

## Fazit und Ausblick – Entwicklungen seit 2004, aktuelle Trends und Perspektiven

Bei der Betrachtung der Ergebnisse des 2. Jugend-KulturBarometers zeigt sich auf den ersten Blick eine erstaunliche Konstanz. Viele Befunde des 1. Jugend-KulturBarometers decken sich nahezu exakt mit denen des 2. Jugend-KulturBarometers. Sehr spannend sind jedoch einzelne veränderte Nuancen in den Ergebnissen sowie der Umstand, dass sich die kulturelle Bildungslandschaft in den letzten Jahren verändert hat. Angesichts veränderter Angebotsstrukturen gewinnen gleichbleibende Ergebnisse eine neue Aktualität, einen anderen Aussagewert. Wenn sich trotz einer Intensivierung von kulturellen Bildungsmaßnahmen kulturelle Teilhabe und Interesse nicht wesentlich verändert haben, stellt sich die Frage, ob der Umfang der Bildungsmaßnahmen nicht ausreichend gewesen ist oder ob es möglicherweise komplexerer Bildungskonzepte und weiterer Verbündeter bedarf.

Bei der Bewertung dieser Fragen dürfen selbstverständlich auch nicht die gesellschaftlichen Entwicklungen der letzten Jahre außerhalb des kulturellen Bildungsbereichs unberücksichtigt bleiben. Möglicherweise ist angesichts zunehmender kommerzieller, medialer Angebote<sup>1</sup>, des enormen Vormarsch der Kommunikationstechnologien<sup>2</sup>, Schwerpunktsetzungen des Bildungsbereichs in naturwissenschaftlichen, technischen Themenfeldern<sup>3</sup>, Bildungsreformen im Bereich Ganztag<sup>4</sup> und G8 sowie einer zunehmenden gesellschaftlichen Spaltung und soziodemographischen Veränderung der Gesellschaft, diese gleichbleibende Wertschätzung von Kunst, Kultur und kultureller Bildung in der jungen Bevölkerung auch als Erfolg zu werten, da es ohne eine Intensivierung von kulturellen Bildungsmaßnahmen sogar zu einer deutlichen Verschlechterung der kulturellen Teilhabe hätte kommen können.

Im Folgenden werden die Ergebnisse des 2. Jugend-KulturBarometers noch einmal kurz zusammengefasst und dabei positive Veränderungen, negative Entwicklungen und unveränderte Befunde bilanziert. Dabei werden diese auch in Beziehung zu den Veränderungen in der kulturellen Bildungslandschaft seit 2004 gesetzt und abschließend Empfehlungen ausgesprochen, wie man kulturelle Bildungsmaßnahmen künftig noch effizienter und nachhaltiger gestalten kann.

### *Eine positive Bilanz: Mehr junge Leute werden mit Kulturangeboten erreicht*

Die Kultureinrichtungen haben es geschafft, mehr junge Leute mit Kulturangeboten zu erreichen: So hat sich der Nichtkulturbesucheranteil unter den 14- bis 24-Jährigen im Zeitvergleich zu 2004 um fünf Prozentpunkte verkleinert und liegt jetzt bei 12%. Vor allem die Kooperationen mit Hauptschulen konnten ausgebaut werden: So hat sich der Anteil der Hauptschüler bzw. Hauptschulabsolventen, die mit der weiterführenden Schule mindestens ein Kulturangebot besuchten, von 15% im Jahr 2004 auf aktuell 27% nahezu verdoppelt.

Trotz dieser positiven Bilanz gilt allerdings nach wie vor, dass die Chance der Realschüler (45%) und Gymnasiasten (59%) immer noch höher ist, über Schulausflüge Kultureinrichtungen zu besuchen. Zudem ist es seit 2004 noch nicht gelungen, die Chancengleichheit im Primarbereich zu verbessern. Schon im 1. Jugend-KulturBarometer konnte festgestellt werden, dass junge Leute mit niedrigen Bildungsabschlüssen seltener mit der Grundschule kulturelle Veranstaltungen besucht hatten als Gleichaltrige mit hohen Bildungsabschlüssen. Daraus wurde geschlussfolgert, dass womöglich Grundschulen in sozialen Brennpunkten hier andere Prioritäten setzen. In Folge wurden einige spannende kulturelle Bildungsmaßnahmen ins Leben gerufen, die in diesem Kontext ansetzen. Beispielhaft seien hier die Initiative „Musik in Hainholz“<sup>5</sup> oder das Response Projekt der Essener Philharmonie<sup>6</sup> genannt, die kulturelle Bildungsarbeit in Grundschulen in sozialen Brennpunkten leisten. Diese bisherigen Aktivitäten zeigen jedoch keine messbare flächendeckende Wirkung.

<sup>1</sup> So sind 2011 z.B. private Fernsehsender wie ProSieben und RTL mit Abstand die beliebtesten Programme für die 12- bis 19-Jährigen. Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.): JIM-Studie 2011, S. 24.

<sup>2</sup> Im Jahr 2011 besitzt so gut wie jeder Jugendliche ein eigenes Handy (96%) und jeder vierte Jugendliche ein sog. Smartphone, mit dem er auf das Internet zugreifen kann. Vgl. ebd. S. 57.

<sup>3</sup> So stellt der Kultusministerkonferenz zufolge die frühzeitige Förderung naturwissenschaftlich-technischer Interessen und Begabungen ein dringliches Ziel der Bildungspolitik dar. Vgl. Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): Empfehlung der Kultusministerkonferenz zur Stärkung der mathematisch-naturwissenschaftlich-technischen Bildung. Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 07.05.2009. Online verfügbar unter: [http://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen\\_beschluesse/2009/2009\\_05\\_07-Empf-MINT.pdf](http://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2009/2009_05_07-Empf-MINT.pdf) (letzter Zugriff: 17. April 2012).

<sup>4</sup> Vgl. Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): Allgemein bildende Schulen in Ganztagsform in den Ländern in der Bundesrepublik Deutschland. Statistik 2005 bis 2009.

<sup>5</sup> Das Projekt MUSIK IN hat 2006 in Hannover im Stadtteil Hainholz begonnen. Ziel ist es, durch „Musikalisierung“ einen ganzen Stadtteil, der durch einen hohen Anteil an Migranten und finanziell Benachteiligten geprägt ist, zu fördern und aufzuwerten. Vgl. Bertelsmann Stiftung (Hg.): Musik in Hainholz. Musikalische Stadtteilarbeit in Hannover, April 2008. Online verfügbar unter: <http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-D7678245-2475439D/bst/OP-MusikInHainholz.pdf> (letzter Zugriff: 13. April 2012).

<sup>6</sup> „RESPONSE“ ist ein Projekt der Gesellschaft für Neue Musik Ruhr (GNMR). Bei diesem Projekt erhalten Schulklassen die Möglichkeit, gemeinsam mit Professoren und Alumni der Folkwang Hochschule eigene Kompositionen und Performances zu erarbeiten.

Ebenfalls positiv hervorzuheben ist die Beobachtung, dass die 14- bis 24-Jährigen im Vergleich zu 2004 die Eintrittspreise für einzelne Zielgruppen bei Kulturbesuchen insgesamt positiver bewerten und anteilig auch besser über die Höhe der Eintrittspreise informiert sind. Daraus kann man schließen, dass Einrichtungen in den letzten Jahren entweder noch günstigere Eintrittspreise gesetzt haben – so gab es einige Städte und Regionen in Deutschland, die analog zu Beispielen aus dem Ausland<sup>7</sup> Kinder und Jugendliche bis zu einer bestimmten Altersgrenze kostenfreien Zutritt zu Museen gewährten, wie z.B. Berlin<sup>8</sup>, Hamburg<sup>9</sup> oder Sachsen<sup>10</sup> – und/oder transparenter mit den Eintrittspreisen bei jungen Leuten geworben haben. Diese Transparenz konnte nach den vorliegenden Ergebnissen jedoch bei jugendlichen Zielgruppen aus bildungsfernen Milieus noch nicht erreicht werden.

