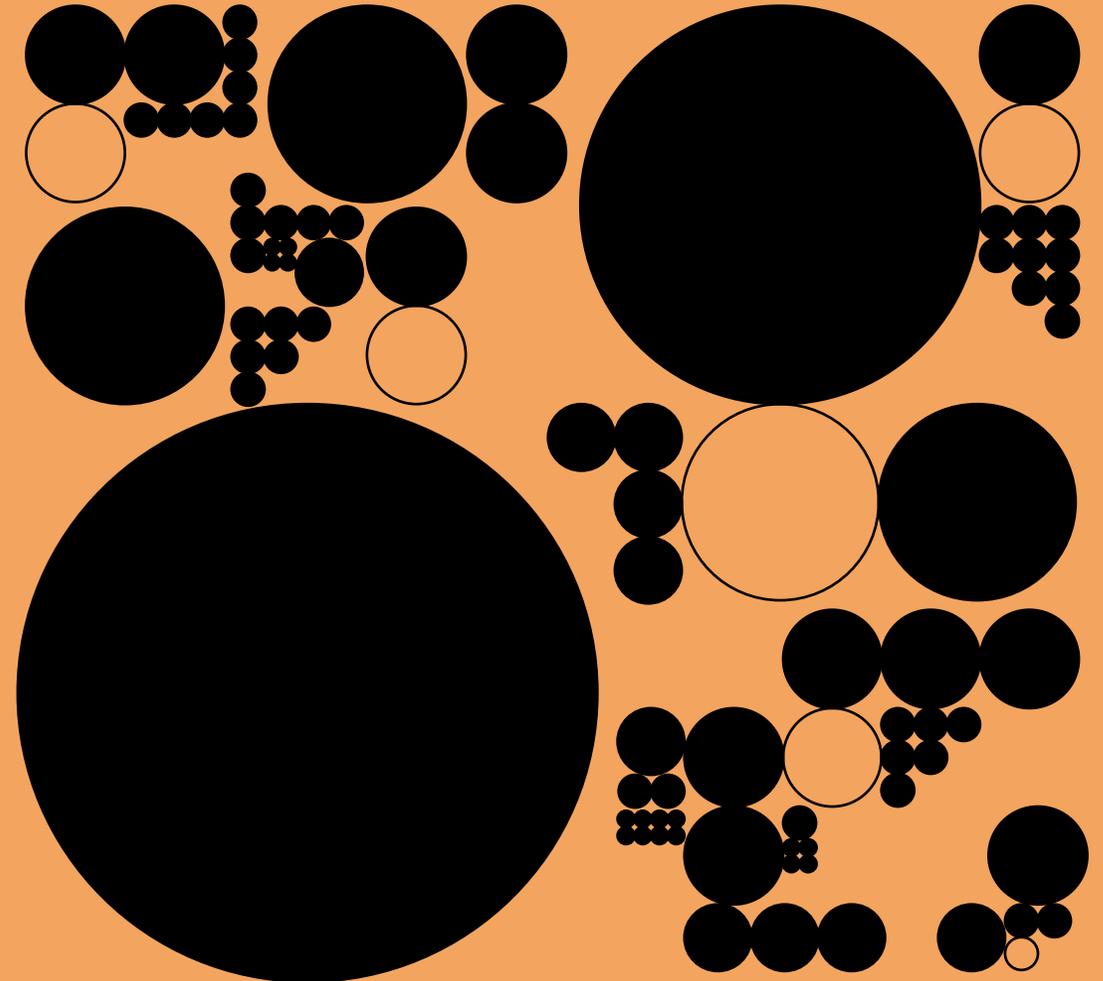


## Lebensstile in der (Nicht) Besucher\*innenforschung – ein betagter Forschungsimpuls aus der Soziologie neu belebt

Dr. Vera Allmanritter, Dr. Thomas Renz  
Tagung Netzwerk Publikumsforschung  
Dortmund, 24. November 2021



# Daten aus zwei großangelegten Befragungen

## **Berliner Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe 2019“**

- Auftrag: Erfassung Status quo der Kulturellen Teilhabe + Hinweise, wie eine chancengerechte Kulturelle Teilhabe in Zukunft ermöglicht werden kann
- Methode: Postalische Zusendung von mehrsprachigen Fragebögen (+ optional online)
- Daten: in Berlin gemeldete Bevölkerung, n = 3.402

