

Madeleine Jung, Fabian Hemmerich

# FACTSHEET

Ergebnisse der Jugend-Kultur-Befragung  
im Rahmen der Kulturentwicklungsplanung  
in Rheinland-Pfalz im Auftrag des Ministeriums  
für Familie, Frauen, Kultur und Integration

20.11.2023

# FACTSHEET

Ergebnisse der Jugend-Kultur-Befragung im Rahmen der Kulturentwicklungsplanung in Rheinland-Pfalz im Auftrag des Ministeriums für Familie, Frauen, Kultur und Integration

Institut für Sozialpädagogische Forschung Mainz gGmbH (ism)

Flachsmarktstraße 9, 55116 Mainz

[www.ism-mz.de](http://www.ism-mz.de)

Madeleine Jung

06131/240 41 - 27

[Madeleine.jung@ism-mz.de](mailto:Madeleine.jung@ism-mz.de)

Fabian Hemmerich

06131/240 41 - 10

[Fabian.hemmerich@ism-mz.de](mailto:Fabian.hemmerich@ism-mz.de)

## Impressum

Madeleine Jung, Fabian Hemmerich

**Ergebnisse der Jugend-Kultur-Befragung im Rahmen der Kulturentwicklungsplanung in Rheinland-Pfalz im Auftrag des Ministeriums für Familie, Frauen, Kultur und Integration**

Mainz, November 2023

Institut für Sozialpädagogische Forschung Mainz gGmbH (ism)

Flachsmarktstraße 9

55116 Mainz

06131 24041 0

[www.ism-mz.de](http://www.ism-mz.de)

Gestaltung: ism

# Inhalt

<b>1. Was war der Hintergrund der Jugend-Kultur-Befragung?</b>	<b>6</b>
<b>2. Wie wurde die Befragung entwickelt und durchgeführt?</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Wer konnte an der Jugend-Kultur-Befragung teilnehmen?</b>	<b>10</b>
<b>2.2 Welche Daten wurden im Fragebogen erhoben und wie wurden diese ausgewertet?</b>	<b>10</b>
<b>3. Welche Ergebnisse hat die Auswertung der Jugend-Kultur-Befragung ergeben?</b>	<b>12</b>
<b>3.1 Wer hat an der Befragung teilgenommen?</b>	<b>12</b>
<b>3.2 Welchen kulturellen Hobbys und Aktivitäten gehen junge Menschen in Rheinland-Pfalz nach?</b>	<b>14</b>
3.2.1 Welche kulturbezogenen Hobbys haben Jugendliche in Rheinland-Pfalz?	14
3.2.2 Wie häufig gehen Jugendliche in Rheinland-Pfalz kulturellen Aktivitäten nach?	16
3.2.3 Für welche kulturbezogenen Produkte und Aktivitäten geben Jugendliche in Rheinland-Pfalz gerne Geld aus?	18
<b>3.3 Was bedeutet die Digitalisierung im Kontext Kultur für junge Menschen?</b>	<b>18</b>
<b>3.4 Wie zufrieden sind junge Menschen mit kulturellen Angeboten in Rheinland-Pfalz?</b>	<b>22</b>
<b>3.5 Was hindert junge Menschen in Rheinland-Pfalz an kultureller Teilhabe und welche Weiterentwicklungschancen sehen sie?</b>	<b>28</b>
3.5.1 Welche Hinderungsgründe für die Nutzung kultureller Angebote lassen sich identifizieren?	28
3.5.2 Welche Verbesserungsvorschläge geben Jugendliche und junge Menschen an?	30

3.5.3	Welchen Stellenwert messen Jugendliche und junge Menschen eigenen Mitsprachemöglichkeiten bei der Gestaltung kultureller Angebote bei?	34
3.5.4	Welchen Stellenwert messen Jugendliche und junge Menschen kulturellen Angeboten zum Thema Nachhaltigkeit bei?	35
<b>4.</b>	<b>Welche Handlungsempfehlungen ergeben sich aus den Befragungsergebnissen?</b>	<b>37</b>
4.1	Einbezug der Lebenswelt von jungen Menschen in die Kulturentwicklung in Rheinland-Pfalz	37
4.2	Förderung einer sicheren und beteiligungsorientierten Kulturlandschaft für junge Menschen in Rheinland-Pfalz	39
4.3	Entwicklung von innovativen und bedarfsgerechten Kulturangeboten für Jugendliche und junge Erwachsene in Rheinland-Pfalz	40
<b>5.</b>	<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>43</b>

# 1. Was war der Hintergrund der Jugend-Kultur-Befragung?

Die Landesregierung von Rheinland-Pfalz hat sich in ihrem Koalitionsvertrag dazu verpflichtet, eine Kulturentwicklungsplanung (KEP) durchzuführen, um gelingende und zuverlässige Rahmenbedingungen für Kulturschaffende in der Region zu schaffen und zu gewährleisten. Die Kulturentwicklungsplanung in Rheinland-Pfalz ist ein Prozess, der darauf abzielt, die Kultur im Land langfristig zu stärken und zu fördern. Dies bildet die Grundlage für zukünftige kulturpolitische Maßnahmen. Während dieses Prozesses werden Herausforderungen im Kulturbereich identifiziert und Potenziale aufgezeigt, die eine nachhaltige Entwicklung ermöglichen und eine strategische Ausrichtung der Kulturpolitik unterstützen. Die Kulturentwicklungsplanung in Rheinland-Pfalz wird von einer externen Arbeitsgruppe, bestehend aus Mitgliedern der Kulturpolitischen Gesellschaft, begleitet.

Dieser Prozess involviert eine breite Beteiligung, um möglichst viele Meinungen und Ideen einzubeziehen, die dann schrittweise in den Plan einfließen. Im Rahmen des Kulturentwicklungsplanungsprozesses wurden bereits verschiedene Maßnahmen durchgeführt. So wurden bereits vorhandene Dokumente untersucht, um die aktuelle Kulturlage in Rheinland-Pfalz zu verstehen. Hierbei wurden Schwerpunkte für die zukünftige Entwicklung identifiziert. Im Rahmen von Interviews wurden Expert\*innen aus verschiedenen Bereichen gehört, um Einblicke in zentrale kulturelle Themen in Rheinland-Pfalz zu gewinnen. Die Interviews dienen auch dazu, das Bewusstsein für die Kulturentwicklungsplanung zu schärfen und Unterstützer\*innen für den Prozess zu finden. In spezialisierten Arbeitskreisen konnten wichtige Handlungsfelder für verschiedene Kunst- und Kultursparten identifiziert und diskutiert werden. Aktuelle kulturelle Herausforderungen wurden in themenbezogenen Workshops behandelt, um erste Empfehlungen für Handlungsansätze zu erarbeiten. Hierbei wird ein übergreifender Ansatz für zentrale Querschnittsthemen verfolgt. Öffentliche Konferenzen in verschiedenen Regionen informierten zudem über den Prozess und ermöglichten Diskussionen über bisherige Arbeitsergebnisse. Die regionale Perspektive steht hierbei im Fokus. In Kooperation mit dem rheinland-pfälzischen Landtagspräsidenten Hendrik Hering wurde eine Veranstaltungsreihe abgehalten, bei der Bürger\*innen mit Expert\*innen über den Wert von Kunst und Kultur für die Gesellschaft diskutieren konnten. Am Ende des Prozesses wird eine landesweite Abschlusskonferenz stattfinden, bei der alle bisherigen Ergebnisse kommentiert werden können. Der Abschlussbericht der Kulturentwick-

lungsplanung dient als Arbeitsgrundlage für zukünftige kulturpolitische Maßnahmen. Der Prozess selbst markiert den Beginn eines anhaltenden Engagements für eine zukunftsfähige Kultur in Rheinland-Pfalz.

Jugendliche sind ein integraler Bestandteil der Gesellschaft und gestalten wesentliche Aspekte der kulturellen Landschaft in Rheinland-Pfalz heute und in der Zukunft mit. Daher ist es sinnvoll, ihre Meinungen, Bedürfnisse und Ideen in die Planung einzubeziehen, um eine Kulturpolitik zu entwickeln, die ihren Interessen und Zukunftsaussichten gerecht wird. Das Thema „Beteiligung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen“ ist insofern zentral, da es in mehrfacher Weise im Zusammenhang mit Qualität steht. So gilt die Mitgestaltung und Mitbestimmung von Jugendlichen als Beitrag zur Qualitätsentwicklung.<sup>1</sup> Zugleich hängt das Interesse an der Beteiligung junger Menschen in Politik, Praxis und Forschung übergreifender zusammen mit gesellschaftspolitischen Themen wie Radikalisierung, Politikverdrossenheit, Extremismus, antidemokratischen Tendenzen sowie mit sozialem Zusammenhalt, Bildung, Lernen und Demokratieförderung.<sup>2</sup> Beteiligungsvorhaben zielen auf unterschiedliche Art und Weise darauf ab, Kinder und Jugendliche darin zu unterstützen, gesellschaftlich mitzuwirken und mitentscheiden zu können sowie Prozesse zu initiieren und Strukturen zu schaffen, die dies unabhängig vom Engagement und den Ressourcen Einzelner sicherstellen. Beteiligungsorientierte Rahmenbedingungen gelten als wesentliche Voraussetzung für die selbstbestimmte und gleichberechtigte Teilhabe und als zentrales Element von Teilhabebefähigung. Dabei ist der Anspruch auf Beteiligung vielfach gesetzlich verankert. Junge Menschen haben ein Recht auf Beteiligung (u.a. UN-Kinderrechtskonvention). So wird im SGB VIII die kulturelle Jugendbildung in §11 (3) als ein Schwerpunkt von Jugendarbeit in der Kinder- und Jugendhilfe festgeschrieben. Jedoch ist der Zugang zu Kultur und die Teilhabe daran in der Jugendphase von unterschiedlichen Einflussfaktoren, wie z. B. dem Wohnort<sup>3</sup> oder der digitalen Transformation,<sup>4</sup> abhängig. Die Einbindung von Jugendlichen in die Kulturentwicklungsplanung ermöglicht es

---

<sup>1</sup> BMFSFJ – Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2015): Qualitätsstandards für Beteiligung von Kindern und Jugendlichen. Allgemeine Qualitätsstandards und Empfehlungen für die Praxisfelder Kindertageseinrichtungen, Schule, Kommune, Kinder- und Jugendarbeit und Erzieherische Hilfen (3. Auflage). Berlin.

<sup>2</sup> Betz, Tanja/Gaiser, Wolfgang/Pluto, Liane [Hrsg.] (2010). Partizipation von Kindern und Jugendlichen. Forschungsergebnisse, Bewertungen, Handlungsmöglichkeiten. Schwalbach: Wochenschauverlag.

<sup>3</sup> Grunert, C., Ludwig, K. „Weil es oft Buskinder sind“ – kulturelle Teilhabe und Jugendarbeit in peripher(isiert)en ländlichen Regionen im Spannungsfeld differenter Regionalisierungsstrategien. *Soz Passagen* 15, 111–129 (2023)

<sup>4</sup> Jörissen, Benjamin [Hrsg.]; Kröner, Stephan [Hrsg.]; Unterberg, Lisa [Hrsg.]: *Forschung zur Digitalisierung in der Kulturellen Bildung*. München: kopaed 2019, 236

ihnen, aktiv an Entscheidungen teilzunehmen, die ihre kulturelle Umgebung beeinflussen. Dies fördert das Gefühl der Mitgestaltung und Empowerment, was wiederum das Interesse an und die Wertschätzung für Kultur stärken kann. Beteiligung kann deshalb als wesentlicher Teil von kultureller Bildung verstanden werden. Jugendliche sind oft versiert im Umgang mit Technologie und sozialen Medien als Teil ihres kulturellen Ausdrucks.<sup>5</sup> Ihre Fähigkeiten in der Nutzung digitaler Tools als Kulturmedium sowie ihre Kompetenzen im Bereich digitale Kommunikation können genutzt werden, um den Planungsprozess breiter bekannt zu machen und mehr Jugendliche zur Beteiligung zu ermutigen. Insgesamt trägt die Einbeziehung von Jugendlichen in die Kulturentwicklungsplanung dazu bei, eine umfassendere und inklusivere Vision für die kulturelle Zukunft in Rheinland-Pfalz zu schaffen, die die vielfältigen Bedürfnisse und Wünsche aller Generationen berücksichtigt.

Eine Kulturentwicklungsplanung zielt darauf ab, die kulturelle Identität einer Gemeinschaft zu stärken, die Kreativwirtschaft zu fördern, den Zugang zur Kultur zu verbessern und die kulturelle Vielfalt zu bewahren. Insgesamt bedeutet dies, kulturelle Infrastruktur als gesamtgesellschaftliche Aufgabe in den Blick zu nehmen und zu entwickeln. Dafür ist es notwendig, eine generationenübergreifende Perspektive in die Kulturentwicklungsplanung zu integrieren. Im Rahmen des bisherigen Prozesses der Kulturentwicklungsplanung stand eine Jugendbeteiligung noch aus. Vor diesem Hintergrund führte das Institut für Sozialpädagogische Forschung Mainz (ism gGmbH) eine onlinebasierte Jugend-Kultur-Befragung durch, um jugendliche Perspektiven in den aktuellen Prozess der Kulturentwicklungsplanung zu integrieren.

Das Institut für Sozialpädagogische Forschung Mainz gGmbH (ism) versteht sich als Forschungsinstitut, das an der Schnittstelle von Theorie und Praxis arbeitet und insbesondere anwendungsorientierte Forschung betreibt. Seit drei Jahrzehnten stellen die Bereiche „Kinder, Jugend und Familie“ sowie „Bildung und interkulturelle Arbeit“ zentrale Arbeitsgebiete im Kontext von praxisorientierter Forschung in Verbindung mit Beratung und Praxisentwicklung dar. Die ism gGmbH geht aus dem gleichnamigen Verein hervor, der 1992 von Wissenschaftler\*innen, Jugendhilfe- und Sozialplaner\*innen sowie engagierten Praktiker\*innen aus dem Bereich der Sozialen Arbeit und der Sozialpolitik gegründet wurde. Die Beteiligung von Kindern und Jugendlichen ist ein vom ism schon seit vielen Jahren bearbeitetes Themenfeld – sowohl als thematischer Schwerpunkt einer Vielzahl an Projekten als auch in der Gestaltung von methodischen Zugängen insbesondere bei Studien,

---

<sup>5</sup> Timm, Susanne [Hrsg.]; Costa, Jana [Hrsg.]; Kühn, Claudia [Hrsg.]; Scheunpflug, Annette [Hrsg.]: Kulturelle Bildung. Theoretische Perspektiven, methodologische Herausforderungen und empirische Befunde. Münster; New York: Waxmann 2020

Evaluations- und Konzeptentwicklungsprojekten. So erstellt das ism u. a. in Kooperation mit den Universitäten Mainz und Trier den 4. Kinder- und Jugendbericht Rheinland-Pfalz, der den thematischen Fokus auf die Beteiligung von Kindern und Jugendlichen legt.

