



Endbericht zur Studie „Kulturnutzung und Kulturaktivität in Vorarlberg 2010“

April 2011

FH VORARLBERG
Forschungsbereich Sozial- und Wirtschaftswissenschaften
Prof. (FH)Dr. Frederic Fredersdorf (Leitung)
Hochschulstr. 1
A- 6850 Dornbirn

Tel.: +43 (0) 5572 792 - 5303
Email: frederic.fredersdorf@fhv.at



Gliederung

1. Einleitung	3
2. Management Summary	4
3. Methodische Grundlagen	
3.1 Erkenntnisleitende Fragestellung	6
3.2 Das Befragungsinstrument	8
3.3 Stichprobenziehung, Rücklauf, Repräsentativität, und Datenschutz	9
3.4 Fehlende Werte	11
3.5 Reliabilität	12
4. Deskriptive Ergebnisse	
4.1 Sozio-demographische Merkmale der Stichprobe	12
4.2 Nutzung kultureller Veranstaltungen und Einrichtungen	14
4.3 Eigene kulturelle Betätigung	21
4.4 Kinder und Kultur	24
4.5 Kulturvermittlung und -förderung	29
5. Korrelative Hypothesenprüfungen	36
6. Weiterführende Fragestellungen	47
7. Anhang	
7.1 Literatur	48
7.2 Fragebogen	49
7.3 Über den Autor	61



1. Einleitung

Der vorliegende Bericht präsentiert Ergebnisse einer Umfrage zur Kulturnutzung und Kulturaktivität der Vorarlberger Bevölkerung. Die Umfrage wurde auf Anfrage der IG Kultur Vorarlberg, Frau Dr. Juliane Alton, von der Fachhochschule Vorarlberg und der IG Kultur umgesetzt und von der Wissenschafts- und Kulturlandesrätin, Frau Dipl.-Vw. Andrea Kaufmann, sowie dem Amt der Vorarlberger Landesregierung, Abteilung Kultur, unterstützt.

Die methodische Umsetzung wäre ohne breite Unterstützungen und Mitwirkungen nicht zustande gekommen, weswegen an dieser Stelle allen Beteiligten ein besonderer Dank ausgesprochen wird: Der Landesrätin Frau Andrea Kaufmann sei für die politische Unterstützung gedankt. Frau Juliane Alton und die folgenden Mitglieder der IG Kultur haben ihre Fachkompetenz und Erkenntnisleitenden Fragestellungen in die Entwicklung und den Pre-Test des Fragebogens eingebracht. Ein „Dankeschön“ dafür geht an: Herrn Werner Grabher (Leiter der Abteilung Kultur im Amt der Vorarlberger Landesregierung); Mag. Dr. Juliane Alton (Geschäftsführerin IG Kultur Vorarlberg), Hülya Aydin (Interkultureller Verein Motif), Dagmar Ullmann-Bautz (Geschäftsführerin des Landesverbands für Amateurtheater), Mag. Sabine Benzer (Geschäftsführerin des Kulturkreises Feldkirch / Theater am Saumarkt und Schriftführerin der IG Kultur Vorarlberg) und DI Johannes Rausch (Theater der Figur und Obmann der IG Kultur Vorarlberg).

Frau Dr. Pascale Roux vom Forschungsbereich Sozial- und Wirtschaftswissenschaften der FH Vorarlberg hat dankenswerterweise die Maske zur Dateneingabe erstellt. Den Mitarbeiterinnen der IG Kultur ist für ihre Aktivitäten rund um den Versand, die Rücklaufkontrolle und die Dateneingabe zu danken. Nicht zuletzt gilt der Geschäftsführung der FH Vorarlberg, Frau Dr. Hedwig Natter, der Dank dafür, das Projekt hochschulintern gestützt zu haben.

Der vorliegende Endbericht ist wie folgt aufgebaut:

- Kapitel 2 bietet für die eilige Leserschaft in knapper Form eine Übersicht wesentlicher Ergebnisse.
- Kapitel 3 handelt methodische Grundlagen der Studie ab: das grundlegende Erkenntnisinteresse, den inhaltvaliden Aufbau des Fragebogens sowie weitere methodische Aspekte: Repräsentativität, Datenschutz und Stichprobenziehung, Analyse fehlender Werte und Reliabilitätsanalyse.
- Kapitel 4 präsentiert die deskriptiven Ergebnisse aller Fragen im Fragebogen.
- Kapitel 5 stellt die Ergebnisse verschiedener bi- und multivariater Hypothesentests vor, welche sich aus theoriegeleiteten und praxisspezifischen Forschungsfragen ergeben.
- Kapitel 6 zieht letztlich ein vorläufiges Fazit aus wissenschaftlicher Sicht.
- Kapitel 7 bildet den Anhang mit Literaturnachweis und dem eingesetzten Erhebungsinstrument. Mit biographischen Angaben zum Autor schließt dieser Endbericht.

Frederic Fredersdorf

April 2011



2. Management-Summary

Die vorliegende Studie erkundet erstmals Aspekte der Kulturnutzung und des Kulturschaffens in Vorarlberg. Sie ist insofern eine „explorative Studie“, als Repräsentativität in Bezug auf die *kombinierten* Merkmale Alter und Geschlecht bei der einfachen Zufallsstichprobe nicht gegeben ist. Frauen im Alter zwischen 35 und 49 Jahren sowie Männer zwischen 45 und 69 Jahren sind in der Stichprobe überrepräsentiert. Demgegenüber sind Frauen zwischen 15 und 34 Jahren und Männer zwischen 15 und 39 Jahren unterrepräsentiert. Analysen der sozio-demographischen Variablen legen zudem die Schlussfolgerung nahe, dass die Stichprobe in Bezug auf Kulturaffinität und Bildungsniveau positiv verzerrt ist. Es dominieren gebürtige Österreicherinnen und Österreicher mit höherem Berufsstatus und höherem Bildungsstand.

Die Stichprobe stammt schwerpunktmäßig aus Städten und Gemeinden mit über 3.001 Einwohnern – was bedeutet, dass die Bevölkerung aus den kleinsten Gemeinden unterrepräsentiert ist – und wohnt mehrheitlich seit knapp 30 Jahren an ihrem Wohnort. Die geringere Anzahl von Befragten aus kleinen Gemeinden dürfte sich allerdings weniger gravierend auf die Testergebnisse auswirken als die Alters- und Geschlechtsverteilung und der soziale Status. Es gleichen sich Bevölkerungsteile aus kleinen und größeren Gemeinden weitestgehend in Bezug auf Kulturaktivität, Kulturbewertung und Kulturnutzung. Denn von 41 getesteten Aspekten ergaben sich nur vier signifikante Unterschiede, dies hauptsächlich in Bezug auf die Höhe gewisser Kulturausgaben.

Dennoch dürften die Ergebnisse für die künftige Kulturentwicklung in Vorarlberg interessant sein. Zum einen spricht dafür, dass allein in den neun bevölkerungsreichsten Städten und Gemeinden Vorarlbergs über die Hälfte (51,1%) der Vorarlberger Gesamtbevölkerung lebt (Amt der Vorarlberger Landesregierung 2010: 7). Zum anderen charakterisiert diese Untersuchung zumindest den verstärkt kulturinteressierten und eingesessenen Kreis der Bevölkerung aus höherer und hoher sozialer Schicht ab ca. 35 bis 40 Jahren. Das bedeutet, die Studie steht mit den genannten Einschränkungen bezüglich der Repräsentativität eher für diese spezifische Teilgruppe der Bevölkerung, die jedoch in vielerlei Hinsicht auch eine zentrale Zielgruppe kultureller Angebote darstellt.

Was kennzeichnet die Kulturnutzung dieser Stichprobe?

- Im Schnitt werden unterschiedliche Kulturveranstaltungen der ein- bis zweimal pro Woche besucht.
- Das kulturelle Interesse ist breit gestreut.
- Sie ist überwiegend in hohem bis sehr hohem Maße mit den lokalen, regionalen und überregionalen Kulturangeboten zufrieden.
- Interessens-, Erlebnis- und Unterhaltungsmotive sind für den Besuch von Kulturveranstaltungen hauptsächlich ausschlaggebend.
- Für Bücher wird im Schnitt monatlich mehr Geld ausgegeben als für kulturelle Präsenzveranstaltungen.
- Programmqualität und Atmosphäre sind die bedeutendsten Kriterien für den Besuch von Kulturveranstaltungen.
- Es besteht eine nur geringe Ablehnung, Kulturangebote nicht zu nutzen. Haupthinderungsgründe sind die geringe verfügbare Zeit und die Weglänge zur Veranstaltung.
- Die Mehrheit der Befragten (63,2%) besucht regionale wie internationale Künstler gleichermaßen.
- Knapp die Hälfte (47,1%) besucht kleine und große Events gleichermaßen; 42,8% bevorzugen eher kleine und 7,2% eher große Events.
- Um potentiell an mehr Kulturveranstaltungen teilzunehmen, benötigen die Befragten hauptsächlich mehr Zeit; erst in zweiter Linie sind finanzielle Aspekte dafür ausschlaggebend. Der Zeitfaktor wird auch für eine potentiell intensivere eigene Kulturbetätigung am häufigsten genannt.

Was kennzeichnet die eigene Kulturaktivität dieser Stichprobe?

- Knapp 60% üben eine oder mehrere Kulturaktivitäten als Hobby aus. Am häufigsten wird individuell ein Instrument gespielt, gefolgt vom individuellen Singen und kunsthandwerklichen Betätigungen.
- Knapp 31% üben in unterschiedlichem Umfang eine kulturelle Betätigung beruflich aus, wobei oft mehr als einer Kunst- oder Kulturform nachgegangen wird.
- 53,5% nutzen eine oder mehrere Bibliotheken.



- Zeitungen/Zeitschriften werden am häufigsten für kulturelle Zwecke genutzt (von 94,3%), gefolgt von Fernsehen (92,8%) und Radio (88,7%). Informationsbeschaffung ist dafür das Hauptmotiv.
- Über die Hälfte (52,1%) der Befragten mit Kindern finanziert schulische Kulturaktivitäten für ihre Kinder. 62,5% dieser Untergruppe würde potentiell mehr Geld für schulische Kulturaktivitäten ihrer Kinder ausgeben.

Welche spezifischen Bewertungen nimmt diese Stichprobe vor?

- Für zwei Drittel (67,7%) ist Kultur ein sehr wichtiger oder wichtiger Bestandteil des eigenen Lebens. Annähernd ebensoviel sind voll und ganz der Ansicht, es sei generell wichtig, Kindern Kultur nahezubringen. Schule und Elternhaus werden dafür als Hauptinstanzen angesehen.
- Kulturvermittlung (die Vor- und Nachbereitung von Kulturveranstaltungen für das Publikum) finden zwar über drei Viertel (77%) sinnvoll, aber die eigene Bereitschaft an vor- sowie nachbereitenden Workshops teilzunehmen ist demgegenüber niedrig ausgeprägt: 42,4% zeigen ausgeprägtes Interesse an vorbereitenden und 14,5% nachbereitenden Veranstaltungen.
- Zwei Drittel der Befragten (66,7%) sprechen sich in hohem oder sehr hohem Maße für verstärkte professionelle Tätigkeit von Kulturschaffenden aus. In Bezug auf verstärkte ehrenamtliche Tätigkeit sind das dagegen nur knapp die Hälfte (48,8%).
- In Bezug auf sechs erfragte Kulturbereiche (Festspiele/Festivals, Ausstellungen/Museen, Bühnenkunst/Theater, Kino, Musikveranstaltungen/Konzerte, Literaturveranstaltungen) sind die Befragten mehrheitlich der Ansicht, diese würden ausreichend öffentlich gefördert.
- In einem Bewertungsvergleich verschiedener Berufsgruppen, bezogen auf die Wichtigkeit für die Gesellschaft, werden ehrenamtliche Kulturschaffende zwar – wie 15 von 18 erfragten Berufsgruppen – durchaus positiv bewertet. Vergleichsanalysen zeigen jedoch, dass Kulturschaffende als Amateure (die den 14. Rangplatz einnehmen), signifikant geringer bewertet werden als nachfolgend genannte Berufsgruppen (welche davorliegenden Ränge einnehmen): medizinische Dienstleistungsberufe, pädagogisch-soziale Dienstleistungsberufe, Wissenschaftler/innen, Techniker/innen, Fachkräfte in Landwirtschaft und Fischerei, Bürokräfte und kaufmännische Angestellte, serviceorientierte Dienstleistungsberufe, Hilfsarbeitskräfte, Führungskräfte der Privatwirtschaft, Verkäufer/innen und professionelle Kulturschaffende.
- Kulturförderung wird überwiegend befürwortet, weil sie einen gesellschaftlichen Mehrwert kreiert, gefolgt von der Begründung, sie fördere die nationale und internationale Reputation. Diese beiden Hauptbegründungen kommen durch die Rangreihe der Einzelstatements zum Ausdruck und werden zudem faktorenanalytisch bestätigt.

Welche bi- und multivariaten Zusammenhänge konnten für diese Stichprobe aufgezeigt werden?

- Wer Kulturveranstaltungen aus Entspannungsgründen besucht, gibt mehr Geld für Kultur aus.
- Wer mehr Geld für Kultur ausgibt, besucht häufiger Kulturveranstaltungen.
- Wer kulturelle Aktivitäten als Hobby intensiv ausübt, besucht häufiger Kulturveranstaltungen.
- Wer häufiger Kulturveranstaltungen besucht, nimmt häufiger internationale Künstler wahr.
- Wer häufiger Kulturveranstaltungen besucht, ist eher der Ansicht, es sei wichtig, Kindern Kultur nahezubringen.
- Wer meint, Kultur würde *nicht* ausreichend gefördert, ist eher der Ansicht, es sei wichtig Kindern Kultur nahezubringen.
- Wer Kulturveranstaltungen aus Bildungsgründen besucht, ist *seltener* der Ansicht, lokale Kultur würde ausreichend gefördert.
- Frauen mit hoher Schulbildung besuchen häufiger kulturelle Veranstaltungen als Männer mit hoher sowie Frauen und Männer mit niedriger Schulbildung.
- Frauen besuchen kulturelle Veranstaltungen vorwiegend aus emotional anregenden Motiven (Besonderheit, Entspannung, Unterhaltung).
- Frauen halten Kulturförderung für gesellschaftlich wertvoller als Männer; Männer lehnen dagegen Kulturförderung signifikant stärker ab als Frauen.
- Österreichische Staatsbürger/innen sind mit den lokalen Kulturangeboten zufriedener als Befragte ohne österreichische Staatsbürgerschaft.
- Je älter die Befragten sind, desto zufriedener sind sie mit den regionalen Kulturangeboten.



- Wer mehr Kinder hat, mit ihnen lebt, jünger ist und häufiger selbst kulturelle Hobby-Aktivitäten ausübt, gibt auch mehr Geld für „Kinder und Kultur“ aus.
- Wer Massenmedien und Neue Medien verstärkt für Kulturzwecke nutzt, besucht Kulturveranstaltungen eher aus kognitiven Gründen (Information, Bildung, Ästhetik).
- Wer mit der aktuellen eigenen Finanzlage eher unzufrieden ist, führt vermehrt Gründe gegen das lokale Kulturangebot an.
- Wer ehrenamtliche Tätigkeit von Kulturschaffenden verstärkt ablehnt, befürwortet eher deren professionelle Tätigkeit.
- Wer länger am Wohnort lebt, lehnt eher Kulturförderung ab.
- Wer älter ist, lehnt eher Kulturförderung ab.
- Wer eine geringe und mittlere Schulbildung vorweist, lehnt eher Kulturförderung ab.
- Wer in Gemeinden mit mehr als 10.000 Einwohnern lebt, bewertet den gesellschaftlichen Wert von Kulturförderung höher als Befragte aus Gemeinden mit 2.001 bis 3.000 Einwohnern und trendhaft höher als Befragte aus Gemeinden mit 3.001 bis 10.000 Einwohnern.

Fazit

Die Studie konnte erstmals für Vorarlberg Hintergründe und Zusammenhänge von Kulturnutzung, Kulturschaffen und Kulturbewertung umfassend erkunden und damit Anhaltspunkte für die weiterführende Diskussion bieten. Methodisch betrachtet, benötigt künftig eine repräsentative Umfrage einen umfangreicheren Rücklauf - und damit umfangreichere Ressourcen - um die hier entwickelten Analysen zu replizieren und inferenzstatistisch für ganz Vorarlberg zu verallgemeinern. Die verzerrte Teilstichprobe der eher kulturaffinen Bevölkerung mit gehobenem Bildungs- und Berufsstatus stellt jedoch trotz eines elaborierten Anspruchs breitester gesellschaftlicher Kulturdurchdringung durchaus eine bedeutende Anspruchsgruppe dar. Bereits deren Motive, Einstellungen und Handlungsweisen zu kennen, sollte sich als hilfreich erweisen, um Kulturangebote für Vorarlberg bedarfsgerecht weiterzuentwickeln.

3. Methodische Grundlagen

3.1 Erkenntnisleitende Fragestellung

Die vorliegende Studie verfolgt das Richtziel, erstmals Daten zur aktiven Kulturausübung sowie zur passiven Kulturnutzung der Vorarlberger Bevölkerung zu erheben. Im Kontext der Auftragsgestaltung entstanden bereits einzelne thematische Schwerpunkte. Nach Abklärung des Auftrags führte die Fachhochschule Vorarlberg mit sechs Vertreterinnen und Vertretern der regionalen Kulturszene einen Workshop durch, auf dem das Richtziel in Bezug auf konkrete Dimensionen und Fragestellungen im Detail ausgearbeitet wurde. Am Workshop nahmen teil:

- Mag. Dr. Juliane Alton - Geschäftsführerin IG Kultur Vorarlberg,
- Hülya Aydin - Interkultureller Verein Motif,
- Dagmar Ullmann-Bautz - Geschäftsführerin des Landesverbands für Amateurtheater,
- Mag. Sabine Benzer - Geschäftsführerin des Kulturkreises Felkirch / Theater am Saumarkt und Schriftführerin der IG Kultur Vorarlberg,
- Prof. (FH) Dr. Frederic Fredersdorf - Fachhochschule Vorarlberg, Leiter Forschungsbereich Sozial- und Wirtschaftswissenschaften,
- Dr. Werner Grabher - Abteilungsvorstand Kultur, Land Vorarlberg,
- DI Johannes Rausch - Theater der Figur und Obmann der IG Kultur Vorarlberg.

Die Diskussion im Workshop berücksichtigte vergleichbare Kulturstudien aus dem deutschsprachigen Raum (Mandel 2003; Depner-Berger 2008; Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI e.V. 2009) sowie spezifische Erkenntnisinteressen der Vorarlberger Kulturschaffenden. Es entstanden fünf erkenntnisleitende Dimensionen und darauf bezogene Fragestellungen:



1. Besuch und Bewertung kultureller Veranstaltungen und Einrichtungen:
Welche Veranstaltungen wurden wie oft besucht?
Wie zufrieden sind die Befragten mit dem Kulturangebot?
Was bewegt sie, Kulturveranstaltungen zu besuchen?
Welche Rahmenbedingungen sind für den Besuch von Kulturveranstaltungen bedeutsam?
2. Art und Umfang der eigenen kulturellen Betätigung:
Wie viel Zeit wird für kulturelle Hobbys verwendet?
Wird Kulturschaffen beruflich ausgeübt?
In welchem Umfang werden Medien für Kulturzwecke verwendet?
3. Kulturbildung für Kinder:
Wie wird Kulturbildung für Kinder bewertet und realisiert?
4. Kulturvermittlung und Kulturförderung:
Welche Bedeutung haben kulturbildende Veranstaltungen im Umfeld kultureller Veranstaltungen?
Wie werden Kulturschaffende bewertet?
Wie wird Kulturförderung bewertet?
5. Sozio-demographische Faktoren:
Was kennzeichnet die Befragten?
Sind die Befragten für Vorarlberg repräsentativ?

Die Studie beschreibt schwerpunktmäßig die oben genannten Aspekte für die Befragten. Aufgrund des nicht repräsentativen Rücklaufs (vgl. Kap. 3.4) dient die Untersuchung als so genannte „explorative“ quantitative Studie, mit der erstmalig Zustände beschrieben und aufgestellte Forschungsfragen erkundet werden (vgl. Bortz & Döring 2006: 371-380). *„Empirisch-quantitative Explorations-Strategien nutzen quantitative Daten unterschiedlicher Herkunft, um aus ihnen neuen Ideen und Hypothesen abzuleiten. Im Unterschied zu explanativen Untersuchungen berücksichtigen explorative Untersuchungen tendenziell mehr Variablen und beinhalten umfangreichere, in der Regel auch grafische Datenanalysen ... Zur zusammenfassenden und übersichtlichen Darstellung der Ergebnisse einer Stichprobenuntersuchung sind die bekannten Verfahren der deskriptiven Statistik geeignet ...“* (ebd.: 369; 371).

Über die deskriptive Analyse hinaus geht es bei der vorliegenden Untersuchung auch darum, begründete Forschungsfragen nach Unterschieden bzw. Zusammenhängen mittels diverser Hypothesentests erstmals zu prüfen. Dieser Teil der Studie trägt zur Theoriebildung bezüglich Kulturnutzung und Kulturaktivität bei und reichert zudem die Diskussion in der Praxis an. Im Dialog mit der IG Kultur entstanden daher vorab der statistischen Prüfung Forschungsfragen, welche in Hypothesen reformuliert und statistischen Signifikanztests unterzogen wurden:

- a) Unterscheiden sich Menschen, die häufig Kulturveranstaltungen besuchen von jenen, die selten Kulturveranstaltungen besuchen in Bezug
 - auf ihre Zufriedenheit mit dem lokalen, regionalen und überregionalen Kulturangebot,
 - darauf, eher regionale oder eher internationale Künstler wahrzunehmen?
 - auf die Intensität der eigenen Kulturausübung?
 - darauf, kulturelle Bildung für Kinder zu befürworten?
- b) Unterscheiden sich Menschen, die viel Geld für Kulturveranstaltungen ausgeben von jenen, die wenig Geld dafür ausgeben in Bezug auf
 - die Häufigkeit des Besuchs von Kulturveranstaltungen,
 - ihre Zufriedenheit mit dem lokalen, regionalen und überregionalen Kulturangebot,
 - ihre Motive kulturelle Veranstaltungen oder Einrichtungen zu besuchen,
 - Gründe, das lokale Kulturangebot eher seltener zu nutzen?
- c) Unterscheiden sich Menschen, die der Ansicht sind, Kultur würde ausreichend gefördert von jenen, die der gegenteiligen Ansicht sind in Bezug auf
 - die Häufigkeit des Besuchs von Kulturveranstaltungen,
 - ihre Zufriedenheit mit dem lokalen, regionalen und überregionalen Kulturangebot,
 - ihre Motive kulturelle Veranstaltungen oder Einrichtungen zu besuchen,
 - die Höhe der Geldausgaben für Kulturveranstaltungen,
 - Gründe, das lokale Kulturangebot eher seltener zu nutzen?
 - auf die Intensität der eigenen Kulturausübung?
 - darauf, kulturelle Bildung für Kinder zu befürworten?



- d) Gibt es sozio-demographische Unterschiede (Geschlecht, Alter, Bildungsstand, Staatsbürgerschaft, Berufstätigkeit, Wohnortgröße, finanzielle Lage, Lebensform, Kinderzahl) in Bezug auf
- die Häufigkeit des Besuchs von Kulturveranstaltungen,
 - die Zufriedenheit mit dem lokalen, regionalen und überregionalen Kulturangebot,
 - die Höhe der Geldausgaben für Kulturveranstaltungen,
 - die Höhe der Geldausgaben für kulturelle Aktivitäten der Kinder innerhalb und außerhalb der Schule,
 - die Motive kulturelle Veranstaltungen oder Einrichtungen zu besuchen,
 - Gründe, das lokale Kulturangebot eher seltener zu nutzen.
- e) Unterscheiden sich Menschen, welche die Einschätzung haben, dass Kulturschaffende *nicht* ehrenamtlich tätig sein sollten von jenen, die diese Ansicht nicht teilen in Bezug darauf die Professionalisierung von Kulturschaffenden zu befürworten?
- f) Welche sozio-demographischen und persönlichkeitspezifischen Prädiktorenvariablen bilden ein signifikantes Modell dafür, vermehrt Geld für kulturelle Angebote auszugeben? Bei n=142 werden maximal 11 Variablen im Ausgangsmodell mittels Schrittweiser Multipler Regression geprüft.
- g) Gibt es spezifische gruppierte Faktoren als Begründung für Kulturförderung? Mittels Faktorenanalyse werden die 14 Items zu den Gründen für Kulturförderung (Frage 26) daraufhin multivariat untersucht, ob sich spezifische Begründungs-Gruppierungen darstellen lassen und ob sie sozio-demographischen Einflüssen unterliegen.

3.2 Das Befragungsinstrument

Die Workshopergebnisse wurden in einen standardisierten schriftlichen Fragebogen mit überwiegend quantitativer Form transformiert, der folgenden Variablen enthält (siehe Kap. 8):

1. Besuch und Bewertung kultureller Veranstaltungen und Einrichtungen:
 - Häufigkeit des Veranstaltungsbesuchs im letzten Jahr,
 - Zufriedenheit mit dem Kulturangebot,
 - Motivation zum Besuch von Kulturveranstaltungen,
 - Rahmenbedingungen für den Besuch von Kulturveranstaltungen,
 - Finanzielle Ausgabenbereitschaft für den Besuch von Kulturveranstaltungen,
 - Gründe für seltene Kulturnutzung,
 - Fehlende Kulturangebote,
 - Besuch regionaler, nationaler, internationaler Künstler,
 - Besuch lokaler, regionaler und überregionaler Veranstaltungen.
2. Art und Umfang der eigenen kulturellen Betätigung
 - Wöchentliches Stundenausmaß für kulturelle Hobbys,
 - Kulturelle Berufsausübung,
 - Umfang aktiver Kulturausübung in der Freizeit,
 - Nutzungsumfang von Medien für kulturelle Zwecke.
3. Kulturbildung für Kinder
 - Beeinflussung des eigenen Kulturverständnisses,
 - Bewertung der Kulturförderung für Kinder,
 - Finanzielle Kulturausgaben für Kinder,
 - Möglichkeiten der Kulturerziehung.
4. Kulturvermittlung und Kulturförderung
 - Vor- und Nachbereitung von Kulturveranstaltungen für das Publikum,
 - Materielle und immaterielle Unterstützung für Kulturschaffende,
 - Bewertung und Begründung von Kulturförderung,
 - Bewertung von Kulturschaffenden im Vergleich mit anderen Berufsgruppen.



