

Oliver Tewes-Schünzel, Vera Allmanritter, Thomas Renz

Kulturelle Teilhabe in Berlin 2023

Alles wieder beim Alten?
Kulturbesuche und künstlerisch-kreative
Freizeitaktivitäten im Nachgang von COVID-19

Inhalt

1.	Einleitung	4
2.	Kernergebnisse der Studie „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2023“	10
3.	Die Weiterentwicklung des Lebensstilansatzes: Das Kulturmilieumodell	14
3.1	Methodik des weiterentwickelten Kulturmilieu Modells	15
3.2	Verteilung der Kulturmilieus in der Berliner Bevölkerung, soziodemografische Zusammensetzung und Wohnorte	16
4.	Der beschleunigte Rückgang an Besuchen von Kultur- und Freizeitangeboten im Nachgang der Coronapandemie	20
4.1	Besuche von Kultur- und Freizeiteinrichtungen im Zeitvergleich	21
4.2	Trends der Besuchshäufigkeit nach Soziodemografie und sozialen Milieus	23
5.	Ursachen für den Rückgang der Kulturbesuche	27
5.1	Schrumpfendes Interesse an Kultur- und Freizeitangeboten	28
5.2	Entwöhnungs- und Umgewöhnungseffekte	29
5.3	Die Bedeutung von gesamtgesellschaftlichen Themen für Kulturbesuche	34
6.	Einstellungs- und Verhaltensmuster rund um klassische Kulturangebote im Wandel: Zeitreihe 2019–2023	37
6.1	Zufriedenheit mit dem Kulturangebot in Berlin	38
6.2	Einstellungen zu Kulturangeboten	40
7.	Veränderung des Freizeitverhaltens	44
8.	Methodik der Studie	49
9.	Quellenverzeichnis	51
10.	Einzelne Auswertungen im Détail	56
10.1	Kulturelle Freizeitangebote	57
10.2	Klassische Kulturangebote	61
10.3	Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten	66
10.4	Fallzahlen	69
11.	Ausführliche Milieubeschreibungen	70
11.1	Gehoben-Konservative	71
11.2	Bescheiden-Bürgerliche	73
11.3	Bodenständige	75
11.4	Obere Mitte	77
11.5	Konservatives Unterhaltungsmilieu	79
11.6	Zurückgezogene	81
11.7	Gehoben-Moderne	83
11.8	Prekäre Avantgarde	85
11.9	Unterhaltungsmilieu	87

Abbildungen

Abbildung 1: Das Kulturmilieumodell, Bevölkerungsanteil in Berlin	17
Abbildung 2: Das Kulturmilieumodell der Berliner Bevölkerung nach Soziodemografie und Besuchswahrscheinlichkeit ausgewählter Kulturangebote	18
Abbildung 3: Räumliche Verteilung der Kulturmilieus in Berlin auf Prognoseraumbene	19
Abbildung 4: Besuchswahrscheinlichkeit und durchschnittliche Besuchshäufigkeit bei unterschiedlichen Kultur- und Freizeitangeboten 2018/2019 und 2022/2023	22
Abbildung 5: Veränderung der Besuchshäufigkeit bei klassischen Kulturangeboten 2019/2023	23
Abbildung 6: Veränderung der Besuchshäufigkeit von Kultur- und Freizeitangeboten 2019 und 2023 nach Soziodemografie und sozialem Milieu	24
Abbildung 7: Geschätzter Anteil am summierten Publikumsrückgang im Vergleich von 2018/2019 zu 2022/2023 an klassischen Kulturangeboten, kulturellen Freizeitangeboten und insgesamt	26
Abbildung 8: Anteil sehr/eher interessierter Personen nach Kulturangebotsart und Erhebungsjahr in Berlin	28
Abbildung 9: Durchschnittliche Anzahl der Besuche ausgewählter kultureller Freizeitangebote und ausgewählter klassischer Kulturangebote 2019 und 2021 nach Interesse	29
Abbildung 10: Gründe für seltenere Kulturbesuche 2019/2023	30
Abbildung 11: Gründe für seltenere Kulturbesuche nach Altersgruppen	32
Abbildung 12: Gründe für seltenere Kulturbesuche nach Altersgruppen	33
Abbildung 13: Gründe für seltenere Kulturbesuche nach Altersgruppen	34
Abbildung 14: Gründe für seltenere Kulturbesuche nach Altersgruppen	35
Abbildung 15: Zufriedenheit mit Kulturangebot der Hauptstadt 2019/2021/2023	38
Abbildung 16: Zufriedenheitswerte mit Kulturangebot im direkten Wohnumfeld nach Bezirk 2023	39
Abbildung 17: Anteil zufriedener Personen mit dem Kulturangebot in Wohnortnähe nach LOR-Prognoseräumen 2019–2023	40
Abbildung 18: Einstellungen zu klassischen Kulturangeboten 2019/2023	41
Abbildung 19: Einstellungen zu klassischen Kulturangeboten	43
Abbildung 20: Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten im Zeitvergleich 2019/2021/2023. Anteil der mindestens einmal im Monat aktiven Personen	45
Abbildung 21: Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten nach sozialen Milieus. Anteil der 2023 mindestens einmal im Monat aktiven Personen	47

1. Einleitung

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

Zum Zeitpunkt der dritten Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin“ im Sommer 2023 war ein Leben mit COVID-19 in Deutschland zur neuen Normalität geworden. Die Pandemie hatte sich hierzulande zur Endemie gewandelt und die letzten staatlich veranlassten Coronamaßnahmen waren seit Längerem ausgelaufen.¹ Eine Rückkehr zum vorpandemischen „Normal“ war im Kulturbereich jedoch bis zu diesem Zeitpunkt nicht eingetreten, jedenfalls nicht, was die Auslastungs- und Besuchszahlen angeht. Denn auch wenn diese nach den starken pandemiebedingten Rückgängen inzwischen in so mancher Kultur- und Freizeiteinrichtung² wieder auf dem Niveau von 2019 lagen, war dies bei Weitem nicht bei allen der Fall. Vornehmlich das Stammpublikum kehrte offenbar wieder in die Häuser zurück, während insbesondere Besucher*innengruppen jenseits der „üblichen Verdächtigen“ besonders zögerlich wieder Besuche aufnahmen. In der Folge waren auch diejenigen Einrichtungen besonders nachhaltig von Publikumsrückgängen betroffen, die vor der Pandemie in größeren Anteilen genau diese Berliner*innen erreicht hatten, sprich diejenigen Einrichtungen, die eigentlich im Hinblick auf eine größere und breitere Kulturelle Teilhabe zuvor besonders erfolgreich gewesen waren.³ So stellten sich Kulturpolitik, Kulturverwaltungen und -einrichtungen die berechnete Frage, ob denn das Publikum überhaupt jemals wieder in bekannter Größenordnung wiederkommen würde oder ob die Pandemie zu langfristigen Umgewöhnungs- und Entwöhnungseffekten geführt hatte. Zugleich war bei so manchen der Einrichtungen Publikumsschwund unter anderem durch eine „Überalterung des Publikums“ schon lange vor der Pandemie auf der Agenda. So war schon eine Weile ersichtlich gewesen, dass die Generation der Babyboomer*innen rein biologisch in absehbarer Zeit als das bis dato oft in großen Anteilen sie prägende Publikum wegfallen würde.⁴ Und die Forschung warnte zugleich bereits seit rund 20 Jahren, dass jüngere und diverser zusammengesetzte Generationen schon allein aus mangelndem Interesse an den Angeboten sehr wahrscheinlich nicht in gleichem Maße ins Publikum nachrücken würden. Diese Warnung galt dabei insbesondere für klassische Kulturangebote wie Ausstellungen oder Theateraufführungen, Opern-, Ballett / Tanztheateraufführungen oder klassische Konzerte.⁵ Eine volle Rückkehr zur Publikumszusammensetzung vor der Pandemie – so sehr dies einen großen Erfolg der Reaktivierung von Besucher*innen bedeutet hätte – hätte bei diesen Einrichtungen somit altbekannte Auslastungsherausforderungen einfach nur fortgesetzt.

Eine gezielte Besucher*innengewinnung und -bindung stand vor diesem Hintergrund quer durch die Republik schon lange im Fokus von vielen Kultureinrichtungen und ihren Fördergebern. So hatte das Thema Kulturelle Teilhabe in Berlin in den Richtlinien der Regierungspolitik (RdR) des Berliner Senats auch bis Ende der 19. Wahlperiode der Regierungskonstellation von SPD, Die Grünen und Die Linke einen sehr hohen Stellenwert.⁶ Spezifisch neu in der Pandemiezeit entstand durch sie veranlasst unter anderem der Eintrittsfreie Museumssonntag in Berlin als groß angelegte Maßnahme zum Erreichen von im musealen Publikum unterrepräsentierten Bevölkerungsgruppen. Dieser – so ließ sich in einer groß angelegten IKTf-Besucher*innenbefragung aufzeigen – erreichte bereits im ersten Jahr seiner Laufzeit in wesentlichem Maße seine kulturpolitischen Ziele.⁷ Und dies galt trotz COVID-19-Besuchseinschränkungen in vielen Monaten innerhalb dieses Zeitraums. Parallel hat diese Maßnahme sicherlich auch nicht unwesentlich mit zu einer Reaktivierung von Kulturpublikum in der ausklingenden Pandemie und deren Nachgang beigetragen.⁸ Seit der Wiederholungswahl vom 12. Februar 2023 und damit auch in der 19. Wahlperiode behält das Themenfeld Kulturelle Teilhabe unter der Regierungskonstellation von CDU und SPD weiterhin große Bedeutung. Als herausgehobene Schwerpunkte lassen sich in den Richtlinien der Regierungspolitik (RdR) des Berliner Senats unter anderem die Fortführung des Eintrittsfreien Museumssonntags, digitale Teilhabe über Social-Media-Plattformen, dezentrale bezirkliche Kulturarbeit und die Ansprache jüngerer Generation herauslesen.⁹ Im Kontext des letzten inhaltlichen Schwerpunkts wurden seitens der Senatskulturverwaltung Angebote der Kulturellen Bildung für Jugendliche in Berlin nochmals verstärkt in den Blick genommen. Das IKTf hatte basierend auf der Studie „Kulturelle Teilhabe 2021“ an die Berliner Kulturpolitik- und Verwaltung unter anderem folgende Empfehlung mit Bezug auf die Gesamtbevölkerung ausgesprochen:

„Um auch diejenigen als Publikum (wieder) zu gewinnen, die nicht zur Kernbesucher*innenschaft gehören, wäre ein Konzept mit geeigneten Programmen sowie Vermittlungsmaßnahmen und Angeboten der Kulturellen Bildung denkbar. Dabei geht es nicht primär um ein ‚Mehr‘ an Förderung, sondern vielmehr um die gezielte Vernetzung von Fördermaßnahmen und den in diesen Bereichen Aktiven in Berlin. So würde ein starkes und nachhaltiges Fundament geschaffen werden für alle Akteur*innen, die sich für die Kulturelle Teilhabe in der Hauptstadt einsetzen.“¹⁰

1. Vgl. Die Bundesregierung 2023.

2. Siehe hierzu bspw. Laudenbach/Tholl 2022; Peitz 2022, 2021.

3. Damals deutlich erkennbar mit Blick auf den der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Gesellschaftlichen Zusammenhalt vorliegenden Besuchszahlenstand auf Basis der Rückmeldungen der Einrichtungen pro Quartal (unveröffentlicht) versus die Zusammensetzung des Publikums dieser Einrichtungen nach Soziodemografie und Lebensstil laut KulturMonitoring-Daten (KulMon*) (vgl. IKTf 2024b).

4. Siehe hierzu bspw. Föhl/Glogner-Pilz 2016: 175–205.

5. Vgl. bspw. kultur.west 2007 und ausführlich Keuchel/Wiesand 2006; Keuchel/Larue 2012.

6. Vgl. Abgeordnetenhaus von Berlin 2022: 53 ff.

7. Vgl. Allmanritter/Kliment/Nörenberg 2023.

8. Siehe bspw. die Erholung der Besuchszahlen bei landesgeförderten Museen und Gedenkstätten bereits im Jahr 2022 (vgl. Berlin.de 2023).

9. Vgl. Der Regierende Bürgermeister 2023.

10. Vgl. IKTf 2022.

Vor diesem Hintergrund wurde gefördert über die Senatskulturverwaltung 2023 ein neues Forschungsprojekt des IKTf initiiert, das derzeit unter dem Titel „Status quo der Kulturellen Bildungsarbeit in Berlin“ läuft.¹¹ Der inhaltliche Fokus des Projekts liegt grundsätzlich auf der Angebotslage für Berliner*innen, unabhängig von ihrer Altersgruppe. Angebote speziell für Jugendliche sind aber entsprechend selbstverständlicher Teil dieser Studie. Ebenfalls wurde 2023 eine IKTf-Beforschung der im Jahr 2023 gestarteten Förderlinie „Jugendkulturinitiative“ unter dem Titel „Community Building als strategischer und operativer Ansatz innerhalb der Berliner Jugendkulturinitiative“ begonnen.¹²

Zugleich ist durch die dritte, 2023 durchgeführte und hier vorgestellte Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin“¹³ sowie eine Teilnahme von inzwischen über 70 Berliner Kultur- und Freizeiteinrichtungen am seit 2009 laufenden Besucher*innenforschungssystem KulturMonitoring (KulMon®)¹⁴ die Datenlage zu Kultureller Teilhabe in der Hauptstadt so gut wie nie zuvor. So liegt Kulturangeboten, -politik und -verwaltung über beide am Institut für Kulturelle Teilhabeforschung (IKTf) angesiedelte Studienreihen ein Datenfundus vor, wie er europaweit seinesgleichen sucht. Sichtbar sind auf dieser Basis sowohl der aktuelle Status quo als auch Entwicklungen von Kultureller Teilhabe im Zeitverlauf. Es handelt sich dabei um unabdingbares Wissen für jegliche strategische wie operative Bemühungen um eine größere und breitere Kulturelle Teilhabe. Dies hat sich noch einmal sehr deutlich in Zeiten der COVID-19-Pandemie und deren Nachgang herausgestellt. Statt eines Agierens „aus dem Bauch heraus“¹⁵, um möglichst viele Menschen (auch wieder) für Kulturangebote zu begeistern, kann dies in Berlin entsprechend mit solider Datengrundlage zum (potenziellen) Publikum erfolgen.¹⁶ Sichtbar wird darüber, welche Bevölkerungsteile vielleicht bislang (noch) nicht als Publikum wiedergekommen sind sowie warum welche Maßnahmen einrichtungsübergreifend für ein gezieltes (Rück-)Gewinnen und Binden von Besucher*innen sinnvoll sein könnten.

Fragestellung und Vorgehensweise der empirischen Studie „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2023“

Die Studie liefert erneut vertiefende Informationen über die Kulturelle Teilhabe der Berliner Bevölkerung und beantwortet in der Ausgabe 2023 die folgenden Fragen:

- Wie hat sich das Kulturbesuchsverhalten zwischen 2019 – vor der COVID-19-Pandemie – und 2023 verändert?
- Welche Berliner*innen besuchen Kultur- und Freizeitangebote, welche nicht? Wie hat sich dies in der Zwischenzeit verändert?
- Welche Ursachen liegen hinter den Veränderungen des Kulturbesuchsverhaltens? Welche Hinderungsgründe haben einen Rückgang der Besuche hervorgerufen?
- Welche Einstellungen und Verhaltensmuster rund um Kulturbesuche finden sich in der Bevölkerung im Nachgang der Pandemie?
- Wie zufrieden sind die Berliner*innen mit ihren Kultur- und Freizeitangeboten und welche Relevanz haben diese für sie?
- Welche Rolle spielen insbesondere eigene künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten? Sind sie im Jahr 2023 noch so wichtig wie während der Pandemie?
- Was sind Anreize für die Berliner*innen für Besuche von Kultur- und Freizeitangeboten und welche Hinderungsgründe stehen dem entgegen?
- Berichten die Berliner*innen von Diskriminierungserfahrungen rund um Kulturbesuche?¹⁷
- Wie kann im Nachgang der Pandemie (wieder) für möglichst viele Berliner*innen eine chancengleiche Kulturelle Teilhabe ermöglicht werden?

In der Studienreihe „Kulturelle Teilhabe in Berlin“ findet ein breiter Begriff der Kulturellen Teilhabe Verwendung. Er beinhaltet entsprechend nicht nur eine passive Teilhabe im Sinne von Besuchen oder Nicht-Besuchen von Kultur- und Freizeitangeboten. Betrachtet wird, inwieweit eine aktive Teilhabe am kulturellen Leben stattfindet, zum Beispiel indem auf nicht professioneller Ebene kulturelle Inhalte (mit-)produziert werden (bspw. Malen/Zeichnen), sich an (digitalen) Angeboten von Kultur- und Freizeiteinrichtungen aktiv beteiligt wird (bspw. Onlineworkshops) und/oder (Mit-)Gestaltungsmöglichkeiten in Kultur- und Freizeitangeboten (bspw. Ko-Kreation bei der Programmgestaltung) wahrgenommen werden.

11. Vgl. IKTf 2024b.

12. Vgl. IKTf 2024; SenKultGZ 2023.

13. Für die Berichte zu den Studien 2019 und 2021 siehe Allmanritter/Renz/Tewes-Schünzel/Juhnke 2020; Allmanritter/Tewes-Schünzel 2022.

14. Vgl. IKTf 2024b.

15. Vgl. bspw. Klein 2011.

16. Vgl. bspw. Allmanritter/Schmidt-Werthern/Renz/Tewes-Schünzel 2022.

17. Die diesbezüglichen Analysen sind nicht Teil dieses Berichts und werden in künftigen Publikationen 2024 oder 2025 veröffentlicht.

Des Weiteren wird ein breiter Kulturbegriff zugrunde gelegt, der über klassische Kulturangebote oder die sogenannte Hochkultur hinausgeht. Sprich: Neben beispielsweise Museen, Theatern, klassischen Konzerten, Opern oder Ballett werden auch Kultur- und Freizeitangebote wie Filmvorführungen/Kinos, Konzerte im Populärmusikbereich, Zoos, Musicals, Sportveranstaltungen, Clubs/Discos oder Bildungsangebote wie Bibliotheken und Volkshochschulen betrachtet. Auch das allgemeine Freizeitverhalten der Berliner*innen wird beleuchtet, wie beispielsweise Fernsehen, Lesen oder Gärtnern. Die Studie beschränkt sich zudem nicht auf den Bereich öffentlich geförderter Kultur- und Freizeiteinrichtungen. Berücksichtigt werden auch die freie Szene, Soziokultur, privat finanzierte Angebote, Angebote außerhalb von Kultur- und Freizeiteinrichtungen (bspw. in Schulen, Vereinen, im Stadtraum) wie auch Kulturbesuche auf Reisen oder im Ausland.

Zu Vergleichszwecken ist das Studiendesign aus dem Jahr 2023 identisch mit dem der in den Jahren 2019 und 2021 durchgeführten Bevölkerungsbefragungen. Bei der Grundgesamtheit handelt es sich um Personen mit Erstwohnsitz in Berlin. Für die Befragung wurden 13 000 Berliner Adressen zufällig ausgewählt, die vom Einwohnermeldeamt zur Verfügung gestellt wurden. Es handelte sich um eine schriftlich-postalische Befragung. Angeschriebenen Personen wurde zusätzlich auch die Möglichkeit angeboten, über einen Onlinefragebogen teilzunehmen. Der Fragebogen lag in den Sprachen Deutsch, Englisch, Türkisch, Russisch und Arabisch vor. Der Erhebungszeitraum erstreckte sich vom 14. Juli bis zum 23. September 2023. Der bereinigte Rücklauf betrug 3581 Fragebögen, was einer Rücklaufquote von 28 % entspricht (siehe hierzu vertiefend Kapitel 8 zur Methodik der Studie).

Segmentierung auf aktuellstem Niveau: Erstmals ein neu entwickeltes Kulturmilieumodell in der Ergebnisdarstellung als Grundlage für Zielgruppenbildung

Eine Betrachtung von Lebensstilen ist in Studien des IKTF nicht neu. In den zugehörigen Berichten erfolgt die Darstellung der Erhebungsergebnisse in Bezug auf den Einfluss soziodemografischer Faktoren auf die Antworten der Befragten, darunter formale Bildung, Alter, Geschlecht und Einkommen. Aufgrund der seit Jahrzehnten in der soziologischen Forschung festgestellten begrenzten Erklärungskraft dieser Faktoren für soziales Verhalten¹⁸ wird in IKTF-Studien parallel dazu aber auch immer eine Analyse der Lebensstile in der Bevölkerung oder unter Besucher*innen von Kultur- und Freizeitangeboten durchgeführt.

Für Kultur- und Freizeitangebote sowie für Kulturpolitik und -verwaltungen bieten Informationen zu den Lebensstilen und sozialen Milieus in aller Kürze zusammengefasst die folgenden zentralen Vorteile:¹⁹

- Sie ermöglichen in Bezug auf Kulturelle Teilhabe und deren Entwicklung generell ein tieferes Verständnis als allein soziodemografische und/oder sozioökonomische Faktoren, denn sie zeigen auf, wie verschiedene Bevölkerungsgruppen „ticken“.
- Da für die Lebensstile sehr genaue Beschreibungen vorliegen, werden die unterschiedlichen Besucher*innen von Kultur- und Freizeiteinrichtungen greifbarer.
- Ein Abgleich der Verteilung von Lebensstilen in der Bevölkerung mit der Verteilung von Lebensstilen innerhalb der Besucher*innenschaft von Kultur- und Freizeitangeboten erlaubt ein detailliertes Bild von Besucher*innen, aber auch von unterrepräsentierten Bevölkerungsgruppen.
- Lebensstildaten bilden zudem eine gute Basis für die Entwicklung gemeinsamer Strategien der Besucher*innenentwicklung und größerer und breiterer Kultureller Teilhabe von Kultur- und Freizeiteinrichtungen untereinander und im Austausch mit Kulturpolitik/-verwaltungen.
- Die Lebensstile bieten eine professionelle Basis für eine kulturelle Segmentierung der (Nicht-) Besucher*innen in verschiedene Zielgruppen. Für einzelne Lebensstile können von Kultur- und Freizeiteinrichtungen gezielt Programme, Kulturmarketing- und Kulturvermittlungsmaßnahmen entwickelt werden.
- Die Lebensstile sind in der praktischen Arbeit als Basis für die Bildung von „Personas“ geeignet – jeder Lebensstil kann auch als typische*r Vertreter*in einer Zielgruppe verstanden werden.

Verwendung fand in IKTF-Studien bislang immer ein Modell des Soziologen Gunnar Otte.²⁰ Im Rahmen dieser Publikation wird erstmalig ein neu entwickeltes „Kulturmilieumodell“ des IKTF vorgestellt. Es kommt wie die Typologie von Otte sowohl Kultur- und Freizeiteinrichtungen als auch Kulturpolitik und -verwaltungen zugute: Die Beschreibungen der Lebensstile werden durch das neue Modell noch anschaulicher und die kontinuierliche Messung der Kulturellen Teilhabe wird genauer. Zudem werden dadurch die datenbasierten Handlungsempfehlungen für Strategien und operative Maßnahmen für eine größere und breitere Kulturelle Teilhabe noch zielgerichteter. Nicht zuletzt ist es das für eine Segmentierung von (potenziellen) Besucher*innen von Kultur- und Freizeitangeboten in verschiedene Zielgruppen

18. Vgl. bspw. Otte 2008; Kirchberg 2005; Hradil/Schiener 2001; Hartmann 1999.

19. Vgl. IKTF 2024e.

20. Vgl. Otte 2019, 2008.

aktuellste und wissenschaftlich fundierteste vorliegende Modell.²¹ In Kapitel 10 dieses Berichts finden sich entsprechend auch erstmals ausformulierte Kurzbeschreibungen der neuen IKTf-Kulturmilieus.

Das Kulturmilieumodell des IKTf wird ebenso wie die vorherigen Versionen von Otte für alle Interessent*innen öffentlich zugänglich gemacht. Es ist zudem eine IKTf-Publikation geplant, die detaillierter auf die Anwendungsmöglichkeiten des neuen Kulturmilieumodells in der täglichen Arbeitspraxis von Kultureinrichtungen eingeht. Innerhalb der nächsten 12 Monate wird das Kulturmilieumodell auch in das am IKTf angesiedelte Besucher*innenforschungssystem KulturMonitoring (KulMon®) integriert werden. Die entsprechenden Befragungsergebnisse werden für teilnehmende Kultur- und Freizeiteinrichtungen im KulMon®-Dashboard verfügbar sein.

Weitere zentrale Hinweise zu den Ergebnissen und deren Darstellung

Im folgenden Bericht wird zwischen drei unterschiedlichen Gruppen von Kultur- und Freizeitangeboten differenziert:

- „Klassische Kulturangebote“ umfassen Angebote, die im Kulturbereich als traditionelle Kultur- oder Hochkulturangebote betrachtet werden und in Deutschland maßgeblich durch öffentliche Mittel gefördert werden. Dazu gehören beispielsweise Ausstellungen in Museen oder Gedenkstätten, Theateraufführungen, klassische Konzerte, Jazz- und Neue-Musik-Konzerte, Literaturveranstaltungen sowie Opern-, Ballett- und Tanzaufführungen.
- „Kulturelle Freizeitangebote“ sind Angebote im Kulturbereich, die in der Regel nicht zu den traditionellen Kulturangeboten gehören. Hierzu zählen beispielsweise Filmvorführungen/Kinos, Konzerte im Populärmusikbereich, Zoos, Musicals, Sportveranstaltungen, Clubs/Discos oder Bildungsangebote und Bibliotheken.
- Die übergeordnete Kategorie der „Kultur- und Freizeitangebote“ bezieht sich auf alle betrachteten Angebote in der Befragung unter einem breit gefassten Kulturbegriff, das heißt, sie beinhaltet sowohl kulturelle Freizeitangebote als auch klassische Kulturangebote.

Diese Unterteilung ist mit keiner Wertung in Bezug auf den künstlerischen Wert oder die Förderwürdigkeit der Angebote verbunden.

Der Beitrag von Kultur- und Freizeitangeboten zur Kulturellen Teilhabe der Berliner Bevölkerung lässt sich anhand zweier unterschiedlicher Kennzahlen bemessen: Einerseits kann die Besuchshäufigkeit herangezogen werden, in die jeder Besuch eingeht und Mehrfachbesuche von derselben Person mehrfach zählen (sog. „Besuchshäufigkeit“ oder äquivalent verwendet „Besuchsfrequenz“). Eine andere Zählweise besteht darin, den Anteil der Berliner*innen zu erfassen, die ein Kultur- und Freizeitangebot *mindestens* einmal in den letzten 12 Monaten besucht haben (sog. „Besuchswahrscheinlichkeit“). In den bisherigen „Kulturelle Teilhabe in Berlin“-Studien des IKTf wurde ein stärkerer Fokus auf die Besuchswahrscheinlichkeit gelegt, da sie als ein Indikator für die Breite der Kulturellen Teilhabe gedeutet werden kann. Bei dieser Betrachtungsweise werden einmalige Besucher*innen eines Kulturangebots genauso stark gewichtet wie mehrfache Besucher*innen. Mit anderen Worten: Die seltenen Besucher*innen sind aus dieser Perspektive nicht weniger relevant als die regelmäßigen. Um jedoch die Veränderungen des Kulturbesuchsverhaltens tatsächlich in voller Breite und Tiefe in den Blick zu bekommen, muss auch die Besuchshäufigkeit betrachtet werden. Nicht zuletzt leiten sich von dieser auch die im Kulturbereich etablierten Gruppenbezeichnungen Viel-Besucher*innen, Gelegenheits-Besucher*innen, Selten- bis Nie-Besucher*innen ab. Die Maßzahl der Besuchshäufigkeit ist auch aus einem anderen Grund von Interesse: Sie erlaubt einen (wenn auch nur sehr groben) Vergleich mit verfügbaren Besuchsstatistiken – hier zählt (und *zählt* zu meist auch) die Mehrfachbesucher*in schlicht mehrfach.²² Sprich: Eine einzelne Person würde bei zehn Besuchen eines Kultur- und Freizeitangebots auch zehn Mal in die Besuchs- und Auslastungszahl hineinzählen. Hierüber wird zudem deutlich, warum die Besuchszahlen der Häuser nur Indizien für den Stand der Kulturellen Teilhabe liefern können. Aus ihnen geht nicht hervor, ob es sich bei zehn Besuchen um zehn verschiedene Personen handelt oder um immer dieselbe Person. Kulturelle Teilhabe kann von einer Kultureinrichtung entsprechend entweder für einen größeren, eventuell auch diverseren Personenkreis erreicht worden sein oder stattdessen nur für ganz wenige Menschen in der Bevölkerung.²³

Zentraler Maßstab für ein Aufzeigen der Entwicklung von Kultureller Teilhabe im Nachgang der COVID-19-Pandemie ist die Erhebung aus dem Referenzjahr 2019. Dabei muss beachtet werden, dass sich in den „Kulturelle Teilhabe in Berlin“-Studien die Erhebung der realisierten Besuche von Kultur- und Freizeiteinrichtungen jeweils auf den Zeitraum der letzten 12 Monate vor der Erhebung bezieht. Das heißt, in den Daten von 2019 bilden sich die Besuche zwischen Sommer 2018 bis zum Sommer 2019 ab.

21. Zur Methode der a) Segmentierung von (Nicht-)Besucher*innen in verschiedene Zielgruppen, b) der Auswahl von einzelnen Zielsegmenten aus ihnen und c) der für sie angepassten Positionierung von Kultur- und Freizeitangeboten siehe die etablierte wissenschaftliche Kulturmarketing-Literatur, bspw. Hausmann 2021; Pöllmann 2021; Bekmeier-Feuerhahn/Ober-Heilig; Klein 2011.

22. Dabei sei jedoch auf einen Unterschied zu Besuchszahlen Berliner Kultureinrichtungen hingewiesen. Die Befragung untersucht Kulturbesuche der Berliner Bevölkerung, die nicht unbedingt in Berlin stattgefunden haben müssen. Umgekehrt werden gerade auch Kulturangebote in Berlin von Tourist*innen besucht, die nicht in die Studie eingegangen sind.

23. Siehe hierzu auch Allmanritter/Renz 2024.

Die 2023er-Befragung zeigt die Besuche von Sommer 2022 bis zum Sommer 2023 auf. Der Erhebungszeitraum für die Befragung 2023 ist dabei deshalb besonders interessant, da die letzten weitreichenderen Coronamaßnahmen in Kultur- und Freizeiteinrichtungen am 30. März 2022 ausliefen.²⁴ Das bedeutet jedoch keinesfalls, dass das COVID-19-Virus insbesondere für vulnerable Bevölkerungsgruppen (etwa Risikogruppen oder nicht geimpfte Personen) zu diesem Zeitpunkt (und vermutlich auch heute) nicht noch immer eine gewisse Gesundheitsgefahr darstellte. Auch lief die Maskenpflicht in öffentlichen Verkehrsmitteln in Berlin erst im Februar 2023 aus.²⁵ Welcher Einfluss von der wahrgenommenen Infektionsgefahr auf die Kulturbesuchsneigung auch im Jahr 2023 noch ausging, wird in Kapitel 5 beleuchtet. Darüber hinaus soll anhand der Analyse der Daten aus dem Jahr 2023 ein Ausblick gegeben werden, ob es sich bei den in diesem Jahr gemessenen Trends nur um Anlaufschwierigkeiten bei der Publikums(re-)aktivierung der Vorjahre handelt oder ob sich ein anhaltender Trend abzeichnet. Inwieweit sich die 2023er-Ergebnisse dauerhaft als neues „Publikumsnormal“ herausstellen, müssen jedoch zukünftige Erhebungen zeigen. Umso wichtiger wird (auch) in den kommenden Jahren eine solide Datenbasis sein, um die weiteren kulturelle-Teilhabe-Entwicklungen zu beobachten und Hinweise zu erhalten, wie der Kulturbereich gut für die Zukunft aufgestellt werden kann. Die nächste Befragung der Studienreihe steht im Frühsommer 2025 an.

Auf Basis der Daten aus der Studie „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2023“ wurde im November 2023 bereits ein „kurz&knapp“-Bericht unter dem Titel „Kultureinrichtungen in (postpandemischem) Veränderungsdruck – wie zu anderer Relevanz gelangen?“ mit ersten Befragungsergebnissen veröffentlicht²⁶ und in einem gleichnamigen „kurz&knapp“-Gespräch als Onlineveranstaltung diskutiert.²⁷ Im Laufe von 2024 und 2025 sind weitere „kurz&knapp“-Berichte und „kurz&knapp“-Gespräche mit Fokus auf die Entwicklung des Freizeitverhaltens der Berliner Bevölkerung und Diskriminierungserfahrungen beim Kulturbesuch geplant.

24. Vgl. Bundesregierung 2022.

25. Vgl. RBB24 2023.

26. Vgl. Allmanritter/Tewes-Schünzel 2023.

27. Vgl. IKTF 2024d.

2. Kernergebnisse der Studie „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2023“

Trend zur Verringerung der Besuche von Kultur- und Freizeitangeboten

- Mit einem breiten Kulturbegriff gehören ganze 40 % der Berliner*innen den Viel-Besucher*innen von Kultur- und Freizeitangeboten an, knapp 30 % den Gelegenheits-Besucher*innen und ebenfalls knapp 30 % den Selten- bis Nie-Besucher*innen.
- Die Kulturelle Teilhabe in Berlin hat sich bislang nicht wieder von den Besuchseinbrüchen während der COVID-19-Pandemie erholt. Die Besuchswahrscheinlichkeit hat in der Berliner Bevölkerung bei fast allen untersuchten Kultur- und Freizeitangeboten um 30–50 % abgenommen. Klassische Kulturangebote sind dabei insgesamt etwas stärker betroffen als kulturelle Freizeitangebote. Dieser Trend gilt ungeachtet dessen, dass einige große Kultureinrichtungen („Publikumsmagnete“) wieder gute Auslastungszahlen melden.
- Und wenn die Berliner*innen Kultur- und Freizeitangebote besuchen, tun sie dies inzwischen im Jahresverlauf seltener als 2019. Ihre Besuchshäufigkeit ist dabei durchschnittlich um rund 40 % gesunken. Zugleich ist die Gruppe der wirklichen Nichtbesucher*innen bei einigen Angeboten im Zeitverlauf doppelt so groß geworden.
- Damit setzt sich ein Trend fort: Bereits 2019 deutete sich in der gesamten Bevölkerung im Vergleich zu 2018 eine im Zeitverlauf leicht sinkende Besuchshäufigkeit bei klassischen Kulturangeboten wie Ausstellungen, Konzerten oder Theateraufführungen an. Dieser Trend hat sich bis 2023 deutlich verstärkt.

Postpandemische Trends nach Soziodemografie und sozialen Milieus

- Ausnahmslos alle soziodemografischen Gruppen und sozialen Milieus innerhalb der Berliner Bevölkerung haben Rückgänge bei der Besuchshäufigkeit zu verzeichnen. Dies gilt sowohl für kulturelle Freizeitangebote als auch für klassische Kulturangebote.
- Besonders stark sind diese Rückgänge sichtbar bei Menschen im Alter ab 60 Jahren oder mit niedrigem formalen Bildungsgrad. Bei Jüngeren oder Menschen mit Abitur oder höheren formalen Bildungsabschlüssen ist die Besuchsfrequenz demgegenüber etwas weniger stark gesunken.
- Eine vertiefende Betrachtung nach sozialen Milieus zeigt, dass insbesondere die Selten- bis Nie-Besucher*innen Kultur- und Freizeitangebote nun noch seltener besuchen. Zugleich ist der Anteil der wirklichen Nicht-Besucher*innen unter ihnen gestiegen.
- Bei sozialen Milieus, die bereits 2019 die Vielbesucher*innen ausmachen oder einen jüngeren Altersschwerpunkt aufweisen, sind im Vergleich kleinere Rückgänge in der Besuchshäufigkeit zu verzeichnen. Da sie jedoch einen überproportionalen Teil des Kulturpublikums ausmachen, ist ein großer Teil des Publikumsschwundes in Kultureinrichtungen in den letzten Jahren auf sie zurückzuführen.

Ursachen für den Rückgang der Besuchshäufigkeit

- Ein zentraler Grund für die Besuchsrückgänge der letzten Jahre dürfte sein, dass die Gruppe der Interessierten an Kultur- und Freizeitangeboten bereits zwischen 2019 auf 2021 geschrumpft ist. Eine Reaktivierung dieses Interesses auf vorpandemisches Niveau ist bis 2023 nicht gelungen.
- Die Pandemiezeit hat aber auch bei den vormals Interessierten zu einer Entwöhnung von Besuchen klassischer Kulturangebote geführt. Freizeit wird von der gesamten Bevölkerung inzwischen generell häufiger zu Hause verbracht. Die Bereitschaft, organisatorischen Aufwand für Kulturbesuche auf sich zu nehmen, ist gesunken.
- Die Sorge um ein Ansteckungsrisiko für Krankheiten bei Besuchen klassischer Kulturangebote ist zwar für die Berliner*innen nicht mehr zentraler Hinderungsgrund für Besuche. Vor allem für ältere Menschen ist sie aber zum dauerhaften Faktor geworden.
- Der bereits 2021 messbare Wunsch nach einer stärkeren Berücksichtigung von Diversitätsthemen und Optionen der Mitgestaltung bei klassischen Kulturangeboten hat sich 2023 verstärkt – insbesondere bei jüngeren Altersgruppen.

Einstellungs- und Verhaltensmuster rund um klassische Kulturangebote im Wandel

- Die COVID-19-Pandemie hat keine Veränderung bezüglich der bislang sehr hohen Zufriedenheitswerte mit dem Berliner Kulturangebot in der Bevölkerung bewirkt. Rund um den eigenen Wohnort liegt die Zufriedenheit aber deutlich niedriger.
- Dreiviertel der Berliner*innen bejahen wie in den Jahren 2019 und 2021 die Förderung klassischer Kulturangebote mit öffentlichen Mitteln, und fast alle Berliner*innen möchten, dass diese Angebote für kommende Generationen erhalten bleiben.
- Zugleich äußert inzwischen mehr als ein Drittel der Bevölkerung, dass es diese Angebote als nicht an sie gerichtet empfindet. Konstant ein Fünftel sagt, es fühle sich in traditionellen öffentlich-kulturellen Einrichtungen sogar fehl am Platz. Dies sagen insbesondere Menschen im Alter von unter 30 Jahren aus sozialen Milieus, die nicht zu den Vielbesucher*innen klassischer Kulturangebote zählen.
- Rund ein Viertel der Bevölkerung nimmt die Verhaltensregeln bei klassischen Kulturangeboten als zu steif wahr, und etwa die Hälfte wünscht sich eine größere Anzahl lockerer Veranstaltungen, bei denen man während der Aufführung auch etwas essen und trinken kann. Dies antworten erneut insbesondere jüngere soziale Milieus, die nicht zu den Vielbesucher*innen klassischer Kulturangebote zählen.
- Knapp über die Hälfte der Bevölkerung – und auch hier vor allem die 15- bis 19-Jährigen – sagt, dass Kultureinrichtungen und Künstler*innen stärker auf Klima- und Umweltschutz achten sollten.

Künstlerisch-kreatives Freizeitverhalten: Postpandemische Trends und Potenziale für die Kulturelle Teilhabe

- Während der Pandemiejahre erhöhte sich der Anteil von Menschen, die künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten nachgehen, temporär. Das betraf vor allem Hobbys, die zu Hause und allein praktizierbar waren. Mit wenigen Ausnahmen ist das Aktivitätslevel inzwischen aber wieder auf das vorpandemische Niveau zurückgefallen.
- Mit zunehmendem Lebensalter sinkt der Anteil der Menschen, die einem künstlerisch-kreativen Hobby nachgehen. Ein wesentlicher Teil der unter 30-Jährigen in Berlin geht noch einer solchen Freizeitbeschäftigung nach. Im typischen Alter von Familiengründung und Berufstätigkeit sinkt dieser Teil jedoch auffällig.
- Je höher der formale Bildungsabschluss, desto wahrscheinlicher ist die Ausübung künstlerisch-kreativer Freizeitaktivitäten. Besonders ausgeprägt sind bildungsbedingte Unterschiede bei künstlerischen Hobbys wie „Geschichten, Gedichte schreiben usw.“ und „Ein Instrument oder Theater spielen usw.“ Besonders formal höher Gebildete üben diese Hobbys aus.
- Künstlerisch-kreative Freizeitbeschäftigungen könnten für Kultur- und Freizeiteinrichtungen eine sinnvolle Anschlussstelle beim Streben nach einem sozial diverseren Publikum darstellen. Einige Milieus mit vielen Gelegenheitsbesucher*innen oder Selten- bis Nie-Besucher*innen sind sehr stark künstlerisch-kreativ aktiv.

3. Die Weiterentwicklung des Lebensstilansatzes: Das Kulturmilieumodell

3.1 Methodik des weiterentwickelten Kulturmilieu-modells

Das Kulturmilieumodell basiert auf der Methodik der Lebensführungstypologie des Soziologen Gunnar Otte, geht aber zugleich deutlich über diese hinaus.

In IKTF-Studien ist die Darstellung der Erhebungsergebnisse in Bezug auf den Einfluss soziodemografischer Faktoren auf die Antworten der Befragten Standard, darunter mindestens formale Bildung, Alter und Geschlecht. Die begrenzte Erklärungskraft dieser Faktoren für soziales Verhalten wurde jedoch bereits vor Jahrzehnten in der soziologischen Forschung herausgestellt. Vor diesem Hintergrund wird in IKTF-Studien parallel dazu auch immer eine Analyse nach Lebensstilen in der Bevölkerung oder unter Besucher*innen von Kultur- und Freizeitangeboten durchgeführt. Die Grundannahme hinter diesem Ansatz lautet, dass Menschen sich im Alltag gegenseitig bewerten, ob dies beabsichtigt ist oder nicht. So werden einige Personen als attraktiver oder sympathischer empfunden, und es wird ihnen mehr Vertrauen entgegengebracht, während bei anderen Personen möglicherweise längere Gespräche vermieden werden, bei einer Begegnung mit den Augen gerollt oder womöglich sogar die Straßenseite gewechselt wird. Der entscheidende Maßstab für diese Beurteilungen liegt in der (unterstellten) Ähnlichkeit oder Unähnlichkeit von Personen. Diese wird einerseits an äußeren Merkmalen wie dem Erscheinungsbild einer Person festgemacht. Andererseits wird die (Un-)Ähnlichkeit auch davon abgeleitet, welcher kulturelle Geschmack zur Schau gestellt wird oder welche Werte vertreten werden – kurz gesagt, welchen Lebensstil jemand hat. Anhand dieser Beispiele wird deutlich, warum der Lebensstilansatz auch alltägliche Prozesse der Ex- und Inklusion systematisch erfassen kann (Stichwort: Klassismus). Als soziale Milieus werden dabei Gruppen von Menschen mit ähnlichem Lebensstil, also ähnlichen Einstellungen, Werten, Lebenszielen und Alltagspraktiken, bezeichnet.²⁸

In der Kulturmanagement-Forschungsliteratur wird dieser Ansatz bereits seit vielen Jahren als äußerst wertvoll für ein verbessertes Verständnis kultureller Teilhabe empfohlen.²⁹ In den ersten beiden Studien „Kulturelle Teilhabe in Berlin“ von 2019 und 2021 kam dabei die Lebensstiltypologie von Gunnar Otte zum Einsatz, bei der es sich um ein wissenschaftlich validiertes Instrument aus dem Bereich der sozialstrukturellen Ungleichheitsforschung der Soziologie handelt.³⁰ In seinem Modell werden neun Lebensstile dargestellt, deren Klassifizierung ausschließlich auf vordefinierten Kombinationen von Zustimmung oder Ablehnung zu zwölf Aussagesätzen wie zum Beispiel „Ich informiere mich umfassend über Politik und Zeitgeschehen“ oder „Selbstverwirklichung ist mir in meinem Leben sehr wichtig“ basiert.

Das IKTF hat die Berechnungsmethode Ottes weiterentwickelt, um die Typologie einerseits anschaulicher und anwendungsfreundlicher und andererseits noch präziser und erklärungskräftiger zu machen.³¹ Die neuentwickelte Typologie wird in Abgrenzung zum ursprünglichen Lebensstilinstrument als „Kulturmilieumodell“ bezeichnet. Um zu verdeutlichen, welchen Fortschritt das neue Kulturmilieumodell darstellt, sei hier ein Beispiel herausgegriffen: Ein für den Kulturbereich, aber auch Berlin insgesamt sehr prägendes soziales Milieu, das als Prekäre Avantgarde bezeichnet werden soll, wurde bislang durch das bisherige Lebensstilinstrument noch nicht gut in einem der Lebensstile abgebildet. Durch die neue Berechnungsmethode wird diese Prekäre Avantgarde nun als eigenes Milieu identifiziert – immerhin gehört ihm jede achte Person in Berlin an.

Das neue Kulturmilieumodell des IKTF wird mithilfe desselben Fragebogeninstruments wie zuvor ermittelt, und in der Folge werden erneut neun Typen daraus abgeleitet. Auch in der Präsentation der Ergebnisse wird wie bei dem Modell von Otte wieder ein zweidimensionales Modell verwendet, das sowohl eine vertikale als auch eine horizontale Dimension aufweist. Eine Neuheit besteht jedoch darin, dass die Milieus bei der Ergebnisdarstellung anhand der Dimensionen formale Bildung (vertikal) und Alter (horizontal) angeordnet werden (siehe Abbildung 1). Zudem hat sich der konkrete Zuschnitt der Typen teilweise erheblich verändert. Aufgrund dieser Anpassungen sind alte und neue Typen nicht mehr direkt miteinander vergleichbar. Dennoch ermöglicht die Beibehaltung des zugrunde liegenden Fragebogens die Möglichkeit, das Kulturmilieumodell für die Analyse von Zeitreihen seit 2019 einzusetzen. Im Anhang dieses Berichts findet sich ergänzend für Interessierte noch einmal die Verteilung der Lebensstile gerechnet nach der ursprünglichen Typologie von Otte.