## 2. Wie wurde die Befragung entwickelt und durchgeführt?

### 2.1 Wer konnte an der Jugend-Kultur-Befragung teilnehmen?

Das ism führte im Auftrag des Ministeriums für Familie, Frauen, Kultur und Integration eine Jugend-Kultur-Befragung zur Beteiligung von jungen Menschen aus Rheinland-Pfalz im Alter von 12-27 Jahren durch. Damit sollte die Einbeziehung der Stimmen und Meinungen der jungen Generation in die Kulturentwicklungsplanung ermöglicht werden. Mittels einer digitalen Umfrageplattform wurde eine benutzer\*innenfreundliche Umgebung geboten, in der Jugendliche ihre Ansichten zur Kultur in Rheinland-Pfalz teilen konnten. Durch gezielte Fragen erfasste der Fragebogen ihre Bedarfe und Perspektiven zur kulturellen Infrastruktur in Rheinland-Pfalz. Diese Befragung bot eine direkte Möglichkeit für Jugendliche, ihre Perspektiven einzubringen und so die kulturelle Entwicklung im Land aktiv mitzugestalten. Der über das Internet erreichbare Online-Fragebogen weist eine hohe Reichweite auf und konnte von Jugendlichen komfortabel am Computer oder mobil auf dem Smartphone ausgefüllt werden.

### 2.2 Welche Daten wurden im Fragebogen erhoben und wie wurden diese ausgewertet?

Der Fragebogen beinhaltete hauptsächlich geschlossene Fragen, die sich mit Statistikprogrammen quantitativ auswerten lassen. Die Datenanalyse erfolgte mittels Microsoft Excel und der Statistiksoftware IBM SPSS Statistics. Die Fragebogengenerierung und Datenerhebung wurden in enger Kooperation mit dem Auftraggeber durchgeführt. Die Erstellung des Fragebogens wurde auf Basis bereits gewonnener Erkenntnisse aus dem Prozess der Kulturentwicklungsplanung, des Kinder- und Jugendberichtes Rheinland-Pfalz und kulturwissenschaftlicher Erkenntnisse erstellt. Zur Erhöhung der Teilnahmebereitschaft und Bekanntmachung der Befragung wurden zentrale Kooperationspartner\*innen als Multiplikator\*innen einbezogen.

Der Fragebogen enthielt 27 Fragen, die in zwei Fragengruppen untergliedert waren (s. Tabelle 1).

Tabelle 1: Übersicht über die mit dem Fragebogen erhobenen Merkmale der Jugendlichen

<p><b>Angaben zur Person</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alter</li> <li>• Geschlecht</li> <li>• Postleitzahl</li> <li>• Beschäftigungsstatus</li> <li>• Schulform- und -abschluss</li> <li>• Finanzielle Verhältnisse</li> <li>• Wohnform</li> <li>• Sprachen (zu Hause &amp; mit Freund*innen)</li> </ul>
<p><b>Kulturelle Hobbys und Kulturelle Freizeitgestaltung</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Art der kulturellen Hobbys</li> <li>• Nutzung digitaler Medien zur Darstellung der kulturellen Hobbys</li> <li>• Eigene Leitung von kulturellen Kursen, AG's, Fortbildungen</li> <li>• Hinderungsgründe, kulturellen Hobbys nachzugehen</li> <li>• Häufigkeit kulturbezogener Aktivitäten</li> <li>• Hinderungsgründe, kulturbezogenen Aktivitäten nachzugehen</li> <li>• Zufriedenheit mit kulturellen Angeboten</li> <li>• Informationskanäle bzgl. kultureller Angebote</li> <li>• Ausgaben für kulturelle Angebote &amp; Aktivitäten</li> <li>• Zustimmungsgrad zu bestimmten kulturbezogenen Aussagen</li> <li>• Gründe für Unzufriedenheit mit manchen kulturellen Angeboten</li> <li>• Verbesserungsideen für kulturelle Angebote</li> </ul>

### 3. Welche Ergebnisse hat die Auswertung der Jugend-Kultur-Befragung ergeben?

**602 Teilnehmende.** Die vorliegenden Ergebnisse umfassen die Analyse von 602 erfassten Fragebögen. Innerhalb dieser Stichprobe wurden 466 Fragebögen identifiziert, die in ihrer Gesamtheit vollständig beantwortet wurden. Allerdings beinhalteten 97 der 602 Fragebögen ausschließlich Antworten auf Fragen zu soziodemografischen Merkmalen. Die Anzahl der Teilnehmenden, die eine Frage beantworteten, variierte daher. Bei den folgenden Befunden ist die jeweilige Stichprobengröße der Teilnehmenden, die die entsprechende Frage beantwortet haben, stets mitangegeben.

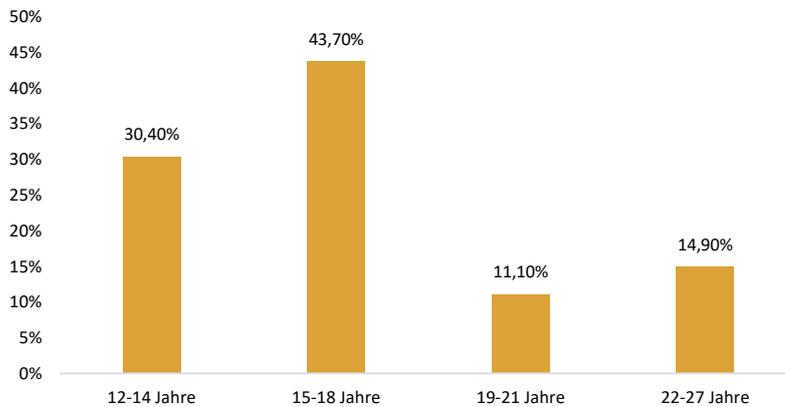
#### 3.1 Wer hat an der Befragung teilgenommen?

588 Teilnehmende machten Angaben zu ihrem Geschlecht. Von diesen identifizierten sich 357 als weiblich (ca. 62 %), 209 als männlich (ca. 36 %) und 12 als divers (ca. 2%). Weibliche Teilnehmende waren demnach im Vergleich zur Gesamtbevölkerung der Jugendlichen in Deutschland (vgl. Statista, 2023) überrepräsentiert.

Eine Mehrheit von 406 der befragten Jugendlichen lebte in einem rheinland-pfälzischen Landkreis (67 %). 183 Jugendliche (30 %) lebten in einer der kreisfreien Städte in Rheinland-Pfalz. Bei 13 Befragten (2 %) war nicht eindeutig identifizierbar, ob sie in einem Landkreis oder in einer kreisfreien Stadt lebten. Innerhalb der einzelnen Landkreise und Städte fiel die Beteiligung an der Befragung unterschiedlich stark aus.

Die Analyse der Altersverteilung der Teilnehmenden ergab, dass die Gruppe der Minderjährigen (12-18-Jährige) mit rund 74 % am stärksten vertreten war. Von diesen wiederum waren knapp 30 % 12-14 Jahre und rund 44 % 15-18 Jahre (s. Abbildung 1). Die jungen Erwachsenen (19-21-Jährige) waren in der Befragung mit knapp 26 % vertreten. Der Altersdurchschnitt der Befragten lag bei 17 Jahren.

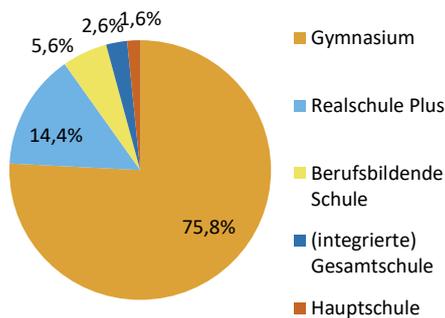
Abbildung 1. Altersverteilung (N=602)



Der überwiegende Teil der Teilnehmenden waren Schüler\*innen (ca. 72 %). Etwa 10 % gaben an, sich aktuell in einer Ausbildung zu befinden und jeweils 9 % waren Studierende oder Berufstätige (die Angaben ergeben hier zusammen mehr als 100%, da Mehrfachantworten möglich waren).

Die Analyse der Schulformen der teilnehmenden Schüler\*innen ergab, dass der Fragebogen im Vergleich zu den Schüler\*innenzahlen in Rheinland-Pfalz (Statistisches Landesamt 2021) überproportional häufig von Schüler\*innen der Schulform Gymnasium ausgefüllt wurde. So gaben knapp 76 % der Teilnehmenden an, ein Gymnasium zu besuchen. Die Schüler\*innen der Realschule Plus waren mit 14,4 % annähernd repräsentativ verteilt. Unterrepräsentiert waren die Berufsbildenden Schulen (5,6 %), die (integrierten) Gesamtschulen (2,6 %) und die Hauptschulen (1,6%) sowie die Förderschulen (keine Teilnahme).

Abbildung 2. Schulform (N=425)



Schulen (5,6 %), die (integrierten) Gesamtschulen (2,6 %) und die Hauptschulen (1,6%) sowie die Förderschulen (keine Teilnahme).

Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen gaben mehrheitlich an, über ausreichend finanzielle Mittel zu verfügen. 77 % gaben an immer oder meistens genug Geld zum Leben zu haben. 15 % der Teilnehmenden verfügten nach eigenen Angaben oft nicht über ausreichend finanzielle Mittel und 8 % nie.

gaben oft nicht über ausreichend finanzielle Mittel und 8 % nie.

Abbildung 3. Zuhause überwiegend gesprochene Sprache (N=593)



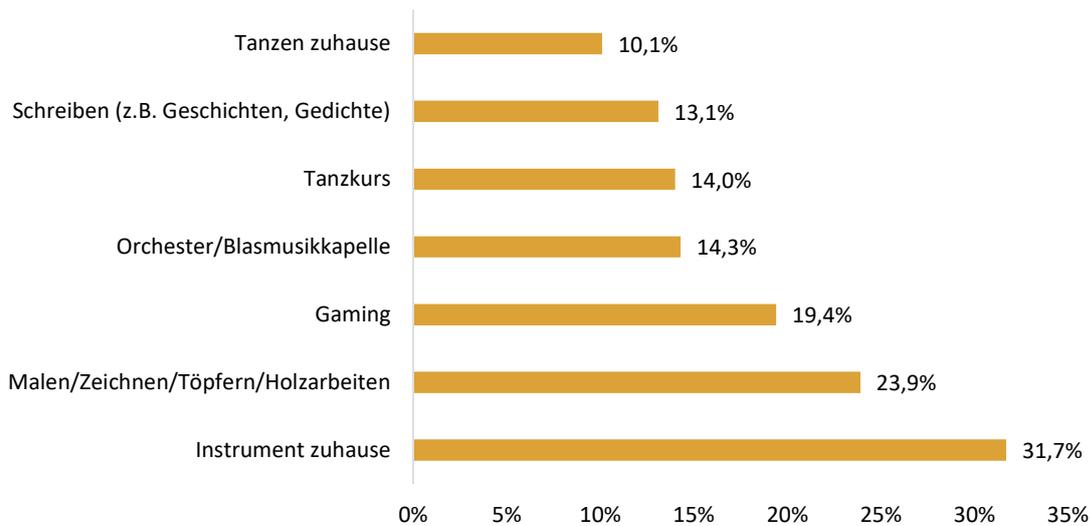
In der Jugend-Kultur-Befragung gaben 80 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen an, dass sie überwiegend Deutsch als Sprache in ihrem häuslichen Umfeld verwenden, während 9 % überwiegend eine andere Sprache und 11 % sowohl Deutsch als auch eine andere Sprache sprachen (n=593). Die genannten "anderen" Sprachen umfassten unter anderem Arabisch, Chinesisch, Polnisch, Russisch, Italienisch, Koreanisch und Englisch. In der Kommunikation mit Freund\*innen verwendeten 92 % der Befragten überwiegend Deutsch, während 2 % überwiegend eine andere Sprache und 6 Prozent sowohl Deutsch als auch eine andere Sprache nutzten. Die meistgesprochenen Sprachen in diesem Kontext waren Englisch und Russisch.

## 3.2 Welchen kulturellen Hobbys und Aktivitäten gehen junge Menschen in Rheinland-Pfalz nach?

### 3.2.1 Welche kulturbezogenen Hobbys haben Jugendliche in Rheinland-Pfalz?

Die Jugendlichen wurden darum gebeten, aus einer großen Auswahl aufgelisteter Hobbys mit kulturellem Bezug all jene auszuwählen, denen sie selbst nachgehen (hierbei waren Mehrfachantworten möglich). Eine Übersicht über die sieben Hobbys, die dabei insgesamt am häufigsten genannt wurden, findet sich in Abbildung 4.