5. Sozio-demographische Faktoren der Befragten

- Alter / Geschlecht / Erwerbstätigkeit / Wochenarbeitszeit / Höchster Schulabschluss / Haushalts-Nettoeinkommen / Lebensform / Staatsangehörigkeit / Berufliche Stellung / Wohndauer am aktuellen Wohnort.

Nach der Ausformulierung und dem Layout des Fragebogens beteiligten sich die Kulturschaffenden aus dem Entwicklungsworkshop zwischen Mai und Juni 2010 an einem Pretest des Instruments. Anhand der Verbesserungsvorschläge reformulierte die FHV einige Fragen und Antworten und entwarf den Text für ein Begleitschreiben. Insgesamt besteht der Fragebogen aus einem Anschreiben und 42 Fragen zu den oben genannten Aspekten mit einem Gesamtumfang von 14 Seiten (vgl. Kap. 8).

3.3 Stichprobenziehung, Rücklauf, Repräsentativität und Datenschutz

Stichprobenziehung: Die Stichprobe wurde als Telefonstichprobe nach dem Zufallsverfahren gezogen. Grundlage bildete das im Jahr 2010 aktuelle Vorarlberger Telefonbuch, in dem nach einem standardisierten Vorgehen eine Stichprobe von 1.001 Personen identifiziert wurde.¹ Die IG Kultur übernahm im Sommer 2010 den Druck der Fragebögen, deren Versand, die Rücklaufkontrolle einschließlich Nachfassaktion und die Dateneingabe. Jede Person aus der Stichprobe erhielt den Fragebogen postalisch zugesandt inklusive eines Anschreibens und eines frankierten, anonymen Rückumschlags, der an die IG Kultur ging. Letztlich sandte die IG Kultur die in Excel eingegebene Datenmaske an die Fachhochschule Vorarlberg, welche die Daten in PASW 18 übertrug und analysierte.

Rücklauf: Es antworteten 142 von 1.001 angeschriebenen Vorarlbergerinnen und Vorarlbergern, wobei aufgrund postalischer Fehladressen ein Ausfall von 67 Personen zu verzeichnen ist. Demnach beträgt der Rücklauf 15,2% (142 von 934). Diese Quote ist für Bevölkerungsumfragen üblich, so wurde beispielsweise bei der Befragung zum Bürgerschaftlichen Engagement und Sozialkapital in Vorarlberg aus dem Jahr 2010 ein Rücklauf von 16,5% erzielt (Fredersdorf, Roux & Lorünser 2010: 24).

Repräsentativität: Generalisierbare Aussagen, also z.B. die Verallgemeinerbarkeit von Untersuchungsergebnissen für eine Region, benötigen so genannte „repräsentative“ Stichproben. Stichproben sind für eine Grundgesamtheit dann „repräsentativ“, wenn

- a) es sich - wie hier - um eine echte Zufallsstichprobe oder um eine nach Merkmalen der Grundgesamtheit geschichtete Zufallsstichprobe handelt,
- b) die Verteilung einiger zentraler Merkmale in der Grundgesamtheit bekannt ist und die Stichprobe entweder entsprechend gezogen oder entsprechend korrigiert werden kann, und
- c) wenn die Verteilung dieser Merkmale in der endgültigen Stichprobe dann annähernd der Verteilung in der Grundgesamtheit entspricht.

Dabei ist die Größe der Stichprobe für die Weite der mit ihr zu treffenden Aussage kaum relevant: *„Sofern die Größe der Grundgesamtheit N nicht sehr klein ist, spielt sie bei der Bestimmung der Stichprobengröße eine zu vernachlässigende Rolle. Damit bleibt der erforderliche Stichprobenumfang praktisch gleich, ob man nun die Bevölkerung eines ganzen Landes oder nur einer Stadt erfassen will.“* (Atteslander 2008: 264). Eine Stichprobe von 1.001 Personen könnte damit von ihrer Größe her durchaus repräsentativ sein. Allerdings ist damit nur eine der notwendigen Bedingungen erfüllt. Denn wie Dieckmann darlegt, wird der Begriff „Repräsentativität“ oft falsch interpretiert und als generelle Gleichheit der Stichprobe mit der Grundgesamtheit angesehen. „Repräsentativität“ entsteht aber nur, wenn in der Grundgesamtheit bekannte Merkmalsverteilungen miteinander *kombiniert* und mit der Verteilung derselben Merkmalskombination in der Stichprobe verglichen werden. Dieses Vorgehen gerät bei kleinen Stichproben rasch an seine Grenzen, denn

- a) keine endliche Stichprobe kann in allen - noch nicht mal in allen für eine Untersuchung relevanten - Kriterien die Grundgesamtheit in Kombination exakt abbilden, zumal diese meist auch nicht für die Grundgesamtheit bekannt sind;
- b) bereits bei der Kombination von nur zwei Merkmalen (z.B. Alter und Geschlecht) entstehen viele Unter-Zellen, die für einen statistischen Vergleich bei „kleinen“ Stichproben oft unterbelegt sind (siehe unten).

¹ In die Stichprobe wurde jeweils eine Person am unteren Ende der ersten Spalte einer Seite aufgenommen. Nicht aufgenommen wurden Adressen, die an dieser Stelle in Form einer Werbegrafik dargestellt waren. Nach Durchgang aller Seiten wurde die Stichprobe mit der jeweils untersten Person der dritten Spalte bis zur Zahl 1.001 vervollständigt.



Gegen absolute Repräsentativität sprechen also die hohe Anzahl untersuchungsrelevanter Kriterien, die oft deutlich geringere Anzahl an Befragten innerhalb einer Stichprobe in Relation zur Grundgesamtheit (was eine Kombination von mehreren Variablen unmöglich werden lässt) und die Unkenntnis über die Verteilung bestimmter Merkmale in der Grundgesamtheit (wie z.B. Mittelwerte oder Varianzen von Werthaltungen): „Eine Stichprobe ‚repräsentiert‘ ... niemals sämtliche Merkmalsverteilungen der Population. Das ist bereits aus logischen Gründen für die Kombination weniger Merkmale ausgeschlossen.“ (Dieckmann 1998: 368). „Relative“ Repräsentativität kann jedoch gegeben sein, wenn – wie gesagt – einige wenige relevante und miteinander kombinierte Merkmale zwischen Stichprobe und Grundgesamtheit gleichverteilt vorliegen. Dieser Schritt wird im Folgenden anhand der kombinierten Merkmale Alter und Geschlecht für die vorliegende Studie vollzogen. In Bezug auf die reine Geschlechtsverteilung kommt die Stichprobe der Grundgesamtheit zwar sehr nahe (Stichprobe: 50,7% Frauen, 49,3% Männer / Grundgesamtheit mit Hauptwohnsitz im September 2010: 50,72% Frauen, 49,27% Männer, vgl. Amt der Vorarlberger Landesregierung 2010); es zeigen sich aber deutliche Unterschiede in den Altersklassen von Männern und Frauen.

Nachstehend wird darum die Annahme der Repräsentativität für die hiesige Zufallsstichprobe von 142 Personen anhand der *kombinierten* Merkmale Alter und Geschlecht im Vergleich zur Verteilung in der Grundgesamtheit präsentiert. Deren kombinierte Verteilung in der Grundgesamtheit ist durch die quartalsmäßige Bevölkerungsstatistik Vorarlbergs bekannt; als Maßstab wurde die Bevölkerungsstatistik vom September 2010 gewählt (Amt der Vorarlberger Landesregierung, Landesstelle für Statistik, 30.09.2010). Dementsprechend teilt sich die Altersvariable in 14 Fünfjahres-Klassen ein, was insgesamt 28 Zellen für die kombinierte Verteilung ergibt. Die folgende Tabelle zeigt zwei Vergleichsaspekte: a) die geschlechtsspezifische Prozentwertverteilung der Vorarlberger Bevölkerung ab 15 Jahren zum 30.09.2010 auf die 14 Altersklassen, b) die geschlechtsspezifische Prozentwertverteilung der Stichprobe auf dieselbe Verteilung. Bereits anhand der prozentualen Verteilung wird deutlich, dass sich die Häufigkeiten der Klassen zwischen Stichprobe und Grundgesamtheit unterscheiden, womit Repräsentativität in Bezug auf die kombinierten Merkmale Alter und Geschlecht nicht gegeben ist.

Altersklassen, die in der Stichprobe mehr als 3% nach oben abweichen sind in der Tabelle grün hinterlegt und jene, die in der Stichprobe mehr als 3% nach unten abweichen, in altrosa.

Tab. 1: Verteilung von Stichprobe und Grundgesamtheit nach Alter und Geschlecht

Altersklasse	Männliche Bevölkerung Vorarlbergs Stichtag: 30.09.2009		Weibliche Bevölkerung Vorarlbergs Stichtag: 30.09.2009	
	Grundgesamtheit %	Stichprobe	Grundgesamtheit %	Stichprobe
15 bis unter 20	8,37	2,99	7,46	2,82
20 bis unter 25	7,93	2,99	7,27	1,41
25 bis unter 30	8,23	4,48	7,98	4,23
30 bis unter 35	7,99	0,00	7,72	5,63
35 bis unter 40	8,83	5,97	8,47	14,08
40 bis unter 45	10,26	10,45	9,63	15,49
45 bis unter 50	10,35	14,93	9,51	19,72
50 bis unter 55	8,52	13,43	8,08	8,45
55 bis unter 60	6,84	8,96	6,94	5,63
60 bis unter 65	6,54	14,93	6,32	5,63
65 bis unter 70	5,36	8,96	5,59	2,82
70 bis unter 75	4,60	4,48	5,07	2,82
75 bis unter 80	2,99	5,97	3,85	4,23
80 bis unter 85	3,19	1,49	6,11	7,04



Grundsätzlich könnten Befragte aus den unter- und überrepräsentierten Zellen durch entsprechende Multiplikation aller ihrer Variablenwerte der Grundgesamtheit angeglichen werden. Aus zwei Gründen wird hier jedoch auf dieses Verfahren verzichtet: Zum einen liegen dafür in unterrepräsentierten Zellen zu wenig absolute Antworten vor (so bestehen z.B. die 20 bis 24jährigen Frauen in der Stichprobe nur aus einer Person die dann fälschlich für alle Frauen Vorarlbergs in dieser Altersklasse stehen würde). Zum anderen würde dieses aufwändige Verfahren den gesteckten Rahmen sprengen.

Wegen der fehlenden Repräsentativität wird im Rahmen der beschreibenden Analysen (Kap. 4) auf inferenzstatistische, d.h. auf die Grundgesamtheit hochrechnende, Ergebnisse verzichtet. So verbietet es sich auch aus den genannten methodischen Gründen, die Maßzahlen für die Allgemeinbevölkerung zu verallgemeinern! Dennoch sind die Ergebnisse nicht obsolet, denn sie bieten erstmals einen Einblick in die Vorarlberger Situation, reichern die theoretische Debatte um das regionale Kulturschaffen und die Kulturnutzung der Vorarlberger Bevölkerung an und können durchaus als vorläufige Anhaltspunkte für die Weiterentwicklung genutzt werden.

Datenschutz: Der Datenschutz wurde in vierfacher Form gewährleistet: Ersten kamen nur jene Adressdaten in Frage, deren Adressdaten bereits andernorts veröffentlicht wurden. Zweitens wurde die Stichprobendatei ausschließlich für das Anschreiben genutzt, drittens keiner sonstigen Person oder Institution weitergeleitet, und viertens wurde sie nach vollzogenem Rücklauf aus der EDV gelöscht.

3.4 Fehlende Werte

Fehlende Werte (engl.: Missing Values) entstehen im Datensatz, wenn eine Frage nicht oder methodisch falsch beantwortet wurde (z.B. indem das Kreuz zwischen zwei Kästchen gesetzt wird). Die Höhe der fehlenden Werte sagt stets etwas über die Bereitschaft der Befragten aus, eine Frage bzw. den gesamten Fragebogen zu akzeptieren. Für eine nicht gegebene Antwort können mehrere Motive vorliegen, z.B. kann der gefragte Inhalt abgelehnt werden, weil er zu „delikat“ ist, oder die Frage trifft auf die Person nicht zu oder die Person verliert (v.a. gegen Ende) das Interesse an der Befragung.

Um einzuschätzen, wie hoch der Anteil fehlender Werte ist, wird über zentrale quantitative Items der Kulturstudie eine Missing-Value-Analyse durchgeführt:

- Bei 185 geprüften Items liegen durchschnittlich 17,5% fehlende Werte vor, was eine leicht erhöhte Ausfallquote darstellt. Allerdings verzeichnet sich der höchste Ausfall mit jeweils über 95% bei neun Items, die sich auf das aktive Ausüben von Kulturtätigkeiten beziehen, was insofern logisch ist, als wohl kaum jemand alle neun Bereiche zugleich als Hobby praktizieren wird.
- Ohne diese neun Items ergibt sich eine durchschnittliche Ausfallquote von 13,4%, die damit im üblichen Rahmen liegt.
- Hohe Ausfallquoten von 35% bis über 80% sind zudem bei den 14 Items aus Frage 9 zu verzeichnen. Diese Items beziehen sich auf die Nennung von Gründen, warum das lokale, regionale und überregionale Kulturangebot eher selten genutzt wird. Werden diese 14 Items ebenfalls aus der Analyse ausgeklammert reduziert sich die Ausfallquote auf 9,5%.
- Interessanterweise ist bei den sozio-demographischen Variablen nur eine sehr geringe Ausfallquote von 4,4% zu verzeichnen. Fragen zu soziodemographischen Aspekten werden von Befragten oft als heikel empfunden, weswegen sie wegen zu erwartender Reaktanz i. d. R. am Ende eines Fragebogens platziert sind. Die 13 sozio-demographischen Items dieser Studie werden damit durchschnittlich von 95,6% der Befragten beantwortet, was für den persönlichen Bereich als ungewöhnlich hoch zu bewerten ist. Den höchsten Ausfall verzeichnet mit 22,5% dabei die Frage nach der wöchentlichen Arbeitszeit; der Wert dürfte allerdings nur bedingt auf Reaktanz zurückzuführen sein, sondern eher darauf, dass sich auch Vorarlberger/innen an der Studie beteiligten, die nicht im Berufsleben stehen.

Insgesamt gesehen, deuten die relativ geringen fehlenden Werte darauf hin, dass die Befragten hochmotiviert sind, sich bis zum Ende des Fragebogens an der Studie zu beteiligen. Das ist sowohl inhaltlich wie aus methodischen Gründen zu begrüßen, da somit für gehobene Datenanalysen ausreichend Probanden verfügbar sind.



3.5 Reliabilität

Reliabilität ist nach der Objektivität des methodischen Verfahrens das zweite zentrale Gütekriterium quantitativer Sozialforschung. Es stellt die „Messgenauigkeit“ oder auch „Präzision“ des Messinstruments dar, mit dem der Untersuchungsgegenstand gemessen wird (vgl. Bortz & Döring 2006: 196). Statistische Programme bieten nun die Möglichkeit an, die Reliabilität eines Datensatzes bei ordinal- und intervallskalierten Variablen mit der Split-Half-Methode zu messen und zu bewerten. Diese Methode wird hier in Bezug auf mindestens ordinal skalierte Fragen angewandt, welche *dieselbe* Formatierungsart vorweisen (vgl. Bühl 2010: 545 f).

Die Reliabilität des hier eingesetzten Fragebogens ist mehrheitlich in mittlerem bis hohem Maße gegeben. Das bedeutet, die Zuverlässigkeit des Bogens ist zwar annehmbar, könnte aber künftig ggf. durch Reduktion der Fragen oder weitere Umformulierungen erhöht werden. Werte ab 0,8 weisen dabei auf eine sehr hohe Reliabilität hin, Werte zwischen 0,7 und 0,8 auf eine hohe und Werte zwischen 0,6 bis 0,7 auf eine mittlere (vgl. ebd.: 552).

Die Reliabilitätsanalysen sind nachstehend in absteigender Reihung nach dem Guttman-Split-Half-Koeffizienten sortiert:

- 9 Items zur Frage A8: Split-Half-Reliabilität nach Guttman = 0,906 / Cronbachs Alpha Teil 1 = 0,798, Cronbachs Alpha Teil 2 = 0,805.
- 6 Items zur Frage A4: Split-Half-Reliabilität nach Guttman = 0,692 / Cronbachs Alpha Teil 1 = 0,618, Cronbachs Alpha Teil 2 = 0,602.
- 6 Items zur Fragen A1: Split-Half-Reliabilität nach Guttman = 0,684 / Cronbachs Alpha Teil 1 = 0,69, Cronbachs Alpha Teil 2 = 0,6.
- 11 Items zur Frage B16: Split-Half-Reliabilität nach Guttman = 0,684/ Cronbachs Alpha Teil 1 = 0,639, Cronbachs Alpha Teil 2 = 0,693.
- 48 Items zu den Fragen D23 bis D26: Split-Half-Reliabilität nach Guttman = 0,682 / Cronbachs Alpha Teil 1 = 0,773, Cronbachs Alpha Teil 2 = 0,815.
- 5 Items zur Frage B15: Split-Half-Reliabilität nach Guttman = 0,665 / Cronbachs Alpha Teil 1 = 0,705, Cronbachs Alpha Teil 2 = 0,819.
- 20 Items zu den Fragen A5 und A6: Split-Half-Reliabilität nach Guttman = 0,638 / Cronbachs Alpha Teil 1 = 0,72, Cronbachs Alpha Teil 2 = 0,66.
- 11 Items zur Frage C17: Split-Half-Reliabilität nach Guttman = 0,451 / Cronbachs Alpha Teil 1 = 0,204, Cronbachs Alpha Teil 2 = 0,327.

4. Ergebnisse

4.1 Sozio-demographische Merkmale der Stichprobe

Ausführliche Angaben zur Alters- und Geschlechtsverteilung lieferte bereits Kapitel 3.4. In Bezug auf weitere sozio-demographischen Merkmale verteilt sich die Stichprobe wie folgt.² Werden die Variablen gesamt betrachtet, bildet die Stichprobe vermutlich eine bestimmte kulturaffene Bevölkerungsschicht in Vorarlberg ab, die *nicht* mit der Allgemeinbevölkerung gleichzusetzen ist. Denn die Befragten setzen sich überdurchschnittlich aus gebürtigen Österreicherinnen und Österreichern mit gehobenem und höherem Berufsstatus, höchstem und hohem Bildungsstand und einer überproportionalen Altersbreite von 35 bis 69 Jahren zusammen. Die Stichprobe stammt schwerpunktmäßig aus Städten und Gemeinden mit über 10.000 bzw. 3.001 bis 10.000 Einwohnern, weist mittlere Einkommen von 1.501 bis 3.500 € vor und wohnt mehrheitlich seit knapp 30 Jahren an ihrem Wohnort.

- **Wochenarbeitszeit:** Durchschnittlich sind die Befragten 32,3 Stunden in der Woche berufstätig. Die Spannweite reicht von Null bis zu 80 Stunden in der Woche.³ Der am häufigsten genannte Wert sind 40 Arbeitsstunden pro Woche. Der Median teilt 50% der Stichprobe bei 38,5 Wochenstunden. Die

² Die Analyseergebnisse sind unter Ausschluß der fehlenden Werte dargestellt.

³ Hierbei wurden bereits Extremwerte von 168 und 120 Stunden aus der ausschließlich angekreuzten Kategorie „Hausfrau/-mann“ (ohne Angabe von Erwerbstätigkeit) von der Kalkulation ausgeschlossen.



Kurve ist nicht normalverteilt, ⁴ Werte im niedrigen Bereich und im Bereich von 40 bis 43 Wochenstunden liegen deutlich oberhalb und Werte von 1 bis 20 deutlich unterhalb der potentiellen Normalverteilungskurve.

- **Höchster Bildungsabschluss:** Befragte mit FH- oder Universitätsabschlüssen sind mit 27% am häufigsten vertreten, gefolgt von 22,5% von Personen mit Berufsschulabschluss, 15,3% mit Fachschulabschluss *ohne* Matura/Abitur, 13,5% mit Fachschulabschluss *mit* Matura/Abitur, 9% mit Akademieabschluss, 8,1% mit Gymnasialabschluss und 4,5% mit Hauptschulabschluss.
- **Haushaltseinkommen:** Befragte mit einem *Haushaltseinkommen* (netto) zwischen 1.501 und 2.500 € sind am stärksten vertreten (30,5%), gefolgt von den Einkommensklassen 2.501-3.500 € (22,9%), 751-1.500 € (16%), 3.501-4.500 € (10,7%), 4.501-5.500 € (9,2%), bis 750 € (7,6%) und über 5.500 € (3,1%). Mit ihrer Finanzsituation sind knapp die Hälfte der Befragten (48,2%) sehr zufrieden 29,2% eher zufrieden, 13,9% eher unzufrieden und 7,3% sehr unzufrieden. Zwischen Einkommenshöhe und finanzieller Zufriedenheit besteht ein hochsignifikanter Zusammenhang mittlerer Stärke. ⁵ Das bedeutet, je niedriger das Einkommen, desto unzufriedener sind die Befragten mit ihrer aktuellen finanziellen Situation.
- **Familienstand:** Familien/Paare mit Kind/ern sind unter den Befragten am häufigsten vertreten (39,7%) gefolgt von Paaren ohne Kind/er (25,7%) und Alleinlebende ohne Kind/er (22,8%). Weitere Lebensformen (alleinlebend mit Kind/ern, Mitglieder einer Wohngemeinschaft oder eines anderen Familienverbands, einer anderen Lebensform) sind zwischen 1,5% und 4,4% vertreten.
- **Wohnortgröße:** Die Stichprobe stammt speziell aus den größeren Gemeinden oder Städten Vorarlbergs. Die Hälfte (50,4%) stammt aus Wohnorten mit über 10.000 Einwohnern und 28,8% wohnen in einer Gemeinde von 3.001-10.000 Einwohnern (2.001-3.000 Einwohner = 9,4%, 1.001-2.000 Einwohner = 7,9%, bis zu 1.000 Einwohner = 3,6%).
- **Wohndauer:** Die Befragten leben im Schnitt knapp drei Jahrzehnte (29,6 Jahre) an ihrem derzeitigen Wohnort. Die Gruppe der Befragten, die über 35 Jahre an ihrem derzeitigen Wohnort leben, ist mit 35% am stärksten vertreten (31-35 Jahre = 7,3%, 26-30 Jahre = 10,9%, 21-25 Jahre = 4,4%, 16-20 Jahre = 13,9%, 11-15 Jahre = 9,5%, 6-10 Jahre = 12,4% und 1-5 Jahre = 6,6%).
- **Staatsangehörigkeit und Geburtsort:** Die Befragten sind mit großer Mehrheit österreichische Staatsbürger (96,4%). Deutsche, Schweizer, Liechtensteiner und sonstige EU-Bürger machen nur 3,5% der Stichprobe aus. Bürgerinnen und Bürger mit weiteren Staatsbürgerschaften sind nicht in der Stichprobe vertreten. Ähnlich stellt sich die Situation in Bezug auf den Geburtsort der Befragten dar: In Österreich sind 92,8% geboren, in Deutschland, der Schweiz, Liechtenstein und der weiteren EU insgesamt 7,2%.
- **Berufliche Stellung:** Die Kategorien zum Berufsstand sind in vier Stufen zusammengefasst. ⁶ Demnach bekleiden 31,1% der Befragten eine höhere, 43,7% eine gehobene, 21,8% eine mittlere und 3,4% eine niedrige berufliche Position. Am häufigsten vertreten sind mittlere Angestellte (31,1%), gefolgt von höheren Angestellten (21%) und gehobenen Beamten (7,6%). Alle anderen Berufsstände sind zwischen 2,5% und 6,7% in der Stichprobe vertreten.

⁴ Kolmogorov-Smirnov: $p = 0,000$

⁵ Bivariater Korrelationstest, $r = 0,515$, $p = 0,000$

⁶ 1.: un-/angelernte/r Arbeiter/in / 2.: Facharbeiter/in + Angestellt: Angelernte, einfache Fachkraft + Beamte/r: einfacher/mittlerer Dienst + Selbständig: ohne Mitarbeiter/innen / 3. Vorarbeiter/Polier/Meister + Beamte/r: gehobener Dienst + Angestellt: Fachkraft in mittlerer Position + Beamte/r: gehobener Dienst + Selbständig: 1-5 Mitarbeiter/innen / 4.: Angestellt: Fachkraft in höherer Position + Beamte/r: höherer Dienst + Selbständig: 6 und mehr Mitarbeiter/innen.



4.2 Nutzung kultureller Veranstaltungen und Einrichtungen

Nachstehend folgen alle Ergebnisse zu den Fragen aus Teil A – Kulturelle Veranstaltungen und Einrichtungen. Die Reihung entspricht jener im Fragebogen. Zu jeder Kategorie jeder Frage weisen die Tabellen die *gültigen* Zeilen-Prozentwerte aus. In Fußnoten finden sich die Absolut- und Prozentwerte der fehlenden Antworten, um das Antwortverhalten einschätzen zu können.

Tab. 2: Wie oft haben Sie ca. in den letzten 12 Monaten folgende kulturelle Veranstaltungen oder Einrichtungen besucht?

