Kulturgold GmbH
Rotebühlstr. 66
D-70178 Stuttgart
info@agentur-kulturgold.de
www.agentur-kulturgold.de
Telefon: +49 (0)711 72256225

Dr. Nora Wegner
Kreativpark Karlsruhe
Alter Schlachthof 3
D-76131 Karlsruhe
wegner@kulturevaluation-wegner.de
www.kulturevaluation-wegner.de
Telefon: +49 (0)721 66499741

Bevölkerungsbefragung zur Kulturnutzung und -nichtnutzung in der Stadt Böblingen

im Auftrag der Stadt Böblingen, Amt für Kultur

ERGEBNISBERICHT

Januar 2017

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation und Auftrag S. 3

2. Ergebnisse der schriftlichen Befragung S. 5

2.1 Methodisches Vorgehen S. 5
2.2 Strukturdaten der Befragten S. 7
2.3 Kulturinteresse, Nutzungshäufigkeit und Motive der Befragten S. 15
2.4 Informationsverhalten zu Kulturangeboten S. 30
2.5 Bekanntheit der Böblinger Kulturangebote S. 38
2.5.1 Besonders geschätzte Böblinger Kulturangebote S. 38
2.5.2 Bekanntheit der Böblinger Museen S. 40
2.5.3 Bekanntheit weiterer Böblinger Kulturangebote S. 43
2.6 Zufriedenheit mit dem Böblinger Kulturangebot S. 53
2.6.1 Gesamturteile und Imageeinschätzungen zum Böblinger Kulturangebot S. 53
2.6.2 Urteile zu den Böblinger Museen S. 59
2.7 Barrieren der Kulturnutzung S. 76
2.8 Wünsche zur Weiterentwicklung des Böblinger Kulturangebots S. 82
2.9 Zusammenfassung der Ergebnisse S. 95

3. Ergebnisse der Gruppendiskussionen S. 100

3.1 Methodisches Vorgehen S. 100
3.2 Gruppendiskussion mit dem Integrationsrat der Stadt Böblingen S. 103
3.3 Gruppendiskussion mit Jugendlichen der Stadt Böblingen S. 106
3.4 Gruppendiskussion mit Kulturakteuren (und Bürgern) der Stadt Böblingen S. 109

4. Ausblick: Handlungsfelder für die Kulturarbeit in der Stadt Böblingen S. 116

5. Anhang

5.1 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis S. 118

5.2 Fragebögen S. 121

(Screenshot des Online-Fragebogens, Fragebogen der Straßenbefragung)

5.3 Leitfäden S. 139

(Leitfäden für die Gruppendiskussionen mit dem Integrationsrat und Jugendlichen der Stadt Böblingen)

1. Ausgangssituation und Auftrag

„Wir dürfen nicht hinter dem Schalter sitzen bleiben und warten, dass die Leute kommen. Wir müssen rausgehen und uns ein Publikum suchen."
Sir Simon Rattle, Chefdirigent der Berliner Philharmoniker

Der Besucher[1] rückt zunehmend in den Fokus von Kulturschaffenden und Kulturpolitikern, Besucherorientierung wird mehr und mehr zur Grundhaltung des Kulturbetriebs. Dafür gibt es verschiedene Gründe: Das Kulturpublikum wird einerseits älter, bunter und weniger. Das Kulturangebot hat sich andererseits in den vergangenen Jahrzehnten vervielfacht und ausdifferenziert, Konkurrenzen um das Kulturpublikum sind entstanden. Neben einer hohen Dichte an gewachsenen Kultureinrichtungen wie z.B. Bibliotheken, Museen oder Theater, die öffentlich finanziert bzw. gefördert werden, finden sich heute in Städten und Kommunen Angebote, die traditionelle Orte von Kunst und Kultur verlassen. Diese sind teilweise temporär in Form von Zwischennutzungen organisiert oder finden als Events statt und werden von privaten, teils kommerziellen Anbietern verantwortet.[2] „Besucherorientierung bedeutet [vor diesem Hintergrund], dass die jeweilige Kultureinrichtung tatsächlich alle Anstrengungen unternimmt, das was sie künstlerisch-ästhetisch produziert, einem größtmöglichen Kreis von Interessenten nahe zu bringen."[3]

Ein unabdingbarer Schritt zu mehr Besucherorientierung im Kulturbetrieb ist das Sammeln von Informationen über das Publikum: Wer sind die Besucher? Welche Motive und Interessen haben sie? Wie häufig und unter welchen Umständen nehmen sie Kulturangebote wahr? Mit welchen Erwartungen besuchen sie eine Kultureinrichtung und wie zufrieden sind sie mit dem Angebot? Und wer sind die Nicht-Besucher, d.h. jener Kreis von Personen, die selten oder gar nicht Kultureinrichtungen besuchen? Welche Gründe gibt es für den Nicht-Besuch? Diesen und vielen weiteren Fragen geht Besucherforschung nach. Systematisch und zielgerichtet eingesetzt, liefert sie damit wertvolle Informationen für die Entscheidungsfindung in der Marketing- und Vermittlungsarbeit von Kulturbetrieben, aber auch in der Kulturentwicklungsplanung von Städten, Kommunen und Regionen.

So auch die Situation in Böblingen: Die Kreisstadt südwestlich der baden-württembergischen Landeshauptstadt steht vor der Aufgabe den Kulturentwicklungsplan aus dem Jahr 2009 fortzuschreiben und vor allem Ziele und Maßnahmen zu erarbeiten, mit denen auf aktuelle gesamtgesellschaftliche (z.B. demografischer Wandel, Digitalisierung) und ortspezifische Herausforderungen (vgl. z.B. die Diskussion über die Schließung des Deutschen Fleischermuseums)[4] reagiert werden kann. Damit der künftige Kulturentwicklungsplan möglichst besucherorientiert angelegt werden kann, fasste die Stadt Böblingen 2015 den Beschluss, die Bürger vor Ort um ihre Meinung zu ersuchen. Zu diesem Zweck wurde eine

---

[1] Die männliche Form schließt hier und im Folgenden stets die weibliche mit ein.
[2] Vgl. ausführlich zu diesen Entwicklungen Glogner-Pilz, Patrick/Patrick S. Föhl (2016): Zur Relevanz empirischer Kulturpublikumsforschung. Eine Einführung in das Handbuch, in: Dies. (Hg.) (2016): Handbuch Kulturpublikum. Forschungsfragen und -befunde, Wiesbaden, S. 19-33.
[3] Klein, Armin (2011): Der exzellente Kulturbetrieb, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 100.
[4] Siehe dazu exemplarisch folgende Presseartikel http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.boeblingen-besucherbilanz-im-kulturbetrieb-museen-und-galerie-weniger-gut-besucht.90fa3ab2-437f-4666-9855-f7072052d2fb.html und http://www.swp.de/ulm/nachrichten/stuttgart/auf-dem-pruefstand-9361156.html (letzter Zugriff: 10.01.2016)

Bevölkerungsbefragung in Auftrag gegeben, die in Zusammenarbeit mit dem Amt für Kultur der Stadt Böblingen im Jahr 2016 von der Agentur Kulturgold und Kulturevaluation Wegner geplant, durchgeführt und ausgewertet wurde.
Ziel der Befragung war es, Aufschlüsse über die Nutzung[5] und Nichtnutzung[6] des Kulturangebots durch die Bevölkerung im Einzugsgebiet der Stadt Böblingen zu geben. Untersuchungsschwerpunkt war dabei das städtische Kulturangebot, es wurden aber auch weitere Veranstalter mit einbezogen. Unter anderem sollten Nutzungsmotive und Barrieren, Zufriedenheit und Bedürfnisse der Bürger erhoben werden. Einen Schwerpunkt bildeten angesichts der Diskussion um die Böblinger Museen zudem verschiedene museumsspezifische Fragen (vgl. dazu Fußnote 4).
In der methodischen Umsetzung wurde auf eine Triangulation gesetzt, d.h. verschiedene Methoden wurden miteinander kombiniert. Auf eine standardisierte, schriftliche Bevölkerungsbefragung (Online- und Papier-Variante) folgten vertiefende qualitative Gruppendiskussionen mit ausgewählten Zielgruppen (Jugendliche, Kulturschaffende, Bürger und Migranten). Der vorliegende Bericht beinhaltet sämtliche Ergebnisse aus beiden Befragungen (vgl. Kapitel 2 und 3) und fasst darüber hinaus zentrale Ergebnisse zusammen, die als Handlungsfelder Ausblick geben auf die anstehende Kulturentwicklungsplanung (vgl. Kapitel 4).

[5] Nutzer von Kulturangeboten stellen keine homogene Gruppe dar, sondern können differenziert werden, z.B. in Viel-Nutzer und Gelegenheits-Nutzer. Insbesondere für letztere Gruppe können ebenfalls Gründe ermittelt werden, weshalb das Kulturangebot nicht häufiger genutzt wird bzw. wie die Bedürfnisse besser berücksichtigt werden können.
[6] Der Begriff der Nicht-Nutzung schließt im Folgenden sowohl die Nicht-mehr-Nutzung als auch die Noch-nicht-Nutzung von Kulturangeboten mit ein.

2. Ergebnisse der schriftlichen Befragung

2.1 Methodisches Vorgehen

Die schriftliche Bevölkerungsbefragung erfolgte in mehreren Befragungsteilen, um verschiedene Zielgruppen einzubeziehen:

1) Repräsentative Stichprobenbefragung

Grundlage der Studie bildete die schriftliche Befragung einer repräsentativen Zufallsstichprobe der Böblinger Bevölkerung. Diese wurde schwerpunktmäßig mit einem Online-Fragebogen durchgeführt, da die Methode eine kostengünstige und zeitgemäße Variante darstellt. Zudem ermöglicht ein Online-Fragebogen verschiedene Frageninhalte je nach Nutzungsintensität abzufragen (d.h. unterschiedliche Fragen für Nutzer und Nicht-Nutzer). (Screenshot des Fragebogens siehe Anhang.)
Die Stichprobenziehung erfolgte in Zusammenarbeit mit dem Einwohnermeldeamt der Stadt Böblingen. 10% der Böblinger Bürger im Alter ab 15 Jahren wurden nach einem Zufallsprinzip als Teilnehmer ermittelt, dies waren 4.459 Adressen. Diese ausgewählten Bürger erhielten per Post eine Aufforderung zur Teilnahme, zusammen mit dem Link zum Online-Fragebogen und einem jeweils individuellen Passwort, das Missbrauch ausschloss. Die Befragung erfolgte anonym, der Datenschutz war in vollem Umfang gegeben. Für Bürger ohne Internetzugang bestand die Möglichkeit, alternativ einen Papierfragebogen anzufordern und diesen kostenlos rückzusenden.
Neben einer umfassenden öffentlichen Bekanntmachung der Untersuchung, verstärkte ein Gewinnspiel die Teilnahmemotivation. Preise waren unter anderem Gutscheine für Gastronomie und Therme, Bücher sowie Eintrittskarten. Die Kontaktdaten zur Ermittlung der Gewinner wurden separat gespeichert und können nicht mit den Antworten in Verbindung gebracht werden.
Die Stichprobenbefragung fand vom 8. April bis 15. Mai 2016 statt. Sie erzielte einen aussagekräftigen Rücklauf von 575 vollständig ausgefüllten, gültigen Fragebögen (13% der angeschriebenen Bürger).

2) Zusätzliche öffentlich zugängliche Befragung

Um zusätzlich interessierten Bürgern die Möglichkeit der Beteiligung zu geben, wurde darüber hinaus ein offener Zugang zur Online-Befragung angeboten. Der Link wurde unter anderem auf der Homepage der Stadt sowie über die Presse und verschiedene Kultureinrichtungen bekannt gemacht. Auch dieser Online-Fragebogen konnte vom 8. April bis 15. Mai 2016 ausgefüllt werden.
Bei der öffentlich zugänglichen Befragung konnten sich auch Personen von außerhalb Böblingens beteiligen, die trotzdem Nutzer der Böblinger Kulturangebote sind. In der Auswertung kann zwischen Einheimischen und Nicht-Einheimischen unterschieden werden und es wird auf entsprechende Unterschiede hingewiesen. 753 Personen füllten bei dieser Befragung einen vollständigen Fragebogen aus. Da dieser Befragungsteil offen zugänglich war, auch für Personen von außerhalb Böblingens, kann hier keine Grundgesamtheit und entsprechende Rücklaufquote ermittelt werden. Die erreichte Anzahl von Fragebögen verweist im Vergleich zu anderen Bevölkerungsbefragungen zum Thema Kultur aber auf eine recht gute Beteiligung.

3) Zusätzliche Straßenbefragung mit Papierfragebogen

Für die ersten beiden Befragungsteile wurde aufgrund von Erfahrungen aus anderen Studien davon ausgegangen, dass sich verstärkt Bürger mit Kulturinteresse beteiligen. Betrifft eine Bevölkerungsbefragung ein spezifisches Thema, spricht sie vermehrt Personen mit Bezug zu diesem Thema an. Aufgrund dessen wurde ergänzend eine weitere Befragung durchgeführt. Hier wurden gezielt an öffentlichen Orten Teile

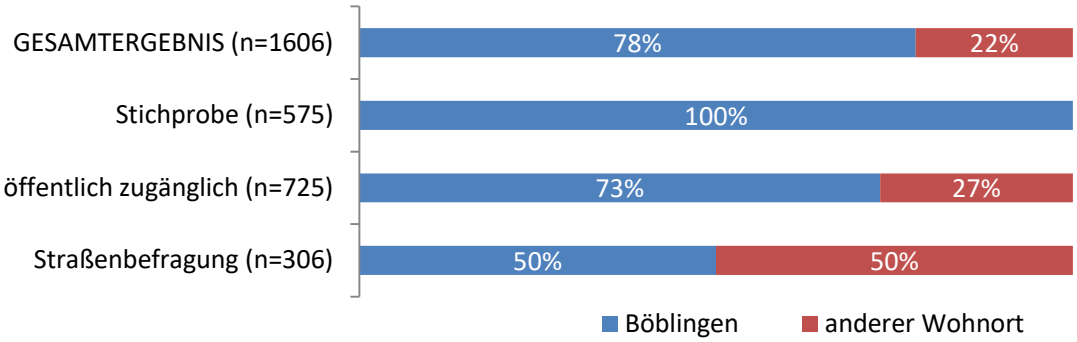
der Bevölkerung angesprochen, die über den Online-Fragebogen weniger gut erreicht wurden (im Folgenden als Straßenbefragung bezeichnet). Dabei verteilten Hilfskräfte aktiv einen Papierfragebogen, den die Befragten selbst ausfüllten. Für diesen Befragungsteil wurde der Fragebogen in einer gekürzten Form mit einer Auswahl der wichtigsten Fragen verwendet, da an öffentlichen Orten erfahrungsgemäß weniger Zeit für eine Befragung zur Verfügung steht (Fragebogen siehe Anhang).
Die Verteilung der Fragebögen erfolgte von Mitte bis Ende April 2016, unter Berücksichtigung unterschiedlicher Wochentage und Uhrzeiten. Wichtig war weiterhin verschiedene Standorte abzudecken, um einen breiten Querschnitt der Bevölkerung abzubilden (Kino Filmzentrum Bären, Shopping Center Mercaden, Stadtbibliothek, Wochenmarkt, Fußgängerzone/See, Verkaufsoffener Sonntag Hulb Open, Bürgeramt). Verteilt wurde der Fragebogen an Personen ab 15 Jahren, die in Böblingen oder Umgebung wohnen. Falls sich die angesprochenen Bürger schon an der Online-Befragung beteiligt hatten, füllten sie nicht erneut einen Bogen aus. Auf diesem Weg konnten in der Straßenbefragung 315 gültige Fragebögen erhalten werden.

Die Gesamtzahl der Befragten beträgt damit 1.643 Befragte, was eine sehr aussagekräftige Anzahl darstellt. Die verschiedenen Befragungsvarianten werden im Folgenden separat sowie zusammengefasst ausgewertet. Zuerst wird das zusammengefügte Gesamtergebnis dargestellt, gefolgt von Stichprobenbefragung, öffentlich zugänglicher Befragung und Straßenbefragung. Auf signifikante, das heißt statistisch nachweisbare[7], Unterschiede zwischen den Befragungsteilen wird dabei explizit eingegangen.

[7] Für die Ermittlung signifikanter, d.h. statistisch nachweisbarer, Zusammenhänge zwischen verschiedenen Fragen wurden Kreuztabellen berechnet und Signifikanztests durchgeführt. Der Wert Chi-Quadrat nach Pearson gibt die Wahrscheinlichkeit an, dass sich ergebende Differenzen ein nicht-zufälliges (signifikantes) Ergebnis beinhalten.

2.2 Strukturdaten der Befragten

Abb. 1: Wohnort der Befragten



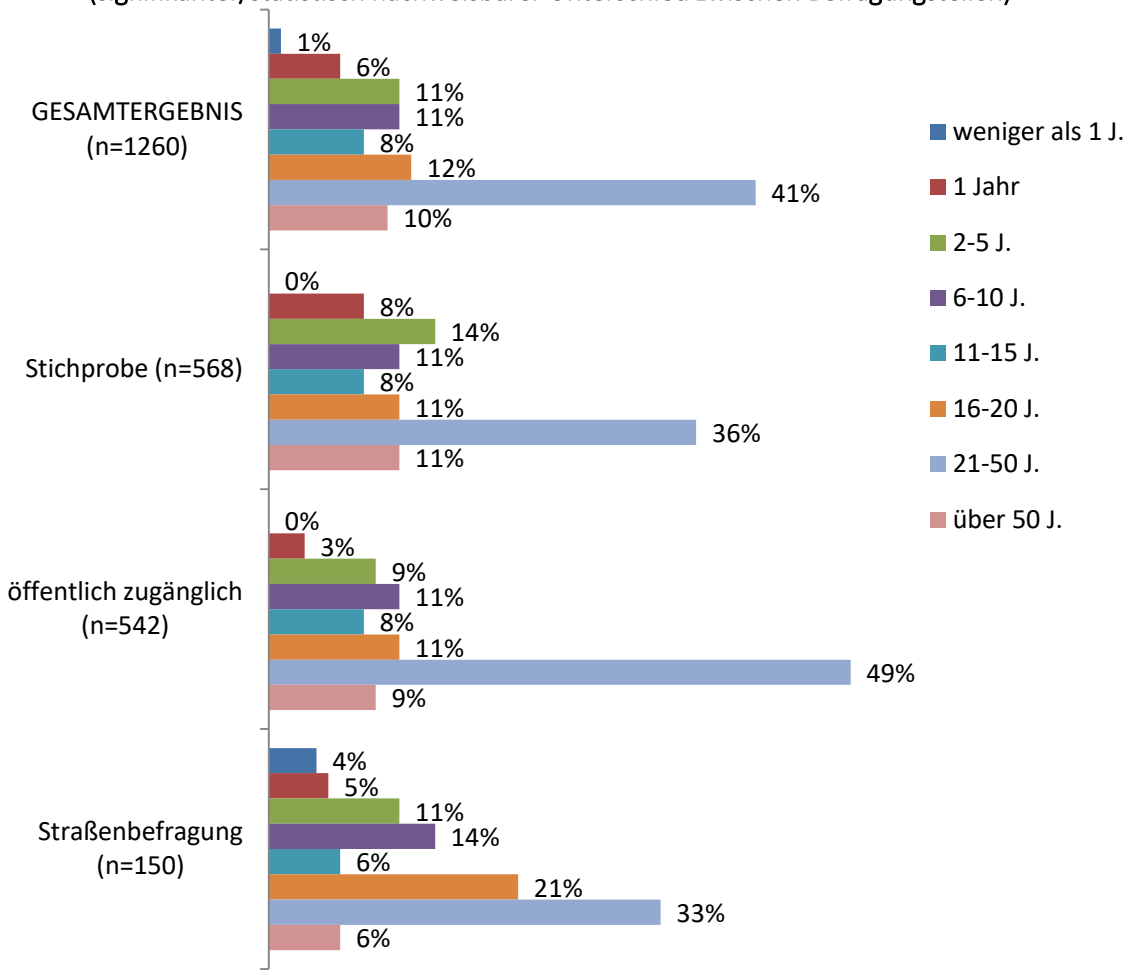
Insgesamt sind unter den Befragten 78% Bürger direkt aus Böblingen, die übrigen stammen mehrheitlich aus der nahen Umgebung bis zehn Kilometer (v.a. aus Holzgerlingen und Sindelfingen, wie die folgende Tabelle zeigt).
In der Stichprobenbefragung wurden nur Bürger aus Böblingen angeschrieben. Bei der öffentlich zugänglichen Onlinebefragung war eine große Mehrheit der Teilnehmer von 73% aus Böblingen, in der Straßenbefragung in Böblingen wurden 50% Einheimische angetroffen und befragt.

Tab. 1a: Entfernung des Wohnorts außerhalb Böblingens (öffentlich zugängliche und Straßenbefragung)		
	absolute Häufigkeit	Prozent
Bis 10 km	168	53%
11-20 km	124	38%
21-50 km	23	7%
Über 50 km	8	2%

Tab. 1b: Anderer Wohnort außerhalb Böblingens (öffentlich zugängliche und Straßenbefragung)	
	absolute Häufigkeit
Holzgerlingen	43
Sindelfingen	41
Schönaich	28
Sindelfingen	24
Weil im Schönbuch	22
Altdorf	16
Ehningen	15
Gärtringen	13
Herrenberg	13
Aidlingen	11
Leonberg	9

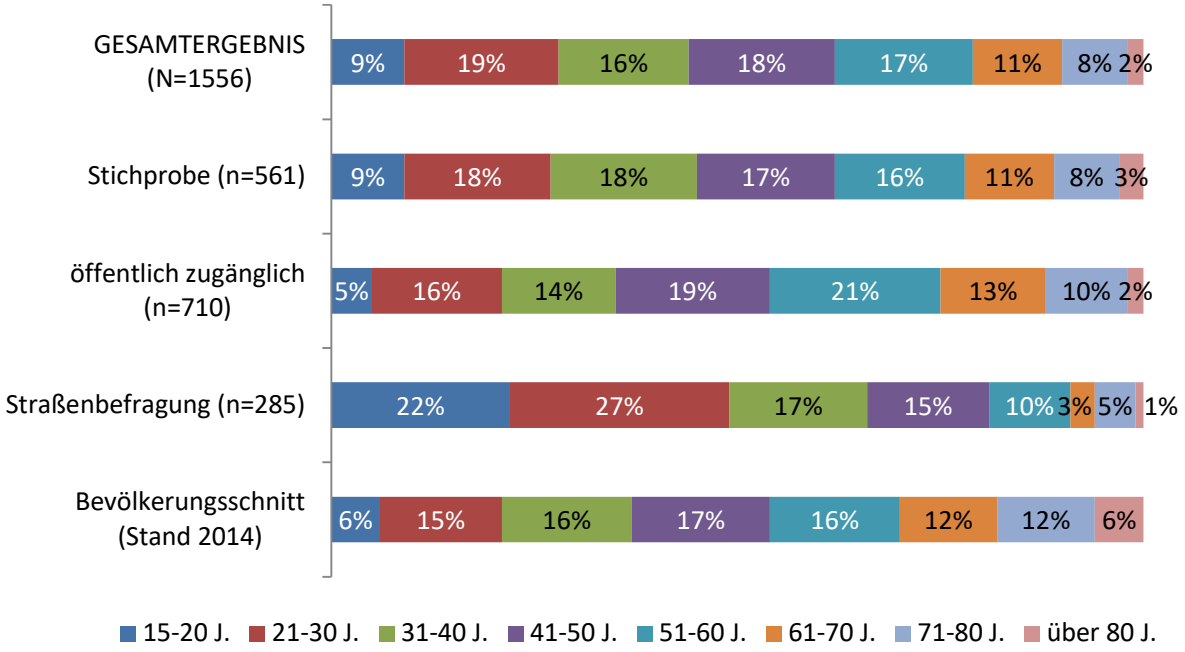
Grafenau	8
Magstadt	7
Stuttgart	7
Dettenhausen	6
Tübingen	6
Hildrizhausen	5
Waldenbuch	5
Gäufelden	4
Renningen	3
Deckenpfronn	3
Weil der Stadt	3
Steinenbronn	2
Gechingen	2
Ostelsheim	2
Filderstadt	2
Bondorf	2
Ludwigsburg	2
Ehningen	1
Weil im Schönbuch	1
Hildrizhausen	1
Leinfelden	1
Ditzingen	1
Jettingen	1
Wildberg	1
Mötzingen	1
Esslingen	1
Remseck	1
Bad Wildbad	1
Weissach im Tal	1
Villingen-Schwenningen	1
Furtwangen im Schwarzwald	1
Heidelberg	1
Konstanz	1
Freiburg	1
Gaimersheim/Bayern	1
Bonn	1

Abb. 2: Wie lange wohnen Sie schon in Böblingen?
(signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Insgesamt wohnen 51% der befragten Böblinger schon mehr als 20 Jahre in Böblingen (41% 21 bis 50 Jahre und 10% mehr als 50). 7% waren Neubürger, die maximal ein Jahr in Böblingen leben. Zusammengezählt 22% geben eine Wohndauer von 2 bis 10 Jahren, 20% von 11 bis 20 Jahren an.
In der öffentlich zugänglichen Befragung gaben die Teilnehmer die längste Wohndauer an, in der Straßenbefragung vergleichsweise die kürzeste.

Abb. 3: Ihr Alter?
(signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)

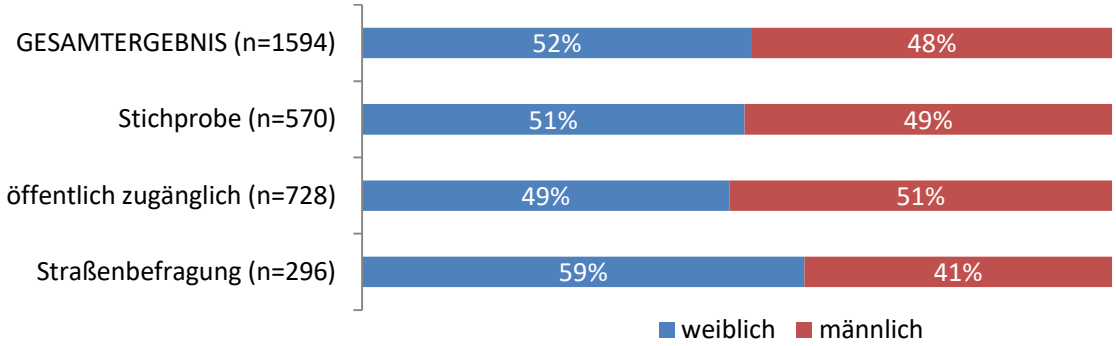


Der Altersdurchschnitt der befragten Bürger liegt gesamt bei 45 Jahren. Die Altersgruppen, eingeteilt in Zehnjahresgruppen, sind recht gleich verteilt: Leichte Mehrheiten finden sich bei 21- bis 30-, 41- bis 50- sowie 51- bis 60-Jährigen.

Mit dem Bevölkerungsschnitt gegenübergestellt sind ältere Personen über 60 Jahre in der Befragung etwas unterrepräsentiert, jüngere bis 30 etwas überrepräsentiert. Insgesamt wird die Altersstruktur der Bevölkerung in der Befragung aber recht gut abgebildet.

Beim Vergleich der drei Befragungsteile sind anteilig die ältesten Auskunftspersonen in der öffentlich zugänglichen Befragung zu finden (Altersschnitt 48 Jahre), in der Stichprobenbefragung sind die Altersgruppen 15 bis 40 etwas stärker vertreten (Schnitt 45 Jahre). Die deutlich jüngsten Befragten sind die Teilnehmer der Straßenbefragung (Schnitt 36 Jahre), was unter anderem auf die Wahl der Erhebungsorte und die Teilnahmemotivation bei Befragungen an öffentlichen Orten zurückzuführen ist. Diese Altersdifferenz ist bei unterschiedlichen Ergebnissen zwischen den Befragungsteilen zu berücksichtigen.

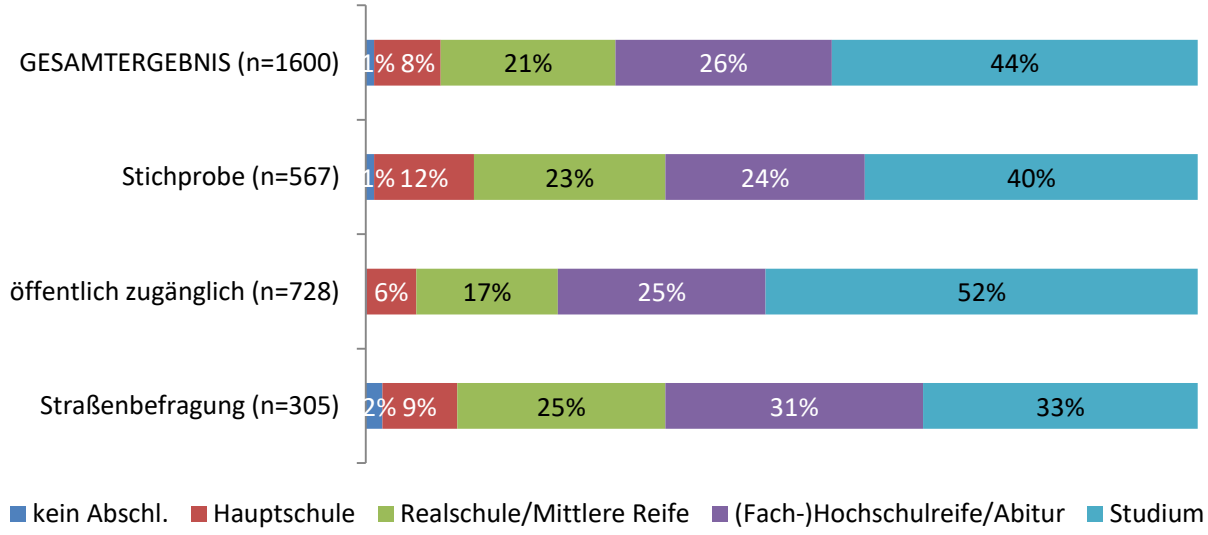
Abb. 4: Ihr Geschlecht?



Das Verhältnis zwischen weiblichen und männlichen Befragten ist fast ausgeglichen. Insgesamt haben 52% Frauen an der Befragung teilgenommen.
In der Stichprobenbefragung sind die Anteile entsprechend des Bevölkerungsquerschnitts vertreten (51% Frauen). Bei der öffentlich zugänglichen Befragung antworteten etwas mehr Männer (noch 49% Frauen). An der Straßenbefragung beteiligten sich mehr Frauen (59%).

Nach Alter differenziert finden sich weibliche Befragte häufiger in jüngeren Altersgruppen (54% bis 60% Frauen im Alter zwischen 15 und 40 Jahren). In höheren Altersgruppen beteiligten sich prozentual mehr Männer an der Befragung, v.a. in den Gruppen über 70 Jahre waren über 60% Männer.

Abb. 5: Höchster (angestrebter) Bildungsabschluss der Befragten
(signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)

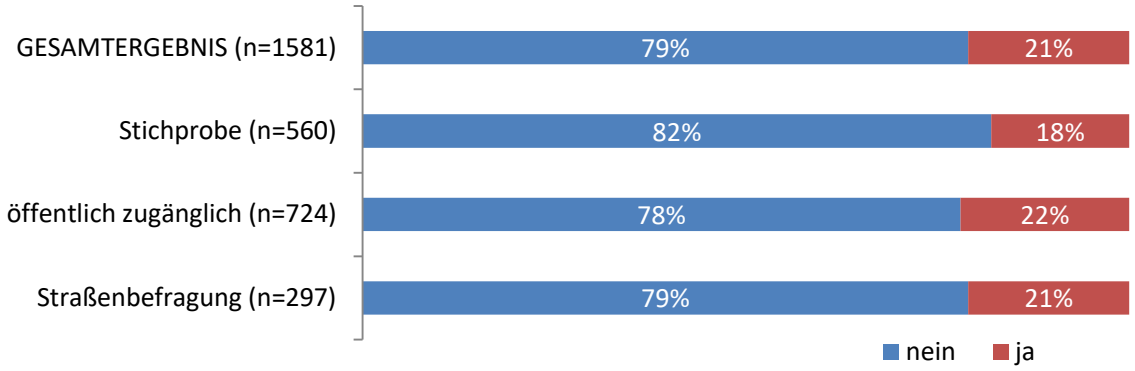


Insgesamt verfügt die Mehrheit der Befragten über einen Hochschulabschluss (44%), zusammen mit denjenigen mit Abitur sind 70% formal höher gebildet. Damit sind im Vergleich zur Gesamtbevölkerung Akademiker deutlich überdurchschnittlich vertreten (16% mit Hochschulabschluss in der Baden-Württembergischen Bevölkerung, Stand 2014).
An der öffentlich zugänglichen Befragung beteiligten sich anteilig am meisten Befragte mit Hochschulabschluss (52%). Etwas weniger waren dies in der Stichprobenbefragung und vor allem der Straßenbefragung, die darauf abzielte einen möglichst breiten Bevölkerungsquerschnitt zu erreichen.

Es ist ein übliches Ergebnis, dass Personen mit formal höheren Abschlüssen sich häufiger an Bevölkerungsbefragungen beteiligen. Insbesondere bei einem spezifischen Thema wie Kulturnutzung fällt dieser Anteil in anderen Studien zum Teil noch höher aus. Dies wird für die Auswahl der Diskussionsteilnehmer im zweiten Untersuchungsteil berücksichtigt.

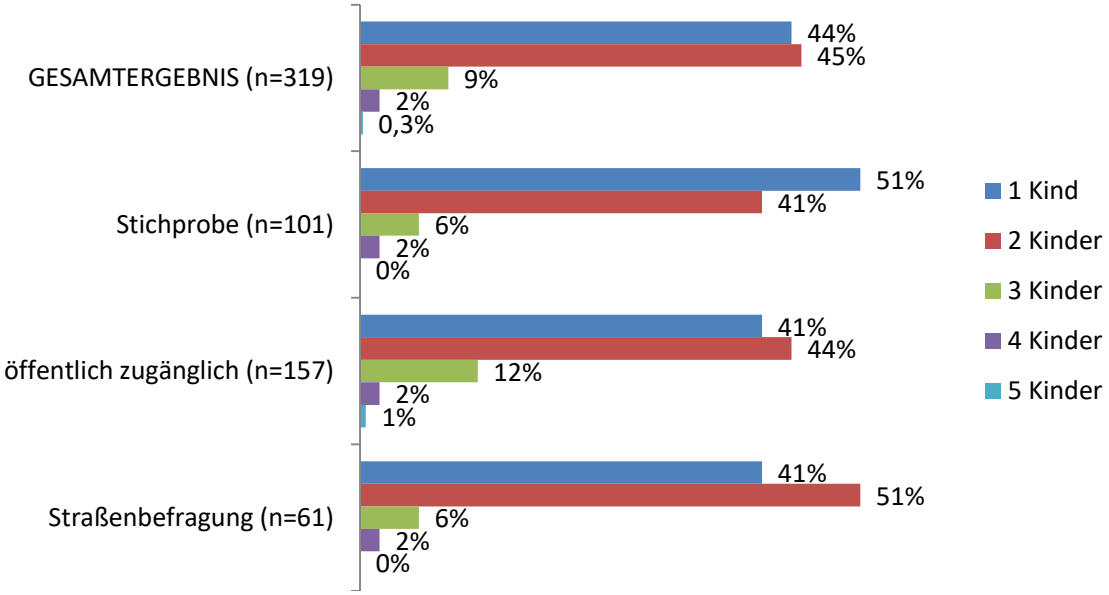
Nach Alter sind übliche Differenzen bei Schulabschlüssen festzustellen: So haben Befragte in höherem Alter öfter einen Hauptschulabschluss (31% über 80 Jahre, im Gesamtschnitt 8%) oder einen Realschulabschluss. Jüngere verfügen demgegenüber häufiger über einen Hochschulabschluss (über 55% zwischen 20 und 40 Jahren, im Gesamtschnitt 44%).
Unterschieden zwischen Frauen und Männern sind männliche Befragte häufiger formal höher gebildet: So gaben Männer öfter einen Hochschulabschluss an (51% im Vergleich zu 39% der Frauen).

Abb. 6: Haben Sie schulpflichtige Kinder?



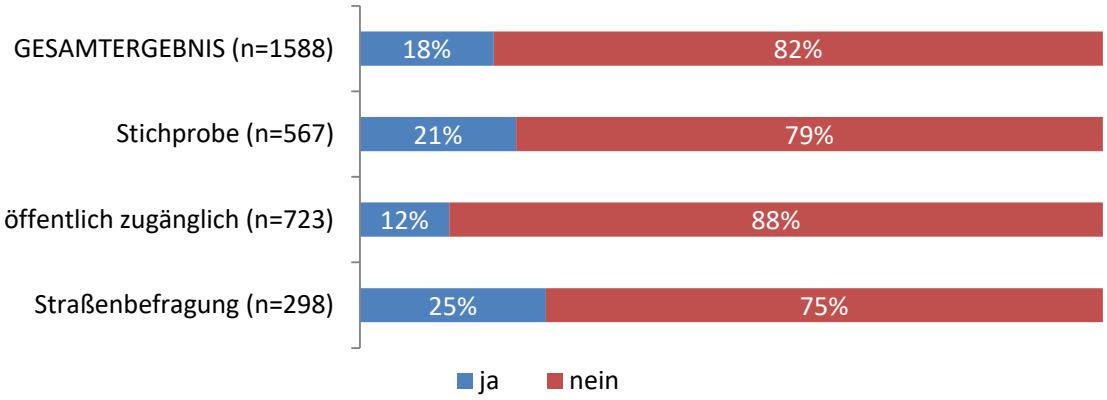
79% der Befragten haben keine schulpflichtigen Kinder, womit der Bevölkerungsschnitt von 20% mit minderjährigen Kindern (Stand 2014) gut repräsentiert ist.
In der öffentlich zugänglichen Befragung und der Straßenbefragung waren etwas mehr Eltern unter den Befragten als in der Stichprobe.

Abb. 7: Anzahl der schulpflichtigen Kinder



Haben die Auskunftspersonen schulpflichtige Kinder, liegt deren Anzahl entsprechend dem Bevölkerungsschnitt am häufigsten bei ein oder zwei Kindern (89%), 11% haben mehr als zwei Kinder.
In der öffentlich zugänglichen Befragung gaben etwas mehr Personen mehr als zwei Kinder an, als in den anderen Befragungsteilen.

Abb. 8: Haben Sie einen Migrationshintergrund/Migrationserfahrung?
(signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



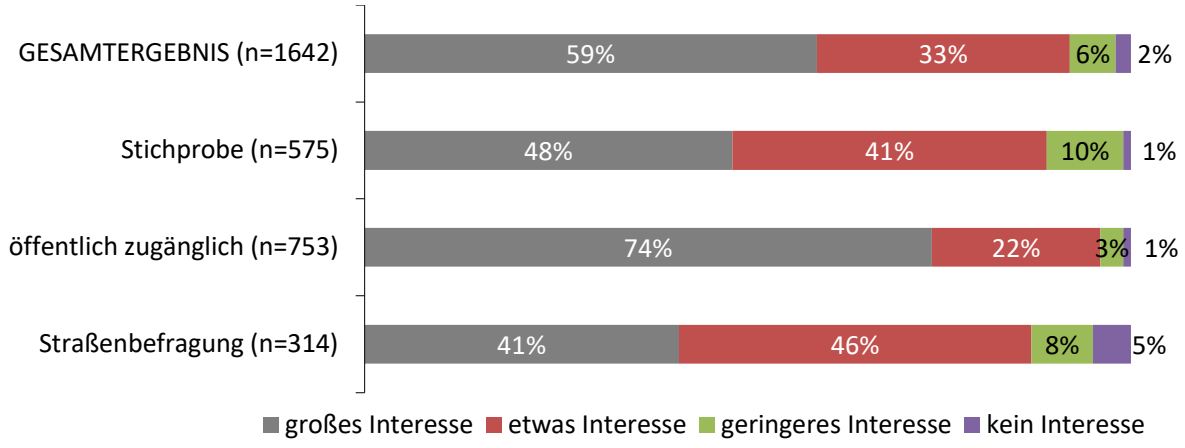
82% der Auskunftspersonen haben keinen Migrationshintergrund/Migrationserfahrung angegeben. Verglichen mit dem Bevölkerungsschnitt sind Migranten damit in der Befragung unterrepräsentiert (47% mit Migrationshintergrund in Böblingen, vgl. Integrationsbericht der Stadt Böblingen Stand 2012). In der Straßenbefragung konnten anteilig am meisten Migranten einbezogen werden (25%), gefolgt von der Stichprobenbefragung.
Auch hier ist der Hinweis angebracht, dass sich Personen mit Migrationshintergrund, unter anderem aufgrund sprachlicher Barrieren, seltener an Befragungen beteiligen. Der vorliegende Fragebogen war nur in deutscher Sprache vorhanden. Diese Unterrepräsentanz kann ebenfalls bei der Auswahl der Diskussionsteilnehmer des zweiten Untersuchungsteils berücksichtigt werden.

Bei der Erfassung von Migrationshintergrund/-erfahrung in Bevölkerungsbefragungen sind stets Unschärfen zu berücksichtigen. So ist nicht für alle Befragten eindeutig, unter welchen Umständen sie sich als Personen mit Migrationshintergrund einordnen und wann nicht. Mittels einer einzelnen Frage ist dies nicht einheitlich zu ermitteln, es müssten weitere Fragen gestellt werden, die hier einen zu großen Umfang beansprucht hätten (z.B. Migration über mehrere Generationen, Muttersprache, Sprache im Elternhaus, Nationalität etc.).

Betrachtet man die Befragten, die einen Migrationshintergrund angaben genauer, sind diese häufiger in jüngerem Alter bis 40 Jahre. Mit dem Alter nimmt der Anteil von Migranten ab. Frauen haben etwas öfter einen solchen Hintergrund angeführt (21%) als Männer (15%).
Weiterhin ist, wie zu erwarten, bei einer kürzeren Wohndauer in Böblingen ein Migrationshintergrund häufiger: Personen die ein bis fünf Jahre in Böblingen wohnen, haben zu 28% einen Migrationshintergrund (Gesamtschnitt 18%).

2.3 Kulturinteresse, Nutzungshäufigkeit und Motive der Befragten

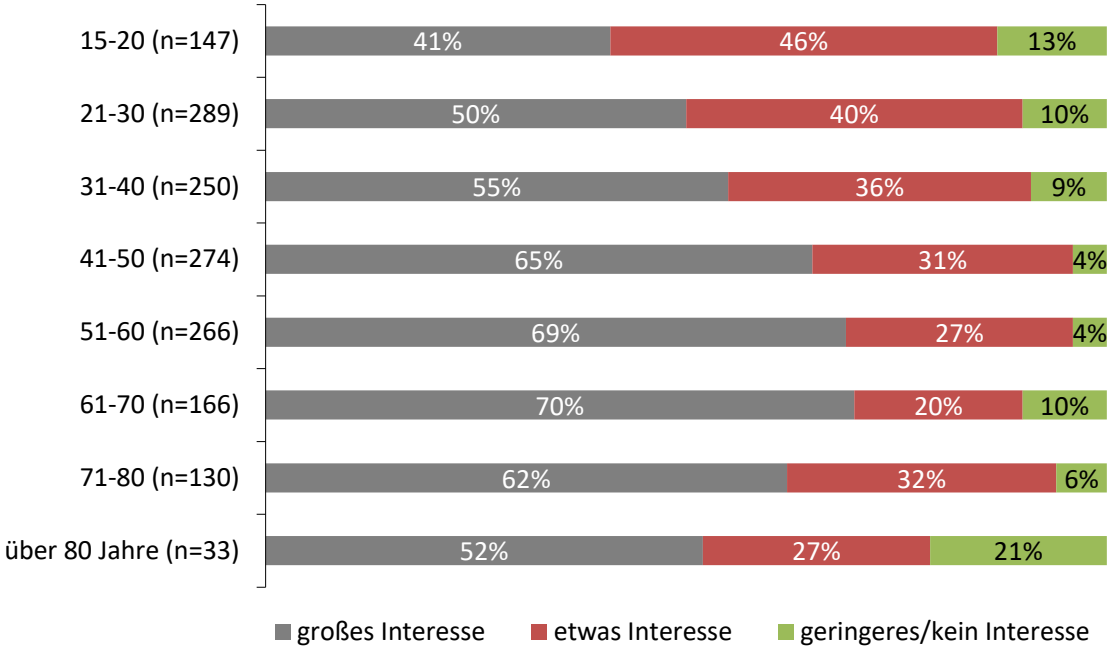
Abb. 9: Allgemeines Interesse der Befragten an Kunst und Kultur
(signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Eine zentrale Frage zur Kulturnutzung der Bevölkerung war die Einschätzung ihres Kulturinteresses. Kunst und Kultur wurden dabei nach einem breiten Kulturbegriff definiert als „zum Beispiel Museen, Konzerte, Theater, Kleinkunst, Bibliotheken, Lesungen, Kino, Feste, Festivals, Interkultur, Vorträge“.
Bei dieser Frage bezeichnete insgesamt die Mehrheit der Befragten ihr allgemeines Interesse als groß (59%). Zusammen mit etwas Interessierten (33%) sind dies 92% - womit ein sehr ausgeprägtes Kulturinteresse konstatiert werden kann. Es verbleiben noch 8%, die sich nur gering oder gar nicht für Kultur interessieren. Dieser hohe Wert ist vor allem auf den breiten Kulturbegriff zurückzuführen, weiterhin ist auch davon auszugehen, dass sich durch die Befragung mehr Kulturinteressierte zur Teilnahme angeregt sahen.
Dies bestätigen auch die signifikanten Unterschiede zwischen den drei verschiedenen Befragungsteilen: Wie zu erwarten haben sich an der öffentlich zugänglichen Befragung, zu der die Teilnehmer nicht extra aufgefordert wurden, noch deutlich mehr Kulturinteressierte beteiligt (74% sehr interessiert). In der Stichproben- und Straßenbefragung beträgt dieser Anteil noch 48% bzw. 41%.