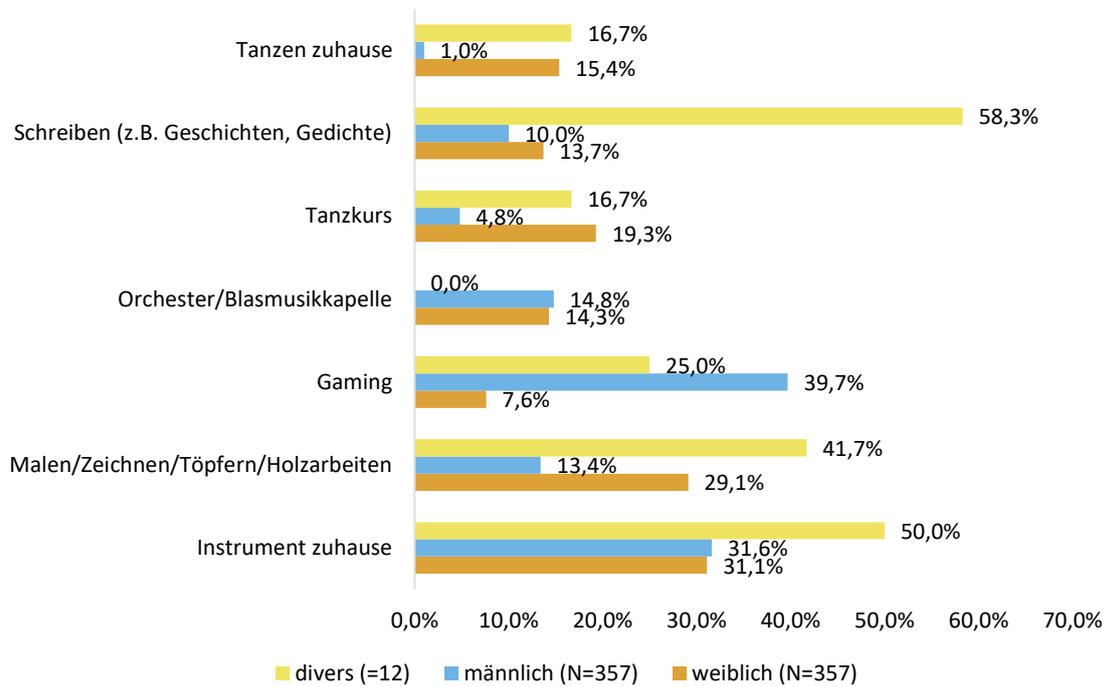
Abbildung 4. Sieben am häufigsten genannte kulturbezogene Hobbys (N=602)



Auch innerhalb der einzelnen Altersgruppen wurden die in Abbildung 4 angegebenen Hobbys besonders oft genannt und es zeigten sich lediglich kleinere Abweichungen, was den genauen Stellenwert einzelner Hobbys angeht. Bei den 12-14-Jährigen rangierten beispielsweise Tanzkurse und das Schreiben von Geschichten o.Ä. auf den Plätzen 4 und 5 und bei den 15-18-Jährigen das Spielen in einem Orchester/einer Blasmusikkapelle und Tanzkurse auf den Plätzen 3 und 4 der am häufigsten genannten Hobbys. Ein weiteres Hobby, das in Abbildung 4 nicht mitaufgeführt ist und insbesondere bei den 22-27-Jährigen einen vergleichsweise hohen Stellenwert einnahm, war das Erstellen von digitalem Content, das in dieser Altersgruppe auf Platz 4 der am häufigsten angegebenen Hobbys rangierte.

Bei 4 der 7 in Abbildung 4 aufgeführten kulturbezogenen Hobbys zeigten sich teils auffällige Geschlechtsunterschiede. So wurden die drei Hobbys ‚Malen/Zeichnen/Töpfern/Holzarbeiten‘, ‚Tanzkurs‘ und ‚Tanzen zuhause‘ von weiblichen Teilnehmenden wesentlich häufiger genannt als von männlichen. Hingegen wurde das Hobby ‚Gaming‘ wesentlich häufiger von männlichen Teilnehmenden genannt als von weiblichen. Auffällig war weiterhin, dass das Schreiben eigener Geschichten, Gedichte o.Ä. unter den Jugendlichen, die sich als divers identifizierten, einen besonders hohen Stellenwert einnahm: 6 von 12 dieser Jugendlichen gaben an, dieses Hobby zu haben. Abbildung 5 gibt einen Überblick über die Häufigkeit der Nennung je nach Geschlecht bei den sieben insgesamt am häufigsten genannten Hobbys. Ergänzend sei aber noch darauf hingewiesen, dass die dort nicht mitaufgeführten Hobbys ‚Theater- oder Musical-AG‘ und ‚Cosplay‘ unter den Jugendlichen, die sich als divers identifizierten, einen vergleichsweise hohen Stellenwert einnahmen: Jeweils 5 dieser 12 Jugendlichen gaben an, einem dieser Hobbys nachzugehen.

Abbildung 5. Sieben am häufigsten genannte kulturbezogene Hobbys, differenziert nach Geschlecht

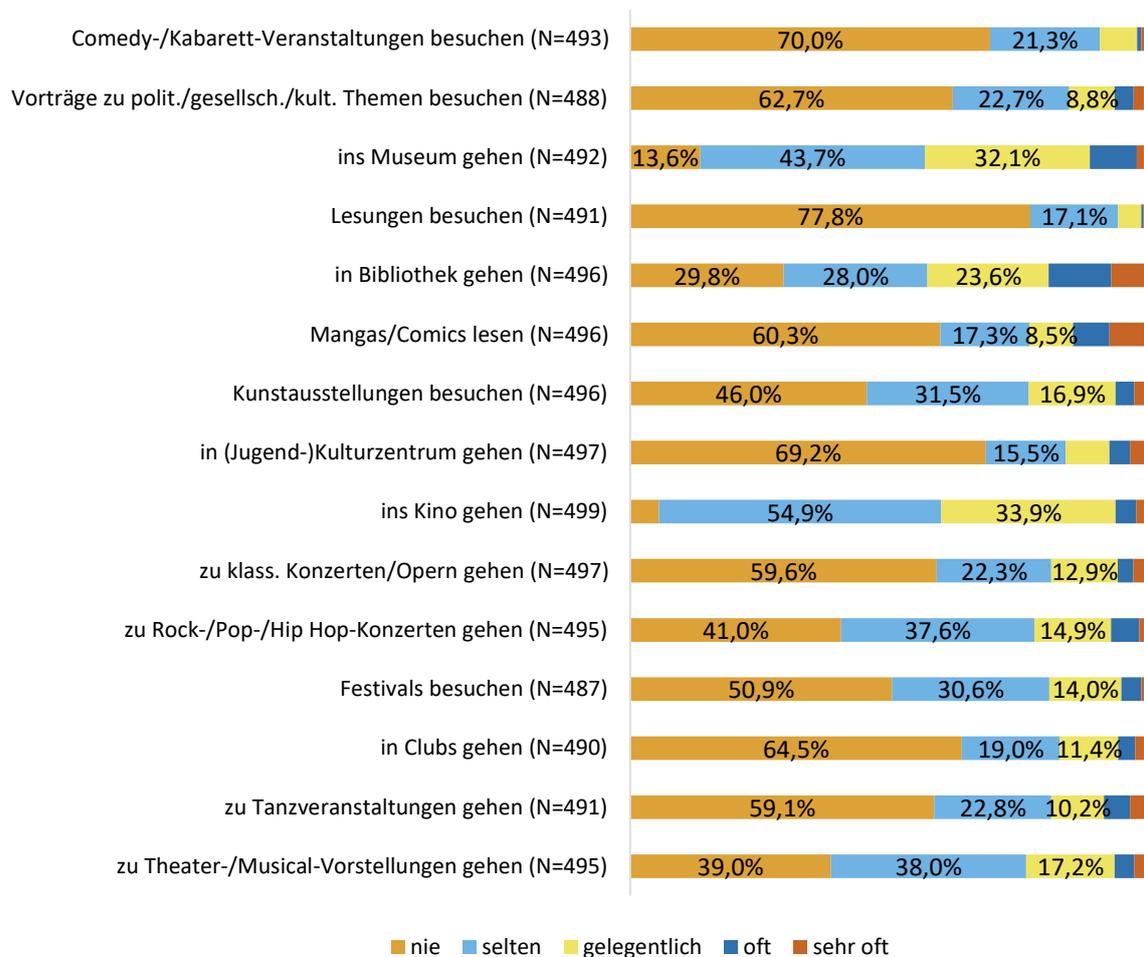


### 3.2.2 Wie häufig gehen Jugendliche in Rheinland-Pfalz kulturellen Aktivitäten nach?

Die Jugendlichen wurden außerdem dazu befragt, wie häufig sie bestimmte kulturellen Aktivitäten nachgehen bzw. bestimmte kulturelle Angebote nutzen. Abbildung 6 bietet diesbezüglich einen Überblick über die Antworten der Teilnehmenden. Wie deutlich zu erkennen ist, gingen sehr viele Jugendliche dem Großteil der abgefragten Aktivitäten gar nicht oder nur selten nach. Besonders auffällig waren in dieser Hinsicht das Besuchen von Comedy- bzw. Kabarettveranstaltungen, Lesungen und (Jugend-)Kulturzentren, da dort jeweils eine Mehrheit von etwa 70 bis 80 % die Angabe ‚nie‘ machte. Betont werden muss, dass das seltene Nachgehen dieser Aktivitäten nicht unbedingt mit mangelndem Interesse zu tun haben muss, sondern verschiedene Gründe haben kann (z.B. Mangel an Angeboten vor Ort). Aufschlussreich waren in dieser Hinsicht auch manche Antworten der Jugendlichen auf die offene Frage nach Gründen dafür, warum sie mit bestimmten kulturellen Angeboten in ihrer Umgebung unzufrieden sind (s. Kapitel 3.4). Dass der Anteil der Jugendlichen, die ‚oft‘ oder gar ‚sehr oft‘ einer kulturellen Aktivität nachgehen, bei allen abgefragten Aktivitäten durchweg äußerst gering war, ist mit Blick auf Abbildung 6 in jedem Fall besonders augenfällig. Zu den drei Aktivitäten, denen die Jugendliche im direkten Vergleich noch am häufigsten nachgingen, gehörten Kino-, Museums- und Bibliotheksbesuche, wengleich auch hier die meisten Befragten ‚selten‘ oder sogar ‚nie‘ angaben. In Bezug auf Museums- und Bibliotheksbesuche

liegt zudem nahe, dass die etwas höhere Häufigkeit zumindest in Teilen durch bildungsbezogene (Pflicht-)Kontexte zu erklären ist (z.B. Bibliotheksbesuche, um sich auf eine Prüfung vorzubereiten, Museumsbesuche im Rahmen von Schulausflügen) und weniger durch intrinsische Motivation der Jugendlichen.

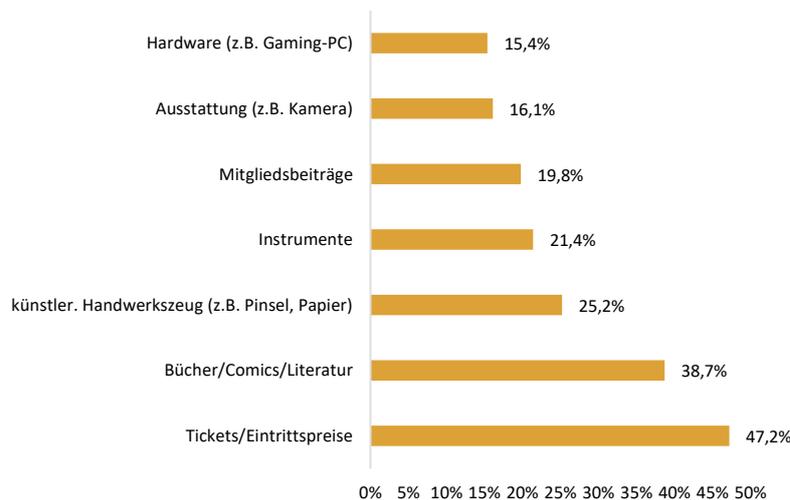
Abbildung 6. Häufigkeit des Ausübens kulturbezogener Aktivitäten



### 3.2.3 Für welche kulturbezogenen Produkte und Aktivitäten geben Jugendliche in Rheinland-Pfalz gerne Geld aus?

Des Weiteren sollten die Jugendlichen aus einer Auswahl verschiedener aufgelisteter kultureller Produkte und Aktivitätsmöglichkeiten all jene auswählen, für die sie gerne Geld ausgeben (eine Mehrfachauswahl war hierbei möglich). Abbildung 7 bietet einen Überblick über die sieben Dinge, die hierbei am häufigsten angegeben wurden. Wie zu erkennen ist, hatten Tickets/Eintrittspreise hierbei den höchsten Stellenwert: Etwa die Hälfte der Befragten gab an, hierfür gerne Geld auszugeben.

