragte aus einkommensschwachen Haushalten (42 Prozent) zu. Allerdings findet sich diese Ansicht durchaus auch in den Gruppen, die gemessen an ihrer Besuchshäufigkeit eigentlich zu den Kernnachfragenden dieser Angebote zählen. Immerhin 20 Prozent der Befragten mit (Fach-)Hochschulabschluss und 30 Prozent der über 60-Jährigen stimmen dieser Aussage zu.

Zu hinterfragen ist, ob sich solche Ergebnisse auf das Image von klassischen Kulturangeboten ganz allgemein beziehen – eventuell sogar unabhängig von deren tatsächlichen Bemühungen um ein erweitertes Publikum – oder auf das konkrete Angebot. Wenn klassische Kulturangebote von bestimmten Bevölkerungsgruppen nicht als für sie selbst passend bewertet werden, muss dies zunächst kein Problem darstellen. Denn es kann einfach eine Geschmacksfrage sein, die nicht zu bewerten ist. Problematisch ist es hingegen, wenn eine solche Aussage vor allem auf jene Bevölkerungsgruppen zutrifft, für die nicht von einer chancengleichen Kulturellen Teilhabe gesprochen werden kann. In diesem Fall liegt die Vermutung sehr nahe, dass hier von den Befragten (auch) auf sichtbare oder unsichtbare systematische Ausschlussmechanismen hingewiesen wird. Um eine größere und breitere Kulturelle Teilhabe zu erreichen, müssten sich Kultureinrichtungen, -politik und -verwaltung in der Verantwortung sehen, diese abzubauen.

2.4 Hinderungsgründe und Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote

Die Hinderungsgründe und Anreize für Besuche klassischer Kulturangebote sind komplex.

Daher stellt sich die Frage, wie klassische Kulturangebote für breitere Bevölkerungsteile attraktiver werden könnten. Im Folgenden werden diejenigen Berliner*innen betrachtet, die in den letzten zwölf Monaten vor der Befragung weder in Ausstellungen noch in Theateraufführungen, klassische Konzerte sowie Opern, Ballett- und Tanzaufführungen gegangen sind. Sie repräsentieren 18 Prozent der Befragten. Aufgrund der niedrigeren Zahl dieser Nichtbesucher*innen sind die folgenden Ausführungen mit größerer statistischer Unsicherheit belegt als die Analysen für die Gesamtbevölkerung. Dies ist in Anbetracht der Relevanz der Nicht-Besucher*innen im Themenfeld „Kulturelle Teilhabe" jedoch akzeptabel. Was müsste sich für die Gruppe der Nichtbesucher*innen ändern, damit sie klassische Kulturangebote häufiger als bisher besuchen? Die wichtigsten genannten Hinderungsgründe bzw. Besuchsanreize, entsprechende Angebote häufiger zu besuchen, lauteten:

1. Geldmangel/günstigere Eintrittspreise (31 Prozent)
2. mangelnde Freizeit (19 Prozent)
3. mehr Angebote müssten von Interesse sein (16 Prozent)

Das überrascht nicht, denn diese Faktoren stellen in quantitativen Bevölkerungsbefragungen regelmäßig die am häufigsten genannten Gründe für den Nichtbesuch von Kulturangeboten dar.[47] In qualitativen Studien hingegen hat sich bereits herausgestellt, dass zum einen eine Reihe weiterer Faktoren eine nicht unbedeutende Rolle spielt. Zum anderen wirken verschiedene Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize vielschichtig zusammen.[48] Folglich sind einfache, monokausale Aussagen über den Abbau einzelner Barrieren kaum hilfreich. Vielmehr müssen praktische Konsequenzen aus diesen Erkenntnissen der Komplexität der Ursachen gerecht werden. So verdeutlicht auch in dieser Studie eine Analyse der Mehrfachnennungen die Notwendigkeit einer komplexeren Betrachtung. Zwar werden, wie Abbildung 7 (auf der übernächsten Seite) veranschaulicht, auch bei dieser Form der Auswertung die Aspekte „Geldmangel/zu hohe Eintrittspreise" (64 bzw. 63 Prozent), „Mehr Angebote müssten mich interessieren (51 Prozent)" und „Mangelnde Freizeit" (51 Prozent) von sehr vielen Befragten (auch) genannt. Doch zeigt sich parallel eine Reihe weiterer anscheinend wesentlicher Hinderungsgründe beziehungsweise Anreize, wie im Folgenden gezeigt wird.

Grundlegend ist davon auszugehen, dass Befragte stets Hinderungsgründe für Besuche beziehungsweise Anreize für häufigere Besuche klassischer Kulturangebote nennen. Denn selbst bei grundsätzlichem Interesse ist es unwahrscheinlich, dass sämtliche an sich vielleicht angestrebten Besuche von allen immer realisiert werden können. Allein eine begrenzte Freizeit (Freizeitbudget) und ein – zumindest ab einem gewissen Grad – begrenztes oder fehlendes Finanzbudget dürften dies bewirken. Aber auch andere persönliche Umstände können Besuche temporär oder langfristig begünstigen oder verhindern.[49] Politisch problematisch ist es, wenn solche Aspekte vor allem von jenen Bevölkerungsgruppen genannt werden, für die eine chancengleiche Kulturelle Teilhabe bedingt oder gar nicht zutrifft. Denn dann würden die geäußerten Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize (auch) auf sichtbare oder unsichtbare durch die Angebote ausgelöste systematische Ausschlussmechanismen hindeuten. Soll eine möglichst große und breite Kulturelle Teilhabe erreicht werden, müssten diese von Einrichtungen, Kulturpolitik und -verwaltung abgebaut werden.

Hinderungsgründe und Besuchsanreize lassen sich in thematische Gruppen unterteilen. Einige von ihnen liegen zunächst anscheinend vor allem bei den potenziellen Besucher*innen selbst, sind jedoch auch auf gesellschaftliche Bedingungen zurückzuführen.

In einer weiteren Analyse der Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize wird die Bedeutung mehrerer Themenkomplexe sichtbar, die die Berliner Bevölkerung von häufigeren Kulturbesuchen abhalten oder sie hierzu anregen würden. **Einige Aspekte liegen auf den ersten Blick primär bei den potenziellen Besucher*innen selbst, beispielweise fehlende finanzielle Mittel (64 Prozent), kein Interesse an bestehenden Angeboten (55 Prozent), fehlende Freizeit (51 Prozent), einen Besuch**

47. Vgl. beispielsweise European Commission 2013; Keuchel 2012; Deutscher Bühnenverein 2003; Kirchberg 1996.
48. Vgl. beispielsweise Renz 2016a.
49. So schließen beispielsweise die KulturBarometer-Studien wiederholt, dass das Interesse an jeglichen Kultur- und Freizeitangeboten in der Regel höher ist als tatsächlich stattfindende Besuche (vgl. Keuchel 2012: 102).

verhindernde gesundheitliche/körperliche Einschränkungen (28 Prozent) und/oder fehlende Begleitpersonen (27 Prozent). Auf diese Aspekte können zumindest grundsätzlich einzelne Einrichtungen sowie (kultur-)politische Maßnahmen reagieren, sie sind jedoch von ihnen allein nur bedingt aufzulösen. Bei der Entwicklung praktischer oder politischer Konsequenzen ist zudem zu bedenken, dass etwaige Maßnahmen keine paternalistische oder gar ignorante Haltung vermitteln, wonach sich vor allem die Personen selbst ändern müssten. Denn Achtung: Einige der in dieser Gruppe aufgeführten Hinderungsgründe und Anreize sind auf den zweiten Blick nämlich oftmals auf unterschiedliche sozial-, bildungs- und arbeitsmarktpolitische Ausgangsbedingungen in der Bevölkerung zurückzuführen, die Einstellungen zu und Rahmenbedingungen von Kulturbesuchen der Menschen bestimmen.

Deutlich wird dies zum Beispiel im Zusammenhang mit den von den Befragten angegebenen **gesundheitlichen/körperlichen Einschränkungen**. Besonders stark fällt dieser Aspekt mit dem Alter zusammen: Fast jede*r zweite Nichtbesucher*in klassischer Kulturangebote über 60 Jahre gab diesen an – und immerhin 22 Prozent der 30- bis 59-Jährigen. Dass es sich hierbei um ein allgemein bedeutsames Themenfeld handelt, zeigt eine Einschätzung des Robert Koch-Instituts (RKI) als zentraler Forschungseinrichtung rund um die Gesundheit der Gesamtbevölkerung in Deutschland. Laut RKI geben ein Drittel der Frauen und mehr als ein Viertel der Männer an, seit mindestens sechs Monaten in der Ausübung ihrer Alltagsaktivitäten eingeschränkt oder erheblich eingeschränkt zu sein.[50] Kultureinrichtungen können und sollten durch barriereminderndе bauliche oder technische Maßnahmen, beispielsweise induktive Höranlagen oder spezielle Vermittlungsmaßnahmen, versuchen, Besuche dieser Bevölkerungsgruppe zu begünstigen. Ab einem gewissen Grad der gesundheitlichen Einschränkung stoßen sie allerdings an Grenzen.

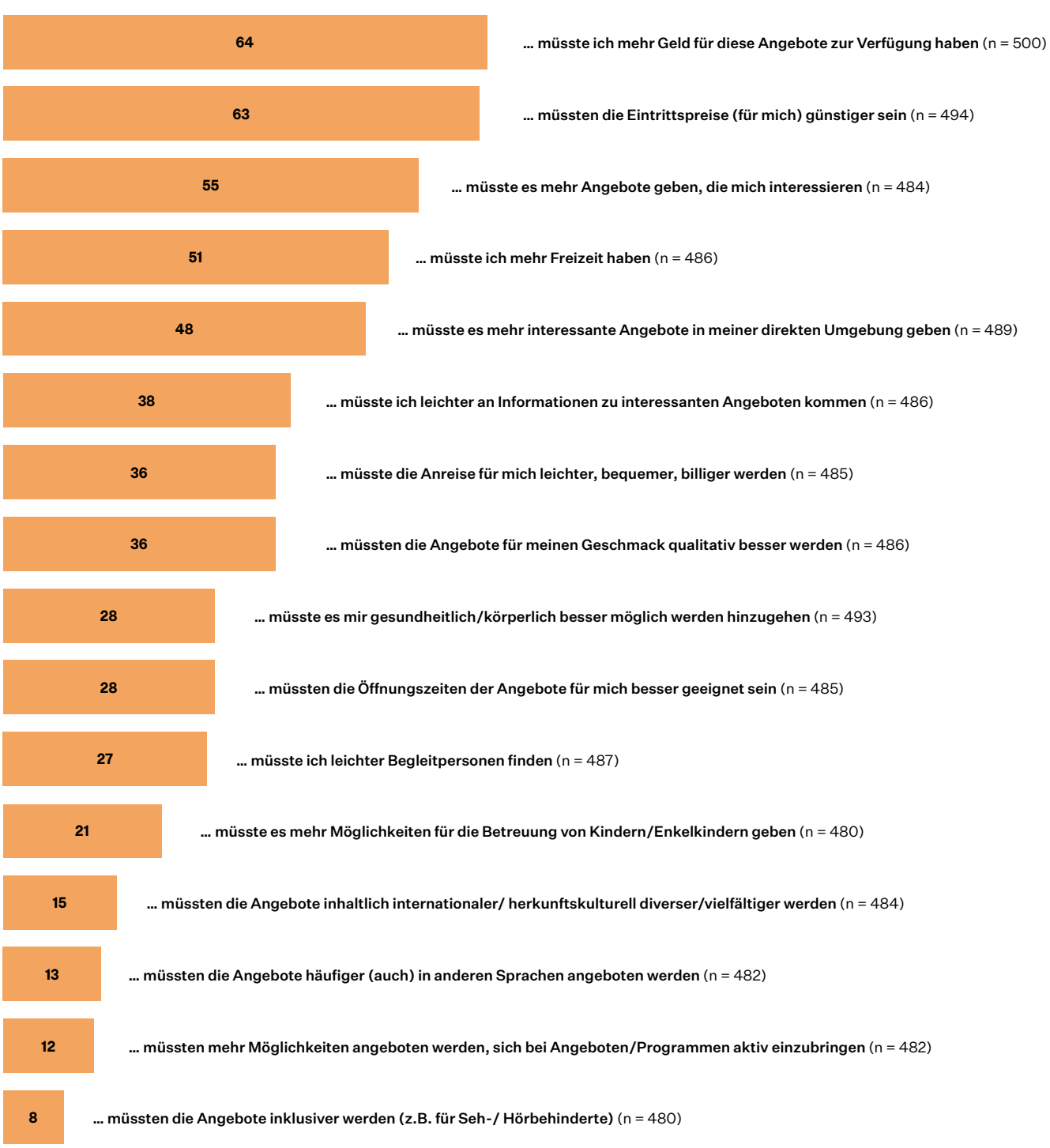
Dies gilt ebenfalls für den Aspekt **fehlender Freizeit**. Dieser betrifft insbesondere die besonders stark berufstätigen oder mit ihrer Ausbildung beschäftigten Altersstufen:[51] die Altersgruppe der 15- bis 29- sowie der 30- bis 59-Jährigen (60 bzw. 65 Prozent). Die Gruppe der über 60-jährigen Nichtbesucher*innen betrifft dies weit weniger, aber auch nicht unwesentlich (24 Prozent). Etwaige Maßnahmen von Einrichtungen, (Kultur-)Politik und (Kultur-)Verwaltung für eine Veränderung dieser Ausgangslage sind schwierig zu realisieren. Personen mit wenig Freizeit könnte beispielsweise über erweiterte Öffnungszeiten der Einrichtungen oder ein Angebot von Betreuungsmöglichkeiten für Kinder und Enkelkinder (siehe unten) entgegengekommen werden. Gleichzeitig zeigen qualitative und quantitative Studien, dass mangelnde Freizeit zum Teil durchaus auch ein „vorgeschobener" Grund sein kann.[52] Er wird von Befragten in quantitativen Studien teilweise geäußert, um tatsächliche Hinderungsgründe, wie beispielsweise das Gefühl, die Angebote „seien nicht für einen", die aufgrund sozialer Erwünschtheit ungern eingeräumt werden, nicht benennen zu müssen. So können entsprechende Ressourcen eventuell sogar vorhanden sein, werden aber eben einfach für etwas anderes als klassische Kulturangebote aufgewendet. Dann würde mangelnde Freizeit aber eine Prioritätensetzung sein, die auch von den Angeboten ausgelöst wird. Dies wäre durch Einrichtungen, (Kultur-)Politik und (Kultur-)Verwaltung aber grundsätzlich veränderbar.

Dass die Angebotslage durchaus maßgeblich dazu beitragen kann, dass klassische Kulturangebote nicht besucht werden, zeigen die vielen Nennungen bei einer anderen Antwortkategorie. Den Aspekt **„Müsste es mehr Angebote geben, die mich interessieren"** nennen 78 Prozent der 15- bis 29-Jährigen sowie jeweils rund die Hälfte der Berliner*innen mit Realschul- oder niedrigerem formalen Schulabschluss und niedrigem und mittlerem Einkommen (auch) als Hinderungsgrund beziehungsweise Besuchsanreiz. Das Geschlecht übt keinen relevanten Einfluss auf die Antworten aus. Am seltensten wird er von Befragten mit (Fach-)Hochschulabschluss (48 Prozent) und der Altersgruppe der über 60-Jährigen (40 Prozent) genannt. Auch jene soziodemografischen Gruppen, die klassische Kulturangebote am häufigsten besuchen, geben demnach an, dies möglicherweise (noch) häufiger tun zu würden, wenn aus ihrer Sicht interessantere Angebote bestünden.

In der Aussage „Müsste es **mehr Angebote** geben, **die mich interessieren**" steckt vielmehr eine ganz andere Botschaft an Kultureinrichtungen sowie -politik und -verwaltung: Anbieter klassischer Kultur machen diesen Bevölkerungsgruppen eventuell einfach (bislang) kein Angebot, das für sie von Interesse ist. Nun stellt sich die Frage, welche Kultur- und Freizeitangebote genau diese Befragten denn interessant fänden. Angesichts der geringen Fallzahlen kann dies hier nicht präzisiert werden, doch bestehen im Grunde zwei Optionen: Finden sie vor allem Kultur- und Freizeitangebote interessant, die nicht zu den klassischen Kulturangeboten zählen, stellt sich die Frage, ob diese anderen Angebote dann nicht eventuell einer stärkeren öffentlichen Förderung würdig wären. Finden sie klassische Kulturangebote attraktiv, aber nur nicht in der aktuell angebotenen Form, wäre eine stärkere Förderung neuer/anderer Angebote in diesem Bereich, die eher an ihre Interessen anknüpfen, in Betracht zu ziehen.

50. Vgl. Robert Koch-Institut 2014.
51. Vgl. Statistisches Bundesamt 2019.
52. Vgl. Mandel/Renz 2010; Kay/Wong/Polonsky 2009.

Abbildung 7: Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize (kein Besuch in den letzten 12 Monaten, Angabe in Prozent)



„Müsste ich **mehr Geld für diese Angebote** zur Verfügung haben“ wird in qualitativen wie quantitativen Studien neben einem Mangel an Freizeit häufig als Begründung genannt, in der Auswertung mitunter aber als „vorgeschoben“ bezeichnet.[53] Auch hier versteckt sich ein Hinweis auf eine Prioritätensetzung bei der Verwendung von Ressourcen, die möglicherweise in nicht ausreichend attraktiven Angeboten begründet liegt. Gleichzeitig zeigt sich in den Daten, dass mangelnde finanzielle Mittel aber auch tatsächlich eine Herausforderung für viele Menschen sein können. Dieser Grund wird besonders häufig von Befragten im Alter von 15 bis 29 Jahren (68 Prozent) mit niedrigem bis mittlerem formalen Bildungsabschluss (67 und 60 Prozent) und insbesondere denjenigen mit niedrigem Einkommen (79 Prozent) als Hinderungsgrund beziehungsweise Anreiz für Besuche klassischer Kulturangebote genannt. Für die soziodemografisch eigentlich als Kernnachfragende von Kultur- und Freizeitangeboten geltenden Personen spielt dieser Aspekt jedoch auch eine nicht unwesentliche Rolle: Auch 51 Prozent der Befragten mit hohem Bildungsabschluss und 54 Prozent der Altersgruppe über 60 Jahre nennen ihn.[54]

53. Vgl. Mandel/Renz 2010; Kay/Wong/Polonsky 2009; Keuchel 2003.
54. Die Verteilung der Antworten zu „Müssten die Eintrittspreise (für mich) günstiger sein“ auf soziodemografische Gruppen

Auch wenn ein hoher formaler Bildungsgrad und ein höheres Alter häufig mit einem vergleichsweise hohen Einkommen einhergehen,[55] sei auf zwei einander entgegenstehende Erkenntnisse verwiesen: Wirtschafts- und Arbeitsmarktforscher*innen haben in den letzten zehn Jahren vermehrt darauf hingewiesen, dass auch rund 10 Prozent der hochqualifizierten Akademiker*innen für Niedriglöhne arbeiten. Gleichzeitig steigt die Einkommensarmut im Alter seit Jahren an.[56] Mangelnde finanzielle Mittel können somit sowohl für diejenigen soziodemografischen Gruppen, die Kultur- und Freizeitangebote an sich häufig besuchen, als auch für diejenigen, die es nicht tun, eine relevante Besuchsbarriere sein. Arbeitsmarktstudien mit Berlin-Bezug zeigen zudem, dass Berlin für Künstler*innen, die nachweislich über prekäre Einkommen verfügen, ein beruflich sehr attraktives Umfeld darstellt.[57] Es ist davon auszugehen, dass diese nicht nur selbst Kunst produzieren und aufführen, sondern auch maßgeblich und überdurchschnittlich häufig konsumieren (wollen). Zudem rangiert das Einkommensniveau in Berlin auch ganz generell unter dem Bundesdurchschnitt,[58] sodass Modellprojekte der Senatsverwaltung für Kultur und Europa, wie der „Eintrittsfreie Sonntag", vielversprechende Ansätze sein können, Barrieren mangels finanzieller Mittel abzubauen. Dies allein wird aber sicherlich nicht zu einer chancengleichen Kulturellen Teilhabe führen.

Der Aspekt „müsste ich **leichter Begleitpersonen finden**" wird über alle formalen Bildungsgruppen hinweg gleichmäßig genannt, erneut aber von der Altersgruppe der 15- bis 29-Jährigen besonders häufig (34 Prozent). Er spielt zwar ebenfalls für die Altersgruppen 30 bis 59 Jahre (25 Prozent) und 60+ Jahre (26 Prozent) eine Rolle, allerdings keine bedeutsame. Sprich: Für diejenigen, für die auch viele der anderen in diesem Abschnitt aufgeführten Aspekte relevant sind, befindet sich offenbar im sozialen Umfeld kaum jemand, der Kulturbesuche initiiert oder zumindest mitgehen würde. Die Angehörigen der Altersgruppe der 15- bis 29-Jährigen sind zumeist noch in Ausbildung oder Studium. Ein Ausbau der kulturellen Angebote in ihren Bildungseinrichtungen selbst (z. B. Schule, Hochschule etc.) könnte ihre Kulturelle Teilhabe vergrößern und verbreitern.

Die Hinderungsgründe beziehungsweise Anreize, die vermeintlich bei den potenziellen Besucher*innen selbst liegen, werden vor allem von Jüngeren und denjenigen mit formal niedrigeren Bildungsabschlüssen sowie niedrigerem Einkommen genannt. Ihnen sollte vonseiten der Kultureinrichtungen sowie von -politik und -verwaltung eine besondere Aufmerksamkeit zuteilwerden, um auch ihnen Kulturelle Teilhabe zu ermöglichen. Dabei geht es nicht nur darum, den Status quo kurzfristig zu verändern. Vielmehr besteht gerade bei jungen Nichtbesucher*innen die Gefahr, dass sich diese Entwicklungen durch einen Generationeneffekt auch auf das Erwachsenenalter auswirken.

Einige Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize gehen von den Kulturangeboten selbst aus.

Andere Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize gehen von den Kulturangeboten aus, wie beispielsweise schwierig zu findende Informationsangebote (38 Prozent), eine als mangelhaft empfundene Qualität der Angebote (36 Prozent) oder ungünstige Öffnungszeiten (28 Prozent). Diese Aspekte können von den Einrichtungen zumindest in gewissem Maß direkt verändert werden. Das bereits aufgezeigte Antwortmuster zeigt sich recht ähnlich auch bei den Aspekten „Müsste ich **leichter an Informationen zu interessanten Angeboten kommen**" und „Müssten die **Angebote für meinen Geschmack qualitativ besser** werden". Letzterer wird von der Altersgruppe 15 bis 29 Jahre signifikant häufiger erwähnt (52 Prozent) als von den anderen. Diese beiden Aspekte werden aber auch von einem nicht zu vernachlässigenden Anteil der – soziodemografisch betrachtet – Kernnachfragenden klassischer Kulturangebote genannt: von Befragten mit hohem Bildungsabschluss zu 37 beziehungsweise 27 Prozent und der Altersgruppe der über 60-Jährigen zu 32 beziehungsweise 30 Prozent. Das Geschlecht und das Einkommen der Befragten üben in diesem Kontext keinen starken Einfluss auf ihr Antwortverhalten aus.

Bei dem Aspekt „Müssten die **Öffnungszeiten der Angebote für mich besser geeignet** sein" beeinflussen Faktoren wie formale Bildung, Geschlecht und Einkommen das Antwortverhalten der Befragten nicht. Dieser Gesichtspunkt spielt zwar für alle Bildungs- und Altersgruppen eine Rolle. Insbesondere wird er aber – wie oben vermutet – von berufstätigen oder intensiv mit ihrer Ausbildung beschäftigten Gruppen[59] im Alter von 15 bis 29 Jahren (38 Prozent) und 30 bis 59 Jahren (29 Prozent) als Hinderungsgrund angegeben.

Soziodemografisch besonders relevante Gruppen für Maßnahmen für eine größere und breitere Kulturelle Teilhabe bilden auch hier jüngere Personen und Befragte mit formal niedrigen Bildungsabschlüssen. Hier bedarf es Initiativen der Kultureinrichtungen und Kulturpolitik, wie beispielsweise eintrittsfreie Angebote oder veränderte Öffnungszeiten. Sie können Wirkung entfalten, ohne dass dabei grundlegende Veränderungen in anderen Politikfeldern nötig sind.

---

ist äquivalent zu der Angabe, dass finanzielle Mittel für einen Besuch klassischer Kulturangebote fehlen. Daher wird hierauf im Fließtext nicht weiter eingegangen. Der Aspekt wird ebenfalls vor allem von Befragten im Alter von 15 bis 29 Jahren (63 Prozent), mit niedrigem formalen Bildungsabschluss (65 Prozent) und niedrigem Haushaltseinkommen (74 Prozent) genannt. Zudem ist er für andere soziodemografische Gruppen nicht irrelevant: 57 Prozent der Befragten mit hohem Bildungsabschluss und 67 Prozent der Altersgruppe 30–59 Jahre bringen ihn zur Sprache.

55. Vgl. OECD 2019.
56. Vgl. Kalina/Weinkopf 2020; Grabka/Schröder 2019; Haan u. a. 2017; Seils/Höhne 2018.
57. Vgl. Renz 2016b.
58. Vgl. Gehalt.de 2019, Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2019a.
59. Vgl. Statistisches Bundesamt 2019.

Eine weitere Gruppe von Hinderungsgründen beziehungsweise Besuchsanreizen tangiert auch stadtplanerische und bildungspolitische Fragen.

Weiter zeigen sich in den Antworten der Befragten auch einige Themenkomplexe, die nur zum Teil in Handlungsfeldern von Kultureinrichtungen sowie -politik und -verwaltung liegen und stärker stadtplanerische und bildungspolitische Fragen tangieren, so etwa ein Mangel an interessanten Angeboten in direkter Umgebung (48 Prozent), eine nicht ausreichend leichte, bequeme oder billige Anreise (36 Prozent) oder mangelnde Kinderbetreuung (21 Prozent).

Das bereits sichtbar gewordene Muster in den Antworten der Befragten nach soziodemografischen Faktoren setzt sich auch bei diesen Aspekten sehr ähnlich fort. Klassische Kulturangebote in direkter Umgebung fehlen in der Tendenz vor allem Befragten mit mittlerem formalen Bildungsabschluss (61 Prozent) und der Altersgruppe 15 bis 29 Jahre (59 Prozent). Wie auch im Zusammenhang mit der Zufriedenheit mit dem kulturellen Angebot im direkten Wohnumfeld äußern sich ebenso diejenigen kritisch, die entsprechende Angebote häufig nutzen. Befragte mit (Fach-)Hochschulabschluss und im Alter von über 60 Jahren nennen diesen Hinderungsgrund beziehungsweise Anreiz ebenfalls zu immerhin rund 40 Prozent.

Auch „Müsste die **Anreise für mich leichter, bequemer, billiger** werden" wird von der Altersgruppe der 15- bis 29-Jährigen vergleichsweise häufig genannt (42 Prozent), allerdings auch von der Altersgruppe der über 60-Jährigen (43 Prozent). Es ist wahrscheinlich, dass unterschiedliche Gründe hinter dieser Aussage liegen. Bei den Jüngeren könnte dies unter anderem in den mangelnden Angeboten in der direkten Umgebung und damit längeren Anreisen begründet sein, bei den Älteren eher in altersbedingt zunehmenden körperlichen Einschränkungen. Bei beiden Erklärungsansätzen handelt es sich jedoch nur um Vermutungen, die aus den vorliegenden Daten nicht abzulesen sind.

Bei dem Hinderungsgrund beziehungsweise Besuchsanreiz einer **Betreuungsmöglichkeit für Kinder** beziehungsweise Enkelkinder lässt sich kein relevanter Einfluss der formalen Bildung auf das Antwortverhalten feststellen. Herausstechend höher ist die Häufigkeit der Nennung dieses Aspekts einzig bei denjenigen, die biografisch besonders intensiv mit Kinderbetreuungsfragen beschäftigt sind: die Befragten der Altersgruppen 15 bis 29 (23 Prozent) und 30 bis 59 Jahre (25 Prozent). Deutlich seltener genannt wird dieser Aspekt von über 60-Jährigen (14 Prozent).

Mögliche praktische Konsequenzen dieser Erkenntnisse sind vielfältig. So können Angebote der Kinderbetreuung oder Anreise durchaus in gewissen Grenzen von den Kultureinrichtungen selbst optimiert werden. Wird die Perspektive jedoch erweitert, so wird deutlich, dass Fragen der Kinderbetreuung auch eine familien- und gesellschaftspolitische Dimension haben, auf die Akteur*innen des Kulturmanagements und der Kulturpolitik nur bedingt Einfluss haben. Dem genannten Mangel an interessanten Angeboten in direkter Umgebung könnte jedoch von Einrichtungen, Kulturpolitik und -verwaltung durchaus begegnet werden: durch einen Ausbau der kulturellen Infrastruktur in möglichst vielen Stadtteilen Berlins und/oder über eine größere Mobilität von Kultur- und Freizeitangeboten. Letzteres ist ein Fokus beispielsweise des Modellprojekts „Vermittlungs- und Outreach Kuratorinnen und Kuratoren in den Berliner Landesmuseen und -gedenkstätten", das von der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Europa gefördert wird.

Zudem gibt es eine Gruppe von Hinderungsgründen beziehungsweise Besuchsanreizen, die ressortübergreifend Themenkomplexe sichtbar machen.

Erstmalig in einer großangelegten quantitativen Studie zur Kulturellen Teilhabe wurden weitere Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize untersucht: **Bei den Aspekten inhaltliche/sprachliche Diversität der Angebote (15 bzw. 13 Prozent), fehlende Formate zur Ko-Gestaltung der Angebote (12 Prozent) und mangelnde Barrierefreiheit/Inklusion (8 Prozent) wird die Bedeutung weiterer ressortübergreifender Themenkomplexe sichtbar.** Sie sind von großer Bedeutung für das Themenfeld der Kulturellen Teilhabe – und damit nicht nur relevant für Kultureinrichtungen, -politik und -verwaltung, sondern auch für zahlreiche andere politische Ressorts.

Der **Wunsch nach internationaleren und/oder herkunftskulturell diverseren Angeboten sowie nach häufigeren mehrsprachigen Angeboten** wird unabhängig vom Bildungs- und Einkommensniveau der Befragten geäußert. Erneut ist es jedoch vor allem die Altersgruppe 15 bis 29 Jahre (20 Prozent), die diesen Anspruch formuliert. Befragte im Alter von über 60 Jahren nennen diese Aspekte weitaus seltener (je zwischen 8 und 9 Prozent). Dies überrascht insofern nicht, als laut Amt für Statistik Berlin-Brandenburg der Anteil der Berliner*innen mit ausländischen Wurzeln an der Gesamtbevölkerung inzwischen bei rund 35 Prozent liegt. Doch ist der Anteil derjenigen, die einen sogenannten Migrationshintergrund[60]

60. Nach dem Statistischen Bundesamt zählen zur Bevölkerung mit Migrationshintergrund alle Personen, die die deutsche

aufweisen, in jüngeren Altersgruppen besonders hoch. Es ist vor dem Hintergrund des demografischen Wandels hinlänglich bekannt, dass der Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund an der Bevölkerung steigt, in Berlin seit Beginn der Erfassung dieser statistischen Kategorie 2009 durch das Statistische Bundesamt bis 2019 um 9 Prozent.[61] Dabei ist zu beachten, dass diese keinesfalls kleine Bevölkerungsgruppe herkunftskulturell überhaupt nicht homogen ist: Es handelt sich um Menschen mit ausländischen Wurzen aus allen Ländern der Welt. Im Hinblick auf Kulturelle Teilhabe ist daher zu betonen, dass etwaige strukturelle Ausschlusskriterien im Kulturbereich sicherlich auch nicht für alle von ihnen gleichermaßen zum Tragen kommen. Um hierzu Auskunft geben zu können, müssen Daten zu ihren Diskriminierungserfahrungen erhoben werden. Dies ist für Folgestudien vorgesehen.

Auch der **Wunsch nach inklusiveren Angeboten** wird quer über alle Bildungsgruppen hinweg und von Frauen wie Männern gleichermaßen geäußert. In leichter Tendenz wird dieser Aspekt wenig überraschend etwas häufiger von der Altersgruppe der über 70-Jährigen und von den Befragten aus einkommensschwachen Haushalten genannt (je 13 Prozent). Barrierefreiheit (als Teilaspekt der Inklusion) ist spätestens mit der Ratifizierung der UN-Behindertenrechtskonvention durch die Bundesregierung im Jahr 2009[62] für Kultureinrichtungen, -politik und -verwaltung ein Handlungsfeld. Laut Statistischem Bundesamt beträgt der Anteil schwerbehinderter Menschen an der Bevölkerung in Deutschland aktuell rund 10 Prozent. Nicht eingerechnet sind hier Menschen mit einem Behinderungsgrad von weniger als 50 Prozent. Zwar steigt der Anteil von Menschen mit Seh-, Hör- und Mobilitätsbehinderungen sowie kognitiven Beeinträchtigungen oder demenziellen Veränderungen mit zunehmendem Alter allgemein, Inklusion ist damit insbesondere für diejenigen relevant, die nach soziodemografischen Kriterien Kultur- und Freizeitangebote besonders häufig besuchen. Die Bevölkerungsgruppe der Älteren wächst – wie vor dem Hintergrund des demografischen Wandels hinlänglich bekannt. Es ist also davon auszugehen, dass auch die Zahl der von Inklusionsfragen Betroffenen steigen wird. Doch auch bei jüngeren Altersgruppen spielt Inklusion eine Rolle, denn beispielsweise Hörschäden und Lernschwächen weisen auch viele Jugendliche in Deutschland auf.[63] In der vorliegenden Studie wurden die Befragten nicht um die Angabe etwaiger Behinderungen und eine Beschreibung der Barrieren, die sie in Einrichtungen vor allem vorfinden, gebeten. Auch dies ist für Folgestudien vorgesehen.

Seitens der Senatsverwaltung für Kultur zielen bereits zahlreiche vielfältige Initiativen und Instrumente darauf ab, die Barrierefreiheit von Kultureinrichtungen zu stärken[64] sowie eine größere kulturelle Vielfalt in Personal, Programm und Publikum zu etablieren.[65] Eine Besonderheit Berlins ist das Projektbüro für Diversitätsentwicklung (Diversity Arts Culture). Es agiert als Konzeptions- und Beratungsstelle für Diversitätsentwicklung in Kultureinrichtungen und empowert unterrepräsentierte Kunst- und Kulturschaffende.[66]

Auch der Wunsch nach **mehr Mitgestaltungsmöglichkeit bei Angeboten/Programmen** wird unabhängig vom Bildungsniveau der Befragten genannt. Ebenfalls sticht hier die Altersgruppe 15 bis 29 Jahre mit vielen Nennungen hervor (20 Prozent). Insbesondere Befragte über 60 Jahre äußern diesen Wunsch dagegen deutlich seltener (je zwischen 8 und 9 Prozent). Das überrascht nicht: Denn es sind insbesondere die jungen Altersgruppen, die mit interaktiven digitalen Plattformen wie beispielsweise YouTube oder Instagram aufgewachsen sind, über die sie ihre selbst produzierten kreativen Inhalte (bspw. Fotos, Filme) unkompliziert teilen, kommentieren oder sogar gemeinsam mit anderen ko-kreieren können. Es ist davon auszugehen, dass diese Aktivitäten auch den Zugang zu und den Umgang mit kulturell-ästhetischen Inhalten prägen.[67] Hier könnten Kultureinrichtungen, -politik und -verwaltung inhaltlich ansetzen, damit Kulturangebote einen größeren Bezug zur Lebenswelt dieser Altersgruppe herstellen. Die jüngst eingerichtete Förderstrategie der Senatsverwaltung für Kultur und Europa unter dem Titel „Digitale Entwicklung im Kulturbereich“ greift dieses Themenfeld durch die Förderung einzelner Projekte in dieser Richtung bereits teilweise auf. Auch die Fördersäulen des „Berliner Projektfonds Kulturelle Bildung“ umfassen die Förderung für entsprechende Projekte. Ein explizites Modellprojekt für die Ko-Kreation Kulturschaffender zusammen mit der Bevölkerung könnte – je nach Verlauf von dessen weiterer Konzeption – die „Initiative Draußenstadt“ darstellen.[68]

Staatsangehörigkeit nicht durch Geburt besitzen oder die mindestens ein Elternteil haben, auf das dies zutrifft (vgl. Statistisches Bundesamt 2020e).

61. Vgl. Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2019.
62. Vgl. Beauftragte der Bundesregierung für die Belange von Menschen mit Behinderungen 2017.
63. Vgl. Statistisches Bundesamt 2020b, 2000c.
64. Vgl. SenKultEuropa 2020a.
65. Vgl. SenKultEuropa 2020c.
66. Vgl. Diversity Arts Culture 2020.
67. Vgl. Rat für Kulturelle Bildung 2019.
68. Vgl. Der Regierende Bürgermeister 2020.

3. Kulturelle Teilhabe in Berlin nach Lebensstilen

Kulturelle Teilhabe in Berlin nach Lebensstilen

In diesem Kapitel werden die Kernergebnisse der Berliner Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2019“ um Ergebnisse zu den Lebensstilen der Befragten ergänzt. Denn trotz aller Erkenntnisse aus der soziodemografischen Betrachtung Kultureller Teilhabe im vorigen Kapitel wird deutlich: Der Nutzen einer Analyse nach Faktoren wie Bildung, Alter, Geschlecht oder Einkommen stößt hinsichtlich Handlungsempfehlungen für Kultur- und Freizeiteinrichtungen sowie Kulturpolitik und -verwaltung an Grenzen. Zwar kann auf diesem Wege ermittelt werden, für welche Bevölkerungsgruppen in Berlin bezüglich ihrer sozialen Lage eine besonders geringe Kulturelle Teilhabe vorliegt. Dies ist ohne Frage relevant, zeigt es doch soziale Ungleichheit in der Bevölkerung und diesbezüglich generellen Handlungsbedarf auf. Doch allein über soziodemografische Kriterien abzuleiten, wie sich der Kulturbereich in der Praxis in Bezug auf eine größere und breitere Teilhabe zukunftsfähig aufstellen könnte, ist schwierig.