## **2019er-Daten Besucher\*innenforschungssystem KulMon® (KulturMonitoring)**

- Auftrag: Erfassung Publikumsstruktur, Besuchsmotive, Besuchsverhalten, Zufriedenheit, Wünsche etc.
- Methode: Kontinuierliche standardisierte Face-to-Face-Befragungen on site
- Daten: Befragungen aus stellvertretenden Häusern aus 5 Sparten, n = 1.331

# Lebensstile als zentraler Erklärungsansatz

## Soziodemografie ist wenig überraschend

- Formale Bildung ist stärkster Einflussfaktor für Kulturelle Teilhabe
- Alter hat ebenfalls Einfluss, aber je nach Kultur- und Freizeitangebot unterschiedlich
- Geschlecht und Einkommen haben wenig Erklärungskraft

## Lebensstile als zentraler Erklärungsansatz

- Soziologie 1980er: Soziostrukturelle Faktoren verlieren Erklärungskraft für soziales Verhalten →  
Ergänzender Erklärungsansatz: Lebensstile
- „Verhaltensweisen, Interaktionen, Meinungen, Wissensbestände und bewertende Einstellungen eines Menschen“<sup>1</sup>
- Lebensstile haben stärkere Erklärungskraft für Kulturelle Teilhabe als Soziodemografie

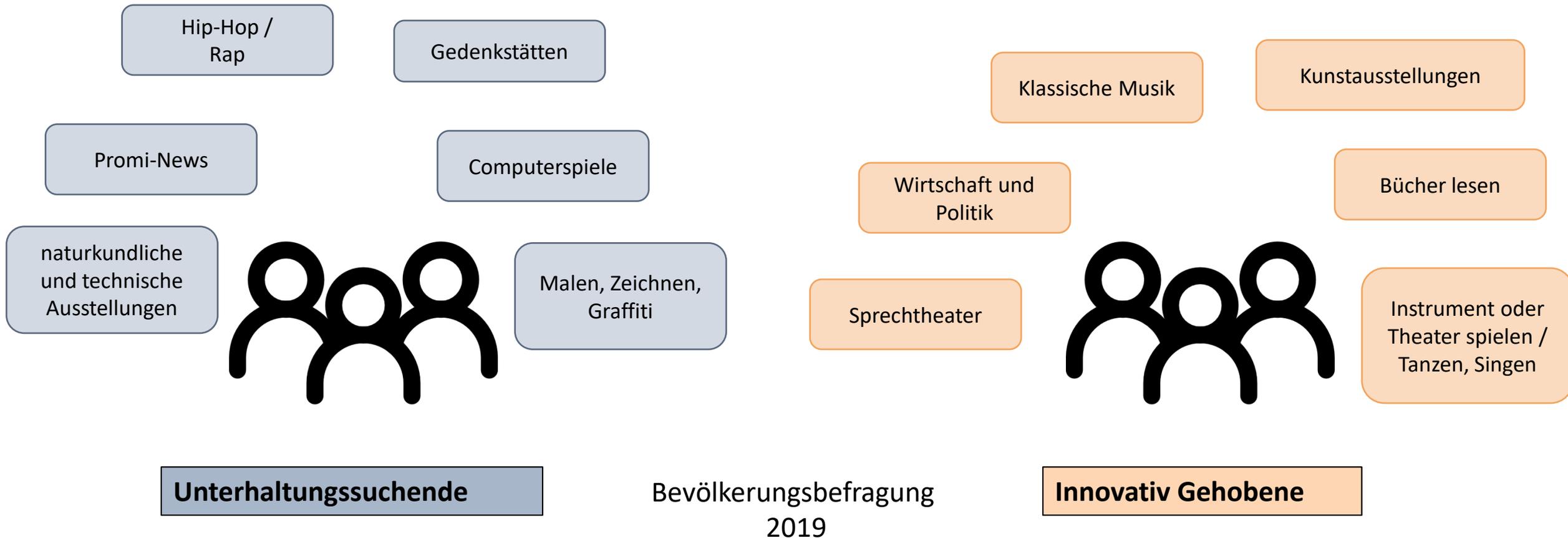
<sup>1</sup> Hradil/Schiener 2001

# Lebensstil-Typologie nach Soziologe Gunnar Otte

		← Modernitätsgrad →		
		Traditional/biografische Schließung	Teilmodern/biografische Konsolidierung	Modern/biografische Offenheit
← Ausstattungs- niveau →	Gehoben	<b>Konservativ Gehobene</b>	<b>Liberal Gehobene</b>	<b>Innovativ Gehobene</b>
	Mittel	<b>Konventionalisten</b>	<b>Mittelständische</b>	<b>Hedonisten</b>
	Niedrig	<b>Bodenständig Traditionelle</b>	<b>Heimzentrierte</b>	<b>Unterhaltungs- suchende</b>

# Soziodemografie versus Lebensstil

zwei Lebensstile mit jüngerem Altersschwerpunkt (<40 Jahren)  
(überdurchschnittliches Interesse an...)