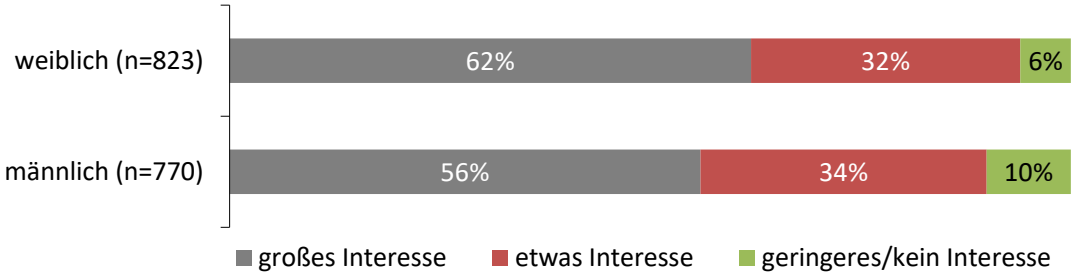
Wenn die Befragten aussagten kein Kulturinteresse zu haben, wurden ihnen direkt die Fragen zu Nutzungsbarrieren gestellt und einige der folgenden Fragen zu Nutzungshäufigkeit und Bekanntheit übersprungen.
Zunächst wurden im folgenden Abschnitt die Angaben zum Kulturinteresse weiter differenziert. Insbesondere Unterschiede zwischen stark und etwas Interessierten sind dabei interessant.

Abb. 10: Allgemeines Interesse der Befragten an Kunst und Kultur nach Altersgruppen differenziert (N=1555, Gesamtergebnis)



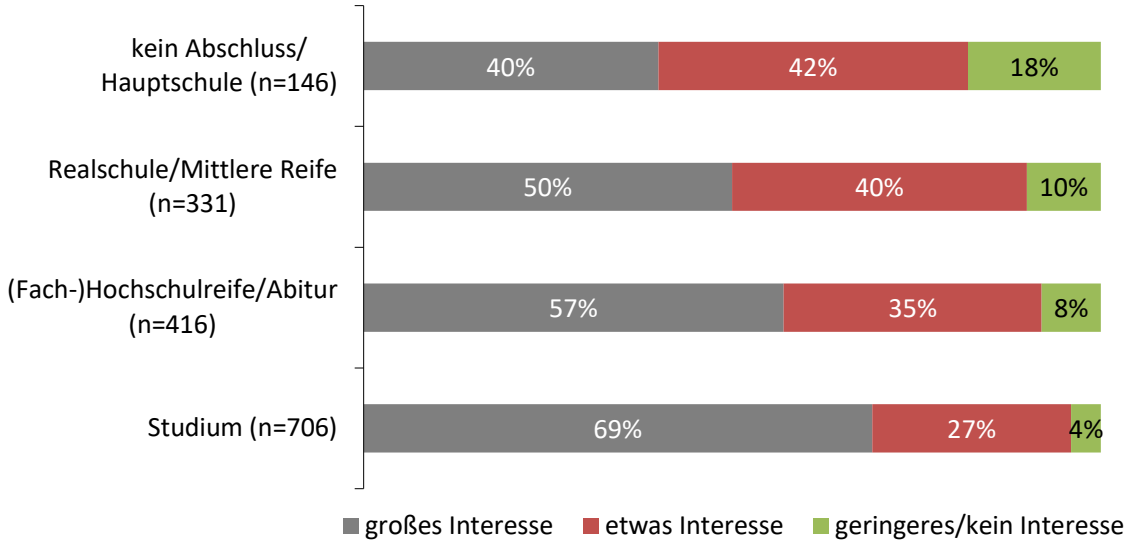
Das allgemeine Kulturinteresse unterscheidet sich signifikant nach Altersgruppen: Ein großes Interesse ist am stärksten vorhanden im Alter zwischen 40 und 70 Jahren. Die jüngsten Befragten bis 20 Jahre geben im Schnitt das geringste Interesse an.

Abb. 11: Allgemeines Interesse der Befragten an Kunst und Kultur nach Geschlecht differenziert (N=1593, Gesamtergebnis)



Weibliche Befragte interessieren sich etwas häufiger sehr für Kultur (62%) als männliche Befragte (56%). Unter Männern sind entsprechend etwas mehr Desinteressierte (10%).

Abb. 12: Allgemeines Interesse der Befragten an Kunst und Kultur
nach höchstem Schulabschluss differenziert (N=1599, Gesamtergebnis)



Nach Schulabschlüssen der Befragten ist – wie zu erwarten – das größte Kulturinteresse unter Akademikern zu finden, bei diesen gibt die deutliche Mehrheit ein großes Interesse an Kunst und Kultur an (69%). Dies unterscheidet sich deutlich vor allem von Befragten mit Hauptschulabschluss, die sich noch zu 40% sehr für Kultur interessieren. Ein Fünftel (18%) derjenigen mit Hauptschulabschluss sagt auch aus, sich weniger/nicht zu interessieren.

Um das Befragungsergebnis zum Kulturinteresse der Böblinger Bevölkerung besser einordnen zu können, werden Vergleiche mit anderen Bevölkerungsbefragungen angestellt. Zu berücksichtigen ist dabei, dass den Studien unterschiedliche Vorgehensweisen zugrunde liegen, die nur eingeschränkt miteinander verglichen werden können (z.B. Art der Befragung und der Stichprobenziehung, Anzahl der Befragten, Frageformulierungen).
Bei einer Bevölkerungsbefragung für die Universitätsstadt Tübingen ergab sich ein noch größerer Anteil von Befragten mit großem Kulturinteresse: 76% nannten großes oder etwas Interesse (Bevölkerungsstichprobe, Angaben von 318 repräsentativ ausgewählten Befragten im Jahr 2011).[8] Bei dieser Fragestellung wurde der Kulturbegriff nicht weiter präzisiert. Ergänzend erfolgte in Tübingen ebenfalls eine öffentlich zugängliche Befragung, an der sich - wie auch in Böblingen - noch mehr Kulturinteressierte beteiligten (93%).
Ein ähnliches Ergebnis wie in Böblingen zeigte sich bei einer Bevölkerungsbefragung für einen Landkreis in Brandenburg: 55% der Befragten haben hier ein großes Kulturinteresse angegeben, zusammen mit etwas Interessierten 88% (Angaben von 253 befragten Bürgern). Auch hier bestätigten sich Alters- sowie Bildungsunterschiede beim kulturellen Interesse.[9]

---

[8] Vgl. Universitätsstadt Tübingen. Fachbereich Kultur (2012): Berichtsvorlage: Ergebnisse der Bürgerbefragung zur Kulturkonzeption, Vorlage 49/2012.
In: www.tuebingen.de/gemeinderat/vo0050.php?__kvonr=3188

[9] Vgl. Netzwerk Kulturberatung (2012): Strategie- und Maßnahmenplan zur kulturellen Entwicklung im Landkreis Ostprignitz-Ruppin. Auswertung nicht-repräsentativer Online-Bürgerbefragung.
In: http://www.kulturstrategie-opr.de/

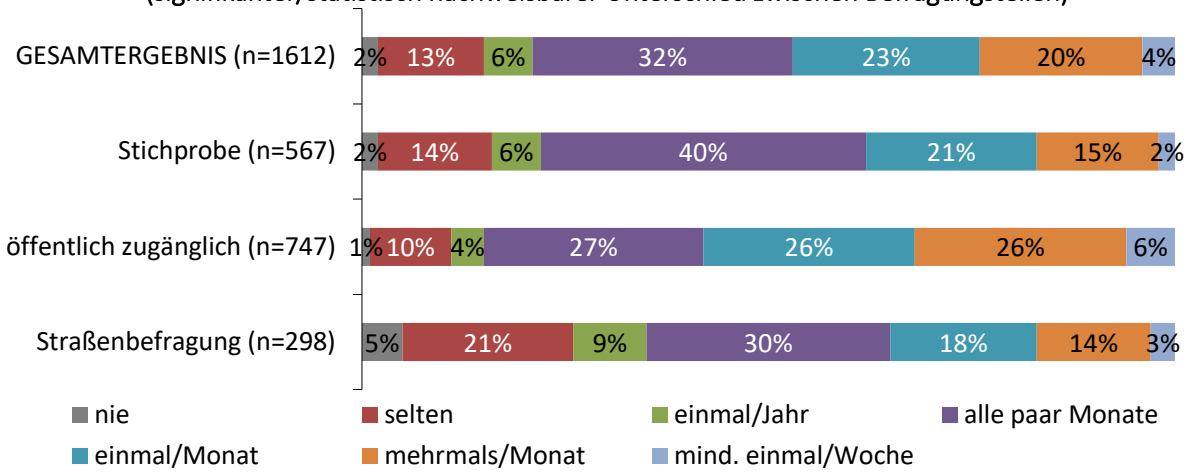
Auch eine Bevölkerungsbefragung in Ulm belegte, dass sich mehr Kulturinteressierte an derartigen Untersuchungen beteiligen: 60% waren hier sehr interessiert, ein mittleres Kulturinteresse nannten 27% (zusammen 87%) (Angaben von 1.641 Befragten).[10]

Eine umfassende, nicht regionalspezifische Bevölkerungsbefragung zum Thema Kultur stellt das „Kulturbarometer" des Zentrums für Kulturforschung dar (Angaben von 2035 Befragten).[11] Hier wurde nicht das Kulturangebot einer bestimmten Stadt untersucht, sondern Kulturverhalten allgemein in den Blick genommen. Bei dieser Befragung, die einen breiten Bevölkerungsquerschnitt einbezog, zeigte sich das Kulturinteresse weniger ausgeprägt: 3% interessierten sich sehr stark, 15% stark und 40% einigermaßen (zusammen 48%) (Frageformulierung: Wie stark interessieren Sie sich denn allgemein für kulturelle Angebote, wie Theater, Museen oder Konzerte in Ihrer Region?). Dass das Kulturinteresse von Alter und Bildungsniveau der Befragten abhängt, zeigte sich auch hier.

[10] Vgl. Institut für Kultur-Markt-Forschung (2012): Umfrage der Stadt Ulm zur Nutzung kultureller Angebote. Zusammenfassung.
In: http://www.ulm.de/sixcms/media.php/29/Zusammenfassung%20Kulturumfrage%20Ulm%202012.pdf

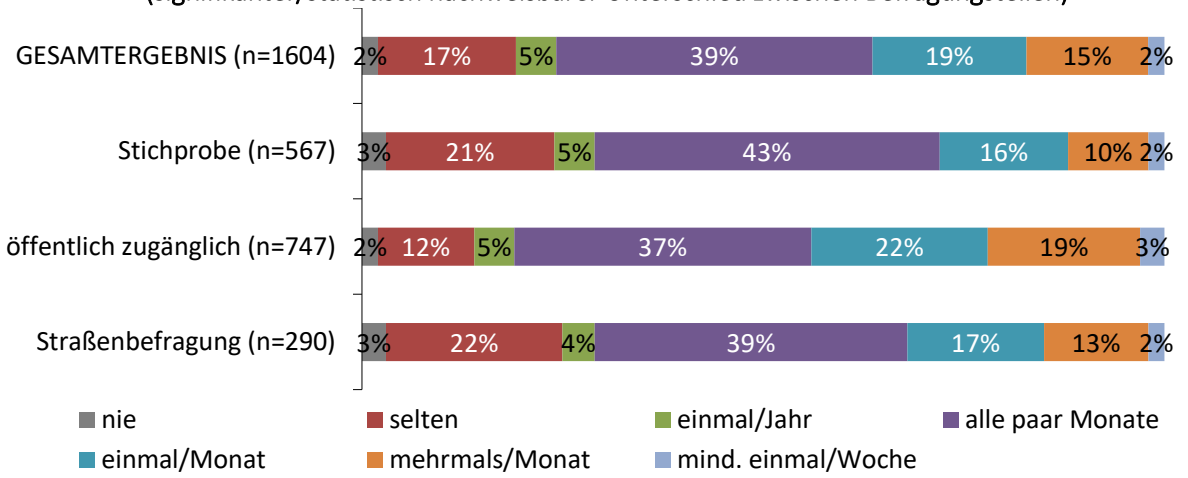
[11] Vgl. Zentrum für Kulturforschung (2005): Achtes Kulturbarometer. Tabellenband.

Abb. 13a: Nutzungshäufigkeit der Kulturangebote in Böblingen
(signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



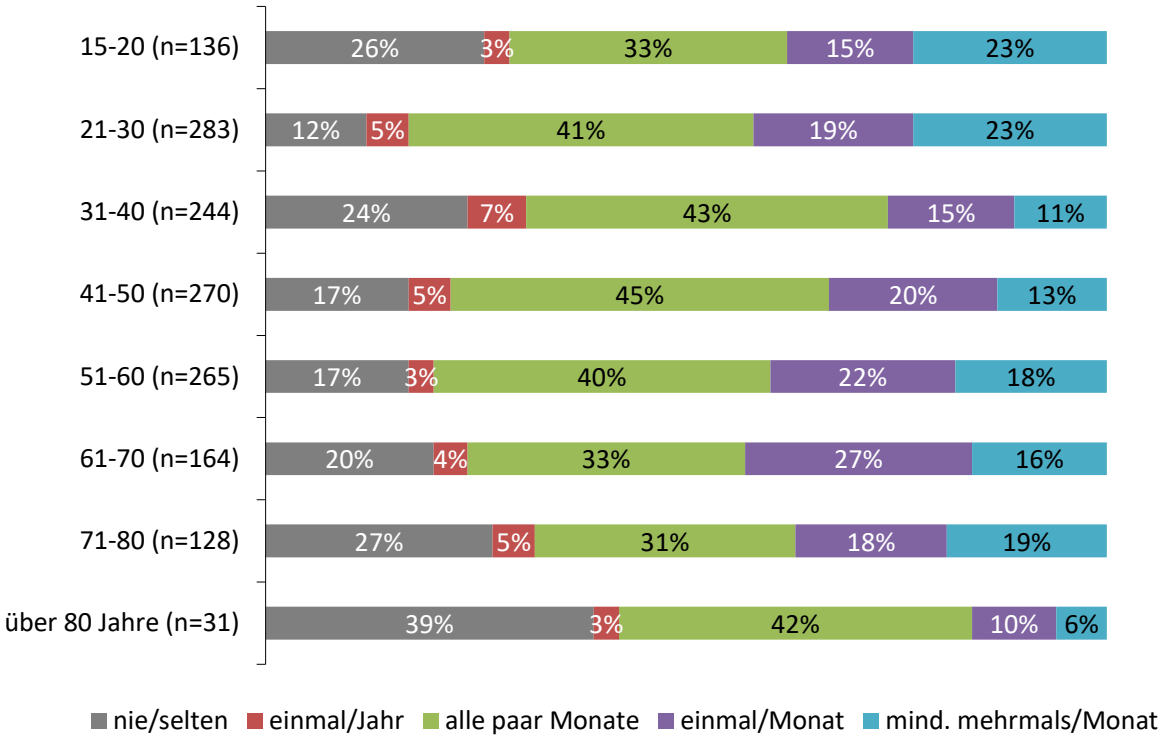
Neben dem Kulturinteresse wurde die Häufigkeit der Kulturnutzung abgefragt, unterschieden nach Kulturbesuchen in Böblingen und außerhalb (ohne die 2% Befragten, die kein Kulturinteresse angaben). Die Angaben zur Kulturnutzung in Böblingen weisen ein Viertel als Häufignutzer mit mehrmaligen Besuchen im Monat aus (4% sogar mindestens einmal/Woche). Nahezu ebenso viele besuchen etwa einmal im Monat ein Kulturangebot, ein Drittel alle paar Monate. Hier ist nochmals auf den verwendeten breiten Kulturbegriff zu verweisen, der z.B. auch Angebote wie Kino und Feste umfasste. Seltenere Nutzer mit maximal einem Besuch im Jahr, machen noch 6% aus. Zu 15% finden sich sehr seltene/Nichtnutzer des Kulturangebots in Böblingen unter den Befragten.
Einhergehend mit dem höheren Kulturinteresse in der öffentlich zugänglichen Befragung ist dort die häufigste Nutzung der Böblinger Kultur festzustellen (32% mindestens mehrmals/Monat).

Abb. 13b: Nutzungshäufigkeit der Kulturangebote außerhalb von Böblingen
(signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Außerhalb von Böblingen nutzen 17% der Gesamtbefragten häufig Kulturangebote, in Böblingen waren dies mit 24% mehr Befragte. Insgesamt werden damit die Böblinger Kultureinrichtungen häufiger besucht als Einrichtungen außerhalb, dennoch entfällt auf die Nutzung an anderen Orten ein relevanter Anteil. Knapp ein Fünftel (19%) der Auskunftspersonen nimmt nie oder seltener als einmal im Jahr Angebote außerhalb Böblingens wahr.
Zwischen den Befragungsteilen findet sich ebenfalls hier der Unterschied, dass Auskunftspersonen in der öffentlich zugänglichen Befragung die häufigsten Kulturnutzer sind.

Abb. 14: Nutzung von Kulturangeboten <u>außerhalb von Böblingen</u>
nach Altersgruppen differenziert (N=1521, Gesamtergebnis)



Bei der Kulturnutzung außerhalb Böblingens sind altersspezifische Differenzen vorhanden: Mehrmals im Monat werden Kultureinrichtungen an anderen Orten anteilig am häufigsten von den jüngsten Befragten bis 30 Jahre besucht. In höherem Alter wird die Nutzung außerhalb etwas seltener, v.a. im Alter ab 70 Jahren.

Abb. 15a: Nutzungshäufigkeit der Kulturangebote in Böblingen
nach höchstem Schulabschluss differenziert (N=1573, Gesamtergebnis)

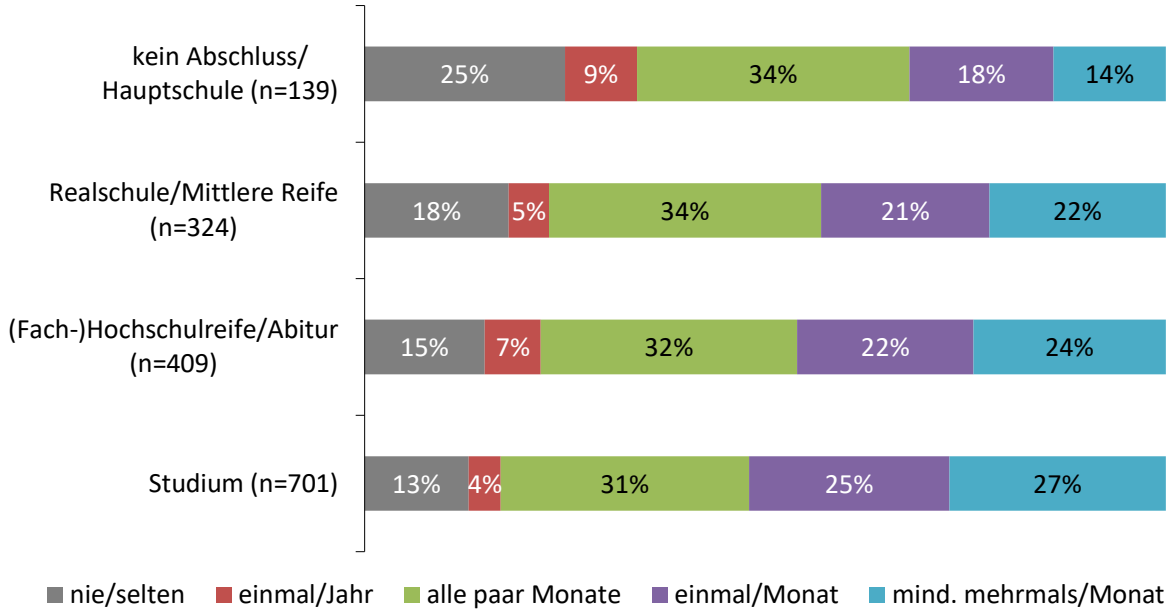
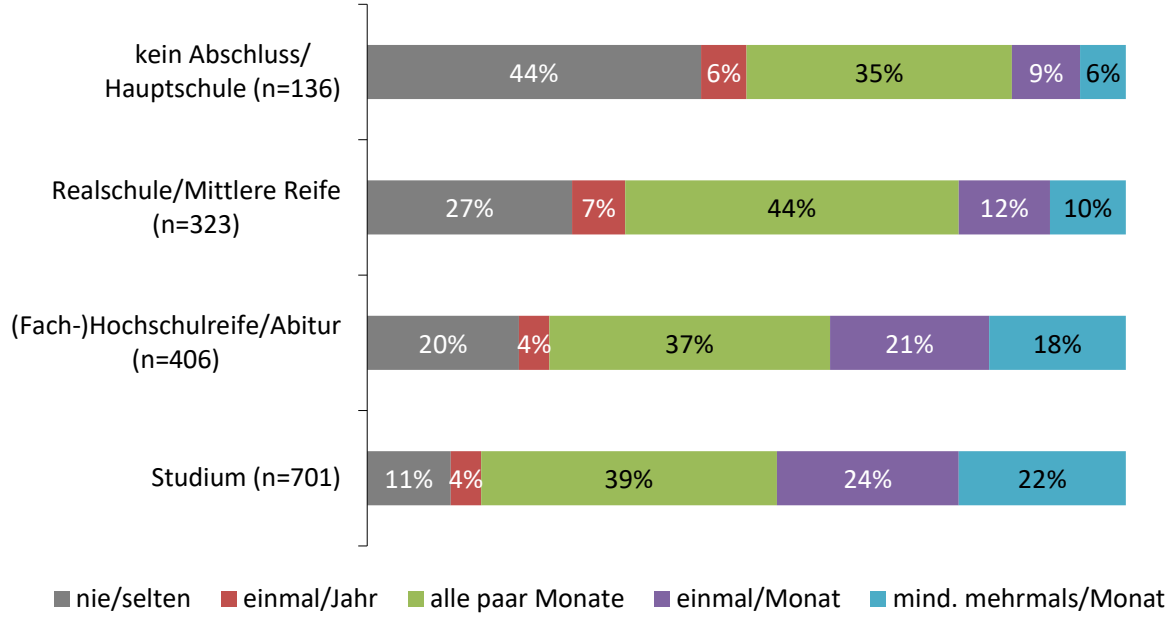


Abb. 15b: Nutzungshäufigkeit der Kulturangebote außerhalb von Böblingen
nach höchstem Schulabschluss differenziert (N=1566, Gesamtergebnis)



Nach Schulabschluss der Befragten unterschieden, geben Akademiker die ausgeprägteste Nutzung von Kulturangeboten an, dies sowohl in Böblingen als auch außerhalb. Vor allem außerhalb Böblingens nennen Befragte mit formal niedrigeren Abschlüssen eine deutlich geringere Besuchsfrequenz als höher Gebildete.

Abb. 16a: Nutzung der Kulturangebote in Böblingen
nach allgemeinem Kulturinteresse der Befragten differenziert
(N=1611, Gesamtergebnis)

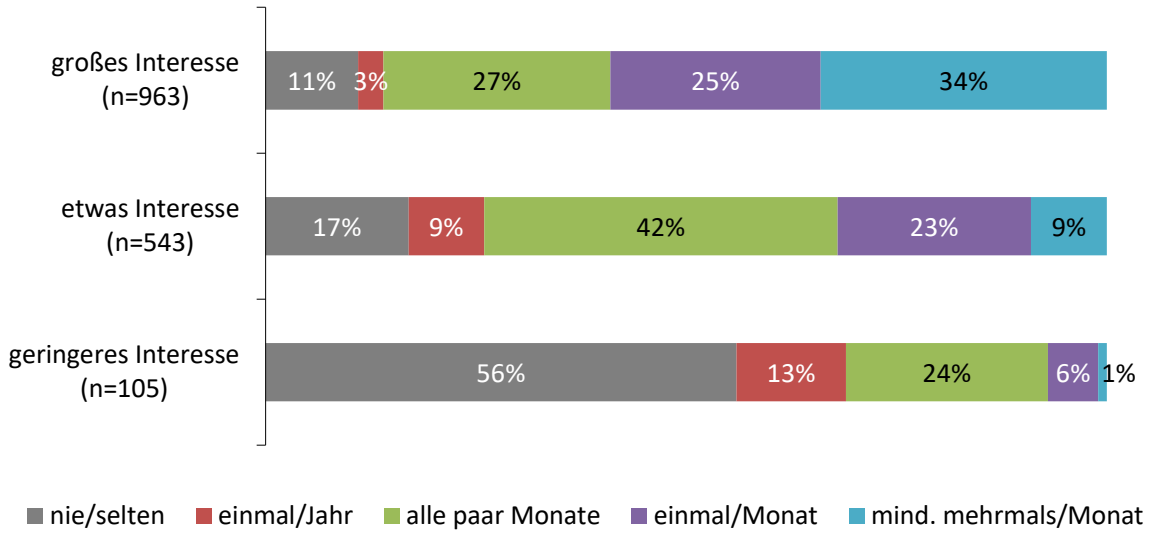
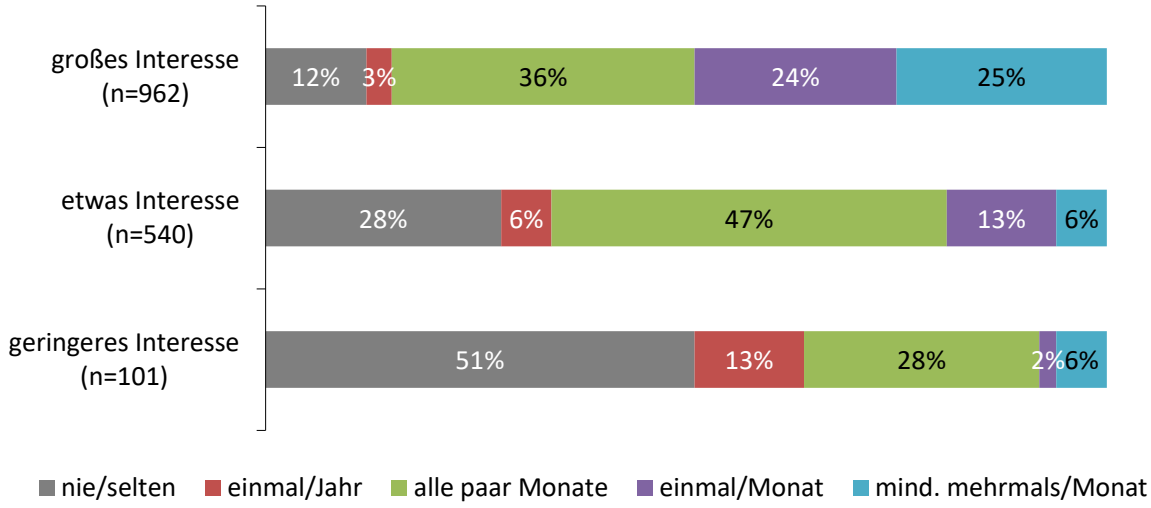
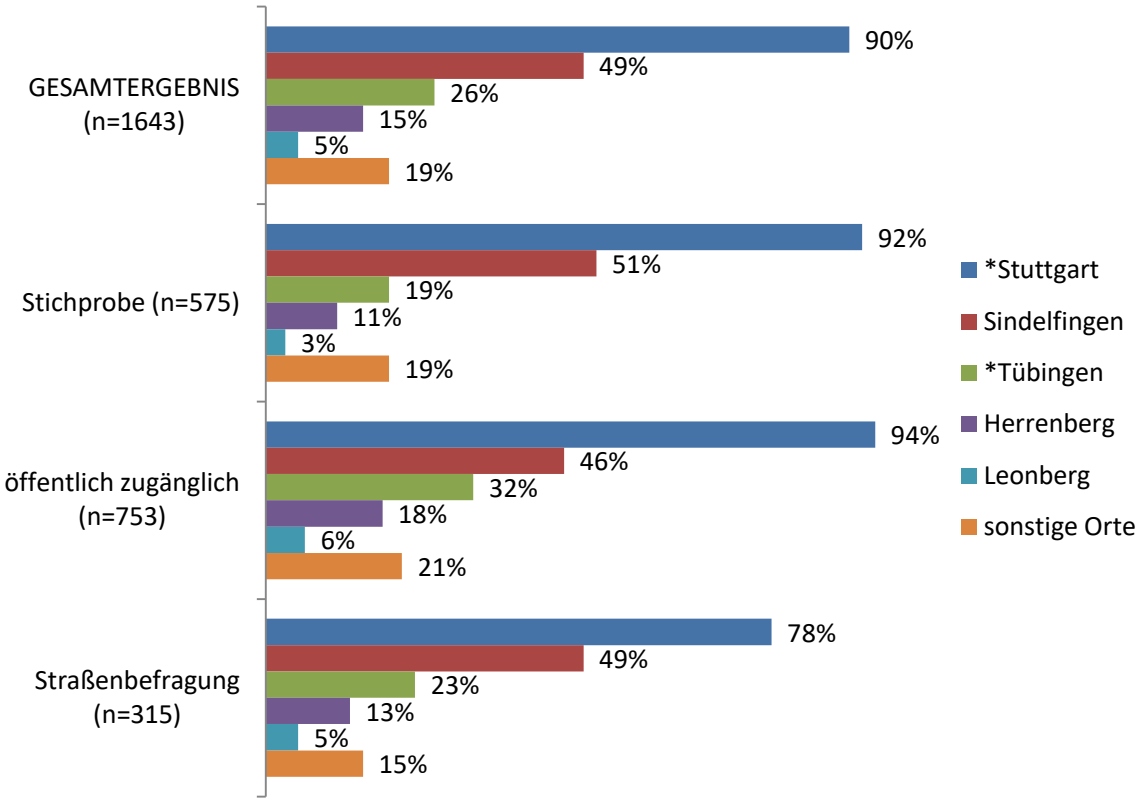


Abb. 16b: Nutzung der Kulturangebote außerhalb von Böblingen
nach allgemeinem Kulturinteresse der Befragten differenziert
(N=1603, Gesamtergebnis)



Allgemeines Kulturinteresse sowie Nutzungshäufigkeit hängen selbstverständlich direkt miteinander zusammen: Interessieren sich die Befragten sehr für Kultur, nutzen sie häufiger Kulturangebote – dabei noch häufiger in Böblingen (34% mindestens mehrmals im Monat) als außerhalb (25%). Unter Auskunftspersonen mit geringerem Interesse besucht mehr als die Hälfte seltener als einmal im Jahr Kulturveranstaltungen.

Abb. 17: Falls Sie Kulturangebote außerhalb von Böblingen nutzen, wo nutzen Sie diese in der Regel? (Mehrfachnennungen möglich) (*signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Befragte die auch außerhalb von Böblingen Kulturangebote nutzen, wurden anschließend genauer gefragt, welche Orte sie dafür in der Regel besuchen. Die große Mehrheit von ihnen nimmt Kulturangebote in Stuttgart wahr (90%), an zweiter Stelle steht mit deutlichem Abstand Sindelfingen (49%). 26% besuchen Tübinger Einrichtungen, noch 15% Herrenberger und 5% Leonberger Einrichtungen.
Tendenziell geben die Auskunftspersonen aus der öffentlich zugänglichen Befragung für alle auswärtigen Orte die höchste Nutzungshäufigkeit an, vor allem für Tübingen ist dies der Fall.

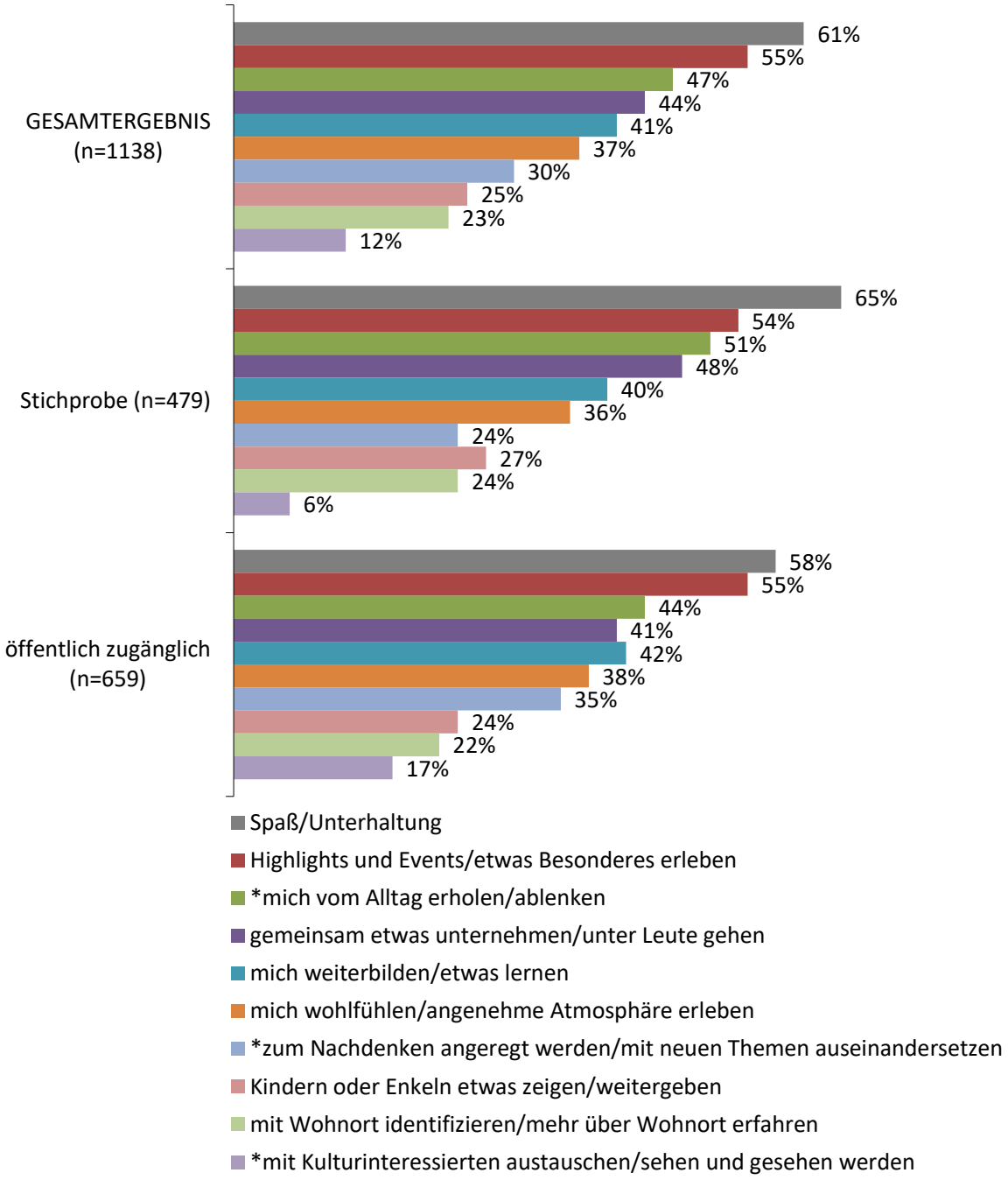
Beim allgemeinen Kulturinteresse der Befragten ist weiterhin signifikant, dass die sehr Interessierten öfter Kulturangebote in Stuttgart (93%) sowie Tübingen (30%) wahrnehmen. Zu den übrigen Orten ist hier keine signifikante Korrelation festzustellen.

In welchen weiteren Orten Kulturangebote besucht werden, findet sich ausführlich dargestellt in der folgenden Tabelle. Ludwigsburg und Holzgerlingen, wie auch Angebote im Ausland allgemein sind dabei häufige Nennungen.

Tab. 2: Sonstige Orte der Kulturnutzung außerhalb von Böblingen				
	Stichprobe (76 N.)	Öffentlich zugänglich (127 N.)	Straßenbe-fragung (37 N.)	Gesamt
Bayern (München, Neu-Ulm, Altdorf, Nürn-berg, Fürth)	6	23	7	**36**
Ludwigsburg	9	16	4	**29**
Holzgerlingen	5	15	2	**22**
Ausland	6	14	1	**21**
Baden-Württemberg/Region allgemein	7	9	0	**16**
Hessen (Frankfurt, Wiesbaden)	2	8	3	**13**
Karlsruhe	6	5	1	**12**
Esslingen	2	8	2	**12**
NRW (Köln, Aachen, Düsseldorf, Essen)	1	5	5	**11**
Reutlingen	3	3	4	**10**
bundesweit allgemein	3	6	1	**10**
Calw	4	4	1	**9**
Berlin	1	6	2	**9**
Hamburg	2	3	1	**6**
Heidelberg	2	4	0	**6**
Schwäbisch Hall	1	4	1	**6**
Pforzheim	4	1	0	**5**
Baden-Baden	3	2	0	**5**
Freiburg	2	3	0	**5**
Mannheim	1	4	0	**5**
Renningen	0	3	2	**5**
Nagold	3	1	0	**4**
Aidlingen	1	2	1	**4**
Dagersheim	1	2	1	**4**
Waldenbuch	0	3	1	**4**
Schönaich	0	2	2	**4**
Heilbronn	3	0	0	**3**
Horb	1	2	0	**3**
Nürtingen	1	2	0	**3**
Filderstadt	0	3	0	**3**
Weil der Stadt	0	2	1	**3**
Ehningen	0	1	2	**3**
Bremen	2	0	0	**2**
Schwäbisch Gmünd	2	0	0	**2**
Villingen-Schwenningen	2	0	0	**2**

Crailsheim	1	1	0	**2**
Gärtringen	1	0	1	**2**
Niedersachen (Hildesheim, Braunschweig)	1	1	0	**2**
Sachsen (Leipzig)	1	1	0	**2**
Bietigheim	0	2	0	**2**
Schwetzingen	0	2	0	**2**
Singen	0	1	1	**2**
Bodenseekreis	1	0	0	**1**
Deufringen	1	0	0	**1**
Göppingen	1	0	0	**1**
Hirsau	1	0	0	**1**
Rheinland-Pfalz (Mainz)	1	0	0	**1**
Plochingen	1	0	0	**1**
Tuttlingen	1	0	0	**1**
Ulm	1	0	0	**1**
Waiblingen	1	0	0	**1**
Biberach	0	1	0	**1**
Bonndorf im Schwarzwald	0	1	0	**1**
Dätzingen	0	1	0	**1**
Deckenpfronn	0	1	0	**1**
Gechingen	0	1	0	**1**
Grafenau	0	1	0	**1**
Sachsen-Anhalt (Halle)	0	1	0	**1**
Konstanz	0	1	0	**1**
Künzelsau	0	1	0	**1**
Leinfelden-Echterdingen	0	1	0	**1**
Lörrach	0	1	0	**1**
Melchingen	0	1	0	**1**
Ostfildern	0	1	0	**1**
Ottenbrunn	0	1	0	**1**
Rottenburg	0	1	0	**1**
Vaihingen	0	1	0	**1**
Feuerbach	0	0	1	**1**
Magstadt	0	0	1	**1**
Wildberg	0	0	1	**1**

Abb. 18: Besonders wichtige Aspekte bei der Kulturnutzung
(Mehrfachnennungen) (nicht in Straßenbefragung gefragt)
(*signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Die Frage welche Aspekte den Befragten bei ihrer Kulturnutzung besonders wichtig sind, ergibt insgesamt für die Motive Spaß/Unterhaltung (61%) sowie Highlights/Events (55%) den höchsten Stellenwert. Auch Erholung/Ablenkung vom Alltag (47%), gemeinsame Unternehmungen (44%) und Weiterbildung/Lernen (41%) werden öfter genannt.

Hierauf folgen die Motive Wohlfühlen/angenehme Atmosphäre (37%) und Anregung zum Nachdenken/Auseinandersetzung mit neuen Themen (30%). Die Besuchsgründe Kindern/Enkeln etwas zeigen (25%) und Identifikation mit dem Wohnort (23%) gibt noch rund ein Viertel an. An letzter Stelle steht der Aspekt sich mit Kulturinteressierten auszutauschen/sehen und gesehen zu werden (12%).

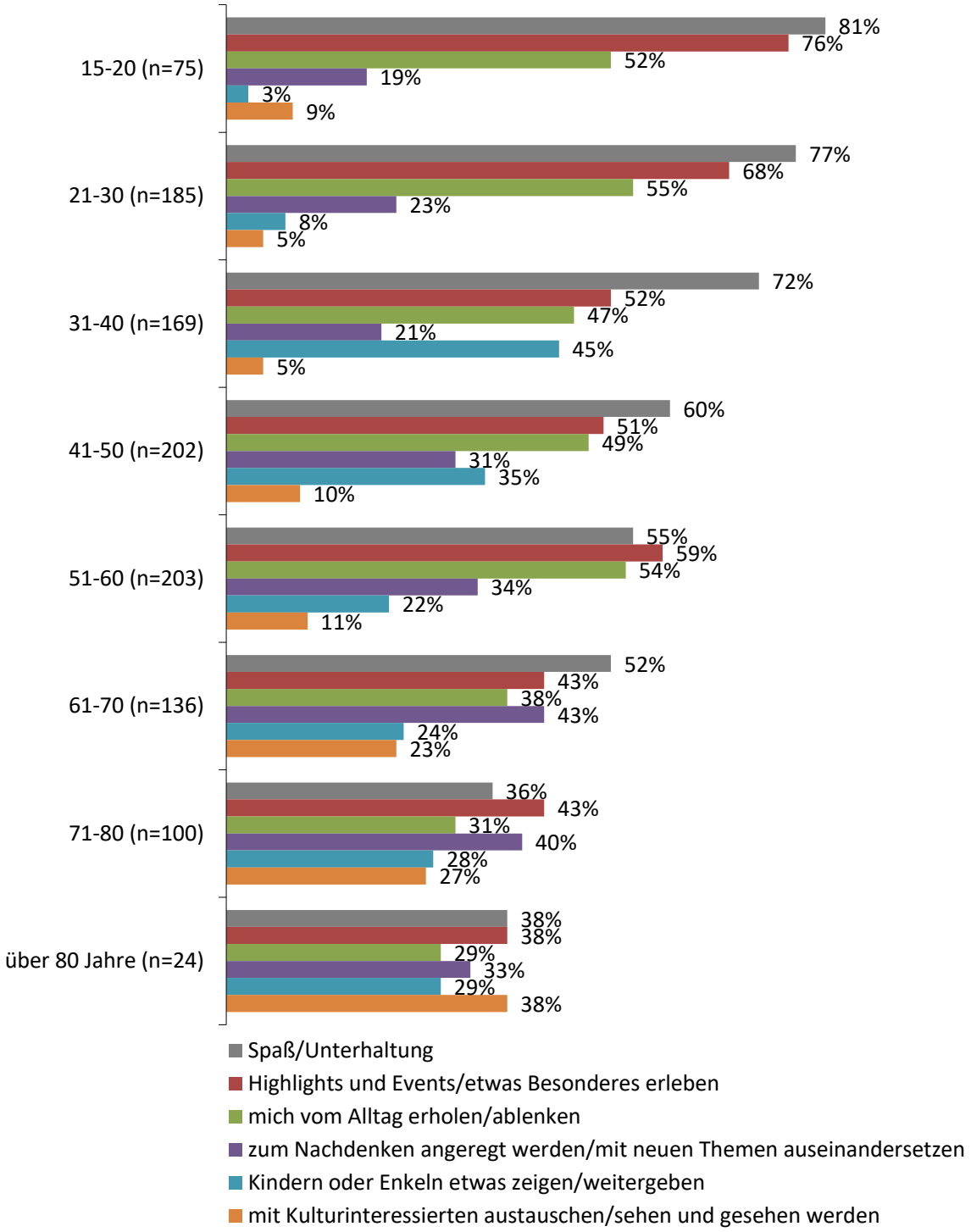
Unterschiede zwischen den Befragungsteilen bei dieser Frage sind, dass Anregung zum Nachdenken sowie Austausch mit Kulturinteressierten häufiger in der öffentlich zugänglichen Befragung mit mehr Kulturinteressierten angeführt wurden. In der Straßenbefragung wurde diese Frage nicht gestellt.

Die offenen Antworten der Befragten in Textform wurden im gesamten Bericht zu übergeordneten Kategorien zusammengefasst und ausgezählt. Dies wird in Tabellen dargestellt, wobei differenzierte Einzelnennungen nicht aufgeführt werden.
So ergaben sich für weitere wichtige Aspekte bei der Kulturnutzung vereinzelte Nennungen, am ehesten wird dabei die Qualität der Angebote betont.

Tab. 3: Sonstige allgemein wichtige Aspekte bei der Kulturnutzung (Öffentlich zugängliche Befragung, 25 Nennungen)	
Qualität/hoher Anspruch/gute Kulturangebote	8
Freizeit/Genuss	4
Freunde/Familie	3
Neues entdecken	2
Stadtspezifische Themen	2

In der Bevölkerungsbefragung zum „Kulturbarometer“ des Zentrums für Kulturforschung (2005) wurden allgemeine Erwartungen der Auskunftspersonen an Kultureinrichtungen abgefragt. Diese Abfrage ist zum Teil mit den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchung vergleichbar.
Auch beim „Kulturbarometer“ bestätigte sich, dass Aspekte wie Unterhaltung und Spaß sowie besondere Erlebnisse vorrangig genannt werden: An erster Stelle erwarteten die Befragten gute Unterhaltung (57%), gefolgt von etwas live erleben (39%), guter Atmosphäre (34%) sowie Spaß und Action (20%). Der soziale Aspekt wurde noch von 19% angeführt (nette Leute die mich begleiten). Bildungsmotive nannten ebenfalls 19% (Verbesserung der Allgemeinbildung).
Wie auch in Böblingen waren Unterhaltungsmotive wichtiger für jüngere Befragte, während Allgemeinbildung anteilig häufiger von älteren angeführt wurde.

