

**Die Teilnehmenden der
Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel**

Merkmale - Motive - Erfahrungen 2016/17

Ergebnisse der fünften Teilnehmerbefragung

Herausgegeben von der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel e. V.

Bearbeitung: Karl Ermert

© Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel e. V.

Kontakt und Bestellungen:

Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel e. V.

Postfach 1140

38281 Wolfenbüttel

Tel: 05331-808-411

Fax: 05331-808-413

E-Mail: post@bundesakademie.de

Die Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel im Internet:

www.bundesakademie.de

Inhaltsübersicht:

Vorwort	5
1. Die Befragungen und ihre Anlage	6
2. Wer besucht die ba•?	8
3. Wer besucht welchen Programmbereich?	10
4. Woher kommen die Teilnehmenden der ba•?.....	11
5. Wie beurteilen die Teilnehmenden die ba•?	14
6. Wie viele Teilnehmende kommen wieder? Kundenbindung und Entwicklungsdynamik	16
7. Geschlechterverteilung oder: Viel mehr Frauen als Männer	17
8. Wie alt sind die Teilnehmenden?	20
9. Wie nützlich ist das Angebot der ba• für die Teilnehmenden?	22
10. Wie erfahren die Teilnehmenden von der ba•?	23
11. Wo sind die Teilnehmenden im Kulturbereich tätig?	25
12. Worin unterscheiden sich Erstbesucher und Mehrfachbesucher_innen?.....	28
13. Resümee	35
14. Fragebogen.....	36

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Anteile der Bundesländer am TNN-Aufkommen der ba• 2017	11
Abbildung 2:	Beteiligungsquoten der Bundesländer 2017	12
Abbildung 3:	Beteiligungsquoten der Bundesländer 2013 und 2017.....	13
Abbildung 4:	Verteilung der Erst- und Mehrfachteilnahmeanteile in den Programmbereichen.....	16
Abbildung 5:	Geschlechterverteilung in den Programmbereichen (außer Musik)	18
Abbildung 6:	Verteilung der Altersgruppen in der Gesamtteilnehmendenschaft in 2016/17	20
Abbildung 7:	Verteilung der Altersgruppen auf die Programmbereiche 2016/17	21
Abbildung 8:	„Impulse für die Arbeit der TNN“ in den Programmbereichen und im Gesamtdurchschnitt 2016/17.....	22
Abbildung 9:	Bei welcher Art von Tätigkeit werden die TNN insgesamt und nach Männern und-Frauen durch die Veranstaltungen unterstützt?.....	22
Abbildung 10:	Kulturbezogene Tätigkeitsfelder der Befragten im Vergleich von 2013/14 zu 2016/17	25
Abbildung 11:	Arbeitsfelder in der Kulturvermittlung im Vergleich von 2013/14 und 2016/17	26
Abbildung 12:	Wie viele kulturelle Arbeitsfelder geben die TNN eines Tätigkeitsbereiches im Durchschnitt an?.....	27
Abbildung 13:	Altersgruppen bei Erst- und Mehrfach-TNN 2016/17	28
Abbildung 14:	Entwicklung der Kostenübernahme durch die beschäftigende Institution bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen 2003 bis 2016/17.....	29
Abbildung 15:	Kulturbezogene Tätigkeitsfelder nach Erst- und Mehrfachbesuchern 2016/17	31
Abbildung 16:	Arbeitsfelder der Kulturvermittlung bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen	32
Abbildung 17:	Informationswege zur ba• nach Erst- und Mehrfachteilnahmen 2016/17	33
Abbildung 18:	Unterstützung der Teilnehmenden durch Veranstaltungsteilnahme bei ihren kulturellen Aktivitäten	34

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Einige Strukturmerkmale der Teilnehmenden im Vergleich 2005/6 bis 2016/17	8
Tabelle 2:	Beurteilung der Leistungsaspekte 2008/9 bis 2016/17	14
Tabelle 3:	Erwerbsstruktur bei Männern und Frauen 2016/17	19
Tabelle 4:	Altersstruktur in den Programmbereichen und Gesamt.....	20
Tabelle 5:	Unterstützung der TNN-Tätigkeiten durch Veranstaltungen nach Programmbereichen.....	23
Tabelle 6:	Informationswege zur ba•2003-20017	24
Tabelle 7:	Kostenträger_in für die Veranstaltungsteilnahme und Teilnahmehäufigkeit	29
Tabelle 8:	Struktur der Erwerbssituation nach Erst- und Mehrfachbesucher_innen 2008/9 bis 2016/17	30

Vorwort

Die Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel (ba•) hat sich der Fort- und Weiterbildung von Kulturschaffenden, Kulturvermittler_innen und anderen in der Kultur Tätigen verschrieben. Das jährlich erscheinende Programm in den Bereichen Bildende Kunst (bk), Darstellende Künste (dk), Kulturpolitik, -management und -wissenschaft (ku), Literatur (lit) sowie Museum (mm) und Musik (mu) orientiert sich an den Bedarfen und Bedürfnissen der Teilnehmenden und versucht gleichzeitig, aktuellen Entwicklungen in deren Tätigkeitsfeldern einen Schritt voraus zu sein. Um Merkmale, Motive und Erfahrungen der Besucher_innen noch besser kennen zu lernen, werden regelmäßig Teilnehmenden-Befragungen durchgeführt. Seit 2003 werden diese im Abstand von circa drei bis vier Jahren in einem Evaluationsbericht gebündelt.

Der nun bereits fünfte Evaluationsbericht bescheinigt der ba• ein sehr gutes Zeugnis, in einigen Teilen sogar eine stetige positive Steigerung der Ergebnisse im Sinne der Kundenzufriedenheit, aber auch in anderen für den Fort- und Weiterbildungsbetrieb wichtigen Kennzahlen. Vor allem wird aber im Vergleich der Berichte deutlich, dass die ba• es trotz immer schnellerer Veränderungen der Kultur- und Förderlandschaft und neuer Herausforderungen wie Digitalisierung und Diversität schafft, ein gleichbleibend qualitativvolles Angebot und Ambiente der kulturellen und künstlerischen beruflichen Fort- und Weiterbildung anzubieten, das nachgefragt ist. Das ist kein Grund, sich zukünftig auszuruhen, sondern steter Ansporn, noch mehr und diversere Teilnehmende mit passgenauen Angeboten zu erreichen.

Im Folgenden werden einige zentrale Ergebnisse der Untersuchung dargestellt. Zentrale Aussagen finden sich für den „eiligen Leser“ in farbigen Kästen. Die Darstellung folgt, soweit möglich und sinnvoll, dem Muster der früheren Berichte und nimmt häufig darauf Bezug. Damit wird der Vergleich der Untersuchungsergebnisse erleichtert. Mit den mittlerweile fünf vorliegenden Befragungen existiert nun quasi eine Längsschnittuntersuchung der Entwicklungen des Teilnehmermarktes und des Teilnehmerbezugs der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel über die vergangenen rund 14 Jahre. Für die Leser_innen, die sich die Mühe des Studiums machen, wird die Arbeit der ba• in einem Ausmaße transparent, wie bei kaum einer vergleichbaren Bildungsinstitution.

Zu danken ist an dieser Stelle Karl Ermert, Direktor der Bundesakademie von 1999 – 2011, der diesen Bericht auf der Grundlage der erhobenen Daten ausgearbeitet hat vor dem Hintergrund der genauen Kenntnis vorhergehender Berichte.

Das Team der Bundesakademie wünscht Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre und dankt schon jetzt für Anregungen, Kommentare und Kritik.

Vanessa-Isabelle Reinwand-Weiss, im September 2018

I. Die Befragungen und ihre Anlage

Seit 2003 führt die Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel regelmäßig Teilnehmenden-Befragungen durch. Sie gehören als Selbstevaluation zum Qualitätsmanagement der ba.¹

Einbezogen wurden in der jetzigen, fünften Befragung Teilnehmende (TNN) aus Seminaren/Kursen bzw. Tagungen die von den Programmbereichen der Akademie in den Jahren 2016/17 veranstaltet wurden.² Insgesamt wurden 1.616 Personen, genauer: Teilnahmefälle, durch die Befragungen erfasst. In den Programmbereichen wurden zwischen 12 und 28 Veranstaltungen der Programmbereiche einbezogen. Das ist kein Idealfall der Verteilung. Nicht jeder Programmbereich hat seine Veranstaltungen mit der gleichen Regelmäßigkeit befragt. Allerdings finden in den Programmbereichen vor dem Hintergrund unterschiedlicher struktureller Gegebenheiten unterschiedlich viele Veranstaltungen statt. Überdies macht es z. B. nicht viel Sinn, in mehrphasigen Lehrgängen die Teilnehmer in jeder Phase erneut zu befragen. Insofern waren die Programmbereiche auch aus objektiven Gründen mit unterschiedlichen Befragtenzahlen vertreten. Und schließlich wurden insgesamt etwa doppelt so viele TNN durch die Befragung erfasst wie in den Befragungen zuvor.

Die Stichprobe des Rücklaufs stimmt im Hinblick auf die Merkmale "Geschlecht", "Herkunfts-Bundesland" und "Programmbereiche der besuchten Veranstaltungen" in hohem Maße mit der Grundgesamtheit der insgesamt befragten TNN überein. Die Ergebnisse dieser Stichprobe können also in der Tendenz auf alle Befragten übertragen werden. Für das Aktivitätsspektrum der Akademie in seiner Gesamtheit darf davon ausgegangen werden, dass die Ergebnisse damit weitgehend repräsentativ sind.

Der Fragebogen von 2003 enthielt 50 Fragen. Die Befragungen 2005/6 und 2008/9 umfassten aus arbeits- und zeitökonomischen Gründen 31 bzw. 32 Fragen. Sie waren bis auf kleinere Veränderungen aus dem Fragebogen von 2003 übernommen worden, um möglichst gute Vergleichbarkeit herzustellen.

Der jetzt eingesetzte Fragebogen wurde von der jetzigen Akademieleitung zunächst für die vierte Teilnehmendenbefragung 2013/14 entwickelt und enthält jetzt, in 2016/17, noch 27 Fragen. Sie unterscheiden sich teilweise von denen der früheren Befragungen. Eine Vergleichbarkeit zu diesen früheren Befragungsergebnissen ist daher nicht mehr vollständig gegeben, dafür wurden einige neue Aspekte abgefragt, nicht zuletzt zum Tätigkeitshintergrund der TNN.

Im Unterschied zu der Befragung 2003 wurden in allen folgenden Befragungen, so auch in der aktuell vorliegenden, aus pragmatischen Gründen die TNN jeweils am Ende der Veranstaltung gebeten, den Fragebo-

¹ Dieter Gnahn: Die Teilnehmenden der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel: Merkmale – Motive – Erfahrungen. Ergebnisse einer Befragung. Wolfenbüttel 2004. 162 S.

Karl Ermert: Die Teilnehmenden der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel. Merkmale – Motive – Erfahrungen 2005/6. Ergebnisse der zweiten Teilnehmerbefragung. Wolfenbüttel 2007. 117 S.

Karl Ermert: Die Teilnehmenden der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel. Merkmale – Motive – Erfahrungen 2008/9. Ergebnisse der dritten Teilnehmerbefragung. Wolfenbüttel 2010. 152 S.

Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel (Hrsg.): Die Teilnehmenden der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel. Merkmale – Motive – Erfahrungen 2013/14. Ergebnisse der vierten Teilnehmerbefragung. Bearb. Karl Ermert. Wolfenbüttel 2015. 39 S.

² Die TNN aus Projekten außerhalb der Programmbereiche wurden nicht befragt. Sie bleiben daher auch in den weiteren Betrachtungen unberücksichtigt.

gen gleich auszufüllen. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist dieser Unterschied in der Befragungssituation grundsätzlich zu berücksichtigen. Das betrifft nicht so sehr die Erhebung der soziodemografischen Merkmale der TNN. Diese Ergebnisse dürften relativ unabhängig von Zeitpunkt und Situation der Befragung sein (solange die Befragung sich zeitlich nicht allzu weit von Anlass und Bezugsthemen der Befragung entfernt). Gerade diese Merkmale systematisch und unabhängig von den täglichen Erfahrungen zu kennen und reflektieren zu können, ist jedoch aus Sicht der Akademie sehr wichtig.

Unterschiede treten bei den Fragen zur Bewertung der Seminare und ihrer Rahmenbedingungen auf. Ein Vorteil der Befragung am Ende von Veranstaltungen besteht in der Frische und Unmittelbarkeit der Eindrücke. Eben darin besteht auch eine Ambivalenz. Die Befragungssituation am Ende von Veranstaltungen kann durch die gruppensdynamische Situation beeinflusst sein. Positive Erfahrungen werden positiver, kritische Erfahrungen kritischer beurteilt. Bei Befragungen mit zeitlichem Abstand wird dagegen der davon unabhängige und nachhaltigere, quasi kühlere Eindruck erhoben. Dies muss beim Vergleich der Ergebnisse von 2003 zu den weiteren Befragungen bedacht werden.

Ganz unmöglich war es, wie auch schon bei den vorherigen Befragungen, die Fülle der Ergebnisse vollständig in Schaubildern und Text darzustellen und zu interpretieren. Der folgende Text enthält eine kleine Auswahl, die überwiegend durch das Interesse der Akademie an praktischen Fragen und Folgerungen für die konkrete Fortbildungsarbeit bestimmt ist.

Der Leser_in steht bei Interesse ein Anhang mit den Ergebnistabellen der durchgeführten Auswertungen zur Verfügung. Er kann bei der ba• angefordert werden.

2. Wer besucht die ba•?

Wenn die Informationen der Tabelle 1 übersetzt werden, kann man sagen: Der/die meist vorkommende Teilnehmende der Bundesakademie ist weiblich, Mitte 40, wohnt in Norddeutschland, hat eine Vorausbildung im Kulturbereich. Sie ist meist vollzeit erwerbstätig und ist im Kulturbereich beruflich oder ehrenamtlich auch aktiv. Sie ist überwiegend als Kulturvermittlerin tätig. Die Kosten ihrer Fortbildung zahlt sie im Regelfall selbst.

Tabelle 1: Einige Strukturmerkmale der Teilnehmenden im Vergleich 2005/6 bis 2016/17

	2005/6 (Anteil in % aller Antwortenden)	2008/9 (Anteil in % aller Antwortenden)	2013/14 (Anteil in % aller Antwortenden)	2016/17 (Anteil in % aller Antwortenden)
Anteil Frauen	73	75	80	76
Alter von 31 bis 50 Jahren	57	57	53*	50*
Wohnort in Niedersachsen	32	37	38	33**
Vorausbildung im Kulturbereich	76	77	71	71
vollzeiterwerbstätig	52	57	52	55
Kostenübernahme für Fortbildung selbst	68	60	63	59
Kostenübernahme durch Arbeitgeber	21	29	25	28
Veranstaltungsbesuch unterstützt in der hauptberuflichen Arbeit	Nicht gefragt	Nicht gefragt	72	71
in Kulturarbeit beruflich oder ehrenamtlich aktiv	Nicht gefragt	Nicht gefragt	84	85
in der Kulturproduktion tätig	37	28	32	36
in der Kulturvermittlung tätig	58	58	73	60

* Wg. anderer Altersgruppeneinteilung in diesen Befragungen die Altersgruppe 36 bis 55 Jahre

** Das ist die Angabe der in 2016/17 befragten TNN. Die hausinterne Belegungsstatistik weist einen höheren Wert aus (s. Abbildung 1, S. 11).