Die Lebensstil-Typologie von Otte und die IKTF-Kulturmilieus verwenden als Grundlage zwölf allgemeine Zustimmungssätze, die geschmackliche Präferenzen, Einstellungen und Werte abfragen. Sie beinhalten dabei auch ausdrücklich Statements, die kulturelle Präferenzen verstehen helfen (etwa Kenntnisse in Kunst und Kultur). Die Häufigkeit von Kulturbesuchen geht dabei *ausdrücklich nicht* in ihre Berechnung ein, um nicht den logischen Zirkelschluss zu begehen, mithilfe der Kategorie „Milieu“ häufige Kulturbesuche mit häufigen Kulturbesuchen zu erklären. Sämtliche über die Statements abgefragten Themengebiete sind so ausgewählt, dass sie dabei helfen, die allgemeinen Mentalitäten unterschiedlicher Milieus treffsicher zu charakterisieren. Es handelt sich daher um *Milieutypen*, die auch zur Erklärung von sozialem

28. Siehe hierzu bspw. Otte 2008; Kirchberg 2005; Hradil/Schiener 2001; Hartmann 1999.

29. Siehe bspw. Kotler/Scheff 1997: 93 ff.; Hood 1991, 1983; in jüngerer Zeit beispielsweise Allmanritter et al. 2020; Allmanritter 2017; Reuband 2017; Kirchberg/Kuchar 2012; Klein 2011.

30. Vgl. Otte 2019, 2008.

31. Vgl. Tewes-Schünzel (2024, im Erscheinen) und Renz/Allmanritter (2024).

Verhalten in anderen Lebensbereichen herangezogen werden können. Damit können alle Studien, welche die IKTF-Kulturmilieus verwenden, unabhängig von ihrem Themenschwerpunkt auch zur weiteren Unterfütterung der Steckbriefe und ausführlichen Beschreibungen der neun Milieus dienen.

Die neun Kulturmilieus lassen sich in aller Kürze wie folgt charakterisieren:

- **Gehoben-Konservative:** Traditionale Bildungsbürger*innen mit materiell-gehobenem Lebensstandard, die sich in ihrer zweiten Lebenshälfte befinden.
- **Bescheiden-Bürgerliche:** Klassisch orientierte, arrivierte Bildungsbürger*innen mit bescheidenem Lebensstil.
- **Bodenständige:** Konservatives Milieu in der zweiten Lebenshälfte mit hohem Anteil nicht-akademischer Fachkräfte mit mittlerem Einkommen.
- **Obere Mitte:** Akademisch geprägte Mittelklasse mittleren Alters mit innerer Distanz zu allen Extremen.
- **Konservatives Unterhaltungsmilieu:** Altersübergreifendes Milieu, das traditionelle Werte, Hedonismus und Offenheit für Neues miteinander vereint.
- **Zurückgezogene:** Sozioökonomisch vulnerables Milieu mittleren Alters mit geringem außerhäuslichen Aktivitätsniveau.
- **Gehoben-Moderne:** In der Mitte des Lebens stehend, privilegiert, einkommensstark, kulturell versiert und individualistisch.
- **Prekäre Avantgarde:** Junges Milieu kosmopolitischer Kulturbegisterter, formal hoch gebildet, aber mit relativ geringem Einkommen.
- **Unterhaltungsmilieu:** Junges, pragmatisches Milieu mit Fokus auf Spaß und Action.

Gegenüber anderen Segmentierungsinstrumenten weist das Kulturmilieumodell eine Reihe von zentralen Vorteilen auf. So ist es einerseits deutlich trennschärfer als Modelle, die ihre Kulturpublikumstypen auf der Grundlage von Befragungs- oder Kulturbesuchsdaten erstellen, um sie anschließend primär auf der Grundlage von Wohnort (Postleitzahl) und Soziodemografie (insb. Alter) zuzuordnen (bspw.: Audience Agency: Audience Spectrum). Zudem sind sie gesellschaftlich repräsentativer und aussagekräftiger als Segmentierungsmodelle, die lediglich unterschiedliche Kulturpublika differenzieren (bspw. „Culture Segments“ von Morrison, Hargreaves und McIntyre (MHM)³²). Im Gegensatz zu diesem (proprietären) Segmentierungsmodell können Kultur- und Freizeiteinrichtungen selbst die für die Typologie Ottes und das IKTF-Modell benötigten zwölf Statements ohne Weiteres lizenzfrei auch in ihre eigenen Besucher*innenbefragungen einbauen. Die Berechnungsmethode der IKTF-Kulturmilieus soll in Kürze frei verfügbar gemacht werden.

Ausführliche Beschreibungen der neun Kulturmilieus sowie die dazugehörigen Steckbriefe finden sich im Kapitel 11.

3.2 Verteilung der Kulturmilieus in der Berliner Bevölkerung, soziodemografische Zusammensetzung und Wohnorte

Es gibt drei Milieugruppen, die entweder jeweils überdurchschnittlich viele Viel-Besucher*innen, Gelegenheits-Besucher*innen oder Selten- bis Nie-Besucher*innen in sich vereinen.

Insbesondere bei den sozialen Milieus der Prekären Avantgarde und der Gehoben-Modernen, teils auch der Oberen Mitte, handelt es sich überdurchschnittlich häufig um diejenigen, die zu den Viel-Besucher*innen von Kultur- und Freizeitangeboten gehören (grau markiert in Abbildung 1). Sie sind sehr breit interessiert und aus eigenem Antrieb heraus stark außerhäuslich aktiv. In der Forschungsliteratur werden sie auch

32. Siehe Morrison, Hargreaves und McIntyre (MHM). Diese Methode fand jüngst in einem Projekt des Deutschen Bühnenvereins Verwendung.

als „Kulturelle Allesfresser“, „Omnivore“³³ oder auch „Kulturflaneure“³⁴ bezeichnet, denn sie besuchen die Angebote sehr wahrscheinlich und in hoher Frequenz innerhalb eines Jahres. Allerdings handelt es sich dabei augenscheinlich nicht um eine homogene Gruppe, sondern um im Detail drei verschiedene Milieus mit unterschiedlichen Lebensphilosophien, Altersprofilen und sozialen Lagen. Damit ist es auch nicht sinnvoll, sie als eine Zielgruppe zu behandeln, sondern – trotz einiger klarer Gemeinsamkeiten – als drei verschiedene. Bei den Gehoben-Konservativen, dem Konservativen Unterhaltungsmilieu und dem Unterhaltungsmilieu handelt es sich um Gelegenheitsbesucher*innen (blau markiert in Abbildung 1). Sie sind ebenfalls interessiert, aber nicht im gleichen Ausmaß wie die Vielbesucher*innen. Zugleich sind sie im Vergleich zu diesen auch generell weniger außerhalb der eigenen vier Wände aktiv. Sie besuchen diese Angebote entsprechend weniger wahrscheinlich als diese und auch in eher mittlerer Frequenz. Diese kann je nach Angeboten immer noch mehrfach über das Jahr verteilt sein, aber auch eher einmal im Zeitraum von mehreren Jahren immer wieder einmal. Sie unterscheiden sich in ihren Bedürfnissen und ihren Präferenzen noch weit deutlicher als die drei typischen Vielbesucher*innen-Milieus: Während es die beiden Unterhaltungsmilieus tendenziell laut, Spaßig und knallig mögen, verkörpern die Gehoben-Konservativen als traditionelles, arriviertes Bildungsbürgertum eher das Gegenteil.

Selten- bis Nie-Besucher*innen finden sich überdurchschnittlich häufig unter den Bescheiden-Bürgerlichen, Bodenständigen und Zurückgezogenen (orange markiert in Abbildung 1). Zwar gibt es grundsätzlich keine Kultur- und Freizeitangebote, die diese Milieus gar nicht besuchen. Sie tun es jedoch mit niedriger Wahrscheinlichkeit und auch niedriger Frequenz, denn sie sind nicht in hohem Maße an diesen interessiert wie auch generell weniger außer Haus aktiv. Sie haben einzelne Angebote durchaus auch innerhalb beispielsweise des letzten Jahres besucht, womöglich sogar mehrfach. Generell gehören sie aber eher zu den Personen, die immer einmal wieder innerhalb eines Zeitraums von mehreren Jahren verschiedene Angebote besuchen. Tendenziell werden die Gelegenheitsbesucher*innen, insbesondere aber die Selten- bis Nie-Besucher*innen eher Besuchsentscheidungen mit „low-involvement“ während des Entscheidungsprozesses treffen. Sprich: Sie werden vor allem deshalb hingehen, weil es soziale Events sind, den Partner*innen zuliebe, weil man ein Angebot gesehen haben muss, um anderen davon zu berichten, es im Urlaub dazugehört oder Ähnliches.³⁵ **40 % gehören Milieus mit einem hohen Anteil an Viel-Besucher*innen von Kultur- und Freizeitangeboten an, knapp 30 % Milieus, die typischerweise Gelegenheits-Besucher*innen sind, und ebenfalls knapp 30 % Milieus mit einem hohen Anteil an Selten- bis Nie-Besucher*innen.**³⁶

Abbildung 1: Das Kulturmilieumodell, Bevölkerungsanteil in Berlin

	← (älter)	Altersschwerpunkt	(jünger) →
↑ Formaler Bildungsgrad (höher)	Gehoben-Konservative (10%)	Obere Mitte (17%)	Gehoben-Moderne (10%)
	Bescheiden-Bürgerliche (9%)	Konservatives Unterhaltungsmilieu (5%)	Prekäre Avantgarde (13%)
	Bodenständige (16%)	Zurückgezogene (8%)	Unterhaltungsmilieu (13%)
↓ (geringer)			

33. Siehe hierzu bspw. die Metastudie zu Kulturelle-Teilhaber-Studien von Volker Kirchberg und Robin Kuchar (vgl. Kirchberg/Kuchar 2014). Dabei soll an dieser Stelle jedoch hervorgehoben werden, dass es sich trotz ihres breit angelegten Interesses nicht um kulturelle „Allesfresser*innen“ handelt, wie der Name suggeriert. Volkstümliche Hitparade gehört beispielsweise nicht zu ihrer typischen Diät. Nichtsdestotrotz sind es diese sozialen Milieus, denen in aller Regel „Omnivorizität“ unterstellt wird.

34. Verwendet vor allem in Publikationen rund um das 8. und 9. KulturBarometer, dabei allerdings nur ausgehend von soziodemografischen Angaben der Befragten als Gruppe zusammengefasst (vgl. bspw. Keuchel/Mertens 2011; Keuchel 2005).

35. Vgl. Petty/Cacioppo 1985.

36. Vgl. Kapitel 4.2, Abb. 6.

Die neun verschiedenen Kulturmilieus setzen sich soziodemografisch und nach Präferenz für Kultur- und Freizeitangebote unterschiedlich zusammen.

Auch wenn bei der Bildung der Lebensstile keine soziodemografischen oder sozioökonomischen Merkmale herangezogen wurden, haben die sozialen Milieus typische Alters- und Bildungsprofile. Je weiter links im Milieumodell angeordnet (Abbildung 2), desto älter ist der typische Altersschwerpunkt des jeweiligen Milieus. Vertikal wurden im Modell formale Bildungsunterschiede abgetragen: Je weiter oben das Milieu angeordnet ist, desto höher ist der Anteil an Personen mit akademischer Bildung.³⁷ Deutlich wird im Kulturmilieumodell, dass mit dem formalen Bildungsgrad das Einkommen nicht automatisch steigt. So verfügt bei den jungen Milieus die Prekäre Avantgarde zwar über ein höheres formales Qualifikationsniveau als das Unterhaltungsmilieu, aber über ein niedrigeres Haushaltseinkommen. Dasselbe Muster findet sich im älteren Abschnitt des Milieumodells, wo Bescheiden-Bürgerliche über höhere formale Abschlüsse als die Bodenständigen verfügen, gleichzeitig jedoch über ein geringeres Einkommen. Akademische Bastel- und Künstler*innenexistenzen führen eben nicht immer zu höheren Einkommen als eine Ausbildung zur nachgefragten Fachkraft.

In erster Näherung gilt in Bezug auf die Vorlieben der Milieus Folgendes (vgl. Abbildung 2): Je weiter oben ein Milieu angeordnet ist, desto wahrscheinlicher hat es eine Nähe zu klassischen Kulturangeboten, etwa Sprechtheater oder klassischer Musik. (Eine kleine Ausnahme ist hier die Prekäre Avantgarde, die demnach ebenfalls in der obersten Reihe angeordnet sein müsste.) Je weiter rechts ein Milieu angeordnet ist, desto häufiger werden popkulturelle Angebote, etwa Konzerte im Bereich Pop, Rock etc. oder auch Clubs, besucht. Das soziale Milieu der Bodenständigen (unten links) ist demgegenüber eher ein typischer Vertreter der Volkskultur: Fußballstadien, Volksfeste oder (Schlager-)Pop-Konzerte werden hier vor allem frequentiert.³⁸ Deutlich wird hier: Nicht jede*r Akademiker*in hat durch ihren/seinen Abschluss auch eine Nähe zur klassischen Kultur. Und umgekehrt können Nicht-Studierte gleichwohl belebte Bildungsbürger*innen sein. Die zentrale Stärke des Kulturmilieumodells liegt darin, dies sichtbar zu machen.

Abbildung 2: Das Kulturmilieumodell der Berliner Bevölkerung nach Soziodemografie (Datenbasis 2019/2021/2023) und Besuchswahrscheinlichkeit ausgewählter Kulturangebote (letzte 12 Monate, Datenbasis 2023)

	← (älter)	Altersschwerpunkt	(jünger) →
Formaler Bildungsgrad (höher) ↑	Gehoben-Konservative Alter: 57 Akademiker*innen: 37 % Pro-Kopf-HH-EK: 2157 € Theater: 26 % Klassische Konzerte.: 32 % Pop/Rock-Konzerte: 30 %	Obere Mitte Alter: 51 Akademiker*innen: 43 % Pro-Kopf-HH-EK: 2250 € Theater: 31 % Klassische Konzerte: 28 % Pop/Rock-Konzerte: 41 %	Gehoben-Moderne Alter: 44 Akademiker*innen: 47 % Pro-Kopf-HH-EK: 3071 € Theater: 33 % Klassische Konzerte: 37 % Pop/Rock-Konzerte: 54 %
	Bescheiden-Bürgerliche Alter: 57 Akademiker*innen: 26 % Pro-Kopf-HH-EK: 1719 € Theater: 20 % Klassische Konzerte: 19 % Pop/Rock-Konzerte: 19 %	Konservatives Unterhaltungsmilieu Alter: 45 Akademiker*innen: 28 % Pro-Kopf-HH-EK: 1540 € Theater: 12 % Klassische Konzerte: 16 % Pop/Rock-Konzerte: 26 %	Prekäre Avantgarde Alter: 39 Akademiker*innen: 30 % Pro-Kopf-HH-EK: 1775 € Theater: 37 % Klassische Konzerte: 31 % Pop/Rock-Konzerte: 52 %
	Bodenständige Alter: 55 Akademiker*innen: 17 % Pro-Kopf-HH-EK: 1929 € Theater: 12 % Klassische Konzerte: 9 % Pop/Rock-Konzerte: 31 %	Zurückgezogene Alter: 46 Akademiker*innen: 11 % Pro-Kopf-HH-EK: 1486 € Theater: 7 % Klassische Konzerte: 3 % Pop/Rock-Konzerte: 23 %	Unterhaltungsmilieu Alter: 37 Akademiker*innen: 22 % Pro-Kopf-HH-EK: 1830 € Theater: 15 % Klassische Konzerte: 11 % Pop/Rock-Konzerte: 43 %
(geringer) ↓			

Die neun verschiedenen Kulturmilieus wohnen deutlich verschieden über den Berliner Stadtraum verteilt.

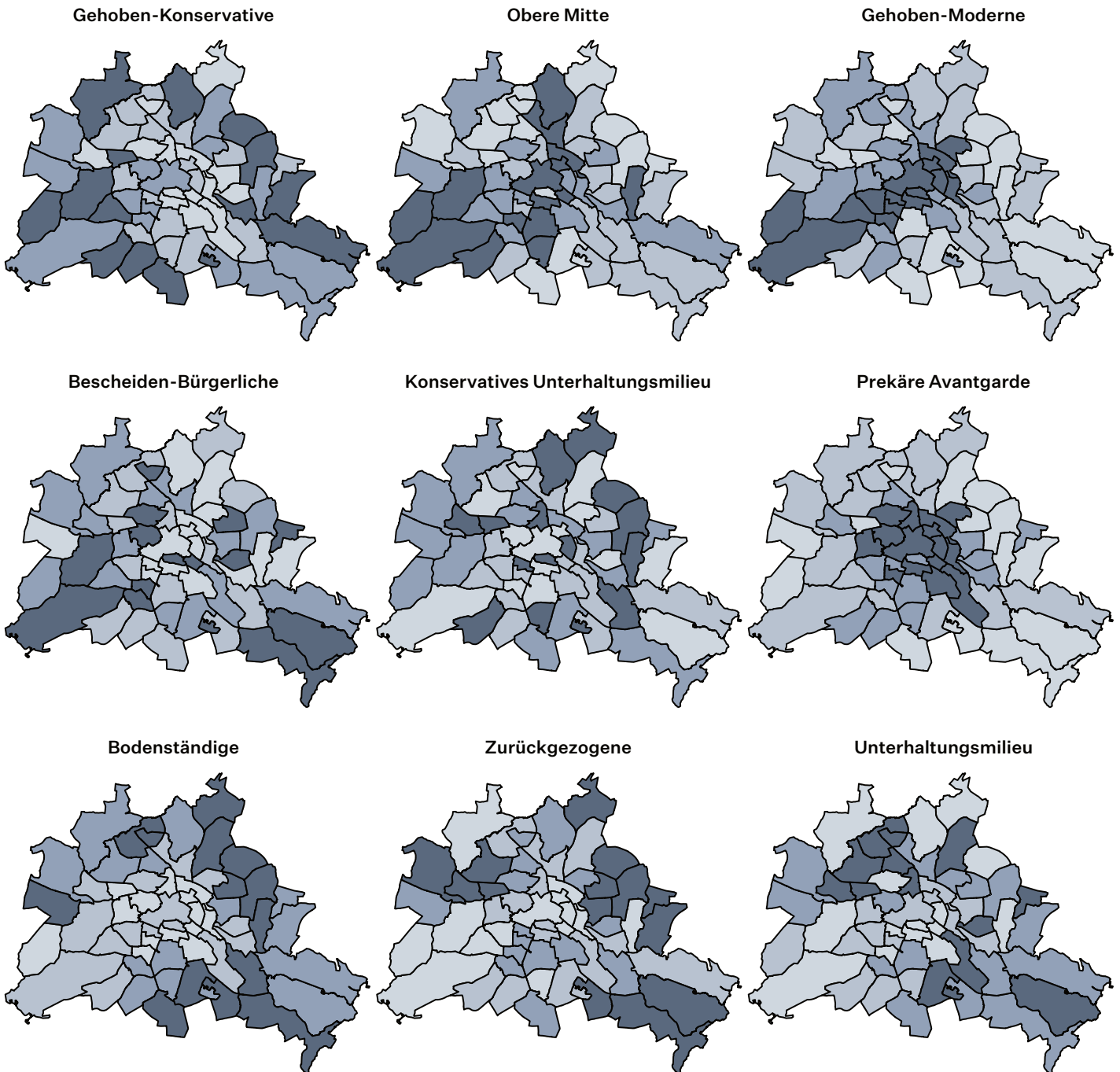
Auch wenn der Berliner Stadtraum (noch immer) sehr heterogen in Bezug auf die soziale Durchmischung ist – in fast allen Bezirken finden sich alle sozialen Milieus wieder und es lassen sich typische Muster von deren sozialräumlicher Verteilung nachzeichnen. In Abbildung 3 wurde die räumliche Verteilung der Milieus in den unterschiedlichen Stadtteilen Berlins dargestellt. Je dunkler die Fläche eingezeichnet ist, desto höher ist der jeweilige Anteil an den Einwohner*innen des Milieus. Auch wenn kein Milieu in keinem Stadtteil die alleinige Mehrheit darstellt, zeichnen sich deutliche Tendenzen ab, die hier nur

37. In seiner Dimensionalität entspricht das Modell damit den Erlebnismilieus von Gerhard Schulze (1992).

38. Auch diese Zuordnung entspricht weitgehend den Erlebnismilieus von Gerhard Schulze (1992).

angerissen werden können: Das gehoben-moderne Milieu wohnt in einem Bereich, der vom gehobenen Berliner Süd-Westen bis ins südliche Pankow reicht. Die Prekäre Avantgarde ballt sich im Stadtzentrum in Szenevierteln, in welche die Gehoben-Modernen noch nicht vorgedrungen sind (etwa Nord-Neukölln). Zurückgezogene und Bodenständige wohnen überdurchschnittlich häufig in Ostberlin. Je älter der Altersschwerpunkt der Milieus, desto stärker verlagert sich ihr räumlicher Schwerpunkt an die Stadtränder. In Bezug auf die Kulturelle Teilhabe wird deutlich, dass die zwei aktivsten Vielbesucher*innen-Milieus (Prekäre Avantgarde, Gehoben-Moderne) in der größten räumlichen Nähe zu vielen Kultur- und Freizeitangeboten wohnen, während die Anfahrt gerade für typische Selten- bis Niebesucher*innen-Milieus in vielen Fällen deutlich länger ist.

Abbildung 3: Räumliche Verteilung der Kulturmilieus in Berlin auf Prognoseraumebene (Datenbasis: kumuliertes Sample 2019/2021/2023). Je dunkler der Farbton, desto höher der Bevölkerungsanteil.³⁹



39. Da sowohl die sozialen Milieus als auch die Prognoserräume unterschiedlich stark besetzt sind, sind die Farbabstufungen je Bild unterschiedlich gesetzt. Da die Grafik vor allem relative Häufungen darstellen soll, werden die Abstufungen nicht einzeln nach Prozentzahlen ausgewiesen.

4. Der beschleunigte Rückgang an Besuchen von Kultur- und Freizeitangeboten im Nachgang der Coronapandemie

4.1 Besuche von Kultur- und Freizeiteinrichtungen im Zeitvergleich

Die Kulturelle Teilhabe an Kultur- und Freizeitangeboten in Berlin hat sich bislang nicht wieder von den Besuchseinbrüchen während der COVID-19-Pandemie erholt.

Angebotsübergreifend kann festgestellt werden, dass 2022/2023 im Vergleich zu 2018/2019 weniger Berliner*innen unterschiedliche Kultur- und Freizeitangebote besuchten. Auch die durchschnittliche Anzahl der Kulturbesuche ist angebotsübergreifend gesunken. Der Trend zeigt eindeutig in Richtung seltener Kulturbesuche. Bei den meisten in dieser Studie abgefragten Kultur- und Freizeitangeboten ist die Besuchshäufigkeit um mehr als ein Drittel gesunken (Schwankungsbreite:⁴⁰ -34 % bis -41 %). Analog dazu waren angebotsübergreifend Rückgänge in der Besuchswahrscheinlichkeit zwischen rund -30 % bis -50 % zu verzeichnen. Dies bedeutet im Umkehrschluss: **Die Anzahl der Nichtbesucher*innen hat sich bei einigen Kultur- und Freizeitangeboten verdoppelt**⁴¹ (vgl. Abbildung 4).

Die kleinsten Rückgänge bei der Besuchswahrscheinlichkeit (in den letzten 12 Monaten) haben dabei Kino/Filmvorführungen zu verzeichnen. Sie sind noch immer von zwei Dritteln der Berliner*innen besucht worden und zeigen Rückgänge bei der Besuchswahrscheinlichkeit von lediglich etwas mehr als 10 %. Dies bedeutet bei diesem Angebot jedoch *keinen* günstigen Trend bei der Besuchshäufigkeit, sprich: *keine* besonders gelungene Reaktivierung von Besucher*innen. Diese ist ähnlich wie bei vielen anderen Kultur- und Freizeitangeboten parallel ebenfalls um mehr als ein Drittel gefallen (Schwankungsbreite: -34 % bis -41 %). Vielmehr handelt es sich um einen Effekt des insgesamt höheren Ausgangswertes der Besuchsfrequenz: Auch ein Drittel weniger individuelle Besuche bedeuten für die meisten Berliner*innen (anders als bei durchschnittlich seltener besuchten Angeboten) noch mehr als ein Besuch im Jahr. Anders als bei anderen Kulturangeboten liegen für die Berliner Kinos Zahlenreihen durch die Filmförderungsanstalt vor, die näherungsweise vergleichbar sind.⁴² Die Zahlen der branchenumfassenden Filmförderungsanstalt belegen dabei ebenfalls einen deutlichen Rückgang des Kinopublikums von 2022 gegenüber 2019 von -35 %.⁴³ 2023 lag der Rückgang im Vergleich zu 2019 bei immer noch -20 %.⁴⁴ Diese Werte liegen minimal unterhalb der Schätzung der vorliegenden Studie und könnten ein Hinweis dafür sein, dass die Lage bei Kino/Filmvorführungen in der Gesamtschau des Jahres 2023 etwas weniger drastisch ausgefallen ist, als dies im Sommer noch aussah.⁴⁵ Bei der Besuchshäufigkeit waren ansonsten insbesondere Konzerte im Bereich Rock/Pop/Schlager etc. und Kunstausstellungen signifikant weniger stark von Rückgängen betroffen als andere Kulturangebote. Die Besuchsfrequenz verringerte sich bei ihnen „nur“ um rund ein Viertel (Schwankungsbreite: -21 % bis -34 %) im Vergleich zu 2018/19. Am unteren Ende des Spektrums liegen demgegenüber Naturwissenschaftliche/technische Ausstellungen oder Oper/Ballett/Tanztheater, bei denen auf der Grundlage der Befragungsdaten teils von einer Halbierung sowohl der einmaligen Besuchswahrscheinlichkeit pro Jahr als auch der Besuchshäufigkeit ausgegangen werden muss (vgl. Tabelle 2).

Diese angebotsübergreifenden Rückgänge mögen in Anbetracht der aktuellen Besuchszahlen insbesondere großer, öffentlich geförderter Kultureinrichtungen in Berlin überraschen. Diese vermeldeten teils nur noch geringe Rückgänge bei den Besuchszahlen⁴⁶ oder sogar mehr Besucher*innen als vor der Coronapandemie.⁴⁷ Diese Diskrepanzen, insbesondere für das Jahr 2023, sind möglicherweise einerseits ein erfreulicher Hinweis darauf, dass nach dem Sommer 2023 auch hier eine weitere Erholung einsetzte. Andererseits können diese Zahlen, anders als bei Kino und Filmführungen (die branchendeckend durch die FFA erfasst werden), *nicht* für die komplette Angebotsart verallgemeinert werden. Vielmehr ist davon auszugehen, dass eine Erholung der Besuchszahlen zuerst bei großen Kultureinrichtungen einsetzen dürfte, die durch ihre überregionale Bekanntheit und die Größe ihrer Marketingbudgets die Rückgänge besser kompensieren konnten. Anders als im Bereich Kino liegen für andere Kulturangebotsarten keine

40. Die Spanne gibt die statistische Schwankungsbreite der relativen Veränderung an (95%-Konfidenzintervall), die durch zufällige Stichprobenschwankungen entsteht. Interpretationshilfe: Wenn die statistische Schwankungsbreite sowohl positive als auch negative Werte enthält, gab es keine signifikante Veränderung zwischen 2019 und 2023. Sind beide Werte negativ, so liegt ein statistisch signifikanter Rückgang vor (dies ist hier ausnahmslos der Fall). Die Schwankungsbreiten geben auch einen Hinweis, ob sich die Stärke des Rückgangs signifikant zwischen Kulturangeboten unterscheidet. Überlappen sich die beiden Intervalle nicht, kann mit hoher Wahrscheinlichkeit davon ausgegangen werden, dass es eine reale Differenz gab, wie etwa im Beispiel Kino/Filmvorführungen (-18 % bis -24 %) und Clubs/Diskotheken (-26 % bis -37 %). Überlappen sich die Intervalle, kann nicht mit hoher Wahrscheinlichkeit ausgeschlossen werden, dass es sich um eine zufällige Schwankung handelt.

41. Lesehilfe: Die Zahl der Nichtbesucher*innen innerhalb der letzten 12 Monate entspricht dem auf 100 % fehlenden Anteil der Besuchswahrscheinlichkeit. Lag die Besuchswahrscheinlichkeit bei Filmvorführungen 2022/2023 bei 65 %, so lag der Anteil der Nichtbesucher*innen bei 35 % – eine Verdopplung von 18 % (2018/2019) (vgl. Abbildung 4).

42. Die Unterschiede dürften sich darüber hinaus auch dadurch ergeben, dass die Berliner Bevölkerung auch außerhalb Berlins in Kino gehen kann, aber auch auswärtige Personen in Berlin in Kino gehen können. Weiter schließen die Zahlen der FFA auch Kinder unter 15 Jahren ein, die nicht Teil dieser Befragung waren.

43. Vgl. FFA Filmförderungsanstalt 2023.

44. Vgl. FFA Filmförderungsanstalt 2024.

45. Dies hängt vermutlich damit zusammen, dass für den erfragten Bezugsrahmen von 12 Monaten im Sommer 2023 ein eindeutiger Bezugspunkt mit dem Ende der Coronapandemie gesetzt war, der 2019 nur abstrakt vorlag („12 Monate“). Bereits ein reeller Erinnerungsbezugszeitraum von 15 statt 12 Monaten bei der Erhebung von 2019 würde den Unterschied zwischen den Zahlen der FFA und des IKTf erklären.

46. Vgl. RBB24 2024.

47. Vgl. Museum für Naturkunde 2023 und Technikmuseum 2024.

vollständigen Besuchszahlen vor, sodass ein unmittelbarer Vergleich hier nicht möglich ist. **Insofern zeigen die Daten der vorliegenden Studie, dass die Kulturelle Teilhabe der Berliner Bevölkerung ungeachtet guter Besuchszahlen großer Kultureinrichtungen im Sommer 2023 bei Weitem noch nicht wieder das vorpandemische Niveau erreicht hat.**

Abbildung 4: Besuchswahrscheinlichkeit (letzte 12 Monate) und durchschnittliche Besuchshäufigkeit⁴⁸ bei unterschiedlichen Kultur- und Freizeitangeboten 2018/2019 und 2022/2023⁴⁹

	Besuchswahrscheinlichkeit (mind. 1×/letzte 12 Monate)			Durchschnittliche Besuchshäufigkeit (letzte 12 Monate)		
	2019	2023	+/-	2019	2023	+/-
Kulturelle Freizeitangebote (gesamt)	91 %	79 %	-11 % bis -15 %	11,1	6,9	-34 % bis -41 %
Kino/Filmvorführungen	82 %	65 %	-18 % bis -24 %	3,8	2,4	-34 % bis -41 %
Zoos/Tierparks	64 %	36 %	-40 % bis -47 %	1,2	0,8	-29 % bis -40 %
Konzerte Pop/Rock/Schlager	55 %	37 %	-28 % bis -37 %	1,5	1,1	-21 % bis -34 %
Sportveranstaltungen	38 %	23 %	-35 % bis -46 %	1,5	0,9	-29 % bis -48 %
Kabarett/Comedy	38 %	22 %	-38 % bis -48 %	0,7	0,4	-36 % bis -49 %
Musical/Revue/ Varieté/Show	38 %	21 %	-41 % bis -51 %	0,7	0,4	-36 % bis -49 %
Clubs/Diskotheiken	37 %	25 %	-26 % bis -37 %	1,9	1,3	-24 % bis -42 %
Klassische Kulturangebote (gesamt)	81 %	60 %	-23 % bis -29 %	7,4	4,2	-40 % bis -47 %
Naturwissenschaftl./techn. Ausstellungen	54 %	28 %	-45 % bis -53 %	1,0	0,5	-44 % bis -53 %
Gedenkstätten	49 %	28 %	-38 % bis -46 %	1,1	0,7	-23 % bis -37 %
Kunstaussstellungen	45 %	33 %	-21 % bis -31 %	1,4	1,0	-21 % bis -35 %
Historische/archäologische Ausstellungen	45 %	27 %	-35 % bis -44 %	0,9	0,6	-28 % bis -41 %
Theater/Schauspiel	41 %	22 %	-41 % bis -51 %	1,1	0,5	-46 % bis -56 %
Konzerte klassischer Musik	37 %	21 %	-39 % bis -49 %	1,0	0,6	-37 % bis -50 %
Oper/Ballett/Tanztheater	30 %	15 %	-43 % bis -54 %	0,6	0,3	-41 % bis -55 %
Literaturveranstaltungen	25 %	13 %	-44 % bis -55 %	0,6	0,3	-46 % bis -59 %
Jazz/Neue Musik/experimentelle Musik	20 %	13 %	-30 % bis -45 %	0,5	0,3	-21 % bis -43 %

Klassische Kulturangebote verzeichnen in der ausklingenden Pandemie im Vergleich zu der Gruppe der kulturellen Freizeitangebote weniger Erholung bei den Besuchszahlen.

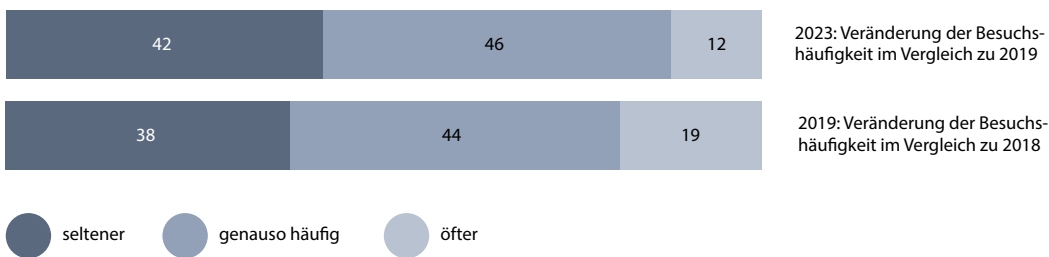
Vermutlich sind es viele Faktoren, die bei den einzelnen Kulturangeboten mit beeinflussen, inwieweit sich ihre Werte erholt haben (wie etwa der Abstieg von Hertha BSC im Bereich „Sportveranstaltungen“). Doch insgesamt zeigt sich: **Die Gruppe der klassischen Kulturangebote hat etwas größere Rückgänge in der Besuchshäufigkeit zu verzeichnen als die Gruppe der kulturellen Freizeitangebote.** Die Gründe für diese Differenz sind auf der Grundlage der Bevölkerungsbefragungsdaten nicht ohne Weiteres eindeutig zu bestimmen. Ein enger Zusammenhang mit der Altersstruktur der Besucher*innen ist angebotsübergreifend etwa nicht erkennbar. So weisen naturwissenschaftliche und technische Ausstellungen weder 2018/19 noch 2022/23 eine „überalterte“ Besucher*innenschaft auf, zählen nach den Daten jedoch zu den stärker betroffenen Kulturangeboten. Auch sei nochmals darauf hingewiesen, dass die Rückgänge nicht zwangsläufig die Besuchstrends in einzelnen Berliner Kultur- und Freizeitangeboten widerspiegeln müssen, da sie auch außerhalb von Berlin (etwa im Urlaub) wahrgenommen werden.

48. Rechte Spalten: Durchschnittliche Besuchsfrequenz in den letzten 12 Monaten. Ausreißer oberhalb des jeweiligen 95%-Perzentils flossen nicht in die Berechnung mit ein.

49. Frageformulierung 2019: Nutzen Sie die folgenden Angebote zumindest hin und wieder, egal wo? Denken Sie dabei bitte z. B. auch an Veranstaltungen in Schulen, Vereinen oder auch auf Reisen oder im Ausland! Falls ja: Wie oft haben Sie diese Angebote in den letzten 12 Monaten ungefähr besucht/genutzt? Wenn Sie es nicht mehr so genau wissen, schätzen Sie bitte einfach! Frageformulierung 2023: Wann haben Sie eines der folgenden Angebote zuletzt vor Ort besucht, egal wo? Denken Sie dabei bitte z. B. auch an Veranstaltungen in Schulen, Vereinen oder auch auf Reisen oder im Ausland (noch nie/ist länger als 3 Jahre her/ist länger als 1 Jahr her/innerhalb der letzten 12 Monate)! Falls „innerhalb der letzten 12 Monate“ ausgewählt worden ist: „Wie oft in den letzten 12 Monaten?“ Die unterschiedlichen Frageformulierungen von 2019 und 2023 wurden dahingehend geprüft, dass sie in Bezug auf die letzten 12 Monate vollständig vergleichbar sind.

Der reine Vergleich von 2018/2019 und 2022/2023 lässt darüber hinaus noch keinen eindeutigen Schluss zu, ob es sich um einen ausschließlich durch die COVID-19-Pandemie ausgelösten Rückgang handelt oder dieses Ereignis bereits existierende Trends zu weniger Besuchen vor allem verstärkte. **Zumindest für klassische Kulturangebote gibt es in den Daten von 2019 jedoch Hinweise dafür, dass der Trend zu weniger Kulturbesuchen sich bereits vor der Pandemie abzeichnete.** So wurde 2019 gefragt, ob die Teilnehmenden im aktuellen Jahr klassische Kulturangebote häufiger, genauso oft oder seltener besucht hatten als in den vorangegangenen 12 Monaten. Bereits zu diesem Zeitpunkt lag der Anteil jener, die 2019 seltener klassische Kulturangebote besuchten als 2018, doppelt so hoch wie der Anteil derjenigen, die dies öfter taten (38 % vs. 19 %) (vgl. Abbildung 5). Im Jahr 2023 wurde erneut gefragt, ob diese Angebote aktuell eher häufiger, genauso oft oder seltener als vor COVID-19 besucht werden. Diesmal zeigt sich, dass dreieinhalbmal so viele Befragte jetzt seltener Besuche tätigen als noch vor der Pandemie (42 % vs. 12 %). Die Ergebnisse beider Befragungswellen deuten darauf hin, dass die Besuche von klassischen Kulturangeboten wie Ausstellungen, Konzert- oder Theateraufführungen seit mindestens fünf Jahren einem leichten Abwärtstrend unterliegen. Jedoch lässt sich mit Blick auf die aktuellen Daten schließen: **Dieser Trend hat sich zwischen 2018 und 2023 deutlich verstärkt und scheint sich gleichzeitig stabilisiert zu haben.**

Abbildung 5: Veränderung der Besuchshäufigkeit bei klassischen Kulturangeboten 2019/2023 (in Prozent)⁵⁰



Berlin (IKTf, 2019) n = 3293
 Berlin (IKTf, 2023) n = 2727

Die direkte Frage nach der Veränderung der Besuchshäufigkeit bezieht sich in der Befragung von 2023 anders als die Messung der Kulturbesuche bewusst nicht auf den Zeitraum der letzten 12 Monate, sondern auf die „aktuellen Besuche“. Sie zielte damit stärker auf die aktuelle Besuchsneigung zum Erhebungszeitpunkt im Sommer 2023. Dass auch im Sommer 2023 seltenere Besuche als 2019 angegeben wurden, ist ein deutlicher Hinweis darauf, dass der hier dargestellte Rückgang in der Besuchsfrequenz nicht (nur) auf Anlaufschwierigkeiten im Jahr 2022 zurückzuführen ist, die womöglich bis zum Erhebungszeitraum im Sommer 2023 bereits überwunden waren. Vielmehr muss davon ausgegangen werden, dass ein dauerhafter Rückgang der Besuchswahrscheinlichkeit und der Besuchsfrequenz auch in den nächsten Jahren nicht auszuschließen ist.

4.2 Trends der Besuchshäufigkeit nach Soziodemografie und sozialen Milieus

Ausnahmslos alle soziodemografischen Gruppen und sozialen Milieus in der Berliner Bevölkerung haben Rückgänge der Besuchshäufigkeit zu verzeichnen.

Die Zurückhaltung bei den Besuchen betrifft nicht nur alle abgefragten Kultur- und Freizeitangebote. **Es handelt sich bei den Rückgängen der Besuchshäufigkeit auch um einen globalen Trend, von dem keine soziodemografische Gruppe und kein soziales Milieu ausgenommen ist** (vgl. Abbildung 6). Allerdings gilt dies nicht für alle diese Bevölkerungsgruppen gleichermaßen. **Besonders stark sind die Rückgänge bei Menschen im Alter ab 60 Jahren oder mit niedrigem formalen Bildungsgrad.** Bei Jüngeren oder Menschen mit Abitur oder höheren formalen Bildungsabschlüssen ist die Besuchsfrequenz

50. Frageformulierung 2023: Besuchen Sie Ausstellungen, Theateraufführungen, Opern-, Ballett-/Tanztheateraufführungen oder klassische Konzerte aktuell eher öfter oder eher seltener als vor der Coronapandemie (viel häufiger/häufiger/genauso häufig/seltener/viel seltener/solche Angebote besuche ich grundsätzlich kaum oder gar nicht)? Frageformulierung 2019: Haben Sie Freizeitangebote wie Ausstellungen oder Theateraufführungen, Opern-, Ballett-/Tanztheateraufführungen oder klassische Konzerte in den letzten 12 Monaten eher öfter oder eher seltener besucht als in den 12 Monaten davor (öfter/seltener/unverändert/keine Besuche, weder in den letzten 12 Monaten noch in den 12 Monaten zuvor)? Für die Berechnung der Prozentwerte wurden die Nichtbesucher*innen nicht einbezogen.

demgegenüber etwas weniger stark gesunken. Personen über 60 Jahre besuchten 2022/2023 nur halb so viele Kultur- und Freizeitangebote wie noch 2018/2019. Bei jüngeren Altersklassen lag dieser Rückgang demgegenüber nur bei rund einem Drittel. Ähnliche Differenzen lassen sich bei formalen Bildungsabschlüssen festhalten: So lag der relative Rückgang bei Personen mit höchstens Realschulabschluss bei rund -50 %, während er bei Personen mit weiterführenden Schulabschlüssen wiederum bei rund einem Drittel lag. In Bezug auf die absoluten Zahlen handelt es sich dabei vor allem um Rückgänge von Personengruppen, deren Besuchshäufigkeit ohnehin schon durchschnittlich niedriger lag. Die soziale Ungleichheit bei der kulturellen Teilhabe über alle Kultur- und Freizeitangebote hinweg wurde in Bezug auf Alter und formale Bildung also nochmals verschärft. Demgegenüber konnten keine Verschiebungen in Bezug auf Geschlecht und Haushaltseinkommen festgestellt werden.⁵¹

Abbildung 6: Veränderung der Besuchshäufigkeit von Kultur- und Freizeitangeboten 2019 und 2023 nach Soziodemografie und sozialem Milieu^{52 53}

Gesamt	2019	2023	+/-						
	16	10	-37 % bis -42 %						
Geschlecht	weiblich			männlich					
	2019	2023	+/-	2019	2023	+/-			
	16	10	-34 % bis -41 %	17	10	-38 % bis -46 %			
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	2019	2023	+/-	2019	2023	+/-	2019	2023	+/-
	20	13	-26 % bis -38 %	17	11	-33 % bis -41 %	14	7	-46 % bis -56 %
Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	2019	2023	+/-	2019	2023	+/-	2019	2023	+/-
	13	7	-45 % bis -55 %	18	11	-30 % bis -42 %	20	13	-33 % bis -39 %
Einkommen	niedrig			mittel			hoch		
	2019	2023	+/-	2019	2023	+/-	2019	2023	+/-
	14	8	-38 % bis -50 %	17	10	-37 % bis -50 %	20	13	-31 % bis -41 %
Soziales Milieu	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	2019	2023	+/-	2019	2023	+/-	2019	2023	+/-
	17	10	-32 % bis -49 %	18	12	-30 % bis -42 %	23	16	-25 % bis -38 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	2019	2023	+/-	2019	2023	+/-	2019	2023	+/-
	14	7	-39 % bis -59 %	16	8	-35 % bis -61 %	21	15	-22 % bis -38 %
	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
2019	2023	+/-	2019	2023	+/-	2019	2023	+/-	
12	7	-37 % bis -52 %	9	5	-29 % bis -59 %	17	10	-29 % bis -44 %	

51. Lesehilfe am Beispiel Geschlecht: Frauen besuchten die abgefragten Kultur- und Freizeiteinrichtungen 2018/19 im Schnitt insgesamt 16-mal, 2022/23 nur noch 10-mal. Die relative Veränderung betrug dabei -26 % bis -41 % (Schwankungsbreite). Männer wiesen 17 Besuche (2018/19) bzw. 10 Besuche (2022/23) auf, was eine Veränderung von -38 % bis -46 % entspricht. Da sich die beiden Schwankungsbreiten überlappen, liegt keine statistisch signifikante Differenz in Bezug auf die Veränderung vor.

52. Frageformulierung 2023: Wann haben Sie eines der folgenden Angebote zuletzt vor Ort besucht, egal wo? Denken Sie dabei bitte z. B. auch an Veranstaltungen in Schulen, Vereinen oder auch auf Reisen oder im Ausland (noch nie/ist länger als 3 Jahre her/ist länger als 1 Jahr her/innerhalb der letzten 12 Monate)! Falls „innerhalb der letzten 12 Monate“ ausgewählt worden ist: „Wie oft in den letzten 12 Monaten?“; Quelle: eigene Berechnungen.

53. Die angegebene Spanne gibt die statistische Schwankungsbreite der prozentualen Veränderung von 2019 auf 2023 an (95%-Konfidenzintervall), die durch zufällige Stichprobenschwankungen entsteht. Die Schwankungsbreiten unterscheiden sich je nach zugrunde liegender Fallzahl je soziodemografischer Kategorie bzw. sozialem Milieu.

Insbesondere die Gelegenheitsbesucher*innen und Selten- bis Nie-Besucher*innen besuchen die Kultur- und Freizeitangebote nun noch seltener.