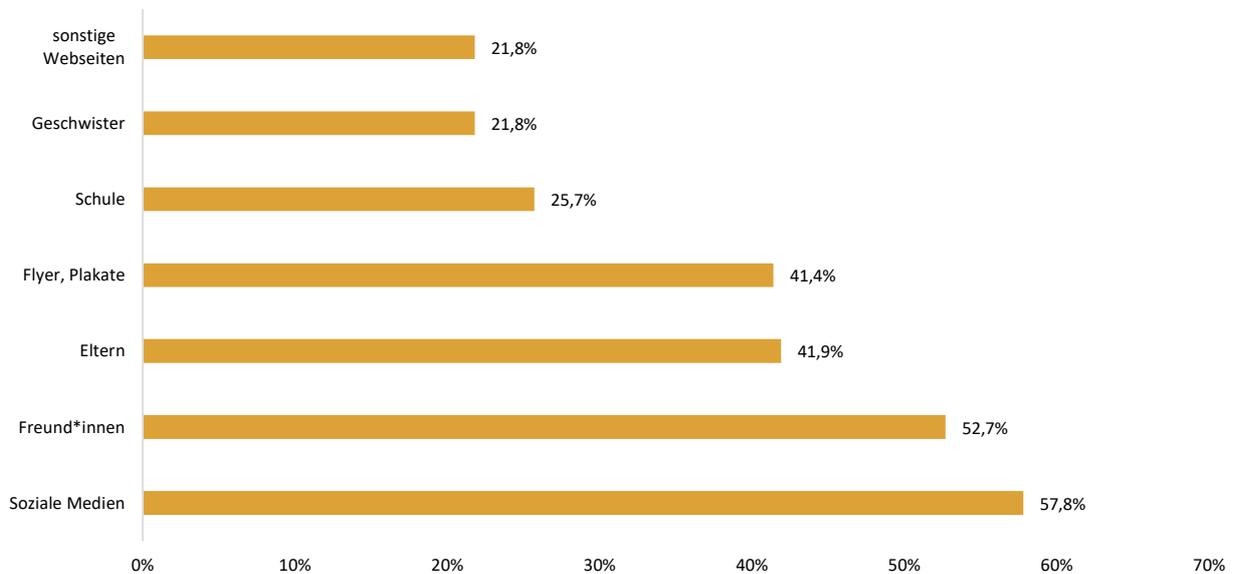
Abbildung 7. Sieben am häufigsten genannte kulturbezogene Dinge, für die gerne Geld ausgegeben wird



## 3.3 Was bedeutet die Digitalisierung im Kontext Kultur für junge Menschen?

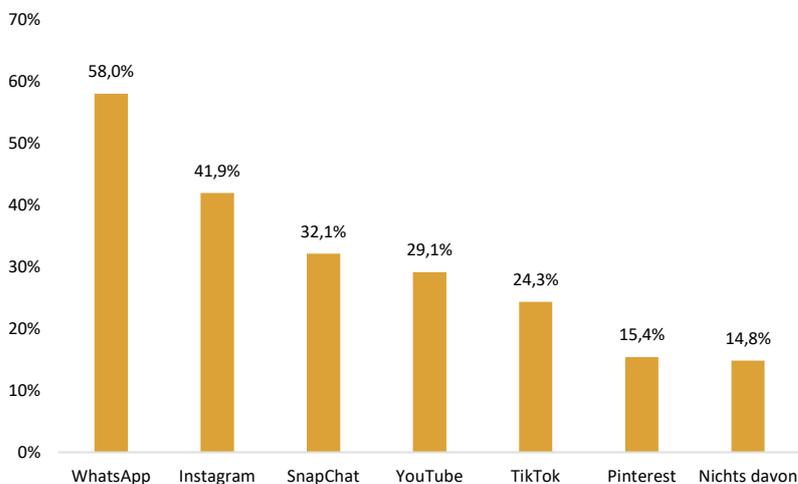
Die Jugendlichen wurden außerdem dazu befragt, auf welchen Wegen sie sich über kulturelle Angebote informieren. Zur Auswahl standen dabei verschiedene Aspekte (eine Mehrfachauswahl war hierbei möglich). In Abbildung 8 sind die sieben am häufigsten genannten Antworten dargestellt. Wie zu erkennen ist, stellten soziale Medien in dieser Hinsicht den relevantesten Kommunikationskanal dar, dicht gefolgt von Freund\*innen.

Abbildung 8. Sieben am häufigsten genannte Informationskanäle bzgl. kultureller Angebote (N=602)



Mit einer weiteren Frage wurde der Stellenwert verschiedener sozialer Medien für Jugendliche zum Teilen ihrer verschiedenen kulturbezogenen Hobbys (z.B. Spielen eines Instruments, Malen/Zeichnen/Holzarbeiten, Schreiben von Geschichten u.v.m., s. Kapitel 3.2.1) genauer erfasst. Hierzu wurden die Jugendlichen darum gebeten, aus einer Auswahl verschiedener aufgelisteter sozialer Medien all jene auszuwählen, die für sie persönlich in dieser Hinsicht relevant waren (eine Mehrfachauswahl war hierbei möglich). Abbildung 9 gibt einen Überblick über die sieben häufigsten Angaben der Jugendlichen (die anderen Medien, die bei dieser Frage zur Auswahl standen, waren Facebook, Signal, Telegram, Twitter/X, Twitch, Discord und Etsy). Mit recht großem Abstand wurde der Messenger WhatsApp am häufigsten als relevantes Medium zum Teilen eigener kulturbezogener Hobbys genannt. Ebenfalls besonders oft genannt wurde Instagram auf Platz 2. Andere soziale Medien wie SnapChat (Platz 3), YouTube (Platz 4) und TikTok (Platz 5) wurden im Vergleich dazu etwas seltener genannt. Immerhin fast 15 % der Jugendlichen gaben allerdings auch an, keine der zur Auswahl stehenden Medien zu nutzen, um kulturbezogene Hobbys mit anderen zu teilen.

Abbildung 9. Sieben am häufigsten genannte Medien zum Teilen kultureller Hobbys (N=602)



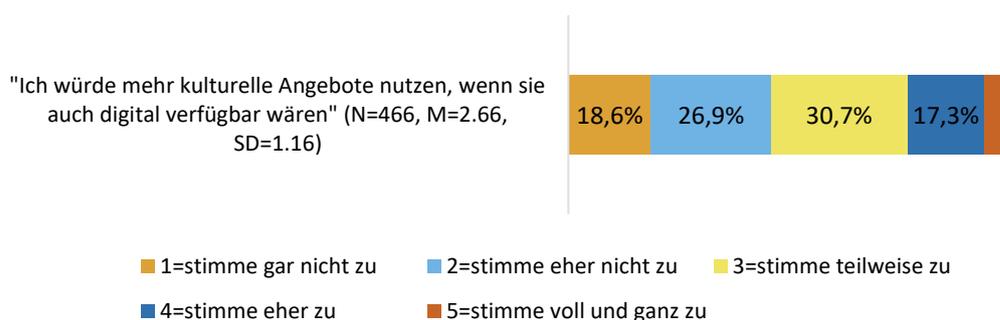
Differenziert nach Alter der Befragten erwiesen sich die in Abbildung 9 genannten sozialen Medien zwar ebenfalls als besonders relevant, teilweise zeigten sich hierbei jedoch auch Besonderheiten. WhatsApp wurde von fast allen Altersgruppen am häufigsten und Telegram am zweithäufigsten genannt. Eine Ausnahme bildeten in dieser Hinsicht die 19-21-Jährigen: Diese nannten Instagram und WhatsApp in etwa gleich häufig. Die 12-14-Jährigen nannten zudem SnapChat und YouTube noch etwas häufiger als Instagram. Über die in Abbildung 9 genannten sozialen Medien hinaus wurden in dieser jüngsten Altersgruppe zudem der Messenger Signal sowie die beiden insbesondere mit Gaming-Aktivitäten assoziierten Discord und Twitch relativ oft genannt. Bei den 19-21-Jährigen rangierte Discord sogar auf Platz 5 und Twitch auf Platz 7 der am häufigsten genannten Medien. Bei den 22-27-Jährigen rangierte YouTube auf Platz 3, wohingegen SnapChat in dieser Altersgruppe einen wesentlich geringeren Stellenwert einnahm als bei allen anderen Altersgruppen. Zugleich war in dieser Altersgruppe der Anteil derjenigen Jugendlichen, die angaben, keines der zur Auswahl stehenden Medien zu nutzen, um kulturbezogene Hobbys mit anderen zu teilen, am größten. Außerdem nahm das soziale Netzwerk Facebook lediglich in dieser Altersgruppe noch einen vergleichsweise hohen Stellenwert ein.

Bei manchen Medien zeigten sich auffällige Unterschiede zwischen weiblichen und männlichen Teilnehmenden hinsichtlich der Häufigkeit der Nennungen. Während Instagram z. B. von den weiblichen Befragten häufiger ausgewählt wurde (45.9 %) als von den männlichen Befragten (36.4 %), wurde YouTube von den männlichen Befragten häufiger ausgewählt (37.8 %) als von den weiblichen Befragten (24.6 %). Besonders augenfällig waren die Unterschiede allerdings bei den Medien Pin-

terest, Discord und Twitch. Während Pinterest von den weiblichen Befragten deutlich häufiger genannt wurde als von den männlichen (22.4 % vs. 3.8 %), war dies bei Discord und Twitch genau andersherum: Diese wurden von jeweils 23.4 % und 13.9 % der männlichen Befragten, aber von nur 7.3 % und 4.5 % der weiblichen Befragten ausgewählt. In diesen Befunden spiegeln sich in gewisser Weise auch geschlechtsbezogene Stereotype wider. So werden Discord und Twitch vor allem mit Gaming als einer – stereotyp gesprochen – „typisch männlichen“ Aktivität assoziiert. Pinterest hingegen wird vor allem stark zum Austausch von kreativen Ideen (z. B. zu Deko, Rezepten, Basteln und Gestalten u.Ä.) genutzt und ist somit stark mit Aktivitäten, die –stereotyp gesprochen – als „typisch weiblich“ konnotiert sind, assoziiert.

Die Jugendlichen sollten in der Befragung außerdem angeben, ob sie mehr kulturelle Angebote nutzen würden, wenn diese auch digital verfügbar wären. Die Beantwortung erfolgte dabei mittels einer Skala von 1 = „stimme gar nicht zu“ bis 5 = „stimme voll und ganz zu“. Während eine Mehrheit von etwa 46% der Aussage eher nicht oder gar nicht zustimmte, gab fast 1/3 der Jugendlichen an, der Aussage teilweise zuzustimmen und ca. 24% stimmten der Aussage eher oder voll und ganz zu (s. Abbildung 10). Es ist anzunehmen, dass die Frage nach der Bedeutung digital realisierter kultureller Angebote für Jugendliche sehr davon abhängt, um *welche Art* von Angebot es sich handelt. Eine Abfrage nach einzelnen Arten von Angeboten hätte hier vermutlich zu stark variierenden Ergebnissen geführt. Festzuhalten ist aber in jedem Fall, dass ein bedeutsamer Teil der Jugendlichen gegenüber digital realisierten kulturellen Angeboten durchaus aufgeschlossen ist und sich dies auf eine höhere Teilhabebereitschaft auswirken könnte.

Abbildung 10. Zustimmung zur Aussage "Ich würde mehr kulturelle Angebote nutzen, wenn sie auch digital verfügbar wären"



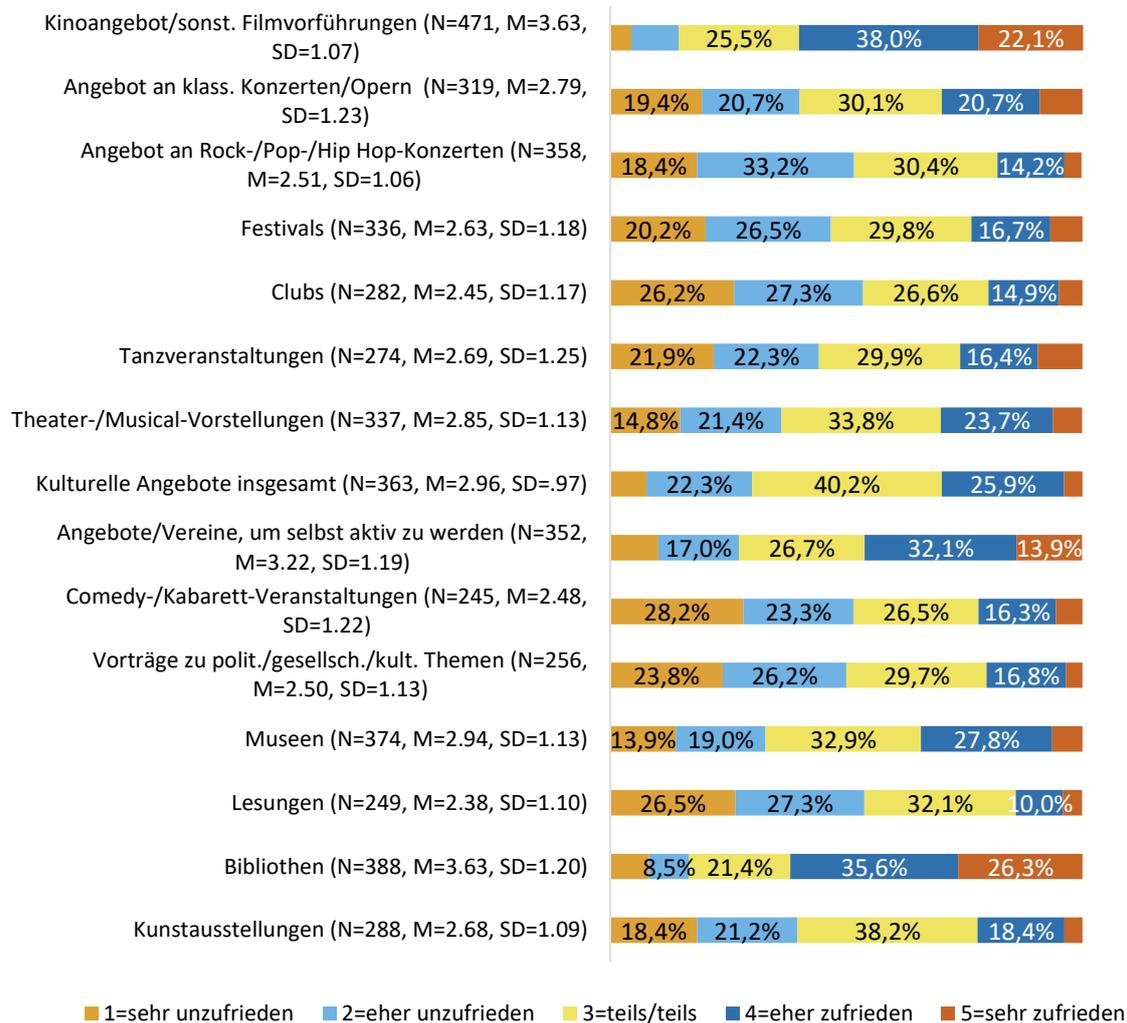
Mit Blick auf das Alter der Befragten fiel die Zustimmung zur Aussage, gerne mehr kulturelle Angebote zu nutzen, wenn sie auch digital verfügbar wären, bei 19-21-Jährigen im Mittel am höchsten und bei 22-27-Jährigen am niedrigsten aus. Signifikante Unterschiede je nach Altersgruppe waren jedoch nicht festzustellen.

Weibliche Befragte stimmten der Aussage, gerne mehr kulturelle Angebote zu nutzen, wenn sie auch digital verfügbar wären, im Mittel zwar etwas stärker zu als Jugendliche anderen Geschlechts; hierbei handelte es sich jedoch nicht um einen signifikanten Unterschied.