Von 2005/6 an ergaben sich einige interessante Verschiebungen in den Teilnehmendenstrukturen, die sich in der Befragung 2016/17 teils fortsetzen, teils nicht:

- Der Anteil der Frauen unter den Befragten war seit Beginn der Befragungen immer weiter angestiegen. In 2013/14 hat dieser Trend bei 80% seinen vorläufigen Höhepunkt gefunden. In 2016/17 sank der Frauenanteil leicht auf 76%.
- Bis 2008/9 wurden die Altersgruppen von 31 bis 50 Jahren zusammengefasst: Sie zeigten in den letzten beiden Befragungen bis dahin einen Umfang von 57%. Ab 2013/14 wurde das Alter in anderen Altersgruppen abgefragt. Die Altersgruppe zwischen 36 und 55 Jahren umfasste 2013/14 53%, in 2016/17 50%. Man wird davon ausgehen können, dass die Altersstruktur sich gegenüber den vorherigen Befragungen nicht nennenswert verändert hat. Allerdings stieg in der neuesten Befragung der Anteil der Alterskohorten unter dieser Altersgruppe etwas an. Insofern dürfte das Durchschnittsalter leicht gesunken sein.
- Der Anteil der TNN mit Vorbildung im Kulturbereich ist hoch. Das Niveau lag bislang in 2008/9 mit 77% am höchsten. In 2013/14 verringerte sich der Anteil dieser Gruppe auf 71%, und so blieb das auch in 2016/17.
- Der Anteil der Vollzeit-Erwerbstätigen (unabhängig davon, ob die Erwerbstätigkeit ausschließlich im Kulturbereich liegt) war bis 2008/9 bis auf 57% der Befragten kontinuierlich gestiegen. In 2013/14 sank dieser Anteil auf 52%, in 2016/17 stieg er wieder auf 55%.

- Mit 59% der TNN zahlt die Mehrheit ihre Fortbildungskosten selbst. Der Anteil der Selbstzahler_innen ist damit nach einem Anstieg in der vorherigen Befragung jetzt wieder gesunken.
- Spiegelbildlich ist der Anteil derjenigen, deren Kosten durch die Arbeitgeber_in übernommen werden, jetzt wieder auf 28% gestiegen, nachdem er in der vorherigen Befragung auf 25% gesunken war.³
- Der Anteil der beruflich oder ehrenamtlich Aktiven unter den TNN liegt aktuell bei 85%. Dieses Item ist neu. Der Anteil der *hauptberuflich im Kulturbereich angestellten* TNN war bis 2008/9 immer weiter bis auf 47% gestiegen, der der freiberuflich/selbstständig Tätigen lag zuletzt bei 33%, zusammen also 80%⁴. Die Unterscheidung zwischen „angestellt“ und „selbstständig“ wurde seit 2013/14 nicht weiter verfolgt.
- Allerdings geben 71% der Befragten in einem ebenfalls neuen Item an, dass der Besuch der Veranstaltung sie bei ihrer hauptberuflichen Tätigkeit unterstützt (in der vorherigen Befragung 72%). Die Tendenz bleibt also erhalten, dass der Besuch der Fortbildungen an der ba* weit überwiegend beruflichen Hintergrund hat und multiplikatorischen Zwecken dient.
- Der Anteil der in der Kultur*produktion* Tätigen steigt weiterhin leicht an auf jetzt 36%. Der Anteil der in der Kultur*vermittlung* Tätigen war in 2013/14 auf 73% nach oben geschneilt. Dieser Wert normalisierte sich jetzt wieder auf 60%.
- *Unter den Kulturvermittelnden* sind die größten Gruppen diejenigen, die in Kulturinstitutionen (48%) und in Schule (34%) tätig sind. Hier hat gegenüber der vorherigen Befragung ein auffälliger Positionswechsel stattgefunden. Vier Jahre zuvor lag die „Schulgruppe“ noch mit 40% vorn.

17% arbeiten in einer außerschulischen Jugendbildungseinrichtung, 26% in einer außerschulischen Erwachsenenbildungseinrichtung. Unter den 15%, die in „sonstigen“ Kontexten aktiv sind, werden sehr häufig noch einmal Kulturinstitutionen genannt wie Museum, Theater, Bibliotheken und Kulturvereine. Bei korrekter Beantwortung würde unter den Kulturvermittler_innen die Gruppe der in Kulturinstitutionen Tätigen vermutlich noch größer sein.

Die **Tendenzen** heißen: Unter den TNN der ba* stellen in 2016/17 weiterhin Frauen mit gut drei Vierteln die bei weitem größte Gruppe. Weiterhin sind die TNN im beruflich produktiven Alter und weiterhin sehr gut vorausgebildet im Kulturbereich. Mehr als vier Fünftel sind auch beruflich oder ehrenamtlich im Kulturbereich aktiv. Bei fast einem Drittel übernehmen die Arbeitgeber die Kosten der Fortbildung. Fast 60% der TNN tragen die Kosten aber selbst und allein. Der Anteil der Niedersächs_innen scheint wieder auf den langjährigen Durchschnitt von einem Drittel gefallen.⁵ Unter allen Tätigkeiten, die durch die TNN der ba* im Kulturbereich ausgeübt werden, pendeln sich diejenigen in der Kultur*produktion* bei einem guten Drittel ein, diejenigen in der Kultur*vermittlung* bei 60%. Dort arbeiten die meisten in Kulturinstitutionen/-vereinen und in Schule.

³ Diese Befunde sind differenziert nach Erstbesuchern und Mehrfachbesuchern zu betrachten. S. u. S. 29 ff.

⁴ In diesen Angaben konnten allerdings Mehrfachnennungen enthalten sein, so dass die Aufsummierung tendenziell einen etwas zu hohen Wert ergibt.

⁵ Nach den Angaben der in 2016/17 befragten TNN. Die hausinterne Belegungsstatistik weist einen höheren Wert aus (s. Abbildung 1, S. 11).

3. Wer besucht welchen Programmbereich?

Die Teilnehmendengruppen der einzelnen Programmbereiche haben jeweils eine spezifische sozio-demografische Kennung.⁶ So sind die Altersgruppen teils sehr unterschiedlich stark vertreten. Der Männeranteil bewegt sich von 8% bis 50%, der Niedersachsenanteil von 22% bis 56%, der Anteil der kulturell Vorausgebildeten zwischen 56% und 84%, der Anteil der Vollerwerbstätigen von 35% bis 64%, der im Kulturbereich beruflich oder ehrenamtlich Aktiven zwischen 67% und 91%, der Anteil von Kulturproduzent_innen zwischen 5% und 55%, der Anteil von Kulturvermittler_innen zwischen 48% und 73%. Damit werden andeutungsweise die unterschiedlichen „Welten“ deutlich, in denen die Programmbereiche der ba• operieren.

Bildende Kunst: bei weitem höchstes Durchschnittsalter und geringster Männeranteil (8%), geringster Anteil an Vollzeit-Erwerbstätigen (35%), größter Anteil von im Ruhestand Befindlichen (27%), zweithöchster Anteil der Selbstzahler (88%); überdurchschnittlicher Anteil von in Kultur*produktion* Tätigen (51%). Neu in dieser Befragung: höchster NRW-TNN-Anteil: 21%.

Literatur: geringer Niedersachsen- (21%), höchster Berliner- (12%) und zweithöchster Nordrheinwestfalenanteil (17%), überdurchschnittlicher Männeranteil (29%), höheres Durchschnittsalter, am wenigsten Vorausbildung im Kulturbereich (56%), geringster Anteil von im Kulturbereich Aktiven (67%), unter diesen höchster Anteil von Kultur*produzent_innen* (55%), sehr unterdurchschnittlicher Anteil von Kultur*vermittler_innen* (41%).

Musik: höchster Männeranteil (50%)⁷, mittleres Durchschnittsalter, durchschnittliche Vorbildung in Kultur (73%). Hoher Anteil von Vollzeit Erwerbstätigen, hoher Anteil in Kulturvermittlung (68%) und dort hoher Anteil in Schule (50%), hoher Anteil in Kulturproduktion tätig (49%). Höchster Anteil in „Kirche, Gewerkschaft, Partei“ Tätiger (31%, bedingt durch viele Musiker im Kirchendienst); jetzt, nach dem höchsten (61%) in der vorherigen Befragung nur noch durchschnittlicher Anteil von Niedersachsen (34%).

Darstellende Kunst: jüngeres Durchschnittsalter (37% bis 35 J.) und relativ hoher Anteil (18%) von in Ausbildung bzw. Studium befindlichen TNN. Unterdurchschnittlicher Männeranteil (16%). Höchster Anteil mit Vorausbildung im Kulturbereich (84%), zweithöchster Anteil von im Kulturbereich Aktiven (91%), höchster Anteil in Kultur*produktion* Tätiger (55%), gleichzeitig sehr hoher Anteil in Kulturvermittlung Tätiger (73%), unterdurchschnittlicher Anteil von vollzeit Erwerbstätigen (48%).

Museum: etwas überdurchschnittlicher Männeranteil (erstmalig in der Geschichte der Befragungen). Niedrigstes Durchschnittsalter. Höchster Anteil an im Kulturbereich Aktiven (93%), höchster Anteil von vollzeit Erwerbstätigen (64%), durchschnittlicher Anteil mit Vorbildung im Kulturbereich, niedrigster Anteil in Kultur*produktion* (5%), hoher Anteil in Kultur*vermittlung* (71%), relativ hoher Anteil (15%) von in Management einer Kultureinrichtung Tätigen, geringster Anteil von Selbstzahler_innen (25%).

Kulturpolitik, Kulturmanagement, Kulturwissenschaft:⁸ unterdurchschnittlicher Männeranteil, jüngeres Durchschnittsalter, etwas unterdurchschnittlicher Anteil mit Vorausbildung im Kulturbereich. Höherer Anteil an Personen aktiv in kulturbezogener Tätigkeit, sehr wenige in Kulturproduktion (27%), etwas mehr,

⁶ Sie können in den Tabellen des Anhangs ab S. 20 genauer studiert werden.

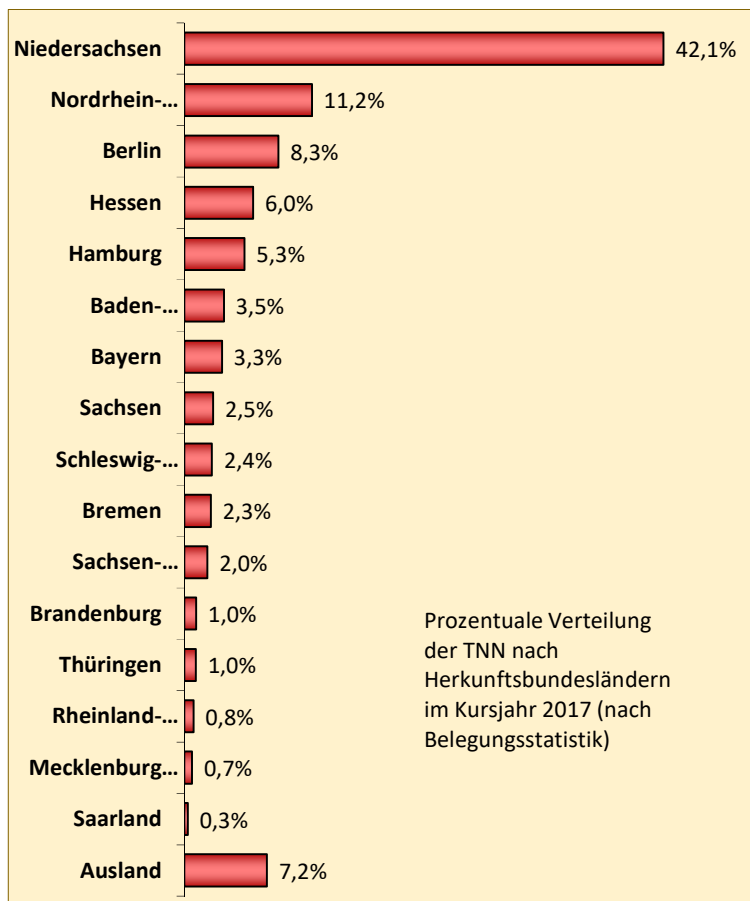
⁷ Vgl. dazu aber unten Abschnitt 7, S. 21 f.

⁸ In diesem Programmbereich sind recht diverse Themen zusammengefasst, von Veranstaltungen mit explizit kulturwissenschaftlichen, -pädagogischen und -politischen Bezügen bis zu Kursen, die Kulturmanagementrüstzeug (z. B.

aber unterdurchschnittlich in Kulturvermittlung (48%), unter letzteren allerdings der zweithöchste Anteil der in Kulturinstitutionen Tätigen (64%), zweithöchster Anteil aus Kulturwissenschaft (10%), größter Anteil öffentlicher Kulturverwaltung (12%) und in Organisation/Management einer Kultureinrichtung (33%), Kulturpolitik (5%) und Kulturverbandsarbeit (8%)⁹. Durchschnittlicher Anteil von vollzeit Erwerbstätigen (54%), geringer Selbstzahleranteil (27%), höchster Niedersachsenanteil (56%).

4. Woher kommen die Teilnehmenden der ba•?

Abbildung 1: Anteile der Bundesländer am TNN-Aufkommen der ba• 2017



Die TNN der ba•¹⁰ kommen aus ganz Deutschland. Die norddeutschen Bundesländer, allen voran Niedersachsen, und Nordrhein-Westfalen bilden zusammen den größten Teil. Aber auch Berlin, Hessen und Hamburg stellen spürbare Kontingente. Der Anteil der TNN mit Wohnsitz im Ausland liegt bei 7,2% und hat sich damit nach 2003 (mit 2,7%), 2006 (mit 4,4%) und 2008 (mit 5,9%) sowie 2014 (1,9) plötzlich enorm vergrößert. Der Anteil Niedersachsens ist erneut angestiegen und hat einen historischen Höchststand erreicht.

Ob ein bestimmter Prozentsatz viel oder wenig Beteiligung eines Bundeslandes bedeutet, lässt sich weniger aus den absoluten Prozentanteilen ablesen. Wichtiger ist die Beteiligung relativ zur Bevölkerungszahl

Vereinsführung und Sponsorenakquise) und medienkommunikatives „Handwerk“ (z. B. Einführungen in InDesign und Photoshop) zum Gegenstand haben.

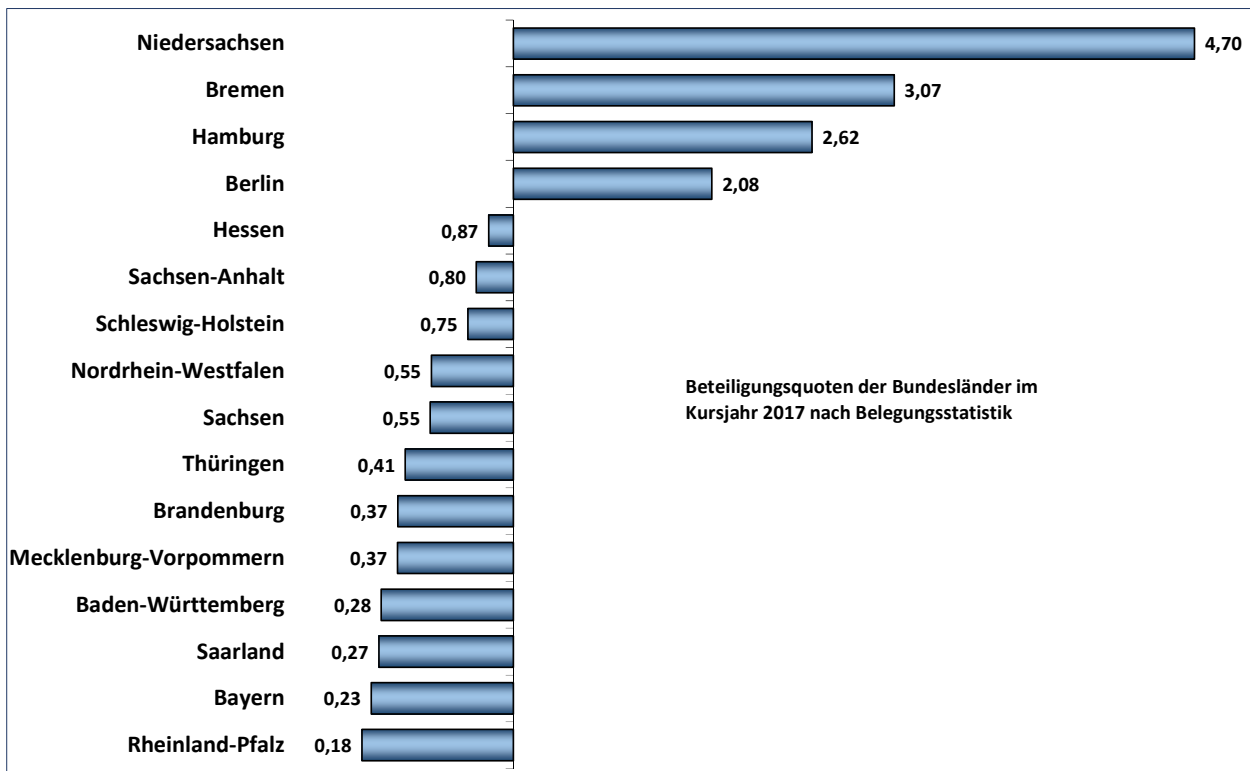
⁹ Die Anteile dieser drei Gruppen sind gegenüber der letzten Befragung um 30-50% gesunken.