Als wichtiger weiterer Erklärungsfaktor sozialen Handelns werden in der Soziologie neben soziodemografischen Strukturdaten sogenannte Lebensstile oder soziale Milieus gesehen.[69] Vor diesem Hintergrund empfiehlt die Kulturmanagementforschung seit vielen Jahren, bei Zielgruppenüberlegungen im Kulturbereich einen stärkeren Fokus auf solche Erklärungsmodelle zu legen.[70] Dieser Empfehlung folgt die vorliegende Studie.

Hierbei zeigt sich bereits auf den ersten Blick: Personen gleichen Alters, gleicher Bildung und gleichen Geschlechts unterscheiden sich in Bezug auf ihren Lebensstil teils beträchtlich. DIE typischen Angehörigen, beispielsweise einer bestimmten Bildungs- oder Altersgruppe, gibt es nicht. Entsprechend gibt es auch nicht DAS Kulturbesuchsverhalten einer bestimmten Alters- oder Bildungsgruppe. Ergänzend zu soziodemografischen Informationen liefern die im weiteren Verlauf dargelegten Lebensstilanalysen daher äußerst wertvolle Hinweise zur gezielten Gestaltung von Maßnahmen, die zur Erhöhung und Verbreiterung der Kulturellen Teilhabe dienen, sowohl für Kultur- und Freizeiteinrichtungen als auch für Kulturpolitik und -verwaltung. Für Strategien der Kulturellen Teilhabe sind Lebensstile daher als Ausgangspunkt zu empfehlen, da sie wesentlich mitbestimmen, ob und wie soziodemografische Faktoren Wirkung entfalten.

3.1 Die Lebensführungstypologie nach Gunnar Otte – theoretisch und in dieser Studie

Soziodemografische Faktoren und Lebensstilmodelle ergeben in Kombination einen fruchtbaren Ansatz zur Erklärung von Besuchen und Nichtbesuchen von Kultur- und Freizeitangeboten.

Für ein besseres Verständnis von Besucher*innen und Nichtbesucher*innen von Kultur- und Freizeitangeboten wurde im Kulturbereich lange Zeit vor allem auf Daten zur regionalen Herkunft und zur Soziodemografie (potenzieller) Besucher*innen zurückgegriffen. Entsprechende Daten werden klassischerweise auch durch Besucher*innenbefragungen erhoben und für Zielgruppenbestimmungen im Bereich des Kulturmarketings verwendet.[71] Ein sehr häufiges Segmentierungsmerkmal im Kulturbetrieb ist das Alter. So sind Angebote für Schulklassen, Studierende, Familien oder Senior*innen in vielen Kultureinrichtungen zu finden. Diese Daten lassen sich auch in betrieblichen Marktforschungen (wie bspw. Besucher*innenbefragungen) vergleichsweise einfach erheben und gut mit statistischen Rahmendaten vergleichen, wie etwa mit der soziodemografischen Zusammensetzung der Bevölkerung an einem bestimmten Ort. Doch: **Aus dem Forschungsbereich der „Sozialen Ungleichheit“ der Soziologie ist schon seit den 1970er/1980er Jahren bekannt, dass soziodemografische Faktoren für das Verstehen und Vorhersagen sozialen Verhaltens – wie beispielsweise eines Kulturbesuchs – eine nachlassende Erklärungskraft aufweisen.** Sie sind weiterhin wichtige Faktoren, denn mit ihnen lässt sich beschreiben, über welche Ressourcen eine Person verfügt (bspw. finanzielle, kognitive und zeitliche) und damit, welche Spielräume für sie grundsätzlich vorhanden sind. Wenn es um die Frage geht, wie und wofür diese Person ebenjene Ressourcen letztendlich nutzt, kommen jedoch offenbar weitere Faktoren ins Spiel. **In der Soziologie gelten Lebensstile als wichtiger weiterer Erklärungsfaktor für soziales Verhalten.**[72]

69. Für einen Überblick vgl. Otte 2008.
70. Siehe beispielsweise Kotler/Scheff 1997: 93 ff.; Hood 1991, 1983; in jüngerer Zeit beispielsweise Allmanritter 2017; Reuband 2017; Kirchberg/Kuchar 2012; Klein 2011.
71. Vgl. Klein 2011.
72. Für einen Überblick vgl. Otte 2008.

Unter „Lebensstil“ wird in der Soziologie „der regelmäßig wiederkehrende Gesamtzusammenhang der Verhaltensweisen, Interaktionen, Meinungen, Wissensbestände und bewertenden Einstellungen eines Menschen“[73] verstanden.[74]

Im Laufe der letzten rund 30 Jahre sind diverse Modelle zu Arten von Lebensführung, Lebensstilen oder sozialen Milieus sowohl in der öffentlich finanzierten Forschung als auch in der kommerziellen Marktforschung entstanden. Die Arbeit mit solchen Erklärungsmodellen ist beispielsweise im Profit-Marketing längst Usus, und auch die Kulturmanagementforschung empfiehlt sie seit vielen Jahren für Zielgruppenüberlegungen im Kulturbereich.[75] Allgemein bekannt in diesem Kontext sind zum Beispiel die Sinus-Milieus®, die GfK-Euro-Socio-Styles oder die ARD/ZDF-Mediennutzertypologie. Speziell im Kulturbereich nicht ungeläufig sind zudem die wissenschaftlichen Modelle von Pierre Bourdieu, Gerhard Schulze oder Peter Gluchowski.[76]

Für die empirische Erfassung von Lebensstilen ist – so ihre Methodik überhaupt zugänglich ist – in der Regel eine hohe Anzahl von Fragen in einem Fragebogen nötig. Zudem ist die für die Berechnung der Lebensstile verwendete Auswertungsmethode zumeist komplex und erfordert eine große Menge Befragter. Die Erhebung von Lebensstilen ist in der Regel entsprechend aufwendig und teuer. Für einen weitverbreiteten Einsatz solcher Modelle in der empirischen Forschung im Kultur- und Freizeitbereich fehlte es bislang vor allem an einem frei verfügbaren und einfach einsetzbaren Instrument. Der Untersuchungsschwerpunkt der vorliegenden Studie liegt auf dem Themenbereich „Kulturelle Teilhabe“ und damit auch auf der sozialen Ungleichheit. Auch deshalb war es naheliegend, ein wissenschaftlich validiertes Instrument aus dem Bereich der sozialstrukturellen Ungleichheitsforschung und explizit nicht eines aus der kommerziellen Marktforschung zum Einsatz zu bringen.

In der vorliegenden Studie wurde die Lebensführungstypologie von Gunnar Otte angewendet, die neun Lebensstile in der Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland differenziert.

Die Wahl fiel letztlich auf die Lebensführungstypologie des Soziologen Gunnar Otte. Die Typologie wurde im Vorfeld dieser Studie, finanziert über das Forschungsprojekt „(Nicht-)Besucher*innen-Studie“, von Otte selbst 2018 noch einmal methodisch aktualisiert. In der Folge wurde sie in einer deutschlandweiten Bevölkerungsbefragung unter dem projektinternen Titel „Weiterentwicklung der Lebensstiltypologie“ mit circa 3000 Befragten validiert, darunter circa 1000 Berliner*innen.[77] Ottes Typologie identifiziert neun verschiedene Arten der Lebensführung in der Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland, die im weiteren Textverlauf der sprachlichen Einfachheit halber als „Lebensstile“ bezeichnet werden.[78] Bei einer räumlichen Darstellung der Typologie als Neun-Felder-Grafik werden zwei Hauptdimensionen unterschieden: das „Ausstattungsniveau“ und die „Zeitlichkeit der Lebensführung“ (siehe Abbildung 8 auf der nächsten Seite). Bezüglich der zweiten Dimension wird aus Gründen der sprachlichen Einfachheit im Folgenden von „Modernitätsgrad“ oder „Modernitätsachse“ gesprochen. Das „Ausstattungsniveau“ beschreibt das Ausmaß, in dem ökonomische oder bildungsabhängige Ressourcen die Lebensführung prägen. Dementsprechend wird das „Ausstattungsniveau“ auf der vertikalen Achse in die Ebenen „niedrig“, „mittel“ und „gehoben“ unterteilt. Die horizontale Achse des „Modernitätsgrads“ beschreibt hingegen die Dimensionen, wie gesellschaftliche Werte, Normen oder Moden die Lebensführung prägen und wie offen dabei die jeweilige Biografie ist. Diese Achse wird unterteilt in „traditional/biografische Schließung“, „teilmodern/biografische Konsolidierung“ und „modern/biografische Offenheit“.

Anders als bei einer Typenbildung auf Basis von sozialer Lage – beispielsweise nach Einkommen oder formalem Bildungsgrad – steht bei Ottes Instrument nicht die Ausstattung mit tatsächlich verfügbaren Ressourcen im Vordergrund. Stattdessen bilden die Lebensstile ab, wie etwaige Ressourcen verwendet werden. Die Zuordnung zu einem Lebensstil wird daher von Otte auch empirisch nicht anhand soziodemografischer Merkmale vorgenommen, sondern bei beiden Achsen ausschließlich durch vorgegebene Kombinationen von Antworten auf zwölf Fragen zu lebensbereichsspezifischen Einstellungen und Verhaltensweisen (z. B. Zustimmung zu Aussagesätzen beim Ausstattungsniveau, wie „Ich informiere mich umfassend über Politik und Zeitgeschehen“, oder beim Modernitätsniveau, wie „Selbstverwirklichung ist mir in meinem Leben sehr wichtig“).[79]

---

73. Hradil/Schiener 2001: 46.
74. Lebensstile werden in der Soziologie als „Quasi-Gruppen“ (ursprünglich von Ralf Dahrendorf 1957) nach Mustern von Lebenswelten betrachtet (Vgl. Hartmann 1999: 168). Daher wird im Folgenden immer darauf eingegangen, wie Lebensstile als „Gruppe“ insgesamt agieren und nicht von einzelnen Angehörigen eines Lebensstils gesprochen. Vor diesem Hintergrund erfolgt auch kein Gendern der Lebensstilbezeichnungen.
75. Siehe hierzu beispielsweise Kotler/Scheff 1997: 93 ff.
76. Vgl. Flaig/Barth 2014; GfK 2002; Hartmann/Schlomann 2015; Bourdieu 1982; Schulze 1992; Gluchowski 1988.
77. Vgl. Otte 2019.
78. Das heißt, der Begriff ‚Lebensstil‘ wird von uns äquivalent zu ‚Lebensführung‘ verwendet, auch wenn Otte selbst eine schärfere Trennung zwischen den beiden Begriffen vornimmt (vgl. Otte/Baur 2008).
79. Vgl. Otte 2019.

Abbildung 8: Lebensstile von Otte (Version 2019)

		← Modernitätsgrad →		
		Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
← Ausstattungsniveau →	Gehoben	**Konservativ Gehobene**	**Liberal Gehobene**	**Innovativ Gehobene**
	Mittel	**Konventionalisten**	**Mittelständische**	**Hedonisten**
	Niedrig	**Bodenständig Traditionelle**	**Heimzentrierte**	**Unterhaltungssuchende**

Dabei gilt: Je höher ein Lebensstil in der Grafik angesiedelt ist, desto gehobener ist dessen Ausstattungsniveau. Je weiter rechts in der Grafik ein Lebensstil liegt, desto moderner ist dieser eingestellt beziehungsweise desto offener ist dessen Biografie. Allerdings sei darauf hingewiesen, dass die Grenzen zwischen den Lebensstilen „im echten Leben" fließend sind. Die Zuordnung zu den einzelnen Lebensstilen ist zwar empirisch mithilfe von Ottes Methode für all diejenigen Befragten exakt möglich, die einen Großteil der zwölf Lebensstilfragen beantworten. Lebensstile sind jedoch in der Realität nicht so eindeutig eingrenzbar wie beispielsweise Alters- der Einkommensgruppen.

Zusammenhänge zwischen Lebensstil und soziodemografischen Faktoren zeigen sich in dieser Studie wie von Otte prognostiziert.

Otte will seine Typologie ausdrücklich nicht als Ersatz für Strukturvariablen verstanden wissen, sondern als deren Ergänzung. Soziodemografische Faktoren bleiben für das Verstehen und Vorhersagen sozialen Verhaltens weiterhin wichtig. Der Lebensstil einer Person ist wie oben erläutert davon abhängig, wie diese ihre vorhandenen Ressourcen nutzt (bspw. finanzielle, kognitive und zeitliche). Es ist daher naheliegend, dass sich bezüglich des Lebensstils einer Person empirische Zusammenhänge mit deren Einkommen, Bildung und Alter zeigen. So hängt das Ausstattungsniveau besonders von Einkommen und Bildung ab, nimmt jedoch auch mit steigendem Alter zu. Auf der Modernitätsachse steigt mit zunehmendem Alter der Anteil der biografisch geschlossenen, traditionalen Personen. Gleichzeitig gilt bezüglich dieser Achse: Je höher ihre formale Schul- und Hochschulbildung ist, desto größer ist der Modernitätsgrad einer Person.[80]

Inwieweit Lebensstile für das Stattfinden beispielsweise eines Besuchs eines klassischen Kulturangebots, wie Ausstellungen, Theateraufführungen, klassischer Konzerte sowie Opern-, Ballett- und Tanztheateraufführungen, neben soziodemografischen Merkmalen eine Rolle spielen, wird im Folgenden auf Basis einer vertiefenden sogenannten multivariaten Analyse aufgezeigt. Eine Betrachtung von reinen Häufigkeitsauszählungen beispielsweise von Besucher*innen von Opern, Ballett- und Tanztheateraufführungen zeigt: Diese verfügen nicht nur über eine höhere formale Bildung, sondern auch über ein höheres Einkommen als Besucher*innen anderer Kulturangebote. Ob die Wahrscheinlichkeit eines Besuchs von Opern, Ballett- und Tanztheateraufführungen nun aber auf ein hohes Bildungsniveau zurückzuführen ist und/oder auf ein höheres Einkommen, lässt sich auf der Grundlage dieser Auswertungsmethode jedoch nicht bestimmen. In einer sogenannten Regressionsanalyse hingegen ist es möglich, den Einfluss diverser Einflussfaktoren auf einen Sachverhalt gleichzeitig zu untersuchen, zum Beispiel den Einfluss verschiedenster soziodemografischer Faktoren auf Kulturbesuche.

Der große Vorteil gegenüber Häufigkeitsauszählungen (bspw. Besuch und je einzeln Bildung und Einkommen) liegt bei einer Regressionsanalyse darin, dass in ihr der Einfluss herausgerechnet wird, den einzelne hineingenommene Einflussfaktoren aufeinander ausüben. In Kapitel 2 wurde bereits beschrieben, dass beispielsweise Befragte mit einem hohen Bildungsabschluss häufig über ein hohes Einkommen verfügen. Eine Regressionsanalyse zum Besuch von Opern, Ballett- und Tanztheateraufführungen deckt entsprechend auf, dass der Einfluss des Einkommensniveaus auf die Besuchswahrscheinlichkeit fast völlig hinter dem Einfluss des Bildungsniveaus zurücktritt. Sprich: Das Einkommen hängt in diesem Fall stark vom Bildungsgrad der Person ab. Der Haupterklärungsfaktor für einen Besuch liegt im formalen Bildungsgrad der Person und nicht im Einkommen – wie sich in der reinen Häufigkeitsauszählung noch angedeutet hat.

80. Vgl. Otte 2019: 2.

Umgekehrt ist es auf diesem Weg auch möglich aufzeigen, wie sich Nichtbesuche klassischer Kulturangebote erklären lassen. **In einer Regressionsanalyse zeigt sich der gleichzeitige Einfluss von soziodemografischen Einflussfaktoren UND den Lebensstilen auf die Wahrscheinlichkeit, in den letzten zwölf Monaten Nichtbesucher*in eines klassischen Kulturangebots gewesen zu sein** (siehe Abbildung 9 auf der nächsten Seite).[81] In diese Auswertung wurden zudem Angaben zum Freizeitbudget als weiterem potenziellen Einflussfaktor einbezogen. Denn mangelnde Freizeit wurde in Kapitel 2 von den Befragten neben einem Mangel an finanziellen Mitteln besonders häufig als Hinderungsgrund für einen Besuch klassischer Kulturangebote genannt. Um optisch möglichst deutlich herauszustellen, welchen Einfluss die in die Analyse einfließenden Faktoren Soziodemografie, Freizeitbudget und Lebensstile aufeinander ausüben, wurden diese stufenweise hineingenommen. Im ersten Auswertungsschritt wurden zunächst Bildungsabschluss, Alter, Geschlecht und Einkommen einbezogen (Spalte M1 – Einfluss Soziodemografie[82]). Im zweiten Schritt wurde das Freizeitbudget hinzugezogen (Spalte M2 – Einfluss Soziodemografie + Freizeitbudget). Im dritten Schritt wurden schließlich auch die Lebensstile in die Berechnung einbezogen (Spalte M3 – Einfluss Soziodemografie + Freizeitbudget + Lebensstile). Deutlich wird, dass der Einbezug der Lebensstile bei M3 die Erklärungskraft des Modells deutlich erhöht. [83]

Die Veränderung der Werte in den Zeilen zwischen den Spalten M1 und M3 zeigt deutlich, dass einige der Faktoren zusammenhängen und als Einzelne teils an Wirkung verlieren, wenn sie gleichzeitig in die Auswertung einfließen. In Spalte M1 ist zu sehen, welchen Einfluss nur soziodemografische Faktoren zeitgleich nehmen: Bei Personen mit einem niedrigen Bildungsabschluss (22 Prozent) in einkommensschwachen Haushalten (19 Prozent) ist eine teils deutlich höhere Wahrscheinlichkeit eines Nichtbesuchs zu erkennen als bei anderen in dieser Spalte aufgeführten soziodemografischen Gruppen. Auch das Freizeitbudget übt darauf Einfluss aus. Wenn dieser Faktor in die Berechnung einbezogen wird, wie in Spalte M2 zu sehen, bleiben die Werte bei Bildungsabschluss, Alter, Geschlecht und Einkommen jedoch nahezu unverändert.

Aufschlussreicher ist dann die Integration der Lebensstile als Erklärungsfaktor in die Auswertung in Spalte M3. Ein zentrales Ergebnis lautet dabei erstens: **Lebensstile leisten einen erheblichen Erklärungsbeitrag in der Kulturellen Teilhabeforschung. Ihr Einbeziehen in die Auswertung bewirkt dabei nicht, dass der Einfluss soziodemografischer Faktoren auf das Kulturbesuchsverhalten verloren geht, er wird aber tendenziell abgeschwächt.** Denn abgeschwächt – aber immerhin weiterhin deutlich vorhanden – zeigt sich in Spalte M3: Vor allem ein niedriger Bildungsabschluss erhöht die Wahrscheinlichkeit eines Nichtbesuchs klassischer Kulturangebote weiterhin deutlich. In Spalte M3 zeigt sich zudem, dass sich die zuvor sichtbaren unterschiedlichen Wahrscheinlichkeiten bei den verschiedenen Einkommensgruppen verändern. Nur für die mittlere Einkommensgruppe wird nun eine knapp signifikante geringere Wahrscheinlichkeit errechnet, Nichtbesucher*in zu sein. Die hohe Einkommensgruppe unterscheidet sich nicht mehr statistisch signifikant von der niedrigen. Zwischen verschiedenen Altersgruppen sowie zwischen Frauen und Männern sind keine statistisch bedeutsamen Unterschiede mehr hinsichtlich der Wahrscheinlichkeit eines Nichtbesuchs zu sehen.

Zudem zeigt sich ein zweites zentrales Ergebnis: **Die Lebensstile haben eine eigenständige und zum Teil höhere Erklärungskraft für das Nichtstattfinden eines Besuchs klassischer Kulturangebote als soziodemografische Faktoren.** Wäre dies nicht der Fall, müssten die Unterschiede zwischen den einzelnen Lebensstilen in Spalte M3 deutlich geringer ausfallen, als dies der Fall ist. Ein drittes zentrales Ergebnis: **Ein Vergleich der Wahrscheinlichkeit für einen Nichtbesuch bei den verschiedenen Lebensstilen zeigt deutliche Unterschiede zwischen ihnen.** Diese Wahrscheinlichkeit liegt beispielsweise bei Bodenständig Traditionellen bei 31 Prozent oder bei Heimzentrierten bei 18 Prozent. Bei Innovativ Gehobenen (3 Prozent), Liberal Gehobenen (6 Prozent) und Hedonisten (9 Prozent) liegt sie deutlich niedriger.

Dies ist insbesondere für Überlegungen bedeutsam, wie Kultur- und Freizeiteinrichtungen sowie Kulturpolitik und -verwaltung Strategien für eine größere und breitere Kulturelle Teilhabe entwickeln können. Häufig verwendete sozidemografische Merkmale bei der Segmentierung sind hierbei offenbar nur mäßig nützlich. Zumindest zusätzliche Informationen zu den Lebensstilen hingegen sind äußerst wertvoll.

---

81. Schätzungen auf der Grundlage logistischer Regressionsanalysen. Angegeben sind die statistisch geschätzten Wahrscheinlichkeiten in Prozent („predictive margins"), kein klassisches Kulturangebot in den letzten zwölf Monaten besucht zu haben. Für die Berechnung der Wahrscheinlichkeit einer Merkmalsausprägung wurden für die jeweils übrigen Variablen Durchschnittswerte angenommen.
82. Niedriges Haushaltseinkommen = unter 70 Prozent des Medians; hohes Haushaltseinkommen = ab 150 Prozent des Medians.
83. Das statistische Gütekriterium Pseudo-R^2 (McFadden) liegt für M1 bei 0,08, für M2 bei 0,09 und für M3 bei 0,15. Der Hosmer-Lemeshow-Test, ein weiteres Kriterium für die Modellgüte, wird ebenfalls von allen Modellen bestanden.

Abbildung 9: Wahrscheinlichkeit, in den letzten zwölf Monaten Nichtbesucher*in gewesen zu sein (Angabe in Prozent)

Soziodemografie	**M1** (n = 2591) **Einfluss Soziodemografie**	**M2** (n = 2479) **Einfluss Soziodemografie + Freizeitbudget**	**M3** (n = 2469) **Einfluss Soziodemografie + Freizeitbudget + Lebensstile**
Niedriger Bildungsabschluss (≤ Realschule)	22	21	19
Mittlerer Bildungsabschluss (Abitur)	13	13	14
Hoher Bildungsabschluss (Fach-/Hochschule)	5	5	7
Alter 15–29	13	13	15
Alter 30–59	14	14	14
Alter 60+	16	16	15
Männlich	14	14	14
Weiblich	15	15	15
Niedriges Haushaltseinkommen	19	18	16
Mittleres Haushaltseinkommen	13	13	13
Hohes Haushaltseinkommen	13	13	18
Freizeitbudget			
0–10 Stunden		19	18
11–20 Stunden		12	11
21–30 Stunden		14	14
31–40 Stunden		13	13
41–50 Stunden		16	16
Mehr als 50 Stunden		18	17
Lebensstil			
Konservativ Gehobene			15
Konventionalisten			17
Bodenständig Traditionelle			31
Liberal Gehobene			6
Mittelständische			17
Heimzentrierte			18
Innovativ Gehobene			3
Hedonisten			9
Unterhaltungssuchende			13

3.2 Lebensstile soziodemografisch

Besonders geprägt wird Berlin im Vergleich zu Gesamtdeutschland tendenziell von Innovativ Gehobenen, eher wenige Bodenständig Traditionelle wohnen in der Hauptstadt.

Für den folgenden Abschnitt wird die Verteilung der Lebensstile in der Berliner Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2019“ im Vergleich zu deren deutschlandweiten Verteilung aus der Studie „Weiterentwicklung der Lebensführungstypologie“, durchgeführt im Jahr 2018, betrachtet (siehe Abbildung 10 auf der nächsten Seite).[84] Dabei wird bereits auf den ersten Blick deutlich: In der Berliner Bevölkerung sind alle neun Lebensstile vertreten. **Die Verteilung der neun Lebensstile von Gunnar Otte in Berlin spiegelt eine heterogene und breit differenzierte Stadtgesellschaft wider**.

Eine Betrachtung des Ausstattungsniveaus und des Modernitätsgrads zeigt dabei: **Unter den Berliner*innen sind Menschen mit vergleichsweise moderner Lebensführung deutlich stärker vertreten als bundesweit (Berlin: 33 Prozent versus Deutschland: 20 Prozent).** Deren Anteil ist in größeren Städten Deutschlands laut Otte aber auch ganz generell größer als auf dem Land beziehungsweise in kleineren Städten.[85] Der Anteil der traditionellen Lebensstile mit einem hohen Maß an biografischer Geschlossenheit ist in Berlin hingegen geringer ausgeprägt (Berlin: 25 Prozent versus Deutschland: 35 Prozent). Eine „breite Mitte“ bestehend aus teilmodernen und biografisch konsolidierten Lebensstilen gibt es in Berlin wie Gesamtdeutschland gleichermaßen (Berlin: 43 Prozent versus Deutschland: 45 Prozent). **Zudem finden sich in Berlin mehr Menschen mit gehobener Ausstattung als in Gesamtdeutschland (Berlin: 35 Prozent versus Deutschland: 23 Prozent).** Auch stellt der Anteil von Lebensstilen mit niedrigem Ausstattungsniveau in Berlin, anders als in der Bundesbevölkerung, nicht den Großteil der Bevölkerung (Berlin: 30 Prozent versus Deutschland: 42 Prozent). Dies könnte möglicherweise darin begründet liegen, dass das Bundesland Berlin laut Statistischem Bundesamt im bundesweiten Vergleich neben Hamburg den höchsten Anteil an Personen mit hohem formalen Bildungsniveau aufweist.[86] Das Einkommensniveau der Berliner*innen wird an dieser Stelle vermutlich nicht ausschlaggebend sein, denn es liegt unter dem Bundesdurchschnitt.[87]

Diese Verteilung der Berliner*innen über die Achsen „Ausstattungsniveau“ und „Modernitätsgrad“ in der vorliegenden Studie ähnelt weitgehend Vergleichsdaten aus dem Jahr 2018. Zeigen sich abweichende Werte, so liegen sie fast ausschließlich im Bereich statistischer Schwankungen. Erwähnenswert sind lediglich zwei Abweichungen, die aber nur knapp statistisch relevant sind: 2018 lag der Anteil der Berliner*innen mit hohem Ausstattungsniveau bei 27 Prozent und damit 8 Prozentpunkte niedriger als 2019 (35 Prozent). Im Gegensatz hierzu lag der Anteil derjenigen mit niedrigem Ausstattungsniveau 2018 mit 37 Prozent um 7 Prozentpunkte höher als 2019 (30 Prozent).[88] Da beide Studien das gleiche Befragungsthema hatten (Freizeitverhalten mit einem Anteil von Fragen zu Kulturbesuchen), kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden, warum diese Werte abweichen. Findet das Instrument zukünftig regelmäßig in Befragungen zu verschiedensten Themen Anwendung, wird eine (noch) sicherere Aussage über die exakte Verteilung der Lebensstile möglich sein.

Es gibt einige Lebensstile, die in der Hauptstadt verglichen mit der Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik Deutschland besonders häufig vorkommen: **Geprägt wird Berlin im Vergleich zu Gesamtdeutschland in der Tendenz von Innovativ Gehobenen (Berlin: 15 Prozent versus Deutschland: 7 Prozent). Gleichzeitig sind tendenziell die Bodenständig Traditionellen (Berlin: 10 Prozent versus Deutschland: 19 Prozent) und Heimzentrierten (Berlin: 13 Prozent versus Deutschland: 18 Prozent) in der Hauptstadt vergleichsweise seltener anzutreffen als bundesweit.**[89] Bei den weiteren Lebensstilen ist die Verteilung zwischen Berlin und Gesamtdeutschland ähnlich ausgeprägt. Dies gilt beispielsweise für Konventionalisten (Berlin: 9 Prozent versus Deutschland: 12 Prozent), Mittelständische (Berlin: 16 Prozent versus Deutschland: 17 Prozent) und Hedonisten (Berlin: 11 Prozent versus Deutschland: 7 Prozent). Weitere Lebensstile sind ebenfalls sowohl in Berlin als auch in der gesamten Bundesrepublik in gleichem Maße zu finden, sind aber ganz generell wenig verbreitet. Dies gilt beispielsweise für die Konservativ Gehobenen (Berlin: 6 Prozent versus Deutschland: 5 Prozent) und Unterhaltungssuchenden

84. Auch die Befragung von 2018 kommt auf eine ähnliche Verteilung der Lebensstile in Berlin, aber im Vergleich zu der vorliegenden Studie von 2019 mit einer deutlich geringeren Fallzahl (n = ca. 1000 versus n = ca. 3400). Aufgrund der (noch) besseren Datenbasis der aktuellen Studie wurde daher hier auf eine Darstellung der Ergebnisse der 2018er Befragung zu den Berliner*innen verzichtet. Die Anteile der jeweiligen Lebensstile in der Bevölkerung weichen darin nicht erwähnenswert von den hier aufgezeigten Verteilungen ab (vgl. Otte 2019).
85. Vgl. Otte/Baur 2008: 113; Otte 2019: 23.
86. In den Stadtstaaten Hamburg und Berlin war der Anteil der Erwachsenen mit Tertiärabschluss (ISCED 5–8) mit 37 Prozent beziehungsweise 42 Prozent besonders hoch (vgl. Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2019b). Unter Tertiärabschluss (ISCED 5–8) fallen ≥ Abschlüsse an (Fach-)Hochschulen, Verwaltungsfachhochschulen, Berufs- und Fachakademien, Fachschulen und Schulen des Gesundheitswesens (vgl. Statistisches Bundesamt 2020d).
87. Vgl. Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2019a.
88. Vgl. Otte 2019: 22.
89. Fallzahlen für Berlin 2019: „Konservativ Gehobene“ (n = 200), „Liberal Gehobene“ (n = 457), „Innovativ Gehobene“ (n = 494), „Konventionalisten“ (n = 304), „Mittelständische“ (n = 537), „Hedonisten“ (n = 354), „Bodenständig Traditionelle“ (n = 323), „Heimzentrierte“ (n = 435), „Unterhaltungssuchende“ (n = 227).

(Berlin: 7 Prozent versus Deutschland: 5 Prozent).[90] Auch die Häufigkeit der einzelnen Lebensstile in Berlin entspricht den Vergleichsdaten von 2018 in sehr weiten Teilen. Zeigen sich in diesem Zusammenhang minimal abweichende Werte, liegen sie ausschließlich im Bereich statistischer Schwankungen.[91] In den folgenden Abbildungen sind Angaben, die ≥ 5 Prozentpunkte höher als der Durchschnittswert liegen, hervorgehoben.

Abbildung 10: Lebensstile in Berlin im Vergleich zur Bundesrepublik Deutschland

Ausstattungsniveau	← Modernitätsgrad →			
	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit	
↑ Gehoben	**Konservativ Gehobene** BE 2019 6 % D 2018 5 %	**Liberal Gehobene** BE 2019 14 % D 2018 11 %	**Innovativ Gehobene** **BE 2019 15 %** D 2018 7 %	∑ BE 35 % ∑ D 23 %
Mittel	**Konventionalisten** BE 2019 9 % D 2018 12 %	**Mittelständische** BE 2019 16 % D 2018 17 %	**Hedonisten** BE 2019 11 % D 2018 7 %	∑ BE 36 % ∑ D 35 %
↓ Niedrig	**Bodenständig Traditionelle** **BE 2019 10 %** D 2018 19 %	**Heimzentrierte** **BE 2019 13 %** D 2018 18 %	**Unterhaltungssuchende** **BE 2019 7 %** D 2018 5 %	∑ BE 30 % ∑ D 42 %
	∑ BE 25 % ∑ D 35 %	∑ BE 43 % ∑ D 45 %	∑ BE 33 % ∑ D 20 %	

Die Verteilung soziodemografischer Faktoren wie Bildung, Alter, Geschlecht und Einkommen über die Lebensstile unterscheidet sich in Berlin stellenweise deutlich von jener in bundesweiten Daten.

Hinsichtlich des Bildungsniveaus ist die Verteilung der formalen Bildungsabschlüsse konsistent zu der Grundidee von Ottes Lebensstilen. Im Großen und Ganzen gilt: Je weiter oben ein Lebensstil auf der Achse „Ausstattungsniveau" liegt, desto höher ist dessen Bildungsniveau. Gleichzeitig steigt dieses, je moderner/biografisch offener ein Lebensstil ist. Der höchste Anteil an Befragten mit (Fach-)Hochschulabschluss findet sich unter den Innovativ Gehobenen (60 Prozent), während der Anteil derjenigen mit Realschulabschluss oder niedriger bei den Bodenständig Traditionellen (76 Prozent) und den Heimzentrierten (64 Prozent) besonders hoch liegt (siehe Abbildung 11 auf der übernächsten Seite)[92].

Eine Besonderheit der Berliner Ergebnisse zeigt hier erneut das vergleichsweise sehr hohe Bildungsniveau in der Hauptstadt. **Gegenüber Gesamtdeutschland liegt der Anteil der Befragten mit (Fach-)Hochschulabschluss in Berlin in sieben von neun Lebensstilen teils deutlich höher.** Am meisten ist dies bei den Lebensstilen der Fall, die auf der Modernitätsachse am rechten Rand liegen, sprich: Innovativ Gehobenen, Hedonisten und Unterhaltungssuchenden, die in Berlin einen zwischen 16 und bei den Innovativ Gehobenen sogar 25 Prozentpunkte höheren Anteil aufweisen. In etwas geringerem Maß ist dies mit acht bis 14 Prozentpunkten Abweichung nach oben auch bei den Konservativ Gehobenen, Mittelständischen, Konventionalisten und Liberal Gehobenen der Fall. Nur bei den Bodenständig Traditionellen und Heimzentrierten ist der Anteil der Befragten mit (Fach-)Hochschulabschluss in Berlin und bundesweit gleich.[93]

Auch hinsichtlich der Altersstruktur der Lebensstile stimmt die Verteilung mit Ottes Grundannahmen zur Typologie überein. Je höher das Durchschnittsalter, desto traditionaler/biografisch geschlossener ist ein Lebensstil. **Die Altersverteilung über die Lebensstile weicht von der bundesweiten Verteilung kaum ab.** Die im Vergleich ältesten Lebensstile sind die Konservativ Gehobenen (Ø 63 Jahre), Konventionalisten (Ø 56 Jahre) und Bodenständig Traditionellen (Ø 54 Jahre). Am jüngsten sind hingegen die Unterhaltungssuchenden (Ø 33 Jahre), Hedonisten (Ø 38 Jahre) und Innovativ Gehobenen (Ø 41 Jahre). In leichter Tendenz sind die Innovativ Gehobenen in Berlin im Vergleich leicht jünger (– 7 Jahre) und die Unterhaltungssuchenden leicht älter (+ 7 Jahre). Auf der Achse „Ausstattungsniveau" ist kein stringenter Zusammenhang mit dem Alter erkennbar**.** Dies ist zwar an sich nicht typologiekonform, allerdings kommt auch Otte selbst zu dem Schluss, dass dieser für die Bundesrepublik feststellbare Zusammenhang in Berlin offenbar nicht gilt.[94]

Bezüglich der Verteilung des von den Befragten angegebenen Geschlechts zeigt sich ebenfalls: Beim „Ausstattungsniveau" und „Modernitätsniveau" sind keine systematischen Geschlechterunterschiede

90. Vgl. Otte 2019: 17.
91. Vgl. Otte 2019: 22.
92. Fallzahlen: Konservativ Gehobene (n = 186–200), Liberal Gehobene (n = 419–456), Innovativ Gehobene (n = 472–493), Konventionalisten (n = 279–304), Mittelständische (n = 494–536), Hedonisten (n = 335–353), Bodenständig Traditionelle (n = 298–322), Heimzentrierte (n = 380–433), Unterhaltungssuchende (n = 196–227).
93. Vgl. Otte 2019: 20.
94. Ebd.

erkennbar.[95] Die Angabe „divers“ hinsichtlich des Geschlechts findet sich in der Berliner Studie 2019 ausschließlich bei den modernen/biografisch offenen Lebensstilen. Die Gründe hierfür können nur vermutet werden. Es könnte sein, dass diese Kategorie bei jenen Lebensstilen eine größere Bekanntheit aufweist oder ein größeres Selbstvertrauen besteht, sich ihr zuzuordnen. Es ist unwahrscheinlich, dass sich unter den anderen Lebensstilen keine entsprechenden Personen befinden. An dieser Stelle könnten in der Zukunft vertiefende Studien ansetzen. In den Ergebnissen der Studie von 2018 sind keine Angaben zu dieser Kategorie enthalten.

Das mittlere monatliche Haushaltsnettoeinkommen (Median) steigt mit zunehmendem Ausstattungsniveau, liegt im Vergleich zu Gesamtdeutschland über alle Lebensstile hinweg aber deutlich niedriger. Es ist in Berlin im Vergleich mit 2150 bis 2250 Euro besonders hoch bei den Konservativ Gehobenen, Liberal Gehobenen und Innovativ Gehobenen. Bundesweit liegt das mittlere Einkommen bei diesen Lebensstilen jedoch bei 3400 Euro. Ein mittleres Einkommensniveau von 1650 bis 1850 Euro zeigt sich in Berlin bei den Konventionalisten, Mittelständischen und Hedonisten. Deutschlandweit liegt deren Einkommensniveau im Vergleich hingegen bei 2750 bis knapp 3000 Euro. Mit 1250 bis 1400 Euro besonders niedrig ist das durchschnittliche monatliche Haushaltsnettoeinkommen in Berlin bei Bodenständig Traditionellen, Heimzentrierten und Unterhaltungssuchenden. Dies ist grundsätzlich zwar auch bundesweit der Fall, allerdings liegt die Einkommensspanne hier bei 2150 bis 2450 Euro.[96] In diesen Zahlen spiegelt sich somit sehr deutlich wie oben bereits erwähnt wider, dass das Einkommensniveau in Berlin im Vergleich zu anderen Bundesländern niedriger ist.[97] Hinsichtlich der Modernität beziehungsweise Offenheit ihrer Lebensführung sind hinsichtlich des Einkommensniveaus keine maßgeblichen Unterschiede zwischen den Lebensstilen zu finden.