Erstmals wurde im 2. Jugend-KulturBarometer auch explizit der Besuch von Bildungsangeboten in Kultureinrichtungen thematisiert. Die erste Bilanz ist mit Blick auf die Zahl der existierenden kulturellen Einrichtungen im Verhältnis zur Größenordnung der jungen Bevölkerung erstaunlich positiv: Die Hälfte der 14- bis 24-Jährigen hat in ihrem bisherigen Leben schon einmal ein Bildungsangebot in einer Kultureinrichtung besucht. Ein knappes Fünftel (22%) der Befragten tat dies sowohl im privaten als auch im schulischen Rahmen, 17% ausschließlich im Rahmen von Schulaktionen. Diese Reichweite steht im Einklang mit der Beobachtung eines starken Ausbaus von Vermittlungsangeboten in der bundesweiten Infrastrukturerhebung zu Bildungsangeboten in klassischen Kultureinrichtungen.<sup>11</sup>

In der Mehrzahl profitieren vor allem junge Leute mit hoher Schulbildung von den geschaffenen Bildungsangeboten in Kultureinrichtungen. Sie werden nicht nur von der Schule, sondern verstärkt auch vom Elternhaus an entsprechende Angebote herangeführt. Eine vergleichsweise bildungsheterogene Zielgruppenansprache leisten alternative Kulturzentren bzw. soziokulturelle Zentren mit ihren Bildungsangeboten, welche oftmals sehr stark mit Konzepten der systematischen Stadtteilvernetzung arbeiten. Möglicherweise stellt dies auch einen Ansatzpunkt für die Bildungsarbeit der klassischen Kultureinrichtungen dar.

Dass es sich für Kultureinrichtungen lohnt, in Bildungsarbeit zu investieren, legt die Beobachtung nahe, dass der Anteil der wenig bzw. nicht Kulturinteressierten unter den 14- bis 24-Jährigen, die schon einmal ein Bildungsangebot in einer Kultureinrichtung besucht haben, mit 22% um 26 Prozentpunkte niedriger ist als bei jungen Leuten, die dies noch nicht taten (48%). Besonders positive Bildungseffekte können jedoch immer nur dann beobachtet werden, wenn man Zugänge für junge Leute sowohl mit formellen als auch informellen Multiplikatoren schafft. Ausschließliche Kulturerfahrungen in schulischen Kontexten stärken die Wahrnehmung der 14- bis 24-Jährigen, dass Kultureinrichtungen Bildungsanstalten und die „Künste“ Lernstoff sind.

Der gemessene starke Zusammenhang zwischen der künstlerisch-kreativen Freizeitbeschäftigung mit einer künstlerischen Ausdrucksform und einem deutlich stärkeren Interesse an professionellen Darbietungen dieser Kunstform legt den weiteren Ausbau von Bildungsangeboten mit künstlerisch-kreativen Vermittlungskomponenten nahe, wie er in den letzten Jahren in den klassischen Kultureinrichtungen auch praktiziert wurde.<sup>12</sup>

### *Kein Aufwind für klassische Kulturangebote – Kulturelle Diversität, Castings und Comedy sind gefragt*

Trotz der Intensivierung von kulturellen Bildungsmaßnahmen<sup>13</sup> konnte das Kulturpublikum von morgen nicht weiter ausgebaut werden. So hat das Interesse am Kulturgesehehen bei den 14- bis 24-Jährigen punktuell sogar leicht abgenommen. Dies steht im Gegensatz zu einer leichten Zunahme in der älteren Bevölkerung. Ein Rückgang des Interesses konnte vor allem bei der jüngeren Bevölkerung mit niedriger Schulbildung, den Gymnasiasten sowie der männlichen Bevölkerung beobachtet werden.

---

Vgl. Internetauftritt der Gesellschaft für Neue Musik Ruhr unter <http://www.gnmr.de/projekte/schulprojekte/seit-1997> (letzter Zugriff: 13. April 2012).

<sup>7</sup> In Frankreich ist seit 2009 der Besuch in Museen für Jugendliche unter 26 Jahren kostenfrei. Siehe dazu: [http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/communiq/albanel/artgrat\\_musees.html](http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/communiq/albanel/artgrat_musees.html) (letzter Zugriff: 13. April 2012). In Italien haben Personen unter 18 und über 65 Jahren in allen staatlichen Museen freien Eintritt. Siehe dazu: [http://www.iiccolonia.esteri.it/IIC\\_Colonia/Menu/Opportunita/Ingresso\\_libero\\_musei/](http://www.iiccolonia.esteri.it/IIC_Colonia/Menu/Opportunita/Ingresso_libero_musei/) (letzter Zugriff: 13. April 2012).

<sup>8</sup> Siehe dazu: <http://www.museumportal-berlin.de/besucherinfo/fuer-jugendliche-und-junge-leute/eintritt-frei-fuer-jugendliche.html> (letzter Zugriff 4. April 2012).

<sup>9</sup> Siehe dazu: <http://www.museumsdienst-hamburg.de/entgeltordnungen.htm> (letzter Zugriff 4. April 2012).

<sup>10</sup> Siehe dazu: <http://www.medien-service.sachsen.de/medien/news/136923> (letzter Zugriff: 13. April 2012)

<sup>11</sup> Vgl. Keuchel / Weil: Lernorte oder Kulturtempel.

<sup>12</sup> Vgl. ebd.

<sup>13</sup> Vgl. ebd., sowie darüber hinaus:

Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e.V. (Hg.): Kulturelle Bildung. Reflexionen. Argumente. Impulse. Flagge Zeigen. Kulturelle Bildung 2010, Remscheid 05/2010.

Deutscher Kulturrat (Hg.): Kulturelle Bildung: Aufgaben im Wandel, Berlin 2009.

Wie schon 2004 interessieren sich die 14- bis 24-Jährigen vor allem für Kulturangebote, die in den Medien sehr präsent sind, wie z.B. Filme und populäre Musikrichtungen. Im Zeitvergleich hat das Interesse für Comedy und der Besuch deutlich zugenommen. Erneut deutlich angestiegen ist auch der Anteil junger Leute (45%), die mit Kultur kulturelle Diversität, kulturelle Traditionen und Praktiken in unterschiedlichen Kulturräumen verbinden. Das gilt vor allem für junge Leute mit Migrationshintergrund (61%). Ein deutlicher Anstieg kann hier erstmals auch bei der älteren Bevölkerung (40%) beobachtet werden. Auffällig ist zugleich, dass bei jungen Leuten die Bedeutung von Reality- und Casting-Shows gewachsen ist und möglicherweise mit für den beobachteten Interessenrückgang an anderen Filmformaten, wie beispielsweise Horror- oder Dokumentarfilmen, verantwortlich ist. Das Interesse an Reality-Shows und Castings konnte im 2. Jugend-KulturBarometer vor allem über die Nennungen der künstlerischen Vorbilder und Idole gemessen werden, wo erstmals vermehrt auch Moderatoren solcher Sendeformate, wie Stefan Raab oder Dieter Bohlen, genannt wurden.

Die kleinen Interessentenanteile in der Bevölkerung für Bildende Kunst und zeitgenössische Kunstformen sind auch 2010/11 sehr altersheterogen besetzt. Das punktuell stärkere Interesse an neuen, zeitgemäßen Kunstformen im Gegensatz zu klassischen Kunstformen, das auch schon 2004 beobachtet wurde, könnte man theoretisch auf soziologische Modernisierungsmodelle zurückführen oder einfach auf eine größere Offenheit junger Leute, die kulturgeschichtlich noch wenig belastet sind und noch wenige Bindungen zu bestehenden kulturellen Werken aufgebaut haben.

Das stärkere Interesse der 14- bis 24-Jährigen an visuellen Kunstformen, das vor allem auch bei den künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten gemessen wurde, geht einher mit dem in der Jugendforschung diagnostizierten zeitgeschichtlichen Wandel zur Mediengesellschaft, die nach vorliegenden Untersuchungen<sup>14</sup> den Wechsel von einer „Dominanz des Diskursiv-Begrifflichen zu einer Dominanz des Visuell-Bildhaften“<sup>15</sup> fördert. Gemäß diesem Wandel zeigt sich auch bei den kulturellen Interessen neben dem in den letzten Jahrzehnten bei den jungen Leuten zugenommenen Interesse an der Bildenden Kunst 2010/11 ein abnehmendes Interesse im Bereich Literatur. So ist der Besuch von Literaturveranstaltungen um 18 Prozentpunkte gesunken, der Anteil der Nutzer von Stadtbüchereien unter den 14- bis 24-Jährigen um zehn Prozentpunkte gefallen und zugleich die künstlerisch-kreative Auseinandersetzung mit dem Wort, dem kreativen Schreiben in der Freizeit, um zwölf Prozentpunkte zurückgegangen.

Bei der Interessensanalyse können auch Generationseffekte innerhalb der Altersgruppe der 14- bis 24-Jährigen beobachtet werden, so beispielsweise im Comedy-Bereich, der 2004 stärker von den 14- bis 16-Jährigen und heute stärker von den 17- bis 24-Jährigen präferiert wird. Dies ist ein Hinweis darauf, dass jugendspezifische Angebotskonzepte sehr differenziert gestaltet werden sollten und ein Angebotsformat für 16-Jährige nicht unbedingt kompatibel ist für 20-Jährige. Entsprechende Hinweise konnten auch im Düsseldorfer Jugend-Kulturkonzept ermittelt werden.<sup>16</sup>

Eine Gegenüberstellung von kulturellen Sparteninteressen und -besuchen verdeutlicht, wie schon 2004, dass diese nicht deckungsgleich sind. Aufgrund einer Vielzahl von Multiplikatoren, die in der Kulturvermittlung aktiv sind, ist der Besucheranteil der 14- bis 24-Jährigen auch 2010/11 viel höher als der tatsächliche Interessentenanteil. Damit wird erneut deutlich, dass ein erfolgreicher Kulturbesuch allein nicht ausreicht, um Interesse zu wecken, sondern weitere Vermittlungsaktivitäten notwendig sind.