Eine Betrachtung nach sozialen Milieus zeigt dabei ein grundsätzliches Muster auf: Die höchsten Rückgänge haben vier Milieus zu verzeichnen, die eine stärkere Tendenz zu häuslichen Freizeitaktivitäten aufweisen – Bescheiden-Bürgerliche, Bodenständige, Zurückgezogene und das Konservative Unterhaltungsmilieu. Bei diesen vier sozialen Milieus hat sich die Besuchshäufigkeit von Kultur- und Freizeitangeboten in etwa halbiert. Demgegenüber haben die kulturell aktivsten sozialen Milieus, die Prekäre Avantgarde und die Gehoben-Modernen, ihre Besuchshäufigkeit nur um rund ein Drittel reduziert. Es verdichtet sich dabei das zuvor gezeichnete Bild: **Vor allem jene Milieus haben ihre Kulturbesuche besonders stark eingeschränkt, die bereits zuvor überdurchschnittlich häufig zu den Selten- und Nie-Besucher*innen zählten.** Drei dieser vier sozialen Milieus (Bescheiden-Bürgerliche, Bodenständig, Zurückgezogene) zeichnen sich dabei grundsätzlich durch eine stärkere Fokussierung ihrer Freizeitaktivitäten auf Erholung und Ruhe aus. Aus Sicht der Kulturangebote erwies sich die Reaktivierung dieser Milieus offenbar als nochmals deutlich schwieriger als bei den anderen. Aufgrund ihrer selteneren Kulturbesuche und ohnehin deutlich stärker heimzentrierten Freizeitorientierung waren sie anfälliger für die im folgenden Kapitel 5 ausführlich beschriebene „Abwärtsspirale“, bei der seltener werdende Kulturbesuche zu noch weniger zukünftigen Kulturbesuchen führen. Bei ihnen dürfte die verstärkte Abnahme der Kulturbesuche durch eine Eigendynamik in ihren oftmals milieubezogenen Freundeskreisen nochmals verschärft worden sein: Selbst wenn individuell ein grundsätzliches Interesse an Kulturbesuchen vorhanden ist, man jedoch keine Begleitung mehr findet oder nicht mehr eingeladen wird, wird die Besuchsbereitschaft negativ beeinflusst. In Milieus mit besonders starken Rückgängen verursachen diese selbst daher oftmals weitere (soziale) Besuchshindernisse. Bei den Milieus der Bescheiden-Bürgerlichen, Bodenständigen und Zurückgezogenen dürften die individuellen Barrieren bei der Anreise für Kulturbesuche zudem höher ausfallen: Sie sind im Schnitt älter und wohnen häufiger am Stadtrand. Die Anfahrt zu vielen Kultur- und Freizeitangeboten ist bei ihnen daher länger und beschwerlicher als für andere Milieus, zumal die Maskenpflicht in öffentlichen Verkehrsmitteln in Berlin erst März 2023 aufgehoben wurde. Höhere Barrieren für außerhäusliche Kulturbesuche fielen bei ihnen zudem mit einem ohnehin stärker häuslich ausgerichteten Lebensstil zusammen. Diese Effekte beziehen sich dabei besonders stark auf die Altersgruppe der über 70-Jährigen, wie in Kapitel 5 nochmals detailliert nachgezeichnet wird.

Da die relativen Besuchsrückgänge bei soziodemografischen Gruppen und sozialen Milieus mit vielen Selten- und Nie-Besucher*innen noch stärker ausfallen als bei den überrepräsentierten Gruppen, kann dies als ein deutlicher Hinweis auf eine Tendenz zur Homogenisierung des Kulturpublikums gelesen werden. **Bemühungen um eine stärkere Diversifizierung des Publikums wurden durch die Pandemie vermutlich in vielen Fällen zunichtegemacht, zumindest aber zurückgeworfen.** Signifikante Unterschiede zwischen der Gruppe der klassischen Kulturangebote und der Gruppe der kulturellen Freizeitangebote lassen sich dabei nicht feststellen. Zwar kann nicht ausgeschlossen werden, dass es bei einzelnen Kultur- und Freizeitangeboten diesbezüglich kleinere Abweichungen gibt. In den erhobenen Daten gibt es dafür jedoch keine Hinweise.

Das Gros der absoluten Rückgänge in den Besuchs- und Auslastungszahlen vieler Kultur- und Freizeiteinrichtungen wird durch die Zurückhaltung der Vielbesucher*innen verursacht.

Obwohl die Besuchshäufigkeit insbesondere von sozialen Milieus mit vielen Selten- und Nie-Besucher*innen am stärksten zurückgegangen ist, dürften die Ticketverkäufe von Kulturangeboten am meisten unter der Zurückhaltung der regelmäßigen Kulturbesucher*innen gelitten haben. Dies kann damit erklärt werden, dass diese einen größeren Teil des Publikums ausmachen und ihr Fernbleiben sich gleich mehrfach in den Ticketverkäufen bemerkbar macht. **Bei klassischen Kulturangeboten sind so rund 40 % des absoluten Rückgangs bei den Kulturbesuchen auf die Milieus der Prekären Avantgarde und der Gehoben-Modernen zurückzuführen – die jedoch nur 22 % der Bevölkerung repräsentieren und relativ gesehen die geringsten Rückgänge zu verzeichnen hatten** (vgl. Abbildung 5). Hier wird deutlich, dass die unterschiedliche Besuchshäufigkeit unterschiedlicher Milieus von klassischen Kulturangeboten und kulturellen Freizeitangeboten zu Unterschieden in Bezug auf ihren Anteil an den Besuchsrückgängen führt: So schlägt die grundsätzliche Zurückhaltung der Bodenständigen stärker bei kulturellen Freizeitangeboten durch als bei klassischen Kulturangeboten, bei denen sie bereits 2018/2019 nur seltene Besucher*innen waren: Waren sie für fast 20 % des absoluten Rückgangs der Kulturbesuche bei kulturellen Freizeitangeboten verantwortlich, lag ihr Anteil am Rückgang der klassischen Kulturbesuche bei nur rund 8 % (vgl. Abbildung 7). Umgekehrt liegt der Fall bei den Bescheiden-Bürgerlichen: Ihre Zurückhaltung wirkte sich durch ihre Präferenz für klassische Kulturangebote stärker bei diesen Angeboten aus als bei den kulturellen Freizeitangeboten, die sie ohnehin nur selten besuchten.

Aus Sicht der Kultureinrichtungen sind diese Zahlen ein Hinweis darauf, bei welchen Zielgruppen Reaktivierungsmaßnahmen besonders zu empfehlen sind: Aus Sicht der kulturellen Teilhabe älterer Bevölkerungsgruppen an klassischen Kultureinrichtungen wäre eine Fokussierung auf die Milieus der Gehoben-Konservativen und Bescheiden-Bürgerlichen sinnvoll, da diese in Anbetracht ihres Bevölkerungsanteils

überproportional starke Rückgänge zu verzeichnen hatten und sie durchaus eine Vorliebe für klassische Kultureinrichtungen auszeichnet. Aus ökonomischen Erwägungen wäre demgegenüber vermutlich eine noch stärkere Reaktivierung der Vielbesucher*innen (Gehoben-Moderne, Prekäre Avantgarde) zielführend, auch wenn diese aus Sicht der Kulturellen Teilhabe am ehesten vernachlässigt werden könnten. Für eine Verbreitung der Kulturellen Teilhabe bei jüngeren Personen wäre indes ein stärkerer Fokus auf das Unterhaltungsmilieu und das Konservative Unterhaltungsmilieu sinnvoll, wenn auch vermutlich nicht ganz trivial, da diese Milieus einen hohen Anteil an Selten- und Nie-Besucher*innen aufweisen. Wie in Kapitel 7 jedoch gezeigt wird, könnte ein Schlüssel für manche Kultureinrichtungen hier darin liegen, dass dieses Milieu häufig künstlerisch-kreativen Freizeitbeschäftigungen nachgeht. Welche dieser Zielgruppen letztlich sinnvoll in den Blick zu nehmen sind, sollte anhand der spezifischen Besucher*innenstruktur und der Angebote der Kultur- und Freizeiteinrichtungen im Einzelfall entschieden werden.

Abbildung 7: Geschätzter Anteil am summierten Publikumsrückgang im Vergleich von 2018/2019 zu 2022/2023 an klassischen Kulturangeboten, kulturellen Freizeitangeboten und insgesamt⁵⁴

Soziales Milieu	Klassische Kulturangebote	Kulturelle Freizeitangebote	Insgesamt: Kultur- und Freizeitangebote	Bevölkerungsanteil
Gehoben-Konservative	12 %	14 %	11 %	8 %
Bescheiden-Bürgerliche	12 %	9 %	11 %	9 %
Bodenständige	8 %	18 %	12 %	16 %
Obere Mitte	13 %	9 %	11 %	18 %
Konservatives Unterhaltungsmilieu	5 %	6 %	7 %	5 %
Zurückgezogene	2 %	3 %	3 %	8 %
Gehoben-Moderne	16 %	13 %	14 %	10 %
Prekäre Avantgarde	23 %	16 %	18 %	13 %
Unterhaltungsmilieu	8 %	13 %	11 %	14 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Berlin (IKTf, 2019) n = 3252

Berlin (IKTf, 2023) n = 3406

54. Lesehilfe: 100 % repräsentieren die Summe aller Kulturbesuche, die 2022/23 im Vergleich zu 2018/19 weggefallen sind. Der Rückgang an Besuchen bei klassischen Kulturangeboten wurde also zu 23 % durch die Zurückhaltung der Prekären Avantgarde verursacht, obwohl diese lediglich 13 % der Bevölkerung ausmachen. Sie sind daher überproportional für den Gesamtrückgang der Besuchshäufigkeit verantwortlich. Zentralen Einfluss auf den jeweiligen Anteil am Gesamtrückgang haben (1) die Größe des sozialen Milieus, (2) die Häufigkeit der ursprünglichen Besuche und (3) die Veränderung der Besuchshäufigkeit: Wenn sich das Besuchsverhalten eines sehr kleinen Milieus verändert, hat dies einen sehr geringen Einfluss auf die Gesamtzahl der Kulturbesuche in der Bevölkerung (Ticketverkäufe). Gleiches gilt für soziale Milieus mit einem sehr hohen Anteil nach Selten- bis Nie-Besucher*innen. Auch eine Halbierung ihrer (seltenen) durchschnittlichen Besuchshäufigkeit würde anteilig nur mäßig zu Buche schlagen. Im Umkehrschluss haben Veränderungen in großen sozialen Milieus mit vielen regelmäßigen Besucher*innen eine überproportionale Bedeutung für die Zahl der verkauften Tickets bzw. Gesamtbesuche.

5. Ursachen für den Rückgang der Kulturbesuche

5.1 Schrumpfendes Interesse an Kultur- und Freizeitangeboten

Seit der Pandemie ist das Interesse an Kultur- und Freizeitangeboten gesunken – und die verbliebenen Interessierten besuchen die Angebote inzwischen seltener.

Neben den Besuchen spezifischer Kultur- und Freizeitangebote wurde zu den verschiedenen Erhebungszeitpunkten auch nach dem Interesse an den jeweiligen Angeboten gefragt. Das Interesse an den jeweiligen Kulturangeboten ist ein zentraler Erklärungsfaktor für Kulturbesuche, noch bevor Besuchsanreize oder -barrieren (im engeren Sinne) ins Spiel kommen. Die Analysen zeigen dabei, dass das Interesse an Kultur- und Freizeitangeboten angebotsübergreifend gesunken ist, das heißt, der Bevölkerungsanteil, der sich eher oder sehr stark für ein Angebot interessiert, ist signifikant kleiner geworden. Diese Entwicklung ist angebotsübergreifend festzustellen und trifft sowohl für klassische Kulturangebote als auch kultureller Freizeitangebote zu (vgl. Abbildung 8). Das bedeutet: **Bezüglich des bereits von 2019 auf 2021 geschrumpften Interesses an Kultur- und Freizeitangeboten ist eine Reaktivierung auf vorpandemisches Niveau bis 2023 offenbar (noch) nicht gelungen.**

Abbildung 8: Anteil sehr/eher interessierter Personen nach Kulturangebotsart und Erhebungsjahr in Berlin⁵⁵

	Anteil sehr/eher interessierter Personen		
	2019	2021	2023
Kulturelle Freizeitangebote			
Kino/Filmvorführungen	67 %	54 %	51 %
Zoos/Tierparks	46 %	29 %	32 %
Kabarett/Comedy	41 %	23 %	26 %
Clubs/Diskotheken	24 %	20 %	17 %
Sportveranstaltungen	28 %	21 %	20 %
Musical/Revue/Variété/Show	35 %	22 %	25 %
Konzerte Rock, Pop, Schlager	53 %	37 %	41 %
Klassische Kulturangebote			
Theater/Schauspiel	42 %	30 %	27 %
Konzerte klassischer Musik	34 %	24 %	25 %
Oper/Ballett/Tanztheater	33 %	23 %	23 %
Jazz/Neue Musik/experimentelle Musik	22 %	16 %	18 %
Literaturveranstaltungen	24 %	12 %	16 %
Historische/archäologische Ausstellungen	44 %	34 %	35 %
Kunstaussstellungen	40 %	35 %	35 %
Naturwissenschaftl./techn. Ausstellungen	45 %	34 %	34 %
Gedenkstätten	36 %	26 %	26 %

Berlin (IKTf, 2019) n = 3330–3360

Berlin (IKTf, 2021) n = 3591–3603

Berlin (IKTf, 2023) n = 3475–3514

Das zentrale Jahr für den Rückgang des Interesses ist dabei das Erhebungsjahr 2021, das inmitten der Coronapandemie lag. Bei der Frageformulierung wurde dabei nicht nach aktuellen Besuchsintentionen, sondern nach einem generellen Interesse an den jeweiligen Angeboten unabhängig von aktuellen Besuchen gefragt, um etwaige Besuchshindernisse (etwa coronabedingte Schließungen, Angst vor Ansteckung etc.) möglichst nicht in die Bewertung miteinfließen zu lassen. Nichtsdestotrotz stand bereits damals zu vermuten, dass die COVID-19-Pandemie einen zumindest zeitweisen Rückgang des Besuchsinteresses bewirken würde. Dies galt unterem auch, weil sich das Freizeitverhalten notgedrungen

55. Frageformulierung (2019, 2021, 2023, unveränderte Formulierung): Wie sehr interessieren Sie sich für die folgenden Angebote ganz allgemein, ganz unabhängig davon, ob Sie diese gegenwärtig auch tatsächlich besuchen (sehr stark, eher stark, mittel, eher wenig, gar nicht)?

ohnehin verändern musste.⁵⁶ Verblüffend und durchaus besorgniserregend stellt sich vor diesem Hintergrund jedoch mit Blick auf die aktuellen Befragungsergebnisse heraus, dass das Interesse an Besuchen von Kultur- und Freizeitangeboten sich 2023 (noch) nicht von der Pandemie erholt hatte. Die Werte sind stattdessen weitgehend auf dem Niveau von 2021 verblieben. Einer vollständigen „Reaktivierung“ des Publikums auf vorpandemisches Niveau stand also bereits ein kleiner gewordener Kreis von Besuchsinteressierten entgegen. Nicht zuletzt ist dabei hervorzuheben, dass sich die Erfassung des Interesses auf den Erhebungszeitpunkt im Sommer 2023 bezieht – und nicht auf einen Bezugszeitraum von Sommer 2022 bis Sommer 2023, wie bei der Messung der Kulturbesuche. Das gesunkene Interesse kann also nicht mit Anlaufschwierigkeiten des Jahres 2022 erklärt werden und ist ein weiteres Indiz für einen dauerhaften Rückgang der Besuchsaktivität.

Dennoch haben auch andere Faktoren eine Rolle bei den Besuchsrückgängen gespielt, da auch bei gleichbleibendem Interesse die Besuchshäufigkeit signifikant gesunken ist. Ein Teil des Besuchsrückgangs kann vermutlich, wie soeben dargestellt, auf die kleiner werdende Gruppe der Interessierten zurückgeführt werden. Darüber hinaus jedoch ist ein statistisch signifikanter Trend der Verringerung der Besuchshäufigkeit sogar bei gleichbleibendem Interesse festzustellen. Besuchten etwa eher oder sehr stark an Kino Interessierte 2019 noch fünf Filmvorführungen, sank dieser Wert 2023 auf nur noch rund durchschnittlich dreieinhalb Besuche; besuchten Personen mit einem mittleren oder geringen Interesse an diesem Angebot 2019 noch anderthalb bis zweimal das Kino, sank dieser Wert auf ein bis anderthalb Besuche (vgl. Abbildung 9).⁵⁷ **Dieser Trend zur Besuchsverringerung bei gleichbleibendem Interesse lässt sich angebotsübergreifend feststellen.** Die kleiner werdende Anzahl interessierter Personen und die geringe Anzahl an Besuchen der verbliebenen Interessierten verstärken sich dabei gegenseitig. Auch hier kommt die in Kapitel 5.2 und im folgenden Kapitel 6 nochmals ausführlich beschriebene „Abwärts-spirale“ für das Stattfinden beziehungsweise Nicht-Stattfinden zum Tragen.

Abbildung 9: Durchschnittliche Anzahl der Besuche ausgewählter kultureller Freizeitangebote (links) und ausgewählter klassischer Kulturangebote (rechts) 2019 und 2021 nach Interesse⁵⁸

	2019	2023	Sig.		2019	2023	Sig.
Kino/Filmvorführungen				Konzerte klassischer Musik			
eher/sehr starkes Interesse	5	3,6	*	eher/sehr starkes Interesse	2,4	1,7	*
mittleres/geringes Interesse	1,7	1,3	*	mittleres/geringes Interesse	0,5	0,3	*
Clubs/Diskotheken				Kunstaussstellungen			
eher/sehr starkes Interesse	6,5	5,6	*	eher/sehr starkes Interesse	3	2,4	*
mittleres/geringes Interesse	1,3	0,9	*	mittleres/geringes Interesse	0,5	0,4	
Konzerte Pop/Rock/Schlager				Naturwissenschaftliche/technische Ausstellungen			
eher/sehr starkes Interesse	2,5	2,2	*	eher/sehr starkes Interesse	1,6	1	*
mittleres/geringes Interesse	0,7	0,5	*	mittleres/geringes Interesse	0,6	0,3	*

5.2 Entwöhnungs- und Umgewöhnungseffekte

Während der Pandemie haben sich die Hinderungsgründe für Kulturbesuche verändert, es zeigt sich eine Entwöhnung von klassischen Kulturangeboten.

In der Bevölkerungsbefragung 2023 wurde wie in den vorherigen Wellen 2019 und 2021 erneut abgefragt, welche persönlichen Gründe hinter selteneren Besuchen von klassischen Kulturangeboten wie Ausstellungen, Theateraufführungen, Opern-, Ballett-/Tanztheateraufführungen oder klassischen Konzerten liegen. Dabei zeigt sich zunächst, dass Gründe, die in bisherigen Studien regelmäßig die Top 3 der Antworten bildeten, im Jahr 2023 vergleichsweise in den Hintergrund gerückt sind. Denn vor der

56. Vgl. Allmanritter/Tewes-Schünzel 2021.

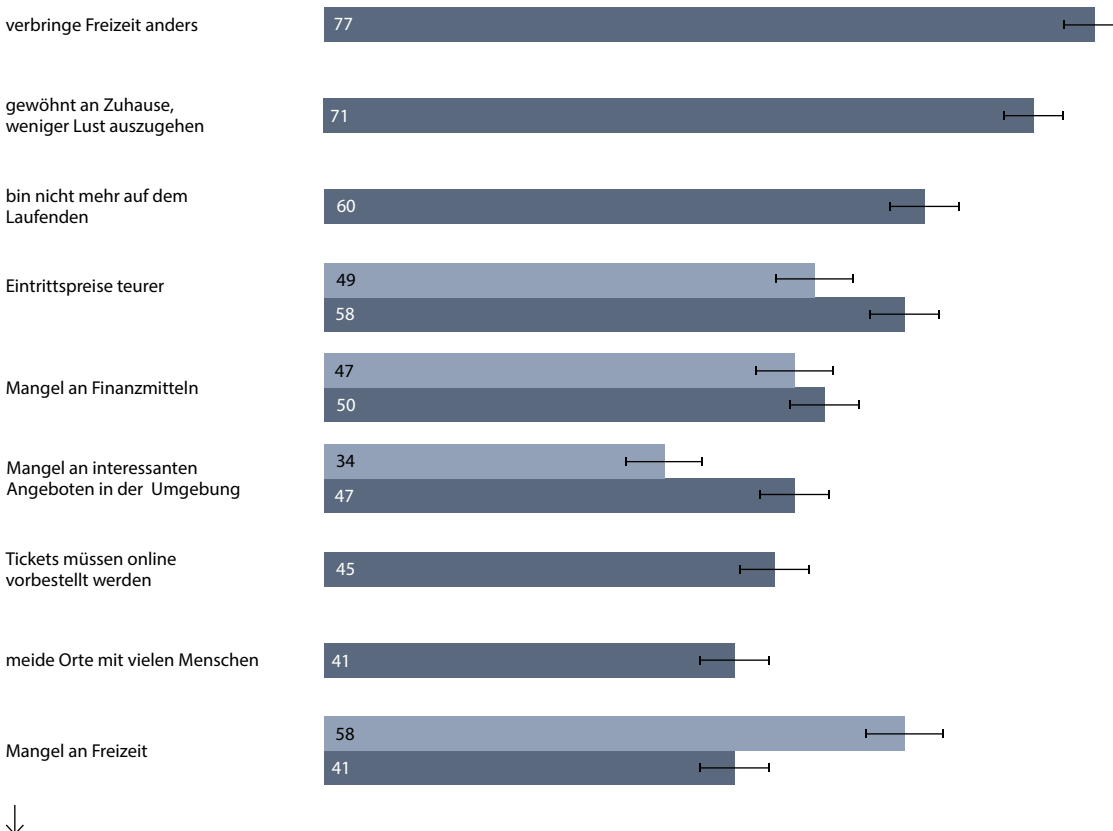
57. Personen, die bei Kultur- und Freizeitangeboten kein Interesse angeben, weisen in der Regel nur wenige Besuche auf, weshalb ihre Entwicklung hier nicht dargestellt wird.

58. Bei den mit Stern markierten Zeilen ist die Differenz zwischen 2019 und 2023 statistisch signifikant ($p \geq 0,05$). Ausreißer bei der Besuchshäufigkeit (oberhalb des jeweiligen 95%-Perzentils) flossen nicht in die Berechnung mit ein.

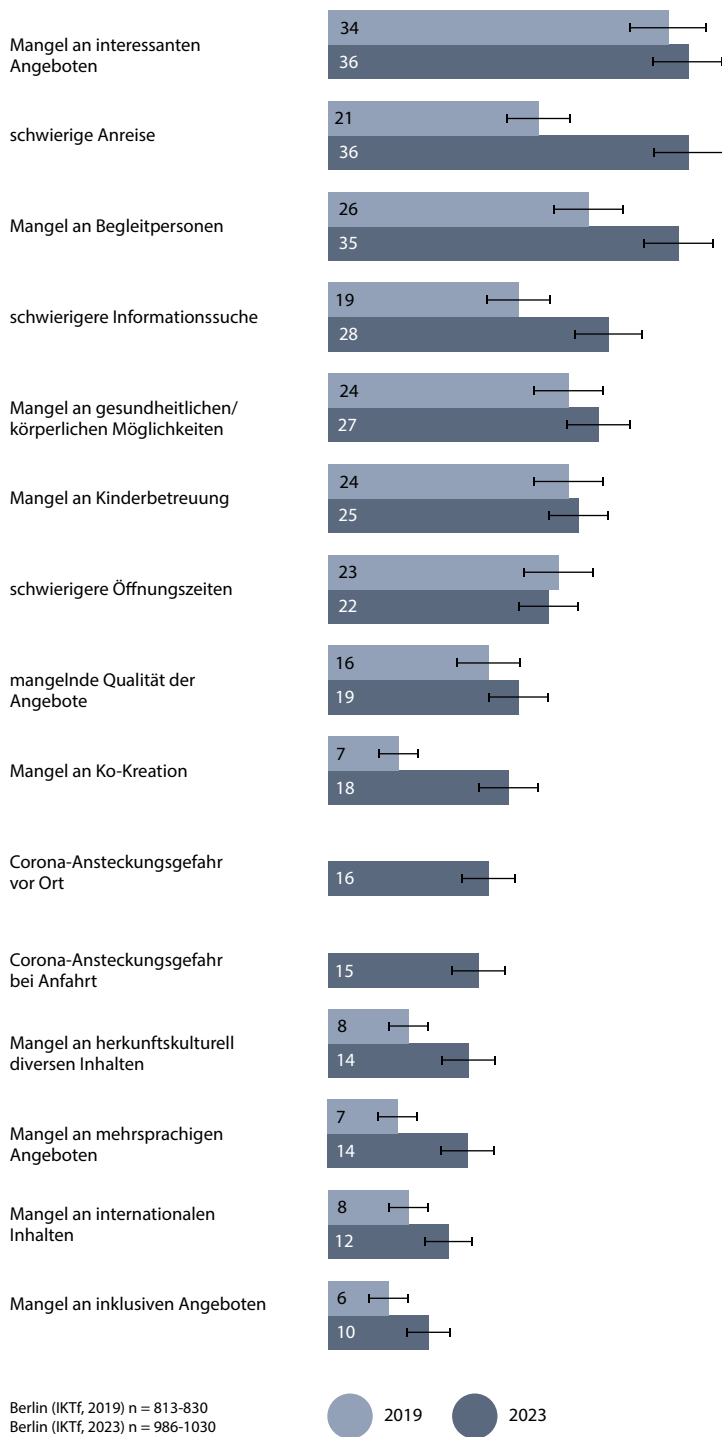
Pandemie fanden sich in Berliner Studien⁵⁹, aber auch in vielen weiteren Untersuchungen auf den ersten drei Plätzen im Ranking in der Regel zu wenig Freizeit, ein Mangel an Finanzmitteln sowie ein Mangel an interessanten Angeboten.⁶⁰ Ein Mangel an Freizeit als Hinderungsgrund für Besuche ist zwischen 2019 und 2021 bereits deutlich gesunken und verbleibt 2023 in etwa auf dem Wert von 2021. Ein Mangel an Finanzmitteln hat zu beiden Zeitpunkten eine gleichbleibende Relevanz für die Befragten. Eine parallele Steigerung der Antworthäufigkeit bei einer ähnlichen Antwortkategorie – teurere Eintrittspreise – ist im Jahr 2023 recht wahrscheinlich als Ausdruck einer von den Befragten generell empfundenen Teuerungsrate zu interpretieren. Es erscheint unwahrscheinlich, dass die Tickets für Kultur- und Freizeitangebote innerhalb von vier Jahren in Berlin tatsächlich einer so merklichen Preissteigerung unterlegen haben. Wahrscheinlicher ist, dass die Finanzlage der Befragten sich über die Pandemie generell angespannt hat und daher auch die finanziellen Möglichkeiten für Kulturbesuche gesunken sind.⁶¹ Ein Mangel an interessanten Angeboten hat im Jahr 2023 unverändert die gleiche Antwortquote wie im Jahr 2019. Alle drei Gründe sind somit auch im Jahr 2023 weiterhin von Relevanz – unter den Top 3 im Ranking befinden sich aber nicht mehr (siehe Abbildung 10).

Stattdessen sind im Jahr 2023 die mit deutlichem Abstand relevantesten Gründe für seltenere Besuche, dass Menschen ihre Freizeit inzwischen anders verbringen (77 %), sich an mehr Zeit zu Hause gewöhnt haben und weniger Lust haben auszugehen (71 %). Sichtbar werden hier deutliche Umgewöhnungs- und Entwöhnungseffekte. **Die Pandemiezeit hat offenbar in der Bevölkerung zu einer Entwöhnung von klassischen Kulturangeboten geführt. Freizeit wird zudem inzwischen generell häufiger zu Hause verbracht.** Damit kristallisiert sich aus den vorliegenden Daten ein Bild heraus, das inzwischen auch mehrere andere Studien in Europa angedeutet haben.⁶² Die in Abbildung 10 aufgeführten Hinderungsgründe unterscheiden sich dabei bei jenen, die seltenere Kulturbesuche angaben, insgesamt nur graduell nach Geschlecht, formalem Bildungsgrad oder sozialem Milieu. Sie stellen insofern bevölkerungsübergreifende Gründe für seltenere Besuchen von klassischen Kulturangeboten dar. Da eine geringe Kulturbesuchsaktivität jedoch verstärkt bei älteren, weniger formal gebildeten sozialen Milieus (insbesondere den Bescheiden-Bürgerlichen und Bodenständigen) angegeben wurde, waren diese Ursachen dort besonders wirkmächtig. Darüber hinaus werden aber noch zusätzliche Alterseffekte deutlich, wie weiter unten im Text aufgezeigt wird.

Abbildung 10: Gründe für seltenere Kulturbesuche 2019/2023 (in Prozent)⁶³



59. Vgl. Allmanritter/Tewes-Schünzel 2022; Allmanritter/Renz/Tewes-Schünzel/Juhnke 2020.
60. Siehe bspw. Mandel 2020; European Commission 2013; Keuchel 2012; Deutscher Bühnenverein 2003; Kirchberg 1996.
61. Zu Auswirkungen der Coronapandemie nach Einkommens- und Bevölkerungsschichtung bereits im Jahr 2021 siehe Goebel/Krause (2021) im aktuellen Datenreport des Statistischen Bundesamts.
62. Vgl. bspw. L’Oeil du Public (Suisse) 2023; The Audience Agency 2023; Müller/Siebenhaar 2023.
63. Das schwarze Intervall am Ende des Balkens gibt die Schwankungsbreite an (95 % - Konfidenzintervall). Dies gilt auch für die folgenden Abbildungen. Fragestellung 2019: Welche Gründe gab es denn, dass Sie Freizeitangebote wie Ausstellungen oder Theateraufführungen, Opern-, Ballett-/Tanztheateraufführungen oder klassische Konzerte in den letzten 12 Monaten seltener besucht haben als in den 12 Monaten davor (Mehrfachantworten möglich)? Fragestellung 2023: Falls Sie Kulturangebote seltener besuchen als vor der Coronapandemie (siehe Frage 10): Welche Gründe gibt es denn, dass Sie Ausstellungen, Theateraufführungen, Opern-, Ballett-/Tanztheateraufführungen oder klassische Konzerte seltener besuchen als vor der Coronapandemie (Mehrfachantworten möglich)?



Eine Abwärtsspirale entsteht: Weniger Besuche führen zu weniger (Folge-)Besuchen, auch positive Mundpropaganda und Multiplikatoreffekte nehmen dadurch ab.

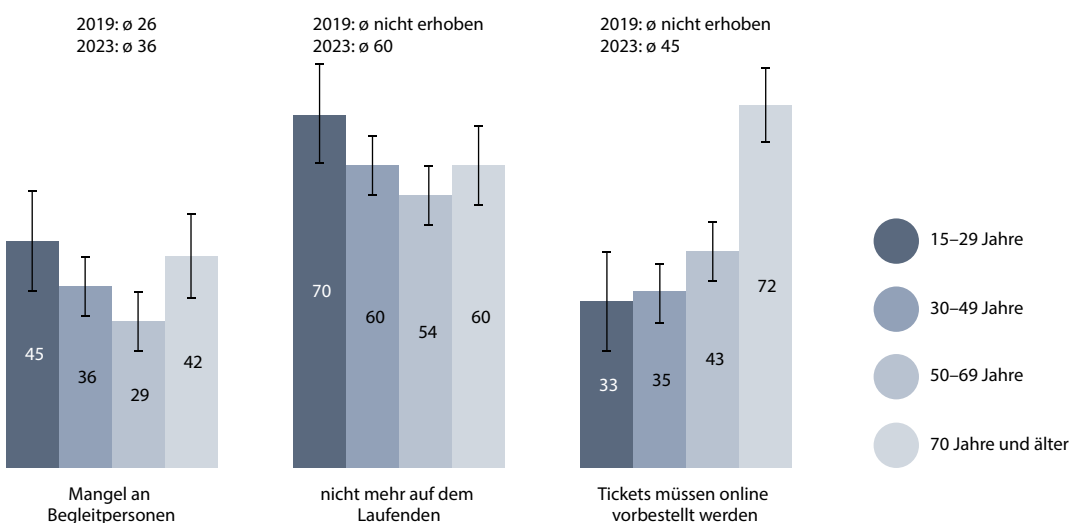
Infolge der beschriebenen Umgewöhnungs- und Entwöhnungseffekte gewinnen durch COVID-19 indirekt bedingt auch weitere Hinderungsgründe an Bedeutung. So steht 2023 auf Platz drei im Ranking der Hinderungsgründe für einen Besuch klassischer Kulturangebote, dass 60 % der Befragten von sich sagen, sie seien, was die Angebote betrifft, nicht mehr auf dem Laufenden (siehe Abbildung 11). Dies äußern vor allem Menschen im Alter zwischen 15 und 29 Jahren. Parallel hat im Vergleich zu 2019 im Jahr 2023 über alle Altersgruppen hinweg ein Mangel an Begleitpersonen weiter zugenommen (2019: 26 %; 2023: 33 %). Dies sagen ebenfalls insbesondere die Jüngeren, aber auch Befragte über 70 Jahre. Wie bereits in Kapitel 4 in diesem Bericht gezeigt wurde, dürfte sich diese Publikumsentwicklung besonders für viele klassische Kulturangebote in den nächsten Jahren als herausfordernd erweisen. Bedeutet dies doch, dass in Einrichtungen mit ohnehin vergleichsweise hohem Publikumsanteil von Menschen im Alter von über 70 Jahren genau diese noch schneller wegbrechen dürften, als bereits über ein rein altersbedingtes Wegfallen abzusehen ist. Zugleich zeigen diese Ergebnisse auf, dass Menschen im Alter zwischen 15 und 29 Jahren postpandemisch noch schwerer für klassische Kulturangebote zu begeistern sein dürften, als

es ohnehin schon der Fall ist. Vielzählige Forschungsberichte zeigen seit Jahren auf, dass sich dieses Nachwuchspublikum im Vergleich zu früheren Generationen verhältnismäßig wenig für klassische Kulturangebote interessiert.⁶⁴

Es entsteht eine Abwärtsspirale: Weniger Besuche führen zu weniger Kenntnis der Angebotslage und damit zu weniger (Folge-)Besuchen. Zugleich fällt positive Mundpropaganda weg und weniger Menschen agieren als Impulsgeber*innen für Besuche im eigenen Umfeld. Letzteres ist an Bedeutung nicht zu unterschätzen, denn positive Mundpropaganda ist in Publikumsbefragungen zumeist die wichtigste Informationsquelle der Besucher*innen vor ihrem Besuch und ein zentraler Impuls für die Besuchsentscheidung.⁶⁵ Wenn der letzte Besuch lange zurückliegt, sind zudem alle generell schlechter über das aktuelle Angebot im Bilde. Wenn dadurch die Besuchsfrequenz weiter sinkt, fallen Besuchsimpulse weiter weg und es findet sich noch seltener Begleitung. Die Folge aus all dem ist dann, dass die Anzahl der Besuche weiter sinkt.

Bereits die Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2021“ zeigte: Für einen nicht unwesentlichen Anteil der Menschen ist eine Computer- und Internetnutzung für Kulturbesuche voraussetzungsreich. Dies galt bereits damals vor allem für Menschen im Alter von über 70 Jahren, von denen rund 30 % sogar sagten, sie nutzen das Internet generell nicht.⁶⁶ So verwundert es auch nicht, wenn dies 2023 wieder insbesondere – aber nicht nur – Menschen im Alter von über 70 Jahren als einen für sie sehr zentralen weiteren Hinderungsgrund nennen. So äußern die älteren Menschen zu 70 %, dass die inzwischen sehr häufige Notwendigkeit der Onlinebestellung von Tickets für sie eine Barriere darstellt. Auch wenn andere Studien zeigen, dass inzwischen auch diese Bevölkerungsgruppe sich grundsätzlich im Internet bewegt,⁶⁷ fühlt sie sich zumindest bei digitalen Ticketkäufen nicht souverän. Dies stellt allerdings nicht nur für ältere Menschen eine Herausforderung dar: Dass Tickets online vorbestellt werden müssen, ist 2023 für fast die Hälfte der Berliner*innen ein Grund für seltenere Besuche klassischer Kulturangebote (siehe Abbildung 11). Dies gilt vergleichsweise am wenigsten für die Jüngeren: „Nur“ knapp ein Drittel der 15 bis 29-Jährigen nennt diesen Grund. Auch wenn es für die Mehrheit der Bevölkerung nicht problematisch erscheint, ist es wichtig, dass es auch andere Wege gibt, Tickets zu erwerben, und dies weiträumig bekannt ist. Unklar bleibt an dieser Stelle, ob diese starke Abneigung gegenüber der Onlinebestellung von Tickets tatsächlich generell und langfristig stabil bestehen wird. Sie könnte zum Befragungszeitpunkt auch noch von der negativen Erinnerung an unflexible Zeitfensterkarten in Museen oder von der Verknappung der Ticketkapazitäten bei Theatern während der Pandemie geprägt gewesen sein. Auf diese Frage könnte eine Folgestudie Antworten geben. Alternativ könnten hierzu sicherlich auch die großen Onlineticketportale Auskunft geben.

Abbildung 11: Gründe für seltenere Kulturbesuche nach Altersgruppen (in Prozent)



Berlin (KtF, 2023) n = 1011–1024
 Berlin (KtF, 2019) n = 820–824

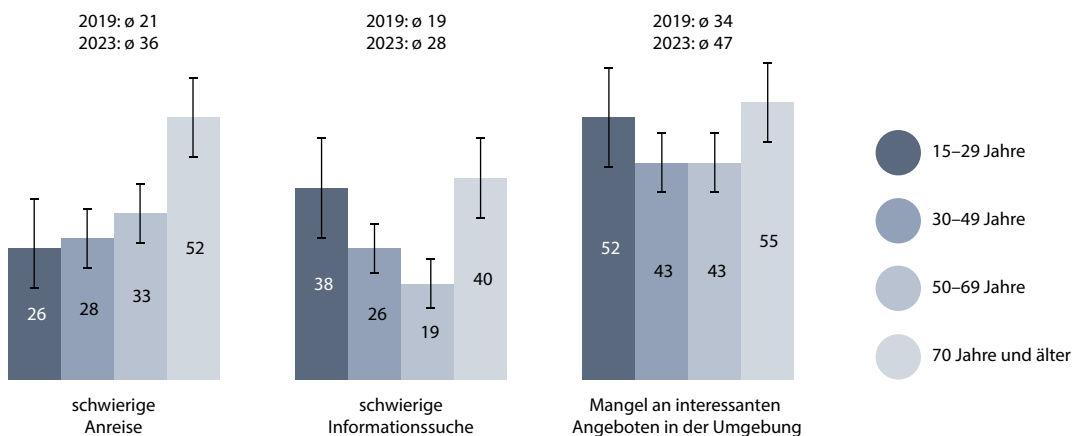
64. Vgl. bspw. Keuchel/Wiesand 2006; Keuchel/Larue 2012.
 65. Vgl. bspw. Glogner-Pilz/Föhl 2011.
 66. Vgl. Allmanritter/Tewes-Schünzel 2023, 2022.
 67. Vgl. bspw. die regelmäßigen ARD/ZDF-Onlinestudien.

Bei den Berliner*innen ist die Bereitschaft gesunken, Aufwand für die Organisation und Umsetzung von Besuchen klassischer Kulturangebote auf sich zu nehmen.

Trotz einer sicherlich nicht grundlegend veränderten Ausgangslage in Berlin werden 2023 eine Reihe von Hinderungsgründen für Besuche im Vergleich zu 2019 wesentlich häufiger genannt (siehe Abbildung 12). Auf Basis der vorliegenden Befragungsergebnisse ist daher von Folgendem auszugehen: **Die pandemiebedingten Umgewöhnungs- und Entwöhnungseffekte senken die Motivation in der Bevölkerung, für Besuche klassischer Kulturangebote Aufwand zu betreiben.** Es handelt sich dabei um Gründe rund um die Organisation und Umsetzung von Besuchen wie ein Mangel an interessanten Angeboten in der Umgebung (2019: 34 %; 2023: 47 %), eine schwierigere Anreise (2019: 21 %; 2023: 36 %) oder eine schwierigere Informationssuche (2019: 19 %; 2023: 28 %). Der hier herausgelesene Wunsch nach mehr Bequemlichkeit bei der Organisation und Umsetzung von Besuchen klassischer Kulturangebote mag daran liegen, dass die Umgewöhnungs- und Entwöhnungseffekte zu einer niedrigeren Priorität der Besuche führten. Möglicherweise spielt hier aber auch mit hinein, dass vielen Menschen nach der langen Pandemiezeit und dem andauernden gesellschaftlichen Krisenmodus die Kraft fehlt, mit (gefühlter) viel Aufwand auszugehen.

Ein Blick auf die Altersverteilung bei den Antworten zeigt, dass eine schwierigere Informationssuche besonders häufig von Befragten zwischen 15 und 29 Jahren, aber auch von Menschen im Alter von 70 Jahren und älter geäußert wird. Bei Letzteren wird auch eine schwierige Anreise signifikant häufiger als Hinderungsgrund genannt. Möglicherweise führt gerade bei ihnen die pandemiebedingt verringerte Aktivität nachhaltig zu einem starken Rückzug von der Außenwelt. Eine Betrachtung nach sozialen Milieus zeigt hier, dass insbesondere das häuslichere ältere Milieu der Bescheiden-Bürgerlichen (52 %) in Bezug auf die schwierige Anreise besonders hohe Werte erreicht.⁶⁸ Da für die Altersgruppe ab 70 Jahren zwischen 2019 und 2023 aber auch Themen wie Inklusion und Barrierefreiheit an Bedeutung gewonnen haben, hat sich möglicherweise ihr körperlich-gesundheitlicher Zustand in den letzten Jahren durch eine pandemiebedingt verstärkte soziale Distanzierung und Inaktivität verschlechtert. Eine Verschlechterung ihrer psychosozialen Gesundheit ist als Begründung für seltenere Kulturbesuche hingegen eher unwahrscheinlich. Mehrere Studien kamen zu dem Erkenntnis, dass soziale Isolation sich während der Pandemie bei jüngeren Menschen negativer auf diesen Gesundheitsaspekt ausgewirkt hat als bei älteren Menschen.⁶⁹ Wichtig ist an dieser Stelle der erneute Hinweis, dass es vor allem die Altersgruppen im Alter von über 50 Jahren sind, die in vielen klassischen Kultureinrichtungen das Stammpublikum ausmachen, sowie deren potenzielles Nachwuchspublikum im Alter von 15 bis 29 Jahren. Die Betroffenheit dieser beiden Altersgruppen sollte im Kulturbereich somit zu einem verstärkten Aufhorchen führen.

Abbildung 12: Gründe für seltenere Kulturbesuche nach Altersgruppen (in Prozent)



Berlin (IKTf, 2023) n = 1011–1024
 Berlin (IKTf, 2019) n = 822–824

68. Da bei dieser Auswertung nur jene 957 Personen herangezogen werden können, die seltenere Kulturbesuche im Vergleich zum vorpandemischen Zeitraum angegeben haben, ist eine feingliedrige Aufschlüsselung nach sozialen Milieus in Ermangelung ausreichender Fallzahlen nicht immer möglich. Sie werden im Text deshalb nur ausgewiesen, wenn sich eindeutige Trends abzeichnen.

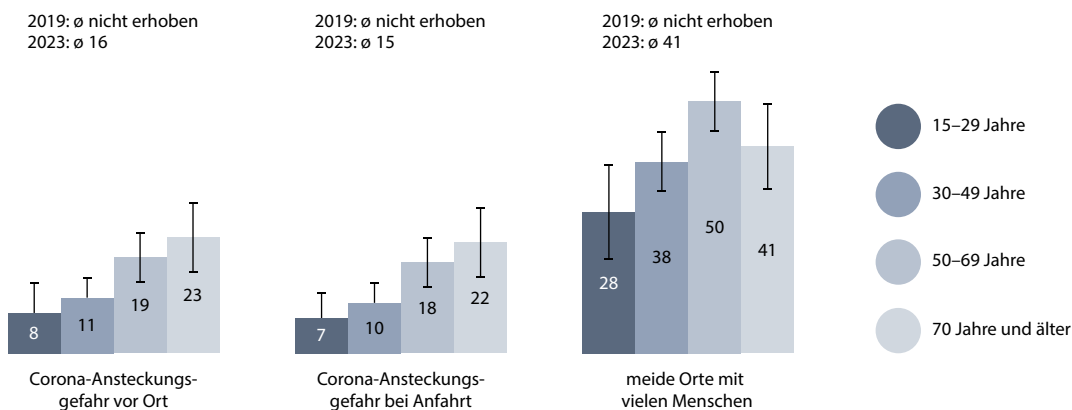
69. Vgl. bspw. zusammenfassend Welzel et al. 2021.

5.3 Die Bedeutung von gesamtgesellschaftlichen Themen für Kulturbesuche

Die Sorge vor Krankheitsansteckung ist in der Gesamtbevölkerung bei Weitem nicht mehr so hoch wie 2021 – vor allem bei Älteren ist sie aber zum Dauerthema geworden.

In der Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2021“ war es noch über die Hälfte der Berliner*innen, die aus Sorge vor Krankheitsansteckung sehr vorsichtig mit Kulturbesuchen waren.⁷⁰ Inzwischen ist die Sorge vor einer Krankheitsansteckung auf dem Weg zu oder bei dem Besuch von klassischen Kulturangeboten bei Weitem nicht mehr so hoch wie 2021. Für eine kleine, sehr wahrscheinlich vulnerable Gruppe von 15 % der Berliner*innen ist dies aber auch im Sommer 2023 noch ein Hinderungsgrund. Dabei machen sich Jüngere im Alter zwischen 15 und 29 Jahren hierzu mit einem Antwortanteil von unter 10 % inzwischen am wenigsten Gedanken. Mit zunehmendem Alter steigt die Bedeutung dieser Sorge und liegt bei den über 70-Jährigen bei über 20 % (siehe Abbildung 13).

Abbildung 13: Gründe für seltenere Kulturbesuche nach Altersgruppen (in Prozent)



Berlin (IKTf, 2023) n = 1014–1020

Dabei deutet sich zugleich an, dass sich nicht für die Älteren, sondern für weite Teile der Bevölkerung die Präferenzen bei Besuchen von klassischen Kulturangeboten nachhaltig verschoben haben könnten. Trotz Befragungszeitraums im Sommer meidet ein überraschend großer Teil der Befragten noch immer Orte mit vielen Menschen (knapp 40 %) (siehe Abbildung 13). Auch dieser Hinderungsgrund spielt für Menschen im Alter von über 50 Jahren die größte Rolle (40–50 %). Letzteres erscheint vor dem Hintergrund plausibel, dass ältere Menschen als Risikogruppe für schwere Infektionsverläufe gelten und vor allem sie während der Pandemie zu sozialer Distanzierung aufgerufen wurden. Allerdings könnte hier auch eine pandemiebedingt erprobte Vorsichtigkeit zum inzwischen verstetigten Besuchsverhalten geworden sein. Denn auch wenn Angst vor einer Krankheitsansteckung bei den Jüngeren fast keine Rolle mehr spielt, ist auch bei ihnen (inzwischen) eine Abneigung für Orte mit vielen Menschen verbreitet (knapp 30 %). Dies verwundert vor dem Hintergrund, dass diese Abneigung sich trotz einer zu diesem Zeitpunkt hohen Anzahl an Veranstaltungen im Außenraum geäußert wird. Im Sommer 2023 meldeten beispielsweise größere Open-Air-Festivals in Deutschland, dass ihnen – wenn überhaupt – bezüglich Auslastungsherausforderungen vor allem Preissteigerungen und eine gestiegene Preissensibilität ihrer Besucher*innen zu schaffen machen.⁷¹ Wahrscheinlich bezieht sich jedoch die Sorge um Menschenansammlungen insbesondere auf Veranstaltungen in Innenräumen, die im Jahr 2021 noch von 67 % der Befragten kritisch wahrgenommen wurden. Bei klassischen Kulturangeboten wie Ausstellungen, Theateraufführungen, Opern-, Ballett-/Tanztheateraufführungen oder klassischen Konzerten dürfte der Großteil des Angebots nicht Open Air stattfinden. Inwieweit sich ein Meiden von Orten mit vielen Menschen als langfristiger Trend verfestigen wird, werden zukünftige Studien zeigen müssen.

