

MENSCHEN MIT TÜRKISCHEM MIGRATIONS HinterGRUND ALS PUBLIKA IN ÖFFENTLICHEN DEUTSCHEN KULTURINSTITUTIONEN IN BERLIN

Kernergebnisse

<p>Eigene künstlerisch-kulturelle Aktivität</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tanz, Fotografie, Gestalten und Singen sind bevorzugte eigene künstlerische Aktivitäten der Befragten ➤ Nur 17% der Befragten sind überhaupt nicht künstlerisch-kulturell aktiv, davon nur knapp 10% der 14-29jährigen ➤ Bei den 14-29jährigen sind das Spielen von Musikinstrumenten sowie Film, Theater und Bildende Kunst die Favoriten ➤ Die eigenen künstlerisch-kulturellen Aktivitäten sind – wie bei den Deutschen – vom Bildungsgrad abhängig ➤ Basteln, Gestalten und Handarbeit dominieren als künstlerisch-kulturelle Aktivitäten bei niedrigen Bildungsgraden, Schüler/innen bevorzugen die Aktivitäten Filme drehen, Theater spielen, akademische Milieus präferieren ➤ Musikinstrumente spielen, eigene Texte schreiben und Singen
<p>Generelles Interesse an Kulturangeboten</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ein Drittel der Befragten interessiert sich stark bis sehr stark für Kulturangebote, damit liegt das generelle Interesse höher als das der deutschen Gesamtbevölkerung (vgl. Kulturbarometer 2005) ➤ Fast die Hälfte der jüngeren Befragten (14-29 Jahre) interessiert sich für Kultur, das geringste Interesse zeigen die Älteren und Alten (50+ Jahre) ➤ Überdurchschnittlich hoch ist das Interesse bei Schülern/innen (über ein Drittel starkes o. sehr starkes Interesse) und Personen mit hohem Bildungsabschluss (55,3%) ➤ Das Interesse an Unterhaltungsangeboten liegt vor klassischen Hochkulturangeboten (Museen und Theater etc.), am geringsten ausgeprägt ist das Interesse an klassischen Konzerten

<p>Interesse an Kulturangeboten innerhalb von Sparten</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Im Theaterbereich dominiert das Interesse an Sprechtheater weit vor dem an Tanz- und Musiktheater, im Museumsbereich liegen historische Museen/Gedenkstätten vor wissenschaftlich-naturkundlichen, erst dann folgen Kunstmuseen und Galerien ➤ Im Musikbereich ist das Interesse für Konzerte mit traditioneller Musik/Volksmusik größer als das an Jazz/Rock/Pop-Konzerten ➤ Bei den Unterhaltungsangeboten dominiert Kino (90%) vor Kabarett/Comedy/Kleinkunstveranstaltungen (54%) ➤ Die Bibliotheken spielen bei den sonstigen kulturellen Bildungsangeboten eine herausragende Rolle vor Volks- und Musikschulen (die rund 40% derjenigen, die Interesse bezeugen auch nutzen) ➤ Das generationenübergreifend am wenigsten nachgefragte traditionelle Hochkultursegment ist das klassische Konzert ➤ Die nicht spartenbezogenen kulturellen Bildungsangebote (VHS, Musikschule) werden nur von jüngeren und mittleren Zielgruppen (14-49 Jahre) stark bis überdurchschnittlich nachgefragt ➤ U-Kultur-Angebote werden von allen Generationen sehr stark bis überdurchschnittlich nachgefragt ➤ Auch bei Personen mit akademischem Bildungsniveau dominieren die U-Kultur-Angebote bei parallel hoher Affinität für Hochkulturangebote
<p>Informationsverhalten</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wie bei deutschen Zielgruppen ist es die persönliche Empfehlung („word-of-mouth“ 71%), die über einen Besuch maßgeblich entscheidet, wichtig sind darüber hinaus Plakate (71%), das Internet (54%), die klassischen deutschen und/oder türkischen Medien folgen deutlich abgeschlagen
<p>Gewünschte Informationsträger/ Medienverhalten</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Weit vorne liegt der Wunsch nach Prospekten/Flyern/Spielplänen (67%), die wichtigste Zeitung ist mit Abstand die B.Z., gefolgt von der Berliner Morgenpost und Bild, bei den türkischen Zeitungen liegt Hürriyet weit vorn ➤ Bei den deutschen Radiowellen dominiert stark KISS FM, gefolgt vom RBB, Radyo Metropol FM ist der einzige wichtige türkische Radiosender ➤ Bei den Stadtmagazinen ist Zitty die mit Abstand bevorzugte Lektüre, Merhaba und Hey bei den türkischen Magazinen ➤ Bei den deutschen Fernsehsendern verteilt es sich recht gleichmäßig auf RTL, Pro7 und die öffentlich-rechtlichen Sender ARD, RBB und ZDF, bei den türkischen Sendern liegen Euro D, Show TV und Kanal D vorn
<p>Nutzung von deutsch-türkischen Kulturangeboten</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ In der Regel werden von den Befragten deutsche oder deutsch-türkische Kulturangebote präferiert, Ausnahmen, d.h. Bevorzugung von türkischen Angeboten liegen vornehmlich im Bereich traditioneller Musik/Volksmusik