¹⁰ **Hinweis:** Da wir bei diesem Thema – im Unterschied zu anderen Angaben der Befragung – auf die Realzahlen Zugriff haben, wird in *diesem* Abschnitt mit den realen Zahlen der Belegungsstatistik für 2017 gearbeitet, nicht mit den Ergebnissen der TNN-Befragung, die sich auf 2016/17 beziehen. Diese stimmen in der Tendenz mit den realen Zahlen überein. Abweichungen gibt es jedoch. Ein großer Unterschied ergibt sich bei den TNN mit Wohnsitz im Ausland. Den 7,2% der Realstatistik stehen nur 2,4% aus der Befragung entgegen. Umgekehrt verhält es sich bei dem

des jeweiligen Landes. Diese Beteiligungsquote zeigt Abbildung 2.¹¹

Man sieht dort, dass nicht nur, wie zu erwarten, der Niedersachsenanteil weit überproportional ist und inzwischen fast fünf Mal so viele Teilnehmer schickt, wie von der Bevölkerungsstärke zu erwarten wäre. Auch Bremen schickt relativ zu ihrem Bevölkerungsanteil drei Mal, Hamburg zweieinhalb mal, Berlin etwa zwei Mal so viele TNN nach Wolfenbüttel, wie nach ihrer Bevölkerungsgröße zu erwarten wäre. Hessen, Schleswig-Holstein und Sachsen-Anhalt liegen nicht weit von einer repräsentativ stimmigen Beteiligungsquote entfernt.

Abbildung 2: Beteiligungsquoten der Bundesländer 2017



Im Vergleich der Erhebungen von 2013 und 2017 (s. Abbildung 3) zeigen sich einige interessante Entwicklungen. Niedersachsen hat seinen Anteil noch weiter ausgebaut und steigert ihre Teilnahmequote auf bislang unerreichte 470%; der nächstgrößte Teilnehmerlieferant, Nordrhein-Westfalen, hat ein wenig nachgelassen. Seine Teilnahmequote sinkt von 72% in 2013 auf jetzt 55%. Unter den Stadtstaaten hat Bremen etwas und Hamburg stark zugelegt, dafür hat Berlin wieder etwas nachgelassen.¹² Auf hohem Niveau hat

Anteil der Niedersächs_innen. Hier weist die Belegungstatistik 41% aus, die Befragungstatistik nur 33%. Zu bedenken ist der Unterschied bei den Kreuzauswertungen, bei denen dann bei der Länderherkunft mit den Zahlen aus der Befragung gearbeitet werden musste.

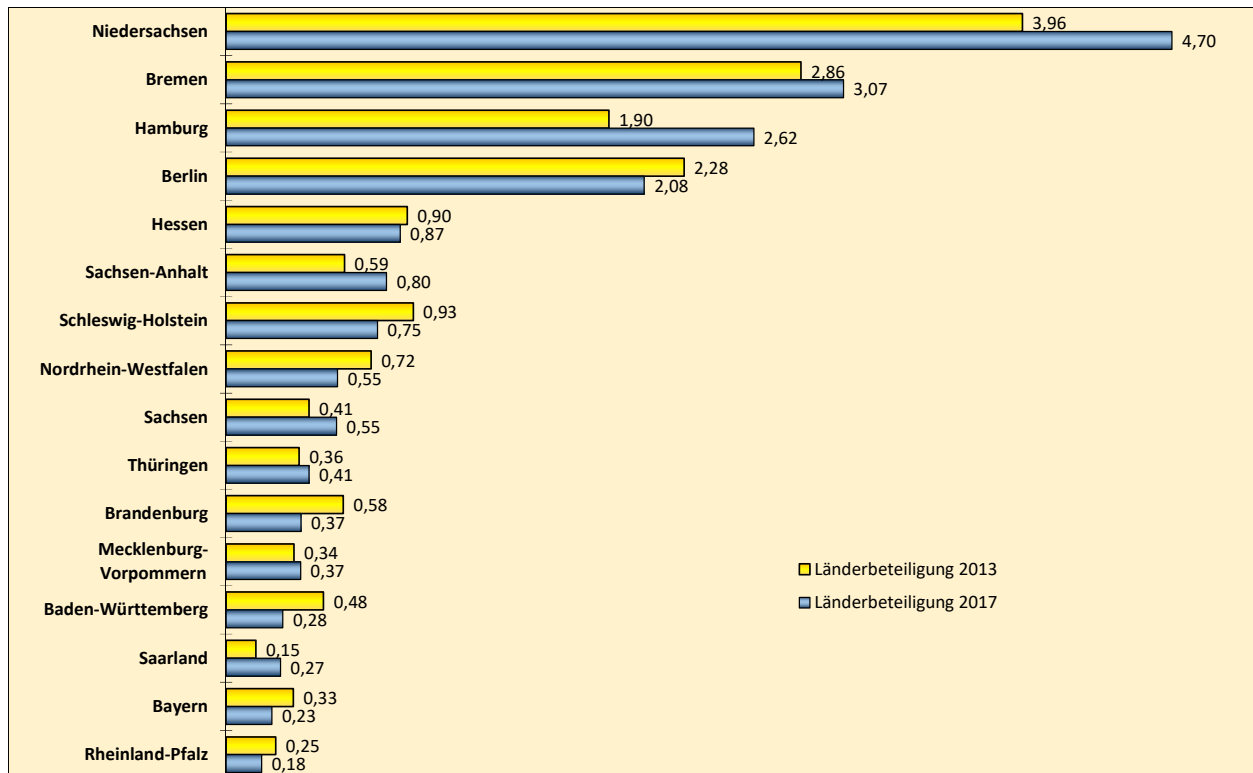
¹¹ Dafür wurden die prozentualen Anteile der TNN aus den deutschen Ländern in Beziehung gesetzt zu den Bevölkerungsanteilen der Länder an Deutschland insgesamt. Die Quote 1,0 bzw. 100% bedeutet eine genaue Entsprechung des TNN-Anteils eines Bundeslandes zu seinem Bevölkerungsanteil.

¹² Hier ist zu bedenken, dass Bremen, Hamburg und auch noch Berlin zu den Bundesländern mit kleinem Bevölkerungsanteil gehören, wo kleine Veränderungen in den TNN-Zahlen schon große Effekte bedeuten. Dies gilt auch für Sachsen-Anhalt, Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Saarland.

sich Hessen gehalten, Schleswig-Holstein leicht nachgelassen. Die östlichen Bundesländer sind meist immer noch deutlich unterrepräsentiert. Erfreulich ist, dass Sachsen-Anhalt sich nun in der Gruppe höherer Beteiligung befindet.

Freilich ist bei den Bundesländern mit geringerem Bevölkerungsanteil zu bedenken, dass hier schon einige wenige TNN mehr oder weniger aus diesen Ländern einen starken Effekt ausmachen, so dass hier aktuelle Zufälligkeiten eine unverhältnismäßige Rolle spielen können.

Abbildung 3: Beteiligungsquoten der Bundesländer 2013 und 2017



5. Wie beurteilen die Teilnehmenden die ba•?

2016/17 wurden insgesamt 10 Bewertungs-Items abgefragt. Sie sind in Tabelle 2 aufgelistet. Einige sind gegenüber den früheren Befragungen gleich geblieben. Andere wurden umformuliert bzw. differenziert. Dort wurden, soweit möglich und sinnvoll, die älteren Formulierungen zum „In-Etwa-Vergleich“ auch noch mit aufgeführt.

Tabelle 2: Beurteilung der Leistungsaspekte 2008/9 bis 2016/17

	Leistungsaspekte	Durchschnittsbewertung 2008/9	Ggf. veränderte Frage ab 2013/14	Durchschnittsbewertung 2013/14	Durchschnittsbewertung 2016/17
		Auf einer Skala von 1 bis 6:		Auf einer Skala von 1 bis 6:	Auf einer Skala von 1 bis 6:
1)	Einfachheit des Anmeldeprozesses	Nicht gefragt		1,37	1,40
2)	Information im Vorfeld der Veranstaltung	1,91	a) Informationen zur Anreise b) Vorweginformationen zu Ablauf d. Veranstaltung	1,28 1,63	1,27 1,64
3)	Qualität der technischen Arbeitsbedingungen (Räume, Medien usw.)	1,49		1,38	1,42
4)	Auftreten des Akademiepersonals	1,27	Zufriedenheit mit der Servicequalität des Hauses	1,32	1,28
5)	Qualität der Verpflegung	1,86	... a) in der ba• ... b) im Restaurant	1,7 1,8	1,86 Nicht gefragt
6)	Erwartungen an die zuletzt besuchte Veranstaltung erfüllt?	1,72	Wie entsprach der vermittelte Inhalt den Ankündigungen?	1,54	1,57
7)	Gesamtbeurteilung der besuchten Veranstaltungen [<i>wenn Mehrfachbesuch vorlag</i>]	1,52	Zufriedenheit [<i>von allen Befragten</i>] mit inhaltlichem Angebot insgesamt	1,52	1,51
8)	Präsentation und Vermittlung der Inhalte in der zuletzt besuchten Veranstaltung	1,70		1,56	1,57
9)	Stärke der Impulse für die eigene Arbeit	Nicht gefragt		1,57	1,62
		In % der Befragten:		Auf einer Skala von 1 bis 6:	Auf einer Skala von 1 bis 6:
10)	Fachniveau der letzten Veranstaltung angemessen	92	Zufriedenheit mit Fachkompetenz der Dozenten	1,32	1,24

Auch nach strengen Maßstäben können – im Gesamtdurchschnitt – die Leistungsbeurteilungen der ba• sich sehen lassen. Überall bleiben sie mindestens ein gehöriges Stück weg von der kritischen Grenze 2,0¹³; etliche Werte liegen sogar besser als 1,5, sind also *wirklich* gut; kein Wert hat sich nennenswert verschlechtert, einige Werte haben sich gegenüber den vorherigen Befragungen noch einmal verbessert.

Die Bewertungen der Einfachheit des Anmeldeprozesses (Z. 1), der „Informationen im Vorfeld der Veranstaltung“ (Z. 2) sowie der „Qualität der technischen Arbeitsbedingungen“ (Z. 3) blieben in etwa auf dem guten Niveau der früheren Befragungen. Die „Servicequalität des Hauses“ (Z. 4) landet bei einer sehr guten 1,28.

Die Qualität der Verpflegung in der ba• (Z. 5) wird mit einem Wert von 1,86 ebenfalls noch gut eingeschätzt, hat aber – im Vergleich mit den anderen Indikatoren – vielleicht noch „Luft nach oben“. Man könnte vermuten, dass die von den TNN erbetenen und sehr zahlreich bekommenen „weiteren Hinweise“ (Fr. 26) auch hier Verbesserungsmöglichkeiten enthalten. Das ist aber nicht wirklich so. Vereinzelt gibt es Wünsche nach mehr vegetarischer oder veganer Küche oder nach fett- und zuckerärmerem Essen, dessen Bestandteile am besten auch aus der Region kommen, oder nach mehr Frühstückseiern oder mehr „leckerem“ Kaffee. Dem stehen aber auch etliche Wünsche entgegen, das Restaurantessen zugunsten des Essens im Gästehaus der Akademie aufzugeben. Es gibt keine breite Grundsatzkritik an der Verpflegung.

Im Kernbereich der Akademiearbeit, der inhaltlichen Vermittlung, wird dagegen das recht gute Niveau weiter gehalten: Die didaktischen Fähigkeiten der Lehrpersonen („Präsentation und Vermittlung der Inhalte“, Z. 8) werden gut beurteilt (1,57), ihre fachlichen Qualitäten (Z. 9) stehen noch mehr außer Zweifel (1,24).

Die TNN hatten den Grad der Erfüllung ihrer Erwartungen an die zuletzt besuchte Veranstaltung (Z. 10) schon 2008/9 mit 1,72 besser als zuvor bewertet. Diese Bewertung steht jetzt, wenn auch mit einer etwas veränderten Formulierung („der vermittelte Inhalt entsprach den Ankündigungen“) bei 1,57.

So nimmt es nicht wunder, wenn quasi im Resümee die TNN eine gute „Zufriedenheit mit dem inhaltlichen Angebot insgesamt“ (Z. 7) zeigen (1,51).

Das ist sicher auch darauf zurück zu führen, dass die TNN aus den Veranstaltungen sehr viele Impulse für ihre eigene Arbeit (Z. 9) mitnehmen. Auf einer 6er-Skala zwischen „in hohem Maße“ und „gar nicht“ lag der Mittelwert der Einschätzungen jetzt bei ordentlichen 1,62.

Gegen Ende des Fragebogens (Frage 26) wurde um „weitere Anmerkungen“ zu den Erfahrungen mit der ba• gebeten. Das „Weiter so!!!“ eines/einer Teilnehmenden war in seiner Lakonie nicht der Normalfall, kennzeichnet aber die positive Grundtendenz der meisten und sehr zahlreichen Antworten. Selbst die allermeisten der vielen konstruktiv kritischen Hinweise der Befragten zeugen noch von großer grundsätzlicher Zustimmung zu den gemachten Erfahrungen.

¹³ Befragungen und die daraus erzeugten Daten sind immer Augenblicksaufnahmen in einem fortdauernden Geschehen. Ob Bewertungen „gut“ oder „schlecht“ sind, erschließt sich meist erst im Vergleich. Generell gilt: Bei Bewertungen haben die Befragten in Umfragen immer eine Tendenz zum Positiven. Denn das ist die Erwartung, die sie vermuten. Der möchten sie im Allgemeinen, wenn kein dezidiertes Konfliktfall vorliegt, entsprechen. Diese Tendenz wird verstärkt, wenn eine Teilnehmerbefragung gleich am Ende einer Veranstaltung durchgeführt wird, und zusätzlich, wenn bei Skalenbewertungen die Reihenfolge von positiv zu negativ immer gleich bleibt. Alle diese Faktoren sind bei der vorliegenden Befragung wirksam. Das bedeutet, dass bei einer Bewertungsskala von 1 (positiv) bis 6 (negativ) schon ein Durchschnittswert von 2,0 nicht mehr wirklich „gut“ ist, sondern eine kritische Grenze darstellt und mindestens Anlass zu genauerem Hinschauen sein sollte.

Vollends signalisieren die uneingeschränkt positiven Wortkombinationen auf die Bitte, die ba• bzw. die eigenen Erfahrungen dort mit drei Adjektiven zu kennzeichnen (Frage 27), dass die Kundenzufriedenheit der ba• ein starkes Fundament der Arbeit darstellt. Die in dieser Befragung wohl häufigsten Worte sind „kompetent“, „professionell“, „inspirierend“, „innovativ“ und „zugewandt“. Nur einmal taucht „elitär“ auf. Hinzu kommen – einer Weiterbildungseinrichtung der kulturellen Bildung angemessen – auch individuelle Wortschöpfungen wie „hirnig“, „schreibseelig“, „unaufdränglich“, „ambientig“, „zutruend“, „willkommend“ oder schlicht „ach-hach-fein“.

Insofern verwundert es nicht, wenn die gegenwärtigen Befunde die positiven Tendenzen bei den Beurteilungen der Leistungen des Hauses fortsetzen, die aus den vorherigen Befragungen erkennbar waren.