# Ich besuche klassische Kulturangebote, um...

Bevölkerungsbefragung 2019, im Folgenden immer (mindestens ein Besuch in 12 Monaten, in Prozent)

Kinder unterhalten/anregen (Ø 31)

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

Neue Gedanken/Ideen (Ø 74)

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



-50%



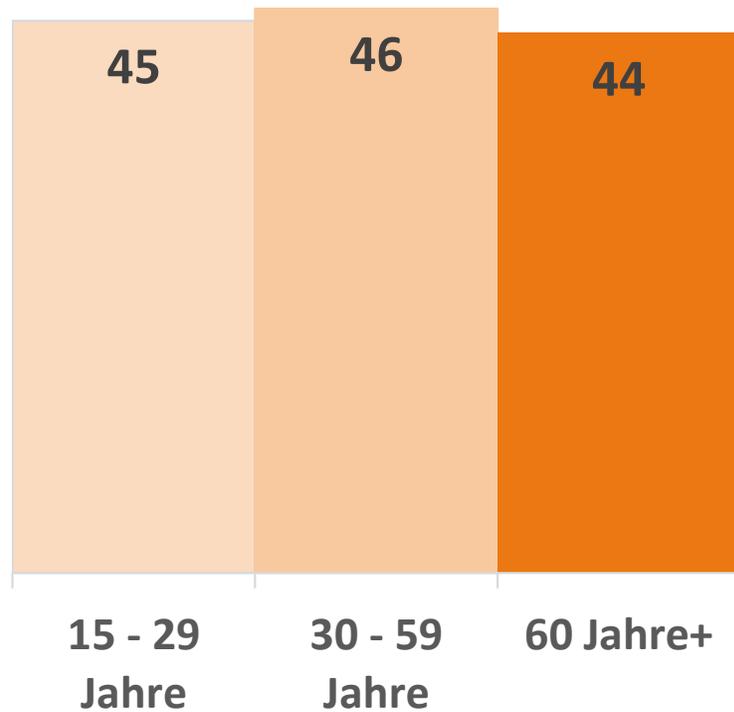
Bevölkerungsdurchschnitt



+50%

# Besuchswahrscheinlichkeit bei Kunstausstellungen...

nach Alter



Bevölkerungsbefragung 2019

nach Lebensstil

Kunstausstellungen (Ø 45)

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



# Wahrscheinlichkeit, in den letzten zwölf Monaten Nichtbesucher\*in gewesen zu sein

Soziodemografie/Sozioökonomie	M1	M2
Niedriger Bildungsabschluss ( $\leq$ Realschule)	22	19
Mittlerer Bildungsabschluss (Abitur)	13	13
Hoher Bildungsabschluss (Fach-/Hochschule)	5	7
Alter 15–29	13	15
Alter 30–59	14	14
Alter 60+	16	16
Männlich	14	14
Weiblich	15	15
Niedriges Haushaltseinkommen < 70%	19	17
Mittleres Haushaltseinkommen 70-150 %	13	13
Hohes Haushaltseinkommen >150 %	13	18
<b>Lebensstil</b>		
Konservativ Gehobene		16
Konventionalisten		16
Bodenständig Traditionelle		31
Liberal Gehobene		6
Mittelständische		17
Heimzentrierte		18
Innovativ Gehobene		3
Hedonisten		8
Unterhaltungssuchende		13
n =	2591	2581
Pseudo R <sup>2</sup> (Mc Fadden)	0.08	0.135