### **3.4 Wie zufrieden sind junge Menschen mit kulturellen Angeboten in Rheinland-Pfalz?**

Die Jugendlichen wurden zu ihrer Zufriedenheit mit verschiedenen kulturellen Angeboten in ihrer Umgebung (insgesamt 15 verschiedene Aspekte) befragt. Die Ergebnisse hierzu sind in Abbildung 11 dargestellt. Anhand der in Klammern angegebenen Mittelwerte ist zu erkennen, dass die Befragten mit den meisten kulturellen Angeboten im Durchschnitt nur mäßig zufrieden waren. Bei einigen der abgefragten kulturellen Angebote gab zudem ein beträchtlicher Anteil der Jugendlichen an, ‚sehr unzufrieden‘ oder ‚eher unzufrieden‘ zu sein. Besonders groß war die Unzufriedenheit der Jugendlichen in Bezug auf Lesungen, Comedy/Kabarett-Veranstaltungen, Vorträge zu politischen/gesellschaftlichen/kulturellen Themen, Clubs sowie Rock/Pop/Hip Hop-Konzerte. Am zufriedensten waren die Teilnehmenden mit dem Kinoangebot bzw. dem Angebot an sonstigen Filmvorführungen.

Abbildung 11. Zufriedenheit mit kulturellen Angeboten



Eine Analyse zu Altersunterschieden bzgl. der Zufriedenheit zeigte signifikante Unterschiede bei den drei Angebotsformen ‚Rock-/Pop-/Hip Hop-Konzerte‘, ‚Vorträge zu politischen/gesellschaftlichen/kulturellen Themen‘ und ‚Lesungen‘. 19-21-Jährige waren mit Rock/Pop/Hip Hop-Konzerten signifikant zufriedener als 15-18-Jährige. Letztere Altersgruppe war mit dem vorhandenen Rock-/Pop-/Hip Hop-Konzertangebot im Mittel besonders unzufrieden. Mit Vorträgen zu politischen/gesellschaftlichen/kulturellen Themen waren 22-27-Jährige im Mittel am zufriedensten und waren dabei zugleich signifikant zufriedener als 12-14-Jährige und 15-18-Jährige. Auch mit Lesungen waren 22-27-Jährige im Mittel am zufriedensten, dabei waren sie zugleich signifikant zufriedener als 15-18-Jährige, welche mit diesem Angebot im Mittel besonders unzufrieden waren. Womöglich spiegelt sich in der vergleichsweise höheren Zufriedenheit der ältesten Gruppe der Befragten (22-27 Jahre) mit Vorträgen und Lesungen auch wider, dass diese beiden kulturellen Angebote für Jüngere vergleichsweise weniger relevant und interessant sind. So ist

nicht auszuschließen, dass manche der jüngeren Befragten auch deswegen angaben, mit den besagten Angeboten unzufrieden oder eher unzufrieden zu sein, weil sie die Angebote in diesem Alter noch nicht ansprechend finden.

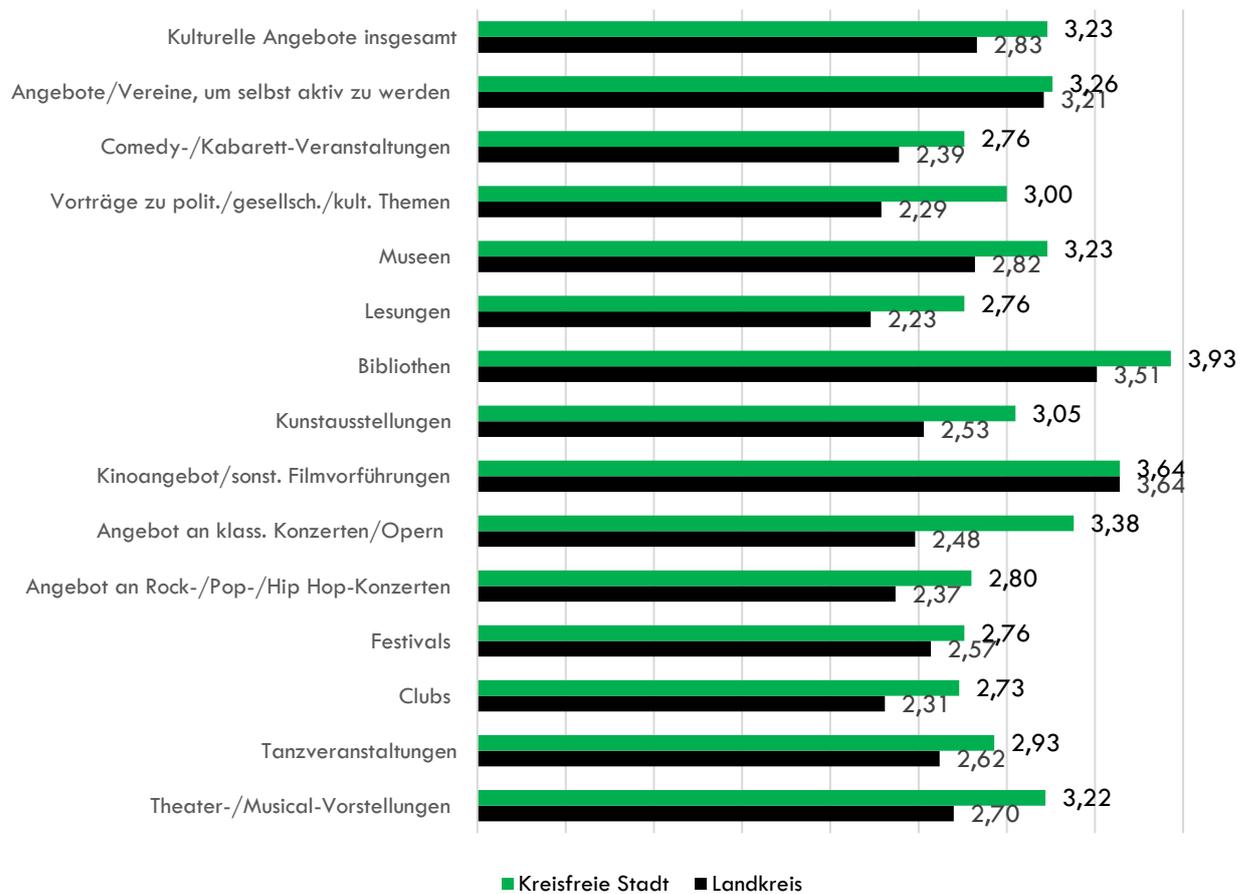
Im Hinblick auf Geschlechtsunterschiede war festzustellen, dass männliche Befragte signifikant zufriedener mit Festivals waren als weibliche Befragte. Weiterhin waren Jugendliche, die sich als divers identifizierten, signifikant zufriedener mit Kunstausstellungen als Jugendliche, die sich als männlich und Jugendliche, die sich als weiblich identifizierten.<sup>6</sup>

Sehr auffällige Unterschiede hinsichtlich der Zufriedenheit mit den abgefragten kulturellen Angeboten zeigten sich, je nachdem, ob die Befragten aus Landkreisen oder kreisfreien Städten kamen (s. Abbildung 12). Mit fast allen Angeboten waren die Jugendlichen, die in Landkreisen lebten, im Mittel weniger zufrieden. Bei fast allen abgefragten kulturellen Angeboten erwiesen sich diese Stadt/Land-Unterschiede zwischen den Jugendlichen zudem als signifikant. Ausnahmen stellten in dieser Hinsicht lediglich Tanzveranstaltungen, Angebote/Vereine, um selbst aktiv zu werden sowie das Kinoangebot/Angebot an sonstigen Filmvorführungen dar. Beim Kinoangebot/Angebot an sonstigen Filmvorführungen fiel die durchschnittliche Zufriedenheit bei Jugendlichen aus Landkreisen und Städten sogar gleich aus. Auch mit kulturellen Angeboten insgesamt waren Jugendliche aus Landkreisen signifikant unzufriedener als Jugendliche aus Städten. Insgesamt lassen diese Befunde erkennen, dass die Jugendlichen in Städten mehr und/oder qualitativ bessere und zufriedenstellende kulturelle Angebote vorfinden als auf dem Land. Gleichwohl muss ebenso angemerkt werden, dass auch die Jugendlichen aus Städten mit einigen der abgefragten kulturellen Angebote nur mäßig zufrieden waren.

---

<sup>6</sup> Aufgrund der geringen Fallzahl der Jugendlichen, die sich als divers identifizierten und diese Frage beantworteten (N=10) ist der Befund hinsichtlich der Übertragbarkeit auf die Gesamtpopulation mit Vorsicht zu betrachten.

Abbildung 12. Mittelwerte Zufriedenheit mit kulturellen Angeboten, differenziert nach Stadt vs. Land (N Land=178-325, N Stadt=60-135)



In einer offenen Frage wurden die Jugendlichen darum gebeten, ihre Gründe dafür zu benennen, warum sie ggf. mit manchen der zuvor abgefragten kulturellen Angebote wenig oder gar nicht zufrieden sind. Da diese Frage von sehr vielen Jugendlichen beantwortet wurde, können an dieser Stelle leider nicht alle genannten Gründe für die Unzufriedenheit mit den einzelnen zuvor abgefragten kulturellen Angeboten näher ausgeführt werden. Die folgende stichpunktartige Aufzählung soll einen Überblick über die angegebenen Gründe für die Unzufriedenheit geben:

- Die befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen benannten eine Unzufriedenheit aufgrund von fehlender Angebotspassung, -qualität und -diversität.
- Junge Menschen gaben an, dass sie mit dem *Zugang* zu kulturellen Angeboten unzufrieden sind. Dazu zählten hohe Preise, geringe Platzzahlen, zu bürokratische Anmeldewege, unpassende Uhrzeiten oder eine zu hohe Entfernung der Angebote.
- Junge Menschen benannten fehlende Bemühungen zum Schutz vor Belästigungen und Gewalt als Grund für Ihre Unzufriedenheit.

## Welche Ergebnisse hat die Auswertung der Jugend-Kultur-Befragung ergeben?

Die nachfolgenden Beschreibungen beziehen sich auf vier kulturelle Angebote, bei denen die Unzufriedenheit der Jugendlichen besonders groß ausgefallen war: Lesungen, Comedy/Kabarett-Veranstaltungen, Clubs sowie Rock/Pop/Hip Hop-Konzerte (s. Kapitel 3.4.1). Zur besseren Veranschaulichung werden nachfolgend jeweils auch ausgewählte Aussagen einzelner Befragter im Originalwortlaut zitiert.

Im Hinblick auf Comedy/-Kabarett-Veranstaltungen merkten Jugendliche an, diese eigentlich gerne häufiger besuchen zu wollen, jedoch kaum Gelegenheit dazu zu haben, da es so gut wie keine Angebote dieser Art in der Nähe ihres Wohnorts gibt:

„Comedy ist spannend und interessiert mich, aber in unserer Umgebung gibt es wenig Angebote in diesem Bereich.“ (Weiblich, 16 Jahre)

„Comedy: weil es so etwas nur im Umkreis von ca. 50 km gibt.“ (Männlich, 13 Jahre)

Ähnliches äußerten Jugendliche auch im Hinblick auf Lesungen:

„Es gibt seit ich in [Name des Wohnortes, F.H.] leben keine Lesungen von Autoren in meiner unmittelbaren Nähe. Es wäre toll neue Jugendbuch Autoren kennenzulernen um anderen die Freude am lesen oder eigenem schreiben zu ermöglichen“ (Weiblich, 24 Jahre)

„Lesungen von Autor:innen, die ich mag, sehe ich nur in [Name einer Stadt, F.H.] und nicht hier, aber vielleicht bekomme ich da zu wenig mit. Auch ein richtiges Kunstmuseum würde ich mir wünschen.“ (Weiblich, 26 Jahre)

Im Hinblick auf Gründe für die Unzufriedenheit mit Clubs wurden u.a. die weite Entfernung und schlechte ÖPNV-Verbindung, insbesondere, wenn man im ländlichen Raum lebt, angesprochen:

„Wohne auf dem Dorf. Teils weite Entfernungen (nächster Club min. 30 Auto-min. einfach), Angebote/Einrichtungen mit ÖPNV absolut nicht erreichbar (gerade abends).“ (Weiblich, 22 Jahre)

„Gibt wenige gute Clubs und wenn kommt man mit dem Zug nicht mehr nach Hause. Man ist stark aufs Auto angewiesen, wenn man etwas unternehmen möchte.“ (Weiblich, 21 Jahre)

Damit einhergehend wurde auch die unzureichende Anzahl und unzureichende Qualität von Clubs, die auch ohne längere Strecken mit ÖPNV erreichbar sind (auch hier in erster Linie im ländlichen Raum), angesprochen:

„Es gibt in der näheren Umgebung nur einen Club und der ist nicht sonderlich gut. Wenn man in einen richtigen gehen will, muss man mit den öffentlichen Verkehrsmitteln 1,5h hinfahren und dort übernachten oder mit dem Taxi zurückfahren, weil nachts kein ÖPNV mehr existiert auf der Strecke.“ (Männlich, 20 Jahre)

„Clubs gibt es auf dem Land fast gar nicht mehr“ (Weiblich, 21 Jahre)

Ein weiterer die Unzufriedenheit mit Clubs betreffender Aspekt bezog sich auf die Befürchtung, dort Opfer von (sexueller) Belästigung und Gewalt werden zu können und generell auf das Gefühl, dass Clubs leider keine sicheren Orte sind:

„Clubs sind einfach nicht mehr gut, sehr viel Belästigung und Schlägereien, wer hat auf sowas bock?“ (Weiblich, 17 Jahre)

„Clubs sind oft nicht sauber, man fühlt sich als Frau nicht sicher dort / kein Safe Space“ (Weiblich, 19 Jahre)

Die Unzufriedenheit mit Konzerten begründete sich genau wie bei den Clubs vor allem am unzureichenden Angebot (vor allem im ländlichen Raum) und der schlechten Erreichbarkeit von Konzertorten mit ÖPNV:

„Es gibt in der Umgebung keine Konzerte von Sängern etc.“ (Junge, 17 Jahre)

„Weil es einfach so gut wie keine Angebote im ländlichen Raum gibt. Für gute Konzerte muss ich Minimum 1h 20 Fahrzeit einplanen.“ (Weiblich, 24 Jahre)