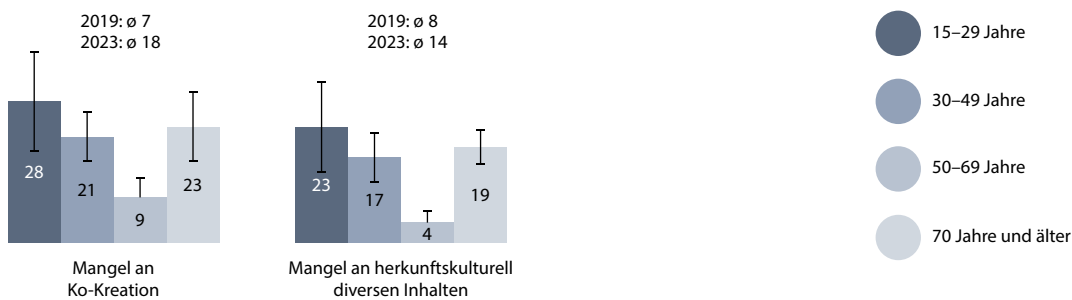
70. Vgl. Tewes-Schünzel/Allmanritter 2022.

71. Vgl. Baumgart 2023.

Ein inhaltlicher Trend zeichnete sich bereits 2019 ab, hat aber im Jahr 2023 noch einmal an Stärke gewonnen: Die Relevanz von Diversitätsthemen steigt in der Bevölkerung.

Mit Blick auf mögliche Besuchsreize lohnt zugleich eine vertiefende Betrachtung zweier weitere Hinderungsgründe für Besuche von Ausstellungen, Theateraufführungen, Opern-, Ballett-/Tanztheateraufführungen oder klassischen Konzerten. In der Zeitreihe der Berliner Bevölkerungsbefragungen zeigt sich: **Ein bereits 2021 messbarer Wunsch nach einer stärkeren Berücksichtigung von Diversitätsthemen hat sich 2023 noch weiter verstärkt – insbesondere bei jüngeren Altersgruppen.** Sprich: Themenfelder wie eine mangelnde herkunftskulturelle Diversität, Mehrsprachigkeit und Internationalität bei klassischen Kulturangeboten gewinnen zwar langsam, aber stetig in der gesamten Bevölkerung an Bedeutung (zusammengefasst 2019 rund 10 % und 2023 fast 15 %) (siehe Abbildung 14). Dies verwundert wenig, denn Berlin verfügt statistisch gesehen über eine herkunftskulturell sehr diverse Bevölkerung, die ihre eigene Lebensrealität von den Angeboten oftmals nicht ausreichend berücksichtigt sieht.⁷² Insgesamt knapp 37 % der Berliner*innen haben laut Amt für Statistik eine Einwanderungsgeschichte. In einzelnen Bezirken wie beispielsweise Mitte, Wedding und Gesundbrunnen sind es sogar ca. 55 %, in Neukölln ca. 48 %. Diese Berliner*innen sind entweder selbst seit dem Jahr 1950 in das heutige Staatsgebiet Deutschlands eingewandert oder sie sind die Kinder von Einwanderer*innen.⁷³

Abbildung 14: Gründe für seltenere Kulturbesuche nach Altersgruppen (in Prozent)



Berlin (IKTf, 2023) n = 993–988
 Berlin (IKTf, 2019) n = 814–819

Eine stärkere Berücksichtigung von Diversitätsthemen spielt gemäß den 2023er-Daten insbesondere für jüngere Altersgruppen zwischen 15 und 29 Jahren (23 %) eine wichtige Rolle. In leicht geringerem Maße ist dies aber auch für die 30- bis 49-Jährigen und Menschen im Alter von 70 Jahren und älter relevant (17–19 %). Für die 50- bis 59-Jährigen spielt dieser Aspekt jedoch mit 4 % nur eine sehr geringe Rolle (siehe Abbildung 14). Mit Rückblick auf die Studie „InterKulturBarometer“ des Zentrums für Kulturforschung von 2012 ließe sich diese Altersverteilung in den Antworten unter Umständen über einen Generationeneffekt erklären.⁷⁴ Laut dieser Studie sei das Interesse an Diversitätsthemen bei der ersten, oftmals älteren Einwanderungsgeneration und ihren Enkeln in der dritten Generation stärker ausgeprägt als bei der mittleren Generation. Letztere, also die zweite Generation, sei „möglicherweise eher noch vom Wunsch geprägt [...], dazuzugehören und eben nicht (ausschließlich) über ihre Herkunft als Person definiert zu werden“.⁷⁵ Hierzu liegen aber über die Daten der Berliner Bevölkerungsbefragung hinaus keine Hinweise vor, da dieser Aspekt nicht erhoben wurde. Interessant wäre zu wissen, ob sich diese Affinität zu Diversitätsthemen nur in der Bevölkerungsbefragung zeigt oder auch einzeln betrachtet im Publik der Einrichtungen bei denselben Altersgruppen. Wäre dies der Fall, bräuchten klassische Kulturangebote sich wenig Sorge machen, dass ein Shift in diese Richtung ihr Publikum zukünftig womöglich fernhalten könnte. Ansonsten müsste das bestehende Publikum letztlich schnellstmöglich daran „gewöhnt“ werden, sollen mit den Angeboten mehr und andere Menschen erreicht werden. Es ist schlicht nicht vertretbar, dass das bestehende Publikum sonst direkt oder indirekt verhindert, dass ein Wandel der Einrichtung zu mehr Diversität gebremst wird. Auch zu der Frage, inwieweit Menschen mit (sichtbaren) Diversitätsmerkmalen Diskriminierung ganz allgemein beim Kulturbesuch ausgesetzt sind, lassen sich aus der vorliegenden Befragung Antworten ziehen. Eine Sonderauswertung der hierzu im Fragebogen enthaltenen Fragen erfolgt voraussichtlich im Laufe von 2024 oder 2025. Zur Haltung des bestehenden Publikums klassischer Kulturangebote zu Diversitätsthemen allgemein konnten für diesen Bericht keine öffentlich zugänglichen Besucher*innenforschungsquellen gefunden werden.

72. Siehe Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2023.

73. Vgl. Statistisches Bundesamt 2023.

74. Bei dieser gedanklichen Verknüpfung mit Generationen ist allerdings zu berücksichtigen, dass sich Migrant*innen-generationen in Deutschland nach Verweildauer, Geburtsstatus und formaler Schulbildung unterscheiden, vgl. Keuchel 2012, 2011. Vor allem Letztere steht laut vielfältigen Studien sehr deutlich in Beziehung zu kultureller Teilhabe, siehe hierzu bspw. Keuchel/Wiesand 2006.

75. Keuchel 2011: 7.

Ein weiterer inhaltlicher Trend deutete sich bereits 2019 an, hat aber im Jahr 2023 noch einmal an Relevanz gewonnen: der Wunsch nach Mitgestaltung von klassischen Kulturangeboten.

Die Möglichkeit, sich bei klassischen Kulturangeboten bzw. deren Programm aktiv einzubringen, ist erneut vor allem Menschen im Alter von unter 30 Jahren ein Anliegen (28 %), doch auch 30- bis 49-Jährige und über 70-Jährige haben hieran ein Interesse (21 %/23 %) (siehe Abbildung 14). Sprich: **Auch der bereits 2021 bestehende Wunsch nach größeren Optionen bei der Mitgestaltung von klassischen Kulturangeboten hat sich 2023 verstärkt – auch hier insbesondere bei den jüngeren Altersgruppen.** Dieses Ergebnis lässt sich sehr wahrscheinlich damit begründen, dass die Grenzen zwischen Sender*in und Empfänger*in, zwischen Produzent*in und Konsument*in durch die Digitalisierung zusehends verschwinden. Ko-kreative Angebote und Prozesse werden im Kulturmanagement daher immer wichtiger.⁷⁶ Zugleich sind die beiden Altersgruppen der 15- bis 29-Jährigen und der 30- bis 49-Jährigen als „Digital Natives“ in die (aufkommende) digitale Welt hineingeboren worden, das heißt, sie kennen im Unterschied zu den vor 1980 geborenen „Digital Immigrants“ gar keine andere Welt. Auch wenn ältere Generationen ebenso mit den neuen Medien umgehen können, als wären sie damit groß geworden – bei jüngeren Menschen dürfte dies statistisch gesehen eine größere Selbstverständlichkeit haben.⁷⁷ Das vergleichsweise hohe Interesse der über 70-Jährigen kann nur Gegenstand von Vermutungen sein. Vielleicht haben die älteren Berliner*innen im Ruhestand hierfür besondere zeitliche Ressourcen. Vielleicht ist es ebenfalls eine Generationenfrage und es sind die sogenannten Alt-68er, die den Slogan „Kultur für alle und mit allen“⁷⁸ prägten und daher hierfür eine besondere Affinität haben. Warum die 50- bis 69-Jährigen hingegen an solchen Möglichkeiten der Ko-Kreation vergleichsweise wenig Interesse zu haben scheinen (9 %), lässt sich ebenfalls nur vermuten. Vielleicht ist bei ihnen als einer Art Zwischengeneration hierfür einfach kein Interesse vorhanden. Auch hier stellt sich die Frage, ob die Lust auf Ko-Kreation auch bei einer singulären Befragung des Publikums gleicher Altersgruppen in den Einrichtungen feststellbar wäre. Hierzu liegen jedoch unseres Wissens keine öffentlich verfügbaren Daten vor. Für die Einrichtungen wären dies äußerst relevante Informationen, denn wenn sie etwa darüber nachdenken würden, verstärkt auf diese Strategie zu setzen, könnten Zahlen hierzu für eine Prognose nützen, wie das derzeitige Publikum hierauf reagieren wird.

76. Vgl. bspw. Holst 2020.

77. Schnittmengen bei den Altersgruppen zu diesen Generationsbezeichnungen gibt es mit der Generation Y (1977–1998, auch Millennials genannt) und der Generation Z (1998–heute), vgl. bspw. Mbuti 2019.

78. Vgl. Hofmann 1979.

6. Einstellungs- und Verhaltensmuster rund um klassische Kulturangebote im Wandel: Zeitreihe 2019–2023

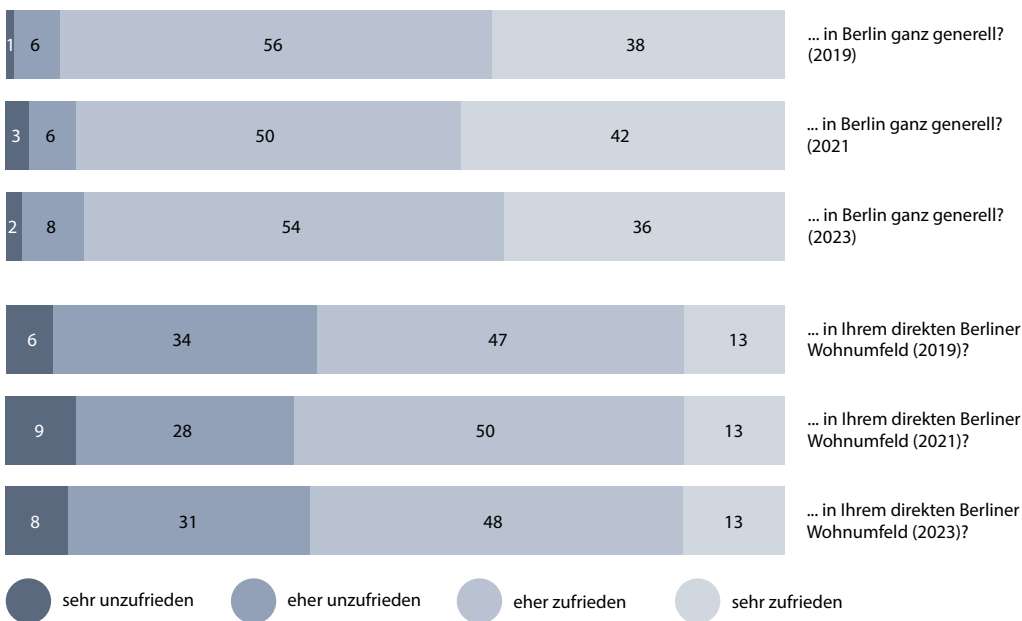
6.1 Zufriedenheit mit dem Kulturangebot in Berlin

Die Berliner*innen schätzen ihre Kulturangebote sehr – im direkten Wohnumfeld wird die Angebotslage aber als nicht ausreichend empfunden.

Die generelle Zufriedenheit der Berliner*innen mit dem Kulturangebot der Hauptstadt ist kontinuierlich äußerst hoch. Auf die Frage, wie zufrieden sie mit dem Berliner Kulturangebot seien, antworteten 2019, 2021 und 2023 jeweils stabil überwältigende knapp 90 % der Befragten, sie seien mindestens zufrieden (siehe Abbildung 15). Sprich: **Die COVID-19-Pandemie hat bezüglich der Zufriedenheitswerte mit dem Berliner Kulturangebot in der Bevölkerung keinerlei Veränderungen bewirkt.** Dies spricht stark dafür, dass für sie die Breite und Qualität des Kulturangebots auch über die Krisenjahre hinweg nicht merklich abgenommen hat. Verantwortlich hierfür dürfte sicherlich auch ein schnelles Eingreifen der Berliner Kulturpolitik und -verwaltung mit Coronahilfen für die Kultur gewesen sein. Soziodemografische Faktoren wie formale Bildung, Alter, Geschlecht und Einkommen, aber auch die Milieuzugehörigkeit üben an dieser Stelle nur einen schwachen Einfluss auf das Antwortverhalten der Befragten aus.

Abbildung 15: Zufriedenheit mit Kulturangebot der Hauptstadt 2019/2021/2023 (Angaben in Prozent)

Wie zufrieden sind Sie mit dem Kulturangebot...



Berlin (IKTf, 2019) n = 3326 / 3286
 Berlin (IKTf, 2021) n = 3414 / 3311
 Berlin (IKTf, 2023) n = 3365 / 3266

Die Zufriedenheit mit dem Kulturangebot rund um den eigenen Wohnort pendelt sich bei stabilen Werten um 60 % deutlich niedriger als die Gesamtzufriedenheit ein (siehe Abbildung 15). Dabei sind Berliner*innen in der Altersgruppe der 15- bis 29-Jährigen (50 %) tendenziell am stärksten unzufrieden. Ein Blick auf die sozialen Milieus zeigt, dass es dabei überdurchschnittlich häufig um Personen aus dem Unterhaltungsmilieu handelt, die das Kulturangebot auch vergleichsweise wenig nachfragen. Aber auch Befragte, die diese Angebote im Vergleich besonders häufig nachfragen, sind in nicht unwesentlichen Anteilen mit den Angeboten im unmittelbaren Wohnumfeld unzufrieden. Denn auch 34 % der Befragten mit (Fach-)Hochschulabschluss und 30 % der über 60-Jährigen geben dies an. Vergleichsweise geringe Unterschiede zeigen sich an dieser Stelle in Bezug auf Einkommen oder Geschlecht.

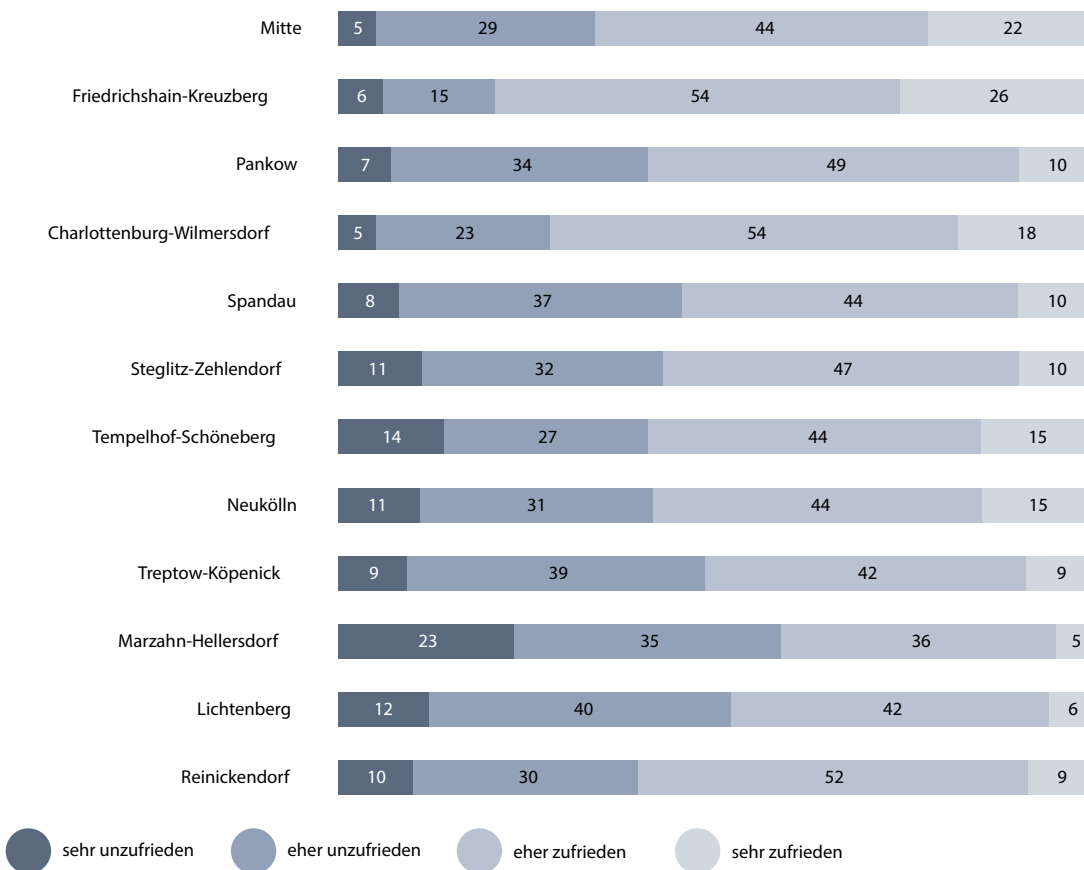
Auf den ersten Blick sieht es so aus, als ob keine Verbesserung des Kulturangebots rund um den eigenen Wohnort aus Sicht der Berliner*innen seit 2019 erfolgt ist. Ist dies tatsächlich der Fall, könnte es an mangelnden Ressourcen im Kulturbereich für einen Ausbau dieser Angebote während der Pandemiezeit oder an zeitweisen Schließzeiten von Kultur- und Freizeitangeboten gelegen haben. Es könnte auch bedeuten, dass im Zeitraum seit 2019 eine verstärkte Förderung bezirklicher Kulturangebote seitens der Berliner Senatskulturverwaltung zumindest bislang noch zu keiner höheren Zufriedenheit mit der Angebotslage vor Ort geführt hat. Abschnitt 5.2 innerhalb dieses Berichts schlägt allerdings noch eine weitere Lesart der Ergebnisse vor: Vielleicht spielt hier auch eine Rolle, dass die Pandemiezeit bei großen Teilen der Bevölkerung zu einer Entwöhnung von Kultur- und Freizeitangeboten geführt hat. Denn in diesem Zusammenhang ist anscheinend auch die Motivation gesunken, für entsprechende Besuche Aufwand zu betreiben. Auf den ersten Blick wirkt es widersinnig, dass bei den Hinderungsgründen für häufigere Besuche ein Mangel an interessanten Angeboten in der Umgebung seit den letzten Bevölkerungsbefragungen an Bedeutung gewinnt, die diesbezüglichen globalen Zufriedenheitswerte aber gleich bleiben.

Zwei Erklärungsansätze bieten sich dafür an: Möglicherweise ist der Anteil derjenigen an der Befragung, die diesen Mangel als Besuchshinderungsgrund angeben, in absoluten Zahlen so gering, dass er auf die Gesamtzufriedenheit mit den Angeboten im Wohnumfeld statistisch kaum Einfluss nimmt. Denkbar ist zweitens, dass die Gesamtzufriedenheit mit den Angeboten im Wohnumfeld 2023 an sich größer ausfallen würde, wenn nicht gleichzeitig der Wunsch nach Bequemlichkeit bei Kultur- und Freizeitbesuchen gestiegen wäre.

Es zeigen sich deutliche Effekte bei der Zufriedenheit nach Wohnlage: Am besten schneiden die Innenstadtbezirke ab, in Außenbezirken sieht die Lage schlechter aus.

Die höchsten Zufriedenheitswerte erzielen Innenstadtbezirke. Die höchsten Werte finden sich in Friedrichshain-Kreuzberg mit 80 %, Charlottenburg-Wilmersdorf mit 72 % und Mitte mit 67 %. Mit einer Zufriedenheit von knapp unter 60 % schneiden aber auch erneut die nicht in der direkten Innenstadt gelegenen Bezirke Reinickendorf, Pankow, Tempelhof-Schöneberg, Neukölln und Steglitz-Zehlendorf vergleichsweise gut ab. In nicht so zentral gelegenen Bezirken fällt die Zufriedenheit deutlich niedriger aus. In Spandau, Treptow-Köpenick und Lichtenberg liegt der Anteil der Zufriedenen auch 2023 nur noch bei rund 50%. Darunter liegen mit knapp über 40 % nur noch die Zufriedenheitswerte von Marzahn-Hellersdorf im Nordosten der Stadt (siehe Abbildung 16).

Abbildung 16: Zufriedenheitswerte mit Kulturangebot im direkten Wohnumfeld nach Bezirk 2023

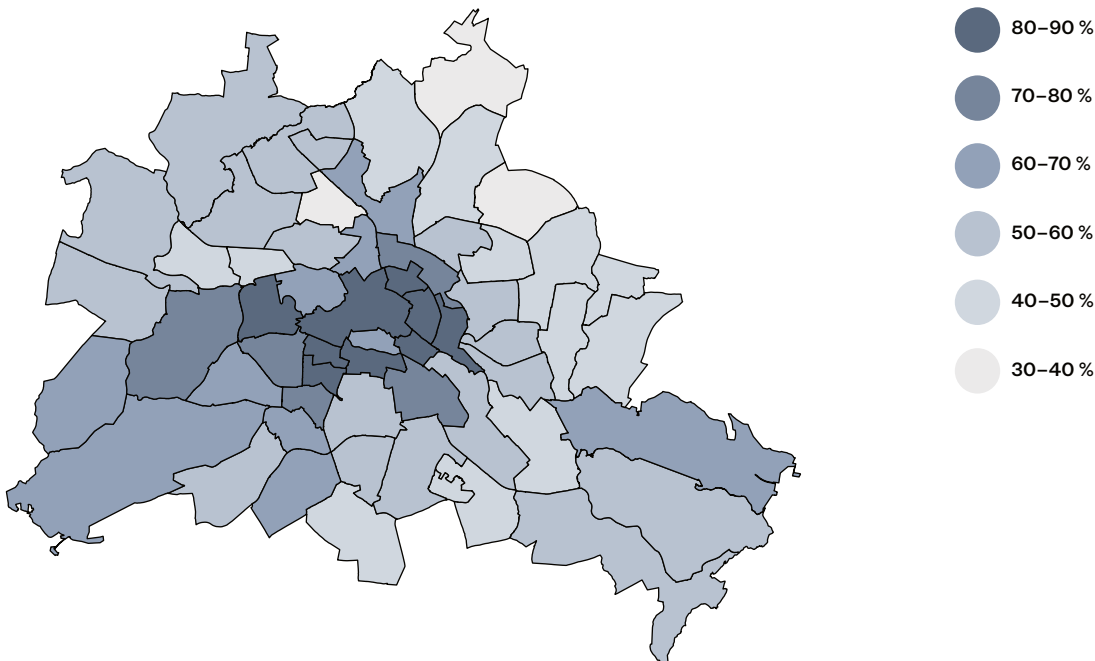


Berlin (IKTf, 2023) n = 192–431

Eine Zusammenfassung der drei Erhebungswellen von 2019–2023 erlaubt dabei eine kleinräumigere Analyse der Zufriedenheit mit dem wohnortnahen Kulturangebot (vgl. Abbildung 17). Für die räumliche Aufteilung wurden dabei die 58 Prognoseräume der Lebensweltlich orientierten Räume (LOR) Berlins herangezogen. Deutlich wird, dass die Zufriedenheitswerte mit dem Kulturangebote in Innenstadtnähe erheblich höher ausfallen als am Stadtrand. Ebenfalls lässt sich die Tendenz erkennen, dass der Südwesten der Stadt etwas zufriedener ist als der Nordosten, wo die niedrigsten Werte festgestellt wurden. Einerseits zeigt ein Vergleich mit der räumlichen Verteilung der sozialen Milieus (vgl. Abbildung 3) ebenfalls deutlich, dass jene Stadtteile mit einem hohen Anteil an Vielbesucher*innen von Kultur- und Freizeiteinrichtungen (Gehoben-Moderne, Prekäre Avantgarde) tendenziell in Bezirken mit einem höheren Zufriedenheitsgrad wohnen. Andererseits dürften sich die hohen Zufriedenheitswerte in Stadtteilen innerhalb des Stadtzentrums mit einem dort größeren Angebot von Kultur- und Freizeitangeboten

erklären lassen. Seit 2022 arbeitet das IKTf an einer Auftaktstudie zur Feststellung des „Status Quo der Kulturellen Bildungsarbeit in Berlin“. Hierüber dürften nicht nur verschiedenste Akteur*innen im Stadtraum identifiziert werden, die zum Kulturangebot in den verschiedenen Bezirken beitragen. Es dürfte darüber ebenfalls herausgestellt werden, mit welchen Akteur*innen die landesgeförderten Kulturangebote Berlins in einem Radius um sie herum in den Stadtraum hineinwirken.⁷⁹

Abbildung 17: Anteil zufriedener Personen mit dem Kulturangebot in Wohnortnähe nach LOR-Prognoseräumen 2019–2023



Zugleich wurde die Bedeutung des Themenfelds einer flächendeckenden kulturellen Teilhabe in Berlin von den politisch Verantwortlichen offenbar erkannt. Es erscheint nicht als realistisch, dass die Außenbezirke für ihre Bewohner*innen in absehbarer Zukunft ein den innenstädtischen Bezirken vergleichbares Angebot vorhalten können. Mehr Kulturangebote jenseits der Innenstadt müssen jedoch nicht gleich eine Neugründung von Kultureinrichtungen in den Außenbezirken bedeuten. So könnte etwa eine größere Mobilität der Kultur- und Freizeitangebote gefördert werden. Seit 2019 wurden vor diesem Hintergrund verstärkt Fördermittel für Aktivitäten der landesgeförderten Kultureinrichtungen außerhalb ihrer eigenen Häuser oder zusammen mit Akteur*innen im Stadtraum investiert. So konnte in der 19. Wahlperiode das aus dem Kulturerat geförderte Modellprojekt „Vermittlungs- und Outreach-Kuratorinnen und -Kuratoren in den Berliner Landesmuseen und -gedenkstätten“ als dauerhafte Förderung im Landeshaushalt verankert werden. In derselben Regierungsperiode wurde zudem die Förderlinie „Jugendkulturinitiative“ auf den Weg gebracht, bei der sich landesgeförderte Kultureinrichtungen ebenfalls aus ihren angestammten Häusern mit Fokus auf sozial benachteiligte Stadtteile in den Stadtraum hineinbewegen.⁸⁰ Die Wirkung dieser Maßnahmen kann sich jedoch nur langfristig entfalten. Zentraler Erfolgsfaktor ist dabei eine Verstetigung dieser Ansätze. Denn über eine reine Projektförderung können zwar sicherlich Impulse gesetzt, aber wohl eher selten langfristige Veränderungen bewirkt werden.

6.2 Einstellungen zu Kulturangeboten

Die öffentliche Förderung klassischer Kulturangebote wird von der Bevölkerung deutlich bejaht, mehr als ein Drittel fühlt sich aber von den geförderten Angeboten nicht angesprochen.

Die Förderung klassischer Kulturangebote mit öffentlichen Mitteln wird in empirischen Studien in Deutschland bislang regelmäßig von einer überwältigen Mehrheit der Bevölkerung befürwortet.⁸¹ Dies gilt auch für Berlin, wie sich im Vergleich zur Bevölkerungsbefragung 2019 deutlich ablesen lässt: **Konstant**

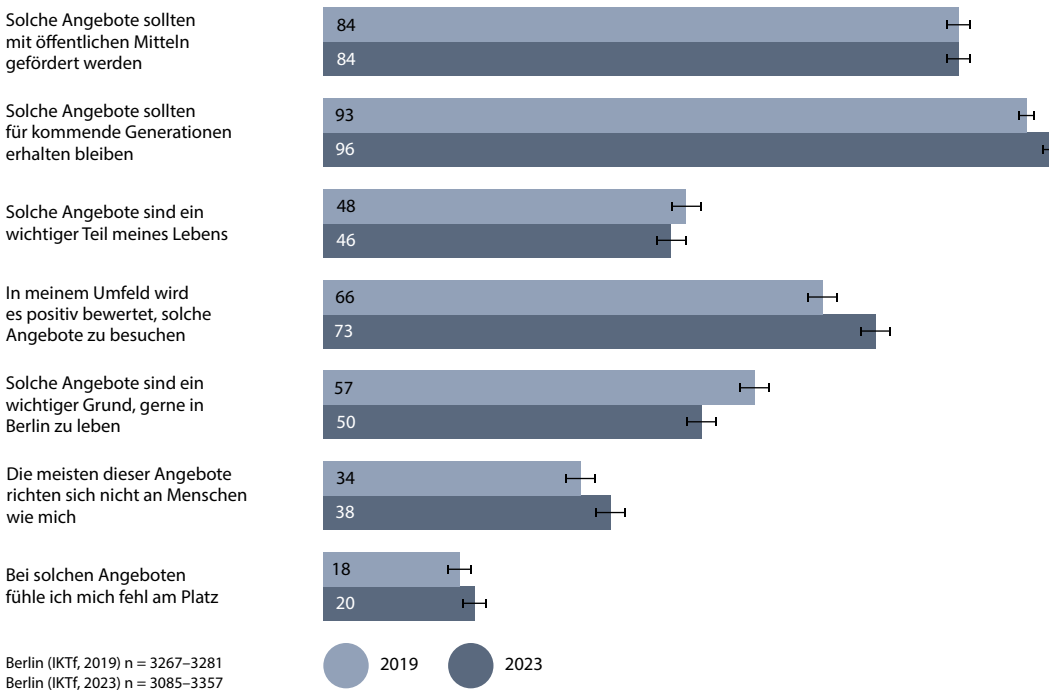
79. Vgl. IKTf 2024b.

80. Vgl. IKTf 2024; SenKultGZ 2023; zum Ansatz von „Outreach“ siehe bspw. Heisig/Wunderlich 2018.

81. Vgl. bspw. Bertelsmann Stiftung 2023, Mandel 2020.

Dreiviertel der Berliner*innen bejahen die Förderung klassischer Kulturangebote mit öffentlichen Mitteln. Ein zentraler Grund hierfür liegt im ebenfalls stabilen Wunsch in der Bevölkerung, dass ebenjene Kulturangebote möglichst langfristig weiter bestehen. **Fast alle Berliner*innen möchten, dass diese Angebote für kommende Generationen erhalten bleiben.** Deutlich wird hierbei, dass diese hohen Zustimmungswerte für hohe Antwortanteile auch von Menschen jenseits von den Vielbesucher*innen stehen. Selbst bei Milieus mit verhältnismäßig geringem eigenen Besuchsinteresse an klassischen Kulturangeboten, wie den Bodenständigen, Zurückgezogenen oder dem Unterhaltungsmilieu, befürworten jeweils mindestens Dreiviertel der Befragten die Förderung. Diese Antworten sind zudem stimmig mit der Aussage der Berliner*innen im Laufe der Pandemie. Damals sagten knapp 80 % der Befragten, sich machten sich Sorgen, dass viele der von ihnen in der Vergangenheit besuchten Kulturangebote die Coronapandemie nicht überleben würden.⁸²

Abbildung 18: Einstellungen zu klassischen Kulturangeboten 2019/2023 (in Prozent)⁸³



Für gleichbleibend rund die Hälfte der Bevölkerung spielen klassische Kulturangebote 2019 und 2023 auch eine wichtige Rolle im eigenen Leben. Gleichzeitig ist der Anteil von Menschen in der Bevölkerung während der Pandemiejahre sogar sichtbar gewachsen, der sagt, sein soziales Umfeld bewerte es positiv, klassische Kulturangebote zu besuchen. Als Grund, in Berlin zu leben, sehen diese Angebote zwar inzwischen weniger Menschen als im Jahr 2019. Aber immerhin sagt dies noch die Hälfte der Bevölkerung. Mit Blick auf die Zukunft ist dennoch Vorsicht geboten. Die Zustimmungswerte sollten keinesfalls als selbstverständlich empfunden werden, denn andere Ergebnisse in diesem Bericht deuten zumindest im Hinblick auf Besuche des Kulturangebotes auf einen Bedeutungsverlust in breiten Teilen der Bevölkerung hin.

Zudem zeigen die Befragungsergebnisse 2023 ebenso, dass der Anteil derjenigen Menschen in der Bevölkerung mit leichter Tendenz gestiegen ist, die empfinden, dass sich die meisten klassischen Kulturangebote nicht an Menschen wie sie richten. Dieser Anteil liegt mittlerweile bei fast 40 % der Berliner Bevölkerung. **Konstant ein Fünftel sagt, es fühle sich in traditionellen öffentlich-kulturellen Einrichtungen sogar fehl am Platz.** Nach sozialem Milieu stimmen dieser Aussage vor allem – aber nicht nur – die Selten- bis Nie-Besucher*innen klassischer Kulturangebote zu. Aus kultureller Teilhabeperspektive ist dabei äußerst problematisch, dass insbesondere im sozial vulnerablen Milieu der Zurückgezogenen 70 % (!) der Befragten angeben, dass sich solche Angebote nicht an Menschen wie sie richten würden. Dies stellt zwar in dieser Deutlichkeit einen Ausreißer unter den sozialen Milieus dar, doch auch andere Milieus mit einem hohen Anteil von Selten- und Nie-Besucher*innen, etwa Bodenständige und das Unterhaltungsmilieu, weisen hier bedenkliche Zustimmungswerte von rund 50 % auf.

Sehr kritisch ist zudem zu vermerken, dass diese beiden Aussagen besonders häufig von unter 30-Jährigen und Menschen mit einem formalen Schulabschluss von Realschule oder niedriger getätigt werden. Sehr problematisch ist hierbei, dass sich gerade die 15- bis 29-Jährigen als potenzielles Nachwuchspublikum von den klassischen Kulturangeboten – in der Art, wie diese derzeit aufgestellt sind – offenbar nicht angesprochen fühlen.

82. Vgl. Renz/Allmanritter 2022.

83. Fragestellung 2019 und 2023: Bitte denken Sie jetzt nochmals an die aktuelle Situation in Berlin. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen rund um kulturelle Angebote wie Ausstellungen, Theateraufführungen, Opern-, Ballett-/Tanztheateraufführungen oder klassischen Konzerten in Berlin zu (stimme voll und ganz zu/stimme eher zu/stimme eher nicht zu/stimme gar nicht zu/weiß nicht)?

Insofern bleibt zu beobachten, ob der hohe Rückhalt für klassische Kulturangebote und deren öffentliche Finanzierung auch zukünftig bestehen bleiben. Um dies zu bewirken, wird für Kulturpolitik, -verwaltungen und -einrichtungen nach der Pandemie ein größeres Augenmerk auf der Förderung von Kultureller Teilhabe von jungen Menschen liegen müssen als je zuvor. Viele Studien weisen darauf hin, dass Besuche von Kulturangeboten im Erwachsenenalter unwahrscheinlich sind, wenn Interesse, positive Besuchserlebnisse und Besuchsroutine nicht bereits in Kindheit und Jugend gebildet wurden. Im Lebenslauf werden aus uninteressierten Heranwachsenden nur selten interessierte Erwachsene. Es zeigt sich diesbezüglich eindeutig ein Alterskohorten- oder sogar Generationeneffekt und kein Alterseffekt.⁸⁴ Sprich: Die unter 30-Jährigen, die sich bereits heute nicht angesprochen fühlen, werden recht wahrscheinlich in Zukunft nicht mehr zu Vielbesucher*innen klassischer Kulturangebote werden. Ob sie ihre Kinder dennoch an die Angebote heranführen werden, wird die Zukunft zeigen. Für die Auslastungszahlen der Einrichtungen bedeutet dies nichts Gutes. Sollen sie langfristig auf mindestens aktuellem Niveau beibehalten werden, sind dringend Gegenmaßnahmen erforderlich.

Die Relevanz von Programmen und Initiativen der Förderung Kultureller Bildung sowohl in den Einrichtungen selbst als auch in allen Schulformen und außerschulischen Lernorten ist somit im Vergleich zu 2019 sogar noch gestiegen. Ohne einen verstärkten Schulerschluss der Senatskulturverwaltung mit den im Land Berlin für Bildung verantwortlichen politischen Ebenen gibt es hier allerdings nur begrenzte Spielräume. Rein über Kulturförderung und entsprechende Arbeit der Kultureinrichtungen oder der Freien Szene können Defizite im Bereich der künstlerischen Fächer in den Schulen kaum ausgeglichen werden. Hier stellt sich die Frage, warum dieses Engagement nicht über den vergleichsweise großen Bildungsetat zumindest in starkem Maße finanziert wird.

Darüber hinaus stellt sich die Frage, ob nicht zugleich eine Investition in einen Bedeutungsgewinn klassischer Kultureinrichtungen jenseits von tatsächlichen Besuchen erfolgen sollte. Viele Einrichtungen in ganz Deutschland versuchen sich vor diesem Hintergrund bereits an Community Building und Community Engagement. Bei diesen Ansätzen bewegen sich die Einrichtungen beispielsweise im Sinne von Outreach aus dem direkten Handlungsraum ihrer Häuser heraus, eröffnen Möglichkeiten der Ko-Kreation (siehe Abschnitt 6.1) oder öffnen ihre Ressourcen für den Stadtraum. Dabei ist von einem Foyer mit WLAN als ruhigem Arbeitsplatz bis zu Proberäumen, Platz für Lai*innengruppen und Yogagruppen genauso eine Option wie Kleidertausch-Partys.⁸⁵ All diese Ansätze können eine größere und auch andere Bedeutung der Einrichtung für die Stadtgesellschaft parallel zu etwaigen individuellen Besuchen bewirken.⁸⁶ Derzeit sind sie anscheinend aber vor allem als Projekte angelegt und nicht nachhaltig finanziert. Ob sie auf diesem Wege nachhaltig positive Veränderungen in den Einstellungen der Stadtgesellschaft bewirken können, ist eher fraglich. Das in der aktuellen Legislaturperiode gestartete Projekt „Jugendkulturinitiative“ der Senatskulturverwaltung erscheint vor diesem Hintergrund zunächst als zielführender Ansatz. Solche Bemühungen müssten allerdings verstetigt werden, um volle Entfaltungsmöglichkeiten zu erhalten.

Es besteht in der Bevölkerung ein großer Wunsch nach offenem und lockerem Charakter von klassischen Kulturangeboten und einem größeren Nachhaltigkeitsfokus.

Die Befragungsergebnisse der Studie „Kulturelle Teilhabe 2023“ geben einige deutliche Hinweise, dass unabhängig vom konkreten Angebot der Besuchscharakter klassischer Kulturangebote von einer nicht unwesentlichen Anzahl von Menschen per se als wenig attraktiv empfunden wird. Möchten Einrichtungen mehr und andere Menschen erreichen, wäre dieser Besuchscharakter unter Umständen also ein zentraler Ansatzpunkt. **Rund ein Viertel der Bevölkerung nimmt die Verhaltensregeln bei klassischen Kulturangeboten als zu steif wahr (z. B. Benimmregeln, Bekleidung).** Ein kleiner Anteil der Berliner*innen gibt zudem an, nicht immer zu wissen, wie man sich dort richtig verhalten soll. **Und etwa die Hälfte der Bevölkerung wünscht sich eine größere Anzahl lockerer Veranstaltungen, bei denen man während der Aufführung auch etwas essen und trinken kann.** Diesen drei Aussagen stimmen die unter 30-Jährigen bis zu doppelt so häufig zu wie Menschen im Alter von über 70 Jahren. Sogar ganze zwei Drittel der Jüngeren wünschen sich einen lockereren Veranstaltungscharakter. Nach Geschlecht und formalem Bildungsabschluss zeigen sich hier im Vergleich zum Alter verblüffend geringe Unterschiede.

In Bezug auf die Lebensstile sind es vor allem das Unterhaltungsmilieu und das Konservative Unterhaltungsmilieu, von denen sich fast zwei Drittel lockere Formate wünschen – also Milieus, die gerade nicht zu den klassischen Vielbesucher*innen zählen. Keine Mehrheit findet dieser Vorschlag bei den Gehobenen-Konservativen und der Oberen Mitte, die jedoch zu den häufigeren klassischen Kulturbesucher*innen zählen. Entweder besteht bei ihnen kein Bedarf danach, da sie bisherige Veranstaltungen als locker genug empfanden, oder aber sie bringen damit Vorbehalte zum Ausdruck, dass sie beim Kulturerlebnis nicht von anderen (durch deren Essen) gestört werden möchten. Insofern könnte die Öffnung gegenüber neuen, jüngeren Besucher*innengruppen durch eine Veränderung des Besuchscharakters also ebenfalls eine Umgewöhnung bei älteren Besucher*innengruppen erfordern. Eine Lösung dafür könnte

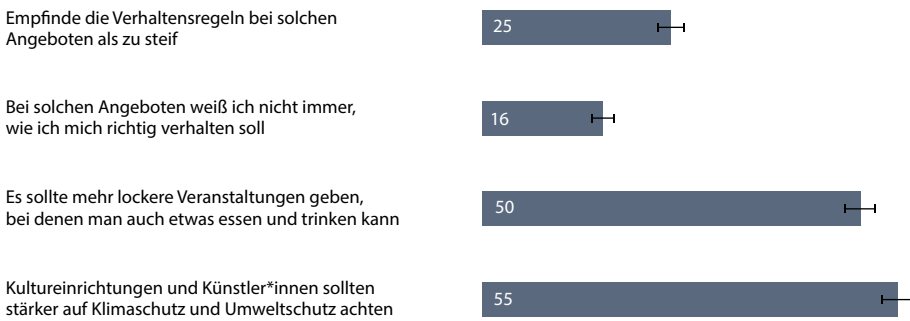
84. Vgl. bspw. kultur.west 2007 und ausführlich Keuchel/Wiesand 2006; Keuchel/Larue 2012.

85. Siehe hierzu das „kurz&knapp“-Gespräch „Kultureinrichtungen im postpandemischen Veränderungsdruck – mit Community Building zu anderer Relevanz?“ vom 06.12.2023 (vgl. IKTf 2024d).

86. Vgl. bspw. Allmanritter 2024a, b.

sein, dass nicht unbedingt gleich ein gastronomischer Ansatz gemeint sein muss, wie er beispielsweise bei Kinos schon lange üblich ist. Modell könnte auch sein, wie beispielsweise in Variétéveranstaltungen für eine Verpflegung mit Essen und Getränken während der Vorstellungen gesorgt wird. Als respektlos gegenüber der künstlerischen Leistung wird es an diesen Orten vonseiten der Anbieter in der Regel nicht empfunden, und etwaige verpflegungsbedingte Störungen durch Mitbesucher*innen werden durch das Publikum meist nonchalant hingenommen.

Abbildung 19: Einstellungen zu klassischen Kulturangeboten (in Prozent)⁸⁷



Berlin (IKTf, 2023) n = 2870–3270

Vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse lässt sich mit Nachdruck empfehlen, den Besuchscharakter der derzeitigen klassischen Kulturangebote noch einmal verstärkt zu reflektieren. Die Antworten der Befragten im Alter zwischen 15 und 29 Jahren zeigen nachdrücklich, dass die derzeitigen Angebote weder inhaltlich noch vom Besucherlebnis her ausreichend auf sie, ihre Wünsche, Bedarfe, Erwartungen und auch Anforderungen ausgerichtet sind. Bei dieser Altersgruppe handelt es sich hierbei um das zukünftige Kulturpublikum, das deutlich sagt, dass das derzeitige Angebot für sie nicht hinreichend attraktiv ist. Ohne eine erfolgreiche Ansprache dieser Alterskohorten oder gar Generationen dürften die Einrichtungen zukünftig erheblichen Auslastungs Herausforderungen entgegensehen. Im schlechtesten Fall unterstützen diese Menschen im späteren Alter auch nicht im gleichen Maße klassische Kulturangebote, wie es die Generation der über 40-Jährigen derzeit noch in voller Breite tut.

Gleichzeitig wünscht sich die Hälfte der Bevölkerung von den klassischen Kultureinrichtungen etwas anderes als das Dargebotene. Es sei hier auch nochmals daran erinnert, dass zwei von fünf Berliner*innen diese Angebote nicht als an sie gerichtet empfinden und sich jede*r Fünfte dort fehl am Platz fühlt. Auch wenn möglicherweise so manche*r aktuelle*r Besucher*in einem ausgeweiteten Gastroangebot während des Besuchs nicht glücklich entgegenblicken würde, sollte dies kein Grund sein, diese Bedarfe zu ignorieren. Hier könnte durchaus eine Stellschraube für eine größere und breitere Kulturelle Teilhabe liegen. Besucher*innenbefragungen stellen dabei eine Möglichkeit dar, herauszufinden, wie sich die Lage in den einzelnen Kultureinrichtungen tatsächlich darstellt. Möglicherweise würde sich das bisherige Publikum ebenfalls über eine solche (Weiter-)Entwicklung freuen.

