



RELEVANZMONITOR KULTUR

Stellenwert von Kulturangeboten in Deutschland
2023

LIZ MOHN
CENTER

Eine Initiative der
| BertelsmannStiftung

forsa.

IKTf

Institut für Kulturelle
Teilhabeforschung

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	3
1 Alltagsgestaltung und Freizeitaktivitäten	4
1.1 Allgemeine Alltagsgestaltung und Interessen	4
1.2 Häufigkeit von Freizeitaktivitäten	7
2 Wahrnehmung von Freizeitangeboten.....	9
2.1 Interesse an Freizeitangeboten.....	9
2.2 Nutzung von Freizeitangeboten	12
3 Kultur- und Freizeitangebote am Wohnort.....	17
3.1 Bewertung des Kultur- und Freizeitangebotes am Wohnort.....	17
3.2 Nähe zu Freizeitangeboten	19
3.3 Verbundenheit mit Freizeiteinrichtungen am Wohnort.....	21
4 Theaterhäuser.....	23
4.1 Meinungen zu Angeboten in Theaterhäusern	23
4.2 Erwartungen an Theaterhäuser	27
4.3 Kulturelle Bildung von Kindern und Jugendlichen durch Theaterhäuser	30
4.4 Häufigerer Besuch von Theaterhäusern.....	31
4.5 Präferenzen beim Ticketerwerb für Theaterhäuser	34
5 Impressum und Kontakt	38

Vorbemerkung

Im Auftrag des Liz Mohn Centers der Bertelsmann Stiftung hat forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH eine bundesweite repräsentative Bevölkerungsbefragung zum Stellenwert von Kulturangeboten in Deutschland durchgeführt.

Im Rahmen der Untersuchung wurden insgesamt 2.505 nach einem systematischen Zufallsverfahren ausgewählte Bundesbürger:innen ab 18 Jahren befragt.

Die Erhebung wurde vom 27. März bis zum 14. April 2023 im Rahmen des repräsentativen Online-Panels forsa.omninet durchgeführt.

Die Untersuchungsbefunde werden im nachfolgenden Ergebnisbericht vorgestellt.

Die ermittelten Ergebnisse können lediglich mit den bei allen Stichprobenerhebungen möglichen Fehlertoleranzen (im vorliegenden Fall +/- 2,5 Prozentpunkte) auf die Grundgesamtheit übertragen werden.

1 Alltagsgestaltung und Freizeitaktivitäten

1.1 Allgemeine Alltagsgestaltung und Interessen

Zu Beginn der Befragung wurden die Befragten gebeten anzugeben, inwieweit verschiedene Beschreibungen, wie man seinen Alltag entsprechend den eigenen Interessen gestalten kann, auf ihre gegenwärtige Lebenssituation zutreffen.

Die große Mehrheit der Befragten hält es für voll und ganz bzw. eher zutreffend, dass Sicherheit und Beständigkeit das oberste Gebot in ihrem Leben sind (81 %) und dass sie sich umfassend über Politik und Zeitgeschehen informieren (77 %).

Jeweils zwei Drittel (je 65 %) halten an Traditionen und Bräuchen ihrer Familie fest und finden Selbstverwirklichung sehr wichtig.

Über die Hälfte der Befragten sagt, dass es ihnen zu teuer ist, regelmäßig große Urlaube im Ausland zu machen (58 %), dass es für sie kaum etwas Schöneres gibt, als sich in Haus und Heim zu betätigen (56 %) und dass sie immer wieder nach neuen Herausforderungen und Erfahrungen suchen (55 %).

Etwas weniger als die Hälfte liest gerne anspruchsvolle Bücher (49 %), mag das Leben dann besonders, wenn ständig etwas los ist (43 %) und pflegt einen gehobenen Lebensstandard (42 %).

Dass sie sich manchmal ein richtig teures Menü in einem Restaurant leisten und sich in Kunst und Kultur sehr gut auskennen, gibt jeweils ein Drittel (35 %) der Befragten an.

Allgemeine Alltagsgestaltung und Interessen I

Die jeweilige Aussage trifft für die gegenwärtige Lebenssituation zu

	überhaupt nicht	eher nicht	eher	voll und ganz
	%	%	%	%
Sicherheit und Beständigkeit sind das oberste Gebot in meinem Leben.	2	17	57	23
Ich informiere mich umfassend über Politik und Zeitgeschehen.	5	17	44	34
Ich halte an Traditionen und Bräuchen meiner Familie fest.	7	26	50	16
Selbstverwirklichung ist mir in meinem Leben sehr wichtig.	4	28	51	14
Es ist mir zu teuer, regelmäßig große Urlaube im Ausland zu machen.	12	28	30	28
Es gibt für mich kaum etwas Schöneres, als mich in Haus und Heim zu betätigen.	7	36	44	12
Ich suche immer wieder nach neuen Herausforderungen und Erfahrungen.	5	39	44	11
Ich lese gerne anspruchsvolle Bücher.	17	33	36	13
Mein Leben gefällt mir dann besonders gut, wenn ständig etwas los ist.	7	49	37	6
Ich pflege einen gehobenen Lebensstandard.	13	43	38	5
Ich leiste mir manchmal ein richtig teures Menü in einem Restaurant.	26	39	25	10
In Kunst und Kultur kenne ich mich allgemein sehr gut aus.	18	46	31	4

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“/keine Angabe

Männer meinen häufiger als Frauen, dass sie sich umfassend über Politik und Zeitgeschehen informieren. Frauen geben häufiger als Männer an, gern anspruchsvolle Bücher zu lesen. Jüngere Bürger:innen unter 30 Jahren sagen überdurchschnittlich häufig, dass ihnen Selbstverwirklichung sehr wichtig ist, dass sie immer wieder nach neuen Herausforderungen und Erfahrungen suchen und dass ihnen ihr Leben besonders gut gefällt, wenn immer etwas los ist. Ältere Menschen ab 60 Jahren geben häufiger als der Durchschnitt aller Befragten an, dass sie sich umfassend über Politik und Zeitgeschehen informieren, gern anspruchsvolle Bücher lesen und sich sehr gut in Kunst und Kultur auskennen.

Allgemeine Alltagsgestaltung und Interessen II

Folgende Aussagen treffen voll und ganz bzw. eher auf die gegenwärtige Lebenssituation zu:	insgesamt	Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
	%	%	%	%	%	%	%
Sicherheit und Beständigkeit sind das oberste Gebot in meinem Leben.	81	79	82	71	81	82	84
Ich informiere mich umfassend über Politik und Zeitgeschehen.	77	85	70	63	68	77	91
Ich halte an Traditionen und Bräuchen meiner Familie fest.	65	63	68	61	66	64	68
Selbstverwirklichung ist mir in meinem Leben sehr wichtig.	65	66	64	79	70	63	56
Es ist mir zu teuer, regelmäßig große Urlaube im Ausland zu machen.	58	57	59	58	60	57	57
Es gibt für mich kaum etwas Schöneres, als mich in Haus und Heim zu betätigen.	56	59	54	45	52	58	62
Ich suche immer wieder nach neuen Herausforderungen und Erfahrungen.	55	56	53	64	60	51	49
Ich lese gerne anspruchsvolle Bücher.	49	42	57	43	41	44	61
Mein Leben gefällt mir dann besonders gut, wenn ständig etwas los ist.	43	44	42	56	43	40	39
Ich pflege einen gehobenen Lebensstandard.	42	43	42	49	44	38	42
Ich leiste mir manchmal ein richtig teures Menü in einem Restaurant.	35	38	33	29	38	38	35
In Kunst und Kultur kenne ich mich allgemein sehr gut aus.	35	30	39	28	26	28	48

1.2 Häufigkeit von Freizeitaktivitäten

Die große Mehrheit der befragten Bürger:innen (90 %) gibt an, mindestens einmal pro Woche Musik zu hören. Über die Hälfte (53 %) liest zudem mindestens einmal wöchentlich Bücher.