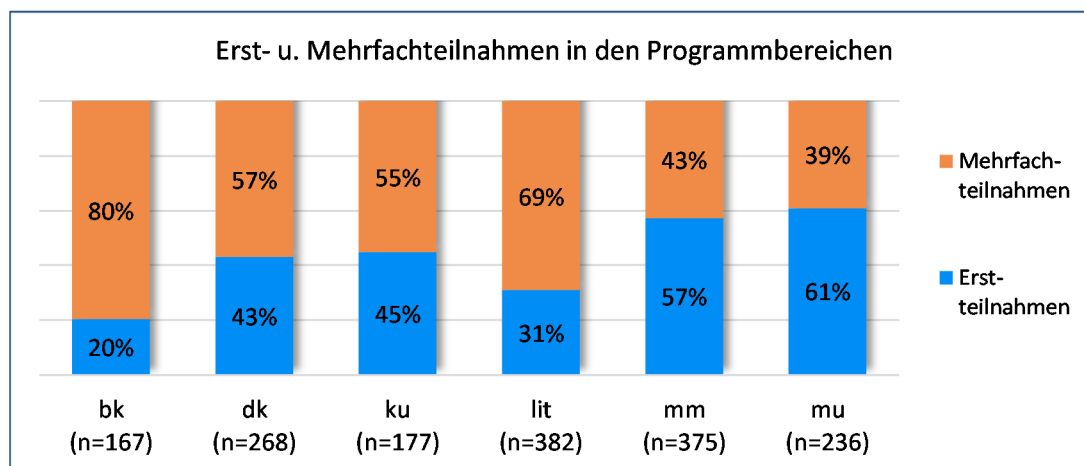
6. Wie viele Teilnehmende kommen wieder? Kundenbindung und Entwicklungsdynamik

Einerseits ist jedem Unternehmen, auch jeder Weiterbildungseinrichtung, an einem hohen Maß an *Kundenbindung* gelegen. Das wird an Mehrfachteilnahmen abgelesen. Der Anteil der Mehrfachteilnehmenden hatte allerdings seit 2003 (59%) abgenommen bis auf 47% in 2008/9. 2013/14 lag er durchschnittlich wieder bei 58%, jetzt bei 56%. Die Kundenbindung hat sich also in den letzten Jahren durchaus stabilisiert.

Andererseits müssen gerade Weiterbildungseinrichtungen auch an einem stetigen Zustrom an Neukunden interessiert sein. Denn die Erfahrung zeigt, dass nur eine Minderheit der TNN sozusagen Dauerkunden werden (und das ist ja auch gut so). Wenn wir zu diesen bei der ba• diejenigen TNN zählen, die 3 Veranstaltungen und mehr besucht haben, kommen wir in den letzten drei Befragungen auf 30-35%, aktuell auf 31%.

Die Perspektive auf die Neukunden lautet: Der Anteil der Erstteilnehmenden ist von 41% in 2002/3 bis auf 53% in 2008/9 gestiegen. In den letzten beiden Befragungen fällt der Anteil der Neukunden wieder auf 42% bzw. aktuell 44%. Nach einer starken Dynamisierung und Verbreiterung der Teilnehmendenbasis in den Jahren bis 2008/9 haben wir es jetzt offenbar mit einer Konsolidierungsphase zu tun.

Abbildung 4: Verteilung der Erst- und Mehrfachteilnahmeanteile in den Programmbereichen



bk = Bildende Kunst; dk = Darstellende Kunst; ku = Kulturpolitik, -management, -wissenschaft; lit = Literatur; mm = Museum; mu = Musik.

Interessant ist ein Blick auf **die programmbereichsspezifischen Verteilungen von Erst- und Mehrfachbesuchern**. Dies zeigt Abbildung 4.

Hier sieht man, dass vor allem der Programmbereich Bildende Kunst, aber auch der Programmbereich Literatur weit überdurchschnittliche Mehrfachbesucheranteile, also große Kundenbindung, zeigen. Die Erstbesucheranteile und damit die Entwicklungsdynamik in neue Teilnehmergruppen sind dem entsprechend deutlich kleiner.

Etwa durchschnittlich in der Verteilung zeigen sich Darstellende Kunst sowie der weitgespannte Programmbereich Kulturpolitik/-management/-wissenschaft.

Die Bereiche Musik und Museum weisen dagegen signifikant überdurchschnittliche Erstbesucheranteile und also eine größere Entwicklungsdynamik auf, während komplementär die Mehrfachbesucheranteile unterdurchschnittlich ausfallen.¹⁴

7. Geschlechterverteilung oder: Viel mehr Frauen als Männer

Unter den Antwortenden der aktuellen Befragung weist die ba• einen Frauenanteil von 76% auf. (2003: 66%, 2005/6: 73%; 2008/9: 75%; 2013/14: 80%).¹⁵ In den Programmbereichen variiert dieser Anteil.

Abbildung 5 zeigt: „Bildende Kunst“ weist mit 92% den höchsten Frauenanteil auf, gefolgt von „Darstellende Künste“ mit 84% sowie „Kulturpolitik/-management/-wissenschaft“ mit 80%, während „Literatur“ (71%) und „Museum“ (72%) einen immer noch hohen, aber etwas weniger extremen Frauenanteil verzeichnen.

Einen schwer einzuschätzenden Sonderfall stellt diesmal der Programmbereich Musik dar. Daher wurde der PB nicht in die grafische Darstellung aufgenommen. Nur 98 von 227 Befragten aus diesem PB haben die Frage nach der Geschlechtszugehörigkeit beantwortet, 139 und damit mehr als die Hälfte nicht.¹⁶ Unter den

¹⁴ Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass hier für den PB Musik vermutlich ein verzerrendes Bild entsteht. In diesem PB finden die meisten mehrphasigen Kurse statt. Hier werden also strukturell überdurchschnittlich viele Mehrfachteilnahmen produziert. In der Befragung wurde aber nur jeweils die erste Kursphase (mit vielen Neu-Teilnehmenden) erfasst.

¹⁵ Die *reale* Teilnahmestatistik weist für die entsprechenden Jahre folgende Geschlechterverteilung aus: **2002/3**: 62% weibl./38% männl. **2006**: 66% weibl./34% männl.; **2008**: 70% weibl./30% männl.; **2013/14**: 77% weibl./23% männlich, **2017**: 70% weiblich/30% männlich.

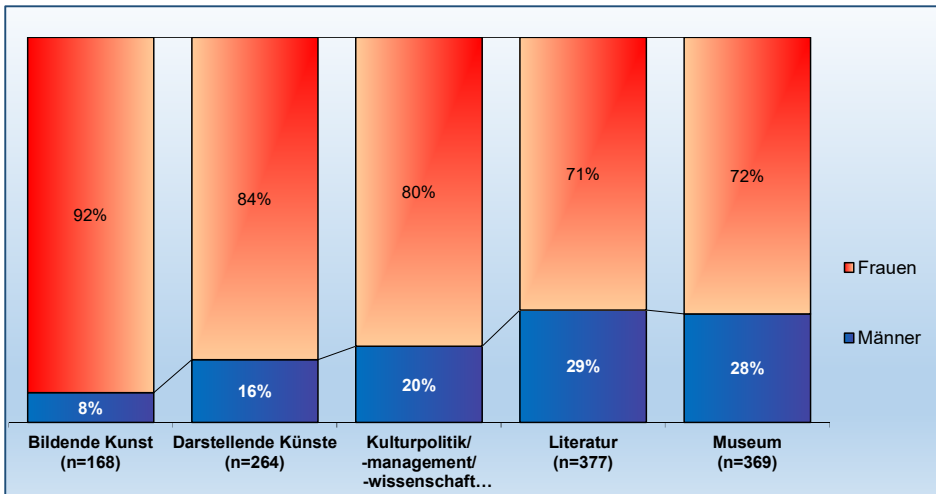
Hier ist also – angesichts der methodisch angelegten Repräsentativität der Befragungen folgerichtig – die gleiche *Tendenz* der Steigerung des Frauenanteils unter *allen* TNN des Jahrgangs wie unter den befragten TNN bis 2013/14 festzustellen und auch der leichte Rückgang, der sich auch in der aktuellen Befragung findet.

Die jeweils leichten Verschiebungen zugunsten des Männeranteils in der Wirklichkeit sind vermutlich nicht darauf zurück zu führen, dass per Zufall in den Veranstaltungen, die durch die Befragungen erfasst wurden, weniger Männer waren. Dann hätte sich dieser Effekt nicht fünf Mal wiederholt. Eher ist anzunehmen, dass jeweils relativ weniger Männer in den erfassten Veranstaltungen die Fragebögen ausgefüllt haben, weil sie das nicht wollten.

¹⁶ In den anderen Programmbereichen stellten die Nicht-Antwortenden nur verschwindend geringe Anteile dar, die ohne Problem zu vernachlässigen waren.

Antwortenden waren Männer und Frauen mit jeweils 50% vertreten. Das aber wird nach den Erfahrungen der bisherigen Befragungen ein irreführender Wert sein, selbst wenn der Programmbereich Musik in den früheren Befragungen immer einen etwas höheren Anteil von Männern aufwies als die übrigen Programmbereiche. Die reale Teilnahmestatistik für 2017 zeigt für den Programmbereich Musik 47% Männer und 53% Frauen.

Abbildung 5: Geschlechterverteilung in den Programmbereichen (außer Musik)



Weitere Beobachtungen:

In den **Bewertungen des Seminargeschehens** und der sonstigen Gegebenheiten an der Akademie zeigen Männer und Frauen keine großen Differenzen. Allerdings stellen sich die Männer im Durchschnitt ein wenig kritischer dar, und zwar um jeweils etwa 0,1 Skalenpunkte beim Urteil über den Anmeldeprozess und die Vorweg-Informationen zu den Veranstaltungen, die technische Ausstattung der Veranstaltungsräume, die Präsentation/Vermittlung der Inhalte, die Mahlzeiten in der ba• und die Servicequalität. Bei der Gesamtzufriedenheit mit den inhaltlichen Angebot weichen sie 0,2 Skalenpunkte nach unten ab. Das ist m. E. keine Erscheinung, die schon Sorgen machen müsste. Aber sie ist in ihrer Häufigkeit interessant.

Auch die **Kundenbindung**, abzulesen aus Mehrfachteilnahmen, ist bei Frauen und Männern etwas unterschiedlich. 46% der befragten Männer vs. 41% der Frauen waren zum ersten Mal da. Bei den Frauen sind die „Stammkunden“, die bereits drei Mal und öfter da waren, mit 34% deutlich stärker vertreten als bei den Männern (mit 27%).

Im **Durchschnittsalter** unterscheiden sich Frauen- und Männergruppe nicht. Allerdings sind bei den Frauen die jüngeren (bis 35 J.) und älteren (ab 56 J.) Alterskohorten stärker vertreten, bei den Männern die mittleren.

Bei der **Herkunft nach Bundesländern** weichen Frauen und Männer kaum voneinander ab. Nur die (kleine) Gruppe von ausländischen TNN ist eindeutig von Frauen dominiert.

Nur 59% der Männer, aber 76% der Frauen hatten bereits vor dem Besuch der ba• eine Ausbildung im Bereich Kultur.

Beruflich oder ehrenamtlich aktiv in einem kulturbezogenen Arbeitsfeld sind 80% der Männer, aber 86% der Frauen.

Die Veranstaltung unterstützte 20% der Männer, aber nur 13% der Frauen bei ihrer ehrenamtlichen Arbeit.¹⁷ In den anderen Tätigkeitsarten (beruflich, privat) gibt es keine Unterschiede.

In der Kulturproduktion arbeiten etwa gleich viele Männer und Frauen. In der Kulturvermittlung dagegen zeigen sich Unterschiede: 55% der Männer, aber 62% der Frauen sind hier tätig. Dabei 13% der Männer und 18% der Frauen in einer außerschulischen Jugendbildungseinrichtung sowie 21% der Männer und 28% der Frauen in einer außerschulischen Erwachsenenbildungseinrichtung.

16% der Männer, aber nur 11% der Frauen arbeiten in Organisation/Management einer Kultureinrichtung.

Tabelle 3: Erwerbsstruktur bei Männern und Frauen 2016/17

Aktuelle Erwerbsstruktur	Männer	Frauen
vollzeit erwerbstätig	66,4%	51,6%
teilzeit erwerbstätig	16,1%	28,6%
arbeitslos	4,0%	2,4%
Hausfrau/Hausmann	0,3%	1,0%
im Ruhestand/pensioniert	5,2%	7,3%
in Ausbildung/Studium befindlich	6,3%	9,5%

Mehrfachwahl möglich.

dass die bestehenden Unterschiede zwischen Männern und Frauen in Gesellschaft und Arbeitswelt insgesamt auch hier zu verspüren sind.

Noch einmal interessant sind die Differenzen in der **Erwerbsstruktur** allgemein. Sie sind der Tabelle 3 zu entnehmen. Die Frage erfasste alle Erwerbstätigkeiten, unabhängig davon, ob sie kulturbezogen waren oder nicht.

Zu beachten ist insbesondere die Verteilung zwischen Vollzeit- und Teilzeit-Erwerbstätigkeit. Die Unterschiede zwischen Männern und Frauen unter den TNN der ba• lassen erkennen,

¹⁷ Der Befund, dass Frauen auch hier weniger ehrenamtliche Aktivitäten erkennen lassen, stimmt mit der allgemeinen gesellschaftlichen Situation im Ehrenamt überein. Vgl. z. B. Burkhardt, Luise / Priller, Eckart / Zimmermann, Annette: Frauen auf der Überholspur? Frauen und Ehrenamtliches Engagemen. In: Statistisches Bundesamt: Wie die Zeit vergeht. Bonn 2017, S. 179-197. (https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/EinkommenKonsumLebensbedingungen/Zeitbudgeterhebung/TagungsbandWieDieZeitVergeht5639103169004Kap10.pdf?__blob=publicationFile) Dafür ist ihr Zeithaushalt nach wie vor stärker ausgefüllt mit Haushalts- und „Care“-Tätigkeiten.

8. Wie alt sind die Teilnehmenden?

Altersstruktur insgesamt

Abbildung 6: Verteilung der Altersgruppen in der Gesamtteilnehmendenschaft in 2016/17

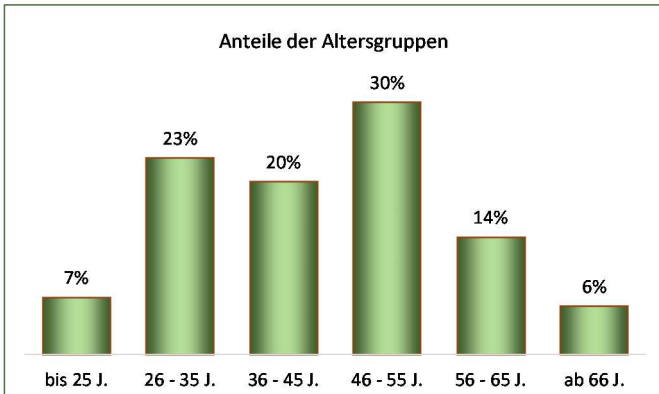


Abbildung 6 zeigt die Anteile der abgefragten Altersgruppen in Prozent der Gesamtgruppe. Man sieht, dass 73% der Teilnehmenden sich im Altersspektrum zwischen 26 und 55 Jahren bewegen und allein 43% im Spektrum zwischen 26 und 45 Jahren, also in der Zeit der stärksten beruflichen Entwicklung. Die Gruppe der Jungen (bis 25) ist klein, – bei beruflicher Fortbildung nicht überraschend. Die Älteren (ab 56) bilden aber mit 20% eine durchaus noch gewichtige Gruppe.

Das Durchschnittsalter der TNN bewegte sich in der Vergangenheit immer zwischen 44 und

45 Jahren. Seit der Befragung 2013/14 ist das wegen der veränderten Frageweise nicht mehr jahresgenau zu ermitteln. Große Veränderungen haben sich aber wohl nicht ergeben. In den Großgruppen hat sich seit 2013/14 eine leichte Verschiebung nach unten ergeben. Damals umfassten die Altersgruppen bis 45 Jahre 53%, jetzt 50%, die die Altersgruppen ab 46 Jahre damals 47%, jetzt 50%. Allerdings ist die Gruppe der Ab-66-Jährigen um 2%-Punkte gewachsen.

Altersstruktur in den verschiedenen Programmbereichen

Die Altersstruktur in den verschiedenen Programmbereichen stellt sich durchaus unterschiedlich dar. Die Feinstruktur der Altersgruppen unter den TNN der Programmbereiche zeigt die Tabelle 4.