Abb. 19: Wichtige Aspekte bei der Kulturnutzung nach Altersgruppen differenziert
(signifikante/statistisch nachweisbare Zusammenhänge dargestellt)
(N=1094, nicht in Straßenbefragung gefragt)

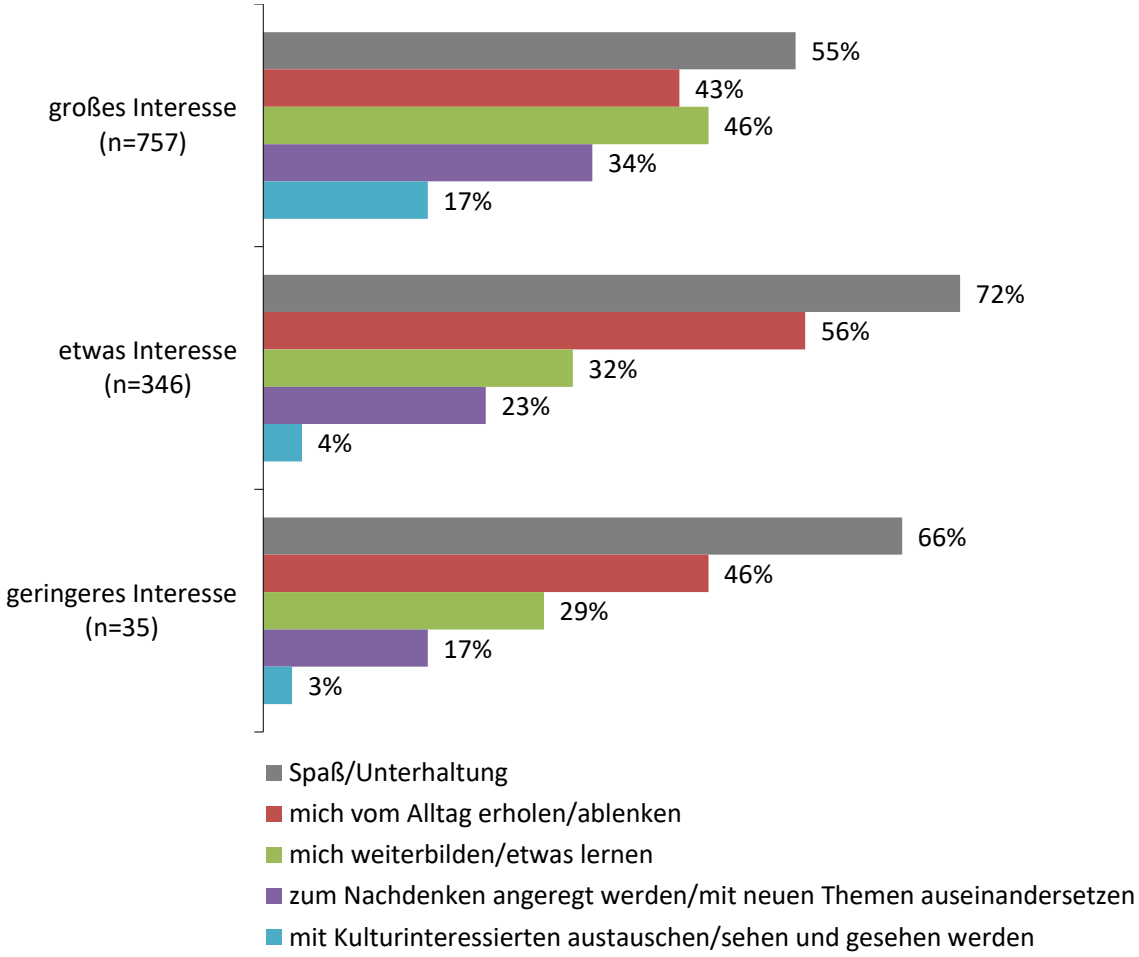


Unterschiede der Nutzungsmotive nach Alter sind, dass für jüngere Befragte Spaß/Unterhaltung, Highlights/Events sowie Erholung/Ablenkung wichtigere Motive der Kulturnutzung sind – diese Nennungen nehmen mit dem Alter ab.

Hingegen suchen ältere Befragte häufiger eine Anregung zum Nachdenken sowie den Austausch mit Kulturinteressierten. Das Motiv Kindern oder Enkeln etwas zu zeigen wird in den Altersgruppen zwischen 30 und 50 häufiger angeführt, wo die größten Anteile von Eltern jüngerer Kinder zu finden sind.

Einige weitere Zusammenhänge zu Strukturdaten der Auskunftspersonen zeigen sich signifikant: So sind für weibliche Befragte die sozialen Motive gemeinsam etwas unternehmen (50%) sowie Kindern/Enkeln etwas zeigen (30%) wichtiger als für männliche.
Zum Nachdenken angeregt werden möchten häufiger Befragte mit formal höheren Bildungsabschlüssen (38% der Akademiker) als Befragte mit Hauptschulabschluss (13%).
Das Motiv „mich mit dem Wohnort identifizieren/mehr über Wohnort erfahren“ wurde insgesamt von 23% der Befragten als besonders wichtiger Aspekt angegeben. Böblinger nannten dies dabei öfter (26%) als Auswärtige (9%).
Ebenfalls zu erwarten sind die Unterschiede nach der Wohndauer in Böblingen: Für Personen, die schon länger als 20 Jahre in Böblingen leben ist das Identifikationsmotiv wichtiger (28-38%) als für später Zugezogene (im Gesamtschnitt 23%).

Abb. 20: Wichtige Aspekte bei der Kulturnutzung nach allgemeinem Kulturinteresse differenziert (signifikante/statistisch nachweisbare Zusammenhänge dargestellt) (N=1138, Gesamtergebnis)

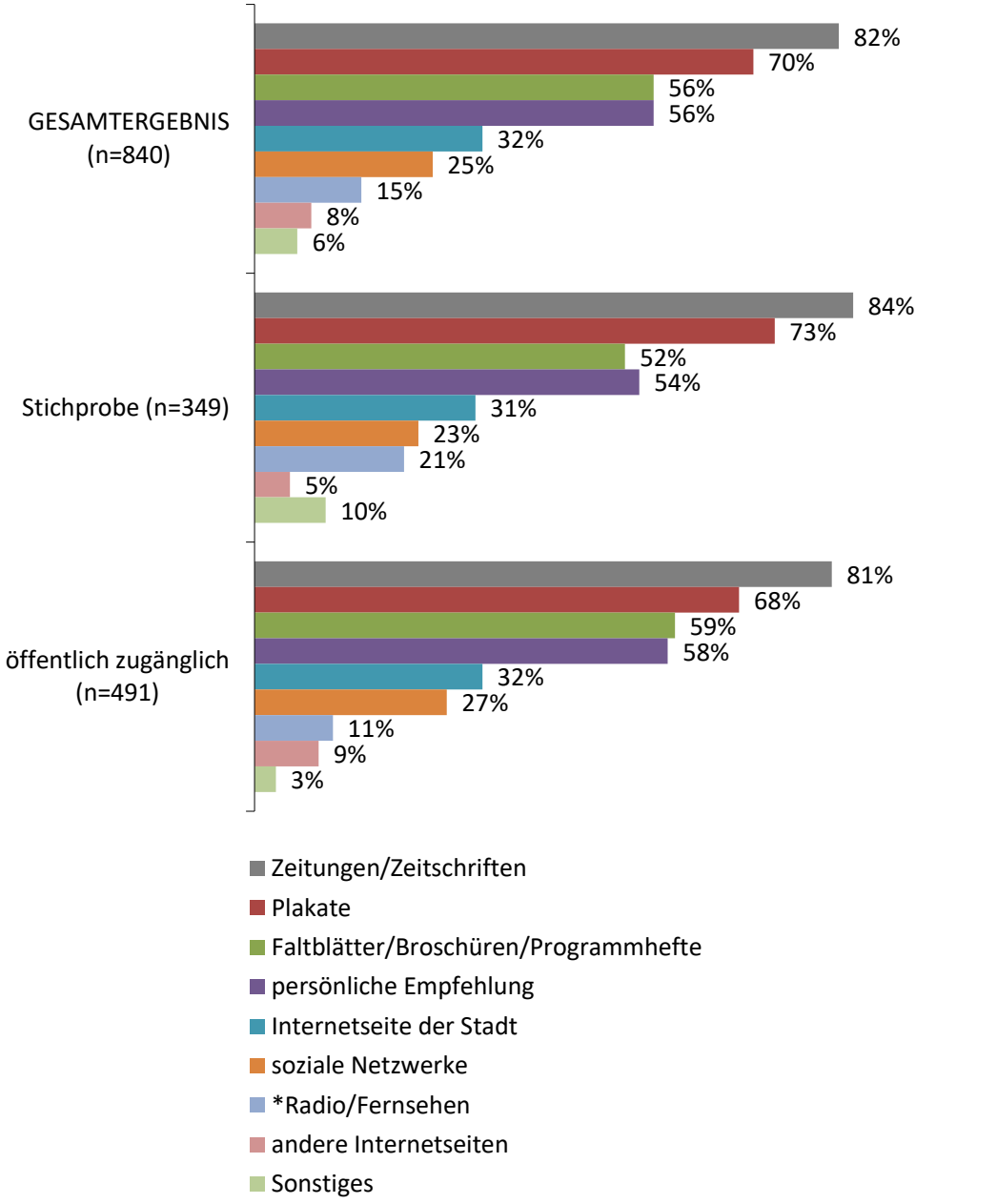


Befragte mit weniger ausgeprägtem Kulturinteresse führen vergleichsweise häufiger die Nutzungsmotive Spaß/Unterhaltung sowie Erholung vom Alltag als Gründe ihrer Kulturnutzung an. Für sehr Interessierte sind hingegen die Motive sich weiterzubilden, zum Nachdenken angeregt zu werden sowie sich mit anderen Interessierten auszutauschen wichtiger.

2.4 Informationsverhalten zu Kulturangeboten

Die folgenden Fragen wurden nur den Auskunftspersonen gestellt, die zumindest ein geringes Kulturinteresse haben und mindestens einmal im Jahr Kulturangebote in Böblingen nutzen.

Abb. 21: Wie informieren Sie sich in der Regel über Kulturangebote in Böblingen?
(Mehrfachnennungen; nicht in Straßenbefragung gefragt)
(*signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)

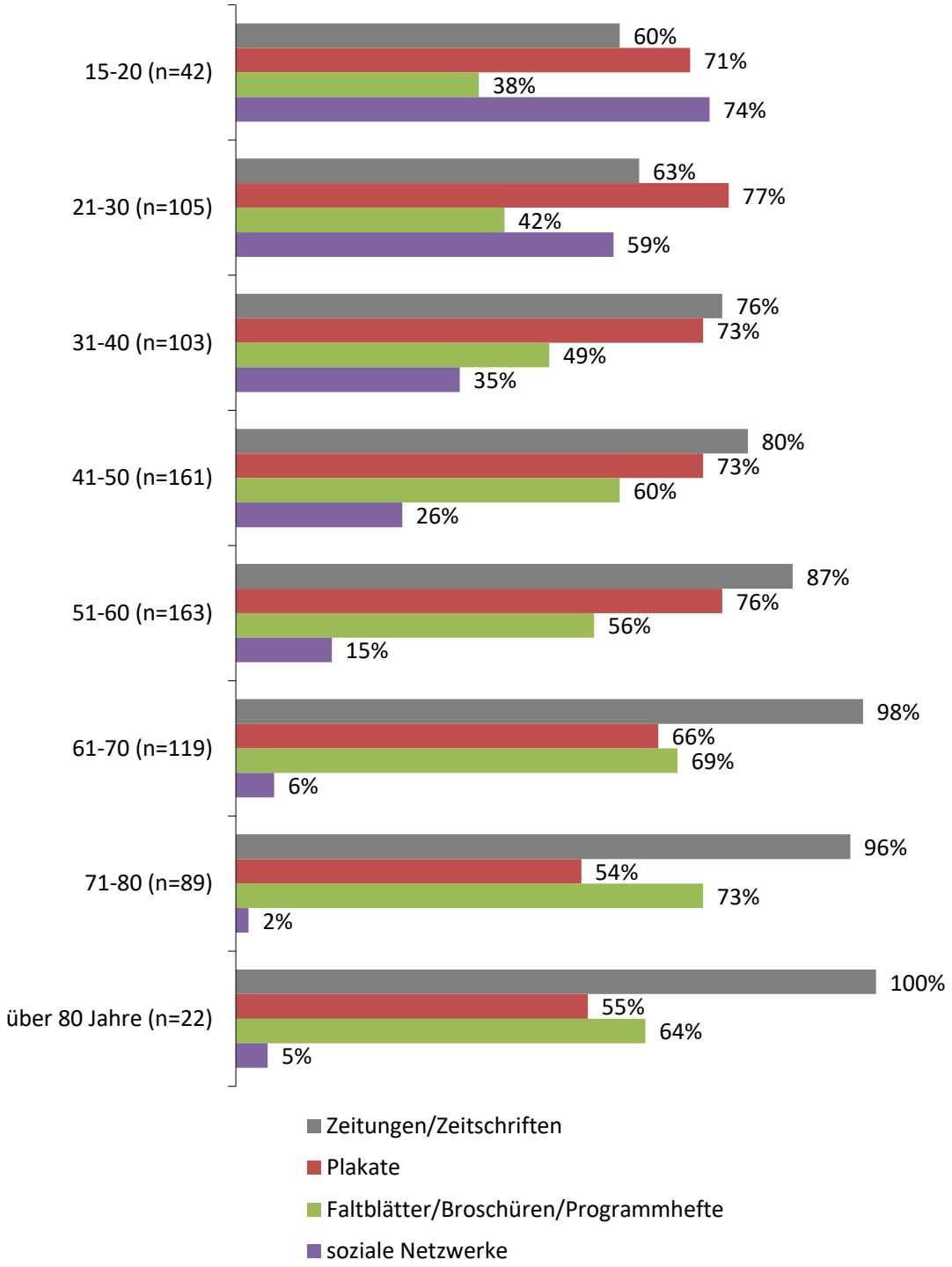


Über Kulturangebote in Böblingen informieren sich die Befragten deutlich am häufigsten über Zeitungen/Zeitschriften (82%) sowie Plakate (70%). Mehrfachnennungen waren hier möglich. Etwas mehr als die Hälfte nennt weiterhin Faltblätter/Broschüren/Programmhefte sowie persönliche Empfehlungen (je 56%). Weniger oft werden Onlinekanäle, wie die Internetseite der Stadt (32%), soziale Netzwerke (25%) und andere Internetseiten (8%) angeführt. Andere Internetseiten sind dabei am ehesten solche einzelner Kulturinstitutionen, wie folgende Tabelle zeigt. Auf Radio/TV entfallen noch 15% der Nennungen, dies wird häufiger in der Stichproben- als in der öffentlich zugänglichen Befragung angeführt.

Tab. 4a: Andere genutzte Internetseiten (außer Internetseite der Stadt) zur Information über Kulturangebote			
	Stichprobe (15 N.)	Öffentlich zugänglich (39 N.)	Gesamt
Internetseiten bestimmter Institutionen (u.a. Blaues Haus, JazzTime, Altes Amtsgericht, andere Veranstalter)	5	26	**31**
Internetseite von Amtsblatt/PIG/Zeitungen	6	6	**12**
Online-Veranstaltungskalender	4	5	**9**

Tab. 4b: Sonstige genutzte Informationsquellen zu Kulturangeboten			
	Stichprobe (24 N.)	Öffentlich zugänglich (16 N.)	Gesamt
Facebook, Newsletter	10	10	**20**
Print (Flyer, Plakate, Programme)	16	3	**19**

Abb. 22: Informationskanäle zu Böblinger Kulturangeboten nach Alter differenziert
(signifikante/statistisch nachweisbare Zusammenhänge dargestellt)
(N=804, nicht in Straßenbefragung gefragt)

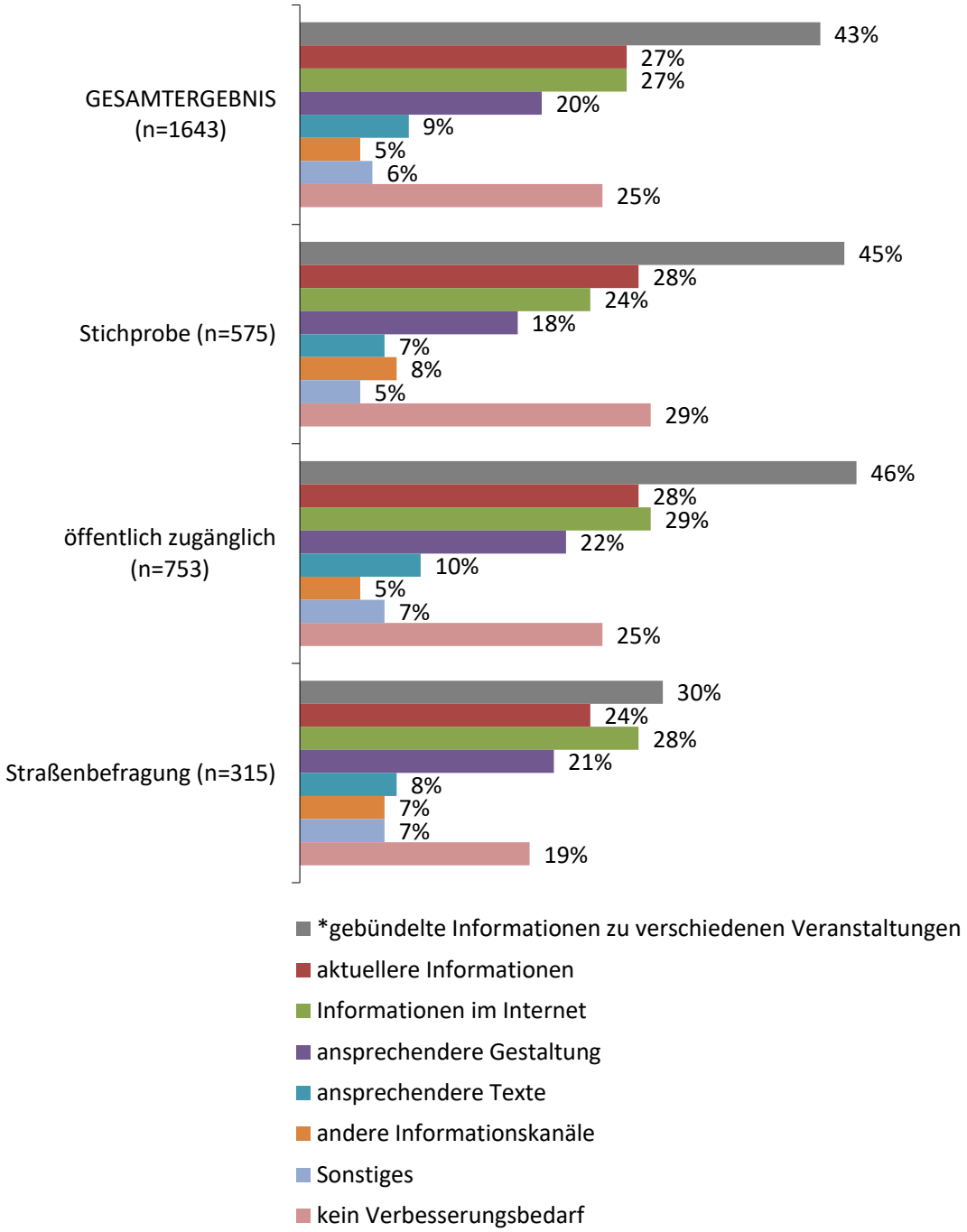


Ältere Befragte geben als Informationskanäle zu den Böblinger Kulturangeboten noch häufiger Zeitungen/Zeitschriften sowie Faltblätter/Broschüren/Programmhefte an als jüngere, diese Nennungen steigen mit dem Alter an. Über Plakate informieren sich Personen im Alter bis 60 Jahre häufiger als ältere. Soziale Netzwerke werden schließlich deutlich öfter in jüngerem Alter genutzt, v.a. von 15- bis 30-Jährigen.

Zwischen verschiedenen Schulabschlüssen unterschieden, sind Radio/TV häufigere Informationsquellen für Befragte mit formal niedrigeren Abschlüssen (18%) als für Akademiker (9%).
Nach allgemeinem Kulturinteresse zeigt sich ein Unterschied vor allem bei persönlichen Empfehlungen, die von 61% der sehr Interessierten genannt wurden, hingegen noch von 42% mit weniger Kulturinteresse.

Zum Vergleich kann hier die Bevölkerungsbefragung in Tübingen herangezogen werden. Diese ergab ebenfalls eine große Bedeutung für die Informationsquellen Presseberichte (61%) und Plakate (66%), in Böblingen wurden diese vergleichsweise noch öfter als in Tübingen angeführt. Persönliche Empfehlungen (Tipps von Freunden, Bekannten, Verwandten) wurden dafür häufiger in der Tübinger Befragung genannt (70%). Die Antwortkategorien wurden in den beiden Befragungen nicht einheitlich verwendet. Auch die Bevölkerungsbefragung in Ulm erhob Informationen zur Informationsnutzung: Tageszeitungen (75%), Plakate (72%) und Empfehlungen (60%) waren hier ebenfalls die höchsten Nennungen.

Abb. 23: Fehlt Ihnen etwas bei den Informationen über Kulturangebote in Böblingen? (Mehrfachnennungen)
(*signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)

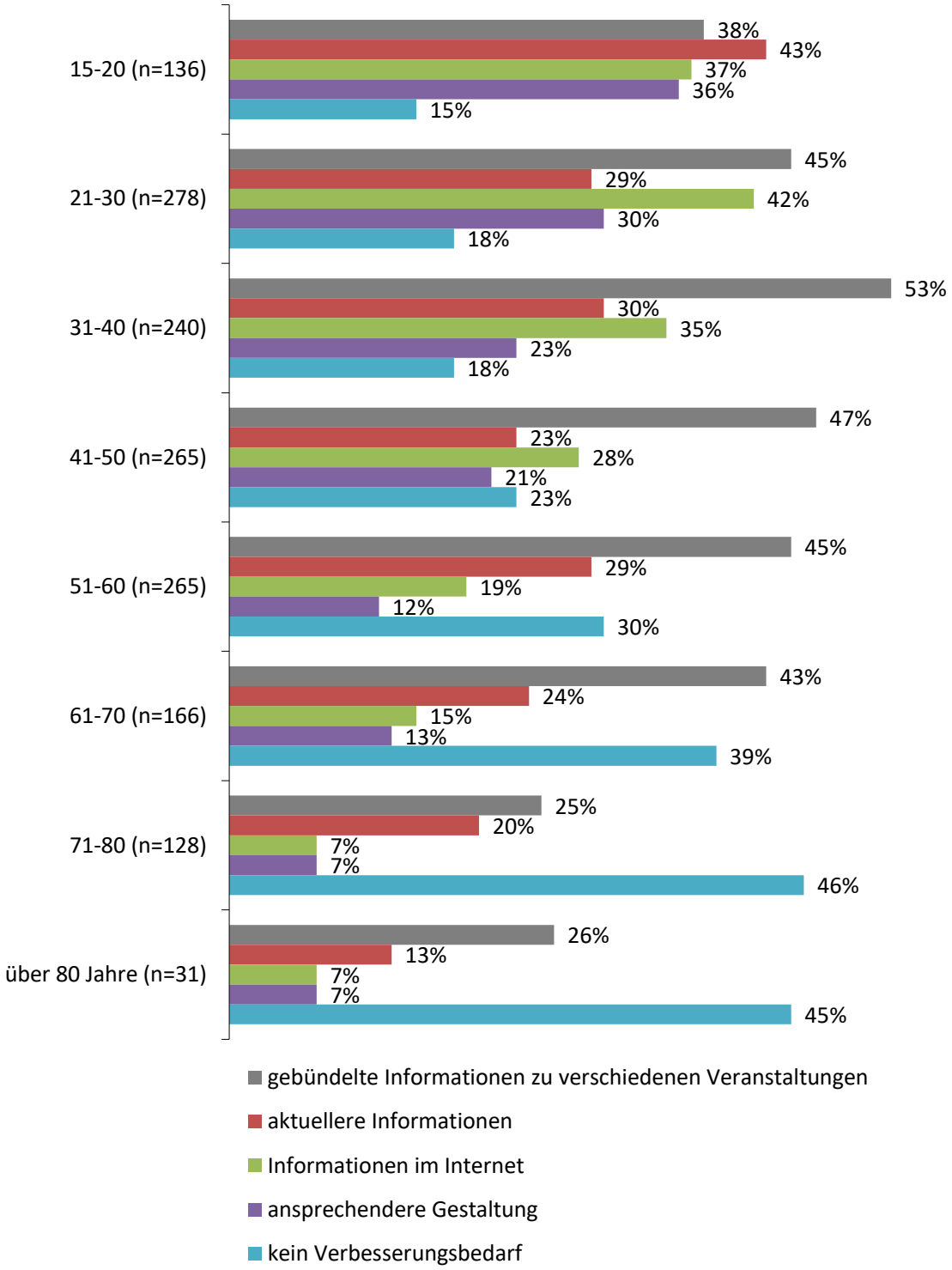


Ob etwas bei der Art der Informationsvermittlung über Kulturangebote in Böblingen fehlt, bejaht die Mehrheit von 75%. Am häufigsten werden gebündelte Informationen zu verschiedenen Veranstaltungen vermisst (43%). Dies ist in der Stichprobenbefragung und der öffentlich zugänglichen Befragung noch öfter als in der Straßenbefragung der Fall.
Gefolgt wird dies von Wünschen nach aktuelleren Informationen und Informationen im Internet (je 27%). Auch eine ansprechendere Informationsgestaltung nennt ein Fünftel der Auskunftspersonen. Ansprechendere Texte (9%) und andere Informationskanäle (5%) werden seltener vermisst.

Bei offenen Antworten zu sonstigem Verbesserungsbedarf an den Informationen wird vor allem nochmals die Bedeutung von Internet/Social Media betont.

Tab. 5: Sonstiger Verbesserungsbedarf zu Informationen über Kulturangebote in Böblingen				
	Stichprobe (27 N.)	Öffentlich zugänglich (85 N.)	Straßen-befragung (17 N.)	Gesamt
Internet/Social Media (u.a. Facebook, bessere Suche, Veranstaltungskalender, übersichtlichere Internetseite)	4	36	5	**45**
Presse (u.a. Stuttgarter Zeitung, überregionale Presse, Übersichtskalender, gemeinsam mit umliegenden Gemeinden)	5	12	1	**18**
Amtsblatt (u.a. aktueller, kompakter, Internet verbesserungsbedürftig)	5	11	2	**18**
Fehlende Informationen (u.a. Angebote in Sindelfingen/Umkreis, Beschilderungen, Preise, übersichtliche Informationen)	3	8	3	**14**

Abb. 24: Fehlende Aspekte bei der Information über Böblinger Kulturangebote nach Alter differenziert (Mehrfachnennung, N=1509, Gesamtergebnis) (signifikante/statistisch nachweisbare Zusammenhänge dargestellt)



Verbesserungsbedarf bei den Informationen über Kulturangebote in Böblingen besteht vor allem für jüngere Befragte. Insbesondere aktuellere und ansprechender gestaltete Informationen sowie mehr Internetkanäle wünschen sich diese öfter. Ältere Befragte sehen hingegen häufiger keinen Verbesserungsbedarf.

Gebündelte Informationen zu verschiedenen Veranstaltungen werden an erster Stelle als Verbesserungsvorschlag angeführt. Besonders häufig nennen dies Akademiker, sehr Kulturinteressierte und Häufignutzer von Kulturangeboten. Den zweithäufigsten Wunsch nach aktuelleren Informationen haben hingegen Personen mit formal niedrigeren Schulabschlüssen sowie einer selteneren Kulturnutzung vergleichsweise öfter.

In Kapitel 2.6 werden die Resultate zur Gesamtzufriedenheit mit dem Kulturangebot dargestellt. Hinsichtlich der Verbesserungsvorschläge zu den Informationen gibt es hier deutlich Korrelationen: Befragte die insgesamt weniger zufrieden mit dem Böblinger Kulturangebot sind, kritisieren auch die Informationsmaßnahmen öfter. Vor allem bei gebündelten und aktuelleren Informationen sowie Online-Informationen ist dies zutreffend.

Die Bevölkerungsbefragung in Ulm ergab ebenfalls Verbesserungsbedarf der Informationen über Kulturangebote. Vor allem eine Bündelung der Informationen (50%) und eine einheitliche Präsentation (32%) wurden sich auch hier gewünscht. Jüngere Befragte und seltenere Kulturnutzer äußerten diesen Bedarf häufiger, was sich auch in Böblingen zeigte.

2.5 Bekanntheit der Böblinger Kulturangebote

Die folgenden Fragen wurden ebenfalls nur den Auskunftspersonen gestellt, die zumindest ein geringes Kulturinteresse haben und mindestens einmal im Jahr Kultur in Böblingen wahrnehmen.

2.5.1 Besonders geschätzte Böblinger Kulturangebote

Die offene Frage: „Stellen Sie sich vor, Sie hätten auswärtigen Besuch. Gibt es drei Kultureinrichtungen oder -veranstaltungen, die Sie besonders für Böblingen empfehlen würden?“ wurde in der Stichproben- und der öffentlich zugänglichen Befragung gestellt. Die Befragten nannten dabei viele verschiedene Angebote, die anschließend ausgezählt wurden.
Unter den häufigsten Nennungen finden sich unter anderem Blaues Haus, Kino, Bauernkriegsmuseum, Altes Amtsgericht und Fleischermuseum.

Tab. 6: Empfehlungen von Böblinger Kultureinrichtungen oder -veranstaltungen

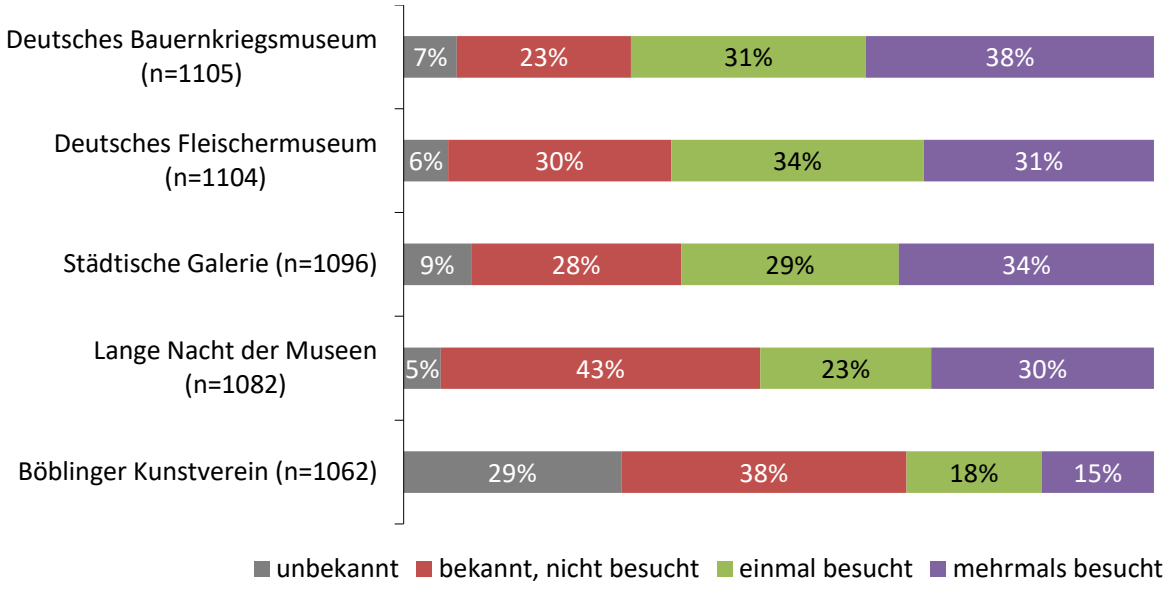
	Stichprobe (362 N.)	Öffentlich zugänglich (506 N.)	Gesamt
Blaues Haus	28	133	**161**
Kino	97	58	**155**
Deutsches Bauernkriegsmuseum	62	83	**145**
Schlemmen am See/Schlemmerfest	72	67	**139**
Altes Amtsgericht	25	100	**125**
Deutsches Fleischermuseum	41	76	**117**
Seefeste/Sommer am See	51	62	**113**
Museen allgemein	41	63	**104**
Konzerte	13	90	**103**
Motorworld	59	37	**96**
Stadtfeste allgemein	50	41	**91**
Städtische Galerie	33	53	**86**
See allgemein	65	9	**74**
Lange Nacht der Museen	34	36	**70**
Polarnacht	21	34	**55**
JazzTime	6	46	**52**
Therme	36	16	**52**
Big Sounds	12	34	**46**
Kongresshalle	0	45	**45**
Theater	9	29	**38**
Internationales Pianistenfestival	7	19	**26**
Altstadt/Kirchen	10	14	**24**
Gastronomie	12	11	**23**
Bibliothek	14	9	**23**
Festivals allgemein	12	10	**22**
Böblinger Kunstverein	5	10	**15**

Folgend wird nochmals die Reihenfolge der Nennungen aus der repräsentativen Stichprobenbefragung dargestellt. In der öffentlich zugänglichen Befragung fiel auf, dass einige Einrichtungen dort überdurchschnittlich häufig aufgeführt wurden (v.a. Blaues Haus und Altes Amtsgericht). In der Stichprobenbefragung wird demgegenüber deutlich öfter das Kino genannt, auch Schlemmerfest, Feste am See und See allgemein. Auch auf die Motorworld entfallen hier mehr Nennungen. Die Angaben zu den Museen differieren weniger zwischen beiden Befragungsteilen, wie die Tabellen zeigen.

Tab. 6a: Empfehlungen von Böblinger Kultureinrichtungen oder -veranstaltungen (nur Stichprobe, 362 N.)	
Kino	97
Schlemmen am See/Schlemmerfest	72
See allgemein	65
Deutsches Bauernkriegsmuseum	62
Motorworld	59
Seefeste/Sommer am See	51
Stadtfeste allgemein	50
Deutsches Fleischermuseum	41
Museen allgemein	41
Therme	36
Lange Nacht der Museen	34
Städtische Galerie	33
Blaues Haus	28
Altes Amtsgericht	25
Polarnacht	21
Bibliothek	14
Konzerte	13
Gastronomie	12
Big Sounds	12
Festivals allgemein	12
Altstadt/Kirchen	10
Theater	9
Internationales Pianistenfestival	7
JazzTime	6
Böblinger Kunstverein	5

2.5.2 Bekanntheit der Böblinger Museen

Abb. 25a: Bekanntheit der Museen unter den Befragten (nicht in Straßenbefragung)
(signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Zu vier Böblinger Museen sowie der Langen Nacht der Museen wurde die Bekanntheit und Besuchshäufigkeit abgefragt. Das vergleichsweise am häufigsten besuchte Museum ist das Deutsche Bauernkriegsmuseum, welches von zusammengezählt 69% der Befragten schon mindestens einmal besucht wurde. Gefolgt wird dies direkt vom Fleischermuseum (65% mindestens einmal besucht) und der Städtischen Galerie (63%).
Zur Langen Nacht der Museen unternahmen 53% der Befragten bisher einen Besuch. Im Böblinger Kunstverein waren vergleichsweise am wenigsten Befragte (33%), diesen kennen 29% auch nicht. Die namentliche Bekanntheit der anderen Angebote ist unter den Auskunftspersonen stark ausgeprägt.

Sonstige den Befragten bekannte Museen und Galerien (offene Nennung), waren am ehesten Museen außerhalb von Böblingen. Auch Ausstellungen in der Motorworld und Galerie Contact wurden noch von einigen Auskunftspersonen angeführt.

Tab. 7: Weitere Museen und Galerien in Böblingen

	Stichprobe (33 N.)	Öffentlich zugänglich (87 N.)	Gesamt
Museen außerhalb (u.a. Schauwerk, Staatsgalerie, Museum Ritter)	12	23	**35**
Flugfeld/Motorworld/Meilenwerk	8	9	**17**
Galerie Contact	4	10	**14**
Friedhof Gedenkräume	1	6	**7**
Fritz Steisslinger Haus Tannenberg	0	4	**4**

Abb. 25b: Bekanntheit der Museen unter den Befragten (Stichprobenbefragung)

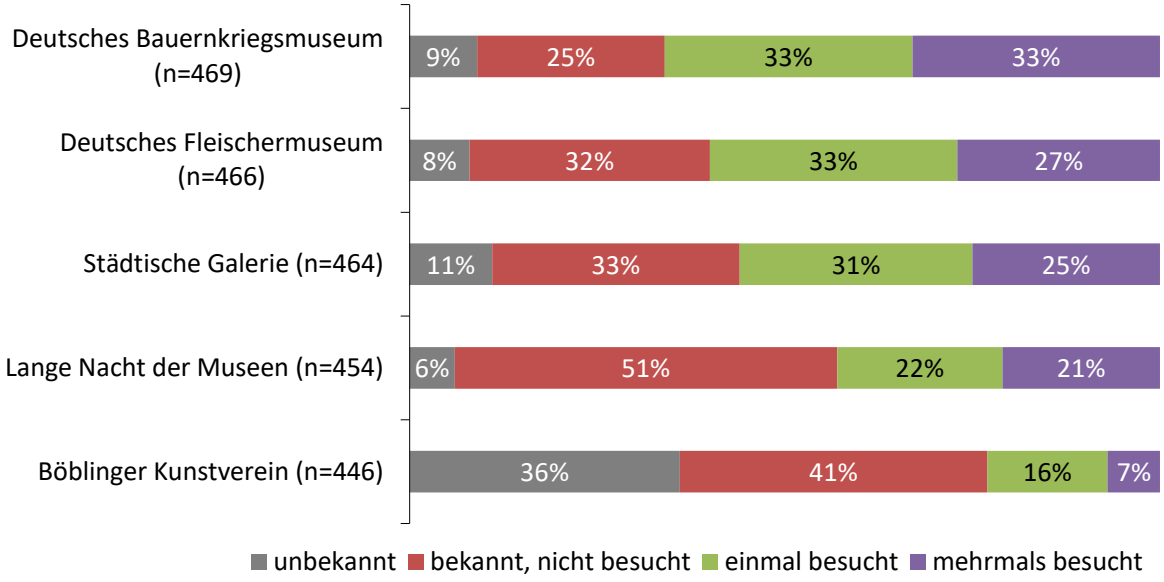
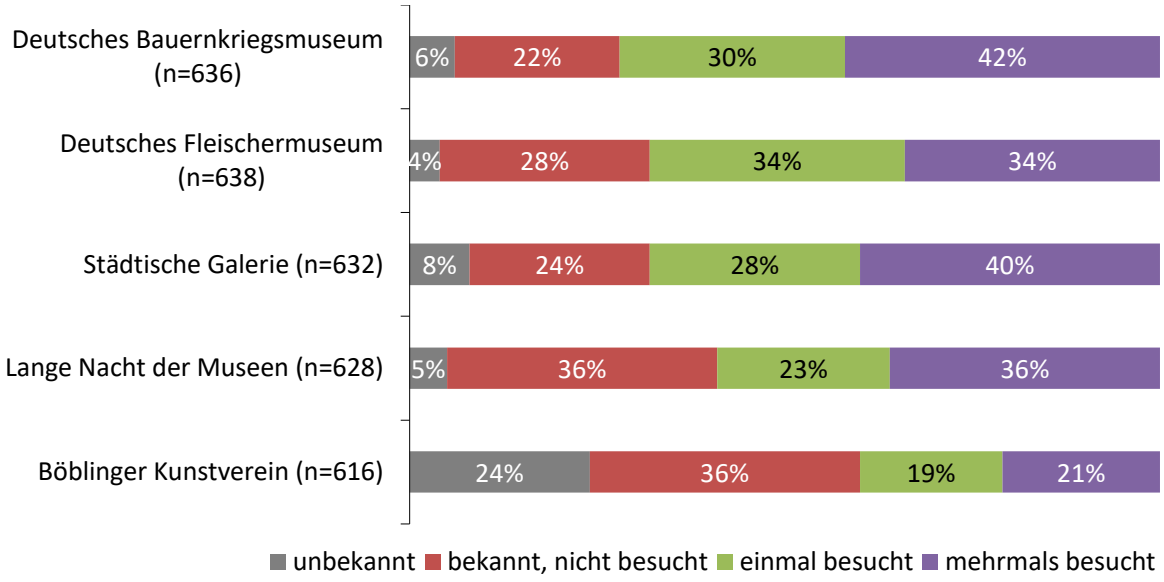


Abb. 25c: Bekanntheit der Museen unter den Befragten (öffentlich zugängliche Befragung)



Die Abbildungen zeigen, dass die Reihenfolge der Bekanntheit und Besuchshäufigkeit der Museen in beiden Befragungsteilen ähnlich ist (wurde nicht in der Straßenbefragung mit dem gekürzten Fragebogen gefragt). In der öffentlich zugänglichen Befragung geben die – stärker kulturinteressierten – Befragten anteilig etwas häufiger für alle Museen an, diese besucht zu haben.

Abb. 26a: Bekanntheit des Deutschen Bauernkriegsmuseums
nach allgemeinem Kulturinteresse der Befragten differenziert
(N=1105, nicht in Straßenbefragung gefragt)

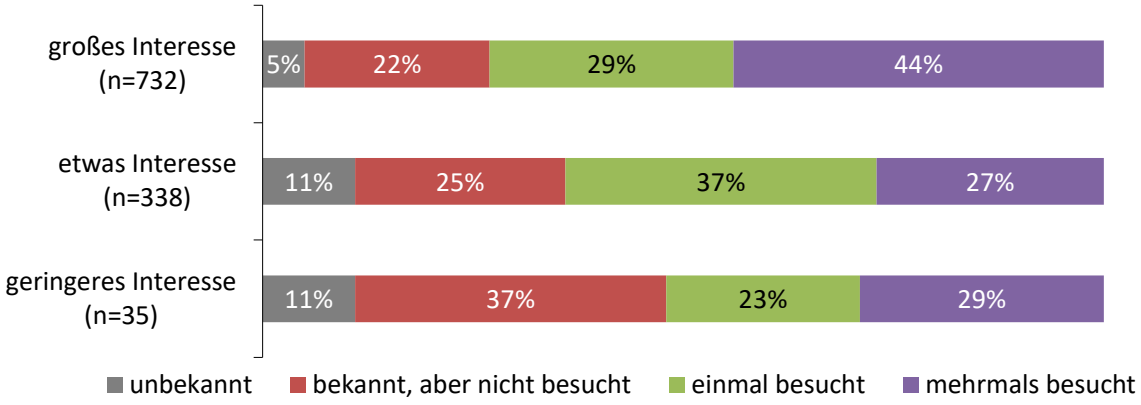


Abb. 26b: Bekanntheit des Deutschen Fleischermuseums
nach allgemeinem Kulturinteresse der Befragten differenziert
(N=1104, nicht in Straßenbefragung gefragt)

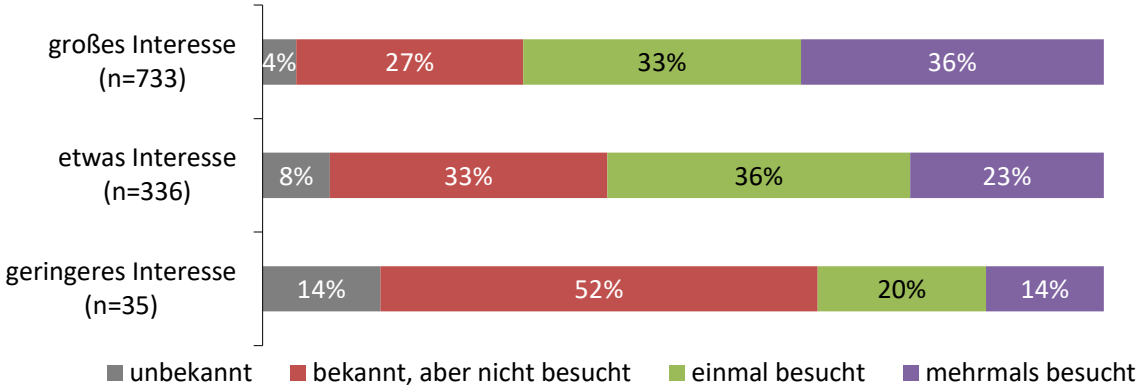
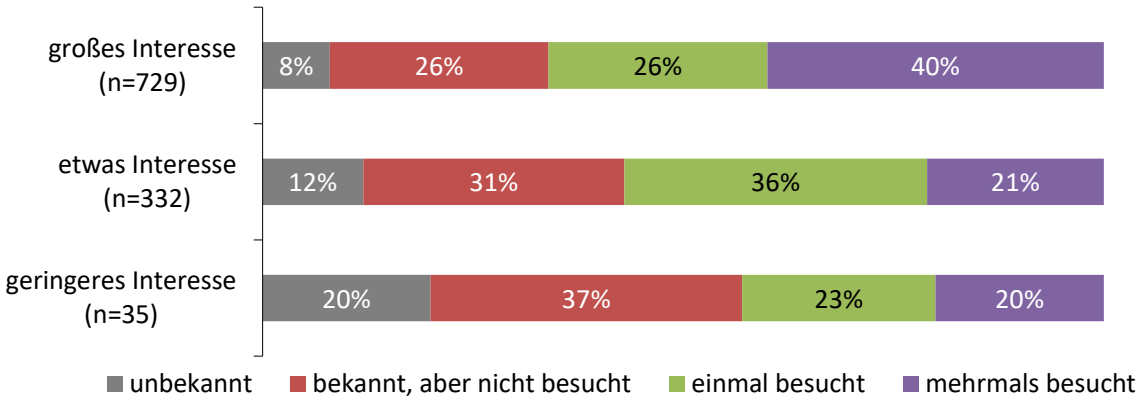
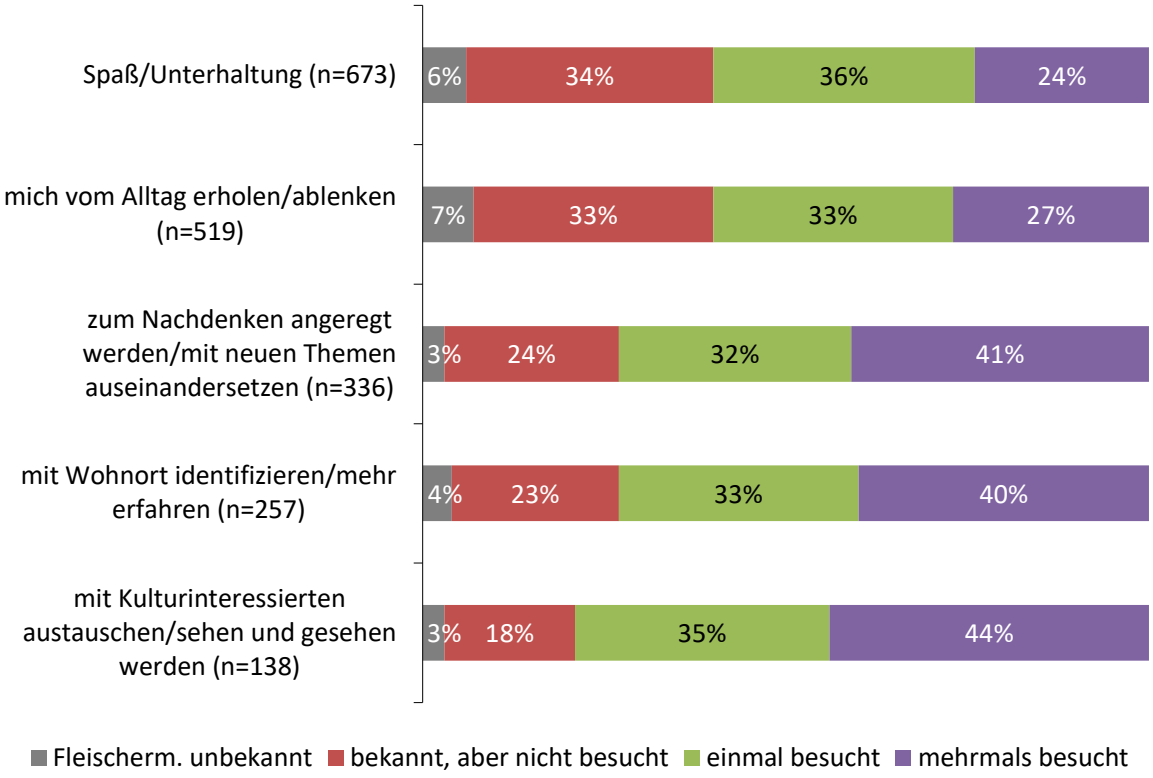


Abb. 26c: Bekanntheit der Städtischen Galerie Böblingen
nach allgemeinem Kulturinteresse der Befragten differenziert
(N=1096, nicht in Straßenbefragung gefragt)



Die Bekanntheit der drei Böblinger Museen ist abhängig vom allgemeinen Kulturinteresse der Befragten: Die höchsten Besuchsanteile finden sich unter sehr Kulturinteressierten. Dennoch verweist die Differenzierung auch auf weiteres Besuchspotenzial, da auch in der Gruppe der sehr Interessierten jeweils rund ein Viertel die Museen zwar kennt, aber noch nicht besucht hat.