Deutlich seltener sagen die Befragten, dass sie mindestens einmal pro Woche ein Musikinstrument spielen bzw. lernen (9 %), Gesangsunterricht nehmen, an Chorproben teilnehmen bzw. Singen üben (7 %), zur Tanzschule, zum Ballett oder zu Tanzveranstaltungen gehen (3 %) oder an Theaterproben teilnehmen bzw. Theater spielen (1 %). Eine große Mehrheit der Befragten gibt jeweils an, diese Freizeitaktivitäten nie auszuüben.

Ausübung verschiedener Freizeitaktivitäten I

Den folgenden Freizeitaktivitäten gehen nach

	täglich	mindestens einmal pro Woche	mindestens einmal pro Monat	seltener als einmal pro Monat	nie
	%	%	%	%	%
Musik hören	73	17	4	4	1
Bücher lesen	28	25	15	22	9
ein Musikinstrument spielen bzw. lernen	3	6	4	10	77
Gesangsunterricht, Chorproben, Singen üben	1	5	2	4	87
Tanzschule, Ballett, Tanzveranstaltungen	0	3	2	14	81
Theaterproben oder Theater spielen	0	1	1	7	91

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“/keine Angabe

Frauen sowie ältere Befragte ab 60 Jahren geben überdurchschnittlich häufig an, mindestens einmal in der Woche Bücher zu lesen.

Jüngere Befragte unter 30 Jahren spielen etwas häufiger als Personen ab 30 Jahren mindestens einmal in der Woche ein Musikinstrument.

Ausübung verschiedener Freizeitaktivitäten II

Folgenden Freizeitaktivitäten gehen mindestens einmal pro Woche nach:	insgesamt	Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
	%	%	%	%	%	%	%
Musik hören	90	91	90	95	91	91	88
Bücher lesen	53	42	63	43	42	52	64
ein Musikinstrument spielen bzw. lernen	9	10	8	16	9	7	6
Gesangsunterricht, Chorproben, Singen üben	7	6	7	11	5	5	6
Tanzschule, Ballett, Tanzveranstaltungen	3	2	4	5	3	3	2
Theaterproben oder Theater spielen	1	1	1	3	1	1	1

2 Wahrnehmung von Freizeitangeboten

2.1 Interesse an Freizeitangeboten

Rund die Hälfte der Befragten interessiert sich im Allgemeinen stark oder sehr stark für Kino bzw. Filmvorführungen (51 %) sowie für nicht-klassische Konzerte (49 %) – unabhängig davon, ob sie diese Freizeitangebote gegenwärtig auch tatsächlich besuchen.

Jeweils 42 Prozent interessieren sich (sehr) stark für Zoos sowie für Museen. Rund ein Drittel bekundet (sehr) starkes Interesse an Musicals (35 %), Ausstellungen (35 %) und Theateraufführungen (34 %).

Dass sie sich (sehr) stark für Freizeitparks (28 %) und klassische Musikkonzerte (23 %) interessieren, sagt rund ein Viertel der Befragten. 18 Prozent sagen dies über Oper-, Ballett- bzw. Tanzaufführungen.

Interesse an verschiedenen Freizeitangeboten I

Allgemein interessieren sich für die jeweiligen Freizeitangebote

	gar nicht %	weniger stark %	stark %	sehr stark %
Kino/Filmvorführungen	10	39	38	13
nicht-klassische Musikkonzerte (z.B. Rock, Pop, Metal, Hip-Hop, Schlager)	18	33	35	14
Zoos	16	42	32	10
Museen	10	47	34	8
Musicals	25	39	27	8
Ausstellungen	14	50	29	6
Theateraufführungen	21	45	28	6
Freizeitparks	30	42	21	7
klassische Musikkonzerte	37	39	18	6
Oper-, Ballett-, Tanzaufführungen	44	37	14	4

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“/keine Angabe

Frauen interessieren sich häufiger als Männer für Musicals, Theater sowie Oper-, Ballett- bzw. Tanzaufführungen.

Jüngere Menschen unter 30 Jahren haben überdurchschnittlich häufig (sehr) starkes Interesse an Kino, nicht-klassischen Konzerten und Freizeitparks; 30- bis 44-Jährige interessieren sich überdurchschnittlich häufig für Zoos.

Ältere Bürger:innen ab 60 Jahren interessieren sich häufiger als die unter 60-Jährigen für Ausstellungen, Theater, klassische Konzerte sowie Oper, Ballett und Tanz.

Interesse an verschiedenen Freizeitangeboten II

Für folgende Freizeitangebote interessieren sich (sehr) stark:	insgesamt	Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
	%	%	%	%	%	%	%
Kino/Filmvorführungen	51	50	51	67	60	56	33
nicht-klassische Musikkonzerte (z.B. Rock, Pop, Metal, Hip-Hop, Schlager)	49	49	49	63	54	56	33
Zoos	42	41	44	39	56	44	34
Museen	42	40	44	42	41	40	45
Musicals	35	27	43	38	32	37	35
Ausstellungen	35	33	37	31	28	33	43
Theateraufführungen	34	27	41	32	26	31	42
Freizeitparks	28	30	27	44	45	24	13
klassische Musikkonzerte	23	19	27	23	16	18	32
Oper-, Ballett-, Tanzaufführungen	18	11	24	17	13	14	25

Befragte mit formal höherer Bildung bekunden häufiger als Personen mit formal niedrigerer Bildung Interesse an Kino, klassischen und nicht-klassischen Konzerte, Museen, Ausstellungen, Theater sowie Oper, Ballett und Tanz.

Interesse an verschiedenen Freizeitangeboten III

Für folgende Freizeitangebote interessieren sich (sehr) stark:	insgesamt %	Hauptschule %	mittlerer Abschluss %	Abitur, Studium %
Kino/Filmvorführungen	51	38	47	59
nicht-klassische Musikkonzerte (z.B. Rock, Pop, Metal, Hip-Hop, Schlager)	49	40	47	55
Zoos	42	41	45	41
Museen	42	31	38	51
Musicals	35	33	36	35
Ausstellungen	35	27	31	41
Theateraufführungen	34	27	34	38
Freizeitparks	28	24	29	29
klassische Musikkonzerte	23	14	22	28
Oper-, Ballett-, Tanzaufführungen	18	13	17	22

2.2 Nutzung von Freizeitangeboten

Die Befragten wurden gebeten anzugeben, wann sie zuletzt verschiedene kulturelle Angebote vor Ort besucht haben – also nicht digital oder als Online-Veranstaltung.

Die Hälfte der Befragten (49 %) gibt an, dass sie innerhalb der letzten 12 Monate ein Kino bzw. eine Filmvorführung besucht haben. Jeweils rund ein Drittel war innerhalb des letzten Jahres in Museen (36 %), bei Ausstellungen (34 %) oder auf nicht-klassischen Musikkonzerten (33 %). Rund jede/r Vierte hat in den letzten 12 Monaten Zoos (27 %) oder Theateraufführungen (22 %) besucht.

Seltener geben die Befragten an, dass sie innerhalb des letzten Jahres klassische Musikkonzerte (17 %), Freizeitparks (16 %), Musicals (12 %) oder Oper-, Ballett- bzw. Tanzaufführungen (12 %) besucht haben.

Über ein Drittel der Bürger:innen (je 37 %) war nach eigenen Angaben noch nie bei einem klassischen Musikkonzert oder einer Oper-, Ballett- bzw. Tanzaufführung.