Das Freizeitbudget ist bei Lebensstilen mit einem durchschnittlich höheren formalen Bildungsniveau tendenziell am geringsten.

Besonders viele Stunden Freizeit weisen tendenziell die auf einem niedrigen bis mittleren Ausstattungsniveau liegenden und traditionaler/biografisch geschlosseneren Lebensstile auf. Es handelt sich dabei um die Mittelständischen, Bodenständig Traditionellen und Konventionalisten (36 bis 37 Stunden). Die Lebensstile Konservativ Gehobene, Liberal Gehobene, Innovativ Gehobene, Unterhaltungssuchende verfügen im Vergleich über weniger Freizeit (29 bis 34 Stunden). Sprich: **Diejenigen Lebensstile, die einen hohen Anteil an Menschen mit hohem Bildungsniveau aufweisen, verfügen über vergleichsweise weniger Freizeit.** Die einzige Ausnahme bilden in diesem Zusammenhang die Heimzentrierten, die im Verhältnis ebenfalls nur über wenig Freizeit verfügen. Auf Basis der bisherigen Analysen kann nicht beantwortet werden, aus welchem Grund dies der Fall ist. Es ist aber insgesamt sehr wahrscheinlich, dass es für das verschieden verteilte Freizeitbudget einen recht einfachen Grund jenseits der Lebensstile gibt: Laut OECD sind Bevölkerungsgruppen mit höheren Bildungsabschlüssen in der Regel häufiger Teil der Arbeitswelt als diejenigen mit niedrigeren Abschlüssen. Entsprechend verfügen sie im Schnitt über weniger Freizeit als Menschen mit niedrigeren Bildungsabschlüssen.[98] Die Studie von 2018 enthält keine Angaben zum Freizeitbudget der Lebensstile.

Die Lebensstile verteilen sich deutlich unterschiedlich auf verschiedene Stadtteile, bilden hierbei aber teils Gruppen nach Ausstattungsniveau, Modernität beziehungsweise Offenheit in ihrer Lebensführung.

Grundsätzlich lässt sich zunächst festhalten: **In allen zwölf Berliner Stadtteilen finden sich alle neun Lebensstile, dies allerdings zu unterschiedlichen Anteilen.** Eine Betrachtung der Top-4-Stadtteile, in denen die jeweiligen Lebensstile wohnhaft sind, zeigt: In den Innenstadtbezirken wohnen quer über alle Ausstattungsniveaus hinweg besonders häufig die modernen/biografisch offenen Lebensstile. Dies gilt für Friedrichshain-Kreuzberg und Mitte, aber auch für Neukölln. In den West-Stadtteilen sind vor allem Lebensstile mit gehobenem Ausstattungsniveau besonders häufig, also in Charlottenburg-Wilmersdorf, Steglitz-Zehlendorf und Spandau. Dort sind die modernen/biografisch offenen Lebensstile im Vergleich weniger vertreten. **Lebensstile mit mittlerem und niedrigem Ausstattungsniveau leben insbesondere im Südosten der Stadt.** Auffällig häufig sind sie in Marzahn-Hellersdorf, Lichtenberg, Treptow-Köpenick und Tempelhof-Schönefeld. **Lebensstile mit eher traditioneller und biografisch geschlossenerer Lebensführung finden sich nach keinem erkennbaren Muster quer über die Stadtteile verteilt.** Für zwei Stadtteile zeigt sich kein erkennbares Muster, die dortige Bevölkerung ist nach Lebensstilen anscheinend sehr durchmischt. Dies gilt für die nördlichen Bezirke Pankow und Reinickendorf. Sieben von neun Lebensstilen versammeln sich dort in nicht unerheblichen Anteilen. Auch zur Verteilung von Lebensstilen auf die Berliner Stadtteile enthält die Studie von 2018 keine Angaben.

95. Vgl. Otte 2019: 20.
96. Ebd.
97. Vgl. Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2019a; Gehalt.de 2019.
98. Vgl. OECD 2019.

Abbildung 11: Soziale Lage der Lebensstile (wenn nicht anders angegeben in Prozent)

Ausstattungsniveau		← Modernitätsgrad →					
		Traditional/biografische Schließung		Teilmodern/biografische Konsolidierung		Modern/biografische Offenheit	
↑	Gehoben	**Konservativ Gehobene**		**Liberal Gehobene**		**Innovativ Gehobene**	
		Realschule o. niedriger	50	Realschule o. niedriger	39	Realschule o. niedriger	15
		Abitur	14	Abitur	19	Abitur	26
		(Fach)Hochschulabschluss	36	(Fach)Hochschulabschluss	42	(Fach)Hochschulabschluss	60
		ø Alter (arithm. Mittel) in J.	63	ø Alter (arithm. Mittel) in J.	53	ø Alter (arithm. Mittel) in J.	41
		Frauen	59	Frauen	47	Frauen	47
		Männer	41	Männer	53	Männer	52
		Divers	0	Divers	0	Divers	1
		Einkommen (Median) in €	2150	Einkommen (Median) in €	2250	Einkommen (Median) in €	2250
		Freizeitbudget in Std.	31	Freizeitbudget in Std.	34	Freizeitbudget in Std.	30
		Steglitz-Zehlendorf	15	Tempelhof-Schönefeld	14	Friedrichshain-Kreuzberg	16
		Charlottenburg-Wilmersdorf	12	Pankow	12	Mitte	15
		Treptow-Köpenick	12	Steglitz-Zehlendorf	11	Pankow	14
		Spandau	10	Charlottenburg-Wilmersdorf	11	Charlottenburg-Wilmersdorf	12
	Mittel	**Konventionalisten**		**Mittelständische**		**Hedonisten**	
		Realschule o. niedriger	62	Realschule o. niedriger	48	Realschule o. niedriger	24
		Abitur	15	Abitur	23	Abitur	33
		(Fach)Hochschulabschluss	23	(Fach)Hochschulabschluss	30	(Fach)Hochschulabschluss	43
		ø Alter (arithm. Mittel) in J.	56	ø Alter (arithm. Mittel) in J.	48	ø Alter (arithm. Mittel) in J.	38
		Frauen	55	Frauen	49	Frauen	54
		Männer	45	Männer	51	Männer	45
		Divers	0	Divers	1	Divers	1
		Einkommen (Median) in €	1850	Einkommen (Median) in €	1700	Einkommen (Median) in €	1650
		Freizeitbudget in Std.	36	Freizeitbudget in Std.	37	Freizeitbudget in Std.	29
		Marzahn-Hellersdorf	13	Pankow	12	Friedrichshain-Kreuzberg	14
		Spandau	10	Mitte	10	Mitte	14
		Pankow	10	Charlottenburg-Wilmersdorf	10	Pankow	13
		Lichtenberg	10	Steglitz-Zehlendorf	9	Neukölln	12
	Niedrig	**Bodenständig Traditionelle**		**Heimzentrierte**		**Unterhaltungssuchende**	
		Realschule o. niedriger	76	Realschule o. niedriger	64	Realschule o. niedriger	31
		Abitur	14	Abitur	24	Abitur	39
		(Fach)Hochschulabschluss	9	(Fach)Hochschulabschluss	12	(Fach)Hochschulabschluss	30
		ø Alter (arithm. Mittel) in J.	54	ø Alter (arithm. Mittel) in J.	43	ø Alter (arithm. Mittel) in J.	33
		Frauen	60	Frauen	50	Frauen	50
		Männer	40	Männer	50	Männer	46
		Divers	0	Divers	0	Divers	4
		Einkommen (Median) in €	1400	Einkommen (Median) in €	1250	Einkommen (Median) in €	1300
		Freizeitbudget in Std.	37	Freizeitbudget in Std.	30	Freizeitbudget in Std.	31
		Marzahn-Hellersdorf	11	Lichtenberg	12	Neukölln	12
		Tempelhof-Schönefeld	10	Tempelhof-Schönefeld	10	Pankow	11
		Lichtenberg	10	Treptow-Köpenick	10	Mitte	11
↓		Pankow	9	Reinickendorf	9	Tempelhof-Schönefeld	11

3.3 Besuchswahrscheinlichkeit bei kulturellen Freizeitangeboten

Die Berliner*innen sind sehr vielfältig interessiert. Größere Anteile aus allen neun Lebensstilen haben in den letzten zwölf Monaten alle der hier aufgeführten kulturellen Freizeitangebote besucht.

Angegeben wird im Folgenden pro kulturellem Freizeitangebot die Prozentzahl, in der die Lebensstile in den letzten 12 Monaten mindestens einmal dort waren. Im Gegensatz zu Unterkapitel 2.1 fließen hier entsprechend keine Angaben zur Besuchshäufigkeit ein (bspw. 4-mal im Jahr). Stattdessen sagen die Prozentangaben etwas darüber aus, mit welcher Wahrscheinlichkeit die Lebensstile entsprechende Angebote besuchen. Gefragt wurde in dieser Studie nach Besuchen verschiedener kultureller Freizeitangebote zumindest hin und wieder und ortsunabhängig, das heißt auch nach Veranstaltungen in Schulen, Vereinen oder auf Reisen oder im Ausland. Als Grundtendenz hinsichtlich der Besuchswahrscheinlichkeit zeigt sich hierbei zunächst: **Alle hier betrachteten kulturellen Freizeitangebote wurden von allen neun Lebensstilen in den letzten zwölf Monaten besucht** (siehe Abbildung 12 auf der nächsten Seite).[99] Hinsichtlich der Besuche kultureller Freizeitangebote wird kein universeller Zusammenhang zwischen Ausstattungsniveau und Modernitätsgrad ersichtlich. Dennoch lassen die Besucher*innenanteile kultureller Freizeitangebote einige Muster erkennen. **Lebensstile mit moderner/biografisch offener Lebensführung besuchen das vielfältigste Spektrum kultureller Freizeitangebote**. Bei vielen Freizeitangeboten sind sie unter den Besucher*innen überdurchschnittlich stark vertreten.[100] Bei fünf der hier angeführten Angebote waren die Innovativ Gehobenen und Hedonisten in den letzten zwölf Monaten unter den Besucher*innen besonders häufig vertreten, bei den Unterhaltungssuchenden waren es vier von acht.

Auch das Ausstattungsniveau nimmt einen – im Vergleich aber geringeren – Einfluss auf die Besuchswahrscheinlichkeit unterschiedlicher kultureller Angebote. Gleichzeitig gilt: **In der Tendenz waren Lebensstile mit mittlerem und gehobenem Ausstattungsniveau überdurchschnittlich häufig unter den Besucher*innen der entsprechenden Angebote vertreten.** Dies gilt insbesondere, je traditioneller beziehungsweise biografisch geschlossener ihre Lebensführung ist. Denn auch bei den Konservativ Gehobenen, den Liberal Gehobenen und den Konventionalisten finden sich immerhin zwei bis drei Freizeitangebote, bei denen sie überdurchschnittlich stark vertreten sind. Bei den Mittelständischen liegt die Besuchswahrscheinlichkeit bei vielen Angebote in etwa im Bevölkerungsdurchschnitt. **Bei Lebensstilen, die ein niedriges Ausstattungsniveau aufweisen und tendenziell traditionell beziehungsweise biografisch geschlossen sind, ist die Wahrscheinlichkeit, ein breites Spektrum kultureller Freizeitangebote zu besuchen, in der Regel unterdurchschnittlich.** Dies gilt für Bodenständig Traditionelle und Heimzentrierte. Diese Grundverteilung der Besuchswahrscheinlichkeiten der Lebensstile je nach Position auf den Achsen „Ausstattungsniveau“ und „Modernitätsgrad“ entspricht in den aufgezeigten Grundzügen auch den Ergebnissen der deutschlandweiten Studie aus dem Jahr 2018.[101]

Die Lebensstile besuchen mit sehr unterschiedlicher Wahrscheinlichkeit kulturelle Freizeitangebote. Sichtbar sind kleinere Gruppen von Lebensstilen mit ähnlichen Interessen.

Betrachtet man jene drei Freizeitangebote im Hinblick auf die Lebensstile, die unter den Berliner*innen anteilig am wahrscheinlichsten Besucher*innen in den letzten zwölf Monaten anzogen (siehe Unterkapitel 2.1, Abbildung 1), ergibt sich folgendes Bild: Filmvorführungen/Kino (89 bis 94 Prozent), Konzerte Pop/Rock/Schlager usw. (63 bis 70 Prozent) und Clubs/Diskotheken (53 bis 60 Prozent) werden speziell von Innovativ Gehobenen, Hedonisten und Unterhaltungssuchenden besucht. Im Vergleich zu traditionellen und biografisch geschlossenen Lebensstilen wird der teils extreme Unterschied in den Besucher*innenanteilen sehr gut sichtbar. Filmvorführungen/Kino (64 bis 71 Prozent), Konzerte Pop/Rock/Schlager usw. (38 bis 43 Prozent) und insbesondere Clubs/Diskotheken (14 bis 18 Prozent) spielen für Konservativ Gehobene, Konventionalisten und Bodenständig Traditionelle eine deutlich geringere Rolle. Das dritte Angebot unter den Top 3 für die Berliner*innen haben jedoch völlig andere Lebensstile in den letzten zwölf Monaten mindestens einmal besucht. Zoos/Tierparks haben vor allem für Konventionalisten und Konservativ Gehobene eine überdurchschnittlich hohe Bedeutung (je 72 Prozent). Bei den modernen und biografisch offenen Lebensstilen – Innovativ Gehobene, Hedonisten und Unterhaltungssuchende – sind Zoos/Tierparks ebenfalls ein gern besuchtes Angebot, aber im Vergleich für sie weniger bedeutsam (51 bis 58 Prozent).

---

99. Fallzahlen: Konservativ Gehobene (n = 210–218), Liberal Gehobene (n = 504–518), Innovativ Gehobene (n = 567–578), Konventionalisten (n = 285–295), Mittelständische (n = 492–509), Hedonisten (n = 337–345), Bodenständig Traditionelle (n = 238–250), Heimzentrierte (n = 317–327), Unterhaltungssuchende (n = 173–183). Für diese und die folgenden Abbildung gilt: Angaben die ≥ 5 Prozentpunkte vom Durchschnittswert abweichen, sind hervorgehoben.
100. Zur einfacheren Vergleichbarkeit in dieser und den folgenden Abbildungen sind die Werte des Bevölkerungsdurchschnitts dieser Studie am rechten Abbildungsrand zu finden. Diese Werte sind *nicht* der Durchschnitt für das entsprechende Ausstattungsniveau.
101. Vgl. Otte 2019: 25.

Abbildung 12: Besuchswahrscheinlichkeiten der Lebensstile bei kulturellen Freizeitangeboten (Angabe in Prozent)

Kino/Filmvorführungen (∅ 82)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	71 Konservativ Gehobene	86 Liberal Gehobene	94 Innovativ Gehobene
Mittel	70 Konventionalisten	82 Mittelständische	89 Hedonisten
Niedrig	64 Bodenständig Traditionelle	79 Heimzentrierte	93 Unterhaltungssuchende

Zoo/Tierparks (∅ 64)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	72 Konservativ Gehobene	67 Liberal Gehobene	57 Innovativ Gehobene
Mittel	72 Konventionalisten	66 Mittelständische	58 Hedonisten
Niedrig	68 Bodenständig Traditionelle	66 Heimzentrierte	51 Unterhaltungssuchende

Konzerte Pop/Rock/Schlager usw. (∅ 55)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	43 Konservativ Gehobene	54 Liberal Gehobene	70 Innovativ Gehobene
Mittel	47 Konventionalisten	50 Mittelständische	68 Hedonisten
Niedrig	38 Bodenständig Traditionelle	53 Heimzentrierte	63 Unterhaltungssuchende

Clubs/Diskotheken (∅ 37)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	14 Konservativ Gehobene	34 Liberal Gehobene	60 Innovativ Gehobene
Mittel	18 Konventionalisten	32 Mittelständische	53 Hedonisten
Niedrig	17 Bodenständig Traditionelle	35 Heimzentrierte	57 Unterhaltungssuchende

Musical/Revue/Varieté/Show (∅ 38)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	45 Konservativ Gehobene	47 Liberal Gehobene	39 Innovativ Gehobene
Mittel	46 Konventionalisten	41 Mittelständische	33 Hedonisten
Niedrig	31 Bodenständig Traditionelle	31 Heimzentrierte	32 Unterhaltungssuchende

Kabarett/Comedy (∅ 38)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	41 Konservativ Gehobene	47 Liberal Gehobene	44 Innovativ Gehobene
Mittel	39 Konventionalisten	38 Mittelständische	44 Hedonisten
Niedrig	24 Bodenständig Traditionelle	31 Heimzentrierte	30 Unterhaltungssuchende

Sportveranstaltungen (∅ 38)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	30 Konservativ Gehobene	41 Liberal Gehobene	42 Innovativ Gehobene
Mittel	39 Konventionalisten	40 Mittelständische	39 Hedonisten
Niedrig	28 Bodenständig Traditionelle	37 Heimzentrierte	38 Unterhaltungssuchende

Bibliotheken (∅ 38)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	28 Konservativ Gehobene	40 Liberal Gehobene	50 Innovativ Gehobene
Mittel	28 Konventionalisten	38 Mittelständische	52 Hedonisten
Niedrig	17 Bodenständig Traditionelle	35 Heimzentrierte	48 Unterhaltungssuchende

–50% –25% –10% Bevölkerungsdurchschnitt +10% +25% +50%

Werte, die weniger als 5 Prozentpunkte vom Mittelwert abweichen, erhalten keine Färbung.

Auch in Bezug auf andere Angebote sind einige Lebensstile überproportional unter den mindestens einmaligen Besucher*innen der letzten zwölf Monate vertreten: Angebote im Bereich Musical/Revue/Varieté/Show sind offenbar besonders attraktiv für Liberal Gehobene, Konventionalisten und Konservativ Gehobene (45 bis 47 Prozent). Hier sind es vor allem die Lebensstile mit niedrigem Ausstattungsniveau – Bodenständig Traditionelle, Heimzentrierte und Unterhaltungssuchende –, aber auch Hedonisten, die dieses kulturelle Freizeitangebot vergleichsweise weniger attraktiv finden (31 bis 41 Prozent).

Dieses Muster gilt aber nicht für ein weiteres hier aufgeführtes kulturelles Freizeitangebot im Bereich der darstellenden Künste. Kabarett/Comedy ist vor allem für die Liberal Gehobenen, Innovativ Gehobenen und Hedonisten von Bedeutung (44 bis 47 Prozent). Eher selten geschätzt wird dieses Angebot dagegen von den Lebensstilen mit niedrigem Ausstattungsniveau, sprich den Bodenständig Traditionellen, Heimzentrierten und Unterhaltungssuchenden (24 bis 31 Prozent). Auch bei dem hier aufgeführten Bildungsangebot zeigt sich ein klares Muster: Unter den Lebensstilen, die in den letzten zwölf Monaten mindestens einmal eine Bibliothek besucht haben, sind insbesondere Hedonisten, Innovativ Gehobene und Unterhaltungssuchende zu finden (48 bis 52 Prozent). Auch hier zeigt der Vergleich der Besucher*innenanteile mit anderen Lebensstilen einen sehr deutlichen Unterschied. Bibliotheken spielen für Konservativ Gehobene, Konventionalisten, insbesondere aber für Bodenständig Traditionelle eine wesentlich geringere Rolle (17 bis 28 Prozent).

Die Studie „Weiterentwicklung der Lebensstiltypologie“ aus dem Jahr 2018 enthält Besuchshäufigkeiten zu Filmvorführungen/Kino, Musical/Revue/Varieté, Konzerten wie Rock/Hip-Hop/Elektro/Schlager/Jazz/Klangkunst und Sportveranstaltungen. Bei einigen Präferenzen der Lebensstile zeigen sich in dieser Studie Unterschiede gegenüber der hier vorliegenden. Liberal Gehobene gehören dort ebenfalls zu denjenigen Lebensstilen, bei denen im Vergleich besonders häufig Film-/Kino- und Konzertgänger*innen vertreten sind. Musical, Revue und Varieté werden darin konsistent von Lebensstilen mit mittlerem bis hohem Ausstattungsniveau besonders attraktiv gefunden. Gleichzeitig spielen dort Sportveranstaltungen insbesondere für Konservativ Gehobene, Innovativ Gehobene, Hedonisten und Unterhaltungssuchende eine Rolle. Im Großen und Ganzen decken sich die Verteilungen der Besuchswahrscheinlichkeiten aber in beiden Studien.[102]

3.4 Besuchswahrscheinlichkeit bei klassischen Kulturangeboten

Alle Lebensstile besuchen klassische Kulturangebote. Besuchswahrscheinlichkeit und Breite des besuchten Angebotsspektrums variieren hierbei jedoch deutlicher als bei den kulturellen Freizeitangeboten.

Auch hinsichtlich klassischer Kulturangebote wurde nach Besuchen zumindest hin und wieder und ortsunabhängig gefragt, das heißt auch hier nach Veranstaltungen in Schulen, Vereinen oder auf Reisen oder im Ausland. Hinsichtlich der Besuchswahrscheinlichkeit zeigt sich in diesem Abschnitt dabei zunächst als Grundtendenz: **Alle hier betrachteten Kulturangebote wurden von einem nicht zu vernachlässigenden Anteil von Personen aus allen neun Lebensstilen in den letzten zwölf Monaten mindestens einmal besucht.** Dies gilt sowohl für Ausstellungen, Theateraufführungen, klassische Konzerte und Opern, Ballett- und Tanztheateraufführungen als auch für Literaturveranstaltungen und Lesungen sowie Jazz-/Neue-Musik-/Klangkunst- und experimentelle Musik-Konzerte (siehe Abbildung 13 auf der nächsten Seite).[103] Dabei zeigt sich im Gegensatz zu den Resultaten aus Unterkapitel 3.3 jedoch ein sehr klares Muster je nach Lage der Lebensstile auf den Achsen „Ausstattungsniveau“ und „Modernitätsgrad“: **Die Besuchswahrscheinlichkeit und das Spektrum der besuchten Angebote nehmen bis auf wenige Ausnahmen bei einzelnen Angeboten mit zunehmendem Ausstattungsniveau zu.** Obwohl das Ausstattungsniveau für die Besuchswahrscheinlichkeit in den letzten zwölf Monaten im Vergleich entscheidender ist als der Modernitätsgrad, kann zudem festgehalten werden: **Mit zunehmender Modernität und biografischer Öffnung steigen tendenziell die Besuchswahrscheinlichkeit und die Vielfalt der überdurchschnittlich oft besuchten Angebote.** Gleichzeitig gilt im Umkehrschluss, dass die Besuchswahrscheinlichkeit über alle Angebote hinweg mit sinkendem Ausstattungsniveau und geringerer Modernität sowie biografischer Offenheit sinkt. Aber Achtung: Auch Lebensstile mit niedrigem Ausstattungsniveau und niedrigem Modernitätsgrad verzeichnen einen Besucher*innenanteil in nicht unwesentlicher Größe.

102. Vgl. Otte 2019: 25.

103. Fallzahlen: Konservativ Gehobene (n = 210–216), Liberal Gehobene (n = 503–512), Innovativ Gehobene (n = 561–576), Konventionalisten (n = 279–292), Mittelständische (n = 493–505), Hedonisten (n = 337–348), Bodenständig Traditionelle (n = 240–252), Heimzentrierte (n = 316–329), Unterhaltungssuchende (n = 173–180).

Abbildung 13: Besuchswahrscheinlichkeiten der Lebensstile bei klassischen Kulturangeboten (Angabe in Prozent)

Theater/Schauspiel (∅ 41)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	44 Konservativ Gehobene	56 Liberal Gehobene	64 Innovativ Gehobene
Mittel	36 Konventionalisten	40 Mittelständische	50 Hedonisten
Niedrig	19 Bodenständig Traditionelle	18 Heimzentrierte	32 Unterhaltungssuchende

Klassische Konzerte (∅ 37)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	48 Konservativ Gehobene	56 Liberal Gehobene	57 Innovativ Gehobene
Mittel	28 Konventionalisten	34 Mittelständische	40 Hedonisten
Niedrig	13 Bodenständig Traditionelle	19 Heimzentrierte	25 Unterhaltungssuchende

Oper/Ballet/Tanz (∅ 30)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	39 Konservativ Gehobene	48 Liberal Gehobene	48 Innovativ Gehobene
Mittel	23 Konventionalisten	25 Mittelständische	36 Hedonisten
Niedrig	11 Bodenständig Traditionelle	12 Heimzentrierte	16 Unterhaltungssuchende

kulturgeschichtliche Ausstellungen (∅ 45)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	50 Konservativ Gehobene	55 Liberal Gehobene	60 Innovativ Gehobene
Mittel	39 Konventionalisten	44 Mittelständische	52 Hedonisten
Niedrig	27 Bodenständig Traditionelle	36 Heimzentrierte	37 Unterhaltungssuchende

Kunstausstellungen (∅ 45)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	50 Konservativ Gehobene	63 Liberal Gehobene	77 Innovativ Gehobene
Mittel	27 Konventionalisten	40 Mittelständische	59 Hedonisten
Niedrig	12 Bodenständig Traditionelle	22 Heimzentrierte	43 Unterhaltungssuchende

Gedenkstätten/Erinnerungsorte (∅ 49)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	48 Konservativ Gehobene	54 Liberal Gehobene	60 Innovativ Gehobene
Mittel	43 Konventionalisten	44 Mittelständische	56 Hedonisten
Niedrig	35 Bodenständig Traditionelle	43 Heimzentrierte	51 Unterhaltungssuchende

Naturkundliche/technische Ausstelungen (∅ 54)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	54 Konservativ Gehobene	62 Liberal Gehobene	63 Innovativ Gehobene
Mittel	50 Konventionalisten	51 Mittelständische	58 Hedonisten
Niedrig	40 Bodenständig Traditionelle	49 Heimzentrierte	55 Unterhaltungssuchende

Literaturveranstaltungen/Lesungen (∅ 25)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	33 Konservativ Gehobene	34 Liberal Gehobene	43 Innovativ Gehobene
Mittel	17 Konventionalisten	21 Mittelständische	30 Hedonisten
Niedrig	7 Bodenständig Traditionelle	12 Heimzentrierte	20 Unterhaltungssuchende

Jazz/Neue Musik etc. (⌀ 20)

Ausstattungsniveau	← Modernitätsgrad →		
	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	**12** Konservativ Gehobene	**24** Liberal Gehobene	**41** Innovativ Gehobene
Mittel	**10** Konventionalisten	**18** Mittelständische	**34** Hedonisten
Niedrig	**4** Bodenständig Traditionelle	**10** Heimzentrierte	**19** Unterhaltungssuchende



Werte, die weniger als 5 Prozentpunkte vom Mittelwert abweichen, erhalten keine Färbung.

Bezüglich des Einflusses des Ausstattungsniveaus und der Modernität der Lebensführung auf die Besuchswahrscheinlichkeit bestehen in der Studie „Weiterentwicklung der Lebensstiltypologie“ und der vorliegenden Studie Unterschiede. Während in Berlin wie oben beschrieben das Ausstattungsniveau für die Besuchswahrscheinlichkeit im Vergleich entscheidender ist als der Modernitätsgrad, gilt bundesweit: Je höher das Ausstattungsniveau und je moderner und biografisch offener ein Lebensstil ist, desto wahrscheinlicher werden die in der Studie abgefragten Angebote besucht, das sind demnach: Sprechtheater/Schauspielaufführungen, Opern-, Ballett-/Tanztheateraufführungen, Konzerte klassischer Musik und verschiedene Ausstellungen.[104] An dieser Stelle zeigt sich erneut das in Berlin im Vergleich zum Bundesdurchschnitt niedriger liegende Einkommensniveau, das in das Ausstattungsniveau hineinspielt.[105] Möglicherweise fehlen den Berliner*innen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung häufiger die finanziellen Ressourcen, entsprechende Angebote zu besuchen. Damit sind kulturpolitisch intendierte Programme, wie beispielsweise das Modellprojekt „Eintrittsfreie Sonntage in Museen“ oder Maßnahmen zur Eintrittsermäßigung durch Kultur- und Freizeiteinrichtungen in der Hauptstadt vermutlich erfolgsversprechender, als dies in bundesweiten Studien bislang belegt werden konnte.

Bezüglich klassischer Kulturangebote bestehen klare Geschmacksmuster der einzelnen Lebensstile.

Hinsichtlich der Breite des Spektrums der von den entsprechenden Lebensstilen besuchten Angebote zeigen sich entsprechend den oben beschriebenen Zusammenhängen im Groben zwei Gruppen: **Für Innovativ Gehobene, Liberal Gehobene, Konservativ Gehobene und Hedonisten spielen die meisten der aufgeführten Angebote eine vergleichsweise große Rolle.** Ein Großteil von ihnen besucht viele dieser Angebote. Diese Lebensstile sind in Berlin im Vergleich zur deutschen Gesamtbevölkerung wesentlich stärker vertreten. Hier zeigt sich erneut der Berlin- beziehungsweise Großstadteffekt, der die in Kapitel 2 erläuterte vergleichsweise überdurchschnittlich große Kulturelle Teilhabe der Berliner*innen insgesamt erklärt. Dies bedeutet jedoch keinesfalls, dass die anderen Lebensstile nicht ebenfalls viele der Angebote zu schätzen wissen, denn gleichzeitig gilt: **Konventionalisten, Bodenständig Traditionelle, Heimzentrierte und Unterhaltungssuchende besuchen all diese Angebote ebenfalls, im Vergleich jedoch zumeist unterdurchschnittlich wahrscheinlich.** Mittelständische haben in der Regel einen Besucher*innenanteil, der dem deutschen Bevölkerungsschnitt entspricht.

Die unterschiedlich hohen Besuchswahrscheinlichkeiten der benannten zwei Gruppen von Lebensstilen werden bei einer detaillierteren Betrachtung der einzelnen Angebote gut sichtbar. Es scheint, als verliefe in Abbildung 13 eine imaginäre Linie von rechts oben nach links unten. Haben von den Innovativ Gehobenen, Liberal Gehobenen und Hedonisten 50 bis 64 Prozent in den letzten zwölf Monaten Angebote im Bereich Theater und Schauspiel besucht, gilt dies nur für knapp jeweils ein Fünftel der Bodenständig Traditionellen und der Heimzentrierten (18 bis 19 Prozent). Der Besucher*innenanteil der Konservativ Gehobenen liegt hierbei in etwa auf der Höhe des deutschen Bevölkerungsschnitts (44 Prozent). Lediglich die Unterhaltungssuchenden und die Konventionalisten weisen einen vergleichsweise noch etwas höheren Besucher*innenanteil auf. Von ihnen hat in den vergangenen zwölf Monaten rund jede*r Dritte (32 bis 36 Prozent) eine Theater- oder Schauspielaufführung besucht.

104. Vgl. Otte 2019: 25. Ausstellungen wurden dabei spezifiziert nach „Naturkundliche, naturwissenschaftliche und technische Ausstellungen“, „Kulturgeschichtliche, historische und archäologische Ausstellungen“, „Kunstausstellungen, Galerien“, „Gedenkstätten, Erinnerungsorte“.
105. Vgl. Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2019a; Gehalt.de 2019.

Klassische Konzerte sind besonders attraktiv für Innovativ Gehobene, Liberal Gehobene und Konservativ Gehobene (48 bis 57 Prozent), eher unattraktiv dagegen für Bodenständig Traditionelle und Heimzentrierte (13 bis 19 Prozent). Unterdurchschnittlich wahrscheinlich sind dort Konventionalisten und Unterhaltungssuchende (25 bis 28 Prozent) zu Besuch. Die Besuchswahrscheinlichkeit bei Mittelständischen und Hedonisten entspricht in etwa dem Bevölkerungsschnitt (34 bis 40 Prozent). Oper, Ballett- und Tanztheateraufführungen sowie Literaturveranstaltungen/Lesungen werden von Innovativ Gehobenen, Liberal Gehobenen, Konservativ Gehobenen und Hedonisten besonders geschätzt (36 bis 39 bzw. 30 bis 43 Prozent). Auch hier gilt: Insbesondere Bodenständig Traditionelle sowie Heimzentrierte finden diese Angebote nicht so attraktiv (11 bis 12 bzw. 7 bis 12 Prozent). Auch Konventionalisten, Mittelständische und Unterhaltungssuchende besuchen diese Angebote vergleichsweise weniger wahrscheinlich (16 bis 25 bzw. 17 bis 21 Prozent).

Bei einem der Angebote zeigt sich eine leicht abweichende Gruppierung von Lebensstilen, die sich hierfür interessieren: Der Bereich Jazz-/Neue-Musik-/Klangkunst- und experimentelle Musik-Konzerte ist offenbar besonders polarisierend. Nur Innovativ Gehobene und Hedonisten zählen überdurchschnittlich häufig zum Kreis der letztjährigen Besucher*innen (34 bis 41 Prozent). Alle anderen Lebensstile finden sie deutlich weniger attraktiv (12 bis 19 Prozent), insbesondere Bodenständig Traditionelle (4 Prozent). Auch bei den Ausstellungstypen liegt ein weniger eindeutiger Zusammenhang zwischen den Achsen „Ausstattungsniveau“ und „Modernitätsgrad“ vor. Der Unterschied der Besucher*innenanteile bei Kunstausstellungen ist zwar erneut besonders deutlich zwischen Innovativ Gehobenen, Liberal Gehobenen und Hedonisten (50 bis sogar 77 Prozent) sowie den Bodenständig Traditionellen und Heimzentrierten (12 bis 27 Prozent). Konservativ Gehobene, Mittelständische und Unterhaltungssuchende liegen hier nicht weit entfernt vom Bevölkerungsschnitt (40 bis 50 Prozent). Naturkundliche/technische Ausstellungen hingegen spielen für Innovativ Gehobene und Liberal Gehobene erneut die größte Rolle (62 bis 63 Prozent). Hier liegen aber alle anderen Lebensstile bezüglich der Besucher*innenanteile entweder im Bevölkerungsschnitt oder nur knapp darunter (50 bis 58 Prozent).

In Berlin gehören weniger Lebensstile zu den Kernnachfragenden von Kultur- und Freizeitangeboten als bundesweit. Einige Sparten werden von Berliner*innen im Vergleich mit größerer Wahrscheinlichkeit, andere weniger wahrscheinlich besucht.

Die hier aufgezeigten Ergebnisse decken sich bezüglich der Besucher*innenanteile der einzelnen Angebote ebenfalls weitgehend mit der Studie „Weiterentwicklung der Lebensstiltypologie“ aus dem Jahr 2018, dennoch zeigen sich einige systematische Unterschiede. **Bundesweit weisen – im Gegensatz zu Berlin – neben Innovativ Gehobenen, Liberal Gehobenen und Hedonisten auch Konservativ Gehobene und Mittelständische eine überdurchschnittliche Besuchswahrscheinlichkeit auf.** Sprich: In Berlin ist demzufolge die Anzahl der Lebensstile, welche die Angebote mit hoher Wahrscheinlichkeit besuchen, geringer. Zugleich bestehen in einigen Sparten systematische Unterschiede in den Besucher*innenanteilen zwischen beiden Studien. Bei vielen Lebensstilen besuchen die Berliner*innen im Vergleich zu den Gesamtdeutschen einzelne Ausstellungsformen weniger wahrscheinlich. Dies gilt bei fünf Lebensstilen für kulturgeschichtliche/historische/archäologische Ausstellungen (Konservativ Gehobene, Liberal Gehobene, Innovativ Gehobene, Mittelständische, Hedonisten) und Kunstausstellungen (Konservativ Gehobene, Konventionalisten, Mittelständische, Bodenständig Traditionelle, Heimzentrierte). Naturkundliche, naturwissenschaftliche und technische Ausstellungen werden in Berlin ebenfalls von drei Lebensstilen wenig wahrscheinlich besucht als bundesweit (Innovativ Gehobene, Mittelständische, Hedonisten). Bei Gedenkstätten und Erinnerungsorten ist dieser Effekt sogar noch deutlicher, denn in Berlin besuchen diese – im Vergleich zur deutschen Gesamtbevölkerung – alle Lebensstile außer den Unterhaltungssuchenden weniger wahrscheinlich.[106] In der vorliegenden Studie wurde nicht spezifisch der Besuch für entsprechende Angebote in Berlin abgefragt, sondern den Befragten explizit folgender Hinweis gegeben: „Denken Sie dabei z. B. bitte auch an Veranstaltungen […] auf Reisen oder im Ausland!“. Dennoch erscheint es verwunderlich, dass bei einem breiten Angebotsspektrum solcher Ausstellungen in Berlin die Besucher*innenanteile vergleichsweise gering ausfallen.

Umgekehrt werden beispielsweise klassische Konzerte von mehreren Lebensstilen wahrscheinlicher besucht, als dies bundesweit der Fall ist. Dies betrifft fünf Lebensstile (Liberal Gehobene, Innovativ Gehobene, Konventionalisten, Hedonisten und Heimzentrierte). Auch Oper, Ballett- und Tanztheateraufführungen erreichen in Berlin in einigen Lebensstilen größere Besucher*innenanteile als im bundesweiten Vergleich. Dies gilt für die drei Lebensstile Liberal Gehobene, Innovativ Gehobene und Konventionalisten. Bei diesen Angeboten gelingt es – bezogen auf die Berliner*innen – somit offenbar einerseits gut, die Mehrzahl der an ihnen ohnehin stark interessierten Lebensstile zu einer hohen Besuchswahrscheinlichkeit anzuregen. Gleichzeitig gelingt es ihnen aber offenbar teilweise auch gut, Lebensstile zu Besuchen anzuregen, die diese Angebote typischerweise weniger attraktiv finden. Doch Achtung: Oper, Ballett- und

106. Vgl. Otte 2019: 25. Ausstellungen wurden dabei spezifiziert nach „Naturkundliche, naturwissenschaftliche und technische Ausstellungen“, „Kulturgeschichtliche, historische und archäologische Ausstellungen“, „Kunstausstellungen, Galerien“ und „Gedenkstätten, Erinnerungsorte“.