### *Kein Erfolg mit neuen Formaten ohne Einbindung jugendlicher Erlebniswelten ...*

Im 2. Jugend-KulturBarometer konnten erneut Maßnahmen und Hinweise zur Angebotsgestaltung ermittelt werden, die die 14- bis 24-Jährigen besonders ansprechend finden. Eine sehr zentrale Rolle bei der Ansprache junger Zielgruppen nimmt das Internet ein, das im Zeitvergleich mittlerweile alle anderen bisher genutzten Informationskanäle für Kulturveranstaltungen ablöst. Daneben spielen nur noch die Eltern und Peer Groups eine entscheidende Rolle, was vor allem eine stärkere Einbindung virtueller sozialer Netzwerke nahelegt. Sehr wichtig ist die Einbindung des Internets für junge Leute heute auch beim Kartenvertrieb von Kulturveranstaltungen mit festen Veranstaltungsterminen (58%). Daneben ist speziell für 14- bis 16-Jährige (28%) auch der Erwerb von Karten im Schulsekretariat attraktiv, für 20- bis 24-Jährige (29%) der Last-Minute-Verkauf.

Als zentrale Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung von Kulturangeboten thematisieren die mittelmäßig bis gar nicht kulturinteressierten 14- bis 24-Jährigen, wie schon 2004, die Senkung der Eintrittspreise, mehr jugendgerechteres Ambiente sowie unterhaltende, spannende Inszenierungen. Als bevorzugte Veranstaltungsformate werden, ebenfalls wie im 1. Jugend-KulturBarometer, „lockere“ Veranstaltungen mit der Gelegenheit zum Essen und Trinken (67%) sowie „besondere Events“ (63%) hervorgehoben. Weniger beliebt sind dagegen Workshops, Online-Veranstaltungen und Veranstaltungsreihen.

<sup>14</sup> Vgl. u.a. auch Baacke: Die neue Medien-Generation im New Age of Visual Thinking, S. 146.

<sup>15</sup> Vgl. Ziehe: Zeitvergleiche, S. 146.

<sup>16</sup> Vgl. Keuchel / Weber-Witzel: Culture to be.

Die Ergebnisse des 2. Jugend-KulturBarometers verdeutlichen jedoch noch stärker als 2004, dass eine Umgestaltung der Angebotsstruktur nicht ausreicht, um jugendliches Interesse für das öffentlich geförderte Kulturangebot zu generieren. So wurden im Zeitraum zwischen 2004 und 2010/11 einige neue Angebotsstrukturen geschaffen, die konkret jugendliche Bedürfnisse und Wünsche aufgreifen, ohne dass sich der Zuspruch hier verbessert hat. Die eigentliche Barriere besteht darin, dass die 14- bis 24-Jährigen diese Angebote gar nicht als relevant für ihre alltägliche Erlebniswelt erachten. Dies verdeutlicht die scharfe Grenzziehung der 14- bis 24-Jährigen zwischen klassischen Kulturangeboten, die als Kultur bezeichnet werden, und den jugendkulturellen Angeboten und populären Kunstrichtungen, welche nicht als Kultur, sondern als Freizeit- bzw. Unterhaltungsangebot ohne künstlerischen Anspruch und Gehalt betrachtet werden. Entsprechend erwarten die 14- bis 24-Jährigen im Jahr 2010/11 von Kulturbesuchen anteilig sogar noch etwas stärker Bildungseffekte anstelle von Unterhaltung. Zugleich grenzen sie diese Angebote auch dadurch aus ihrer aktuellen Erlebniswelt aus, als sie davon ausgehen, dass sie diese auf jeden Fall besuchen, wenn sie 45 Jahre alt sind. Demgemäß wird als Hauptgrund für den Nichtbesuch neben dem fehlenden persönlichen Interesse (45%) bzw. dem Überwiegen anderer Interessensgebiete (29%), das fehlende Interesse des Freundeskreises (37%) genannt. Angebote, für die sich der Freundeskreis nicht interessiert, bieten keine gemeinsamen Begegnungen und keinen gemeinsamen Gesprächsstoff.

Junge Leute aus bildungsfernen Elternhäusern gehen bei der Ausgrenzung vielfach noch einen Schritt weiter und schließen aufgrund der fehlenden künstlerischen Veranlagung in der Familie (63%) auch den Besuch in 45 Jahren aus. Kunst und Kultur wird hier im eigenen Leben gar kein Raum zugestanden. Das letztlich auch bei den jungen Leuten, die den Besuch klassischer Kulturangebote in eine andere Lebensphase verschieben, entsprechende Angebote vielfach lebenslang ausgegrenzt werden, belegen Zeitvergleiche zum Interesse der Eltern- und jüngeren Seniorengeneration, die sich z.B. heute primär für populäre Musikrichtungen und kaum für klassische Musik interessieren.<sup>17</sup> In gewisser Weise befinden sich die klassischen Kultureinrichtungen hier in einem „Teufelskreis“. Da sie mittlerweile ein weitgehend älteres Publikum haben, fühlen sich junge Leute nicht angesprochen und klassifizieren ihre Angebote per se als solche für ältere Zielgruppen. Ein 50-Jähriger, der eine Musikveranstaltung besucht, die von lauter 14-Jährigen frequentiert wird, fühlt sich hier vermutlich ebenso unwohl, wie ein 16-Jähriger, der eine Operaufführung besucht, die von einem Publikum ab 50 Jahre aufgesucht wird. Die bisher erfolgten Änderungen in der Angebotsstruktur haben, nach den vorliegenden Ergebnissen, bezogen auf die junge Bundesbevölkerung wenig ändern können. Sehr wohl jedoch konnte den Ergebnissen des 9. KulturBarometers zufolge aufgrund der Angebotsveränderungen eine Zielgruppenerweiterung innerhalb der älteren Bevölkerung erreicht werden.<sup>18</sup>

Alternative Angebotsstrukturen können Angebote also durchaus attraktiver gestalten, aber nur, wenn diese einen Bezug zur eigenen Lebenswelt aufweisen, von Zielgruppen der eigenen Altersgruppe besucht werden und in den Medien präsent sind, die einen umgeben. Hier müssen Kultureinrichtungen neue Wege finden, wie sie die Lebenswelt junger Zielgruppen wieder besser einbeziehen können, wobei dem Einsatz neuer Medien als Multiplikatoren eine wichtige Rolle zukommt.

### *Bildungsschere bei kultureller Teilhabe klafft weiter auseinander ...*

Die vorausgehend beschriebene Distanz des Kulturbereichs zu jugendlichen Erlebniswelten besteht, wie schon angedeutet, in noch wesentlich stärkerem Ausmaß für junge bildungsferne Milieus. Trotz vieler unternommener Anstrengungen, wie dem Ausbau der Reichweite bei Kulturbesuchen u.a. von Hauptschulen oder der Entwicklung neuer kultureller Bildungsprogramme, steht kulturelle Teilhabe – auch im Sinne eines breiten Kulturbegriffs – immer noch in einer deutlichen Beziehung zur Schulbildung. Dabei hat sich die Bildungsschere noch weiter geöffnet: So ist der Anteil der wenig bzw. überhaupt nicht Kulturinteressierten unter den 14- bis 24-Jährigen mit niedriger Schulbildung seit 2004 um 16 Prozentpunkte gestiegen. Auch künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten stehen 2010/11 in einer deutlichen Beziehung zur Schulbildung der 14- bis 24-Jährigen. Dabei kann im Zeitvergleich ebenfalls ein deutlicher Rückgang der künstlerischen Hobbyaktivitäten von acht Prozentpunkten bei den jungen Leuten mit niedriger Schulbildung beobachtet werden.

Bei der Analyse der Faktoren, welche kulturelle Teilhabe junger Leute mit niedriger Schulbildung verhindern, nehmen das soziale Umfeld und vor allem das Elternhaus Schlüsselfunktionen ein. Die Ausweitung schulischer Aktivitäten beispielsweise bei Kulturbesuchen bewirkt offenbar wenig, wenn es nicht auch gelingt, konkret das soziale Umfeld der Jugendlichen mit einzubeziehen. Zurzeit sind jedoch mehrheitlich die Elternhäuser aus bildungsnahen Milieus in der Kulturvermittlung aktiv. Neben dem Bildungsniveau steht der Zugang zu professionell begleiteten künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten im Zusammenhang mit den ökonomischen Rahmenbedingungen und der gelebten Praxis im Elternhaus. Eltern mit hoher Schulbildung sorgen für einen frühen Zugang ihrer Kinder zu kulturellen Angeboten. Dies geschieht im Vorschulalter sowohl privat oder auch

<sup>17</sup> Vgl. Keuchel: Ist die Krise überwunden?, S. 33 – 37.