Nutzung von Freizeitangeboten I

Die jeweiligen Angebote haben zuletzt vor Ort besucht

	noch nie	vor mehr als 5 Jahren	vor mehr als 3 Jahren	vor mehr als 1 Jahr	innerhalb der letzten 12 Monate
	%	%	%	%	%
Kino/Filmvorführungen	2	16	16	16	49
Museen	4	22	18	20	36
Ausstellungen	8	20	16	19	34
nicht-klassische Musikkonzerte (z.B. Rock, Pop, Metal, Hip-Hop, Schlager)	15	25	16	11	33
Zoos	2	30	20	21	27
Theateraufführungen	10	35	19	14	22
klassische Musikkonzerte	37	23	13	9	17
Freizeitparks	10	41	18	15	16
Musicals	21	38	17	10	12
Oper-, Ballett-, Tanzaufführungen	37	31	12	7	12

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“/keine Angabe

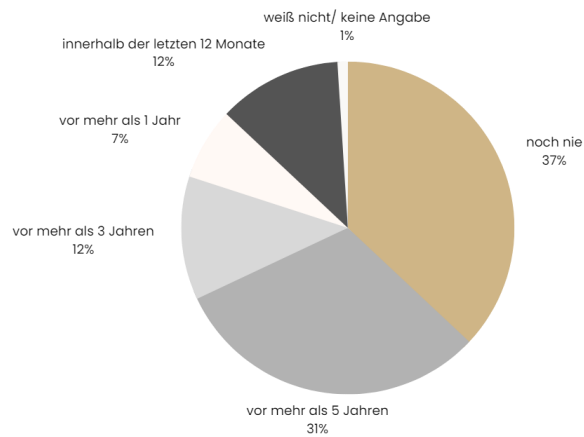
Jüngere Personen unter 30 Jahren waren häufiger als der Durchschnitt aller Befragten innerhalb des letzten Jahres im Kino, im Museum oder auf einem nicht-klassischen Konzert.

Befragte im Alter von 30 bis 44 Jahren haben überdurchschnittlich häufig Zoos oder Freizeitparks besucht.

Nutzung von Freizeitangeboten II

Innerhalb der letzten 12 Monate haben folgende Angebote vor Ort besucht:	insgesamt	Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
	%	%	%	%	%	%	%
Kino/Filmvorführungen	49	48	50	67	57	53	32
Museen	36	35	37	50	34	34	32
Ausstellungen	34	33	35	41	33	33	33
nicht-klassische Musikkonzerte (z.B. Rock, Pop, Metal, Hip-Hop, Schlager)	33	33	32	48	36	36	20
Zoos	27	27	26	25	45	23	18
Theateraufführungen	22	19	24	25	17	20	24
klassische Musikkonzerte	17	14	19	17	9	14	24
Freizeitparks	16	18	15	21	30	12	8
Musicals	12	11	13	16	14	14	8
Oper-, Ballett-, Tanzaufführungen	12	9	14	17	6	10	14

Über ein Drittel der Bürger:innen war nach eigenen Angaben noch nie bei einer Oper-, Ballett-, oder Tanzaufführung.



Frage: Wann haben Sie zuletzt die folgenden Angebote vor Ort (also nicht digital oder als Online-Veranstaltung) besucht? Denken Sie dabei bitte bspw. auch an Reisen und Aufenthalte außerhalb Ihres Wohnorts (z.B. im Ausland).

LIZ MOHN
CENTER

Befragte mit formal höherer Bildung geben überdurchschnittlich häufig an, dass sie innerhalb der letzten 12 Monate im Museum oder bei einer Ausstellung waren.

Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von mindestens € 4.500 sagen bei den meisten der abgefragten Angebote häufiger als Befragte mit einem geringeren Einkommen, dass sie diese innerhalb des letzten Jahres besucht haben.

Nutzung von Freizeitangeboten III

Innerhalb der letzten 12 Monate haben folgende Angebote vor Ort besucht:	insgesamt	Haupt- schule	mittlerer Abschluss	Abitur, Studium	Haushaltsnettoeinkommen (in Euro):			
					unter 1.500	1.500 bis unter 3.000	3.000 bis unter 4.500	mindestens 4.500
	%	%	%	%	%	%	%	%
Kino/Filmvorführungen	49	31	46	58	42	41	50	61
Museen	36	18	29	50	30	28	37	50
Ausstellungen	34	20	28	46	24	27	38	48
nicht-klassische Musikkonzerte (z.B. Rock, Pop, Metal, Hip- Hop, Schlager)	33	21	29	41	25	28	32	44
Zoos	27	19	25	31	15	22	29	37
Theateraufführungen	22	17	18	27	13	19	24	28
klassische Musikkonzerte	17	9	15	22	15	15	19	20
Freizeitparks	16	10	15	20	11	13	18	22
Musicals	12	7	11	15	6	8	14	17
Oper-, Ballett-, Tanzaufführungen	12	7	9	16	12	9	14	14

Anschließend wurden die Befragten gebeten anzugeben, wie häufig sie die verschiedenen Angebote innerhalb des letzten Jahres genutzt haben.

Ein Viertel (25 %) aller Befragten gibt an, dass sie innerhalb der letzten 12 Monate mindestens dreimal im Kino waren.

16 Prozent waren im letzten Jahr mindestens dreimal im Museum, jeweils 12 Prozent waren mindestens dreimal in Ausstellungen oder auf einem nicht-klassischen Musikkonzert.

Seltener geben die Befragten an, dass sie dreimal oder häufiger im Zoo (8 %), im Theater (7 %), auf einem klassischen Musikkonzert (6 %), im Freizeitpark (4 %), bei einer Oper-, Ballett- oder Tanzaufführung (3 %) oder in einem Musical (1 %) waren.

Nutzung von Freizeitangeboten im letzten Jahr I

Innerhalb der letzten 12 Monate haben die jeweiligen Angebote besucht

	gar nicht	einmal	zweimal	dreimal	viermal	fünf Mal und häufiger
	%	%	%	%	%	%
Kino/Filmvorführungen	51	10	14	10	5	10
Museen	64	9	11	7	4	6
Ausstellungen	66	11	10	6	2	4
nicht-klassische Musikkonzerte (z.B. Rock, Pop, Metal, Hip-Hop, Schlager)	67	11	9	6	2	4
Zoos	73	11	8	4	2	2
Theateraufführungen	78	8	6	3	2	3
klassische Musikkonzerte	83	6	4	2	1	3
Freizeitparks	84	8	5	2	0	1
Oper-, Ballett-, Tanzaufführungen	88	5	3	1	1	1
Musicals	88	8	3	1	0	0

Unter 30-Jährige waren innerhalb des letzten Jahres häufiger als Befragte ab 30 Jahren mindestens dreimal im Kino, im Museum oder auf nicht-klassischen Konzerten.

Dass sie mindestens dreimal im Zoo waren, sagen überdurchschnittlich häufig die 30- bis 44-Jährigen.

Nutzung von Freizeitangeboten im letzten Jahr II

Innerhalb der letzten 12 Monate haben folgende Angebote mindestens dreimal besucht:	insgesamt	Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
	%	%	%	%	%	%	%
Kino/Filmvorführungen	25	24	26	34	26	29	18
Museen	16	14	18	22	14	15	15
Ausstellungen	12	12	13	11	10	13	14
nicht-klassische Musikkonzerte (z.B. Rock, Pop, Metal, Hip-Hop, Schlager)	12	12	11	20	11	14	7
Zoos	8	8	8	5	18	7	4
Theateraufführungen	7	7	8	6	3	6	12
klassische Musikkonzerte	6	5	8	3	2	5	11
Freizeitparks	4	5	3	3	8	3	2
Oper-, Ballett-, Tanzaufführungen	3	3	4	3	1	2	6
Musicals	1	2	1	2	1	1	1

3 Kultur- und Freizeitangebote am Wohnort

3.1 Bewertung des Kultur- und Freizeitangebotes am Wohnort

Fast zwei Drittel der Bürger:innen beurteilen das Angebot im Kultur- und Freizeitbereich an ihrem Wohnort bzw. in der unmittelbaren Nähe ihres Wohnorts als sehr gut (16 %) oder eher gut (47 %).

Rund ein Drittel bewertet das Kultur- und Freizeitangebot am Wohnort als eher schlecht (28 %) oder sehr schlecht (4 %).

Deutliche Unterschiede zeigen sich abhängig von der Größe des Ortes, in dem die Befragten leben: Während weniger als die Hälfte der Bewohner:innen kleinerer Gemeinden mit unter 5.000 Einwohner:innen das Angebot im Kultur- und Freizeitbereich als sehr bzw. eher gut bewertet, tun dies fast neun von zehn Befragten, die in Großstädten mit mindestens 500.000 Einwohner:innen leben.