## Verteilung der Lebensstile – Berliner Bevölkerung vs. KulMon-Daten

	Berliner Bevölkerung	Kunst-ausstellungen	Gedenkstätten / Erinnerungsorte	Naturkundliche / technische Ausstellungen	Oper	Sprechtheater
Konservativ Gehobene	6	10	10	5	11	6
Konventionalisten	9	1	8	5	7	4
Bodenständig Traditionelle	10	0	1	1	4	4
Liberal Gehobene	11	20	19	22	20	22
Mittelständische	17	3	10	11	15	9
Heimzentrierte	18	2	5	3	5	2
Innovativ Gehobene	15	45	32	34	26	35
Hedonisten	11	14	11	12	9	12
Unterhaltungssuchende	7	5	5	6	5	4
Total	100	100	100	100	100	100

# Kombination mit Besucher\*innenforschung: Praxisbeispiel Staatliches Museum Schwerin

Befragungsergebnisse Lebensstil „Aufstiegsorientierte“

	Staatliches Museum Schwerin	Mecklenburgisches Staatstheater
Anteil in Besucherschaft	Aufstiegsorientierte 24 %	Aufstiegsorientierte 20 %
Herkunft	Deutschland (47 %)	Deutschland (54 %)
Hauptmotivation	Explorer (insbes. „Ich bin hier, um meine Neugier zu stillen“) (54 %)	Explorer (insbes. „Dies ist einer der Orte, die Leute wie ich gern besuchen“) (40 %)
Internetaffinität	Tendenz eher gering, Google ja	Tendenz eher gering, Google ja
Social Media	Tendenz nicht genutzt	Tendenz nicht genutzt
Ticketpräferenz	Kasse (97%)	Abonnement (50%)
Erstbesuch	Ja (63 %)	Nein (80 %)
Anzahl Kulturbesuche/Jahr	2-3 (37 %)	2-3 (26 %)
Begleitung	Partner/Partnerin (35 %), allein (28 %)	Partner/Partnerin (70 %)
Hauptaufmerksamkeitsquellen	Freunde/Bekannte/Verwandte (29 %), Plakate (28 %), Kenne ich schon/war schon hier (23 %), Internet (23 %)	Kenne ich schon/war schon hier (79 %), Leporello (50%), Internet (21 %)
Alter	50-59 Jahre (25 %)	50-59 Jahre (29 %)
Höchster Bildungsabschluss	Abitur (44 %)	Abitur (42 %)
Geschlecht	Weiblich (54 %)	Weiblich (53 %)
Interesse an anderen Kultur- und Freizeitangeboten	Burgen, Schlösser, Herrenhäuser, Gärten und Parkanlagen (30 %), keine weiteren genannt (30 %), Museen (15 %)	Keine weiteren genannt (53 %), Museen (21 %)

Beispiel-Persona Lebensstil „Aufstiegsorientierte“

	Details zur Persona	Bedürfnisse rund um den Kulturbesuch (Visitor Journey)
<b>Dagmar</b>	<p><u>Lebensstil</u> Aufstiegsorientierte</p> <p><u>Soziodemografie</u> Sie wohnt in Deutschland, ist zwischen 50-60 Jahre alt und steht mitten im Berufsleben. Ihr höchster Bildungsabschluss ist Abitur. Sie ist finanziell halbwegs gut ausgestattet und kann pro Monat bis zu 55 € für Kultur- und Freizeitangebote ausgeben.</p> <p><u>Interessen</u> Sie liest in ihrer Freizeit gern Bücher. Dagmar ist grundsätzlich kulturinteressiert und besucht 2 bis 3-mal im Jahr Kultur- und Freizeitangebote. Ihre kulturellen Interessen sind jedoch nicht besonders breit gestreut und beziehen sich vor allem auf das aktuell besuchte Angebot.</p> <p><u>Mediennutzung</u> Sie informiert sich über aktuelles Tagesgeschehen vor allem über Lokalzeitungen. Sie ist nicht sehr internetaffin, Social Media ist nicht ihre Welt.</p>	<p><u>Charakteristische Merkmale</u> Sie ist grundsätzlich neugierig, entdeckungsfreudig und lässt sich gern überraschen.</p> <p><u>Informationsverhalten</u> Sie tauscht sich gern mit Freunden, Bekannten, Verwandten über interessante Kulturangebote aus. Nach Informationen rund um Kulturbesuche sucht sie zudem im Internet, achtet aber auch auf klassische Kommunikationsmittel der Einrichtungen wie Plakate und Leporellos.</p> <p><u>Ticketingpräferenzen</u> Klassischen Besucherbindungsinstrumenten wie Abonnements ist sie nicht abgeneigt, ein Kauf von Online-Tickets ist ihr nicht lieb. Für ungewöhnliche Angebote ist sie grundsätzlich offen, kann dafür aber nur überschaubare Aufpreise zahlen.</p> <p><u>Anreise</u> Sie würde mit klassischen Verkehrsmitteln anreisen (zu Fuß, Auto, Bahn, ÖPNV). Neuere Verkehrsmittel wie Leihfahrräder, -vespas, -roller sind für sie nicht attraktiv.</p> <p><u>Während des Besuchs</u> Sie geht am liebsten in Begleitung zu Kulturangeboten, freut sich aber auch, wenn sie vor Ort Bekannte trifft. Sie fühlt sich in Kultureinrichtungen nicht fremd und bewegt sich dort souverän. Wenn sie sich nicht auskennt, fragt sie nach. Sie ist keine Expertin, bringt aber Grundwissen mit. Über neue Perspektiven auf Themen und neues Wissen freut sie sich, sucht aber keine starken Vertiefungen. Wenn sie während ihres Besuchs nach Informationen sucht, wird sie auf klassische Informationsquellen zurückgreifen (Prospekte, Aufsichten, Führung).</p>