Tabelle 4: Altersstruktur in den Programmbereichen und Gesamt

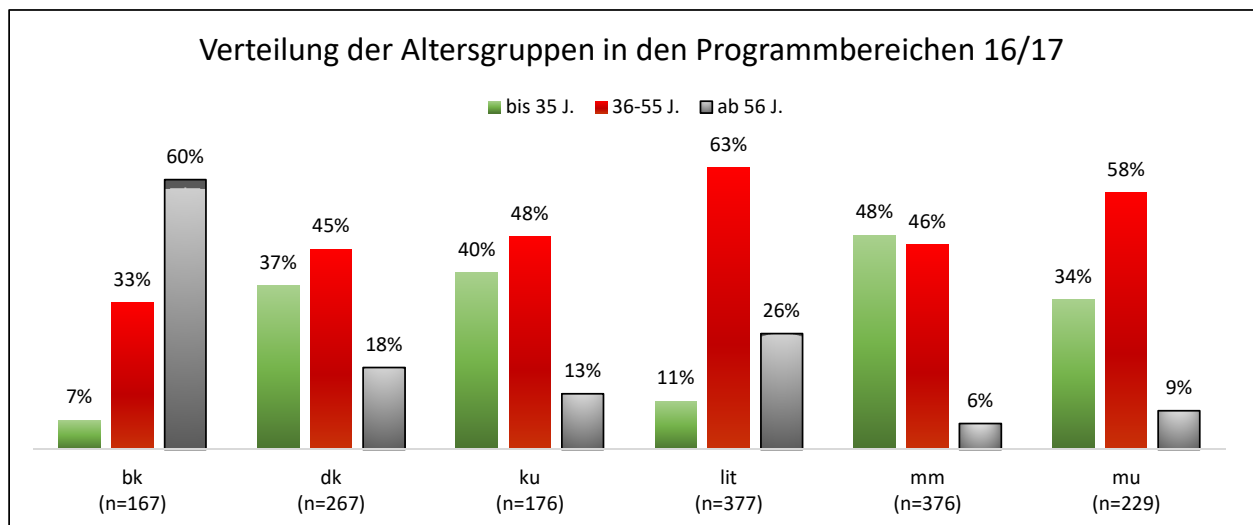
Alter	bk	dk	ku	lit	mm	mu	Gesamt /Durchschnitt
bis 25 J.	1%	12%	13%	1%	5%	11%	7%
26 - 35 J.	5%	25%	27%	10%	43%	22%	23%
36 - 45 J.	5%	21%	23%	18%	26%	23%	20%
46 - 55 J.	28%	24%	24%	45%	20%	35%	30%
56 - 65 J.	32%	16%	12%	18%	5%	7%	14%
ab 66 J.	28%	2%	1%	8%	1%	2%	6%
n	167	267	176	377	376	229	1.592

bk = Bildende Kunst; dk = Darstellende Kunst; ku = Kulturpolitik, -management, -wissenschaft; lit = Literatur; mm = Museum; mu = Musik.

In der Abbildung 7 wurden der besseren Übersicht wegen jeweils die beiden jüngeren, mittleren und älteren Alterskohorten zusammengefasst.

Demnach ist Museum (mm) der „jüngste“ Programmbereich, gefolgt von „Kulturpolitik/ -wissenschaft/ -management“ (ku) und Darstellende Kunst (dk). Musik (mu) hat einen Schwerpunkt bei den mittleren Altersgruppen. Dies gilt mehr noch für Literatur (lit), zumal dort die ältere der beiden mittleren Altersgruppen sehr stark ist. Bildende Kunst (bk) zeigt dagegen einen extremen Schwerpunkt bei den älteren Gruppen ab 56 Jahren. Unter den mittleren Altersgruppen sorgt nur die von 46-55 J. (28%) für einen gewissen Ausgleich. Die jüngeren bieten quantitativ keinen Anlass für Optimismus.

Abbildung 7: Verteilung der Altersgruppen auf die Programmbereiche 2016/17



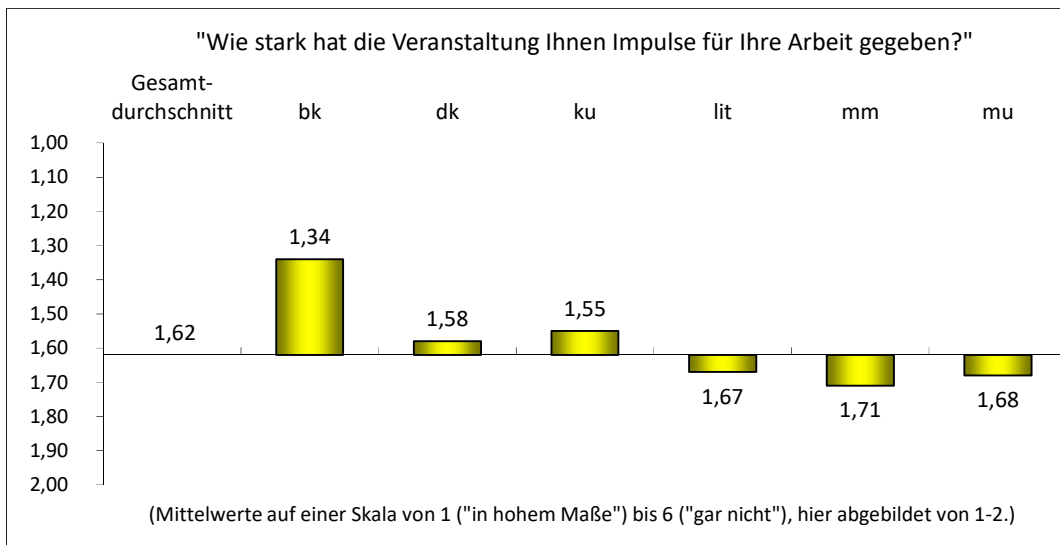
bk = Bildende Kunst; dk = Darstellende Kunst; ku = Kulturpolitik, -management, -wissenschaft; lit = Literatur; mm = Museum; mu = Musik.

9. Wie nützlich ist das Angebot der ba• für die Teilnehmenden?

Der Teilnahmenutzen wird in der aktuellen Befragung nur allgemein abgefragt. Zum einen, ob die Veranstaltung „Impulse“ für die „Arbeit“ gegeben habe (Frage 8). „In hohem Maße“ antworteten 55% der Befragten (Wert 1 auf der Skala von 1-6). Die Durchschnittsbewertung lag bei 1,62, ein zufriedenstellender Wert.

In den Programmbereichen streut er zwischen 1,34 und 1,71, wie folgende Grafik mit den Abweichungen vom Gesamt-/Durchschnittswert zeigt:

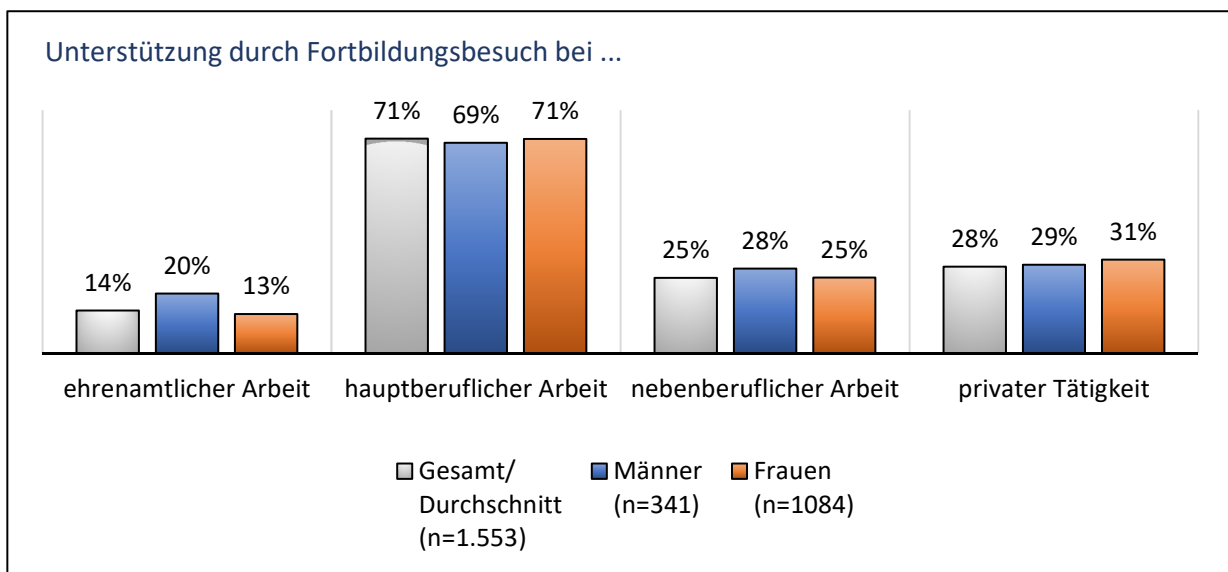
Abbildung 8: „Impulse für die Arbeit der TNN“ in den Programmbereichen und im Gesamtdurchschnitt 2016/17



bk = Bildende Kunst; dk = Darstellende Kunst; ku = Kulturpolitik, -management, -wissenschaft; lit = Literatur; mm = Museum; mu = Musik.

Zum zweiten wurde gefragt, bei welcher Art von Tätigkeit die Veranstaltung die TNN unterstützt (Frage 9). Das Ergebnis zeigt die folgende Grafik:

Abbildung 9: Bei welcher Art von Tätigkeit werden die TNN insgesamt und nach Männern und-Frauen durch die Veranstaltungen unterstützt?



Mehrfachwahl möglich

Insgesamt dominiert unter den Voten die hauptberufliche Arbeit, ergänzt durch nebenberufliche Arbeit. Die ba• erreicht also die Menschen, die sie erreichen will und soll. Bei **Frauen und Männern** gibt es kaum Unterschiede. Lediglich die ehrenamtliche Arbeit wird von Männern deutlich häufiger genannt als von Frauen.

Ein Blick auf die **Altersgruppen** (hier nicht visualisiert) zeigt, dass die ehrenamtliche Arbeit und die privaten Tätigkeiten bei den älteren Gruppen zunehmen, aber auch bei der jüngsten Gruppe stark vertreten sind.

Die Verteilung der „Unterstützung“ auf die verschiedenen Tätigkeitsarten streut bei den **Programmbereichen** teilweise erheblich. Dazu gibt folgende Tabelle Auskunft.

Tabelle 5: Unterstützung der TNN-Tätigkeiten durch Veranstaltungen nach Programmbereichen

Die Veranstaltung unterstützt Sie bei Ihrer	Durchschnitt	bk	dk	ku	lit	mm	mu
ehrenamtlichen Arbeit	14%	22%	16%	21%	10%	7%	17%
hauptberuflichen Arbeit	71%	63%	82%	85%	45%	88%	66%
nebenberuflichen Arbeit	25%	26%	21%	16%	41%	14%	24%
privaten Tätigkeit	28%	46%	26%	27%	49%	10%	15%
N=	1.553	166	262	177	379	367	202

bk = Bildende Kunst; dk = Darstellende Kunst; ku = Kulturpolitik, -management, -wissenschaft; lit = Literatur; mm = Museum; mu = Musik. Mehrfachwahl war möglich.

Markierung gelb = deutlich überdurchschnittlicher Wert; Markierung violett = deutlich unterdurchschnittlicher Wert.

Teilweise werden bei den unterschiedlichen Befunden typische Eigenarten der Bezugs“kulturen“ der Programmbereiche sichtbar, teilweise Eigenarten, die durch eine bestimmte geplante oder ungeplante Profilbildung durch die Programmleitung im Laufe der Zeit entstanden sind.

10. Wie erfahren die Teilnehmenden von der ba•?

Die Informationskanäle, über die die Teilnehmenden zum ersten Mal von der Akademie erfahren, sind breit gestreut (s. Tabelle 6).

Am stärksten erweist sich inzwischen der Weg über das Internet. Er legte über die Jahre hinweg zu und steht aktuell bei 33%. Der Netzgebrauch ist – womöglich auch als Indikator für Digitalisierungsaffinität – in den Kundschaften der verschiedenen Programmbereiche noch unterschiedlich stark entwickelt. Die Menge der Nennungen geht von 27% in Musik, 28% in ku (Kulturmanagement usw.) und 29% in Bildende Kunst (was damit aber einen Sprung nach vorn gemacht hat) bis zu 39% in Literatur.

Aber noch liegt der Weg über die Website der ba• ganz weit vorn. Der Social Media Weg (facebook/twitter) spielt mit durchschnittlich 1% der Befragten noch keine nennenswerte Rolle, und zwar in keinem der Programmbereiche. Möglicherweise unterscheidet sich die Kundschaft der ba• auch hier vom gesellschaftlichen Mainstream.

Wer meint, die Internetpräsenz könne das gedruckte Jahresprogramm ersetzen, irrt sich: Es ist mit 27% im Durchschnitt immer noch das zweitstärkste Kennenlernmedium. Allerdings wirkt es in den Teilnehmerwelten der Programmbereiche sehr unterschiedlich stark: Von 37% in bk bis 12% in mu. Die anderen bewegen sich um den Durchschnitt herum.

Tabelle 6: Informationswege zur ba•2003-20017

Woher haben Sie von der Akademie erfahren? (Ab 2013/14: Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?)	2003	2005/6	2008/9	2013/14	2016/17
	Anteil in % aller Antwortenden	Anteil in % aller Antwortenden	Anteil in % aller Antwortenden	Anteil in % aller Antwortenden	Anteil in % aller Antwortenden
Internet (www.bundesakademie.de)	15	23	25	34	33
Gedrucktes Jahresprogramm			neu:	24	27
Freunde/Bekannte	22	18	15	19	17
Berufskolleg_innen	32	30	32	12	11
Arbeitgeber	7	9	11	5	5
Facebook/twitter			neu:	1	1
Hochschule				neu:	6
Sonstiges				27	24
Zeitschriften/Zeitungen (Anzeigen und Artikel)	15	14	13	nicht erfragt	nicht erfragt
Programm wurde mir unaufgefordert zugeschickt.	10	12	9	nicht erfragt	nicht erfragt
bei Veranstaltungen anderer Anbieter	8	4	7	nicht erfragt	nicht erfragt

Mehrfachwahl möglich.

Wirksam erweist sich weiterhin die Mund- zu Mundpropaganda durch Kolleginnen und Bekannte. Bemerkenswert ist, wie stabil der Weg über „Freunde und Bekannte“ weiterhin funktioniert, aktuell im Durchschnitt mit 17% der Befragten, am stärksten in bk (32%), am wenigsten in mm (4%).

Erstaunlich abgenommen hat der Weg über Berufskolleg_innen. Aktuell liegt er bei nur noch 11% der Befragten. Am wenigsten findet er sich in der Kundschaft von lit, am stärksten noch in mm (19%) und ku (17%). Erstaunlich sind manchmal auch die Unterschiede von Befragung zu Befragung. Nannten in mu in 2013/14 noch 20% Berufskolleg_innen als Infoquelle, sind es aktuell nur noch 7%. Als Ursache dafür sind vielleicht die Spezialprojekte zu sehen, die der PB seit einigen Jahren entwickelt und betreut.

Die Information durch Arbeitgeber als Auslösefaktor fürs Kennenlernen war noch nie ein entscheidender Weg. Nun ist er aber mit im Durchschnitt nur noch 5% der Nennungen auf einen historischen Tiefstand abgestürzt. Lediglich in ku (10%) und mm (12%) spielt er noch eine Rolle.

Neu in dieser Befragung ist der Weg über „Hochschule“, der von 6% der Befragten genannt wurde. Spitzenreiter in dieser Kategorie sind ku mit 11% und dk mit 12%. Dazu passt, dass in diesen PBs relativ viele Studierende zu finden sind und unter der Altersgruppe der Studierenden (bis 25 Jahre) auch 42% über ihre Hochschule von dem Angebot der ba• erfahren haben. In dieser (kleinen) Altersgruppe spielt denn auch das gedruckte Jahresprogramm als Erst-Informationsmedium mit 9% Voten keine große Rolle.