Bewertung des Kultur- und Freizeitangebotes am Wohnort

Das Angebot im Kultur- und Freizeitbereich an ihrem Wohnort bzw. in der unmittelbaren Nähe ihres Wohnorts beurteilen als

		sehr schlecht	eher schlecht	eher gut	sehr gut
		%	%	%	%
insgesamt		4	28	47	16
Männer		4	30	48	14
Frauen		4	27	47	18
18 bis 29 Jahre		4	27	50	16
30 bis 44 Jahre		5	30	42	19
45 bis 59 Jahre		5	33	47	11
60 Jahre und älter		3	25	50	18
Ortsgröße (Einwohner/innen):	unter 5.000	10	43	39	5
	5.000 bis unter 20.000	6	38	44	8
	20.000 bis unter 100.000	3	30	52	10
	100.000 bis unter 500.000	2	21	57	15
	mindestens 500.000	1	9	42	46
Haushaltsnettoeinkommen (in Euro):	unter 1.500	6	29	43	15
	1.500 bis unter 3.000	5	30	48	12
	3.000 bis unter 4.500	4	27	48	18
	mindestens 4.500	3	27	47	20

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“/keine Angabe

3.2 Nähe zu Freizeitangeboten

Die Befragten wurden gebeten anzugeben, wie lange sie üblicherweise von zuhause aus zu verschiedenen kulturellen Einrichtungen benötigen. Dabei sollten sie an den direkten Weg mit dem Verkehrsmittel denken, das sie persönlich normalerweise wählen würden, um zu dem jeweiligen Ort zu gelangen.

Jeweils rund ein Viertel der Befragten kann das nächstgelegene Kino (25 %) sowie die nächstgelegene Veranstaltungshalle (23 %) in weniger als einer Viertelstunde erreichen. Dass sie das nächstgelegene Theater in weniger als 15 Minuten erreichen können, geben nur 12 Prozent der Befragten an.

Im Mittel benötigen die Bürger:innen zum nächsten Kino 22 Minuten, zur nächsten Veranstaltungshalle 26 Minuten und zum nächsten Theater 31 Minuten.

Nähe zu verschiedenen Freizeitangeboten I

Um von zuhause zu den jeweiligen Orten zu gelangen, benötigen

	bis unter 15 Minuten %	15 bis unter 30 Minuten %	30 bis unter 60 Minuten %	60 bis unter 90 Minuten %	mindestens 90 Minuten %	Mittelwert (Minuten)
zum nächstgelegenen Kino	25	47	23	2	1	21,8
zur nächstgelegenen Veranstaltungshalle	23	34	27	6	2	25,9
zum nächstgelegenen Theater	12	33	34	8	2	31,0

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“/keine Angabe

Befragte aus kleineren Gemeinden mit weniger als 20.000 Einwohnern benötigen durchschnittlich länger, um zum nächsten Kino, zur nächsten Veranstaltungshalle oder zum nächsten Theater zu gelangen, als Personen, die in größeren Städten wohnen.

Nähe zu verschiedenen Freizeitangeboten II

Um von zuhause zu den folgenden Orten zu gelangen, benötigen durchschnittlich (in Minuten):	insgesamt	Ortsgröße (Einwohner/innen):				
		unter 5.000	5.000 bis unter 20.000	20.000 bis unter 100.000	100.000 bis unter 500.000	mindestens 500.000
zum nächstgelegenen Kino	21,8	25,1	23,4	20,8	20,5	19,7
zur nächstgelegenen Veranstaltungshalle	25,9	31,5	27,4	23,2	22,7	26,9
zum nächstgelegenen Theater	31	35,6	37,2	30,1	23,0	27,9

3.3 Verbundenheit mit Freizeiteinrichtungen am Wohnort

8 Prozent der Befragten fühlen sich mit den Kultureinrichtungen und Veranstaltungsstätten (z.B. Theater, Kino oder Museen) in ihrer unmittelbaren Nachbarschaft bzw. in ihrem Wohnort sehr verbunden. 35 Prozent fühlen sich mit diesen eher verbunden.

Dass sie sich mit den Kultureinrichtungen und Veranstaltungsstätten an ihrem Wohnort eher nicht bzw. überhaupt nicht verbunden fühlen, geben 35 bzw. 14 Prozent der Befragten an.

6 Prozent der Befragten sagen, dass es in ihrem Wohnort keinerlei Kultureinrichtungen oder Veranstaltungsstätten gibt.

Bürger:innen, die in großen Städten mit mindestens 500.000 Einwohnern leben, fühlen sich überdurchschnittlich häufig sehr bzw. eher mit den dortigen Kultureinrichtungen und Veranstaltungsstätten verbunden.

Verbundenheit mit Kultureinrichtungen und Veranstaltungsstätten am Wohnort

Mit Kultureinrichtungen und Veranstaltungsstätten in ihrer unmittelbaren Nachbarschaft bzw. in ihrem Wohnort fühlen sich

		sehr verbunden	eher verbunden	eher nicht verbunden	überhaupt nicht verbunden	sind nicht vorhanden
		%	%	%	%	%
insgesamt		8	35	35	14	6
Männer		6	35	36	15	6
Frauen		10	35	35	12	7
18 bis 29 Jahre		6	29	43	12	7
30 bis 44 Jahre		5	34	36	17	7
45 bis 59 Jahre		7	37	33	16	6
60 Jahre und älter		11	37	34	11	6
Ortsgröße (Einwohner/innen):	unter 5.000	2	27	40	13	16
	5.000 bis unter 20.000	6	31	33	15	12
	20.000 bis unter 100.000	7	38	36	14	4
	100.000 bis unter 500.000	9	38	37	14	0
	mindestens 500.000	14	39	33	11	0
Haushaltsnetto- einkommen (in Euro):	unter 1.500	5	27	43	16	8
	1.500 bis unter 3.000	9	34	34	14	7
	3.000 bis unter 4.500	8	38	33	13	7
	mindestens 4.500	8	39	36	12	4

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“/keine Angabe

4 Theaterhäuser

4.1 Meinungen zu Angeboten in Theaterhäusern

Die Befragten wurden gebeten anzugeben, inwieweit sie verschiedenen Aussagen rund um Angebote in Theaterhäusern (Sprechtheater, klassische Konzerte, Musicals, Oper, Ballett, Tanz) zustimmen.

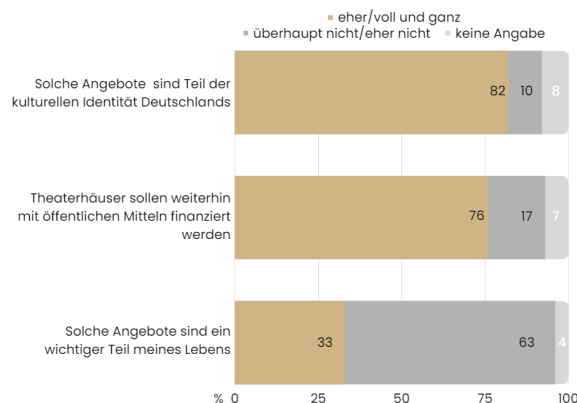
Eine große Mehrheit der Befragten ist voll und ganz bzw. eher der Meinung, dass Angebote in Theaterhäusern für kommende Generationen erhalten bleiben sollen (91 %), Teil der kulturellen Identität Deutschlands sind (82 %) und weiterhin mit öffentlichen Mitteln bzw. Steuergeldern finanziert werden sollten (76 %). Über die Hälfte (58 %) gibt an, dass ihnen Besuche von Theaterhäusern in ihrer Kindheit und Jugend in der Regel viel Spaß gemacht haben.

47 Prozent meinen, dass solche Angebote für ihre Familienmitglieder und Freund:innen wichtig sind, 41 Prozent haben solche Angebote in ihrer Kindheit und Jugend regelmäßig besucht. Für jede/n Dritte/n (33 %) sind Angebote in Theaterhäusern ein wichtiger Teil des eigenen Lebens.

Dass sich solche Angebote nicht an Menschen wie sie richten, meint ebenfalls ein Drittel (33 %) der Befragten. Ein Viertel (26 %) fühlt sich in Theaterhäusern fehl am Platz.