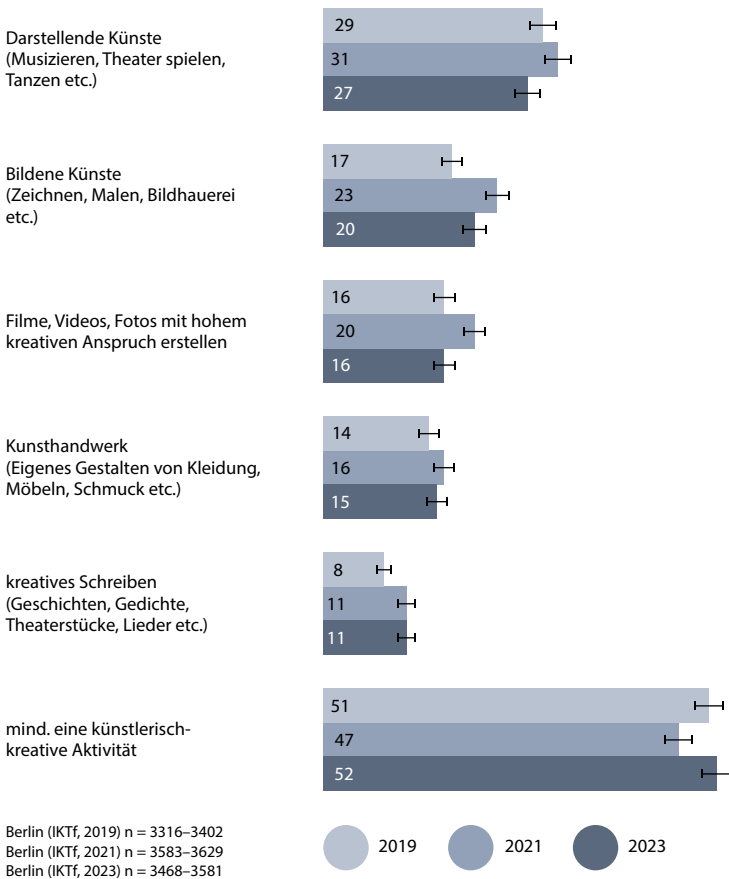
Zu guter Letzt, auch wenn sich dies inhaltlich nicht ganz in den restlichen Bericht einpassen lässt, soll hier aufgrund der übergreifenden Bedeutung Folgendes nicht verschwiegen werden: Aus den Antworten der Befragten auf eine weitere Einstellungsfrage lässt sich zudem ablesen, dass die in den letzten Jahren deutlich gestiegene gesamtgesellschaftliche Bedeutung von Nachhaltigkeitsthemen auch vor dem Kultursektor nicht Halt macht. **Dass Kultureinrichtungen und Künstler*innen stärker auf Klima- und Umweltschutz achten sollten, sagt mehr als die Hälfte der Bevölkerung.** Soziodemografische Faktoren spielen hier kaum eine Rolle, auch in den meisten sozialen Milieus findet dieses Thema mehrheitlich Zustimmung. Insofern passen beispielsweise jegliche Ansätze von Kulturpolitik, -verwaltungen und -einrichtungen absolut zum Zeitgeist, die den CO₂-Abdruck der Kultureinrichtungen zu verringern versuchen. Besonders herauszustellen ist an dieser Stelle das Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit, das die Einrichtungen hierbei mit einem CO₂-Rechner und Klimabilanzen für die Kultur unterstützt.⁸⁸

87. Fragestellung 2019 und 2023: Bitte denken Sie jetzt nochmals an die aktuelle Situation in Berlin. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen rund um kulturelle Angebote wie Ausstellungen, Theateraufführungen, Opern-, Ballett-/Tanztheateraufführungen oder klassischen Konzerten in Berlin zu (stimme voll und ganz zu/stimme eher zu/stimme eher nicht zu/stimme gar nicht zu/weiß nicht)?

88. Siehe bspw. CO₂-Rechner & Klimabilanzen für die Kultur (vgl. Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit 2024).

7. Veränderung des Freizeitverhaltens

Abbildung 20: Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten im Zeitvergleich 2019/2021/2023. Anteil der mindestens einmal im Monat aktiven Personen⁸⁹



Die Berliner Bevölkerung verbringt ihre Freizeit am liebsten in Gesellschaft: Die populärsten künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten sind von sozialer Natur. Trotz pandemiebedingter Einflüsse im Zeitverlauf werden künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten am häufigsten verfolgt, die oft mit anderen in Gemeinschaft ausgeübt werden, wie „Ein Instrument spielen, Theater spielen, Tanzen, Singen“ (vgl. Abbildung 20). Zwar kann beispielsweise Musikmachen auch solistisch praktiziert werden, findet aber eben auch häufig in Bands, Orchestern oder Chören statt. **Ebenfalls fällt bei den am häufigsten genannten Aktivitäten auf, dass – verbunden durch ihren sozialen Charakter – diese in der Regel nicht nur zu Hause, sondern im Gegenteil überwiegend in Einrichtungen stattfinden.** Dies können Orte der Kulturellen Bildung im engeren Sinn sein, so zum Beispiel Musikschulen oder theaterpädagogisch angeleitete Spielclubs. Darüber hinaus finden solche künstlerisch-kreativen Aktivitäten aber auch an Orten statt, die nicht auf den ersten Blick primär mit Kultureller Bildung assoziiert werden, beispielsweise in Kirchen oder Fitnessstudios. Die am zweithäufigsten genannte Kategorie der künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten umfasst das Feld der Bildenden Künste. Anders als die oben aufgeführten musisch-darstellerischen Aktivitäten spielt der soziale Charakter dort eine weniger relevante Rolle. Zeichnen oder Malen ist eher eine Tätigkeit, die allein ausgeführt wird. Entsprechend ist diese auch weniger an Orte außerhalb der Wohnung gebunden. **Auffällig ist, dass mit den musisch-darstellerischen und bildenden künstlerischen Aktivitäten zwei Felder das Ranking anführen, die auch (mit wenigen Ausnahmen) als klassische Schulfächer im schulischen Bildungskanon verankert sind.** Bei den seltener genannten künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten ist dies wesentlich weniger oder gar nicht der Fall. Sie sind auch weniger in Orten der Kulturellen Bildung institutionalisiert und werden sich nicht selten im Selbststudium beigebracht (z. B. Musikstücke komponieren, Gedichte schreiben oder selbst Möbel herstellen).

Der temporär durch COVID-19 ausgelöste Boom künstlerisch-kreativer Freizeitaktivitäten der Berliner*innen war größtenteils nicht von Dauer. Während der Pandemiejahre hat sich der Anteil von Menschen, die künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten nachgehen, temporär erhöht. Mit wenigen Ausnahmen war dieser Trend jedoch nicht nachhaltig, und die Werte sind 2023 wieder auf vorpandemisches Niveau der Tätigkeitshäufigkeit zurückgefallen. Werden die pandemiebedingten Veränderungen über die Jahre 2019, 2021 und 2023 hinweg betrachtet, so fällt auf, dass vor allem diejenigen künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten in Zeiten von COVID-19 besonders stark angestiegen sind, die weder an einen bestimmten Ort gebunden waren noch zwingend im Rahmen sozialer Interaktion erfolgten. Das betrifft vor allem die Felder der Bildenden Kunst und Fotografie/Filme. Entsprechend weniger stark angestiegen sind 2021 die sonst generell in der Berliner Bevölkerung beliebten musikalisch-darstellerischen

89. Fragestellung 2019 und 2023: Wie häufig machen Sie die folgenden Freizeitaktivitäten? Wenn Sie es nicht so genau wissen, schätzen Sie bitte einfach (täglich/mind. 1x pro Woche/mind. 1x pro Monat/seltener/nie)!

Freizeitaktivitäten. Allerdings hat sich der – schon allein aus Mangel an Alternativen nachvollziehbare – pandemiebedingte Anstieg von 2021 in den Ergebnissen von 2023 nicht gehalten. **Alle künstlerischen Freizeitaktivitäten sind derzeit wieder auf oder nahe des Frequenzniveaus von 2019. Lediglich „Geschichten, Gedichte, Theaterstücke, Lieder, Musikstücke schreiben“ hat einen leichten Anstieg von 2021 auch im Jahr 2023 halten können.** Am wenigsten nahm die Pandemie Einfluss auf das Feld „Eigenes Gestalten von Kleidung, Möbeln, Schmuck oder sonstigen Gebrauchsgegenständen“.

Vor allem junge Menschen sind künstlerisch-kreativ aktiv, der Anteil der kreativ-künstlerisch Aktiven sinkt im Lebensverlauf jedoch erheblich. Die seit dem ersten Pisa-Schock vor 20 Jahren enorm zugenommenen Aktivitäten zur Förderung der Kulturellen Bildung bei jungen Menschen auch im eigenen kreativen Ausdruck wirken anscheinend ganz grundsätzlich. Ein wesentlicher Teil der unter 30-Jährigen in Berlin geht einem künstlerischen Hobby nach: 65 % der Befragten bis 29 Jahre haben mindestens einmal im Monat mindestens eine künstlerisch-kreative Aktivität ausgeführt (vgl. Auswertungen im Anhang). Das kann an sich auch als ein Erfolg der bisherigen bildungs- und kulturpolitischen Bestrebungen zur Förderung der Kulturellen Bildung gewertet werden. Allerdings können die Ergebnisse auch dahingehend interpretiert werden, dass junge Menschen (in Berlin) in einer Umgebung aufwachsen, die es ihnen ermöglicht, künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten auszuüben. Das muss allerdings keine nachhaltige Wirkung haben. Denn die bildungs- und kulturpolitischen Bestrebungen zur Förderung der Kulturellen Bildung von Kindern und Jugendlichen haben anscheinend zumindest bezogen auf eigene künstlerisch-kreative Aktivitäten häufig keine nachhaltige Wirkung im Erwachsenenalter. **Wenn sich die Rahmenbedingungen – insbesondere im Lebensabschnitt der Aufnahme einer Erwerbsarbeit oder Familiengründung – mit zunehmendem Lebensalter verändern, sinkt der Anteil der künstlerisch Tätigen sehr deutlich.** Die erste zentrale Erkenntnis auf Basis dieser Daten ist somit: Die Ergebnisse deuten nicht auf einen – eigentlich wünschenswerten – nachhaltigen Generationeneffekt hin. Denn dann dürften ausgeprägte künstlerisch-kreative Aktivitäten bei steigendem Lebensalter nicht derart deutlich abfallen. Stattdessen lässt sich hier deutlich eher vermuten, dass künstlerisch-kreative Aktivitäten ein Alterseffekt bleiben. Im heranwachsenden Alter sind sie oft bedeutsam, im späteren Leben dann häufig nicht mehr.

Die zweite Erkenntnis betrifft das bemerkenswerte Sinken des Anteils künstlerisch-kreativer Tätiger ab einem Alter von 60 Jahren. Selbstverständlich ist das zu einem Teil auch mit alters- und daraus resultierend gesundheitlich bedingten Einschränkungen erklärbar. Dennoch geben nur 37 % der über 60-Jährigen mindestens eine künstlerische Freizeitaktivität im Monat an. Vor dem Hintergrund des Strebens nach einer alters- und generationenübergreifenden Kulturellen Teilhabegerechtigkeit und den Potenzialen Kultureller Bildung im Alter⁹⁰ ist dieser geringe Wert durchaus (kultur-)politisch zu hinterfragen.

Formale Bildung und soziales Milieu sind zentrale Erklärungsfaktoren insbesondere für künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten, die hochkulturell konnotiert sind. Sowohl formaler Bildungsabschluss als auch die soziale Milieuzugehörigkeit haben auch in der eigenen künstlerisch-kreativen Praxis enorme Auswirkungen. Trotz des seit über 40 Jahren in (West-)Deutschland geäußerten Anspruchs einer *Kultur für alle*⁹¹ zeigen die vorliegenden Befragungsergebnisse in Übereinstimmung mit dem Forschungsstand: **Je höher der formale Bildungsabschluss, desto wahrscheinlicher ist die Ausübung künstlerisch-kreativer Freizeitaktivitäten.**⁹² Auch im Publikum von klassischen Kulturangeboten wird dieser Effekt regelmäßig empirisch belegt (vgl. Kapitel 3). Während vor allem Einrichtungen der klassischen Kultur wie beispielsweise Opern, Sprechtheater oder Kunstmuseen überwiegend von Menschen mit formal sehr hohen Bildungsabschlüssen im Vergleich zu ihrem Anteil in der Gesamtbevölkerung überdurchschnittlich häufig besucht werden, wird dieses Phänomen in der Bevölkerungsbefragung auch in der Art der künstlerisch-kreativen Tätigkeit sichtbar. **Die größten Unterschiede nach formalem Bildungsabschluss treten in künstlerischen Hobbys wie „Geschichten, Gedichte schreiben usw.“ und „Ein Instrument oder Theater spielen usw.“ auf. Besonders formal höher Gebildete üben sie aus.** Das sind auch künstlerisch-kreative Tätigkeiten, die in klassischen Einrichtungen der Kulturellen Bildung stattfinden. Sehr wahrscheinlich werden hier somit ähnliche sozial exkludierende Effekte wirksam, wie bei Besuchen von Theatern, Museen oder Konzertveranstaltungen. **Am wenigsten ausgeprägt sind diese bildungsbedingten Unterschiede bei Aktivitäten wie „Fotos/Filme machen“ und „Eigenes Gestalten von Kleidung usw.“.** Diese sind weniger hochkulturell konnotiert und vor allem nicht an klassische Institutionen der Kunstproduktion bzw. Kulturvermittlung angebunden.

Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten bergen vor allem in Milieus mit vielen Gelegenheitsbesucher*innen Potenzial für die Verbreitung der Kulturellen Teilhabe in sich. Diese beim Bildungsabschluss festgestellten Unterschiede sind so auch bei der Betrachtung der Ergebnisse aus Perspektive der sozialen Milieus sichtbar. Die höchsten Werte an künstlerisch-kreativem Aktivitätsniveau treten bei der Prekären Avantgarde auf (vgl. Abbildung 21). Ganze 75 % dieses stark akademisch geprägten Milieus gehen mindestens einmal im Monat zumindest einer künstlerisch-kreativen Freizeitaktivität nach. Das zweitaktivste Milieu bietet eine Überraschung: **Das Konservative Unterhaltungsmilieu zeichnet sich durch ein eher mittleres formales Bildungsniveau aus, ist aber künstlerisch-kreativ sehr vielseitig aktiv – deutlich häufiger als die verbliebenen akademisch geprägten Milieus.** Und auch ein weiteres Ergebnis überrascht: **Denn auffällig ist auch das Unterhaltungsmilieu – ein junges Milieu, das trotz generell wenig Interesse an klassischer Kultur dennoch überraschend viele künstlerische Freizeitaktivitäten aufzeigt.** Hier zeigt sich, dass vor allem das hohe außerhäusliche Aktivitätsniveau und die offene

90. Vgl. de Groote 2013.

91. Vgl. Hoffmann 1979; ein Werk, das auch jüngst wieder kritisch reflektiert wird, siehe hierzu bspw. Anhoff 2024.

92. Vgl. bspw. Keuchel/Wiesand 2006; Keuchel/Larue 2012.

biografische Perspektive dieser drei Milieus eine künstlerisch-kulturelle Freizeitgestaltung begünstigen. Im Kontrast dazu sind insbesondere die heimzentrierten Milieus der Bodenständigen und Zurückgezogenen am wenigsten aktiv, wenn es um künstlerisch-kreative Hobbys geht. Das sind auch die Milieus mit einem generell eher geringen Interesse an klassischer Kultur.

Abbildung 21: Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten nach sozialen Milieus. Anteil der 2023 mindestens einmal im Monat aktiven Personen⁹³

		← (älter)	Altersschwerpunkt	(jünger) →
↑ (höher) Formaler Bildungsgrad		Gehoben-Konservative	Obere Mitte	Gehoben-Moderne
	Bildende Künste	21 %	19 %	19 %
	Kreatives Schreiben	9 %	9 %	13 %
	Musizieren etc.	29 %	30 %	37 %
	Foto/Film	17 %	14 %	24 %
	Kunsthandwerk	18 %	13 %	15 %
	Min. 1× Aktivität	50 %	50 %	58 %
		Bescheiden-Bürgerliche	Kons. Unterhaltungsmilieu	Prekäre Avantgarde
	Bildende Künste	14 %	31 %	34 %
	Kreatives Schreiben	8 %	18 %	25 %
	Musizieren etc.	25 %	37 %	49 %
	Foto/Film	12 %	30 %	31 %
	Kunsthandwerk	14 %	29 %	26 %
Min. 1× Aktivität	44 %	63 %	75 %	
↓ (geringer)		Bodenständige	Zurückgezogene	Unterhaltungsmilieu
	Bildende Künste	12 %	16 %	18 %
	Kreatives Schreiben	3 %	5 %	6 %
	Musizieren etc.	17 %	16 %	27 %
	Foto/Film	9 %	8 %	17 %
	Kunsthandwerk	9 %	8 %	13 %
	Min. 1× Aktivität	33 %	33 %	49 %

Berlin (IKTf, 2023) n = 3468-3475

Die politische Steuerung der Rahmenbedingungen für künstlerisch-kreative Aktivitäten liegt nicht nur im Kulturressort. Neben Schulpolitik sind auch Aktivitäten im Feld der Sozial-, Familien-, Jugend-, Sport- und Wirtschaftspolitik erforderlich. Es bedarf einer ressortübergreifenden Abstimmung, um im Zusammenspiel eine größere und breitere Kulturelle Teilhabe zu bewirken. Dies ist ein erster Hinweis für mögliche kulturpolitische Konsequenzen aus den empirischen Erkenntnissen. Die damit verbundenen Einrichtungen, an denen die obigen künstlerisch-kreativen Tätigkeiten stattfinden mögen, stehen zudem nicht zwingend bereits im Fokus klassisch gewachsener Kulturförderung. Daher kann auch ressortübergreifend in einem Monitoring geprüft werden, inwieweit die politische Steuerung, d. h. Förderung bereits in anderen Ressorts außerhalb der Kultur erfolgt. Neben dem Bildungsressort betrifft das unter anderem die Politikfelder von Jugend, Familie, Sport, Soziales und Wirtschaft. Zum Teil gibt es auch wenig bis gar keine politische Steuerung von künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten, so zum Beispiel in Vereinen oder privatwirtschaftlichen Einrichtungen.

Der Blick auf Freizeitaktivitäten im Rahmen kulturpolitischer Überlegungen ist dabei nicht besonders neu. So waren die Bemühungen um eine *Kultur für alle* zu Beginn der sogenannten *Neuen Kulturpolitik* ab den 1970er-Jahren in Westdeutschland eng mit Fragen um die Freizeitgestaltung verbunden.⁹⁴ Neben der Öffnung von klassischen Kultureinrichtungen für neue Zielgruppen ging es in der damaligen Freizeitpolitik auch um die Schaffung neuer Kulturorte (z. B. soziokultureller Zentren), bei denen Partizipation Programm war. Dahinter steht die bis heute relevante Idee, dass ein eigenes künstlerisches Schaffen neben dem Besuchen von Kultureinrichtungen mit eher passiver Rezeption einen wesentlichen Teil von Kultureller Teilhabe darstellt. Politisch geht es dabei nicht um inhaltlichen Einfluss auf die künstlerisch-kreative Freizeitgestaltung, sondern um das Schaffen von guten Rahmenbedingungen hierfür.

Künstlerisch-kreative Freizeitbeschäftigungen könnten für Kultur- und Freizeiteinrichtungen eine sinnvolle Anschlussstelle beim Streben nach einem sozial diverseren Publikum darstellen. Denn gerade Milieus mit durchschnittlich niedriger formaler Bildung sind im Publikum bestimmter Kultursparten im Grunde genommen derzeit selten bis nie vertreten (siehe Kapitel 4.2).⁹⁵ Auch gegenwärtig werden partizipative Angebote, bei denen die Beteiligten aktiv selbst mitgestalten, als Strategie von Kultureinrichtungen angewendet, um das eigene Publikum zu vergrößern und insbesondere zu diversifizieren. Sind solche Angebote nicht einmalige Projekte, sondern Kern der Strategie einer Kultureinrichtung, so kann

93. Lesehilfe: 21 % der Gehoben-Konservativen haben mindestens einmal im Monat eine Freizeitaktivität ausgeübt, die den bildenden Künsten zugerechnet werden kann.

94. Vgl. Kramer 2011.

95. Vgl. auch bspw. Renz/Allmanritter 2024.

diese zu einem sogenannten Dritten Ort werden. Ein solcher Ort ist weder Arbeitsort noch Zuhause und bietet Raum für Kommunikation und Interaktion. Aktuell verfolgen beispielsweise Bibliotheken⁹⁶ oder Museen⁹⁷ solche Strategien. **Kulturpolitik kann für solche Strategien die Rahmenbedingungen optimieren und Kultureinrichtungen beispielsweise durch Förderrichtlinien zu solchen Aktivitäten motivieren.**⁹⁸ Der hohe Anteil der Bevölkerung, der künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten nachgeht, die in sozialer Interaktion stattfinden, stellt ein bemerkenswertes Potenzial für Kultureinrichtungen dar. Mit anderen offeneren und partizipativen Formaten können sie auch ihr zum Teil elitäres Image⁹⁹ abbauen und als Orte einer sinnstiftenden, aktiven Freizeitgestaltung funktionieren. Insbesondere beim Unterhaltungsmilieu mit überdurchschnittlich vielen jungen Menschen scheint eine Ansprache über kreative Hobbys erfolgversprechend zu sein.

Der starke Einfluss des formalen Bildungsabschlusses auf künstlerische Hobbys sollte bei allen Programmen und Projekten der Kulturellen Bildungsarbeit von klassischen Kultureinrichtungen mit Blick auf die unterschiedlichen Bedürfnisse verschiedener Bildungseinrichtungen mitreflektiert werden. Zwei Faktoren sind aus den empirischen Erkenntnissen dieser Studie für entsprechende Strategien von Kultureinrichtungen in diesem Zusammenhang besonders relevant. Zum einen zeigen die Auswertungen, dass der formale Bildungsabschluss nicht nur auf die Besuche von Kultureinrichtungen, sondern auch auf eigene künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten großen Einfluss hat. Ein Abbau solch eines Bildungsgefälles ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, und Kultureinrichtungen haben in den letzten 20 Jahren enorm viele Strukturen als Akteur*innen der Kulturellen Bildung aufgebaut. Offenbar führen diese jedoch (zumindest bislang) nicht zum Ziel einer chancengleichen Bildungsgerechtigkeit. Daher sind bei allen Programmen und Projekten der Kulturellen Bildungsarbeit von klassischen Kultureinrichtungen die Bedürfnisse von Sekundarschulen beziehungsweise außerhalb von Berlin von Grund-, Haupt- und Realschulen besonders mitzudenken und diese nicht vorrangig auf Gymnasien auszurichten.

Zum anderen lässt das starke Absinken der kreativ-künstlerischen Freizeitaktivitäten ab dem Erwachsenenwerden aufhorchen. Eine Förderung Kultureller Teilhabe unter anderem auch durch Angebote der Kulturellen Bildung im Sinne eigener Aktivitäten ist offenbar nicht nur für Heranwachsende wichtig. Die empirischen Ergebnisse zeigen, dass solche Programme und Projekte zwar Wirkung bei jungen Menschen entfalten, diese aber (noch) nicht zu einem nachhaltigen Interesse auch im Erwachsenenalter führen. **Daher kann es in der Kulturellen Bildungsarbeit – nicht nur – von klassischen Kultureinrichtungen nicht ausschließlich um Kinder und Jugendliche als Zielgruppe gehen.** Vielmehr müsste ein Fördern der Kulturellen Teilhabe in allen Lebensphasen erfolgen und vor allem nicht mit Beginn des Erwachsenwerdens aufhören. Auch angesichts der vielen externen Wirkungsabsichten außerhalb der eigentlichen künstlerischen Tätigkeit – z. B. „Verantwortung übernehmen“ oder „Unterschiede als Normalität erleben“¹⁰⁰ – im Kontext der Förderung Kultureller Bildungsangebote ist es wichtig, nicht nur Programme für Kinder und Jugendliche, sondern auch für Erwachsene anzubieten. Besonders deutlich wird das bei den über 60-Jährigen, bei denen Kulturelle Teilhabe im Sinne eigener künstlerisch-kreativer Aktivitäten nicht wirklich gesichert ist und Potenziale der Kulturellen Bildung überhaupt nicht ausgeschöpft sind. Bei Projekten und Programmen der Förderung Kultureller Bildung für die Zielgruppe junger Menschen ist zudem zu prüfen, welche Faktoren eine nachhaltige Wirkung mit zunehmendem Lebensalter befördern oder aber verhindern.

96. Vgl. Deutscher Bibliotheksverband 2024.

97. Vgl. Hoins 2021.

98. Vgl. bspw. Allmanritter 2024a, b.

99. Vgl. Renz 2016.

100. Vgl. Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung 2020.

8. Methodik der Studie

Die Studie umfasste als Grundgesamtheit alle Personen über 15 Jahre mit Erstwohnsitz in Berlin. Zur Befragung wurde eine zufällig ausgewählte Stichprobe von 20 000 Adressen vom Berliner Einwohnermeldeamt bereitgestellt. Um einer niedrigen Rücklaufquote von Personen mit ausländischer Staatsbürgerschaft entgegenzuwirken, wurde ein disproportionaler Stichprobenansatz gewählt. Das bedeutet, dass alle Personen in dieser ursprünglichen Stichprobe mit nichtdeutscher Staatsangehörigkeit (5460 Adressen) in die Studie einbezogen wurden. Von den verbleibenden Adressen wurde erneut eine zufällige Auswahl von 7540 Personen getroffen. Die Gesamtstichprobe umfasste somit 13 000 Adressen.

Die Befragung wurde durch das Befragungsinstitut INFO GmbH durchgeführt und erfolgte schriftlich per Post, wobei den Angeschriebenen die Möglichkeit geboten wurde, den Fragebogen auch online auszufüllen. Bei der Onlinebefragung konnte die Bearbeitung des Fragebogens mittels individuellen Passworts unterbrochen und zu einem späteren Zeitpunkt fortgesetzt werden. Die Befragung erfolgte anonym, sodass zu keiner Zeit Rückschlüsse von den Rückläufen auf Einzelpersonen oder Adressen möglich sind. Absender des Schreibens war die Senatsverwaltung für Kultur und Gesellschaftlichen Zusammenhalt Berlin. Im Brief wurde durch separate Anschreiben der Senatsverwaltung und der INFO GmbH um Teilnahme gebeten.

Der Fragebogen war in den Sprachen Deutsch, Englisch, Türkisch, Russisch und Arabisch verfügbar. Personen mit nichtdeutscher Staatsangehörigkeit erhielten neben den deutschen Versionen auch (falls vorhanden) eine Übersetzung des Anschreibens und des Fragebogens. Personen mit ukrainischer Staatsangehörigkeit wurde neben der deutschen eine englische Version des Anschreibens und Fragebogens zugesandt. Online wurden den Befragten alle verfügbaren Sprachen angeboten. Neben dem Anschreiben war ein frankierter Rückumschlag beigelegt. Die Adressat*innen erhielten zudem zweimalig postalisch ein kombiniertes Dankes- und Erinnerungsschreiben.

Die Befragung erstreckte sich über einen Zeitraum von sieben Wochen, vom 14. Juli bis zum 23. September 2023. Die zurückgesendeten Fragebögen wurden digitalisiert und mit den Onlinerückläufen kombiniert. Der bereinigte Rücklauf betrug 3581 (28 % Rücklaufquote), wobei 27 Fragebögen, die nur geringfügig ausgefüllt oder leer zurückgeschickt wurden, nicht berücksichtigt wurden.

Vor der Auswertung erfolgte eine sogenannte Repräsentativitätsgewichtung, die den Datensatz im Hinblick auf Alter, Geschlecht, Haushaltsgröße, Bezirk und formalen Bildungsgrad an Referenzdaten des Amts für Statistik Berlin-Brandenburg anpasste. Dieses Verfahren wurde aus Gründen der Qualitätssicherung gewählt, da bekannt ist, dass diese Faktoren die Teilnahmebereitschaft an postalischen Umfragen sowie die kulturelle Teilhabe beeinflussen. Diese Form der Repräsentativitätsgewichtung wurde bereits in den „Kulturelle Teilhabe in Berlin“-Studien 2019 und 2021 angewendet.

Die bei Diagrammen eingeblendeten Schwankungsbreiten (Konfidenzintervalle) beziehen sich jeweils auf das 95 %-Niveau.

Die hohe Anzahl an Fällen in den Datensätzen ermöglicht detaillierte Einblicke in das Kulturbesuchverhalten der Berliner*innen. Auf die Analyse der Antworten auf Fragen nach einer etwaigen Einwanderungsgeschichte der Befragten wurde im vorliegenden Bericht jedoch verzichtet. Es finden sich hierzu zwar ausreichend Fälle im Datensatz. Diese Bevölkerungs„gruppe“ ist jedoch zu heterogen, als dass entsprechende Auswertungsergebnisse interpretiert werden könnten. Sie setzt sich aus Personen mit Wurzeln in nahezu allen Ländern der Welt zusammen. Zudem wird von einer Auswertung nach einwanderungsgeschichtlichen Aspekten abgesehen, weil die Forschungsliteratur andere Faktoren wie Bildung, Alter oder Lebensstile als deutlich erklärungskräftiger für Kulturbesuche herausstellt.¹⁰¹ Nicht zuletzt sagt das Vorhandensein einer Einwanderungsgeschichte auch nichts über die Wahrscheinlichkeit von Diskriminierungserfahrungen aus und ist auch vor diesem Hintergrund kein geeigneter Erklärungsfaktor für Kulturbesuche.¹⁰²

101. Vgl. bspw. Allmanritter 2017.

102. Vgl. Landeshauptstadt München 2020; Ahyoud et al. 2018.

9. Quellenverzeichnis

ABGEORDNETENHAUS VON BERLIN (2022): Drucksache 19/0114. <https://www.parlament-berlin.de/ados/19/IIIPlen/vorgang/d19-0114.pdf> (27.03.2024).

AHYOUD, NASIH/AIKINS, JOSHUA KWESI/BARTSCH, SAMERA/BECHERT, NAOMI/GYAMERAH, DANIEL/WAGNER, LUCIENNE (2018): Wer nicht gezählt wird, zählt nicht. Antidiskriminierungs- und Gleichstellungsdaten in der Einwanderungsgesellschaft – eine anwendungsorientierte Einführung. Vielfalt entscheidet – Diversity in Leadership, Citizens For Europe (Hrsg.). Berlin. https://www.kiwit.org/media/material-downloads/antidiskriminierungs-_gleichstellungsdaten-_einfuehrung.pdf (27.03.2024).

AKTIONSNETZWERK NACHHALTIGKEIT (o. J.): CO2-Rechner & Klimabilanzen für die Kultur. <https://aktionsnetzwerk-nachhaltigkeit.de/projekte/co2rechner-fur-die-kultur> (27.03.2024).

ALLMANRITTER, VERA (2024a): Das Kulturpublikum der Zukunft. Wie hat Corona das Kulturpublikum verändert? <https://www.kulturmanagement.net/Themen/Das-Kulturpublikum-der-Zukunft-Wie-hat-Corona-das-Kulturpublikum-veraendert,4642> (27.03.2024).

ALLMANRITTER, VERA (2024b): Das Kulturpublikum der Zukunft. Wie können Kultureinrichtungen Ort der Bevölkerung werden? <https://www.kulturmanagement.net/Themen/Das-Kulturpublikum-der-Zukunft-Wie-koennen-Kultureinrichtungen-Orte-der-Bevoelkerung-werden,4643> (27.03.2024).

ALLMANRITTER, VERA (2024c): Langfristige Publikumsentwicklung und -auslastung. Heute viele, morgen niemand? <https://www.kulturmanagement.net/Themen/Langfristige-Publikumsentwicklung-und-auslastung-Heute-viele-morgen-niemand,4633> (27.03.2024).

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

ALLMANRITTER, VERA/KLIMENT, TIBOR/NÖRENBERG, BRITTA (2022): Eintrittsfreier Museumssonntag in Berlin 2021/2022. Image, Besucher*innenstruktur und Besuchsanreize. Ergebnisse repräsentativer Besucher*innenbefragungen in 15 landesgeförderten Museen im Zeitraum Juli 2021 bis Juni 2022, gefördert von der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Europa (Schriftenreihe Besucher*innenforschung des Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung, Nr. 1). https://www.iktf.berlin/wp-content/uploads/2023/03/IKTF_Eintrittsfreier_Museumssonntag_2021_22.pdf (27.03.2024).

ALLMANRITTER, VERA/KLIMENT, TIBOR/NÖRENBERG, BRITTA (2022): Eintrittsfreier Museumssonntag in Berlin. Erste Ergebnisse repräsentativer Besucher*innenbefragungen in 14 landesgeförderten Museen, gefördert von der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Europa. Berlin. https://www.iktf.berlin/wp-content/uploads/2022/04/IKTF-Eintrittsfreier-Museumssonntag_Zwischenbericht.pdf (27.03.2024).

ALLMANRITTER, VERA/RENZ, THOMAS/TEWES-SCHÜNZEL, OLIVER/JUHNKE, SEBASTIAN (2020): Kulturelle Teilhabe in Berlin 2019. Soziodemografie und Lebensstile. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung, gefördert von der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Europa (Schriftenreihe Kultursoziologie des Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung Nr. 1). https://www.iktf.berlin/wp-content/uploads/2023/04/IKTF_Kulturelle_Teilhabe_Berlin_2019.pdf (27.03.2024).

ALLMANRITTER, VERA/TEWES-SCHÜNZEL, OLIVER (2023): Kultureinrichtungen in (postpandemischem) Veränderungsdruck – wie zu anderer Relevanz gelangen? (Analysen aus der Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2023“, kurz&knapp-Bericht Nr. 5). Berlin. https://www.iktf.berlin/wp-content/uploads/2023/11/IKTF_kurzundknapp_5-Kulturelle-Teilhabe-2023.pdf (27.03.2024).

ALLMANRITTER, VERA/TEWES-SCHÜNZEL, OLIVER (2022): Kulturelle Teilhabe in Berlin 2021: Kulturbesuche, Freizeitaktivitäten und digitale Angebote in Zeiten von COVID-19. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung, gefördert von der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Europa (Schriftenreihe Kultursoziologie des IKTF, Nr. 2). Berlin. https://www.iktf.berlin/wp-content/uploads/2022/11/IKTF_Kulturelle_Teilhabe_Berlin_2021.pdf (27.03.2024).

AMT FÜR STATISTIK BERLIN-BRANDENBURG (2023): Einwohnerregisterstatistik Berlin 31. Dezember 2023. Bestand – Grunddaten. Statistischer Bericht A I 5 – hj 2/23. https://download.statistik-berlin-brandenburg.de/33c9036f104cc704/5066649c17098/SB_A01-05-00_2023h02_BE.pdf (27.03.2024).

ARD/ZDF-ONLINESTUDIE (2023): Normalisierung der Internetnutzung nach den Corona-Jahren. <https://ard-zdf-onlinestudie.de> (27.03.2024).

BAUMGART, LAURA (2023): Veranstalter in Not – sind Festivals noch finanzierbar? <https://groove.de/2023/12/06/rewind-2023-festivals-in-der-krise-sind-sie-ueberhaupt-noch-finanzierbar/> (27.03.2024).

BEKMEIER-FEUERHAHN, SIGRID/OBER-HEILIG, NADINE (2014): Kulturmarketing: Theorien, Strategien und Gestaltungsinstrumente. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

BERLIN.DE (2023): Steigende Besucherzahlen in Berliner Museen. <https://www.berlin.de/aktuelles/8157479-958090-steigende-besucherzahlen-in-berliner-mus.html> (27.03.2024).

BERTELSMANN-STIFTUNG (2023): Relevanzmonitor Kultur, Stellenwert von Kulturangeboten in Deutschland. https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Presse/Umfrageergebnisse_Relevanzmonitor-Kultur_20230531.pdf (27.03.2024).

BUNDESREGIERUNG (2022): Corona-Basischutz bleibt, Erleichterungen bei Kurzarbeit, Gesetzliche Neuregelungen April 2022. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/gesetzliche-neuregelungen-2021026> (27.03.2024).

BUNDESVEREINIGUNG KULTURELLE KINDER- UND JUGENDBILDUNG (BKJ) (2020): Argumente für Kulturelle Bildung. Warum Kulturelle Bildung wichtig ist. Remscheid. <https://www.bkj.de/grundlagen/was-ist-kulturelle-bildung/wissensbasis/beitrag/argumente-fuer-kulturelle-bildung/> (19.03.2024).

DE GROOTE, KIM (2013/2012): Kulturelle Bildung im Alter. In: KULTURELLE BILDUNG ONLINE: <https://www.kubi-online.de/artikel/kulturelle-bildung-alter> (19.03.2024).

DER REGIERENDE BÜRGERMEISTER (2023): Richtlinien der Regierungspolitik 2023–2026. <https://www.berlin.de/rbmskz1/politik/senat/richtlinien-der-politik/#11> (27.03.2024).

DEUTSCHER BIBLIOTHEKSVERBAND E.V. (2024): <https://www.bibliothekerverband.de/dritter-ort> (27.03.2024).

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

DEUTSCHES TECHNIKUSEUM BERLIN (2024): Besucherrekord im Deutschen Technikmuseum. <https://technikmuseum.berlin/pressemitteilung/besucherrekord-im-deutschen-technikmuseum/> (12.04.2024).

DIE BUNDESREGIERUNG (2023): Coronavirus in Deutschland. Infektionsschutzgesetz. Corona-Schutzmaßnahmen sind ausgelaufen. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/coronavirus/ende-corona-massnahmen-2068856> | Bundesregierung (27.03.2024).

EUROPEAN COMMISSION (2013): Cultural Access and Participation. Report. Special Eurobarometer 399. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/1115> (27.03.2024).

FFA Filmförderungsanstalt (2023): Das Kinojahr 2022. Berlin. https://www.ffa.de/marktdaten.html?file=files/dokumentenverwaltung/publikationen%20presse%20%28bearbeitet%20HS%29/2022/FFA_Kinohalbjahr_1-2022.pdf&cid=7917 (12.04.2024).

FFA Filmförderungsanstalt (2024): Das Kinojahr 2023. Berlin. https://www.ffa.de/marktdaten.html?file=files/dokumentenverwaltung/publikationen%20presse%20%28bearbeitet%20HS%29/2023/FFA-Kinojahr_2023.pdf&cid=7906 (27.03.2024).

FÖHL, Patrick S./GLOGNER-PILZ, Patrick (2016): Spartenübergreifende Kulturpublikumsforschung. In: Glogner-Pilz, Patrick/Föhl, Patrick S. (Hrsg.): Handbuch Kulturpublikum. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 175-205.

GLOGNER-PILZ, PATRICK/FÖHL, PATRICK S. (2011): Das Kulturpublikum: Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

GOEBEL, JAN/KRAUSE, PETER (2021): Auswirkungen der Coronapandemie nach Einkommens- und Bevölkerungsschichtung – eine Momentaufnahme. In: Statistisches Bundesamt: Datenreport 2021 – Sozialbericht für Deutschland, Auszug 14 Auswirkungen der Coronapandemie, S. 490-503. https://www.destatis.de/DE/Service/Statistik-Campus/Datenreport/Downloads/datenreport-2021-kap-14.pdf?__blob=publicationFile (27.03.2024).

GUNTER, BERND/HAUSMANN, ANDREA (2012): Kulturmarketing (Kunst- und Kulturmanagement). Wiesbaden: Springer VS.

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

HEISIG, JULIA/SCHARF, IVANA/WUNDERLICH, DAGMAR (2018): Museen und Outreach: Outreach als strategisches Diversity-Instrument. Münster/New York: Waxmann.

HAUSMANN, ANDREA (2021): Kulturmarketing (Kunst- und Kulturmanagement). Wiesbaden: Springer VS.

HOFFMANN, HILMAR (1979): Kultur für alle. Perspektiven und Modelle. Frankfurt am Main: Fischer Verlag.

HOINS, KATHARINA (2021): Das Museum als Dritter Ort. Schlagwort oder Leitbegriff? Von Ray Oldenburg bis Homi K. Bhabha. In: Mohr, Henning/Modarressi-Therani, Diana (Hrsg.): Museen der Zukunft. Trends und Herausforderungen eines innovationsorientierten Kulturmanagements. Bielefeld: transcript, S. 275-294.

HOLST, CHRISTIAN (2020): Kultur in Interaktion, Co-Creation im Kultursektor. Wiesbaden: Springer Gabler.

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

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

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

IKTF (2024a): Community Building als strategischer und operativer Ansatz innerhalb der Berliner Jugendkulturinitiative. <https://www.iktf.berlin/forschungs-projekte/jugendkulturinitiative-jki/> (27.03.2024).

IKTF (2024b): KulturMonitoring (KulMon®). KulMon® – kontinuierliche Besucher*innenforschung für Kultur- und Freizeiteinrichtungen. <https://www.iktf.berlin/kulmon/> (27.03.2024).

IKTF (2024c): Status quo der Kulturellen Bildungsarbeit in Berlin. <https://www.iktf.berlin/forschungs-projekte/studie-kulturelle-bildungsarbeit-berlin/> (27.03.2024).

IKTF (2024d): Videoaufzeichnung kurz&knapp-Gespräch „Kultureinrichtungen im postpandemischen Veränderungsdruck – mit Community Building zu anderer Relevanz?“. <https://vimeo.com/894030326> (27.03.2024).

IKTF (2024e): Die Erhebung von Lebensstilen über KulMon®-Befragungen. <https://www.iktf.berlin/wp-content/uploads/2024/03/IKTF-Factsheet-Lebensstile-2024-1.pdf> (27.03.2024).

IKTF (2022): Pandemie wirft Kulturelle Teilhabe in Berlin zurück. Neue Daten zu Kulturbesuchen, Freizeitaktivitäten und digitalen Angeboten in Zeiten von COVID-19. Pressemitteilung vom 29.11.2022. <https://www.iktf.berlin/pressemitteilungen/pandemie-wirft-kulturelle-teilhabe-in-berlin-zurueck/> (27.03.2024).

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

KEUCHEL, SUSANNE (2011): Das 1. InterKulturBarometer – Zentrale Ergebnisse zum Thema Kunst, Kultur und Migration. https://proqua-kms.de/wp-content/uploads/2019/02/Keuchel_Susanne_Interkulturbarometer.pdf (27.03.2024).

KEUCHEL, SUSANNE (2005): Akzeptanz als Chance nutzen für mehr Publikum in Musiktheatern und Konzerten! Ein erster, zusammenfassender Bericht zum 8. KulturBarometer. https://www.orchestermanagement.de/wp-content/uploads/2021/03/8_Kulturbarometer_Zusammenfassung_02.pdf (27.03.2024).

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

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

KEUCHEL, SUSANNE/WIESAND, ANDREAS J. (2006): Das 1. Jugend-KulturBarometer. „Zwischen Eminem und Picasso ...“. Bonn: ARcUlt Media.