„Konzerte oder Ähnliches ist relativ weit weg und durch öffentliche Verkehrsmittel recht schlecht zu erreichen.“ (Weiblich, 16 Jahre)

Darüber hinaus wurde auch beklagt, dass man unzureichend über stattfindende Konzerte in Wohnortnähe informiert werde:

„Konzerte sowie politische Debatten werden in der Nähe meines Wohnortes kaum veranstaltet bzw. wird kaum darüber informiert, dass diese stattfinden.“ (Männlich, 19 Jahre)

Eine besonders junge Teilnehmerin kritisierte zudem den Umstand, bei der Anreise zu Konzerten auf ihre Eltern angewiesen zu sein sowie das unzureichende Angebot an Konzerten speziell für Kinder:

„Es gibt kaum kulturelle Veranstaltungen. Ich bin darauf angewiesen, dass mich meine Eltern begleiten u.a weil ich nicht allein 40Min Zugfahrt zum Theater o Kino machen möchte Konzerte für Kinder gibt es nur selten Das Ferienprogramm ist ebenfalls nur begrenzt“ (Weiblich, 12 Jahre)

Weiterhin wurde zur Begründung der Unzufriedenheit mit dem Konzertangebot auf zu hohe Kosten verwiesen:

„Konzerte sind für Schüler sehr teuer“ (18 Jahre, Geschlecht nicht angegeben)

Ein weiterer in der Befragung geäußerter Kritikpunkt am Konzertangebot bezog sich auf eine unzureichende Passung mit den eigenen musikalischen Vorlieben:

„Konzerte gehen in die falsche musikalische Richtung.“ (Männlich, 14 Jahre)

„Wenig Auswahl an Konzerten im Bereich Pop und Rockmusik. Leider fast nur Konzerte mit Cover Musik. Schwierig interessante Acts zu besuchen oder sogar neue Musik zu entdecken.“ (Weiblich, 26 Jahre)

Abschließend sei folgende besonders pointierte Kritik – sowohl an unzureichender musikalischer Vielfalt des vorhandenen Konzertangebots als auch am unzureichenden Konzertangebot im ländlichen Raum – zitiert:

„Ich wünsche mir stilistisch diversere Veranstaltungen. Ganz verschiedene Genres etwa bei Konzerten. Also wirklich kunterbunt alles mögliche. Die unendliche Zahl an Nischen und Künstlern besser zu präsentieren. Für mich wäre es auch sehr viel einfacher die Angebote zu nutzen, wenn sie so regional wie möglich gestaltet sind. Das man halt nicht immer in die Stadt fahren muss um was kulturelles zu erleben. Sondern das die Konzerte und Clubs und Kunstausstellungen aufs Dorf kommen. Ich finde die Kultur soll ja für die Menschen sein und deshalb auch zu den Menschen kommen. Nicht andersherum.“ (Männlich, 25 Jahre)

## 3.5 Was hindert junge Menschen in Rheinland-Pfalz an kultureller Teilhabe und welche Weiterentwicklungschancen sehen sie?

### 3.5.1 Welche Hinderungsgründe für die Nutzung kultureller Angebote lassen sich identifizieren?

Um zu erfassen, welche Faktoren einige Jugendliche daran hindern, kulturelle Angebote zu nutzen, wurden die Befragten darum gebeten, aus einer Liste mehrerer möglicher Hinderungsgründe die für sie persönlich relevanten auszuwählen (hierbei war eine Mehrfachauswahl möglich). Abbildung 13 bietet einen Überblick über die acht am häufigsten ausgewählten Hinderungsgründe. Wie zu erkennen ist, war

ein Mangel an zur Verfügung stehender Zeit in dieser Hinsicht der relevanteste Aspekt. Es liegt nahe, dass dieser Zeitmangel insbesondere auf schulische Anforderungen zurückzuführen ist, womöglich spielt hierbei auch die Tatsache, dass die Stichprobe sich zu einem überproportional großen Teil aus Gymnasiast\*innen zusammensetzte (s. Kapitel 3.1) eine nicht unwesentliche Rolle. Auf Platz 2 und 3 der am häufigsten genannten Hinderungsgründe rangierten fehlendes Interesse und ein Mangel an Angeboten in Wohnortnähe.

Zeitmangel erwies sich zudem auch bei jeder einzelnen der an der Befragung beteiligten Altersgruppen als der relevanteste Hinderungsgrund dafür, kulturelle Angebote in Anspruch zu nehmen. Bei manchen der aufgeführten Hinderungsgründe waren hinsichtlich ihrer Relevanz jedoch auch Spezifika je nach Altersgruppe festzustellen. Beispielsweise gaben Jugendliche der ältesten Gruppe (22-27-Jährige) im Vergleich zu den anderen Altersgruppen seltener an, aus Mangel an Interesse nicht im gewünschten Maße an kulturellen Angeboten zu haben. Am häufigsten wurde besagter Hinderungsgrund von der jüngsten Gruppe der Befragten (12-14-Jährige) genannt. Dies weist darauf hin, dass das Interesse an kulturellen Angeboten bei älteren jungen Menschen etwas ausgeprägter ist als bei jüngeren. Gleichzeitig gaben sowohl die älteste Gruppe der 22-27-Jährigen als auch die zweitälteste Gruppe der 19-21-Jährigen deutlich häufiger als Jugendliche der anderen Altersgruppen an, nicht im gewünschten Maße an kulturellen Angeboten partizipieren zu können, weil sie hierfür zu wenig Geld haben. Die jüngste Gruppe der 12-14-Jährigen hingegen benannte Geldmangel wesentlich seltener als alle anderen Altersgruppen als relevanten Hinderungsgrund für die Inanspruchnahme kultureller Angebote. Eine mögliche Erklärung hierfür könnte sein, dass vergleichsweise ältere junge Menschen (19-21 und 22-27 Jahre) zwar ein größeres Bedürfnis danach haben, kulturelle Angebote zu nutzen, jedoch seltener die dafür notwendigen finanziellen Mittel zur Verfügung haben, da sie in ihrem Alter in geringerem Maße oder gar nicht mehr finanziell von ihren Eltern unterstützt werden und häufig kostspielige Dinge wie z. B. eine eigene Wohnung finanzieren müssen.

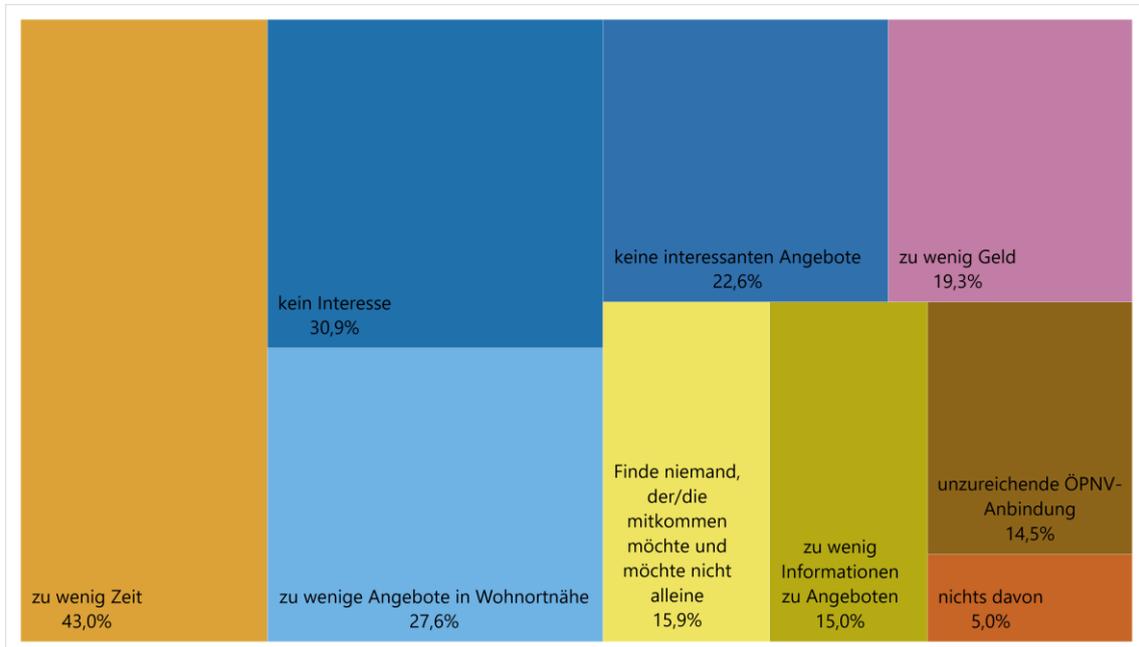
Im Hinblick auf Geschlechtsunterschiede war festzustellen, dass männliche Jugendliche häufiger als weibliche Jugendliche fehlendes Interesse als Hinderungsgrund für die Nutzung kultureller Angebote anführten. Alle anderen Hinderungsgründe wurden hingegen häufiger von weiblichen Befragten angegeben.

Die meisten Hinderungsgründe für die Nutzung kultureller Angebote wurden von Jugendlichen aus Landkreisen und Jugendlichen aus Städten in relativ ähnlicher Häufigkeit genannt. Der Erwartung entsprechend gaben Jugendliche aus Landkreisen im Vergleich zu Jugendlichen aus Städten etwas häufiger an, dass es zu wenig

## Welche Ergebnisse hat die Auswertung der Jugend-Kultur-Befragung ergeben?

Angebote in der Nähe ihres Wohnorts gebe und dass die ÖPNV-Anbindung unzureichend sei.

Abbildung 13. Am häufigsten genannte Hinderungsgründe für die Nutzung kultureller Angebote



### 3.5.2 Welche Verbesserungsvorschläge geben Jugendliche und junge Menschen an?

In einer offenen Frage hatten die Jugendlichen die Möglichkeit, konkrete Vorschläge zur Verbesserung der kulturellen Angebote in ihrer Umgebung zu machen. Hierbei wurden viele verschiedene Aspekte genannt, wobei sich vor allem sechs zentrale inhaltliche Dimensionen herauskristallisierten. Diese werden nachfolgend skizziert und mithilfe einiger Originalaussagen der Jugendlichen veranschaulicht.

#### Dimension 1: Zielgruppenadäquatheit

Mehrere Jugendliche äußerten den Wunsch nach stärker auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Angeboten. Der Umstand, dass viele der derzeitigen Angebote an den Bedürfnissen und Möglichkeiten der Jugendlichen vorbeigehen und in dieser Hinsicht daher dringender Verbesserungsbedarf zu verzeichnen ist, wurde von mehreren Jugendlichen angesprochen. Besonders pointiert zum Ausdruck gebracht wurde dieser Umstand in folgender Aussage:

„Mehr die Interessen von Jugendlichen auffangen, es wird geplant aber keine Angebote für uns gemacht Filmfestspiele aber keine Filme für Jugendliche, Literatur Lesungen aber erst um 20.00 Uhr..... kein Tik tok Event, kein just Dance auf dem

[Name eines Ortes, F.H:]..... man meldet sich für coole Attraktionen an, diese werden abgesagt da zu wenig sich angemeldet haben....“ (Weiblich, 16 Jahre)

Angesprochen wurde außerdem der Wunsch nach mehr altersgruppenspezifischen Angeboten:

„interessanter gestalten für ältere Jugendliche... z.B gibt es eine Halloween Aktion im [Name der Einrichtung und des Ortes, F.H.] von 14 bis 27 Jahre... Die Altersunterschiede sind viel zu groß und es kommen überwiegend nur junge Teens mit denen 17 Jährige+ nix anfangen können“ (Weiblich, 17 Jahre)

„Mehr Angebote für meine Altersgruppe in meiner Nähe, die auch für mich - ohne Eltern - erreichbar sind“ (Männlich, 12 Jahre)

Weiterhin wurden sich mehr Angebote, die den Bedürfnissen spezieller Gruppen von Jugendlichen gerecht werden, z. B. mehr Angebote speziell für die "Flinta\*" - Gemeinschaft (Frauen, Lesben, Intersexuelle, Nonbinäre, Transgender, Agender).

Die aktuelle Angebotslandschaft wurde von manchen Jugendlichen als zu langweilig, einseitig und unzureichend divers wahrgenommen und es wurde angeregt, eine breitere Palette von kulturellen Angeboten zu fördern, neue Formate auszuprobieren und somit die Vielfalt zu erhöhen. In diesem Zusammenhang wurde teils explizit der Wunsch nach mehr Mut zur Innovation geäußert:

„zu viel Mainstream, zu wenig Interessantes/Experimentelles kulturelles Angebot ist im ländlichen Raum überwiegend rückwärtsgewandt, aufgrund wenig innovativer Vereinstradition (zum Glück zunehmend erodierend) kaum Mut bei kommunalen Kulturverantwortlichen Neues zu wagen“ (Männlich, 23 Jahre)

Von manchen Befragten wurde zudem empfohlen, sowohl die Passung der Angebote auf die Zielgruppe als auch die generelle Qualität der Angebote genauer zu evaluieren. Hierbei sollen nicht nur die Merkmale der Angebote selbst berücksichtigt werden, sondern auch die verfügbaren Ressourcen, wie beispielsweise die Art der Literatur in Bibliotheken.

## **Dimension 2: Zugangs- und Informationsmöglichkeiten**

Sehr viele Jugendliche identifizierten die Herausforderungen im öffentlichen Nahverkehr (ÖPNV) und in ländlichen Räumen als Teilhabehürden für den Zugang zu kulturellen Angeboten. Sie verwiesen auf diesbezüglich zu verzeichnenden Verbesserungsbedarf und betonten z.B., dass die Kultur aktiv zu den Menschen kommen sollte, um Zugänglichkeit zu gewährleisten:

„Vor allem Abends könnten Busse z.B. Richtung Theater öfter fahren“ (Männlich, 16 Jahre)

„Zum einen für passende und ausreichend ÖPNV Verbindungen sorgen und zum anderen interessante kulturelle Veranstaltungen zumindest mal in jedes Bundesland bringen oder in die Nähe von jedem Kreis. (So etwas wie Opern, Kunstausstellungen oder Konzerte)“ (Männlich, 16 Jahre)

Verwiesen wurde außerdem auf die Notwendigkeit, Preise und Eintrittsposten zu reduzieren bzw. mehr Ermäßigungen zu schaffen, um mehr Jugendlichen (gerade auch aus ärmeren Familien) einen Zugang zu kulturellen Angeboten zu ermöglichen.