Tanztheateraufführungen werden aber gleichzeitig von anderen Lebensstilen in Berlin weniger wahrscheinlich besucht, als dies bundesweit der Fall ist. Dies trifft auf drei Lebensstile zu (Mittelständische, Heimzentrierte und Unterhaltungssuchende), die diese Angebote im Vergleich zu anderen ohnehin nicht so wahrscheinlich besuchen. Auch hier zeigt sich im Hinblick auf die Kulturelle Teilhabe Handlungsbedarf für Kulturpolitik und -verwaltung sowie die Einrichtungen selbst. Der in diesem Bericht bereits mehrfach zitierte Großstadteffekt bei beispielsweise klassischen Konzerten (siehe Kapitel 2) gilt anscheinend vor allem für bestimmte Lebensstile.

DIE „Kulturflaneure“ als einen einzigen homogenen Besucher*innen-Typ gibt es nicht. Stattdessen handelt es sich dabei um drei verschiedene Lebensstile, die en détail unterschiedliche Präferenzen aufweisen.

In der Kulturmanagementliteratur tauchen als ein Typ von Kulturbesucher*innen regelmäßig die sogenannten „Kulturflaneure“[107] auf. Gemeint sind damit Personen, die sich für ein sehr breites Spektrum an kulturellen Freizeit- und Kulturangeboten interessieren und diese auch mit hoher Wahrscheinlichkeit besuchen.[108] **Die hier vorliegenden Ergebnisse deuten darauf hin, dass es DIE „Kulturflaneure“ als einen einzigen homogenen Typus nicht gibt und eine differenziertere Betrachtung notwendig ist.** Bezieht man in eine Sichtung der Besucher*innenanteile der einzelnen Lebensstile sowohl die kulturellen Freizeitangebote (Unterkapitel 3.3) als auch die in diesem Abschnitt aufgeführten Kulturangebote ein, wird deutlich: **Es handelt sich dabei in jedem Fall um Innovativ Gehobene, mindestens aber auch um Hedonisten und Liberal Gehobene.** Die größte Vielfältigkeit an überdurchschnittlich wahrscheinlich besuchten Angeboten findet sich bei den Innovativ Gehobenen, mit 14 von insgesamt 17 der hier aufgeführten Kultur- und Freizeitangeboten. Aber auch Hedonisten mit zwölf von 17 beziehungsweise Liberal Gehobene mit zehn von 17 überdurchschnittlich wahrscheinlich besuchten Angeboten sind wohl kaum als wenig Nachfragende zu bezeichnen. **Dabei sind die Präferenzen bei diesen drei Lebensstilen aber, wie oben bereits beschrieben, zum Teil unterschiedlich gelagert.** Von den Liberal Gehobenen werden die gleichen Angebote überdurchschnittlich wahrscheinlich besucht, wenn auch vergleichsweise weniger als von den Innovativ Gehobenen. Einzig Jazz-/Neue-Musik-/Klangkunst- und experimentelle Musik-Konzerte schätzen die Liberal Gehobenen generell nicht gleichermaßen überdurchschnittlich. Zwar sind die Besucher*innenanteile bei den Konservativ Gehobenen und Hedonisten ebenfalls bei allen Angeboten geringer als bei den Innovativ Gehobenen, es zeigen sich zwischen diesen aber auch klar unterschiedliche Interessengebiete. Konservativ Gehobene haben eine generelle Präferenz für eher klassische Angebote, wie klassische Konzerte, aber auch Oper, Ballett- und Tanztheateraufführungen, kunstgeschichtliche und Kunst-Ausstellungen sowie Literaturveranstaltungen und Lesungen. Bei Hedonisten spielen zwar ebenfalls Oper, Ballett- und Tanztheateraufführungen, kunstgeschichtliche und Kunst-Ausstellungen sowie Literaturveranstaltungen und Lesungen eine große Rolle. Ansonsten bevorzugen sie aber im Vergleich deutlich Theater/Schauspiel sowie Gedenkstätten und Erinnerungsorte. Dass diese die drei Kultur- und Freizeitangebote besonders schätzenden Lebensstile keinesfalls immer ähnlich „ticken“, werden auch die noch folgenden Unterkapitel untermauern.

Zusammenfassend ist in den Unterkapiteln 3.3 und 3.4 festzustellen, dass Besuche kultureller Freizeitangebote und klassischer Kulturangebote in der Regel auf allen drei Ebenen des Ausstattungsniveaus vorkommen. Eine Erklärung, die nur auf soziodemografischen Merkmalen der Befragten, wie beispielsweise dem formalen Bildungsgrad oder dem Haushaltseinkommen, aufbaut, zeigt sich damit hinsichtlich möglicher Konsequenzen für Kulturelle-Teilhabe-Strategien allein nicht zielführend. Die Anwendung der Lebensstiltypologie zeigt zudem, dass auch der Modernitätsgrad wertvolle Anknüpfungspunkte für die praktische Arbeit von Kultureinrichtungen liefert. Sie können beispielsweise Angebote mit bestimmten Werten kommunizieren und mit speziellen Images versehen.

107. Siehe hierzu ursprünglich Wiesand 1995, aufgegriffen vor allem in Publikationen rund um das 8. und 9. KulturBarometer (vgl. bspw. Keuchel/Mertens 2011; Keuchel 2005).
108. Siehe hierzu beispielsweise Keuchel 2005.

3.5 Zufriedenheit mit Kulturangeboten und Relevanz des klassischen Kulturangebots

Die Berliner*innen sind über alle Lebensstile hinweg sehr zufrieden mit dem Kulturangebot ihrer Stadt. Dies gilt überdurchschnittlich für Lebensstile mit hohem Ausstattungsniveau.

Hinsichtlich der Zufriedenheit lässt sich zunächst übergreifend festhalten, dass die Berliner*innen dem Kulturangebot ein sehr gutes Zeugnis ausstellen. Werden die Werte für die Antworten „sehr zufrieden" und „eher zufrieden" zusammengefasst, zeigt sich das folgende, sehr eindeutige Bild: **Alle Lebensstile sind mit dem generellen Kulturangebot ihrer Stadt zu sehr hohen Anteilen zufrieden** (siehe Abbildung 14 auf der nächsten Seite).[109] Die Zufriedenheitswerte unterscheiden sich nur sehr geringfügig nach dem Ausstattungsniveau, nicht auf der Modernitätsachse. Die Lebensstile mit gehobenem Ausstattungsniveau weisen dabei in minimaler Tendenz höhere Zufriedenheitswerte auf als diejenigen mit mittlerem oder niedrigem. Aufgrund der unter den Berliner*innen ganz allgemein sehr weit verbreiteten hohen Zufriedenheit (siehe Unterkapitel 2.2) weichen Lebensstile über- oder unterdurchschnittlich kaum hiervon ab.

Eine fast hundertprozentige Zufriedenheit weisen Innovativ Gehobene auf (99 Prozent). Leicht unterdurchschnittlich rangiert sie bei Bodenständig Traditionellen und Unterhaltungssuchenden. Doch auch bei ihnen sind neun von zehn Personen zufrieden (88 bis 89 Prozent). Sprich: Es zeigt sich ein nur leichter Unterschied zwischen denjenigen Lebensstilen, die Kultur- und Freizeitangebote vergleichsweise wahrscheinlich beziehungsweise wenig wahrscheinlich besuchen (siehe Unterkapitel 3.3 und 3.4). Das Angebot wird also grundsätzlich als sehr positiv bewertet, selbst von denjenigen, die es selbst nicht besuchen – denn der Bevölkerungsanteil der mit den klassischen Kulturangeboten Zufriedenen ist höher als jener der sie besuchenden (vgl. Unterkapitel 2.1).

Die Werte zur Zufriedenheit mit dem Kulturangebot im direkten Wohnumfeld fallen unter allen Lebensstilen niedriger aus (siehe Unterkapitel 2.2), wobei sich Unterschiede zwischen den Lebensstilen zeigen: In minimaler Tendenz sind es vor allem diejenigen Lebensstile, die ein gehobenes Ausstattungsniveau aufweisen, die mit dem Angebot im direkten Wohnumfeld zufrieden sind. Auf der Modernitätsachse sind hingegen keine systematischen Unterschiede zwischen den Lebensstilen zu finden. **Überdurchschnittlich hohe Zufriedenheitswerte finden sich bei Konservativ Gehobenen, Liberal Gehobenen und Innovativ Gehobenen (65 bis 70 Prozent).** Sehr nahe oder ziemlich genau auf dem Wert des Bevölkerungsschnitts liegen die Konventionalisten, Mittelständischen und Hedonisten (54 bis 61 Prozent). In ebenfalls minimaler Tendenz unterdurchschnittlich zufrieden sind – wie bei der Gesamtzufriedenheit – Bodenständig Traditionelle und Unterhaltungssuchende (47 bis 52 Prozent).

In diesem Zusammenhang tritt allerdings zutage, dass sehr wahrscheinlich nicht nur der Lebensstil Einfluss nimmt: Auf einer imaginären Karte der Berliner Stadtteile ließe sich anhand der Ergebnisse ganz grob eine imaginäre Linie ziehen: **Vergleichsweise zufrieden sind mit dem Angebot im direkten Wohnumfeld vor allem die Lebensstile, die im Südwesten der Stadt, in der Innenstadt und im Nordosten der Stadt leben.** Es ist naheliegend anzunehmen, dass dies nicht unwesentlich mit der dichten Konzentration von Kulturangeboten in diesen Stadtteilen oder zumindest in ihrer direkten Nähe zusammenhängt.[110] Aus diesen Ergebnissen lässt sich jedoch nicht die Richtung des Zusammenhangs ablesen. Sind einige Lebensstile zufriedener, weil sie kulturelle Angebote eher wahrnehmen als andere? Oder nehmen sie sie aufgrund ihrer Zufriedenheit eher wahr? Vermutlich trifft beides zu, aber hierzu können erst Folgestudien Aufschluss zu geben versuchen.

Obwohl alle Lebensstile es zumindest zu einem gewissen Anteil nutzen, ist das klassische Kulturangebot der Stadt nur für wenige Lebensstile von großer persönlicher Bedeutung.

In der vorliegenden Studie wurde auch die Zustimmung zu einer Reihe von Aussagen erhoben, anhand derer sich die persönliche Bedeutung des klassischen Kulturangebots für die einzelnen Lebensstile feststellen lässt. Bei einer Zusammenfassung der Werte für die Antworten „stimme voll und ganz zu" und „stimme eher zu" zeigt sich erneut ein eindeutiges Bild: Wie in der Tendenz bei der generellen Zufriedenheit mit dem Kulturangebot wird bei einem Blick auf die Achsen „Ausstattungsniveau" und „Modernitätsgrad" offensichtlich: **Die persönliche Bedeutung des klassischen Kulturangebots nimmt mit zunehmendem Ausstattungsniveau deutlich zu.** Gleichzeitig ist festzuhalten: Modernität und biografische Öffnung nehmen hierauf hingegen keinen großen Einfluss.

---

109. Fallzahlen: Konservativ Gehobene (n = 123–193), Liberal Gehobene (n = 338–453), Innovativ Gehobene (n = 350–494), Konventionalisten (n = 190–299), Mittelständische (n = 406–530), Hedonisten (n = 232–354), Bodenständig Traditionelle (n = 153–311), Heimzentrierte (n = 223–427), Unterhaltungssuchende (n = 100–225). Die große Spannweite ergibt sich aus der zusätzlichen Antwortoption „trifft nicht zu" für Fragen mit Bezug auf Partner*in, soziales Umfeld und Freund*innen.
110. Vgl. Land Berlin 2020, siehe hierzu auch die bei den Kulturämtern der Bezirke gelisteten Angebote (SenKultEuropa 2020b).

Abbildung 14: Zufriedenheit mit Kulturangeboten und Bedeutung des klassischen Kulturangebots für Lebensstile (Angabe in Prozent)

Zufriedenheit mit dem Kulturangebot

Generell (∅ 94)

Ausstattungsniveau	← Modernitätsgrad →		
	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	96 **Konservativ Gehobene**	97 **Liberal Gehobene**	99 **Innovativ Gehobene**
Mittel	95 **Konventionalisten**	93 **Mittelständische**	95 **Hedonisten**
Niedrig	88 **Bodenständig Traditionelle**	91 **Heimzentrierte**	88 **Unterhaltungssuchende**

Im Wohnumfeld (∅ 60)

Ausstattungsniveau	← Modernitätsgrad →		
	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	65 **Konservativ Gehobene**	70 **Liberal Gehobene**	67 **Innovativ Gehobene**
Mittel	54 **Konventionalisten**	61 **Mittelständische**	59 **Hedonisten**
Niedrig	52 **Bodenständig Traditionelle**	53 **Heimzentrierte**	47 **Unterhaltungssuchende**

Persönliche Bedeutung des klassischen Kulturangebots

Wichtiger Teil meines Lebens (∅ 49)

Ausstattungsniveau	← Modernitätsgrad →		
	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	56 **Konservativ Gehobene**	67 **Liberal Gehobene**	70 **Innovativ Gehobene**
Mittel	45 **Konventionalisten**	48 **Mittelständische**	53 **Hedonisten**
Niedrig	21 **Bodenständig Traditionelle**	32 **Heimzentrierte**	28 **Unterhaltungssuchende**

Grund, in Berlin zu leben (∅ 57)

Ausstattungsniveau	← Modernitätsgrad →		
	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	65 **Konservativ Gehobene**	77 **Liberal Gehobene**	76 **Innovativ Gehobene**
Mittel	50 **Konventionalisten**	58 **Mittelständische**	61 **Hedonisten**
Niedrig	28 **Bodenständig Traditionelle**	36 **Heimzentrierte**	44 **Unterhaltungssuchende**

In Kindheit/Jugend schön (∅ 52)

Ausstattungsniveau	← Modernitätsgrad →		
	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	62 **Konservativ Gehobene**	62 **Liberal Gehobene**	58 **Innovativ Gehobene**
Mittel	47 **Konventionalisten**	50 **Mittelständische**	55 **Hedonisten**
Niedrig	42 **Bodenständig Traditionelle**	40 **Heimzentrierte**	47 **Unterhaltungssuchende**

Soziales Umfeld befürwortet (⌀ 66)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	72 Konservativ Gehobene	77 Liberal Gehobene	83 Innovativ Gehobene
Mittel	58 Konventionalisten	61 Mittelständische	75 Hedonisten
Niedrig	51 Bodenständig Traditionelle	50 Heimzentrierte	58 Unterhaltungssuchende

Für enge Freund*innen wichtig (⌀ 57)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	66 Konservativ Gehobene	68 Liberal Gehobene	68 Innovativ Gehobene
Mittel	54 Konventionalisten	49 Mittelständische	58 Hedonisten
Niedrig	48 Bodenständig Traditionelle	41 Heimzentrierte	49 Unterhaltungssuchende

Für Partner*in wichtig (⌀ 57)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	77 Konservativ Gehobene	70 Liberal Gehobene	68 Innovativ Gehobene
Mittel	61 Konventionalisten	54 Mittelständische	52 Hedonisten
Niedrig	38 Bodenständig Traditionelle	39 Heimzentrierte	38 Unterhaltungssuchende

Für soziales Umfeld wichtig (⌀ 55)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	72 Konservativ Gehobene	66 Liberal Gehobene	67 Innovativ Gehobene
Mittel	54 Konventionalisten	53 Mittelständische	61 Hedonisten
Niedrig	41 Bodenständig Traditionelle	39 Heimzentrierte	39 Unterhaltungssuchende



Werte, die weniger als 5 Prozentpunkte vom Mittelwert abweichen, erhalten keine Färbung.

Eine besonders hohe Bedeutung der Angebote liegt entsprechend dem oben geschilderten Zusammenhang bei den Konservativ Gehobenen, Liberal Gehobenen und Innovation Gehobenen vor. Die persönliche Bedeutung, die Konventionalisten, Mittelständische und Hedonisten dem Kulturangebot beimessen, ist ausgewogen und entspricht weitgehend dem deutschen Bevölkerungsdurchschnitt. **Im Vergleich weniger bedeutsam – aber dennoch keineswegs egal – ist es hingegen für Bodenständig Traditionelle, Heimzentrierte und Unterhaltungssuchende.** Sehr naheliegend erscheint hier ein Zusammenhang mit den Besucher*innenanteilen der entsprechenden Angebote. Dann wäre aber auch hier zu beachten: Die Richtung des Zusammenhangs ist nicht eindeutig. Werden die Angebote besucht, weil sie von großer persönlicher Bedeutung sind? Ist die persönliche Bedeutung größer, weil entsprechende Angebote besucht werden? Oder trifft beides zu? Um diese Zusammenhänge präziser zu untersuchen, müssten Folgestudien ansetzen, da für eine solche Auswertung die Fallzahlen bislang nicht ausreichen.

Die Bedeutung des klassischen Kulturangebots für die Befragten hängt – unabhängig von ihrer Bedeutung in deren sozialem Umfeld – vor allem vom Ausstattungsniveau der Lebensstile ab.

Die Aussagen rund um die Bedeutung des Kulturangebots, zu denen Zustimmung beziehungsweise Ablehnung erfragt wurde, lassen sich grob in zwei Gruppen aufteilen: Einige von ihnen beziehen sich ausschließlich auf die Bedeutung des klassischen Kulturangebots für die Befragten selbst. Hierzu gehören die Aussagen „Solche Angebote sind ein wichtiger Teil meines Lebens“, „Solche Angebote sind für mich ein wichtiger Grund, gern in Berlin zu leben“ und „In meiner Kindheit und Jugend (bis zu meinem 16. Geburtstag) fand ich es schön, solche Angebote zu besuchen“. **Eine andere Gruppe von Aussagen bezieht sich auf die Bedeutung des klassischen Kulturangebots für die Befragten in Relation zu ihrem sozialen Umfeld:** „Solche Angebote sind beziehungsweise waren für viele meiner engeren Freunde wichtig“, „Solche Angebote sind für meinen Partner/meine Partnerin wichtig“, „In meinem weiteren sozialen Umfeld sind solche Angebote für viele Menschen wichtig“ sowie „In meinem sozialen Umfeld

wird es positiv bewertet, solche Angebote zu besuchen“. Übergreifend zeigt sich hier erneut: **In beiden Gruppen von Aussagen nimmt die Bedeutung des klassischen Kulturangebots für die Befragten mit zunehmendem Ausstattungsniveau zu.** Bei den Aussagen, die sich ausschließlich auf die Bedeutung des klassischen Kulturangebots für die Befragten selbst beziehen, zeigen sich entsprechend deutliche Unterschiede zwischen den Lebensstilen. **Für die teils große Mehrheit der Konservativ Gehobenen, Liberal Gehobenen und Innovativ Gehobenen ist das klassische Kulturangebot ein wichtiger Teil ihres Lebens (56 bis 70 Prozent).** Für Konventionalisten, Mittelständische, Hedonisten und Unterhaltungssuchende liegt die Bedeutung des klassischen Kulturangebots niedriger (44 bis 53 Prozent). Diese Werte entsprechen dem Bevölkerungsschnitt. Im Vergleich sticht vor allem Folgendes hervor: **Nur für einen vergleichsweise geringen Anteil der Bodenständig Traditionellen und Heimzentrierten – aber keinesfalls niemanden von ihnen – sind diese Angebote ein wichtiger Teil ihres Lebens (21 bis 32 Prozent).**

Klassische Kulturangebote sind für viele Berliner*innen offensichtlich ein wichtiger Faktor, der das Leben in der Hauptstadt für sie attraktiv macht. Bereits in den 1990er Jahren wurde in den Wirtschaftswissenschaften der Zusammenhang eines attraktiven Kulturangebots mit der Entscheidung von Unternehmen, sich an einem bestimmten Ort niederzulassen, herausgearbeitet. Ein solcher Standortfaktor ist vor allem für das Personalmanagement von Unternehmen relevant, da das lokale Kulturangebot für die Rekrutierung von Führungskräften eine wichtige Rolle spielt.[111] Dieses Phänomen lässt sich nach den Ergebnissen dieser Studie auch auf die Attraktivität von Berlin im Allgemeinen übertragen. Bei der Einschätzung, inwieweit klassische Kulturangebote ein Grund sind, in Berlin zu leben, unterscheidet sich das Antwortverhalten der Lebensstile aber teils deutlich voneinander. **Für Konservativ Gehobene, Liberal Gehobene und Innovativ Gehobene ist das klassische Kulturangebot ein sehr wichtiger Grund, in Berlin zu leben (65 bis 76 Prozent).** Die besonders starke Abweichung vom Durchschnittswert bei den Innovativ Gehobenen hinsichtlich des Grunds, in Berlin zu leben (76 Prozent), erklärt sich neben dem Großstadtfaktor (siehe Unterkapitel 2.1) eventuell durch den überdurchschnittlichen Anteil der Innovativ Gehobenen an der Berliner Bevölkerung im Vergleich zu Gesamtdeutschland (siehe Unterkapitel 3.2).

Es ist nicht unwahrscheinlich, dass sich in diesem Lebensstil die „Kreative Klasse“ versammelt, wie sie der Soziologe und Ökonom Richard Florida beschrieb: eine Berufsgruppe, die eine eigenständige, kreative Leistung vollbringt. Hierzu gehören laut Florida u. a. IT-Spezialist*innen, Programmierer*innen, Architekt*innen wie auch Berufsgruppen aus den Bereichen Medien, Kunst, Sport oder Bildung, aber auch aus den Bereichen Management, Gesundheit und aus dem Finanzsektor.[112] Metropolen wie Berlin sind für diese Berufsgruppen ein Ort, an dem sie ihre kulturell ausgerichteten Lebensstile am besten realisieren können.[113] Die Antworten der Mittelständischen und Hedonisten entsprechen demgegenüber in etwa dem Bevölkerungsschnitt (58 bis 61 Prozent). **Vor allem für Bodenständig Traditionelle und Heimzentrierte machen klassische Kulturangebote vergleichsweise seltener Berlin als Wohnort attraktiv – wenngleich nicht für unwesentliche Anteile von ihnen (28 bis 36 Prozent).** Eine immer noch unterdurchschnittliche, aber vergleichsweise etwas größere Rolle spielen sie für die Unterhaltungssuchenden und Konventionalisten (44 bis 50 Prozent). Zwar sind klassische Kulturangebote offenbar für jene Lebensstile (bislang) vergleichsweise weniger attraktiv (siehe Unterkapitel 3.4). Dennoch birgt das eben beschriebene Ergebnis auch Chancen, denn vor allem bei den Unterhaltungssuchenden und Konventionalisten scheinen noch Potenziale für eine erfolgreiche Ansprache zu stecken.

Zudem zeigt sich, dass für die verschiedenen Lebensstile entsprechende Angebote auch schon über ihre bisherige Lebenszeit hinweg unterschiedliche Bedeutung hatten, denn die Ergebnisse folgen dem oben beschriebenen Muster: **Besuche klassischer Kulturangebote waren für einen hohen Anteil der Konservativ Gehobenen, Liberal Gehobenen und Innovativ Gehobenen auch schon in ihrer Kindheit und Jugend schön (58 bis 62 Prozent).** Dies gilt für die anderen Lebensstile keinesfalls in gleichem Maße: Die Zustimmungswerte bei dieser Aussage liegen bei den Konventionalisten, Mittelständischen, Hedonisten und Unterhaltungssuchenden wieder in etwa beim Bevölkerungsschnitt (47 bis 55 Prozent). **Traditionelle und Heimzentrierte stimmen dieser Aussage ebenfalls in nicht unwesentlichen Anteilen, aber im Vergleich unterdurchschnittlich häufig zu (40 bis 42 Prozent).** Dass Lebensstile mit gehobenem Ausstattungsniveau häufiger angeben, bereits in ihrer Jugend klassische Kulturangebote genossen zu haben, erscheint angesichts des Forschungsstands folgerichtig. In der Literatur wird dies vor allem durch Unterschiede in der sozialen Herkunft und Sozialisation erklärt: Diese Lebensstile entstammen häufiger Familien mit gehobenem Bildungshintergrund, in denen der Besuch klassischer Kulturangebote ein relevanter Teil der Erziehung ist.[114] Allerdings sagt eine Vielzahl von Besuchen in der Kindheit und Jugend auf den zweiten Blick nichts darüber aus, ob sie als angenehm empfunden wurden. Ob es diesen Zusammenhang gibt oder welche weiteren Einflussfaktoren hier eine Rolle spielen, wird Gegenstand zukünftiger Analysen sein.

111. Vgl. Heinrichs/Klein 1996.
112. Vgl. Florida 2002.
113. Vgl. Florida 2005.
114. Vgl. Sullivan 2012; Lenz 2013.

Fast alle Lebensstile geben mehrheitlich an, dass ihr soziales Umfeld den Besuch klassischer Kulturangebote grundsätzlich befürwortet, ihre Bezugspersonen diese aber häufig für unbedeutend halten.

Wird die Bedeutung des klassischen Kulturangebots im sozialen Umfeld in die Betrachtung einbezogen, tritt eine deutliche Diskrepanz hervor: **Über fast alle Lebensstile hinweg wird mehrheitlich der Aussage zugestimmt, dass es im eigenen sozialen Umfeld grundsätzlich positiv bewertet wird, klassische Kulturangebote zu besuchen.** Bei einer genaueren Betrachtung zeigen sich Unterschiede zwischen den Lebensstilen, wobei erneut einige aus den vorherigen Abschnitten bereits bekannte Muster zu erkennen sind. **Zwischen 72 und 83 Prozent der Konservativ Gehobenen, Hedonisten, Liberal Gehobenen und Innovativ Gehobenen geben an, dass ihr soziales Umfeld Besuche klassischer Kulturangebote gutheißt.** Bei Konventionalisten, Mittelständischen und Unterhaltungssuchenden liegen diese Werte unterhalb des Bevölkerungsschnitts von 66 Prozent (58 bis 61 Prozent). **Nur die Hälfte der Bodenständig Traditionellen und Heimzentrierten stimmt dieser Aussage zu. Dieser Wert liegt im Vergleich zwar deutlich unter dem gesamtdeutschen Durchschnitt, ist aber keinesfalls niedrig.** Auch hier ist es naheliegend, bei den Antworten einen Zusammenhang mit der Attraktivität klassischer Kulturangebote für die Lebensstile zu vermuten. Dabei ist es plausibel, dass wahrscheinlicher Besuche stattfinden, wenn das eigene Umfeld dies gutheißt. Möglich ist zudem, dass die Besuche entsprechender Angebote die Meinung darüber im sozialen Umfeld positiv beeinflusst. Es ist aber auch möglich, dass sich wiederholt, was sich bereits in anderen Bevölkerungsbefragungen gezeigt hat: Das Angebot kann selbst von denjenigen als grundsätzlich sehr positiv bewertet werden, die es selbst nicht besuchen.[115] Die Fallzahlen reichen jedoch nicht aus, um hier vertiefte Auswertungen vorzunehmen, und es kann auch hier nur auf Folgestudien verwiesen werden.

Ein genauerer Blick in die Ergebnisse untermauert das oben beschriebene Muster. **Konsistent und mit zwischen 66 und 77 Prozent Zustimmungsrate überdurchschnittlich häufig stimmen Konservativ Gehobene, Liberal Gehobene und Innovativ Gehobene der Aussage zu, dass klassische Kulturangebote für ihre engeren Freund*innen, Partner*innen und/oder das soziale Umfeld generell wichtig sind. Auch Hedonisten weisen hier einen überdurchschnittlichen, wenn auch leicht geringeren Wert auf (61 Prozent).** Bei den Konventionalisten und Mittelständischen liegen die Werte wieder zumeist sehr nahe am Bevölkerungsschnitt (53 bis 61 Prozent), bis auf zwei kleine Ausnahmen: Mittelständische geben unterdurchschnittlich häufig an, dass entsprechende Angebote für enge Freund*innen wichtig seien (49 Prozent). Gleichzeitig äußern Hedonisten minimal unterdurchschnittlich häufig, die Angebote seien für ihre Partner*innen wichtig (52 Prozent). **Augenscheinlich ist hingegen auch hier: Klassische Kulturangebote sind für eine keinesfalls unbedeutende Anzahl von Bezugspersonen von Bodenständig Traditionellen, Heimzentrierten und Unterhaltungssuchenden bedeutsam.** Die Zustimmungswerte sind jedoch allesamt im Vergleich zu den anderen Lebensstilen unterdurchschnittlich hoch (38 bis 49 Prozent).

Dass das soziale Umfeld der Lebensstile Besuche klassischer Kulturangebote wichtig findet, bedeutet nicht, dass es sie für sich selbst als gleichermaßen wichtig erachtet. Mit Ausnahme der gehobenen Lebensstile weisen die Lebensstile teils deutlich höhere Werte für die Bedeutung klassischer Kulturangebote für enge Freund*innen, Partner*innen oder das soziale Umfeld auf als für deren Bedeutung im eigenen Leben. Je höher ein Lebensstil auf der Ausstattungsachse und je weiter links er auf der Modernitätsachse verortet ist, desto geringer fallen diese Unterschiede aus. Dies könnte potenziell auf eine steigende Homogenität und Exklusivität des sozialen Umfelds mit wachsendem Ausstattungs- und Modernitätsgrad hinweisen. Eine solche Interpretation müsste jedoch mit weiterer Forschung abgesichert werden.

115. Siehe beispielsweise Reuband 2016; Keuchel 2005, 2003; jüngst Mandel 2020.

3.6 Einstellungen zum klassischen Kulturangebot

Die Berliner*innen finden über alle Lebensstile hinweg klassische Kulturangebote gesamtgesellschaftlich wichtig, wirtschaftlich vorteilhaft für Berlin und öffentlicher Förderung würdig.

Die Einstellungen, zu denen Zustimmung beziehungsweise Ablehnung erfragt wurde, lassen sich grob in zwei Gruppen aufteilen: Einige von ihnen beziehen sich auf die Relevanz klassischer Kulturangebote ganz allgemein – für die Gesellschaft und für die Stadt Berlin. Hierzu gehören die Aussagen „Solche Angebote sollten für kommende Generationen erhalten bleiben", „Solche Angebote sollten mit öffentlichen Mitteln gefördert werden", „Solche Angebote bringen wirtschaftliche Vorteile für Berlin", „Solche Angebote sind allgemein wichtig, um ein gutes und erfülltes Leben zu führen" und „Solche Angebote sind wichtig für den sozialen Zusammenhalt". Diese Aussagen sollten dazu dienen, ein ganz allgemeines Stimmungsbild zu klassischen Kulturangeboten zu erhalten. **Die zweite Gruppe beinhaltet persönliche Einstellungen, die die Befragten gegenüber einem Besuch klassischer Kulturangebote haben** (siehe Abbildung 15 auf der nächsten Seite).[116] Hierzu zählen die Aussagen „Die meisten dieser Angebote richten sich einfach nicht an Menschen wie mich", „In traditionellen, öffentlichen kulturellen Einrichtungen (z. B. staatliche Theater etc.) fühle ich mich fehl am Platz", „Die meisten dieser Angebote sind vor allem auf Touristen ausgelegt", „Solche Angebote nutze ich vorzugsweise im Urlaub oder auf Reisen".

Letztere Aussagen zielen darauf ab, erste Hinweise zu Hinderungsgründen für einen Besuch klassischer Kulturangebote zu erlangen (siehe vertiefend hierzu Unterkapitel 3.7). Sie wurden in quantitativen Studien in dieser Form bislang nicht abgefragt – in der Annahme, dass Befragte diese Aspekte aufgrund einer vermeintlich angenommenen sozialen Erwünschtheit der Antworten sehr wahrscheinlich nicht benennen würden. Aus qualitativen Studien hingegen ist bekannt, dass einige dieser Gründe eine wesentliche Rolle spielen. Bereits in Kapitel 2 wurde verdeutlicht, dass besuchsverhindernde Barrieren oft mehrfach und komplex zusammenwirken und bei Weitem nicht nur auf einfachen, von Kultureinrichtungen leicht abbaubaren Phänomenen basieren.[117] Auch hier zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei der generellen Zufriedenheit mit den Berliner Kulturangeboten und der persönlichen Bedeutung des klassischen Kulturangebots für die Befragten (siehe Unterkapitel 3.5): Erneut beeinflusst insbesondere das Ausstattungsniveau die Antworten der verschiedenen Lebensstile. **Je höher das Ausstattungsniveau ist, desto eher sind Befragte der Ansicht, dass klassische Kulturangebote gesamtgesellschaftlich wichtig, wirtschaftlich vorteilhaft für Berlin und öffentlicher Förderung würdig sind.** Der Modernitätsgrad der Befragten nimmt hierauf insgesamt im Vergleich einen zu vernachlässigenden Einfluss.

Berliner*innen aller Lebensstile gleichermaßen stimmen in sehr hohem Maße der Aussage zu, dass klassische Kulturangebote für kommende Generationen erhalten bleiben sollten (88 bis 98 Prozent). Dies gilt entsprechend auch für diejenigen, die die Angebote nur wenig wahrscheinlich wahrnehmen und ihnen im eigenen Leben vergleichsweise geringe Bedeutung beimessen. Aufgrund dieser hohen Werte weicht bis auf einen auch keiner der Lebensstile über- oder unterdurchschnittlich hiervon ab. Fast ähnlich verhalten sich Zustimmungswerte zu einer anderen Aussage: **Auch die öffentliche Förderung klassischer Kulturangebote befürwortet ganz grundsätzlich eine große Mehrheit der Berliner*innen über alle Lebensstile hinweg.** Hier zeigen sich jedoch je nach Ausstattungsniveau einige Unterschiede zwischen den Lebensstilen. **Bei denjenigen, die entsprechende Angebote besonders wahrscheinlich nutzen – sprich: Konservativ Gehobene, Liberal Gehobene und Innovativ Gehobene –, werden überdurchschnittliche Zustimmungswerte zwischen 89 und 92 Prozent erreicht.** Bei Konventionalisten, Mittelständischen, Hedonisten und Unterhaltungssuchenden liegen sie zwischen 80 und 83 Prozent und bewegen sich damit um den Durchschnittswert in der Berliner Bevölkerung.

Doch bei denjenigen, die diese Angebote im Verhältnis deutlich weniger wahrscheinlich besuchen – bei Bodenständig Traditionellen und Heimzentrierten –, liegen diese Werte zwar immer noch sehr hoch, aber im Vergleich bedeutsam niedriger (75 bis 77 Prozent). Ausgehend von der Annahme, dass solche Fragen immer auch vor dem Hintergrund eines sozial erwünschten Verhaltens beantwortet werden, können letztere Ergebnisse durchaus auch als ein gewisses Warnsignal für kulturpolitisch Handelnde interpretiert werden. Immerhin ein Viertel der beiden genannten Lebensstile befürwortet die öffentliche Förderung klassischer Kulturangebote nicht vorbehaltlos. Es handelt sich um diejenigen Lebensstile, für die diese Angebote in ihrem Leben eine im Vergleich wenig relevante Rolle spielen und die auch weniger wahrscheinlich von ihnen besucht werden. Ein solcher Wert sollte auch vor dem Hintergrund aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen in Folgestudien im Blick behalten werden.

116. Fallzahlen: Konservativ Gehobene (n = 177–188), Liberal Gehobene (n = 438–447), Innovativ Gehobene (n = 481–490), Konventionalisten (n = 282–298), Mittelständische (n = 508–522), Hedonisten (n = 341–353), Bodenständig Traditionelle (n = 293–304), Heimzentrierte (n = 417–428), Unterhaltungssuchende (n = 216–224).
117. Vgl. beispielsweise Mandel/Renz 2014, 2012.

Abbildung 15: Einstellungen der Lebensstile zum klassischen Kulturangebot (Angabe in Prozent)

Relevanz für die Gesellschaft und die Stadt Berlin

Für kommende Generationen erhalten (⌀ 93)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung (← Modernitätsgrad)	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit (→ Modernitätsgrad)
Gehoben (↑)	97 Konservativ Gehobene	96 Liberal Gehobene	98 Innovativ Gehobene
Mittel	93 Konventionalisten	92 Mittelständische	94 Hedonisten
Niedrig (↓)	91 Bodenständig Traditionelle	88 Heimzentrierte	91 Unterhaltungssuchende

Ja zu öffentlicher Förderung (⌀ 84)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung (← Modernitätsgrad)	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit (→ Modernitätsgrad)
Gehoben (↑)	89 Konservativ Gehobene	91 Liberal Gehobene	92 Innovativ Gehobene
Mittel	81 Konventionalisten	81 Mittelständische	83 Hedonisten
Niedrig (↓)	75 Bodenständig Traditionelle	77 Heimzentrierte	80 Unterhaltungssuchende

Wirtschaftliche Vorteile für Berlin (⌀ 85)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung (← Modernitätsgrad)	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit (→ Modernitätsgrad)
Gehoben (↑)	93 Konservativ Gehobene	93 Liberal Gehobene	89 Innovativ Gehobene
Mittel	85 Konventionalisten	86 Mittelständische	86 Hedonisten
Niedrig (↓)	76 Bodenständig Traditionelle	77 Heimzentrierte	82 Unterhaltungssuchende

Wichtig für gutes Leben (⌀ 67)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung (← Modernitätsgrad)	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit (→ Modernitätsgrad)
Gehoben (↑)	77 Konservativ Gehobene	84 Liberal Gehobene	85 Innovativ Gehobene
Mittel	64 Konventionalisten	65 Mittelständische	70 Hedonisten
Niedrig (↓)	45 Bodenständig Traditionelle	51 Heimzentrierte	51 Unterhaltungssuchende

Wichtig für sozialen Zusammenhalt (⌀ 77)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung (← Modernitätsgrad)	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit (→ Modernitätsgrad)
Gehoben (↑)	86 Konservativ Gehobene	85 Liberal Gehobene	85 Innovativ Gehobene
Mittel	77 Konventionalisten	79 Mittelständische	79 Hedonisten
Niedrig (↓)	63 Bodenständig Traditionelle	68 Heimzentrierte	64 Unterhaltungssuchende

Nicht für Menschen wie mich (Ø 34)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	30 Konservativ Gehobene	24 Liberal Gehobene	18 Innovativ Gehobene
Mittel	33 Konventionalisten	34 Mittelständische	29 Hedonisten
Niedrig	46 Bodenständig Traditionelle	53 Heimzentrierte	51 Unterhaltungssuchende

Fühle mich fehl am Platz (Ø 18)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	12 Konservativ Gehobene	11 Liberal Gehobene	6 Innovativ Gehobene
Mittel	15 Konventionalisten	18 Mittelständische	18 Hedonisten
Niedrig	30 Bodenständig Traditionelle	30 Heimzentrierte	30 Unterhaltungssuchende

Vor allem für Touristen (Ø 32)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	28 Konservativ Gehobene	24 Liberal Gehobene	20 Innovativ Gehobene
Mittel	32 Konventionalisten	32 Mittelständische	32 Hedonisten
Niedrig	45 Bodenständig Traditionelle	42 Heimzentrierte	43 Unterhaltungssuchende

Vorzugsweise auf Reisen (Ø 32)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	40 Konservativ Gehobene	36 Liberal Gehobene	26 Innovativ Gehobene
Mittel	40 Konventionalisten	36 Mittelständische	30 Hedonisten
Niedrig	29 Bodenständig Traditionelle	26 Heimzentrierte	28 Unterhaltungssuchende

−50% −25% −10% Bevölkerungsdurchschnitt +10% +25% +50%

Werte, die weniger als 5 Prozentpunkte vom Mittelwert abweichen, erhalten keine Färbung.

