

# Kulturmfrage

## Umfrage zu Nichtbesuchenden der Kultur in Karlsruhe

---

Kulturamt Karlsruhe &  
Hochschule für Angewandte  
Wissenschaften Kiel  
Zusammenfassung der  
zentralen Ergebnisse



# Ziele der Untersuchung

- Verständnis der Hinderungsgründe für Nichtbesuch von Kulturangeboten in Karlsruhe
- Analyse der Kombination aus persönlichen Eigenschaften, Lebensumständen und Motivation
- Identifikation gesellschaftlich relevanter Zielgruppen für kulturpolitische Maßnahmen
- Fokus: zugangsfördernde und -verhindernde Faktoren zu Kunst, Kultur und Veranstaltungen

# Theoretischer Rahmen und Modelle

## Motivation als Schlüsselindikator

- Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit (Big Five) nach Costa & McCrae (1992)
- Erfassung von Offenheit, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit, Neurotizismus (44 Items)
- Mehrdimensionales Motivationsmodell mit Volition, Habitus, Motiven
- Angelehnt an Bourdieu (1984) sowie Deci & Ryan (2000)
  
- Volition: Bereitschaft, sich mit Kulturangeboten auseinanderzusetzen
- Habitus: erlernte Dispositionen, Routinen und mögliche Hürden
- Motive: emotionale und soziale Antriebskräfte
- Motivation nur schwach mit Einkommen und Bildung verknüpft
- Stärkere Zusammenhänge mit Persönlichkeitsmerkmalen und emotionaler/sozialer Resonanz

# Stichprobe und Feldzugang

- Erhebungszeitraum: 24. Februar – 21. April 2025
- 35 Fragen, überwiegend Multiple Choice
- 25.000 zufällig ausgewählte Einwohner\*innen aus dem Einwohnermelderegister
- 3.000 vollständige und auswertbare Rückmeldungen (Rücklaufquote 12 %)
- Einladung per Post mit Zugang zu einem Online-Fragebogen; Erfassung nur online
- Auswertung der Daten via KI
- Breite Streuung nach Alter, Geschlecht und Stadtteilen angestrebt
- Folgende drei Altersgruppen waren mit einem Anteil von jeweils 1/3 in der Stichprobe vertreten:
  - 18-26 Jahre
  - 27-60 Jahre
  - ab 61 Jahre

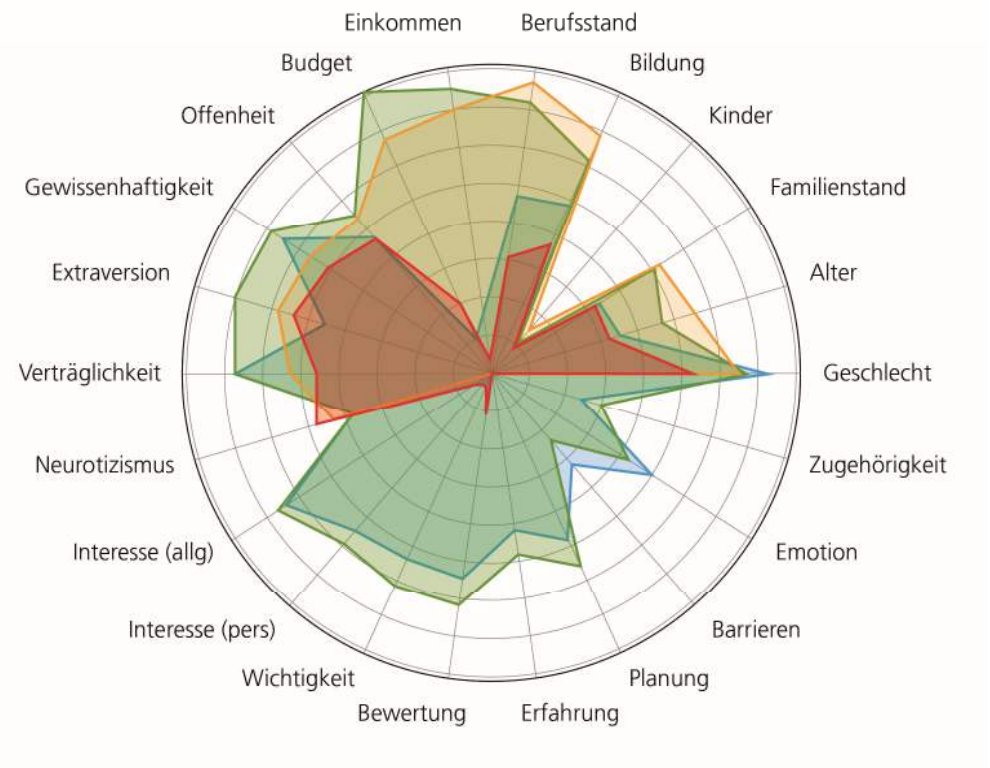
# Erhebungsinstrumente und Clusteranalyse