Einer der am häufigsten genannten Aspekte bezog sich auf die Verbesserung von Möglichkeiten, um sich über kulturelle Angebote zu informieren. Dabei wurde insbesondere auf die Notwendigkeit von mehr ansprechender Werbung zu kulturellen Angeboten über soziale Medien, verwiesen. Darüber hinaus wurde aber z. B. auch auf die Wichtigkeit der Bewerbung von kulturellen Angeboten im schulischen Kontext hingewiesen:

„Indem sie mehr Werbung für sich machen (z.B. auf Social Media) und einfach attraktiver für Jugendliche werden (z.B. Digitalisierung).“ (Weiblich, 15 Jahre)

„Aus meiner Sicht würde eine bessere Informationsstruktur die kulturellen Angebote den Menschen näher bringen. Es wird zwar über die Medien Radio und Fernseher informiert, jedoch sind diese bei einer Großzahl meines Bekanntenkreises nicht mehr in aktiver Nutzung. Daher wäre eine Informationsverteilung via Schulen in Form von Durchsagen, Aushängen oder (falls vorhanden) digitale Schulplattformen, wie IServ deutlich effektiver.“ (Weiblich, 19 Jahre)

„Jugendliche / Kinder besser an Angebote heranführen: Dafür sorgen, dass diese von Angeboten wissen (z.B. Flyer austeilen in Schulen) bzw. die Chance haben, diese zu besuchen, unabhängig von Einkommen (z.B. durch Kooperationen mit Schulen und/oder geringere Preise für Schulklassen für Veranstaltungen, sodass die Kosten nicht so hoch ausfallen)“ (Männlich, 16 Jahre)

### Dimension 3: Schulischer Kontext

Äußerungen dieser Dimension standen mit Dimension 2 in enger Verbindung, da hierbei vor allem die Wichtigkeit von Schule als Ort, um Jugendlichen (erste) Zugänge zu Kultur zu ermöglichen, hervorgehoben wurde (etwa durch gemeinsame Besuche kultureller Einrichtungen und Veranstaltungen oder durch das Bereitstellen von Informationen dazu).

„Mehr Besuche kultureller Veranstaltungen von der Schule aus“ (Männlich, 14 Jahre)

„Mehr Präsenz der Programme durch öffentliche Seiten oder auch durch Informati-  
onenweitergabe über Schulen“ (Männlich, 16 Jahre)

„Neben der (Ganztags-)Schule bleibt wenig Zeit für Interessen. Späte Nachmit-  
tagstermine in der Musikschule sind deswegen sehr begehrt und wegen zu wenig  
Lehrer\*innen und Räumen schwer zu bekommen. Ich wünsche mir kulturelle Ex-  
kursionen, die in den Unterricht eingebunden werden. Auch in Angeboten, die  
Schüler\*innen sonst nicht ausprobieren würden (Oper, Graffitis, ...). Am besten sol-  
che, bei denen wir selbst aktiv sein können.“ (Weiblich, 16 Jahre)

#### **Dimension 4: Beteiligung der jungen Menschen**

Die Förderung einer verstärkten Beteiligung junger Menschen an der Planung von kulturellen Angeboten wurde von manchen Befragten als Schlüssel, um bedarfs- gerechte und ansprechende Veranstaltungen zu schaffen, hervorgehoben.

„Außerdem sollte das Interesse der eigenen Beteiligung an Kultur durch Vereine  
und Talentförderung ausgebaut werden.“ (Männlich, 17 Jahre)

Eine Person betonte, wie wichtig die Schaffung von mehr selbstgestalteten Kultur-  
räumen für junge Menschen sei, um eine vielfältige und authentische kulturelle  
Szene zu fördern; dass es hierfür aber auch in anderen Bereichen bessere Rahmen-  
bedingungen für junge Menschen brauche:

„Die besten Kulturangebote für junge Menschen schaffen junge Menschen selbst.  
Damit diese selbstverwaltet Kultur schaffen können, müssen Freiräume gewährt  
werden! Bezahlbarer Wohnraum für Auszubildende und Studierende, niedrige Ba-  
fögschwellen, ein höherer Mindestlohn, die Förderung jeglicher alternativen Frei-  
räume (autonome Zentren, Kinos, Kreativräume etc.)“ (Weiblich, 26 Jahre)

„Selbstverwalteten Freiräumen für junge Menschen (bspw. [Name einer Einrich-  
tung und Stadt]), welche ein Zentrum gelebter Jugendkultur darstellen, werden re-  
gelmäßig Steine in den Weg gelegt.“ (Weiblich, 26 Jahre)

Nicht zuletzt wurde auf die Notwendigkeit von ehrenamtlichem Engagement ver-  
wiesen.

### Dimension 5: (Finanzielle) Förderung

Jugendliche wiesen auf die Bedeutung von Investitionen in kulturelle Einrichtungen und deren regelmäßige Instandhaltung hin, um die Qualität der Angebote zu gewährleisten. Neben der Notwendigkeit einer Bereitstellung von finanziellen Ressourcen wurde auch auf Wichtigkeit einer Bereitstellung sonstiger Unterstützungsressourcen für Anbieter\*innen kultureller Angebote hingewiesen:

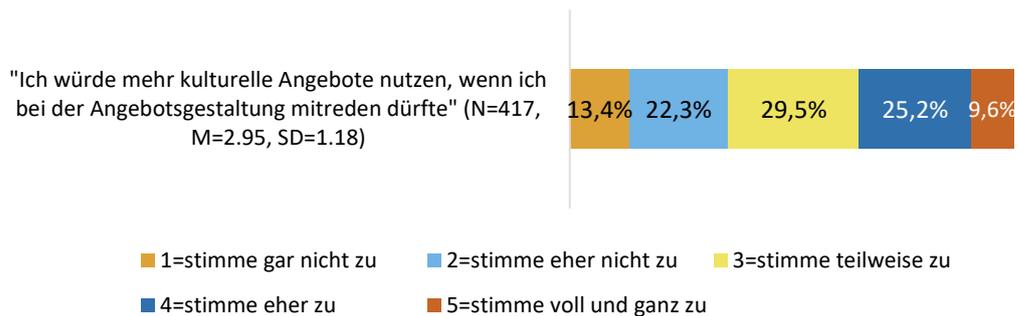
„Man könnte die lokalen Vereine aus der Umgebung mehr fördern. Nicht nur mit Geld, sondern auch mit Wissen, welche Veranstaltungen funktionieren und wie ich sie am besten umsetze.“ (Männlich, 20 Jahre)

Zudem wurde darauf hingewiesen, dass eine Wirtschaftlichkeit von kulturellen Angeboten in ländlichen Gebieten nicht immer gegeben und daher einer Landesförderung wichtig ist, um den Fortbestand entsprechender Angebote zu sichern.

### 3.5.3 Welchen Stellenwert messen Jugendliche und junge Menschen eigenen Mitsprachemöglichkeiten bei der Gestaltung kultureller Angebote bei?

Wie in Kapitel 3.5.2 bereits dargelegt wurde, verwiesen manche der Befragten bei der offenen Frage nach Vorschlägen zur Verbesserung der kulturellen Angebote in ihrer Umgebung auf die Wichtigkeit eigener Beteiligung. Der Stellenwert, den Jugendliche eigenen Mitsprachemöglichkeiten bei der Gestaltung kultureller Angebote beimessen, wurde aber zusätzlich auch quantitativ erhoben. Hierzu sollten die Befragten mittels einer Skala von 1 = „Stimme gar nicht zu“ bis 5 = „stimme voll und ganz zu“ angeben, wie sehr sie der Aussage zustimmen, gerne mehr kulturelle Angebote zu nutzen, wenn sie bei der Angebotsgestaltung mitreden dürften. Wie Abbildung 14 zu entnehmen ist, stimmten eine Mehrheit der Jugendlichen dieser Aussage in Teilen zu. Insgesamt ca. 35% stimmten der Aussage eher oder voll und ganz zu und insgesamt in etwa gleich viele stimmten ihr eher nicht oder gar nicht zu. Es ist anzunehmen, dass die Befragten bei der Beantwortung dieser Frage ganz unterschiedliche Vorstellungen davon hatten, wie genau ein eigenes Mitspracherecht bei der Gestaltung kultureller Angebote aussehen könnte. Zudem ist nicht auszuschließen, dass bei der Beantwortung dieser Frage auch etwaige bisherige (positive und/oder negative) Vorerfahrungen der Jugendlichen mit dem tatsächlichen Einräumen eines Mitspracherechts bei der Gestaltung kultureller Angebote eine Rolle spielten.

Abbildung 14. Zustimmung zur Aussage "Ich würde mehr kulturelle Angebote nutzen, wenn ich bei der Angebotsgestaltung mitreden dürfte"



Bei den verschiedenen Altersgruppen der Befragten fiel die durchschnittliche Zustimmung zu der Aussage sehr ähnlich aus. Signifikante Altersunterschiede waren nicht festzustellen.

Festzustellen war dafür jedoch, dass weibliche Jugendliche der Aussage signifikant stärker zustimmten als männliche. Dementsprechend scheinen Mädchen und junge Frauen eigenen Mitbestimmungsmöglichkeiten bei der Gestaltung kultureller Angebote einen höheren Stellenwert beizumessen.

### 3.5.4 Welchen Stellenwert messen Jugendliche und junge Menschen kulturellen Angeboten zum Thema Nachhaltigkeit bei?

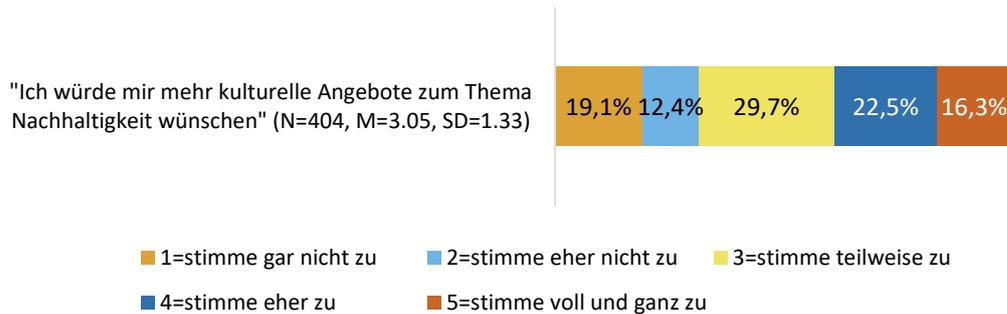
Der Anteil vegetarisch oder vegan lebender Menschen unter Jugendlichen und jungen Menschen ist deutlich größer als in der Gesamtbevölkerung<sup>7</sup> und Klimabewegungen wie Fridays for Future haben bei großen Teilen der Jugendkultur eine sehr hohe Bedeutung. Angesichts dessen lag es nahe, in dieser Befragung auch den Stellenwert, den die Jugendlichen und jungen Menschen kulturellen Angeboten zum Thema Nachhaltigkeit beimessen, genauer in den Blick zu nehmen. Hierzu sollten die Jugendlichen anhand einer Skala von 1 = „stimme gar nicht zu“ bis 5 = „stimme voll und ganz zu“ angeben, wie sehr sie der Aussage zustimmen, sich mehr kulturelle Angebote zum Thema Nachhaltigkeit zu wünschen. Wie Abbildung 15

<sup>7</sup> Heinrich-Böll-Stiftung, Bund für Umwelt und Naturschutz & Le Monde Diplomatique (2021): Fleischatlas. Daten und Fakten über Tiere als Nahrungsmittel. Online abrufbar unter: [https://www.boell.de/sites/default/files/2022-01/Boell\\_Fleischatlas2021\\_V01\\_kommentierbar.pdf](https://www.boell.de/sites/default/files/2022-01/Boell_Fleischatlas2021_V01_kommentierbar.pdf)

## Welche Ergebnisse hat die Auswertung der Jugend-Kultur-Befragung ergeben?

zu erkennen gibt, stimmten ca. 30% dieser Aussage in Teilen zu, etwa 39% stimmten eher oder voll und ganz zu und etwa 31% stimmten eher nicht oder gar nicht zu. Dies lässt erkennen, dass der Stellenwert, den Jugendliche dem Thema Nachhaltigkeit bei kulturellen Angeboten beimessen, sehr unterschiedlich ausfällt. Gleichwohl misst ein durchaus hoher Anteil dem Thema eine große Bedeutung bei.

Abbildung 15. Zustimmung zur Aussage "Ich würde mir mehr kulturelle Angebote zum Thema Nachhaltigkeit wünschen"



19-21-Jährige und 22-27-Jährige stimmten der Aussage im Mittel stärker zu als die jüngeren Gruppen der Befragten (12-14-Jährige und 15-18-Jährige). Signifikante Altersunterschiede waren dabei jedoch nicht festzustellen.

Jedoch zeigte sich ein signifikanter Geschlechterunterschied: Weibliche Jugendliche stimmten der Aussage signifikant stärker zu als männliche. Insofern scheinen weibliche Jugendliche kulturellen Angeboten zum Thema Nachhaltigkeit eine besonders große Bedeutung beizumessen.