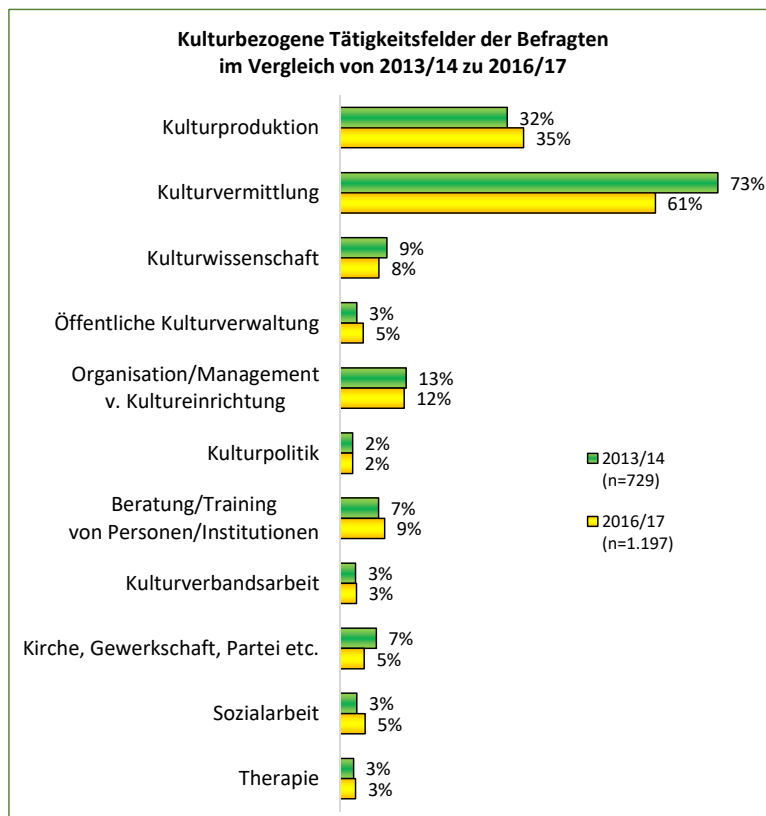
Andere Wege wurden in der aktuellen Umfrage nicht (mehr) abgefragt. Dies trug dazu bei, dass die Kategorie „Sonstiges“ mit 24% ungewöhnlich oft angekreuzt wurde. Dort finden sich immer wieder Hinweise

auf den Newsletter der ba• (sehr häufig), Anzeigen in Zeitschriften, Hinweise anderer Anbieter, von Dozent_innen/Referent_innen, Berufsverbänden (z. B. Museumsverband Nds.-Bremen).

Nahezu vollends digital sind die **Anmeldewege**: Nur noch 4% der TNN benutzen das gedruckte Anmeldeformular. 80% melden sich per Internet an, 18% nennen E-Mail als Anmeldeweg.

II. Wo sind die Teilnehmenden im Kulturbereich tätig?

Abbildung 10: Kulturbezogene Tätigkeitsfelder der Befragten im Vergleich von 2013/14 zu 2016/17



Mehrfachwahl möglich.

Zunächst wurden die TNN um die Angabe gebeten, ob sie „beruflich oder ehrenamtlich in einem Kulturarbeitsfeld aktiv“ sind (Fr. 17). Die übergroße Mehrheit von 85% bejahte das. Anschließend wurden diese TNN gebeten, ihre Tätigkeiten folgenden Oberkategorien zuzuordnen.

Kulturproduktion (z.B. als KünstlerIn im Theater, Orchester, selbstständig u. ä.); *Kulturvermittlung* (z.B. in Schule, VHS, Kulturzentrum, Musikschule, Kunstschule, Museum u. ä.); *Kulturwissenschaft* (Hochschule, Forschungseinrichtung u.ä.); *öffentliche Kulturverwaltung*; *Organisation/Management* einer Kultureinrichtung; *Kulturpolitik*; *Kulturverbandsarbeit*; *Beratung/Training* von Personen/Institutionen; *Kirche, Gewerkschaft, Partei* u.ä.; *Sozialarbeit*, *Therapie* sowie „Sonstiges“.

Abbildung 10 zeigt, wie sich die Befragten auf die kulturbezogenen Tätigkeiten verteilen. Mehrfachantworten waren möglich. Von ihnen wurde auch rege Gebrauch gemacht. Die 1.197 antwortenden Personen in 2016/17 gaben 1.862 Nennungen ab. Die Tätigkeitsfelder im Kulturbereich sind nicht nur vielfältig, viele TNN sind in der Praxis in mehreren Arbeitsbereichen zugleich tätig.¹⁸

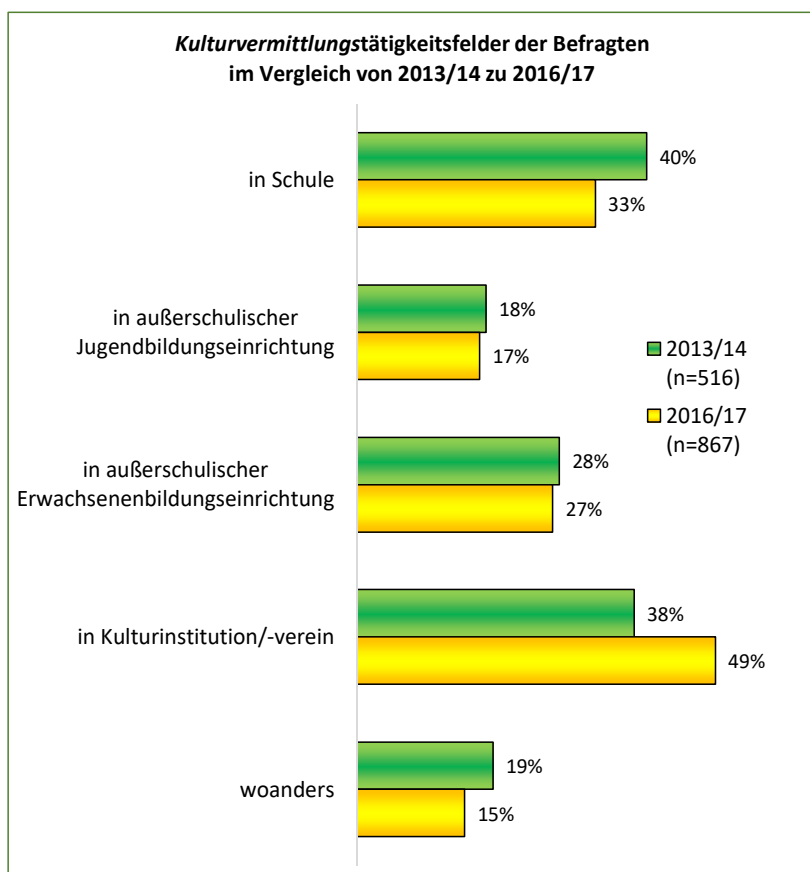
¹⁸ Vgl. dazu auch den folgenden Abschnitt „Tätigkeitsvielfalt“, S. 26f.

Die eindeutigen Spitzenreiter sind in beiden Befragungen Kulturvermittlung und Kulturproduktion. In der aktuellen Befragung wird Kulturproduktion erneut etwas mehr genannt als zuvor. Kulturvermittlung allerdings geht nach dem historischen Höchststand mit 73% in 2013/14 jetzt mit 61% wieder etwas auf Normalmaß zurück. Kulturwissenschaft, Kulturmanagement sowie Beratung/Training halten sich etwa auf ihrem Niveau. Die Arbeit in gesellschaftlichen Großorganisationen wie Kirche usw. hat weiter abgenommen. Die Bewegungen in den übrigen Tätigkeitsfeldern bewegen sich wegen der geringen Zahl der jeweils damit verbundenen Befragten in Dimensionen, in denen auch Zufälligkeiten eine große Rolle spielen können. Zumal Verschiebungen in den Gruppen unter 5% Anteil sollten nicht überbewertet werden.

Arbeitsfelder in der Kulturvermittlung

Seit der letzten Befragung wurden die Arbeitsfelder in der Kulturvermittlung etwas detaillierter nachgefragt. Die Ergebnisse für die letzte und die aktuelle Befragung sind in Abbildung 11 zu sehen:

Abbildung 11: Arbeitsfelder in der Kulturvermittlung im Vergleich von 2013/14 und 2016/17



Mehrfachwahl möglich.

Demnach sind die größten Arbeitsfelder Kulturinstitutionen und Schule. Während Schule aktuell etwas weniger angewählt wurde, ist das Gegenteil der Fall bei Kulturinstitutionen/-vereinen. Als kleinen Schönheitsfehler weisen die Befragungsergebnisse aus, dass die Kategorie „woanders“ von immerhin 19% bzw. 15% der Befragten gewählt wurden. Darunter befanden sich viele Angaben, die zeigten, dass die Befragten sich nicht korrekt zuzuordnen wussten, z. B. mit der Angabe Museum (eigentl. „Kulturinstitution“) oder Musikschule (eigentl. „außerschulische Jugendbildungseinrichtung“). Wären alle Angaben korrekt zugeordnet worden, würde wahrscheinlich das Arbeitsfeld Kulturinstitutionen noch stärker ausgefallen sein.

Tätigkeitsvielfalt

Für die Praxis und für das fachliche und didaktische Profil eines Fortbildungsprogramms ist die Frage interessant, wie weit oder wie eng das Tätigkeits- und damit Interessenspektrum der einzelnen TNN ist. Ein Indikator dafür ist, wie viele kulturelle Arbeitsfelder die TNN eines bestimmten Tätigkeitsbereiches jeweils angegeben haben. Die diesbezügliche Auswertung wird als „Vielfaltsindex“ in Abbildung 12 dargestellt. Die-

ser wird über die Mehrfachwahlquote errechnet. Sie zeigt die Menge an Arbeitsfeldern an, die die Teilnehmer eines Tätigkeitsbereiches im Durchschnitt angegeben haben. Damit wird nachgewiesen, dass im Ganzen eine Mehrheit in mehr als zwei inhaltlichen Arbeitsbereichen zugleich tätig ist.

Abbildung 12: Wie viele kulturelle Arbeitsfelder geben die TNN eines Tätigkeitsbereiches im Durchschnitt an?



Selbst in dem in sich schon sehr diversen Arbeitsbereich Kulturvermittlung, der die größten Befragtenzahlen und noch die meisten „Einspänner“ aufweist, haben schon so viele Befragte ein oder mehrere *weitere* Tätigkeitsfelder angegeben. Im Durchschnitt kommen 1,7 heraus.

Die TNN aus dem – ebenfalls sehr breiten – Tätigkeitsfeld „Kulturproduktion“ steigt die entsprechende Quote auf 2,1. Die Tendenz setzt sich in den übrigen Arbeitsfeldern fort bis zur Kulturverbandsarbeit, die 2,9 Tätigkeitsfelder beinhaltet, und schließlich zum zur Kulturpolitik, wo eine Person im Durchschnitt schon drei Tätigkeitsbereiche für sich reklamiert.

Die Konsequenz für die Fortbildungsanbieter_in heißt: Die Fortbildungsthemen sollten nicht zu eng und zu speziell angelegt sein. Denn immer wird man damit rechnen müssen (und darauf rechnen dürfen), dass die Tätigkeitsfelder, die durch die TNN einer Fortbildungsgruppe repräsentiert werden, sehr vielfältig sind.

12. Worin unterscheiden sich Erstbesucher und Mehrfachbesucher_innen?

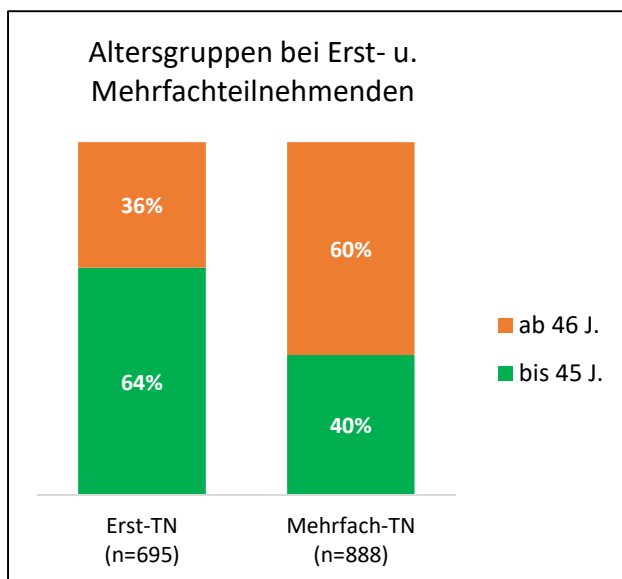
Jeder Bildungseinrichtung, die sich auf dem Markt bewegt, stellt sich die Frage, wie sie neue Besucher gewinnen kann und wie sie sie, sind sie einmal gekommen, halten kann. Dies gilt selbstverständlich auch für die ba. (Vgl. zum Verhältnis von Kundenbindung und Entwicklungsdynamik oben Kapitel 6, S. 16f.)

Sind die „Neuen“ soziodemografisch anders als die „Alten“? Sind die „Neuen“ ebenso zufrieden mit den Leistungen des Hauses wie die „Alten“? Wirken das Programmangebot, der Stil des Hauses, die Arbeitsweise, der Umgang mit den TNN, die Rahmenbedingungen (Unterkunft, Verpflegung, räumliche und technische Ausstattung, Freizeitmöglichkeiten, Wolfenbüttel als Ort) quasi als Filter für weitere Teilnahmen?

Soziodemografische Merkmale

Alter:

Abbildung 13: Altersgruppen bei Erst- und Mehrfach-TNN 2016/17



Die Ergebnisse sind über die Jahre strukturell gleich geblieben und an sich auch nicht überraschend: Die Erstbesucher_innen sind im Durchschnitt deutlich jünger als die Mehrfachbesucher_innen. In 2008/9 waren die Erstbesucher_innen im Durchschnitt 41,6 Jahre alt und damit um rund fünfeinhalb Jahre jünger als die Mehrfachbesucher_innen mit einem Altersdurchschnitt von 47,1 Jahren.

In der aktuellen Befragung wie auch in der vorherigen wurden *Altersgruppen* abgefragt (Frage 14). Auch hier sind die Ergebnisse eindeutig, fasst man die ersten drei Altersgruppen (bis 45) Jahre zusammen und vergleicht sie mit den letzten drei Altersgruppen (ab 46 Jahren) bei den Erst- und Mehrfachbesuchern. Das zeigt Abbildung 13. Die Zahlenverhältnisse zwischen der

jüngeren und der älteren Hälfte der Teilnehmenden kehren sich bei Erst- und Mehrfach-TNN annähernd um.

Geschlecht:

Die Verteilung der Geschlechter ist in der aktuellen Umfrage, wie in den beiden Umfragen davor, unter den Erstbesucher- und Mehrfachbesucher-TNN nicht sehr unterschiedlich. Frauen stellen aktuell 73% der Erstbesucher_innen und 77% der Mehrfachbesucher_innen.

Kostenträger:

Im *Durchschnitt* tragen rund 59% der TNN die Teilnahmekosten selbst und allein, während bei 28% der

TNN die Arbeitgeber_innen bzw. die entsendende Institution¹⁹ die Kosten übernehmen (Frage 20). Mit steigender Teilnahmehäufigkeit steigt der Anteil der Selbstzahler_innen.

Tabelle 7: Kostenträger_in für die Veranstaltungsteilnahme und Teilnahmehäufigkeit

Kostenträger_in für die letzte Veranstaltungsteilnahme	Erste Teilnahme (n=598)	1-2 frühere Teilnahmen (n=368)	3 und mehr frühere Teilnahmen (n=464)
ich allein	47%	54%	76%
die Einrichtung, für die ich tätig bin	37%	31%	15%
mein Arbeitgeber/Auftraggeber und ich haben uns die Kosten geteilt	4%	5%	3%
Sonstige Lösung	12%	10%	6%

Die Tabelle 7 zeigt diesen Befund differenziert nach den Teilnahmehäufigkeiten. Kontinuierlich steigt mit der Teilnahmehäufigkeit der Anteil der Alleinzahler_innen von 47% bis auf 76%. Der Anteil der Kostenübernahmen durch die beschäftigende Institution sinkt bei mehrfacher Teilnahme auf 15% ab.

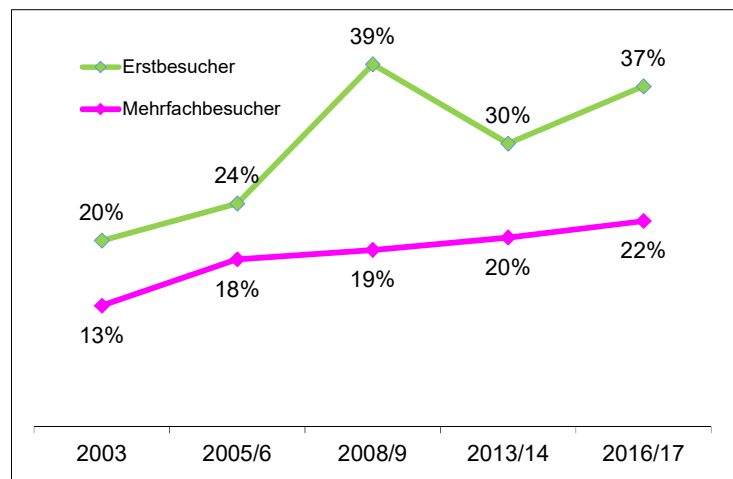
Warum? Eine für die Arbeit der ba• angenehme Interpretation der Befunde lautet: Bei einem großen Teil der Menschen, deren Kosten beim Erstbesuch durch den Arbeitgeber übernommen wurden, wirkt die Arbeit der ba• so attraktiv, dass sie später auch dann Veranstaltungen besuchen, wenn die Kosten nicht mehr von den Arbeitgebern übernommen werden.