- Strukturierter Fragebogen mit mehreren Merkmalsdimensionen
- Soziodemografie: u. a. Geschlecht, Alter, Familienstand, Kinder, Bildung, Beruf, Einkommen
- Psychografie: Persönlichkeit nach Big Five (44 standardisierte Items)
- Motivation: Volition, Habitus, Motive
- Nicht informative Merkmale (z. B. Staatsangehörigkeit) aus Analyse ausgeschlossen
  
- Datenbereinigung, Imputation bzw. Ausschluss fehlender Werte, Standardisierung relevanter Variablen
  
- Explorative Clusteranalyse zur Identifikation homogener Gruppen
- Vier-Cluster-Lösung erwies sich als optimal (Varianzanalysen & inhaltliche Plausibilität)
- Segmentierung nach: Soziodemografie, Persönlichkeit (Big Five), Motivation (Volition, Habitus, Motive)

## Cluster 1 (rot) : kulturell distanziert

- junge, alleinstehende Frauen mit niedrigem Sozialstatus
- Geringes Einkommen, aber relativ hohes Budget; mittlere Big-Five-Ausprägungen
- Sehr niedrige kulturelle Motivation, kaum Erfahrungen oder Pläne, schwer aktivierbar

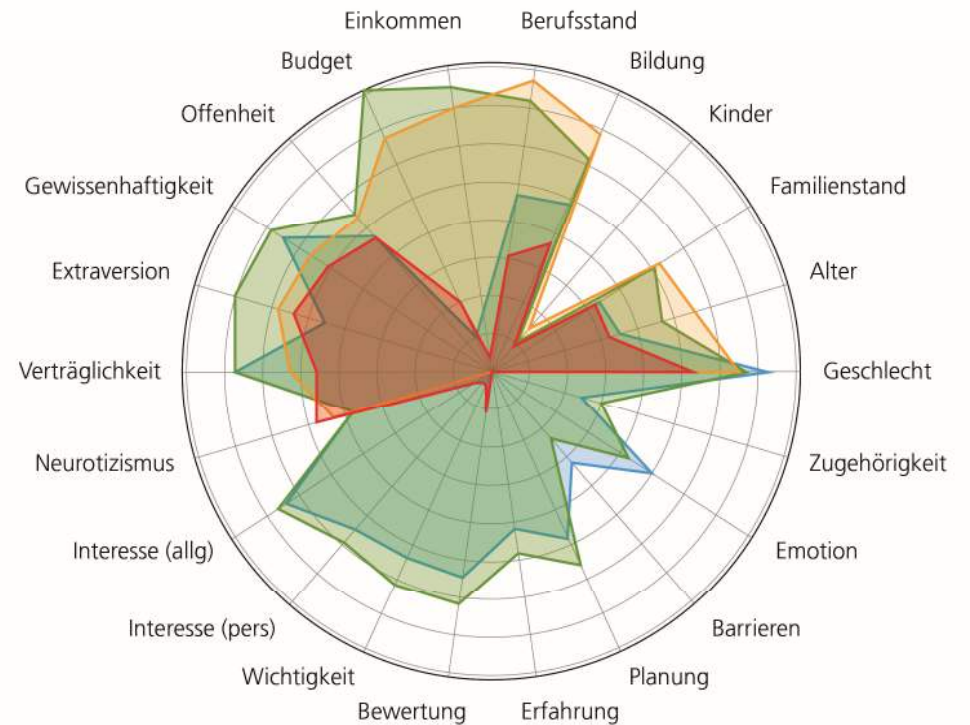
## Cluster Radar Chart



## Cluster 2 (orange): kulturell distanziert

- ältere, gut ausgebildete  
Personen mit hohem  
Einkommen
- Trotz günstiger Ressourcen  
ähnlich geringe kulturelle  
Motivation wie Cluster 1