	Nie	1-2 Mal	3-5 Mal	6-10 Mal	öfter
	In %				
Ausstellungen / Museen ⁷	16,3	38,5	30,4	10,4	4,4
Kino ⁸	20,7	33,3	29,6	9,6	6,7
Bühnenkunst / Theater ⁹	19,1	38,2	25,7	11,0	5,9
Festspiele / Festivals ¹⁰	47,0	41,0	8,2	3,0	0,7
Literaturveranstaltungen ¹¹	64,7	30,1	2,3	2,3	0,8
Musikveranstaltungen / Konzerte ¹²	13,8	35,5	31,2	14,5	5,1

Über alle Veranstaltungsarten hinweg kommt der ein- bis zweimalige Besuch am häufigsten vor. Am seltensten werden Literaturveranstaltungen und Festspiele/Festivals besucht; Musikveranstaltungen, Ausstellungen/Museen, Bühnenkunst und Kino dagegen annähernd gleich häufig ein bis fünf Mal pro Jahr und Veranstaltungsart. Auf die offen gestellte Nachfrage haben insgesamt 20 Personen, teilweise mit Mehrfachnennungen, geantwortet, die wie folgt kategorial zusammengefasst werden können:

Tab. 3: Haben Sie in den letzten 12 Monaten kulturelle Veranstaltungen oder Einrichtungen besucht, die oben nicht aufgeführt sind? Welche sind dies?

Veranstaltungskategorie	Anzahl
Diskurse/Diskussionen und Vorträge zu diversen Themen (Podiumsdiskussionen, Bildungsdiskurse, Landesbibliothek etc.)	8
Schul- und Kinderveranstaltungen (Schultheater/ -konzerte, Schultag der offenen Tür, Kinderausstellungen etc.)	4
Besuch von Kunst- und Kulturstätten außerhalb Vorarlbergs (D-Museum München, Schiller nat. Museum Marbach a.N., Oper Stuttgart, Kulturreisen)	3
Kunst/Kultur im öffentlichen Raum (Kunstwerksmarkt, Open-Air Kunstausstellung)	3
Religiöse Veranstaltungen (Gottesdienste, Caritas Welttagung)	2
Lesen (Lesegruppe)	1
Vernissage	1
Wirtshausstammtisch	1
Ö1 hören	1

⁷ Fehlend: 7 (4,9%)

⁸ Fehlend: 7 (4,9%)

⁹ Fehlend: 6 (4,2%)

¹⁰ Fehlend: 8 (5,6%)

¹¹ Fehlend: 9 (6,3%)

¹² Fehlend: 4 (2,8%)



Tab. 4: Wie zufrieden sind Sie mit dem kulturellen Angebot a) in Ihrer Nähe (Gemeinde / Nachbargemeinden), b) in Vorarlberg insgesamt und c) im überregionalen Bereich (außerhalb Vorarlbergs)?

	Sehr zufrieden			Sehr unzufrieden
	In %			
Kulturangebot in meiner Nähe ¹³	35,0	46,7	14,6	3,6
Kulturangebot in Vorarlberg ¹⁴	44,4	40,7	12,6	2,2
Überregionales Kulturangebot ¹⁵	44,4	44,4	7,9	3,2

Insgesamt sind die Befragten zufrieden bis sehr zufrieden mit den kulturellen Angeboten in Nahbereich wie auch im weiteren Umfeld. Es zeigt sich im Nahbereich eine um 9,4% geringe Quote der „Sehr zufriedenen“. Ein Chi²-Test ergab zunächst das hochsignifikante Ergebnis, dass Befragte, welche mit dem Kulturangebot in Vorarlberg zufrieden bis sehr zufrieden sind, ebenfalls eher mit dem Kulturangebot in ihrer Nähe zufrieden bis sehr zufrieden sind. ¹⁶ Da aber für diesen Test die beiden oberen und unteren Kategorien zusammengefasst wurden (was weniger differenzierte Ergebnisse zeigt), wurde zusätzlich ein Mann-Whitney-U-Test auf Rangunterschied durchgeführt.

Demnach sind Befragte, die mit dem Kulturangebot in der Nähe „sehr zufrieden“ sind hochsignifikant stärker auch mit dem Kulturangebot in Vorarlberg zufrieden (mittlerer Rang = 75,7) als jene, die mit dem Kulturangebot in der Nähe nur „zufrieden“ sind (mittlerer Rang = 39,9). ¹⁷ Das bedeutet zusätzlich: Zufriedenheit mit dem lokalen Kulturangebot korrespondiert mit Zufriedenheit gegenüber dem regionalen Kulturangebot.

Tab. 5: Einmal angenommen, Sie verfügten über ausreichend Geld: Welche kulturellen Veranstaltungen oder Einrichtungen würden Sie gerne öfter besuchen?

Diese Frage wurde als Mehrfachantwort ausgewertet

	Ja, würde ich gerne öfter besuchen (in %)
Musikveranstaltungen / Konzerte ¹⁸	67,4
Festspiele / Festivals ¹⁹	59,2
Bühnenkunst / Theater ²⁰	55,0
Ausstellungen / Museen ²¹	44,0
Kino ²²	39,0
Literaturveranstaltungen ²³	21,1

In der Wunschkala der potentiell öfter besuchten Veranstaltungsarten rangieren mit jeweils deutlich über der Hälfte der Nennungen Musikveranstaltungen/ Konzerte vor Festspiele/Festivals und Bühnenkunst/Theater. Die Hälfte bis zwei Drittel der Befragten würden diese drei Veranstaltungsarten häufiger besuchen.

¹³ Fehlend: 5 (3,5%)

¹⁴ Fehlend: 7 (4,9%)

¹⁵ Fehlend: 16 (11,3%)

¹⁶ Aufgrund einer zu hohen Anzahl an nicht besetzten Zellen wurde die 4x4-Kreuztabelle in eine 2x2-Tabelle recodiert, indem die ersten und letzten beiden Kategorien jeder Variable zusammengefasst wurden. Chi² = 40,43, p = 0,000.

¹⁷ P = 0,000

¹⁸ Fehlend: 19 (13,4%)

¹⁹ Fehlend: 13 (9,2%)

²⁰ Fehlend: 16 (11,3%)

²¹ Fehlend: 17 (12%)

²² Fehlend: 19 (13,4%)

²³ Fehlend: 12 (8,5%)



Tab. 6: Warum besuchen Sie kulturelle Veranstaltungen oder Einrichtungen

	Stimme zu			Lehne ab
	In %			
Aus persönlichem Interesse ²⁴	80,7	14,0	1,8	3,5
Um etwas Besonderes zu erleben ²⁵	68,8	23,2	4,8	3,2
Um etwas live zu erleben ²⁶	59,1	22,8	14,2	3,9
Zur Unterhaltung ²⁷	58,1	28,7	7,8	5,4
Um mit d. Partner/in etwas zu unternehmen ²⁸	45,2	32,3	15,3	7,3
Zur Bildung ²⁹	43,9	35,8	16,3	4,1
Zum ästhetischen Genuss ³⁰	40,8	35,8	16,7	6,7
Zur Entspannung ³¹	36,5	41,3	17,5	4,8
Zur Information ³²	35,3	33,6	22,7	8,4
Um aktuelle Strömungen kennenzulernen ³³	24,2	18,3	37,5	20,0
Aus sonstigen Gründen ³⁴	21,2	18,2	24,2	36,4
Um andere Menschen zu treffen ³⁵	19,5	29,3	34,1	17,1

Gemessen an der Rangfolge der absoluten Zustimmung liegen Interessens-, Erlebnis- und Unterhaltungsmotive für den Besuch von Kulturveranstaltungen vorne. Andere motivationale Aspekte sind dagegen in geringem Maße bedeutsam. Unter „sonstige Gründe“ meldeten sechs Befragte verschiedene Aspekte an: Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Fragen / Lernen / um die Veranstaltung zu unterstützen / Unterstützung des Künstlers / um dem Alltag zu entkommen / zur Katharsis.

Gemessen an der Rangfolge der als „sehr wichtig“ eingeschätzten Kriterien sind für die Befragten mehrheitlich Aspekte der Programmqualität und der Atmosphäre bedeutsam (vgl. Tab. 7). Finanzielle Aspekte und Rahmenbedingungen werden dagegen seltener als „sehr wichtig“ eingeschätzt. Werden die ersten beiden Kategorien („sehr wichtig“ und „wichtig“) addiert, ergibt sich unter den ersten drei Kriterien dieselbe Rangfolge, dann folgt jedoch eine Ausnahme: Die räumliche Entfernung (sprich: die Nähe des Angebots) ist für knapp 72% bedeutsam und rangiert auf Stufe 4 der neuen Skala (statt auf Stufe 7).

²⁴ Fehlend: 28 (19,7%)

²⁵ Fehlend: 17 (12%)

²⁶ Fehlend: 15 (10,6%)

²⁷ Fehlend: 13 (9,2%)

²⁸ Fehlend: 18 (12,7%)

²⁹ Fehlend: 19 (13,4%)

³⁰ Fehlend: 22 (15,5%)

³¹ Fehlend: 16 (11,3%)

³² Fehlend: 23 (16,2%)

³³ Fehlend: 22 (15,5%)

³⁴ Fehlend: 109 (76,8%)

³⁵ Fehlend: 19 (13,4%)



Tab. 7: Wie wichtig sind Ihnen folgende Kriterien für den Besuch von kulturellen Veranstaltungen oder Einrichtungen?

	Sehr wichtig			Sehr unwichtig
	In %			
Qualität des Programms ³⁶	77,6	18,7	2,2	1,5
Publikumsfreundliche Atmosphäre ³⁷	55,0	34,9	8,5	1,6
Kartenpreise / Eintrittspreise ³⁸	45,0	36,6	17,6	0,8
Erreichbar mit öffentlichen Verkehrsmitteln ³⁹	35,4	27,6	19,7	17,3
Auftretende Künstlerpersönlichkeiten ⁴⁰	34,5	33,1	14,8	17,7
Verfügbarkeit an Parkplätzen ⁴¹	29,1	29,9	26,9	14,2
Räumliche Entfernung ⁴²	26,6	45,3	19,5	8,6
Gastronomisches Angebot ⁴³	22,1	34,4	22,9	20,6
Gehobenes Ambiente ⁴⁴	16,3	27,9	28,7	27,1

Tab. 8: Wenn Sie an das letzte Jahr denken: Wie viel haben sie ca. im Schnitt monatlich für kulturelle Angebote ausgegeben?

	Durchschnittliche monatliche Kulturausgaben (in €)
Bücher ⁴⁵	34,99
Zeitungen / Zeitschriften ⁴⁶	25,11
Musikveranstaltungen / Konzerte ⁴⁷	23,85
Festspiele / Festivals ⁴⁸	20,00
Bühnenkunst / Theater ⁴⁹	18,53
DVD / CD ⁵⁰	17,46
Kino ⁵¹	14,25
Ausstellungen / Museen ⁵²	12,90
Literaturveranstaltungen ⁵³	4,38

Bei der Datenbereinigung der angegebenen Durchschnittswerte aus Tab. 8 ist anhand der Extremwerte von über 1.500 € aufgefallen, dass die Frage von etlichen Befragten wahrscheinlich missverstanden wurde, und sie ihre Jahres- statt der Monatsausgaben eingetragen haben. In dieser Fragestellung wäre künftig das Instrument zu optimieren. Um dennoch die Angaben einschließen zu können und sie nicht als fehlende Werte zu behandeln, wurde ab diesem Extremwert die jeweilige Angabe durch 12 geteilt.

³⁶ Fehlend: 8 (5,6%)

³⁷ Fehlend: 13 (9,2%)

³⁸ Fehlend: 11 (7,7%)

³⁹ Fehlend: 15 (10,6%)

⁴⁰ Fehlend: 0

⁴¹ Fehlend: 8 (5,6%)

⁴² Fehlend: 14 (9,9%)

⁴³ Fehlend: 11 (7,7%)

⁴⁴ Fehlend: 13 (9,2%)

⁴⁵ Fehlend: 20 (14,1%)

⁴⁶ Fehlend: 16 (11,3%)

⁴⁷ Fehlend: 18 (12,7%)

⁴⁸ Fehlend: 22 (15,5%)

⁴⁹ Fehlend: 23 (16,2%)

⁵⁰ Fehlend: 20 (14,1%)

⁵¹ Fehlend: 21 (14,8%)

⁵² Fehlend: 26 (18,3%)

⁵³ Fehlend: 31 (21,8%)



Zwar erhalten wir dadurch einen Näherungswert, der vorsichtig zu interpretieren ist. Er kann aber als erster Anhaltspunkt für weiterführende Fragestellungen und Rückschlüsse genutzt werden.

Bei den monatlichen Kulturausgaben der Befragten rangieren Bücher deutlich vor Zeitungen und Zeitschriften, dicht gefolgt von Musikveranstaltungen und Festspiele/Festivals. Für Bühnenkunst und CD'S/DVD's wird etwa die Hälfte ausgegeben wie für Bücher. Kino, Ausstellungen und Literaturveranstaltungen rangieren diesbezüglich am Ende der Skala für Kulturausgaben.

Tab. 9: Wären Sie bereit, monatlich mehr Geld für Kultur auszugeben? Wenn ja: Wie viel etwa?

	Bereitschaft für Mehrausgaben im Kulturbereich - Monatsdurchschnitt (in €)
Musikveranstaltungen / Konzerte ⁵⁴	15,42
Bücher ⁵⁵	15,18
Bühnenkunst / Theater ⁵⁶	12,34
Ausstellungen / Museen ⁵⁷	7,21
Festspiele / Festivals ⁵⁸	6,78
Kino ⁵⁹	6,47
DVD / CD ⁶⁰	4,88
Zeitungen / Zeitschriften ⁶¹	4,76
Literaturveranstaltungen ⁶²	3,42

Potentiell würden die Befragten monatlich mehr Geld für Musikveranstaltungen und Bücher ausgeben, knapp gefolgt von Ausgaben für Bühnenkunst. Andere Kultursparten würden dagegen nur etwa zur Hälfte bis zu einem Viertel der Ausgaben für Musikveranstaltungen und Bücher zusätzlich finanziert.

Mit der nächsten Frage stimmten die Befragten Gründen (Statements) zu oder lehnten sie ab, weswegen sie das lokale, regionale oder überregionale Kulturangebot eher selten nutzen. Diese Frage verzeichnete eine sehr hohe Zahl von Antwortausfällen, was für das lokale, regionale oder überregionale Kulturangebot spricht, denn es bedeutet, dass nur eine Minderzahl daran etwas auszusetzen hat. Weil diese Argumentation für das Verständnis bedeutsam ist, sind in Tabelle 10 die Zahlen der fehlenden und gegebenen Antworten gesondert dargestellt, anstatt erstere nur in den Fußnoten zu erwähnen.

⁵⁴ Fehlend: 23 (16,2%)

⁵⁵ Fehlend: 21 (14,8%)

⁵⁶ Fehlend: 25 (17,6%)

⁵⁷ Fehlend: 23 (16,2%)

⁵⁸ Fehlend: 24 (16,9%)

⁵⁹ Fehlend: 19 (13,4%)

⁶⁰ Fehlend: 19 (13,4%)

⁶¹ Fehlend: 13 (9,2%)

⁶² Fehlend: 25 (17,6%)



Tab. 10: Beantwortung der Frage nach den Gründen, weswegen jemand das lokale, regionale oder überregionale Kulturangebot eher selten nutzt.

	Hinderungsgrund nicht genannt		Hinderungsgrund genannt	
	absolut	%	absolut	%
Es fehlt die Zeit.	50	35,2	92	64,8
Der Weg ist zu weit.	84	59,2	58	40,8
Die Kosten sind zu hoch.	86	60,0	56	40,0
Das Angebot ist nicht zutreffend.	92	64,8	50	35,2
Kultur passt nicht zu meinem Lebensstil.	96	67,6	46	32,4
Andere Freizeitangebote sind attraktiver	101	71,7	41	28,3
Die Verkehrsanbindung ist ungenügend.	107	75,4	35	24,6
Die Information reicht nicht aus.	111	78,2	31	21,8
Es gibt zu wenig Angebote für Familien.	111	78,2	31	21,8
Kulturnutzung strengt an.	114	80,3	28	19,7
Das Angebot ist langweilig.	114	80,3	28	19,7
Die Künstler sind nicht gut genug	115	81,0	27	19,0
Das Publikum ist nicht das richtige	116	81,7	26	18,3
Sonstiges	140	98,6	2	1,4

Ein Grund, Kulturangebote nicht zu nutzen, wird von den Befragten deutlich am häufigsten genannt: Etwa zwei Dritteln fehlt dafür die Zeit. Noch für zwei Fünftel ist der Weg zu Veranstaltungen zu weit, und es gestalten sich ihnen die Kosten zu hoch. Für je etwa ein Drittel ist das Angebot nicht zutreffend bzw. unpassend zum eigenen Lebensstil. Für 28% sind andere Freizeitangebote attraktiver. Für ca. ein Viertel ist die Verkehrsanbindung ungenügend, und weitere sechs Aspekte werden von je etwa einem Fünftel als Hinderungsgrund genannt: unzureichende Information, zu wenig Familienangebote, anstrengende Kulturnutzung, langweiliges Angebot, nicht ausreichend gute Künstler und falsches Publikum. Andersherum betrachtet, zeigt sich anhand der Verteilung, dass mit Ausnahme des Zeitaspekts kein Hinderungsgrund für den Besuch lokaler, regionaler und überregionaler Angebote mehrheitlich genannt wird. Tabelle 11 präsentiert nun die prozentuale Verteilung der *Antwortenden* in Bezug auf die 14 Hinderungsgründe und das lokale, regionale und überregionale Kulturangebot.

Tab. 11: Gibt es Gründe, weswegen Sie, das lokale, regionale oder überregionale Kulturangebot eher selten nutzen?

	Kulturangebot					
	lokal	lokal + regional	regional	regional + überregional	überregional	lokal, regional + überregional
	In %					
Es fehlt die Zeit.	12,0	3,3	9,8	9,8	16,3	48,9
Der Weg ist zu weit.	15,5	1,7	8,6	8,6	62,1	3,4
Die Kosten sind zu hoch.	8,9	5,4	10,7	16,1	33,9	25,0
Das Angebot ist nicht zutreffend.	48,0	14,0	20,0	4,0	6,0	8,0
Kultur passt nicht zu meinem Lebensstil.	10,6	4,2	4,2	2,1	5,6	5,6
Andere Freizeitangebote sind attraktiver	36,6	17,1	9,8	2,4	22,0	12,2
Die Verkehrsanbindung ist ungenügend.	17,1	5,7	28,6	5,7	34,3	8,6
Die Information reicht nicht aus.	16,1	3,2	19,4	6,5	38,7	16,1
Es gibt zu wenig Angebote für Familien.	25,8	12,9	22,6	6,5	6,5	25,8
Kulturnutzung strengt an.	21,4	3,6	21,4	3,6	35,7	14,3
Das Angebot ist langweilig.	53,6	17,9	17,9	3,6	3,6	3,6
Die Künstler sind nicht gut genug	37,0	25,9	18,5	7,4	11,1	0
Das Publikum ist nicht das richtige	26,9	30,8	15,4	11,5	11,5	3,8
Sonstiges	50,0	0	0	50,0	0	0



Die nach Regionen differenzierte Darstellung der *Antwortenden* bietet weiterführende Erkenntnisse: Der Zeitgrund verteilt sich tendenziell auf alle drei Bereiche ähnlich mit leichtem Überhang im überregionalen Sektor. Die Hinderungsgründe von Anreise, Kosten, Verkehrsanbindung und Informationsmangel betreffen vornehmlich den überregionalen Bereich. Nicht zutreffendes, langweiliges oder künstlerisch zweitklassiges Angebot sowie fehlendes Familienangebot wird vornehmlich im lokalen Sektor identifiziert – dort erweisen sich dann auch andere Freizeitangebot häufiger als attraktiver.

Anschließend wurde das fehlende lokale Kulturangebot in einer offenen Frage hinterfragt. Insgesamt antwortete darauf gut ein Viertel der Befragten (27,5%) mit „Ja“. Die manchmal konkret, manchmal allgemein formulierte Antworten wurden erneut gruppiert und ausgezählt (Tab. 12). Dieses gute Viertel formuliert einen breit gestreuten Bedarf, der trotz einiger gruppierter Nennungen keinen zentralen Schwerpunkt erkennen lässt, sondern eher eine gewünschte Vielfalt zum Ausdruck bringt, bei der sich Prioritäten individuell unterschiedlich gestalten.

Tab. 12: Fehlt Ihnen ein kulturelles Angebot in Ihrer näheren Umgebung? Welches?

Fehlendes Kulturangebot	Anzahl Nennungen
Konzerte (allgemein, Rock/Pop- Angebote für 30- und 45Jährige, große Konzerte, nahe zu erreichen, bekannte internationale Künstler)	7
Alternativkultur (moderne Kunst, Travestieshow, zeitgenössische, experimentelle Kunst, experimentelle Moderne, Alternative Musik)	5
Theater (Landestheater, wenn es näher wäre, attraktives Theaterangebot für junge Menschen, gutes Theater)	5
Bildung (Bibliothek, Universität, Vortragsserien z.B wie ORF/Focus)	4
Gesellschaftskritisches (Kabarett, kritisches Theater, Politisches)	4
Oper	3
Ballett	2
Schwul-lesbische Kultur	2
Bildende Kunst (Wanderausstellungen der bildender Kunst)	2
Kultur- oder Kaffeehaus (interaktives spartenreicheres Programm, Newcomer, Zeitungen, Zeitschriften, rauchfrei)	2
Kino (oft erst um 21:00 oder 22:00 Uhr)	1
Musical, Operetten	1
Sternwarte	1
Tanzveranstaltungen,	1
Familienveranstaltungen wie Lange Nacht der Museen	1
Frühstücksveranstaltungen	1
Kleine Musiklokale	1
Happenings	1
Kleinkunst z.B. Straßenmusikanten	1
Saumarkt, Poolbar, div. Discos	1
Völkerverbindendes Kulturangebot	1



4.3 Eigene kulturelle Betätigung

Nachstehend finden sich die Antworten aus dem zweiten Teil der Umfrage zu den Aspekten des eigenen privaten wie beruflichen Kulturschaffens.

Tab. 13: Wie intensiv gehen Sie einer der folgenden kulturellen Betätigungen in Ihrer Freizeit als Hobby nach?

	Hobbybetätigung	
	Personenzahl und %	in Ø Stunden pro Woche
Kunsthandwerkliche Betätigung	27 (19,0%)	4,72
Zeichnen, Malen, Bildhauerei	22 (15,5%)	4,55
Instrument spielen - für mich allein	35 (24,6%)	3,46
Instrument spielen - mit anderen	19 (13,4%)	3,03
Schreiben, Gedichte verfassen	24 (16,9%)	2,42
Singen - für mich allein	30 (21,1%)	2,34
Singen - mit anderen (z.B. Chor)	23 (16,2%)	2,00
Kulturarbeit (z.B. Kulturprojekte organisieren)	18 (12,7%)	1,86
Theater / darstellende Kunst	7 (4,9%)	1,80
Sonstiges	8 (5,6%)	10,38

Insgesamt üben knapp drei Fünftel der Befragten (84 = 59,1%) eine oder mehrere kulturelle Aktivitäten als ihr Hobby aus - im Durchschnitt sind das 2,5 Kulturbereiche pro aktiver Person. Die 59,1% werden durch eine weitere Frage zum prozentualen Anteil aktiver kultureller Freizeitbetätigung nicht (!) gestützt (vgl. Tab. 15); wie zu sehen sein wird, geben dort insgesamt nur 45,8% der Befragten an, ihre Freizeit in unterschiedlichem Ausmaß für aktives Kulturschaffen zu nutzen.

Bei dem zeitlichen Einsatz für kulturelle Hobbies steht individuelles Instrumentenspiel an erster Stelle, gefolgt vom individuellen Singen und kunsthandwerklichen Betätigungen. Am seltensten spielen die Befragten Theater. Kunsthandwerkliche und zeichnerische Betätigungen werden mit vier-dreiviertel und viereinhalb Stunden am intensivsten betrieben, gefolgt von individuellem und kollektivem Instrumentenspiel mit durchschnittlich etwa dreieinhalb und drei Wochenstunden. Theaterspiel und Kulturprojektarbeit werden mit knapp zwei Stunden pro Woche am seltensten als Hobby ausgeübt.

Die hohe Stundenzahl in der Rubrik „Sonstiges“ bei den acht Personen kommt durch zwei Extremwerte von 40 und 20 Stunden zustande und ist deshalb außer der Reihe gelistet. Ohne diese beiden Extremwerte verrichten die verbleibenden sechs Personen in dieser Rubrik durchschnittlich 3,83 Stunden künstlerische Hobbytätigkeiten. Diese beziehen sich auf diverse Interessen wie Fotografieren, Lesen, Musikhören, Tanz und darauf, Naturkunstprojekte mit eigenen Kindern zu gestalten.

Tab. 14: Gehen Sie eventuell einer der folgenden kulturellen Betätigungen beruflich nach?

	Berufstätigkeit	
	Personenzahl und %	in Ø Stunden pro Monat
Sonstiges	4	32,25
Instrument spielen - mit anderen	2	32,00
Kulturarbeit (z.B. Kulturprojekte organisieren)	9	26,39
Zeichnen, Malen, Bildhauerei	7	20,64
Kunsthandwerkliche Betätigung	4	8,63
Instrument spielen - für mich allein	3	5,00
Schreiben, Gedichte verfassen	6	5,75
Singen - für mich allein	4	2,25
Singen - mit anderen (z.B. Chor)	3	1,67
Theater / darstellende Kunst	2	1,00



Insgesamt üben 16 Befragte (30,9%) eine oder mehrere der genannten Kulturtätigkeiten in unterschiedlichem Umfang beruflich aus. Fünf Befragte sind dabei in mehr als einem Kultursektor beruflich aktiv. Unter den Kultursektoren rangieren diverse sonstige Tätigkeiten (Grafik, Malerei, Musikdokumentation, Musikkritik, Rhythmik und Tanz, Veranstaltungen konzipieren) sowie gemeinsames Instrumentenspiel an vorderer Stelle. Kulturarbeit folgt an dritter Position und „Zeichnen, Malen, Bildhauerei“ an vierter. Weitere berufliche Kulturaktivitäten werden deutlich seltener ausgeübt. Bei dieser Analyse bleibt ein methodischer Diskussionspunkt anzumerken: Wahrscheinlich übt die vorherige Frage nach durchschnittlichen „Wochenstunden“ der Hobbytätigkeit einen Halo-Effekt dahingehend aus, dass die Folgefrage nach durchschnittlichen „Monatsstunden“ in der Berufstätigkeit fehlinterpretiert und unbewusst ebenfalls in der Einheit „Wochenstunden“ beantwortet wird. Um diese potentielle Verfremdung auszuschließen, sollte künftig in beiden Kategorien dieselbe Zeiteinheit erfragt werden.

