



Landespressestelle Vorarlberg

informiert

Pressekonferenz – Freitag, 15. April 2011

**Präsentation der Studie
"Kulturnutzung und Kulturaktivität
in Vorarlberg 2010"**

mit

Landesrätin Dipl.-Vw. Andrea Kaufmann

(Kulturreferentin der Vorarlberger Landesregierung)

Dr. Juliane Alton

(Geschäftsführerin IG Kultur Vorarlberg)

Prof. (FH) Dr. Frederic Fredersdorf

*(Leiter des Forschungsbereichs "Sozial- und Wirtschaftswissenschaften"
an der FH Vorarlberg)*

Kulturnutzung und Kulturaktivität in Vorarlberg 2010

Pressekonferenz, 15. April 2011

Wie oft besuchen Herr und Frau Vorarlberger/in kulturelle Veranstaltungen im Jahr, wie zufrieden sind sie mit dem Angebot, wie hoch sind die Ausgaben für Kultur – diesen und zahlreichen weiteren Fragen ist die Fachhochschule Vorarlberg und die IG Kultur mit Hilfe einer Umfrage nachgegangen. Landesrätin Andrea Kaufmann, FH-Professor Frederic Fredersdorf und IG-Kultur-Geschäftsführerin Juliane Alton stellen die Ergebnisse vor.

Die vorliegende Studie ist auf Initiative der IG Kultur gemeinsam mit der Fachhochschule Vorarlberg im Herbst 2010 durchgeführt worden – mit Unterstützung der Kulturabteilung im Amt der Vorarlberger Landesregierung. "Die Studie erkundet erstmals Aspekte der Kulturnutzung und des Kulturschaffens in Vorarlberg", erläutert Landesrätin Kaufmann. Für die Kulturpolitik des Landes sind die Ergebnisse solcher Studien ein Anhaltspunkt für die Ausrichtung der Kulturförderung – Kaufmann: "Sowohl bei den landeseigenen Kultur-Produktionsstätten (Landestheater, Vorarlberg Museum, KUB) als auch bei den kleineren Kulturveranstaltungen ist das Wissen um die Nutzerinteressen ein wichtiger Gradmesser für die Programmatik. Die stärkere Wahrnehmung der Nutzerinteressen verhindert längerfristig auch eine Ausschüttung der Fördermittel nach dem Gießkannenprinzip."

934 Vorarlbergerinnen und Vorarlberger wurden per Zufall ausgewählt und angeschrieben, 142 Personen (15,2 Prozent) haben an der Umfrage teilgenommen. "Gebürtige Österreicherinnen und Österreicher mit höherem Berufsstatus und Bildungsstand, Frauen zwischen 35 und 49 und Männer zwischen 45 und 69 Jahren sind überrepräsentiert", informiert Studienautor Frederic Fredersdorf, "Damit charakterisiert die Studie den eher kulturinteressierten Kreis der Bevölkerung."

"Die nun vorliegende Studie zielt in eine neue Richtung", sagt IG-Kultur-Geschäftsführerin Juliane Alton. Es gehe in erster Linie um die Nutzerinnen und Nutzer von Kulturangeboten im Bundesland Vorarlberg und um deren eigenen kulturellen Aktivitäten – Alton: "Welchen Stellenwert nimmt Kultur im Leben der Befragten ein, was die Freizeitgestaltung betrifft und was die berufliche Arbeit angeht. Die Studie ist daher ein weiteres – wichtiges! – Puzzlestück, um ein deutliches Bild davon zu erhalten, was in den nächsten Jahren zu tun ist."

Hauptergebnisse

1. Kulturnutzung

- Musikveranstaltungen, Ausstellungen/Museen, Bühnenkunst und Kino werden am häufigsten besucht (von 63 bis 69 Prozent der Befragten jeweils 1-5 Mal pro Jahr), Literaturveranstaltungen und Festspiele/Festivals dagegen am seltensten (von 32 bzw. 49 Prozent 1-5 Mal pro Jahr) .

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

- 81,7 Prozent sind zufrieden bis sehr zufrieden mit dem lokalen Kulturangebot in der unmittelbaren Nähe und 85,1 Prozent mit dem regionalen Kulturangebot in Vorarlberg.
- Die Mehrheit der Befragten (63,2 Prozent) besucht regionale wie internationale Künstler/innen gleichermaßen.
- Knapp die Hälfte (47,1 Prozent) besucht kleine und große Events gleichermaßen, 42,8 Prozent bevorzugen eher kleine, 7,2 Prozent eher große Events.
- Interessens-, Erlebnis- und Unterhaltungsmotive sind für den Besuch von Kulturveranstaltungen hauptsächlich ausschlaggebend: 94,7 Prozent besuchen Kulturveranstaltungen überwiegend oder ausschließlich aus persönlichem Interesse, 92 Prozent um etwas Besonderes zu erleben und 86,8 Prozent zur Unterhaltung.
- Für den Besuch kultureller Veranstaltungen ist für 96,3 Prozent überwiegend oder ausschließlich die Programmqualität bedeutsam, für 89,9 Prozent die publikumsfreundliche Atmosphäre, für 81,6 Prozent der Eintrittspreis und für 71,9 Prozent die räumliche Entfernung.
- Haupthinderungsgründe dafür, bestehende Kulturangebote nicht zu nutzen, sind für 64,8 Prozent die fehlende Zeit, für 40,8 Prozent die Weglänge zur Veranstaltung, für 40 Prozent die Kosten und für 35,2 Prozent ein unpassendes Angebot.