Abbildung 14 zeigt in einer Übersicht die **Entwicklung der Kostenübernahmen durch die entsendende Institution** unter den Erst- und Mehrfachbesucher_innen. Unter den Mehrfachbesucher_innen finden sich – mindestens auf Dauer – weniger Kostenübernahmen durch den Arbeitgeber (und also mehr Selbstzahler_innen):

In 2003 übernahmen bei 20% der Erstbesucherr_innen und bei 13% der Mehrfachbesucher_innen der Arbeitgeber die Kosten. In 2016/17 sind das 37% bzw. 22%.

Bei der Kostenübernahme für Erst-TNN gab es in 2008/9 einen positiven Ausreißer nach oben, der in 2013/14 wieder zurückgenommen wurde. Insgesamt aber lässt sich über die Jahre hinweg ein eindeutiger Trend zur Kostenübernahme der Fortbildungen an der ba• durch den Arbeitgeber bzw. die entsendende Institution feststellen. Dieser Trend gilt, wenn auch mit gehörigem prozentualen Abstand auch für Mehrfach-TNN. Insgesamt also eine positive Tendenz.

Abbildung 14: Entwicklung der Kostenübernahme durch die beschäftigende Institution bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen 2003 bis 2016/17



¹⁹ Nicht in allen Fällen handelt es sich um Arbeitgeber_innen im üblichen Sinne. Manchmal übernehmen z. B. Verbände Fortbildungskosten für ihre Ehrenamtlichen.

Generell gilt natürlich: Nur wo es eine Arbeitgeber_in bzw. eine entsendende Institution gibt, kann diese auch die Kosten für eine Fortbildung übernehmen. Zwar sind aktuell 84% der Befragten in einem Kulturarbeitsfeld beruflich oder ehrenamtlich aktiv. Aber nur 55% der Befragten sind vollzeit-erwerbstätig, und das nicht immer in einem kulturbezogenen Arbeitsfeld. Aus früheren Befragungen wissen wir zudem, dass rund ein Drittel der TNN ganz oder teilweise selbstständig/freiberuflich arbeiten.

Die Arbeitgeber_innen beteiligen sich viel mehr bei den Erstbesuchen an den Fortbildungskosten als bei den Mehrfachbesuchen. Das hat, so ist anzunehmen, vor allem finanzielle und pragmatische Gründe. Viele Arbeitgeber_innen im Kulturbereich sind kleine Strukturen mit engem Budget. Fortbildungen werden nur dann bezahlt, wenn sie wirklich praktisch für den Betrieb gebraucht werden.

Andererseits sind viele TNN so stark intrinsisch motiviert, dass sie (weitere) Fortbildungen auch dann besuchen, wenn sie die Kosten allein tragen müssen. Viele tun es auch dann (noch), wenn eine unmittelbare berufliche Verwertbarkeit gar nicht mehr gegeben ist. Angesichts des Befundes wird noch einmal deutlicher, wie sehr die ba von dem subjektiven Bedürfnis der Besucher_innen nach Fortbildung und der zielgenauen Erfassung dieser Bedürfnisse abhängig ist.

Struktur der Erwerbssituation:

Die Daten aus dieser Frage geben Auskunft über die Gesamterwerbssituation der Besucher_innen, erfasst ggf. also auch die Erwerbstätigkeiten über den Kulturbereich hinaus.

Tabelle 8: Struktur der Erwerbssituation nach Erst- und Mehrfachbesucher_innen 2008/9 bis 2016/17

Struktur der Erwerbssituation	2008/9		2013/14		2016/17	
	Erstbesucher (n=425)	Mehrfachbesucher (n=380)	Erstbesucher (n=366)	Mehrfachbesucher (n=513)	Erstbesucher (n=618)	Mehrfachbesucher (n=869)
vollzeit erwerbstätig (abhängig beschäftigt oder selbstständig)	57%	59%	52%	52%	56%	55%
teilzeit erwerbstätig (abhängig beschäftigt oder selbstständig)	28%	24%	31%	30%	23%	27%
arbeitslos	1%	3%	2%	3%	3%	3%
Hausfrau/Hausmann	4%	3%	2%	3%	1%	1%
im Ruhestand/pensioniert	4%	10%	3%	11%	3%	10%
in Ausbildung/Studium befindlich	9%	2%	14%	6%	11%	7%

Mehrfachwahl möglich

Tabelle 8 zeigt: Unter den Erstbesucher_innen gegenüber den Mehrfachbesucher_innen gibt es bei der Vollzeiterwerbstätigkeit schon seit längerem keine nennenswerten Unterschiede. Die Teilzeiterwerbstätigkeit liegt immer zwischen 20 und 25%-Punkten darunter. Eine Erklärung zu den Unterschieden zwischen Erst- und Mehrfachbesucher_innen fällt schwer. Erneut sind Arbeitslose insgesamt kaum vertreten. Ebenso wenig Hausfrauen/-männer. Dass unter den Mehrfachbesucher_innen Ruheständler_innen mehr vertreten sind als bei den Erstbesucher_innen, liegt angesichts der Altersstruktur der beiden Gruppen nahe. Und dass die Verhältnisse bei den in Ausbildung/Studium Befindlichen umgekehrt sind, ebenso.

Vorbildung im Kulturbereich:

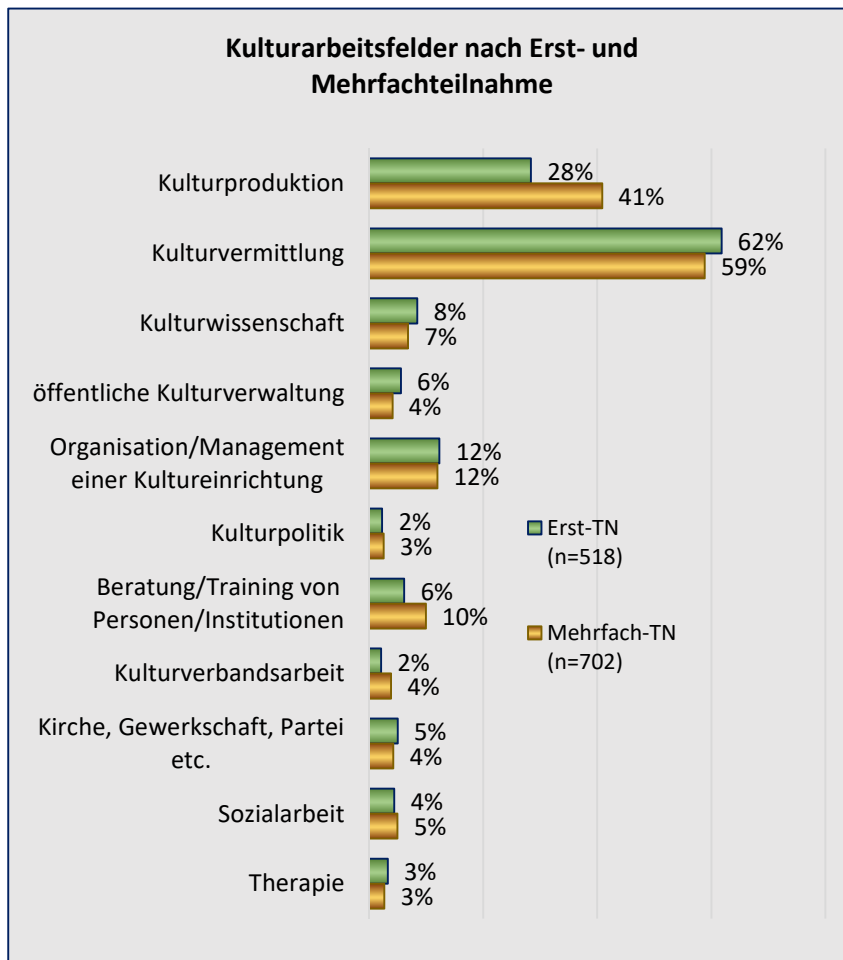
Die Vorbildung im Kulturbereich vor dem Besuch der ba• unter den TNN war von der ersten bis zu dritten Befragung sehr deutlich auf 77% gestiegen. Das Niveau liegt in der aktuellen Befragung im Durchschnitt bei 71% (s. o. Tabelle 1). Bei den Erstbesucher_innen sagen von sich allerdings weniger (68%), sie seien im Kulturbereich vorausgebildet, als bei den Mehrfachbesucher_innen (74%). Bei den früheren Befragungen gab es ebenfalls kleinere oder größere Abstände in dieser Richtung.

Geografische Herkunft der Teilnehmenden:

Oben, in Abschnitt 2, S. 11 ff., wurde bereits die geografische Herkunft der TNN insgesamt dargestellt und diskutiert. In der aktuellen Befragung gibt es im Allgemeinen keine großen Differenzen zwischen Erst- und Mehrfachbesucher_innen. Den einzigen nennenswerten Unterschied sieht man bei den TNN aus Niedersachsen: Bei den Erst-TNN machen sie 30% der Befragten aus, bei den Mehrfach-TNN 36%. Auch die Länder-Beteiligungsquoten bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen unterscheiden sich nicht gravierend. Nur bei den kleinen Bundesländern, wo schon einige wenige TNN mehr oder weniger in den Beteiligungsquoten starke Effekte bedeuten, laufen die Werte schon einmal auseinander.

Kulturbezogene Tätigkeitsfelder:

Abbildung 15: Kulturbezogene Tätigkeitsfelder nach Erst- und Mehrfachbesuchern 2016/17



Mehrfachwahl möglich

Erstbesucher_innen (87%) ebenso wie Mehrfachbesucher_innen (83%) sind praktisch gleich stark beruflich oder ehrenamtlich in Kulturarbeitsfeldern aktiv.

Abbildung 15 zeigt, dass Erst- und Mehrfachbesucher_innen sich bei den meisten Tätigkeitsfeldern in ihren Anteilen nur wenig unterscheiden. Dies gilt insbesondere im größten Tätigkeitsfeld, Kulturvermittlung. Über die Jahre hinweg ist der Anteil derjenigen, die in der Kulturvermittlung arbeiten, im Durchschnitt immer gestiegen.

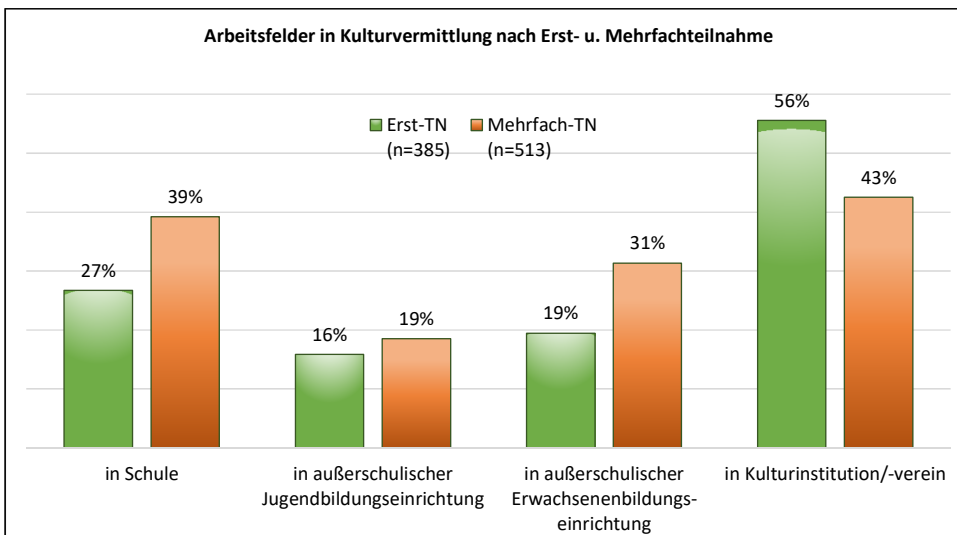
Im zweitgrößten Feld, Kulturproduktion, liegen die Erstbesucher_innen allerdings 13%-Punkte hinter den Mehrfachbesucher_innen. Das bedeutet immerhin einen Unterschied von 46%.

Diese Befunde sind insofern interessant, als auch in den drei vorherigen Befragungen die Erstbesucher_innen in der Kulturproduktion schon hinter den Mehrfachbesucher_innen geblieben waren und insgesamt der Anteil der in Kulturproduktion Tätigen stetig abgenommen hatte. Die Frage war: Entwickelt sich hieraus ein Trend? Nehmen längerfristig die in der Kulturproduktion Tätigen unter den Besuchern der ba• ab? In der aktuellen Befragung kann das nicht bestätigt werden. 2013/14 nannten im Durchschnitt 32% der Befragten Kulturproduktion als Arbeitsfeld, aktuell sind es 36%. Im Übrigen spielt natürlich das verfügbare Kursangebot der ba• eine Rolle.²⁰

Möglicherweise ist es so, dass unter den Kulturvermittler_innen viele auch künstlerische Ambitionen haben und im Laufe der Zeit auch diese stärker ausleben wollen. Dafür spricht auch, dass der Anteil derjenigen, die in der Kulturproduktion arbeiten, immer stärker wird, je älter die Befragten sind.

Arbeitsfelder der Kulturvermittlung bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen

Abbildung 16: Arbeitsfelder der Kulturvermittlung bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen



Der genauere Blick auf die Arbeitsfelder der Kulturvermittlung zeigt, dass die Erstbesucher_innen deutlich weniger in der Schule arbeiten als Mehrfachbesucher_innen. Umgekehrt finden sich relativ sehr viel mehr Erstbesucher_innen (die als Gruppe auch relativ jünger sind) als Vermittler_innen in Kulturinstitutionen.

Mehrfachwahl möglich.

Beide Befunde sind genau umgekehrt wie in der vorherigen Befragung.

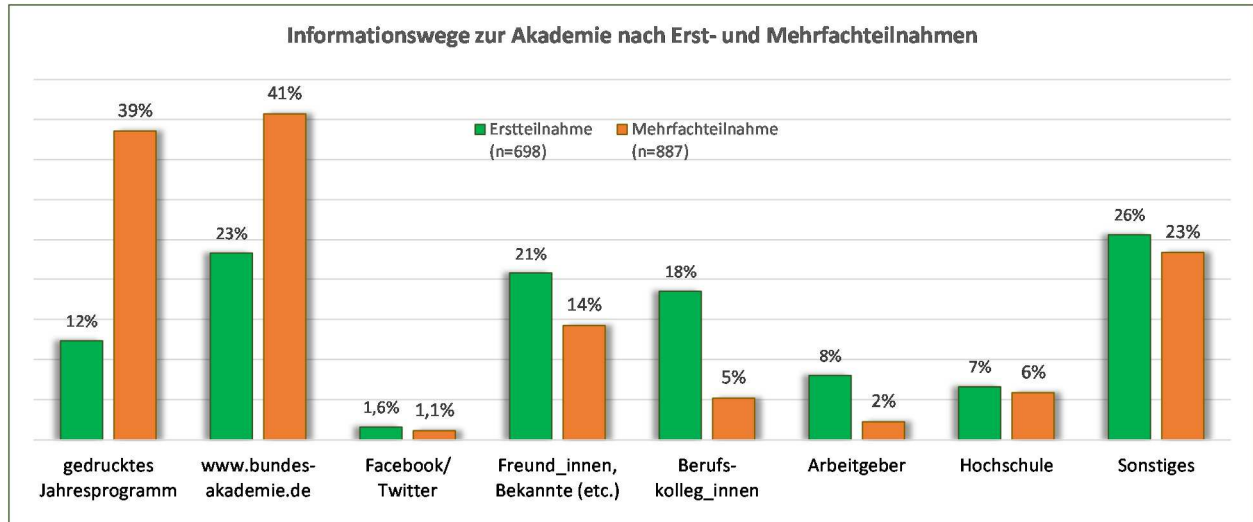
Informationswege

Die Frage lautete: Wodurch sind Sie auf die ba• aufmerksam geworden? In Abschnitt 10, S. 23f. wurden die Informationswege der TNN zur Akademie schon einmal im Vergleich von 2003 bis 2016/17 dargestellt. Wir vernachlässigen hier die historische Entwicklung und konzentrieren uns auf den aktuellen Befund. Die aktuelle Befragung zeigt einige interessante Unterschiede in den Informationswegen bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen (siehe Abbildung 17).