**Tab. 15: Was schätzen Sie:
Wie viel Prozent Ihrer Freizeit nehmen kulturelle Aktivitäten und Interessen ein?**

Prozent der Freizeit ⁶³	0	1-10	11-20	21-30	31-40	41-50	Über 50
Für passiven Besuch von Kulturveranstaltungen	14,1	61,3	12,7	7,0	1,4	2,1	1,4
Für aktive kulturelle Betätigung	54,2	25,4	12,0	3,5	2,8	0,7	1,4

Passive Teilnahme an Kulturveranstaltungen ist für 14,1% der Befragten nicht relevant und nimmt für gut drei Fünftel (61,3%) mit bis zu 10% der verfügbaren Freizeit eine relativ untergeordnete Funktion in ihrem Freizeitverhalten ein. Knapp ein Viertel (24,6%) nutzt mehr als zehn Prozent der Freizeit um Kulturveranstaltungen zu besuchen.

Freizeitbezogene Kulturaktivität ist dagegen für über die Hälfte (54,2%) der Befragten nicht relevant, und nimmt für gut ein Viertel (25,4%) mit bis zu 10% der verfügbaren Freizeit eine relativ untergeordnete Funktion in ihrem Freizeitverhalten ein. Ein Fünftel (20,4%) der Befragten widmet mehr als zehn Prozent ihrer Freizeit der kulturellen Betätigung. Insgesamt betätigen sich also 45,8% der Befragten in unterschiedlichem Maße aktiv kulturell in ihrer Freizeit. Wie bereits erwähnt, erreicht diese Zahl nicht das obige Ergebnis zur kulturellen Hobby-Betätigung. Dennoch stützt sie die Vermutung der positiv verzerrten Stichprobe in Bezug auf die Haltung der Befragten zur Kultur und ihr kulturspezifisches Verhalten.

Tab. 16: Nutzen Sie eine oder mehrere Bibliotheken?

Diese Frage beantworteten 53,5% der Befragten ⁶⁴ mit „Ja“ – ein weiteres Zeichen dafür, es hier mit einer bildungs- und kulturaufgeschlossenen Stichprobe zu tun zu haben.

⁶³ Fehlende Werte wurden als „Null“ gewertet.

⁶⁴ Fehlend: 15 (10,6%)



Tab. 17: Wie viele Stunden pro Woche nutzen Sie durchschnittlich die folgenden Medien aktiv und bewusst für kulturelle Zwecke?

	Stunden der Mediennutzung für kulturelle Zwecke						
	Mittelwert (Std.Abw.)	0	1-5	6-10	11-15	16-20	Über 20
Zeitung, Zeitschrift ⁶⁵	3,7 (4,9)	10,4	70,1	15,7	1,5	1,5	0,7
Fernsehen, TV ⁶⁶	5,5 (6,9)	14,4	55,3	16,7	3,8	6,8	3,0
Radio ⁶⁷	5,6 (8,1)	17,5	54,0	13,5	4,0	7,1	4,0
Internet ⁶⁸	4,0 (6,0)	28,9	46,9	14,1	4,7	3,9	1,6
PC ohne Internet ⁶⁹	1,8 (4,4)	71,2	18,0	8,1	0,9	0,9	0,9

Prozentual am häufigsten werden Zeitungen/Zeitschriften für kulturelle Zwecke genutzt (von 94,3%), gefolgt von Fernsehen (von 92,8%) und Radio (von 88,7%). Mit 71,1% Nutzung liegt das Internet als vierthäufigstes Medium für Kulturnutzung knapp dahinter. Gemessen an den durchschnittlichen Stunden, liegen Radio und Fernsehen an erster und zweiter sowie das Internet an dritter Stelle. Die hohen Standardabweichungen verweisen jedoch auf eine breite Streuung der Angaben um den Mittelwert; die Zellbelegungen zeigen bei allen Medien eine linksschiefe Verteilung.

Tab. 18: Aus welchen Gründen nutzen Sie die genannten Medien (TV, Radio, Internet/PC, Zeitung)?

	Stimme zu	In %			Lehne ab
Zur Information ⁷⁰	89,2	10	0,8	0	
Aus persönlichem Interesse ⁷¹	73,9	12	2,1	0	
Zur Bildung ⁷²	50,7	26,8	7,7	4,2	
Zur Unterhaltung ⁷³	49,6	27,8	13,0	9,6	
Zur Entspannung ⁷⁴	44,1	33,9	14,4	7,6	
Um aktuelle Strömungen kennenzulernen ⁷⁵	34,2	26,3	18,4	21,1	
Zum ästhetischen Genuss ⁷⁶	29,1	30,0	22,7	18,2	
Aus sonstigen Gründen ⁷⁷	20,8	20,8	20,8	37,5	
Um etwas Besonderes zu erleben ⁷⁸	24,5	24,5	27,3	23,6	
Um etwas live zu erleben ⁷⁹	17,6	13,0	25,9	43,5	
Um mit d. Partner/in etwas zu unternehmen ⁸⁰	16,4	19,1	24,5	40,0	
Um andere Menschen zu treffen ⁸¹	4,7	9,4	18,9	67	

⁶⁵ Fehlend: 8 (5,6%)

⁶⁶ Fehlend: 10 (7,0%)

⁶⁷ Fehlend: 16 (11,3%)

⁶⁸ Fehlend: 14 (9,9%)

⁶⁹ Fehlend: 31 (21,8%)

⁷⁰ Fehlend: 12 (8,5%)

⁷¹ Fehlend: 17 (12%)

⁷² Fehlend: 15 (10,6%)

⁷³ Fehlend: 27 (19%)

⁷⁴ Fehlend: 24 (16,9%)

⁷⁵ Fehlend: 28 (19,7%)

⁷⁶ Fehlend: 32 (22,5%)

⁷⁷ Fehlend: 118 (83,1%)

⁷⁸ Fehlend: 32 (22,5%)

⁷⁹ Fehlend: 34 (23,9%)

⁸⁰ Fehlend: 32 (22,5%)

⁸¹ Fehlend: 36 (25,4%)



Das Hauptmotiv zur Nutzung von Massenmedien besteht für die Befragten darin, sich über die Medien Information zu verschaffen; an zweiter Stelle rangieren persönliche Interessen, an dritter Motive der Bildung und an vierter das Unterhaltungsmotiv. Diese Rangfolge ergibt sich sowohl aus der Rangfolge der absoluten Zustimmung als auch dann, wenn die beiden oberen Zustimmungskategorien summiert und in eine Rangfolge gebracht werden. Die vorgegebenen Gründe spiegeln den Kanon der Motive für Mediennutzung sehr gut wider, denn die Rubrik „Sonstige Gründe“ ist nur von gut einem Fünftel angekreuzt worden, und es werden nur drei sonstigen Gründe genannt: zur Organisation, zum Bloggen, zum Eurovisionscontest.

4.4 Kinder und Kultur

Nachstehend finden sich die Antworten aus dem dritten Teil der Umfrage zu Aspekten der Kulturförderung für Kinder.

Tab. 19: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Bemerkungen zu oder nicht?

	ja	eher ja	eher nein	nein
	In %			
Die Schule hat mein Kulturverständnis wesentlich beeinflusst. ⁸²	18,2	22,0	38,6	21,1
Meine Eltern haben mein Kulturverständnis wesentlich beeinflusst. ⁸³	20,3	21,1	39,1	19,5
Es ist wichtig, Kindern Kultur nahezubringen. ⁸⁴	64,2	31,3	3,7	0,7
Meine Freunde haben mein Kulturverständnis wesentlich beeinflusst. ⁸⁵	22,0	33,3	26,5	18,2
Meine Geschwister haben mein Kulturverständnis wesentlich beeinflusst. ⁸⁶	3,8	16,8	35,1	44,0
Kultur ist wichtig, hat aber nichts mit meinem Leben zu tun. ⁸⁷	9,2	23,8	27,7	39,2
Kinder sollten vor allem in der Schule kulturell gebildet/gefördert werden. ⁸⁸	39,8	51,9	7,5	0,8
Kinder sollten vor allem von den Eltern kulturell gebildet/gefördert werden. ⁸⁹	40,3	48,5	11,2	0
Kinder sollten vor allem von Kultureinrichtungen kulturell gebildet/gefördert werden. ⁹⁰	36,4	45,5	15,2	3,0
Eltern benötigen keine Unterstützung darin, ihren Kindern Kultur zu vermitteln. ⁹¹	6,3	15,6	45,3	32,8
Die Schule sollte Kindern mehr Kultur vermitteln als sie das bislang tut. ⁹²	40,9	42,4	9,8	6,8

⁸² Fehlend: 10 (7%)

⁸³ Fehlend: 9 (6,3%)

⁸⁴ Fehlend: 8 (5,6%)

⁸⁵ Fehlend: 10 (7%)

⁸⁶ Fehlend: 11 (7,7%)

⁸⁷ Fehlend: 12 (8,5%)

⁸⁸ Fehlend: 9 (6,3%)

⁸⁹ Fehlend: 8 (5,6%)

⁹⁰ Fehlend: 10 (7%)

⁹¹ Fehlend: 14 (9,9%)

⁹² Fehlend: 10 (7%)



Folgende generelle Tendenzen der Befragten kommen in den obigen Antworten zu den allgemeinen Statements über Kulturverständnis und Kulturvermittlung zum Ausdruck:

- Für knapp zwei Fünftel (39,2%) ist Kultur ein sehr wichtiger und für gut ein Viertel (27,7%) ein wichtiger Bestandteil des eigenen Lebens.
- Als erste Instanz, die das eigene Kulturverständnis wesentlich beeinflusste, nennen die Befragten ihre Freundeskreise; dies gilt unabhängig, ob die Rangfolge aus den absoluten Ja-Antworten oder aus beiden Ja-Kategorien gebildet wird. Eltern und Schule rangieren als kulturprägende Sozialisationsinstanzen knapp dahinter und in etwa in gleichem Ausmaß an zweiter und dritter Position. Geschwistern kommt hier eine geringere Funktion zu.
- Gemessen an den absoluten Ja-Antworten bestätigen knapp zwei Drittel der Befragten (64,2%) voll und ganz, dass es generell wichtig sei, Kindern Kultur nahezubringen. In Summe der beiden abgestuften Ja-Antworten sind es über 95%.
- Die Frage, welche Sozialisationsinstanz vor allem Kinder kulturell fördern sollte, ergibt *keinen* eindeutigen Favoriten. Gemessen an den absoluten Ja-Antworten wird diese Aufgabe den Eltern zugesprochen, dicht gefolgt von der Schule. Gemessen an den beiden summierten Ja-Antworten dreht sich Reihenfolge um, aber auch hier liegen Schule und Elternhaus nahe beieinander. So liegt die Schlussfolgerung nahe, dass die Befragten der Schule und dem Elternhaus in annähernd gleichem Ausmaß eine führende Rolle bei der Kulturvermittlung zusprechen. Kultureinrichtungen liegen unabhängig vom Kalkulationsverfahren dahinter.
- Das Statement, Schule sollte Kindern mehr Kultur vermitteln als bislang, wird von je etwa zwei Fünfteln mit „Ja“ (40,9%) und mit „eher ja“ (42,4%) beantwortet. Bei der schulischen Kulturvermittlung erkennen die Befragten eine Deckungslücke, die Ihres Erachtens geschlossen werden muss.
- Ein Drittel der Befragten (32,8%) ist uneingeschränkt der Ansicht, Eltern benötigten Unterstützung darin, ihren Kindern Kultur zu vermitteln; 45,3% beantworten das Statement mit „eher ja“. In Summe der beiden Ja-Antworten sind knapp vier Fünftel (78,1%) dieser Ansicht.

Tab. 20: Wie viele Kinder haben Sie? ⁹³

Anzahl Kinder	Prozent
0	33,8
1	9,2
2	34,5
3	13,4
4	7,0
5	2,1

Ein Drittel der Befragten ist kinderlos; zwei Drittel haben ein bis fünf Kinder, wobei zwei Kinder am häufigsten vorkommen (34,5%).

⁹³ Keine fehlenden Werte

Tab. 21: Wie viel Geld pro Schuljahr geben Sie für kulturelle Aktivitäten Ihrer Kinder in der Schule aus? ⁹⁴

Kulturausgaben in € pro Schuljahr (in % der Personen mit Kind/ern)				
0 €	1-20 €	21-40 €	31-40 €	Über 60 €
47,9	16,0	11,7	11,7	12,8

Tabelle 21 bezieht sich ausschließlich auf Befragte mit mindestens einem Kind. Knapp die Hälfte der Untergruppe (47,9%) finanziert *keine* schulischen Kulturaktivitäten für ihr/e Kind/er. Relativ gleich verteilen sich die schulischen Kulturausgaben der Eltern auf die anderen vier Kategorien, wobei bis zu zwanzig Euro von 16% am häufigsten genannt wird.

Tab. 22: Wie viel Geld pro Schuljahr geben Sie für kulturelle Aktivitäten Ihrer Kinder außerhalb der Schule aus? ⁹⁵

Kulturausgaben in € pro Jahr (in % der Personen mit Kind/ern)				
0 €	1-20 €	21-40 €	31-40 €	Über 60 €
40,4	6,4	2,1	9,6	41,5

Tabelle 22 bezieht sich ausschließlich auf Befragte mit mindestens einem Kind. Zwei Fünftel der Untergruppe (40,4%) finanzieren *keine* außerschulischen Kulturaktivitäten für ihr/e Kind/er. Im Unterschied zur Verteilung für schulische Kulturausgaben ist die Klasse mit über 60 € pro Jahr am häufigsten besetzt. Über zwei Fünftel der Eltern (41,5%) geben mehr als 60 Euro pro Jahr für außerschulische Kulturaktivitäten aus.

Weiterführende Analysen brachten über den finanziellen Aspekt zusätzliche Erkenntnisse: Gemäß einer bivariaten Korrelation steigen sowohl a) die schulischen als auch b) die außerschulischen Kulturausgaben für Kinder hochsignifikant mit der Anzahl der Kinder. Der Zusammenhang ist jedoch nur schwach ausgeprägt, was auf weitere Motive für die Ausgabenbereitschaft verweist. ⁹⁶ Darum wurde der Zusammenhang zwischen Einkommenshöhe und Höhe der Kulturausgaben zusätzlich hinterfragt. Die Einkommenshöhe korreliert jedoch nicht mit der Höhe der *schulischen* Kulturausgaben, ⁹⁷ allerdings signifikant (jedoch in schwachem Ausmaß) mit der Höhe der *außerschulischen* Kulturausgaben. ⁹⁸ Anders formuliert: Je höher das Haushaltseinkommen der Befragten, desto mehr Geld geben sie für außerschulische Kulturaktivitäten ihrer Kinder aus. Des Weiteren hängen schulische und außerschulische Kulturausgaben hochsignifikant, jedoch ebenfalls in schwacher Ausprägung, miteinander zusammen. ⁹⁹ Eltern, welche Kultur in der Schule für ihre Kinder finanziell fördern, sind also auch eher geneigt, dies im weiteren Freizeitbereich zu tun (und umgekehrt). Wie Tabelle 23 nachstehend zeigt sind sogar gut drei Fünftel der Befragten mit Kind/ern (62,5%) generell bereit, mehr Geld für schulische Kulturaktivitäten auszugeben als bisher.

Tab. 23: Würden Sie für kulturelle Aktivitäten Ihrer Kinder in der Schule mehr Geld ausgeben?

Ja	Nein
In % der Personen mit Kind/ern	
62,5	37,5

Auf die offen gestellte pädagogische Frage, wie den Kindern am besten Kultur nahegebracht werden könnte, antworteten 80 Befragte. Deren vielseitige Antworten sind erneut kategorial zusammengefasst, beispielhaft beschrieben und ausgezählt, wobei aufgrund von mehrfachen Nennungen insgesamt 98 verschiedene Antworten zugeordnet werden konnten.

⁹⁴ Keine fehlenden Werte

⁹⁵ Keine fehlenden Werte

⁹⁶ a) $r = 0,291 / p = 0,000$

b) $r = 0,235 / p = 0,005$

⁹⁷ Spearman's Rho = 0,177

⁹⁸ Spearman's Rho = 0,2 / $p = 0,019$

⁹⁹ $R = 0,332 / p = 0,000$



Tab. 24: Was schlagen Sie vor: Wie könnte Kultur am besten den Kindern nahegebracht werden?

Antwortkategorie (und beispielhafte Antworten)	Anzahl Nennungen
I Aktivierung	
1. Kinder kulturell aktivieren („Musikinstrument spielen, Zeichnen, Tanzen Theaterspielen, musikalische und musische Früherziehung / Kinder sollten in einem Kulturprogramm mitwirken / ohne städtisch-, schulischen, dorfgemeinschaftlichen Zwang / aktives Tun / indem die Kinder aktiv mitwirken, wenn Kultur in einem Spiel integriert ist / Mit Kleinkindern singen, Gedichte lesen / Märchen im Kindergarten spielen“)	9
2. Kultur für Kinder als sinnliches Erlebnis gestalten („mit allen Sinnen, spielerisch vermitteln, selbst tun, ausprobieren / Kinder spielerisch und lustbetont an Kultur heranzuführen / darüber reden, sich austauschen, diskutieren, sich einlassen / Freiräume schaffen / möglichst ohne Zwang um lustvolles Erleben zu fördern / Kreativität fördern / auf jeden Fall spielerisch und mit Motivation und Begeisterung / Neigungen individuell ausleben lassen / tun, begreifen sehen hören“)	12
3. Mit Kindern gemeinsam Veranstaltungen besuchen („Besuch von Ausstellungen, Museen, Konzerten, Theater etc. als ideale Beschäftigung für eine Ganztagschule / gemeinsame Besuche von Veranstaltungen mit der Familie oder der Schule / regelmäßiger Besuch verschiedenster Angebote / Kinder zu Kulturveranstaltungen mitnehmen, spezielle Kinderprogramme besuchen / Kultur mit anderen Kindern live erleben“)	13
4. Kindern Kultur erläutern („Kultur für Kinder mit sehr guter Einführung versehen / Gründe für Kultur und ihren Nutzen in verständlichen Szenarien erläutern / zum Gesprächsthema machen / Was ist besonders schön und außergewöhnlich an diesem Bild, im Lied, an der Handwerkskunst, am Film? Der erste Eindruck des Einzelnen. Wie sieht das die Gruppe? / Kinder wissen nicht was Kultur ist“)	5
5. Eigenständigkeit der Kinder fördern („Kritische Denkweise und Hinterfragen fördern / Eigenständiges Denken und Handeln fördern“)	2
6. Medienkompetenz fördern („So wenig Umgang mit Internet, Playstation und TV wie möglich“)	1
II Vorbilder	
7. Eltern fungieren als Vorbilder und Vermittler („Vorbildwirkung der Eltern / vorleben, hinweisen unterstützen / eigene Vorbildwirkung und Auseinandersetzung / musikalische Erziehung im Elternhaus / gemeinsames Malen, Basteln etc. / selbst musizieren, Theater spielen und gleichzeitig Veranstaltungen, Aufführungen aus demselben Themenkreis besuchen / viel Literatur lesen und vorlesen, auf Aktuelles hinweisen, zu Schulveranstaltungen gehen / Vorbilder im Umkreis einbeziehen / zuerst durch das Leben der Eltern, dann ebenfalls Eltern und die verschiedenen pädagogischen Einrichtungen / Wenn das lokale Angebot gross genug ist sind zunächst die Eltern die besten Vermittler, später Schule und Kameraden“)	14
8. Lehrer fungieren als Vorbilder („begeisterte Lehrer / vorbildlichen Lehrpersonen“)	2



Antwortkategorie (und beispielhafte Antworten)	Anzahl Nennungen
III Schulische Kulturbildung	
9. Kulturbildung in der Schule weiterentwickeln („Schulische Angebote / erweiterter Unterricht mit Musik, Kunst und Literatur / Fach „Kulturelle Bildung“ / geduldigeres Lehrsystem, Bücher attraktiver machen, Kunst als Schulfach zum Experimentieren / mehr Schulveranstaltungen anbieten / in der Schule Theaterveranstaltungen für Schüler / mehr Platz und Wertschätzung für musische Fächer im Stundenplan / Theaterklassiker in Deutsch durchführen / ein fixer wöchentlicher Tanz-, Theaterkurs von der 1. Volksschulklasse weg / Klassenorchester, Chöre, viel Raum für improvisatorisches Gestalten in diversen Fächern [Zeichnen, Werken, Turnen, Schreiben], Hauptfächer [Sachkunde, Mathe, Deutsch] mit künstlichen Methoden, Einsatz von echten Künstlern als Fachlehrer / Theaterspiel in der Schule, Theaterbesuche, mehr Musikunterricht / Sinnvollen Medieneinsatz in der Schule, dem Alter der Kinder entsprechend / Jahresthema mit verschiedenen Medien umsetzen, z.B. Thema ‚Nord-Süd‘ mittels Theater, Werken, Musik, Einladen von Gästen zum Literaturvortrag etc. / Kultur mit unserer Geschichte verknüpfen, um seine Wurzeln zu kennen“)	16
IV Außerschulische Kulturbildung	
10. Kulturbildung außerhalb der Schule weiterentwickeln („Kultureinrichtungen / Angebote des KUB nutzen und ausbauen / Vereinsaktivitäten / an kulturellen Projekten mitarbeiten / an Workshops teilnehmen / spannende Projekte zu aktuellen Themen / Workshop mit Künstler/innen, z.B. Luaga u. Losna od. Alpinale“ / dezentrale Angebote, die näher bei den Kindern sind / Angehörige einbeziehen / Wandertheater von Dorf zu Dorf aber regelmäßig)	13
11. Kindgerechte Angebote schaffen („Autoren stellen Kinderbücher vor, Kinderkonzerte, Theater für Kinder nicht nur in Städten“)	1
12. Für Familien Kultur finanzierbar gestalten („ermäßigte Eintritte für Begleitpersonen / finanzierbare Familienangebote in Museen / Freier Eintritt / kostengünstige Eintritte für Familien / billige Karten für Kinder“)	5
13. Lebendigen Kontakt zu Künstlern halten	1
14. Kostenfreie Information bieten („eine Gratismonatsinformation per Post / Infobroschüren“)	2

Insgesamt liegen 96 positive Nennungen vor gegenüber nur zwei Beiträgen mit eher ablehnender Grundhaltung.¹⁰⁰ Die in vier Oberkategorien und vierzehn Bereiche eingeteilten Hinweise und Empfehlungen sind im Detail vielseitig ausgestaltet. Elternhaus und Schule bewerten die Befragten dabei als jene bedeutenden Sozialisationsinstanzen, die sie in der frühkindlichen, kindlichen und jugendlichen Erziehung auch darstellen. Dabei wird gerade den Eltern eine besondere Funktion zugesprochen, einerseits als kulturell aktive und auch Kunst ausübende Vorbilder, andererseits als einführende, aufklärende und begleitende Vertrauenspersonen. Einige Befragte sind sich einig, dass Kindern Kunst und Kultur nur in spielerischer Form mit hohen Anteilen an intrinsischer Motivation, Freude und Experimentierfreudigkeit nahegebracht werden kann. Dies kann, darf und sollte im kindgerechten Setting und unter Beteiligung anderer Kinder geschehen, wofür auch Aktionen und „Animateure“ im Außenfeld nutzbar gemacht werden könnten.

Schule kann aus der Sicht einiger Befragter ihre klassische Bildungsfunktion durchaus stärker für die Kulturbildung nutzen. Dies sollte sich aber nicht nur auf die musisch-künstlerischen Fächer beziehen, sondern umfangreicher in den Fächerkanon integriert werden. In der Schule könnten Chöre, Tanz- und Theatergruppen institutionalisiert und übergreifende Themen medial umgesetzt werden. Lehrern wird ebenfalls eine kulturprägende Vorbildfunktion zugesprochen.

¹⁰⁰ „Wird eh schon genug praktiziert.“ „Kultur ist nicht das Wichtigste im Leben. Ausbildung im Beruf sind vorrangig.“



Außerschulische Kulturbildung sollte aus Sicht einiger Befragter vielseitig auf Kinder ausgerichtet und für Kinder und deren Begleitungen finanzierbar gestaltet werden. Projekte, Workshops, Vereinsaktivitäten sowie dezentrale, „aufsuchende“ Kulturangebote für Kinder werden in diesem Zusammenhang empfohlen.

4.5 Kulturvermittlung und -förderung

Der letzte thematische Bereich der Umfrage bezog sich auf die zwei Aspekte der Kulturvermittlung und Kulturförderung. Was die Begriffe bedeuten, wurde den Befragten eingangs zu dem Themenbereich im Fragebogen erläutert: „Unter ‚Kulturvermittlung‘ ist die Vor- und Nachbereitung von Kulturveranstaltungen für das Publikum zu verstehen. Dies kann durch verschiedene Maßnahmen umgesetzt werden. ‚Kulturförderung‘ bezieht sich auf materielle und immaterielle Unterstützung für Kulturschaffende.“ Nachstehend finden sich die Antworten zu diesem vierten Teil der Umfrage.