Motive für Nutzung/ Besuchsverhalten	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gute Atmosphäre, Live-Erlebnis und Verbesserung der Allgemeinbildung sind die drei wichtigsten Motive (alle über 90%) für einen Besuch im Bereich der darstellenden Künste (Theater/Oper/Tanz), bei Museen dominieren Verbesserung der Allgemeinbildung und gute Atmosphäre deutlich, bei klassischen Konzerten sind es die gute Atmosphäre, Entspannung und das Live-Erlebnis, die motivieren ➤ Nur gut 5% der Befragten gehen ohne Begleitung zu Kulturveranstaltungen
Wunsch-Ansprache seitens der Kultureinrichtungen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Über 75% möchten auf deutsch-türkisch, 12% auf deutsch, 12% auf türkisch angesprochen werden ➤ Bei den 14-29jährigen wollen nur 4% auf türkisch angesprochen werden, über 20% auf deutsch und 74% auf deutsch-türkisch ➤ In der Gruppe der Personen ohne Schulabschluss wollen 25% auf türkisch angesprochen werden
Zufriedenheit mit dem deutschen u. türkischen Kulturangebot	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mit dem türkischen Kulturangebot sind 43% der Befragten zufrieden, etwa 31% sind teils/teils zufrieden, 25% sind mit diesem Angebot nicht zufrieden ➤ Zufriedener sind die Befragten mit dem deutschen Kulturangebot, hier sind 59% der Befragten zufrieden, etwa 25% sind teils/teils zufrieden, nur 15% sind nicht zufrieden, besonders hoch ist die Zufriedenheit bei Schülern/innen (74%)
Hinderungsgründe für Besuch/ Anregungen an Kulturinstitutionen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Haupthinderungsgrund der Kulturinteressierten für den Besuch der darstellenden Künste (Theater/Oper/Tanz) ist der Preis, deutlich dahinter rangieren mangelnde Zeit und Attraktivität des Angebots (v. a. zu wenig türkische Künstler) sowie schlechte Werbung, bei Museen/Gedenkstätten und klassischen Konzerten verhält es sich ebenso ➤ Preispolitik, nicht ansprechende Angebote und mangelnde Zeit werden als Gründe für generelles Desinteresse an Kulturangeboten genannt ➤ Als Anregungen für Kulturinstitutionen werden primär genannt: niedrigere Preise, mehr türkische Künstler/mehr Bezug zur türkischen Lebenswelt und andere/bessere Werbung
Kulturelle Sozialisation	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mehr als die Hälfte der Befragten sind als Kinder kaum oder nie bei Kulturveranstaltungen gewesen, dies gilt insbesondere für die mittleren und älteren Generationen, selbst bei den Befragten mit Abitur oder Studium gilt dies für die Hälfte der Befragten ➤ Über 80% der Befragten, die in der Kindheit Kulturveranstaltungen besucht haben, war dies mindestens wichtig, 58% derjenigen, die in der Kindheit keine Kulturveranstaltungen besucht haben, hätten dies mindestens wichtig gefunden ➤ 43% der Befragten mit Kindern gehen mit diesen mindestens 4 x im Jahr zu Kulturveranstaltungen, 97% der Befragten finden kulturelle Bildung in Kindergärten, Kindertagesstätten und Schulen wichtig