Wie sehr die Berliner*innen (auch) klassische Kulturangebote als wichtigen Standortfaktor begreifen, hat sich bereits bei den hohen Zustimmungsraten zu der Aussage gezeigt, dass sie (unter anderem) wegen dieser Angebote gern in Berlin leben (siehe Unterkapitel 3.5). Offensichtlich verstehen sie diese Angebote aber auch unabhängig von ihrer individuellen Lebenswelt als allgemein bedeutenden Standortfaktor, denn: **Eine hohe Anzahl von Befragten sieht im Vorhandensein klassischer Kulturangebote wirtschaftliche Vorteile für Berlin. Insbesondere die Konservativ Gehobenen und Liberal Gehobenen stimmen dieser Aussage überdurchschnittlich zu (93 Prozent).** Bei Innovativ Gehobenen, Konventionalisten, Mittelständischen, Hedonisten und Unterhaltungssuchenden liegen die Werte in etwa im Durchschnitt der Antworten aller Befragten (82 bis 89 Prozent). **Wirtschaftliche Vorteile werden hingegen – trotz weiterhin hoher Zustimmungswerte – von den Bodenständig Traditionellen und Heimzentrierten vergleichsweise seltener gesehen (76 bis 77 Prozent).** Erneut handelt es sich hierbei vor allem um diejenigen, die entsprechende Angebote auch weniger wahrscheinlich besuchen als die anderen Lebensstile. Die Vermutung liegt nahe, dass es sich zudem um Lebensstile handelt, die selbst in Berufen rund um den Kultur- und Kreativbereich besonders selten anzutreffen sind. Dies lässt sich aus den vorliegenden Daten aber nicht ablesen und müsste Gegenstand von Folgeuntersuchungen werden.

Bezüglich zwei weiterer Aussagen zeigt sich eine bereits vielfach in den bisherigen Abschnitten verdeutlichte Verteilung der Antworten nach dem Ausstattungsniveau der Lebensstile. **Den Aussagen, klassische Kulturangebote seien allgemein für ein gutes Leben und/oder den gesellschaftlichen Zusammenhalt wichtig, stimmen insbesondere die Konservativ Gehobenen, Liberal Gehobenen und Innovativ Gehobenen in hohem Maß zu (77 bis 85 bzw. 85 bis 86 Prozent).** Dies entspricht weitgehend dem bisherigen Muster von Besuchswahrscheinlichkeit und individueller Bedeutung klassischer Kulturangebote. Rund um den Durchschnittswert der Antworten aller Lebensstile bewegen sich hier die Konventionalisten, Mittelständischen und Hedonisten (64 bis 70 bzw. 77 bis 79 Prozent). Auch hier gilt: **Beide Aussagen erhalten bei den Bodenständig Traditionellen, Heimzentrierten und Unterhaltungssuchenden vergleichsweise niedrige Werte. Als wichtig für ein gutes Leben bewerten diese Lebensstile sie aber immerhin zu 45 bis 51 Prozent, als wichtig für den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu 63 bis 68 Prozent.** Insgesamt lässt sich somit auch hier festhalten: Beide Aussagen bekommen von allen Lebensstilen hohe Zustimmungswerte.

Somit lässt sich sagen, dass keiner der Lebensstile besonders ablehnend reagiert, wenn es darum geht, die Bedeutung der klassischen Kulturangebote einzuschätzen, ihren wirtschaftlichen Beitrag für Berlin

zu beurteilen und ihre Förderung und damit ihr Fortbestehen zu unterstützen. Dies ist auch dann nicht der Fall, wenn diese Angebote von ihnen selbst kaum genutzt werden, wie im Fall der Lebensstile mit niedrigem Ausstattungsniveau. Dies spricht für eine grundsätzlich feste Verankerung dieser Angebote im Stadtbild und ihre Etablierung als gesellschaftliche Institutionen, denen eine hohe Relevanz zugeschrieben wird. Diese überwältigende positive Einschätzung ist zudem als ein Mobilisierungspotenzial insbesondere bei den Lebensstilen mit niedrigem Ausstattungsniveau zu verstehen, wenn es darum geht, deren Kulturelle Teilhabe zu stärken.

Die allgemein hohe Wertschätzung für klassische Kulturangebote unter den Berliner*innen bedeutet keinesfalls gleichzeitig, dass sich alle Lebensstile gleichermaßen von ihnen angesprochen fühlen.

Eine Betrachtung der persönlichen Einstellungen der Befragten zu einem Besuch klassischer Kulturangebote ergibt hingegen ein weniger positives Resultat. **Bemerkenswert ist vor allem, wie wenig sich insbesondere die Bodenständig Traditionellen, Heimzentrierten und Unterhaltungssuchenden von klassischen Kulturangeboten angesprochen fühlen. 46 bis 51 Prozent von ihnen äußern, die meisten dieser Angebote richteten sich einfach nicht an Menschen wie sie, 30 Prozent fühlen sich dort fehl am Platz und 42 bis 45 Prozent sehen diese Angebote vor allem für Touristen.** Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass genau diese Lebensstile äußern, diese Angebote würden in ihrem Leben keine besonders große Bedeutung haben (siehe Unterkapitel 3.5). Es überrascht angesichts dieser Deutlichkeit beinahe, dass sie die Angebote teils dennoch besuchen (siehe Unterkapitel 3.4). An dieser Stelle ist folgender Schluss naheliegend: Das gering ausgeprägte Gefühl, entsprechende Angebote seien für sie, könnte darauf beruhen, dass das Publikum dieser Angebote sich vor allem aus anderen Lebensstilen zusammensetzt (siehe Unterkapitel 3.3 und 3.4).[118] Möglich ist auch, dass sich die Mitarbeiter*innen der Kultur- und Freizeitangebote überwiegend aus bestimmten Bevölkerungsgruppen rekrutieren und von ihnen die kulturellen Geschmäcker vor allem dieser Gruppen bedient werden.[119] Hierzu kann die vorliegende Studie jedoch keine Auskunft geben, denn dies wurde hier nicht erhoben. Auch kann sie nicht aufzeigen, ob es sich hier um eine Einschätzung zum Image von klassischen Kulturangeboten ganz allgemein handelt oder ob es sich auf das konkrete Angebot bezieht. Hierüber müssten Folgestudien Aufschluss geben, die insbesondere auf die Wahrnehmung kultureller Angebote durch ihre (Nicht-) Besucher*innen hinsichtlich dieser Dimensionen abzielen.

Fast konsistent unterdurchschnittlich häufig stimmen diesen drei Aussagen die Konservativ Gehobenen, Liberal Gehobenen und Innovativ Gehobenen zu. Allerdings wird die Aussage „Diese Angebote sind einfach nicht für Menschen wie mich“ immerhin noch von 18 bis 30 Prozent von ihnen geäußert. Erneut handelt es sich um diejenigen Lebensstile, die diese Angebote im Verhältnis zu den anderen Lebensstilen wahrscheinlicher besuchen. **Diese Lebensstile geben unterdurchschnittlich häufig an, dass sie sich dort fehl am Platz fühlen (6 bis 12 Prozent). Dass klassische Kulturangebote vor allem für Touristen sind, sehen sie zwar ebenfalls unterdurchschnittlich häufig, aber immerhin zu 20 bis 28 Prozent.** Bei Konventionalisten, Mittelständischen und Hedonisten liegen die Zustimmungswerte hier grob auf dem gesamtdeutschen Bevölkerungsschnitt. Auch wenn die wirtschaftliche Rolle der klassischen Kulturangebote von der Mehrheit der Berliner*innen geschätzt wird und Tourismus dabei sicherlich eine wichtige Rolle spielt: Für eine größere und breitere Kulturelle Teilhabe wird es eine wesentliche Rolle spielen, dass die Angebote auch für einheimische (Nicht-)Besucher*innen attraktiver werden.

Die Antworten in diesem Abschnitt geben erste wertvolle Hinweise, aus welchen Gründen Berliner*innen unter Umständen klassischen Kulturangeboten fernbleiben. Es ist jedoch davon auszugehen, dass einzelne konkrete Besuchsbarrieren, wie etwa möglicherweise zu teure Eintrittskarten, gar nicht erst zum Tragen kommen werden, wenn sich Personen überhaupt nicht von Angeboten angesprochen fühlen. Dies geht einher mit einem bestimmten theoretischen Verständnis besuchsverhindernder Barrieren. Bis der Besuch eines Kultur- und Freizeitangebots stattfindet, durchläuft eine Person einen Entscheidungsprozess, der mit der Absicht für einen Besuch beginnt. Dieses Motiv ist die zentrale Voraussetzung dafür, dass dieser Besuch auch tatsächlich stattfinden wird. Erst wenn daraus ein Motivationsprozess entsteht und die Person sich beispielsweise Informationen rund um einen potenziellen Besuch einholt, kann auch eine potenzielle Barriere diesen Prozess unterbrechen. So könnte das Wissen über den Eintrittspreis zur Entscheidung führen, die Einrichtung nicht zu besuchen. Das bedeutet: Wenn kein Motiv, ein kulturelles Angebot zu besuchen, vorhanden ist, können den Besuch auch keine Barrieren verhindern.[120] Und noch weiter: Für mögliche praktische Konsequenzen für Kultureinrichtungen, -politik und -verwaltung ist es daher sehr wichtig, vor einem sicherlich wohlgemeinten Abbau von Barrieren zuallererst zu prüfen, ob bei der anvisierten Zielgruppe überhaupt eine Grundmotivation für einen Besuch existiert. Ansonsten können ressourcenintensive Investitionen das ihnen zugrunde liegende Ziel, Kulturelle Teilhabe zu ermöglichen, gegebenenfalls überhaupt nicht erreichen.

118. In der soziologischen Ungleichheitsforschung in der Folge Pierre Bourdieus sind diese Zusammenhänge gut erforscht (vgl. Bourdieu 1982; Schulze 1992; Otte 2009).
119. Vgl. Allmanritter 2017.
120. Vgl. Renz 2016a.

Ein nicht geringer Anteil der Befragten aus allen Lebensstilen gibt an, klassische Kulturangebote vorzugsweise im Urlaub oder auf Reisen zu besuchen. Dieser Aussage stimmen Liberal Gehobene, Konventionalisten, Mittelständische, Hedonisten, Bodenständig Traditionelle, Heimzentrierte und Unterhaltungssuchende durchschnittlich häufig zu. **Überdurchschnittlich häufig gilt das für Konservativ Gehobene und Konventionalisten (40 Prozent). Vergleichsweise selten – aber dennoch nicht unwesentlich häufig – geben dies mit 26 Prozent die Innovativ Gehobenen an.** Eine entsprechende Aussage allein über die Tatsache zu erklären, dass Personen als Hinderungsgrund für einen Besuch mangelnde Freizeit angeben würden (siehe Unterkapitel 3.7), würde zu kurz greifen. So zeigt auch die Freizeitwissenschaft, dass das bloße Vorhandensein von Freizeit nicht zwingend zu mehr aushäusigen Aktivitäten führt.[121] Bei der Beschreibung der Lebensstile nach sozialer Lage (siehe Unterkapitel 3.2) konnte gezeigt werden, dass insbesondere Lebensstile mit hohem Ausstattungsniveau ein vergleichsweise geringes Freizeitbudget aufweisen. Sprich: Genau diejenigen, die klassische Kulturangebote besuchen, müssten hierfür im Vergleich eigentlich am wenigsten Zeit haben. Doch selbst wenn diese Angebote tatsächlich mangels Freizeit nicht besucht werden, zeigt sich hier erneut Potenzial, Kulturelle Teilhabe zu vergrößern und verbreitern. Kulturbesuche im Urlaub geben auch diejenigen Lebensstile an, die klassische Kulturangebote ansonsten vergleichsweise wenig wahrscheinlich besuchen. Bestünde bei ihnen jedoch wirklich kaum Interesse, würden sie sicherlich nicht wertvolle Urlaubszeit mit dem Besuch von Kulturangeboten verbringen.

3.7 Hinderungsgründe und Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote

Alle neun Lebensstile nennen Hinderungsgründe beziehungsweise Anreize für einen (noch) häufigeren Besuch klassischer Kulturangebote, allerdings je in unterschiedlicher Zusammensetzung und Häufigkeit.

Im Folgenden werden die 18 Prozent der Berliner*innen vertiefender betrachtet, die in den letzten zwölf Monaten vor der Befragung weder in Ausstellungen, Theateraufführungen, klassische Konzerte noch Opern, Ballett-/Tanztheateraufführungen gegangen sind. Aufgrund der vergleichsweise niedrigeren Zahl an Nichtbesucher*innen dieser Angebote sind die folgenden, auf neun Lebensstile aufgeteilten Ergebnisse als erste Tendenz zu verstehen (siehe Abbildung auf Seite 58).[122] Zunächst lässt sich an dieser Stelle übergreifend festhalten: **Über alle Lebensstile hinweg werden alle Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize genannt, wenn auch je nach Lebensstil mit unterschiedlicher Häufigkeit.** Wie bei den Besuchswahrscheinlichkeiten bei kulturellen Freizeitangeboten und klassischen Kulturangeboten zeigt sich hier erneut deutlich, dass die alleinige Betrachtung dieses Themenfelds mit soziodemografischen Faktoren, wie beispielsweise Bildung, Alter und Einkommen, für Kultureinrichtungen, -politik und -verwaltung kaum fruchtbar gemacht werden kann. Wie bereits in Unterkapitel 2.3 herausgearbeitet wurde, lassen sich die von den Befragten genannten Aspekte grob in mehrere Schwerpunkte unterteilen. **Dabei ergeben sich vier Gruppen von Aspekten, die eine Rolle spielen: Einige liegen zumindest auf den ersten Blick primär bei den potenziellen Besucher*innen selbst, sind jedoch auch auf gesellschaftlich bedingte Umstände zurückzuführen.** Hierzu zählen kein Interesse für bestehende Angebote, fehlende finanzielle Mittel, fehlende Freizeit, nicht vorhandene gesundheitliche/körperliche Möglichkeiten für einen Besuch sowie fehlende Begleitpersonen.[123] **Andere Aspekte gehen von den Kulturangeboten aus.** Zu diesen gehören günstigere Eintrittspreise, leichtere Informationssuche, qualitativ bessere Angebote und günstigere Öffnungszeiten.[124] **Zudem gibt es unter den Aspekten Themenkomplexe, die nicht nur in kulturpolitischen Handlungsfeldern liegen, sondern auch stadtplanerische und bildungspolitische Fragen tangieren.** Darunter fallen ein Mangel an interessanten Angeboten in direkter Umgebung, eine nicht ausreichend leichte, bequeme oder billige Anreise oder mangelnde Kinderbetreuung.[125] **Des Weiteren gibt es Aspekte, die ganz generell ressortübergreifend sind:** mangelnde Barrierefreiheit/Inklusion, mangelnde inhaltliche/sprachliche Diversität der Angebote und fehlende Formate zu deren Ko-Gestaltung.[126]

---

121. Vgl. Freericks 2010.
122. Fallzahlen: Konservativ Gehobene (n = 26–33), Liberal Gehobene (n = 44–46), Innovativ Gehobene (n = 25–27), Konventionalisten (n = 57–62), Mittelständische (n = 99–103), Hedonisten (n = 42), Bodenständig Traditionelle (n = 118–122), Heimzentrierte (n = 112–117), Unterhaltungssuchende (n = 36–37).
123. Ausformuliert lauten die Aussagen wie folgt: Um diese Angebote (noch) öfter zu besuchen, … müsste es mehr Angebote geben, die mich interessieren; … müsste ich mehr Geld für diese Angebote zur Verfügung haben; … müsste ich mehr Freizeit haben; … müsste es mir gesundheitlich/körperlich besser möglich werden hinzugehen; … müsste ich leichter Begleitpersonen finden.
124. Ausformuliert lauten die Aussagen wie folgt: Um diese Angebote (noch) öfter zu besuchen, … müssten die Eintrittspreise (für mich) günstiger sein; … müsste ich leichter an Informationen zu interessanten Angeboten kommen; … müssten die Angebote für meinen Geschmack qualitativ besser werden; … müssten die Öffnungszeiten der Angebote für mich besser geeignet sein.
125. Ausformuliert lauten die Aussagen wie folgt: Um diese Angebote (noch) öfter zu besuchen, … müsste es mehr interessante Angebote in meiner direkten Umgebung geben; … müsste die Anreise für mich leichter, bequemer, billiger werden; … müsste es mehr Möglichkeiten für die Betreuung von Kindern/Enkelkindern geben.
126. Ausformuliert lauten die Aussagen wie folgt: Um diese Angebote (noch) öfter zu besuchen, … müssten die Angebote inklusiver werden (z. B. für Seh-/Hörbehinderte); … müssten die Angebote inhaltlich internationaler/herkunftskulturell diverser/vielfältiger werden; … müssten mehr Möglichkeiten angeboten werden, sich bei Angeboten/Programmen aktiv einzubringen.

Einen Mangel an interessanten klassischen Kulturangeboten sehen sowohl besonders besuchsaffine als auch weniger besuchsaffine Lebensstile als relevanten Grund für einen Nichtbesuch.

Es sind auf der einen Seite Innovativ Gehobene und Hedonisten, die oft angeben, dass ihnen mehr Angebote fehlen, die sie interessieren. Es handelt sich hierbei um zwei der vier Lebensstile, die klassische Kulturangebote mit besonders hoher Wahrscheinlichkeit besuchen. **Insbesondere dem Geschmack Konservativ Gehobener scheinen die Angebote offenbar derzeit weitgehend zu entsprechen. Hierfür spricht auch, dass sie ihnen am seltensten mangelnde Qualität attestieren.** Ebenfalls unterdurchschnittlich häufig – aber doch oft – werden zu wenige interessierende Angebote von Liberal Gehobenen und Konventionalisten genannt. Gleichzeitig gilt: Auch bei den bei klassischen Kulturangeboten an sich besonders wahrscheinlich anzutreffenden Innovativ Gehobenen und Hedonisten finden sie nicht automatisch Anklang. Es bedarf hier eines vertiefenden Blicks auf die Hintergründe, sollen die Lebensstile nicht als (potenzielles) Publikum verloren werden.

Am mit Abstand häufigsten wird ein Mangel an interessanten Angeboten auf der anderen Seite von Unterhaltungssuchenden genannt. Sie sind es auch, die im Vergleich am ehesten auf eine mangelnde Qualität der Angebote hinweisen. Dies spricht erneut für Besuchspotenzial bei diesem Lebensstil, für den klassische Kulturangebote (bislang) im Vergleich zu den anderen Lebensstilen eine geringe Rolle spielen. Hier wäre ein vertiefender Blick hilfreich, welche Art von Angebot und eventuell auch Rahmenprogramm für sie einen Besuch besonders attraktiv machen würde. Allerdings kann auch hinterfragt werden, inwieweit die bestehenden Angebote der klassischen Kultureinrichtungen die Rezeptionserwartungen Unterhaltungssuchender überhaupt erfüllen. Dies gilt zwar auch für Rahmenbedingungen, wie zum Beispiel Atmosphäre oder gastronomisches Angebot, aber vermutlich noch viel stärker für den Kern der Angebote, beispielsweise die Inszenierungsstrategie im Theater oder die Themenauswahl einer Ausstellung. Dass es bei den Unterhaltungssuchenden offenbar – wie auch in den folgenden Ergebnissen und in der Tendenz auch bei den Heimzentrierten zu sehen sein wird – ein vergleichsweise hohes Ausmaß an Frustration hinsichtlich klassischer Kulturangebote gibt, zeigt auch die hohe Anzahl der von ihnen genannten Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize. Hierfür würde auch das folgende Ergebnis sprechen: Insbesondere die Unterhaltungssuchenden und Heimzentrierten wünschen sich mehr Möglichkeiten, sich bei Angeboten/Programmen aktiv einzubringen. Es kann zwar nicht sicher gesagt werden, ob die Befragten hier tatsächlich auf die Ko-Kreation von Angeboten/Programmen oder auf Mitmach-Angebote abzielen. Hierauf müssten Folgestudien nochmals genauer eingehen. So oder so versteckt sich hier aber erneut ein Hinweis, dass die aktuelle Form der Angebote für diese Lebensstile nicht besonders attraktiv ist. Die Kumulation von Gründen lässt sich aber erneut vorsichtig als ein grundsätzliches Besuchspotenzial bei diesen Lebensstilen werten, für die klassische Kulturangebote (bislang) im Vergleich zu den anderen Lebensstilen eine geringe Rolle spielen.

Begleitpersonen für einen Besuch klassischer Kulturangebote fehlen insbesondere Lebensstilen, die die Angebote mit geringerer Wahrscheinlichkeit besuchen und deren Umfeld ebenfalls wenig affin ist.

Der Aspekt „Begleitperson“ wird im Vergleich zu anderen Hinderungsgründen beziehungsweise Anreizen seltener angeführt. Es zeigen sich dabei leichte Unterschiede zwischen den Lebensstilen, die klassische Kulturangebote sehr wahrscheinlich besuchen, und denjenigen, die dies eher nicht tun. **Unterhaltungssuchende und Heimzentrierte nennen einen Mangel an Begleitpersonen am häufigsten. Konservativ Gehobene und Innovativ Gehobene haben hingegen weniger Schwierigkeiten, Begleitpersonen zu finden.** Zum einen spiegelt diese Verteilung die Besuchswahrscheinlichkeit klassischer Kulturangebote der Lebensstile wider. In den bezüglich des Ausstattungsniveaus gehobenen (und mittleren) Lebensstilen ist es allgemein gewöhnlicher, diese Angebote zu besuchen (siehe Unterkapitel 3.4). Zugleich ist es bei ihnen auch für enge Freund*innen/Partner*in/soziales Umfeld wichtig (siehe Unterkapitel 3.5), weshalb die Menschen dort einfacher Begleitpersonen in ihrem Umfeld finden. Dies kann als weiterer Hinweis gewertet werden, dass zumindest einige Lebensstile in ihrem Umfeld Kontakt zu sehr ähnlich „tickenden“ Menschen haben. Dies scheint hier zumindest für die Innovativ Gehobenen zu gelten. Zum anderen dürfte hier ein Blick in die Besuchsmotive der Lebensstile interessante Ergebnisse erbringen (siehe Unterkapitel 3.9). Ist es für bestimmte Lebensstile wichtig, einen Kulturbesuch in Begleitung zu verbringen, könnte dies erklären, warum sie diesen Aspekt besonders häufig nennen. Und umgekehrt: Ist die soziale Dimension eines Kulturbesuchs für Lebensstile weniger wichtig, wird dieser Aspekt sehr wahrscheinlich seltener genannt werden. Dass diese Vermutung sehr wahrscheinlich zutrifft, zeigen Ergebnisse zum Zusammenhang von Besuchsmotivationen und Lebensstil aus einer hohen Anzahl von KulMon-Besucher*innenbefragungen in verschiedenen Kultureinrichtungen zwischen 2017 und 2018.[127] Kultur- und Freizeiteinrichtungen finden in diesen Erkenntnissen die Anregung, Angebote zu schaffen, die auch im Falle einer fehlenden Begleitung einen Besuch unterstützen (bspw. durch Theaterfreundeskreise oder spezifische Führungsangebote in Ausstellungen).

127. Vgl. Allmanritter 2019.

Abbildung 16: Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize für Lebensstile (Angabe in Prozent)

Auf den ersten Blick primär bei den potenziellen Besucher*innen liegend

Mangel an Interesse für Angebote (∅ 55)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	29 Konservativ Gehobene	46 Liberal Gehobene	63 Innovativ Gehobene
Mittel	45 Konventionalisten	59 Mittelständische	64 Hedonisten
Niedrig	51 Bodenständig Traditionelle	55 Heimzentrierte	77 Unterhaltungssuchende

Mangel an Finanzmitteln (∅ 64)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	38 Konservativ Gehobene	41 Liberal Gehobene	53 Innovativ Gehobene
Mittel	69 Konventionalisten	54 Mittelständische	61 Hedonisten
Niedrig	74 Bodenständig Traditionelle	72 Heimzentrierte	80 Unterhaltungssuchende

Mangel an Freizeit (∅ 51)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	33 Konservativ Gehobene	49 Liberal Gehobene	70 Innovativ Gehobene
Mittel	44 Konventionalisten	49 Mittelständische	65 Hedonisten
Niedrig	53 Bodenständig Traditionelle	51 Heimzentrierte	53 Unterhaltungssuchende

Mangel an gesundheitlichen/körperlichen Möglichkeiten (∅ 28)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	54 Konservativ Gehobene	28 Liberal Gehobene	11 Innovativ Gehobene
Mittel	34 Konventionalisten	17 Mittelständische	8 Hedonisten
Niedrig	36 Bodenständig Traditionelle	32 Heimzentrierte	13 Unterhaltungssuchende

Mangel an Begleitpersonen (∅ 27)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	15 Konservativ Gehobene	24 Liberal Gehobene	11 Innovativ Gehobene
Mittel	31 Konventionalisten	24 Mittelständische	24 Hedonisten
Niedrig	23 Bodenständig Traditionelle	33 Heimzentrierte	42 Unterhaltungssuchende

Von den Kulturangeboten ausgehend

Günstigere Eintrittpreise (⌀ 63)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	43 Konservativ Gehobene	43 Liberal Gehobene	46 Innovativ Gehobene
Mittel	64 Konventionalisten	63 Mittelständische	59 Hedonisten
Niedrig	69 Bodenständig Traditionelle	68 Heimzentrierte	73 Unterhaltungssuchende

Informationssuche leichter (⌀ 38)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	46 Konservativ Gehobene	36 Liberal Gehobene	32 Innovativ Gehobene
Mittel	27 Konventionalisten	46 Mittelständische	32 Hedonisten
Niedrig	27 Bodenständig Traditionelle	45 Heimzentrierte	53 Unterhaltungssuchende

mangelnde Qualität der Angebote (⌀ 36)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	24 Konservativ Gehobene	39 Liberal Gehobene	38 Innovativ Gehobene
Mittel	37 Konventionalisten	30 Mittelständische	34 Hedonisten
Niedrig	35 Bodenständig Traditionelle	34 Heimzentrierte	54 Unterhaltungssuchende

Günstigere Öfnungszeiten (⌀ 28)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	27 Konservativ Gehobene	22 Liberal Gehobene	25 Innovativ Gehobene
Mittel	19 Konventionalisten	30 Mittelständische	25 Hedonisten
Niedrig	27 Bodenständig Traditionelle	27 Heimzentrierte	50 Unterhaltungssuchende

Auch stadtplanerische und bildungspolitische Fragen tangierend

Mangel an interessanten Angeboten in der Umgebung (⌀ 48)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	54 Konservativ Gehobene	35 Liberal Gehobene	47 Innovativ Gehobene
Mittel	42 Konventionalisten	42 Mittelständische	46 Hedonisten
Niedrig	48 Bodenständig Traditionelle	52 Heimzentrierte	82 Unterhaltungssuchende

Schwierige Anreise (⌀ 36)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	48 Konservativ Gehobene	22 Liberal Gehobene	17 Innovativ Gehobene
Mittel	44 Konventionalisten	36 Mittelständische	36 Hedonisten
Niedrig	37 Bodenständig Traditionelle	31 Heimzentrierte	55 Unterhaltungssuchende

Mangel an Kinderbetreuung (⌀ 21)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	35 Konservativ Gehobene	16 Liberal Gehobene	13 Innovativ Gehobene
Mittel	18 Konventionalisten	27 Mittelständische	13 Hedonisten
Niedrig	17 Bodenständig Traditionelle	24 Heimzentrierte	26 Unterhaltungssuchende

Mangel an inklusiven Angeboten (⌀ 8)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	10 Konservativ Gehobene	14 Liberal Gehobene	0 Innovativ Gehobene
Mittel	6 Konventionalisten	6 Mittelständische	4 Hedonisten
Niedrig	5 Bodenständig Traditionelle	13 Heimzentrierte	9 Unterhaltungssuchende

Mangel an diversen Angeboten (⌀ 15)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	19 Konservativ Gehobene	10 Liberal Gehobene	17 Innovativ Gehobene
Mittel	8 Konventionalisten	13 Mittelständische	21 Hedonisten
Niedrig	4 Bodenständig Traditionelle	25 Heimzentrierte	28 Unterhaltungssuchende

Mangel an Mehrsprachigkeit (⌀ 13)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	15 Konservativ Gehobene	8 Liberal Gehobene	15 Innovativ Gehobene
Mittel	9 Konventionalisten	13 Mittelständische	17 Hedonisten
Niedrig	7 Bodenständig Traditionelle	18 Heimzentrierte	19 Unterhaltungssuchende

Mangel an Ko-Kreation (⌀ 12)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	10 Konservativ Gehobene	8 Liberal Gehobene	14 Innovativ Gehobene
Mittel	8 Konventionalisten	10 Mittelständische	15 Hedonisten
Niedrig	7 Bodenständig Traditionelle	18 Heimzentrierte	26 Unterhaltungssuchende



Werte, die weniger als 5 Prozentpunkte vom Mittelwert abweichen, erhalten keine Färbung.

Der Wunsch, einfacher Informationen zu klassischen Kulturangeboten zu finden, wird von verschiedensten Lebensstilen geäußert, im Einzelnen aus unterschiedlichen Gründen.

Bei einigen Hinderungsgründen beziehungsweise Anreizen fällt es schwer, ein Muster zu erkennen und/oder konkrete Hintergründe für diese Ergebnisse zu nennen. **Dass es einfacher sein müsste, an Informationen über die Angebote zu gelangen, sagen insbesondere Konservativ Gehobene, Mittelständische und Heimzentrierte vergleichsweise häufig, vor allem aber erneut die Unterhaltungssuchenden.** Dieser Aspekt wird quer über das Ausstattungsniveau und Modernitätsniveau von anderen Lebensstilen seltener genannt. **Innovativ Gehobene und Hedonisten sowie Konventionalisten und Bodenständig Traditionelle äußern dies vergleichsweise seltener.** Es ist davon auszugehen, dass diesen Aspekt vor allem Lebensstile nennen, die andere Informationskanäle nutzen, als klassische Kulturangebote sie bespielen. Zum Teil kann das Ergebnis auch darin begründet liegen, dass Mund-zu-Mund-Propaganda zu kulturellen Angeboten und ein aktueller Stand zu deren Programm eher bei denjenigen Lebensstilen vorhanden sein dürfte, die die Angebote mit höherer Wahrscheinlichkeit besuchen. Dies alles kann aber nicht belastbar erklären, warum Konservativ Gehobene diesen Aspekt vergleichsweise häufig nennen. Für das Mediennutzungsverhalten der Lebensstile sei auf Folgestudien verwiesen.

Mangelnde finanzielle Ressourcen werden von vielen Lebensstilen genannt, fast konsistent aber insbesondere von jenen mit niedrigem Ausstattungsniveau.

Eine Betrachtung der Antworten der einzelnen Lebensstile macht insbesondere bei den folgenden Ergebnissen deutlich, dass für ein besseres Verständnis des Kulturbesuchsverhaltens oftmals eine Kombination von Informationen zu Lebensstilen und zu deren sozialer Lage hilfreich ist. Einige der geäußerten Hinderungsgründe beziehungsweise Besuchsanreize dürften sich auch mit Einflüssen soziodemografischer Faktoren erklären lassen:

Die Verteilung der Nennung „mangelnde finanzielle Ressourcen“ spiegelt grob die Einkommensverteilung unter den Lebensstilen (siehe Unterkapitel 3.2) wider: Je geringer das Einkommen ist, desto eher sind diese Punkte ein Hinderungsgrund für den Besuch klassischer Kulturangebote. **Mangelnde finanzielle Mittel und zu hohe Eintrittspreise werden fast konsistent vor allem von Bodenständig Traditionellen, Heimzentrierten und Unterhaltungssuchenden genannt.** Es handelt sich hierbei mit einem Blick auf die soziale Lage auch um diejenigen Lebensstile mit dem im Vergleich niedrigsten Einkommen (siehe Unterkapitel 3.2). **Weniger häufig – aber keinesfalls selten – werden sie von Konservativ Gehobenen, Liberal Gehobenen und Innovativ Gehobenen genannt.** Hinsichtlich der sozialen Lage stehen diese Lebensstile im Vergleich finanziell am besten da. Diese Ergebnisse können als Hinweis gedeutet werden, dass Modellprojekte wie der „Eintrittsfreie Museumssonntag“ wirklich dazu beitragen könnten, eine zentrale Besuchsbarriere abzubauen – allerdings nur dann, wenn die entsprechenden Personen grundsätzlich eine Besuchsmotivation aufweisen.

Aus den Ergebnissen der letzten Unterkapitel 3.4 bis 3.6 lässt sich dies für Bodenständig Traditionelle, Heimzentrierte und teilweise auch Unterhaltungssuchende nicht unbedingt in hohem Ausmaß vermuten. Klassische Kulturangebote spielen für diese Lebensstile zumindest bislang eine eher untergeordnete Rolle, zumal sie sich von ihnen auch allgemein eher wenig angesprochen fühlen. Es ist somit anzunehmen, dass Eintrittsfreiheit eher bei den anderen Lebensstilen Besuchsanreize schaffen wird, das heißt bei denjenigen, für die sie im Vergleich eine größere Rolle spielen, die sich von ihnen mehr angesprochen fühlen und die sie mit höherer Wahrscheinlichkeit bereits besuchen. So kommt auch eine aktuelle Studie über Eintrittsfreiheit in Museen zu dem Ergebnis, dass durch solche Initiativen vor allem diejenigen angesprochen werden, die mindestens über eine Grundmotivation für einen Besuch verfügen.[128] Gleichzeitig gilt: Nur bei den Bodenständig Traditionellen, Heimzentrierten und Unterhaltungssuchenden spielt der Mangel finanzieller Mittel durchgehend eine bedeutendere Rolle als zu hohe Eintrittspreise. Dies bedeutet: Wer gar kein (oder kaum) Geld für kulturelle Angebote hat, den unterstützen vermutlich auch günstigere Eintrittspreise wenig. Angebote, die komplett auf Eintritt verzichten, könnten vor dem Hintergrund dieser Erkenntnisse somit erfolgversprechender sein.

Auch bei mangelnder Freizeit, dem Wunsch nach anderen Öffnungszeiten und gesundheitlichen/körperlichen Beeinträchtigungen erklären teils soziodemografische Faktoren die Antworten der Lebensstile.

Innovativ Gehobene und Hedonisten geben besonders häufig an, dass es ihnen an Freizeit mangele. Tatsächlich handelt es sich auch nach Unterkapitel 3.2 um einige der Lebensstile, die angeben, über ein vergleichsweise geringes Freizeitbudget zu verfügen (29–30 Stunden pro Woche). Dies würde jedoch auch für Konservativ Gehobene, Heimzentrierte und Unterhaltungssuchende gelten (30–31 Stunden pro Woche), die die Problematik mangelnder Freizeit nicht herausstellen. Speziell Konservativ Gehobene nennen diesen Aspekt sogar besonders selten. Augenscheinlich passt hier das von den Befragten angegebene Freizeitbudget nicht konsistent zu ihrer Angabe, sie hätten für Besuche von Kultur- und Freizeitangeboten zu wenig Freizeit. Möglicherweise spiegelt sich hier wider, was bereits in Unterkapitel 2.4 angedeutet wurde: Es ist eventuell weniger die mangelnde Freizeit als eine andere Prioritätensetzung, die Besuchen entgegenwirkt. Ein Querbezug zu den Öffnungszeiten der Angebote scheint es hier ebenfalls nicht zu geben: **Den Wunsch nach geeigneteren Öffnungszeiten äußern fast alle Lebensstile in ähnlichem Maß. Dieser Aspekt wird nur von den Unterhaltungssuchenden in hohem Maß genannt.** Dies könnte aber daran liegen, dass vor allem Lebensstile mit jungem Durchschnittsalter aufgrund zeitlicher Beanspruchung durch Ausbildung und Berufseinstieg die klassischen Kulturangebote zu ihren aktuellen Öffnungszeiten nur schwierig wahrnehmen können.

Gleichzeitig geben vor allem Konservativ Gehobene, Konventionalisten und Bodenständig Traditionelle an, sie hätten gesundheitliche/körperliche Einschränkungen, die einem Besuch entgegenwirken. Dies dürfte vor allem in Alterseffekten begründet liegen (siehe Unterkapitel 3.2). Bei traditionalen Lebensstilen mit einem Altersschnitt von 54 bis 63 Jahren fällt dieser Aspekt am meisten ins Gewicht (die Konservativ Gehobenen sind der durchschnittlich älteste Lebensstil), für die modernen Lebensstile mit einem Altersschnitt von 33 bis 41 Jahren am geringsten. Zur körperlichen Gesundheit der Bevölkerung direkt beitragen können klassische Kulturangebote sicherlich nur begrenzt – obwohl einige britische Studien deren deutlichen Einfluss auf das generelle Well-Being feststellen.[129] Dennoch zeigt sich an dieser Stelle, wie wichtig es ist, barrierefreie Zugänge zu Kulturangeboten auch für diejenigen zu ermöglichen, die nicht (mehr) in vollem Maße körperlich fit und/oder körperlich eingeschränkt sind. Dies geht in eine ähnliche Richtung wie andere hier genannte Gründe, beispielsweise eine Vereinfachung der Anreise zu den Angeboten und barrierefreie Einrichtungen.