²⁰ Bei den kleinen Gruppen ist – wie immer – zu beachten dass auch schon wenige Nennungen einen großen Effekt machen, so dass Zufälligkeiten eine große Rolle spielen können.

Nicht unerwartet, aber in diesem Ausmaß doch bemerkenswert: Das gedruckte Jahresprogramm war für fast zwei Fünftel der Mehrfachbesucher_innen (die eben schon länger in Kontakt mit der ba• stehen), aber nur für ein Zehntel der Erstbesucher_innen der Weg zur ba•.

Abbildung 17: Informationswege zur ba• nach Erst- und Mehrfachteilnahmen 2016/17



Mehrfachwahl möglich

Erstaunlich ist, dass bei dem Weg übers Internet/www.bundesakademie.de, der früher immer relativ mehr von Erst- als von Mehrfachbesucher_innen gefunden wurde, sich nun die Verhältnisse seit 2008/9 zum dritten Mal in Folge umgekehrt darstellen, und zwar drastisch. Was heißt das? Sollte die ba• in der „WWW-Welt“, wo Menschen nach Fort- und Weiterbildung suchen und wo sich die Kommunikationsangebote von Jahr zu Jahr immer weiter vermehren und verdichten, weniger wahrgenommen werden? Trotz neu konzeptionierter Internetpräsenz? Gibt es eine „Sättigungsgrenze“? Muss die ba• sich – etwa in der Social-Media-Welt – besser präsentieren? Allerdings funktioniert der Weg über facebook und twitter (und Co.) noch nicht wirklich, nicht einmal bei den jüngsten Besuchern. Nur 21 von allen 1.593 Befragten gaben diesen Weg als Informationsquelle an, sie verteilten sich fast gleich unter den Erst- und den Mehrfachbesucher_innen und waren hauptsächlich auf die Altersgruppen von 36 bis 55 (!) Jahren gleichmäßig verteilt.

Immer noch recht stabil funktioniert der Weg über Freund_innen und Bekannte, und zwar bei den Erstbesuchern noch immer deutlich stärker als bei Mehrfachbesuchern. Nicht mehr so stark wie früher sind Berufskolleg_innen an der Erstinformation über die ba• beteiligt, aber bei den Erstbesuchern sehr viel stärker als bei den Mehrfachbesucher_innen und mit einem beachtlichen Wert.

Wie schon in der früheren Befragungen finden mehr Erstbesucher_innen als Mehrfachbesucher_innen ihren Weg zur ba• über den Arbeitgeber. Nur 2% der Mehrfachbesucher_innen, aber 8% der Erstbesucher_innen den Arbeitgeber als Informationsquelle, die gleichen Werte wie schon in der letzten Befragung.²¹

Teilnahmenutzen

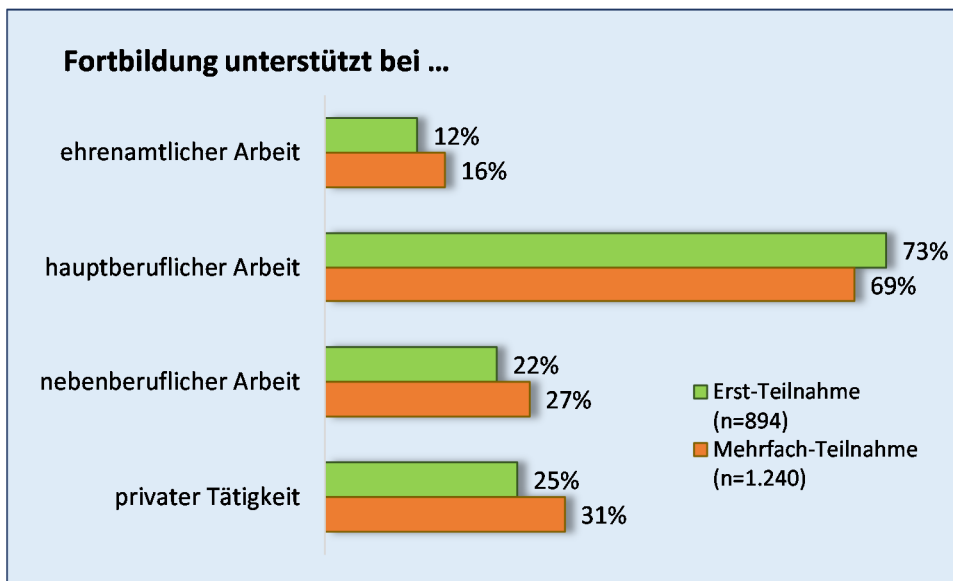
Der Teilnahmenutzen wird seit 2013/14 nur noch relativ pauschal erhoben mit der Frage (8), ob „die Veranstaltung (der Teilnehmenden) Impulse für ihre Arbeit gegeben“ habe. Die Bewertung darauf fiel bei Erst-

²¹ In 2008/9 war das Verhältnis 5% zu 17% (!), in 2005/6: 5% zu 11%, in 2003: 8% zu 6%.

und Mehrfachbesucher_innen mit dem Mittelwert 1,67 (Erst-) und 1,58 (Mehrfachbesucher_innen) auf einer Skala von 1 bis 6 nicht wirklich unterschiedlich aus.

Des Weiteren wurde gefragt (Frage 10), bei welcher Art von Tätigkeit die Veranstaltung die Teilnehmenden unterstützt. Im Ergebnis gab es keine großen Unterschiede zwischen Erst- und Mehrfachbesucher_innen, wie die Abbildung 18 zeigt. Aber vielleicht ist es doch von Bedeutung, dass allein bei der hauptberuflichen Arbeit die Erst-Teilnehmenden etwas stärker votieren, während bei der ehrenamtlichen, der nebenberuflichen und der privaten Tätigkeit jeweils die Mehrfachteilnehmenden relativ zur Gesamtzahl merklich vorne liegen. Interpretationsangebot: Die Motivation sich öfter fortzubilden, ist stärker intrinsisch verankert und damit weniger beeinflusst vom Denken an unmittelbare berufliche (und materielle) Verwertbarkeit.

Abbildung 18: Unterstützung der Teilnehmenden durch Veranstaltungsteilnahme bei ihren kulturellen Aktivitäten



Mehrfachwahl möglich

Bewertungen der ba•Leistungen

Erstbesucher und Mehrfachbesucher_innen zeigen sich bei fast allen Bewertungen, so der Dozentenqualitäten, der Bedingungen des Hauses, des Essens, der Servicequalität insgesamt usw., weitgehend einig. Lediglich beim Anmeldeprozess (Frage 3), den Informationen zur Anreise (Frage 4) und den Vorweg-Informationen zum Ablauf der Veranstaltung (Frage 4) zeigten sich die Erstbesucher_innen – auf weiterhin hohem Positivniveau – jeweils etwas kritischer. Dies ist in diesem geringen Maße nicht dramatisch, erklärt sich aus dem Mangel an Erfahrungen mit den Usancen des Hauses, gibt aber vielleicht trotzdem Anlass zum „Feintuning“ in diesen Bereichen.

13. Resümee

Auch die jetzige Befragung hat gezeigt, dass die Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel in der Akzeptanz ihrer Arbeit auf sehr gutem Wege ist. Die Bewertungen von Inhalten und Arbeitsumständen waren kaum schlechter, in etlichen Fällen sogar besser als in den Befragungen davor.

Die Entwicklungen in den Merkmalen der Teilnehmerschaft entsprechen überwiegend den früheren Befunden und Trends. An einigen Stellen haben sich auch Veränderungen gezeigt, die beobachtet werden sollten. Dazu gehören: das Verhältnis von Erst- zu Mehrfachbesucher_innen, um Entwicklungsdynamik und Kundenbindung in der Balance zu halten; die berufliche Verankerung der TNN im Kulturbereich; der niedrige Männeranteil (soweit das Phänomen nicht dem allgemeinen Trend in den kulturellen Tätigkeitsfeldern geschuldet ist); vor allem aber die unterschiedlichen Altersstrukturen in den Programmbereichen.

Die ba• wird ihre Teilnehmerschaftbefragungen in der Zukunft weiterführen. Die Absicherung der subjektiven Eindrücke aus der laufenden Arbeit durch sinnvolle sozialwissenschaftliche Untersuchungsmethoden ist ein nicht aufzugebender Teil des Qualitätsmanagements. Die Teilnehmerschaftbefragungen sind auch Bestandteil der mit dem Lande Niedersachsen abgeschlossenen Zielvereinbarung.

14. Fragebogen

Was wir Sie noch fragen möchten

Anmeldung und Anreise

1) Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden? (mehrere Antworten möglich)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> gedrucktes Jahresprogramm | <input type="checkbox"/> Berufskolleg_innen |
| <input type="checkbox"/> Freunde / Bekannte (etc.) | <input type="checkbox"/> Sonstiges, was? _____ |
| <input type="checkbox"/> Hochschule | <input type="checkbox"/> Facebook / Twitter |
| <input type="checkbox"/> www.bundesakademie.de | <input type="checkbox"/> Arbeitgeber |

2) Ich habe mich angemeldet über ...

- Internet gedrucktes Anmeldeformular E-Mail
 Sonstiges, was? _____

3) Der Anmeldeprozess war

- | | | | | | | | |
|---------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|
| unkompliziert | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | sehr kompliziert |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |

Bitte orientieren Sie sich bei Ihrer Bewertung an Schulnoten.

4) Die Informationen zur Anreise waren ...

- | | | | | | | | |
|----------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------|
| Sehr gut | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | unzureichend |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |

5) Mit den Vorweg-Informationen zum Ablauf der Veranstaltung war ich ...

- | | | | | | | | |
|----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|
| Sehr zufrieden | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ganz unzufrieden |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |

6) Haben Sie schon früher an Veranstaltungen der Bundesakademie teilgenommen?

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| nein | 1 – 2 mal | 3 mal und öfter |

Zum Inhalt der Veranstaltung

7) Der vermittelte Inhalt entsprach der Ankündigung ...

- | | | | | | | | |
|------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------|
| vollkommen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | gar nicht |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |

8) Die Veranstaltung hat mir Impulse für meine Arbeit gegeben:

- | | | | | | | | |
|---------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------|
| in hohem Maße | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | gar nicht |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |

9) Die Veranstaltung unterstützt mich bei meiner

- ehrenamtlichen Arbeit hauptberuflichen Arbeit nebenberuflichen Arbeit
 privaten Tätigkeit (mehrere Antworten möglich)

Wie beurteilen Sie die Fachkompetenz sowie die Präsentation und Vermittlung der Dozent_innen?

I0) Fachkompetenz

Sehr stark sehr schwach

1 2 3 4 5 6

I1) Präsentation/Vermittlung

Sehr stark sehr schwach

1 2 3 4 5 6

Seminarräume & Verpflegung

I2) Mit der technischen Ausstattung der Veranstaltungsräume bin ich ...

Sehr zufrieden gar nicht zufrieden

1 2 3 4 5 6

I3) Mit den Mahlzeiten in der Bundesakademie bin ich ...

Sehr zufrieden gar nicht zufrieden

1 2 3 4 5 6

Zu Ihrer Person

(Wir bitten Sie um diese Informationen, weil sie für die Interpretation der Befragungsergebnisse wichtig sind.)

I4) Ihr Alter?

- bis 25 26 – 35 36 – 45 46 – 55 56 – 65 ab 66

I5) Ihr Geschlecht?

- Mann Frau intersexuell

I6) Ihr Hauptwohnort liegt in

- Baden-Württemberg Bayern Berlin Brandenburg Bremen
 Hamburg Hessen Mecklenburg-Vorpommern Niedersachsen Nord-
 rhein-Westfalen Rheinland-Pfalz Saarland Sachsen Sachsen-An-
 halt Schleswig-Holstein Thüringen außerhalb Deutschlands

17) Sind Sie beruflich bzw. ehrenamtlich in einem kulturbezogenen Arbeitsfeld aktiv?

(zu Inhalten vgl. nächste Frage)

Ja Nein (wenn nein, bitte die nächsten beiden Fragen überspringen.)**18) Wenn ja, in welchem Kulturarbeitsfeld arbeiten Sie?** (mehrere Antworten möglich)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Kulturproduktion (z.B. als Künstler_in im Theater, Musikensemble, freischaffend etc.) | <input type="checkbox"/> Beratung/Training von Personen/Institutionen |
| <input type="checkbox"/> Kulturvermittlung* (z.B. in Schule, VHS, Kulturzentrum, Musik- Kunstschule, Museum, Chor etc.) | <input type="checkbox"/> Kulturverbandsarbeit |
| <input type="checkbox"/> Kulturwissenschaft (in Hochschule, Forschungseinrichtung etc.) | <input type="checkbox"/> Kirche, Gewerkschaft, Partei etc. |
| <input type="checkbox"/> öffentliche Kulturverwaltung | <input type="checkbox"/> Sozialarbeit |
| <input type="checkbox"/> Organisation/Management einer Kultureinrichtung | <input type="checkbox"/> Therapie |
| <input type="checkbox"/> Kulturpolitik | <input type="checkbox"/> Sonstiges, was?
_____ |

*** 19) Wenn Kulturvermittlung, dann** (mehrere Antworten möglich)in Schule in außerschulischer Jugendbildungseinrichtung in außerschulischer Erwachsenenbildungseinrichtung in Kulturinstitution/-verein (z.B. Museum) woanders wo? _____**20) Wer hat die Kosten der jetzt besuchten Veranstaltung getragen?**ich allein die Einrichtung, für die ich tätig bin mein Arbeitgeber/Auftraggeber und ich haben uns die Kosten geteilt eine andere Lösung welche? _____**21) Hatten Sie vor dem Besuch der Akademie bereits eine Ausbildung im Bereich****Kultur?** (Bildende Kunst, Literatur, Musik, Theater, Tanz, Museum, Kunst-/Kulturvermittlung, Lehramt, Kulturwissenschaft, Kulturverwaltung/-management o.Ä.)ja nein kann ich nicht so genau sagen **22) Wie ist Ihre aktuelle Erwerbssituation?** (Bei dieser Frage interessiert uns, ob und in welchem Umfang Sie erwerbstätig sind. Beziehen Sie dabei ggf. auch Ihre nicht-kulturbezogenen Erwerbsquellen ein. Sie können mehrere Antworten ankreuzen.)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> vollzeit erwerbstätig (abhängig beschäftigt o. selbständig/freiber.) | <input type="checkbox"/> Hausfrau/Hausmann |
| <input type="checkbox"/> teilzeit erwerbstätig (abhängig beschäftigt o. selbständig/freiber.) | <input type="checkbox"/> im Ruhestand/pensioniert |
| <input type="checkbox"/> arbeitslos | <input type="checkbox"/> Ausbildung/Studium |
| <input type="checkbox"/> anderes, was? _____ | |

Fazit & Ausblick

23) Wie zufrieden waren Sie mit dem Service im Hause?

Sehr zufrieden ganz unzufrieden
 1 2 3 4 5 6

24) Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem inhaltlichen Angebot der Bundesakademie?

Sehr zufrieden ganz unzufrieden
 1 2 3 4 5 6

25) Welche Veranstaltungsthemen wünschen Sie sich in Zukunft?

1. _____ 3. _____
 2. _____ 4. _____

26) Haben Sie weitere Anregungen für uns?

Und zum Schluss

27) Mit welchen bis zu drei Adjektiven würden Sie die Bundesakademie beschreiben?

Wir danken Ihnen und freuen uns auf ein Wiedersehen!

Die Befragung ist anonym. Der Datenschutz wird gewährleistet.

Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel
 Postfach 1140
 38281 Wolfenbüttel www.bundesakademie.de
<https://www.facebook.com/Bundesakademie>
<https://twitter.com/Bundesakademie>



ba • Wolfenbüttel