17 Prozent meinen voll und ganz bzw. eher, dass Tickets für Angebote in Theaterhäusern generell kostenlos sein sollten. 11 Prozent geben an, nicht zu wissen, wie sie sich in Theaterhäusern richtig verhalten sollen.

In der deutschen Bevölkerung herrscht eine mehrheitliche Zustimmung darüber, dass Theaterhäuser ein Teil der kulturellen Identität sind und weiterhin mit öffentlichen Mitteln finanziert werden sollen. Jedoch stimmen nur ein Drittel der Befragten eher bzw. voll und ganz zu, dass solche Angebote ein wichtiger Teil ihres Lebens sind.



Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen rund um Angebote in Theaterhäusern (Sprechtheater, klassische Konzerte, Musicals, Oper, Ballett, Tanz) zu oder nicht zu?

LIZ MOHN
CENTER

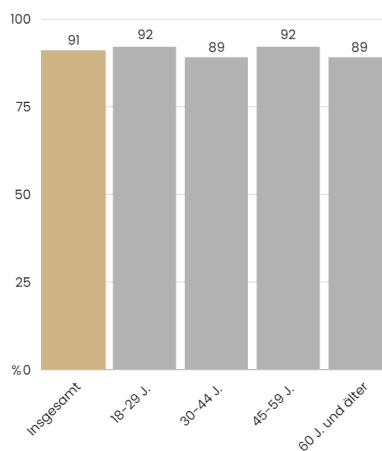
Meinungen zu Angeboten in Theaterhäusern I

Der jeweiligen Aussage zu Angeboten in Theaterhäusern stimmen zu

	überhaupt nicht %	eher nicht %	eher %	voll und ganz %
Solche Angebote sollen für kommende Generationen erhalten bleiben.	2	3	39	52
Solche Angebote sind Teil der kulturellen Identität Deutschlands.	2	8	48	34
Theaterhäuser sollten weiterhin mit öffentlichen Mitteln/Steuergeldern finanziert werden.	5	12	40	36
In meiner Kindheit oder Jugend haben mir solche Besuche in der Regel viel Spaß gemacht.	12	20	38	20
Solche Angebote sind für meine Familienmitglieder und Freund:innen wichtig.	14	31	38	10
Solche Angebote habe ich in meiner Kindheit und Jugend regelmäßig besucht.	21	33	29	12
Solche Angebote sind ein wichtiger Teil meines Lebens.	26	37	24	9
Die meisten dieser Angebote richten sich nicht an Menschen wie mich.	23	34	26	7
An solchen Orten fühle ich mich fehl am Platz.	38	31	19	7
Tickets für solche Angebote sollten generell kostenlos sein.	27	50	14	3
Ich weiß nicht, wie ich mich in Theaterhäusern richtig verhalten soll.	59	26	9	2

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“/keine Angabe

Eine große Mehrheit der Befragten stimmt voll und ganz bzw. eher zu, dass Angebote in Theaterhäusern für kommende Generationen erhalten bleiben sollen.



Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen rund um Angebote in Theaterhäusern (Sprechtheater, klassische Konzerte, Musicals, Oper, Ballett, Tanz) zu oder nicht zu?: Solche Angebote sollen für kommende Generationen erhalten bleiben.

LIZ MOHN
CENTER

Frauen geben häufiger als Männer an, dass sie in ihrer Kindheit und Jugend regelmäßig Theaterhäuser besucht haben und daran Spaß hatten. Auch sehen sie Angebote in Theaterhäusern häufiger als wichtigen Teil ihres Lebens an.

Männer meinen häufiger als Frauen, dass sich Angebote in Theaterhäusern nicht an Menschen wie sie richten und sie sich dort fehl am Platz fühlen.

Jüngere Befragte unter 30 Jahren sagen überdurchschnittlich häufig, dass sich Angebote in Theaterhäusern nicht an Menschen wie sie richten, sie sich dort fehl am Platz fühlen und nicht wissen, wie sie sich dort richtig verhalten sollen.

Ältere Bürger:innen ab 60 Jahren meinen häufiger als der Durchschnitt aller Befragten, dass solche Angebote für ihre Familienmitglieder und Freund:innen wichtig sind und einen wichtigen Teil ihres Lebens ausmachen.

Meinungen zu Angeboten in Theaterhäusern II

Folgenden Aussagen zu Angeboten in Theaterhäusern stimmen voll und ganz bzw. eher zu:	insgesamt	Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
	%	%	%	%	%	%	%
Solche Angebote sollen für kommende Generationen erhalten bleiben.	91	90	91	92	89	92	89
Solche Angebote sind Teil der kulturellen Identität Deutschlands.	82	81	83	80	76	84	85
Theaterhäuser sollten weiterhin mit öffentlichen Mitteln/Steuergeldern finanziert werden.	76	76	76	79	68	76	79
In meiner Kindheit oder Jugend haben mir solche Besuche in der Regel viel Spaß gemacht.	58	51	65	58	56	55	61
Solche Angebote sind für meine Familienmitglieder und Freund:innen wichtig.	47	45	50	37	38	46	59
Solche Angebote habe ich in meiner Kindheit und Jugend regelmäßig besucht.	41	36	47	42	42	39	43
Solche Angebote sind ein wichtiger Teil meines Lebens.	33	26	40	23	22	34	44
Die meisten dieser Angebote richten sich nicht an Menschen wie mich.	33	40	26	43	37	35	24
An solchen Orten fühle ich mich fehl am Platz.	26	32	19	39	33	26	14
Tickets für solche Angebote sollten generell kostenlos sein.	17	14	20	21	16	16	17
Ich weiß nicht, wie ich mich in Theaterhäusern richtig verhalten soll.	11	13	10	23	15	9	5

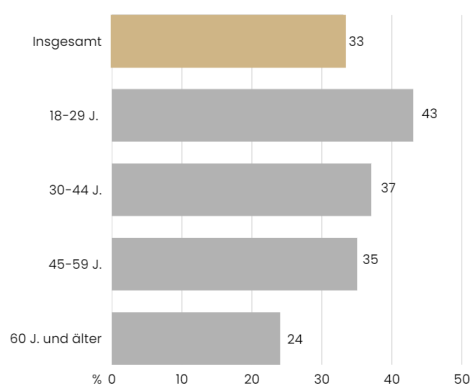
Personen mit formal höherer Bildung sagen häufiger als Befragte mit formal niedrigerer Bildung, dass Theaterhäuser weiterhin mit öffentlichen Mitteln finanziert werden sollten, dass sie in ihrer Kindheit und Jugend regelmäßig Theaterhäuser besucht haben und daran Spaß hatten und dass diese Angebote für sie selbst sowie ihre Familie und Freund:innen wichtig sind.

Befragte mit formal niedrigerer Bildung fühlen sich überdurchschnittlich häufig in Theaterhäusern fehl am Platz.

Meinungen zu Angeboten in Theaterhäusern III

Folgenden Aussagen zu Angeboten in Theaterhäusern stimmen voll und ganz bzw. eher zu:	insgesamt	Hauptschule	mittlerer Abschluss	Abitur, Studium
	%	%	%	%
Solche Angebote sollen für kommende Generationen erhalten bleiben.	91	86	89	94
Solche Angebote sind Teil der kulturellen Identität Deutschlands.	82	76	82	85
Theaterhäuser sollten weiterhin mit öffentlichen Mitteln/Steuergeldern finanziert werden.	76	65	74	82
In meiner Kindheit oder Jugend haben mir solche Besuche in der Regel viel Spaß gemacht.	58	44	57	65
Solche Angebote sind für meine Familienmitglieder und Freund:innen wichtig.	47	38	46	53
Solche Angebote habe ich in meiner Kindheit und Jugend regelmäßig besucht.	41	30	38	49
Solche Angebote sind ein wichtiger Teil meines Lebens.	33	26	33	36
Die meisten dieser Angebote richten sich nicht an Menschen wie mich.	33	35	34	32
An solchen Orten fühle ich mich fehl am Platz.	26	35	25	22
Tickets für solche Angebote sollten generell kostenlos sein.	17	19	16	17
Ich weiß nicht, wie ich mich in Theaterhäusern richtig verhalten soll.	11	15	10	11

Unter 30-Jährige meinen überdurchschnittlich häufig, dass sich Theaterhäuser nicht an Menschen wie sie richten.



Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen rund um Angebote in Theaterhäusern (Sprechtheater, klassische Konzerte, Musicals, Oper, Ballett, Tanz) zu oder nicht zu?: Die meisten Angebote richten sich nicht an Menschen wie mich.

LIZ MOHN
CENTER

4.2 Erwartungen an Theaterhäuser

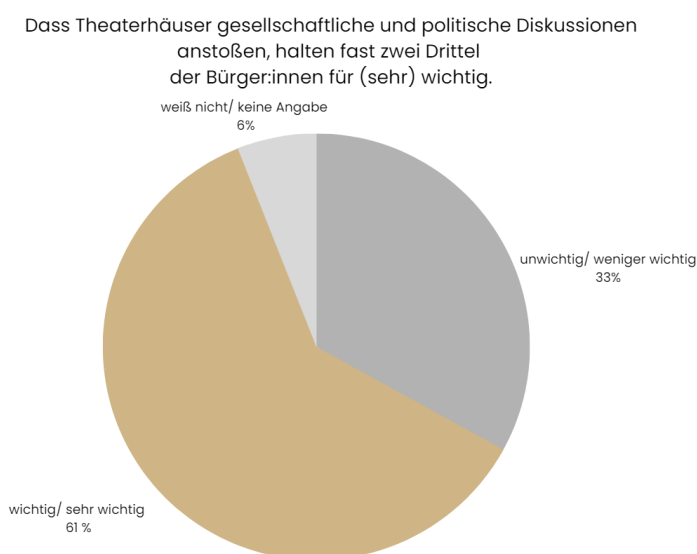
In Deutschland gibt es in den meisten größeren Städten ein Theater. Die Befragten wurden gebeten anzugeben, was sie persönlich von einem solchen Theater erwarten.

Die große Mehrheit der Befragten findet es wichtig oder sogar sehr wichtig, dass Theaterhäuser die Preise so gestalten, dass Menschen aus allen sozialen Schichten die Möglichkeit für einen Besuch haben (89 %), Stücke zeigen, die sich speziell an Kinder und Jugendliche richten (85 %), bei denen man lachen kann (83 %) und die für jeden verständlich sind (81 %) und dass sie ein Treffpunkt für Menschen sind (80 %).

Drei Viertel der Befragten halten es für (sehr) wichtig, dass Theaterhäuser Laiengruppen (also z.B. Hobbytheatergruppen oder -orchestern) eine Auftrittsmöglichkeit geben (74 %) und dass sie neue und aktuelle Stücke zeigen (73 %). Dass Theaterhäuser klassische Stücke von bedeutenden Bühnenautor:innen zeigen (63 %) und gesellschaftliche und politische Diskussionen anstoßen (61 %), finden etwas weniger als zwei Drittel der Befragten (sehr) wichtig. Rund die Hälfte (51 %) der Befragten legt Wert darauf, dass Theaterhäuser lockere Veranstaltungen anbieten, wo es auch zu essen und trinken gibt.

43 Prozent finden es (sehr) wichtig, dass Theaterhäuser künstlerische Experimente zeigen; 37 Prozent, dass sie berühmte Künstler:innen (z.B. Schauspieler:innen oder Moderator:innen) auf die Bühne holen.

Dass Theaterhäuser Menschen die Möglichkeit geben, Ideen in die Spielplangestaltung einzubringen, finden 29 Prozent (sehr) wichtig. 13 Prozent legen Wert darauf, dass Stücke gezeigt werden, bei denen man spontan mitmachen kann.



Frage: In Deutschland gibt es in den meisten größeren Städten ein Theater. Was erwarten Sie persönlich von einem solchen Theater? Wie wichtig finden Sie es, dass Theaterhäuser...?: Dass Theaterhäuser gesellschaftliche und politische Diskussionen anstoßen.

LIZ MOHN
CENTER

Erwartungen an Theaterhäuser I

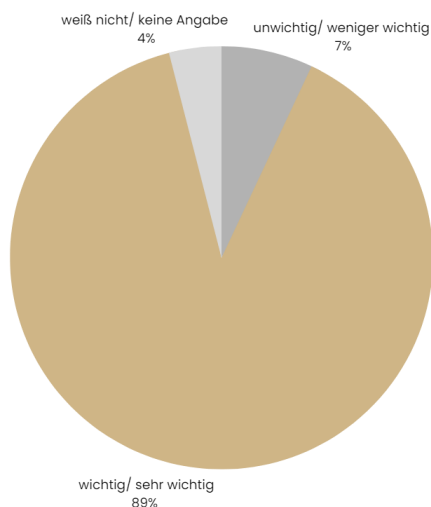
Dass Theaterhäuser...

...finden

	unwichtig %	weniger wichtig %	wichtig %	sehr wichtig %
die Preise so gestalten, dass Menschen aus allen sozialen Schichten die Möglichkeit für einen Besuch haben	2	5	43	46
Stücke zeigen, die sich speziell an Kinder und Jugendliche richten	3	8	51	34
Stücke zeigen, bei denen man lachen kann	2	10	50	33
Stücke zeigen, die für jeden verständlich sind	3	12	55	26
ein Treffpunkt für Menschen sind	3	12	56	24
Laiengruppen (also z.B. Hobbytheatergruppen oder -orchestern) eine Auftrittsmöglichkeit geben	4	16	54	20
neue und aktuelle Stücke zeigen	4	17	58	15
klassische Stücke von bedeutenden Bühnenautor:innen zeigen	6	24	47	16
gesellschaftliche und politische Diskussionen anstoßen	8	25	44	17
lockere Veranstaltungen anbieten, wo es auch zu essen und trinken gibt	10	34	42	10
künstlerische Experimente zeigen	12	37	36	6
berühmte Künstler:innen (z.B. Schauspieler:innen oder Moderator:innen) auf die Bühne holen	13	44	31	6
Menschen die Möglichkeit geben, Ideen in die Spielplangestaltung einzubringen	17	45	25	4
Stücke zeigen, bei denen man spontan mitmachen kann	33	46	11	2

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“/keine Angabe

Neun von zehn Befragten finden es (sehr) wichtig, dass Theaterhäuser durch ihre Preisgestaltung Menschen aus allen sozialen Schichten einen Besuch ermöglichen.



Frage: In Deutschland gibt es in den meisten größeren Städten ein Theater. Was erwarten Sie persönlich von einem solchen Theater? Wie wichtig finden Sie es, dass Theaterhäuser...?: Dass Theaterhäuser die Preise so gestalten, dass Menschen aus allen sozialen Schichten die Möglichkeit für einen Besuch haben

LIZ MOHN
CENTER

Frauen halten es noch etwas häufiger als Männer für (sehr) wichtig, dass Theaterhäuser Stücke zeigen, die sich speziell an Kinder und Jugendliche richten und die für jeden verständlich sind.

Personen unter 30 Jahren finden es überdurchschnittlich häufig wichtig, dass Theaterhäuser neue und aktuelle Stücke zeigen, lockere Veranstaltungen anbieten, wo es auch zu essen und trinken gibt, künstlerische Experimente zeigen und Menschen die Möglichkeit geben, Ideen in die Spielplangestaltung einzubringen.

Dass Theaterhäuser berühmte Künstler:innen auf die Bühne holen, ist überdurchschnittlich häufig den älteren Befragten ab 60 Jahren wichtig.