128. Vgl. Kliment 2020.
129. Eine fünfstufige Well-Being-Skala ist bereits Teil der Fragebögen in den englischen Taking-Part- Bevölkerungsbefragungen gewesen (vgl. DCMS 2020). Auch das Glasgow Centre for Population Health hat versucht, Effekte von kulturellen Aktivitäten auf Gesundheit und Wohlbefinden der Bevölkerung Glasgows aus dem Blickwinkel des öffentlichen Gesundheitswesens zu messen (vgl. Glasgow City Heritage Trust 2017).

Auch Wünsche nach mehr interessanten Angeboten in der Umgebung, Betreuungsmöglichkeiten für Kinder/Enkelkinder, inklusiven Angeboten, mehr inhaltlicher/sprachlicher Diversität der Angebote und Formaten zu deren Ko-Gestaltung hängen nicht nur von Lebensstilen, sondern teils auch von soziodemografischen Faktoren ab.

Den Mangel interessanter Angebote in direkter Umgebung nennen zu ähnlichen Anteilen fast alle Lebensstile. Eine Ausnahme stellen Unterhaltungssuchende dar. Sie nennen diesen Aspekt deutlich häufiger als die anderen Lebensstile. Erneut sind hier keine klaren Muster hinter den Antworten erkennbar. Naheliegend ist jedoch die Annahme, dass hier ein Zusammenhang mit dem Stadtteil besteht, in dem die Befragten wohnen. Mit den präferierten Wohnorten der jeweiligen Lebensstile insgesamt kann man diese Ergebnisse jedenfalls kaum stringent erklären. Liberal Gehobene, Innovativ Gehobene, Mittelständische und Hedonisten leben ganz allgemein häufig in Bezirken mit ausgeprägtem klassischen Kulturangebot. Nur für Konventionalisten ist dies eher nicht der Fall (siehe Unterkapitel 3.2). Dazu passt: **Innovativ Gehobene und Liberal Gehobene geben in der Tendenz auch seltener den Hinderungsgrund beziehungsweise Besuchsanreiz „Anreise“ an**, während sich bei den anderen Lebensstilen keine eindeutigen Tendenzen abzeichnen. **Der Wunsch nach mehr inklusiven Angeboten wird am stärksten von Heimzentrierten und Liberal Gehobenen geäußert.** Gründe für diese Nennungen können aufgrund der geringen Fallzahlen über die vorliegenden Daten nicht erklärt werden.

Zugleich lässt sich aber festhalten: **Bessere Betreuungsmöglichkeiten für Kinder beziehungsweise Enkelkinder werden vor allem von Konservativ Gehobenen, tendenziell auch von Mittelständischen sowie Unterhaltungssuchenden genannt. Von Innovativ Gehobenen und Hedonisten werden sie hingegen im Vergleich seltener genannt.** Diese Verteilung verblüfft auf den ersten Blick ein wenig: Insbesondere die Innovativ Gehobenen und Hedonisten leben besonders häufig mit Kindern bis zwölf Jahre in einem Haushalt, während dies bei den Konservativ Gehobenen selten der Fall ist. Möglicherweise nehmen die Innovativ Gehobenen und die Hedonisten ihre Kinder zu klassischen Kulturangeboten einfach mit, während die Konservativ Gehobenen nach Betreuungsmöglichkeiten für ihre Enkelkinder suchen. Auf der einen Seite ist es wahrscheinlich, dass dies vor allem ein Hinderungsgrund für Besuche für diejenigen ist, die entsprechende Angebote mit hoher Wahrscheinlichkeit besuchen und für die diese eine große Bedeutung haben (siehe Unterkapitel 3.4 bis 3.6). Gleichzeitig könnte hier ein Alterseffekt hineinspielen: Je moderner die Grundorientierung der Lebensstile, desto jünger ist ihr Durchschnittsalter. Dies könnte die besonders häufige Nennung dieses Grunds auch bei den Unterhaltungssuchenden erklären. Bei ihnen handelt es sich um den Lebensstil mit dem jüngsten Altersschnitt – die Unterhaltungssuchenden gehören zudem zu den modernen Lebensstilen (siehe Unterkapitel 3.2). **Tendenzen in den Antworten zeigen sich darüber hinaus bei dem Wunsch nach inhaltlich internationaleren/herkunftskulturell diversen/vielfältigeren Angeboten. Dieser wird vor allem von Unterhaltungssuchenden, Heimzentrierten und Hedonisten geäußert. Es sind auch die Unterhaltungssuchenden und Heimzentrierten, die sich wünschen, dass Angebote häufiger (auch) in anderen Sprachen angeboten werden**. Es handelt sich hierbei insbesondere um Lebensstile mit mittlerem bis niedrigem Ausstattungsniveau in Kombination mit mittlerem bis hohem Modernitätsgrad. Möglicherweise spielen auch hier soziodemografische Faktoren hinein. Es könnte sich speziell in diesen Lebensstilen ein hoher Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund befinden. Laut Statistischem Bundesamt ist diese Bevölkerungsgruppe im Vergleich zu Menschen ohne Migrationshintergrund jünger und finanziell schlechter gestellt.[130] Auch dies ist aber mit den Fallzahlen für diesen Abschnitt nicht belegbar.

3.8 Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote

Alle Lebensstile nennen sämtliche hier abgefragten Motive für einen Besuch klassischer Kulturangebote, wenn auch in unterschiedlicher Frequenz. Es kristallisieren sich dabei vier Gruppen von Motiven heraus.

In Bezug auf die Frage, warum die Berliner*innen in der Regel Freizeitangebote wie Ausstellungen oder Theateraufführungen, die Oper, Ballett-/Tanztheateraufführungen oder klassische Konzerte besuchen, zeigt sich: **Besonders viele Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote in hoher Wahrscheinlichkeit werden von denjenigen Lebensstilen genannt, die über eine moderne Grundhaltung und/oder ein hohes Ausstattungsniveau verfügen.** Dies ist eine Verteilung, die weitgehend der Besuchswahrscheinlichkeit der Lebensstile entspricht (siehe Unterkapitel 3.4), denn sie gilt für Liberal und Innovativ Gehobene sowie Hedonisten. Gleichzeitig gilt: **Traditionelle Lebensstile und/oder Lebensstile mit im Vergleich niedrigeren Ausstattungsniveaus nennen fast alle Gründe unterdurchschnittlich oft.** Dies gilt für Konventionalisten, Bodenständig Traditionelle, Heimzentrierte und Unterhaltungssuchende. Dennoch kann an dieser Stelle übergreifend Folgendes festgehalten werden: **Alle hier abgefragten Motive spielen für alle Lebensstile eine Rolle, die je nach Lebensstil aber in ihrer Bedeutung variiert** (siehe Abbildung 17 auf Seite 64).[131]

130. Vgl. Statistisches Bundesamt 2020f.
131. Fallzahlen: Konservativ Gehobene (n = 149–162), Liberal Gehobene (n = 378–384), Innovativ Gehobene (n = 433–443),

Um ein besseres Verständnis von den Motiven der Berliner*innen für Besuche klassischer Kulturangeboten zu erhalten, wurde als statistisches Verfahren die sogenannte Faktorenanalyse gewählt. Mit ihrer Hilfe ließen sich Antworten von Befragten zu vielen einzelnen Motiven auf eine deutlich geringere Anzahl von Motiv-Gruppen reduzieren.[132] Dabei stellte sich heraus: **Es lassen sich in den Antworten der Befragten grob vier Motiv-Gruppen für den Besuch klassischer Kulturangebote erkennen. Die erste Gruppe von Motiven spiegelt zugespitzt ein besonderes Interesse am kulturellen Kernangebot und den Wunsch nach (Weiter-)Bildung der Befragten wider.** Hierzu gehören die Motive „Künstler*innen und das kulturelle Leben unterstützen", „Künstler*innen oder ihre Werke bewundern", „mehr zum Thema der Ausstellung oder der Vorstellung lernen" und „auf neue Gedanken/Ideen kommen". **Die zweite Gruppe von Motiven dreht sich im weiteren Sinne um einen symbolischen und beruflichen Nutzen eines Kulturbesuchs.** Unter diese fallen die Motive „mitreden können", „andere mit meinen Kenntnissen beeindrucken können", „Gleichgesinnte treffen" sowie „Anregungen für berufliche Tätigkeit bekommen". **Bei der dritten Gruppe von Motiven handelt es sich um ein Zusammenspiel aus sozialem Erlebnis und dem Verbringen einer entspannten Zeit**. Hierunter werden die Motive „mich unterhalten, erholen oder aus meinem Alltag ausbrechen", „gemeinsame Zeit mit Freunden, Partner*in, Familie oder Verwandten verbringen" und „Zeit in einer angenehmen Umgebung verbringen" gezählt. Bei diesen vier Gruppen handelt es sich im Großen und Ganzen um die von Armin Klein beschriebenen vier Nutzendimensionen des Kulturbesuchs: Kernnutzen (erste Gruppe), symbolischer Nutzen (zweite Gruppe) sowie zusammengefasst Servicenutzen und sozialer Nutzen (dritte Gruppe).[133] **Die vierte Gruppe von Motiven umfasst ganz grob den Wunsch nach einem hohen eigenen Aktivitätsgrad bei dem Besuch der Angebote.** Hierzu zählen die Motive „Kindern die Angebote näherbringen" sowie „mich selbst aktiv in die Angebote einbringen".

Lebensstile, die klassische Kulturangebote sehr wahrscheinlich besuchen, nennen Besuchsmotive rund um ein besonderes Interesse am Kernangebot und den Wunsch nach (Weiter-)Bildung besonders häufig.

Bereits auf den ersten Blick zeigt sich: Je höher das Ausstattungsniveau und je moderner die Lebensstile, eine desto größere Rolle spielt die erste Motivgruppe. **Es sind insbesondere die Lebensstile, für die eine hohe Besuchswahrscheinlichkeit gilt, die Motive rund um ein besonderes Interesse am kulturellen Kernangebot und den Wunsch nach (Weiter-)Bildung äußern**. Es handelt sich hierbei überdurchschnittlich häufig um Liberal Gehobene, Innovativ Gehobene und Hedonisten, wobei diese drei Lebensstile leicht unterschiedliche Schwerpunkte setzen: **75 Prozent der Innovativ Gehobenen wollen sehr häufig „Künstler*innen und das kulturelle Leben unterstützen", von den Hedonisten und Liberal Gehobenen sind es 63 bis 66 Prozent. „Künstler*innen oder ihre Werke bewundern" wollen nur Innovativ Gehobene und Hedonisten überdurchschnittlich oft (82 bis 86 Prozent).**

Ein weiteres Motiv wird von allen drei Lebensstilen besonders häufig genannt: **Sowohl Liberal Gehobene als auch Innovativ Gehobene und Hedonisten wünschen sich überdurchschnittlich häufig „neue Gedanken/Ideen" (79 bis 83 Prozent).** Bei immerhin einem der Gründe aus dieser Motivgruppe sind es auch weitere, die klassischen Kulturangebote besonders attraktiv findende Lebensstile, die diesen besonders häufig nennen: **Innovativ Gehobene, Hedonisten, Liberal Gehobene, aber hier auch Konservativ Gehobene wollen besonders häufig „mehr über ein bestimmtes Thema lernen" (75 bis 80 Prozent).**

Gleichzeitig ist leicht erkennbar: Insbesondere bei niedrigem Ausstattungsniveau und traditioneller Grundhaltung ist die Rolle der ersten Motivgruppe eine etwas andere. Die soeben genannten Motive spielen alle auch für Lebensstile mit geringerer Besuchswahrscheinlichkeit bezüglich klassischer Kulturangebote eine wesentliche Rolle, im Vergleich ist sie aber unbedeutender. Es handelt sich hierbei um Konventionalisten, Bodenständig Traditionelle und Heimzentrierte. Diese drei Lebensstile möchten zu 38 bis 47 Prozent „Künstler*innen und das kulturelle Leben unterstützen" und zu 53 bis 71 Prozent „Künstler*innen oder ihre Werke bewundern". „Mehr über ein bestimmtes Thema lernen" möchten sie zu 49 bis 58 Prozent und 56 bis 70 Prozent von ihnen suchen dort „neue Gedanken/Ideen". Mittelständische liegen bei allen Werten in etwa auf oder minimal unter dem gesamtdeutschen Bevölkerungsschnitt.

Konventionalisten (n = 205–217), Mittelständische (n = 387–395), Hedonisten (n = 288–295), Bodenständig Traditionelle (n = 139–145), Heimzentrierte (n = 152–242), Unterhaltungssuchende (n = 149–153).

132. Für die Faktorenanalyse wurde als Extraktionsmethode die Hauptkomponentenanalyse (pca) gewählt. Das Maß der Stichprobeneignung (Kaiser-Meyer-Olkin-Kriterium) beträgt sehr gute 0,81; eine weiter vertiefende Betrachtung der Thematik „Besuchsmotive" ist für Folgepublikationen geplant.

133. Vgl. Klein 2011.

Abbildung 17: Besuchsmotive der Lebensstile (Angabe in Prozent)

Interesse am kulturellen Kernangebot und Weiterbildung

Künstler*innen/Kultur unterstützen (∅ 57)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	53 Konservativ Gehobene	63 Liberal Gehobene	75 Innovativ Gehobene
Mittel	47 Konventionalisten	50 Mittelständische	66 Hedonisten
Niedrig	38 Bodenständig Traditionelle	41 Heimzentrierte	49 Unterhaltungssuchende

Künstler*innen/Werke bewundern (∅ 74)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	77 Konservativ Gehobene	78 Liberal Gehobene	82 Innovativ Gehobene
Mittel	71 Konventionalisten	70 Mittelständische	86 Hedonisten
Niedrig	53 Bodenständig Traditionelle	62 Heimzentrierte	75 Unterhaltungssuchende

Mehr über Thema lernen (∅ 70)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	75 Konservativ Gehobene	78 Liberal Gehobene	80 Innovativ Gehobene
Mittel	57 Konventionalisten	68 Mittelständische	78 Hedonisten
Niedrig	49 Bodenständig Traditionelle	58 Heimzentrierte	70 Unterhaltungssuchende

Neue Gedanken/Ideen (∅ 74)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	76 Konservativ Gehobene	79 Liberal Gehobene	83 Innovativ Gehobene
Mittel	70 Konventionalisten	69 Mittelständische	80 Hedonisten
Niedrig	56 Bodenständig Traditionelle	62 Heimzentrierte	68 Unterhaltungssuchende

Symbolischer und beruflicher Nutzen

Mitreden können (∅ 37)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	50 Konservativ Gehobene	44 Liberal Gehobene	40 Innovativ Gehobene
Mittel	38 Konventionalisten	32 Mittelständische	31 Hedonisten
Niedrig	30 Bodenständig Traditionelle	36 Heimzentrierte	27 Unterhaltungssuchende

Andere beeindrucken (∅ 10)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	10 Konservativ Gehobene	11 Liberal Gehobene	11 Innovativ Gehobene
Mittel	5 Konventionalisten	10 Mittelständische	9 Hedonisten
Niedrig	5 Bodenständig Traditionelle	10 Heimzentrierte	11 Unterhaltungssuchende

Gleichgesinnte treffen (∅ 40)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	40 Konservativ Gehobene	44 Liberal Gehobene	41 Innovativ Gehobene
Mittel	29 Konventionalisten	38 Mittelständische	43 Hedonisten
Niedrig	38 Bodenständig Traditionelle	42 Heimzentrierte	39 Unterhaltungssuchende

Berufliche Anregung (∅ 23)

Ausstattungsniveau	Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	10 Konservativ Gehobene	26 Liberal Gehobene	33 Innovativ Gehobene
Mittel	14 Konventionalisten	25 Mittelständische	30 Hedonisten
Niedrig	6 Bodenständig Traditionelle	16 Heimzentrierte	25 Unterhaltungssuchende

Soziales Erlebnis und eine entspannte Zeit verbringen

Unterhalten und erholen (⌀ 92)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	95 **Konservativ Gehobene**	93 **Liberal Gehobene**	91 **Innovativ Gehobene**
Mittel	94 **Konventionalisten**	92 **Mittelständische**	91 **Hedonisten**
Niedrig	92 **Bodenständig Traditionelle**	87 **Heimzentrierte**	87 **Unterhaltungssuchende**

Gemeinsam Zeit verbringen (⌀ 91)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	93 **Konservativ Gehobene**	93 **Liberal Gehobene**	91 **Innovativ Gehobene**
Mittel	91 **Konventionalisten**	91 **Mittelständische**	89 **Hedonisten**
Niedrig	92 **Bodenständig Traditionelle**	90 **Heimzentrierte**	83 **Unterhaltungssuchende**

Angenehme Umgebung (⌀ 83)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	85 **Konservativ Gehobene**	85 **Liberal Gehobene**	86 **Innovativ Gehobene**
Mittel	87 **Konventionalisten**	81 **Mittelständische**	85 **Hedonisten**
Niedrig	81 **Bodenständig Traditionelle**	76 **Heimzentrierte**	77 **Unterhaltungssuchende**

Wunsch nach einem hohen eigenen Aktivitätsgrad

Kinder unterhalten/anregen (⌀ 31)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	36 **Konservativ Gehobene**	34 **Liberal Gehobene**	25 **Innovativ Gehobene**
Mittel	40 **Konventionalisten**	32 **Mittelständische**	28 **Hedonisten**
Niedrig	39 **Bodenständig Traditionelle**	27 **Heimzentrierte**	22 **Unterhaltungssuchende**

Aktive Teilnahme vor Ort (⌀ 21)

Ausstattungsniveau	Modernitätsgrad: Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
Gehoben	12 **Konservativ Gehobene**	23 **Liberal Gehobene**	27 **Innovativ Gehobene**
Mittel	14 **Konventionalisten**	19 **Mittelständische**	32 **Hedonisten**
Niedrig	5 **Bodenständig Traditionelle**	18 **Heimzentrierte**	25 **Unterhaltungssuchende**

−50% −25% −10% **Bevölkerungsdurchschnitt** +10% +25% +50%

Werte, die weniger als 5 Prozentpunkte vom Mittelwert abweichen, erhalten keine Färbung.

Auch Motive, die sich um einen symbolischen und beruflichen Nutzen eines Kulturbesuchs drehen, werden tendenziell eher von Lebensstilen genannt, die diese Angebote besonders wahrscheinlich besuchen.

Ebenfalls bei der zweiten Motivgruppe zeigt sich der Effekt, dass sie eine umso größere Rolle spielt, je höher das Ausstattungsniveau und je moderner die Lebensstile sind. Sprich: **Auch Motive rund um einen symbolischen und beruflichen Nutzen eines Kulturbesuchs werden vor allem von Lebensstilen genannt, für die die klassischen Kulturangebote eine wesentliche Rolle spielen.** Entsprechend handelt es sich hierbei erneut um Konservativ Gehobene, Liberal Gehobene, Innovativ Gehobene und Hedonisten. Ein Blick in die einzelnen Motive zeigt aber auch hier, dass der Schwerpunkt von diesen vier Lebensstilen teils unterschiedlich gesetzt wird. **Der symbolische Nutzen von Kulturbesuchen ist für Liberal Gehobene, insbesondere aber für Konservativ Gehobene wichtig, die gern mitreden können möchten (44 bzw. 50 Prozent). Berufliche Anregungen suchen hingegen vor allem Innovativ Gehobene und Hedonisten (30 bis 33 Prozent).** Letzteres stützt in Kombination mit den hohen Werten der Innovativ Gehobenen bei dem Motiv „Künstler*innen und das kulturelle Leben unterstützen" die bereits in einem vorhergehenden Abschnitt geäußerte Vermutung, dass vor allem dieser Lebensstil die „Kreative Klasse" bildet, die laut Richard Florida als Berufsgruppe eine eigenständige, kreative Leistung vollbringt. Es kann an dieser Stelle vermutet werden, dass einige von ihnen bei Besuchen klassischer Kulturangebote ihr eigenes Schaffen besuchen. **Konservativ Gehobene hingegen suchen berufliche Anregungen auffällig selten (10 Prozent).** Dies könnte allerdings auch hier darin begründet liegen, dass das Durchschnittsalter dieses Lebensstils vergleichsweise hoch ist und Konservativ Gehobene sich zum Teil bereits schon nicht mehr im Berufsleben befinden.

Auch die zweite Motivgruppe ist für Lebensstile mit niedrigem Ausstattungsniveau und traditioneller Grundhaltung im Vergleich weniger relevant. Diejenigen Lebensstile, die die Angebote mit einer geringeren Wahrscheinlichkeit besuchen – **Konventionalisten, Bodenständig Traditionelle und Heimzentrierte – nennen die genannten Gründe zwar teils ebenfalls häufig, aber im Vergleich erneut seltener.** Mitreden können ist für die drei Lebensstile immerhin zu 30 bis 38 Prozent ein Motiv, ebenso „Gleichgesinnte treffen" mit 29 bis 40 Prozent. Berufliche Anregungen sind für sie aber wenig relevant (6 bis 16 Prozent). Auch bei der zweiten Motivgruppe liegen alle Werte bei den Mittelständischen in etwa auf oder minimal unter dem Bevölkerungsschnitt. **Das Motiv, andere beeindrucken zu wollen, wird von fast allen Lebensstilen gleich selten genannt (9 bis 11 Prozent), für Bodenständig Traditionelle und Heimzentrierte spielt das Motiv die geringste Rolle (5 Prozent).**

Motive, die ein Zusammenspiel von sozialem Erlebnis und dem Verbringen einer entspannten Zeit abbilden, nennen alle Lebensstile am häufigsten – für Lebensstile, die den Angeboten nicht so nahestehen, sind sie in Relation aber besonders wichtig.

Bei der dritten Motivgruppe zeigt sich kein augenscheinlicher Zusammenhang mit dem Ausstattungsniveau und dem Modernitätslevel. **Quer über alle Lebensstile hinweg sind die Motive, sich zu unterhalten, zu erholen oder aus dem Alltag auszubrechen, gemeinsame Zeit mit Freund*innen, Partner*in, Familie oder Verwandten sowie Zeit in einer angenehmen Umgebung zu verbringen mit Werten von 81 bis 94 Prozent äußerst wichtig.** Die Antworten der verschiedenen Lebensstile enthalten kaum überdurchschnittliche oder unterdurchschnittliche Abweichungen vom Bevölkerungsdurchschnitt. Dies bedeutet jedoch nicht, dass diese Motive wirklich für alle Lebensstile gleich relevant sind, denn hierzu müssen sie in Relation zu den ersten beiden Motivgruppen betrachtet werden. Bei denjenigen Lebensstilen, die klassische Kulturangebote sehr wahrscheinlich besuchen, handelt es sich um wichtige Motive neben anderen. Dass die ersten beiden Motivgruppen bei den Lebensstilen, die klassische Kulturangebote mit geringerer Wahrscheinlichkeit besuchen, eine vergleichsweise unbedeutende Rolle spielen, bedeutet im Umkehrschluss: **Motive, die ein Zusammenspiel von sozialem Erlebnis und dem Verbringen einer entspannten Zeit abbilden, spielen die in Relation zu anderen Motiven größte Rolle für Konventionalisten, Bodenständig Traditionelle und Heimzentrierte.** Auffällig sind in diesem Zusammenhang jedoch zwei Lebensstile, denn trotz hoher Werte für diese Motive ist auch bei ihnen Folgendes zu erkennen: **Heimzentrierte und Unterhaltungssuchende (entgegen ihrer Bezeichnung) nennen die Motive, sich zu unterhalten, zu erholen oder aus dem Alltag ausbrechen sowie Zeit in einer angenehmen Umgebung zu verbringen, leicht unterdurchschnittlich häufig (87 bzw. 76 bis 77 Prozent). Auch das Motiv, Zeit mit Freund*innen, Partner*in, Familie oder Verwandten zu verbringen, nennen Unterhaltungssuchende unterdurchschnittlich häufig.** Hier zeigt sich erneut, wie wenig sich diese beiden Lebensstile bei einem Besuch klassischer Kulturangebote zu Hause fühlen. Handelt es sich bei den Gründen für ausbleibende Besuche entsprechender Angebote doch auch genau um Heimzentrierte und Unterhaltungssuchende, die bereits am häufigsten äußern, diese Angebote seien nicht für Menschen wie sie und sie würden sich dort fehl am Platz fühlen (siehe Unterkapitel 3.6).

Kinder unterhalten, anregen oder informieren ist vor allem für traditionelle Lebensstile ein wichtiges Motiv – selbst vor Ort an Angeboten aktiv teilnehmen wollen eher moderne und gut ausgestattete Lebensstile.

Kinder haben selbstverständlich alle Lebensstile, doch dies bedeutet nicht, dass sie diesen alle gleichermaßen klassische Kulturangebote näherbringen möchten. **Es sind die drei traditionellen Lebensstile, die als Besuchsmotiv überdurchschnittlich oft angeben, Kinder unterhalten, anregen oder informieren zu wollen, sprich: Konservativ Gehobene (36 Prozent), insbesondere aber Konventionalisten und Bodenständig Traditionelle (39 bis 40 Prozent).** Dass die traditionellen Lebensstile hier die höchsten Werte verzeichnen und gleichzeitig die ältesten sind, kann darauf hindeuten, dass es sich hier (auch) um eine typische „Großelternaktivität" handelt. Diese Werte sind insbesondere deshalb bedeutsam, weil dies erstens bei den Konventionalisten und Bodenständig Traditionellen die einzigen überdurchschnittlich häufig genannten Motive sind. Zweitens ist bemerkenswert, dass eben jene Lebensstile klassische Kulturangebote mit einer verhältnismäßig geringen Wahrscheinlichkeit besuchen (siehe Unterkapitel 3.4). Zudem verstehen vor allem Bodenständig Traditionelle diese Angebote zum Teil nicht als für Menschen wie sie (46 Prozent) und fühlen sich dort fehl am Platz (30 Prozent). Um ihren Kindern/Enkelkindern einen Kulturbesuch zu ermöglichen, setzen sie sich offensichtlich über diese Unsicherheiten hinweg. Dies bedeutet im Grunde, dass ein Ansatz, diese Lebensstile über ihre Kinder/Enkelkinder zu erreichen, für Kultureinrichtungen besonders vielversprechend sein kann. Gleichzeitig zeigt sich hier, wie wichtig es ist, Kulturangebote auch in Schulen entstehen zu lassen. Auf der einen Seite erhöht ein Kontakt zu kulturellen Angeboten in Kindheit und Jugend die Wahrscheinlichkeit von Besuchen im Erwachsenenalter.[134] Auf der anderen Seite versteckt sich darin ein großes Potenzial für größere und breitere Kulturelle Teilhabe, über von Kindern und Jugendlichen mitgestaltete Kulturangebote auch deren Eltern/Großeltern zu erreichen. Bei fast allen anderen Lebensstilen liegen die Werte grob rund um den gesamtdeutschen Bevölkerungsschnitt. **Einzig Unterhaltungssuchende nennen das Motiv Kinder unterhalten, anregen oder informieren unterdurchschnittlich häufig.** Es handelt sich hierbei allerdings um den im Vergleich jüngsten Lebensstil (siehe Unterkapitel 3.2), sodass diese Werte sehr wahrscheinlich darauf zurückzuführen sind, dass diese Lebensstile altersbedingt häufig (noch) keine Kinder haben.

Je höher das Ausstattungsniveau und je moderner die Lebensstile, desto größer ist im Vergleich die Rolle des Motivs, sich selbst aktiv in die Angebote einbringen zu wollen. Innovativ Gehobene und Hedonisten nennen dieses Motiv besonders häufig (27 bzw. 32 Prozent). In etwa im Bevölkerungsschnitt liegen die Werte der Liberal Gehobenen, Mittelständischen, Heimzentrierten und Unterhaltungssuchenden. Bei den Unterhaltungssuchenden verwundert dies ein wenig, denn bei den Gründen für ausbleibende Besuche entsprechender Angebote nennen sie einen Mangel an Mitgestaltungsmöglichkeiten besonders häufig (26 Prozent). Vermutlich ist Mitgestaltung allein für sie einfach dennoch kein attraktiver Anreiz, die entsprechenden Angebote zu besuchen. **Unterdurchschnittlich häufig spielt dieses Motiv für Konservativ Gehobene, Konventionalisten und Heimzentrierte (12 bis 18 Prozent) eine Rolle, ganz besonders aber für Bodenständig Traditionelle (5 Prozent).** Für die ersten beiden Lebensstile ist zu vermuten, dass sie klassische Kulturangebote möglicherweise aufgrund ihrer traditionellen Grundhaltung bevorzugt einfach nur passiv rezipieren. Bei den beiden letztgenannten Lebensstilen könnte dies ebenfalls der Fall sein. Eventuell findet sich hier aber auch ein erneuter Hinweis, dass sie sich dort einfach nicht souverän genug fühlen, um sich aktiv einzubringen.

134. Vgl. Keuchel/Wiesand 2006; Keuchel/Larue 2012.

4. Methodik der Studie und Ausblick auf weitere Auswertungen

Methodik der Studie

Die Grundgesamtheit der Studie stellen Personen mit Erstwohnsitz in Berlin dar, die zu Beginn der Erhebung mindestens 15 Jahre alt waren. Das Einwohnermeldeamt lieferte eine zufällig gezogene Stichprobe von 19 624 Berliner Adressen, der Anteil der Personen mit nichtdeutscher Staatsbürgerschaft betrug 5205 Adressen. Es wurde ein disproportionaler Stichprobenansatz gewählt, basierend auf einer zu erwartenden unterschiedlichen Rücklaufquote von Antworten von Personen deutscher beziehungsweise ausländischer Staatsbürgerschaft. In einem ersten Schritt wurden alle 5205 Adressen derjenigen Personen mit nichtdeutscher Staatsbürgerschaft ausgewählt. Im zweiten Schritt wurde aus den verbleibenden Adressen eine Zufallsstichprobe aus 7800 Adressen gezogen. Die Gesamtstichprobe enthielt demnach 13 005 Adressen. Die Befragung erfolgte schriftlich-postalisch, wobei zusätzlich auch die Möglichkeit angeboten wurde, online teilzunehmen. Der Link zum Online-Fragebogen erlaubte in Kombination mit dem individuellen Passwort eine einmalige Befragungsteilnahme, wobei die Bearbeitung des Fragebogens unterbrochen und später an derselben Stelle wiederaufgenommen werden konnte. Der deutschsprachige Fragebogen wurde gedruckt wie online durch eine englische, türkische, russische und arabische Übersetzung ergänzt. Adressat*innen mit nichtdeutscher Staatsbürgerschaft erhielten neben einem Anschreiben und Fragebogen in deutscher Sprache jeweils beides auch in anderer Sprache. Online gab es zur Beantwortung des Fragebogens die Möglichkeit, zwischen den fünf verschiedenen Sprachen zu wählen. Es wurde zudem zweimalig postalisch ein kombiniertes Dankeschön- und Erinnerungsschreiben versendet.

Der Erhebungszeitraum erstreckte sich vom 25. Juni bis 31. Oktober 2019. Die Rücklaufquote betrug mit 3482 eingesendeten Fragebögen 27 %. Der bereinigte Rücklauf betrug schließlich 3402 Fragebögen. Alter, Geschlecht, Haushaltsgröße und regionale Bezugsgrößen, wie beispielsweise Ost-/Westdeutschland oder Bundesland-/Gemeinde-/Stadtteilgröße, sind Variablen, die in der statistischen Sozialforschung regelmäßig zum Gewichten eines Datensatzes herangezogen werden.[135] Diese Repräsentativitätsgewichtung wird in der Forschungsliteratur jedoch nur selten diskutiert, obwohl einzelne Variablen theoretisch wie auch empirisch eine sehr deutliche Wirkung erwarten lassen. Insbesondere den Faktor formales Bildungsniveau in die Gewichtung einzubeziehen, ist in der quantitativen Sozialforschung jedoch keinesfalls Standard.[136] Aus bereits vorliegenden quantitativen empirischen Studien ist aber bekannt, dass gerade dieser Faktor eine wesentliche Erklärungsvariable für das Stattfinden von Kulturbesuchen darstellt.[137] Vor der Auswertung erfolgte daher in der vorliegenden Studie eine Repräsentativitätsgewichtung, die den Datensatz in Bezug auf Alter, Geschlecht, Haushaltsgröße, Bezirk und formalen Bildungsgrad an Referenzdaten des Amts für Statistik Berlin-Brandenburg anglich. Dadurch wurde der Gefahr entgegengewirkt, dass diejenigen Personen, die am Thema und an Kulturbesuchen interessiert sind, überproportional häufig an der Studie teilnehmen.[138]

Die Daten aus den zurückgesendeten Fragebögen sowie den Online-Teilnahmen wurden durch das Befragungsinstitut INFO GmbH aufgearbeitet und für ein computerbasiertes Auswertungsverfahren digitalisiert. Die englisch, türkisch, russisch oder arabisch ausgefüllten Fragebögen wurden von Muttersprachler*innen erfasst und die offenen Fragen übersetzt. Die Befragung erfolgte komplett anonym, sodass Daten nicht auf Einzelpersonen zurückführbar sind. Im Rahmen der Datenerfassung und -auswertung lagen allen Mitarbeiter*innen nur die Fragebogennummern vor. Zu keinem Zeitpunkt befanden sich im Datensatz die Stichprobenangaben wie Name oder Adresse der Befragten. Bei der computergestützten Datenauswertung wurden alle Abweichungen ≥ fünf 5 Prozentpunkte als statistische Schwankungen definiert und somit nicht als relevante Abweichung interpretiert.

Die hohe Anzahl von Fällen in dieser Studie innerhalb eines städtischen Bezugsraums wie Berlin ermöglicht eine Vielzahl vertiefender Auswertungen im Bereich der (Nicht-)Besucher*innenforschung. Je tiefer Auswertungen vorgenommen werden, desto mehr (und kleinteiligere) Untergruppen mit immer weniger Fällen entstehen als Grundlage. Ein solches Vorgehen stößt dann an Grenzen, wenn diese Gruppen nicht mehr über genügend Fälle verfügen, um statistisch vertretbare Aussagen zu treffen. Daher konnte in dieser Studie beispielsweise keine Auswertung nach dem sogenannten Migrationshintergrund[139] der Befragten vorgenommen werden, wenngleich diese Entscheidung auch aus einem weiteren Grund getroffen wurde:

---

135. Siehe hierzu beispielsweise Arzheimer 2009.
136. Beispielsweise wurde im Special Eurobarometer 399 „Cultural Access and Participation“ aus dem Jahr 2013 der Faktor Bildung nicht verwendet, stattdessen die Variablen Gender, Age, Region und Size of locality (vgl. European Commission 2013: TS1). Die Studien in der Reihe KulturBarometer berücksichtigen hingegen den Faktor Schulbildung (vgl. Keuchel 2012: 194), ebenso die mit Unterstützung von Gunnar Otte entstandene Studie „Weiterentwicklung der Lebensstiltypologie“ aus dem Jahr 2018 (vgl. Otte 2019).
137. Vgl. Otte/Lübbe/Balzer 2020; Reuband 2018a.
138. Bei der Konstruktion von Gewichtungsvariablen werden Merkmale berücksichtigt, bei denen davon ausgegangen wird, dass sie helfen können, das Teilnahmeverhalten an einer Studie erklären zu können. Mit dem hierbei von Forscher*innen implizit oder explizit zugrunde gelegten Erklärungsmodell steigt und fällt entsprechend die Qualität der Gewichtung. Aus der Forschung ist beispielsweise bekannt, dass die Staatsangehörigkeit von Befragten im Vergleich zu anderen soziodemografischen Faktoren kaum zur Erklärung von Kulturbesuchsverhalten herangezogen werden kann. Entsprechend wurde dieser Faktor nicht in die hier verwendete Gewichtungsvariable einbezogen. Vgl. Allmanritter 2017; Keuchel 2012; SINUS 2008; Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen 2010.
139. Nach dem Statistischen Bundesamt zählen zur Bevölkerung mit Migrationshintergrund alle Personen, die die deutsche Staatsangehörigkeit nicht durch Geburt besitzen oder die mindestens ein Elternteil haben, auf das dies zutrifft (vgl. Statistisches Bundesamt 2020e).

Die Bevölkerungsgruppe der Menschen mit Migrationshintergrund ist keinesfalls homogen, umfasst sie doch Menschen mit herkunftskulturellen Wurzeln aus allen Ländern der Welt. Eine Berechnung im Sinne einer Gegenüberstellung von Menschen mit und ohne Migrationshintergrund erschien daher ganz allgemein als wenig zielführend. Zudem ist aus der Forschung bekannt, dass ein Migrationshintergrund als Erklärungsfaktor für den Besuch oder Nichtbesuch von Kulturangeboten ohnehin kaum tauglich ist. Unter den soziodemografischen Faktoren deutlich ausschlaggebender sind Bildung und Alter.[140]

Ausblick auf weitere Auswertungen

Neben zusätzlichen vertiefenden Analysen zu den bereits oben ausgeführten Themen werden in den nächsten Monaten Auswertungen zu Themenbereichen durchgeführt, die in diesem Bericht noch keine Erwähnung fanden. Die Bevölkerungsbefragung beinhaltete des Weiteren u. a. Fragen zu **allgemeinem Freizeitverhalten, kulturellen Interessen, Orten, an denen klassische Kulturangebote besucht werden, zur Nutzungsfrequenz digitaler Kulturangebote, zu kulturbezogenen Ehrenämtern** sowie allgemeinem **Glücksempfinden (Well-Being)**.

Vertiefend analysiert werden soll zudem, welchen **Einfluss der Wohnort innerhalb Berlins auf die Zufriedenheit mit kulturellen Angeboten sowie auf die Art und Häufigkeit beziehungsweise Wahrscheinlichkeit von Kulturbesuchen** nimmt. Der Datensatz enthält Informationen zu Stadtteil, Bezirk und lebensweltlich orientierten Räumen (LOR), in denen die Befragten leben, sodass diesbezüglich differenzierte Analysen möglich sind.

Großes Potenzial für die Forschung liegt zudem in vertieften Auswertungen zum Besuchsverhalten der Berliner*innen nach Lebensstilen. Eine Unterfütterung des Kulturbesuchsverhaltens der Berliner*innen mit weiteren Informationen zu den Lebensstilen (bspw. zu deren ästhetischen Präferenzen) ist für Folgebefragungen geplant.

Ebenfalls im Datensatz enthalten sind Informationen, die eine Auswertung des **Kulturbesuchsverhaltens der Berliner*innen nach individuellen Sozialisationserfahrungen** erlauben, sprich Daten zu Kulturbesuchen und eigenen kulturellen Freizeitaktivitäten in der Kindheit und Jugend sowie dem formalen Bildungsgrad der Eltern.