<sup>18</sup> Vgl. ebd.

durch Anregung entsprechender Aktivitäten in den besuchten Kindertagesstätten. Darüber hinaus werden auch eher gemeinsame Besuche von Bildungsangeboten in Kultureinrichtungen mit den Kindern unternommen: Haben 63% der Eltern mit hoher Schulbildung schon mindestens einmal ein Bildungsangebot mit ihren Kindern besucht, liegt der Anteil bei denen, deren Eltern eine niedrige Schulbildung haben, bei 36%. Dabei spielt auch das Vorbild der Eltern eine entscheidende Rolle, was vor allem für künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten gilt. Auch ermöglichen Eltern aus bildungsnahen Milieus ihren Kindern eher Zugang zu weiteren künstlerisch-kreativen Freizeitpartnern, indem sie den Besuch professioneller kultureller Bildungsangebote ermöglichen, wie dem Besuch der Musikschule, Jugendkunstschule etc.

Junge Leute aus bildungsfernen Milieus haben im Vergleich deutlich seltener Zugriff auf formelle außerschulische und informelle Partner und Multiplikatoren. Dies kann Schule nach den vorliegenden Ergebnissen alleine nicht kompensieren. Es bedarf hier also weiterer Bündnisse und Partnerschaften, deren Chancen nachfolgend noch ausführlicher diskutiert werden.

### *G8 kein Hemmnis für künstlerische Kreativität, jedoch für kulturelle Teilhabe ...*

In den letzten Jahren wurden immer wieder Befürchtungen laut, dass die Einführung des zwölfjährigen Abiturs (G8) mit konzentrierten Stundenplänen und Nachmittagsunterricht einen negativen Einfluss auf kulturelle Bildungsprozesse ausüben könnte. Mit den vorliegenden Ergebnissen kann man festhalten: Aktuell hat G8 keinen messbaren Einfluss auf künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten, da der Anteil der derzeitigen Gymnasiasten, die einem künstlerischen Hobby nachgehen, sogar um acht Prozentpunkte gestiegen ist.

Allgemein kann jedoch seit 2004 ein leichter Rückgang der künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten um drei Prozentpunkte beobachtet werden. Dieser bezieht sich vor allem auf das zurückgehende Engagement junger Leute mit niedriger Schulbildung. Der Anteil künstlerischer Hobbyaktivisten ist hier um acht Prozentpunkte zurückgegangen. Insgesamt liegt der Anteil der jungen Leute, die derzeit einem künstlerischen Hobby nachgehen, bei 45%. Im bisherigen Lebenslauf hatten 58% ein künstlerisches Hobby.

Das Spielen eines Musikinstruments (15%) und das Fotografieren (13%) sind mit einer leichten Zunahme seit 2004 die beliebtesten künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten der 14- bis 24-Jährigen. Alle anderen künstlerischen Hobbys, auch jene mit Neuen Medien, wie z.B. das kreative Arbeiten mit der Digitalkamera, haben leicht abgenommen.

Dass G8 allgemein bisher noch keinen negativen Einfluss auf die Hobbyaktivitäten in der Freizeit gehabt hat, kann auch daraus gefolgert werden, dass sich der Trend zur Pflege unterschiedlicher Hobbyaktivitäten weiter fortsetzt: Allein 19% der jungen Leute geben aktuell an, mindestens zwei oder mehr künstlerische Hobbys zu pflegen. Der Anteil der jungen Leute (53%), die sich aktuell mit mindestens zwei Hobbys aus dem Themenbereich Computer, Kunst oder Sport beschäftigen, hat ebenfalls um sieben Prozentpunkte zugelegt.

Anders ist es jedoch um das Interesse am Kulturgesehen bestellt. Dieses hat bei den derzeitigen Gymnasiasten im Zeitvergleich um acht Prozentpunkte nachgelassen. Möglicherweise wird das Engagement, in der Freizeit künstlerischen und anderen Hobbys nachzugehen, auch sehr stark vom Elternhaus unterstützt, da man sich auf diesem Weg – wie von entsprechenden Studien nahegelegt wird<sup>19</sup> – eine Förderung von Schlüsselkompetenzen verspricht. Zudem wurden in den letzten Jahren verstärkt Anstrengungen unternommen, die Angebote der außerschulischen kulturellen Bildungseinrichtungen mit Schule zu vernetzen. Hiervon haben nach aktuellen Studien vor allem auch Gymnasien profitiert.<sup>20</sup> Es gilt entsprechend Überlegungen anzustellen, wie man das Interesse an professionellen Kulturdarbietungen über alternative Freizeitkonzepte in dieser Zielgruppe fördern und stärken kann.

### *Medienkunst – Eine vernachlässigte „Kunst“ mit Potential*

Bei der vorausgehenden Analyse von künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten wurde schon darauf verwiesen, dass das künstlerisch-kreative Arbeiten mit Neuen Medien, wie das Fotografieren (13%), das künstlerische Arbeiten mit der Digitalkamera (5%) oder das Designen bzw. Layouten am Computer (4%) sehr selten von jungen Leuten verfolgt wird. Auch das Interesse an Ausstellungen zu Medien- und Videokunst ist um sechs Prozentpunkte gesunken.

Dies steht im deutlichen Gegensatz zum wichtigen Stellenwert der Neuen Medien im Leben der 14- bis 24-Jährigen. So hat der Anteil der jungen Leute 2010/11, die sich als Hobby mit dem Computer beschäftigen, mit 60% seit 2004 um 13 Prozentpunkte deutlich zugenommen – und dies bei weitgehend gleichbleibendem Zeitbudget für Fernsehen, Tonträger und Bücher. Wird der Computer unabhängig des Bildungsniveaus der 14-

<sup>19</sup> Vgl. Bastian: Musik(erziehung) und ihre Wirkung.

Sowie kritisch dazu Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hg.): Macht Mozart schlau?

<sup>20</sup> Vgl. Keuchel: Kulturelle Bildung in der Ganztagschule.

bis 24-Jährigen intensiv genutzt, investieren junge Leute mit niedriger Schulbildung sogar noch deutlich mehr Zeit in das Internet und vor allem das Fernsehen, jedoch weniger Zeit in Printmedien. Bei den Freizeitbeschäftigungen der jungen Leute mit dem Computer überwiegen allerdings anwendungsbezogene „Tools“, wie das Schreiben von Emails und die Informationssuche, unterhaltende Inhalte und die Kommunikationsmöglichkeiten sozialer Netzwerke.<sup>21</sup>

Betrachtet man die wenigen 14- bis 24-Jährigen, die sich nach eigenen Angaben in der Freizeit mit neuen, interaktiven Medien künstlerisch-kreativ auseinandersetzen, so kann festgestellt werden, dass diese Beschäftigung nicht nur in Zusammenhang mit einem reflektierten Umgang mit neuen Medien – so zeigen diese beispielsweise ein stärkeres Interesse für Kunstfilme und Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten – sondern auch einem größeren Interesse am Kulturgesehen steht. Dagegen besteht zwischen der intensiveren Beschäftigung mit passiven Medien, wie dem Fernsehen, ein negatives Wechselverhältnis zum Kulturinteresse.

Bei diesen positiven Wechselwirkungen, wie sie im Jugend-KulturBarometer beobachtet werden, stellt sich die Frage, warum der künstlerisch-kreative Umgang mit Neuen Medien nicht stärker gefördert wird. Obwohl es ein sehr umfangreiches kulturelles Bildungsprogramm von Bund und Ländern zu dieser Thematik gegeben hat<sup>22</sup>, gibt es in der Praxis immer noch sehr wenige Angebote zur Medienkunst.<sup>23</sup> Die vorliegenden Daten legen jedoch nahe, dass Bildungsangebote im Bereich der Medienkunst für junge Leute nicht nur aufgrund ihres medialen Interesses sehr attraktiv sind und einen reflektierten Umgang mit Neuen Medien fördern, sondern möglicherweise auch eine konkrete Chance bieten, die Abgrenzung zwischen jugendkulturellen und anderen kulturellen Praktiken weiter zu entschärfen und damit den Lebensraum der 14- bis 24-Jährigen für alternative Kunsterfahrungen zu öffnen.