KIRCHBERG, VOLKER (2005): Gesellschaftliche Funktionen von Museen: Makro-, meso- und mikrosoziologische Perspektiven (Berliner Schriften zur Museumskunde, Bd. 20). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- KIRCHBERG, VOLKER (1996): Museum visitors and non-visitors in Germany: A representative survey. In: Poetics, 24, S. 239–258.
- KIRCHBERG, VOLKER/KUCHAR, ROBIN (2014): States of comparability: A meta-study of representative population surveys and studies on cultural consumption. In: Poetics, 43, S. 172–191.
- KIRCHBERG, VOLKER/KUCHAR, ROBIN (2012): Mixed Methods and Mixed Theories. Theorie und Methodik einer geplanten Bevölkerungsbefragung in Deutschland zur Kultur(-nicht-)partizipation. In: BEKMEIER-FEUERHAHN, SIGRID/HÖHNE, STEFFEN/KELLER, ROLF/MANDEL, BIRGIT/TRÖNDLE, MARTIN/VAN DEN BERG, KAREN/ZEMBYLAS, TASOS (Hrsg.): Jahrbuch Kulturmanagement, Bd. 4. Bielefeld: transcript, S. 153–170.
- KLEIN, ARMIN (2011): Kulturmarketing: Das Marketingkonzept für Kulturbetriebe. München: dtv.
- KOTLER, PHILIP/SCHEFF, JOANNE (1997): Strategies for marketing the performing arts. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- KRAMER, DIETER (2011): Von der Freizeitplanung zur Kulturpolitik. Eine Bilanzierung von Gewinnen und Verlusten. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- KULTUR.WEST (2007): Der Besuch in einer Kultureinrichtung verliert immer mehr an gesellschaftlicher Relevanz. <https://www.kulturwest.de/inhalt/der-besuch-in-einer-kultureinrichtung-verliert-immer-mehr-an-gesellschaftlicher-relevanz/> (27.03.2024).
- LANDESHAUPTSTADT MÜNCHEN (2019): Daten für die vielfältige Gesellschaft. Wie wir künftig Antidiskriminierungs- und Gleichstellungsdaten erfassen können. https://citizensforeurope.org/wp-content/uploads/Broschu%CC%88re_2012-Einelseiten.pdf (27.03.2024).
- LAUDENBACH, PETER; THOLL, EGBERT (2022): Dem Theater fehlen die Zuschauer. Der Einbruch. In: Süddeutsche Zeitung. <https://www.sueddeutsche.de/kultur/theater-publikum-corona-krise-berliner-ensemble-1.5619166?reduced=true> (27.03.2024).
- L'OEIL DU PUBLIC (SUISSE) (2023): Kulturbesuche in Zeiten von Corona in Deutschland – März 2023. <https://loeildupublic.com/wp-content/uploads/2023/03/Kulturbesuche-in-Zeiten-von-Corona-in-Deutschland-Marz-23.pdf> (27.03.2024).
- MANDEL, BIRGIT (2020): Theater in der Legitimitätskrise? Interesse, Nutzung und Einstellungen zu den staatlich geförderten Theatern in Deutschland – eine repräsentative Bevölkerungsbefragung. Hildesheim: Universitätsverlag Hildesheim. https://www.krisengefuege.theaterwissenschaft.uni-muenchen.de/news_events/legitimationskrise_/mandel-ergebnisse.pdf (27.03.2024).
- MBUTI, ANN (2019): Digital Natives, Millennials, Generation Y und Z. <https://meter-magazin.de/de/lifestyle/18604-wer-sind-sie-und-was-wollen-die-bloss> (27.03.2024).
- MORRISON, HARGREAVES UND MCINTYRE (MHM): Culture Segments. <https://www.mhminsight.com/culture-segments/> (27.03.2024).
- MÜLLER, ACHIM/SIEBENHAAR, KLAUS (2023): Stadt – Theater – Publikum. Publikums- und Bevölkerungsstudie 2023. Niedersächsische Staatstheater Hannover: B & S Siebenhaar Verlag.
- MUSEUM FÜR NATURKUNDE BERLIN (2023): Rekord im Naturkundemuseum: Mehr als 1,65 Millionen Menschen in 2023. <https://www.museumfuernaturkunde.berlin/de/presse/pressemitteilungen/rekord-im-naturkundemuseum-mehr-als-165-millionen-menschen-2023> (12.04.2024).
- OTTE, GUNNAR (2008): Sozialstrukturanalysen mit Lebensstilen. Eine Studie zur theoretischen und methodischen Neuorientierung der Lebensstilforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- OTTE, GUNNAR (2019): Weiterentwicklung der Lebensführungstypologie, Version 2019. Mainz: Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Institut für Soziologie. <https://sozialstruktur.soziologie.uni-mainz.de/files/2019/12/Otte2019-Weiterentwicklung-der-Lebensführungstypologie-Version-2019.pdf> (27.03.2024).
- PEITZ, CHRISTIANE (2022): Vorsicht Kultur. Krisen, Krieg, Corona: Das Publikum bleibt zögerlich. Und wie steht es mit dem Reformwillen der Branche? Eine Saisonbilanz. In: Der Tagesspiegel, 11.07.2022, S. 9.
- PEITZ, CHRISTIANE (2021): Wie geht's dem Publikum?: Das Höhlengefühl bleibt – trotz gelockterter Maßnahmen. <https://plus.tagesspiegel.de/kultur/wie-gehts-dem-publikum-corona-und-das-hoehlenguehl-204947.html> (11.10.2022).
- PÖLLMANN, LORENZ (2021): Kulturmarketing: Grundlagen – Konzepte – Instrumente. Wiesbaden: Springer Gabler.
- PRENSKY, MARC (2001): Digital Natives, Digital Immigrants. In: On The Horizon, 9 (5). <https://meter-magazin.de/de/lifestyle/18604-wer-sind-sie-und-was-wollen-die-bloss> (27.03.2024).
- RBB24 (2024): Berliner Theater und Orchester noch nicht auf altem Besuchsniveau. <https://www.rbb24.de/kultur/beitrag/2024/03/berliner-theater-orchester-besucher-zahlen-gering-vor-corona-pandemie.html> (12.04.2024).
- RBB24 (2023): Maskenpflicht im Nah- und Fernverkehr ist Geschichte. <https://www.rbb24.de/panorama/beitrag/2023/02/berlin-brandenburg-ende-maskenpflicht-nahverkehr.html> (27.03.2024).
- REINWAND, VANESSA-ISABELLE (2008): „Ohne Kunst wäre das Leben ärmer“. Zur biografischen Bedeutung aktiver Theater-Erfahrung. München: Kopaed.
- RENZ, THOMAS (2016): Nicht-Besucherforschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development. Bielefeld: transcript.
- RENZ, THOMAS/ALLMANRITTER, VERA (2022): Die Pandemie als Brandbeschleuniger. Strukturelle Veränderungen im Kulturpublikum zwischen 2019 und 2022. kurz&knapp-Bericht Nr. 3. Berlin. https://www.iktf.berlin/wp-content/uploads/2023/04/IKTf_kurzundknapp_Nr.3_2022_Publikumsschwund_Update.pdf (27.03.2024).
- RENZ, THOMAS/ALLMANRITTER, VERA (Hrsg.) (2024): Besucher*innenforschung 2024. Herausforderungen, Zukunftsperspektiven und aktuelle Erkenntnisse des Besucher*innenforschungssystems KulMon® (Schriftenreihe Besucher*innenforschung des Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung, Nr. 2). Berlin. <https://www.iktf.berlin/wp-content/uploads/2024/03/IKTf-Sammelband-KulMon-2024.pdf> (27.03.2024).
- REUBAND, KARL-HEINZ (2017): Soziale Transformationen des Kulturpublikums. Empirische Befunde und offene Fragen. In: Kulturpolitische Mitteilungen, (157), S. 78–80.

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

SENATSWERWALTUNG FÜR KULTUR UND GESELLSCHAFTLICHEN ZUSAMMENHALT (2023): Pilotphase einer Jugendkulturinitiative in dauerhaft geförderten Kultureinrichtungen. Pressemitteilung vom 21.09.2023. <https://www.berlin.de/sen/kultgz/aktuelles/pressemitteilungen/2023/pressemitteilung.1368085.php> (27.03.2024).

STATISTISCHES BUNDESAMT (2023): Bevölkerung, Migration und Integration. https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/_inhalt.html (27.03.2024).

TEWES-SCHÜNZEL, OLIVER (2024, im Erscheinen): Potenziale für die Weiterentwicklung des Lebensstilansatzes für die Kulturpraxis. Vorschlag für eine Aktualisierung der Lebensführungstypologie von Gunnar Otte. In: Zeitschrift für Kulturmanagement und Kulturpolitik.

TEWES-SCHÜNZEL, OLIVER/ALLMANRITTER, VERA (2022): Kulturelle Teilhabe in Berlin 2021: Digitale Kulturangebote. Nutzung, Bewertung und Teilhabe. kurz&knapp-Bericht Nr. 2. Berlin. https://www.iktf.berlin/wp-content/uploads/2022/06/IKtf_kurzundknapp_Nr.2_2022_Digitale-Angebote.pdf (27.03.2024).

THE AUDIENCE AGENCY (2023): Cultural Participation Monitor. <https://www.theaudienceagency.org/evidence/cultural-participation-monitor> (27.03.2024).

WELZEL, FRANZISKA/SCHLADITZ, KATJA/FÖRSTER, FRANZISKA/LÖBNER, MARGRIT/RIEDEL-HELLER, STEFFI (2021): Gesundheitliche Folgen sozialer Isolation: Qualitative Studie zu psychosozialen Belastungen und Ressourcen älterer Menschen im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie. <https://www.springermedizin.de/covid-19/sars-cov-2/gesundheitliche-folgen-sozialer-isolation-qualitative-studie-zu-/18825350> (27.03.2024).

10. Einzelne Auswertungen im Détail

10.1 Kulturelle Freizeitangebote

Die folgenden Tabellen geben die Wahrscheinlichkeit an, mindestens einmal innerhalb der letzten 12 Monate ein bestimmtes Kulturangebot besucht zu haben („Besuchswahrscheinlichkeit“). Auf 100 fehlende Prozent sind der jeweilige Bevölkerungsanteil der Nicht-Besucher*innen innerhalb der letzten 12 Monate.

Differenziert wird dabei erstens nach unterschiedlichen soziodemografischen Gruppen (Alter, Formale Bildung, Einkommen), zweitens nach Lebensstilen/sozialen Milieus. Um einen Vergleich des neue Kulturmilieumodells mit dessen Vorgänger, den Lebensstilen nach Otte (2019), zu ermöglichen, sind beide Modelle in der Tabelle enthalten.

Abgebildet sind dabei jeweils die Besuchswahrscheinlichkeiten von 2019, 2021 und 2023. Beispiel: Bei Kino/Filmvorführungen gingen 2019 93 % der 15–29-Jährigen mindestens einmal ins Kino. Dieser Anteil fiel auf 29 % im Jahr 2021 und erholte sich auf 83 % im Jahr 2023. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wurde auf eine umfassende Darstellung von Schwankungsbreiten (Konfidenzintervallen) und Fallzahlen verzichtet. Stattdessen wurde zur eigenen Berechnung von Signifikanztests und Konfidenzintervallen in der letzten Tabelle die Fallzahl jeder sozialen Gruppe pro Jahr angegeben. Der Anteil der noch abzuziehenden fehlenden Werte pro Angebotsart bzw. Freizeitaktivität liegt bei 3–5 Prozent.

Hinweis zur Einteilung der Einkommensgruppen: In die niedrige Einkommensgruppe fallen Haushalte, die maximal 70 % des mittleren Einkommens zur Verfügung haben. Die hohe Einkommensgruppe beginnt ab 150 % dieses Wertes. (Niedriges Einkommen: bis 1323 €, mittleres Einkommen: 1325–2837 €, hohes Einkommen: ab 2838 €.) Die Zahlen beziehen sich auf das unter Bedarfsgesichtspunkten modifizierte Pro-Kopf-Haushaltseinkommen (Nettoäquivalenzeinkommen).

Kino/Filmvorführungen

Gesamt	2019	2021	2023						
	82 %	21 %	65 %						
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	93 %	29 %	83 %	86 %	22 %	67 %	67 %	14 %	47 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	73 %	15 %	52 %	87 %	26 %	73 %	90 %	27 %	73 %
Einkommen	niedrig			mittel			hoch		
	76 %	21 %	57 %	84 %	19 %	66 %	91 %	26 %	73 %
Soziales Milieu (Kulturmilieus)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	82 %	17 %	62 %	86 %	28 %	73 %	94 %	30 %	79 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	65 %	12 %	50 %	70 %	16 %	54 %	93 %	31 %	80 %
Soziales Milieu (Kulturmilieus)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	79 %	13 %	53 %	63 %	10 %	43 %	88 %	22 %	74 %
Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	71 %	20 %	54 %	86 %	24 %	68 %	94 %	33 %	82 %
	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	71 %	11 %	51 %	82 %	20 %	65 %	89 %	30 %	79 %
Lebensstil (Otte 2019)	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	64 %	7 %	41 %	79 %	19 %	58 %	93 %	14 %	76 %

Zoos/Tierparks

Gesamt	2019	2021	2023						
		64 %	24 %	36 %					
Alter	15-29 Jahre			30-59 Jahre			60 Jahre und älter		
	56 %	21 %	31 %	68 %	28 %	41 %	64 %	17 %	30 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	70 %	21 %	36 %	60 %	21 %	35 %	60 %	30 %	39 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	60 %	17 %	32 %	67 %	25 %	38 %	63 %	31 %	37 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	72 %	28 %	37 %	63 %	26 %	39 %	63 %	31 %	37 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	59 %	19 %	32 %	66 %	18 %	36 %	49 %	19 %	30 %
Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	72 %	25 %	29 %	68 %	29 %	37 %	57 %	27 %	37 %
	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	72 %	24 %	36 %	66 %	24 %	40 %	58 %	24 %	33 %
	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	68 %	21 %	35 %	66 %	18 %	36 %	52 %	17 %	34 %
	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	73 %	21 %	38 %	57 %	17 %	27 %	75 %	29 %	43 %

Konzerte Rock, Pop, Schlager

Gesamt	2019	2021	2023						
		55 %	4 %	37 %					
Alter	15-29 Jahre			30-59 Jahre			60 Jahre und älter		
	68 %	6 %	48 %	63 %	5 %	44 %	31 %	2 %	16 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	49 %	3 %	26 %	64 %	4 %	44 %	58 %	6 %	46 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	49 %	4 %	27 %	57 %	4 %	38 %	60 %	6 %	49 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	50 %	3 %	30 %	57 %	5 %	41 %	64 %	8 %	54 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	41 %	2 %	19 %	58 %	4 %	26 %	64 %	8 %	52 %
Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	43 %	1 %	23 %	54 %	5 %	35 %	70 %	9 %	55 %
	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	47 %	1 %	24 %	50 %	4 %	35 %	67 %	8 %	59 %
	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	38 %	2 %	19 %	53 %	1 %	31 %	64 %	3 %	42 %
	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	52 %	2 %	31 %	39 %	1 %	23 %	62 %	4 %	43 %

Clubs/Diskotheken

Gesamt	2019	2021	2023						
		37 %	5 %	25 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	64 %	9 %	47 %	43 %	5 %	28 %	7 %	1 %	4 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	25 %	2 %	16 %	52 %	6 %	33 %	43 %	7 %	32 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	38 %	4 %	25 %	36 %	4 %	24 %	41 %	7 %	32 %
Soziales Milieu (Kulturmilieus)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	27 %	2 %	8 %	35 %	2 %	25 %	54 %	11 %	42 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	15 %	2 %	9 %	37 %	7 %	18 %	56 %	10 %	48 %
Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	14 %	1 %	5 %	34 %	4 %	21 %	60 %	11 %	46 %
Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	14 %	1 %	5 %	34 %	4 %	21 %	60 %	11 %	46 %
	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	18 %	1 %	7 %	32 %	2 %	18 %	53 %	7 %	52 %
Lebensstil (Otte 2019)	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	17 %	1 %	10 %	35 %	3 %	20 %	57 %	8 %	43 %

Musical/Revue/Variété/Show

Gesamt	2019	2021	2023						
		38 %	3 %	21 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	30 %	2 %	21 %	39 %	3 %	22 %	44 %	3 %	19 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	42 %	3 %	18 %	36 %	2 %	23 %	37 %	3 %	23 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	29 %	3 %	13 %	42 %	2 %	22 %	45 %	5 %	28 %
Soziales Milieu (Kulturmilieus)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	48 %	4 %	24 %	42 %	2 %	26 %	41 %	4 %	32 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	32 %	0 %	15 %	38 %	2 %	20 %	32 %	3 %	21 %
Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	45 %	4 %	23 %	47 %	4 %	25 %	39 %	3 %	32 %
Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	45 %	4 %	23 %	47 %	4 %	25 %	39 %	3 %	32 %
	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	46 %	1 %	18 %	41 %	4 %	17 %	33 %	2 %	22 %
Lebensstil (Otte 2019)	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	31 %	1 %	14 %	31 %	1 %	14 %	31 %	2 %	22 %

Kabarett/Comedy

Gesamt	2019	2021	2023						
		38 %	4 %	22 %					
Alter	15-29 Jahre			30-59 Jahre			60 Jahre und älter		
	33 %	5 %	21 %	40 %	4 %	24 %	39 %	4 %	18 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	38 %	3 %	19 %	37 %	5 %	24 %	41 %	6 %	27 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	30 %	3 %	16 %	40 %	4 %	22 %	50 %	7 %	29 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	43 %	4 %	22 %	47 %	6 %	27 %	45 %	8 %	33 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	31 %	3 %	15 %	34 %	2 %	17 %	39 %	4 %	23 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	37 %	3 %	17 %	21 %	1 %	12 %	38 %	4 %	21 %
	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
41 %	3 %	23 %	47 %	7 %	25 %	44 %	6 %	31 %	
Lebensstil (Otte 2019)	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	39 %	3 %	17 %	38 %	5 %	20 %	44 %	4 %	31 %
	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	24 %	0 %	11 %	31 %	3 %	15 %	30 %	3 %	21 %

Sportveranstaltungen

Gesamt	2019	2021	2023						
		38 %	5 %	23 %					
Alter	15-29 Jahre			30-59 Jahre			60 Jahre und älter		
	43 %	7 %	31 %	42 %	6 %	25 %	27 %	3 %	13 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	35 %	5 %	20 %	42 %	4 %	27 %	41 %	6 %	22 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	32 %	4 %	18 %	39 %	5 %	23 %	46 %	8 %	28 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	35 %	3 %	21 %	36 %	6 %	25 %	46 %	9 %	30 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	29 %	3 %	15 %	43 %	6 %	17 %	33 %	5 %	23 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	41 %	3 %	21 %	27 %	6 %	11 %	50 %	7 %	30 %
	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
30 %	3 %	18 %	41 %	7 %	24 %	42 %	6 %	26 %	
Lebensstil (Otte 2019)	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	39 %	4 %	19 %	40 %	6 %	25 %	39 %	6 %	27 %
	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	28 %	3 %	15 %	37 %	6 %	17 %	38 %	5 %	30 %

10.2 Klassische Kulturangebote

Die folgenden Tabellen geben die Wahrscheinlichkeit an, mindestens einmal innerhalb der letzten 12 Monate ein bestimmtes Kulturangebot besucht zu haben („Besuchswahrscheinlichkeit“). Auf 100 fehlende Prozent sind der jeweilige Bevölkerungsanteil der Nicht-Besucher*innen innerhalb der letzten 12 Monate.

Differenziert wird dabei erstens nach unterschiedlichen soziodemografischen Gruppen (Alter, Formale Bildung, Einkommen), zweitens nach Lebensstilen/sozialen Milieus. Um einen Vergleich des neue Kulturmilieumodells mit dessen Vorgänger, den Lebensstilen nach Otte (2019), zu ermöglichen, sind beide Modelle in der Tabelle enthalten.

Abgebildet sind dabei jeweils die Besuchswahrscheinlichkeiten von 2019, 2021 und 2023. Beispiel: Angebote aus dem Bereich Theater/Schauspiel wurden 2019 von 39 % der 15–29-Jährigen besucht. Dieser Anteil fiel auf 5 % im Jahr 2021 und erholte sich auf 24 % im Jahr 2023. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wurde auf eine umfassende Darstellung von Schwankungsbreiten (Konfidenzintervallen) und Fallzahlen verzichtet. Stattdessen wurde zur eigenen Berechnung von Signifikanztests und Konfidenzintervallen in der letzten Tabelle die Fallzahl jeder sozialen Gruppe pro Jahr angegeben. Der Anteil der noch abzuziehenden fehlenden Werte pro Angebotsart bzw. Freizeitaktivität liegt bei 3–5 Prozent.

Hinweis zur Einteilung der Einkommensgruppen: In die niedrige Einkommensgruppe fallen Haushalte, die maximal 70 % des mittleren Einkommens zur Verfügung haben. Die hohe Einkommensgruppe beginnt ab 150 % dieses Wertes. (Niedriges Einkommen: bis 1323 €, mittleres Einkommen: 1325–2837 €, hohes Einkommen: ab 2838 €.) Die Zahlen beziehen sich auf das unter Bedarfsgesichtspunkten modifizierte Pro-Kopf-Haushaltseinkommen (Nettoäquivalenzeinkommen).

Theater/Schauspiel

Gesamt	2019	2021	2023						
	41 %	6 %	22 %						
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	39 %	5 %	24 %	39 %	6 %	23 %	46 %	5 %	20 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	30 %	4 %	12 %	43 %	5 %	25 %	56 %	9 %	34 %
Einkommen	niedrig			mittel			hoch		
	32 %	4 %	18 %	44 %	5 %	23 %	52 %	8 %	28 %
Soziales Milieu (Kulturmilieus)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	49 %	4 %	26 %	54 %	8 %	31 %	59 %	11 %	33 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	36 %	4 %	20 %	28 %	4 %	12 %	58 %	10 %	37 %
Soziales Milieu (Kulturmilieus)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	28 %	2 %	12 %	12 %	0 %	7 %	27 %	4 %	15 %
	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
Lebensstil (Otte 2019)	44 %	4 %	20 %	56 %	9 %	31 %	64 %	12 %	40 %
	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	36 %	2 %	15 %	40 %	4 %	20 %	50 %	8 %	31 %
	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	19 %	2 %	6 %	18 %	3 %	13 %	33 %	4 %	21 %

Klassische Musik

Gesamt	2019	2021	2023						
		37 %	7 %	21 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	26 %	6 %	16 %	35 %	5 %	20 %	46 %	9 %	26 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	24 %	4 %	13 %	36 %	7 %	18 %	55 %	11 %	35 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	27 %	5 %	13 %	38 %	7 %	20 %	53 %	9 %	30 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	48 %	11 %	32 %	49 %	9 %	28 %	56 %	12 %	37 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	33 %	7 %	19 %	30 %	4 %	16 %	54 %	9 %	31 %
Lebensstil (Otte 2019)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	21 %	1 %	09 %	6 %	1 %	3 %	19 %	2 %	11 %
	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
48 %	13 %	25 %	56 %	11 %	33 %	57 %	12 %	38 %	
Lebensstil (Otte 2019)	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	28 %	3 %	18 %	34 %	5 %	18 %	40 %	6 %	24 %
	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	13 %	1 %	6 %	19 %	3 %	9 %	25 %	3 %	11 %

Oper/Ballett/Tanz

Gesamt	2019	2021	2023						
		30 %	3 %	15 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	24 %	4 %	14 %	27 %	2 %	15 %	38 %	4 %	16 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	20 %	2 %	9 %	30 %	3 %	15 %	44 %	5 %	25 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	22 %	2 %	11 %	32 %	3 %	15 %	42 %	4 %	22 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	38 %	3 %	21 %	38 %	3 %	21 %	49 %	8 %	27 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	25 %	1 %	14 %	21 %	3 %	15 %	46 %	5 %	24 %
Lebensstil (Otte 2019)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	17 %	0 %	5 %	3 %	0 %	4 %	17 %	2 %	11 %
	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
39 %	4 %	15 %	48 %	5 %	25 %	48 %	7 %	30 %	
Lebensstil (Otte 2019)	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	23 %	1 %	8 %	25 %	2 %	13 %	36 %	3 %	20 %
	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	11 %	0 %	4 %	12 %	2 %	7 %	17 %	1 %	16 %

Jazz/Neue Musik/Klangkunst/experimentelle Musik

Gesamt	2019	2021	2023						
		20 %	3 %	13 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	22 %	5 %	14 %	21 %	3 %	13 %	18 %	3 %	11 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	10 %	2 %	6 %	25 %	4 %	12 %	32 %	6 %	23 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	20 %	3 %	12 %	19 %	3 %	11 %	27 %	4 %	16 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	18 %	2 %	11 %	26 %	4 %	16 %	33 %	6 %	25 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	13 %	1 %	8 %	27 %	5 %	13 %	45 %	8 %	29 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	7 %	0 %	3 %	1 %	1 %	3 %	13 %	1 %	8 %
	Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben	
12 %		2 %	11 %	24 %	4 %	16 %	41 %	8 %	28 %
Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten			
10 %		0 %	4 %	18 %	1 %	11 %	34 %	7 %	21 %
Lebensstil (Otte 2019)	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	4 %	1 %	3 %	10 %	1 %	5 %	19 %	3 %	15 %

Literaturveranstaltungen

Gesamt	2019	2021	2023						
		25 %	3 %	13 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	21 %	3 %	10 %	23 %	3 %	13 %	30 %	3 %	13 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	16 %	2 %	6 %	25 %	3 %	12 %	36 %	5 %	22 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	22 %	3 %	10 %	24 %	3 %	12 %	32 %	3 %	16 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	29 %	3 %	16 %	34 %	4 %	19 %	34 %	5 %	18 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	26 %	2 %	9 %	31 %	2 %	16 %	42 %	8 %	25 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	11 %	1 %	4 %	3 %	1 %	2 %	10 %	1 %	5 %
	Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben	
33 %		2 %	13 %	34 %	4 %	17 %	43 %	8 %	26 %
Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten			
17 %		1 %	6 %	21 %	3 %	11 %	30 %	4 %	20 %
Lebensstil (Otte 2019)	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	7 %	1 %	3 %	12 %	0 %	5 %	20 %	2 %	6 %

Historische/archäologische Ausstellungen

Gesamt	2019	2021	2023						
		45 %	10 %	27 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	42 %	14 %	34 %	48 %	11 %	31 %	42 %	7 %	17 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	35 %	5 %	16 %	47 %	11 %	35 %	60 %	17 %	37 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	40 %	9 %	24 %	47 %	11 %	27 %	53 %	14 %	34 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	48 %	11 %	32 %	58 %	14 %	33 %	57 %	20 %	37 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	42 %	6 %	18 %	47 %	6 %	28 %	55 %	16 %	45 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	33 %	3 %	19 %	24 %	5 %	12 %	36 %	8 %	23 %
	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
50 %	9 %	24 %	55 %	14 %	34 %	60 %	21 %	44 %	
Lebensstil (Otte 2019)	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	39 %	6 %	20 %	44 %	10 %	27 %	52 %	11 %	39 %
	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	27 %	3 %	12 %	36 %	5 %	15 %	37 %	10 %	29 %

Kunstaustellungen

Gesamt	2019	2021	2023						
		45 %	16 %	33 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	45 %	22 %	37 %	46 %	16 %	35 %	44 %	13 %	28 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	29 %	7 %	18 %	47 %	18 %	35 %	68 %	28 %	53 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	40 %	15 %	26 %	45 %	15 %	32 %	62 %	24 %	46 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	57 %	15 %	37 %	59 %	23 %	44 %	70 %	34 %	57 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	38 %	13 %	23 %	43 %	8 %	26 %	73 %	31 %	61 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	18 %	4 %	17 %	12 %	2 %	10 %	28 %	10 %	20 %
	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
50 %	13 %	26 %	63 %	23 %	42 %	77 %	38 %	65 %	
Lebensstil (Otte 2019)	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	27 %	5 %	18 %	40 %	13 %	32 %	59 %	23 %	51 %
	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	12 %	4 %	10 %	22 %	5 %	16 %	43 %	13 %	31 %

Naturwissenschaftliche/technische Ausstellungen

Gesamt	2019	2021	2023						
		54 %	8 %	28 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	56 %	10 %	36 %	57 %	9 %	31 %	46 %	5 %	14 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	44 %	4 %	17 %	58 %	9 %	33 %	67 %	14 %	36 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	49 %	7 %	25 %	57 %	8 %	26 %	60 %	11 %	34 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	59 %	9 %	27 %	62 %	11 %	30 %	65 %	14 %	37 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	51 %	4 %	15 %	45 %	7 %	29 %	59 %	13 %	40 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	47 %	3 %	23 %	37 %	3 %	13 %	51 %	6 %	29 %
	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
Lebensstil (Otte 2019)	54 %	3 %	20 %	62 %	12 %	31 %	63 %	14 %	39 %
	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	50 %	4 %	22 %	51 %	8 %	29 %	58 %	12 %	39 %
	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	39 %	3 %	14 %	49 %	4 %	18 %	55 %	7 %	34 %

Gedenkstätten/Erinnerungsorte

Gesamt	2019	2021	2023						
		49 %	18 %	28 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	57 %	28 %	43 %	50 %	18 %	30 %	40 %	09 %	15 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	41 %	10 %	17 %	51 %	20 %	33 %	57 %	27 %	37 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	44 %	16 %	25 %	50 %	17 %	26 %	53 %	24 %	36 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	48 %	13 %	29 %	52 %	20 %	32 %	59 %	32 %	39 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	41 %	15 %	20 %	51 %	16 %	32 %	56 %	28 %	40 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	42 %	7 %	18 %	31 %	11 %	13 %	52 %	16 %	31 %
	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
Lebensstil (Otte 2019)	48 %	11 %	22 %	54 %	20 %	33 %	60 %	30 %	43 %
	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	43 %	10 %	21 %	44 %	18 %	28 %	56 %	26 %	40 %
	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	35 %	9 %	10 %	42 %	10 %	22 %	51 %	19 %	31 %

10.3 Künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten*

Die Tabellen geben die Wahrscheinlichkeit an, mindestens einmal im Monat eine der folgenden künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten ausgeübt zu haben. Angegeben ist die Zeitreihe von 2019, 2021 und 2023. Beispiel: 2019 gingen 25 % der 15–29-Jährigen mindestens einmal im Monat Freizeitaktivitäten aus dem Bereich „Zeichnen, Malen, Bildhauerei, Graffiti, Druckgrafiken erstellen“ nach. Dieser Anteil steigerte sich 2021 auf 37 % und fiel 2023 wieder auf 32 %.

Weitere Anmerkungen finden sich in der Lesehilfe zu den Besuchswahrscheinlichkeiten unterschiedlicher Kultur- und Freizeitangebote.

Zeichnen, Malen, Bildhauerei, Graffiti, Druckgrafiken erstellen

Gesamt	2019	2021	2023						
		17 %	23 %	20 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	25 %	37 %	32 %	17 %	22 %	19 %	10 %	13 %	12 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	13 %	18 %	14 %	21 %	27 %	23 %	17 %	22 %	20 %
Ein- kommen	niedrig			mittel			hoch		
	24 %	29 %	30 %	13 %	19 %	17 %	12 %	18 %	14 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	16 %	24 %	21 %	17 %	20 %	19 %	16 %	22 %	18 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	12 %	18 %	11 %	25 %	35 %	32 %	30 %	38 %	36 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	9 %	12 %	14 %	14 %	21 %	13 %	14 %	21 %	20 %
Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	13 %	19 %	15 %	17 %	21 %	18 %	18 %	25 %	23 %
	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	11 %	18 %	15 %	16 %	25 %	23 %	24 %	29 %	28 %
Lebensstil (Otte 2019)	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	11 %	12 %	15 %	15 %	22 %	16 %	25 %	31 %	24 %

* mindestens 1 x im Monat

Geschichten, Gedichte, Theaterstücke, Lieder, Musikstücke schreiben

Gesamt	2019	2021	2023						
		8 %	11 %	11 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	11 %	17 %	17 %	8 %	12 %	12 %	6 %	6 %	6 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	4 %	7 %	6 %	11 %	16 %	15 %	12 %	13 %	14 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	11 %	16 %	15 %	8 %	9 %	10 %	6 %	10 %	10 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	5 %	11 %	11 %	7 %	9 %	10 %	8 %	15 %	17 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	9 %	7 %	7 %	17 %	18 %	20 %	23 %	25 %	27 %
Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	6 %	8 %	9 %	9 %	12 %	14 %	13 %	18 %	20 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	2 %	4 %	4 %	2 %	7 %	4 %	4 %	6 %	7 %
	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	3 %	6 %	5 %	8 %	10 %	10 %	17 %	18 %	18 %
Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	6 %	8 %	9 %	9 %	12 %	14 %	13 %	18 %	20 %
	Konventionale			Mittelständische			Hedonisten		
	3 %	6 %	5 %	8 %	10 %	10 %	17 %	18 %	18 %
Lebensstil (Otte 2019)	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	2 %	3 %	4 %	5 %	7 %	7 %	9 %	18 %	10 %

Ein Instrument spielen, Theater spielen, Tanzen, Singen

Gesamt	2019	2021	2023						
		30 %	31 %	27 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	43 %	44 %	41 %	30 %	33 %	27 %	19 %	21 %	18 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	21 %	22 %	17 %	36 %	39 %	32 %	35 %	36 %	33 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	34 %	36 %	33 %	29 %	28 %	26 %	29 %	33 %	25 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	30 %	31 %	26 %	29 %	32 %	29 %	36 %	39 %	36 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	24 %	28 %	22 %	36 %	38 %	36 %	54 %	48 %	45 %
Lebensstil (Otte 2019)	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	15 %	19 %	15 %	21 %	15 %	13 %	23 %	32 %	27 %
Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	16 %	26 %	20 %	33 %	33 %	30 %	40 %	42 %	41 %
	Konventionale			Mittelständische			Hedonisten		
	20 %	20 %	18 %	24 %	29 %	27 %	45 %	47 %	34 %
Lebensstil (Otte 2019)	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	17 %	14 %	15 %	24 %	28 %	21 %	40 %	36 %	34 %

Filme, Videos, Fotos mit hohem kreativem Anspruch erstellen

Gesamt	2019	2021	2023						
		16 %	20 %	17 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	23 %	26 %	23 %	16 %	21 %	17 %	11 %	13 %	11 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	13 %	16 %	14 %	18 %	23 %	18 %	18 %	22 %	17 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	21 %	24 %	22 %	14 %	17 %	15 %	17 %	18 %	12 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	16 %	20 %	14 %	13 %	15 %	14 %	24 %	25 %	23 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	8 %	16 %	12 %	32 %	29 %	29 %	28 %	35 %	31 %
	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	8 %	9 %	10 %	10 %	10 %	5 %	14 %	22 %	16 %
Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	15 %	15 %	12 %	17 %	21 %	18 %	24 %	31 %	23 %
	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	14 %	12 %	12 %	14 %	15 %	17 %	20 %	28 %	24 %
	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	6 %	9 %	9 %	15 %	17 %	10 %	18 %	24 %	19 %

Eigenes Gestalten von Kleidung, Möbeln, Schmuck oder sonstigen Gebrauchsgegenständen

Gesamt	2019	2021	2023						
		14 %	16 %	15 %					
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	17 %	15 %	19 %	15 %	18 %	16 %	11 %	15 %	12 %
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	11 %	16 %	12 %	19 %	15 %	19 %	14 %	17 %	14 %
Ein-kommen	niedrig			mittel			hoch		
	18 %	22 %	22 %	14 %	15 %	13 %	11 %	11 %	11 %
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	15 %	21 %	16 %	12 %	13 %	13 %	14 %	16 %	15 %
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	13 %	14 %	14 %	30 %	30 %	27 %	24 %	26 %	28 %
	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	8 %	10 %	8 %	8 %	11 %	5 %	13 %	11 %	16 %
Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	12 %	15 %	14 %	14 %	19 %	16 %	16 %	18 %	14 %
	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	13 %	12 %	11 %	15 %	16 %	17 %	19 %	22 %	23 %
	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
	12 %	11 %	11 %	10 %	15 %	10 %	19 %	18 %	18 %

10.4 Fallzahlen

Gesamt	2019	2021	2023						
	3 402	3 629	3 581						
Alter	15–29 Jahre			30–59 Jahre			60 Jahre und älter		
	514	582	565	1 833	1 842	1 902	1 007	1 182	1 093
Formale Bildung	Realschule oder niedriger			Abitur			(Fach-)Hochschule		
	929	960	907	551	632	557	1 719	1 878	1 975
Einkommen	niedrig			mittel			hoch		
	818	903	713	1 721	1 728	1 662	671	851	1 063
Soziales Milieu (Kulturmilieu)	Gehoben-Konservative			Obere Mitte			Gehoben-Moderne		
	328	413	343	562	684	678	426	456	434
	Bescheiden-Bürgerliche			Konservatives Unterhaltungsmilieu			Prekäre Avantgarde		
	292	288	301	145	185	153	454	451	421
	Bodenständige			Zurückgezogene			Unterhaltungsmilieu		
	454	473	481	169	193	206	353	369	396
Lebensstil (Otte 2019)	Konservativ Gehoben			Liberal Gehoben			Innovativ Gehoben		
	225	252	217	535	628	581	591	678	597
	Konventionalisten			Mittelständische			Hedonisten		
	303	333	289	531	558	573	360	374	399
	Bodenständig Traditionelle			Heimzentrierte			Unterhaltungssuchende		
262	255	294	341	347	380	187	190	197	

11. Ausführliche Milieubeschreibungen

11.1 Gehoben-Konservative (10 %)

Traditionale Bildungsbürger*innen mit materiell-gehobenem Lebensstandard, die sich in ihrer zweiten Lebenshälfte befinden. Überdurchschnittlich viele Pensionär*innen, Beamt*innen in höheren Laufbahnen und Freiberufler*innen mit Angestellten gehören diesem Milieu an. Sie verfügen über überdurchschnittliche finanzielle Mittel, trotz eines hohen Anteils beruflich nicht mehr aktiver Personen. Bei den sozialen Milieus mit höherem Altersschwerpunkt handelt es sich um das formal am höchsten gebildete Milieu, auch wenn der Anteil höherer formaler Bildungsabschlüsse aufgrund der fortschreitenden Bildungsexpansion des jüngeren akademisch geprägten Milieus höher ausfällt. Überdurchschnittlich häufig wohnen sie in gehobeneren und ruhigeren Gebieten am Stadtrand mit einem hohen Anteil an Einfamilienhäusern (z. B. Zehlendorf, Gatow, Biesdorf).

Ein gewisses Maß an Luxus und Statussymbolik, etwa Besuche exklusiver Restaurants, stellen für dieses Milieu nichts Ungewöhnliches dar. In Anbetracht der fortgeschrittenen Lebensphase lassen es viele Milieuangehörige etwas ruhiger angehen. Werte wie Ordnung, Sicherheit und Beständigkeit, aber auch Familientraditionen sind wichtiger Teil ihrer Lebensphilosophie. Selbstverwirklichung ist ihnen indes weniger wichtig.

Unter den gehobenen sozialen Milieus ist ihr Lebensstil am stärksten häuslich orientiert. Gartenpflege ist eine ihrer typischen Interessen. Daneben verbringen sie ihre Freizeit gern in der Natur. Kulturell sind sie traditional-bildungsbürgerlich orientiert: Sie sind sehr gut informiert, lesen gern anspruchsvolle Bücher, kennen sich sehr gut in Kunst und Kultur aus und haben eine Vorliebe für klassische Kulturangebote, wie Oper, klassische Konzerte oder Sprechtheater. Ihre Besuchshäufigkeit liegt insgesamt jedoch unterhalb derer anderer gehobener/kulturraffiner Milieus (insb. Gehoben-Moderne und Prekäre Avantgarde). Sie ziehen die Perfektion der künstlerischen Darbietung und die Ästhetik der klassischen Schönheit experimentell-herausfordernden Werken vor. Neben ihrer Vorliebe für klassische Musik sind sie auch für einige Genres der Unterhaltungsmusik offen: Musicals, Pop-Klassiker und (ältere) Schlager finden in diesem Milieu durchaus ihre Hörer*innen. Wenig Interesse haben sie an der aktuelleren Pop- oder Jugendkultur. Im Bereich Kino und Film haben sie eine Vorliebe für eher ruhigere Kinogenres, wie Familienfilme, Drama oder Dokumentationen, weniger für Horror- oder Fantasyfilme.

Soziodemografische Zusammensetzung		
	Gehoben-Konservative	Berlin
Realschule oder niedriger	45	44
Abitur	19	24
(Fach-)Hochschule	35	33
Alter (Median)	59	46
Weiblich	41,5	48,4
Männlich	58,3	51
Divers	0,2	0,2
Haushaltseinkommen (gewichtet pro Kopf, Median)	2.033	1.833

Lebensstil: materieller Lebensstandard		
	Gehoben-Konservative	Berlin
Pflege gehobenen Lebensstandard	80	48
Leiste mir manchmal teures Restaurant	53	38
Große Urlaube im Ausland zu teuer	53	55
Umgebe mich gern mit Luxus	41	29
Qualität von Produkten ist wichtiger als ihr Preis	83	66
Vorliebe für hochwertige und exklusive Autos	11	11
Probiere gern ausgefallene und exotische Speisen	57	57
Bei Technikneuheiten kaufe ich das Beste	17	20

Lebensstil (allgemein)		
	Gehoben-Konservative	Berlin
Selbstverwirklichung ist mir sehr wichtig	81	72
Betätigung in Haus und Heim das Schönste	81	46
Mir gefällt, wenn ständig etwas los ist	47	50
Halte an Traditionen der Familie fest	87	52
Suche Herausforderungen und neue Erfahrungen	64	60
Sicherheit/Beständigkeit für mich oberstes Gebot	97	72
Geschlechtergerechte Sprache ist mir wichtig	26	36
Alles im Leben sollte seine feste Ordnung haben	88	69
Gepflegtes Äußeres für mich besonders wichtig	92	82
Klimaschutz bedeutet eine Veränderung meines eigenen Verhaltens	68	65

Lebensstil: Kultur und Wissen		
	Gehoben-Konservative	Berlin
Informiere mich über Politik und Zeitgeschehen	95	78
Lese gerne anspruchsvolle Bücher	83	53
Kenne mich in Kunst und Kultur sehr gut aus	68	38
Interessiere mich für die klassischen Werke	61	41
Interesse mich für experimentelle Werke	39	39
Beliebte Filme und Künstler*innen gefallen mir am besten	58	48
Kunst und Kultur sind in meinem Leben von großer Bedeutung	66	50

Besuchswahrscheinlichkeit: Klassische Kulturangebote (2023) (mind. 1x)		
	Gehoben-Konservative	Berlin
Konzerte klassischer Musik	32	21
Jazz/Neue Musik/Klangkunst	11	13
Literaturveranstaltungen	16	13
Theater/Schauspiel	26	22
Oper/Ballett/Tanz	21	15
Naturwissenschaftliche/technische Ausstellungen	27	28
Kulturgesch. Ausstellungen	32	27
Kunstaustellungen	37	33
Gedenkstätten/Erinnerungsorte	29	28

Gehoben-Konservative

Besuchswahrscheinlichkeit: Kulturelle Freizeitangebote (2023) (mind. 1x)		
	Gehoben-Konservative	Berlin
Kino/Filmvorführungen	62	65
Fachbibliotheken	13	16
andere Bibliotheken	25	25
Musik-/Gesangsunterricht	5	6
Malkurse/Kunstkurse	6	8
Volkshochschule	5	6
Volksfeste/Jahrmärkte	33	36
Weihnachtsmärkte	57	57
Freizeitparks	22	25
Zoos/Tierparks	37	36
Kabarett/Comedy	22	22
Clubs/Diskotheiken	8	25
Sportveranstaltungen	21	23
Musical/Revue/Variété/Show	24	21
Konzerte (Pop, Rock etc.)	30	37

Prioritäten bei der Freizeitplanung (2023)		
	Gehoben-Konservative	Berlin
Sich entspannen/erholen	68	69
Spaß haben/unterhalten werden	43	53
Zeit mit Familie/ Freund*innen zu verbringen	71	70
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	34	31
Sich etwas gönnen	31	26
Kreativ sein	14	13
Dem Alltag entfliehen	30	31
Im Freien sein	43	39
Inspiriert werden/Horizont erweitern	27	23
Spontan/flexibel sein	9	12
(Körperlich) aktiv sein	37	35
Neue Menschen kennenlernen	20	21
Kinder unterhalten/anregen	16	14

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote (2019)		
	Gehoben-Konservative	Berlin
Unterhalten und erholen	95	92
Neue Gedanken/Ideen	77	74
Mehr über Thema erfahren	75	70
Gleichgesinnte treffen	40	40
Mitreden können	50	37
Gemeinsam Zeit verbringen	95	91
Berufliche Anregung	24	23
Angenehme Umgebung	88	83
Künstler*innen/Werke bewundern	78	74
Künstler*innen/Kultur unterstützen	58	57
Aktive Teilnahme vor Ort	17	21
Kinder unterhalten/anregen	40	31
Andere beeindrucken	12	10

Hinderungsgründe/Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote		
	Gehoben-Konservative	Berlin
Mangel an Interesse für Angebote	50	55
Mangel an Freizeit	45	52
Mangel an Finanzmitteln	54	59
Günstigere Eintrittspreise	60	61
Mangel an Begleitpersonen	24	29
Mangel an gesundheitlichen/körperlichen Möglichkeiten	22	19
Zu hohe Corona-Ansteckungsgefahr	14	12
Stärkere Hygienemaßnahmen	15	11
Schwierige Anreise	35	32
Mangelnde Qualität der Angebote	31	32
Leichtere, verständlichere Sprache	17	18
Günstigere Öffnungszeiten	34	31
Mangel an interessanten Angeboten in der Umgebung	53	53
Mangel an inklusiven Angeboten	14	13
Informationssuche erleichtern	40	46
Einfacherer Erwerb der Tickets vor Ort	68	62
Mangel an Mehrsprachigkeit	12	15
Mangel an internationalen Angeboten	21	25
Mangel an diversen Angeboten	22	28
Mangel an Ko-Kreation	12	15
Mangel an Kinderbetreuung	20	20

Einstellungen zu klassischen Kulturangeboten		
	Gehoben-Konservative	Berlin
Nicht für Menschen wie mich	29	36
Soziales Umfeld befürwortet	79	69
Wichtiger Teil meines Lebens	61	47
Grund, in Berlin zu leben	66	53
Mir fehlt oft schlicht das Geld dafür	30	40
Preis/Leistung stimmt oft nicht	42	45
Wichtig für gutes Leben	80	68
Ja zu öffentlicher Förderung	90	84
Für kommende Generationen erhalten	98	95
Fühle mich fehl am Platz	10	19
Wirtschaftliche Vorteile für Berlin	94	87
Für Familie und Freund*innen wichtig	84	67
Weiß nicht immer, wie ich mich dort verhalten soll	7	16
Verhaltensregeln bei Angeboten zu steif	17	25
Mache mich gerne für solche Angebote schick	74	55
Wunsch nach mehr lockeren Angeboten	42	50
Angebote sollten stärker auf Klimaschutz achten	53	55

Medien für die Freizeitplanung (mind. 1x im Monat)		
	Gehoben-Konservative	Berlin
Internetrecherche (Google etc.)	81	82
Webseiten von Freizeit- und Kultureinrichtungen	59	52
Newsletter von Freizeit- und Kultureinrichtungen	35	28
Social Media (z.B. Facebook, Instagram)	37	45
Plakate, Außenwerbung	30	28
Veranstaltungskalender/Stadtmagazine	28	18
Flyer/Informationsbroschüren/Programmhefte	15	10
Überregionale Zeitungen (z. B. SZ, FAZ)	22	17
Lokalzeitungen (z. B. BZ, Tagesspiegel)	54	36
Kostenlose Wochenblätter/Anzeigenblätter	50	30
Radio	68	53
Fernsehen	66	51
Persönliche Empfehlung	66	67

Bevorzugte Musikstile (gefällt ziemlich/sehr)		
	Gehoben-Konservative	Berlin
Volkslieder, Folklore	21	12
Volkstümliche Hitparade	10	6
Klassische Musik	59	45
Jazz	36	32
Dance/Electronic/Techno	31	35
Schlager	31	22
Punk/Independent/Alternative	19	27
Hardrock/Metal/Classic Rock	25	29
Pop-Klassiker	57	54
Aktuelle Popmusik/Charts	46	44
R'n'B, Soul	41	39
HipHop	23	30
Gangster-Rap/Straßen-Rap	8	14
Musical	47	32

Bevorzugte Filmgenres (gefällt ziemlich/sehr)		
	Gehoben-Konservative	Berlin
Kriminalfilme/Thriller	49	48
Familienfilme/Family Entertainment	39	30
Horror	10	16
Programm kino/Arthouse/Filmkunst	27	28
Drama	38	37
Komödie	67	60
Animation/Zeichentrick	25	27
Fantasy	27	36
Action	37	43
Dokumentation	68	56
Scienc-Fiction	28	39

11.2 Bescheiden-Bürgerliche (9 %)

Klassisch orientierte, arrivierte Bildungsbürger*innen mit bescheidenem Lebensstil. Dieses Milieu zeichnet sich durch den höchsten Anteil an Pensionär*innen und Rentner*innen und viele Akademiker*innen aus. Beamt*innen oder qualifizierte Angestellte sind unter ihnen überrepräsentiert. Sie verfügen jedoch nur über ein unterdurchschnittliches Einkommen, das mit einer sparsamen Lebensführung einhergeht: Wenn sie auswärts essen gehen, dann eher selten und preiswert. Ihre Urlaube verbringen sie eher im Inland. Sie wohnen überdurchschnittlich häufig in Stadtteilen etwas abseits vom Zentrum, wie Steglitz, Mariendorf oder Zehlendorf.

Ihre Lebensphilosophie zeichnet sich durch eine asketische Qualität aus: Sie meiden Luxus, „Spaß“ ist ihnen bei ihrer Freizeitgestaltung weniger wichtig, körperliche Aktivität jedoch in Anbetracht ihres Alters sehr – aber auch Inspiration und Kreativität. Sie lassen es eher ruhig angehen und sind auch weniger an Neuem interessiert. Auch Selbstverwirklichung spielt für sie keine große Rolle (mehr). Konservativ sind sie jedoch nicht: Weder Familientraditionen noch eine Orientierung an Sicherheit und Beständigkeit liegt bei ihnen hoch im Kurs.