<p>Bekanntheit von Berliner Kulturangeboten</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Theater/Bühne: <ul style="list-style-type: none"> ○ Tiyatrom – Türkisches Theater Berlin (82%) ○ Deutsches Theater (79%) ○ Staatsoper unter den Linden (64%) ○ Berliner Ensemble (56%) ○ Ballhaus Naunynstraße (40%) ○ Hebbel am Ufer (27%) ➤ Museen/Gedenkstätten: <ul style="list-style-type: none"> ○ Technikmuseum (81%) ○ Pergamonmuseum (79%) ○ Naturkundemuseum (71%) ○ Deutsches Historisches Museum (71%) ○ Museum für islamische Kunst (63%) ➤ Klassik: <ul style="list-style-type: none"> ○ Berliner Philharmoniker (70%) ○ ROC/Klangkulturen (18%)
<p>Bereits besuchte Berliner Kulturangebote</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Theater/Bühne: <ul style="list-style-type: none"> ○ Tiyatrom – Türkisches Theater Berlin (48%) ○ Deutsches Theater (32%) ○ Staatsoper unter den Linden (25%) ○ Berliner Ensemble 14% ○ Ballhaus Naunynstraße (19%) ○ Hebbel am Ufer (11%) ➤ Museen/Gedenkstätten: <ul style="list-style-type: none"> ○ Pergamonmuseum (54%) ○ Technikmuseum (49%) ○ Naturkundemuseum (38%) ○ Deutsches Historisches Museum (38%) ○ Museum für islamische Kunst (23%) ➤ Klassik: <ul style="list-style-type: none"> ○ Berliner Philharmoniker (31%) ○ ROC/Klangkulturen (5%) ➤ Bei den jungen Zielgruppen (14-29 Jahre) dominiert Deutsches Theater vor Berliner Philharmonikern und Staatsoper unter den Linden, bei den Museen Technik- vor Pergamon- und Naturkundemuseum

<p>Wertschätzung türkischer Kultur</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Die weit überwiegende Mehrheit der Befragten in allen Altersgruppen ist der Meinung, dass die türkische Kultur von der Politik in Berlin <u>nicht</u> ausreichend wertgeschätzt wird, insbesondere höher gebildete Befragte (Abitur, Studium) vertreten diese Meinung (91%) ➤ Dies gilt gleichermaßen für die Wertschätzung der türkischen Kultur in deutschen Kulturinstitutionen, die dort für gut 90% der Befragten keine ausreichende Rolle spielt
<p>Integrationsgefühl/ Akzeptanzgefühl</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Knapp 57% der Befragten fühlen sich sehr gut oder gut integriert, nur 16% schlecht oder gar nicht ➤ Bei den 14-29jährigen sind es knapp 72%, die sich mindestens gut integriert fühlen, nur knapp 6 % schlecht oder gar nicht, eine kritische Gruppe stellen die 30-49jährigen und 50-64jährigen dar, von denen sich weniger als die Hälfte sehr gut oder gut integriert fühlen, hingegen über 20% schlecht oder gar nicht ➤ Schüler/innen geben zu 75% ein mindestens gutes Integrationsgefühl an – deutlich vor Befragten mit Abitur (56%) oder akademischem Abschluss (59%) ➤ Bei Frauen liegt der Anteil derer, die sich schlecht oder überhaupt nicht integriert fühlen, mit knapp 20% deutlich über dem der Männer mit knapp 9% ➤ Etwa die Hälfte der Befragten fühlt sich von den deutschen Mitbürgern akzeptiert, nur gut 15% schlecht oder gar nicht akzeptiert, ein Drittel teils/teils akzeptiert, besonders hoch ist das Akzeptanzgefühl bei den Jüngeren (14-29 Jahre)

MENSCHEN MIT TÜRKISCHEM MIGRATIONS HinterGRUND ALS PUBLIKA IN ÖFFENTLICHEN DEUTSCHEN KULTURINSTITUTIONEN IN BERLIN

Methodik der Studie im Überblick

Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Erhebung repräsentativer Daten zum Kulturnutzungsverhalten von Menschen mit türkischem Migrationshintergrund in Berlin ➤ Handlungsempfehlungen für Kulturinstitutionen, Politik und Verwaltung
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Berliner/innen ab 14 Jahren mit türkischem Migrationshintergrund in privaten Haushalten mit Telefoneintrag ➤ Repräsentative Stichprobe von 540 Zielpersonen ➤ Ausgewählt mittels Onomastik-Verfahren (Namenslisten-Verfahren)
Methode	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Computergestützte telefonische Befragung (CATI) in zwei Sprachen (Deutsch, Türkisch) ➤ Feldzeit 02.02.2010 bis 22.03.2010 ➤ Erhebung durchgeführt in Kooperation mit DATA 4U Gesellschaft für Kommunikationsforschung
Gewichtung	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Stichprobe wurde nach Alter und Geschlecht an die Ergebnisse des Mikrozensus 2008 angepasst