### *Migration bringt kulturelles Kapital, aber auch Verpflichtungen in der Bildungsarbeit*

Erstmals wurde im Rahmen des 2. Jugend-KulturBarometers eine repräsentative Zahl an jungen Leuten mit Migrationshintergrund zur kulturellen Teilhabe und künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten befragt. Dies geschah aufgrund der Beobachtung im 1. Jugend-KulturBarometer, dass junge Leute mit dem Begriff Kultur verstärkt auch kulturelle Diversität, unterschiedliche Kulturtraditionen und -praktiken verbinden. Dies wirft die Frage auf, ob sich junge Leute mit Migrationshintergrund mit anderen künstlerischen Inhalten auseinandersetzen oder andere Interessensetzungen bei kulturellen Themen haben.

Im 2. Jugend-KulturBarometer konnte zunächst beobachtet werden, dass anteilig am ehesten populäre und klassische Kunstformen aus dem angloamerikanischen und europäischen Raum gleichberechtigt Anklang bei künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten der jungen Leute finden. Selten ist der Rückgriff auf Kunstformen aus anderen Kulturräumen. Auch gibt es bezogen auf den Migrationshintergrund keine nennenswerten Unterschiede bei dem Interesse der jungen Leute am Kulturgesehen, wohl jedoch bezogen auf einzelne Herkunftsländer. So sind beispielsweise junge Leute mit Migrationshintergrund aus einzelnen europäischen Ländern und anderen Kulturräumen deutlich weniger am Kulturgesehen interessiert. Diese Unterschiede können teils auf Bildungseffekte, teils aber auch auf unterschiedliche Kunstpraktiken und Ausdrucksmittel in anderen Kulturräumen zurückgeführt werden. So kann das geringere Kulturinteresse junger Menschen mit Migrationshintergrund aus einzelnen europäischen Ländern, die vermutlich damals im Rahmen von Anwerbeverfahren stärker im Kontext von Arbeitsmigration standen, sehr deutlich auf einen Bildungseffekt zurückgeführt werden, nicht jedoch beispielsweise das geringere Interesse am Kulturgesehen der jungen Leute mit türkischem Migrationshintergrund. So fiel auf, dass junge Bevölkerungsgruppen mit türkischem Migrationshintergrund anteilig wesentlich häufiger Kunstdarbietungen aus dem islamischen Kulturkreis (61%) besuchen als Angebote aus dem klassischen europäischen Kanon (18%).

Dies legt nahe, dass es hier auch Distanzen zwischen unterschiedlichen kulturellen Techniken und Erfahrungen, beispielsweise anderen Seh- und Hörgewohnheiten, wie der Vierteltontechnik in der klassischen arabischen Musik<sup>24</sup>, zu überbrücken gilt. Diese Vermutung wird durch den Umstand gestützt, dass trotz hoher Einwanderungsbewegungen aus Ländern des islamischen Kulturkreises nach Deutschland Kunstdarbietungen aus dem islamischen Kulturkreis von den deutschstämmigen 14- bis 24-Jährigen kaum besucht werden. Jeder Fünfte lehnt hier den Besuch solcher Veranstaltungen ab. Allgemein steht zwar die Schulbildung in einem positiven Wechselverhältnis zur Offenheit gegenüber Kunstdarbietungen aus weiter entfernten Kulturräumen.

<sup>21</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest: JIM 2011, S. 33.

<sup>22</sup> Mit dem Programm Kulturelle Bildung im Medienzeitalter wurden seit 2000 innovative Modelle der kulturellen Bildung geschaffen, die sich kreativ mit neuen Medientechnologien beschäftigen. Vgl. Brinkmann / Wiesand: Künste – Medien – Kompetenzen.

<sup>23</sup> So liegt beispielsweise der Anteil der Projekte zur Film-/Medienkunst im Landesprogramm Kultur und Schule 2009/10 bei 4% aller 1.445 geförderter Kunstprojekte. Keuchel, Susanne: Kunstvoll mit allen Sinnen – Zur Evaluation des Landesprogramms Kultur und Schule, In: Der Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.): Augen öffnen. Kulturelle Bildung in der Kulturförderung des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf 2009. Der Anteil eingereicherter Projekte zur Medienkunst beim Bundeswettbewerb Kultur macht Schule lag im Jahr 2010 bei 7%. Keuchel / Keller: Zur Chronologie von „Mixed-up“, S. 25.

<sup>24</sup> Vgl. Manik, Liberty: Das arabische Tonsystem im Mittelalter, Leiden: Brill 1969.

Dies gilt jedoch nicht für junge Leute mit türkischem Migrationshintergrund bezogen auf den Besuch klassischer Kulturangebote des europäischen Kulturraums und auch nicht für die deutschstämmigen 14- bis 24-Jährigen bei der Beschäftigung mit Kunstformen aus dem islamischen Kulturkreis bei künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten. Dabei kann jedoch beobachtet werden, dass eigene künstlerisch-kreative Freizeiterfahrungen jungen Bevölkerungsgruppen mit Migrationshintergrund aus nicht-europäischen Kulturräumen den Zugang zu klassischen Kunstformen aus Europa erleichtern.

In der Analyse wird jedoch deutlich, dass beispielsweise junge Bevölkerungsgruppen mit türkischem Migrationshintergrund allein aufgrund der Bildungsunterschiede seltener künstlerisch-kreativen Freizeitbeschäftigungen nachgehen. Auch werden junge migrantische Bevölkerungsgruppen (62%) seltener über informelle Multiplikatoren zu Kulturbesuchen motiviert als die deutschstämmigen 14- bis 24-Jährigen (71%). Entsprechend haben speziell junge türkischstämmige Bevölkerungsgruppen anteilig weniger Zugriff auf Bildungsangebote in Kultureinrichtungen, wenn sich die Schule hier nicht entsprechend engagiert. Bei den außerschulischen formellen Partnern ist für diese junge Bevölkerungsgruppe am ehesten noch der Verein (13%) als Multiplikator bei Kulturbesuchen öfter beteiligt. Es empfiehlt sich daher, neben einer allgemeinen Intensivierung der kulturellen Bildungsarbeit in den steuerbaren Bereichen der formellen schulischen und außerschulischen Partner gezielt auch interkulturelle Vermittlungsangebote zu schaffen, die zugleich auch zwischen unterschiedlichen künstlerischen Seh- und Hörgewohnheiten Brücken bauen. Dies erhöht zugleich die Chancen, auch stärker vom kulturellen Kapital der Migration zu profitieren. Zum Anderen zeigen die Ergebnisse sehr deutlich, dass kulturelle Teilhabe stärker in Beziehung zu einer positiven Einstellung der jungen Leute zum Einwanderungsprozess in Deutschland steht als beispielsweise die Schulbildung. So zeigen beispielsweise die 14- bis 24-Jährigen, die schon einmal eine Kunstdarbietung aus dem islamischen Kulturkreis besucht haben, eine wesentlich positivere Einstellung gegenüber dem Einwanderungsprozess in Deutschland als junge Menschen ohne entsprechende Erfahrungen. Die enge Verbindung zwischen der mit einer Migrationserfahrung einhergehenden Reibung unterschiedlicher Kulturen und künstlerisch-kreativen Ausdrucksformen als geeignetem Medium zur Verarbeitung solcher Prozesse wird auch durch die mit 63% anteilig besonders stark in der Freizeit künstlerisch-kreativ tätigen jungen Leute aus „binationalen“ Elternhäusern mit einem deutschstämmigen und einem Elternteil aus einem anderen Herkunftsland unterstrichen.

Mit Blick auf eine stärkere Öffnung jugendlicher Lebenswelten für weitere Kunstformen abseits der populären und in den Medien präsenten Formen und damit einhergehend eine Verjüngung des Kulturpublikums, lohnt sich für die Kultureinrichtungen die gezielte Ansprache von jungen Bevölkerungsgruppen mit osteuropäischem Migrationshintergrund und aus einzelnen asiatischen Herkunftsländern.

So ist der Anteil der jungen Bevölkerung mit osteuropäischem und vor allem russischem Migrationshintergrund sehr hoch, der klassische Kunst aus dem europäischen Kulturraum im Rahmen von künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten thematisiert. Entsprechend interessieren sie sich auch stärker für klassische Kulturangebote aus dem europäischen Kulturkreis und besuchen diese auch öfter: Liegt beispielsweise der Besucheranteil der jungen Bevölkerungsgruppen mit Migrationshintergrund aus einzelnen osteuropäischen Ländern bei 37% bzw. 35%, liegt er bei den jungen deutschstämmigen 14- bis 24-Jährigen bei 26%. Damit veranschaulichen die Ergebnisse zugleich, dass neben Bildungseffekten und anders geprägten Seh- und Hörgewohnheiten bei künstlerischen Darbietungen auch andere politisch und kulturpolitisch gewachsene gesellschaftliche Wertesysteme kulturelle Teilhabe im Kontext von Migration beeinflussen können, bedenkt man beispielsweise den anderen Stellenwert von Kunst und Kultur in den ehemals kommunistischen Systemen Osteuropas.<sup>25</sup> Bildungspolitisch sollten die unterschiedlichen Voraussetzungen und Zugänge zu Kunst und Kultur der jungen Bevölkerungsgruppen mit und ohne Migrationshintergrund im Rahmen von unterschiedlichen Vermittlungsmaßnahmen in der kulturellen Bildung gezielt aufgegriffen werden, um möglichst umfassend vom kulturellen Kapital durch Migration und der damit einhergehenden kulturellen Vielfalt zu profitieren und Segregation und Abgrenzung im Rahmen unterschiedlicher künstlerischer Ausdrucksformen und Symbole im Vorfeld entgegenzuwirken.