Tab. 25: Inwiefern stimmen Sie folgenden Bemerkungen zu oder nicht?

	ja	eher ja	eher nein	nein
	In %			
Vorab-Informationen für Kulturveranstaltungen sind sinnvoll. ¹⁰¹	77,0	20,0	3,0	0
An informativen Einführungen für bestimmte Kulturveranstaltungen bin ich grundsätzlich interessiert. ¹⁰²	51,1	33,8	11,3	3,8
Informative Einführungen für bestimmte Kulturveranstaltungen würden mir das Verständnis der Veranstaltung erleichtern. ¹⁰³	38,9	38,9	15,3	6,9
An einer informativen Einführung für bestimmte Kulturveranstaltungen würde ich teilnehmen, wenn mich die Veranstaltung interessiert. ¹⁰⁴	42,4	35,6	14,4	7,6
Kulturschaffende sollten verstärkt professionell tätig sein. ¹⁰⁵	21,7	45,0	29,2	4,2
Workshops, die Kulturveranstaltungen nachbereiten, sind sinnvoll. ¹⁰⁶	17,7	37,1	35,5	7,9
An Workshops, die bestimmte Kulturveranstaltungen nachbereiten, bin ich grundsätzlich interessiert. ¹⁰⁷	14,5	17,7	41,9	45,8
Workshops, die bestimmte Kulturveranstaltungen nachbereiten, würden mir das Verständnis der Veranstaltung erleichtern. ¹⁰⁸	12,0	28,0	38,4	21,6
An Workshops, die bestimmte Kulturveranstaltungen nachbereiten, würde ich teilnehmen. ¹⁰⁹	12,4	14,9	41,3	31,4
Kulturschaffende sollten verstärkt ehrenamtlich tätig sein. ¹¹⁰	19,7	29,1	30,8	20,5

¹⁰¹ Fehlend: 7 (4,9%)

¹⁰² Fehlend: 9 (6,3%)

¹⁰³ Fehlend: 11 (7,7%)

¹⁰⁴ Fehlend: 10 (7%)

¹⁰⁵ Fehlend: 22 (15,5%)

¹⁰⁶ Fehlend: 18 (12,7%)

¹⁰⁷ Fehlend: 18 (12,7%)

¹⁰⁸ Fehlend: 17 (12%)

¹⁰⁹ Fehlend: 21 (14,8%)

¹¹⁰ Fehlend: 25 (17,6%)



Die Ergebnisse zu den Statements über vor- und nachbereitende Kulturworkshops und der Tätigkeit von Kulturschaffenden zeigen folgende Tendenz, gemessen an den absoluten Ja-Antworten: Es finden zwar über drei Viertel (77%) Vorab-Informationsveranstaltungen sinnvoll, aber die eigene Bereitschaft an vor- sowie nachbereitenden Workshops teilzunehmen ist demgegenüber niedrig ausgeprägt. Nur etwa ein Fünftel (20%) hat ausgeprägtes Interesse an vorbereitenden Veranstaltungen, was mit den Antworten zum Statement korrespondiert, dass derartige Veranstaltungen einem das Verständnis für die kulturelle Darbietung erleichtern würde. Noch geringeres Interesse liegt an nachbereitenden Veranstaltungen vor, für die sich 14,5% ausgeprägt interessieren, und die nur 12% der Befragten das Verständnis erleichtern würden.

In Summe beider Ja-Antworten ist das Interesse für vorbereitende Workshops zwar deutlich höher (78%), liegt aber dennoch hinter der Bewertung der Sinnhaftigkeit (97%). Das Interesse für nachbereitende Workshops fällt bei dieser Kalkulationsmethode noch deutlicher ab (32,2%); und es sind nur 30% der Ansicht, dass ihnen dieses Angebot das Verständnis für eine Kulturveranstaltung erleichtert.

Die Antworten zu den Fragen, ob Kulturschaffende verstärkt professionell oder ehrenamtlich tätig sein sollten, weisen in Richtung Professionalisierung. In Summe beider Ja-Antworten sprechen sich zwei Drittel der Befragten (66,7%) für verstärkte professionelle Tätigkeit von Kulturschaffenden aus. In Bezug auf verstärkte ehrenamtliche Tätigkeit sind das knapp die Hälfte (48,8%).

Mit zwei offen gestellten Teilfragen wurde erkundet, in welchen Kulturbereichen die Befragten an einführenden bzw. nachbereitenden Workshops teilnehmen würden. Die entsprechend kategorisierten Antworten zeigen Tabelle 26 und 27.

Tab. 26: Einführende Workshops ¹¹¹

Kulturbereiche für einführende Workshops	Anzahl Nennungen
Oper	25
Theater / Bühne	24
Musik - allgemein	24
Ausstellungen / Museen	21
Konzert	14
Literatur / Lesungen	7
Operette / Musicals	6
Bildende Kunst	4
Breites inhaltliches Interesse („alles / alles: Konzerte, Ausstellungen, Lesungen - überall ist Information dazu interessant / sämtliche Sparten“)	3
Festspiele	3
Kabarett	2
Kino	1
Flohmarkt	1
Geschichte	1

Über die Hälfte der Befragten (80 = 56,4%) nannten insgesamt 136 Bereiche, zu denen sie an einer einführenden Veranstaltung teilnehmen würden. Favoriten sind überwiegend einige „klassische“ Kulturbereiche: Oper, Theater, Musik (allgemein) und Ausstellungen/Museen. Bildende Kunst, Operette/Musical, Literatur und Konzerte werden demgegenüber seltener angemerkt.

¹¹¹ Fehlende Werte: 62 (43,6%)

Tab. 27: Nachbereitende Workshops ¹¹²

Kulturbereiche für nachbereitende Workshops	Anzahl Nennungen
Theater	9
Oper	8
Musik - (allgemein / Minimal Music im TiK Dornbirn / Open Airs / Musik)	7
Breites inhaltliches Interesse	3
Literatur	3
Konzerte	2
Ausstellungen	2
Operette / Musicals	2
Interkulturelle Veranstaltungen	1
Gratis Eintritte für mit Kindern	1
Sollen auch bezahlt werden	1
Spiel- und Gesangabende	1
Verweis auf obenstehende Antwort („siehe oben / siehe frage 23d,2“)	2

Das geringere Interesse an nachbereitenden Workshops drückt sich auch in der niedrigen Beteiligungszahl bei dieser Frage aus; nur knapp ein Viertel der Befragten (33 = 23,2%) schlug hierzu etwas vor. Theater, Oper und Musik stehen dabei erneut an der Spitze der Nennungen.

Tab. 28: Werden diese Kulturangebote Ihres Erachtens ausreichend öffentlich gefördert?

	ja	eher ja	eher nein	nein
Ausstellungen / Museen ¹¹³	29,3	50,4	16,3	4,1
Kino ¹¹⁴	24,8	37,6	24,8	12,8
Bühnenkunst/Theater ¹¹⁵	22,0	43,1	28,5	6,5
Festspiele / Festivals ¹¹⁶	48,8	37,4	10,6	3,3
Literaturveranstaltungen ¹¹⁷	17,9	37,6	35,9	8,5
Musikveranstaltungen / Konzerte ¹¹⁸	20,8	40,0	26,7	12,5

Es zeigt sich, dass die Befragten in Bezug auf alle sechs erfragten Kulturbereiche mehrheitlich der Ansicht sind, diese würden ausreichend öffentlich gefördert. In Summe der beiden bejahenden Antworten entsteht dabei folgende Rangreihe: Festspiele/Festivals (86,2%), Ausstellungen/Museen (79,7%), Bühnenkunst/Theater (65,1%), Kino (62,4%), Musikveranstaltungen/Konzerte (69%) und Literaturveranstaltungen (55,5%).

Mit der nachfolgenden Frage sollte erkundet werden, welchen Status Kulturschaffende im Vergleich mit anderen Berufsgruppen in den Augen der Bevölkerung haben. Auf einer vierstufigen Skala konnten die Befragten ankreuzen, „wie wichtig“ ihnen die jeweilige Berufsgruppe für die Gesellschaft erscheint. Diese Frage wird aufgrund des komplexeren Auswertungsmodus in anderer Form dargestellt als sie im

¹¹² Fehlende Werte: 109 (76,8%)

¹¹³ Fehlende Werte: 19 (13,4%)

¹¹⁴ Fehlende Werte: 25 (17,6%)

¹¹⁵ Fehlende Werte: 19 (13,4%)

¹¹⁶ Fehlende Werte: 19 (13,4%)

¹¹⁷ Fehlende Werte: 25 (17,6%)

¹¹⁸ Fehlende Werte: 22 (15,5%)



Fragebogen formatiert wurde. Tabelle 29 zeigt zunächst die Rangreihe der Mittelwerte,¹¹⁹ wobei ausdrücklich zu betonen ist, dass diese allein noch keinen signifikanten Unterschied zwischen Kulturschaffenden und anderen Berufsgruppen ausdrückt. Denn (zum Teil geringe) Unterschiede in den Mittelwerten zwischen den Berufsgruppen müssen gesondert durch einen Signifikanztest als statistisch bedeutsam nachgewiesen werden, um tatsächlich von einem Unterschied sprechen zu dürfen. Die Ergebnisse dieser Tests finden sich unterhalb der Tabelle 29.

Tab. 29: Wie wichtig sind Ihres Erachtens folgende Sparten und Berufsgruppen für die Gesellschaft?

	Mittelwert
Dienstleistungsberufe: medizinische	3,93
Dienstleistungsberufe: pädagogisch-soziale	3,81
Arbeitskräfte in Industrie- und Handwerksberufen	3,80
Anlagen- und Maschinenbauer, Monteure	3,76
Wissenschaftler/innen	3,70
Techniker/innen	3,69
Fachkräfte in Landwirtschaft und Fischerei	3,67
Bürokräfte und Kaufmännische Angestellte	3,60
Dienstleistungsberufe: serviceorientierte	3,58
Hilfsarbeitskräfte	3,49
Verkäufer/innen	3,48
Führungskräfte der Privatwirtschaft	3,43
Kulturschaffende: Professionelle	3,42
Kulturschaffende: Amateure	3,31
Verwaltungsbedienstete	3,29
Politisch Tätige	3,17
Spirituelle Berufe	3,07
Soldat/inn/en	2,34

Die Rangreihe zeigt, dass mit Ausnahme der Militärangehörigen alle Berufssparten positiv bis sehr positiv bewertet werden, was auf eine entsprechend positiv verzerrte Antworttendenz verweist. Ergebnisse eines Kolmogorov-Smirnov-Tests auf Normalverteilung belegen dies, denn die Bewertungsverteilung aller 18 Sparten weicht hochsignifikant von einer Normalverteilung ab.

- Da die nicht gegebene Normalverteilung Mittelwertvergleiche mittels t-Test unterbindet, wurde zur Prüfung eventueller Spartenunterschiede der Mann-Whitney-Test verwendet, welcher die durchschnittlichen Ränge von zwei Merkmalen innerhalb der geprüften Variablen miteinander vergleicht (Brosius 2008, S. 858). Geprüft wurden die Rangunterschiede der höchsten und niedrigsten Bewertungskategorie bei den professionellen Kulturschaffenden in Bezug auf die Ränge aller anderen Berufssparten. *Professionelle* Kulturschaffende unterscheiden sich demnach (hoch)signifikant von Wissenschaftler/innen, Kulturschaffenden als Amateure und politisch Tätigen.
- Deutlich mehr (hoch)signifikante Rangunterschiede zeigen sich dagegen zwischen den Kulturschaffenden *als Amateure* und den folgenden mittels Mann-Whitney-Test überprüften Berufssparten: medizinische Dienstleistungsberufe / pädagogisch-soziale Dienstleistungsberufe / Wissenschaftler/innen / Techniker/innen / Fachkräfte in Landwirtschaft und Fischerei / Bürokräfte und kaufmännische Angestellte / serviceorientierte Dienstleistungsberufe / Hilfsarbeitskräfte / Führungskräfte der Privatwirtschaft / Verkäufer/innen / professionelle Kulturschaffende. Alle genannten Berufssparten

¹¹⁹ Die Skala der Mittelwerte kann potentiell zwischen 1 und 4 rangieren, wobei Werte oberhalb 2,5 eher eine positive und Werte darunter eher eine negative Bewertung ausdrücken.



liegen mit ihren Mittelwerten oberhalb der Kulturschaffenden als Amateure. (Hoch)signifikante Rangunterschiede zu den Berufssparten mit niedrigeren Mittelwerten ergeben sich zwischen Kulturschaffenden als Amateure und Verwaltungsbediensteten, politisch Tätigen und Angehörigen spiritueller Berufe.

Insgesamt ist damit die Tendenz feststellbar, dass Amateur-Kulturschaffenden zwar ein positiver aber dennoch niedrigerer gesellschaftlicher Stellenwert eingeräumt wird als vielen anderen Berufsgruppen aus Dienstleistung, Wissenschaft, Technik, Landwirtschaft und Wirtschaft – und dies quer durch die Ausführungsebenen. Einzig Verwaltungsbediensteten, politisch Tätigen und Angehörigen spiritueller Berufe wird ein signifikant geringerer Stellenwert eingeräumt. Diese Bewertungsunterschiede sind bei professionellen Kulturschaffenden nicht in dem deutlichen Maße ausgeprägt. Nach „oben“ unterscheiden sie sich nur signifikant von der wissenschaftlichen Berufssparte, nach „unten“ von den Kulturschaffenden als Amateure und den politisch Tätigen.

Tab. 30: Aus welchen Gründen sollte Ihres Erachtens Kultur gefördert werden? (Antworten in %)

	ja	eher ja	eher nein	nein
Kultur leistet einen Beitrag zur Weiterentwicklung unserer Gesellschaft. ¹²⁰	66,9	25,7	4,4	0
Kultur erzeugt einen ideellen Mehrwert für die Gesellschaft. ¹²¹	54,9	30,8	11,3	3,0
Kultur ist für das Ansehen Vorarlbergs in Ö. und im Ausland wichtig. ¹²²	49,6	33,1	12,0	5,3
Kultur hebt die Qualität gesellschaftlicher Diskurse. ¹²³	49,6	32,3	14,3	3,8
Kulturförderung ist wichtig, auch wenn sie keinen wirtschaftlichen Nutzen bringt. ¹²⁴	49,6	30,8	14,3	5,3
Kultur nutzt Vorarlberg als Fremdenverkehrsland. ¹²⁵	47,7	38,6	12,1	1,5
Weil Kultur als kritischer Spiegel der Gesellschaft wirkt. ¹²⁶	44,7	30,3	19,7	5,3
Weil Kultur den sozialen Zusammenhalt stärkt. ¹²⁷	42,3	40,8	13,1	3,8
Wenn wir Kultur nicht fördern, verlieren wir unsere Identität u. unser Selbstbild. ¹²⁸	41,8	23,9	23,1	11,2
Kulturförderung sollte in diesen Zeiten verstärkt werden. ¹²⁹	30,0	33,8	26,9	9,2
Kultur erzeugt einen materiellen Mehrwert für die Gesellschaft. ¹³⁰	28,6	31,6	30,8	9,0
Bin grundsätzlich gegen Kulturförderung, die Künstler sollen sich selbst erhalten ¹³¹	12,6	17,6	29,6	40,1
Kulturförderung sollte in diesen Zeiten verringert werden. ¹³²	9,8	18,8	34,6	36,8
Kulturförderung ist nur dann gut, wenn sie wirtschaftlich nutzt. ¹³³	8,3	20,5	34,8	36,4

Gemessen an den absoluten Ja-Antworten sprechen zwei Drittel der Befragten (66,9%) uneingeschränkt der Kultur einen Wert für die gesellschaftliche Weiterentwicklung zu. Noch über die Hälfte (54,9%) ist uneingeschränkt der Ansicht, dass Kultur einen ideellen Mehrwert für die Gesellschaft erzeugt. Drei weitere Statements werden jeweils von knapp der Hälfte der Befragten (49,6%) uneingeschränkt bejaht: Kultur stärkt das Ansehen Vorarlbergs in Österreich und im Ausland. Sie hebt die Qualität gesellschaftli-

¹²⁰ Fehlend: 6 (4,2%)

¹²¹ Fehlend: 9 (6,3%)

¹²² Fehlend: 9 (6,3%)

¹²³ Fehlend: 9 (6,3%)

¹²⁴ Fehlend: 9 (6,3%)

¹²⁵ Fehlend: 10 (7%)

¹²⁶ Fehlend: 10 (7%)

¹²⁷ Fehlend: 12 (8,5%)

¹²⁸ Fehlend: 8 (5,6%)

¹²⁹ Fehlend: 12 (8,5%)

¹³⁰ Fehlend: 9 (6,3%)

¹³¹ Fehlend: 0

¹³² Fehlend: 9 (6,3%)

¹³³ Fehlend: 10 (7%)



cher Diskurse und ist auch ohne wirtschaftlichen Nutzen wichtig. In Summe beider Ja-Antworten ergibt sich annähernd dieselbe Reihung mit einer Ausnahme: Der Nutzen von Kultur für Vorarlberg als Fremdenverkehrsland liegt dann an zweiter (statt an sechster) Stelle. Die drei kulturpessimistischen Statements werden dagegen in beiden Kalkulationsvarianten am seltensten voll oder teilweise bejaht.

Tab. 31: Wenn Sie Künstler ansehen: Sind das eher regionale oder internationale Künstler? ¹³⁴

	Prozent
Keines von beiden, sehe keine Künstler an	3,7
Beide gleichermaßen	63,2
Eher internationale Künstler	16,9
Eher regionale Künstler	16,2

Die Befragten besuchen mehrheitlich regionale wie internationale Künstler gleichermaßen.

Tab. 32: Wenn Sie zu Kulturveranstaltungen gehen: Sind das eher große oder eher kleine Events? ¹³⁵

	Prozent
Keines von beiden, gehe nicht zu Kulturveranstaltungen	2,9
Beide gleichermaßen	47,1
Eher kleine Events	42,8
Eher große Events	7,2

Etwa zwei Fünftel der Befragten (42,8%) gehen eher zu kleinen Veranstaltungen, nur 7,2% eher zu großen und knapp die Hälfte besucht beide Events im gleichen Ausmaß. Das bedeutet, dass insgesamt kleine Events häufiger besucht werden als große.

Die zwei thematischen Abschlussfragen zum potentiellen Kulturrengagement konnten die Befragten erneut mit eigenen Worten beantworten. Die Auswertung erfolgt wie oben kategorial und quantitativ.

Tab. 33: Was müsste geschehen, damit Sie an mehr Kulturveranstaltungen teilnehmen?

	Anzahl Nennungen
1. Keine Nennung	62
2. Bezug auf die Zeit („Ich nehme sehr viel Teil, mehr Zeit habe ich nicht / andere Dienstzeiten / Der Tag müsste 30 Stunden haben / Abnahme der Arbeitszeit, wundersame Zeitvermehrung / Mehr (Frei)Zeit / Tag müsste länger sein / Bessere Beginnzeiten“)	36
3. Bezug auf Finanzen („Beschränkte finanzielle Mittel / größeren Budgetbetrag / Bezahler für eine große Familie / billigere, günstigere, vernünftige Eintrittspreise / Da ich nicht viel verdiene, müssten große Kulturveranstaltungen billiger sein bzw. länger geöffnet haben / Mehr Geld zur Verfügung haben / weniger Kosten / Wenn die Karten für gute Veranstaltungen nicht so teuer wären / Preise niedriger“)	24

¹³⁴ Fehlend: 6 (4,2%)

¹³⁵ Fehlend: 4 (2,8%)



	Anzahl Nennungen
4. Bezug auf das Angebot („Bessere Filme, mehr Angebote für Theater und Musicals / alternative, experimentelle Kunstangebote in den Regionen / gutes bzw. besseres Angebot / bei Ausstellungen: mehr internationale, schöne Kunst / besseres zeitgemäßes Angebot für Generation 30+ / breites Angebot über das Jahr verteilt, keine Terminkollisionen [3 mal Theater in Vorarlberg am selben Abend] / mehr internationale Künstler / heimatverbundene Kulturveranstaltung / interessantes Thema / Interessante Ausstellungen aktueller Künstler / Maßgeschneiderte Angebote müssten in meinem Briefkasten liegen, vor allem bei subkulturellen Veranstaltungen fehlt die Information / mehr Angebote / passende Programme / Ausstellungen sollten auch für Normalverbraucher nachvollziehbar sein / weniger Mainstream / mehr Internationales, familienfreundlicher / Musical, Operette / Qualität / musikalische Veranstaltungen sind immer noch am besten“)	20
5. Bezug auf Rahmenbedingungen („Bessere Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel / besserer öffentlicher Verkehr vor allem abends, nachts und an Sonntagen / Interesse dafür geweckt werden / Kinderbetreuung parallel dazu / Babysitter, weniger Haushalt / mehr dezentrale Angebote in räumlicher Nähe, mehr gesellschaftskritisch / Mehr interessante Kinderveranstaltungen in der Umgebung / mehr Veranstaltungen in meinem Interessensgebiet, Diversifizierung statt Konzertation, informieren, interessiertes und vorhandenes Publikum / eine diesbezügliche aktive Begleitung, Motivation durch andere / späterer Beginn / Bessere Abstimmung der Veranstalter“)	11
6. Bezug auf sich selbst („Eigene Faulheit überwinden / Freundeskreis muss mitgehen / Habe eigene Interessen / Ich müsste 20 Jahre jünger sein / In die Stadt ziehen / Mehr Lust nach der Arbeit / Müsste mehr Interesse haben“)	6
7. Bezug auf Information („Bei Vorträgen: mehr Information / Mehr Info im Internet / Mehr Vorab-Info / Übersichtliche Info haben / Wenn die Informationen besser wären“)	5
8. Sonstiges („Das, was gemacht wird, passt soweit / Je nachdem um was es geht / Nichts“)	3

Über die Hälfte (56,3%) der Befragten beantworteten den ersten Teil der offen gestellten Frage in Stichworten. Die verschiedenen qualitativen Antworten wurden erneut kategorisiert und ausgezählt. Demnach bestimmen drei zentrale Aspekte das Motiv, potentiell vermehrt an kulturellen Aktivitäten teilzunehmen: erstens die verfügbare Zeit, zweitens die verfügbaren Finanzmittel und drittens die Passgenauigkeit des Angebots.

Tab. 34: Was müsste geschehen, damit Sie selber öfter kulturell aktiv werden?

	Anzahl Nennungen
1. Keine Nennung	91
2. Bezug auf die Zeit („Freiräume, mehr Zeit haben / andere Dienstzeiten / mehr (Frei)Zeit „)	19
3. Bezug auf Rahmenbedingungen („erleichterter Zugang für Gesang und Instrumentenvorführung, Erleichterung für öffentliche Ausstellungen [Bilder usw.] / im Rheintal wohnen / halb-öffentliche Orte für Proben etc. auch für Nicht-Jugendliche / Mehr Bildung und Öffis / mehr Möglichkeiten / Räume, Service, um eigene Ideen umzusetzen“)	8
4. Bezug auf Sozialkontakte („Mehr Gleichgesinnte / Wenn ich spontan eine menschlich passende Gruppe träfe / Leute! / Wenn meine Kids größer sind / Raum, Menschen zum unverbindlichen Musizieren / Kontakt, Austausch ermöglichen (Ideen- und Personenbörse?) im regionalen Raum / Mitarbeiter“)	7



Fortsetzung Tab. 34

	Anzahl Nennungen
5. Bezug auf bisherige Aktivitäten und sich selbst („Verlagerung Freizeitaktivitäten / Alltagsballast abwerfen, mehr Mut zur Entfaltung haben / mehr Selbstvertrauen / müsste mehr Interesse haben / (m)ein Talent finden / bin aktiv / mehr Eigenaktivität“)	7
6. Bezug auf Finanzen („steuerlicher Anreiz bei Nebenverdienst als Künstler / mehr Budget / mehr Geld“)	5
7. Kein Interesse („eher nicht, habe als Hobby diverse Sportarten / nichts für mich / ich möchte nicht aktiv sein / kein Interesse“)	5
8. Bezug auf das Alter („Ich bin 75 Jahre / ich bin 87,5 Jahre alt und gehe nicht mehr gerne aus / ich müsste 20 Jahre jünger sein“)	3
9. Sonstiges („Interessantes Thema“)	1

Gut ein Drittel (35,9%) der Befragten beantwortete den zweiten Teil der offen gestellten Frage in Stichworten. Am häufigsten wurde das Zeitargument genannt: Mit mehr verfügbarer Zeit würden 19 Befragte auch öfter selbst kulturell aktiv werden. Andere Aspekte erhielten zwischen drei und acht Nennungen, wobei die Finanzierung kultureller Eigenaktivität eher eine untergeordnete Rolle spielt. Mit der Nennung spezifischer Sozialkontakte kommt ein Aspekt hinzu, der bei der passiven Kulturnutzung kaum bedeutsam ist. Neben Zeit- und Rahmenbedingungen ist der „richtige“ Bekanntenkreis für das Ausüben eigener kultureller Tätigkeiten wichtig.

5. Korrelative Hypothesenprüfungen

Kapitel 5 präsentiert Ergebnisse zu Forschungsfragen nach spezifischen Unterschieden bzw. Zusammenhängen in Bezug auf theorierelevante Aspekte der Kulturnutzung und des Kulturschaffens, wie sie in Kapitel 3.1 dargestellt wurden. Die Reihenfolge der Hypothesen entspricht derjenigen aus Kapitel 3.1; es werden signifikante und nicht signifikante Ergebnisse präsentiert.

Hypothese a1: Menschen, die häufig Kulturveranstaltungen besuchen, sind mit dem lokalen, regionalen und überregionalen Kulturangebot zufriedener als Menschen mit geringer Besuchsfrequenz.¹³⁶

Diese Hypothese wurde nicht bestätigt.¹³⁷

Hypothese a2: Wer häufiger Kulturveranstaltungen besucht, nimmt häufiger internationale Künstler wahr als Menschen mit geringer Besuchshäufigkeit.