2. Eigene Kulturaktivität

- Für knapp zwei Fünftel (39,2 Prozent) ist Kultur ein sehr wichtiger und für gut ein Viertel (27,7 Prozent) ein wichtiger Bestandteil des eigenen Lebens. Als erste Instanz, die das eigene Kulturverständnis wesentlich beeinflusste, nennen die Befragten ihre Freundeskreise. 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.
- Knapp 60 Prozent der Befragten üben eine oder mehrere Kulturaktivitäten als Hobby aus. Am häufigsten von neu erfragten kulturellen Aktivitäten wird für sich alleine ein Instrument gespielt (24,6 Prozent), gefolgt vom Singen für sich alleine (21,1 Prozent) und kunsthandwerklichen Betätigungen (19 Prozent). Theater/darstellende Kunst (4,9 Prozent), Kulturarbeit (z.B. Kulturprojekte organisieren, 12,7 Prozent) und mit Anderen ein Instrument zu spielen (13,4 Prozent) werden als Kulturaktivitäten demgegenüber seltener ausgeübt.
- Im Schnitt betätigen sich 59,1 Prozent der befragten in zwei bis drei Kulturbereichen. Knapp 31 Prozent üben in unterschiedlichem Umfang eine kulturelle Betätigung beruflich aus, wobei oft mehr als einer Kunst- oder Kulturform nachgegangen wird.
- Von neun erfragten kulturellen Angeboten geben die Befragten pro Monat am meisten für Bücher aus (ca. 35 Euro), gefolgt von Zeitungen/Zeitschriften (ca. 25 Euro), Musikveranstaltungen (ca. 23,85 Euro) und Festspielen (ca. 20 Euro). Für Literaturveranstaltungen (ca. 4,38 Euro) und Ausstellungen (ca. 12,90 Euro) wird am wenigsten Geld ausgegeben.

3. Kulturelle Bildung für Kinder

- Die Zielgruppe nimmt kulturelle Bildung für Kinder ernst: Gemessen an den absoluten Ja-Antworten bestätigen knapp zwei Drittel der Befragten (64,2 Prozent) voll und ganz, dass es generell wichtig sei, Kindern Kultur nahezubringen. Schule und Elternhaus werden in annähernd gleichem Ausmaß eine führende Rolle bei der Kulturvermittlung für Kinder zugesprochen.
- Über die Hälfte der Befragten mit Kindern (52,2 Prozent) finanziert schulische Kulturaktivitäten ihrer Kinder. Diese Ausgaben können mehr als 60 Euro pro Monat ausmachen.
- Knapp drei Fünftel der Befragten mit Kindern (59,6 Prozent) geben zudem Geld für außerschulische Kulturaktivitäten ihrer Kinder aus - auch hier teilweise mit mehr als 60 Euro monatlich.
- 62,5 Prozent der Eltern würden sogar potentiell mehr Geld für schulische Kulturaktivitäten ihrer Kinder ausgeben.

- Analysen zeigen: Wenn Befragte in einer Partnerschaft leben, und je mehr Kinder sie haben, je älter sie sind, und je mehr Stunden pro Woche sie ein kulturelles Hobby ausüben, desto mehr Geld geben sie für schulische und außerschulische Kulturaktivitäten ihrer Kinder aus.
- Gut zwei Drittel (67,6 Prozent) der Befragten entwickeln im Zuge einer offenen Frage weiterführende Ideen, wie Kindern am ehesten Kultur nahegebracht werden könnte. Sie schlagen vielseitige spielerische Aktivierungsformen vor, wollen Kultur als sinnliches Erlebnis gestaltet sehen, betonen den Wert verschiedener Vorbilder und erneut den Wert einer schulischen und außerschulischen Kulturelle Bildung, die speziell auf Kinder ausgerichtet sein sollte.

4. Kulturvermittlung und -förderung

- Kulturvermittlung (die Vor- und Nachbereitung von Kulturveranstaltungen für das Publikum) finden zwar über drei Viertel (77 Prozent) sinnvoll, aber die eigene Bereitschaft an vor- sowie nachbereitenden Workshops teilzunehmen, ist demgegenüber niedrig ausgeprägt: 42,4 Prozent zeigen ausgeprägtes Interesse an vorbereitenden und nur 14,5 Prozent an nachbereitenden Veranstaltungen.

Werden diese Kulturangebote Ihres Erachtens ausreichend öffentlich gefördert?

	Ja %	Eher Ja %
Festspiele / Festivals	48,8	37,4
Ausstellungen / Museen	29,3	50,4
Kino	24,8	37,6
Bühnenkunst/Theater	22,0	43,1
Musikveranstaltungen / Konzerte	20,8	40,0
Literaturveranstaltungen	17,9	37,6

- Die Befragten befürworten Kulturförderung überwiegend deshalb, weil sie einen gesellschaftlichen Mehrwert herstellt, gefolgt von der Begründung, sie fördere die nationale und internationale Reputation.
- Unterschiedsprüfungen zeigen, dass Frauen Kulturförderung für gesellschaftlich wertvoller halten als Männer; Männer lehnen demgegenüber Kulturförderung signifikant stärker ab als Frauen. Je jünger die Befragten sind, je kürzere Zeit sie am Wohnort leben und je höher ihre Schulbildung ist, desto stärker befürworten sie eine gesellschaftliche Kulturförderung.

(kulturnutzung.doc)