### *Eine Bildungsoffensive für mehr kulturelle Teilhabe junger männlicher Bevölkerungsgruppen*

Eine junge Bevölkerungsgruppe, die bei der kulturellen Teilhabe immer mehr den Anschluss verliert, stellen nach den vorliegenden Ergebnissen die männlichen 14- bis 24-Jährigen dar. So liegt der Anteil der jungen männlichen Bevölkerung bei der kulturellen Teilhabe bezogen auf künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten und das Interesse speziell an klassischen Kulturangeboten bei etwa einem Drittel. Dabei setzte sich im Zeitvergleich der Rückgang der jungen männlichen Bevölkerungsteile, die in der Freizeit künstlerisch-kreativ sind, weiter fort. Ihr Anteil sank 2010/11 um weitere fünf Prozentpunkte. Zudem können auch 2010/11 deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede bei den aktuell ausgeübten künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten

<sup>25</sup> Vgl. Brenner / Heumos (Hg.): Sozialgeschichtliche Kommunismusforschung.

beobachtet werden: Schreiben, Singen, Malen und Tanzen sind typische weibliche Tätigkeiten, Sprays und das künstlerisch-kreative Arbeiten mit Medien eher männliche.

Wie schon 2004 zu beobachten, interessieren sich die männlichen 14- bis 24-Jährigen noch stärker als die weibliche Bevölkerung für Kulturangebote, die in den Medien sehr präsent sind, wie Filme des Mainstreams und populäre Musikrichtungen. Dass speziell technische Medien bei der jungen männlichen Bevölkerung einen sehr wichtigen Stellenwert einnehmen, wird sowohl in der Mediennutzung als auch bei den aktuellen Hobbies deutlich: Die männlichen 14- bis 24-Jährigen beschäftigen sich anteilig wesentlich stärker mit den Hobbyfeldern Sport und Computer. Auch nutzen sie intensiver Computer, Internet und Fernsehen, wohingegen Bücher und Zeitschriften eher von der jungen weiblichen Bevölkerung gelesen werden.

Nach den vorliegenden Ergebnissen spielen bei den beobachteten geschlechtsspezifischen Differenzen konkrete Vorbilder eine Rolle. So konnte beispielsweise beobachtet werden, dass, wenn sich ausschließlich die Mutter an der Kulturvermittlung beteiligt, der Anteil der wenig bzw. gar nicht kulturinteressierten jungen männlichen Bevölkerung mit 40% deutlich höher ist, als wenn nur der Vater beteiligt ist (28%). Dies gilt auch für das Ausüben künstlerisch-kreativer Freizeitaktivitäten, wobei hier bezogen auf die Vorbildfunktion der Eltern im Zeitvergleich zu 2004 die Relevanz geschlechtsspezifischer Vorbilder etwas nachgelassen hat. Man kann daher empfehlen, bei kulturellen Bildungsangeboten, im schulischen Musikunterricht, der Jugendkunstschule oder bei Vermittlungsangeboten in Kultureinrichtungen stärker auch männliche Vermittler einzusetzen. Problematisch könnte hierbei der deutliche Überhang an weiblichen Studierenden und Absolventen in kulturpädagogischen Arbeitsfeldern sein.<sup>26</sup> Eine Alternative bietet hier der Einsatz von Künstlern bei kulturellen Bildungsprozessen, die geschlechtsspezifisch in Abhängigkeit von jeweiligem Spartenfeld vergleichsweise noch paritätisch besetzt sind.<sup>27</sup>

Mit Blick auf den wichtigen Stellenwert der Neuen Medien, den diese speziell bei der jungen männlichen Bevölkerung einnehmen, wäre es noch vorteilhafter, wenn alternative geschlechtsspezifische Vorbilder im Kunst- und Kulturbereich stärker auch über Medien transportiert würden: beispielsweise den „coolen“ männlichen Violinisten und nicht den E-Gitarristen als Held in einer jugendlichen Fernsehserie. Da man bildungspolitisch weniger Einfluss auf die Inhalte im Fernsehen und Internet hat, können erste Schritte beispielsweise auch in Lehr- und Bilderbüchern unternommen werden. So hatte beispielsweise eine Untersuchung der Hochschule für Musik und Theater Hamburg, die Schulmusikbücher der Sekundarstufe I und II unter geschlechtsspezifischen Kriterien analysierte, festgestellt, dass „die meisten Schulmusikbücher noch nicht von den tradierten Geschlechterdarstellungen befreit sind“<sup>28</sup>, Musikerinnen beispielsweise an typischen „weiblichen“ Instrumenten, wie Blockflöte oder Harfe, dargestellt werden.

### *Fazit und Empfehlungen: Bündnisse für kulturelle Bildung – Schule braucht Partner*

Die vorausgehende Zusammenfassung der Ergebnisse vor dem Hintergrund einer veränderten kulturellen Bildungslandschaft und des erstmals möglichen Zeitvergleichs legt vor allem zwei zentrale Befunde nahe, will man kulturelle Bildungsprozesse bei Kindern und Jugendlichen fördern und ihr Verständnis und Interesse für Kunst, Kultur und kulturelles Erbe wecken: Kulturelle Bildungsmaßnahmen müssen noch stärker in die Fläche gehen als dies bisher schon der Fall ist und es bedarf komplexer Bündnisse für kulturelle Bildung, welche auch konkret die Freizeiterlebensräume junger Menschen mit einbeziehen.

#### *Kulturelle Bildung muss noch stärker in die Fläche gehen ...*

Die Intensivierung der kulturellen Bildungsarbeit in den letzten Jahren über Vernetzungen, Kooperationen und spezielle Programme, kann im Zeitvergleich bezogen auf ihre Reichweite bei der gesamten jungen Bevölkerung nur geringfügige Erfolge verbuchen: Speziell bei den Kultureinrichtungen konnte im Zeitvergleich, wie vorausgehend dargelegt, ein Anstieg um fünf Prozentpunkte bei der mindestens einmal erreichten jungen Bevölkerungsgruppe beobachtet werden. Im Rahmen der Kooperationen mit Schulen konnte vor allem der Anteil von Hauptschülern bzw. Hauptschulabsolventen, die schon einmal mit der weiterführenden Schule ein Kulturangebot besucht haben, um zwölf Prozentpunkte auf nunmehr 27% gesteigert werden. Die auf Fachtagungen vorgestellten spannenden kulturellen Bildungsprojekte, die von Kultureinrichtungen in sozialen Brennpunkten in Kooperation mit Grundschulen in den letzten Jahren durchgeführt wurden, spiegeln sich dabei zahlenmäßig gar nicht in den Ergebnissen des 2. Jugend-KulturBarometers wider. Auch bei den zusätzlich angebotenen künstlerisch-kreativen Schulaktivitäten kann kein wesentlicher Anstieg beobachtet werden, obwohl

<sup>26</sup> So sind im Wintersemester 2011/12 beispielsweise 84% der Studierenden aus den Fachbereichen Kunst/Kunstwissenschaften an pädagogischen Hochschulen weiblich. Vgl. Statistisches Bundesamt (Hg.): Bildung und Kultur. Studierende an Hochschulen – Vorbericht – Wintersemester 2011/12. Fachserie 11 Reihe 4.1, Wiesbaden 2012, S. 72.

<sup>27</sup> Vgl. Brinkmann, Annette / Wiesand, Andreas J.: Frauen im Kultur- und Medienbetrieb III. Fakten zu Berufssituation und Qualifizierung, Bonn 2001.

<sup>28</sup> Diese Untersuchung fand im Rahmen des Seminars „Gender studies und Musik – Frauen und Geschlechterforschung“ an der Hochschule für Musik und Theater Hamburg im Wintersemester 1999/2000 statt. Vgl. auch Kaiser, Hermann J. (Hg.): Geschlechtsspezifische Aspekte des Musiklernens, Essen: Die Blaue Eule 1996.



neu geschaffene Bundeswettbewerbe, wie „Kinder zum Olymp!“ oder „MIXED UP!“ eine Vielzahl an spannenden künstlerisch-kreativen Kooperationsprojekten dokumentieren.