Abb. 27: Bekanntheit des Fleischermuseums nach Kulturnutzungsaspekten differenziert
(nur signifikante Zusammenhänge dargestellt)
(N=1104, nicht in Straßenbefragung und unter Nichtnutzern gefragt)

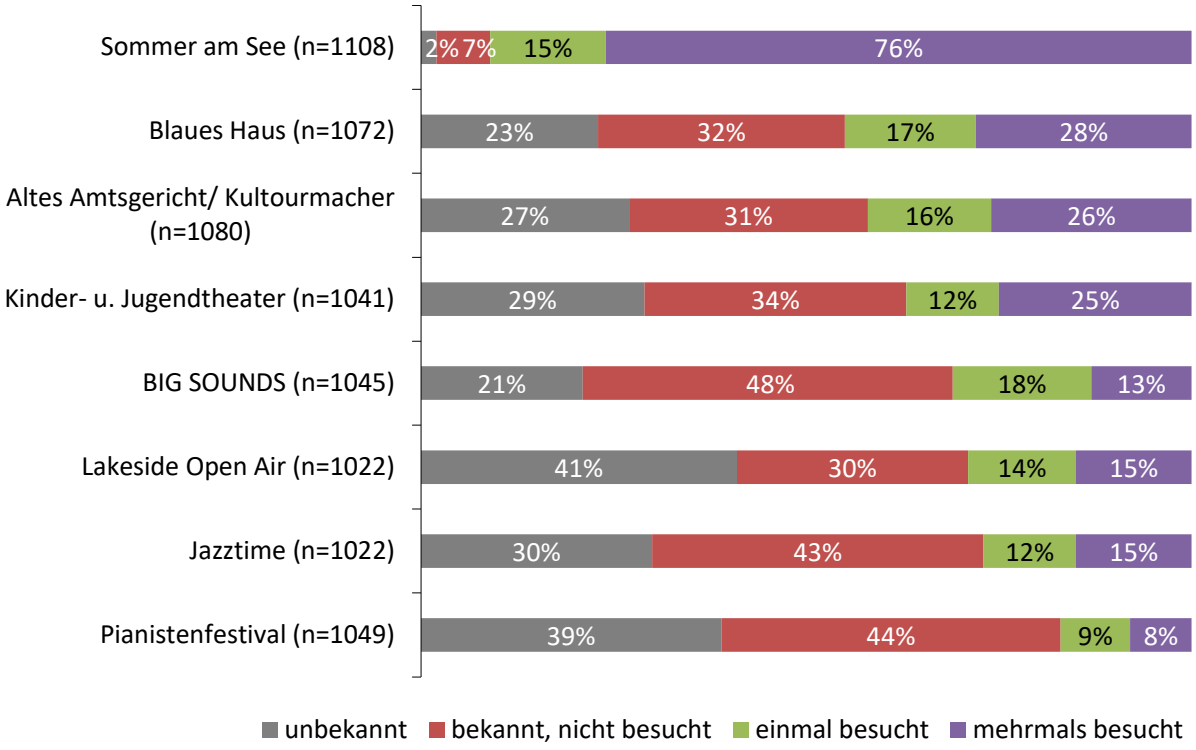


Betrachtet man Unterschiede in der Besuchshäufigkeit des Deutschen Fleischermuseums nach den allgemeinen Kulturnutzungsmotiven, finden sich unter den Besuchern des Fleischermuseums höhere Nennungen der Motive Austausch mit Kulturinteressierten, Anregung zum Nachdenken sowie Identifikation mit dem Wohnort.
Etwas weniger wurde das Fleischermuseum bisher besucht, wenn allgemein die Nutzungsaspekte Erholung vom Alltag sowie Spaß/Unterhaltung wichtig sind. Auch bei den zwei anderen Museen Deutsches Bauernkriegsmuseum und Städtische Galerie besteht diese Tendenz.

Weiterhin hängt die Besuchshäufigkeit der Museen, wie zu erwarten, mit der allgemeinen Nutzungsfrequenz von Kulturangeboten in Böblingen zusammen: Häufige Kulturnutzer besuchen auch die Museen öfter.
Betrachtet man Zusammenhänge zwischen Museumsbesuchen untereinander, besteht die größte Übereinstimmung zwischen Fleischermuseum und Bauernkriegsmuseum: 82% der mehrmaligen Besucher des Fleischermuseums haben auch das Bauernkriegsmuseum schon mehrmals besichtigt. 71% der Wiederholungsbesucher des Fleischermuseums waren auch in der Städtischen Galerie. Zwischen Bauernkriegsmuseum und Städtischer Galerie, die sich im gleichen Gebäude befinden, bestehen ebenfalls große Überschneidungen – diese hätten auch noch höher als 71% erwartet werden können.

2.5.3 Bekanntheit weiterer Böblinger Kulturangebote

Abb. 28a: Bekanntheit der Musik- und Theaterangebote unter den Befragten
(nicht in Straßenbefragung)
(signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Beim Vergleich der Bekanntheit der Böblinger Kulturangebote ist zu berücksichtigen, dass sehr unterschiedliche Angebote miteinander verglichen werden. Die direkte Gegenüberstellung ist daher nur eingeschränkt aussagekräftig, wichtiger sind die jeweiligen Einzelergebnisse. Die Angebote differieren zum Teil stark nach Größe, Veranstaltungsanzahl und Dauer des Bestehens. Zudem sind hierunter feste Einrichtungen sowie Veranstaltungen aufgeführt.

Im Bereich der Musik- und Theaterangebote in Böblingen ist unter den aufgeführten Angeboten mit Abstand die Veranstaltungsreihe „Sommer am See“ der großen Mehrheit von wiederholten Besuchen bekannt. 91% haben die Veranstaltung bereits mindestens einmal besucht, nur 2% kennen diese nicht. Blaues Haus (45% mindestens einmal besucht), Altes Amtsgericht (42%) sowie Kinder- und Jugendtheater der Kunstschule Böblingen (37%) stehen an zweiter Stelle der Besuchshäufigkeit.
Das Big Sounds Festival haben 31% der Auskunftspersonen schon besucht, dieses verfügt über eine hohe namentliche Bekanntheit. Ähnlich viele waren bereits beim Lakeside Open Air (29%), welches aber auch 41% bisher unbekannt ist, was im Vergleich den höchsten Wert darstellt.
Bei einem Konzert im Rahmen von JazzTime waren schon 27% der Befragten. Im Vergleich besuchten bisher am wenigsten der Befragten das Internationale Pianistenfestival (17%).

Wie die folgende Tabelle zeigt, wurden bei der offenen Frage als sonstige Musik- und Theaterangebote am häufigsten kirchliche Angebote genannt, wie auch Veranstaltungen in Schulen.

Tab. 8: Weitere Musik-/Theaterangebote			
	Stichprobe (50 N.)	Öffentlich zugänglich (106 N.)	Gesamt
Kirchen	12	22	**34**
Schulen (u.a. AEG, Aula)	12	20	**32**
Gastronomie (u.a. Café Emil, Irish Pub)	8	16	**24**
Vereine (u.a. Feuerwehr Dagersheim, Gitarrenorchester)	2	20	**22**
Kongresshalle	4	17	**21**
Musikschule	1	13	**14**
Klassikkonzerte	6	6	**12**
Jugendhaus	1	5	**6**

Unterschieden zwischen den beiden Befragungsteilen (siehe folgende Abbildungen), wurden alle Musik- und Theaterangebote in der öffentlich zugänglichen Befragung signifikant häufiger als besucht und bekannt angegeben. Besonders beim Blauen Haus und Alten Amtsgericht ist der Unterschied deutlich. Die Gesamtreihenfolge nach Häufigkeiten verändert sich aber nicht zwischen den Befragungen.

Abb. 28b: Bekanntheit der Musik- und Theaterangebote unter den Befragten (Stichprobe)

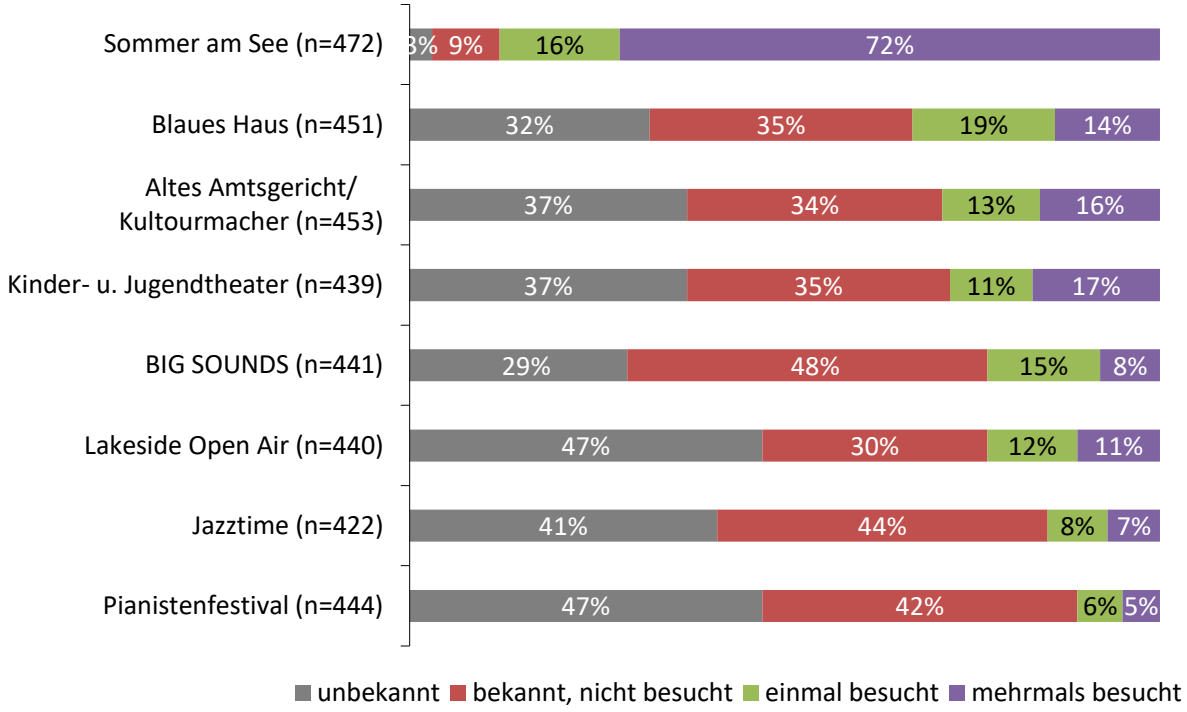
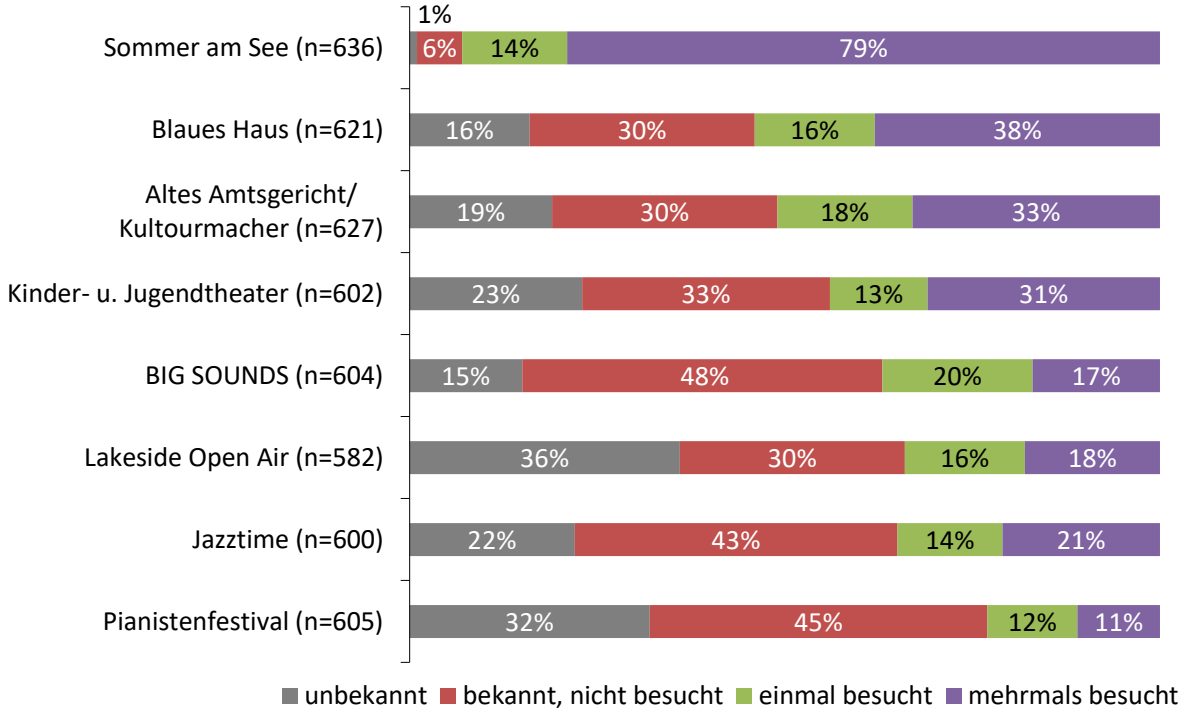


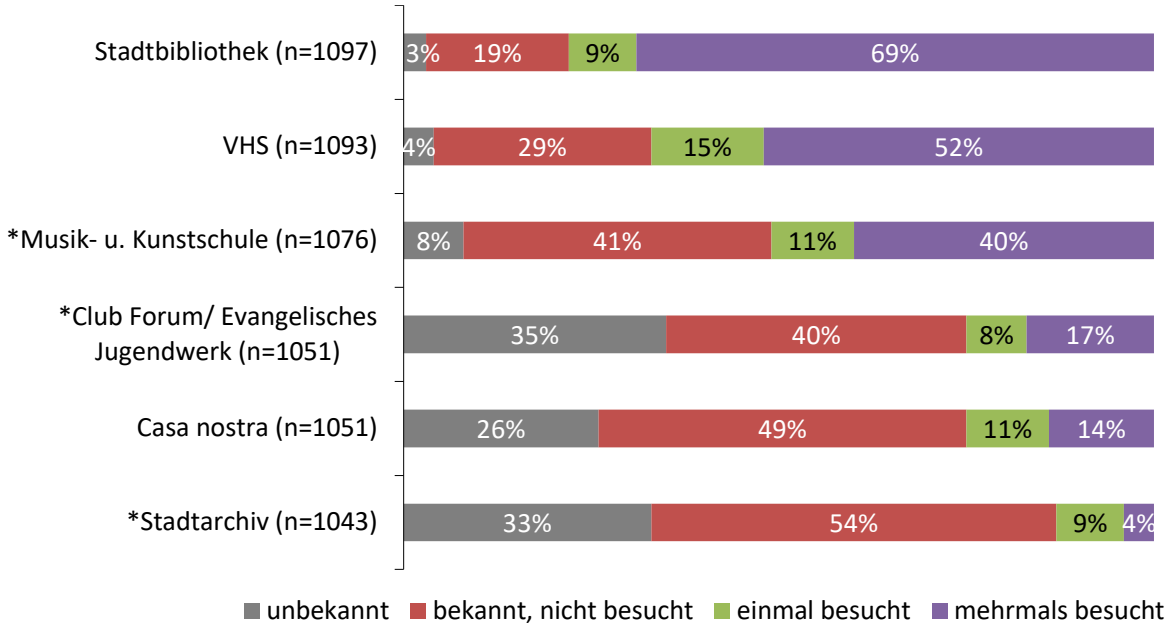
Abb. 28c: Bekanntheit der Musik- und Theaterangebote unter den Befragten (öffentlich zugängliche Befragung)



Hinsichtlich Bekanntheit und Besuchshäufigkeit der Musik- und Theaterangebote in Böblingen sind einige signifikante Unterschiede nach Strukturdaten der Befragten festzustellen.
Zwischen Böblingern und Auswärtigen differenziert, zeigt sich zur Veranstaltung JazzTime interessanterweise, dass Auswärtigen diese etwas häufiger namentlich oder von Besuchen bekannt ist (77%) als Böblingern (69%), sonst sind alle Angebote Böblingern öfter geläufig.
Nach Altersgruppen sind die meisten Angebote mehrheitlich älteren Befragten bekannt. Vor allem beim Internationalen Pianistenfestival, wie auch bei JazzTime, zeigt sich dieser Altersunterschied deutlich. Eine Ausnahme stellt das Lakeside Open Air dar, welches von 15- bis 20-Jährigen anteilig am häufigsten besucht wurde und über 60-Jährigen größtenteils unbekannt ist.
Ein Geschlechterunterschied ist festzustellen beim Kinder- und Jugendtheater, das weibliche Befragte häufiger nennen (31% mehrmals besucht) als männliche (18%).
Ein signifikanter Unterschied nach Schulabschluss besteht beim Internationalen Pianistenfestival, das Akademiker am ehesten besuchen (12% mehrmals besucht, im Vergleich zu 3% mit Hauptschulabschluss).

Die Nutzungsmotive Weiterbildung, Anregung zum Nachdenken sowie Austausch mit Kulturinteressierten sind häufig für sehr Kulturinteressierte wichtiger. Die Angebote Pianistenfestival, JazzTime, Blaues Haus und Altes Amtsgericht werden insbesondere von Auskunftspersonen mit diesen Nutzungsmotiven genannt. Hat Erholung vom Alltag oder Spaß eine höhere Bedeutung für die Befragten, werden diese Angebote hingegen seltener wahrgenommen.

Abb. 29a: Bekanntheit der Bildungs- und Jugendeinrichtungen unter den Befragten
(nicht in Straßenbefragung)
(*signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Unter den abgefragten Bildungs- und Jugendeinrichtungen ist die Stadtbibliothek Böblingen die am häufigsten besuchte und bekannte Einrichtung (78% mindestens einmal besucht). Auch auf die Volkshochschule Böblingen-Sindelfingen entfallen viele Besuche (67%) und eine hohe Bekanntheit, ebenso auf die Musik- und Kunstschule (51%).
Club Forum/Evangelisches Jugendwerk kennen 25% von Besuchen, dieses ist aber auch recht häufig namentlich unbekannt (33%). Im casa nostra Zentrum für Jugendkultur waren ebenfalls bisher 25% der Auskunftspersonen. Im Vergleich erfolgten am wenigsten Besuche im Stadtarchiv Böblingen (13% Besuche).

Sonstige Bildungs- und Jugendeinrichtungen werden offen eher vereinzelt angeführt, wie die folgende Tabelle zeigt.

Tab. 9: Weitere Bildungs-/Jugendeinrichtungen			
	Stichprobe (16 N.)	Öffentlich zugänglich (28 N.)	Gesamt
Jugendtreffs/Stadtjugendring	5	12	**17**
Treff am See/Seniorenakademie	3	3	**6**
Kirchen	2	3	**5**

Unterschieden zwischen den beiden Befragungsteilen wurden vor allem die Musik- und Kunstschule sowie Club Forum signifikant öfter in der öffentlich zugänglichen Befragung als besucht angeführt.

Abb. 29b: Bekanntheit der Bildungs- und Jugendeinrichtungen unter den Befragten (Stichprobe)

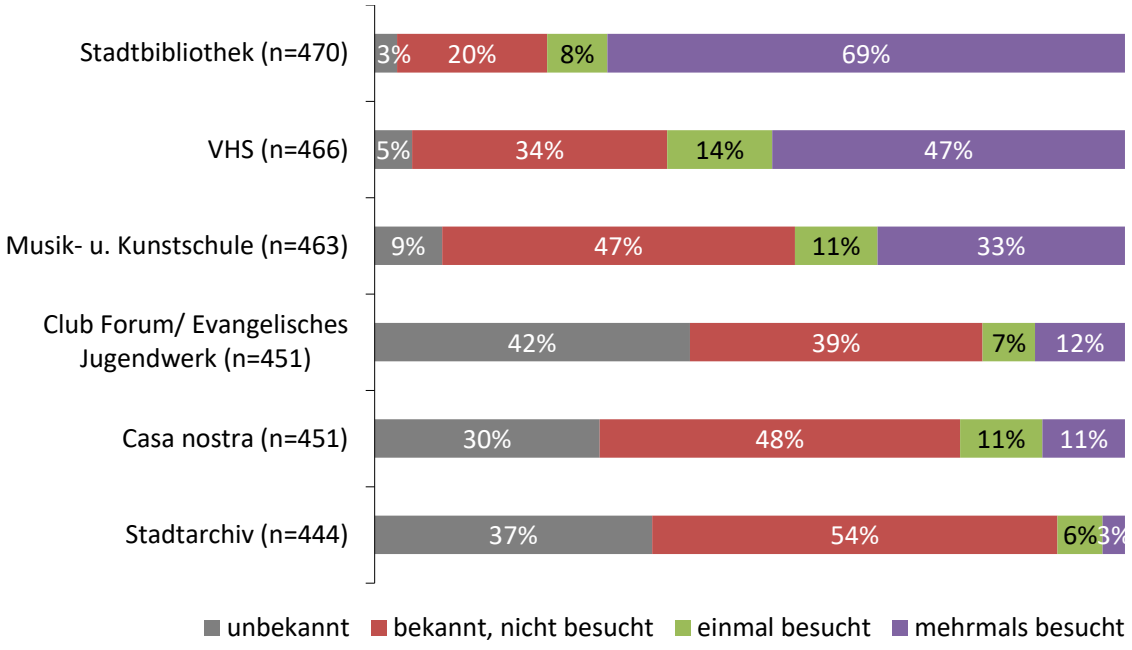
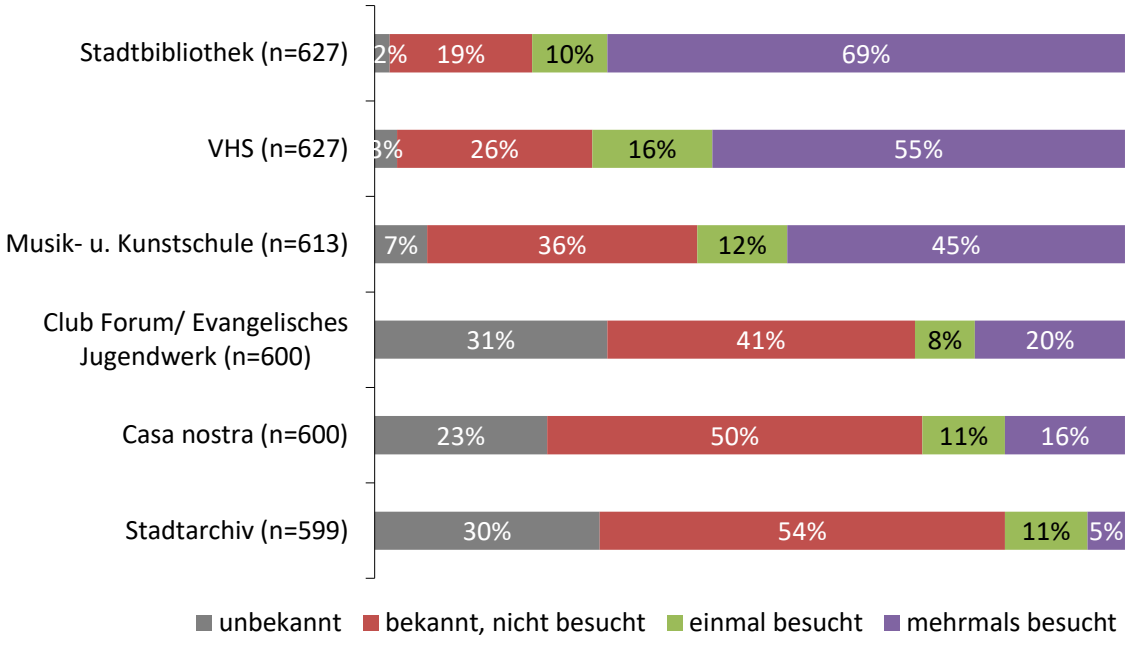


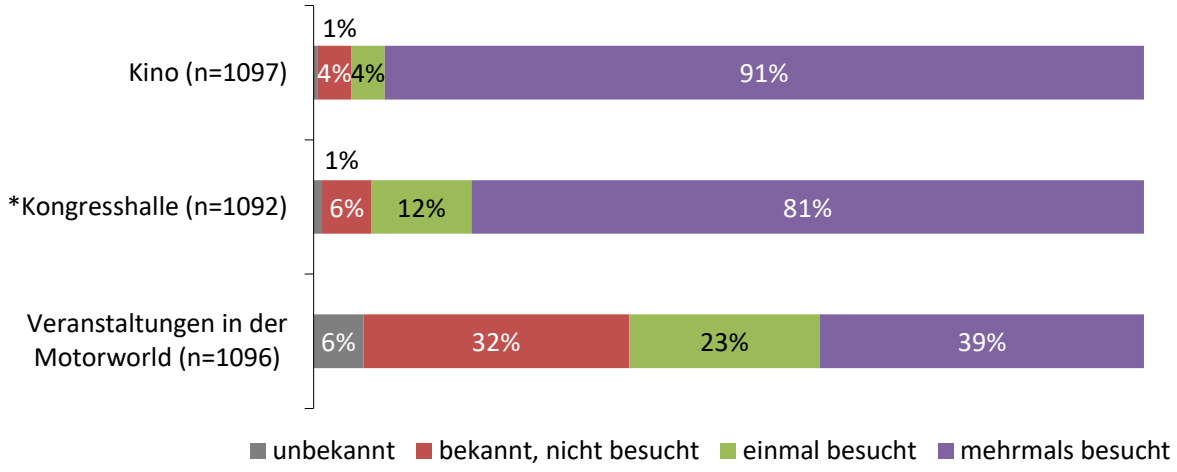
Abb. 29c: Bekanntheit der Bildungs- und Jugendeinrichtungen unter den Befragten (öffentlich zugängliche Befragung)



Hinsichtlich Bildungs-/Jugendeinrichtungen besteht bei der Stadtbibliothek ein Unterschied nach Wohnort: Diese wurde von den befragten Böblingern öfter mehrmals besucht (73%) als von Auswärtigen (49%). Bei den übrigen Einrichtungen sind die Unterschiede nach Wohnort weniger deutlich.
Altersspezifische Differenzen gibt es, wie zu erwarten, bei den Jugendeinrichtungen casa nostra und Club Forum, welche bis 30-Jährige am häufigsten besuchen und über 60-Jährige öfter nicht kennen. Mit zunehmendem Alter werden hingegen vor allem die Volkshochschule und das Stadtarchiv verstärkt besucht.
Befragte mit schulpflichtigen Kindern nehmen die Angebote Stadtbibliothek, Musik- und Kunstschule sowie VHS häufiger wahr als diejenigen ohne Kinder. Von Frauen werden diese ebenfalls öfter aufgesucht als von Männern, was auch mit Besuchen in Begleitung von Kindern zusammenhängt.

Sehr Kulturinteressierte nutzen alle Angebote vergleichsweise häufiger als Auskunftspersonen mit geringer ausgeprägtem Interesse. Nur die Jugendeinrichtungen casa nostra und Club Forum stellen hier eine Ausnahme dar.
Diese Jugendeinrichtungen werden auch öfter von Befragten besucht, denen die Motive Highlights und Events wichtig sind. Stadtbibliothek, Musik- und Kunstschule sowie VHS und Stadtarchiv sind hingegen Einrichtungen, die aus Gründen der Weiterbildung sowie Anregung zum Nachdenken häufiger genutzt werden.

Abb. 30a: Bekanntheit weiterer Böblinger Kulturangebote unter den Befragten
(nicht in Straßenbefragung)
(*signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Darüber hinaus wurden drei weitere Angebote in Böblingen wurden abgefragt, wobei sich das Kino Böblingen (Filmzentrum Bären/Metropol am Postplatz) als am meisten besucht und bekannt zeigte. 95% aller Befragten waren hier schon, nur 1% kennt das Kino nicht. Auch bei Veranstaltungen in der Kongresshalle waren deutliche Mehrheiten der Befragten (93%), 99% kennen diese. Schließlich besuchten 62% der Befragten schon Veranstaltungen in der Motorworld, nur 6% ist diese unbekannt.

Zusätzlich nannten zahlreiche Befragte offen Angebote der kulturtreibenden Vereine, die ihnen von Besuchen bekannt sind. Am häufigsten waren dies Musikvereine und Chöre. Auch kirchliche Angebote wurden hier erneut öfter angeführt.

Tab. 10a: Angebote der kulturtreibenden Vereine

	Stichprobe (60 N.)	Öffentlich zugänglich (153 N.)	Gesamt
Musikvereine (u.a. Stadtkapelle, Feuerwehr, Harmonika-Spielring)	17	56	**73**
Chöre (u.a. Vokalensemble, Liederkranz, Kammerchor)	21	47	**68**
Kirchen (u.a. Kantorei, Orgeln, Konzerte)	20	37	**57**
Brauchtum (u.a. Fasching, Hocketse)	6	16	**22**
Schulen	5	9	**14**
Kunstverein/Galerieverein	4	8	**12**

Tab. 10b: Weitere Kulturangebote

	Stichprobe (28 N.)	Öffentlich zugänglich (77 N.)	Gesamt
Stadtfeste/Festivals	13	13	**26**
Kirchen	5	13	**18**
Gastronomie	3	8	**11**

In der öffentlich zugänglichen Befragung entfielen auf die Kongresshalle mehr Nennungen zu bisherigen Besuchen. Hingegen war der Bekanntheitsgrad der Motorworld in der Stichprobenbefragung etwas höher.

Abb. 30b: Bekanntheit weiterer Böblinger Kulturangebote unter den Befragten (Stichprobe)

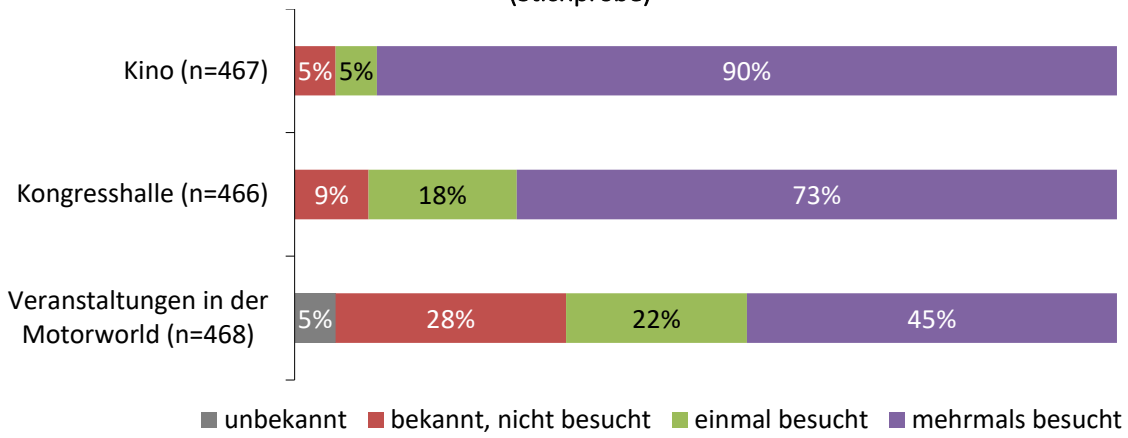
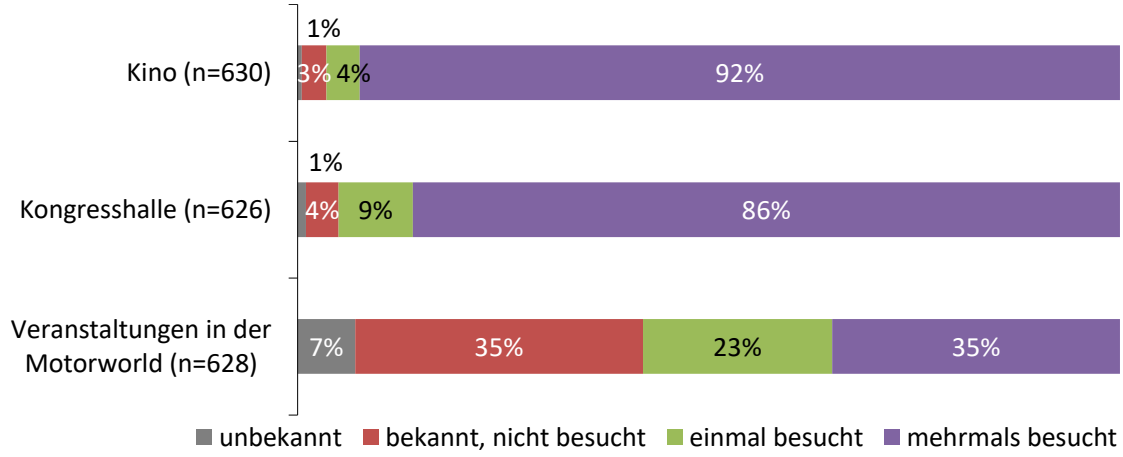


Abb. 30c: Bekanntheit weiterer Böblinger Kulturangebote unter den Befragten (öffentlich zugängliche Befragung)

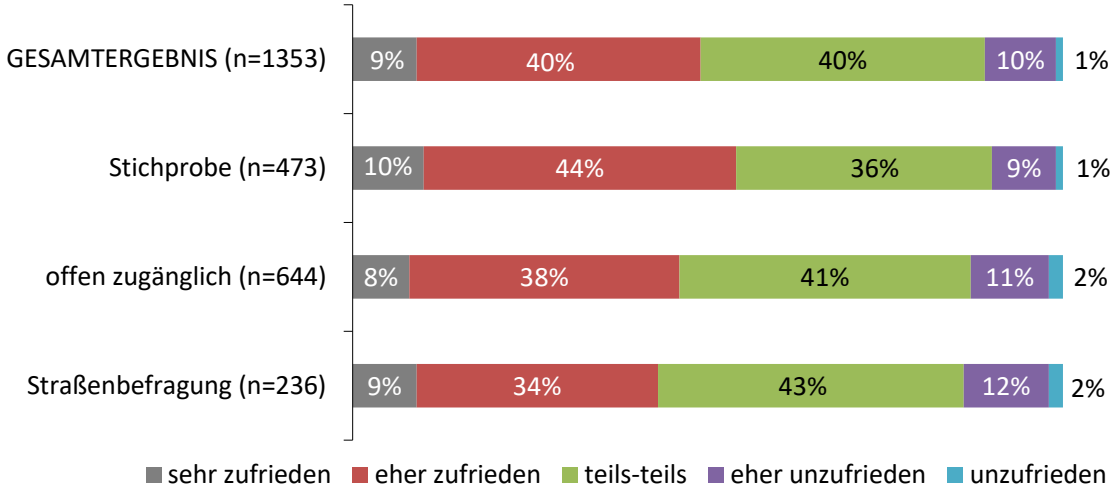


Bei vielen der vorstehend abgefragten Kulturangebote besteht der Zusammenhang, dass sie häufiger von Hochschulabsolventen besucht werden. Für die Kongresshalle und Motorworld gilt dies nicht, diese erreichen ein breiteres Publikum und werden öfter von Personen mit formal niedrigeren Schulabschlüssen aufgesucht. So wird die Motorworld von 59% der Befragten mit Hauptschulabschluss als mehrmals besucht angegeben, im Vergleich noch von 33% der Akademiker.

2.6 Zufriedenheit mit dem Böblinger Kulturangebot

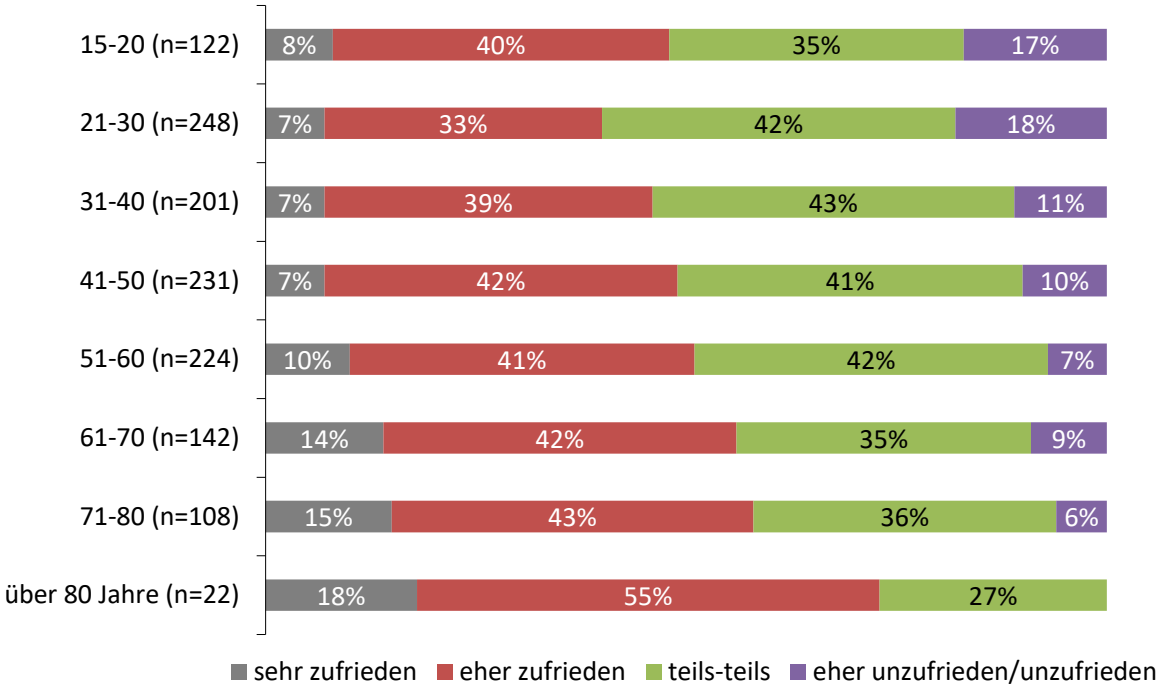
2.6.1 Gesamturteile und Imageeinschätzungen zum Böblinger Kulturangebot

Abb. 31: Gesamtzufriedenheit der Befragten mit dem Böblinger Kulturangebot



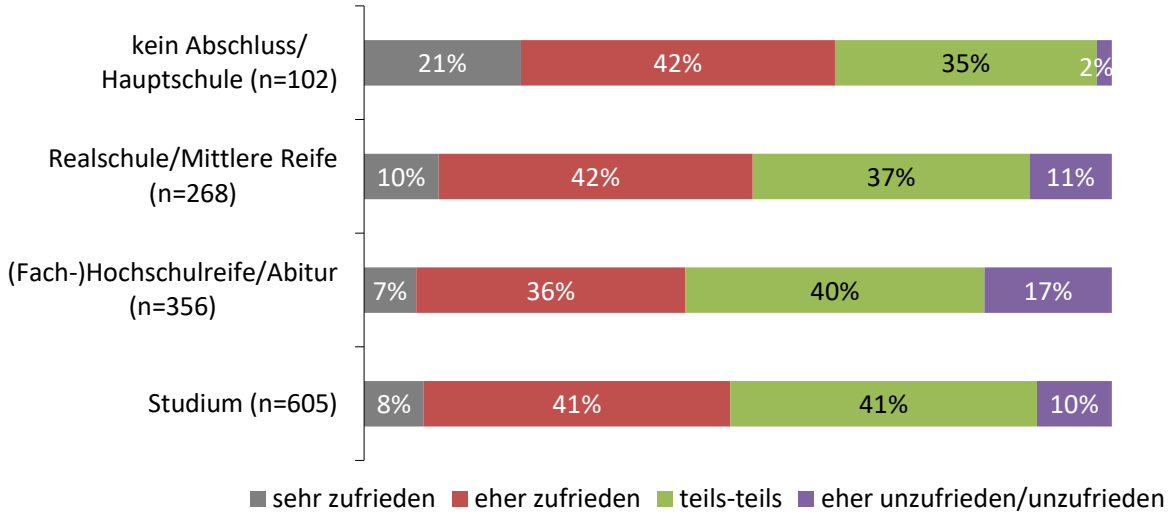
Die befragten Bürger sind zur Hälfte mit dem Böblinger Kulturangebot insgesamt sehr zufrieden (9%) oder eher zufrieden (40%). Ein recht großer Anteil von 40% urteilt auch mit „teils-teils“. Eher unzufrieden ist ein Zehntel, nur 1% sind unzufrieden. Diese Frage wurde nur an die Befragten gestellt, die mindestens ein geringes Kulturinteresse haben und Angebote in Böblingen nutzen.
Zwischen den drei verschiedenen Befragungsteilen sind bei der Gesamtzufriedenheit mit dem Böblinger Kulturangebot nur eher geringe Unterschiede festzustellen, tendenziell sind die Befragten der Stichprobenbefragung am zufriedensten.

Abb. 32: Gesamturteil zum Böblinger Kulturangebot
nach Altersgruppen differenziert (N=1298, Gesamtergebnis)



Unterschiede in der Zufriedenheit mit dem Böblinger Kulturangebot zeigen sich unter anderem nach Alter der Befragten: Die Anteile sehr und eher zufriedener Auskunftspersonen steigen mit dem Alter an, jüngere urteilen häufiger mit teils-teils oder auch eher unzufrieden. Vergleichsweise am kritischsten geben sich dabei 21- bis 30-Jährige.

Abb. 33: Gesamtzufriedenheit mit dem Kulturangebot in Böblingen
nach höchstem Schulabschluss differenziert (N=1331, Gesamtergebnis)

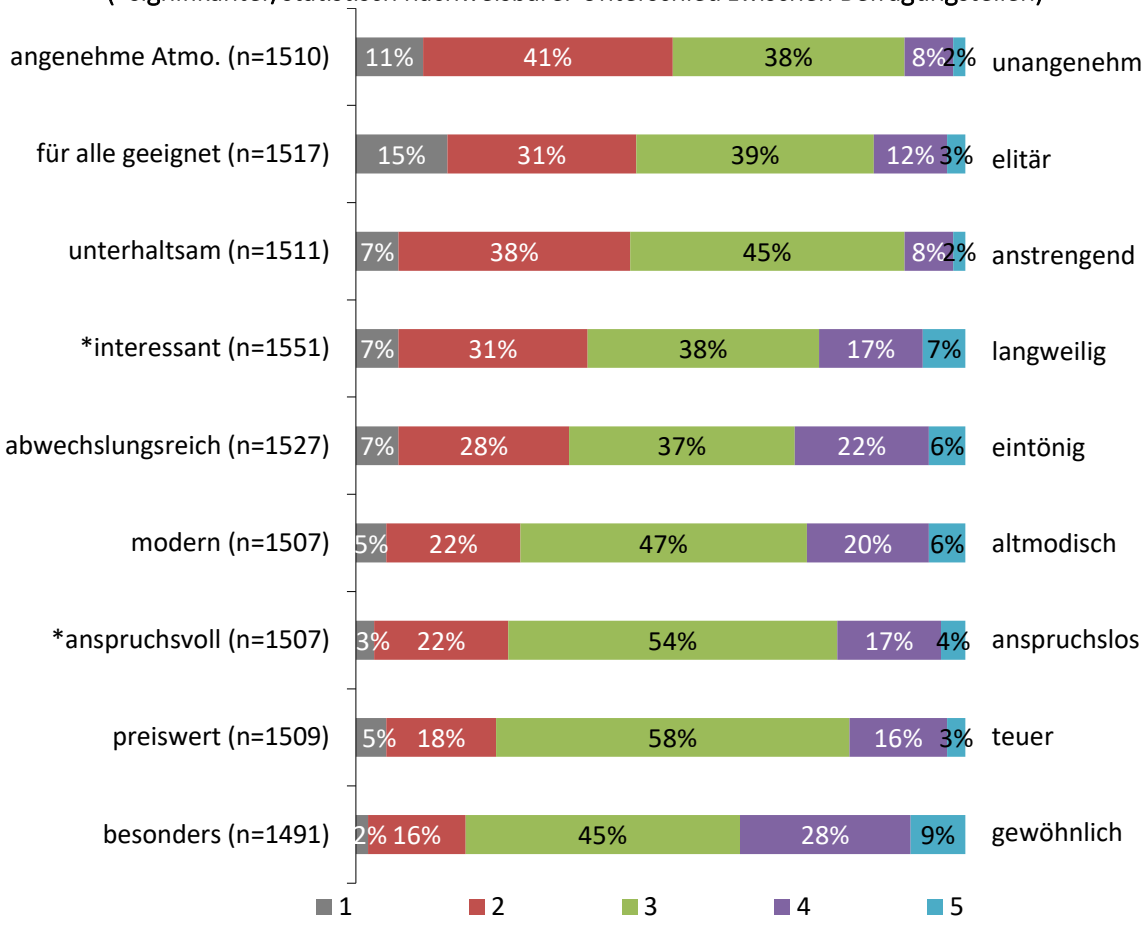


Nach Bildungsabschlüssen der Befragten sind diejenigen mit formal niedrigeren Abschlüssen etwas zufriedener mit dem Böblinger Kulturangebot: Auskunftspersonen mit Haupt- und Realschulabschluss vergeben am häufigsten das Urteil sehr zufrieden. Dies hängt auch mit den vorher dargestellten Altersdifferenzen zusammen, da sich in diesen Gruppen mehr Ältere mit einer höheren Zufriedenheit finden.

Bei der Interpretation des Gesamturteils ist zu berücksichtigen, dass ein sehr breites und differenziertes Kulturangebot in einem Urteil zusammengefasst wurde. Daher begründet sich auch der große Anteil von "teils-teils"-Nennungen.
Gegenüberstellungen mit Urteilen aus anderen Befragungen sind nur eingeschränkt zielführend, da sehr spezifische Rahmenbedingungen die Kulturangebote und deren Einschätzung ausmachen. Zur Orientierung kann der Hinweis dienen, dass in vielen Studien ab 15% Kritikanteilen von einem weniger zufriedenstellenden Ergebnis ausgegangen wird. Mit insgesamt 11% eher unzufriedenen/ unzufriedenen Befragten ist das Böblinger Urteil entsprechend positiv einzuordnen.