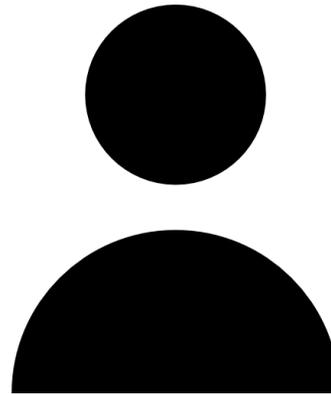
Beispiel für eine lebensstilbasierte Persona aus einer Studie für die Konferenz Nationaler Kultureinrichtungen (KNK)

## Ausschnitt Persona zum Lebensstil „Mittelständische“ (2019: „Aufstiegsorientierte“)

Dagmar lässt sich auch gern hin und wieder auf Neues und Unbekanntes ein. Sie lässt sich dann auch Zeit dafür und **gönnt sich anschließend einen Besuch im Museums-Café.**

Letztes Jahr nahm sie zum ersten Mal ihre Enkeltochter mit ins Museum. **Sie findet es wichtig, Kinder mit Kultur- und Bildungsangeboten in Kontakt zu bringen.** Sie möchte ihrer Enkelin so viel wie möglich zum Wissenserwerb mitgeben, damit sie es später im Leben möglichst weit bringen kann. Gleichzeitig war Dagmar **erfüllt von der Neugier ihrer Enkelin** an diesem Tag

Dagmar **lebt allein in Ludwigslust.**



Dagmar

Das **Staatliche Museum Schwerin** besucht sie nicht jedes Jahr, informiert sich jedoch regelmäßig über die **Schweriner Volkszeitung** über die aktuellen Ausstellungen des Museums. Manchmal liest sie auch interessante Artikel über die Objekte des Museums. Sie ist diesbezüglich keine Expertin, hat sich über die Jahre aber ein gewisses Wissen angeeignet.

Da sie **nur 60 € im Monat für Kultur- und Freizeitangebote** ausgeben kann, freut sie sich über die kostenfreien Angebote des Museums. Bereits zwei Mal besuchte sie den Internationalen Museumstag in Schwerin.

# Praktischer Nutzen der Lebensstiltypologie

## Kulturpolitik und -verwaltungen bspw.

- Verständnis von Kultureller Teilhabe der Bevölkerung
- Verständnis von Ausschlussmechanismen
- Basis für Kulturelle Teilhabe-Strategien

## Auch für Kultureinrichtungen, aber ergänzend bspw. ebenfalls

- Abgleich Besucher\*innen vs. Bevölkerung
- Aufzeigen von Veränderungen innerhalb der Besucherschaft
- Basis für Zielgruppenbildung (Persona-Steckbriefe pro Lebensstil)

## **Ausblick: Kulturelle Teilhabe in Berlin 2021**

### **anknüpfend an 2019 bspw.**

- vergleichende Erhebung des Kulturnutzungsverhaltens 2021 in Corona-Zeiten
- weitere Unterfütterung des Kulturbesuchsverhaltens nach Lebensstilen

### **neu im Fragebogen 2021 bspw.**

- Nutzungsfrequenz von digitalen Kulturangeboten
- Hinweise für die Ermöglichung einer breiten, digitalen Kulturellen Teilhabe
- Wahrnehmung von Hygienemaßnahmen bei Kulturangeboten