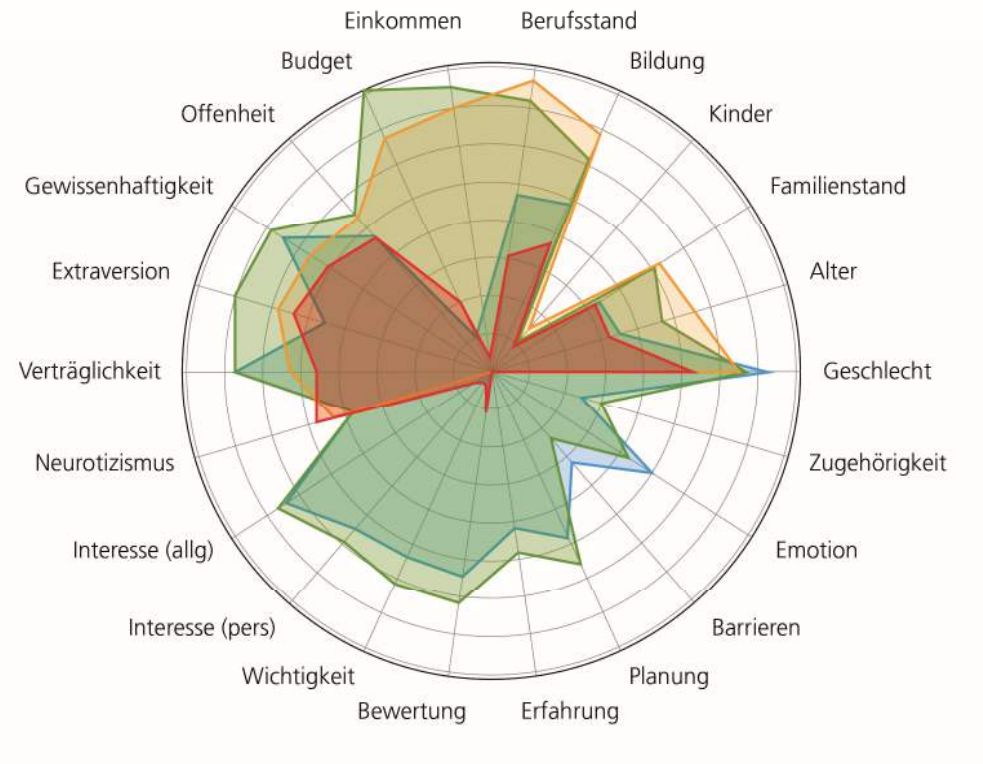
### Cluster Radar Chart



## Cluster 3 (blau) : kulturell aktivierbar

- jüngere Männer mit mittlerem Sozialstatus und niedrigem Einkommen
- Hohe kulturelle Motivation, ausgeprägte Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit
- Geplante Besuche übersteigen bisherige Erfahrungen – hohes Aktivierungspotenzial

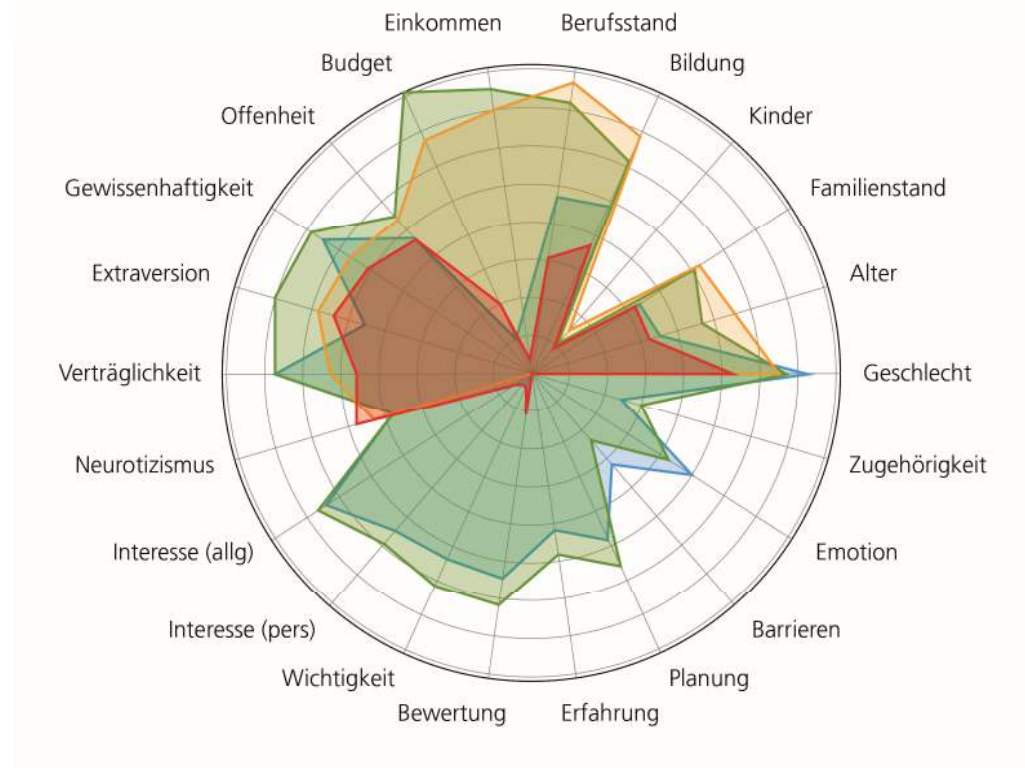
### Cluster Radar Chart



## Cluster 4 (grün): kulturell aktivierbar

- Frauen und Männer mittleren Alters, hohe Bildung und Einkommen
- Kulturell offen, ähnlich motiviert wie Cluster 3; emotionale Zugehörigkeit und Freude zentral

### Cluster Radar Chart



# Fazit und Handlungsempfehlungen

- Monetäre Ressourcen sind nicht entscheidend für kulturelle Teilhabe
- Psychologische Faktoren wie Emotionen und soziale Zugehörigkeit sind zentral
- Cluster 3 und 4 weisen ein ausbaufähiges motivationales Potenzial auf
- Empfehlung: Angebote mit sozialem Erlebnis-Charakter, emotionalem Mehrwert und geringeren Barrieren
- Berücksichtigung von Zeitmangel, Wegstrecke und fehlender Begleitung bei der Angebotsplanung