In der Bevölkerungsbefragung in Tübingen zeigte sich die befragte Bevölkerung noch zufriedener mit dem dortigen Kulturangebot im Allgemeinen: 71% gaben an, mit dem Tübinger Kulturangebot zufrieden oder sehr zufrieden zu sein. In Böblingen waren dies 49%, auf Unterschiede in Untersuchungsmethoden wurde bereits hingewiesen.

Abb. 34a: Welches Bild haben Sie persönlich vom Kulturangebot in Böblingen?
(Gesamtergebnis)
(*signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Weiteren Aufschluss über die Meinungen zum Kulturangebot in Böblingen gibt die Frage nach der Einschätzung von neun Gegensatzpaaren zum Kulturimage. Dabei zeigt sich, dass anteilig die meisten Befragten die positiven Aspekte „angenehme Atmosphäre“ (52%) sowie „für alle geeignet“ (46%) und „unterhaltsam“ (45%) für zutreffend halten (Ausprägungen 1 und 2). Gefolgt wird dies von einem „interessanten“ (38%) und „abwechslungsreichen“ (35%) Kulturangebot in Böblingen.
„Modern“, „anspruchsvoll“ und „preiswert“ empfindet rund ein Viertel (27% bis 23%) das Angebot. Bei diesen Aspekten wurde aber auch von ähnlich vielen das Angebot als gegensätzlich „altmodisch“, „anspruchslos“ und „teuer“ eingeschätzt (26% bis 19%).
Noch 18% stimmen zu, dass das Böblinger Kulturangebot als „besonders“ zu bezeichnen ist, hier sind die Anteile für den Gegensatz „gewöhnlich“ höher ausgefallen (37%).

Signifikante Unterschiede zwischen den drei Befragungsteilen sind beim Aspekt des „interessanten“ sowie „anspruchsvollen“ Kulturangebots festzustellen: Diesem wurde in der öffentlich zugänglichen Befragung häufiger zugestimmt als in der Straßenbefragung (siehe folgende drei Abbildungen).

Abb. 34b: Welches Bild haben Sie persönlich vom Kulturangebot in Böblingen? (Stichprobe)

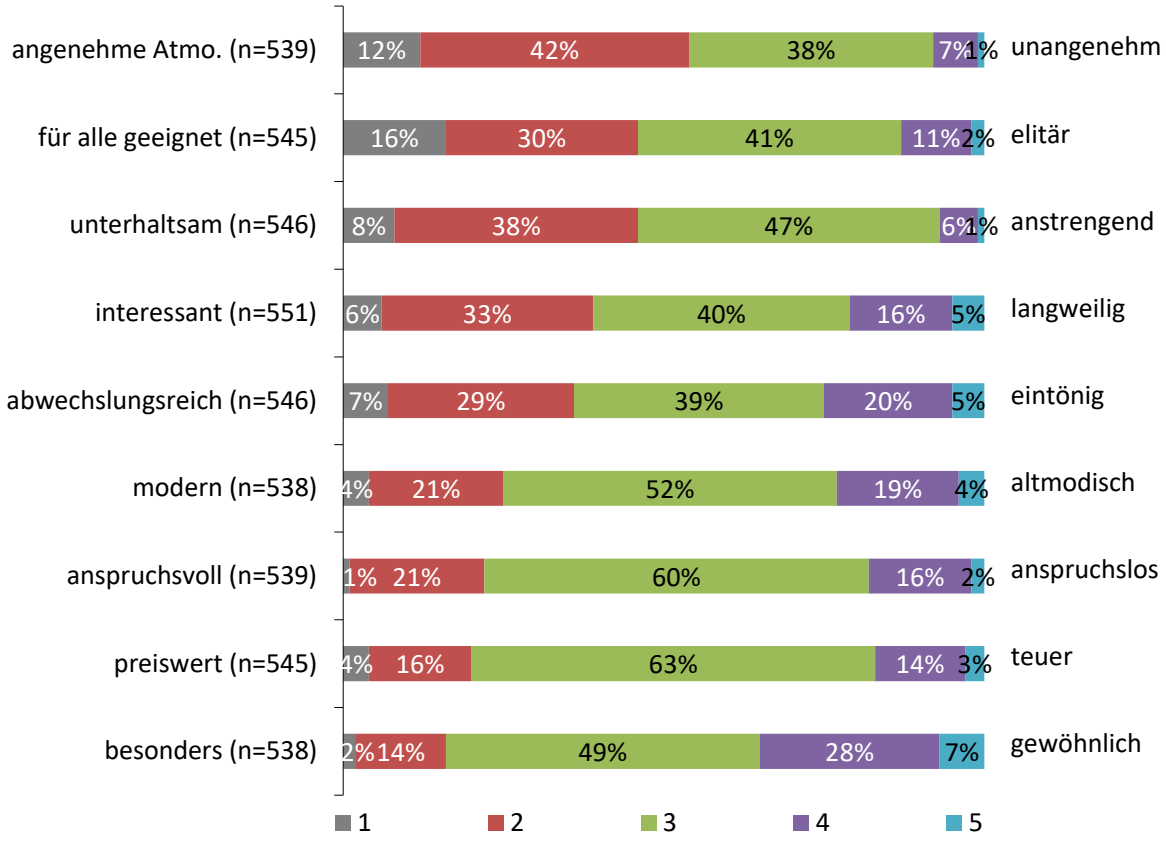


Abb. 34c: Welches Bild haben Sie persönlich vom Kulturangebot in Böblingen? (öffentlich zugängliche Befragung)

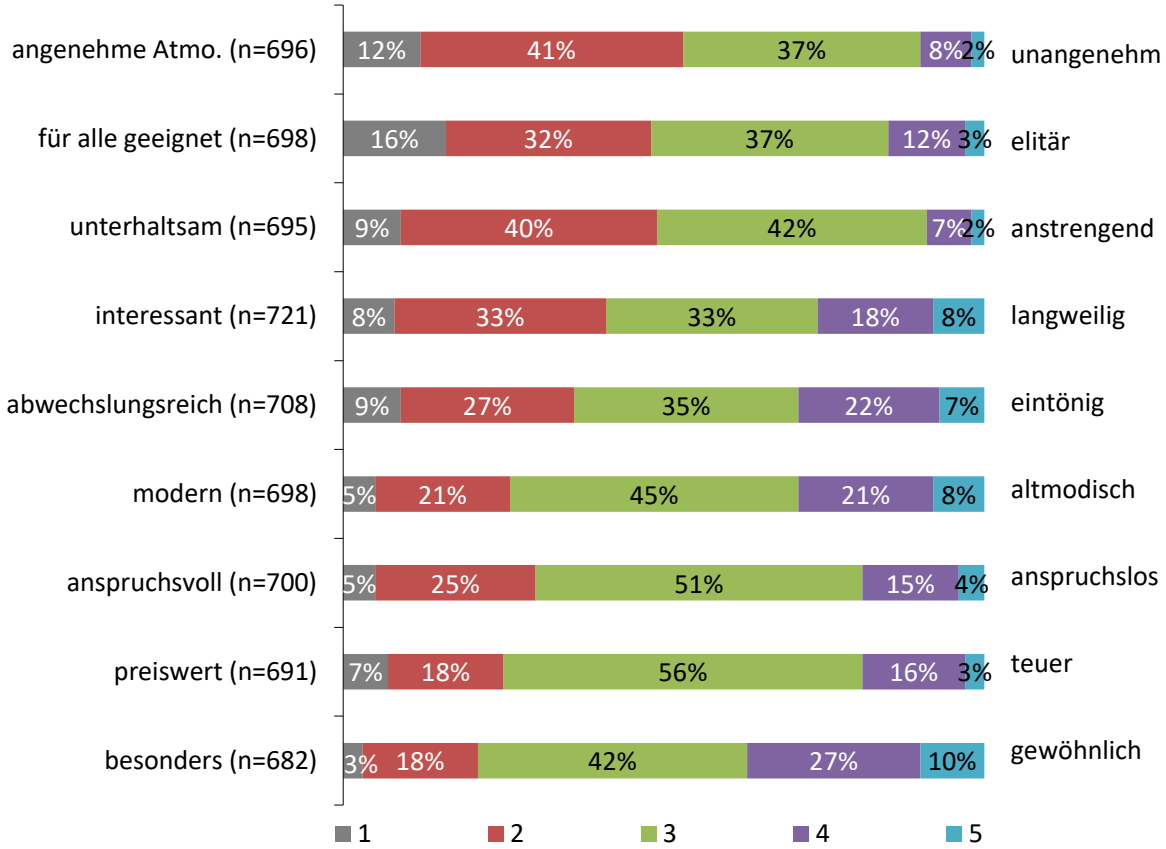
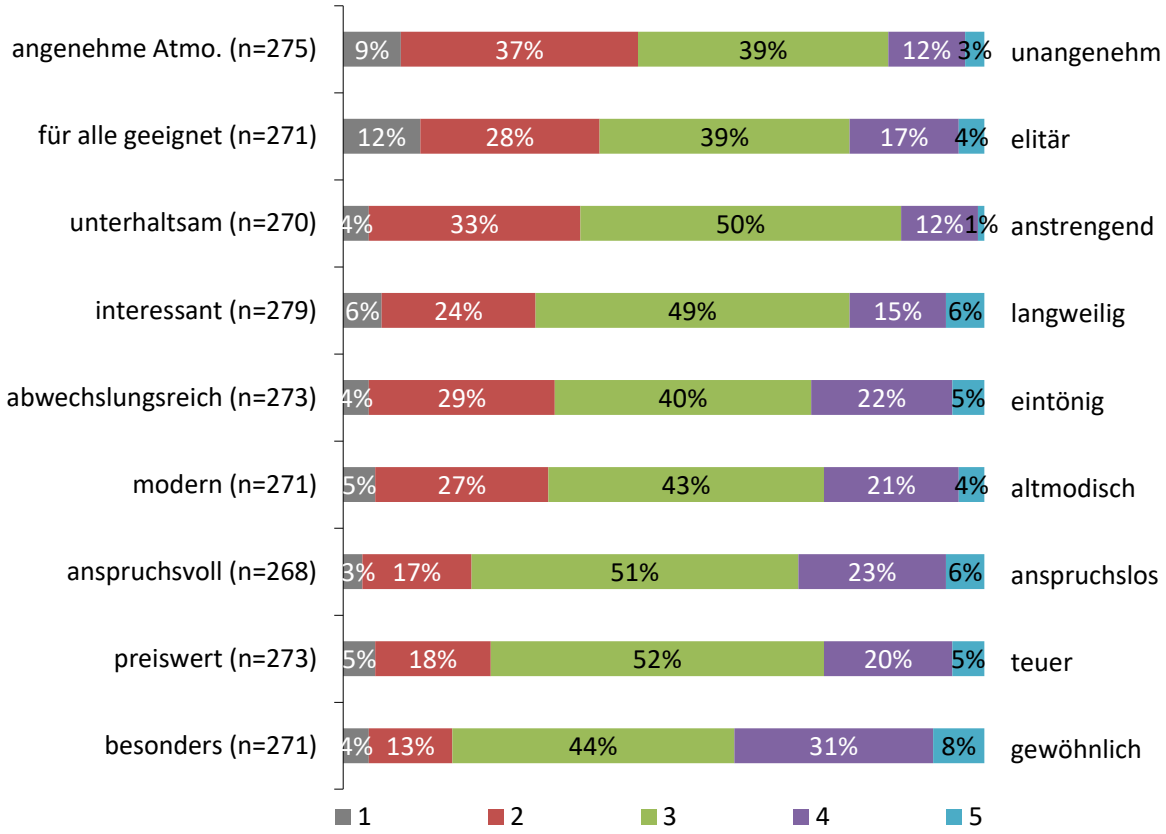


Abb. 34d: Welches Bild haben Sie persönlich vom Kulturangebot in Böblingen? (Straßenbefragung)

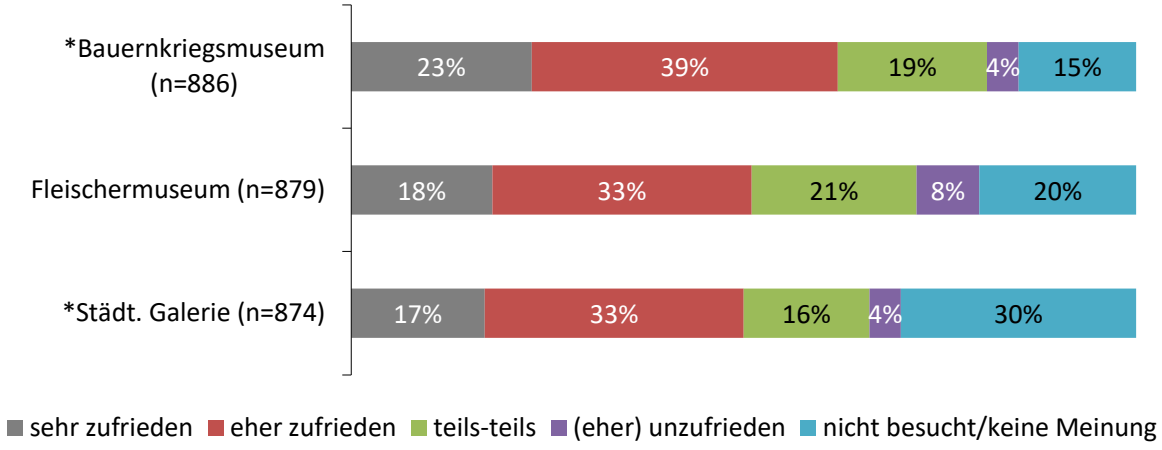


Die meisten Aspekte des Böblinger Kulturangebots schätzen Befragte in höherem Alter positiver ein. Besonders auf „interessant“, „abwechslungsreich“, „modern“, „besonders“ und „preiswert“ trifft dies zu. Weniger deutlich sind altersspezifische Differenzen bei den Einschätzungen „anspruchsvoll“ sowie „für alle“.

Nach Kulturinteresse und Nutzungshäufigkeit von Böblinger Kulturangeboten besteht die Korrelation, dass bei allen Einschätzungen sehr Interessierte und Häufignutzer ein positiveres Bild der Böblinger Kultur angegeben haben.

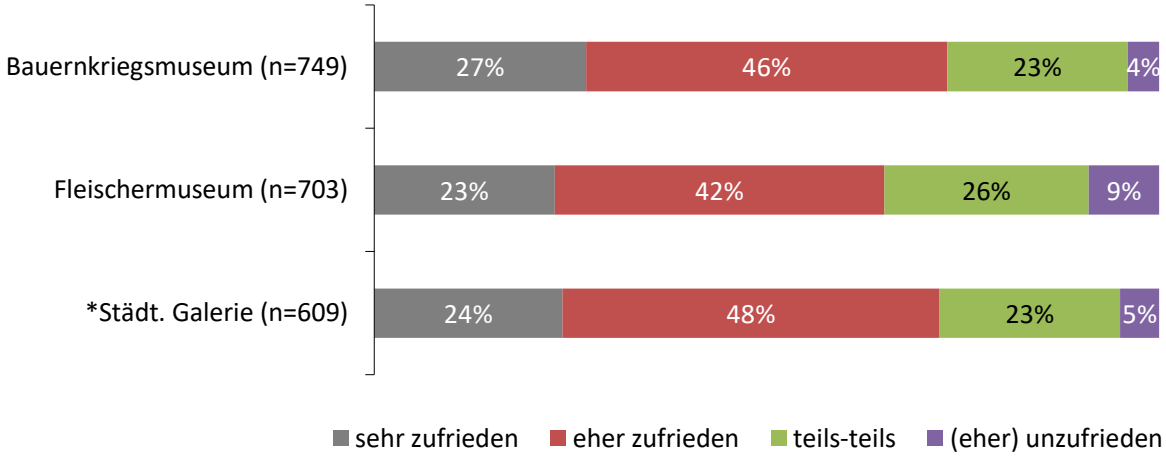
2.6.2 Urteile zu den Böblinger Museen

Abb. 35a: Zufriedenheit der Befragten mit den Böblinger Museen
(nicht in Straßenbefragung; nur an Besucher der Museen)
(*signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Zu den drei Böblinger Museen Bauernkriegsmuseum, Fleischermuseum und Städtische Galerie wurde neben der Bekanntheit (siehe Kapitel 2.5.2) die Zufriedenheit der Befragten erhoben. Dabei unterscheiden sich vor allem die Anteile derjenigen, die keine Meinung äußerten: Am meisten Enthaltungen gab es zur Städtischen Galerie (30% nicht besucht/keine Meinung).

Abb. 35b: Zufriedenheit der Befragten mit den Böblinger Museen
(nicht in Straßenbefragung; ohne Enthaltungen; nur an Besucher der Museen)
(*signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Ohne die Anteile von Enthaltungen differieren die Bewertungen nicht allzu stark zwischen den drei Museen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass diese Urteile nur von Besuchern der Museen unter den Befragten stammen.
Vergleichsweise am meisten Befragte sind sehr/eher zufrieden mit dem Bauernkriegsmuseum (zusammen 73%), direkt gefolgt von der Städtischen Galerie (72%). Etwas geringer fällt der Anteil für das Fleischermuseum aus (65% sehr/eher zufrieden), aber auch hiermit ist die Mehrheit zufrieden.

Zwischen der Stichproben- und der öffentlich zugänglichen Befragung unterschieden, fällt vor allem auf, dass es in der Stichprobenbefragung mehr Enthaltungen gibt. Das Bauernkriegsmuseum wird in beiden Befragungen am besten bewertet.

Abb. 35c: Zufriedenheit der Befragten mit den Böblinger Museen
(Stichprobe; nur an Besucher der Museen)

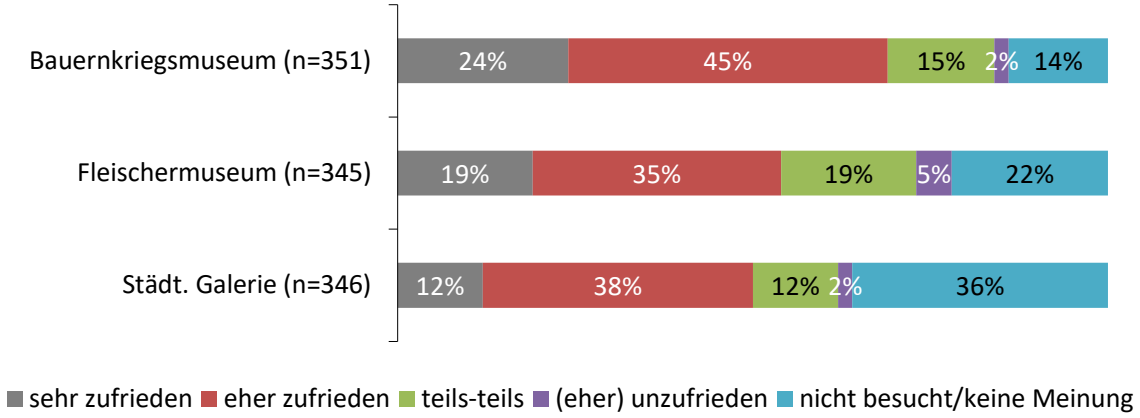


Abb. 35d: Zufriedenheit der Befragten mit den Böblinger Museen
(öffentlich zugängliche Befragung; nur an Besucher der Museen)

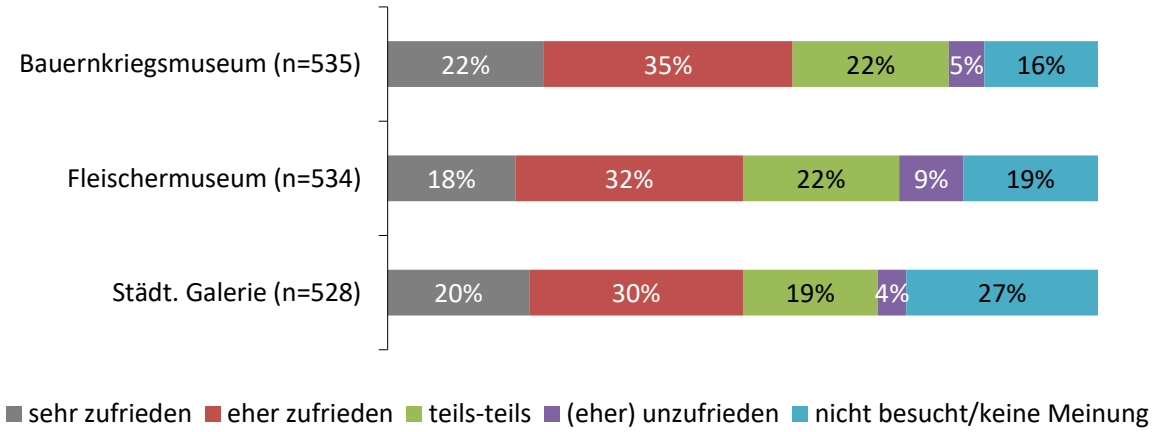


Abb. 36a: Zufriedenheit mit dem Deutschen Bauernkriegsmuseum
nach Alter differenziert (N=723, ohne Enthaltungen; nicht in Straßenbefragung)

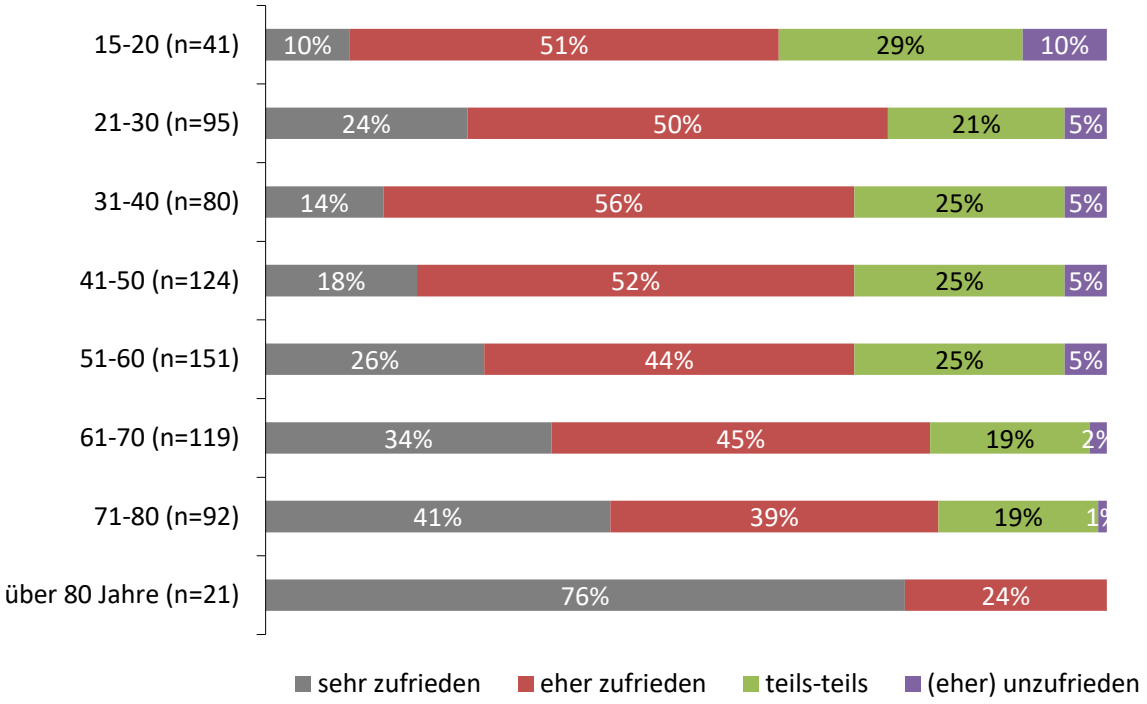


Abb. 36b: Zufriedenheit mit dem Deutschen Fleischermuseum
nach Alter differenziert (N=680, ohne Enthaltungen; nicht in Straßenbefragung)

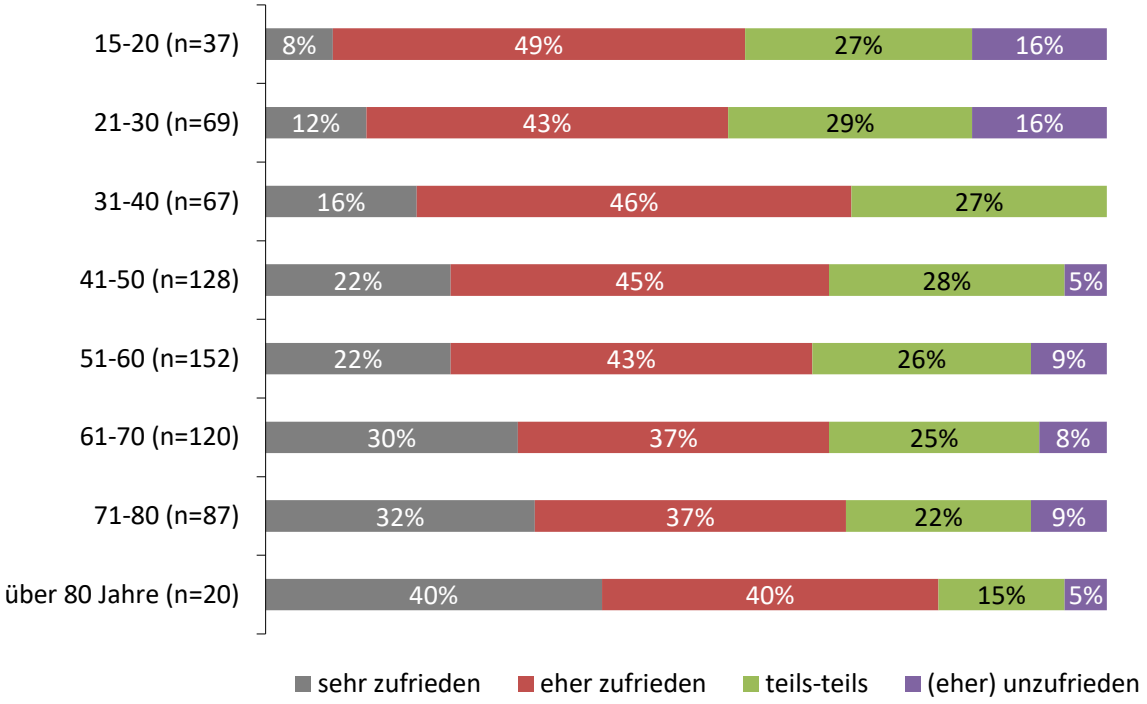
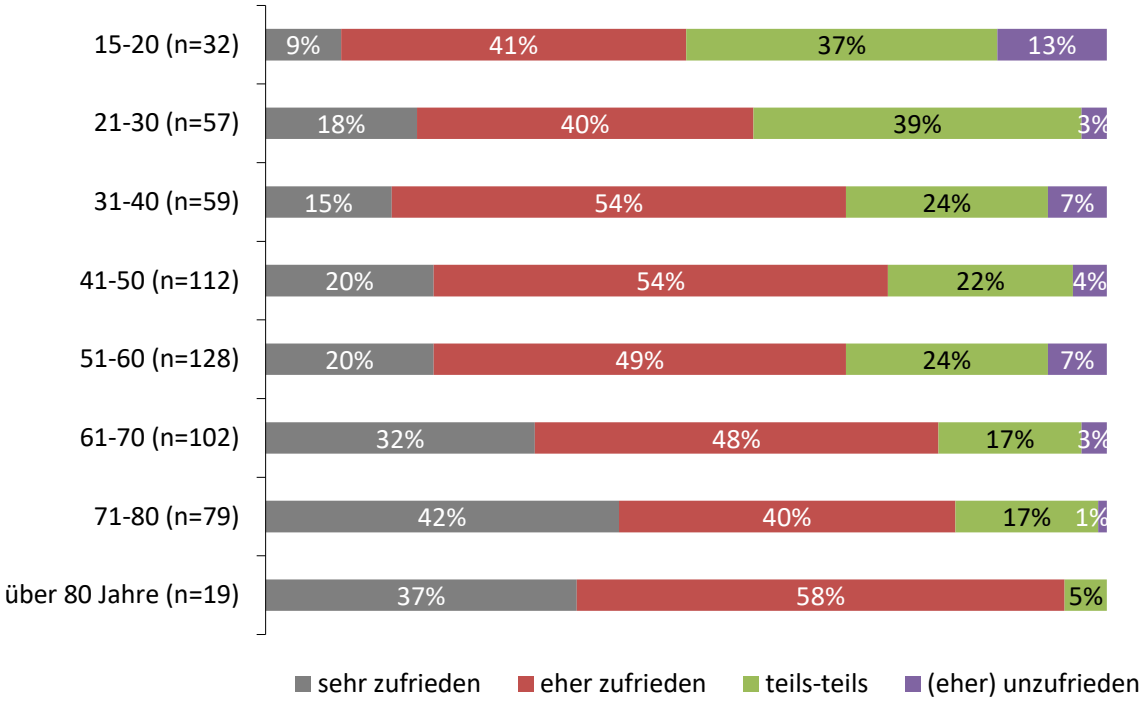


Abb. 36c: Zufriedenheit mit der Städtischen Galerie
nach Alter differenziert (N=588, ohne Enthaltungen; nicht in Straßenbefragung)

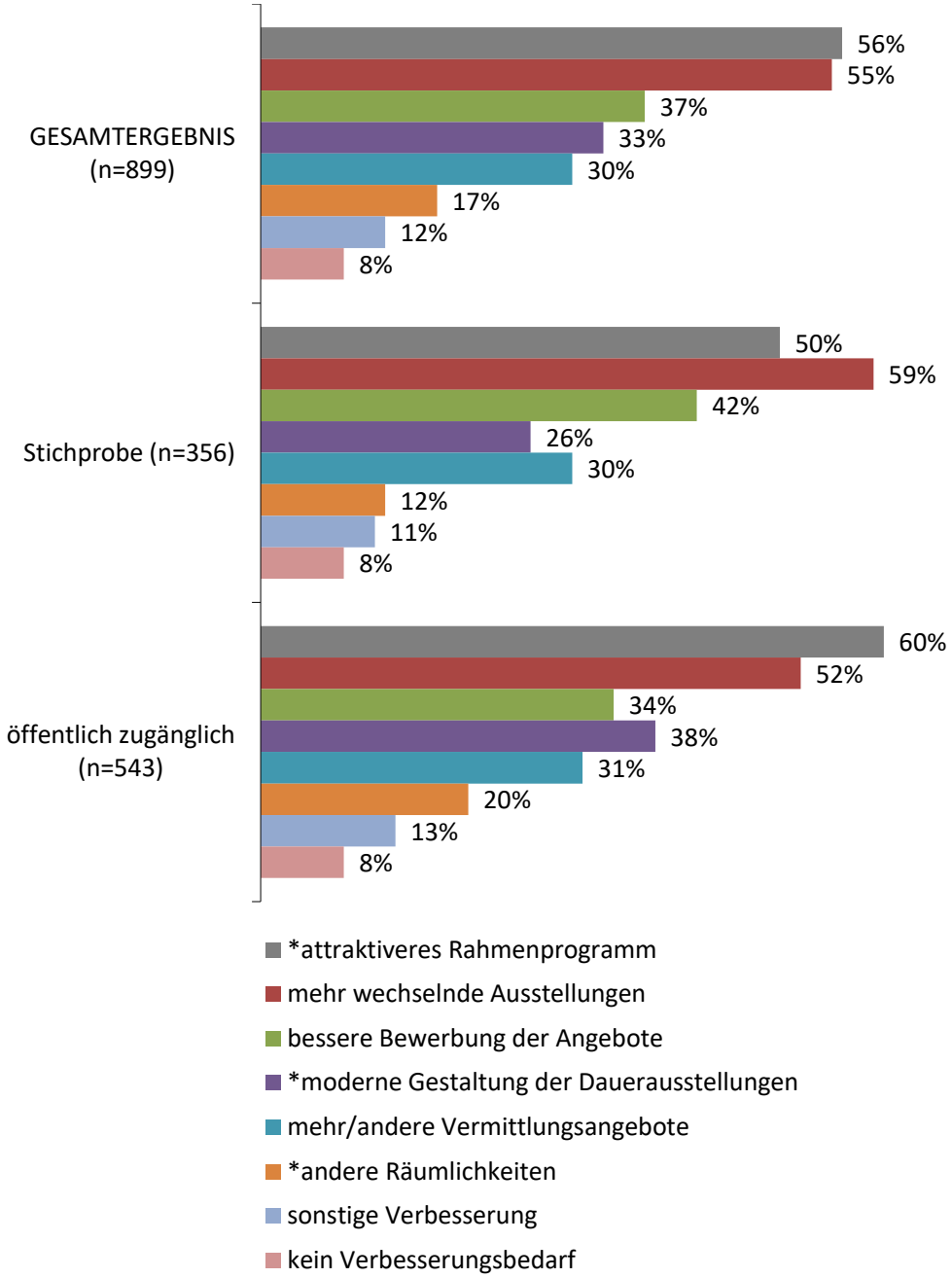


Mit dem Alter steigt für alle drei Museen die Zufriedenheit der Befragten an, Ältere nennen die besten Urteile: So sind über 70-Jährige zu mehr als 70% sehr/eher zufrieden. Von den jüngsten Befragten wird ein sehr zufriedenes Urteil seltener vergeben (8%) als ein eher unzufriedenes (16%).

Hinsichtlich des Fleischermuseums zeigt sich auch eine signifikante Korrelation nach Bildungsstand der Befragten: Sehr zufrieden mit dem Fleischermuseum sind anteilig häufiger Befragte mit Hauptschulabschluss (34%), 22% derjenigen mit Realschulabschluss und 20% mit Abitur. Unter Akademikern geben nur noch 14% eine große Zufriedenheit an, was auch mit dargestellten Altersdifferenzen nach Schulabschlüssen zusammenhängt.

Wie zu erwarten ist die Zufriedenheit mit den Böblinger Museen weiter abhängig von der dortigen Besuchshäufigkeit: Mehrmalige Museumsbesucher vergeben auch die besten Urteile für die Museen, während einmalige Besucher verhaltener urteilen (z.B. sind mit dem Fleischermuseum 35% der mehrmaligen Besucher sehr zufrieden, noch 11% der Einmalbesucher).

Abb. 37: Wie könnten sich die Böblinger Museen noch verbessern?
(Mehrfachnennungen; nur an Besucher der Museen)
(*signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Neben den Urteilen wurden zu den Böblinger Museen auch Verbesserungsvorschläge abgefragt (nur an bisherige Besucher der Museen). Dabei stimmten die Befragten mehrheitlich zu, dass es in den Museen ein attraktiveres Rahmenprogramm (56%) sowie mehr wechselnde Ausstellungen (55%) geben sollte. Auch entfielen recht hohe Anteile auf die Vorschläge bessere Bewerbung (37%), moderne Dauerausstellungsgestaltung (33%) und mehr/andere Vermittlungsangebote (30%). Noch 17% sagten aus, dass andere Räumlichkeiten wünschenswert sein könnten. Nur 8% sahen hingegen keinen Verbesserungsbedarf.

Eine signifikante Differenz zwischen den Befragungsteilen gibt es bei den Nennungen Rahmenprogramm, moderne Gestaltung der Dauerausstellungen sowie andere Räumlichkeiten, welche in der öffentlich zugänglichen Befragung öfter angeführt wurden.

12% der Auskunftspersonen nannten sonstige Verbesserungsvorschläge zu den Museen, die in der folgenden Tabelle kategorisiert wurden. Am ehesten beziehen sich diese auf Inhalte der Museen (65 Nennungen), wie Wünsche nach anderen Ausrichtungen oder bestimmten Inhalten.
Nachstehend werden auch die entsprechenden wortwörtlichen Nennungen der Befragten aufgeführt.

Tab. 11a: Weitere Verbesserungsvorschläge und Wünsche zu den Böblinger Museen (nur an Besucher der Museen) (siehe auch folgende wortwörtliche Nennungen)			
	Stichprobe (93 N.)	Öffentlich zugänglich (163 N.)	Gesamt
Inhalte (u.a. breiter, ansprechender, hochkarätiger, interaktiver, bestimmte Themenvorschläge)	22	43	**65**
Werbung/Marketing (u.a. Radiowerbung, überregional, Internetpräsenz, Beschilderung)	13	26	**39**
Service (u.a. andere Öffnungszeiten, freier Eintritt, Jahreskarte, Museumscafé, Shop)	10	26	**36**
Zielgruppe Kinder (u.a. Schulkooperationen, Kinderbetreuung, Ferienprogramme, Mitmachaktionen)	14	10	**24**
Rahmenprogramm (u.a. Feste, Konzerte, Open Air, Kooperationen, Abendveranstaltungen)	4	19	**23**
Gestaltung (u.a. attraktiver, moderner, Umgebung der Museen, Beleuchtung, Dauerausstellungen)	8	11	**19**
Zielgruppe Jugendliche (u.a. Workshops, Abendprogramm, Schulkooperationen)	6	7	**13**
Räumlichkeiten (u.a. mehr Platz, Trennung Bauernkriegsmuseum und Galerie, Neubau)	0	13	**13**
Fleischermuseum schließen	3	6	**9**
Fleischermuseum überarbeiten/beleben	2	5	**7**
Bessere Personalausstattung	0	4	**4**

Tab. 11b: Wortwörtliche Nennungen zu Verbesserungsvorschlägen und Wünschen zu den Böblinger Museen (Stichprobenbefragung)	
Inhalte:	
Breiteres Themenspektrum, ansprechendere Themen	2
mehr Museen, Ausstellungen über den zweiten Weltkrieg und Böblingen	2
eventuell mehr Museen mit naturwissenschaftlichen Hintergründen oder Kunsthintergründen etablieren, falls es die Stadtkasse zulässt	2
wirkt etwas altmodisch/ moderner gestalten	2
Hochkarätigere Ausstellungen, gern auch in Absprache mit Sindelfinger Angeboten	1
Ausstellung Schwäbische Maler, Grafiker, Bildhauer aus Böblinger Privatbesitz als Leihgaben	1
1. Trennung von Bauernkriegsmuseum und Galerie zur jeweils ganzjährigen Programm-Bespielung u. zur Raumoptimierung (vor-Ort-Depots, Kinder-Werkräume/Museumspädagogik, Lager,) 2. Fortentwicklung des Bauernkriegsmuseums zum stadtgeschichtlichen mit speziellen Auswahlthemen aus der Stadtgeschichte 3. Aufgabe der Vogtscheuer f. d. Nordböhm. Niederlande (Zuordnung der Räume zu 4.)	1
Ausstellungen über unsere Partnerstädte	1
Ausstellungen zur Geschichte des Böblinger Schlosses, der Stadtkirche, der Zehntscheuer	1
Mehr Natur-und Tierausstellungen	1
Die Besucher aktiver einbinden durch interaktive Wissensvermittlung. Erlebnisweg durch das Museum erzeugen.	1
mehr Interaktion, vor allem für Erwachsene	1
Im Zusammenhang mit der Digitalisierung mehr Interaktion beim Museumsbesuch.	1
Social Media aktiv nutzen	1
Interaktive Führungen anbieten um die Museen für junge Mitbürger attraktiver zu gestalten (z.B. über eine App für Smartphones)	1
in Galerie lagern wegen Platzmangel zu viele gute Sachen im Depot	1
mehr Ausstellungen die auch für jüngere Leute attraktiv sind	1
Mich interessieren Ausstellungen zu moderner Kunst, wie sie im Kunstmuseum in Stuttgart oder in der Kunsthalle in Tübingen angeboten werden.	1
Ich wüsste nicht, warum ich mehr als 1x ins Bauernkriegs- oder Fleischermuseum gehen sollte. Nach einem Besuch hat man doch alles gesehen.	1
Aktueller	1
Das Ambiente der Museen stimmt - nur das der Umgebung eher nicht	1
Den Geruch reduzieren	1
Die Präsentation der Dauerausstellungen sollte modernisiert werden, am bestem in erweitertem räumlichem Rahmen.	1
Meiner Meinung nach führen die Böblinger Museen ein "Schattendasein", schön wäre eine modernere Gestaltung und Rahmenprogramme, damit die Museen auch für wiederholte Besuche attraktiv sind	1
Museen in der Innenstadt belassen. (Falls evtl. mal der Gedanke eines Umzugs kommt.)	1
Werbung/Marketing:	
Hinweise in regionalen Radiosendern, Radiowerbung	2
mehr Präsenz; Werbung auch im Umkreis (ca.50 km)	1
Bessere Werbung (aber im Internet, z.B. Facebook etc.)	1
Dauerhinweise bzw. -werbung im Stadtbild zwischen Bahnhof und jeweiligen Einrichtungen. Attraktive Beleuchtung der einzelnen Einrichtungen zur Hervorhebung	1
evtl. durch Newsletter	1
immer darauf hinweisen was aktuell ist	1