Bei der Bewertung dieser Ergebnisse muss zum Einen immer die Zahl der existierenden kulturellen Partner berücksichtigt werden, die bezogen auf einzelne Spartenrichtungen in keiner angemessenen Relation zur existierenden Zahl an Schülern und Schulen steht. So stehen hier beispielsweise 133 Orchester<sup>29</sup> oder 400 Jugendkunstschulen<sup>30</sup> mit ihren Angebotskapazitäten 34.486 allgemeinbildenden Schulen<sup>31</sup> und entsprechend 8.796.894 Schülern<sup>32</sup> gegenüber. Zum Anderen muss hier auch berücksichtigt werden, dass sich eine Vielzahl an Schulen schon vor Jahrzehnten im Bereich zusätzlicher künstlerisch-kreativer Angebote engagierte, indem einzelne Lehrer mit entsprechenden Neigungen Angebote, wie Schulorchester oder Theater-AG's, offerierten. Durch die zunehmende Einbindung professioneller Kooperationspartner, wie Musikschulen, Tänzer oder Theater, sind in den letzten Jahren die Qualitätsansprüche an diese Angebote gewachsen. Dieser Wechsel kann jedoch nicht über die vorliegenden Ergebnisse des Jugend-KulturBarometers dokumentiert werden, da hier lediglich nach der Existenz und nicht nach der Zusammensetzung der Vermittlungspartner gefragt wurde. Mit Blick auf die im Zeitvergleich weitgehend soziodemographisch gleich zusammengesetzte jugendliche Bevölkerungsgruppe, die angibt, entsprechende Angebote besucht zu haben, ist jedoch zu vermuten, dass sich vielfach die Schulen, die früher entsprechende Angebote aus eigener Initiative durchführten, nun auch verstärkt Kooperationen mit professionellen Partnern realisieren. Will man hier weiter in die Fläche gehen, ist es unter Berücksichtigung von Qualitätsaspekten notwendig, das breite Spektrum an kulturellen außerschulischen Partnern systematisch im Rahmen von Vernetzungen mit ins Boot zu holen: Kultureinrichtungen, wie Bibliotheken, Museen oder auch alternative Kulturzentren, Kulturvereine, kulturelle Bildungseinrichtungen, wie Musik- oder Tanzschulen, Künstler und Laienensembles, wie Orchester oder Chöre, müssen parallel aktiviert werden, um den existierenden Schulen eine ausreichende Zahl an außerschulischen Partnern gegenüberzustellen und in Folge messbare Effekte in der Fläche zu erzielen. Dies gilt vor allem auch für ländliche Räume, die infrastrukturell bedingt über weniger kulturelle Partner und Einrichtungsarten verfügen, wie sich dies auch in den Zahlen des Jugend-KulturBarometers, beispielsweise bei dem Besuch von Bildungsangeboten in Kultureinrichtungen in ländlichen Räumen, widerspiegelt.

#### *Es bedarf komplexerer Bündnisse für kulturelle Bildung ...*

Über Schule können alle jungen Leute, auch diejenigen aus bildungsfernen Milieus erreicht werden. Daher ist es sinnvoll, kulturelle Bildung mit Schule zu vernetzen. Die vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass das Engagement der Schulen punktuell auf das Interesse junger Leute an Kunst und Kultur Einfluss nehmen kann. Dies gilt vor allem für den künstlerischen Fachunterricht, der im Zeitvergleich von den 14- bis 24-Jährigen in der Retrospektive 2010/11 positiver bewertet wurde. Im Musikunterricht ist der Anteil, der ausschließlich positive Erfahrungen sammelte, um elf Prozentpunkte auf 47%, im Kunstunterricht um sechs Prozentpunkte ebenfalls auf 47% gestiegen. Im Rahmen der Untersuchung konnten hier auch Transfereffekte gemessen werden: 14- bis 24-Jährige, die sehr positive Erfahrungen mit dem Lehrer- bzw. dessen Unterricht in Kunst oder Musik gemacht haben, sind aktuell anteilig deutlich stärker an kulturellen Angeboten interessiert (beide 44%) als diejenigen mit sehr negativen Erfahrungen (18% bzw. 10%). Dies gilt gleichermaßen für junge Leute, die gemeinsam mit ihren Eltern Kulturbesuche unternahmen und für diejenigen, die dies nicht taten. Es lohnt sich daher, in die Qualität des Fachunterrichts zu investieren, der zugleich auf kontinuierliche statt auf punktuelle projektorientierte Vermittlung setzt und alle Schüler gleichermaßen erreicht.

Ansonsten zeigen sich jedoch wenig positive Transfereffekte der schulischen kulturellen Bildungsarbeit bezogen auf junge Bevölkerungsgruppen, die aufgrund ihrer Schulbildung, Migrationserfahrung oder ihres Geschlechts bisher einen eingeschränkten Zugriff auf Kunst und kulturelle Teilhabe in ihrer Freizeit hatten. So erreichen freiwillige künstlerische Schul-AGs in der nachmittäglichen Freizeit vor allem jene jungen Leute, die auch mit anderen Partnern in der Freizeit künstlerisch-kreativ tätig sind. Entsprechend kann ein deutliches Bildungsgefälle bei dem Besuch kontinuierlicher oder projektbezogener künstlerischer Schulangebote, z.B. im Rahmen einer Projektwoche, Theater-AG oder Schulband, beobachtet werden.

Zudem haben diese zusätzlichen schulischen kulturellen Bildungsmaßnahmen, wie auch der Kulturbesuch oder der Besuch eines Bildungsangebots in Kultureinrichtungen eben kaum einen positiven Einfluss auf das Interesse

<sup>29</sup> Vgl. die Angaben der Deutschen Orchestervereinigung unter: [http://sub1.dov.org/t1\\_files/pdf/Infos%20&%20Publikationen/DOV\\_Orchesteraufstellung.pdf](http://sub1.dov.org/t1_files/pdf/Infos%20&%20Publikationen/DOV_Orchesteraufstellung.pdf) (letzter Zugriff: 16. April 2012)

<sup>30</sup> Vgl. Bundesverband der Jugendkunstschulen und Kulturpädagogischen Einrichtungen e. V. (Hg.): Phantasie fürs Leben. Jugendkunstschulen in Deutschland. Ergebnisse der bundesweiten Datenerhebung, Unna 2011, S. 7. Online verfügbar unter: [http://www.bjke.de/cms/fileadmin/downloads/datenerhebung\\_bjke1.pdf](http://www.bjke.de/cms/fileadmin/downloads/datenerhebung_bjke1.pdf) (letzter Zugriff: 16. April 2012)

<sup>31</sup> Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes für das Schuljahr 2010/11. Siehe dazu: <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/BildungForschungKultur/Schulen/Tabellen/AllgemeinBildendeBeruflicheSchulenSchularten.html?nn=50770> (letzter Zugriff: 16. April 2012)

<sup>32</sup> Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes für das Schuljahr 2010/11. Siehe dazu: <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/BildungForschungKultur/Schulen/Tabellen/AllgemeinBildendeBeruflicheSchulenSchulartenSchueler.html?nn=50770> (letzter Zugriff: 16. April 2012)

an Kunst und Kultur und die entsprechende kulturelle Teilhabe. So kann beispielsweise ein hoher Anteil an sehr stark bzw. stark Kulturinteressierten bei jungen Leuten beobachtet werden, die privat und über die Schule ein entsprechendes Angebot besuchten (44%). Dieser Anteil lag deutlich niedriger (16%), wenn der entsprechende Zugang nur über Schule erfolgte. Dagegen ist bei einem Zusammenspiel von schulischen künstlerisch-kreativen Zusatzangeboten (Theater-AG, Schulorchester etc.) und weiteren nichtschulischen Partnern bei künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten in Kindheit oder Jugend der Anteil der am Kulturgesehen sehr stark bzw. stark Interessierten (42%) bzw. aktuellen Hobbyaktivisten (81%) nahezu doppelt so hoch, wie bei den 14- bis 24-Jährigen insgesamt. Wesentlich geringere Effekte der Schul-AGs zeigen sich bei jungen Leuten, die künstlerisch-kreative Angebote nur aus schulischen Kontexten kennen.

Allgemein konnte in der gesamten Analyse beobachtet werden, dass sich, wenn informelle Partner oder aber vor allem Kindertagesstätten und formelle außerschulische Partner an kulturellen Bildungsprozessen beteiligt sind, kulturelle Teilhabe wesentlich besser gestaltet als wenn nur Schule allein vermittelnd tätig wird.