Diese Hypothese wurde mittels Chi²-Test untersucht und bestätigt.¹³⁸ Wie die nachstehende Tabelle zeigt, konnte diese Hypothese zwar nur an einer kleinen voneinander getrennten Teilmenge der Befragten geprüft werden, da die meisten die Option „sowohl als auch“ angekreuzt haben. Dennoch ist das Resultat evident: Befragte, die häufiger Kulturveranstaltungen besuchen, gehen hochsignifikant öfter zu internationalen Künstlerinnen und Künstlern als die Vergleichsgruppe – und umgekehrt.

¹³⁶ Die Häufigkeit der Besuche von Kulturveranstaltungen wurde aus den summierten Antworten zur Frage 1a bis 1f gebildet, was trotz der stetigen Variablen nur als ordinale Rangstufe interpretiert werden darf. Abhängige Variablen sind die Fragen 3a bis 3c.

¹³⁷ Bivariate Korrelationen: $r = 0,042$ $p = 0,554$ / $r = 0,095$ $p = 0,187$ / $r = 0,086$ $p = 0,251$

¹³⁸ Die Häufigkeit der Besuche von Kulturveranstaltungen wurde aus den summierten Antworten zur Frage 1a bis 1f gebildet und zunächst nach den 25-Perzentilklassen in vier Stufen recodiert. Da eine erste Chi²-Analyse eine zu hohe Zahl gering belegter Zellen bei den erwarteten Werten ergab, wurde die unabhängige Variable nach ihrem Mittelwert dichotomisiert. Ergebnis: Chi² = 10,79, exakte Signifikanz nach Fisher = 0,001, null Zellen mit erwarteter Häufigkeit kleiner 5.



Tab. 35: Häufigkeit von Kulturbesuchen und Regionalität der Künstler/innen

Häufigkeit der Kulturbesuche		Regionale Künstler	Internationale Künstler	Gesamt
Untere 50%: seltenere Kulturbesuche	Anzahl	19	10	29
	%	65,5	34,5	100,0
Obere 50%: häufigere Kulturbesuche	Anzahl	2	13	15
	%	13,3	86,7	1,0
Gesamt	Anzahl	21	23	44
	%	47,7	52,3	100,0

Hypothese a3: Wer kulturelle Aktivitäten als Hobby intensiv ausübt, besucht öfter Kulturveranstaltungen als Menschen, die nur in geringem Ausmaß ein kulturelles Hobby aktiv pflegen.

Diese Hypothese wurde bestätigt, es zeigt sich jedoch nur ein schwacher Zusammenhang: ¹³⁹ Je mehr Zeit jemand für kulturelle Hobbys investiert, desto hochsignifikant häufiger nimmt diese Person auch an Kulturveranstaltungen teil.

Hypothese a4: Wer häufig Kulturveranstaltungen besucht, ist auch eher der Ansicht, es sei wichtig, Kindern Kultur nahezubringen – und umgekehrt.

Diese Hypothese wurde bestätigt, es zeigt sich jedoch nur ein schwacher Zusammenhang: ¹⁴⁰ Je mehr Zeit jemand für kulturelle Hobbys investiert, desto eher ist diese Person der Ansicht, dass es wichtig sei, Kindern Kultur nahezubringen (Frage 17c).

Hypothese b1: Wer mehr Geld für Kultur ausgibt, besucht häufiger Kulturveranstaltungen als Menschen mit geringeren Kulturausgaben.

Als unabhängige Variable wurden die Items der Frage 7a bis 7i zu einem Summenscore zusammengefasst. Die Spannweite aller monatlichen Geldausgaben für kulturelle Zwecke liegt zwischen null und 695 €. Der arithmetische Mittelwert beträgt 149 €, der Median 95 € und der Modalwert 45 €, was darauf verweist, dass die Variable nicht normalverteilt sondern linksschief ist. Die Standardabweichung von 146 € belegt zudem eine breite Streuung.

Mittels bivariater Korrelation auf Ordinalniveau konnte diese Hypothese bestätigt werden: Je höher die Geldausgaben für Kultur (und das schließt neben Veranstaltungsbesuchen aller Art Zeitungen, DVD's und Bücher ein), desto häufiger werden Kulturveranstaltungen besucht. ¹⁴¹ Der Zusammenhang ist zwar signifikant aber nur gering ausgeprägt, was bedeutet, dass die Häufigkeit des Besuchs von Kulturveranstaltungen durch weitere Faktoren erklärt werden muss.

Hypothese b2: Wer mehr Geld für Kultur ausgibt, ist mit dem lokalen, regionalen und überregionalen Kulturangebot zufriedener als Menschen mit geringeren Kulturausgaben.

Diese Hypothese wurde nicht bestätigt. ¹⁴²

Hypothese b3: Motive für den Besuch kulturelle Veranstaltungen oder Einrichtungen beeinflussen die Höhe der Geldausgabe für Kultur.

Die elf Items der Frage 5a bis 5k nach diversen Besuchsmotiven für Kulturveranstaltungen wurden als Ausgangsmodell (unabhängige Variablen) für eine schrittweise Multiple Regression eingesetzt; die Höhe der Geldausgaben für kulturelle Zwecke bildet die abhängige Variable. Die Analyse ergab ein erklärungskräftiges Modell mit ausschließlich einer Variablen; der Zusammenhang ist positiv: Einzig das Motiv, Kulturveranstaltungen aus Entspannungsgründen zu besuchen, beeinflusst die Höhe der Geldaus-

¹³⁹ Bivariate Korrelation, Spearman's Rho: $r = 0,281$, $p = 0,001$.

¹⁴⁰ Bivariate Korrelation, Pearson: $r = 0,347$, $p = 0,000$.

¹⁴¹ Spearman's Rho: $r = 0,258$, $p = 0,012$

¹⁴² Bivariate Korrelationen: $r = -0,044$ $p = 0,661$ / $r = -0,095$ $p = 0,348$ / $r = 0,111$ $p = 0,279$



gaben für Kultur; andere Motive sind dafür irrelevant.¹⁴³ Also: Je eher jemand Kulturveranstaltungen zum Zweck der Entspannung aufsucht, desto mehr Geld wird insgesamt für kulturelle Zwecke ausgegeben.

Hypothese b4: Wer mehr Gründe hat, das lokale Kulturangebot selten zu nutzen, gibt mehr Geld für Kultur aus als Menschen, die dem lokalen Kulturangebot weniger ablehnend gegenüberstehen.

Die unabhängige Variable „Ablehnung des lokalen Kulturangebots“ wurde als Summenindex der Frage 9a bis 9m zu den Gründen der seltenen Nutzung lokaler, regionaler und überregionaler Kulturangebote gebildet, und zwar nur zu jenen Antworten, die sich auf das lokale Angebot beziehen. Abhängige Variable ist erneut der Summenscore zu den kulturellen Geldausgaben.

Die Hypothese konnte nicht bestätigt werden. Sowohl Korrelationstests auf Intervallniveau als auch eine Datenreduktion des Index in eine dichotome Variable (0 = keinen Grund genannt / 1 = mindestens einen Grund genannt) und anschließende Testung auf Ordinalniveau mittels Mann-Whitney-U-Test brachten dieses Ergebnis.¹⁴⁴

Hypothese c1: Wer die Ansicht teilt, Kultur würde ausreichend gefördert, besucht häufiger Kulturveranstaltungen als Menschen, die gegenteiliger Ansicht sind.

Die unabhängige Variable wurde als Summenscore der Antworten zur Frage 24a bis 24f gebildet, als abhängige fungiert der Summenscore zur Häufigkeit der Kulturbesuche. Die Hypothese konnte nicht bestätigt werden.¹⁴⁵

Hypothese c2: Wer die Ansicht teilt, Kultur würde ausreichend gefördert, ist mit dem lokalen, regionalen und überregionalen Kulturangebot eher zufrieden als Menschen, die gegenteiliger Ansicht sind.

Diese Hypothese konnte zu einem Teil bestätigt werden: Je stärker die Befragten der Ansicht sind, Kultur würde ausreichend gefördert, desto zufriedener sind sie mit dem überregionalen Kulturangebot.¹⁴⁶ Der Zusammenhang ist signifikant allerdings nur schwach ausgeprägt, und zu den lokalen und regionalen Angeboten besteht kein Zusammenhang.

Hypothese c3: Verschiedene Motive für den Besuch kultureller Veranstaltungen oder Einrichtungen beeinflussen die Ansicht, Kultur würde ausreichend gefördert.

Die elf Items der Frage 5a bis 5k nach diversen Besuchsmotiven für Kulturveranstaltungen wurden als Ausgangsmodell (unabhängige Variablen) für eine schrittweise Multiple Regression eingesetzt. Die Bewertung der lokalen, regionalen und überregionalen Kulturförderung wurde jeweils im Kontext einer Multiplen Regression getestet. Folgende Motive bewirken jeweils die Ansicht der ausreichenden Kulturförderung:

- Lokale Kulturförderung: Die Analyse ergab ein erklärungskräftiges Modell mit ausschließlich einer Variablen: Einzig das Motiv, Kulturveranstaltungen aus Bildungsgründen zu besuchen, beeinflusst die Ansicht, lokale Kultur würde ausreichend gefördert. Der Zusammenhang ist negativ, das bedeutet: Je eher Kulturveranstaltungen aus Bildungsgründen besucht werden, desto seltener wird die Ansicht vertreten, lokale Kultur würde ausreichend gefördert.¹⁴⁷
- Regionale wie überregionale Kulturförderung: Die Analyse ergab keine erklärungskräftigen Modelle - alle Variablen wurden von der Regression ausgeschlossen. Anders formuliert: Motive des Besuchs von Kulturveranstaltungen beeinflussen *nicht* die Haltung gegenüber regionaler und überregionaler Kulturförderung.

¹⁴³ Schrittweise Multiple Regression: $n \geq 50 + (8 \times 11 \text{ Modellvariablen})$ / Durbin-Watson-Koeffizient = 1,657 / ANOVA von Modell 1; $p = 0,012$ / Residuen sind grafisch annähernd normalverteilt / standardisierter Betakoeffizient = 0,28.

¹⁴⁴ M-W-U-Test: $p = 0,997$; $Z = -0,003$.

¹⁴⁵ Bivariate Korrelation: $r = -0,062$, $p = 0,532$

¹⁴⁶ Bivariate Korrelation: $r = 0,27$, $p = 0,026$

¹⁴⁷ Schrittweise Multiple Regression: $n \geq 50 + (8 \times 11 \text{ Modellvariablen})$ / Durbin-Watson-Koeffizient = 1,815 / ANOVA von Modell 1; $p = 0,022$ / Residuen sind grafisch annähernd normalverteilt / standardisierter Betakoeffizient = -0,231.



Hypothese c4: Wer verstärkt der Ansicht ist, Kultur würde ausreichend gefördert, gibt weniger Geld für den Besuch von Kulturveranstaltungen aus als Menschen, die eher gegenteiliger Ansicht sind.

Diese Hypothese wurde nicht bestätigt.¹⁴⁸

Hypothese c5: Wer verstärkt der Ansicht ist, Kultur würde ausreichend gefördert, hat weniger Gründe das lokale Kulturangebot zu nutzen.

Diese Hypothese wurde nicht bestätigt.¹⁴⁹

Hypothese c6: Wer kulturelle Aktivitäten als Hobby intensiv ausübt, ist auch verstärkt der Ansicht, Kultur würde ausreichend gefördert.

Diese Hypothese wurde nicht bestätigt.¹⁵⁰

Hypothese c7: Wer eher der Ansicht ist, Kultur würde ausreichend gefördert, ist auch eher der Ansicht, es sei wichtig, Kindern Kultur nahezubringen – und umgekehrt.

Diese Hypothese wurde bestätigt, wobei sich ein schwacher negativer Zusammenhang ergab.¹⁵¹ Anders formuliert: Je stärker jemand die Ansicht teilt, Kultur würde *nicht* ausreichend gefördert, desto stärker wird auch die Ansicht vertreten, dass es wichtig sei, Kindern Kultur nahezubringen.

Hypothese d1: Es gibt sozio-demographische Konstellationen, welche die Häufigkeit des Besuchs von Kulturveranstaltungen beeinflussen.

Folgende 10 sozio-demographischen und kulturspezifischen Variablen wurden als Ausgangsmodell (unabhängige Variablen) für eine schrittweise Multiple Regression eingesetzt: Geschlecht (als Dummy-Variable „weiblich“), Alter, Bildungsstand (als Dummy-Variable „hoch und sehr hoch“), Staatsbürgerschaft (als Dummy-Variable „österreichisch“), Haushaltseinkommen, Zufriedenheit mit der finanziellen Lage, Lebensform (als Dummy-Variable „in Partnerschaft“), Kinderzahl, Stunden eigener kultureller Betätigung als Hobby (summiert), Stunden der Mediennutzung für Kulturveranstaltungen (summiert).

Die Analyse ergab ein erklärungskräftiges Modell mit zwei Variablen: Das weibliche Geschlecht und eine hohe Schulbildung beeinflussen hochsignifikant die Besuchshäufigkeit von Kulturveranstaltungen.¹⁵² Beide Variablen üben in ihrem kombinierten Auftreten in etwa denselben Einfluss auf die Besuchshäufigkeit aus. Anders formuliert: Frauen mit hoher Schulbildung besuchen häufiger kulturelle Veranstaltungen als Männer mit hoher sowie Frauen und Männer mit niedriger Schulbildung. Die übrigen acht geprüften Variablen beeinflussen die Besuchshäufigkeit nicht.

Hypothese d2: Es gibt sozio-demographische Konstellationen, welche die Zufriedenheiten mit lokalen, regionalen und überregionalen Kulturangeboten beeinflussen.

Hierfür wurden dieselben 10 sozio-demographischen und kulturspezifischen Variablen in das Ausgangsmodell für eine schrittweise Multiple Regression eingesetzt wie bei Hypothese d1.

- Lokale Kulturangebote: Die Analyse ergab ein erklärungskräftiges Modell mit ausschließlich einer Variablen: Einzig die österreichische Staatsbürgerschaft ist ausschlaggebend für die Zufriedenheit mit lokalen Kulturangeboten.¹⁵³ Anders formuliert: Österreichische Staatsbürger/innen sind mit den lokalen Kulturangeboten zufriedener als Befragte ohne österreichische Staatsbürgerschaft.

¹⁴⁸ Bivariate Korrelation: $r = 0,083$; $p = 0,442$

¹⁴⁹ Bivariate Korrelation: $r = -0,166$; $p = 0,083$

¹⁵⁰ Bivariate Korrelation: $r = -0,045$; $p = 0,645$

¹⁵¹ Bivariate Korrelation: $r = -0,288$; $p = 0,003$

¹⁵² Schrittweise Multiple Regression: $n \geq 50 + (8 \times 10 \text{ Modellvariablen})$ / Durbin-Watson-Koeffizient = 2,0 / ANOVA von Modell 2; $p = 0,009$ / Residuen sind grafisch annähernd normalverteilt / standardisierter Betakoeffizient für hohe Schulbildung = 0,23, für weibliches Geschlecht = 0,215.

¹⁵³ Schrittweise Multiple Regression: $n \geq 50 + (8 \times 10 \text{ Modellvariablen})$ / Durbin-Watson-Koeffizient = 2,029 / ANOVA von Modell 1; $p = 0,001$ / Residuen sind grafisch annähernd normalverteilt / standardisierter Betakoeffizient = 0,318.



- Regionale Kulturangebote: Die Analyse ergab ein erklärungskräftiges Modell mit ausschließlich einer Variablen: Einzig das Alter ist ausschlaggebend für die Zufriedenheit mit regionalen Kulturangeboten.¹⁵⁴ Anders formuliert: Je älter die Befragten sind, desto zufriedener sind sie mit den regionalen Kulturangeboten.
- Überregionale Kulturangebote: Die Analyse ergab keine erklärungskräftigen Modelle – alle Variablen wurden von der Regression ausgeschlossen.

Hypothese d3: Es gibt sozio-demographische Konstellationen, welche die Höhe der Geldausgaben für Kultur beeinflussen.

Diese Hypothese wurde nicht bestätigt. Die Analyse ergab keine erklärungskräftigen Modelle – alle Variablen wurden von der Regression ausgeschlossen.

Hypothese d4: Es gibt sozio-demographische Konstellationen, welche der Geldausgaben für kulturelle Aktivitäten der Kinder innerhalb und außerhalb der Schule beeinflussen.

Hierfür wurden dieselben 10 sozio-demographischen und kulturspezifischen Variablen in das Ausgangsmodell für eine schrittweise Multiple Regression eingesetzt wie bei Hypothese d1. Die abhängige Variable wurde als Summenscore der Fragen C19 und C20 zur Höhe der Geldausgaben für kulturelle Aktivitäten der Kinder gebildet. Befragte ohne Kinder wurden dabei als „fehlende Werte“ codiert.

Die Analyse ergab ein erklärungskräftiges Modell mit vier Variablen: Die Anzahl der Kinder, das Alter der Befragten, eine partnerschaftliche Lebensform und die Anzahl der Wochenstunden, in denen jemand Kulturaktivitäten als Hobby ausübt beeinflussen gemeinsam hochsignifikant die Höhe der schulischen und außerschulischen Geldausgaben für Kinder und Kultur.¹⁵⁵ Der Zusammenhang ist wie folgt: Es wird mehr Geld für „Kinder und Kultur“ ausgegeben, je mehr Kinder bei einem leben, je *jünger* die Befragten sind, wenn sie *nicht* in einer ausschließlich partnerschaftlichen Lebensform (ohne Kinder) leben und je mehr Stunden pro Woche sie selbst kulturelle Hobby-Aktivitäten ausüben.

Hypothese d5: Es gibt sozio-demographische Konstellationen, welche die Motive für den Besuch kultureller Veranstaltungen beeinflussen.

Um nicht willkürlich alle erfragten Motive induktiv zu testen (was für eine explorative Studie zwar denkbar aber wenig theoriegeleitet wäre), werden die elf Items der Frage 5a bis 5k vorab der schrittweisen Multiplen Regression faktorenanalytisch getestet und interpretiert. In der Multiplen Regression bilden daraufhin die verifizierten Motivfaktoren jeweils die unabhängigen Variablen. Erneut gehen die 10 sozio-demographischen und kulturspezifischen Variablen von Hypothese d1 in das Ausgangsmodell ein.

Ergebnis der Faktorenanalyse zu den Besuchsmotiven:

- Der Kaiser-Meyer-Olkin-Test ergibt den Wert 0,685, was noch einen annehmbaren Wert für die Eignung des Faktorenmodells bedeutet (vgl. Brosius 2008: 780).
- Die Werte der Anti-Image-Korrelationsmatrix liegen bei den 11 Motiv-Variablen zwischen 0,447 und 0,825 (im Durchschnitt bei 0,67). Zwei Motiv-Variablen liegen unter dem erforderlichen Wert von 0,6 und wurden daher für die Faktorenanalyse herausgenommen. Es handelt sich um die Items: „um andere Menschen zu treffen“ und „um mit dem/der Partner/in etwas zu unternehmen“. Die Faktorenanalyse wurde ohne diese beiden Items wiederholt.
- Die Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin-Test hat sich bei der wiederholten Faktorenanalyse auf den Wert 0,743 erhöht, was einen recht guten Wert für die Eignung des Faktorenmodells bedeutet.
- Die Werte der Anti-Image-Korrelationsmatrix liegen nun bei den neun verbliebenen Variablen zwischen 0,676 und 0,833 (im Durchschnitt bei 0,75), womit die Items brauchbar sind.
- Der Bartlett-Test auf Sphärität ergibt ein Signifikanzniveau von 0,000. Das bedeutet, zwischen einigen der geprüften Variablen besteht auch in der Grundgesamtheit eine Korrelation.

¹⁵⁴ Schrittweise Multiple Regression: $n \geq 50 + (8 \times 10 \text{ Modellvariablen})$ / Durbin-Watson-Koeffizient = 1,845 / ANOVA von Modell 1; $p = 0,027$ / Residuen sind grafisch annähernd normalverteilt / standardisierter Betakoeffizient = 0,226.

¹⁵⁵ Schrittweise Multiple Regression: $n \geq 50 + (8 \times 10 \text{ Modellvariablen})$ / Durbin-Watson-Koeffizient = 2,066 / ANOVA von Modell 4; $p = 0,000$ / Residuen sind grafisch annähernd normalverteilt / standardisierter Betakoeffizient für Kinderzahl = 0,31, Alter = -0,278, Lebensform = -0,241, Hobbystunden/Kultur = 0,322.



- Durch die Varimax-Rotation wird jeder Faktor über eine möglichst geringe Anzahl von Variablen mit hoher Faktorenladung dargestellt.
- Faktorladungen kleiner 0,3 wurden unterdrückt, was die Zahl der begründeten Faktoren reduziert.

Die Faktorenanalyse ergab zwei Motiv-Faktoren, welche mit 54,5% die Gesamtvarianz erklären und sich aus folgenden Items zusammensetzen. Weil das Item „Aus persönlichem Interesse“ auf beide Faktoren annähernd gleichhoch lädt, und dies auch in niedrigem Ausmaß, wird es aus der weiterführenden Interpretation ausgeschlossen.

Tab. 36: Zwei faktorenanalytisch verifizierte Hauptmotive für den Besuch von Kulturveranstaltungen

Neun Items aus Frage 5 zu den Besuchsgründen von Kulturveranstaltungen	Faktorladungen	
	1	2
Um etwas Besonderes erleben	,523	
Zur Entspannung	,746	
Um etwas live erleben	,813	
Zur Unterhaltung	,794	
[Aus persönlichem Interesse]	,434	,416
Zur Information		,848
Zur Bildung		,802
Um aktuelle Strömungen kennenlernen		,602
Aus ästhetischem Genuss		,524
Erklärte Varianzanteile (in %)	36,7	17,8

So bilden die oberen fünf Items einen Motivbereich ab, bei dem es darum geht, etwas zu erleben, das einem nicht alltägliche Gefühle vermittelt (etwas Besonderes, Unterhaltsames, Entspannendes). Dieser Faktor wird in Folge mit dem Begriff „Motive der emotionale Anregung“ bezeichnet. Die unteren vier Items repräsentieren demgegenüber einen eher kognitiv besetzten Motivbereich, bei dem es darum geht, sich ein rational-ästhetisches Vergnügen zu gönnen (Information, Bildung, Ästhetik). Dieser Faktor wird darum in Folge mit dem Begriff „Motive der kognitiven Anregung“ bezeichnet.

Die schrittweise Multiple Regression mit diesen beiden Faktoren brachte folgende Ergebnisse:

- **Motive der emotionale Anregung:** Die Analyse ergab ein erklärungskräftiges Modell mit ausschließlich einer Variablen: Einzig das weibliche Geschlecht hängt hochsignifikant mit Motiven emotionaler Anregung für den Besuch von Kulturveranstaltungen zusammen.¹⁵⁶ Anders formuliert: Aus emotional anregenden Motiven heraus besuchen besonders Frauen Kulturveranstaltungen. Andere sozio-demographische Aspekte sind für die Ausprägung emotional anregender Motive nicht bedeutsam.
- **Motive der kognitiven Anregung:** Die Analyse ergab ein erklärungskräftiges Modell mit ausschließlich einer Variablen: Einzig die Anzahl der Stunden, in denen jemand diverse Medien (TV, Radio, Internet, Zeitung, PC) zu kulturellen Zwecken nutzt, hängt signifikant mit Motiven kognitiver Anregung für den Besuch von Kulturveranstaltungen zusammen.¹⁵⁷ Anders formuliert: Je intensiver Massenmedien und Neue Medien für Kulturzwecke genutzt werden, desto eher werden Kulturveranstaltungen zum Zweck der kognitiven Anregung besucht. Andere sozio-demographische Aspekte sind für die Ausprägung kognitiv anregender Motive nicht bedeutsam.

Hypothese d6: Es gibt sozio-demographische Konstellationen, welche die Gründe beeinflussen, lokale kulturelle Veranstaltungen eher selten zu besuchen.

¹⁵⁶ Schrittweise Multiple Regression: $n \geq 50 + (8 \times 10 \text{ Modellvariablen})$ / Durbin-Watson-Koeffizient = 1,619 / ANOVA von Modell 1; $p = 0,004$ / Residuen sind grafisch annähernd normalverteilt / standardisierter Betakoeffizient = 0,325.

¹⁵⁷ Schrittweise Multiple Regression: $n \geq 50 + (8 \times 10 \text{ Modellvariablen})$ / Durbin-Watson-Koeffizient = 1,685 / ANOVA von Modell 1; $p = 0,017$ / Residuen sind grafisch annähernd normalverteilt / standardisierter Betakoeffizient = -0,252.



In die schrittweise Multiple Regression wird als abhängige Variable der Summenscore zu den Gründen eingesetzt, warum lokale Kulturangebote nicht besucht werden. In das Ausgangsmodell gehen erneut die o.g. sozio-demographischen Variablen als unabhängige Größen ein. Die Analyse ergab ein erklärungskräftiges Modell mit ausschließlich einer Variablen: Einzig die subjektive Zufriedenheit mit der aktuellen Finanzlage (nicht jedoch das objektive Haushaltseinkommen) beeinflusst die Gründe, lokale Kulturangebote nicht zu besuchen.¹⁵⁸ Der Zusammenhang ist negativ, d.h. je unzufriedener jemand mit der aktuellen eigenen Finanzlage ist, desto mehr Gründe sprechen dagegen, das lokale Kulturangebot wahrzunehmen. Andere sozio-demographische Aspekte sind hierfür nicht bedeutsam.

Hypothese e1: Wer die ehrenamtliche Tätigkeit von Kulturschaffenden eher ablehnt, befürwortet eher deren Professionalisierung – und umgekehrt.

Diese Hypothese konnte bestätigt werden: Zwischen beiden Statements besteht ein signifikanter negativer, allerdings schwach ausgeprägter, Zusammenhang.¹⁵⁹ Anders formuliert: Je stärker jemand ehrenamtliche Tätigkeit von Kulturschaffenden ablehnt, desto eher wird deren professionelle Tätigkeit befürwortet.