Sicht- und wahrnehmbare Hinweisschilder auf das Bauernkriegsmuseum	1
Zeitungsanzeigen	1
Es laufen tolle Sachen - ich lese die Kreiszeitung und versuche informiert zu sein, trotzdem bekomme ich einiges nicht mit und erfahre es dann erst hinterher. Über Plakate, im Internet auffindbar, einfachere Information fände ich toll. Die Kultourmacher haben Plakate, aber auch diese Informationen würde ich gerne (besser) im Internet finden, vielleicht an einer Stelle. Oder auch als push - würde mir dann zugesandt via E-Mail oder WhatsApp.	1
Mehr Medienpräsenz, mehr überregionale Werbung	1
mehr Werbung	1
Social Media aktiv nutzen	1
Service:	
Erweiterte Öffnungszeiten, längere Öffnungszeiten (tagsüber durchgehend und mindestens 1 langer Abend),	2
Jeweils am 1.Sonntag jeden Monats freier Eintritt	1
1 Tag / Abend in der Woche freier Eintritt	1
Freier Eintritt	1
Dringend: Aufnahme in MuseumsPassMusées: siehe Museen in Stuttgart	1
Jahreskarte "Böblinger Kultur" einführen	1
Museumsrundgang mit Beschilderung oder/und Führung	1
Bessere Parkmöglichkeiten/ kostenloses Parken in der Tiefgarage	1
Museumscafé wäre schön	1
Zielgruppe Kinder:	
Mehr Angebote für Kinder, Schüler (Zusammenarbeit mit Museumspädagogik + Schule)	6
Führungen für Kinder in den Museen während der KiTa- oder Hort-Zeiten	1
Kinder -und Familieninteressen und Tauglichkeit beachten.	1
mein größtes Kulturhindernis sind meine Kinder. Kultur und Kinder gehen oft nicht zusammen, daher wäre es super, wenn es entweder mehr Führungen/Veranstaltungen für Kinder gäbe oder Kinderbetreuung während der Führungen/Veranstaltungen für Erwachsene.	1
meine Kinder lieben die Playmobilecke im Bauernkriegsmuseum - ja nicht weg tun...	1
Es sollte mehr Angebote für Schüler geben damit auch die jungen Bürger wissen was es in ihrer Stadt gibt.	1
Mehr Aktionen anbieten für Kindergartenkinder, Schulkinder oder als Ferienprogramm für die Jugendhäuser	1
mehr Einbindung von Kindern auch Kleinkindern mit Eltern z.B. Kinderführungen, Workshops, Vorführungen, Veranstaltungen etc.	1
Veranstaltungen im Museen direkt auf ein Thema für Kinder aus gelegt Kindergeburtstag im Museen mit Rahmen Programm kommt immer gut an	1
Rahmenprogramm:	
Toll War damals unseres 750 Jahres Fest. Oder sowas wie z.B. das Staufenberg Spektakel	1
Veranstaltungen wie Führung Schlossbunker oder Stadtführungen wie in anderen Städten (nicht nur Ehrenamt)	1
weitere Konzert-Angebote - neben dem Pianisten-Festival. Vielleicht könnte man die Museen auch beim 'Schlemmen am See' mit einbinden?	1
Mehr Lesungen, Konzerte	1
Gestaltung:	

wirkt etwas altmodisch/ moderner gestalten	2
schönere, ansprechende, gepflegte Umgebung um die Museen/Marktplatz/Schlossberg - Beseitigung des Mülls. vielleicht kleines Bistro	1
s.o. unter 8: Das Ambiente der Museen stimmt - nur das der Umgebung eher nicht	1
Den Geruch reduzieren	1
Die Präsentation der Dauerausstellungen sollte modernisiert werden, am bestem in erweitertem räumlichem Rahmen.	1
Meiner Meinung nach führen die Böblinger Museen ein "Schattendasein", schön wäre eine modernere Gestaltung und Rahmenprogramme, damit die Museen auch für wiederholte Besuche attraktiv sind	1
Museen in der Innenstadt belassen. (Falls evtl. mal der Gedanke eines Umzugs kommt.)	1
Zielgruppe Jugendliche:	
besuchte mit meiner Klasse 5 schon das Fleischereimuseum. Hätte für die Schüler ansprechender sein können - mehr für ihr Niveau.	1
Es wäre schön, wenn es auch für ältere Kinder/Jugendliche noch mehr Angebote gäbe. Die meisten Workshops sind für jüngere Kinder ab 6 Jahren konzipiert...	1
Kunstworkshops für Jugendliche zu wechselnden Terminen	1
Man sollte meiner Meinung nach mehr für die Jugendlichen tun, da diese leider ohnehin schon wenig für Kunst interessiert ist und es super wäre, etwas zu tun, um sie mehr oder weniger zu "überzeugen". Zum Beispiel etwas wie das Schauwerk in Sindelfingen wäre echt super!	1
spezielle Angebote für Jugendliche (Workshops)	1
mehr Angebot für Jugendliche - Zusammenarbeit mit den Schule Museumspädagogik	1
Fleischermuseum:	
Aufgabe des Fleischermuseums zugunsten eines stadtgeschichtlichen Aktivmuseums	1
Als Vegetarier finde ich ein Fleischermuseum in der Stadt nicht sehr erstrebenswert. Stattdessen würde ich lieber mehr andere bildende Kunst sehen…	1
Das Fleischermuseum ist nach einem Besuch langweilig. Man sollte das schöne alte Haus im EG für andere Veranstaltungen oder Ausstellungen nutzen. Die Ausstellungsstücke des Fleischerhandwerks sollten irgendwo anders unterkommen, z.B. in Holzgerlingen im Heimatmuseum, da würden die Stücke hinpassen.	1
attraktivere Räume, z.B. Fleischermuseum ist doch sehr alt, aber die Ausstellung/en ergänzen nicht das Haus und umgekehrt	1
Das Fleischermuseum wirkt oft ein bisschen tot. Einerseits liebe ich es, andererseits ist es eigentlich nur einen einzigen Besuch wert. Die Sonderausstellungen mit den Cartoons sind eine tolle Idee. Sie sollten mehr beworben werden.	1
Sonstiges:	
Ich finde das Angebot für Böblingen gut und ausreichend.	1
Ich hasse Museen	1
Sparsamer Umgang mit Steuergeldern	1
Verlegung attraktiver Ausstellungen auf das Flugfeld (bessere Anbindung und Zugang)	1
Freibier	1
Galerie für andere Museen vorbildlich - gute Öffentlichkeitsarbeit, wechselnde Ausstellungen	1
Transparenz	1
Da ich persönlich nicht an Museen/Galerien interessiert, bin kann ich zu vorher genannten Fragen keine Meinung bilden.	1

sonst ist alles gut	1

Tab. 11c: Wortwörtliche Nennungen zu Verbesserungsvorschlägen und Wünschen zu den Böblinger Museen (öffentlich zugängliche Befragung)	
Inhalte:	
Förderung lokaler Künstler (Ausstellungen, Räumlichkeiten)	5
Moderne Ausstellungen, aktuellere Themen	3
Für mich ein FLOP : Badewanne, 100 Jahre Flugplatz. Eher Fotografier-Ausstellungen bekannter Künstler	1
Audio-Guides mit Hintergrundinformationen, auch zu aktuellen Ausstellungen // Internetverlinkungen zu Veranstaltungen im Großraum Stuttgart (z.B.: speziell zu allen wichtigen Galerien im S-Bahn - Bereich (einem überregionalen Kinokalender vergleichbar)	1
Ausstellungen mit hochkarätigen Exponaten, Zusammenarbeit mit internationalen Museen. "100 Jahr Flugplatz Böblingen" war eher ein Flop, ebenso "Zeitgenossen 1500"	1
Die Inhalte Bauernmuseum und Fleischermuseum gehören nicht zu meinen Favoriten.	1
Ein neues Museum zum Thema Informationstechnologie . Ein Grundstock wäre das interne "Museum" der IBM. in Böblingen ist eine Wiege der IT Industrie mit Hollerith (war in Sifi, aber was machts?	1
Geschichte von Dagersheim und Böblingen begreifbar machen	1
Häufigerer Wechsel von Ausstellungen, moderne Kunst, Klassiker & ?Kunstevents?	1
Kombinationen: Gemälde + Musik aus der Zeit + in den Gemälden auftauchende politische Ereignisse + entsprechende Gebäude + Karikaturen + Gedichte + Entdeckungen, die den Horizont erweitern + passende Literatur ...	1
könnten auch gerne etwas größer (umfangreicher) sein	1
mehr interessante Angebote	1
mehr Kreativität, mehr moderne Kunst (siehe Sindelfingen)	1
Neues Gebäude für moderne Kunst ab (1910?) bis heute aus dem Fundus der Städtischen Galerie und Möglichkeit für Ausstellungen von "Lebenden" zeitgenössischen Künstlern	1
Mehr Abwechslung/Veränderung/Wechsel im Bauernkriegsmuseum. Mehr Ausstellungen in der Galerie. Fritz Steisslinger und seine Umfeld sollte mehr gepuscht werden.	1
Waldgänger!!!!! Waldpfade und Lehrpfade sind mir wichtiger, solange es den deutschen Wald noch gibt!!!!!	1
Z.B mal etwas Erstklassiges (siehe früher Balingen)	1
Ausstellungen müssen von Fachkräften vorbereitet werden. Ein Exponatenaustausch mit anderen Museen ist dringend notwendig.	1
Ausstellungen alter Kunst/Meister	1
Ausweitung der öffentlichen Wahrnehmung, das Thema "erste deutsche Revolution" geht uns alle an	1
Die Böblinger Museen sollten sich auf Themen mit regionalem Bezug beschränken; das aber so gut wie möglich. Für aufwendige Prestigeobjekte sehe ich keinen Bedarf, da man in 20 Min. in Stuttgart ist und dort alles vorhanden ist.	1
Es gibt keine richtige Kunstgalerie in Böblingen	1
Fachlich fundierte, spannend gestaltete Ausstellungen und Aktionen	1
Galerie Contact fehlt!!!!!	1
INTERKULTURELLE ASPEKTE (47% MIGRANTEN) mit aufnehmen.	1
Kunst eher gebündelt in einem Haus und mehr spezielle Ausstellungen Fleischermuseum unnötig - besuchen wir nur in der Museumnacht oder im Rahmen von Cartoonausstellungen	1
Landratsamt - Kunst unter 555: Da ist das regionale Künstler- und Besucherinteresse sehr groß. Die Räumlichkeiten lassen aber nur bescheidene Möglichkeiten zu. Alles wirkt eher improvisiert Landratsamt - Kunst unter 555: Da ist das regionale Künstler- und Besucherinteresse sehr groß. Die Räumlichkeiten lassen aber nur bescheidene Möglichkeiten zu. Alles	1

wirkt eher improvisiert. Es entsteht dort eigentlich keine Raumwirkung, alles ist an langen Wänden additiv aufgereiht oder hängt an Stellwänden im Durchgangsraum verteilt. Die großen Außenverglasungen geben nur mäßige Lichtverhältnisse und Spiegelungen her. Das Landratsamt ist eben ein Bau, der für Ausstellungszwecke nicht gedacht ist - ein schwäbischer Kompromiss ist entstanden. Eigentlich schade für dieses Interesse. Es wäre schön, wenn man da einen geeigneteren Ort für die jährliche, regionale Kunstpräsentation finden könnte.	
mehr moderne Kunst, nicht so viel geschichtliches	1
mehr Sonderausstellungen in Städt. Galerie (vgl. z.B. Stadthalle Balingen oder Zusammenarbeit mit dem Museum Ritter oder z.B. dem Museum Würth SHA/KÜN)	1
Mehr Vielfalt, mehr Themen, Richtungen	1
öfter sind es Ausstellungen in Böblingen über Böblingen - hätte gern Ausstellungen mit breiterem Thema	1
Rotation der Dauerausstellung mit mehreren anderen kleinen Museen für z.B. für ein Jahr . Andere kleine Museen haben ähnliche Probleme wahrscheinlich. Also warum nicht das Fleischermuseum austauschen mit einem Bäckereimuseum, Leierkastenmuseum, ...	1
Sehr gutes Angebot!	1
Sich die Frage stellen was ein Museum überhaupt ist? Wissensvermittlung? Entertainment? Müssen es immer regionale Themen sein?	1
Smartphone-App zur Geschichte Böblingens	1
Ich sehe solche kleine Museen alleinstehend für überflüssig, man sollte vielmehr kleinere Museen zu einer Einheit zusammenfassen, um so Kosten zu sparen, und durch Synergien attraktiver und effektiver zu werden.	1
Böblingen sollte den alten Rahmen verlassen und in eine neue Richtung gehen. Alle Angebote gibt es in jeder Kleinstadt. z.B. Digitales Erlebniszentrum: von der amerikanischen Volkszählung über Mondlandung bis zu medialen Netzen. Kein Museum, das alte zeigen und das Neue nutzen.	1
Werbung/Marketing:	
Bessere und Überregionale Bewerbung der Ausstellungen	5
Aktionen/ Veranstaltungen über Facebook, sodass die Jugend besser über bevorstehende Veranstaltungen informiert wird	1
Bessere Bewerbung, nicht nur für "Zeitungsleser", z.B. durch Newsletter, Kinowerbung, Flyer in den Gewerbebetrieben und Restaurants, Briefwurfwendungen ...	1
Bessere Darstellung der Museumsinhalte durch Werbung nach außen. Bessere Vorbereitung in der Presse für die Besichtigung der Dokumentations- räume zur Garnison Böblingen	1
mehr Werbung in Medien, Außenwerbung	1
Digitale Medien	1
etwas mehr Infos. Der Bürger möchte mehr Information, Bekanntmachungen, Böblingen hat doch immer gute Ideen. Und ist eine wunderschöne Stadt.	1
je nach Veranstaltung / Ausstellung auch Radiowerbung, LIFT...	1
deutlichere Werbung	1
Mehr und größere Hinweisschilder	2
Newsletter	2
Online und Social Media Werbung-Konzepte erarbeiten Neue, eigene Webseiten der Museen	1
Präsenz jedes Ausstellungsmaterials im Internet (z.B. durch eigene Kanäle in YouTube, Flickr etc.)	1
Übersichtlichere Website, Social Media auftritt etc. Nicht unbedingt Flyer und Plakate notwendig	1

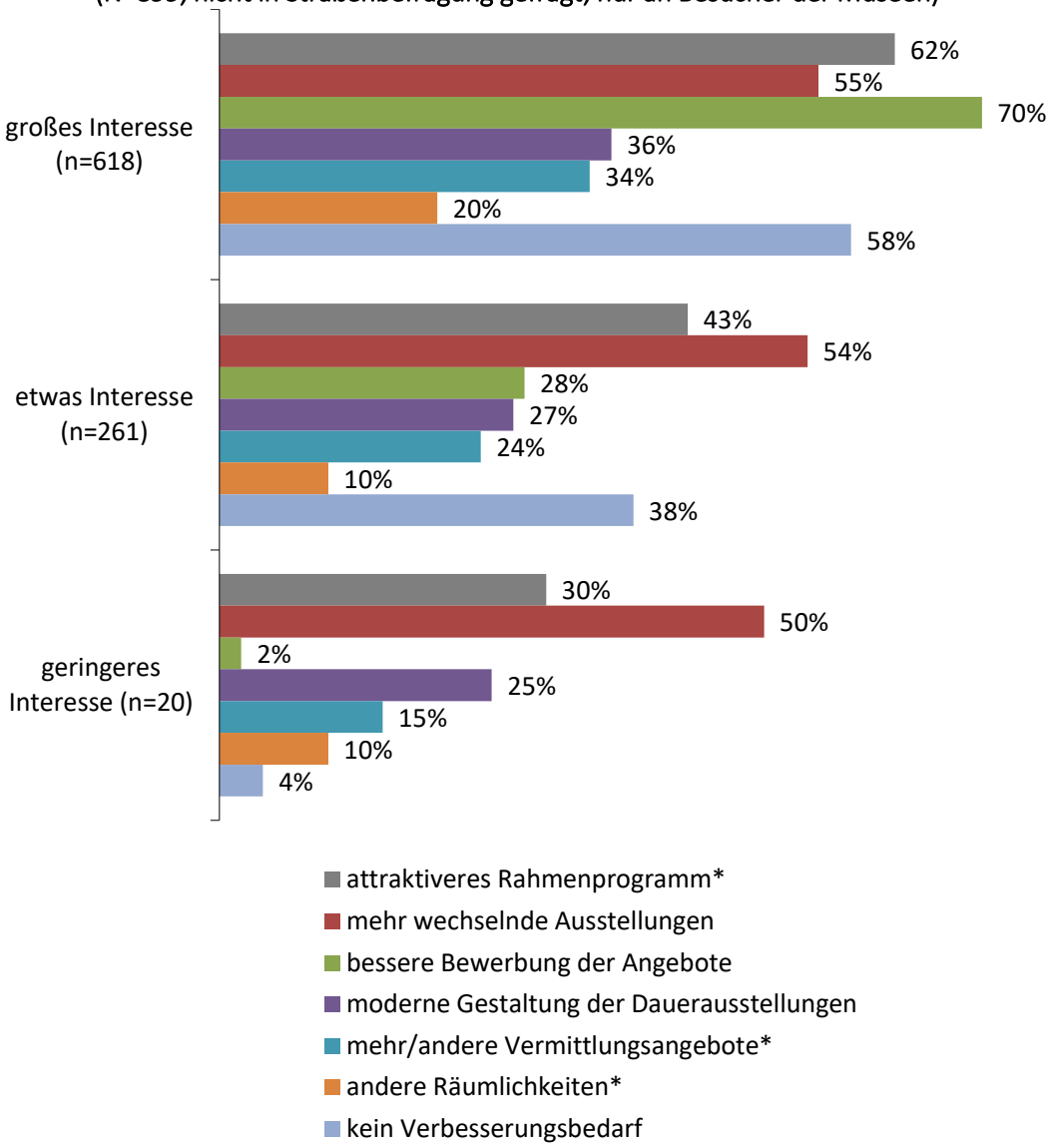
Die z.T. hervorragenden Ausstellungen sind zu wenig bekannt. Auch wenn Führungen sind. Wie z.B. jetzt Gottfried Graf. Irgendwo steht das schon (z.B. unter 100 anderen Dingen im Amtsblatt), man muss es aber finden und wird nicht darauf gestoßen. Öffnungszeiten verlängern. Führungen mit Event, z.B. wie bei den Eröffnungen, Musik, Rede.	1
Gemeinsamer Internetauftritt durch die Stadt	1
Mehr Hinweisschilder auf historisch Bedeutsames	1
Mehr Präsenz in allen Medien, Außenwerbung, mehr Angebote für alle Bevölkerungsschichten, Altersklassen	1
Mehr Werbung durch Zeitungen	1
Mehr Werbung machen und Infos. Das Interesse geweckt wird bei der Bevölkerung.	1
Service:	
großzügigere Öffnungszeiten, Ausweitung Öffnungszeiten	10
Museumscafé, Bistro, Bewirtung	5
Museumsshop	2
Ich hatte nur einmal mit meiner Familie die Erfahrung gemacht, dass die Damen teilweise sehr unfreundlich waren.	1
ansprechende Sitzgelegenheit	1
Freundlichkeit	1
Keine Eintrittsgebühr Für die Museen siehe Sindelfingen	1
Einführung "Böblinger Museumspass" - Jahreskarte gültig für alle Sonderausstellungen zum attraktiven Preis	1
Siehe oben. Dringender Bedarf einer modernen städtischen Galerie mit Café, vielleicht auch Restaurant und Museumsshop. Auch einen Raum für Kinderbetreuung mit Anregungen zum Malen und Basteln.	1
Sitzgelegenheiten, Café, moderne/attraktivere Eingangsbereiche	1
Teils bessere Öffnungszeiten , evtl. Personalprobleme (Aufsicht, Führung etc.) durch Einbeziehung von Ehrenamtlichen abdecken	1
Zum Beispiel Fragebogen zur Ausstellung.	1
Zielgruppe Kinder:	
Mehr Kinderangebote von zusätzliche/n obligatorische/n pädagog. Museumsspezialisten/in	1
Mitmachaktionen für Kinder auch an Wochenenden, da viele Eltern berufstätig sind	1
Ausbau der Museumspädagogik um schon die kleinsten und Heranwachsende heranzuführen!	1
Niedrigschwellige" Angebote und mehr Einbeziehungen von Schulen (bereits ab Grundschule)	1
schön , dass schon Kinder an Kunst herangeführt werden	1
interessante Mitmachaktionen in den Ausstellungen für Kinder	1
Kindern mehr einbeziehen	1
Kindernachmittage mit interaktiven Angeboten für Kinder	1
Mehr Angebote für Familien mit Kindern	1
Unbedingt endlich auch kinder- und jugendpädagogische kunsthistorische und stadtgeschichtliche Museumsarbeit - Steisslinger-Haus wegen seiner Einmaligkeit ins öffentliche Kulturangebot integrieren!	1
Rahmenprogramm:	
Aktionen im Freien, öffentlichen Raum	2
mehr museumspädagogische Angebote, mehr Veranstaltungen	1

Theater, Museumsfeste mit gemütlichem Catering/Ausschank verbinden (LTT-Tübingen)	1
Kooperationen der Galerie mit Musik, Tanz, Literatur	1
Abendtermine	1
Museen könnten auch mal ins Mercaden "kommen" oder in die Fußgängerzone Mitmachaktionen Geschichte erlebbar machen	1
musikalischem Angebot	1
nach den Einzelveranstaltungen im Rahmen von 100 Jahre Flugplatz BB die kleinen Hocketse Angeboten. Noch was trinken in netter Runde zum Ausklang. Das gibt es sonst nie. Alle laufen auseinander und das Thema ist erledigt.	1
Räumlichkeiten für Künstler zur Verfügung stellen wo Workshops abgehalten werden können, aber auch gearbeitet und ausgestellt werden kann. Oder Räumlichkeiten die man mieten kann für Ausstellung wie z. B. die Burg Kalteneck in Holzgerlingen.	1
Verbund herstellen mit großen Ausstellungen in Stuttgart, Waldenbuch etc.	1
After-Work-Führungen durch die Städtische Galerie: bitte an wechselnden Terminen anbieten, nicht immer nur donnerstags!	1
Angebot als Dienstleistung (eventuell gegen Bezahlung) bewerten Privater Kunstobjekte. Veranstaltungen wie z.B. Kunst und Krempel. Wahres gegen Bares	1
Besondere Aktionen Angebote ab und zu z.B. für Familien, mal was nur für Männer	1
Gemeinsame Aktivitäten in Sache "Kunst" mit Sindelfingen, z.B. Städte übergreifendes Kunstfest.....	1
Mit einem Rahmenprogramm könnte man mehr Besucher anlocken.	1
Museum auf Tour" fände ich gut, z.B. eine Veranstaltung des Bauerskriegsmuseums an einem "echten" Schauplatz im Wald oder auf dem Feld	1
Beispiel für eine Themenveranstaltung wäre ein "Mittelalter"-markt, der thematisch in die Zeit der Bauernkriege passt und bei der Schauspieler die damalige Not und Pein der Bauern darstellen, während sie sich unter die Besucher gemischt haben. (Sozusagen: Mittendrin, statt nur dabei)	1
Mehr Literaturevents	1
Gestaltung:	
nächtliche Beleuchtung der Zehntscheuer	3
Kulturmeile Schlossberg und Marktplatz; Beleuchtungskonzept an den Aufgängen zum Schlossberg und Marktplatz	1
ansprechendere Ausstellungen.	1
neue Inszenierung der Dauerausstellungen in den Museen	1
Attraktiveres Erscheinungsbild	1
keine stupide Aneinanderreihung von Kunstwerken z.B ein Bild an einer weißen Wand, darunter ein Schild, das nächste Kunstwerk. usw. unkreative Darbietung von Kunst	1
evtl. Neugestaltung der Dauerausstellungen	1
Die Räumlichkeiten sind nicht mehr ganz zeitgemäß	1
Bauernkrieg erfassbarer gestalten	1
Zielgruppe Jugendliche:	
Mehr alternative Angebote für eine kreative Jugend.	3
Auch für junge Leute auslegen	1
Mehr Angebote für Jugendliche und junge Erwachsene. Vor allem Abendprogramm, ohne großen finanziellen Aufwand	1
mehr Angebote/Workshops für Jugendliche zw.14-18 Jahre sollte es geben. Die Kunstlehrer an den Schulen sollten die Museen in den Unterricht mit einbeziehen.	1
Mehr Einbindung der Schulen (Lehrer, Kunst-Leist	1

Räumlichkeiten:	
Trennung Bauernkriegsmuseum und Städtische Galerie	8
Mehr Raum für die Städt. Galerie, um die Sammlung auch ständig zeigen zu können.	1
Platz in der Zehntscher zu klein, Dauerausstellung muss immer weg, wenn Sonderausstellung	1
Neubau Museum für zeitgenössische Kunst	1
Neues Gebäude für moderne Kunst ab (1910?) bis heute aus dem Fundus der Städtischen Galerie	1
Städtische Galerie braucht mehr Platz, es ist schade, wenn wie bei der derzeitigen Ausstellung , Bilder der Dauerausstellung abgehängt werden müssen	1
Fleischermuseum:	
Das Fleischermuseum gehört geschlossen, verursacht nur Kosten. Wurde gegründet aufgrund Freundschaft zw. Prof. Nagel (dem Sammler) und OB Brumme. Falls die Exponate im Eigentum der Stadt sind, könnten sie evtl. weiterverkauft werden, z.B. an ein Wurstmuseum, das es wohl gibt. Kommt auf den Überlassungsvertrag an zw. Prof. Nagel und der Stadt. Die im Fleischermuseum stattfindenden Wechselausstellungen - Cartoons - sollten weiterhin angeboten werden, da sehr erfolgreich.	1
Das Fleischermuseum ist verzichtbar solange zwanghaft nach Ausstellungsthemen gesucht wird und fremde Themen Einzug finden. Dann lieber ein anderes Themenmuseum z.B. für interessante zeitgenössische Kunst am besten auch mit den Bereichen Video, Installation und Foto..	1
Das Fleischermuseum ist völlig unnötig. Die jährlichen Kosten für die Instandhaltung können viel besser genutzt werden. zum Beispiel mehr Zebrastreifen in Wohngebieten und um Schulen. Siehe Galgenberg	1
Schlachter-Museum aufgeben, statt dessen nur noch Cartoons/Karikaturen-Ausstellung	1
Fleischereimuseum mit echter Fleischerei verbinden.	1
Fleischermuseum ist in der heutigen Zeit nicht mehr zeitgemäß.	1
Im Fleischermuseum ist wenig Platz für das Fleischerhandwerk, die Maschinen sind sehr groß...	1
Aufenthaltsqualität durch Gastronomie, insbesondere im Fleischermuseum	1
Wozu brauchen wir ein Fleischermuseum? Es hat meines Wissens keinen Bezug zu unserer Stadt, und das Thema reizt nicht sonderlich - einmal anschauen genügt und ich würde keinen Besucher dorthin bringen, außer er wäre Metzger. Ein Heimatmuseum mit der Flugfeld-Geschichte fände ich viel sinnvoller.	1
Fleischermuseum schließen u. stadtgeschichtliches Museum statt Bauernkriegsmuseum ins Vogtshaus samt Vogtscheuer	1
Herausstellung des Museums im Vogtshaus nicht nur für das Fleischerhandwerk, sondern als stellvertretende Einrichtung auch der verschiedenen Handwerks-Innungen in Böblingen insbesondere in der Darstellung der Zunftgeschichte. Einrichtung neuer Medienangebote	1
Personalausstattung:	
Eine ganze Stelle für die Leiterin der Galerie	2
Bessere Personalausstattung	1
Alles eine Frage von Geld und Personal	1
Sonstiges:	
Größeres Engagement der Stadt	1
Kellertheater	1

Kulturtreibende Vereine fördern	1
Mehr Förderung junger (unbekannte) Talente im Bereich der Kultur.	1
Museen schließen und das Geld sinnvoller verwenden!	1
puuuuuh ... vermutlich mit einer Mischung aus vielen Dingen. Ziel könnte tatsächlich sein breitere Bevölkerungs- und Altersschichten zu gewinnen. Was machen die anderen? Können wir nicht Ideen "benchmarken"?	1
siehe auch Museum für Alltagskultur in Waldenbuch, Schokoladenmuseum bei Ritter Sport	1
Die ehemaligen Pirschgänge des Herzogtums Württemberg auf dem Standortübungsplatz sollten als bedeutendes Kulturdenkmal instandgesetzt und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden.	1
Die Inhalte Bauernmuseum und Fleischermuseum gehören nicht zu meinen Favoriten. Wir sind eher in den Räumlichkeiten, wenn dort Aktionen sind.	1
Organisationen an Nebenschauplätze sollten auch gefördert werden, wie zusätzliche alternative Initiativen für Kunst und Kultur sollte gefördert werden. Die Künstler sollten gefördert werden	1
wunschlos glücklich:-)	1
Viele so engagierte Leiterinnen wie in der Zehntscheuer!	1
Weiter so	1

Abb. 38: Verbesserungsvorschläge für die Böblinger Museen
nach allgemeinem Kulturinteresse der Befragten differenziert
(*signifikante/statistisch nachweisbare Zusammenhänge)
(N=899, nicht in Straßenbefragung gefragt; nur an Besucher der Museen)



Zwischen kulturinteressierten und weniger interessierten Befragten unterschieden, führen Interessierte einige Verbesserungsvorschläge zu den Böblinger Museen deutlich öfter an: Dies betrifft ein attraktiveres Rahmenprogramm, eine bessere Bewerbung, mehr/andere Vermittlungsangebote und Räumlichkeiten.

Weniger deutlich ist der Unterschied beim Wunsch nach mehr wechselnden Ausstellungen und einer modernen Dauerausstellungsgestaltung – diese Faktoren haben demnach auch für weniger Kulturinteressierte eine hohe Bedeutung.

Einige Verbesserungsvorschläge wurden von mehrmaligen Besuchern der Museen öfter genannt als von einmaligen. Vor allem auf den Wunsch nach anderen Räumlichkeiten trifft dies zu.
Nach Alter differenziert wünschen sich jüngere Befragte anteilig häufiger eine modernere Dauerausstellungsgestaltung: Von über 40% der bis 30-Jährigen wird dies angeführt, bei über 70-Jährigen sind dies noch 20% (im Schnitt 33%). Den Vorschlag andere Räumlichkeiten zu nutzen, machen hingegen ältere Befragte öfter.
Unterschieden zwischen weiblichen und männlichen Befragten sind das Rahmenprogramm sowie Vermittlungsangebote für Frauen wichtiger als für Männer (Rahmenprogramm wurde von 63% der Frauen und 49% der Männer genannt).

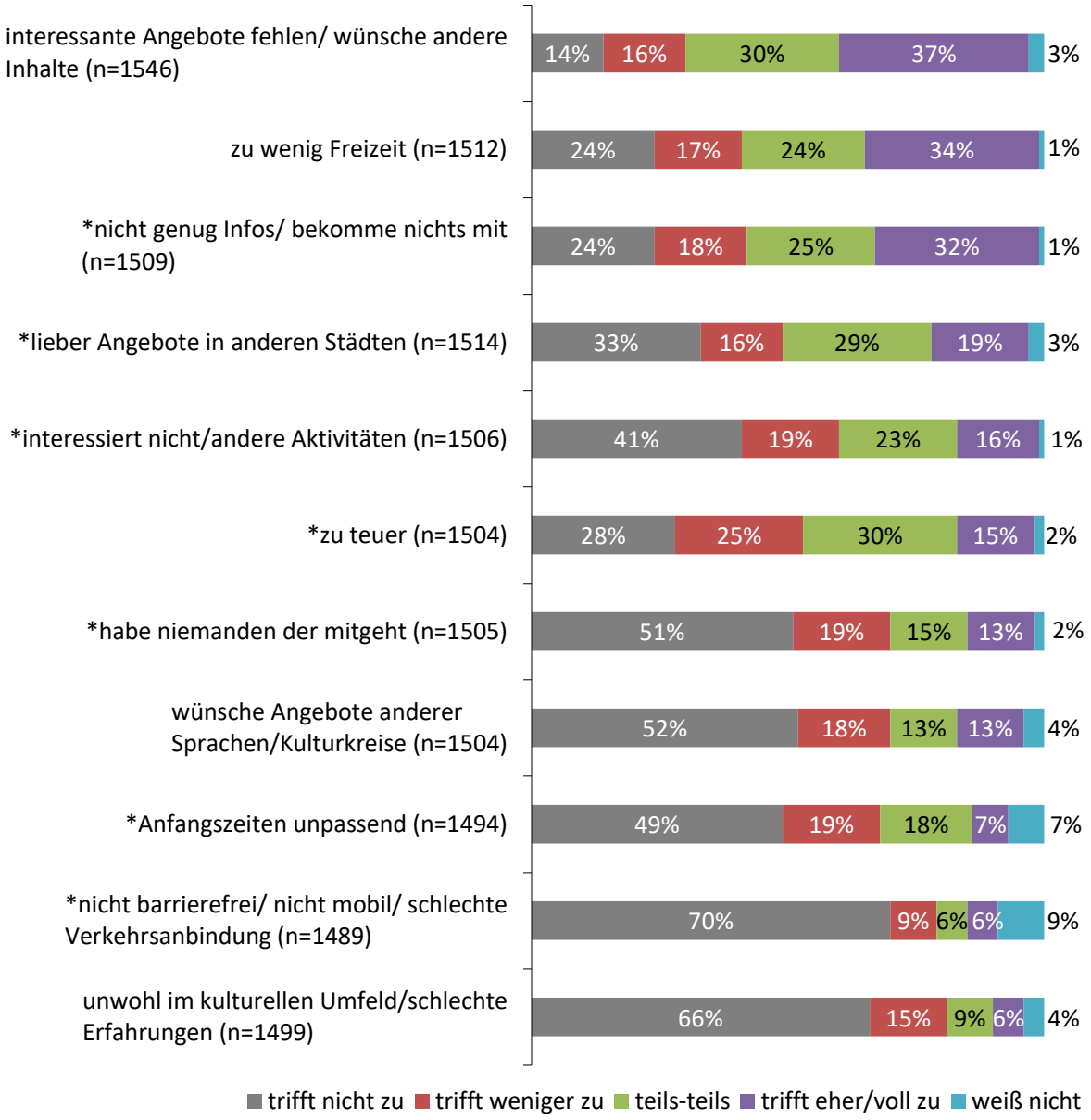
Differenziert man weiterhin die Verbesserungsvorschläge nach Nutzungsmotiven, wird der Wunsch nach attraktiverem Rahmenprogramm öfter von Befragten genannt, die Highlights und Events bei Kulturangeboten suchen (60%, im Vergleich zu 51% die dieses Motiv nicht anführten). Hingegen ist der Wunsch nach Vermittlungsangeboten und einer moderneren Dauerausstellungsgestaltung wichtiger für diejenigen mit den Motiven Weiterbildung und Nachdenken.

Ein Vergleich dieser Befragungsergebnisse kann zu einer umfassenden Studie an mehreren Museen angestellt werden, die Einstellungen von Museumsbesuchern zu Dauer- und Sonderausstellungen analysierte.[12] Hier zeigte sich ebenfalls die hohe Bedeutung von wechselnden Ausstellungen für das Publikum: Viele Befragte nannten Sonderausstellungen als Besuchsgrund, wie auch als Anreiz vor allem für wiederholte Besuche in Museen. In der Böblinger Befragung führten 55% mehr Wechselausstellungen in den Museen als Verbesserungsvorschlag an.
Darüber hinaus zeigte die Vergleichsstudie aber auch Potenziale für eine Attraktivierung von Dauerausstellungen auf: Wünsche nach mehr Rahmenprogramm und Vermittlungsmaßnahmen wurden auch von der Böblinger Bevölkerung geäußert, diese können wichtige Erfolgsfaktoren für Museen darstellen. Herausforderungen für viele Museen ist der auch in Böblingen geäußerte Wunsch nach einer modernen Dauerausstellungsgestaltung (33%). Die Vergleichsstudie untermauerte die Bedeutung zeitgemäßer Dauerausstellungen für das Publikum und zeigte diesbezüglich Möglichkeiten auf. Die Verbesserungsvorschläge der Böblinger Besucher an die Museen werden demnach auch durch eine museumsübergreifende Studie unterstützt.

[12] Vgl. Wegner, Nora (2015): Publikumsmagnet Sonderausstellung – Stiefkind Dauerausstellung? Erfolgsfaktoren zielgruppenorientierter Museumsarbeit.

2.7 Barrieren der Kulturnutzung

Abb. 39a: Barrieren der Kulturnutzung in Böblingen (Gesamtergebnis)
(*signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Welche Barrieren es für eine (häufigere) Nutzung von Kultur in Böblingen gibt, wurden alle Auskunftspersonen gefragt (auch diejenigen ohne Kulturinteresse). Am meisten Zustimmung erfährt die Barriere, dass in Böblingen interessante Kulturangebote fehlen/andere Inhalte gewünscht werden (37% trifft voll/eher zu, davon 13% trifft voll zu). Weiterhin ist für einige Befragte zu wenig Freizeit zur Verfügung (34%) oder es fehlt an Informationen zum Kulturangebot (32%, davon 8% volle Zustimmung).
Noch 19% stimmen zu, dass sie lieber Kulturangebote in anderen Städten nutzen. 16% sind an Kultur insgesamt nicht interessiert/bevorzugen andere Freizeitaktivitäten und 15% sind die Veranstaltungen zu teuer. Für je 13% liegt die Barriere darin begründet, dass sie keine Begleitung haben oder Kulturangebote in anderen Sprachen/von anderen Kulturkreisen wünschen.
Eher vereinzelt wird genannt, dass die Anfangszeiten unpassend sind (7%), eine eingeschränkte Mobilität (6%) oder Unwohlsein im kulturellen Umfeld (6%) eine Barriere ist.

Einige Befragte nennen auch weitere Barrieren für die Kulturnutzung in Böblingen. Am häufigsten waren dies bestimmte fehlende Angebote. Hierzu wurden im Folgenden auch weitere gezielte Fragen gestellt (siehe Kapitel 2.8).

Tab. 12: Weitere Kulturnutzungsbarrieren				
	Stichprobe (38 N.)	Öffentlich zugänglich (75 N.)	Straßen-befragung (10 N.)	Gesamt
Bestimmte fehlende Angebote (u.a. Konzerte, Jugendangebote, Hochklassiges, Öffnungszeiten der Museen)	14	27	5	**46**
Anderer regionaler Nutzungsschwerpunkt	5	9	0	**14**
Kleine Kinder	6	4	2	**12**
Alter/Gesundheit	4	4	1	**9**
Parken/Verkehr	1	3	2	**6**

Zwischen den drei Befragungsteilen finden sich einige signifikante Unterschiede der Besuchsbarrieren. Häufigere Barrieren in der Straßenbefragung waren fehlende Informationen, die Nutzung in anderen Städten und eine fehlende Begleitung.
Das mangelnde Interesse an Kulturangeboten war in der Stichproben- und Straßenbefragung öfter als in der öffentlich zugänglichen Befragung, an der sich bekanntermaßen mehr allgemein Kulturinteressierte beteiligten.

Abb. 39b: Barrieren der Kulturnutzung in Böblingen (Stichprobe)

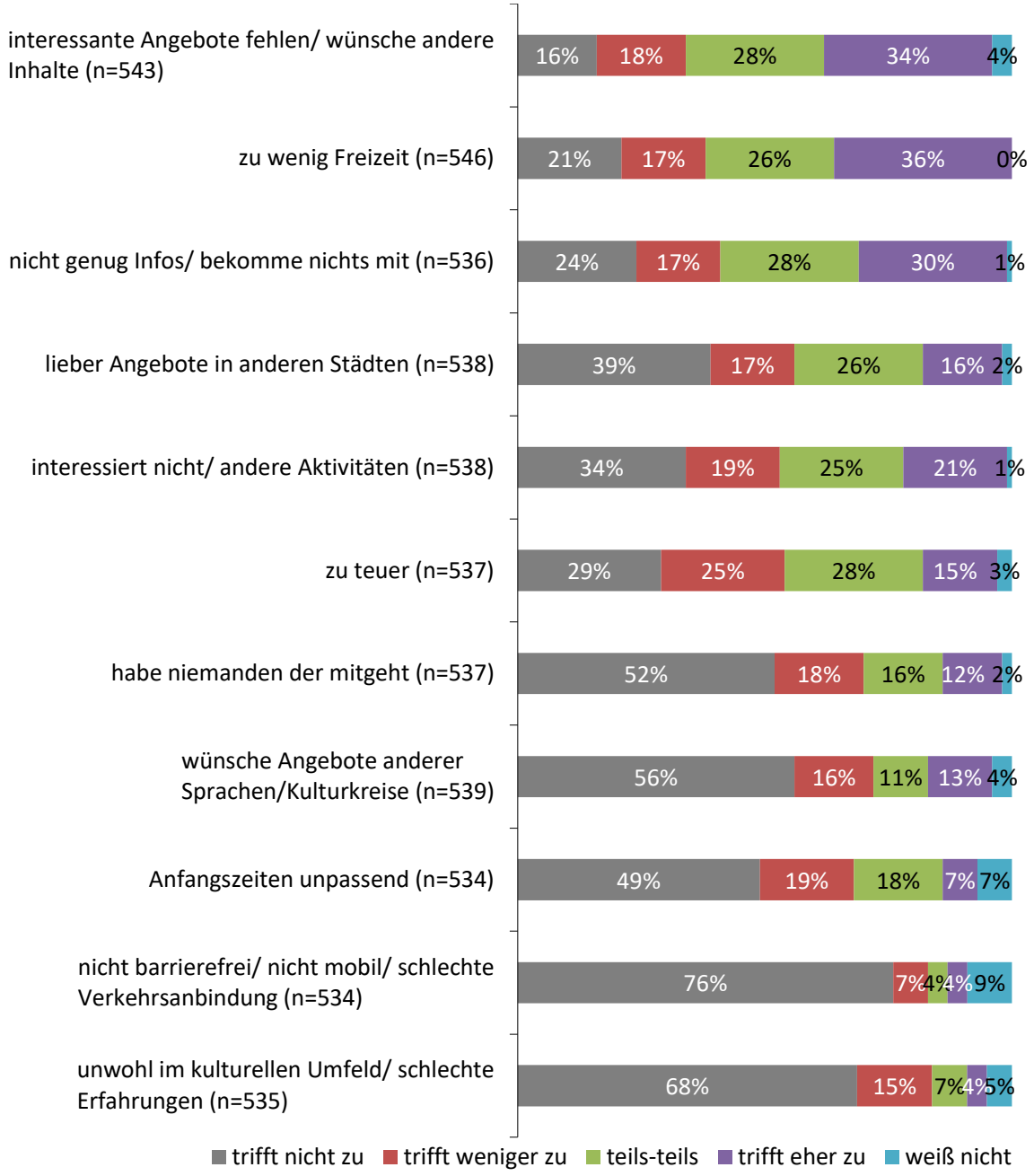


Abb. 39c: Barrieren der Kulturnutzung in Böblingen (offen zugängliche Befragung)

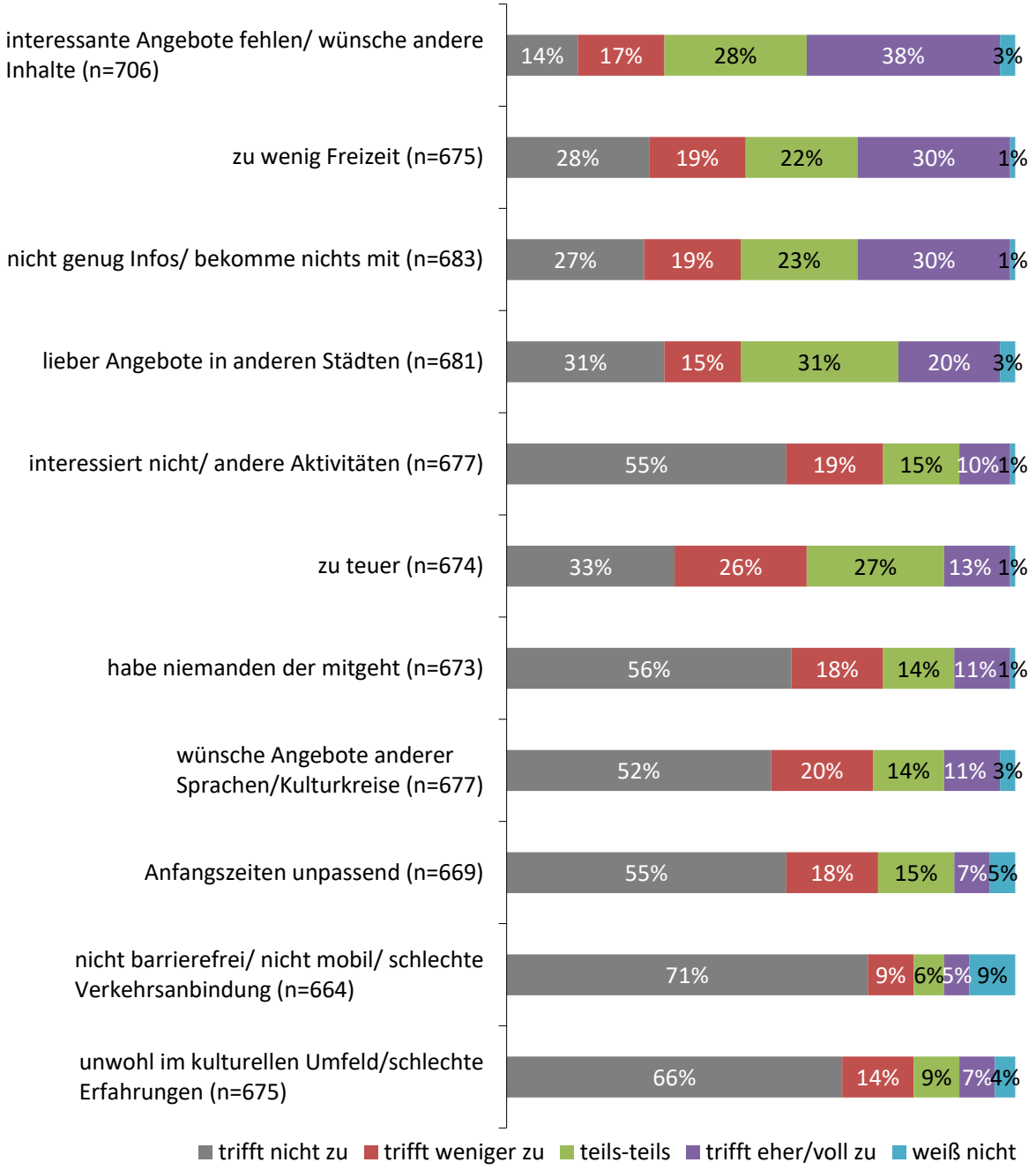
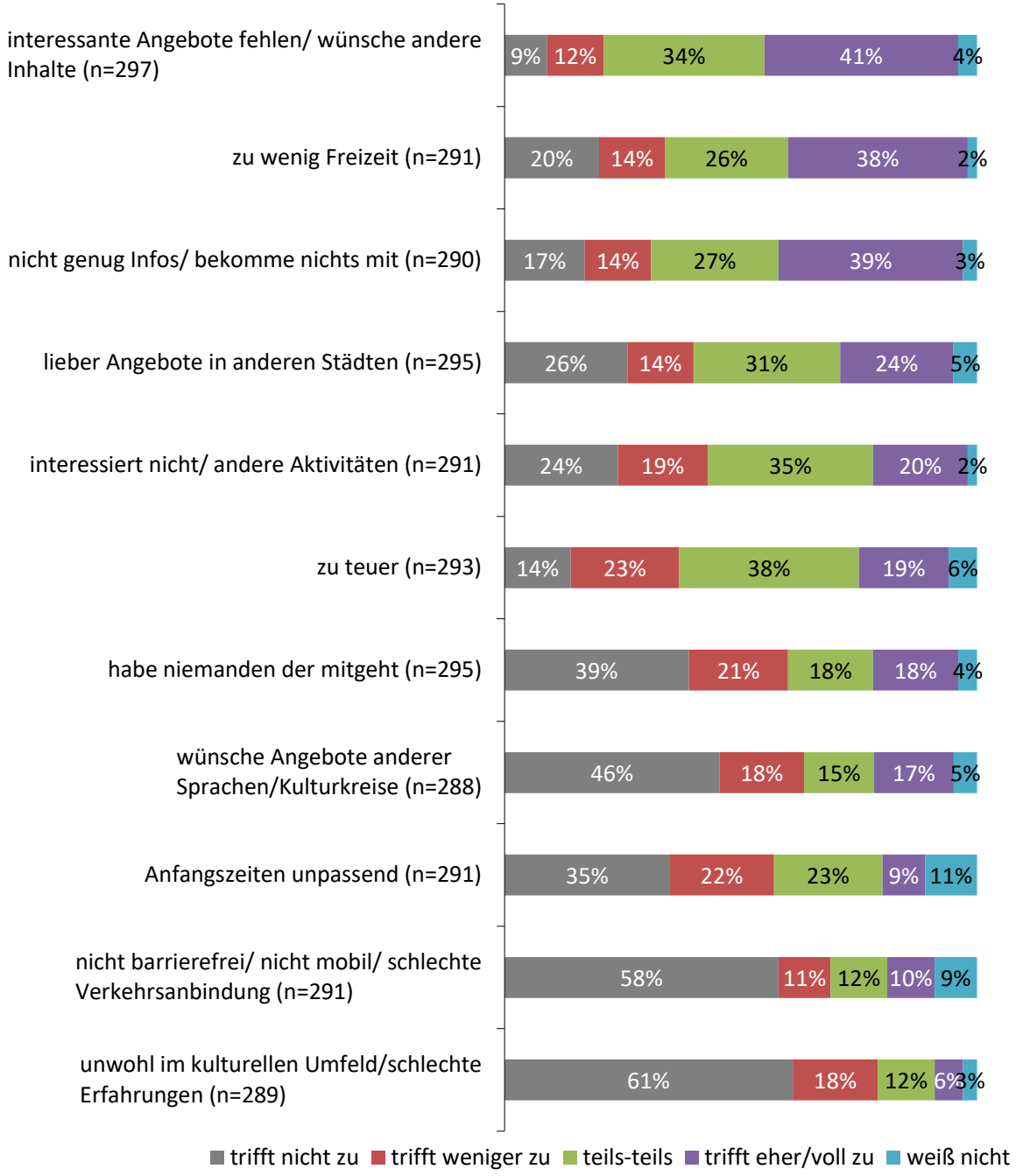


Abb. 39d: Barrieren der Kulturnutzung in Böblingen (Straßenbefragung)



Hinsichtlich der Nutzungsbarrieren sind zahlreiche signifikante Zusammenhänge festzustellen.
So sind die meisten Barrieren für jüngere Befragte relevanter als für ältere. Vor allem auf den Mangel an Freizeit trifft dies zu (von 48% zwischen 31 und 40 Jahren angegeben, von 5% über 70 Jahre). Auch die Barrieren „interessante Angebote fehlen“ sowie mangelndes Kulturinteresse erhalten mehr Zustimmung von jüngeren Befragten (jeweils angeführt von 54% der jüngsten und 18% der ältesten). Weiterhin sind zu wenig Informationen und zu teure Eintrittspreise mehr Barrieren für jüngere.
Weniger große Abweichungen zwischen den Altersgruppen bestehen bei den Barrieren Unwohlsein im kulturellen Umfeld, mangelnde Barrierefreiheit und fehlende Begleitung.