Bescheiden-Bürgerliche lesen gern anspruchsvolle Bücher, kennen sich auch gut in Kunst und Kultur aus und sind insgesamt gut informiert. Ihr kultureller Geschmack ist wie bei keinem anderen Milieu an klassischer Hochkultur orientiert. Dabei schätzen sie eher den bildungsbürgerlichen Kanon als anstößige, experimentelle oder herausfordernde Werke. Pop- oder Jugendkultur stehen sie so distanziert gegenüber wie kein anderes Milieu. Auch sind sie weniger als andere Milieus an Kino und Film interessiert, hierbei vor allem noch an Dokumentationen. Sie haben eine starke Abneigung gegenüber Actionfilmen und Ähnlichem. Ihre Besuchshäufigkeit von Kulturangeboten ist insgesamt noch etwas niedriger als bei anderen Milieus mit ähnlicher Kulturaffinität.

Soziodemografische Zusammensetzung		
	Bescheiden-Bürgerliche	Berlin
Realschule oder niedriger	53	44
Abitur	21	24
(Fach-)Hochschule	25	33
Alter (Median)	60	46
Weiblich	47,7	48,4
Männlich	51,7	51
Divers	0,6	0,6
Haushaltseinkommen (gewichtet pro Kopf, Median)	1.600	1.833

Lebensstil: materieller Lebensstandard		
	Bescheiden-Bürgerliche	Berlin
Pflege gehobenen Lebensstandard	28	48
Leiste mir manchmal teures Restaurant	15	38
Große Urlaube im Ausland zu teuer	59	55
Umgebe mich gern mit Luxus	19	29
Qualität von Produkten ist wichtiger als ihr Preis	58	66
Vorliebe für hochwertige und exklusive Autos	5	11
Probiere gern ausgefallene und exotische Speisen	37	57
Bei Technikneuheiten kaufe ich das Beste	10	20

Lebensstil (allgemein)		
	Bescheiden-Bürgerliche	Berlin
Selbstverwirklichung ist mir sehr wichtig	52	72
Betätigung in Haus und Heim das Schönste	43	46
Mir gefällt, wenn ständig etwas los ist	8	50
Halte an Traditionen der Familie fest	34	52
Suche Herausforderungen und neue Erfahrungen	21	60
Sicherheit/Beständigkeit für mich oberstes Gebot	77	72
Geschlechtergerechte Sprache ist mir wichtig	25	36
Alles im Leben sollte seine feste Ordnung haben	72	69
Gepflegtes Äußeres für mich besonders wichtig	77	82
Klimaschutz bedeutet eine Veränderung meines eigenen Verhaltens	63	65

Lebensstil: Kultur und Wissen		
	Bescheiden-Bürgerliche	Berlin
Informiere mich über Politik und Zeitgeschehen	94	78
Lese gerne anspruchsvolle Bücher	65	53
Kenne mich in Kunst und Kultur sehr gut aus	39	38
Interessiere mich für die klassischen Werke	49	41
Interesse mich für experimentelle Werke	35	39
Beliebte Filme und Künstler*innen gefallen mir am besten	36	48
Kunst und Kultur sind in meinem Leben von großer Bedeutung	50	50

Besuchswahrscheinlichkeit: Klassische Kulturangebote (2023) (mind. 1x)		
	Bescheiden-Bürgerliche	Berlin
Konzerte klassischer Musik	19	21
Jazz/Neue Musik/Klangkunst	8	13
Literaturveranstaltungen	9	13
Theater/Schauspiel	20	22
Oper/Ballett/Tanz	14	15
Naturwissenschaftliche/technische Ausstellungen	15	28
Kulturgesch. Ausstellungen	18	27
Kunstaustellungen	23	33
Gedenkstätten/Erinnerungsorte	20	28

Bescheiden-Bürgerliche (Fortsetzung)

Besuchswahrscheinlichkeit: Kulturelle Freizeitangebote (2023) (mind. 1x)		
Bescheiden-Bürgerliche	Berlin	
Kino/Filmvorführungen	50	65
Fachbibliotheken	11	16
andere Bibliotheken	19	25
Musik-/Gesangsunterricht	2	6
Malkurse/Kunstkurse	5	8
Volkshochschule	5	6
Volksfeste/Jahrmärkte	24	36
Weihnachtsmärkte	43	57
Freizeitparks	15	25
Zoos/Tierparks	32	36
Kabarett/Comedy	15	22
Clubs/Diskotheken	9	25
Sportveranstaltungen	15	23
Musical/Revue/Varieté/Show	15	21
Konzerte (Pop, Rock etc.)	19	37

Prioritäten bei der Freizeitplanung (2023)		
Bescheiden-Bürgerliche	Berlin	
Sich entspannen/erholen	70	69
Spaß haben/unterhalten werden	39	53
Zeit mit Familie/ Freund*innen zu verbringen	59	70
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	30	31
Sich etwas gönnen	21	26
Kreativ sein	13	13
Dem Alltag entfliehen	28	31
Im Freien sein	46	39
Inspiriert werden/Horizont erweitern	26	23
Spontan/flexibel sein	10	12
(Körperlich) aktiv sein	37	35
Neue Menschen kennenlernen	17	21
Kinder unterhalten/anregen	12	14

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote (2019)		
Bescheiden-Bürgerliche	Berlin	
Unterhalten und erholen	92	92
Neue Gedanken/Ideen	66	74
Mehr über Thema erfahren	63	70
Gleichgesinnte treffen	39	40
Mitreden können	41	37
Gemeinsam Zeit verbringen	82	91
Berufliche Anregung	11	23
Angenehme Umgebung	78	83
Künstler*innen/Werke bewundern	71	74
Künstler*innen/Kultur unterstützen	52	57
Aktive Teilnahme vor Ort	13	21
Kinder unterhalten/anregen	25	31
Andere beeindrucken	8	10

Hinderungsgründe/Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote		
Bescheiden-Bürgerliche	Berlin	
Mangel an Interesse für Angebote	45	55
Mangel an Freizeit	35	52
Mangel an Finanzmitteln	66	59
Günstigere Eintrittspreise	67	61
Mangel an Begleitpersonen	25	29
Mangel an gesundheitlichen/körperlichen Möglichkeiten	28	19
Zu hohe Corona-Ansteckungsgefahr	19	12
Stärkere Hygienemaßnahmen	13	11
Schwierige Anreise	36	32
Mangelnde Qualität der Angebote	27	32
Leichtere, verständlichere Sprache	16	18
Günstigere Öffnungszeiten	26	31
Mangel an interessanten Angeboten in der Umgebung	47	53
Mangel an inklusiven Angeboten	12	13
Informationssuche erleichtern	36	46
Einfacherer Erwerb der Tickets vor Ort	66	62
Mangel an Mehrsprachigkeit	8	15
Mangel an internationalen Angeboten	18	25
Mangel an diversen Angeboten	19	28
Mangel an Ko-Kreation	8	15
Mangel an Kinderbetreuung	12	20

Einstellungen zu klassischen Kulturangeboten		
Bescheiden-Bürgerliche	Berlin	
Nicht für Menschen wie mich	37	36
Soziales Umfeld befürwortet	64	69
Wichtiger Teil meines Lebens	45	47
Grund, in Berlin zu leben	48	53
Mir fehlt oft schlicht das Geld dafür	50	40
Preis/Leistung stimmt oft nicht	57	45
Wichtig für gutes Leben	67	68
Ja zu öffentlicher Förderung	85	84
Für kommende Generationen erhalten	95	95
Fühle mich fehl am Platz	14	19
Wirtschaftliche Vorteile für Berlin	88	87
Für Familie und Freund*innen wichtig	69	67
Weiß nicht immer, wie ich mich dort verhalten soll	56	16
Verhaltensregeln bei Angeboten zu steif	21	25
Mache mich gerne für solche Angebote schick	52	55
Wunsch nach mehr lockeren Angeboten	46	50
Angebote sollten stärker auf Klimaschutz achten	52	55

Medien für die Freizeitplanung (mind. 1x im Monat)		
Bescheiden-Bürgerliche	Berlin	
Internetrecherche (Google etc.)	72	82
Webseiten von Freizeit- und Kultureinrichtungen	45	52
Newsletter von Freizeit- und Kultureinrichtungen	28	28
Social Media (z.B. Facebook, Instagram)	25	45
Plakate, Außenwerbung	23	28
Veranstaltungskalender/Stadtmagazine	18	18
Flyer/Informationsbroschüren/Programmhefte	10	10
Überregionale Zeitungen (z. B. SZ, FAZ)	17	17
Lokalzeitungen (z. B. BZ, Tagesspiegel)	45	36
Kostenlose Wochenblätter/Anzeigenblätter	37	30
Radio	56	53
Fernsehen	54	51
Persönliche Empfehlung	55	67

Bevorzugte Musikstile (gefällt ziemlich/sehr)		
Bescheiden-Bürgerliche	Berlin	
Volkslieder, Folklore	14	12
Volkstümliche Hitparade	4	6
Klassische Musik	52	45
Jazz	32	32
Dance/Electronic/Techno	20	35
Schlager	18	22
Punk/Independent/Alternative	23	27
Hardrock/Metal/Classic Rock	29	29
Pop-Klassiker	44	54
Aktuelle Popmusik/Charts	31	44
R'n'B, Soul	33	39
HipHop	18	30
Gangster-Rap/Straßen-Rap	8	14
Musical	29	32

Bevorzugte Filmgenres (gefällt ziemlich/sehr)		
Bescheiden-Bürgerliche	Berlin	
Kriminalfilme/Thriller	41	48
Familienfilme/Family Entertainment	26	30
Horror	11	16
Programm kino/Arthouse/Filmkunst	26	28
Drama	30	37
Komödie	51	60
Animation/Zeichentrick	19	27
Fantasy	30	36
Action	31	43
Dokumentation	68	56
Scienc-Fiction	30	39

11.3 Bodenständige (16 %)

Konservatives Milieu in der zweiten Lebenshälfte, mit hohem Anteil nicht akademischer Fachkräfte mit mittlerem Einkommen. Sie pflegen einen eher heimzentrierten Lebensstil, häufig gärtnern oder heimwerken sie in ihrer Freizeit. Ihre typischen Wohngebiete liegen eher am Stadtrand, wie Neukölln (außer Nord-Neukölln), Marienfelde/Lichtenrade oder Biesdorf. Die Mehrheit von ihnen hat schon seit ihrer Kindheit in Berlin gewohnt.

Das Milieu zeichnet sich durch eine konservativ-bodenständige Lebensphilosophie aus: Familientraditionen und -bräuche sind ihnen wichtig, Sicherheit und Beständigkeit im Leben werden wertgeschätzt, Selbstverwirklichung nicht unbedingt angestrebt. Gender- und Klimagerechtigkeit sind ihnen weniger wichtig als anderen Milieus. Sie grenzen sich von allem Exzentrischen ab. Sie mögen es eher ruhig. In ihrer Freizeit suchen sie vor allem Erholung. Spaß und Gemütlichkeit stehen im Vordergrund, nicht intellektuelle Stimulation oder Inspiration.

Bodenständige verfügen über wenige Vorkenntnisse im Bereich der Kunst und Kultur und zählen anspruchsvolle Bücher nicht unbedingt zu ihren Interessen, ebenso wie Politik und Zeitgeschehen. Sie hören gern Popklassiker, aktuelle Charts oder Schlager. Mit klassischer Musik, Opern, Jazz, aber auch stärker szeneorientierter Pop- und Jugendkultur (Punkrock, Hip-Hop, Elektro etc.) können sie häufig wenig anfangen. Klassische Kulturangebote besuchen sie selten. Eher besuchen sie Freizeitangebote wie Fußballstadien, Volksfeste oder Popkonzerte. Insgesamt besuchen sie Kultur- und Freizeitangebote seltener als die meisten anderen sozialen Milieus. Im Bereich Film haben sie ein Faible für Krimis und Familienfilme und wenig Interesse an Programmkinno/Arthouse-Filmen. Darüber hinaus sind sie aber nicht festgelegt.

Soziodemografische Zusammensetzung		
	Bodenständige	Berlin
Realschule oder niedriger	64	44
Abitur	20	24
(Fach-)Hochschule	17	33
Alter (Median)	53	46
Weiblich	48,7	48,4
Männlich	51,2	51
Divers	2	6
Haushaltseinkommen (gewichtet pro Kopf, Median)	1.833	1.833

Lebensstil: materieller Lebensstandard		
	Bodenständige	Berlin
Pflege gehobenen Lebensstandard	33	48
Leiste mir manchmal teures Restaurant	26	38
Große Urlaube im Ausland zu teuer	62	55
Umgebe mich gern mit Luxus	20	29
Qualität von Produkten ist wichtiger als ihr Preis	56	66
Vorliebe für hochwertige und exklusive Autos	10	11
Probiere gern ausgefallene und exotische Speisen	40	57
Bei Technikneuheiten kaufe ich das Beste	16	20

Lebensstil (allgemein)		
	Bodenständige	Berlin
Selbstverwirklichung ist mir sehr wichtig	43	72
Betätigung in Haus und Heim das Schönste	57	46
Mir gefällt, wenn ständig etwas los ist	23	50
Halte an Traditionen der Familie fest	62	52
Suche Herausforderungen und neue Erfahrungen	17	60
Sicherheit/Beständigkeit für mich oberstes Gebot	92	72
Geschlechtergerechte Sprache ist mir wichtig	23	36
Alles im Leben sollte seine feste Ordnung haben	80	69
Gepflegtes Äußeres für mich besonders wichtig	83	82
Klimaschutz bedeutet eine Veränderung meines eigenen Verhaltens	57	65

Lebensstil: Kultur und Wissen		
	Bodenständige	Berlin
Informiere mich über Politik und Zeitgeschehen	74	78
Lese gerne anspruchsvolle Bücher	22	53
Kenne mich in Kunst und Kultur sehr gut aus	3	38
Interessiere mich für die klassischen Werke	17	41
Interesse mich für experimentelle Werke	13	39
Beliebte Filme und Künstler*innen gefallen mir am besten	50	48
Kunst und Kultur sind in meinem Leben von großer Bedeutung	22	50

Besuchswahrscheinlichkeit: Klassische Kulturangebote (2023) (mind. 1x)		
	Bodenständige	Berlin
Konzerte klassischer Musik	9	21
Jazz/Neue Musik/Klangkunst	3	13
Literaturveranstaltungen	4	13
Theater/Schauspiel	12	22
Oper/Ballett/Tanz	5	15
Naturwissenschaftliche/technische Ausstellungen	23	28
Kulturgesch. Ausstellungen	19	27
Kunstaustellungen	17	33
Gedenkstätten/Erinnerungsorte	18	28

Bodenständige (Fortsetzung)

Besuchswahrscheinlichkeit: Kulturelle Freizeitangebote (2023) (mind. 1x)		
	Bodenständige	Berlin
Kino/Filmvorführungen	53	65
Fachbibliotheken	6	16
andere Bibliotheken	19	25
Musik-/Gesangsunterricht	3	6
Malkurse/Kunstkurse	4	8
Volkshochschule	4	6
Volksfeste/Jahrmärkte	33	36
Weihnachtsmärkte	54	57
Freizeitparks	22	25
Zoos/Tierparks	38	36
Kabarett/Comedy	17	22
Clubs/Diskotheken	13	25
Sportveranstaltungen	21	23
Musical/Revue/Varieté/Show	17	21
Konzerte (Pop, Rock etc.)	31	37

Prioritäten bei der Freizeitplanung (2023)		
	Bodenständige	Berlin
Sich entspannen/erholen	78	69
Spaß haben/unterhalten werden	56	53
Zeit mit Familie/ Freund*innen zu verbringen	72	70
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	35	31
Sich etwas gönnen	31	26
Kreativ sein	6	13
Dem Alltag entfliehen	28	31
Im Freien sein	35	39
Inspiriert werden/Horizont erweitern	13	23
Spontan/flexibel sein	10	12
(Körperlich) aktiv sein	28	35
Neue Menschen kennenlernen	14	21
Kinder unterhalten/anregen	19	14

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote (2019)		
	Bodenständige	Berlin
Unterhalten und erholen	93	92
Neue Gedanken/Ideen	58	74
Mehr über Thema erfahren	48	70
Gleichgesinnte treffen	30	40
Mitreden können	23	37
Gemeinsam Zeit verbringen	94	91
Berufliche Anregung	9	23
Angenehme Umgebung	82	83
Künstler*innen/Werke bewundern	58	74
Künstler*innen/Kultur unterstützen	36	57
Aktive Teilnahme vor Ort	6	21
Kinder unterhalten/anregen	32	31
Andere beeindrucken	4	10

Hinderungsgründe/Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote		
	Bodenständige	Berlin
Mangel an Interesse für Angebote	56	55
Mangel an Freizeit	44	52
Mangel an Finanzmitteln	58	59
Günstigere Eintrittspreise	60	61
Mangel an Begleitpersonen	28	29
Mangel an gesundheitlichen/körperlichen Möglichkeiten	21	19
Zu hohe Corona-Ansteckungsgefahr	10	12
Stärkere Hygienemaßnahmen	9	11
Schwierige Anreise	31	32
Mangelnde Qualität der Angebote	28	32
Leichtere, verständlichere Sprache	17	18
Günstigere Öffnungszeiten	26	31
Mangel an interessanten Angeboten in der Umgebung	57	53
Mangel an inklusiven Angeboten	12	13
Informationssuche erleichtern	43	46
Einfacherer Erwerb der Tickets vor Ort	60	62
Mangel an Mehrsprachigkeit	6	15
Mangel an internationalen Angeboten	14	25
Mangel an diversen Angeboten	15	28
Mangel an Ko-Kreation	8	15
Mangel an Kinderbetreuung	19	20

Einstellungen zu klassischen Kulturangeboten		
	Bodenständige	Berlin
Nicht für Menschen wie mich	43	36
Soziales Umfeld befürwortet	55	69
Wichtiger Teil meines Lebens	25	47
Grund, in Berlin zu leben	33	53
Mir fehlt oft schlicht das Geld dafür	41	40
Preis/Leistung stimmt oft nicht	51	45
Wichtig für gutes Leben	54	68
Ja zu öffentlicher Förderung	76	84
Für kommende Generationen erhalten	93	95
Fühle mich fehl am Platz	24	19
Wirtschaftliche Vorteile für Berlin	83	87
Für Familie und Freund*innen wichtig	59	67
Weiß nicht immer, wie ich mich dort verhalten soll	46	16
Verhaltensregeln bei Angeboten zu steif	26	25
Mache mich gerne für solche Angebote schick	48	55
Wunsch nach mehr lockeren Angeboten	45	50
Angebote sollten stärker auf Klimaschutz achten	47	55

Medien für die Freizeitplanung (mind. 1x im Monat)		
	Bodenständige	Berlin
Internetrecherche (Google etc.)	75	82
Webseiten von Freizeit- und Kultureinrichtungen	41	52
Newsletter von Freizeit- und Kultureinrichtungen	19	28
Social Media (z.B. Facebook, Instagram)	34	45
Plakate, Außenwerbung	19	28
Veranstaltungskalender/Stadtmagazine	11	18
Flyer/Informationsbroschüren/Programmhefte	9	10
Überregionale Zeitungen (z. B. SZ, FAZ)	10	17
Lokalzeitungen (z. B. BZ, Tagesspiegel)	33	36
Kostenlose Wochenblätter/Anzeigenblätter	43	30
Radio	62	53
Fernsehen	60	51
Persönliche Empfehlung	58	67

Bevorzugte Musikstile (gefällt ziemlich/sehr)		
	Bodenständige	Berlin
Volkslieder, Folklore	9	12
Volkstümliche Hitparade	6	6
Klassische Musik	33	45
Jazz	16	32
Dance/Electronic/Techno	28	35
Schlager	29	22
Punk/Independent/Alternative	20	27
Hardrock/Metal/Classic Rock	29	29
Pop-Klassiker	59	54
Aktuelle Popmusik/Charts	54	44
R'n'B, Soul	32	39
HipHop	20	30
Gangster-Rap/Straßen-Rap	9	14
Musical	34	32

Bevorzugte Filmgenres (gefällt ziemlich/sehr)		
	Bodenständige	Berlin
Kriminalfilme/Thriller	47	48
Familienfilme/Family Entertainment	34	30
Horror	16	16
Programm kino/Arthouse/Filmkunst	9	28
Drama	22	37
Komödie	59	60
Animation/Zeichentrick	27	27
Fantasy	33	36
Action	46	43
Dokumentation	48	56
Scienc-Fiction	35	39

11.4 Obere Mitte (17 %)

Die akademische geprägte Mittelklasse mittleren Alters mit innerer Distanz zu allen Extremen. Bei der „oberen Mitte“ ist der Name lebensphilosophisches Programm: Nicht traditional, aber auch nicht zu wild, nicht abgehoben, aber doch angekommen. Ein Milieu, das sich in seiner Selbsteinschätzung Bescheidenheit und Mäßigung auferlegt hat und sich selbst einen eher mittleren Lebensstandard attestiert, obwohl es überdurchschnittlich finanzstark ist. Trotz überdurchschnittlicher Kapitalausstattung gibt man sich maßvoll und bescheiden, (protzige) Statussymbole sind eher verpönt. Gender- und Klimagerechtigkeit sind ihnen wichtig. Typische Berufe beinhalten Beamt*innenpositionen im höheren Dienst oder Angestellte mit eigenständigen Tätigkeiten. Beliebte Wohngebiete sind gediegene innerstädtische Lagen mit hoher Altbauquote (z. B. Pankow, Wilmersdorf, Charlottenburg), nicht jedoch Szeneviertel.

Ihre Tendenz zur verantwortungsbewussten, ausgleichenden Mitte drückt sich auch in ihren Werten aus. Selbstverwirklichung ist ihnen eher durchschnittlich wichtig. Familientraditionen spielen für sie keine große Rolle, abgelehnt werden sie aber auch nicht. Sicherheit und Beständigkeit werden bei ihnen in Einklang mit dem Bedürfnis nach neuen Herausforderungen gebracht. Auch in der Freizeit wird eine Balance zwischen intellektuellem Stimulationsbedürfnis und Entspannung angestrebt. Neben typischen Interessen, die zu Hause ausgeübt werden (Lesen, Gärtnern, Heimwerken), besuchen sie auch Kneipen und Restaurants überdurchschnittlich häufig.

Sie interessieren sich für Politik und Zeitgeschehen und lesen gern anspruchsvolle Bücher. Ihre Kenntnisse im Bereich Kunst und Kultur schätzen sie bescheidener ein, als sie es müssten, gehören sie doch zu den häufigeren Besucher*innen klassischer Kulturangebote. Ihre Interessen sind vielfältig und beinhalten eine Vielzahl unterschiedlicher Kultur- und Freizeitangebote. Ihr außerhäusliches Aktivitätsniveau ist mittel bis hoch einzuschätzen. Dieser Typus stellt daher einen Mitteltyp aus den jüngeren, stärker modernen und außerhäuslichen Milieus (Gehoben-Moderne, Prekäre Avantgarde) und den kulturaffinen älteren, konservativeren Typen (Gehoben-Konservative, Bescheiden-Bürgerliche) dar. Ihr Musikgeschmack liegt an der Schnittstelle zwischen Hochkultur und (gediegenerer) Popularkultur: Jazz, Soul, klassische Musik stehen hoch im Kurs, etwas seltener (Indie-)Rock, Heavy Metal, elektronische Musik oder Hip-Hop. Sie haben eine starke Abneigung gegen volkstümliche Musik, Schlager, aber auch Gangster-Rap. Sie sind überdurchschnittlich an anspruchsvollen Filmen (Arthouse), Dramen oder Dokumentationen interessiert, weit weniger an Horrorfilmen.

Soziodemografische Zusammensetzung		
	Obere Mitte	Berlin
Realschule oder niedriger	35	44
Abitur	23	24
(Fach-)Hochschule	42	33
Alter (Median)	52	46
Weiblich	47	48,4
Männlich	52,6	51
Divers	0,4	0,6
Haushaltseinkommen (gewichtet pro Kopf, Median)	2.111	1.833

Lebensstil: materieller Lebensstandard		
	Obere Mitte	Berlin
Pflege gehobenen Lebensstandard	53	48
Leiste mir manchmal teures Restaurant	41	38
Große Urlaube im Ausland zu teuer	38	55
Umgebe mich gern mit Luxus	23	29
Qualität von Produkten ist wichtiger als ihr Preis	71	66
Vorliebe für hochwertige und exklusive Autos	7	11
Probiere gern ausgefallene und exotische Speisen	66	57
Bei Technikneuheiten kaufe ich das Beste	14	20

Lebensstil (allgemein)		
	Obere Mitte	Berlin
Selbstverwirklichung ist mir sehr wichtig	75	72
Betätigung in Haus und Heim das Schönste	27	46
Mir gefällt, wenn ständig etwas los ist	44	50
Halte an Traditionen der Familie fest	41	52
Suche Herausforderungen und neue Erfahrungen	64	6
Sicherheit/Beständigkeit für mich oberstes Gebot	60	72
Geschlechtergerechte Sprache ist mir wichtig	39	36
Alles im Leben sollte seine feste Ordnung haben	56	69
Gepflegtes Äußeres für mich besonders wichtig	79	82
Klimaschutz bedeutet eine Veränderung meines eigenen Verhaltens	71	65

Lebensstil: Kultur und Wissen		
	Obere Mitte	Berlin
Informiere mich über Politik und Zeitgeschehen	90	78
Lese gerne anspruchsvolle Bücher	76	53
Kenne mich in Kunst und Kultur sehr gut aus	51	38
Interessiere mich für die klassischen Werke	50	41
Interesse mich für experimentelle Werke	44	39
Beliebte Filme und Künstler*innen gefallen mir am besten	45	48
Kunst und Kultur sind in meinem Leben von großer Bedeutung	64	50

Besuchswahrscheinlichkeit: Klassische Kulturangebote (2023) (mind. 1x)		
	Obere Mitte	Berlin
Konzerte klassischer Musik	28	21
Jazz/Neue Musik/Klangkunst	16	13
Literaturveranstaltungen	19	13
Theater/Schauspiel	31	22
Oper/Ballett/Tanz	21	15
Naturwissenschaftliche/technische Ausstellungen	30	28
Kultugesch. Ausstellungen	33	27
Kunstaustellungen	44	33
Gedenkstätten/Erinnerungsorte	32	28

Obere Mitte (Fortsetzung)

Besuchswahrscheinlichkeit: Kulturelle Freizeitangebote (2023) (mind. 1x)		
	Obere Mitte	Berlin
Kino/Filmvorführungen	73	65
Fachbibliotheken	17	16
andere Bibliotheken	32	25
Musik-/Gesangsunterricht	9	6
Malkurse/Kunstkurse	9	8
Volkshochschule	6	6
Volksfeste/Jahrmärkte	37	36
Weihnachtsmärkte	61	57
Freizeitparks	19	25
Zoos/Tierparks	39	36
Kabarett/Comedy	27	22
Clubs/Diskotheken	25	25
Sportveranstaltungen	25	23
Musical/Revue/Varieté/Show	26	21
Konzerte (Pop, Rock etc.)	41	37

Prioritäten bei der Freizeitplanung (2023)		
	Obere Mitte	Berlin
Sich entspannen/erholen	71	69
Spaß haben/unterhalten werden	53	53
Zeit mit Familie/ Freund*innen zu verbringen	74	70
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	27	31
Sich etwas gönnen	23	26
Kreativ sein	15	13
Dem Alltag entfliehen	27	31
Im Freien sein	42	39
Inspiriert werden/Horizont erweitern	28	23
Spontan/flexibel sein	9	12
(Körperlich) aktiv sein	40	35
Neue Menschen kennenlernen	22	21
Kinder unterhalten/anregen	12	14

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote (2019)		
	Obere Mitte	Berlin
Unterhalten und erholen	92	92
Neue Gedanken/Ideen	79	74
Mehr über Thema erfahren	8	70
Gleichgesinnte treffen	42	40
Mitreden können	32	37
Gemeinsam Zeit verbringen	92	91
Berufliche Anregung	21	23
Angenehme Umgebung	84	83
Künstler*innen/Werke bewundern	76	74
Künstler*innen/Kultur unterstützen	57	57
Aktive Teilnahme vor Ort	19	21
Kinder unterhalten/anregen	29	31
Andere beeindruckten	6	10

Hinderungsgründe/Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote		
	Obere Mitte	Berlin
Mangel an Interesse für Angebote	49	55
Mangel an Freizeit	54	52
Mangel an Finanzmitteln	53	59
Günstigere Eintrittspreise	54	61
Mangel an Begleitpersonen	25	29
Mangel an gesundheitlichen/körperlichen Möglichkeiten	13	19
Zu hohe Corona-Ansteckungsgefahr	8	12
Stärkere Hygienemaßnahmen	7	11
Schwierige Anreise	24	32
Mangelnde Qualität der Angebote	25	32
Leichtere, verständlichere Sprache	10	18
Günstigere Öffnungszeiten	27	31
Mangel an interessanten Angeboten in der Umgebung	49	53
Mangel an inklusiven Angeboten	9	13
Informationssuche erleichtern	41	46
Einfacherer Erwerb der Tickets vor Ort	60	62
Mangel an Mehrsprachigkeit	9	15
Mangel an internationalen Angeboten	20	25
Mangel an diversen Angeboten	24	28
Mangel an Ko-Kreation	10	15
Mangel an Kinderbetreuung	17	20

Einstellungen zu klassischen Kulturangeboten		
	Obere Mitte	Berlin
Nicht für Menschen wie mich	22	36
Soziales Umfeld befürwortet	79	69
Wichtiger Teil meines Lebens	62	47
Grund, in Berlin zu leben	68	53
Mir fehlt oft schlicht das Geld dafür	29	40
Preis/Leistung stimmt oft nicht	33	45
Wichtig für gutes Leben	79	68
Ja zu öffentlicher Förderung	89	84
Für kommende Generationen erhalten	98	95
Fühle mich fehl am Platz	10	19
Wirtschaftliche Vorteile für Berlin	92	87
Für Familie und Freund*innen wichtig	85	67
Weiß nicht immer, wie ich mich dort verhalten soll	53	16
Verhaltensregeln bei Angeboten zu steif	19	25
Mache mich gerne für solche Angebote schick	52	55
Wunsch nach mehr lockeren Angeboten	44	50
Angebote sollten stärker auf Klimaschutz achten	61	55

Medien für die Freizeitplanung (mind. 1x im Monat)		
	Obere Mitte	Berlin
Internetrecherche (Google etc.)	87	82
Webseiten von Freizeit- und Kultureinrichtungen	66	52
Newsletter von Freizeit- und Kultureinrichtungen	34	28
Social Media (z.B. Facebook, Instagram)	40	45
Plakate, Außenwerbung	34	28
Veranstaltungskalender/Stadtmagazine	22	18
Flyer/Informationsbroschüren/Programmhefte	12	10
Überregionale Zeitungen (z. B. SZ, FAZ)	23	17
Lokalzeitungen (z. B. BZ, Tagesspiegel)	44	36
Kostenlose Wochenblätter/Anzeigenblätter	28	30
Radio	61	53
Fernsehen	56	51
Persönliche Empfehlung	70	67

Bevorzugte Musikstile (gefällt ziemlich/sehr)		
	Obere Mitte	Berlin
Volkslieder, Folklore	9	12
Volkstümliche Hitparade	1	6
Klassische Musik	56	45
Jazz	39	32
Dance/Electronic/Techno	34	35
Schlager	16	22
Punk/Independent/Alternative	32	27
Hardrock/Metal/Classic Rock	32	29
Pop-Klassiker	54	54
Aktuelle Popmusik/Charts	37	44
R'n'B, Soul	43	39
HipHop	28	30
Gangster-Rap/Straßen-Rap	10	14
Musical	32	32

Bevorzugte Filmgenres (gefällt ziemlich/sehr)		
	Obere Mitte	Berlin
Kriminalfilme/Thriller	52	48
Familienfilme/Family Entertainment	23	30
Horror	10	16
Programm kino/Arthouse/Filmkunst	41	28
Drama	38	37
Komödie	55	60
Animation/Zeichentrick	21	27
Fantasy	32	36
Action	36	43
Dokumentation	62	56
Scienc-Fiction	36	39

11.5 Konservatives Unterhaltungsmilieu (5 %)

Ein altersübergreifendes Milieu, das traditionelle Werte, Hedonismus und Offenheit für Neues miteinander vereint. Dieses Milieu zeichnet sich durch einige besondere Charakteristika aus: Zunächst ist es kulturell interessiert und gebildet, ist jedoch nicht, wie man erwarten könnte, durch einen hohen Anteil von Akademiker*innen geprägt. Ein ähnliches Muster zeigt sich in Bezug auf den materiellen Lebensstandard: Dieser wird von ihnen als relativ hoch eingeschätzt und Luxus auch ästhetisch wertgeschätzt. Gleichzeitig handelt es sich um Personen aus Haushalten mit eher niedrigem Einkommen. Überdurchschnittlich viele von ihnen sind Arbeiter*innen. Typische Wohngebiete liegen in einfachen Wohnlagen in Innenstadtnähe, wie Schöneberg (Nord), Kreuzberg (Nord) oder Gesundbrunnen.

Sie vereinen lebensphilosophisch Werte, die sonst selten zusammen auftreten, für sie jedoch keinerlei Widerspruch darstellen: Sie haben einen starken Wunsch nach Selbstverwirklichung, sind offen und interessiert an neuen Erfahrungen und Herausforderungen und bevorzugen ein intensives, erlebnisreiches Leben. Gleichzeitig sind bei ihnen typisch konservative Werte wie der Stellenwert von Familienbräuchen, Ordnung und Beständigkeit, aber auch Lust auf Häuslichkeit so stark wie in keinem anderen Milieu ausgeprägt: Was Selbstverwirklichung oder ein hoher Lebensstandard konkret bedeuten, ist eben milieuspezifisch ausgeprägt.

Das Konservative Unterhaltungsmilieu ist interessiert an Politik und Zeitgeschehen und liest gern anspruchsvolle Bücher. Es priorisiert in seiner Freizeit familienaugliche Angebote mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis, wobei es stärker als etwa die Bodenständigen Wert auf Kreativität legen. Überdurchschnittlich interessiert ist es an Aktivitäten im Freien oder am Ausgehen in Kneipen oder Bars. Sie zeichnen sie durch eine mittlere Besuchshäufigkeit sowohl klassischer Kulturangebote als auch kultureller Freizeitangebote aus. Ihr kultureller Geschmack ist sehr breit: Klassische Musik stellt in diesem Milieu keinen unüberwindbaren Gegensatz zu Gangster-Rap oder Volksmusik dar. Lediglich unterschiedliche Formen der Rockmusik (Punk, Indie-Rock, Heavy Metal) hören sie eher selten. Analog zeichnet sie ebenfalls ein breites Interesse an vielen Filmgenres aus. Überdurchschnittlich sind sie vor allem an Familienfilmen, Dramen, Actionfilmen, Science-Fiction-Filmen, aber auch Horrorfilmen interessiert.

Soziodemografische Zusammensetzung		
	Konservatives Unterhaltungsmilieu	Berlin
Realschule oder niedriger	47	44
Abitur	27	24
(Fach-)Hochschule	26	33
Alter (Median)	40	46
Weiblich	49,3	48,4
Männlich	49,7	51
Divers	1	6
Haushaltseinkommen (gewichtet pro Kopf, Median)	1.225	1.833

Lebensstil: materieller Lebensstandard		
	Konservatives Unterhaltungsmilieu	Berlin
Pflege gehobenen Lebensstandard	66	48
Leiste mir manchmal teures Restaurant	46	38
Große Urlaube im Ausland zu teuer	75	55
Umgebe mich gern mit Luxus	50	29
Qualität von Produkten ist wichtiger als ihr Preis	81	66
Vorliebe für hochwertige und exklusive Autos	23	11
Probiere gern ausgefallene und exotische Speisen	65	57
Bei Technikneuheiten kaufe ich das Beste	36	20

Lebensstil (allgemein)			
	Konservatives Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Selbstverwirklichung ist mir sehr wichtig	95	72	
Betätigung in Haus und Heim das Schönste	83	46	
Mir gefällt, wenn ständig etwas los ist	76	50	
Halte an Traditionen der Familie fest	89	52	
Suche Herausforderungen und neue Erfahrungen	91	60	
Sicherheit/Beständigkeit für mich oberstes Gebot	98	72	
Geschlechtergerechte Sprache ist mir wichtig	53	36	
Alles im Leben sollte seine feste Ordnung haben	92	69	
Gepflegtes Äußeres für mich besonders wichtig	92	82	
Klimaschutz bedeutet eine Veränderung meines eigenen Verhaltens	76	65	

Lebensstil: Kultur und Wissen			
	Konservatives Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Informiere mich über Politik und Zeitgeschehen	81	78	
Lese gerne anspruchsvolle Bücher	72	53	
Kenne mich in Kunst und Kultur sehr gut aus	62	38	
Interessiere mich für die klassischen Werke	51	41	
Interesse mich für experimentelle Werke	51	39	
Beliebte Filme und Künstler*innen gefallen mir am besten	67	48	
Kunst und Kultur sind in meinem Leben von großer Bedeutung	66	50	

Besuchswahrscheinlichkeit: Klassische Kulturangebote (2023) (mind. 1x)			
	Konservatives Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Konzerte klassischer Musik	16	21	
Jazz/Neue Musik/Klangkunst	13	13	
Literaturveranstaltungen	16	13	
Theater/Schauspiel	12	22	
Oper/Ballett/Tanz	15	15	
Naturwissenschaftliche/technische Ausstellungen	29	28	
Kultugesch. Ausstellungen	28	27	
Kunstaustellungen	26	33	
Gedenkstätten/Erinnerungsorte	32	28	

Konservatives Unterhaltungsmilieu (Fortsetzung)

Besuchswahrscheinlichkeit: Kulturelle Freizeitangebote (2023) (mind. 1x)		
Konservatives Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Kino/Filmvorführungen	54	65
Fachbibliotheken	24	16
andere Bibliotheken	29	25
Musik-/Gesangsunterricht	8	6
Malkurse/Kunstkurse	15	8
Volkshochschule	9	6
Volksfeste/Jahrmärkte	37	36
Weihnachtsmärkte	55	57
Freizeitparks	37	25
Zoos/Tierparks	36	36
Kabarett/Comedy	17	22
Clubs/Diskotheken	18	25
Sportveranstaltungen	17	23
Musical/Revue/Varieté/Show	20	21
Konzerte (Pop, Rock etc.)	26	37

Prioritäten bei der Freizeitplanung (2023)		
Konservatives Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Sich entspannen/erholen	66	69
Spaß haben/unterhalten werden	54	53
Zeit mit Familie/ Freund*innen zu verbringen	62	70
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	38	31
Sich etwas gönnen	28	26
Kreativ sein	18	13
Dem Alltag entfliehen	33	31
Im Freien sein	28	39
Inspiriert werden/Horizont erweitern	18	23
Spontan/flexibel sein	17	12
(Körperlich) aktiv sein	31	35
Neue Menschen kennenlernen	26	21
Kinder unterhalten/anregen	24	14

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote (2019)		
Konservatives Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Unterhalten und erholen	90	92
Neue Gedanken/Ideen	79	74
Mehr über Thema erfahren	75	70
Gleichgesinnte treffen	49	40
Mitreden können	60	37
Gemeinsam Zeit verbringen	93	91
Berufliche Anregung	40	23
Angenehme Umgebung	87	83
Künstler*innen/Werke bewundern	73	74
Künstler*innen/Kultur unterstützen	66	57
Aktive Teilnahme vor Ort	38	21
Kinder unterhalten/anregen	42	31
Andere beeindrucken	31	10

Hinderungsgründe/Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote		
Konservatives Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Mangel an Interesse für Angebote	69	55
Mangel an Freizeit	64	52
Mangel an Finanzmitteln	72	59
Günstigere Eintrittspreise	70	61
Mangel an Begleitpersonen	39	29
Mangel an gesundheitlichen/körperlichen Möglichkeiten	35	19
Zu hohe Corona-Ansteckungsgefahr	32	12
Stärkere Hygienemaßnahmen	26	11
Schwierige Anreise	57	32
Mangelnde Qualität der Angebote	54	32
Leichtere, verständlichere Sprache	44	18
Günstigere Öffnungszeiten	49	31
Mangel an interessanten Angeboten in der Umgebung	67	53
Mangel an inklusiven Angeboten	35	13
Informationssuche erleichtern	66	46
Einfacherer Erwerb der Tickets vor Ort	72	62
Mangel an Mehrsprachigkeit	42	15
Mangel an internationalen Angeboten	53	25
Mangel an diversen Angeboten	54	28
Mangel an Ko-Kreation	38	15
Mangel an Kinderbetreuung	36	20

Einstellungen zu klassischen Kulturangeboten		
Konservatives Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Nicht für Menschen wie mich	51	36
Soziales Umfeld befürwortet	68	69
Wichtiger Teil meines Lebens	56	47
Grund, in Berlin zu leben	64	53
Mir fehlt oft schlicht das Geld dafür	54	40
Preis/Leistung stimmt oft nicht	54	45
Wichtig für gutes Leben	74	68
Ja zu öffentlicher Förderung	81	84
Für kommende Generationen erhalten	91	95
Fühle mich fehl am Platz	29	19
Wirtschaftliche Vorteile für Berlin	88	87
Für Familie und Freund*innen wichtig	79	67
Weiß nicht immer, wie ich mich dort verhalten soll	73	16
Verhaltensregeln bei Angeboten zu steif	33	25
Mache mich gerne für solche Angebote schick	74	55
Wunsch nach mehr lockeren Angeboten	66	50
Angebote sollten stärker auf Klimaschutz achten	65	55

Medien für die Freizeitplanung (mind. 1x im Monat)		
Konservatives Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Internetrecherche (Google etc.)	79	82
Webseiten von Freizeit- und Kultureinrichtungen	48	52
Newsletter von Freizeit- und Kultureinrichtungen	28	28
Social Media (z.B. Facebook, Instagram)	63	45
Plakate, Außenwerbung	31	28
Veranstaltungskalender/ Stadtmagazine	23	18
Flyer/Informationsbroschüren/ Programmhefte	11	10
Überregionale Zeitungen (z. B. SZ, FAZ)	20	17
Lokalzeitungen (z. B. BZ, Tagesspiegel)	41	36
Kostenlose Wochenblätter/ Anzeigenblätter	39	30
Radio	51	53
Fernsehen	64	51
Persönliche Empfehlung	75	67

Bevorzugte Musikstile (gefällt ziemlich/sehr)		
Konservatives Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Volkslieder, Folklore	29	12
Volkstümliche Hitparade	27	6
Klassische Musik	43	45
Jazz	30	32
Dance/Electronic/Techno	40	35
Schlager	36	22
Punk/Independent/Alternative	17	27
Hardrock/Metal/Classic Rock	20	29
Pop-Klassiker	57	54
Aktuelle Popmusik/Charts	54	44
R'n'B, Soul	44	39
HipHop	34	30
Gangster-Rap/Straßen-Rap	18	14
Musical	41	32

Bevorzugte Filmgenres (gefällt ziemlich/sehr)		
Konservatives Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Kriminalfilme/Thriller	51	48
Familienfilme/Family Entertainment	51	30
Horror	23	16
Programm kino/Arthouse/ Filmkunst	32	28
Drama	49	37
Komödie	76	60
Animation/Zeichentrick	36	27
Fantasy	50	36
Action	59	43
Dokumentation	68	56
Scienc-Fiction	52	39

11.6 Zurückgezogene (8 %)

Ein sozioökonomisch vulnerables Milieu mittleren Alters, mit geringem außerhäuslichen Aktivitätsniveau. Es zeichnet sich durch den höchsten Anteil armutsgefährdeter Personen aus. Typisch ist ein einfacher Lebensstandard. Große Urlaube im Ausland sind für die meisten von ihnen ebenso unerschwinglich wie teure Restaurantbesuche. Typische Berufspositionen sind angelernte Arbeiter*innen oder einfache Angestellte. Das Milieu zeichnet sich durch ein eher niedriges formales Qualifikationsniveau aus. Überdurchschnittlich häufig wohnen Zurückgezogene in einfacher Wohnlage am Stadtrand, die durch Großwohnsiedlungen geprägt ist, wie Hellersdorf oder Reinickendorf. Die Mehrzahl von ihnen sind gebürtige Berliner*innen.

Ihre Lebensphilosophie ist durch Alltagsbewältigung gekennzeichnet: Sicherheit, Beständigkeit und Ruhe werden bei ihnen stärker gewichtet als etwaige Wünsche nach Stimulation, Abwechslung oder Herausforderung. Selbstverwirklichung ist für sie keine relevante Kategorie, kein anderes Milieu misst ihr einen geringeren Stellenwert bei. Familientraditionen lehnen sie jedoch stärker ab als alle anderen Milieus, was möglicherweise als ein Hinweis für nur schwach ausgeprägte familiäre Netzwerke gedeutet werden kann.

Sie sind häufig eher weniger auf dem Laufenden bei Politik und Zeitgeschehen, haben wenig Interesse an anspruchsvollen Büchern und wenige Vorkenntnisse in Bezug auf Kunst und Kultur. Ähnlich wie beim Unterhaltungsmilieu sind den Zurückgezogenen Spaß und Erholung vom Alltag und auch ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis in ihrer Freizeitgestaltung sehr wichtig. Die Freizeitgestaltung der Zurückgezogenen fokussiert sich jedoch stark auf die eigene Wohnung, außerhäusliche Kultur- und Freizeitangebote werden weit seltener von ihnen wahrgenommen als von anderen Milieus. Dies trifft neben Kulturangeboten auch auf die Besuche von Kneipen, Café und Restaurants zu. Wie in keinem anderen Milieu hat das Fernsehen sowie Audio-/Videostreaming eine herausgehobene Stellung als Medium. Auch Computerspiele sind für sie überdurchschnittlich interessant. Bücher werden kaum gelesen, auch Podcasts sind wenig populär. Trotz des Fokus auf die eigene Wohnung in der Freizeitgestaltung haben sie eher wenig Freude daran, sich in ihrem Haus und Heim zu betätigen, zu gärtnern oder zu heimwerken.

Ihr Interesse für Musik und Film ist insgesamt eher unterdurchschnittlich. Bevorzugte Musikstile sind Pop-Klassiker, aktuelle Charts und Schlager. Im Bereich Film interessieren sie sich für Horrorfilme, Actionfilme oder Animation/Zeichentrickfilme. Ein besonders geringes Interesse haben sie an Arthouse-Produktionen oder Dramen.