Erwartungen an Theaterhäuser II

Es finden (sehr) wichtig, dass Theaterhäuser...	insgesamt	Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
	%	%	%	%	%	%	%
die Preise so gestalten, dass Menschen aus allen sozialen Schichten die Möglichkeit für einen Besuch haben	89	85	92	93	85	87	90
Stücke zeigen, die sich speziell an Kinder und Jugendliche richten	85	79	90	88	83	83	86
Stücke zeigen, bei denen man lachen kann	83	81	85	89	83	85	80
Stücke zeigen, die für jeden verständlich sind	81	76	86	81	74	81	85
ein Treffpunkt für Menschen sind	80	76	84	79	74	82	83
Laiengruppen (also z.B. Hobbytheatergruppen oder -orchestern) eine Auftrittsmöglichkeit geben	74	69	78	77	66	75	76
neue und aktuelle Stücke zeigen	73	71	76	84	70	74	69
klassische Stücke von bedeutenden Bühnenautor:innen zeigen	63	59	67	66	64	57	65
gesellschaftliche und politische Diskussionen anstoßen	61	60	61	67	60	57	61
lockere Veranstaltungen anbieten, wo es auch zu essen und trinken gibt	51	52	51	67	54	52	42
künstlerische Experimente zeigen	43	42	43	60	45	42	33
berühmte Künstler:innen (z.B. Schauspieler:innen oder Moderator:innen) auf die Bühne holen	37	36	39	32	29	35	47
Menschen die Möglichkeit geben, Ideen in die Spielplangestaltung einzubringen	29	27	30	43	31	27	23
Stücke zeigen, bei denen man spontan mitmachen kann	13	11	15	13	14	12	13

4.3 Kulturelle Bildung von Kindern und Jugendlichen durch Theaterhäuser

Die große Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger hält es für sehr wichtig (57 %) oder wichtig (34 %), dass es Theaterhäuser gibt, die zur kulturellen Bildung von Kindern und Jugendlichen beitragen.

Nur sehr wenige Befragte finden dies weniger wichtig (5 %) oder unwichtig (1 %).

Dass sie Theaterhäuser, die zur kulturellen Bildung von Kindern und Jugendlichen beitragen, für sehr wichtig halten, sagen überdurchschnittlich häufig ältere Menschen ab 60 Jahren sowie Personen, die in Großstädten mit mindestens 500.000 Einwohner:innen leben.

Kulturelle Bildung von Kindern und Jugendlichen durch Theaterhäuser

Dass es Theaterhäuser gibt, die zur kulturellen Bildung von Kindern und Jugendlichen beitragen, halten für

		sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
		%	%	%	%
insgesamt		57	34	5	1
Männer		49	39	8	2
Frauen		64	30	3	1
18 bis 29 Jahre		50	40	8	1
30 bis 44 Jahre		50	37	8	2
45 bis 59 Jahre		54	35	6	1
60 Jahre und älter		67	29	2	1
Ortsgröße: (Einwohner:innen)	unter 5.000	48	43	5	2
	5.000 bis unter 20.000	54	36	6	2
	20.000 bis unter 100.000	57	34	5	1
	100.000 bis unter 500.000	59	33	5	2
	mindestens 500.000	65	28	4	1
Hauptschule		48	39	7	2
mittlerer Abschluss		57	34	6	1
Abitur, Studium		61	33	4	1

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“/keine Angabe

4.4 Häufigerer Besuch von Theaterhäusern

Die Befragten wurden gefragt, was sich ändern müsste, damit sie die Angebote von Theaterhäusern (also Sprechtheater, klassische Konzerte, Musicals, Oper, Ballett und Tanz) häufiger besuchen als bisher.

40 Prozent der Befragten geben an, dass Theaterhäuser mehr Angebote haben müssten, die sie interessieren, damit sie diese häufiger besuchen. 29 Prozent müssten mehr Freizeit haben und für 28 Prozent müssten die Tickets günstiger bzw. kostenlos sein, um häufiger Theaterhäuser besuchen zu können.

20 Prozent würden Begleitpersonen für solche Besuche benötigen, 14 Prozent wünschen sich eine einfachere und billigere Anreise zu Theaterhäusern. Jeweils 11 Prozent sagen, dass es ihnen gesundheitlich besser gehen müsste und dass die Angebote qualitativ besser werden müssten.

Was müsste sich ändern, damit Theaterhäuser häufiger besucht werden?

– Angebote und persönliche Situation I

Folgendes müsste sich ändern, damit sie die Angebote von Theaterhäusern häufiger besuchen als bisher:	insgesamt	Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
	%	%	%	%	%	%	%
Die Theaterhäuser müssten mehr Angebote haben, die mich interessieren.	40	42	38	51	40	39	35
Ich müsste mehr Freizeit haben.	29	29	28	42	43	35	8
Die Tickets müssten für mich günstiger bzw. kostenlos sein.	28	22	34	38	28	24	26
Ich müsste leichter Begleitpersonen für solche Besuche finden.	20	15	25	31	21	16	17
Die Anreise müsste einfacher und billiger werden.	14	13	15	12	12	13	17
Mir müsste es gesundheitlich/körperlich besser gehen.	11	7	14	2	6	9	19
Die Angebote müssten qualitativ besser werden.	11	12	9	12	11	9	11
nichts davon	19	22	16	14	20	19	21

Prozentsumme größer 100, da Mehrfachnennungen möglich

Bürger:innen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von weniger als € 1.500 sagen überdurchschnittlich häufig, dass die Tickets für sie günstiger bzw. kostenlos sein müssten, damit sie Theaterhäuser häufiger besuchen können.

Personen mit einem Einkommen von mindestens € 4.500 geben überdurchschnittlich häufig an, dass sie dafür mehr Freizeit haben müssten.

Was müsste sich ändern, damit Theaterhäuser häufiger besucht werden?

Angebote und persönliche Situation II

Folgendes müsste sich ändern, damit sie die Angebote von Theaterhäusern häufiger besuchen als bisher:	insgesamt	Haupt- schule	mittlerer Abschluss	Abitur, Studium	Haushaltsnettoeinkommen (in Euro):			
					unter 1.500	1.500 bis unter 3.000	3.000 bis unter 4.500	mindestens 4.500
	%	%	%	%	%	%	%	%
Die Theaterhäuser müssten mehr Angebote haben, die mich interessieren.	40	32	36	46	33	36	41	44
Ich müsste mehr Freizeit haben.	29	17	23	39	24	21	28	44
Die Tickets müssten für mich günstiger bzw. kostenlos sein.	28	25	27	29	54	29	27	15
Ich müsste leichter Begleitpersonen für solche Besuche finden.	20	16	20	22	27	26	18	13
Die Anreise müsste einfacher und billiger werden.	14	15	16	12	20	15	16	7
Mir müsste es gesundheitlich/körperlich besser gehen.	11	18	12	7	23	13	9	4
Die Angebote müssten qualitativ besser werden.	11	9	10	11	11	10	11	11
nichts davon	19	26	21	15	12	19	21	21

Ein Viertel (28 %) der Befragten meint, dass sie leichter an Informationen zu interessanten Angeboten kommen müssten, um Theaterhäuser häufiger zu besuchen.

13 Prozent wünschen sich inhaltlich diversere und vielfältigere Angebote, 6 Prozent mehr Möglichkeiten für die Betreuung von Kindern während der Veranstaltungen.

Jeweils 2 Prozent der Befragten vermissen Angebote in anderen Sprachen als Deutsch, inklusivere Angebote (z.B. für Seh-/Hörbehinderte) sowie Möglichkeiten, sich bei Programmen aktiv einzubringen.

Unter 30-Jährige wünschen sich überdurchschnittlich häufig leichter zugängliche Informationen zu interessanten Angeboten, 30- bis 44-Jährige mehr Betreuungsmöglichkeiten für Kinder.

Was müsste sich ändern, damit Theaterhäuser häufiger besucht werden?