Die Informationsfülle der Befragung aus dem Jahr 2019 geht damit über Inhalte bisheriger Untersuchungen im deutschsprachigen Raum deutlich hinaus. Nicht zuletzt gewinnt dieser Datensatz an Relevanz im Kontext der sogenannten Corona-Krise, die den Kulturbereich durch befristete, flächendeckende Schließungen von Kulturinstitutionen im laufenden Jahr akut beeinträchtigt hat und vermutlich nachhaltig prägen wird. Welchen Einfluss die Krise auf den Kulturbereich und die Kulturelle Teilhabe nehmen wird, kann ebenfalls in Folgebefragungen erhoben werden. **Für Vergleiche des Kulturbesuchsverhaltens vor und während der Corona-Krise bieten sich die Daten von 2019 als detaillierte Referenzwerte an. Für das Jahr 2021 ist hierzu eine weitere repräsentative Bevölkerungsbefragung unter dem Titel „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2021“ geplant.**

Eine Buchpublikation zu den weiteren Ergebnissen der Befragung ist für das Jahr 2021 vorgesehen, des Weiteren werden zu einzelnen inhaltlichen und methodischen Aspekten der Studie Artikel in Fachzeitschriften veröffentlicht werden.

140. Vgl. Allmanritter 2017; siehe hierzu auch Keuchel 2012; SINUS 2008; Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen 2010.

5. Quellenverzeichnis

Quellenverzeichnis

ABGEORDNETENHAUS VON BERLIN (2017): Drucksache 18/0073. https://pardok.parlament-berlin.de/starweb/adis/citat/VT/18/DruckSachen/d18-0073.pdf (01.10.2020).

ALLMANRITTER, VERA (2019): Lebensstile, Besuchermotivationen und eine erfolgreiche kollektive Besucheransprache von Kultureinrichtungen. Ergebnisse des Audience Development-Pilotprojektes zum Thema „Kulturelle Teilhabe im ländlichen Raum“ der Konferenz Nationaler Kultureinrichtungen (KNK): Berlin. http://www.konferenz-kultur.de/projekte/190829_Abschlussbericht-AD-KNK-2017-2018.pdf?m=1572192397& (01.10.2020).

ALLMANRITTER, VERA (2017): Audience Development in der Migrationsgesellschaft. Neue Strategien für Kulturinstitutionen. Bielefeld: transcript.

AMT FÜR STATISTIK BERLIN-BRANDENBURG (2019): Einwohnerinnen und Einwohner im Land Berlin am 30. Juni 2019. Statistischer Bericht A I 5 – hj 1/19. https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/publikationen/stat_berichte/2019/SB_A01-05-00_2019h01_BE.pdf (01.10.2020).

ARZHEIMER, KAI (2009): Gewichtungsvariation. In: Schoen, Harald/Rattinger, Hans/Gabriel, Oscar (Hrsg.): Vom Interview zur Analyse. Baden-Baden: Nomos, 361–388.

BEAUFTRAGTE DER BUNDESREGIERUNG FÜR DIE BELANGE VON MENSCHEN MIT BEHINDERUNGEN (2017): Die UN-Behindertenrechtskonvention.https://www.behindertenbeauftragte.de/SharedDocs/Publikationen/UN_Konvention_deutsch.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (01.10.2020).

BOURDIEU, PIERRE (1982): Die feinen Unterschiede. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

CASTENDYK, OLIVER (2014): Kinobetriebsstudie. Daten zur Kinowirtschaft in Deutschland. HDF KINO e. V. und Arbeitsgemeinschaft Kino – Gilde deutscher Filmkunsttheater e. V. https://www.agkino.de/wp-content/uploads/2015/05/Kinobetriebsstudie_VERSAND.pdf (01.10.2020).

DAHRENDORF, RALF (1957): Soziale Klassen und Klassenkonflikt in der industriellen Gesellschaft. Stuttgart: Enke.

DCMS (2020): Taking Part Survey. Department for Digital, Culture, Media & Sport. https://www.gov.uk/guidance/taking-part-survey (01.10.2020).

DER REGIERENDE BÜRGERMEISTER (2020): Stipendienprogramm für Künstlerinnen und Kuratoren sowie für künstlerische Projekte im Stadtraum. Pressemitteilung vom 22.07.2020. https://www.berlin.de/rbmskzl/aktuelles/pressemitteilungen/2020/pressemitteilung.963604.php (01.10.2020).

DIVERSITY ARTS CULTURE (2020): http://www.diversity-arts-culture.berlin/ (01.10.2020).

DIE (2019): Weiterbildung und Soziale Milieus in Deutschland. https://www.die-bonn.de/id/32011/about/html/ (01.10.2020).

DEUTSCHER BÜHNENVEREIN (2003): Auswertung und Analyse der repräsentativen Befragung von Nichtbesuchern deutscher Theater. Köln: Deutscher Bühnenverein.

EUROPEAN COMMISSION (2013): Cultural Access and Participation. Report. Special Eurobarometer 399. https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/achives/ebs/ebs_399_en.pdf (01.10.2020).

FLAIG, BERTHOLD/BARTH, BERTRAM (2014): Die Sinus-Milieus® 3.0 – Hintergründe und Fakten zum aktuellen Sinus-Milieu-Modell. In: Halfmann, Marion (Hrsg.): Zielgruppen im Konsumentenmarketing. Segmentierungsansätze – Trends – Umsetzung. Wiesbaden: Gabler, 105–120.

FLORIDA, RICHARD (2005): The cities and the creative class. New York, London: Routledge.

FLORIDA, RICHARD (2002): The rise of the creative class. New York: Basic Books.

FREERICKS, RENATE (2010): Freizeitwissenschaft: Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung. München: Oldenbourg.

GEHALT.DE (2019): Gehaltsatlas 2019: Die Kluft in Deutschland wird kleiner. https://www.gehalt.de/news/gehaltsatlas-2019 (01.10.2020).

GFK (GESELLSCHAFT FÜR KONSUMFORSCHUNG) (2002): Euro-Socio-Styles: Zielgruppenorientierung für strategische Marketingplanung.

GLASGOW CITY HERITAGE TRUST (2017): Heritage + Health. https://www.glasgowheritage.org.uk/heritage-health/ (01.10.2020).

GLUCHOWSKI, PETER (1988): Freizeit und Lebensstile. Plädoyer für eine integrierte Analyse von Freizeitverhalten. Erkrath: DGFF.

GRABKA, MARKUS M./SCHRÖDER, CARSTEN (2019): Der Niedriglohnsektor in Deutschland ist größer als bislang angenommen. DIW Wochenbericht Nr. 14/2019. https://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.618178.de/19-14-3.pdf (01.10.2020).

HAAN, PETER/STICHNOTH, HOLGER/BLÖMER, MAXIMILIAN/BUSLEI, HERMANN/GEYER, JOHANNES/KROLAGE, CARLA/MÜLLER, KAI-UWE (2017): Entwicklung der Altersarmut bis 2036: Trends, Risikogruppen und Politikszenarien. Bertelsmann-Stiftung. https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/Entwicklung_der_Altersarmut_bis_2036.pdf (01.10.2020).

HANSEN, KLAUS (2000): Kultur und Kulturwissenschaft. Tübingen: A. Francke/UTB.

HARTMANN, PETER (1999): Lebensstilforschung. Darstellung, Kritik und Weiterentwicklung. Opladen: Leske + Budrich.

HARTMANN, PETER/SCHLOMANN, ANNA (2015): MNT 2015: Weiterentwicklung der MedienNutzerTypologie. Media Perspektiven 11/2015, 497–504.

HEINRICHS, WERNER/KLEIN, ARMIN (1996): Kulturmanagement von A bis Z. Wegweiser für Kultur- und Medienberufe. München: dtv.

HOOD, MARYLIN G. (1991): Significant Issues in Museum Audience Research. Visitor Behavior, 6 (4), 18–23.

HOOD, MARYLIN G. (1983): Staying away: Why people choose not to visit museums. Museums News, 61 (4), 50–57.

HRADIL, STAFAN/SCHIENER, JÜRGEN (2001): Soziale Ungleichheit in Deutschland. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

IAQ (2018): Schichtung der Bevölkerung nach ihrer relativen Einkommensposition 1985–2016. Institut für Arbeit und Qualifikation der Universität Duisburg-Essen. http://www.sozialpolitik-aktuell.de/tl_files/sozialpolitik-aktuell/_Politikfelder/Einkommen-Armut/Datensammlung/PDF-Dateien/abbIII29b.pdf (01.10.2020).

INSTITUT FÜR KULTURELLE TEILHABEFORSCHUNG (2020): https://www.iktf.berlin/ (01.10.2020).

JOHANNES GUTENBERG-UNIVERSITÄT MAINZ (2019): Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland. https://sozialstruktur.soziologie.uni-mainz.de/forschung/ (01.10.2020).

KALINA, THORSTEN/WEINKOPF, CLAUDIA (2020): Niedriglohnbeschäftigung 2018 – Erstmals Rückgang, aber nicht für gering Qualifizierte und Minijobber*innen. IAQ-Report 2020-5, Universität Duisburg-Essen. http://www.iaq.uni-due.de/iaq-report/2020/report2020-05.pdf (01.10.2020).

KAY, PANDORA L./WONG, EMMA/POLONSKY, MICHAEL JAY (2009): Marketing cultural attractions: understanding non-attendance and visitation barriers. Marketing Intelligence & Planning, 27, 833–854.

KEUCHEL, SUSANNE (2012): Das 1. InterKulturBarometer. Migration als Einflussfaktor auf Kunst und Kultur. Köln: ARCult.

KEUCHEL, SUSANNE (2011): Abwärtstrend gestoppt – Nachwuchsarbeit muss noch intensiviert werden … Ergebnisse aus dem 9. KulturBarometer. http://www.miz.org/dokumente/2011_KulturBarometer.pdf (01.10.2020).

KEUCHEL, SUSANNE (2005): Akzeptanz als Chance nutzen für mehr Publikum in Musiktheatern und Konzerten! Ein erster, zusammenfassender Bericht zum 8. KulturBarometer. http://www.orchestermanagement.de/fileadmin/user_upload/pdf/8_Kulturbarometer_Zusammenfassung_02.pdf (01.10.2020).

KEUCHEL, SUSANNE (2003): Rheinschiene, Kulturschiene. Mobilität, Meinungen, Marketing. Bonn: ARCult.

KEUCHEL, SUSANNE/LARUE, DOMINIC (2012): Das 2. Jugend-KulturBarometer. Zwischen Xavier Naidoo und Stefan Raab … Köln: ARCult Media.

KEUCHEL, SUSANNE/MERTENS, GERALD (2011): Präsentation des 9. KulturBarometers am 20. September 2011, 11.00 Uhr im Deutschen Anwaltsinstitut, Berlin. Berlin: Deutsche Orchestervereinigung; Zentrum für Kulturforschung (ZfKf).

KEUCHEL, SUSANNE/WIESAND, ANDREAS J. (HRSG.) (2006): Das 1. Jugend-KulturBarometer: Zwischen Eminem und Picasso … Köln: ARCult.

KIRCHBERG, VOLKER (1996): Museum visitors and non-visitors in Germany: A representative survey. Poetics, 24, 239–258.

KIRCHBERG, VOLKER/KUCHAR, ROBIN (2014): States of comparability: A meta-study of representative population surveys and studies on cultural consumption. Poetics, 43, 172–191.

KIRCHBERG, VOLKER/KUCHAR, ROBIN (2012): Mixed Methods and Mixed Theories. Theorie und Methodik einer geplanten Bevölkerungsbefragung in Deutschland zur Kultur(-nicht-)partizipation. In: Bekmeier-Feuerhahn, Sigrid/Höhne, Steffen/Keller, Rolf/Mandel, Birgit/Tröndle, Martin/van den Berg, Karen/Zembylas, Tasos (Hrsg.): Jahrbuch Kulturmanagement Band 4. Bielefeld: transcript, 153–170.

KLEIN, ARMIN (2011): Kulturmarketing: Das Marketingkonzept für Kulturbetriebe. München: dtv.

KLIMENT, TIBOR (2020) [IN DRUCK]: Die moralische Überschätzung des freien Eintritts. Eine Metaanalyse. In: Museumskunde, Band 86/2020: 64–69.

KOTLER, PHILIP/SCHEFF, JOANNE (1997): Strategies for marketing the performing arts. Boston, MA: Harvard Business School Press.

LAND BERLIN (2020): Kultur und Tickets. https://www.berlin.de/kultur-und-tickets (01.10.2020).

LAND BERLIN (2019): Berlin bekommt eintrittsfreien Sonntag für Museen. https://www.berlin.de/kultur-und-tickets/nachrichten/5809698-2154924-eintrittsfreier-sonntag-in-berliner-muse.html (01.10.2020).

LANDESHAUPTSTADT MÜNCHEN (2020): „Creative Aging“. https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Referat-fuer-Arbeit-und-Wirtschaft/Europa/Aktuelles/Erasmus--Projekt.html (01.10.2020).

LENZ, FRIEDEMANN (2013): Soziologische Perspektiven auf musikalische Sozialisation. In: Heyer, Robert/Wachs, Sebastian/Palentien, Christian (Hrsg.): Handbuch Jugend – Musik – Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, 157–185.

LIEVENS, JOHN/SIONGERS, JESSY/WAEGE, HANS (HRSG.) (2015): Participatie in Vlaanderen 1. Basisgegevens van de Participatiesurvey 2014. https://www.participatiesurvey.be/ (01.10.2020).

LOMBARDO, PHILIPPE/WOLFF, LOUP (2020): Cinquante ans de pratiques culturelles en France. Culture Études (2), 1–92. https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-etudes-2007-2020/Cinquante-ans-de-pratiques-culturelles-en-France-CE-2020-2 (01.10.2020).

MANDEL, BIRGIT (2020): Theater in der Legitimationskrise? Interesse, Nutzung und Einstellungen zu den staatlich geförderten Theatern in Deutschland – eine repräsentative Bevölkerungsbefragung. https://hildok.bsz-bw.de/frontdoor/index/index/docId/1012 (01.10.2020).

MANDEL, BIRGIT/RENZ, THOMAS (2014): Mind the Gap. Zugangsbarrieren zu kulturellen Angeboten und Konzeptionen niedrigschwelliger Kulturvermittlung. Dokumentation der Tagung am 9. und 10. Januar 2014 im Deutschen Theater in Berlin. Hildesheim: Universität Hildesheim.

MANDEL, BIRGIT/RENZ, THOMAS (2012): Mehr als armen Leuten eine Theaterkarte schenken. Ergebnisse der Nutzer-Befragung der Kulturloge Berlin. Hildesheim: Universität Hildesheim. https://www.uni-hildesheim.de/media/_migrated/content_uploads/ArtikelEvaluationKulturloge.pdf (01.10.2020).

MANDEL, BIRGIT/RENZ, THOMAS (2010): Barrieren der Nutzung kultureller Einrichtungen. Eine qualitative Annäherung an Nicht-Besucher. Hildesheim: Universität Hildesheim.

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

OECD (2019): Bildung auf einen Blick 2019: OECD-Indikatoren. https://www.bmbf.de/files/6001821mw.pdf (01.10.2020).

OTTE, GUNNAR (2019): Weiterentwicklung der Lebensführungstypologie, Version 2019. Mainz: Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Institut für Soziologie. https://sozialstruktur.soziologie.uni-mainz.de/files/2019/12/Otte2019-Weiterentwicklung-der-Lebensführungstypologie-Version-2019.pdf (01.10.2020).

OTTE, GUNNAR (2009): Lebensstil und Musikgeschmack. In: Gensch, Gerhard/Stöckler, Eva Maria/Tschmuck, Peter (Hrsg.): Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion. Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft. Wiesbaden: Gabler Edition Wissenschaft, 25–56.

OTTE, GUNNAR (2008): Sozialstrukturanalysen mit Lebensstilen. Eine Studie zur theoretischen und methodischen Neuorientierung der Lebensstilforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

OTTE, GUNNAR/BAUR, NINA (2008): Urbanism as a Way of Life? Räumliche Variationen der Lebensführung in Deutschland. In: Zeitschrift für Soziologie, 37 (2), 93–116.

OTTE, GUNNAR/BINDER, DAVID (2015): Data Bases and Statistical Systems: Culture. In: Wright, James D. (Hrsg.): International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences. 2. Auflage, Amsterdam: Elsevier, 727–734.

OTTE, GUNNAR/LÜBBE, HOLGER/BALZER, DAVE (2020) [IN DRUCK]: Kulturpartizipation in Deutschland. Soziale Ungleichheiten im Freizeit- und Kulturverhalten. Frankfurt: Campus.

PRIEM, MAXIMILIAN/SCHUPP, JÜRGEN (2015): Die Nutzung des Kulturangebots in Deutschland. DIW Wochenbericht Nr. 20.2015, 487–497. https://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.504608.de/15-20-3.pdf (01.10.2020).

RAT FÜR KULTURELLE BILDUNG (2019): Jugend/YouTube/Kulturelle Bildung. Horizont 2019. https://www.rat-kulturelle-bildung.de/fileadmin/user_upload/pdf/Studie_YouTube_Webversion_final.pdf (01.10.2020).

RENZ, THOMAS (2016A): Nicht-Besucherforschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development. Bielefeld: transcript.

RENZ, THOMAS (2016B): jazzstudie2016. Lebens- und Arbeitsmarktbedingungen von Jazzmusiker/-innen in Deutschland. Hildesheim, Berlin. http://jazzstudie2016.de/jazzstudie2016_small.pdf (01.10.2020).

REUBAND, KARL-HEINZ (2016): Kulturelle Partizipation: Verbreitung, Struktur und Wandel. Eine Bestandsaufnahme auf der Basis repräsentativer Bevölkerungsumfragen für die Kulturpolitische Gesellschaft – Landeskulturbericht Nordrhein-Westfalen. Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen. https://www.mkw.nrw/sites/default/files/documents/2018-10/05_reuband_kulturelle_partizipation_verbreitung_struktur_wandel_langfassung_netz.pdf (01.10.2020).

REUBAND, KARL-HEINZ (2017): Soziale Transformationen des Kulturpublikums. Empirische Befunde und offene Fragen. Kulturpolitische Mitteilungen, Nr. 157 II/2017, 78–80. https://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/fileadmin/Redaktion/Institute/Sozialwissenschaften/Soziologie/Dokumente/Reuband/kumi157_reuband.pdf (01.10.2020).

REUBAND, KARL-HEINZ (2018A): Kulturelle Partizipation in Deutschland. Verbreitung und soziale Differenzierung. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): Welt. Kultur. Politik. Kulturpolitik in Zeiten der Globalisierung. Jahrbuch für Kulturpolitik 2017/18. Bielefeld: transcript, 377–393.

REUBAND, KARL-HEINZ (HRSG.) (2018B): Oper, Publikum und Gesellschaft. Wiesbaden: Springer VS.

RKI (2014): Allgemeines zu Gesundheitlichen Einschränkungen. https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Gesundheitsberichterstattung/GesundAZ/Content/G/Gesheitl_Einschraenkungen/Inhalt/Einschraenkungen_inhalt.html (01.10.2020).

SCHULZE, GERHARD (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main, New York: Campus.

SEILS, ERIC/HÖHNE, JUTTA (2018): Einkommensarmut und Deutschland erreicht neuen Höchststand. Policy Brief WSI Nr. 26, 8/2018. https://www.boeckler.de/pdf/p_wsi_pb_26_2018.pdf (01.10.2020).

SENGPG (2013): Handlungsorientierter Sozialstrukturatlas Berlin 2013. Senatsverwaltung für Gesundheit, Pflege und Gleichstellung (ehemals Senatsverwaltung für Gesundheit und Soziales).

SENKULTEUROPA (2017A): Kulturhaushalt fördert Teilhabe, öffnet Zugänge und stärkt Berlin als Kulturhauptstadt. Senatsverwaltung für Kultur und Europa. Pressemitteilung vom 14.12.2017. https://www.berlin.de/sen/kulteu/aktuelles/pressemitteilungen/2017/pressemitteilung.658424.php (01.10.2020).

SENKULTEUROPA (2017B): Förderprogramm digitale Entwicklung im Kulturbereich. Senatsverwaltung für Kultur und Europa. https://www.berlin.de/sen/kultur/kulturpolitik/kulturelle-teilhabe/digitalisierung/foerderprogramm-digitale-entwicklung/ (01.10.2020).

SENKULTEUROPA (2019): Drucksache 18/2020. Senatsverwaltung für Kultur und Europa. https://www.parlament-berlin.de/ados/18/Kult/vorgang/k18-0155-24-v.pdf (01.10.2020).

SENKULTEUROPA (2020A): Barrierefreiheit in der Kultur. Senatsverwaltung für Kultur und Europa. https://www.berlin.de/sen/kultur/kulturpolitik/kulturelle-teilhabe/barrierefreiheit-in-der-kultur/artikel.32440.php (01.10.2020).

SENKULTEUROPA (2020B): Kultur in den Berliner Bezirken. https://www.berlin.de/sen/kultur/kulturpolitik/akteure/bezirke/artikel.31963.php (01.10.2020).

SENKULTEUROPA (2020C): Kulturelle Vielfalt. Senatsverwaltung für Kultur und Europa. https://www.berlin.de/sen/kultur/kulturpolitik/kulturelle-teilhabe/kulturelle-vielfalt/artikel.667220.php (01.10.2020).

SENSW (2020): Lebensweltlich orientierte Räume (LOR) in Berlin. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen. https://www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/basisdaten_stadtentwicklung/lor/ (01.10.2020).

SINUS (2008): Zentrale Ergebnisse der Sinus-Studie über Migranten-Milieus in Deutschland. Heidelberg: SINUS Markt- und Sozialforschung.

STIFTUNG FÜR KULTURELLE WEITERBILDUNG UND KULTURBERATUNG (2020): Geschäftsbereich Kulturelle Bildung. https://www.stiftung-kulturelle-weiterbildung-kulturberatung.berlin/ (01.10.2020).

STATISTISCHE ÄMTER DES BUNDES UND DER LÄNDER (2019A): Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen der Bundesrepublik Deutschland. https://www.statistikportal.de/de/veroeffentlichungen/einkommen-der-privaten-haushalte (01.10.2020).

STATISTISCHE ÄMTER DES BUNDES UND DER LÄNDER (2019B): Internationale Bildungsindikatoren im Ländervergleich. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressekonferenzen/2019/Bildung/heft_bildungsindikatoren_laendervergleich.pdf?__blob=publicationFile (01.10.2020).

STATISTISCHES BUNDESAMT (2020A): Einkommensverteilung (Nettoäquivalenzeinkommen) in Deutschland. https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Lebensbedingungen-Armutsgefaehrdung/Tabellen/einkommensverteilung-silc.html (01.10.2020).

STATISTISCHES BUNDESAMT (2020B): Pressemitteilung Nr. 230 vom 24. Juni 2020. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/06/PD20_230_227.html (01.10.2020).

STATISTISCHES BUNDESAMT (2020C): Schwerbehinderte: Deutschland, Stichtag, Altersgruppen. https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?operation=previous&levelindex=0&step=0&titel=Tabellenaufbau&levelid=1599061750549&acceptscookies=false#abreadcrumb (01.10.2020).

STATISTISCHES BUNDESAMT (2020D): Tertiärabschluss. https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Hochschulen/Glossar/tertiaerabschluss.html (01.10.2020).

STATISTISCHES BUNDESAMT (2020E): Personen mit Migrationshintergrund. https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Methoden/Erlauterungen/migrationshintergrund.html (01.10.2020).

STATISTISCHES BUNDESAMT (2020F): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund – Ergebnisse des Mikrozensus 2019. https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Publikationen/Downloads-Migration/migrationshintergrund-2010220197004.pdf (01.10.2020).

STATISTISCHES BUNDESAMT (2019): Zeitverwendung (ZVE) 2012/2013. Durchschnittliche Zeitverwendung von Personen nach Alter. https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Zeitverwendung/Tabellen/aktivitaeten-alter-zve.html;jsessionid=258E1088E1D96DD6FA043BDA1C397DFF.internet8742 (01.10.2020).

SULLIVAN, ALICE (2012): The Intergenerational Transmission of Lifestyles. In: Rössel, Jörg/Otte, Gunnar (Hrsg.): Lebensstilforschung. Sonderheft 51/2011 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 196–222.

VISITBERLIN (2020A): Kontinuierliche Besucher*innenforschung für den Kultur- und Freizeitbereich (KulMon). https://about.visitberlin.de/kontinuierliche-besucherinnenforschung-fuer-den-kultur-und-freizeitbereich-kulmon (01.10.2020).

VISITBERLIN (2020B): Oper. https://www.visitberlin.de/de/kategorie/oper (01.10.2020).

6. Steckbriefe der Lebensstile

Steckbriefe der Lebensstile

Für die praktische Arbeit mit den Lebensstilen sei an dieser Stelle auf den Abschlussbericht des Pilotprojekts „Kulturelle Teilhabe im ländlichen Raum“ der Konferenz Nationaler Kultureinrichtungen (KNK) verwiesen. Hier werden Möglichkeiten zur praktischen Anwendung von Informationen zu Lebensstilen ausführlich angeführt. Dabei werden allgemeine Steckbriefe von Lebensstilen zunächst zu erweiterten Steckbriefen pro einzelne Einrichtung und/oder pro Sparte ausgebaut. Auf deren Basis können gezielt Kulturelle-Teilhabe-Strategien entwickelt werden. Zudem wird in diesem Abschlussbericht beispielhaft aufgezeigt, wie ein solcher gemeinschaftlicher Ansatz zweier Einrichtungen in eine erste Umsetzung ging.[141]

In den folgenden Steckbriefen sind Werte, die 5 Prozentpunkte oder mehr über dem Durchschnittswert liegen hervorgehoben. Die Werte in den mit * gekennzeichneten Feldern wurden nach der Prozentangabe sortiert.

141. Vgl. Allmanritter 2019: 35 ff. Weiterführende Literatur, die sich spezifisch mit der Nutzung von Lebensstilen für Marketing/Vermittlung im Non-Profit-Bereich vertiefend beschäftigt, liegt kaum vor. Verwiesen sei hier auf Publikationen zum Forschungsprojekt „Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland“ des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung. Verwendung finden hier die Sinus-Milieus, dennoch ist die Herangehensweise zumindest grob übertragbar (vgl. DIE 2019).

Konservativ Gehobene

Soziodemografische Zusammensetzung	
Realschule o. niedriger	50
Abitur	14
(Fach)Hochschulabschluss	36
ø Alter (arithm. Mittel) in J.	63
Frauen	59
Männer	41
Divers	0
Einkommen (Median) in €	2150
Freizeitbudget in Std.	31
Steglitz-Zehlendorf	15
Charlottenburg-Wilmersdorf	12
Treptow-Köpenick	12
Spandau	10

Zufriedenheit mit Kulturangeboten und Relevanz des klassischen Kulturangebots	
Zufriedenheit generell	96
Zufriedenheit Wohnumfeld	**65**
Wichtiger Teil meines Lebens	**56**
Grund, in Berlin zu leben	**65**
In Kindheit/Jugend schön	**62**
Soz. Umfeld befürwortet	**72**
Für enge Freund*innen wichtig	**66**
Für Partner*in wichtig	**77**
Für soz. Umfeld wichtig	**72**

Einstellungen zum klassischen Kulturangebot	
Für kommende Generationen erhalten	97
Ja zu öffentlicher Förderung	**89**
Wirtschaftliche Vorteile Berlin	**93**
Wichtig für gutes Leben	**77**
Wichtig für soz. Zusammenhalt	**86**
Nicht für Menschen wie mich	30
Fühle mich fehl am Platz	12
Vor allem für Touristen	28
Vorzugsweise auf Reisen	**40**

Internetnutzung	
ja, privat	82
ja, beruflich	34
bereits genutzt um …	
Online-Recherche zu Angeboten (um mehr zu Vorstellungen/ Ausstellungen/ Konzerten usw. herauszufinden)	78
Eintrittskarten online kaufen	16

Musikpräferenzen*	
Klassische Musik	**79**
Musical	**75**
Pop	68
Rock	67
Liedermacher und Chanson	**60**
R'n'B, Soul	57
Schlager	**56**
Jazz	49
Volksmusik	**38**
Elektronische Musik	31
HipHop/Rap	28

Besuchswahrscheinlichkeit kulturelle Freizeitangebote*	
Zoo/Tierparks	**72**
Filmvorführungen/Kino	**71**
Musical/Revue/Varieté/Show	**45**
Konzerte Pop/Rock/Schlager usw.	43
Kabarett/Comedy	41
Sportveranstaltungen	30
Bibliotheken	28
Clubs/Diskotheken	14

Hinderungsgründe und Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Mangel an gesundh./körperl. Möglichkeiten	**54**
Mangel an interess. Angeboten in Umgebung	**54**
Schwierige Anreise	**48**
Informationssuche leichter	**46**
Günstigere Eintrittspreise	43
Mangel an Finanzmitteln	38
Mangel an Kinderbetreuung	**35**
Mangel an Freizeit	33
Mangel an Interesse für Angebote	29
Günstigere Öffnungszeiten	27
mangelnde Qualität der Angebote	24
Mangel an diversen Angeboten	19
Mangel an Begleitpersonen	15
Mangel an Mehrsprachigkeit	15
Mangel an inklusiven Angeboten	10
Mangel an Ko-Kreation	10

Allgemeines Freizeitverhalten (mind. wöchentlich)*	
Fernsehen, Filme, Serien schauen (auch im Internet)	92
Musik hören	89
Bücher lesen (auch E-Books, Internetbücher)	**67**
Sport treiben	51
Gärtnern/Heimwerken	**45**
Computer-/Videospiele spielen (Konsole, Computer, Tablet, Smartphone)	24
Mich weiterbilden (zum Beispiel Sprachen lernen, Fortbildungen, VHS-Kurse)	14

Fernseh- und Filmpräferenzen*	
Sendungen zur Geschichte	**94**
Natursendungen (Tiere, Pflanzen usw.)	92
Sendungen zur aktuellen Politik	**90**
Informationen aus Wissenschaft und Technik	86
Krimis	**82**
Sendungen zu Kunst und Kultur	**82**
Historische Spielfilme	**74**
Heimatfilme	31
Casting Shows/Reality Shows	18

Besuchswahrscheinlichkeit klassische Kulturangebote*	
Naturkund./techn. Ausst.	54
kulturgeschichtliche Ausst.	**50**
Kunstausst.	**50**
Klassische Konzerte	**48**
Gedenkst./Erinnerungsorte	48
Theater und Schauspiel	44
Oper/Ballett/Tanz	**39**
Literaturveranst./Lesung	**33**
Jazz/Neue Musik etc.	12

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Unterhalten und erholen	95
Gemeinsam Zeit verbringen	93
Angenehme Umgebung	85
Künstler/Werke bewundern	77
Neue Gedanken/Ideen	76
Mehr über Thema lernen	**75**
Künstler/Kultur unterstützen	53
Mitreden können	**50**
Gleichgesinnte treffen	40
Kinder unterh./anregen	**36**
Aktive Teilnahme vor Ort	12
Andere beeindrucken	10
Berufliche Anregung	10

Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten (mind. selten)*	
Ein Instrument spielen, Theater spielen, Tanzen, Singen	38
Filme, Videos, Fotos mit hohem kreativen Anspruch erstellen	36
Eigenes Gestalten von Kleidung, Möbeln, Schmuck oder sonstigen Gebrauchsgegenständen	31
Zeichnen, Malen, Bildhauerei, Graffiti, Druckgrafiken erstellen	30
Geschichten, Gedichte, Theaterstücke, Lieder, Musikstücke schreiben	15

Interesse an aktuellen Themen in den Medien*	
Lokalnachrichten	**90**
Politik	**88**
Wirtschaft	**83**
Kultur	83
Veranstaltungshinweise	77
Sport	**65**
Neuigkeiten aus dem Leben bekannter Personen/Prominenter	**46**
Sonderangebote/Werbung	38
Kleinanzeigen	36

Konventionalisten

Soziodemografische Zusammensetzung	
Realschule o. niedriger	62
Abitur	15
(Fach)Hochschulabschluss	23
ø Alter (arithm. Mittel) in J.	56
Frauen	55
Männer	45
Divers	0
Einkommen (Median) in €	1850
Freizeitbudget in Std.	36
Marzahn-Hellersdorf	13
Spandau	10
Pankow	10
Lichtenberg	10

Zufriedenheit mit Kulturangeboten und Relevanz des klassischen Kulturangebots	
Zufriedenheit generell	95
Zufriedenheit Wohnumfeld	54
Wichtiger Teil meines Lebens	45
Grund, in Berlin zu leben	50
In Kindheit/Jugend schön	47
Soz. Umfeld befürwortet	58
Für enge Freund*innen wichtig	54
Für Partner*in wichtig	61
Für soz. Umfeld wichtig	54

Einstellungen zum klassischen Kulturangebot	
Für kommende Generationen erhalten	93
Ja zu öffentlicher Förderung	81
Wirtschaftliche Vorteile Berlin	85
Wichtig für gutes Leben	64
Wichtig für soz. Zusammenhalt	77
Nicht für Menschen wie mich	33
Fühle mich fehl am Platz	15
Vor allem für Touristen	32
Vorzugsweise auf Reisen	**40**

Internetnutzung	
ja, privat	85
ja, beruflich	35
bereits genutzt um…	
Online-Recherche zu Angeboten (um mehr zu Vorstellungen/ Ausstellungen/ Konzerten usw. herauszufinden)	76
Eintrittskarten online kaufen	23

Musikpräferenzen*	
Pop	73
Musical	**73**
Rock	71
Klassische Musik	68
Schlager	**64**
R'n'B, Soul	54
Liedermacher und Chanson	53
Jazz	41
Volksmusik	**38**
Elektronische Musik	36
HipHop/Rap	30

Besuchswahrscheinlichkeit kulturelle Freizeitangebote*	
Zoo/Tierparks	**72**
Filmvorführungen/Kino	70
Konzerte Pop/Rock/Schlager usw.	47
Musical/Revue/Varieté/Show	**46**
Kabarett/Comedy	39
Sportveranstaltungen	39
Bibliotheken	28
Clubs/Diskotheken	18

Hinderungsgründe und Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Mangel an Finanzmitteln	**69**
Günstigere Eintrittspreise	64
Mangel an Interesse für Angebote	45
Mangel an Freizeit	44
Schwierige Anreise	**44**
Mangel an interess. Angeboten in Umgebung	**42**
mangelnde Qualität der Angebote	37
Mangel an gesundh./körperl. Möglichkeiten	**34**
Mangel an Begleitpersonen	31
Informationssuche leichter	27
Günstigere Öffnungszeiten	19
Mangel an Kinderbetreuung	18
Mangel an Mehrsprachigkeit	9
Mangel an diversen Angeboten	8
Mangel an Ko-Kreation	8
Mangel an inklusiven Angeboten	6

Allgemeines Freizeitverhalten (mind. wöchentlich)*	
Musik hören	91
Fernsehen, Filme, Serien schauen (auch im Internet)	90
Bücher lesen (auch E-Books, Internetbücher)	49
Sport treiben	46
Gärtnern/Heimwerken	40
Computer-/Videospiele spielen (Konsole, Computer, Tablet, Smartphone)	26
Mich weiterbilden (zum Beispiel Sprachen lernen, Fortbildungen, VHS-Kurse)	8

Fernseh- und Filmpräferenzen*	
Naturensendungen (Tiere, Pflanzen usw.)	**93**
Sendungen zur aktuellen Politik	**90**
Sendungen zur Geschichte	88
Informationen aus Wissenschaft und Technik	81
Krimis	78
Sendungen zu Kunst und Kultur	73
Historische Spielfilme	71
Heimatfilme	32
Casting Shows/Reality Shows	23

Besuchswahrscheinlichkeit klassische Kulturangebote*	
Naturkund./techn. Ausst.	50
Gedenkst./Erinnerungsorte	43
kulturgeschichtliche Ausst.	39
Theater und Schauspiel	36
Klassische Konzerte	28
Kunstausst.	27
Oper/Ballett/Tanz	23
Literaturveranst./Lesung	17
Jazz/Neue Musik etc.	10

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Unterhalten und erholen	94
Gemeinsam Zeit verbringen	91
Angenehme Umgebung	87
Künstler/Werke bewundern	71
Neue Gedanken/Ideen	70
Mehr über Thema lernen	57
Künstler/Kultur unterstützen	47
Kinder unterh./anregen	**40**
Mitreden können	38
Gleichgesinnte treffen	29
Berufliche Anregung	14
Aktive Teilnahme vor Ort	14
Andere beeindrucken	5

Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten (mind. selten)*	
Ein Instrument spielen, Theater spielen, Tanzen, Singen	36
Filme, Videos, Fotos mit hohem kreativen Anspruch erstellen	35
Eigenes Gestalten von Kleidung, Möbeln, Schmuck oder sonstigen Gebrauchsgegenständen	32
Zeichnen, Malen, Bildhauerei, Graffiti, Druckgrafiken erstellen	27
Geschichten, Gedichte, Theaterstücke, Lieder, Musikstücke schreiben	13

Interesse an aktuellen Themen in den Medien*	
Lokalnachrichten	**94**
Politik	**87**
Kultur	84
Wirtschaft	**80**
Veranstaltungshinweise	75
Sport	**68**
Neuigkeiten aus dem Leben bekannter Personen/Prominenter	**48**
Sonderangebote/Werbung	**42**
Kleinanzeigen	38

Bodenständig Traditionale

Soziodemografische Zusammensetzung	
Realschule o. niedriger	76
Abitur	14
(Fach)Hochschulabschluss	9
ø Alter (arithm. Mittel) in J.	54
Frauen	60
Männer	40
Divers	0
Einkommen (Median) in €	1400
Freizeitbudget in Std.	37
Marzahn-Hellersdorf	11
Tempelhof-Schöneberg	10
Lichtenberg	10
Pankow	9

Zufriedenheit mit Kulturangeboten und Relevanz des klassischen Kulturangebots	
Zufriedenheit generell	89
Zufriedenheit Wohnumfeld	52
Wichtiger Teil meines Lebens	21
Grund, in Berlin zu leben	28
In Kindheit/Jugend schön	42
Soz. Umfeld befürwortet	51
Für enge Freund*innen wichtig	48
Für Partner*in wichtig	38
Für soz. Umfeld wichtig	41