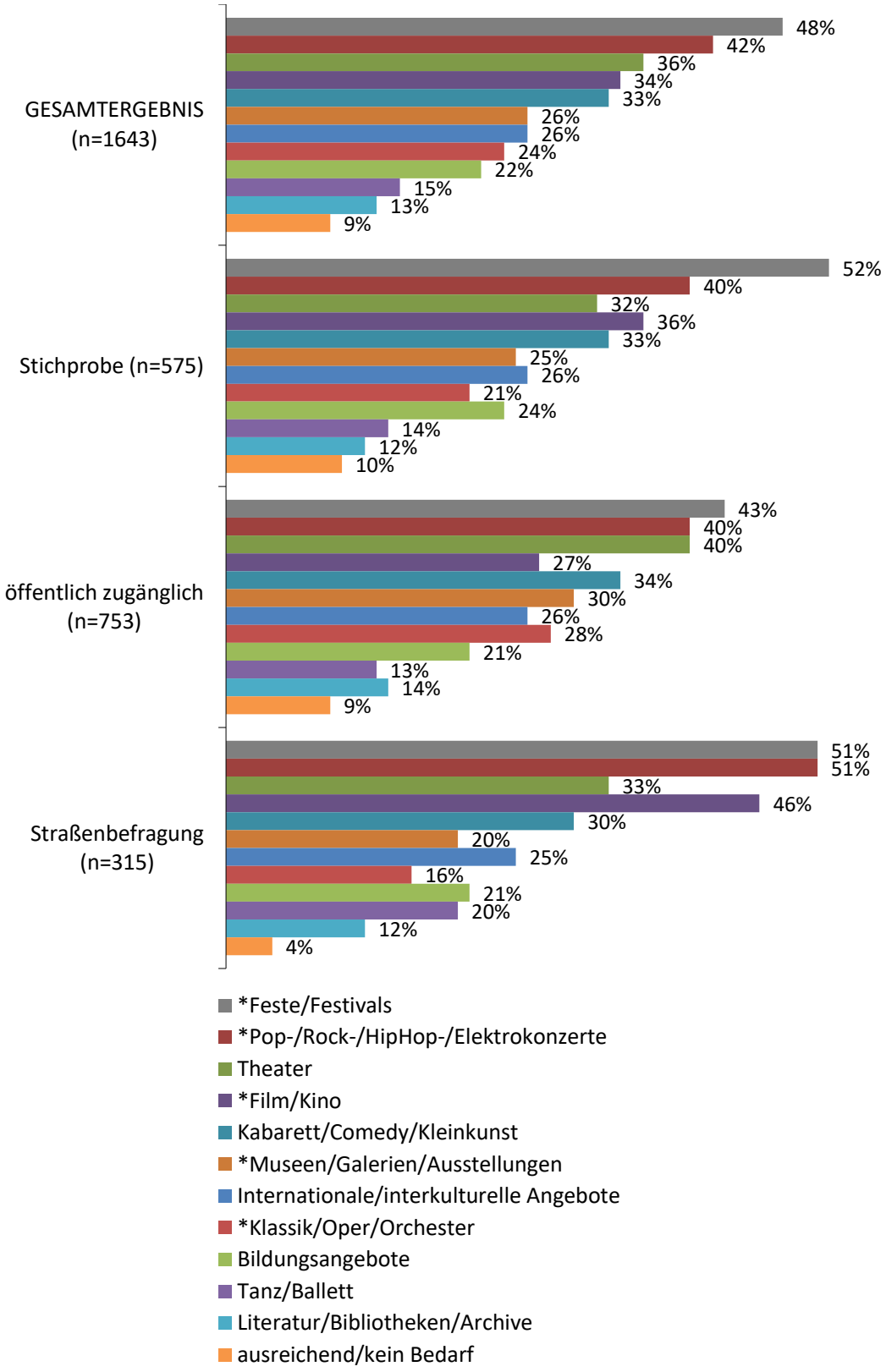
Zudem zeigen sich bei den Nutzungsbarrieren Unterschiede nach Schulabschlüssen: Befragte mit formal niedrigeren Abschlüssen stimmen häufiger zu, dass ihnen Besuche zu teuer sind (26% mit Hauptschul-, 10% mit Universitätsabschluss) oder sie sich nicht für Kultur interessieren (24%, im Vergleich zu 10%).
Hingegen nennen Befragte mit höherem Bildungsniveau öfter, dass ihnen interessante Angebote in Böblingen fehlen (37% der Akademiker, 25% der Hauptschulabsolventen) und dass sie zu wenig Freizeit haben (37%, im Vergleich zu 23%).

Differenziert zwischen sehr und weniger Kulturinteressierten bestehen nahezu alle Barrieren mehr für weniger Interessierte. Besonders deutlich ist dies (wie zu erwarten) bei fehlendem Interesse/andere Freizeitaktivitäten, aber auch beim Unwohlsein oder zu teuren Preisen.
Nach der Gesamtzufriedenheit mit dem Böblinger Kulturangebot unterschieden, stimmen weniger Zufriedene einigen Barrieren öfter zu. Dies betrifft am häufigsten fehlende interessante Angebote, Nutzung in anderen Städten sowie mangelnde Informationen.

In der Bevölkerungsbefragung in Tübingen wurden die Barrieren weniger differenziert als in Böblingen abgefragt. Einbezogen wurden mangelnde Freizeit, fehlendes Interesse, nicht ansprechende Angebote, fehlendes Wohlfühlen, zu teure Preise und fehlende Begleitung. Häufiger als in Böblingen war in der Tübinger Befragung die Nennung „zu wenig Freizeit“ (60% Zustimmung). Dass das Tübinger Kulturangebot nicht ansprechend genug ist bestätigten hier nur 14%, eher waren den Befragten die Veranstaltungen zu teuer (27%).
In der zweiten Bevölkerungsbefragung in Brandenburg war ebenfalls die mangelnde Zeit die häufigste Barriere für Kulturbesuche (50%). Dass bestimmte Angebote fehlen bzw. nicht ansprechend sind wurde in Böblinger häufiger als Barriere angeführt, in der Vergleichsstudie war dies noch für 32% ein Hinderungsgrund. Aber auch hier wurden die Barrieren nicht vollständig vergleichbar erhoben.

2.8 Wünsche zur Weiterentwicklung des Böblinger Kulturangebots

Abb. 40: In welchen der folgenden Kulturbereiche wünschen Sie sich mehr oder andere Angebote in Böblingen? (Mehrfachnennungen)
(*signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



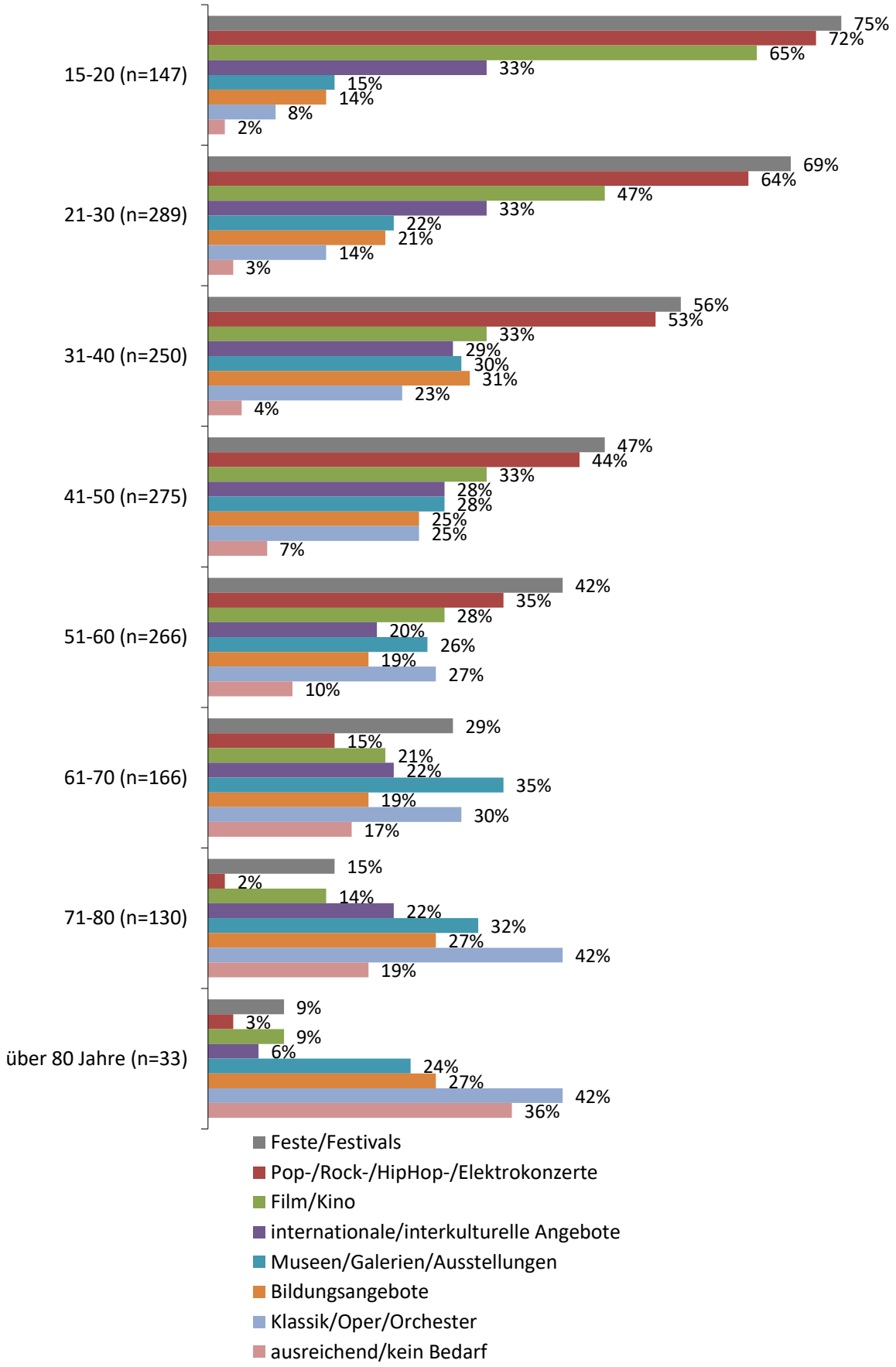
Mehr oder andere Kulturangebote in Böblingen wünschen sich die Befragten insgesamt vor allem in den Bereichen Feste/Festivals (48%), außerdem Pop-/Rock-/HipHop-/Elektrokonzerte (42%). Theater (36%), Film/Kino (34%) und Kabarett/Comedy/Kleinkunst (33%) nennt jeweils rund ein Drittel der Auskunftspersonen. Gefolgt wird dies von Museen/Galerien/Ausstellungen (26%), internationalen und interkulturellen Angeboten (26%), Klassik/Oper/Orchester (24%) sowie Bildungsangeboten (22%).
Seltener werden Angebote im Bereich Tanz/Ballett (15%) sowie Literatur/Bibliotheken/Archive (13%) gewünscht. Noch 9% der Befragten geben keinen weiteren Bedarf an.

Unterschiede zwischen den drei Befragungsteilen sind insofern vorhanden, dass in der Straßenbefragung (mit dem jüngsten Altersschnitt) häufiger Feste/Festivals sowie Pop-/Rock-/HipHop-/Elektrokonzerte und Kinoangebote gewünscht wurden. Hingegen nannten die – stärker kulturinteressierten – Teilnehmer der öffentlich zugänglichen Befragung Museen und Klassik/Oper/Orchester öfter.

Welche zusätzlichen offenen Antworten die Befragten hierzu gaben, wird in der folgenden Tabelle kategorisiert dargestellt. Die meisten Wünsche an Angebote in bestimmten Kulturbereichen beziehen sich hier nochmal auf die beiden häufigsten Wünsche Konzerte sowie Feste, die genauer ausgeführt werden. Auch Angebote speziell für Kinder und Jugendliche werden hier angesprochen.

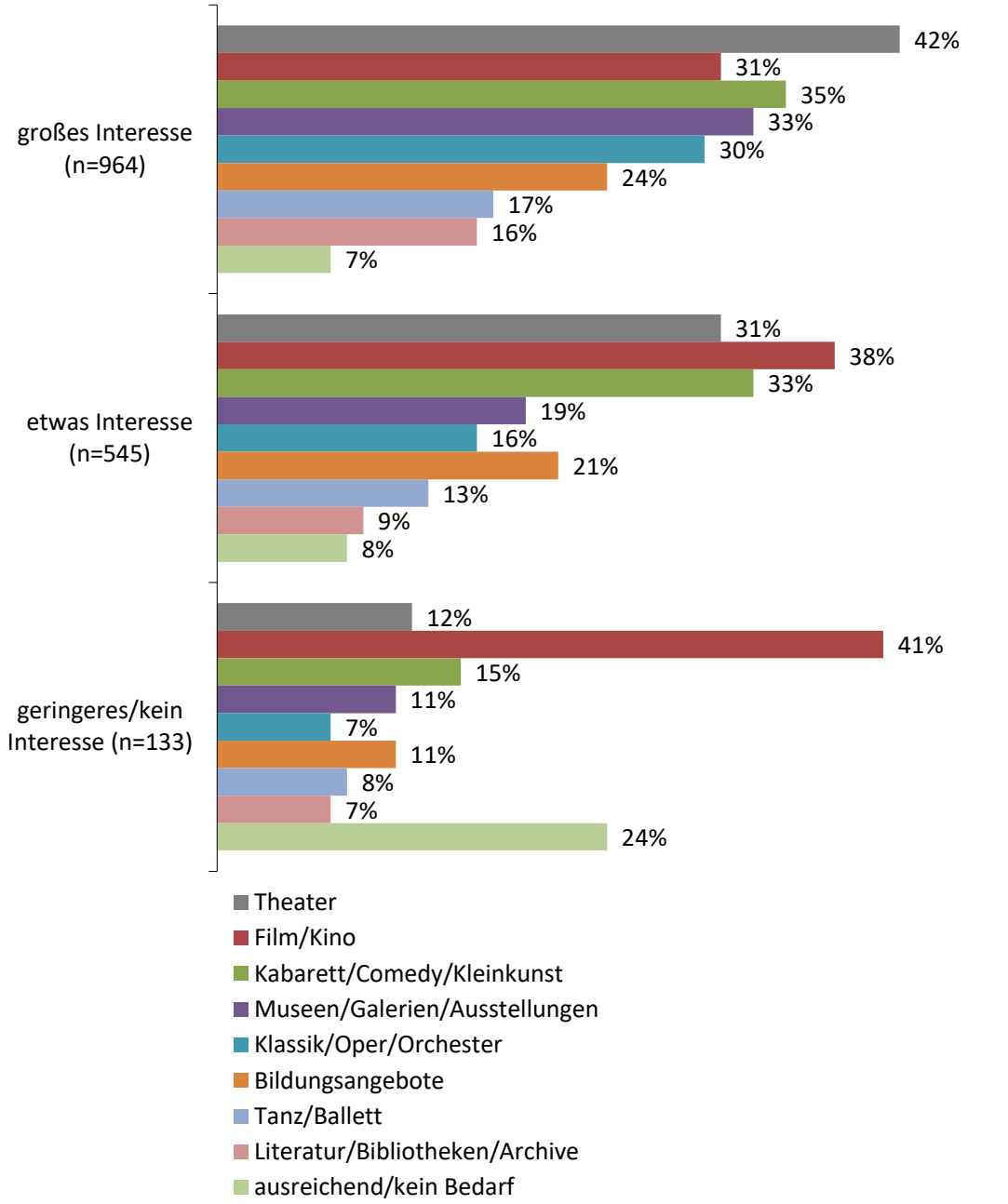
Tab. 13: Anmerkungen und Wünsche zu Böblinger Angeboten in bestimmten Kulturbereichen				
	Stichprobe (126 N.)	Öffentlich zugänglich (201 N.)	Straßen-befragung (73 N.)	Gesamt
Musik/Konzerte (u.a. Elektro, Schlager, Jazz, Musicals, Chöre)	23	39	11	**73**
Stadtfeste/Märkte (u.a. am See, Marktplatz, Mittelalter, Kunsthandwerk, Krämermarkt, Künstlerviertel)	25	19	6	**50**
Angebote für Kinder und Jugendliche (z.B. Kleinkinderangebote, Workshops, Kindertheater, Kinderkonzerte, Familienfeste, Bildungsangebote)	16	24	9	**49**
Kino (u.a. Programmkino, Originalsprache, Open Air)	12	21	7	**40**
Museen/Ausstellungen (u.a. Stadtgeschichte, Fotografie, Industrialisierung, Sonderausstellungen, moderne Kunst)	8	13	8	**29**
Sporthalle (u.a. Konzerte großer Künstler, adäquater Ersatz)	5	12	2	**19**
Events (u.a. Feuerwerk, Ritterspiele, Streetfood)	6	9	3	**18**
Theater (u.a. Figurentheater, Theaterfestivals)	3	12	3	**18**
Kleinkunst (u.a. politisches Kabarett, Poetry Slam, Kleinkunstmarkt)	4	9	1	**14**
Kongresshalle (u.a. besseres Programm, Theater, Konzerte)	3	11	0	**14**
Interkulturelle Angebote (u.a. Nationalitätentage, Partnerstädte,)	6	2	4	**12**
Bildungsangebote (u.a. Mitmachkultur, Diskussionen, Nachhaltigkeit)	3	6	1	**10**

Abb. 41: Wunsch nach mehr oder anderen Kulturangeboten nach Alter der Befragten differenziert (signifikante/statistisch nachweisbare Zusammenhänge dargestellt) (N=1556, Gesamtergebnis)



Nach Alter unterschieden (siehe vorstehende Abbildung) werden bestimmte Kulturbereiche häufiger von jüngeren Befragten gewünscht: Hierzu gehören Feste/Festivals, Rock-/Pop-/HipHop-/Elektrokonzerte, Kino und tendenziell auch internationale und interkulturelle Angebote.
Ältere haben demgegenüber häufiger Bedarf im Bereich Museen und Ausstellungen sowie Klassik/ Oper/Orchester. Auch halten ältere Auskunftspersonen das Böblinger Kulturangebot öfter für ausreichend.

Abb. 42: Wunsch nach mehr oder anderen Kulturangeboten nach Kulturinteresse differenziert (signifikante/statistisch nachweisbare Zusammenhänge dargestellt) (N=1642, Gesamtergebnis)



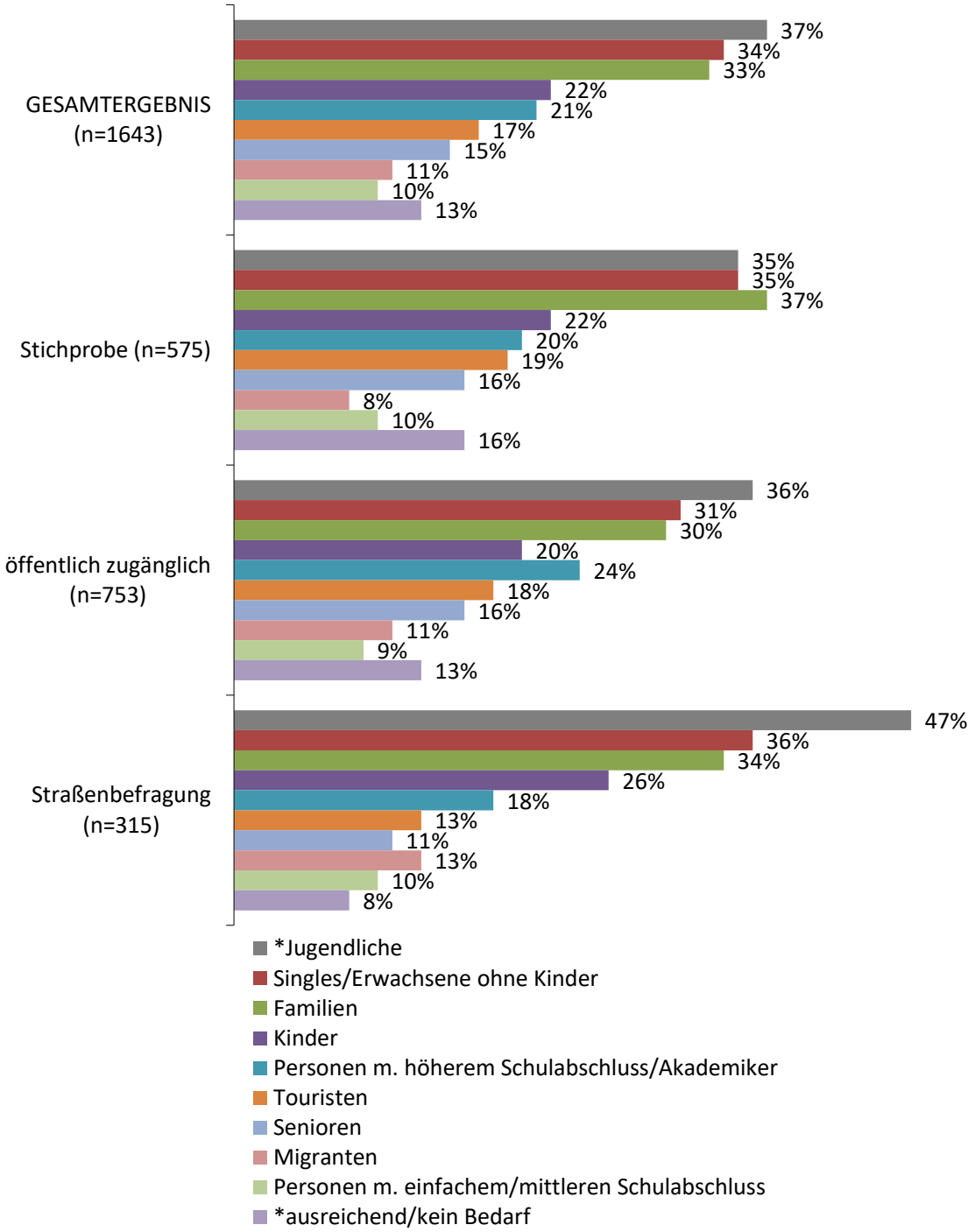
In den meisten Kulturbereichen wünschen sich Befragte mit einem großen Kulturinteresse häufiger mehr/andere Angebote als weniger Interessierte. Dies ist deutlich in den Bereichen Theater, Kabarett/Comedy/Kleinkunst, Museen, Klassik, Bildungsangebote sowie Tanz und Literatur. Hingegen werden Angebote im Bereich Film öfter von Auskunftspersonen mit geringerem Interesse gewünscht.

Hinsichtlich Wünschen nach mehr oder anderen Kulturangeboten bestehen weitere Strukturunterschiede: So sprechen sich weibliche Befragte öfter für den Bereich Tanz/Ballett aus (23% der Frauen, 7% der Männer). Auch Theater sowie Film/Kino sind Sparten, die Frauen häufiger nennen.
Nach Schulabschlüssen differenziert haben Akademiker häufiger Bedarf im Bereich Interkultur, Klassik/Oper sowie Museen. Demgegenüber nennen Befragte mit formal niedrigeren Abschlüssen mehr Rock- und Popkonzerte, Kino und Feste/Festivals.

Befragte, die außerhalb Böblingens eine ausgeprägte Kulturnutzung angeben, wünschen sich vor allem in Böblingen mehr in den Sparten Theater und Klassik/Oper, im Vergleich zu denjenigen die außerhalb weniger Kulturveranstaltungen wahrnehmen. Dies gibt Hinweise darauf, warum diese Böblinger lieber an anderen Orten Kultur besuchen.

Zwischen Nutzungsmotiven zeigen sich weiterhin Zusammenhänge: Nennen Befragte die Motive Weiterbildung, Austausch mit anderen Interessierten sowie Nachdenken, wünschen sie sich häufiger Klassik/Oper, Theater, Literatur und Museen. Hingegen stehen hinter den Motiven Erholung vom Alltag, Spaß und Highlights/Events mehr Wünsche nach Rock-/Popkonzerten, Kabarett/Comedy sowie Festen/Festivals.

Abb. 43: Für welche der folgenden Zielgruppen wünschen Sie sich mehr oder andere Angebote in Böblingen? (Mehrfachnennungen)
(*signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Neben der Frage nach Kulturbereichen wurde auch nach fehlenden Angeboten für spezifische Zielgruppen gefragt. Die meisten hatten dabei den Wunsch nach mehr oder anderen Angeboten für Jugendliche (37%), gefolgt von Singles/Erwachsenen ohne Kinder (34%) und Familien (33%). Gut ein Viertel bezieht sich auf Kinder (22%), Akademiker (21%) und Touristen (17%). Seniorenspezifische Angebote werden noch von 15% angegeben, Angebote für Migranten von 11% und für Nicht-Akademiker von 10%.

Unterschiede zwischen den drei Befragungsteilen waren, dass die häufigste Nennung Jugendliche verstärkt in der Straßenbefragung gemacht wurde.

Weitere offen genannte Wünsche unterstreichen nochmals die Bedeutung von Angeboten für Jugendliche, wie die Tabelle veranschaulicht.

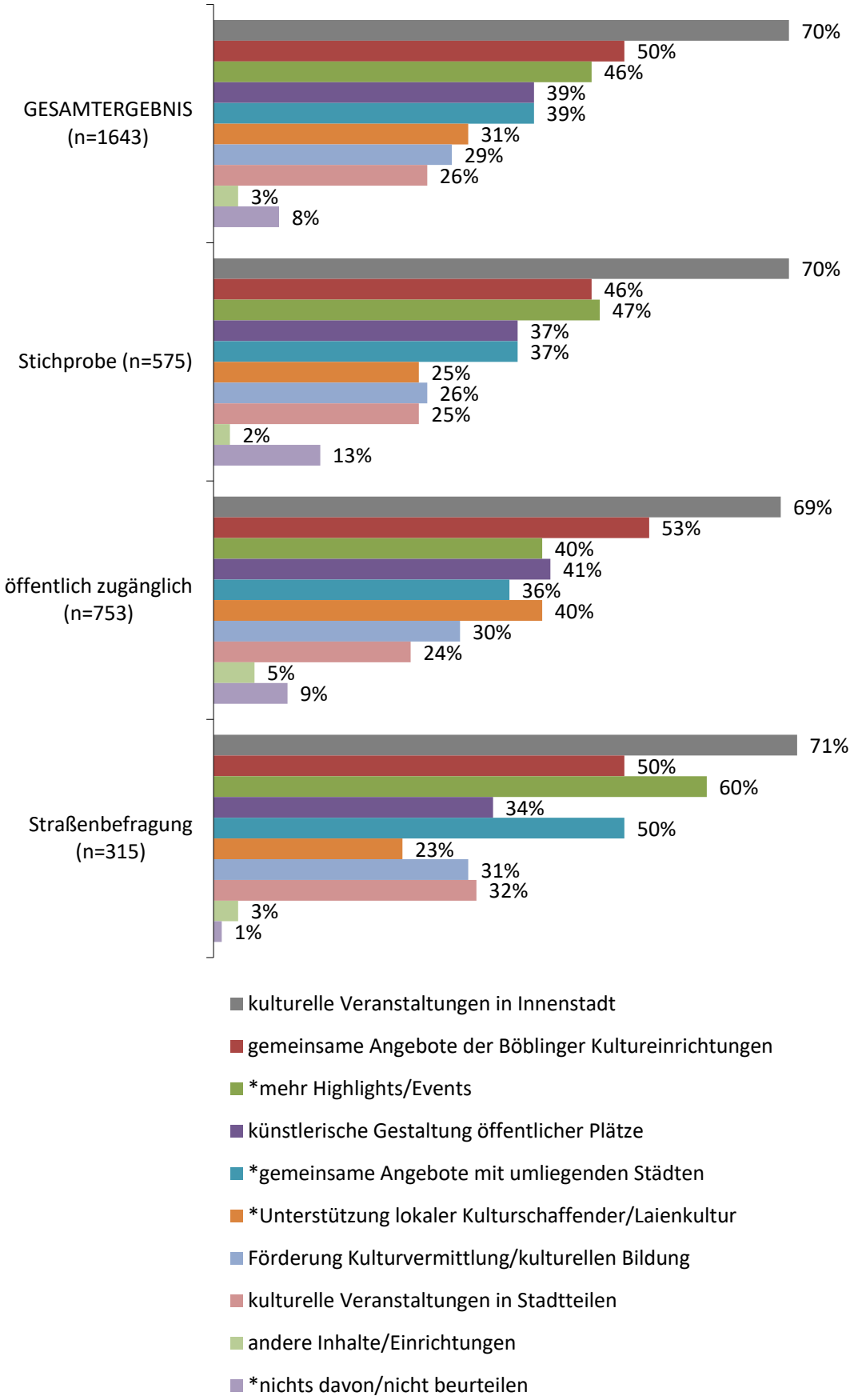
Tab. 14: Anmerkungen und Wünsche zu Böblinger Angeboten nach Zielgruppen				
	Stichprobe (44 N.)	Öffentlich zugänglich (80 N.)	Straßen-befragung (36 N.)	Gesamt
Jugendliche (u.a. Diskothek, Treffs, Kino, Kurse, Abendprogramm, Studierende)	6	7	5	**18**
Alle/viele Zielgruppen	2	11	1	**14**
Erwachsene (u.a. im mittleren Alter, 25/30-50/60 Jahre, Tanzveranstaltungen)	0	8	4	**12**
Kinder/Familien (u.a. Eltern-Kind-Zentrum, Kinderbetreuung, Kino, Kreativangebote)	3	2	7	**12**
Senioren (u.a. Tanzveranstaltungen, generationenübergreifend)	0	6	3	**9**
Menschen mit Behinderung	2	1	0	**3**

Wünsche nach Angeboten für bestimmte Zielgruppen korrelieren erwartungsgemäß mit dem Alter der Befragten: Jüngere nennen häufiger mehr Bedarf an Angeboten für Jugendliche (91% im Alter bis 20 Jahre, 7% über 70 Jahre), ebenso werden in den Altersgruppen 21 bis 40 am meisten Angebote für Singles/Erwachsene ohne Kinder gewünscht. Auch Veranstaltungen für Migranten und Touristen fordern vor allem jüngere Auskunftspersonen.
Entsprechend ist der Bedarf an Kinder- und Familienangeboten in den mittleren Altersgruppen am stärksten (Familienangebote nennen 55% der 31- bis 40-Jährigen, 12% der über 70-Jährigen). Die Zielgruppe der Senioren wird vor allem ab 60 Jahren angeführt (43% über 70 Jahre).

Auch hier zeigen sich Unterschiede nach Kulturnutzungsmotiven: So werden Angebote für Akademiker und Migranten häufiger von Befragten gewünscht, für die Weiterbildung und Nachdenken wichtige Motive sind. Angebote für Singles/Erwachsene ohne Kinder sowie Personen mit einfachem/ mittleren Schulabschluss werden mit den Motiven Erholung vom Alltag und Spaß öfter angeführt.

In den beiden Bevölkerungsbefragungen in Tübingen und Brandenburg wurde eine ähnliche Frage nach der Ansprache verschiedener Zielgruppen gestellt. Hier ergab sich ebenfalls eindeutig am meisten Bedarf an Angeboten für Jugendliche.

Abb. 44: Was sollte Ihrer Meinung nach unternommen werden, damit sich Böblingen kulturell weiterentwickeln kann? (Mehrfachnennungen)
(*signifikanter/statistisch nachweisbarer Unterschied zwischen Befragungsteilen)



Zur kulturellen Weiterentwicklung in Böblingen wurden den Befragten mehrere Vorschläge gemacht (siehe vorstehende Abbildung). Deutlich an erster Stelle stimmten diese zu, dass mehr kulturelle Veranstaltungen in der Innenstadt stattfinden sollten (70%). Weiterhin sprach sich die Hälfte für gemeinsame Angebote der Böblinger Kultureinrichtungen (50%) sowie für mehr Highlights/Events (46%) aus. Neben gemeinsamen Angeboten der Einrichtungen befürworteten 39% auch mehr Kooperationen der umliegenden Städte. Ebenso viele wünschten sich eine künstlerische Gestaltung öffentlicher Plätze (z.B. Kunst im öffentlichen Raum, Skulpturen, Kunst am Bau, Kunstprojekte).
Für die Unterstützung lokaler Kulturschaffender/Laienkultur votierten 31%, ähnlich oft auch für die Förderung der Kulturvermittlung/kulturellen Bildung (29%). Auf Kulturveranstaltungen in den Stadtteilen entfielen 26%, an Veranstaltungen in der Innenstadt besteht demnach mehr Bedarf als in den Stadtteilen.
Nur 3% der Auskunftspersonen nannten noch den Wunsch nach anderen Inhalten/Einrichtungen.

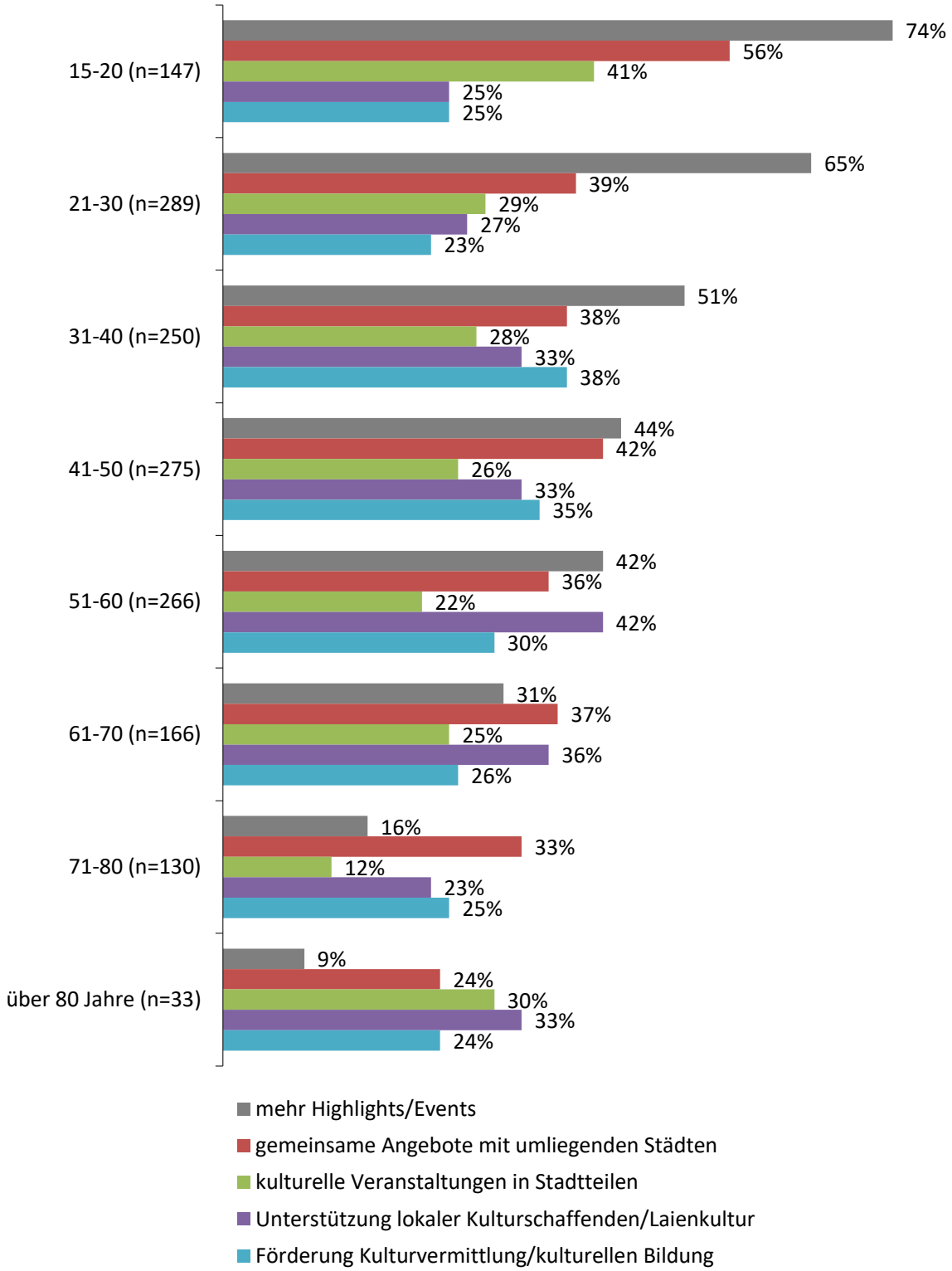
Signifikante Differenzen zwischen den Befragungsteilen waren, dass in der Straßenbefragung häufiger Highlights/Events sowie Angebote mit umliegenden Städten angegeben wurden. Die Unterstützung lokaler Kulturschaffender fand in der öffentlich zugänglichen Befragung mehr Zustimmung.

Bei den ergänzenden offenen Antworten wurden vereinzelt weitere Wünsche geäußert. Erneut bestätigt sich der Bedarf im Bereich Musik/Konzerte und Angeboten für Kinder/Jugendliche.

Tab. 15: Weitere Anmerkungen und Wünsche zur Weiterentwicklung des Böblinger Kulturangebots

	Stichprobe (26 N.)	Öffentlich zugänglich (53 N.)	Straßen-befragung (16 N.)	Gesamt
Musik/Konzerte (u.a. Konzerthalle, Kammermusik, Clubs)	2	12	0	**14**
Angebote für Kinder/Jugendliche	3	4	5	**12**
Stadtverschönerung (u.a. Rathausplatz, Innenstadt, Belebung, Attraktivierung, Treffpunkte)	3	7	0	**10**
Künstlerförderung (u.a. Proberäume, Auftrittsmöglichkeiten, Kulturschaffende)	3	4	0	**7**
Museen/Galerien (u.a. moderne Kunst, Ausstellungsflächen)	2	2	2	**6**
mehr Stadtfeste	3	2	1	**6**

Abb. 45: Wünsche zur kulturellen Weiterentwicklung nach Altersgruppen differenziert (signifikante/statistisch nachweisbare Zusammenhänge dargestellt) (N=1556, Gesamtergebnis)



Jüngere Befragte haben häufiger geäußert, dass es mehr Highlights/Events in Böblingen geben sollte, ebenso wie gemeinsame Angebote mit umliegenden Städten sowie Veranstaltungen in den Stadtteilen. Eher in mittleren Altersgruppen wird die Unterstützung lokaler Kulturschaffender und die Förderung der Kulturvermittlung angeregt.

Zusätzlich zeigt sich nach Strukturdaten bei Wünschen zur kulturellen Weiterentwicklung, dass Frauen sich öfter für Förderung der Kulturvermittlung/kulturellen Bildung aussprechen (34%) als Männer (24%). Gemeinsame Angebote mit umliegenden Städten wünschen sich Personen mit Abitur und Hochschulabschluss häufiger (44%) als mit Hauptschulabschluss (25%).

Nach allgemeinem Kulturinteresse sowie der Nutzung in Böblingen stimmen stark Kulturinteressierte allen Nennungen vermehrt zu. Besonders deutlich ist dies bei gemeinsamen Angeboten der Böblinger Kultureinrichtungen (von stark Kulturinteressierten zu 56% genannt, von geringer Interessierten zu 32%), wie auch bei Unterstützung lokaler Kulturschaffender/Laienkultur (38%, im Vergleich zu 15%).

Unterschieden zwischen Nutzungsmotiven wünschen sich Highlight-/Event-Motivierte mehr kulturelle Veranstaltungen in der Innenstadt, Angebote mit umliegenden Städten sowie - nachvollziehbar - mehr Highlights/Events.
Sind die Nutzungsmotive häufiger Weiterbildung und Nachdenken wird vermehrt für eine künstlerische Gestaltung öffentlicher Plätze plädiert, ebenso für Unterstützung lokaler Kulturschaffender und Förderung von Kulturvermittlung.

Zusammenhängend mit der Zufriedenheit mit dem Böblinger Kulturangebot ist festzustellen, dass weniger zufriedene Bürger häufiger folgendes vorschlagen: mehr Highlights (von 62% der (eher) Unzufriedenen genannt, von 30% der sehr Zufriedenen), kulturelle Veranstaltungen in der Innenstadt (82%, 60%) sowie gemeinsame Angebote mit umliegenden Städten (43%, 23%).

Schließlich gab die Korrelation mit Nutzungsbarrieren weiteren Aufschluss darüber, welche Kulturangebote fehlen. Befragte die diese Barriere nannten, wünschten sich vor allem mehr Veranstaltungen in der Innenstadt, gemeinsame Angebote mit umliegenden Städten sowie mehr Highlights/Events.

Abschließend konnten zusätzliche Anregungen oder Wünsche zum Kulturangebot geäußert werden, wobei einige der vorherig genannten Punkte untermauert wurden. Dies betrifft unter anderem die Bedeutung von Festen/Festivals sowie Konzerten für viele Befragte, wie auch den Bedarf an Angeboten für Kinder und Jugendliche. Auch äußerten sich hier einige Befragte nochmals zur aktuellen Diskussion über die Böblinger Museen.

Tab. 16: Zusätzliche Anregungen oder Wünsche zum Kulturangebot in Böblingen				
	Stichprobe (124 N.)	Öffentlich zugänglich (158 N.)	Straßen-befragung (25 N.)	Gesamt
Stadtfeste/Märkte (u.a. Marktplatz, Feuerwerk, Weihnachtsmarkt, See, Flugfeld, Flohmärkte)	20	12	2	**34**
Stadtverschönerung (u.a. Belebung, Marktplatz, See, Treffpunkt, Flugfeld)	15	10	3	**28**
Kinder/Jugendliche (u.a. Kindermuseum, Freizeit-/Sommerange-bote, Festivals, Räumlichkeiten)	15	8	4	**27**
Konzerte/Musik (u.a. Festivals, Klassik, Orchester)	7	13	2	**22**
Museen stärken/modernisieren (u.a. Workshops, große Künstler, Lange Nacht, Werbung, Personalausstattung, andere Themen, Bewerbung)	6	12	4	**22**
Sporthalle fehlt	11	6	1	**18**
Kleinkunst/Theater	2	13	0	**15**
Werbung/Informationen (u.a. bessere Übersicht, Internet, gemeinsam mit anderen Städten)	12	1	1	**14**
Service (u.a. Barrierefreiheit, Beleuchtung, freier Eintritt, Parkmöglichkeiten)	8	6	0	**14**
Diskotheken/Clubs/Bars	6	7	0	**13**
Kino (u.a. größer, Open Air, Kinoprogramm)	4	3	1	**8**
Open Air-Veranstaltungen	4	4	0	**8**
Interkultur/Integration	4	2	1	**7**
Museen schließen	1	3	0	**4**

2.9 Zusammenfassung der Ergebnisse

Die standardisierte, schriftliche Bevölkerungsbefragung zur Kulturnutzung und -nichtnutzung in der Stadt Böblingen im Jahr 2016 umfasste drei Befragungsteile, um aussagekräftige Ergebnisse zu erzielen. Teil 1) der standardisierten Befragung war eine repräsentative Stichprobenbefragung innerhalb der Böblinger Bevölkerung ab 15 Jahren. 10% der Bevölkerung (4.459 Personen) wurden nach einem Zufallsprinzip ausgewählt und um die Teilnahme gebeten. Erhebungsinstrument war eine individuell passwortgeschützte Onlinebefragung (alternativ ein Papierfragebogen). In diesem Befragungsteil konnte ein aussagekräftiger Rücklauf von 13% (575 gültige Fragebögen) erzielt werden, was im Vergleich zu anderen Bevölkerungsbefragungen mit spezifischen Untersuchungsthemen einen guten Wert darstellt.
Befragungsteil 2) umfasste ergänzend eine öffentlich zugängliche Onlinebefragung, um allen interessierten Bürgern die Beteiligung zu ermöglichen. Für diesen Teil beantworteten 753 Personen den Fragebogen (darunter 27% aus der näheren Umgebung von Böblingen, die auch in Böblingen Kulturangebote nutzen).
Befragungsteil 3) schließlich stellte eine zusätzliche Straßenbefragung dar, bei der an öffentlichen Orten Fragebögen an Bürger verteilt wurden. Da sich erfahrungsgemäß bei Befragungen zu Kulturthemen eher Kulturinteressierte beteiligen, konnte über diese Befragung ein breiterer Querschnitt angesprochen werden (315 ausgefüllte Fragebögen).
Die drei Untersuchungsteile erzielten eine Gesamtzahl von 1.643 Befragten. Dies ist eine aussagekräftige Anzahl, die für Vergleiche und statistische Zusammenhangsanalysen hinreichend geeignet ist.

Die Strukturdaten der Befragten bildeten die Altersstruktur der Böblinger Bevölkerung gut ab (die Befragten waren im Schnitt 45 Jahre). Ebenso wurden auch Geschlechterverteilung (52% Frauen) und Familienstruktur (21% mit schulpflichtigen Kindern) gut abgebildet. Die Hälfte der Befragten wohnte schon mehr als 20 Jahre in Böblingen.
Überrepräsentiert waren in der Befragung Akademiker (44%), ebenso wie Personen ohne Migrationshintergrund (82%). Dies sind übliche Ergebnisse, da sich bestimmte Bevölkerungskreise seltener an Befragungen beteiligen, insbesondere bei einem spezifischen Untersuchungsthema wie Kulturangeboten.

Die befragten Bürger gaben ein ausgeprägtes allgemeines Interesse an Kunst und Kultur an. Der Abfrage lag ein breiter Kulturbegriff zugrunde, unter anderem mit Museen, Konzerten, Theater, Bibliotheken, Kinos und Festen. Zusammengezählt über 90% ordneten ihr Kulturinteresse als stark (59%) oder etwas ausgeprägt (33%) ein. Wie zu erwarten, beteiligten sich an der öffentlich zugänglichen Befragung noch mehr Kulturinteressierte (74% sehr interessiert), was die Bedeutung der verschiedenen methodischen Zugänge hervorhebt. Bei Bevölkerungsbefragungen in anderen Städten wurden zum Teil noch mehr Kulturinteressierte angesprochen. Für die weitere Auswertung ist besonders interessant, welche Unterschiede zwischen sehr und weniger Kulturinteressierten bestehen und wie vor allem die Gruppe der etwas Interessierten zu einer häufigeren Nutzung angeregt werden kann.
Differenzen beim Kulturinteresse wurden unter anderem nach Alter der Befragten festgestellt: So bestand das größte Interesse im Alter zwischen 40 und 70 Jahren, Jüngere waren im Vergleich weniger kulturinteressiert. Auch bestätigte sich der aus vielen Studien bekannte Zusammenhang, dass sich Akademiker mehr für Kultur interessieren als Personen mit formal niedrigeren Abschlüssen.

Die Befragten nutzen Kulturangebote häufiger in Böblingen als außerhalb. Ein Viertel waren Häufignutzer in Böblingen mit mehrmaligen monatlichen Besuchen. Außerhalb von Böblingen gaben noch 17% häufige Kulturbesuche an, dies stellte dennoch einen relevanten Anteil dar. Wenn Besuche

außerhalb erfolgen, finden diese bei einer großen Mehrheit in Stuttgart statt (90%), an zweiter Stelle in Sindelfingen (49%).