Hypothese f1: Es gibt sozio-demographische und persönlichkeitspezifische Konstellationen, welche die Höhe der Geldausgaben für kulturelle Zwecke beeinflussen.

In das Ausgangsmodell der schrittweisen Multiplen Regression gehen folgende Variablen als unabhängige Größen ein: Alter, Geschlecht (Dummy-Variablen), Anzahl Kinder, Bewertung der Finanzsituation, Bewertung des gesellschaftlichen Werts von Kulturschaffenden (Amateure / Professionelle), Zufriedenheit mit dem Kulturangebot in der Nähe, Zufriedenheit mit dem Kulturangebot in Vorarlberg, Zufriedenheit mit dem überregionalen Kulturangebot, zeitlicher Umfang der eigenen kulturellen Betätigung (Hobby), zeitlicher Umfang der Mediennutzung für kulturelle Zwecke. Der Summenscore zur Höhe der monatlichen Geldausgaben für kulturelle Zwecke bildet die abhängige Variable.

Die Analyse ergab keine erklärungskräftigen Modelle – alle Variablen wurden von der Regression ausgeschlossen. Unter Umständen liegt dies an der Mischung sozio-demographischer Variablen mit jenen der Bewertung und der kulturellen Aktivität. In einem zweiten Ausgangsmodell werden daher ausschließlich sieben sozio-demographische Variablen getestet: Geschlecht (als Dummy-Variablen „weiblich“), Alter, Bildungsstand (als Dummy-Variablen „hoch und sehr hoch“), Staatsbürgerschaft (als Dummy-Variablen „österreichisch“), Haushaltseinkommen, Zufriedenheit mit der finanziellen Lage, Lebensform (als Dummy-Variablen „in Partnerschaft“), Kinderzahl. Doch auch diese Reduktion ergab keine erklärungskräftigen Modelle. Die Hypothese konnte somit nicht bestätigt werden.

Hypothese g1: Es lassen sich zentrale Faktoren der Begründungen für Kulturförderung nachweisen.

Um diese Hypothese zu beantworten, wurden vierzehn Items zu den Gründen für Kulturförderung aus Frage 26 mittels Faktorenanalyse multivariat untersucht.¹⁶⁰ Die Testvoraussetzungen waren in hohem Maße gegeben:

- Der Kaiser-Meyer-Olkin-Test ergibt den Wert 0,888, was einen recht guten Wert für die Eignung des Faktorenmodells bedeutet (vgl. Brosius 2008: 780).
- Die Werte der Anti-Image-Korrelationsmatrix liegen bei den 14 Variablen zwischen 0,787 und 0,925 (im Durchschnitt bei 0,879) und damit über dem erforderlichen Wert von 0,6, was die Eignung der 14 Variablen für die Faktorenanalyse unterstreicht.
- Der Bartlett-Test auf Sphärität ergibt ein Signifikanzniveau von 0,000. Das bedeutet, zwischen einigen der geprüften Variablen besteht auch in der Grundgesamtheit eine Korrelation.
- Durch die Varimax-Rotation wird jeder Faktor über eine möglichst geringe Anzahl von Variablen mit hoher Faktorenladung dargestellt.
- Faktorladungen kleiner 0,3 wurden unterdrückt, was die Zahl der begründeten Faktoren reduziert.

¹⁵⁸ Schrittweise Multiple Regression: $n \geq 50 + (8 \times 10 \text{ Modellvariablen})$ / Durbin-Watson-Koeffizient = 2,149 / ANOVA von Modell 1; $p = 0,012$ / Residuen sind grafisch annähernd normalverteilt / standardisierter Betakoeffizient = 0,275.

¹⁵⁹ Bivariate Korrelation: $r = -0,24$; $p = 0,012$.

¹⁶⁰ Faktorenanalyse mit Varimax-Rotation.



Die Faktorenanalyse ergab drei Faktoren, welche mit 63,9% der erklärten Gesamtvarianz die Hypothese bestätigen und sich wie folgt aus den Items zusammensetzen:

Tab. 37: Drei faktorenanalytisch verifizierte Hauptgründe für Kulturförderung

Vierzehn Items aus Frage 26 zur Begründung von Kulturförderung	Faktorladungen		
	1	2	3
Kultur leistet einen Beitrag zur Weiterentwicklung unserer Gesellschaft	,628		
Kultur erzeugt einen ideellen Mehrwert für die Gesellschaft	,671		
Kulturförderung sollte in diesen Zeiten verstärkt werden.	,664		
Wenn wir Kultur nicht fördern, verlieren wir unsere Identität u. unser Selbstbild	,716		
Weil Kultur als kritischer Spiegel der Gesellschaft wirkt	,832		
Weil Kultur den sozialen Zusammenhalt stärkt	,711		
Kulturförderung ist wichtig, auch wenn sie keinen wirtschaftlichen Nutzen bringt	,706		
Kultur hebt die Qualität gesellschaftlicher Diskurse	,768		
Kultur erzeugt einen materiellen Mehrwert für die Gesellschaft		,740	
Kultur ist für das Ansehen Vorarlbergs in Österreich und im Ausland wichtig		,793	
Kultur nutzt Vorarlberg als Fremdenverkehrsland		,787	
Kulturförderung ist nur dann gut, wenn sie wirtschaftlich nutzt			,789
Bin grundsätzlich gegen Kulturförderung, die Künstler sollen sich selbst erhalten			,776
Kulturförderung sollte in diesen Zeiten verringert werden			,690
Erklärte Varianzanteile (in %)	45,1	10,9	7,9

So bilden die ersten acht Items Frage 26 einen zentralen Begründungsfaktor ab, der 45,1% der Gesamtvarianz erklärt. Hierbei handelt es sich um Aspekte, die in verschiedener Formulierung einen gesellschaftlichen Mehrwert zum Ausdruck bringen. Dieser Faktor wird darum mit dem Begriff „Begründung: Gesellschaftlicher Mehrwert“ bezeichnet. Der zweite Faktor erklärt dagegen nur noch weitere 10,9% der Gesamtvarianz. Seine Items verweisen darauf, dass es sich hier um Aspekte des allgemeinen Ansehens und Rufs handelt. Dieser Faktor wird mit dem Begriff „Begründung: Reputation für die Region und den Fremdenverkehr“ bezeichnet. Faktor Nummer drei fasst mit 7,9% der Gesamtvarianz die negativ formulierten Statements zusammen; er wird in Folge mit dem Begriff „Ablehnung von Kulturförderung“ bezeichnet.

Hypothese g2: Bestimmte Nutzergruppen unterscheiden sich in der Höhe der Bewertung der drei Kulturförderungsfaktoren.

Es fragt sich, ob sich bestimmte Teile der Befragten in der Höhe der Bewertungen dieser drei Faktoren voneinander unterscheiden. Um diese Frage zu beantworten wurden für jeden der drei Faktoren diverse Korrelationstests mit sozio-demographischen und lebensspezifischen Variablen durchgeführt.

Signifikante Ergebnisse: ¹⁶¹

- Männer und Frauen unterscheiden sich signifikant in der Begründung von Kulturförderung als gesellschaftlich wertvolle Maßnahme: Frauen halten Kulturförderung für gesellschaftlich wertvoller als Männer. ¹⁶² Und Männer lehnen Kulturförderung signifikant stärker ab als Frauen. ¹⁶³
- Je älter die Befragten sind, desto eher lehnen sie Kulturförderung ab – der Zusammenhang ist signifikant jedoch nur schwach ausgeprägt. ¹⁶⁴ Auf die beiden anderen Faktor-Bewertungen übt das Alter der Befragten keinen Einfluss aus.

¹⁶¹ Keine der folgenden Variablen übt einen Einfluss auf die Begründung von Kulturförderung als gesellschaftlich wertvolle Maßnahme oder deren Ablehnung aus: Haushaltseinkommen, Wochenarbeitszeit, Umfang aktiver Kulturausübung und passiver Kulturnutzung, Berufsstatus, Bewertung der eigenen Finanzlage, Anzahl der Kinder.

¹⁶² T-Test mit Faktor-1 bei unabhängigen Stichproben: Normalverteilung der drei Faktorenvariablen ist gegeben. Levene-Test: $p = 0,632$. T-Test: $p = 0,02$. MW-Männer: $-0,2$ / MW-Frauen: $0,21$

¹⁶³ T-Test mit Faktor-3 bei unabhängigen Stichproben: Levene-Test: $p = 0,5$. T-Test: $p = 0,042$. MW-Männer: $0,18$ / MW-Frauen: $-0,19$

¹⁶⁴ Bivariate Korrelation nach Pearson zwischen Alter und Faktor-3: $r = 0,2$; $p = 0,027$.



- Je länger jemand am Wohnort lebt, desto eher wird Kulturförderung abgelehnt – der Zusammenhang ist jedoch nur schwach ausgeprägt.¹⁶⁵ Auf die beiden anderen Faktor-Bewertungen übt das Alter der Befragten keinen Einfluss aus.
- Die Größe des Wohnorts spielt eine gewisse Rolle dafür, ob Kulturförderung als gesellschaftlich bedeutsam angesehen wird. Varianzanalysen belegen diesbezüglich folgende signifikante Zusammenhänge: Befragte aus Gemeinden mit mehr als 10.000 Einwohnern bewertet den gesellschaftlichen Wert von Kulturförderung signifikant höher als Befragte aus Gemeinden mit 2.001 bis 3.000 Einwohnern. Zu Befragten aus den anderen Gemeinden konnte zwar diesbezüglich kein signifikanter Unterschied nachgewiesen werden, allerdings ergibt sich noch eine trendhaft höhere Bewertung der Bevölkerung aus der größten Gemeindeklasse zur Klasse „3.001 bis 10.000 Einwohner“.¹⁶⁶ Damit korrespondiert, dass Kulturförderung am stärksten von Befragten in Gemeinden zwischen 1.001 und 2.000 Einwohnern *abgelehnt* wird. Hierin unterscheiden sie sich signifikant bzw. hochsignifikant von Befragten aus *allen anderen* Gemeinde-Klassen, wobei die Irrtumswahrscheinlichkeit mit zunehmender Gemeindegröße abnimmt.¹⁶⁷
- Höhe der Schulbildung und Ablehnung von Kulturförderung hängen hochsignifikant zusammen: Befragte mit geringer und mittlerer Schulbildung (Sonder- und Hauptschulabschluss, Polytechnikum, Berufsschule, Fachschule ohne Matura) lehnen Kulturförderung hochsignifikant stärker ab als Befragte mit hoher (Matura auf der Fachschule oder am Gymnasium) und sehr hoher Schulbildung (akademischer Abschluss).¹⁶⁸ – Zu den beiden anderen Faktor-Bewertungen ergeben sich keine bildungsspezifischen Unterschiede.

Inwiefern sozio-demographische Faktoren u.U. *kombinierte* Einflüsse auf die drei Begründungsfaktoren für Kulturförderung ausüben, klärt erneut eine schrittweise Multiple Regression. Die sieben sozio-demographischen Variablen aus Hypothese f1 bilden dabei das Ausgangsmodell.

- Kulturförderung für den gesellschaftlichen Mehrwert: Auch mittels Multipler Regression konnte hier der oben dargestellte geschlechtsspezifische Unterschied herausgearbeitet werden. Die kombinierte Analyse ergab ein erklärungskräftiges Modell mit ausschließlich einer Variablen: Einzig das Geschlecht übt einen Einfluss auf die Haltung aus, Kulturförderung sei wegen des gesellschaftlichen Mehrwerts sinnvoll.¹⁶⁹ Diese Haltung wird signifikant häufiger von Frauen vertreten. Andere sozio-demographische Variable üben keinen Einfluss aus.
- Kulturförderung als Reputation für die Region und den Fremdenverkehr: Hier ergibt sich wiederum ein erklärungskräftiges Modell mit ausschließlich einer Variablen: Einzig die österreichische Staatsbürgerschaft übt einen Einfluss auf die Haltung aus, Kultur wegen der Reputation und des Fremdenverkehrs zu fördern.¹⁷⁰ Befragte mit österreichischer Staatsbürgerschaft sehen hochsignifikant eher den reputativen Wert von Kulturförderung als jene ohne österreichische Staatsbürgerschaft. Andere sozio-demographische Variable üben keinen Einfluss aus.
- Ablehnung von Kulturförderung: In diesem Kontext unterstreicht die Multiple Regression das obige Ergebnis, stellt jedoch eine weitere Einflussgröße heraus: Es ergibt sich ein erklärungskräftiges Modell mit zwei Variablen: Alter und Schulbildung der Befragten hängen hochsignifikant mit der Ablehnung von Kulturförderung zusammen.¹⁷¹ Je älter jemand ist und je niedriger die Schulbildung, desto stärker wird Kulturförderung abgelehnt. Andere sozio-demographische Variable üben keinen Einfluss aus.

¹⁶⁵ Bivariate Korrelation nach Pearson zwischen Wohndauer am Ort und Faktor-3: $r = 0,229$; $p = 0,012$.

¹⁶⁶ ANOVA: $p = 0,016$ bei Varianzheterogenität und Tamhane-Post-hoc-Test. Unterschied zwischen den genannten Gemeindegrößen: $p = 0,019$ („über 10.000“ zu „2.001-3.000“) / $p = 0,076$ („über 10.000“ zu „3.001-10.000“)

¹⁶⁷ ANOVA: $p = 0,045$ bei Varianzhomogenität und LSD-Post-hoc-Test. Unterschied zwischen den genannten Gemeindegrößen (von unten nach oben): $p = 0,038$; $0,038$; $0,019$; $0,003$.

¹⁶⁸ ANOVA: $p = 0,001$ bei Varianzhomogenität und LSD-Post-hoc-Test. Unterschied zwischen den genannten Schulbildungen (von unten nach oben): $p = 0,005$; $0,000$.

¹⁶⁹ Schrittweise Multiple Regression: $n \geq 50 + (8 \times 7 \text{ Modellvariablen})$ / Durbin-Watson-Koeffizient = $1,936$ / ANOVA von Modell 1; $p = 0,02$ / Residuen sind grafisch annähernd normalverteilt / standardisierter Betakoeffizient = $0,212$.

¹⁷⁰ Schrittweise Multiple Regression: $n \geq 50 + (8 \times 7 \text{ Modellvariablen})$ / Durbin-Watson-Koeffizient = $1,991$ / ANOVA von Modell 1; $p = 0,001$ / Residuen sind grafisch annähernd normalverteilt / standardisierter Betakoeffizient = $0,299$.

¹⁷¹ Schrittweise Multiple Regression: $n \geq 50 + (8 \times 7 \text{ Modellvariablen})$ / Durbin-Watson-Koeffizient = $2,185$ / ANOVA von Modell 2; $p = 0,000$ / Residuen sind grafisch annähernd normalverteilt / standardisierter Betakoeffizient von Alter = $0,185$, von Schulbildung = $-0,297$ / p von Alter = $0,035$, p von Schulbildung = $0,001$.



Hypothese h1: Vorarlbergerinnen und Vorarlberger aus kleinen Gemeinden unterscheiden sich in ihrer Kulturnutzung, Kulturausübung und Kulturbewertung von Vorarlbergerinnen und Vorarlbergern aus mittleren und größeren Gemeinden bzw. Städten.

Diese Hypothese war vorab der Studiumsetzung nicht von explizitem Erkenntnisinteresse. Da jedoch die deskriptive Analyse zeigte, dass die Stichprobe schwerpunktmäßig aus Städten und Gemeinden mit 3.001 bis über 10.000 Einwohnern stammt, und damit Personen aus kleineren Gemeinden unterrepräsentiert sind, werden zusätzliche Analysen bedeutsam. Denn kleinere Gemeinden finden sich eher in den Talschaften Vorarlbergs, in denen das kulturelle Angebot u.U. anders ist als im Rheintal und vielleicht auch die Erwartungshaltung der Bevölkerung. Daher wird nun erkundet, ob sich die Teilstichprobe aus kleineren Gemeinden bis zu 3.000 Einwohnern in zentralen Aspekten der Kulturnutzung, Kulturausübung und Kulturbewertung von der Vergleichsgruppe unterscheidet.

Als unabhängige Variable werden die Gemeindeklassen nach den beiden o.g. Teilgruppen dichotomisiert, als abhängige die in Tabelle 38 dargestellten Aspekte untersucht. Aus Gründen der Übersicht sind statistisch signifikante Unterschiede zwischen kleinen und mittleren/größeren Gemeinden in tabellarischer Form dargestellt. Signifikante Unterschiede sind an einem $p \leq 0,05$ und einem „*“ erkenntlich, hochsignifikante an einem $p \leq 0,01$ und zwei „**“. Signifikante Unterschiede sind zusätzlich im Text markiert. Die Art des Unterschieds, also die Frage, ob die eine oder die andere Gruppe im überprüften Aspekt höher ausgeprägt ist, wird im anschließenden Fließtext erläutert. Die Art der verwendeten Tests und entsprechende statistische Anmerkungen finden sich wie gehabt in Fußnoten.

Tab. 38: Unterschiede in der Kulturnutzung, Kulturausübung und Kulturbewertung von Vorarlbergerinnen und Vorarlbergern aus kleinen gegenüber mittleren/größeren Gemeinden

Abhängige Variablen	p
Häufigkeit des Besuchs von Kulturveranstaltungen ¹⁷²	0,192
Zufriedenheit mit dem lokalen, regionalen, überregionalen Kulturangebot	
- Lokales Kulturangebot ¹⁷³	0,690
- Regionales Kulturangebot ¹⁷⁴	0,626
- Überregionales Kulturangebot ¹⁷⁵	0,441
Motive für den Besuch von Kulturveranstaltungen	
- Emotionale Anregung ¹⁷⁶	0,539
- Kognitive Anregung ¹⁷⁷	0,024
Höhe der monatlichen Ausgaben für kulturelle Dinge ¹⁷⁸	
- Ausstellungen	0,574
- Kino	0,567
- Bühnenkunst	* 0,035
- Zeitungen	0,270
- Festspiele/Festivals	* 0,027
- Literaturveranstaltungen	0,154
- DVD/CD	0,370
- Musikveranstaltungen	0,867
- Bücher	* 0,048
Höhe der monatlichen Ausgaben für „Kinder & Kultur“ ¹⁷⁹	0,544

¹⁷² Mann-Whitney-U-Test, da die abhängige Variable (a.V.) ordinalskaliert ist

¹⁷³ t-Test für unabhängige Stichproben, a.V. ist annähernd normalverteilt, Levene-Test für Varianzhomogenität: $p = 0,149$

¹⁷⁴ t-Test für unabhängige Stichproben, a.V. ist annähernd normalverteilt, Levene-Test für Varianzhomogenität: $p = 0,488$

¹⁷⁵ t-Test für unabhängige Stichproben, a.V. ist annähernd normalverteilt, Levene-Test für Varianzhomogenität: $p = 0,445$

¹⁷⁶ t-Test für unabhängige Stichproben, a.V. ist annähernd normalverteilt, Levene-Test für Varianzhomogenität: $p = 0,089$

¹⁷⁷ t-Test für unabhängige Stichproben, a.V. ist annähernd normalverteilt, Levene-Test für Varianzhomogenität: $p = 0,747$

¹⁷⁸ Mann-Whitney-U-Test, da die a.V. nicht normalverteilt sind

¹⁷⁹ Mann-Whitney-U-Test, da die a.V. nicht normalverteilt ist



Fortsetzung von Tab. 38

Abhängige Variablen	p
13 Gründe für eher seltene lokale Kulturnutzung ¹⁸⁰	0,114 bis 0,967
Umfang eigener kultureller Betätigung	
- Durchschnittliche Stunden pro Monat als Hobby ¹⁸¹	0,574
- Aktive Kulturausübung: Durchschnittliche Prozentwerte der Freizeit ¹⁸²	0,771
- Passive Kulturnutzung: Durchschnittliche Prozentwerte der Freizeit ¹⁸³	0,166
Bewertung kultureller Informationsveranstaltungen	
- Vorab-Informationen für Kulturveranstaltungen sind sinnvoll ¹⁸⁴	0,687
- An informativen Einführungen bin ich grundsätzlich interessiert ¹⁸⁵	0,713
- Ich würde an einer informativen Einführung teilnehmen ¹⁸⁶	0,219
Bewertung der öffentlichen Kulturförderung ¹⁸⁷	0,247
Bewertung der Kulturschaffenden	
- als Amateure ¹⁸⁸	0,588
- als Professionelle ¹⁸⁹	* 0,048
Begründung von Kulturförderung	
- Kulturförderung bietet einen gesellschaftlichen Mehrwert ¹⁹⁰	0,128
- Kulturförderung stützt d. Reputation für die Region und den Fremdenverkehr ¹⁹¹	0,412
- Kulturförderung wird abgelehnt ¹⁹²	0,105

Insgesamt zeigt sich, dass sich die Vorarlberger Bevölkerung aus kleineren Gemeinden in den hinterfragten Aspekten kaum von der Bevölkerung aus mittleren und größeren Gemeinden unterscheidet. Letztlich konnten nur vier Unterschiede in Bezug auf 41 getestete abhängige Variablen dargestellt werden:

1. Vorarlbergerinnen und Vorarlberger aus Gemeinden mit über 3.000 Einwohnern geben monatlich durchschnittlich 62,64 € für Bühnenkunst aus, 63,29 € für Festivals/Festspiele und 64,13 € für Bücher. Bei der Bevölkerung aus kleinen Gemeinden sind dies 45,82 € für Bühnenkunst, 46,28 € für Festivals/Festspiele und 48,35 € für Bücher.
2. Vorarlbergerinnen und Vorarlberger aus Gemeinden mit über 3.000 Einwohnern bewerten die gesellschaftliche Wichtigkeit von professionellen Kulturschaffenden höher als die Vergleichsgruppe (mit durchschnittlich 3,49 zu 3,14 von maximal 4 Skalenpunkten).

Bei der Diskussion bleibt allerdings zu berücksichtigen, dass die Unterschiede im Kontext der eher induktiven Vorgehensweise auch zufällig entstanden sein könnten, worauf u.a. auch die relativ hohen Signifikanzkoeffizienten bei den vier nachgewiesenen Unterschieden hindeuten. Denn wenn die Irrtumswahrscheinlichkeit 5% beträgt, erweisen sich stets 5% aller Korrelationen als signifikant, und 4 von 41 Tests bilden hier eine nur unwesentlich höhere Quote von 9,75%. Da sich aber bei den monatlichen Geldausgaben für Kulturzwecke die Unterschiede häufen, können diesbezüglich reale Unterschiede begründet vermutet werden. Diese Annahme entspricht auch dem Sinne der Hypothesenfindung einer explorativen Studie.

¹⁸⁰ Chi²-Tests mit dichotomen a.V. zu den Gründen, das lokale Kulturangebot nicht zu nutzen.

¹⁸¹ Mann-Whitney-U-Test, da die a.V. nicht normalverteilt ist

¹⁸² Mann-Whitney-U-Test, da die a.V. nicht normalverteilt ist

¹⁸³ Mann-Whitney-U-Test, da die a.V. nicht normalverteilt ist

¹⁸⁴ t-Test für unabhängige Stichproben, a. V. ist annähernd normalverteilt, Levene-Test für Varianzhomogenität: p= 0,47

¹⁸⁵ t-Test für unabhängige Stichproben, a. V. ist annähernd normalverteilt, Levene-Test für Varianzhomogenität: p= 0,90

¹⁸⁶ t-Test für unabhängige Stichproben, a. V. ist annähernd normalverteilt, Levene-Test für Varianzhomogenität: p= 0,91

¹⁸⁷ t-Test für unabhängige Stichproben, a. V. ist annähernd normalverteilt, Levene-Test für Varianzhomogenität: p= 0,068

¹⁸⁸ t-Test für unabhängige Stichproben, a. V. ist annähernd normalverteilt, Levene-Test für Varianzhomogenität: p= 0,91

¹⁸⁹ t-Test für unabhängige Stichproben, a. V. ist annähernd normalverteilt, Levene-Test für Varianzhomogenität: p= 0,091

¹⁹⁰ t-Test für unabhängige Stichproben, a. V. ist annähernd normalverteilt, Levene-Test für Varianzhomogenität: p= 0,223

¹⁹¹ t-Test für unabhängige Stichproben, a. V. ist annähernd normalverteilt, Levene-Test für Varianzhomogenität: p= 0,659

¹⁹² t-Test für unabhängige Stichproben, a. V. ist annähernd normalverteilt, Levene-Test für Varianzhomogenität: p= 0,514



6. Weiterführende Fragestellungen

Trotz der verzerrten Stichprobe konnte diese explorative Studie erstmals Schwerpunkte der Kulturnutzung, des kulturellen Schaffens und der Bewertung von Kulturaspekten in Vorarlberg aufzeigen. Mehrere Aspekte bieten dabei Anlass für weiterführende Fragestellungen. Diese gilt es in tiefergehenden Studien zu überprüfen und in breiteren Kreisen zu diskutieren:

- Wenn kulturelle Aktivitäten von einem breiten Bevölkerungskreis – der Hälfte ? – in vielseitigen Interessengebieten ausgeübt werden, stellt sich die Frage, wie die kulturelle Vielfalt nachhaltig aufrechterhalten werden kann.
- Wenn regionale und internationale Künstler in gleichem Ausmaß auf das Interesse der Bevölkerung stoßen, unterstützt dies die vorherige Fragestellung.
- Wenn Zeit (und Wegstrecke) ein wesentlicher Faktor zur Wahrnehmung und Ausübung kultureller Aktivitäten ist, und Kultur das Individuum und die Gesellschaft fördert, stellt sich die Frage, wie mit Zeitressourcen für Kultur auf der Mikro- und Meso-Ebene (also individuell sowie in sozialen Kontexten) effizient umgegangen wird, damit mehr Menschen kulturell tätig sein können.
- Wenn breite Bevölkerungsteile mit dem lokalen, regionalen und überregionalen Kulturangebot zufrieden sind, und sich dennoch Teile der Bevölkerung mit geringerer Zufriedenheit identifizieren lassen, stellt sich eine andere Frage: Wie können Zufriedenheiten bewahrt und Gründe für Unzufriedenheiten sinnvoll bearbeitet werden?
- Wenn der Besuch und die Bewertung von Kultur eine Frage von Bildung, Sozialstatus und Geschlecht ist, stellt sich die Frage, wie kulturablehnende Zielgruppen für Kultur gewonnen werden können.
- Wenn vor allem ehrenamtliche Kulturschaffende deutlich schlechter bewertet werden als etliche andere Berufsgruppen, stellt sich die Frage, woran das liegt, wie dieser Ruf verbessert und das kulturelle Ehrenamt gestärkt werden kann.
- Wenn Österreicherinnen und Österreicher mit lokalen Kulturangeboten zufriedener sind als andere, und in Vorarlberg Eingewanderte hauptsächlich aus der Türkei, Deutschland und den Balkanstaaten stammen, stellt sich die Frage, welche lokalen Kulturangeboten für welche Nicht-Österreicher/innen attraktiv und umsetzbar sind.
- Wenn Literaturveranstaltungen am seltensten frequentiert werden, stellt sich die Frage ob es sinnvoll und machbar ist, dieses spezielle Angebot einem breiteren Publikum schmackhaft zu machen.
- Wenn Musikveranstaltungen unter der Voraussetzung der Finanzierbarkeit potentiell häufiger besucht würden, stellt sich die Frage, ob es sinnvoll ist, diese für bestimmte Zielgruppen preislich attraktiver zu gestalten.
- Wenn Interessens-, Erlebnis- und Unterhaltungsmotive für den Besuch von Kulturveranstaltungen dominieren, und es Ziel sein sollte, mehr Menschen für bestimmte Veranstaltungen zu motivieren, stellt sich die Frage, wie diese mehr Erlebnis- und Unterhaltungsmotive transportieren können.
- Wenn im lokalen Bereich für einen Teil der Bevölkerung breit gestreute und unterschiedliche Bedarfe nach weiteren kulturellen Veranstaltungen ausgemacht werden können, stellt sich die Frage, inwiefern diese Bedarfe aufgegriffen und sinn- und maßvoll befriedigt werden können.
- Wenn es eine Teilgruppe der Bevölkerung gibt, für die Kultur ein wichtiger Bestandteil des eigenen Lebens ist, stellt sich die Frage, inwiefern diese Gruppe bereits auf andere Menschen motivierend wirkt und gegebenenfalls als Kultur-Botschafter/innen mit Multiplikatorfunktion gewonnen werden können.
- Wenn Kulturbildung die Persönlichkeitsbildung von Kindern fördert und konstruktive Vorschläge vorliegen, wie Kulturbildung in Schule und Elternhaus forciert werden kann, stellt sich die Frage, welche der möglichen Maßnahmen mit welchen Beteiligten in welchen Settings umgesetzt werden können.
- Wenn das Interesse der Teilnahme an vor- und nachbereitenden Veranstaltungen von Kulturevents geringer ist als die Bewertung dieser Veranstaltungen, und derartige Veranstaltungen einen kultur-



bildenden Sinn haben, stellt sich die Frage, wie vor- und nachbereitenden Veranstaltungen für die Zielgruppen attraktiv gestaltet und ansprechend kommuniziert werden.