Einstellungen zum klassischen Kulturangebot	
Für kommende Generationen erhalten	91
Ja zu öffentlicher Förderung	75
Wirtschaftliche Vorteile Berlin	76
Wichtig für gutes Leben	45
Wichtig für soz. Zusammenhalt	63
Nicht für Menschen wie mich	**46**
Fühle mich fehl am Platz	**30**
Vor allem für Touristen	**45**
Vorzugsweise auf Reisen	29

Internetnutzung	
ja, privat	82
ja, beruflich	37
bereits genutzt um…	
Online-Recherche zu Angeboten (um mehr zu Vorstellungen/ Ausstellungen/ Konzerten usw. herauszufinden)	67
Eintrittskarten online kaufen	17

Musikpräferenzen*	
Pop	77
Rock	69
Schlager	**67**
Musical	**66**
R'n'B, Soul	53
Klassische Musik	46
Elektronische Musik	38
HipHop/Rap	37
Volksmusik	**36**
Liedermacher und Chanson	33
Jazz	29

Besuchswahrscheinlichkeit kulturelle Freizeitangebote*	
Zoo/Tierparks	68
Filmvorführungen/Kino	64
Konzerte Pop/Rock/Schlager usw.	38
Musical/Revue/Varieté/Show	31
Sportveranstaltungen	28
Kabarett/Comedy	24
Clubs/Diskotheken	17
Bibliotheken	17

Hinderungsgründe und Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Mangel an Finanzmitteln	**74**
Günstigere Eintrittspreise	**69**
Mangel an Freizeit	53
Mangel an Interesse für Angebote	51
Mangel an interess. Angeboten in Umgebung	48
Schwierige Anreise	37
Mangel an gesundh./körperl. Möglichkeiten	**36**
mangelnde Qualität der Angebote	35
Informationssuche leichter	27
Günstigere Öffnungszeiten	27
Mangel an Begleitpersonen	23
Mangel an Kinderbetreuung	17
Mangel an Mehrsprachigkeit	7
Mangel an Ko-Kreation	7
Mangel an inklusiven Angeboten	5
Mangel an diversen Angeboten	4

Allgemeines Freizeitverhalten (mind. wöchentlich)*	
Fernsehen, Filme, Serien schauen (auch im Internet)	91
Musik hören	83
Gärtnern/Heimwerken	**43**
Sport treiben	42
Bücher lesen (auch E-Books, Internetbücher)	32
Computer-/Videospiele spielen (Konsole, Computer, Tablet, Smartphone)	29
Mich weiterbilden (zum Beispiel Sprachen lernen, Fortbildungen, VHS-Kurse)	5

Fernseh- und Filmpräferenzen*	
Natursendungen (Tiere, Pflanzen usw.)	87
Sendungen zur Geschichte	77
Krimis	75
Informationen aus Wissenschaft und Technik	67
Historische Spielfilme	65
Sendungen zur aktuellen Politik	62
Sendungen zu Kunst und Kultur	52
Heimatfilme	33
Casting Shows/Reality Shows	**29**

Besuchswahrscheinlichkeit klassische Kulturangebote*	
Naturkund./techn. Ausst.	40
Gedenkst./Erinnerungsorte	35
kulturgeschichtliche Ausst.	27
Theater und Schauspiel	19
Klassische Konzerte	13
Kunstausst.	12
Oper/Ballett/Tanz	11
Literaturveranst./Lesung	7
Jazz/Neue Musik etc.	4

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Unterhalten und erholen	92
Gemeinsam Zeit verbringen	92
Angenehme Umgebung	81
Neue Gedanken/Ideen	56
Künstler/Werke bewundern	53
Mehr über Thema lernen	49
Kinder unterh./anregen	39
Künstler/Kultur unterstützen	38
Gleichgesinnte treffen	38
Mitreden können	30
Berufliche Anregung	6
Andere beeindrucken	5
Aktive Teilnahme vor Ort	5

Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten (mind. selten)*	
Eigenes Gestalten von Kleidung, Möbeln, Schmuck oder sonstigen Gebrauchsgegenständen	33
Ein Instrument spielen, Theater spielen, Tanzen, Singen	32
Zeichnen, Malen, Bildhauerei, Graffiti, Druckgrafiken erstellen	26
Filme, Videos, Fotos mit hohem kreativen Anspruch erstellen	24
Geschichten, Gedichte, Theaterstücke, Lieder, Musikstücke schreiben	10

Interesse an aktuellen Themen in den Medien*	
Lokalnachrichten	85
Veranstaltungshinweise	71
Kultur	61
Sport	58
Politik	57
Wirtschaft	54
Sonderangebote/Werbung	**53**
Neuigkeiten aus dem Leben bekannter Personen/Prominenter	**48**
Kleinanzeigen	39

Liberal Gehobene

Soziodemografische Zusammensetzung	
Realschule o. niedriger	39
Abitur	19
(Fach-)Hochschulabschluss	42
ø Alter (arithm. Mittel) in J.	53
Frauen	47
Männer	53
Divers	0
Einkommen (Median) in €	2250
Freizeitbudget in Std.	34
Tempelhof-Schöneberg	14
Pankow	12
Steglitz-Zehlendorf	11
Charlottenburg-Wilmersdorf	11

Zufriedenheit mit Kulturangeboten und Relevanz des klassischen Kulturangebots	
Zufriedenheit generell	97
Zufriedenheit Wohnumfeld	**70**
Wichtiger Teil meines Lebens	**67**
Grund, in Berlin zu leben	**77**
In Kindheit/Jugend schön	**62**
Soz. Umfeld befürwortet	**77**
Für enge Freund*innen wichtig	**68**
Für Partner*in wichtig	**70**
Für soz. Umfeld wichtig	**66**

Einstellungen zum klassischen Kulturangebot	
Für kommende Generationen erhalten	96
Ja zu öffentlicher Förderung	**91**
Wirtschaftliche Vorteile Berlin	**93**
Wichtig für gutes Leben	**84**
Wichtig für soz. Zusammenhalt	**85**
Nicht für Menschen wie mich	24
Fühle mich fehl am Platz	11
Vor allem für Touristen	24
Vorzugsweise auf Reisen	36

Internetnutzung	
ja, privat	91
ja, beruflich	59
bereits genutzt um…	
Online-Recherche zu Angeboten (um mehr zu Vorstellungen/ Ausstellungen/ Konzerten usw. herauszufinden)	89
Eintrittskarten online kaufen	37

Musikpräferenzen*	
Klassische Musik	**82**
Pop	80
Rock	76
R'n'B, Soul	69
Musical	63
Liedermacher und Chanson	**62**
Jazz	**62**
Elektronische Musik	46
Schlager	43
HipHop/Rap	42
Volksmusik	27

Besuchswahrscheinlichkeit kulturelle Freizeitangebote*	
Filmvorführungen/Kino	86
Zoo/Tierparks	67
Konzerte Pop/Rock/Schlager usw.	54
Musical/Revue/Varieté/Show	**47**
Kabarett/Comedy	**47**
Sportveranstaltungen	41
Bibliotheken	40
Clubs/Diskotheken	34

Hinderungsgründe und Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Mangel an Freizeit	49
Mangel an Interesse für Angebote	46
Günstigere Eintrittspreise	43
Mangel an Finanzmitteln	41
mangelnde Qualität der Angebote	39
Informationssuche leichter	36
Mangel an interess. Angeboten in Umgebung	35
Mangel an gesundh./körperl. Möglichkeiten	28
Mangel an Begleitpersonen	24
Günstigere Öffnungszeiten	22
Schwierige Anreise	22
Mangel an Kinderbetreuung	16
Mangel an inklusiven Angeboten	**14**
Mangel an diversen Angeboten	10
Mangel an Mehrsprachigkeit	8
Mangel an Ko-Kreation	8

Allgemeines Freizeitverhalten (mind. wöchentlich)*	
Musik hören	92
Fernsehen, Filme, Serien schauen (auch im Internet)	89
Sport treiben	**62**
Bücher lesen (auch E-Books, Internetbücher)	**58**
Gärtnern/Heimwerken	**35**
Computer-/Videospiele spielen (Konsole, Computer, Tablet, Smartphone)	26
Mich weiterbilden (zum Beispiel Sprachen lernen, Fortbildungen, VHS-Kurse)	19

Fernseh- und Filmpräferenzen*	
Natursendungen (Tiere, Pflanzen usw.)	92
Sendungen zur aktuellen Politik	**92**
Sendungen zur Geschichte	**91**
Informationen aus Wissenschaft und Technik	**89**
Sendungen zu Kunst und Kultur	**87**
Krimis	**81**
Historische Spielfilme	**74**
Heimatfilme	27
Casting Shows/Reality Shows	19

Besuchswahrscheinlichkeit klassische Kulturangebote*	
Kunstausst.	**63**
Naturkund./techn. Ausst.	**62**
Theater und Schauspiel	**56**
Klassische Konzerte	**56**
kulturgeschichtliche Ausst.	**55**
Gedenkst./Erinnerungsorte	**54**
Oper/Ballett/Tanz	**48**
Literaturveranst./Lesung	**34**
Jazz/Neue Musik etc.	24

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Unterhalten und erholen	93
Gemeinsam Zeit verbringen	93
Angenehme Umgebung	85
Neue Gedanken/Ideen	**79**
Künstler/Werke bewundern	78
Mehr über Thema lernen	**78**
Künstler/Kultur unterstützen	**63**
Mitreden können	**44**
Gleichgesinnte treffen	44
Kinder unterh./anregen	34
Berufliche Anregung	26
Aktive Teilnahme vor Ort	23
Andere beeindrucken	11

Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten (mind. selten)*	
Ein Instrument spielen, Theater spielen, Tanzen, Singen	53
Filme, Videos, Fotos mit hohem kreativen Anspruch erstellen	37
Zeichnen, Malen, Bildhauerei, Graffiti, Druckgrafiken erstellen	36
Eigenes Gestalten von Kleidung, Möbeln, Schmuck oder sonstigen Gebrauchsgegenständen	35
Geschichten, Gedichte, Theaterstücke, Lieder, Musikstücke schreiben	21

Interesse an aktuellen Themen in den Medien*	
Kultur	**94**
Politik	**90**
Lokalnachrichten	87
Veranstaltungshinweise	**85**
Wirtschaft	**82**
Sport	62
Neuigkeiten aus dem Leben bekannter Personen/Prominenter	39
Kleinanzeigen	37
Sonderangebote/Werbung	30

Mittelständische

Soziodemografische Zusammensetzung	
Realschule o. niedriger	48
Abitur	23
(Fach-)Hochschulabschluss	30
ø Alter (arithm. Mittel) in J.	48
Frauen	49
Männer	51
Divers	1
Einkommen (Median) in €	1700
Freizeitbudget in Std.	37
Pankow	12
Mitte	10
Charlottenburg-Wilmersdorf	10
Steglitz-Zehlendorf	9

Zufriedenheit mit Kulturangeboten und Relevanz des klassischen Kulturangebots	
Zufriedenheit generell	93
Zufriedenheit Wohnumfeld	61
Wichtiger Teil meines Lebens	48
Grund, in Berlin zu leben	58
In Kindheit/Jugend schön	50
Soz. Umfeld befürwortet	61
Für enge Freund*innen wichtig	49
Für Partner*in wichtig	54
Für soz. Umfeld wichtig	53

Einstellungen zum klassischen Kulturangebot	
Für kommende Generationen erhalten	92
Ja zu öffentlicher Förderung	81
Wirtschaftliche Vorteile Berlin	86
Wichtig für gutes Leben	65
Wichtig für soz. Zusammenhalt	79
Nicht für Menschen wie mich	34
Fühle mich fehl am Platz	18
Vor allem für Touristen	32
Vorzugsweise auf Reisen	36

Internetnutzung	
ja, privat	92
ja, beruflich	55
bereits genutzt um…	
Online-Recherche zu Angeboten (um mehr zu Vorstellungen/ Ausstellungen/ Konzerten usw. herauszufinden)	88
Eintrittskarten online kaufen	28

Musikpräferenzen*	
Klassische Musik	**82**
Pop	80
Rock	76
R'n'B, Soul	69
Musical	63
Liedermacher und Chanson	**62**
Jazz	**62**
Elektronische Musik	46
Schlager	43
HipHop/Rap	42
Volksmusik	27

Besuchswahrscheinlichkeit kulturelle Freizeitangebote*	
Filmvorführungen/Kino	82
Zoo/Tierparks	66
Konzerte Pop/Rock/Schlager usw.	50
Musical/Revue/Varieté/Show	41
Sportveranstaltungen	40
Kabarett/Comedy	38
Bibliotheken	38
Clubs/Diskotheken	32

Hinderungsgründe und Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Günstigere Eintrittspreise	63
Mangel an Interesse für Angebote	59
Mangel an Finanzmitteln	54
Mangel an Freizeit	49
Informationssuche leichter	**46**
Mangel an interess. Angeboten in Umgebung	42
Schwierige Anreise	36
mangelnde Qualität der Angebote	30
Günstigere Öffnungszeiten	30
Mangel an Kinderbetreuung	**27**
Mangel an Begleitpersonen	24
Mangel an gesundh./körperl. Möglichkeiten	17
Mangel an diversen Angeboten	13
Mangel an Mehrsprachigkeit	13
Mangel an Ko-Kreation	10
Mangel an inklusiven Angeboten	6

Allgemeines Freizeitverhalten (mind. wöchentlich)*	
Musik hören	89
Fernsehen, Filme, Serien schauen (auch im Internet)	88
Sport treiben	57
Bücher lesen (auch E-Books, Internetbücher)	52
Gärtnern/Heimwerken	30
Computer-/Videospiele spielen (Konsole, Computer, Tablet, Smartphone)	25
Mich weiterbilden (zum Beispiel Sprachen lernen, Fortbildungen, VHS-Kurse)	15

Fernseh- und Filmpräferenzen*	
Natursendungen (Tiere, Pflanzen usw.)	89
Sendungen zur Geschichte	86
Informationen aus Wissenschaft und Technik	85
Sendungen zur aktuellen Politik	84
Krimis	76
Sendungen zu Kunst und Kultur	75
Historische Spielfilme	69
Heimatfilme	30
Casting Shows/Reality Shows	21

Besuchswahrscheinlichkeit klassische Kulturangebote*	
Naturkund./techn. Ausst.	51
kulturgeschichtliche Ausst.	44
Gedenkst./Erinnerungsorte	44
Theater und Schauspiel	40
Kunstausst.	40
Klassische Konzerte	34
Oper/Ballett/Tanz	25
Literaturveranst./Lesung	21
Jazz/Neue Musik etc.	18

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Unterhalten und erholen	92
Gemeinsam Zeit verbringen	91
Angenehme Umgebung	81
Künstler/Werke bewundern	70
Neue Gedanken/Ideen	69
Mehr über Thema lernen	68
Künstler/Kultur unterstützen	50
Gleichgesinnte treffen	38
Mitreden können	32
Kinder unterh./anregen	32
Berufliche Anregung	25
Aktive Teilnahme vor Ort	19
Andere beeindrucken	10

Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten (mind. selten)*	
Ein Instrument spielen, Theater spielen, Tanzen, Singen	42
Eigenes Gestalten von Kleidung, Möbeln, Schmuck oder sonstigen Gebrauchsgegenständen	38
Zeichnen, Malen, Bildhauerei, Graffiti, Druckgrafiken erstellen	36
Filme, Videos, Fotos mit hohem kreativen Anspruch erstellen	35
Geschichten, Gedichte, Theaterstücke, Lieder, Musikstücke schreiben	20

Interesse an aktuellen Themen in den Medien*	
Lokalnachrichten	89
Politik	83
Veranstaltungshinweise	78
Kultur	77
Wirtschaft	72
Sport	62
Neuigkeiten aus dem Leben bekannter Personen/Prominenter	38
Kleinanzeigen	37
Sonderangebote/Werbung	34

Heimzentrierte

Soziodemografische Zusammensetzung	
Realschule o. niedriger	64
Abitur	24
(Fach-)Hochschulabschluss	12
ø Alter (arithm. Mittel) in J.	43
Frauen	50
Männer	50
Divers	0
Einkommen (Median) in €	1250
Freizeitbudget in Std.	30
Lichtenberg	12
Tempelhof-Schöneberg	10
Treptow-Köpenick	10
Reinickendorf	9

Zufriedenheit mit Kulturangeboten und Relevanz des klassischen Kulturangebots	
Zufriedenheit generell	91
Zufriedenheit Wohnumfeld	53
Wichtiger Teil meines Lebens	32
Grund, in Berlin zu leben	36
In Kindheit/Jugend schön	40
Soz. Umfeld befürwortet	50
Für enge Freund*innen wichtig	41
Für Partner*in wichtig	39
Für soz. Umfeld wichtig	39

Einstellungen zum klassischen Kulturangebot	
Für kommende Generationen erhalten	88
Ja zu öffentlicher Förderung	77
Wirtschaftliche Vorteile Berlin	77
Wichtig für gutes Leben	51
Wichtig für soz. Zusammenhalt	68
Nicht für Menschen wie mich	**53**
Fühle mich fehl am Platz	**30**
Vor allem für Touristen	**42**
Vorzugsweise auf Reisen	26

Internetnutzung	
ja, privat	91
ja, beruflich	54
bereits genutzt um…	
Online-Recherche zu Angeboten (um mehr zu Vorstellungen/ Ausstellungen/ Konzerten usw. herauszufinden)	83
Eintrittskarten online kaufen	29

Musikpräferenzen*	
Pop	83
Rock	74
R'n'B, Soul	68
Musical	59
Elektronische Musik	**57**
HipHop/Rap	53
Klassische Musik	51
Schlager	47
Jazz	41
Liedermacher und Chanson	32
Volksmusik	24

Besuchswahrscheinlichkeit kulturelle Freizeitangebote*	
Filmvorführungen/Kino	79
Zoo/Tierparks	66
Konzerte Pop/Rock/Schlager usw.	53
Sportveranstaltungen	37
Clubs/Diskotheken	35
Bibliotheken	35
Musical/Revue/Varieté/Show	31
Kabarett/Comedy	31

Hinderungsgründe und Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Mangel an Finanzmitteln	**72**
Günstigere Eintrittspreise	**68**
Mangel an Interesse für Angebote	55
Mangel an interess. Angeboten in Umgebung	52
Mangel an Freizeit	51
Informationssuche leichter	**45**
mangelnde Qualität der Angebote	34
Mangel an Begleitpersonen	**33**
Mangel an gesundh./körperl. Möglichkeiten	32
Schwierige Anreise	31
Günstigere Öffnungszeiten	27
Mangel an diversen Angeboten	**25**
Mangel an Kinderbetreuung	24
Mangel an Mehrsprachigkeit	**18**
Mangel an Ko-Kreation	**18**
Mangel an inklusiven Angeboten	**13**

Allgemeines Freizeitverhalten (mind. wöchentlich)*	
Musik hören	92
Fernsehen, Filme, Serien schauen (auch im Internet)	91
Sport treiben	49
Computer-/Videospiele spielen (Konsole, Computer, Tablet, Smartphone)	**40**
Bücher lesen (auch E-Books, Internetbücher)	36
Gärtnern/Heimwerken	24
Mich weiterbilden (zum Beispiel Sprachen lernen, Fortbildungen, VHS-Kurse)	12

Fernseh- und Filmpräferenzen*	
Natursendungen (Tiere, Pflanzen usw.)	85
Sendungen zur Geschichte	79
Krimis	77
Informationen aus Wissenschaft und Technik	75
Historische Spielfilme	62
Sendungen zur aktuellen Politik	61
Sendungen zu Kunst und Kultur	55
Casting Shows/Reality Shows	**33**
Heimatfilme	29

Besuchswahrscheinlichkeit klassische Kulturangebote*	
Naturkund./techn. Ausst.	49
Gedenkst./Erinnerungsorte	43
kulturgeschichtliche Ausst.	36
Kunstausst.	22
Klassische Konzerte	19
Theater und Schauspiel	18
Oper/Ballett/Tanz	12
Literaturveranst./Lesung	12
Jazz/Neue Musik etc.	10

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Gemeinsam Zeit verbringen	90
Unterhalten und erholen	87
Angenehme Umgebung	76
Künstler/Werke bewundern	62
Neue Gedanken/Ideen	62
Mehr über Thema lernen	58
Gleichgesinnte treffen	42
Künstler/Kultur unterstützen	41
Mitreden können	36
Kinder unterh./anregen	27
Aktive Teilnahme vor Ort	18
Berufliche Anregung	16
Andere beeindrucken	10

Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten (mind. selten)*	
Ein Instrument spielen, Theater spielen, Tanzen, Singen	45
Zeichnen, Malen, Bildhauerei, Graffiti, Druckgrafiken erstellen	40
Eigenes Gestalten von Kleidung, Möbeln, Schmuck oder sonstigen Gebrauchsgegenständen	36
Filme, Videos, Fotos mit hohem kreativen Anspruch erstellen	35
Geschichten, Gedichte, Theaterstücke, Lieder, Musikstücke schreiben	16

Interesse an aktuellen Themen in den Medien*	
Lokalnachrichten	83
Veranstaltungshinweise	74
Kultur	67
Politik	61
Wirtschaft	55
Sport	54
Sonderangebote/Werbung	**50**
Kleinanzeigen	**46**
Neuigkeiten aus dem Leben bekannter Personen/Prominenter	38

Innovativ Gehobene

Soziodemografische Zusammensetzung	
Realschule o. niedriger	15
Abitur	26
(Fach-)Hochschulabschluss	60
ø Alter (arithm. Mittel) in J.	41
Frauen	47
Männer	52
Divers	1
Einkommen (Median) in €	2250
Freizeitbudget in Std.	30
Friedrichshain-Kreuzberg	16
Mitte	15
Pankow	14
Charlottenburg-Wilmersdorf	12

Zufriedenheit mit Kulturangeboten und Relevanz des klassischen Kulturangebots	
Zufriedenheit generell	**99**
Zufriedenheit Wohnumfeld	**67**
Wichtiger Teil meines Lebens	**70**
Grund, in Berlin zu leben	**76**
In Kindheit/Jugend schön	**58**
Soz. Umfeld befürwortet	**83**
Für enge Freund*innen wichtig	**68**
Für Partner*in wichtig	**68**
Für soz. Umfeld wichtig	**67**

Einstellungen zum klassischen Kulturangebot	
Für kommende Generationen erhalten	**98**
Ja zu öffentlicher Förderung	**92**
Wirtschaftliche Vorteile Berlin	89
Wichtig für gutes Leben	**85**
Wichtig für soz. Zusammenhalt	**85**
Nicht für Menschen wie mich	18
Fühle mich fehl am Platz	6
Vor allem für Touristen	20
Vorzugsweise auf Reisen	26

Internetnutzung	
ja, privat	98
ja, beruflich	77
bereits genutzt um…	
Online-Recherche zu Angeboten (um mehr zu Vorstellungen/ Ausstellungen/ Konzerten usw. herauszufinden)	98
Eintrittskarten online kaufen	43

Musikpräferenzen*	
Pop	84
Klassische Musik	**83**
Rock	**83**
Jazz	**75**
R'n'B, Soul	**74**
Elektronische Musik	**66**
HipHop/Rap	**62**
Liedermacher und Chanson	**58**
Musical	51
Schlager	20
Volksmusik	13

Besuchswahrscheinlichkeit kulturelle Freizeitangebote*	
Filmvorführungen/Kino	**94**
Konzerte Pop/Rock/Schlager usw.	**70**
Clubs/Diskotheken	**60**
Zoo/Tierparks	57
Bibliotheken	**50**
Kabarett/Comedy	**44**
Sportveranstaltungen	42
Musical/Revue/Varieté/Show	39

Hinderungsgründe und Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Mangel an Freizeit	**70**
Mangel an Interesse für Angebote	**63**
Mangel an Finanzmitteln	53
Mangel an interess. Angeboten in Umgebung	47
Günstigere Eintrittspreise	46
mangelnde Qualität der Angebote	38
Informationssuche leichter	32
Günstigere Öffnungszeiten	25
Schwierige Anreise	17
Mangel an diversen Angeboten	17
Mangel an Mehrsprachigkeit	15
Mangel an Ko-Kreation	14
Mangel an Kinderbetreuung	13
Mangel an gesundh./körperl. Möglichkeiten	11
Mangel an Begleitpersonen	11
Mangel an inklusiven Angeboten	0

Allgemeines Freizeitverhalten (mind. wöchentlich)*	
Musik hören	94
Fernsehen, Filme, Serien schauen (auch im Internet)	82
Sport treiben	**73**
Bücher lesen (auch E-Books, Internetbücher)	**70**
Mich weiterbilden (zum Beispiel Sprachen lernen, Fortbildungen, VHS-Kurse)	**25**
Computer-/Videospiele spielen (Konsole, Computer, Tablet, Smartphone)	22
Gärtnern/Heimwerken	16

Fernseh- und Filmpräferenzen*	
Sendungen zur aktuellen Politik	**91**
Sendungen zur Geschichte	86
Informationen aus Wissenschaft und Technik	85
Sendungen zu Kunst und Kultur	**84**
Natursendungen (Tiere, Pflanzen usw.)	82
Krimis	75
Historische Spielfilme	65
Heimatfilme	19
Casting Shows/Reality Shows	13

Besuchswahrscheinlichkeit klassische Kulturangebote*	
Kunstausst.	**77**
Theater und Schauspiel	**64**
Naturkund./techn. Ausst.	**63**
kulturgeschichtliche Ausst.	**60**
Gedenkst./Erinnerungsorte	**60**
Klassische Konzerte	**57**
Oper/Ballett/Tanz	**48**
Literaturveranst./Lesung	**43**
Jazz/Neue Musik etc.	**41**

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Unterhalten und erholen	91
Gemeinsam Zeit verbringen	91
Angenehme Umgebung	86
Neue Gedanken/Ideen	**83**
Künstler/Werke bewundern	**82**
Mehr über Thema lernen	**80**
Künstler/Kultur unterstützen	**75**
Gleichgesinnte treffen	41
Mitreden können	40
Berufliche Anregung	**33**
Aktive Teilnahme vor Ort	**27**
Kinder unterh./anregen	25
Andere beeindrucken	11

Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten (mind. selten)*	
Ein Instrument spielen, Theater spielen, Tanzen, Singen	**62**
Eigenes Gestalten von Kleidung, Möbeln, Schmuck oder sonstigen Gebrauchsgegenständen	**46**
Zeichnen, Malen, Bildhauerei, Graffiti, Druckgrafiken erstellen	**45**
Filme, Videos, Fotos mit hohem kreativen Anspruch erstellen	**44**
Geschichten, Gedichte, Theaterstücke, Lieder, Musikstücke schreiben	**30**

Interesse an aktuellen Themen in den Medien*	
Politik	**91**
Kultur	**89**
Veranstaltungshinweise	**86**
Lokalnachrichten	82
Wirtschaft	**79**
Sport	52
Kleinanzeigen	28
Neuigkeiten aus dem Leben bekannter Personen/Prominenter	27
Sonderangebote/Werbung	17

Hedonisten

Soziodemografische Zusammensetzung	
Realschule o. niedriger	24
Abitur	33
(Fach-)Hochschulabschluss	43
ø Alter (arithm. Mittel) in J.	38
Frauen	54
Männer	45
Divers	1
Einkommen (Median) in €	1650
Freizeitbudget in Std.	29
Friedrichshain-Kreuzberg	14
Mitte	14
Pankow	13
Neukölln	12

Zufriedenheit mit Kulturangeboten und Relevanz des klassischen Kulturangebots	
Zufriedenheit generell	95
Zufriedenheit Wohnumfeld	59
Wichtiger Teil meines Lebens	53
Grund, in Berlin zu leben	61
In Kindheit/Jugend schön	55
Soz. Umfeld befürwortet	**75**
Für enge Freund*innen wichtig	58
Für Partner*in wichtig	52
Für soz. Umfeld wichtig	**61**

Einstellungen zum klassischen Kulturangebot	
Für kommende Generationen erhalten	94
Ja zu öffentlicher Förderung	83
Wirtschaftliche Vorteile Berlin	86
Wichtig für gutes Leben	70
Wichtig für soz. Zusammenhalt	79
Nicht für Menschen wie mich	29
Fühle mich fehl am Platz	18
Vor allem für Touristen	32
Vorzugsweise auf Reisen	30

Internetnutzung	
ja, privat	99
ja, beruflich	69
bereits genutzt um…	
Online-Recherche zu Angeboten (um mehr zu Vorstellungen/ Ausstellungen/ Konzerten usw. herauszufinden)	97
Eintrittskarten online kaufen	42

Musikpräferenzen*	
Pop	81
Rock	77
Klassische Musik	**76**
R'n'B, Soul	**73**
Jazz	**71**
Elektronische Musik	**62**
HipHop/Rap	**61**
Liedermacher und Chanson	**56**
Musical	54
Schlager	24
Volksmusik	18

Besuchswahrscheinlichkeit kulturelle Freizeitangebote*	
Filmvorführungen/Kino	**89**
Konzerte Pop/Rock/Schlager usw.	**68**
Zoo/Tierparks	58
Clubs/Diskotheken	**53**
Bibliotheken	**52**
Kabarett/Comedy	**44**
Sportveranstaltungen	39
Musical/Revue/Varieté/Show	33

Hinderungsgründe und Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Mangel an Freizeit	**65**
Mangel an Interesse für Angebote	**64**
Mangel an Finanzmitteln	61
Günstigere Eintrittspreise	59
Mangel an interess. Angeboten in Umgebung	46
Schwierige Anreise	36
mangelnde Qualität der Angebote	34
Informationssuche leichter	32
Günstigere Öffnungszeiten	25
Mangel an Begleitpersonen	24
Mangel an diversen Angeboten	**21**
Mangel an Mehrsprachigkeit	17
Mangel an Ko-Kreation	15
Mangel an Kinderbetreuung	13
Mangel an gesundh./körperl. Möglichkeiten	8
Mangel an inklusiven Angeboten	4

Allgemeines Freizeitverhalten (mind. wöchentlich)*	
Musik hören	94
Fernsehen, Filme, Serien schauen (auch im Internet)	84
Bücher lesen (auch E-Books, Internetbücher)	**58**
Sport treiben	58
Mich weiterbilden (zum Beispiel Sprachen lernen, Fortbildungen, VHS-Kurse)	**29**
Computer-/Videospiele spielen (Konsole, Computer, Tablet, Smartphone)	24
Gärtnern/Heimwerken	19

Fernseh- und Filmpräferenzen*	
Informationen aus Wissenschaft und Technik	85
Sendungen zur aktuellen Politik	84
Sendungen zur Geschichte	83
Natursendungen (Tiere, Pflanzen usw.)	82
Sendungen zu Kunst und Kultur	76
Krimis	74
Historische Spielfilme	70
Heimatfilme	26
Casting Shows/Reality Shows	20

Besuchswahrscheinlichkeit klassische Kulturangebote*	
Kunstausst.	**59**
Naturkund./techn. Ausst.	58
Gedenkst./Erinnerungsorte	**56**
kulturgeschichtliche Ausst.	**52**
Theater und Schauspiel	**50**
Klassische Konzerte	40
Oper/Ballett/Tanz	**36**
Jazz/Neue Musik etc.	**34**
Literaturveranst./Lesung	**30**

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Unterhalten und erholen	91
Gemeinsam Zeit verbringen	89
Künstler/Werke bewundern	**86**
Angenehme Umgebung	85
Neue Gedanken/Ideen	**80**
Mehr über Thema lernen	**78**
Künstler/Kultur unterstützen	**66**
Gleichgesinnte treffen	43
Aktive Teilnahme vor Ort	**32**
Mitreden können	31
Berufliche Anregung	**30**
Kinder unterh./anregen	28
Andere beeindrucken	9

Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten (mind. selten)*	
Ein Instrument spielen, Theater spielen, Tanzen, Singen	**64**
Zeichnen, Malen, Bildhauerei, Graffiti, Druckgrafiken erstellen	**52**
Eigenes Gestalten von Kleidung, Möbeln, Schmuck oder sonstigen Gebrauchsgegenständen	**47**
Filme, Videos, Fotos mit hohem kreativen Anspruch erstellen	**46**
Geschichten, Gedichte, Theaterstücke, Lieder, Musikstücke schreiben	**38**

Interesse an aktuellen Themen in den Medien*	
Kultur	**90**
Politik	88
Veranstaltungshinweise	**86**
Lokalnachrichten	84
Wirtschaft	72
Sport	55
Kleinanzeigen	41
Neuigkeiten aus dem Leben bekannter Personen/Prominenter	28
Sonderangebote/Werbung	26

Unterhaltungssuchende

Soziodemografische Zusammensetzung	
Realschule o. niedriger	31
Abitur	39
(Fach-)Hochschulabschluss	30
ø Alter (arithm. Mittel) in J.	33
Frauen	50
Männer	46
Divers	4
Einkommen (Median) in €	1300
Freizeitbudget in Std.	31
Neukölln	12
Pankow	11
Mitte	11
Tempelhof-Schöneberg	11

Zufriedenheit mit Kulturangeboten und Relevanz des klassischen Kulturangebots	
Zufriedenheit generell	88
Zufriedenheit Wohnumfeld	47
Wichtiger Teil meines Lebens	28
Grund, in Berlin zu leben	44
In Kindheit/Jugend schön	47
Soz. Umfeld befürwortet	58
Für enge Freund*innen wichtig	49
Für Partner*in wichtig	38
Für soz. Umfeld wichtig	39

Einstellungen zum klassischen Kulturangebot	
Für kommende Generationen erhalten	91
Ja zu öffentlicher Förderung	80
Wirtschaftliche Vorteile Berlin	82
Wichtig für gutes Leben	51
Wichtig für soz. Zusammenhalt	64
Nicht für Menschen wie mich	**51**
Fühle mich fehl am Platz	**30**
Vor allem für Touristen	**43**
Vorzugsweise auf Reisen	28

Internetnutzung	
ja, privat	98
ja, beruflich	52
bereits genutzt um…	
Online-Recherche zu Angeboten (um mehr zu Vorstellungen/ Ausstellungen/ Konzerten usw. herauszufinden)	94
Eintrittskarten online kaufen	38

Musikpräferenzen*	
Pop	84
Rock	72
HipHop/Rap	**72**
R'n'B, Soul	**71**
Elektronische Musik	**69**
Klassische Musik	61
Jazz	49
Musical	49
Liedermacher und Chanson	41
Schlager	30
Volksmusik	20

Besuchswahrscheinlichkeit kulturelle Freizeitangebote*	
Filmvorführungen/Kino	**93**
Konzerte Pop/Rock/Schlager usw.	**63**
Clubs/Diskotheken	**57**
Zoo/Tierparks	51
Bibliotheken	**48**
Sportveranstaltungen	38
Musical/Revue/Varieté/Show	32
Kabarett/Comedy	30

Hinderungsgründe und Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Mangel an interess. Angeboten in Umgebung	**82**
Mangel an Finanzmitteln	**80**
Mangel an Interesse für Angebote	**77**
Günstigere Eintrittspreise	**73**
Schwierige Anreise	**55**
mangelnde Qualität der Angebote	**54**
Mangel an Freizeit	53
Informationssuche leichter	**53**
Günstigere Öffnungszeiten	**50**
Mangel an Begleitpersonen	**42**
Mangel an diversen Angeboten	**28**
Mangel an Kinderbetreuung	**26**
Mangel an Ko-Kreation	**26**
Mangel an Mehrsprachigkeit	**19**
Mangel an gesundh./körperl. Möglichkeiten	13
Mangel an inklusiven Angeboten	9

Allgemeines Freizeitverhalten (mind. wöchentlich)*	
Musik hören	**96**
Fernsehen, Filme, Serien schauen (auch im Internet)	88
Sport treiben	58
Bücher lesen (auch E-Books, Internetbücher)	38
Computer-/Videospiele spielen (Konsole, Computer, Tablet, Smartphone)	**38**
Mich weiterbilden (zum Beispiel Sprachen lernen, Fortbildungen, VHS-Kurse)	**23**
Gärtnern/Heimwerken	14

Fernseh- und Filmpräferenzen*	
Natursendungen (Tiere, Pflanzen usw.)	80
Informationen aus Wissenschaft und Technik	80
Sendungen zur Geschichte	77
Krimis	74
Sendungen zur aktuellen Politik	70
Historische Spielfilme	67
Sendungen zu Kunst und Kultur	63
Heimatfilme	29
Casting Shows/Reality Shows	21

Besuchswahrscheinlichkeit klassische Kulturangebote*	
Naturkund./techn. Ausst.	55
Gedenkst./Erinnerungsorte	51
Kunstausst.	43
kulturgeschichtliche Ausst.	37
Theater und Schauspiel	32
Klassische Konzerte	25
Literaturveranst./Lesung	20
Jazz/Neue Musik etc.	19
Oper/Ballett/Tanz	16

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote*	
Unterhalten und erholen	87
Gemeinsam Zeit verbringen	83
Angenehme Umgebung	77
Künstler/Werke bewundern	75
Mehr über Thema lernen	70
Neue Gedanken/Ideen	68
Künstler/Kultur unterstützen	49
Gleichgesinnte treffen	39
Mitreden können	27
Berufliche Anregung	25
Aktive Teilnahme vor Ort	25
Kinder unterh./anregen	22
Andere beeindrucken	11

Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten (mind. selten)*	
Zeichnen, Malen, Bildhauerei, Graffiti, Druckgrafiken erstellen	**62**
Ein Instrument spielen, Theater spielen, Tanzen, Singen	**62**
Eigenes Gestalten von Kleidung, Möbeln, Schmuck oder sonstigen Gebrauchsgegenständen	**47**
Filme, Videos, Fotos mit hohem kreativen Anspruch erstellen	**42**
Geschichten, Gedichte, Theaterstücke, Lieder, Musikstücke schreiben	**31**

Interesse an aktuellen Themen in den Medien*	
Veranstaltungshinweise	80
Kultur	76
Lokalnachrichten	76
Politik	71
Wirtschaft	55
Sport	51
Kleinanzeigen	45
Sonderangebote/Werbung	36
Neuigkeiten aus dem Leben bekannter Personen/Prominenter	25