Der wichtige Stellenwert außerschulischer und informeller Partner könnte darauf zurückgeführt werden, dass kulturelle Aktivitäten mit diesen Partnern eher als Freizeit- also als unterhaltende Aktivität verstanden, während schulische Aktivitäten immer in Bildungskontexten bewertet werden. Diese Problematik spiegelte sich auch sehr konkret in den vorausgehend skizzierten kulturellen Einstellungen der jungen Leute und den genannten Hinderungsgründen zur kulturellen Teilhabe wider, wie die scharfe Grenzziehung der 14- bis 24-Jährigen zwischen klassischen Kulturangeboten, die als Kultur bezeichnet werden, und den jugendkulturellen Angeboten und populären Kunstrichtungen, die nicht als Kultur, sondern als Freizeit- bzw. Unterhaltungsangebot ohne künstlerischen Anspruch und Gehalt betrachtet werden.

Die konkrete Einbindung von Kindertagesstätten und formellen außerschulischen Partnern in die kulturelle Bildungsarbeit hat neben dem freizeitgestaltenden Charakter noch zwei weitere Vorteile. Man kann zum Einen auf formelle außerschulische Partner eher Einfluss nehmen und sie zu Kooperationen in der kulturellen Bildungsarbeit aktivieren, als informelle Partner, wie das Elternhaus oder Peer Groups. Zum anderen haben formelle außerschulische Partner und Kindertagesstätten gegenüber dem Elternhaus den Vorteil, dass gemeinsame kulturelle Aktivitäten gemeinsam mit Gleichaltrigen außerhalb von formellen Lernprozessen erfolgen.

Speziell die Einbindung von Kindertagesstätten hat noch einen weiteren wichtigen Vorteil: Mit der Einbindung dieser Einrichtung kann man kulturelle Bildung schon im Vorschulalter vermitteln und die vorliegenden Ergebnisse des Jugend-KulturBarometers bekräftigen, dass eine frühzeitig ansetzende kulturelle Vermittlungsarbeit sehr nachhaltige Eindrücke hinterlässt und eine gute Basis für die spätere kulturelle Teilhabe bildet.

Im Kontext komplexer effektiver Bündnisse für kulturelle Bildung kann also festgehalten werden, dass die Einbindung von Kindertagesstätten und formellen außerschulischen Partnern eine wichtige Basis für die Förderung der kulturellen Teilhabe bei der jungen Bevölkerung bildet. Dabei sollten auch unkonventionelle Wege beschritten werden, indem man auch nicht-kulturelle Vereine und Jugendzentren einbindet oder beispielsweise außerschulische kulturelle Bildungseinrichtung bei der rezeptiven Vermittlungsarbeit einbezieht. Im Sinne der Chancengleichheit bietet auch der Ganztags Raum für kulturelle Bildungsbündnisse mit außerschulischen Partnern, um Kinder und Jugendliche unabhängig unterschiedlicher Bildungskontexte zu erreichen.

#### *Konkrete Empfehlungen an Kultureinrichtungen, Kultur- und Bildungspolitik*

„Kulturelle Bildung ist Bestandteil der Allgemeinbildung“<sup>33</sup>. Daher sollte es erklärtes Ziel sein, dass alle jungen Leute eine Basis erhalten, von kulturellen Bildungsprozessen zu profitieren. Dies ist nach den vorliegenden Ergebnissen noch nicht der Fall. Junge Menschen aus bildungsfernen Elternhäusern haben nicht dieselben Zugangschancen zum bestehenden kulturellen Bildungsangebot wie junge Leute aus bildungsnahen Elternhäusern. Daher werden im Folgenden zentrale Empfehlungen ausgesprochen, die sich aus der Analyse des 2. Jugend-KulturBarometers ableiten. Sie richten sich zum Einen an die Kultureinrichtungen, die aktuell auch in kulturelle Bildungs- und Vermittlungsangebote investieren, auch wenn dies nicht ihre primäre Aufgabe ist. Die vorliegenden Ergebnisse zeigen jedoch, dass diese Einrichtungen von einer Beteiligung an der kulturellen Bildungsarbeit bei Kindern und Jugendlichen profitieren, da sie so ihr Kulturpublikum von morgen ausbauen. Zugleich profitiert von diesen Maßnahmen auch die Gesellschaft, denn die Ergebnisse zeigen auch, dass kulturelle Partizipation eine sehr intensive Form der gesellschaftlichen Beteiligung ist, die in Zusammenhang mit vielen weiteren gesellschaftlichen Aktivitäten, wie dem Interesse an Politik, Zeitgeschichte und einer positiven Grundhaltung zur aktuellen Lebenssituation steht.

<sup>33</sup> Vielmehr sind „Kunst und Kultur [...] unverzichtbare Bestandteile der Allgemeinbildung“. Deutscher Kulturrat (Hg.): Kulturelle Bildung ist Allgemeinbildung!

### **Empfehlungen für Kultureinrichtungen:**

- Weiterer Ausbau von Vermittlungs- und Bildungsangeboten für schulische, aber auch informelle und außerschulische formelle Partner, z.B. Musik- und Jugendkunstschulen
- Weiterer Ausbau von Kooperationen mit Haupt- und Grundschulen in sozialen Brennpunkten
- Systematische Vernetzung benachbarter Stadtteile bei der kulturellen Bildungsarbeit
- Vermehrter Einsatz von männlichem Vermittlungspersonal bei Bildungsangeboten
- Differenziertere Angebotsgestaltung für unterschiedliche Altersgruppe innerhalb der 14- bis 24-Jährigen
- Rückgriff auf zeitgenössische Kunstformen bei Vermittlungsangeboten für junge Zielgruppen
- Gezielter Einsatz des Internets bei Öffentlichkeitsarbeit und Kartenvertrieb für junge Zielgruppen, unter besonderer Berücksichtigung sozialer virtueller Netze
- Berücksichtigung anderer ästhetischer Ansprüche jugendlicher Zielgruppen bei Auswahl und Gestaltung des Veranstaltungsorts
- Betonung des Eventcharakters eines Kulturangebots und dessen Unterhaltungswerts in der Öffentlichkeitsarbeit
- Schaffung von Raum für Kommunikation, sowie Essen und Trinken
- Entwicklung alternativer Freizeitkonzepte für G8-Schüler, z.B. Angebote für Jahrgangsstufenpartys
- Stärkere Öffnung für die Lebenswelten, Themen und relevanten Medien junger Zielgruppen

Die Ergebnisse zeigen jedoch auch, dass Kultureinrichtungen angesichts eines wachsenden Medienangebots und konkurrierender kommerzieller Freizeitanbieter nicht allein in der Lage sind, das Interesse an kultureller Teilhabe in der jungen Bevölkerung zu wecken und auszubauen, sondern hierbei auf Partner angewiesen sind. Daher richtet sich ein wesentlicher Teil der Ergebnisse an die Kultur- und Bildungspolitik, die die Grundlagen und Voraussetzungen schafft für Kooperationen und Vernetzungen mit Schulen, Kindertagesstätten, außerschulischen kulturellen Bildungseinrichtungen und einer Vielzahl an weiteren kulturellen Akteuren und Partnern:

### **Empfehlungen für die Kultur- und Bildungspolitik**

- Mehr rezeptive und künstlerisch-kreative Angebote zum Themenfeld kulturelle Vielfalt, Kunstformen aus verschiedenen Kulturräumen und interkulturellen Vermittlungsangeboten
- Entwicklung von neuen Vermittlungskonzepten, die gezielt auf die unterschiedlichen Voraussetzungen und Zugänge zu Kunst und Kultur bei jungen Bevölkerungsgruppen mit und ohne Migrationshintergrund eingehen, unter besonderer Berücksichtigung von anderen Seh- und Hörgewohnheiten in der Kunst
- Förderung von kulturellen Bildungsangeboten im Bereich Kreatives Schreiben und Literatur
- Förderung von kulturellen Bildungsangeboten im Bereich der Medienkunst und des künstlerisch-kreativen Umgangs mit Neuen Medien
- Förderung einer stärkeren Einbeziehung von Kunst und Kultur in jugendrelevanten Sendungen und unterhaltenden Sendeformaten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
- Einbeziehung männlicher Bezugspersonen im Kunst- und Kulturbereich, auch im Rahmen des Vermittlungspersonals, der Abbildungen in Schulbüchern und anderen Medien
- Förderung der Qualität der Lehrerausbildung in den künstlerischen Schulfächern und gezielter Ausbau von mehr Fachlehrern in den künstlerischen Fächern
- Weiterer Ausbau von Kooperationen mit schulischen und außerschulischen formellen Partnern in der kulturellen Bildungsarbeit, wie Kultureinrichtungen, kulturellen Bildungseinrichtungen, Kulturvereinen, Laienorganisationen oder Künstlern, unter Einbeziehung auch nicht kultureller und schulischer Partner, wie Vereinen oder Jugendzentren
- Systematische Einbindung von kulturellen Bildungsangeboten in Kindertagesstätten und im Ganzttag