## 4. Welche Handlungsempfehlungen ergeben sich aus den Befragungsergebnissen?

### 4.1 Einbezug der Lebenswelt von jungen Menschen in die Kulturentwicklung in Rheinland-Pfalz

Die Jugend-Kultur-Befragung hat ergeben, dass Jugendliche und junge Erwachsene über vielfältige Voraussetzungen zur Teilhabe an Kultur im Kontext ihrer persönlichen und sozialen Lage verfügen. Die Zusammensetzung der Stichprobe weist darauf hin, dass das Interesse an kulturellen Hobbys und Aktivitäten bei privilegierten Jugendlichen wesentlich stärker ausgeprägt ist als bei -benachteiligten Jugendlichen. Finanzielle und Bildungsbezogene Voraussetzungen beeinflussen, wie junge Menschen an der Kultur in Rheinland-Pfalz teilhaben können. Die Weiterentwicklung der Kulturlandschaft in Rheinland-Pfalz sollte demnach insbesondere die Bedarfe benachteiligter junger Menschen in den Blick nehmen. Damit soll die Chancen- und Bildungsgerechtigkeit kultureller Teilhabe gefördert werden. Aufgrund der überwiegenden Beteiligung von Schüler\*innen, die das Gymnasium besuchen und der damit einhergehenden bildungsbiografischen Verzerrung der Ergebnisse wird außerdem empfohlen, zukünftig verstärkt die Perspektiven und Bedarfe von jungen Menschen aus Förderschulen, integrierten Gesamtschulen und anderen Schulformen für die Kulturentwicklungsplanung einzuholen. Das Interesse an kulturellen Hobbys und Aktivitäten scheint, so die Analyse, bei weiblichen Teilnehmenden ausgeprägter zu sein als bei männlichen Teilnehmenden. Bestimmte kulturelle Hobbys werden – stereotypen Vorstellungen entsprechend – wesentlich häufiger von jungen Menschen eines bestimmten Geschlechts ausgeübt (Gaming bei Jungen, Tanzkurse und Tanzen zuhause bei Mädchen). Es gilt daher, Maßnahmen zu entwickeln, die das Bewusstsein dafür schärfen, dass *alle* Hobbys *allen* jungen Menschen (unabhängig ihres Geschlechts) gleichermaßen offenstehen.

Die Lebenswelt von jungen Menschen wird maßgeblich durch Bildungsinstitutionen mitbestimmt. In allen Altersgruppen wird vor allem fehlende Zeit von einem Großteil der Jugendlichen als Grund dafür angeführt, seltener kulturellen Hobbys nachzugehen und kulturelle Angebote wahrzunehmen, als eigentlich gewünscht. Aufgrund des deutlichen „Bildungs-Bias“ in der Stichprobe ist anzunehmen, dass schulische Anforderungen hierbei eine besonders große Rolle spielen. Gerade für viele 12-14-Jährige ist die Frage relevant, wie sie in den Ferien an kulturellen Angeboten teilhaben können. Es gilt daher, Maßnahmen entsprechend auf die zeitlichen (Un-)Möglichkeiten von Jugendlichen abzustimmen, daran weiterzuentwickeln und Bildungsinstitutionen in die Weiterentwicklung der Kulturlandschaft in Rheinland-Pfalz einzubeziehen.

Wo junge Menschen in Rheinland-Pfalz leben, hat Einfluss auf ihre kulturelle Teilhabe. In der Analyse wurden Auswertungen sowohl für ländliche als auch für urbane Räume vorgenommen. Vor allem unter den 15-18-Jährigen und unter den 22-27-Jährigen führt ein beträchtlicher Anteil an, dass es zu wenig kulturelle Angebote in ihrer Wohnortnähe gibt und die Erreichbarkeit aufgrund fehlender öffentlicher Verkehrsmittel erschwert ist. Bei fast allen kulturellen Angeboten ist die Unzufriedenheit der Jugendlichen in ländlichen Regionen deutlich höher als in städtischen Regionen. Ob junge Menschen in ländlichen Räumen zu zentralen Kulturangeboten Zugang erhalten, entscheidet in vielen Fällen die Mobilität der Eltern. Dementsprechend sind Konzepte zu entwerfen, die dezentrale Kulturentwicklung ermöglichen und Mobilitätsherausforderungen im Jugendalter mitdenken.

Vor dem Hintergrund, dass sich die Lebensrealitäten der Jugendlichen, die an dieser Befragung teilnahmen, je nach Altersgruppe stark unterscheiden können (was teils auch von den Jugendlichen selbst bei der Beantwortung der offenen Frage artikuliert wurde) gilt es zudem, noch stärker in den Blick zu nehmen, welche kulturellen Angebote für welche Altersgruppe(n) zugänglich und geeignet sind. Zentral wird hierbei auch empfohlen langfristige Erkenntnisse über ein Monitoringverfahren zu erheben, damit die Kulturlandschaft auf die sich wandelnden Bedarfe der unterschiedlichen Generationen aktiv eingehen kann.

Da für die Zielgruppe der unter 12-Jährigen aufgrund der Anlage des Auftragsdesigns keine Erkenntnisse vorliegen, wird empfohlen, zukünftig insbesondere Kinder an der Kulturentwicklungsplanung zu beteiligen, um auch deren Lebenswelt und Perspektiven einbeziehen zu können.

## 4.2 Förderung einer sicheren und beteiligungorientierten Kulturlandschaft für junge Menschen in Rheinland-Pfalz

„Die besten Kulturangebote für junge Menschen schaffen junge Menschen selbst.“  
(weiblich, 26 Jahre)

So drückt eine Befragungsteilnehmerin aus, dass Beteiligung von jungen Menschen eines der zentralen Qualitätsmerkmale von kulturellen Angeboten darstellt. Beteiligung sollte dabei als Prozess verstanden werden, der von der Planung, über die Durchführung, bis zur Evaluation der Kulturlandschaft in Rheinland-Pfalz führt. Es gilt zudem, mitzudenken, dass manche Jugendliche bisher womöglich erst wenig Berührungspunkte mit tatsächlichen Mitbestimmungsmöglichkeiten gemacht haben oder in dieser Hinsicht lediglich schlechte Erfahrungen gemacht haben (z. B. in Form von Versprechungen, die dann letztendlich doch nicht eingehalten wurden). Umso wichtiger ist daher, Jugendliche deutlich spüren zu lassen, dass ihre Stimme Gehör findet und ihre Wünsche bei der Gestaltung und Verbesserung kultureller Angebote berücksichtigt werden.

Zu empfehlen sind in diesem Zusammenhang auch das Schaffen und das Ausbauen von selbstverwalteten Kulturräumen für junge Menschen sowie die Förderung ehrenamtlichen Engagements.

Bei alledem sind aber unbedingt auch Rahmenbedingungen mitzudenken, die einer Teilhabe junger Menschen im Weg stehen könnten. Die Kulturlandschaft ist ein zentrales Element der sozialen Infrastruktur und sollte auch so weiterentwickelt werden. Neben der bereits in Kapitel 4.1 erwähnten schlechten ÖPNV-Anbindung vieler Jugendlicher im ländlichen Raum ist hierbei unbedingt auch an mögliche Hürden für Jugendliche mit Behinderungen, Beeinträchtigungen und Krankheiten physischer, geistiger und psychischer Art zu denken. Entsprechende Hürden gilt es zu ermitteln und so gut wie möglich zu reduzieren, um allen Jugendlichen gleichberechtigte Chancen zur Teilhabe und zur Mitgestaltung kultureller Angebote zu ermöglichen. Nicht weniger wichtig ist weiterhin, dass junge Menschen sich an den Orten, an denen sie kulturelle Angebote in Anspruch nehmen, jederzeit hinreichend sicher fühlen können. Um dies zu

realisieren, ist eine Förderung der Entwicklung von Schutzkonzepten in kulturellen Einrichtungen von elementarer Bedeutung. In diesem Zusammenhang ist nicht zuletzt an das Schaffen von „Safe Spaces“, insbesondere für weibliche Jugendliche und Jugendliche aus marginalisierten Gruppen, zu denken. Wichtig sind in diesem Kontext weiterhin Maßnahmen zur Schulung von Veranstalter\*innen kultureller Veranstaltungen und von Angestellten in kulturellen Einrichtungen – etwa im Hinblick auf das frühzeitige Erkennen von (sexueller) Belästigung oder Gewalt bzw. entsprechender „Vorstufen“ und im Hinblick auf Möglichkeiten zur Deeskalation von Konflikten.

In der Befragung wurde das Bedürfnis nach einem größeren Sicherheitsgefühl insbesondere mit Blick auf Clubs und Konzerte artikuliert. Wenngleich Maßnahmen, wie die Implementierung von Schutzkonzepten, die Schulung von Mitarbeiter\*innen etc. dort sicherlich besonders dringend geboten sind, sollten sie jedoch bei allen anderen kulturellen Orten – vom Museum, über das Kino bis hin zum Jugendkulturzentrum nicht minder bedacht werden.

### **4.3 Entwicklung von innovativen und bedarfsgerechten Kulturangeboten für Jugendliche und junge Erwachsene in Rheinland-Pfalz**

Bei der Adressierung von Jugendlichen sollte darauf geachtet werden, welche Zielgruppe erreicht werden soll und über welche Kanäle diese am besten erreicht werden kann. So spielen digitale Medien, insbesondere soziale Medien wie WhatsApp und Instagram, eine entscheidende Rolle bei der Informationsbeschaffung junger Menschen über kulturelle Angebote in Rheinland-Pfalz. Um Jugendliche auf kulturelle Angebote aufmerksam zu machen, sollten daher gezielt soziale Medien genutzt werden, die von den Jugendlichen regelmäßig genutzt werden. Dies gilt auch für das unter Jugendlichen besonders relevanten Kommunikationsmedium WhatsApp, das grundsätzlich vorwiegend zur Kommunikation mit Peers genutzt wird. So kann dort z. B. die Möglichkeit mitbedacht werden, dass Kulturschaffende eigene Kanäle erstellen und mit relevanten Informationen (z.B. zu besonderen bald anstehenden Events) „bespielen“ können, die dann von Nutzer\*innen abonniert

werden können. Hierdurch können Informationen potenziell sehr schnell verbreitet werden.

Bei den meisten Jugendlichen erscheint zudem eine Adressierung über Instagram besonders zielführend. Gerade bei Jüngeren (12-14-Jährigen) erscheint auch eine Adressierung über weitere soziale Medien wie SnapChat und YouTube zielführend!

Manche sozialen Medien scheinen von Jugendlichen eines bestimmten Geschlechts stark bevorzugt zu werden, um kulturelle Hobbys zu teilen (YouTube, Discord und Twitch bei Jungen, Pinterest bei Mädchen). Dies kann zur gezielten Adressierung von mehr Jungen / jungen Männern bzw. Mädchen / jungen Frauen nutzbar gemacht werden (z.B. auch, um gerade dort gezielt auf „non-stereotype“ Angebote aufmerksam zu machen)

Was die Realisierung komplett digitaler kultureller Angebote angeht, zeigen Ergebnisse dieser Studie, dass die Ansichten der Jugendlichen dazu, inwiefern diese einen Mehrwert versprechen könnten, auseinandergehen. Da ein gewisser Teil der Jugendlichen auch digital realisierten kulturellen Angeboten gegenüber digitalen Angeboten aufgeschlossen ist, sollten kulturelle Einrichtungen und Kulturschaffende generell mitdenken, inwiefern bestimmte Angebote möglicherweise (auch) digital realisiert werden könnten, um manche Jugendliche dadurch womöglich noch besser zu erreichen und auf diesem Wege vielleicht sogar zugleich auf für „analoge“ Angebote noch stärker begeistern zu können. Nicht zuletzt ist auch an hybride Formate, in denen z. B. mit VR-Brillen oder Augmented Reality und Gamification-Elementen gearbeitet wird, zu denken. Es ist davon auszugehen, dass viele solcher Formate in besonderem Maße geeignet sein können, um auch manchen Jugendlichen, die zuvor wenig Berührungspunkte mit kulturellen Angeboten hatten, einen ersten Zugang zu ermöglichen und Interesse zu wecken.

Ergebnisse dieser Befragung zeigen, dass bestimmte kulturelle Aktivitäten, wie z. B. der Besuch von Lesungen, aber auch der Besuch von (Jugend-)Kulturzentren nur für einen sehr geringen Teil der Jugendlichen eine Rolle spielen. Möglicherweise sind entsprechende Angebote vielen Jugendlichen gar nicht oder kaum bekannt. Gerade bei all solchen kulturellen Angeboten erscheinen daher Maßnahmen zur Entwicklung neuer und innovativer Konzepte, um mehr und neue Jugendliche mit entsprechenden Angeboten vertraut zu machen, wichtig. Im Zusammenhang mit Lesungen kann hierbei etwa auf das mögliche Einbeziehen sogenannter „Bookfluencer\*innen“, die bei einigen Jugendlichen sehr beliebt sind, verwiesen werden.

Welche Handlungsempfehlungen ergeben sich aus den Befragungsergebnissen?

## 5. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1. Altersverteilung (N=602) .....	13
Abbildung 2. Schulform (N=425).....	13
Abbildung 3. Zuhause überwiegend gesprochene Sprache (N=593) .....	14
Abbildung 4. Sieben am häufigsten genannte kulturbezogene Hobbys (N=602)..	15
Abbildung 5. Sieben am häufigsten genannte kulturbezogene Hobbys, differenziert nach Geschlecht.....	16
Abbildung 6. Häufigkeit des Ausübens kulturbezogener Aktivitäten.....	17
Abbildung 7. Sieben am häufigsten genannte kulturbezogene Dinge, für die gerne Geld ausgegeben wird .....	18
Abbildung 8. Sieben am häufigsten genannte Informationskanäle bzgl. kultureller Angebote (N=602).....	19
Abbildung 9. Sieben am häufigsten genannte Medien zum Teilen kultureller Hobbys (N=602) .....	20
Abbildung 10. Zustimmung zur Aussage "Ich würde mehr kulturelle Angebote nutzen, wenn sie auch digital verfügbar wären" .....	21
Abbildung 11. Zufriedenheit mit kulturellen Angeboten .....	23
Abbildung 12. Mittelwerte Zufriedenheit mit kulturellen Angeboten, differenziert nach Stadt vs. Land (N Land=178-325, N Stadt=60-135).....	25
Abbildung 13. Am häufigsten genannte Hinderungsgründe für die Nutzung kultureller Angebote .....	30
Abbildung 14. Zustimmung zur Aussage "Ich würde mehr kulturelle Angebote nutzen, wenn ich bei der Angebotsgestaltung mitreden dürfte" .....	35
Abbildung 15. Zustimmung zur Aussage "Ich würde mir mehr kulturelle Angebote zum Thema Nachhaltigkeit wünschen" .....	36

ism gGmbH

Flachsmarktstr. 9

55116 Mainz

[www.ism-mz.de](http://www.ism-mz.de)

[ism@ism-mz.de](mailto:ism@ism-mz.de)

06131/24041-10