Soziodemografische Zusammensetzung		
	Zurückgezogene	Berlin
Realschule oder niedriger	71	44
Abitur	17	24
(Fach-)Hochschule	11	33
Alter (Median)	46	46
Weiblich	51,4	48,4
Männlich	47,9	51
Divers	0,7	6
Haushaltseinkommen (gewichtet pro Kopf, Median)	1.361	1.833

Lebensstil: materieller Lebensstandard		
	Zurückgezogene	Berlin
Pflege gehobenen Lebensstandard	15	48
Leiste mir manchmal teures Restaurant	16	38
Große Urlaube im Ausland zu teuer	68	55
Umgebe mich gern mit Luxus	13	29
Qualität von Produkten ist wichtiger als ihr Preis	37	66
Vorliebe für hochwertige und exklusive Autos	10	11
Probiere gern ausgefallene und exotische Speisen	27	57
Bei Technikneuheiten kaufe ich das Beste	13	20

Lebensstil (allgemein)		
	Zurückgezogene	Berlin
Selbstverwirklichung ist mir sehr wichtig	37	72
Betätigung in Haus und Heim das Schönste	39	46
Mir gefällt, wenn ständig etwas los ist	26	50
Halte an Traditionen der Familie fest	40	52
Suche Herausforderungen und neue Erfahrungen	21	60
Sicherheit/Beständigkeit für mich oberstes Gebot	72	72
Geschlechtergerechte Sprache ist mir wichtig	24	36
Alles im Leben sollte seine feste Ordnung haben	70	69
Gepflegtes Äußeres für mich besonders wichtig	67	82
Klimaschutz bedeutet eine Veränderung meines eigenen Verhaltens	40	65

Lebensstil: Kultur und Wissen		
	Zurückgezogene	Berlin
Informiere mich über Politik und Zeitgeschehen	43	78
Lese gerne anspruchsvolle Bücher	10	53
Kenne mich in Kunst und Kultur sehr gut aus	1	38
Interessiere mich für die klassischen Werke	9	41
Interesse mich für experimentelle Werke	10	39
Beliebte Filme und Künstler*innen gefallen mir am besten	38	48
Kunst und Kultur sind in meinem Leben von großer Bedeutung	10	50

Besuchswahrscheinlichkeit: Klassische Kulturangebote (2023) (mind. 1x)		
	Zurückgezogene	Berlin
Konzerte klassischer Musik	3	21
Jazz/Neue Musik/Klangkunst	3	13
Literaturveranstaltungen	2	13
Theater/Schauspiel	7	22
Oper/Ballett/Tanz	4	15
Naturwissenschaftliche/technische Ausstellungen	13	28
Kulturgesch. Ausstellungen	12	27
Kunstaustellungen	10	33
Gedenkstätten/Erinnerungsorte	13	28

Zurückgezogene (Fortsetzung)

Besuchswahrscheinlichkeit: Kulturelle Freizeitangebote (2023) (mind. 1x)		
Zurückgezogene	Berlin	
Kino/Filmvorführungen	43	65
Fachbibliotheken	7	16
andere Bibliotheken	14	25
Musik-/Gesangsunterricht	3	6
Malkurse/Kunstkurse	4	8
Volkshochschule	1	6
Volksfeste/Jahrmärkte	26	36
Weihnachtsmärkte	43	57
Freizeitparks	19	25
Zoos/Tierparks	27	36
Kabarett/Comedy	12	22
Clubs/Diskotheken	16	25
Sportveranstaltungen	11	23
Musical/Revue/Varieté/Show	10	21
Konzerte (Pop, Rock etc.)	23	37

Prioritäten bei der Freizeitplanung (2023)		
Zurückgezogene	Berlin	
Sich entspannen/erholen	69	69
Spaß haben/unterhalten werden	48	53
Zeit mit Familie/ Freund*innen zu verbringen	63	70
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	39	31
Sich etwas gönnen	21	26
Kreativ sein	6	13
Dem Alltag entfliehen	38	31
Im Freien sein	31	39
Inspiriert werden/Horizont erweitern	9	23
Spontan/flexibel sein	11	12
(Körperlich) aktiv sein	22	35
Neue Menschen kennenlernen	17	21
Kinder unterhalten/anregen	10	14

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote (2019)		
Zurückgezogene	Berlin	
Unterhalten und erholen	84	92
Neue Gedanken/Ideen	48	74
Mehr über Thema erfahren	53	70
Gleichgesinnte treffen	28	40
Mitreden können	2	37
Gemeinsam Zeit verbringen	82	91
Berufliche Anregung	8	23
Angenehme Umgebung	69	83
Künstler*innen/Werke bewundern	56	74
Künstler*innen/Kultur unterstützen	32	57
Aktive Teilnahme vor Ort	4	21
Kinder unterhalten/anregen	25	31
Andere beeindrucken	2	10

Hinderungsgründe/Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote			
Zurückgezogene		Berlin	
Mangel an Interesse für Angebote	61	55	
Mangel an Freizeit	46	52	
Mangel an Finanzmitteln	66	59	
Günstigere Eintrittspreise	66	61	
Mangel an Begleitpersonen	32	29	
Mangel an gesundheitlichen/körperlichen Möglichkeiten	27	19	
Zu hohe Corona-Ansteckungsgefahr	18	12	
Stärkere Hygienemaßnahmen	12	11	
Schwierige Anreise	38	32	
Mangelnde Qualität der Angebote	36	32	
Leichtere, verständlichere Sprache	30	18	
Günstigere Öffnungszeiten	29	31	
Mangel an interessanten Angeboten in der Umgebung	58	53	
Mangel an inklusiven Angeboten	16	13	
Informationssuche erleichtern	48	46	
Einfacherer Erwerb der Tickets vor Ort	55	62	
Mangel an Mehrsprachigkeit	14	15	
Mangel an internationalen Angeboten	19	25	
Mangel an diversen Angeboten	19	28	
Mangel an Ko-Kreation	14	15	
Mangel an Kinderbetreuung	21	20	

Einstellungen zu klassischen Kulturangeboten			
Zurückgezogene		Berlin	
Nicht für Menschen wie mich	64	36	
Soziales Umfeld befürwortet	44	69	
Wichtiger Teil meines Lebens	14	47	
Grund, in Berlin zu leben	17	53	
Mir fehlt oft schlicht das Geld dafür	48	40	
Preis/Leistung stimmt oft nicht	55	45	
Wichtig für gutes Leben	36	68	
Ja zu öffentlicher Förderung	78	84	
Für kommende Generationen erhalten	87	95	
Fühle mich fehl am Platz	44	19	
Wirtschaftliche Vorteile für Berlin	70	87	
Für Familie und Freund*innen wichtig	42	67	
Weiß nicht immer, wie ich mich dort verhalten soll	23	16	
Verhaltensregeln bei Angeboten zu steif	46	25	
Mache mich gerne für solche Angebote schick	30	55	
Wunsch nach mehr lockeren Angeboten	56	50	
Angebote sollten stärker auf Klimaschutz achten	41	55	

Medien für die Freizeitplanung (mind. 1x im Monat)			
Zurückgezogene		Berlin	
Internetrecherche (Google etc.)	66	82	
Webseiten von Freizeit- und Kultureinrichtungen	25	52	
Newsletter von Freizeit- und Kultureinrichtungen	12	28	
Social Media (z.B. Facebook, Instagram)	38	45	
Plakate, Außenwerbung	15	28	
Veranstaltungskalender/Stadtmagazine	8	18	
Flyer/Informationsbroschüren/Programmhefte	7	10	
Überregionale Zeitungen (z. B. SZ, FAZ)	6	17	
Lokalzeitungen (z. B. BZ, Tagesspiegel)	19	36	
Kostenlose Wochenblätter/Anzeigenblätter	26	30	
Radio	44	53	
Fernsehen	48	51	
Persönliche Empfehlung	46	67	

Bevorzugte Musikstile (gefällt ziemlich/sehr)			
Zurückgezogene		Berlin	
Volkslieder, Folklore	10	12	
Volkstümliche Hitparade	11	6	
Klassische Musik	17	45	
Jazz	11	32	
Dance/Electronic/Techno	30	35	
Schlager	31	22	
Punk/Independent/Alternative	12	27	
Hardrock/Metal/Classic Rock	25	29	
Pop-Klassiker	52	54	
Aktuelle Popmusik/Charts	48	44	
R'n'B, Soul	34	39	
HipHop	27	30	
Gangster-Rap/Straßen-Rap	15	14	
Musical	24	32	

Bevorzugte Filmgenres (gefällt ziemlich/sehr)			
Zurückgezogene		Berlin	
Kriminalfilme/Thriller	37	48	
Familienfilme/Family Entertainment	31	30	
Horror	19	16	
Programm kino/Arthouse/Filmkunst	5	28	
Drama	24	37	
Komödie	49	60	
Animation/Zeichentrick	34	27	
Fantasy	41	36	
Action	48	43	
Dokumentation	35	56	
Scienc-Fiction	42	39	

11.7 Gehoben-Moderne (10 %)

In der Mitte des Lebens stehend, privilegiert, einkommensstark, kulturell versiert und individualistisch. Dieses Milieu stellt in mehrfacher Hinsicht die Spitze der Berliner Sozialstruktur dar: Es hat mit einigem Abstand das höchste Durchschnittseinkommen und das höchste durchschnittliche Qualifikationsniveau. Führungskräfte gehören überproportional häufig diesem Milieu an. Gehobene „Kulinarik“ sowie häufige Auslandsreisen sind für sie selbstverständlicher Teil ihres Lebensstils. Ihr Auftreten und Stil sind aber nicht prunkvoll und protzig, sondern vielmehr authentisch, modern und individuell. Typische Wohngebiete liegen einerseits in gehobenen Innenstadtlagen, wie dem Prenzlauer Berg oder Mitte, andererseits sind sie auch in den gehobenen Lagen im Südwesten Berlins anzutreffen (Wannsee, Gatow/Kladow). Das Milieu zeichnet sich durch einen hohen Anteil an Personen aus, die im Laufe ihres Lebens nach Berlin zugezogen sind.

Lebensphilosophisch steht bei ihnen Selbstverwirklichung an erster Stelle, die durch beruflichen Erfolg angestrebt wird. Familientraditionen haben für sie keinen besonders hohen Stellenwert, werden aber auch nicht abgelehnt. Sie sind offen für Veränderungen in ihrem Leben: Sicherheit und Beständigkeit haben für sie nicht den größten Stellenwert, auch da sie in Anbetracht ihrer gesellschaftlichen Stellung keine Zukunftsängste haben müssen.

Ihre Freizeitgestaltung ist sehr anspruchsvoll und überdurchschnittlich außerhäuslich orientiert. Sie verfügen über ein starkes Bedürfnis nach intellektueller Stimulation und körperlicher Aktivität (Fitness-training, Yoga). Sie verfügen einerseits über einen hohen Erlebnisdrang, andererseits aus beruflichen Gründen jedoch über wenig Freizeit. Ihre Freizeitgestaltung zeichnet sich einerseits durch den Anspruch an Inspiration, aber auch materiell gehobenen Konsum aus, bei dem Wertigkeit und Originalität gegenüber einem niedrigen Preis priorisiert werden. Sie sind immer auf dem Laufenden, lesen überdurchschnittlich häufig und kennen sich in Kunst und Kultur aus. Daneben haben sie ein Faible für Podcasts und Streaming-Dienste.

Geschmacklich changieren sie zwischen szenorientierter Popkultur und klassischer Hochkultur: Ihr Geschmack reicht von Heavy Metal, Indie-Rock und elektronischer Musik bis hin zu Jazz und klassischer Musik. Volkstümliche Hitparade oder Schlager wird man bei ihnen selten hören. Sie gehören zu den häufigsten Besucher*innen aller Arten klassischer Kulturangebote (Sprechtheater, Konzerte, Oper, Ausstellungen etc.). Daneben haben sie ein überdurchschnittliches Interesse an Kino und Filmen insgesamt, insbesondere jedoch Programmkino/Arthouse-Produktionen und Dramen.

Soziodemografische Zusammensetzung		
	Gehoben-Moderne	Berlin
Realschule oder niedriger	18	44
Abitur	21	24
(Fach-)Hochschule	61	33
Alter (Median)	40	46
Weiblich	54,2	48,4
Männlich	45,6	51
Divers	0,3	6
Haushaltseinkommen (gewichtet pro Kopf, Median)	3.000	1.833

Lebensstil: materieller Lebensstandard		
	Gehoben-Moderne	Berlin
Pflege gehobenen Lebensstandard	98	48
Leiste mir manchmal teures Restaurant	83	38
Große Urlaube im Ausland zu teuer	10	55
Umgebe mich gern mit Luxus	58	29
Qualität von Produkten ist wichtiger als ihr Preis	87	66
Vorliebe für hochwertige und exklusive Autos	19	11
Probiere gern ausgefallene und exotische Speisen	80	57
Bei Technikneuheiten kaufe ich das Beste	39	20

Lebensstil (allgemein)		
	Gehoben-Moderne	Berlin
Selbstverwirklichung ist mir sehr wichtig	95	72
Betätigung in Haus und Heim das Schönste	37	46
Mir gefällt, wenn ständig etwas los ist	77	50
Halte an Traditionen der Familie fest	48	52
Suche Herausforderungen und neue Erfahrungen	87	60
Sicherheit/Beständigkeit für mich oberstes Gebot	47	72
Geschlechtergerechte Sprache ist mir wichtig	5	36
Alles im Leben sollte seine feste Ordnung haben	56	69
Gepflegtes Äußeres für mich besonders wichtig	84	82
Klimaschutz bedeutet eine Veränderung meines eigenen Verhaltens	72	65

Lebensstil: Kultur und Wissen		
	Gehoben-Moderne	Berlin
Informiere mich über Politik und Zeitgeschehen	9	78
Lese gerne anspruchsvolle Bücher	69	53
Kenne mich in Kunst und Kultur sehr gut aus	63	38
Interessiere mich für die klassischen Werke	52	41
Interesse mich für experimentelle Werke	60	39
Beliebte Filme und Künstler*innen gefallen mir am besten	46	48
Kunst und Kultur sind in meinem Leben von großer Bedeutung	69	50

Besuchswahrscheinlichkeit: Klassische Kulturangebote (2023) (mind. 1x)		
	Gehoben-Moderne	Berlin
Konzerte klassischer Musik	37	21
Jazz/Neue Musik/Klangkunst	25	13
Literaturveranstaltungen	18	13
Theater/Schauspiel	33	22
Oper/Ballett/Tanz	27	15
Naturwissenschaftliche/technische Ausstellungen	37	28
Kulturgesch. Ausstellungen	37	27
Kunstaustellungen	57	33
Gedenkstätten/Erinnerungsorte	39	28

Modern-Gehobene (Fortsetzung)

Besuchswahrscheinlichkeit: Kulturelle Freizeitangebote (2023) (mind. 1x)		
	Gehoben-Moderne	Berlin
Kino/Filmvorführungen	79	65
Fachbibliotheken	20	16
andere Bibliotheken	25	25
Musik-/Gesangsunterricht	13	6
Malkurse/Kunstkurse	10	8
Volkshochschule	11	6
Volksfeste/Jahrmärkte	39	36
Weihnachtsmärkte	64	57
Freizeitparks	24	25
Zoos/Tierparks	37	36
Kabarett/Comedy	33	22
Clubs/Diskotheken	42	25
Sportveranstaltungen	30	23
Musical/Revue/Varieté/Show	32	21
Konzerte (Pop, Rock etc.)	54	37

Prioritäten bei der Freizeitplanung (2023)		
	Gehoben-Moderne	Berlin
Sich entspannen/erholen	68	69
Spaß haben/unterhalten werden	61	53
Zeit mit Familie/ Freund*innen zu verbringen	71	70
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	17	31
Sich etwas gönnen	32	26
Kreativ sein	13	13
Dem Alltag entfliehen	35	31
Im Freien sein	36	39
Inspiriert werden/Horizont erweitern	33	23
Spontan/flexibel sein	14	12
(Körperlich) aktiv sein	38	35
Neue Menschen kennenlernen	19	21
Kinder unterhalten/anregen	12	14

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote (2019)		
	Gehoben-Moderne	Berlin
Unterhalten und erholen	92	92
Neue Gedanken/Ideen	81	74
Mehr über Thema erfahren	77	70
Gleichgesinnte treffen	38	40
Mitreden können	41	37
Gemeinsam Zeit verbringen	92	91
Berufliche Anregung	30	23
Angenehme Umgebung	84	83
Künstler*innen/Werke bewundern	81	74
Künstler*innen/Kultur unterstützen	72	57
Aktive Teilnahme vor Ort	23	21
Kinder unterhalten/anregen	30	31
Andere beeindrucken	15	10

Hinderungsgründe/Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote		
	Gehoben-Moderne	Berlin
Mangel an Interesse für Angebote	50	55
Mangel an Freizeit	60	52
Mangel an Finanzmitteln	33	59
Günstigere Eintrittspreise	36	61
Mangel an Begleitpersonen	28	29
Mangel an gesundheitlichen/körperlichen Möglichkeiten	9	19
Zu hohe Corona-Ansteckungsgefahr	8	12
Stärkere Hygienemaßnahmen	8	11
Schwierige Anreise	21	32
Mangelnde Qualität der Angebote	29	32
Leichtere, verständlichere Sprache	9	18
Günstigere Öffnungszeiten	30	31
Mangel an interessanten Angeboten in der Umgebung	45	53
Mangel an inklusiven Angeboten	7	13
Informationssuche erleichtern	47	46
Einfacherer Erwerb der Tickets vor Ort	5	62
Mangel an Mehrsprachigkeit	17	15
Mangel an internationalen Angeboten	28	25
Mangel an diversen Angeboten	28	28
Mangel an Ko-Kreation	12	15
Mangel an Kinderbetreuung	18	20

Einstellungen zu klassischen Kulturangeboten		
	Gehoben-Moderne	Berlin
Nicht für Menschen wie mich	22	36
Soziales Umfeld befürwortet	84	69
Wichtiger Teil meines Lebens	66	47
Grund, in Berlin zu leben	71	53
Mir fehlt oft schlicht das Geld dafür	14	40
Preis/Leistung stimmt oft nicht	22	45
Wichtig für gutes Leben	82	68
Ja zu öffentlicher Förderung	87	84
Für kommende Generationen erhalten	97	95
Fühle mich fehl am Platz	9	19
Wirtschaftliche Vorteile für Berlin	89	87
Für Familie und Freund*innen wichtig	82	67
Weiß nicht immer, wie ich mich dort verhalten soll	60	16
Verhaltensregeln bei Angeboten zu steif	18	25
Mache mich gerne für solche Angebote schick	64	55
Wunsch nach mehr lockeren Angeboten	45	50
Angebote sollten stärker auf Klimaschutz achten	53	55

Medien für die Freizeitplanung (mind. 1x im Monat)		
	Gehoben-Moderne	Berlin
Internetrecherche (Google etc.)	92	82
Webseiten von Freizeit- und Kultureinrichtungen	65	52
Newsletter von Freizeit- und Kultureinrichtungen	37	28
Social Media (z.B. Facebook, Instagram)	58	45
Plakate, Außenwerbung	35	28
Veranstaltungskalender/Stadtmagazine	20	18
Flyer/Informationsbroschüren/Programmhefte	10	10
Überregionale Zeitungen (z. B. SZ, FAZ)	25	17
Lokalzeitungen (z. B. BZ, Tagesspiegel)	38	36
Kostenlose Wochenblätter/Anzeigenblätter	17	30
Radio	49	53
Fernsehen	38	51
Persönliche Empfehlung	78	67

Bevorzugte Musikstile (gefällt ziemlich/sehr)		
	Gehoben-Moderne	Berlin
Volkslieder, Folklore	10	12
Volkstümliche Hitparade	4	6
Klassische Musik	51	45
Jazz	43	32
Dance/Electronic/Techno	49	35
Schlager	16	22
Punk/Independent/Alternative	39	27
Hardrock/Metal/Classic Rock	34	29
Pop-Klassiker	54	54
Aktuelle Popmusik/Charts	41	44
R'n'B, Soul	41	39
HipHop	37	30
Gangster-Rap/Straßen-Rap	16	14
Musical	25	32

Bevorzugte Filmgenres (gefällt ziemlich/sehr)		
	Gehoben-Moderne	Berlin
Kriminalfilme/Thriller	52	48
Familienfilme/Family Entertainment	21	30
Horror	14	16
Programm kino/Arthouse/Filmkunst	46	28
Drama	49	37
Komödie	61	60
Animation/Zeichentrick	24	27
Fantasy	34	36
Action	41	43
Dokumentation	62	56
Scienc-Fiction	43	39

11.8 Prekäre Avantgarde (13 %)

Ein junges Milieu kosmopolitischer Kulturbegeristerter, formal hoch gebildet, aber mit relativ geringem Einkommen. Viele Studierende gehören diesem Milieu an, aber auch Personen, die einen studentischen Lebensstil im Erwerbsleben pflegen. Beruflich sind überdurchschnittlich viele von ihnen Solo-Selbstständige oder Freelancer. Trotz ihrer hohen formalen Bildung weisen sie einen überdurchschnittlichen Anteil von Personen nahe oder unter der Armutgefährdungsgrenze auf. Ihre typischen Wohngebiete sind einfache Wohnlagen in Szenevierteln wie Kreuzberg (SO36), Nord-Neukölln, Friedrichshain oder Wedding. Viele von ihnen sind im Laufe ihres Lebens nach Berlin zugezogen. Das Leben in einer Kulturmetropole ist für sie unverzichtbarer Teil ihres Lebensstils.

Die ständige Suche nach Stimulation und neuen Erfahrungen prägt ihre Lebensphilosophie. Sie besitzen den stärksten Fokus auf Selbstverwirklichung, die jedoch nicht mit einer einkommensstarken Karriere gleichgesetzt wird, sondern mit einem erlebnisreichen und authentischen Leben. Konservative Werte wie Familienbräuche oder eine Orientierung an Sicherheit lehnen sie als Einschränkung ihrer individuellen Freiheit ab. Ihr Lebensstil ist dabei häufig explizit ethisch-politisch motiviert, etwa in Bezug auf die Verwendung gendgerechter Sprache, Antirassismus, Klimaschutzbemühungen (Fahrräder) oder vegetarische/vegane Ernährung.

Sie pflegen einen finanziell sparsamen Lebensstil, weisen in ihrer Freizeit jedoch ein sehr hohes außerhäusliches Aktivitätsniveau auf. Deswegen ist ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis für sie sehr relevant. Cafés und Bars in Szenevierteln werden sehr häufig von ihnen frequentiert, teure Restaurantbesuche sprengen jedoch ihr Budget. Kreativität, Inspiration, aber auch das Knüpfen neuer Kontakte hat für sie einen hohen Stellenwert. Sie sind durchaus anspruchsvoll und bereit, hohen Einsatz zu zeigen: Überdurchschnittlich viele von ihnen treiben Fitnesstraining, Yoga oder Pilates.

Die Prekäre Avantgarde ist das kulturell aktivste und interessierteste Milieu mit der höchsten Expertise in Bezug auf Kunst und Kultur. Es gehört zu den häufigsten Besucher*innen klassischer Kulturangebote. Darüber hinaus verfügt es über den höchsten Anteil von Personen, die künstlerisch-kreativen Freizeitaktivitäten nachgehen oder sich ehrenamtlich bei Kulturangeboten einbringen. Sie sind besonders an experimentellen und herausfordernden Werken interessiert. Ihr Musikgeschmack ist vielseitig, sie haben sowohl ein Interesse an popkulturellen Musikstilen (Indie-Rock, Hip-Hop, Rap, Elektro) als auch an klassischer Musik oder Jazz. Als kulturelle „Allesfresser“ kann man sie jedoch keinesfalls bezeichnen, da sie volkstümliche Musik, Musicals oder Schlager geringschätzen. In Bezug auf Kino/Film sind sie wie kein anderes Milieu an anspruchsvoller Filmkunst interessiert. Mit Ausnahme von Familienfilmen ist ihr Genreinteresse dabei breit gestreut.

Soziodemografische Zusammensetzung		
	Prekäre Avantgarde	Berlin
Realschule oder niedriger	21	44
Abitur	34	24
(Fach-)Hochschule	46	33
Alter (Median)	34	46
Weiblich	46,1	48,4
Männlich	51,8	51
Divers	2,1	6
Haushaltseinkommen (gewichtet pro Kopf, Median)	1.520	1.833

Lebensstil: materieller Lebensstandard		
	Prekäre Avantgarde	Berlin
Pflege gehobenen Lebensstandard	36	48
Leiste mir manchmal teures Restaurant	20	38
Große Urlaube im Ausland zu teuer	75	55
Umgebe mich gern mit Luxus	20	29
Qualität von Produkten ist wichtiger als ihr Preis	63	66
Vorliebe für hochwertige und exklusive Autos	9	11
Probiere gern ausgefallene und exotische Speisen	73	57
Bei Technikneuheiten kaufe ich das Beste	20	20

Lebensstil (allgemein)		
	Prekäre Avantgarde	Berlin
Selbstverwirklichung ist mir sehr wichtig	97	72
Betätigung in Haus und Heim das Schönste	31	46
Mir gefällt, wenn ständig etwas los ist	72	50
Halte an Traditionen der Familie fest	23	52
Suche Herausforderungen und neue Erfahrungen	97	60
Sicherheit/Beständigkeit für mich oberstes Gebot	40	72
Geschlechtergerechte Sprache ist mir wichtig	64	36
Alles im Leben sollte seine feste Ordnung haben	49	69
Gepflegtes Äußeres für mich besonders wichtig	77	82
Klimaschutz bedeutet eine Veränderung meines eigenen Verhaltens	72	65

Lebensstil: Kultur und Wissen		
	Prekäre Avantgarde	Berlin
Informiere mich über Politik und Zeitgeschehen	80	78
Lese gerne anspruchsvolle Bücher	86	53
Kenne mich in Kunst und Kultur sehr gut aus	66	38
Interessiere mich für die klassischen Werke	63	41
Interesse mich für experimentelle Werke	71	39
Beliebte Filme und Künstler*innen gefallen mir am besten	39	48
Kunst und Kultur sind in meinem Leben von großer Bedeutung	76	50

Besuchswahrscheinlichkeit: Klassische Kulturangebote (2023) (mind. 1x)		
	Prekäre Avantgarde	Berlin
Konzerte klassischer Musik	31	21
Jazz/Neue Musik/Klangkunst	29	13
Literaturveranstaltungen	25	13
Theater/Schauspiel	37	22
Oper/Ballett/Tanz	24	15
Naturwissenschaftliche/technische Ausstellungen	40	28
Kulturgesch. Ausstellungen	45	27
Kunstaustellungen	61	33
Gedenkstätten/Erinnerungsorte	40	28

Prekäre Avantgarde (Fortsetzung)

Besuchswahrscheinlichkeit: Kulturelle Freizeitangebote (2023) (mind. 1x)		
	Prekäre Avantgarde	Berlin
Kino/Filmvorführungen	80	65
Fachbibliotheken	36	16
andere Bibliotheken	38	25
Musik-/Gesangsunterricht	12	6
Malkurse/Kunstkurse	14	8
Volkshochschule	10	6
Volksfeste/Jahrmärkte	37	36
Weihnachtsmärkte	59	57
Freizeitparks	24	25
Zoos/Tierparks	30	36
Kabarett/Comedy	23	22
Clubs/Diskotheken	48	25
Sportveranstaltungen	23	23
Musical/Revue/Varieté/Show	21	21
Konzerte (Pop, Rock etc.)	52	37

Prioritäten bei der Freizeitplanung (2023)		
	Prekäre Avantgarde	Berlin
Sich entspannen/erholen	62	69
Spaß haben/unterhalten werden	54	53
Zeit mit Familie/ Freund*innen zu verbringen	69	70
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	28	31
Sich etwas gönnen	18	26
Kreativ sein	24	13
Dem Alltag entfliehen	33	31
Im Freien sein	43	39
Inspiriert werden/Horizont erweitern	39	23
Spontan/flexibel sein	11	12
(Körperlich) aktiv sein	40	35
Neue Menschen kennenlernen	32	21
Kinder unterhalten/anregen	8	14

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote (2019)		
	Prekäre Avantgarde	Berlin
Unterhalten und erholen	91	92
Neue Gedanken/Ideen	84	74
Mehr über Thema erfahren	83	70
Gleichgesinnte treffen	47	40
Mitreden können	34	37
Gemeinsam Zeit verbringen	87	91
Berufliche Anregung	40	23
Angenehme Umgebung	88	83
Künstler*innen/Werke bewundern	89	74
Künstler*innen/Kultur unterstützen	73	57
Aktive Teilnahme vor Ort	38	21
Kinder unterhalten/anregen	27	31
Andere beeindrucken	9	10

Hinderungsgründe/Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote		
	Prekäre Avantgarde	Berlin
Mangel an Interesse für Angebote	54	55
Mangel an Freizeit	62	52
Mangel an Finanzmitteln	73	59
Günstigere Eintrittspreise	72	61
Mangel an Begleitpersonen	30	29
Mangel an gesundheitlichen/körperlichen Möglichkeiten	12	19
Zu hohe Corona-Ansteckungsgefahr	6	12
Stärkere Hygienemaßnahmen	6	11
Schwierige Anreise	28	32
Mangelnde Qualität der Angebote	28	32
Leichtere, verständlichere Sprache	15	18
Günstigere Öffnungszeiten	30	31
Mangel an interessanten Angeboten in der Umgebung	50	53
Mangel an inklusiven Angeboten	14	13
Informationssuche erleichtern	50	46
Einfacherer Erwerb der Tickets vor Ort	63	62
Mangel an Mehrsprachigkeit	21	15
Mangel an internationalen Angeboten	38	25
Mangel an diversen Angeboten	47	28
Mangel an Ko-Kreation	24	15
Mangel an Kinderbetreuung	18	20

Einstellungen zu klassischen Kulturangeboten		
	Prekäre Avantgarde	Berlin
Nicht für Menschen wie mich	26	36
Soziales Umfeld befürwortet	83	69
Wichtiger Teil meines Lebens	62	47
Grund, in Berlin zu leben	71	53
Mir fehlt oft schlicht das Geld dafür	55	40
Preis/Leistung stimmt oft nicht	45	45
Wichtig für gutes Leben	78	68
Ja zu öffentlicher Förderung	90	84
Für kommende Generationen erhalten	97	95
Fühle mich fehl am Platz	16	19
Wirtschaftliche Vorteile für Berlin	89	87
Für Familie und Freund*innen wichtig	75	67
Weiß nicht immer, wie ich mich dort verhalten soll	66	16
Verhaltensregeln bei Angeboten zu steif	29	25
Mache mich gerne für solche Angebote schick	49	55
Wunsch nach mehr lockeren Angeboten	50	50
Angebote sollten stärker auf Klimaschutz achten	64	55

Medien für die Freizeitplanung (mind. 1x im Monat)		
	Prekäre Avantgarde	Berlin
Internetrecherche (Google etc.)	89	82
Webseiten von Freizeit- und Kultureinrichtungen	61	52
Newsletter von Freizeit- und Kultureinrichtungen	33	28
Social Media (z.B. Facebook, Instagram)	57	45
Plakate, Außenwerbung	35	28
Veranstaltungskalender/Stadtmagazine	17	18
Flyer/Informationsbroschüren/Programmhefte	12	10
Überregionale Zeitungen (z. B. SZ, FAZ)	21	17
Lokalzeitungen (z. B. BZ, Tagesspiegel)	25	36
Kostenlose Wochenblätter/Anzeigenblätter	13	30
Radio	36	53
Fernsehen	26	51
Persönliche Empfehlung	79	67

Bevorzugte Musikstile (gefällt ziemlich/sehr)		
	Prekäre Avantgarde	Berlin
Volkslieder, Folklore	9	12
Volkstümliche Hitparade	2	6
Klassische Musik	52	45
Jazz	46	32
Dance/Electronic/Techno	44	35
Schlager	9	22
Punk/Independent/Alternative	49	27
Hardrock/Metal/Classic Rock	33	29
Pop-Klassiker	49	54
Aktuelle Popmusik/Charts	31	44
R'n'B, Soul	48	39
HipHop	40	30
Gangster-Rap/Straßen-Rap	19	14
Musical	24	32

Bevorzugte Filmgenres (gefällt ziemlich/sehr)		
	Prekäre Avantgarde	Berlin
Kriminalfilme/Thriller	44	48
Familienfilme/Family Entertainment	18	30
Horror	16	16
Programm kino/Arthouse/Filmkunst	52	28
Drama	50	37
Komödie	60	60
Animation/Zeichentrick	30	27
Fantasy	36	36
Action	34	43
Dokumentation	64	56
Scienc-Fiction	47	39

11.9 Unterhaltungsmilieu (13 %)

Ein junges, pragmatisches Milieu mit Fokus auf Spaß und Action. Dieses Milieu verfügt über ein höheres Einkommen als die Prekäre Avantgarde, ist jedoch weniger akademisch geprägt. Viele von ihnen sind junge Familien. Ihr Einkommen erlaubt ihnen einen mittleren Lebensstandard. Dieses Milieu kann in vielen Berufspositionen angetroffen werden, selten jedoch in Leitungspositionen. Auch Schüler*innen und Auszubildende sind überdurchschnittlich vertreten. Typisch sind mittlere Wohnlagen, die nicht im Stadtzentrum liegen, und Stadtteile wie Weißensee, Gesundbrunnen, Marienfelde, Lichtenrade oder Hellersdorf. Die Mehrheit von ihnen lebt seit ihrer Kindheit in Berlin.

Lebensphilosophisch zeichnen sie sich durch eine große Unternehmungslust aus, dabei sind ihnen in ihrer Freizeit vor allem Spaß und Spannung wichtig. Ansonsten sind sie recht pragmatisch eingestellt, für ihr Alter sogar etwas konservativ: Selbstverwirklichung ist ihnen zwar wichtig, aber eben nicht um jeden Preis. Daneben legen sie durchaus Wert auf Sicherheit und Beständigkeit in ihrem Leben, auch familiären Traditionen oder Bräuchen stehen sie offen gegenüber. Ihr Individualismus findet in ihren ästhetischen Präferenzen und Hobbys stärker Ausdruck als in ihrer Lebensführung. Tattoos und Piercings finden in diesem sozialen Milieu viele Fans, wie auch leistungsstarke Fahrzeuge. Häufiger sind sie im Fitnessstudio anzutreffen, seltener jedoch bei Entspannungssportarten wie Yoga oder Pilates. Insbesondere im Vergleich zum ökonomisch ähnlich gelagerten, ebenfalls jungen Milieu der Prekären Avantgarde sind sie politisch eher desinteressiert. Sie lesen selten anspruchsvolle Bücher und haben eher wenig Kenntnisse im Bereich „Kunst und Kultur“.

Für das Unterhaltungsmilieu stehen in ihrer Freizeit Spaß und Erholung vom Alltag im Vordergrund. Dabei ist ihnen ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis wichtig. Dabei werden häufig niedrigschwellige, familien-taugliche Freizeitangebote bevorzugt, wie Volksfeste, Weihnachtsmärkte, Freizeit- und Erlebnisparks, Stadionbesuche, aber auch Pop- und Rockkonzerte. Anspruchsvolle und voraussetzungsreiche Kulturangebote werden eher weniger präferiert.

Sie haben eine Vorliebe für Musik, die „direkt ins Ohr geht“ und „Spaß macht“, es darf auch provokant und laut sein: aktuelle Charts, Gangster-Rap, Hip-Hop und R'n'B, aber auch Schlager oder manche Arten der Rockmusik, weniger jedoch in den distinktierten Varianten (Indie-Rock etc.). Klassische Musik oder Jazz findet bei ihnen wenig Anklang. Dieses Muster lässt sich auch im Bereich Kino und Film wiederfinden: Sie sind die größten Fans von Horrorfilmen, Actionfilmen, Fantasyfilmen und Zeichentrick/Animationsfilmen. An Programm kino/Arthouse-Produktionen sind sie weniger interessiert.

Soziodemografische Zusammensetzung		
	Unterhaltungsmilieu	Berlin
Realschule oder niedriger	47	44
Abitur	28	24
(Fach-)Hochschule	25	33
Alter (Median)	34	46
Weiblich	52,1	48,4
Männlich	47,7	51
Divers	0,2	6
Haushaltseinkommen (gewichtet pro Kopf, Median)	1.633	1.833

Lebensstil: materieller Lebensstandard		
	Unterhaltungsmilieu	Berlin
Pflege gehobenen Lebensstandard	47	48
Leiste mir manchmal teures Restaurant	50	38
Große Urlaube im Ausland zu teuer	63	55
Umgebe mich gern mit Luxus	38	29
Qualität von Produkten ist wichtiger als ihr Preis	65	66
Vorliebe für hochwertige und exklusive Autos	19	11
Probiere gern ausgefallene und exotische Speisen	68	57
Bei Technikneuheiten kaufe ich das Beste	27	20

Lebensstil (allgemein)			
	Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Selbstverwirklichung ist mir sehr wichtig	87	72	
Betätigung in Haus und Heim das Schönste	49	46	
Mir gefällt, wenn ständig etwas los ist	84	50	
Halte an Traditionen der Familie fest	64	52	
Suche Herausforderungen und neue Erfahrungen	93	60	
Sicherheit/Beständigkeit für mich oberstes Gebot	81	72	
Geschlechtergerechte Sprache ist mir wichtig	34	36	
Alles im Leben sollte seine feste Ordnung haben	74	69	
Gepflegtes Äußeres für mich besonders wichtig	86	82	
Klimaschutz bedeutet eine Veränderung meines eigenen Verhaltens	64	65	

Lebensstil: Kultur und Wissen			
	Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Informiere mich über Politik und Zeitgeschehen	57	78	
Lese gerne anspruchsvolle Bücher	12	53	
Kenne mich in Kunst und Kultur sehr gut aus	19	38	
Interessiere mich für die klassischen Werke	22	41	
Interesse mich für experimentelle Werke	29	39	
Beliebte Filme und Künstler*innen gefallen mir am besten	62	48	
Kunst und Kultur sind in meinem Leben von großer Bedeutung	29	50	

Besuchswahrscheinlichkeit: Klassische Kulturangebote (2023) (mind. 1x)			
	Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Konzerte klassischer Musik	11	21	
Jazz/Neue Musik/Klangkunst	8	13	
Literaturveranstaltungen	5	13	
Theater/Schauspiel	15	22	
Oper/Ballett/Tanz	11	15	
Naturwissenschaftliche/technische Ausstellungen	29	28	
Kultugesch. Ausstellungen	23	27	
Kunstaustellungen	20	33	
Gedenkstätten/Erinnerungsorte	31	28	

Unterhaltungsmilieu (Fortsetzung)

Besuchswahrscheinlichkeit: Kulturelle Freizeitangebote (2023) (mind. 1x)		
Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Kino/Filmvorführungen	74	65
Fachbibliotheken	16	16
andere Bibliotheken	19	25
Musik-/Gesangsunterricht	4	6
Malkurse/Kunstkurse	8	8
Volkshochschule	6	6
Volksfeste/Jahrmärkte	49	36
Weihnachtsmärkte	70	57
Freizeitparks	44	25
Zoos/Tierparks	43	36
Kabarett/Comedy	21	22
Clubs/Diskotheken	36	25
Sportveranstaltungen	30	23
Musical/Revue/Varieté/Show	19	21
Konzerte (Pop, Rock etc.)	43	37

Prioritäten bei der Freizeitplanung (2023)		
Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Sich entspannen/erholen	64	69
Spaß haben/unterhalten werden	67	53
Zeit mit Familie/ Freund*innen zu verbringen	78	70
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	39	31
Sich etwas gönnen	29	26
Kreativ sein	9	13
Dem Alltag entfliehen	36	31
Im Freien sein	36	39
Inspiriert werden/Horizont erweitern	13	23
Spontan/flexibel sein	18	12
(Körperlich) aktiv sein	35	35
Neue Menschen kennenlernen	21	21
Kinder unterhalten/anregen	16	14

Motive für den Besuch klassischer Kulturangebote (2019)		
Unterhaltungsmilieu	Berlin	
Unterhalten und erholen	90	92
Neue Gedanken/Ideen	65	74
Mehr über Thema erfahren	58	70
Gleichgesinnte treffen	38	40
Mitreden können	37	37
Gemeinsam Zeit verbringen	92	91
Berufliche Anregung	20	23
Angenehme Umgebung	76	83
Künstler*innen/Werke bewundern	71	74
Künstler*innen/Kultur unterstützen	46	57
Aktive Teilnahme vor Ort	23	21
Kinder unterhalten/anregen	31	31
Andere beeindrucken	11	10

Hinderungsgründe/Anreize für den Besuch klassischer Kulturangebote			
Unterhaltungsmilieu		Berlin	
Mangel an Interesse für Angebote	70	55	
Mangel an Freizeit	59	52	
Mangel an Finanzmitteln	65	59	
Günstigere Eintrittspreise	64	61	
Mangel an Begleitpersonen	36	29	
Mangel an gesundheitlichen/körperlichen Möglichkeiten	15	19	
Zu hohe Corona-Ansteckungsgefahr	11	12	
Stärkere Hygienemaßnahmen	11	11	
Schwierige Anreise	34	32	
Mangelnde Qualität der Angebote	42	32	
Leichtere, verständlichere Sprache	23	18	
Günstigere Öffnungszeiten	36	31	
Mangel an interessanten Angeboten in der Umgebung	61	53	
Mangel an inklusiven Angeboten	14	13	
Informationssuche erleichtern	56	46	
Einfacherer Erwerb der Tickets vor Ort	68	62	
Mangel an Mehrsprachigkeit	19	15	
Mangel an internationalen Angeboten	30	25	
Mangel an diversen Angeboten	33	28	
Mangel an Ko-Kreation	21	15	
Mangel an Kinderbetreuung	25	20	

Einstellungen zu klassischen Kulturangeboten			
Unterhaltungsmilieu		Berlin	
Nicht für Menschen wie mich	53	36	
Soziales Umfeld befürwortet	57	69	
Wichtiger Teil meines Lebens	31	47	
Grund, in Berlin zu leben	38	53	
Mir fehlt oft schlicht das Geld dafür	44	40	
Preis/Leistung stimmt oft nicht	51	45	
Wichtig für gutes Leben	51	68	
Ja zu öffentlicher Förderung	77	84	
Für kommende Generationen erhalten	92	95	
Fühle mich fehl am Platz	29	19	
Wirtschaftliche Vorteile für Berlin	84	87	
Für Familie und Freund*innen wichtig	56	67	
Weiß nicht immer, wie ich mich dort verhalten soll	42	16	
Verhaltensregeln bei Angeboten zu steif	30	25	
Mache mich gerne für solche Angebote schick	59	55	
Wunsch nach mehr lockeren Angeboten	64	50	
Angebote sollten stärker auf Klimaschutz achten	53	55	

Medien für die Freizeitplanung (mind. 1x im Monat)			
Unterhaltungsmilieu		Berlin	
Internetrecherche (Google etc.)	87	82	
Webseiten von Freizeit- und Kultureinrichtungen	44	52	
Newsletter von Freizeit- und Kultureinrichtungen	20	28	
Social Media (z.B. Facebook, Instagram)	59	45	
Plakate, Außenwerbung	25	28	
Veranstaltungskalender/Stadtmagazine	13	18	
Flyer/Informationsbroschüren/Programmhefte	6	10	
Überregionale Zeitungen (z. B. SZ, FAZ)	9	17	
Lokalzeitungen (z. B. BZ, Tagesspiegel)	23	36	
Kostenlose Wochenblätter/Anzeigenblätter	25	30	
Radio	46	53	
Fernsehen	47	51	
Persönliche Empfehlung	72	67	

Bevorzugte Musikstile (gefällt ziemlich/sehr)			
Unterhaltungsmilieu		Berlin	
Volkslieder, Folklore	12	12	
Volkstümliche Hitparade	8	6	
Klassische Musik	29	45	
Jazz	24	32	
Dance/Electronic/Techno	42	35	
Schlager	29	22	
Punk/Independent/Alternative	21	27	
Hardrock/Metal/Classic Rock	25	29	
Pop-Klassiker	62	54	
Aktuelle Popmusik/Charts	60	44	
R'n'B, Soul	37	39	
HipHop	42	30	
Gangster-Rap/Straßen-Rap	24	14	
Musical	34	32	

Bevorzugte Filmgenres (gefällt ziemlich/sehr)			
Unterhaltungsmilieu		Berlin	
Kriminalfilme/Thriller	55	48	
Familienfilme/Family Entertainment	40	30	
Horror	27	16	
Programm kino/Arthouse/Filmkunst	13	28	
Drama	36	37	
Komödie	66	60	
Animation/Zeichentrick	35	27	
Fantasy	46	36	
Action	58	43	
Dokumentation	44	56	
Scienc-Fiction	42	39	

Impressum

Institut für Kulturelle Teilhabeforschung | IKTF

Leitung: Prof. Dr. Vera Allmanritter

Angesiedelt in der:

Stiftung für Kulturelle Weiterbildung und Kulturberatung (SKWK)

++ Stiftung öffentlichen Rechts ++

Vorstand: Jasper Bieger

Spandauer Damm 19, D-14059 Berlin

Forschungsprojekt Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2023“

Projektkonzeption: Dr. Oliver Tewes-Schünzel, Prof. Dr. Vera Allmanritter

Datensatzaufbereitung und Datenauswertung: Dr. Oliver Tewes-Schünzel

Autor*innen dieses Berichts: Dr. Oliver Tewes-Schünzel, Prof. Dr. Vera Allmanritter, Dr. Thomas Renz

Publikationsmanagement: Friederike Busch

Lektorat/Korrektur: Dr. Philipp Teichfischer

Grafik/Satz: aufsiemitgebrüll GmbH & Co. KG

Befragungsinstitut: INFO GmbH – Markt- und Meinungsforschung

Zitierhinweis:

Tewes-Schünzel, Oliver/Allmanritter, Vera/Renz, Thomas (2024): Kulturelle Teilhabe in Berlin 2023: Alles wieder beim Alten? Kulturbesuche und künstlerisch-kreative Freizeitaktivitäten im Nachgang von COVID-19, Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung, gefördert von der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Gesellschaftlichen Zusammenhalt (Schriftenreihe Kultursoziologie des IKTF, Nr. 3), Berlin.

Kontakt:

Institut für Kulturelle Teilhabeforschung | IKTF

Betina-Ulrike Thamm

Strategische Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

T +49 (0)30 3030 444 35

b.thamm@iktf.berlin

iktf.berlin

ISBN 978-3-9824863-9-0