– Barrierefreiheit und Vielfalt I

Folgendes müsste sich ändern, damit sie die Angebote von Theaterhäusern häufiger besuchen als bisher:	insgesamt	Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
	%	%	%	%	%	%	%
Ich müsste leichter an Informationen zu interessanten Angeboten kommen.	28	24	32	42	29	27	22
Die Angebote müssten inhaltlich diverser und vielfältiger werden.	13	12	15	21	9	13	13
Es müsste mehr Möglichkeiten für die Betreuung von Kindern während der Veranstaltungen geben.	6	7	6	4	20	4	0
Es müsste mehr Angebote (auch) in anderen Sprachen als Deutsch geben.	2	3	2	7	3	2	1
Die Angebote müssten inklusiver werden (z.B. für Seh-/Hörbehinderte).	2	2	2	3	2	1	3
Es müsste mehr Möglichkeiten geben, sich bei Programmen aktiv einzubringen.	2	2	2	4	2	2	1
nichts davon	52	56	48	41	47	55	58

Prozentsumme größer 100, da Mehrfachnennungen möglich

4.5 Präferenzen beim Ticketerwerb für Theaterhäuser

Die Befragten wurden gebeten anzugeben, wie attraktiv verschiedene Stellen zum Ticketerwerb für sie wären, wenn sie Karten für einen Theaterbesuch erwerben würden.

Am häufigsten (89 %) geben die Befragten an, dass eine Online-Buchung für sie sehr bzw. eher attraktiv ist.

Ein Ticketverkauf im direkten Wohnumfeld (59 %), eine telefonische Bestellung beim Theater vor Ort (57 %) sowie ein Ticketerwerb bei örtlichen Vorverkaufsstellen oder Reisebüros (54 %) ist jeweils für über die Hälfte der Befragten sehr bzw. eher attraktiv.

Attraktivität verschiedener Stellen für den Ticketerwerb I

Wenn sie Karten für einen Theaterbesuch erwerben würden, wären die folgenden Stellen für den Ticketerwerb

	gar nicht attraktiv %	eher weniger attraktiv %	eher attraktiv %	sehr attraktiv %
Internet/Online-Buchung	2	6	30	59
Ticketverkauf im direkten Wohnumfeld	10	27	41	17
Telefonische Bestellung beim Theater vor Ort	15	24	40	18
Örtliche Vorverkaufsstellen/ Reisebüro	14	29	42	12

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“/keine Angabe

Frauen geben häufiger als Männer an, dass für sie ein Ticketverkauf im direkten Wohnumfeld attraktiv wäre.

Eine telefonische Bestellung beim Theater vor Ort sowie ein Ticketerwerb bei örtlichen Vorverkaufsstellen oder Reisebüros wird mit zunehmendem Alter für die Befragten attraktiver.

Attraktivität verschiedener Stellen für den Ticketerwerb II

Folgende Stellen sind für den Ticketerwerb sehr bzw. eher attraktiv:	insgesamt	Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
	%	%	%	%	%	%	%
Internet/Online-Buchung	89	89	89	96	92	91	83
Ticketverkauf im direkten Wohnumfeld	59	51	65	55	59	60	59
Telefonische Bestellung beim Theater vor Ort	57	54	61	32	44	61	74
Örtliche Vorverkaufsstellen/Reisebüro	54	50	58	39	46	59	62

Zudem wurden die Befragten gebeten anzugeben, wie attraktiv sie verschiedene Arten von Theatertickets bzw. Rahmenbedingungen für den Kauf von Theaterkarten finden.

Jeweils zwei Drittel der Bürger:innen (je 64 %) finden Veranstaltungs-unabhängige Gutscheine sowie den Last-Minute-Verkauf sehr bzw. eher attraktiv.

Kombikarten für mehrere Veranstalter oder Anbieter sind für die Hälfte (50 %) der Befragten interessant.

Dass lange Vorverkaufsfristen (28 %) oder Abonnements (26 %) für sie attraktiv sind, gibt nur jeweils ein Viertel der Befragten an.

Attraktivität verschiedener Ticketarten und Rahmenbedingungen für den Kauf I

Wenn sie Karten für einen Theaterbesuch erwerben würden, wären die folgenden Arten von Theatertickets bzw. Rahmenbedingungen für den Kauf von Theaterkarten

	gar nicht attraktiv %	eher weniger attraktiv %	eher attraktiv %	sehr attraktiv %
Veranstaltungs-unabhängige Gutscheine	8	20	47	17
Last-Minute-Verkauf	7	21	43	21
Kombikarten für mehrere Veranstalter/Anbieter	11	30	40	10
Lange Vorverkaufsfristen	22	41	25	4
Abonnements	27	40	21	5

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“/keine Angabe

Jüngere Personen unter 30 Jahren sagen häufiger als der Durchschnitt aller Befragten, dass sie veranstaltungsunabhängige Gutscheine, Last-Minute-Verkauf sowie Kombikarten für mehrere Veranstalter bzw. Anbieter attraktiv finden.

Abonnements werden am ehesten von den über 60-jährigen Befragten als attraktiv wahrgenommenen.

Attraktivität verschiedener Ticketarten und Rahmenbedingungen für den Kauf II

Folgende Arten von Theatertickets bzw. Rahmenbedingungen für den Kauf sind sehr bzw. eher attraktiv:	insgesamt	Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
	%	%	%	%	%	%	%
Veranstaltungs-unabhängige Gutscheine	64	60	69	78	69	64	56
Last-Minute-Verkauf	64	59	69	74	69	66	56
Kombikarten für mehrere Veranstalter/Anbieter	50	48	52	63	54	52	41
Lange Vorverkaufsfristen	28	31	25	33	27	27	27
Abonnements	26	23	28	23	17	24	34

5 Impressum und Kontakt

Studiendesign und Demographie

Im Auftrag des Liz Mohn Centers der Bertelsmann-Stiftung hat "forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen" eine bundesweite repräsentative Bevölkerungsbefragung zum Stellenwert der Kultur in Deutschland durchgeführt. Das neue Instrument trägt den Namen "Relevanzmonitor Kultur" und soll 2025 und 2027 erneut durchgeführt werden. Zwischen dem 27. März und 14. April 2023 wurden 2.505 Bundesbürgerinnen und -bürger in Deutschland ab 18 Jahren befragt. Die Befragten wurden telefonisch kontaktiert und haben dann an einem Online-Panel teilgenommen.

Dieser Relevanzmonitor Kultur entstand mit beratender Unterstützung des Instituts für kulturelle Teilhabeforschung Berlin (IKTf).

IKTf **Institut für Kulturelle
Teilhabeforschung**

Bildnachweis Titelbild: © EdNurg – stock.adobe.com

Kontakt Liz Mohn Center gGmbH

Dorothea Gregor

Carl-Bertelsmann-Str. 256 | 33311 Gütersloh | Germany

Telefon: +49 5241 81-81420 | E-Mail: dorothea.gregor@liz-mohn-center.de

Über das Liz Mohn Center

Das Liz Mohn Center wurde 2022 als Initiative der Bertelsmann Stiftung gegründet und führt das Engagement von Liz Mohn in einer eigenständigen Institution weiter. Das Liz Mohn Center verfolgt das Ziel, durch verschiedene Aktivitäten den globalen Wissenstransfer zu forcieren, um die Qualität von Entscheidungen der Führung in Politik, Wirtschaft und Kultur auf der Basis fundierter Erkenntnisse zu verbessern; Führungskräfte dabei zu unterstützen, nachhaltig und verantwortungsvoll zu führen; Verständigung zwischen Nationen und Kulturen zu stärken und junge Talente aus unterschiedlichen Gesellschaftsbereichen in der Persönlichkeitsentwicklung zu fördern. Das Liz Mohn Center ist eine gemeinnützige Gesellschaft mit beschränkter Haftung. Weitere Informationen: www.Liz-Mohn-Center.de

Bertelsmann Stiftung

Die Bertelsmann Stiftung setzt sich dafür ein, dass alle an der Gesellschaft teilhaben können – politisch, wirtschaftlich und kulturell. Unsere Programme: Bildung und Next Generation, Demokratie und Zusammenhalt, Digitalisierung und Gemeinwohl, Europas Zukunft, Gesundheit, Nachhaltige Soziale Marktwirtschaft. Dabei stellen wir die Menschen in den Mittelpunkt. Denn die Menschen sind es, die die Welt bewegen, verändern und besser machen können. Dafür erschließen wir Wissen, vermitteln Kompetenzen und erarbeiten Lösungen. Die gemeinnützige Bertelsmann Stiftung wurde 1977 von Reinhard Mohn gegründet. Weitere Informationen: www.bertelsmann-stiftung.de