- Wenn Kulturförderung vor allem aus zwei zentralen Gründen wertvoll ist – nämlich weil Kultur mehrere gesellschaftliche Nutzenaspekte transportiert und zur regionalen Reputation beiträgt – stellt sich die Frage nach der Höhe der Zuschüsse, der Qualität der Produkte und der Auswahl der Projekte, auf die sich Kulturförderung bezieht.
- Wenn Ergebnisse dieser Studie in repräsentative Aussagen überführt werden sollen, stellt sich die Frage nach den Rahmenbedingungen für weiterführende Untersuchungen.

7. Anhang

7.1 Literatur

- Amt der Vorarlberger Landesregierung, Landesstelle für Statistik (2010): Bevölkerung – Stichtag 30. September 2010. Bregenz.
- Atteslander, Peter (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. Erich Schmidt Verlag: Berlin.
- Bortz, J. & Döring, N. (⁴2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. Springer: Berlin.
- Bühl, A. (¹²2010): PASW 18 – Einführung in die moderne Datenanalyse. Pearson Studium: München.
- Depner-Berger, S. (2008): Salzburger Kulturbarometer. Salzburg. Url: http://www.salzburg.gv.at/sbg_kultur_barometer.pdf; download am 10.01.2011.
- Dieckmann, Andreas (1998): Empirische Sozialforschung. Reinbek: Rowohlt.
- Fredersdorf, F.; Roux, P. & Lorünser, D. (2010): Bürgerschaftliches Engagement und Sozialkapital in Vorarlberg 2010 – Soziales Monitoring für Sozialkapital und Engagement. Dornbirn. Url: <https://www.vorarlberg.gv.at/pdf/buergerschaftlichesengage.pdf>; download am 10.01.2011.
- Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI e.V. (2009): Unternehmerische Kulturförderung in Deutschland. Url: http://www.miz.org/artikel/studie_unternehmerische_kulturfoerderung.pdf; download am 10.01.2011.
- Mandel, B. (2003): Nicht-Kulturnutzer – Empirische Befunde und Anreizstrategien für ein neues Kulturpublikum. Url: <http://www.degeval.de/calimero/tools/proxy.php?id=22194>; download am 10.01.2011.



7.2 Fragebogen



Mit freundlicher Unterstützung des Landes Vorarlberg, Abt. Kultur

Sehr geehrte Damen und Herren!

Die FH Vorarlberg führt in Kooperation mit dem Amt der Vorarlberger Landesregierung, Abteilung Kultur, und der IG Kultur eine Studie über Kulturnutzung in Vorarlberg durch. Es geht darum, den Bedarf der Vorarlbergerinnen und Vorarlberger im Kulturbereich zu erforschen.

Dafür sind Sie als "Gesprächs"-Partner/in aus der Gesamtbevölkerung per Zufall ausgewählt worden. Ihre Meinung zu diesem Thema ist uns sehr wichtig. Denn Sie tragen mit ihr dazu bei, Kultur in Vorarlberg zu fördern. Deshalb bitten wir Sie darum, den nachfolgenden Bogen vollständig auszufüllen, in den frankierten und anonymen Rückumschlag zu legen und uns per Post bis zum Freitag, d. 17. September 2010 zurückzuschicken.

Selbstverständlich behandeln wir alle Ihre Angaben absolut anonym und vertraulich!

Die Beantwortung des Bogens dauert etwa 15 bis 20 Minuten. Die Ergebnisse wollen wir anschließend der allgemeinen Öffentlichkeit vorstellen und in Fachkreisen verbreiten.

Mit bestem Dank für Ihre Unterstützung und freundlichen Grüßen,

Prof. (FH) Dr. Frederic Fredersdorf
Leiter des Forschungsschwerpunkts
„Gesellschaftliche und
sozialwirtschaftliche Entwicklung“

Juliane Alton
IG Kultur Vorarlberg

Drei Hinweise zum Ausfüllen:

1. Bitte kreuzen Sie immer nur die zutreffende Antwort in den passenden Kästchen an.
Zum Beispiel:



2. Manchmal können Sie etwas auf einer Linie mit eigenen Worten kurz schildern.
Zum Beispiel:

3. Nehmen Sie sich bitte ca. 20 Minuten Zeit, um den Bogen in Ruhe ausfüllen zu können.



Teil A: Kulturelle Veranstaltungen und Einrichtungen

1. Wie oft haben Sie ca. in den letzten 12 Monaten folgende kulturelle Veranstaltungen oder Einrichtungen besucht?

	Nie	1-2 Mal	3-5 Mal	6-10 Mal	öfter
a) Ausstellungen / Museen	<input type="checkbox"/>				
b) Kino	<input type="checkbox"/>				
c) Bühnenkunst / Theater (Oper, Operetten, Musicals, Kabarett, Kleinkunst, Ballett, Tanzvorstellungen, Performance etc.)	<input type="checkbox"/>				
d) Festspiele / Festivals	<input type="checkbox"/>				
e) Literaturveranstaltungen	<input type="checkbox"/>				
f) Musikveranstaltungen / Konzerte (Klassik, Volksmusik, Pop, Rock, Jazz etc.)	<input type="checkbox"/>				

2. Haben Sie in den letzten 12 Monaten kulturelle Veranstaltungen oder Einrichtungen besucht, die oben nicht aufgeführt sind? Welche sind dies?
(Bitte kurz mit eigenen Worten antworten)

3. Wie zufrieden sind Sie mit dem kulturellen Angebot
a) in Ihrer Nähe (Gemeinde / Nachbargemeinden),
b) in Vorarlberg insgesamt und
c) im überregionalen Bereich (außerhalb Vorarlbergs)?

	Sehr zufrieden			Sehr unzufrieden
a) Kulturangebot in meiner Nähe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Kulturangebot in Vorarlberg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Überregionales Kulturangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Einmal angenommen, Sie verfügten über ausreichend Geld: Welche kulturellen Veranstaltungen oder Einrichtungen würden Sie gerne öfter besuchen?

	Ja: Würde ich öfter besuchen	Nein: Würde ich nicht öfter besuchen
a) Ausstellungen / Museen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Kino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Bühnenkunst / Theater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Festspiele / Festivals	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Literaturveranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Musikveranstaltungen / Konzerte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



5. Warum besuchen Sie kulturelle Veranstaltungen oder Einrichtungen?

	Stimme zu			Lehne ab
a) um etwas Besonderes zu erleben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) zur Information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) aus persönlichem Interesse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) zur Bildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) um andere Menschen zu treffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) um aktuelle Strömungen kennenzulernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) zur Entspannung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) um etwas live zu erleben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) um mit d. Partner/in etwas zu unternehmen ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) zur Unterhaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) zum ästhetischen Genuss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) aus sonstigen Gründen: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Wie wichtig sind Ihnen folgende Kriterien für den Besuch von kulturellen Veranstaltungen oder Einrichtungen?

	Sehr wichtig			Sehr unwichtig
a) Gastronomisches Angebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Kartenpreise / Eintrittspreise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Erreichbar mit öffentl. Verkehrsmitteln	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Qualität des Programms	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Publikumsfreundliche Atmosphäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Verfügbarkeit an Parkplätzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Gehobenes Ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Auftretende Künstlerpersönlichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Räumliche Entfernung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Wenn Sie an das letzte Jahr denken: Wie viel haben sie ca. im Schnitt monatlich für kulturelle Angebote ausgegeben? (Bitte tragen Sie in etwa den geschätzten Wert ein)

	Monatliche Kultur- ausgaben (in €)
a) Ausstellungen / Museen	a) _____
b) Kino	b) _____
c) Bühnenkunst / Theater	c) _____
d) Zeitungen / Zeitschriften	d) _____
e) Festspiele / Festivals	e) _____
f) Literaturveranstaltungen	f) _____
g) DVD / CD	g) _____
h) Musikveranstaltungen / Konzerte	h) _____
i) Bücher	i) _____



8. Wären Sie bereit, monatlich mehr Geld für Kultur auszugeben? Wenn ja: Wie viel etwa?

	Nein, wäre nicht dazu bereit	Ja, wäre dazu bereit	Mehrausgaben pro Monat ca. (in €)
a) Zeitungen / Zeitschriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	a) _____
b) DVD / CD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	b) _____
c) Bücher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	c) _____
d) Ausstellungen / Museen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	d) _____
e) Kino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	e) _____
f) Bühnenkunst / Theater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	f) _____
g) Festspiele / Festivals	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	g) _____
h) Literaturveranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	h) _____
i) Musikveranstaltungen / Konzerte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i) _____

9. Gibt es Gründe, weswegen Sie, das lokale, regionale oder überregionale Kulturangebot eher selten nutzen? (Bitte nur Zutreffendes ankreuzen / Mehrfachantworten sind möglich)

	Lokales Kultur- angebot	Regionales Kultur- angebot	Überregionales Kultur- angebot
a) Kultur passt nicht zu meinem Lebensstil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Andere Freizeitangebote sind attraktiver	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Es fehlt die Zeit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Der Weg ist zu weit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Das Angebot ist nicht zutreffend.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Das Publikum ist nicht das richtige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Die Künstler sind nicht gut genug	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Kulturnutzung strengt an	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Die Kosten sind zu hoch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Die Verkehrsanbindung ist ungenügend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Die Information reicht nicht aus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Das Angebot ist langweilig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) Es gibt zu wenig Angebote für Familien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Fehlt Ihnen ein kulturelles Angebot in Ihrer näheren Umgebung? Wenn Ja: Welches?

- Nein
- Ja, mir fehlt: _____



Teil B: Eigene kulturelle Betätigung

11. Wie intensiv gehen Sie einer der folgenden kulturellen Betätigungen in Ihrer Freizeit als Hobby nach (durchschnittliche Anzahl an Stunden pro Woche)?

	Nein, gehe dieser Betätigung nicht als Hobby nach	Ja, gehe dieser Betäti- gung als Hobby nach und zwar ca. ... Stunden pro Woche
a) Instrument spielen - für mich allein	<input type="checkbox"/>	a) ca. _____ Std.
b) Instrument spielen - mit anderen	<input type="checkbox"/>	b) ca. _____ Std.
c) Singen - mit anderen (z.B. Chor)	<input type="checkbox"/>	c) ca. _____ Std.
d) Singen - für mich allein	<input type="checkbox"/>	d) ca. _____ Std.
e) Zeichnen, Malen, Bildhauerei	<input type="checkbox"/>	e) ca. _____ Std.
f) Schreiben, Gedichte verfassen	<input type="checkbox"/>	f) ca. _____ Std.
g) Theater / darstellende Kunst	<input type="checkbox"/>	g) ca. _____ Std.
h) Kunsthandwerkliche Betätigung	<input type="checkbox"/>	h) ca. _____ Std.
i) Kulturarbeit (z.B. Kulturprojekte organisieren)	<input type="checkbox"/>	i) ca. _____ Std.
j) Sonstiges: _____		j) ca. _____ Std.

12. Gehen Sie eventuell einer der folgenden kulturellen Betätigungen beruflich nach?

	Nein, gehe dieser Betätigung nicht beruflich nach	Ja, gehe dieser Betäti- gung beruflich nach und zwar ca. ... Stunden im Monat
a) Instrument spielen - für mich allein	<input type="checkbox"/>	a) ca. _____ Std.
b) Instrument spielen - mit anderen	<input type="checkbox"/>	b) ca. _____ Std.
c) Singen - mit anderen (z.B. Chor)	<input type="checkbox"/>	c) ca. _____ Std.
d) Singen - für mich allein	<input type="checkbox"/>	d) ca. _____ Std.
e) Zeichnen, Malen, Bildhauerei	<input type="checkbox"/>	e) ca. _____ Std.
f) Schreiben, Gedichte verfassen	<input type="checkbox"/>	f) ca. _____ Std.
g) Theater / darstellende Kunst	<input type="checkbox"/>	g) ca. _____ Std.
h) Kunsthandwerkliche Betätigung	<input type="checkbox"/>	h) ca. _____ Std.
i) Kulturarbeit (z.B. Kulturprojekte organisieren)	<input type="checkbox"/>	i) ca. _____ Std.
j) Sonstiges: _____		j) ca. _____ Std.

13. Was schätzen Sie: Wie viel Prozent Ihrer Freizeit nehmen kulturelle Aktivitäten und Interessen ein (passiver Besuch und aktive Mitwirkung)? (Ihre gesamte Freizeit beträgt 100%. Geben Sie bitte jeweils einen geschätzten %-Wert zwischen Null und 100 an)

Prozent der Freizeit als passiver Besuch von Kulturveranstaltungen: ca. _____ %

Prozent der Freizeit mit aktiver kultureller Betätigung: ca. _____ %



14. Nutzen Sie eine oder mehrere Bibliotheken?

Nein

Ja

15. Wie viele Stunden pro Woche nutzen Sie durchschnittlich die folgenden Medien aktiv und bewusst für kulturelle Zwecke?

Aktive / bewusste Mediennutzung für kulturelle Zwecke

- | | |
|-------------------------------|-------------------|
| a) Fernsehen, TV | a) ca. _____ Std. |
| b) Radio..... | b) ca. _____ Std. |
| c) Internet | c) ca. _____ Std. |
| d) PC ohne Internet | d) ca. _____ Std. |
| e) Zeitung, Zeitschrift | e) ca. _____ Std. |

16. Aus welchen Gründen nutzen Sie die genannten Medien (TV, Radio, Internet/PC, Zeitung)?

	Stimme zu			Lehne ab
a) um etwas Besonderes zu erleben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) zur Information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) aus persönlichem Interesse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) zur Bildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) um andere Menschen zu treffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) um aktuelle Strömungen kennenzulernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) zur Entspannung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) um etwas live zu erleben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) um mit d. Partner/in etwas zu unternehmen ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) zur Unterhaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) zum ästhetischen Genuss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) aus sonstigen Gründen: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Teil C: Kinder und Kultur

17. Bitte kreuzen Sie nun an, inwiefern Sie folgenden Bemerkungen zustimmen oder nicht:

	ja	eher ja	eher nein	nein
a) Die Schule hat mein Kulturverständnis wesentlich beeinflusst.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Meine Eltern haben mein Kulturverständnis wesentlich beeinflusst.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Es ist wichtig, Kindern Kultur nahezubringen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Meine Freunde haben mein Kulturverständnis wesentlich beeinflusst.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Meine Geschwister haben mein Kulturverständnis wesentlich beeinflusst.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Kultur ist wichtig, hat aber nichts mit meinem Leben zu tun.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Kinder sollten vor allem in der Schule kulturell gebildet/gefördert werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Kinder sollten vor allem von den Eltern kulturell gebildet/gefördert werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Kinder sollten vor allem von Kultureinrichtungen kulturell gebildet/gefördert werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Eltern benötigen keine Unterstützung darin, ihren Kindern Kultur zu vermitteln.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Die Schule sollte Kindern mehr Kultur vermitteln als sie das bislang tut.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. Wie viele Kinder haben Sie?

- Keines (Bitte mit Frage 22 fortfahren) _____ Kinder (Bitte Anzahl eintagen)

19. Geben Sie für kulturelle Aktivitäten Ihrer Kinder in der Schule Geld aus?

- Nein Ja, und zwar ca. _____ € pro Schuljahr (Bitte geschätzten Betrag eintragen)

20. Geben Sie für kulturelle Aktivitäten Ihrer Kinder außerhalb der Schule Geld aus?

- Nein Ja, und zwar ca. _____ € pro Jahr (Bitte geschätzten Betrag eintragen)

21. Würden Sie für kulturelle Aktivitäten Ihrer Kinder in der Schule mehr Geld ausgeben?

- Nein Ja

22. Was schlagen Sie vor: Wie könnte Kultur am besten den Kindern nahegebracht werden?
(Bitte Antworten Sie kurz mit eigenen Worten)



Teil D: Kulturvermittlung / -förderung

Unter „Kulturvermittlung“ ist die Vor- und Nachbereitung von Kulturveranstaltungen für das Publikum zu verstehen. Dies kann durch verschiedene Maßnahmen umgesetzt werden. „Kulturförderung“ bezieht sich auf materielle und immaterielle Unterstützung für Kulturschaffende.

23. Inwiefern stimmen Sie folgenden Bemerkungen zu oder nicht?

	ja	eher ja	eher nein	nein
a) Vorab-Informationen für Kulturveranstaltungen sind sinnvoll.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) An informativen Einführungen für bestimmte Kulturveranstaltungen bin ich grundsätzlich interessiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Informative Einführungen für bestimmte Kulturveranstaltungen würden mir das Verständnis der Veranstaltung erleichtern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d.1) An einer informativen Einführung für bestimmte Kulturveranstaltungen würde ich teilnehmen, wenn mich die Veranstaltung interessiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d.2) Falls „Ja“ oder „Eher ja“: Welche Veranstaltung wäre das? (Bitte Veranstaltungsart eintragen, z.B. Musikvorführung, Oper, etc. ...)				
	ja	eher ja	eher nein	nein
e) Kulturschaffende sollten verstärkt professionell tätig sein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Workshops, die Kulturveranstaltungen nachbereiten, sind sinnvoll.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) An Workshops, die bestimmte Kulturveranstaltungen nachbereiten, bin ich grundsätzlich interessiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Workshops, die bestimmte Kulturveranstaltungen nachbereiten, würden mir das Verständnis der Veranstaltung erleichtern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i.1) An Workshops, die bestimmte Kulturveranstaltungen nachbereiten, würde ich teilnehmen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i.2) Falls „Ja“ oder „Eher ja“: Welche Veranstaltung wäre das? (Bitte Veranstaltungsart eintragen, z.B. Musikvorführung, Oper, etc. ...)				
j) Kulturschaffende sollten verstärkt ehrenamtlich tätig sein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

24. Werden diese Kulturangebote Ihres Erachtens ausreichend öffentlich gefördert?

	ja	eher ja	eher nein	nein
a) Ausstellungen / Museen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Kino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Bühnenkunst/Theater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Festspiele / Festivals	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Literaturveranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Musikveranstaltungen / Konzerte (Klassik, Volksmusik, Pop, Rock, Jazz etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



25. Wie wichtig sind Ihres Erachtens folgende Sparten und Berufsgruppen für die Gesellschaft?

	eher wichtig		eher unwichtig	
a) Anlagen- und Maschinenbauer, Monteure	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Arbeitskräfte in Industrie- und Handwerksberufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Bürokräfte und Kaufmännische Angestellte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Dienstleistungsberufe: medizinische	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Dienstleistungsberufe: pädagogisch-soziale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Dienstleistungsberufe: serviceorientierte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Fachkräfte in Landwirtschaft und Fischerei	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Führungskräfte der Privatwirtschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Hilfsarbeitskräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Kulturschaffende: Amateure	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Kulturschaffende: Professionelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Politisch Tätige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) Soldat/inn/en	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Spirituelle Berufe (Pfarrer u.a.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) Techniker/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p) Verkäufer/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
q) Verwaltungsbedienstete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
r) Wissenschaftler/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26. Aus welchen Gründen sollte Ihres Erachtens Kultur gefördert werden?

	ja	eher ja	eher nein	nein
a) Kultur leistet einen Beitrag zur Weiterentwicklung unserer Gesellschaft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Kultur erzeugt einen materiellen Mehrwert für die Gesellschaft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Kulturförderung ist nur dann gut, wenn sie wirtschaftlich nutzt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Kultur ist für das Ansehen Vorarlbergs in Ö. und im Ausland wichtig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Bin grundsätzlich gegen Kulturförderung, die Künstler sollen sich selbst erhalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Kultur erzeugt einen ideellen Mehrwert für die Gesellschaft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Kulturförderung sollte in diesen Zeiten verstärkt werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Wenn wir Kultur nicht fördern, verlieren wir unsere Identität u. unser Selbstbild.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Weil Kultur als kritischer Spiegel der Gesellschaft wirkt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Kultur nutzt Vorarlberg als Fremdenverkehrsland.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Kulturförderung sollte in diesen Zeiten verringert werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Weil Kultur den sozialen Zusammenhalt stärkt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) Kulturförderung ist wichtig, auch wenn sie keinen wirtschaftlichen Nutzen bringt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Kultur hebt die Qualität gesellschaftlicher Diskurse.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>


27. Wenn Sie Künstler ansehen: Sind das eher regionale oder internationale Künstler?

- Eher regionale Eher internationale
 Beide gleichermaßen Keines von beiden, sehe keine Künstler an

28. Wenn Sie zu Kulturveranstaltungen gehen: Sind das eher große oder eher kleine Events?

- Eher große Events Eher kleine Events
 Beide gleichermaßen Keines von beiden, gehe nicht zu Kulturveranstaltungen

29. Was müsste geschehen, damit Sie

a) an mehr Kulturveranstaltungen teilnehmen und b) selber öfter kulturell aktiv werden?

(Bitte kurz mit eigenen Worten schildern)

a) Mehr Teilnahme: a) _____

a) _____

b) Mehr Eigenaktivität: b) _____

b) _____

Teil E: Abschluss

*Abschließend möchten wir Sie noch um einige Angaben zu Ihrer Person bitten.
Selbstverständlich werden alle Angaben anonym und übergreifend ausgewertet!*

30. Sie sind: weiblich männlich

31. In welchem Jahr wurden Sie geboren? _____ *(Bitte Geburtsjahr eintragen)*

32. Sind Sie derzeit: *(mehrere Antworten sind möglich)*

- erwerbstätig (**un**befristetes Arbeitsverhältnis) Rentner/in bzw. Pensionist/in
 erwerbstätig (befristetes Arbeitsverhältnis) Schüler/in oder in Aus-/Weiterbildung
 erwerbstätig (Zeit-/Leiharbeit) Hausfrau/Hausmann
 erwerbstätig (zusätzliche Nebenjobs) Arbeit suchend

33. Ihre reguläre Wochenarbeitszeit in Stunden: _____ *(Bitte Stunden eintragen)*



7.3 Über den Autor

Prof. (FH) Privatdozent Dr. Frederic Fredersdorf, Jahrgang 1955, leitet den Forschungsbereich „Sozial- und Wirtschaftswissenschaften“ an der Fachhochschule Vorarlberg (FHV). Zwischen 2002 und 2009 war er dort für die sozialarbeiterischen Studiengänge verantwortlich, in denen er nach wie vor zu Aspekten der empirischen Sozialforschung lehrt. Seit Ende der 80er Jahre fungierte er viele Jahre als Bildungsmanager, Sozialforscher, Dozent und Unternehmensberater in Deutschland in leitender Position. Im Forschungsbereich „Sozial- und Wirtschaftswissenschaften“ setzen Kolleginnen und Kollegen der FHV angewandte Forschungs- und Entwicklungsprojekte für Profit- und Non-Profit-Unternehmen, Gemeinden und Verwaltungen um. Exemplarische Projekte, Auftraggeber und Publikationen finden sich unter: <http://www.fhv.at/forschung/sozial-und-wirtschaftswissenschaften>.