Aufschlüsse über Nutzungsmotive geben Nennungen der wichtigsten Aspekte bei der Kulturnutzung. Hier stehen für viele Befragte Spaß/Unterhaltung (61%) sowie Highlights/Events (55%) im Vordergrund. Auch Erholung/Ablenkung vom Alltag (47%) sowie gemeinsame Unternehmungen (44%) sind häufig wichtig. 41% gaben Bildungsmotive wie Weiterbildung/Lernen an, noch 30% Anregungen zum Nachdenken/neue Themen. Identifikation mit dem Wohnort nannte noch rund ein Viertel, darunter häufiger Personen, die länger in Böblingen wohnen.
Hierbei ist darauf hinzuweisen, dass die Befragten ihre wichtigsten Motive nannten, andere Aspekte aber auch eine Rolle spielen können. Eindeutig zeigten sich aber unterhaltsame und besondere Kulturangebote als sehr wichtig, vor allem für jüngere Befragte. Auch in anderen Bevölkerungsbefragungen wurden ähnliche Präferenzen ermittelt.

Informationen über Kulturangebote in Böblingen erhielten die meisten Befragten über Zeitungen und Zeitschriften (82%) sowie Plakate (70%). Auch weitere Printmedien sowie persönliche Empfehlungen spielten eine große Rolle. Die Internetseite der Stadt sowie soziale Medien wurden noch von einem Drittel bzw. einem Viertel als Quellen angeführt.
Eine Mehrheit der Befragten bejahte, dass ihnen etwas bei der Art der Informationsvermittlung über Böblinger Kulturangebote fehlt (75%). Am häufigsten bestand der Wunsch nach gebündelten Informationen zu verschiedenen Veranstaltungen (43%). Auch zu aktuelleren Informationen und Informationen im Internet äußerten einige Bedarf. Häufiger machten jüngere Befragte diese Vorschläge. Hier liegt entsprechend Optimierungspotenzial – auch bei der Frage nach Nutzungsbarrieren führten einige Befragte fehlende Informationen an, wie noch dargestellt wird.

Die Zufriedenheit der Bevölkerung mit dem Böblinger Kulturangebot fiel insgesamt recht positiv aus. Zusammengezählt die Hälfte zeigte sich zufrieden (40%) oder sehr zufrieden (9%). Ein recht großer Anteil von 40% urteilte auch mit „teils-teils“, da ein sehr differenziertes Kulturangebot zusammenfassend bewertet werden sollte. Befragt wurden hierzu die Personen, die mindestens ein geringes Kulturinteresse aufwiesen und Angebote in Böblingen nutzten.
Zur Einordnung des Urteils dient der Hinweis, dass in vielen Studien ab Kritikanteilen von über 15% von einem weniger zufriedenstellenden Ergebnis ausgegangen wird. Das Böblinger Resultat kann daher mit 11% kritischen Stimmen als recht positiv gewertet werden. Weitere Fragen zur Bekanntheit der Kulturangebote sowie zur Zufriedenheit mit bestimmten Einrichtungen geben diesbezüglich weiteren Aufschluss.

Das Bild der Bürger vom Kulturangebot in Böblingen wurde zudem über die Zustimmung zu gegensätzlichen Adjektivpaaren analysiert. Das Kulturangebot wurde am häufigsten beschrieben mit einer angenehmen Atmosphäre (52% Zustimmung), als für alle geeignet (46%) und unterhaltsam (45%). Negativ formulierte Aspekte mit der vergleichsweise höchsten Zustimmung waren gewöhnlich (37%), gefolgt von eintönig (28%) und altmodisch (26%). Viele Bürger wählten bei den Aspekten den Mittelwert und entschieden sich nicht für eine der beiden Seiten. Nahezu alle Aspekte wurden von älteren Befragten sowie Personen mit ausgeprägtem Kulturinteresse und hoher Nutzungshäufigkeit besser beurteilt.

Zur Bekanntheit der Böblinger Kulturangebote wurde zuerst offen gefragt, welche drei Einrichtungen oder Veranstaltungen die Bürger auswärtigen Gästen empfehlen würden. In der Stichprobenbefragung (repräsentativer Querschnitt der Bevölkerung) waren dies am häufigsten verschiedene Feste am See, außerdem Kino, Bauernkriegsmuseum und Motorworld. In der öffentlich zugänglichen Befragung wurden Blaues Haus und Altes Amtsgericht öfter angeführt, auch auf Feste am See und Bauernkriegsmuseum entfielen hier zahlreiche Nennungen. Die Böblinger Museen wurden in beiden Befragungsteilen damit ähnlich oft erwähnt.

Aufgrund der Diskussion zu den Böblinger Museen wurden einige Fragen speziell zu diesen gestellt. Die Frage nach der Bekanntheit der Museen ergab für Bauernkriegs-, Fleischermuseum und Städtische Galerie recht ähnliche Ergebnisse. Alle drei Museen wurden von rund einem Drittel der Befragten schon mehrmals besucht, mit einmaligen Besuchern zählen jeweils über 60% zu Besuchern. Das vergleichsweise am häufigsten angesehene Museum war das Deutsche Bauernkriegsmuseum, welches 69% der Bürger schon mindestens einmal besucht haben. Die namentliche Bekanntheit der Museen in der Bevölkerung ist ausgeprägt, nur 6% bis 9% geben an, noch nichts von den drei Museen gehört zu haben. Der ebenfalls abgefragte Böblinger Kunstverein war demgegenüber fast 30% auch unbekannt. Die höchsten Anteile von Museumsbesuchern fanden sich unter allgemein sehr Kulturinteressierten, wie auch unter älteren Befragten. Dass rund ein Viertel der Befragten mit großem Kulturinteresse die Museen aber noch nicht besucht hat, verweist auf weiteres Potenzial.

Ähnlich wie die Angaben zur Bekanntheit weichen auch die Bewertungen zu den Museen nicht sehr stark zwischen den drei Häusern ab. Zu berücksichtigen ist, dass die Urteile nur bei Bekanntheit der Museen erfragt wurden. Über 70% zeigten sich sehr/eher zufrieden mit Bauernkriegsmuseum und Städtischer Galerie, 65% mit dem Fleischermuseum. Ältere Befragte vergaben dabei häufiger sehr gute Noten als jüngere.
Weiterhin wurden Verbesserungsvorschläge zu den Museen abgefragt. Ein attraktiveres Rahmenprogramm (56%) sowie mehr wechselnde Ausstellungen (55%) waren dabei die häufigsten Wünsche. Auch in anderen Studien zeigte sich die hohe Bedeutung von Sonderausstellungen oder anderen wechselnden Angeboten in Museen. Zudem wurden ein besseres Marketing und eine modernere Gestaltung der Ausstellungen angeführt. Auch weniger kulturinteressierte Befragte sprachen sich vor allem für mehr und modernere Ausstellungen aus.

Hinsichtlich der Bekanntheit anderer Böblinger Kulturangebote ist zu beachten, dass sehr unterschiedliche Angebote in die Befragung einbezogen wurden, darunter feste Einrichtungen sowie Veranstaltungen oder Veranstaltungsreihen. Daher sind vor allem die jeweiligen Einzelergebnisse aussagekräftig. Wie auch bei den offen angeführten Empfehlungen zeigte sich auch hier die Veranstaltungsreihe Sommer am See als besonders beliebt, drei Viertel hatten diese schon mehrfach besucht. Weitere häufiger bekannte Einrichtungen im Bereich Musik und Theater waren Blaues Haus, Altes Amtsgericht und Kinder- und Jugendtheater (je von rund 40% besucht). Bei den Veranstaltungen Internationales Pianistenfestival und Lakeside Open Air war der Bekanntheitsgrad ausbaufähig (40% unbekannt), diese sind aber auch besonders zielgruppenspezifisch angelegt.
Im Bereich der Bildungs- und Jugendeinrichtungen waren Stadtbibliothek und Volkshochschule den meisten Bürgern bekannt (Besuche von über zwei Dritteln), gefolgt von Musik- und Kunstschule (von 50% besucht). Ebenfalls eine große Bekanntheit entfiel auf Kino (Filmzentrum Bären/Metropol am Postplatz) und Kongresshalle, welche nahezu allen Befragten zumindest namentlich geläufig waren. Jüngere Befragte kannten dabei signifikant häufiger als ältere das Lakeside Open Air, wie auch die abgefragten Jugendeinrichtungen casa nostra und Club Forum.
Die Nutzungsmotive Weiterbildung, Anregung zum Nachdenken sowie Austausch mit Kulturinteressierten wurden häufiger genannt von Befragten, welche die Angebote Pianistenfestival, JazzTime, Blaues Haus und Altes Amtsgericht besuchen. Auch auf Stadtbibliothek, Musik- und Kunstschule sowie VHS und Stadtarchiv traf dies zu.

Barrieren für eine (häufigere) Nutzung von Kultur in Böblingen waren für die Befragten an erster Stelle, dass ihnen interessante Kulturangebote fehlen oder andere Inhalte gewünscht werden (37% trifft voll/eher zu). Für jüngere Befragte war dies häufiger zutreffend. Weiterhin sagte ein Drittel aus, dass es an Informationen zum Kulturangebot mangelt, hier zeigte sich vorstehend bereits Verbesserungsbedarf. Auch der allgemeinen Nennung, dass sie zu wenig Freizeit haben, stimmte rund ein Drittel zu. Ein Fünftel nimmt darüber hinaus lieber Kulturangebote in anderen Städten wahr. Nicht so häufig genannte Barrieren waren zu hohe Eintrittspreise, fehlende Begleitungen, unpassende Anfangszeiten sowie mangelnde Barrierefreiheit und Unwohlsein im kulturellen Umfeld.
In anderen Bevölkerungsbefragungen zeigten sich fehlende interessante Angebote als nicht so bedeutend wie in Böblingen. Weitere Fragen geben Aufschluss, in welchen Bereichen den Bürgern Angebote fehlen.

Die Frage danach, in welchen Bereichen mehr oder andere Kulturangebote in Böblingen gewünscht werden, ergab Bedarf vor allem an Festen/Festivals (48%) und Pop-/Rock-/HipHop-/Elektrokonzerten (42%). Diese Wünsche äußerten jüngere Befragte öfter, ebenso hingen diese mit den Motiven Erholung vom Alltag, Spaß sowie Highlights/Events zusammen. Jeweils rund ein Drittel der Befragten führte hier Theater, Film/Kino und Kabarett/Comedy/Kleinkunst an. Auf Museen/Galerien/Ausstellungen entfiel noch ein Viertel der Nennungen. Befragte, die außerhalb Böblingens häufig Kulturangebote nutzen, wünschen sich in Böblingen vor allem mehr in den Sparten Theater und Klassik/Oper. Dies gibt Hinweise darauf, warum diese Böblinger an anderen Orten Kultur besuchen.

Ergänzend wurde Bedarf an Angeboten für spezifische Zielgruppen erhoben. Hier zeigte sich an erster Stelle der Wunsch nach mehr oder anderen Angeboten für Jugendliche (37%), auch für Singles/ Erwachsene ohne Kinder (34%) sowie Familien (33%). Jüngere nannten häufiger mehr Bedarf an Angeboten für Jugendliche, entsprechend wurden in den Altersgruppen 21 bis 40 am meisten Angebote für

Singles/Erwachsene ohne Kinder gewünscht. In anderen Bevölkerungsbefragungen ergab sich ebenfalls am meisten Bedarf an Angeboten für Jugendliche.

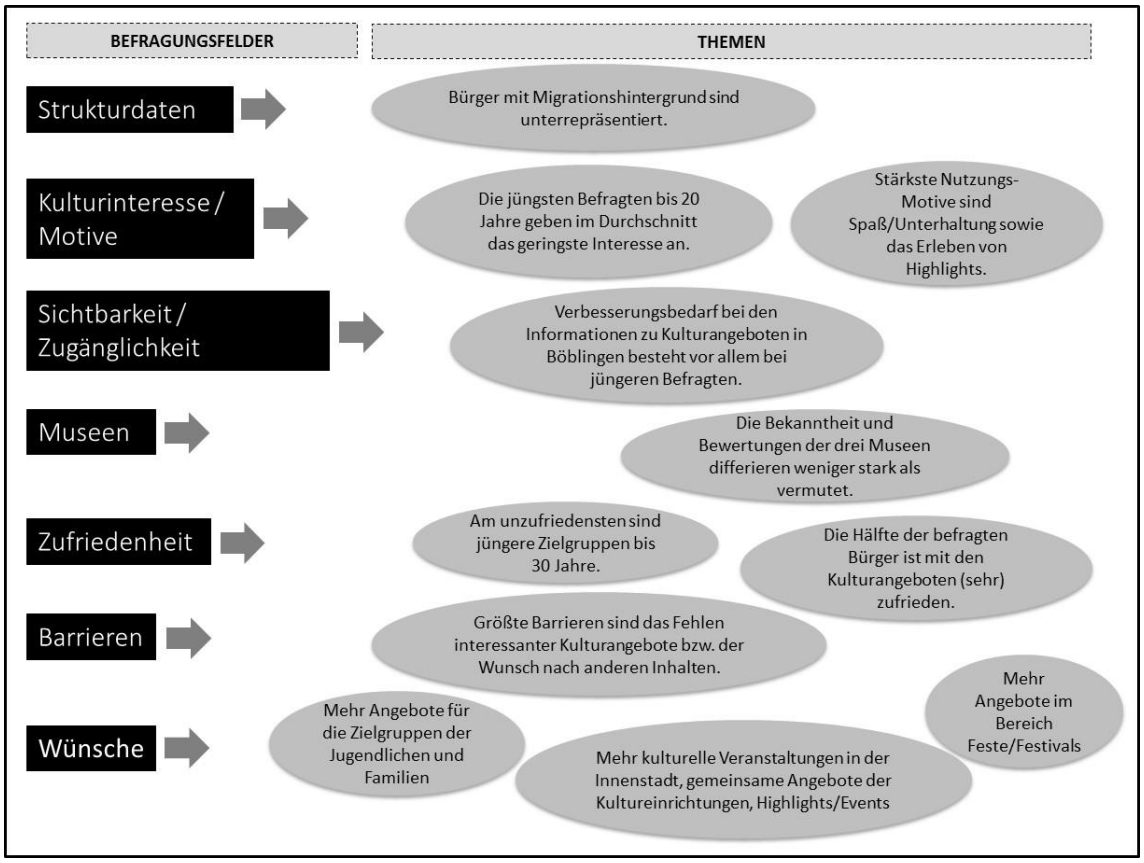
Schließlich machten die befragten Bürger Vorschläge für die kulturelle Weiterentwicklung in Böblingen. Mehrheitlich wurde hier der Wunsch nach mehr kulturellen Veranstaltungen in der Innenstadt laut (70%). Rund die Hälfte der Befragten sprach sich weiterhin für gemeinsame Angebote der Böblinger Kultureinrichtungen sowie mehr Highlights/Events aus. Auch Kooperationen der umliegenden Städte wurden von einigen Befragten befürwortet. Dass die Motive Highlights und Events für viele Bürger eine Rolle spielen, wurde schon an mehreren Stellen der Befragung deutlich. Auch hier zeigte sich, dass diese Bedarfe bei Jüngeren häufiger sind. Bürger, die mit dem Böblinger Kulturangebot insgesamt weniger zufrieden waren, schlugen häufiger mehr Highlights, kulturelle Veranstaltungen in der Innenstadt sowie gemeinsame Angebote mit umliegenden Städten vor.

3. Ergebnisse der Gruppendiskussionen

3.1 Methodisches Vorgehen

Mit den Gruppendiskussionen wurde eine qualitative Untersuchungsmethode angewendet, die zum Ziel hatte, Ergebnisse aus der schriftlichen, standardisierten Bevölkerungsbefragung zu vertiefen und ggf. Bevölkerungsgruppen miteinzubeziehen, die im bisherigen Untersuchungsverlauf unterrepräsentiert waren. Folglich konnte mit der Planung der Gruppendiskussionen begonnen werden als erste Ergebnisse aus den Online- und Papier-Fragebögen vorlagen. Abbildung 46 zeigt zentrale Ergebnisse aus der Fragebogen-Erhebung, die grundlegend für die Konzeption der Gruppendiskussionen waren.
So führte z.B. die Tatsache, dass Bürger mit Migrationshintergrund unterrepräsentiert waren dazu, dass eine Gruppendiskussion gezielt mit Böblinger Migranten durchgeführt wurde. Die überdurchschnittlich hohe Unzufriedenheit der Böblinger Jugend mit den Kulturangeboten war auf der anderen Seite Anlass, diese Zielgruppe ebenfalls im Rahmen einer weiteren Gruppendiskussion zu befragen und u.a. zu klären, worin der praktische Verbesserungsbedarf bei den Informationen über Kulturangebote in Böblingen besteht und welche konkreten Angebote und Inhalte sie sich wünschen.

Abb. 46: Zentrale Ergebnisse aus der Fragebogen-Erhebung für die Gruppendiskussionen



In dieser erklärenden und vertiefenden Funktion liegt die Stärke des qualitativen Untersuchungsansatzes. Zwar wurde den Gruppendiskussionen jeweils ein Gesprächsleitfaden zugrunde gelegt, der die zentralen Fragen ausgehend von der Online- und Papier-Fragebogenerhebung beinhaltete (vgl. Anhang). Die Gesprächspartner aber waren in ihren Antworten frei, denn „[q]ualitative Forschung rekonstruiert Sinn oder subjektive Sichtweisen. […] die Befragten sollen ihren ‚Sinn' […] entfalten können. Dazu brauchen

sie einen offenen Äußerungsraum, der gefüllt werden kann mit dem, was für sie selbst wichtig ist, und in der Art und Weise, wie sie selbst sich ausdrücken möchten."[13]
Neben den Gruppendiskussionen mit Jugendlichen und Migranten wurden weitere Gruppendiskussionen mit Kulturschaffenden aus den Bereichen Freie Szene/Vereine, Feste und (Musik-) Veranstaltungen, Kulturelle Bildung sowie Museen und Galerien durchgeführt. In Summe ergaben sich somit sechs Gruppendiskussionen mit jeweils 10 bis 15 Teilnehmern:

1) Gruppendiskussion Migranten

Die Mitglieder des Integrationsrates der Stadt Böblingen wurden als Vertreter der Zielgruppe Migranten zu einer Gruppendiskussion eingeladen, die am 8. November 2016 um 19.00 Uhr im Treff am See stattfind. Die Diskussion wurde moderiert von Dr. Yvonne Pröbstle und Dr. Nora Wegner. Im Anschluss an die Diskussion wurde ein Verlaufsprotokoll angefertigt, das die Grundlage für die Auswertung bildete.

2) Gruppendiskussion Jugendliche

Die Diskussion mit Jugendlichen fand am 9. November 2016 um 19.00 Uhr im Jugendhaus casa nostra statt. Die Ansprache potenzieller Diskussionsteilnehmer erfolgte über das Jugendreferat der Stadt Böblingen und das Jugendhaus casa nostra als Multiplikatoren. Auch hier lag die Moderation bei Dr. Yvonne Pröbstle und Dr. Nora Wegner. Ein Verlaufsprotokoll wurde zu Auswertungszwecken ebenfalls erstellt.

3) Gruppendiskussionen Kulturschaffende (und interessierte Bürger)[14]

Am 8. Dezember 2016 wurden Kulturschaffende der Stadt Böblingen (und interessierte Bürger) zu einer letzten Diskussionsrunde in die städtische Musikschule eingeladen. Als Diskussionsgrundlage diente eine kurze Präsentation der Ergebnisse aus der standardisierten, schriftlichen Befragung sowie aus den bereits durchgeführten Diskussionsrunden mit Migranten und Jugendlichen. Im Anschluss an die Präsentation verteilten sich die Teilnehmer auf vier Diskussionsgruppen, die thematisch mit dem Amt für Kultur der Stadt Böblingen abgestimmt wurden:

- Gruppe 1: Museen und Galerien
  (Moderation: Dr. Nora Wegner, Kulturevaluation Wegner, Karlsruhe)
- Gruppe 2: Kulturelle Bildung
  (Moderation: Céline Kruska, Agentur Kulturgold, Stuttgart)
- Gruppe 3: Freie Szene/Vereine
  (Moderation: Dr. Patrick S. Föhl, Netzwerk Kulturberatung, Berlin)
- Gruppe 4: Feste, Events und (Musik-)Veranstaltungen
  (Moderation: Dr. Yvonne Pröbstle, Agentur Kulturgold, Stuttgart)

Die Diskussion in den einzelnen Gruppen wurde als sogenanntes World Café organisiert. Ein World Café besteht in der Regel aus verschiedenen Tischen, an denen Akteure zusammenkommen, ihre Meinungen austauschen, Handlungsbedarf erörtern und daraufhin konstruktiv Ziele formulieren sowie Strategien und Lösungen entwickeln. Im konkreten Fall verteilten sich die Teilnehmer nach einer kurzen Begrüßung und Vorstellung des Ablaufs durch den jeweiligen Moderator auf drei Tische und diskutierten jeweils ca. 20 Minuten die folgenden Fragen, hier exemplarisch dargestellt für die Gruppe 1: Museen und Galerien:

[13] Helfferich, Cornelia (2009): Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews. 3., überarb. Aufl. Wiesbaden, S. 21 ff.
[14] Über die Presse wurden auch Bürger auf die Veranstaltung aufmerksam gemacht und adressiert. Unter den Teilnehmern waren die Kulturakteure jedoch deutlich in der Überzahl.

- Tisch 1: Was macht Sie glücklich, wenn Sie an die aktuelle Situation von Museen und Galerien in Böblingen denken?
- Tisch 2: Was macht Sie traurig, wenn Sie an die aktuelle Situation von Museen und Galerien in Böblingen denken?
- Tisch 3: Welche Wünsche, Ideen und konkreten Forderungen haben Sie, wenn Sie an die aktuelle Situation von Museen und Galerien in Böblingen denken?

Ergebnisse und zentrale Schlagwörter wurden auf Papiertischdecken festgehalten und dokumentiert. Nach 20 Minuten wechselten die Teilnehmer an den nächsten Tisch. Dort fasste ein sogenannter Gastgeber die Ergebnisse der vorherigen Gruppe zusammen. Die Gastgeber wurden durch den Moderator der jeweiligen Gruppe benannt. Nach ca. 60 Minuten kehrten die Teilnehmer an ihren Ausgangstisch zurück und fassten gemeinsam mit dem Moderator die zentralen Ergebnisse aus den drei Diskussionsrunden zusammen.

Im Anschluss an die World Café-Diskussionsrunden kamen alle Teilnehmer zu einem Gallery Walk zusammen. Die Ergebnisse aus den verschiedenen Gruppen wurden dabei mit Hilfe der Papiertischdecken durch den jeweiligen Moderator kurz und prägnant präsentiert, so dass Überschneidungen und Belange, die gruppenübergreifend diskutiert wurden, sichtbar gemacht werden konnten.

3.2 Gruppendiskussion mit dem Integrationsrat der Stadt Böblingen

Bestandsaufnahme

Die wichtigsten spezifischen Barrieren, die den Besuch von Migranten in Kultureinrichtungen verhindern, sind fehlende Erfahrungen, mangelnde Anbindung an die Lebenswelt der Migranten (z.B. Ausstellungsinhalte), Sprachunterschiede sowie nicht beachtete Kommunikationskanäle.
Die Diskussionsteilnehmer weisen darauf hin, dass der Besuch von Kultureinrichtungen nicht als selbstverständlich erachtet werden kann, da Migranten entsprechende Institutionen aus ihren Heimatländern nicht immer kennen, d.h. der Besuch als solches muss erst erlernt werden:

„Wie wollen Sie von einem Afrikaner verlangen in ein Museum zu gehen, obwohl er den Besuch eines Museums von zuhause gar nicht kennt? Welches Interesse sollte er daran haben? Dazu kommt noch die Sprache: Niemand erklärt ihm, was da gezeigt wird. Die Vereine könnten durchaus versuchen zu erklären, warum es wichtig ist, dorthin zu gehen."

Hinzu kommen Sprachbarrieren und eine mangelnde Anbindung insbesondere von Ausstellungsinhalten an die Lebenswirklichkeit der Migranten:

„Museen sind ein spezielles Thema und nicht für Jeden relevant. Der Inhalt der Ausstellung ist ein wichtiges Kriterium, ob die Migranten kommen."

Tagespresse und die städtischen Informationskanäle bzw. Informationsmedien von Kultureinrichtungen (insbesondere Print-Produkte wie z.B. Flyer) werden von der migrantischen Bevölkerung nicht genutzt. Soziale Netzwerke wie Facebook und Vereine als Multiplikatoren sind dagegen die bevorzugten Informationsquellen.

Vereine sind zentrale Multiplikatoren, die bisher nicht adressiert werden.
Insbesondere die Vereine, so die Einschätzung der Diskussionsteilnehmer, werden allerdings in ihrer Multiplikatorenfunktion von der Stadtverwaltung und den Kulturträgern bisher unterschätzt und nicht bedient.

„Die Vereine sind auch wichtig. Die Migranten erreicht man darüber. Hat die Stadtverwaltung eine Übersicht über alle Vereine? In Sindelfingen sind alle Vereine im Internet aufgelistet.

In Böblingen findet man solch eine Liste auch im Internet.

Ich wusste das bisher nicht. Vielleicht lädt man mal alle Vereine persönlich dazu ein, eine Stadtführung mitzumachen. ‚Hier ist das Kino, hier ist das Museum,…'."

Es fehlt ein Ort, an dem Vereine/verschiedene Kulturkreise zusammenkommen können und sich langfristig ein Austausch und Miteinander etablieren kann.
Angesprochen auf den Austausch zwischen verschiedenen Migrantengruppen bzw. den Dialog mit den Bürgern vor Ort, stellen die Diskussionsteilnehmer den Mangel von adäquaten Orten fest, wo ein solches Zusammentreffen stattfinden könnte.

„Es gab mal den Vorschlag ein Haus der Vereine zu gründen. Der Vorschlag wurde von der Stadt aber abgelehnt, da es keine finanziellen Mittel gibt und auch kein freies Gebäude. In so einem Haus mit einem gemeinsamen Raum, würde man sich auch trauen, mal bei den Anderen vorbeizuschauen."

Erste Ideen und Wünsche

Persönliche Ansprache der Vereine als Multiplikatoren und Einladung z.B. zu einer Stadtführung mit Schwerpunkt auf den Kultureinrichtungen

Die Diskussionsteilnehmer schlagen vor, dass die Stadtverwaltung und die Kulturträger die Vereine persönlich ansprechen, um diese in ihrer Multiplikatorenfunktion zu aktivieren. So könnte bspw. für die Verantwortlichen der Vereine eine Stadtführung angeboten werden, in der schwerpunktmäßig das Kulturangebot der Stadt Böblingen vorgestellt wird.

Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen den städtischen Verantwortlichen für die Themen Integration und Kultur

Um die migrantische Bevölkerung überhaupt auf das Kulturangebot aufmerksam zu machen und geeignete Formate der Ansprache entwickeln zu können, wird darüber hinaus empfohlen, dass sich die Verantwortlichen innerhalb der Stadtverwaltung zu den Themen Integration und Kultur ebenfalls den Dialog miteinander aufnehmen und dauerhaft zusammenarbeiten.

Organisation einer „Langen Nacht der Kulturen" oder „Tag der offenen Tür" bei den Vereinen

Damit sich die migrantischen Vereine stärker öffnen und ihr Angebot auch öffentlich präsentieren können, wird eine „Lange Nacht der Kulturen" oder ein „Tag der offenen Tür" bei den Vereinen vorgeschlagen.

Thematische Anbindung der Kulturangebote an die Lebenswelt der Migranten (z. B. Ausstellungsinhalte)

Die erfolgreiche Ansprache von Migranten durch Kultureinrichtungen, insbesondere durch Museen, setzt eine inhaltliche Anbindung an deren Lebenswelt voraus. In Konsequenz wäre bspw. die Ausstellungsgestaltung künftig in Zusammenarbeit mit Migranten zu denken:

„Vielleicht in Verbindung mit Heimat? Nach dem Motto ‚Wir zeigen auch euch, wie es in deiner Heimat ausschaut.' Es muss ein Gefühl geben, dass man sich hier zuhause fühlt."

Schaffung eines Orts der Begegnung/Haus der Vereine

Als mittel- bis langfristiges Ziel wird der Wunsch nach einem Ort wiederholt, an dem sich die Vereine treffen können und insbesondere die Vereinsarbeit und ein Austausch mit anderen Vereinen und Bevölkerungsgruppen stattfinden kann.

„Ich wünsche mir das angesprochene Kultur(-Vereins-)haus, wo die Vereine auch gemeinsame Events veranstalten können. Eventuell ein Haus mit Einkaufsmöglichkeiten im Erdgeschoss und darüber gibt es dann Besprechungsräume und Veranstaltungssäle für die Vereine."

Sichtbarmachung der Städtepartnerschaften und Schaffung konkreter Kulturangebote

Als Zeichen des kulturellen Austausches werden von den Diskussionsteilnehmern auch die Städtepartnerschaften verstanden. Es wird bedauert, dass diese für die Bürger der Stadt Böblingen kaum sichtbar

sind, z.B. in Form von konkreten Kulturangeboten (Einladung von Künstlern oder Vereinen aus den Partnerstädten etc.).

Weitere Angebote in den Bereichen: Comedy, islamischer Kulturverein, Programmkino, Open Air-Veranstaltungen

Von den Diskussionsteilnehmern werden vereinzelt Kulturangebote genannt, die sie sich verstärkt in Böblingen wünschen, teilweise losgelöst vom Thema Migration (z.B. Comedy). Mehrfach wird zudem der Wunsch geäußert, einen islamischen Kulturverein ins Leben zu rufen (vgl. Sindelfingen), da eine solche Einrichtung überhaupt die Grundlage für einen interkulturellen Austausch sei.

3.3 Gruppendiskussion mit Jugendlichen der Stadt Böblingen

Bestandsaufnahme

Es fehlen Veranstaltungsräume und Plätze, wo sich Jugendliche treffen, gemeinsam Musik hören und z.B. Konzerte (mit mehr als 100 Besuchern) veranstalten können.

„Ich glaube, wir sprechen ziemlich für unseren Freundeskreis. Ich kenne niemanden, der sagt ‚Ich gehe heute Abend in Böblingen weg', sondern man geht nach Stuttgart. Nach Sindelfingen gehen Wenige, aber da gibt es zumindest immer ein bisschen was, aber Böblingen ist wirklich nie das Ziel."

Die Diskussionsteilnehmer weichen nach eigenen Angaben häufig nach Stuttgart oder an andere Orte aus, wo eine entsprechende Infrastruktur vorhanden ist. Konkret fehlen Möglichkeiten, wie Bars, Cafés und Clubs, aber auch Orte, die sich für Musikveranstaltungen von (semi-)professionellen Bands eignen (vgl. z.B. Keller Klub Stuttgart). Die Möglichkeiten der Jugendhäuser sind hier beschränkt, Räume wie die Stadthalle dagegen überdimensioniert und finanziell nicht leistbar. Einrichtungen wie das Blaue Haus sind als möglicher Veranstaltungsort bei den Jugendlichen wenig bekannt bzw. mit dem Klischee versehen, ein älteres Publikum anzusprechen. Mehrfach betonen die Jugendlichen auch, dass es zu früheren Zeiten durchaus Räume und Orte gegeben hat, die für Jugendliche interessant waren und Möglichkeiten boten, heute aber so nicht mehr existieren, z.B. das alte Club Forum oder das Künstlerviertel. Andere Orte, wie z.B. das Flugfeld, haben dagegen einen schlechten Ruf (z.B. wegen Alkoholkonsum), attraktive Plätze wie z.B. der Marktplatz oder der See kämpfen dagegen mit den hohen Auflagen seitens der Stadt.

Jugendliche sind preissensibel und distanzempfindlich.
Die Jugendlichen weichen zwar nach Stuttgart aus, aber sie beklagen die Kosten, die damit verbunden sind, z.B. für VVS-Ticket und ggf. Eintritte in Clubs und zu Konzerten. Dies ist auch der Grund, weshalb die wenigen Konzertangebote in Böblingen (z.B. HipHop-Konzerte beim Sommer am See) nicht genutzt werden. Ticketpreise von 10 Euro und mehr sind für viele Jugendlichen nicht leistbar.

Die Böblinger Kulturangebote sind kaum bekannt (traditionelle Medien wie Tageszeitung und Amtsblatt werden nicht gelesen) und werden selten bis gar nicht genutzt.
Befragt nach der Bekanntheit der Böblinger Kulturangebote und dem Interesse der Jugendlichen an solchen Angeboten, wird v.a. das Kino genannt und positiv bewertet.
Die Bibliothek diente bisher v.a. als Anlaufstelle im schulischen Kontext. Auch hier weichen die Jugendlichen teilweise auf die Stadtbibliothek Stuttgart aus, weil diese auch als sozialer Treffpunkt angesehen wird. Dort besteht nach eigenen Aussagen die Möglichkeit, sich auszutauschen und miteinander zu reden, ohne ermahnt zu werden und andere Bibliotheksnutzer zu stören.
Die Böblinger Museen sind größtenteils nicht bekannt oder wurden nur im schulischen Kontext besucht. Ein weiterführendes Interesse besteht in diesen Fällen oftmals nicht, da sich die Jugendlichen nicht angesprochen fühlten. Gleichwohl verfügen einige der Jugendlichen über Museumserfahrung und können – insbesondere im Hinblick auf den Einsatz von digitalen Möglichkeiten in Museen – von positiven Erlebnissen berichten:

„Was ich mir vorstellen könnte, das Problem bei den Museen allgemein ist, dass es nur was zum Angucken ist. Es ist nichts zum Anfassen. (…) Ich hab´s in Madrid, im Museo del Prado erlebt, da konnte man sich auf sein Handy eine App laden, hat den QR-Code unter einem Bild abgescannt und hat dann dazu

etwas erzählt bekommen, und wenn´s nur einfach eine Tonspur war oder (…) augmented reality (…). Das hat es wahnsinnig attraktiv gemacht. Ich bin auch kein Fan von Museen, aber das war so der Punkt, wo ich gesagt habe, geil! Ich habe, glaube ich fünf Stunden in diesem Museum verbracht, weil ich das spannend fand, noch mehr Background zu den Bildern zu bekommen. Böblingen hat eine interessante Geschichte, ich glaube, es wäre eine ganz gute Möglichkeit, da ein bisschen was zu machen, noch ein bisschen mehr Input zu geben und vor allem, man hat sowieso dauernd das Handy in der Hand, da wäre es so: ‚Geil, ich kann mein Handy im Museum benutzen'."

Angesprochen auf ihr Informationsverhalten, geben die Jugendlichen an, dass traditionelle Medien, wie z.B. die örtliche Tagespresse oder das Amtsblatt, nicht gelesen werden. Auch Printerzeugnisse der verschiedenen Kultureinrichtungen (z.B. Flyer, Programmhefte) werden nicht zur Kenntnis genommen. Die Jugendlichen informieren sich primär über soziale Netzwerke, zuvorderst über Facebook.

<u>»Die Stadt Böblingen hat bei der Jugend einen enorm spießigen Ruf«. Es besteht der Eindruck, dass die Stadt den Jugendlichen kein Vertrauen entgegenbringt und nicht auf die Jugend setzt.</u>
Die Jugendlichen berichten, dass sie bereits mehrfach im städtischen Kontext nach ihrer Meinung befragt wurden, letztlich, so der Eindruck, ihre Kritik aber in der praktischen Umsetzung nicht berücksichtigt wurde:

„Hauptsache, die Sachen werden einfach durchgezogen, fertig. Wir werden nach unserer Meinung gefragt, dann äußern wir unsere Meinung, und die Sachen werden trotzdem nicht so gemacht, wie wir zumindest versucht haben, unseren Wunsch zu äußern. Es passiert nichts."

Auch in der Umsetzung eigener Ideen, z.B. bei der Veranstaltung von Konzerten, besteht auf Seiten der Jugendlichen der Eindruck, dass die städtischen Verantwortlichen den jungen Böblingern nicht hinreichend vertrauen.

<u>Erste Ideen und Wünsche</u>

<u>Schaffung eines (kulturellen) Veranstaltungsorts für Jugendliche, an dem v.a. Konzerte veranstaltet werden können und der auch als Treffpunkt fungiert</u>
Entsprechend der Kritik wünschen sich die Jugendlichen einen Veranstaltungsort, der einerseits mehr (veranstaltungstechnische) Möglichkeiten als z.B. die Jugendhäuser bietet und andererseits aber auch in einem finanziell leistbaren Rahmen bleibt. Ein solcher Ort sollte zudem als Treffpunkt für die Jugendlichen fungieren.

<u>Belebung des Marktplatzes und vermehrte Nutzung des Sees bzw. der Terrassen</u>
Die Jugendlichen wünschen sich eine Belebung des öffentlichen Raums. Insbesondere der Marktplatz und der See mit seinen Terrassen werden darunter verstanden. Damit einher geht die Kritik an den städtischen Auflagen zur Bespielung bzw. Nutzung dieser beiden Örtlichkeiten.

<u>Einbindung von Jugendlichen in die Planung von Kulturangeboten (z.B. Auswahl von Musikern)</u>
Es besteht der Wunsch nach einer stärkeren Einbindung der Jugendlichen in die Auswahl von kulturellen Inhalten, aber auch in die Planung von Veranstaltungen – bis hin zur Budgetverantwortung:

„Das Lakeside gehört offiziell zum Stadtfest Böblingen, darüber läuft ein bisschen Werbung, die restliche Werbung läuft über Eigenengagement. Und das ist wieder das Ding: Wenn die Stadt Eigenengagement von den Jugendlichen fordert, wir machen das, aber dann wollen wir auch ein Budget dafür haben."

„Man vertraut den Jugendlichen auch nicht. Die denken, wir würden das Geld verballern und geben uns nicht mal die Chance zu zeigen, wir können etwas damit machen."

Interaktive Gestaltung der Ausstellungen in den Museen und Einbindung von digitalen Möglichkeiten (z.B. Apps, QR-Codes)

Um das Museumsangebot in Böblingen auch für Jugendliche attraktiver zu machen, sollte vermehrt auf eine interaktive Gestaltung der Ausstellungen geachtet werden sowie auf den Einsatz von digitalen Möglichkeiten (s.o.). So antworteten die Jugendlichen beispielsweise auf die Frage, was das Museumsangebot bereichern würde, wie folgt:

„Wenn es interaktiv wäre. Wenn ich da nicht nur durchlaufe und mir die Sachen angucke und wieder weiterlaufe, sondern, wenn es ein bisschen interaktiv gestaltet wäre. Wo ich was machen kann, wo ich selber Dinge erfahren kann, ertasten kann etc. und mir nicht nur die Sachen anschaue."

Empfohlen wird in diesem Zusammenhang auch, weniger auf Monologe bzw. passives Zuhören zu setzen, da so verhältnismäßig rasch die Aufmerksamkeit schwindet:

„Manchmal bekommt man ja voll lang was erzählt und nach einer Weile hat man keine Lust mehr hinzuhören, weil es einem so vorkommt, als hätten sie das auswendig gelernt. Oder wenn man so sagen könnte, als wäre man in dieser Geschichte mit (dabei), wenn man von sich selber erzählt, das wäre viel cooler, als wenn man nur so einen Text (…)ich weiß nicht, ob es wirklich Texte sind, aber nach einer Weile kann man einfach nicht mehr zuhören."

Bibliothek als sozialen Treffpunkt verstehen (vgl. Stadtbibliothek Stuttgart)

Die Jugendlichen wünschen sich, dass die städtische Bibliothek zu einem Ort wird, der nicht nur als Informations- und Lernort für Einzelpersonen fungiert, sondern auch ein sozialer Treffpunkt ist, an dem junge Menschen gemeinsam Wissen und Erfahrungen sammeln können, z.B. indem es in Räumen explizit möglich ist sich auszutauschen.

Öffentliche Wertschätzung der freiwillig Engagierten im Jugendbereich z.B. durch ein Konzert mit kostenlosem Eintritt (vgl. Sindelfingen).

Jene Jugendliche, die sich bereits ehrenamtlich engagieren, wünschen sich eine stärkere Anerkennung durch die Stadt Böblingen. Als Beispiel wird hier die Stadt Sindelfingen angeführt, die für freiwillig Engagierte bereits kostenlos ein Konzert mit einer bekannten Pop-Band veranstaltet hat.

3.4 Gruppendiskussion mit Kulturakteuren (und Bürgern der Stadt Böblingen)

Im Folgenden werden die Ergebnisse der verschiedenen Diskussionsgruppen entsprechend der formulierten Fragestellungen in den vier World Cafés zusammengefasst:

- Gruppe 1: Museen und Galerien
- Gruppe 2: Kulturelle Bildung
- Gruppe 3: Freie Szene/Vereine
- Gruppe 4: Feste, Events und (Musik-)Veranstaltungen

Gruppe 1: Museen und Ausstellungen

Was macht Sie glücklich, wenn Sie an die aktuelle Situation der Museen und Galerien in Böblingen denken?

- Die **Vielfalt der Kulturangebote** in Böblingen wird generell hervorgehoben, sowohl bezogen auf Museen und Galerien als auch weitere Kultursparten.
- Für die drei städtischen Museen Deutsches Bauernkriegsmuseum, Städtische Galerie und Deutsches Fleischermuseum werden die interessanten und qualitätvollen **Sammlungsbestände** positiv herausgestellt. Den drei Museen werden **Alleinstellungsmerkmale in der Region** zugeschrieben, weiterhin bieten ihre spezifischen Themengebiete das Potenzial auf aktuelle Gegebenheiten in der Gesellschaft einzugehen.
- Bestimmte **Inhalte der Ausstellungen** werden als weitere Stärken gesehen, hierzu gehören unter anderem Ausstellungen mit Zeit- und Regionalbezug im Deutschen Bauernkriegsmuseum oder das Künstleranwesen Steisslinger als Ergänzung der städtischen Galeriesammlung.
- Die gemeinsame **zentrale Lage** der drei Häuser im Stadtzentrum Böblingens wird darüber hinaus als Potenzial hervorgehoben.
- Außerdem werden die maßvollen **Eintrittspreise** der Museen und Galerie als positiv für die Besucherresonanz angesehen.
- Schließlich werden die **engagierten Museumsleitungen** als besondere Stärke herausgestellt.

Was macht Sie traurig, wenn Sie an die aktuelle Situation der Museen und Galerien in Böblingen denken?

- Als ein Manko wird eine **fehlende Sichtbarkeit** der Museen angeführt. Hierzu gehört, dass zu wenig **Werbung und Öffentlichkeitsarbeit** für die Museen betrieben wird, unter anderem aus Kosten- und Zeitgründen, wie auch aufgrund fehlender geeigneter Kanäle.
- Auch die Sichtbarkeit der **Museumsgebäude** in der Stadt wird kritisiert, indem auf fehlende Außenbeleuchtung, Beschilderungen und Wegweiser hingewiesen wird.
- Eine weitere große Schwäche wird im Bereich der **Vermittlung** gesehen. Es fehlen attraktive museumspädagogische Angebote für verschiedene Zielgruppen, u.a. spezielle Veranstaltungen für Jugendliche und Personen mit Migrationshintergrund. Auch hier wird die Ressourcenproblematik hervorgehoben.
- Ein stark kritisierter Aspekt ist die **Raumsituation der Museen.** So besteht in allen Museen ein Mangel an Werkräumen für Museumspädagogik, an Depotflächen und Möglichkeiten für gastronomische Angebote.

- Schließlich wird einhergehend mit allen genannten Aspekten das **Budget- und Personalproblem** der städtischen Museen unterstrichen.

Welche Wünsche, Ideen und konkrete Forderungen haben Sie, wenn Sie an die aktuelle Situation der Museen und Galerien in Böblingen denken?

- Aus den angeführten Aspekten, die die Diskussionsteilnehmer glücklich und traurig an der Museumssituation machen, ergeben sich Wünsche, Ideen und Forderungen.
- Inhaltlich wird eine **Weiterentwicklung der bestehenden Einrichtungen** gefordert, welche die Alleinstellungsmerkmale von Museen und Galerie betont. Gewünscht wird u.a. eine **stadtgeschichtliche Museumsabteilung**, welche die besonderen Bezugspunkte der Böblinger Geschichte thematisiert.
- Zur Verbesserung der **Außenwirkung der Museen** werden mehr Werbemaßnahmen angeregt. Als Beispiele genannt werden überlokale Werbung, komprimierte Informationen wie beispielsweise ein Kulturkalender oder ein Böblinger Radiosender für Jugendliche. Im Bereich digitaler Möglichkeiten werden ein Newsletter sowie v.a. Social Media-Maßnahmen gewünscht. Auch eine Erneuerung oder Ablösung des Amtsblatts der Stadt wird angesprochen, da dieses als wenig relevant empfunden wird.
- Weitere Ideen für eine bessere **Sichtbarkeit der Museen** sind optimierte Beschilderungen innerhalb und außerhalb der Museumsgebäude (z.B. Wegweiser vom Bahnhof) sowie mehr Außenbeleuchtung. In diesem Zusammenhang wird auch die Beschilderung anderer historischer Gebäude in der Innenstadt angeregt.
- Die **Belebung der Innenstadt Böblingens** ist ein Wunsch in diesem Kontext („Altstadt mit Gesicht“), um die gemeinsame zentrale Lage der Museen besser zu nutzen. Günstigere Parkgebühren in der Umgebung der Museen, welche zu einer Belebung des Marktplatzes beitragen können, werden als Idee formuliert. Auch gastronomische Angebote im Museumsumfeld sowie eine Stadt-/ Touristeninformation sind Wünsche der Teilnehmer.
- Weiterhin werden besucherorientiertere **Öffnungszeiten der Museen** gefordert, eine Öffnung an sechs Wochentagen statt aktuell fünf Tagen sowie Abendöffnungszeiten werden hierzu vorgeschlagen.
- Um den kritisierten Bereich der **Vermittlungsangebote** zu verbessern, werden mehr Personal (v.a. museumspädagogische Fachkräfte) und Räumlichkeiten gefordert. Ideen sind Angebote, wie interaktive Workshops oder Führungen in verschiedenen Fremdsprachen (z.B. Englisch, Türkisch, Französisch). Einhergehen sollte dies mit einer verstärkten Schulung des Museumspersonals.
- Aus der Kritik an fehlenden Räumen ergibt sich die Forderung nach einer **Ausweitung des Raumangebots.** Bedarf wird formuliert an Werkräumen und Depots. Ebenfalls werden gastronomische Angebote in den Museen gefordert, welche den Besuchern Raum zum Verweilen und zur Kommunikation bieten können.
- Diese Ideen und Forderungen gehen einher mit einer **Aufstockung des Kulturetats** sowie dem Wunsch nach kulturinteressierten städtischen Entscheidungsträgern.

Gruppe 2: Kulturelle Bildung

Was macht Sie glücklich, wenn Sie an die aktuelle Situation der Kulturellen Bildung und Teilhabe in Böblingen denken?

- Die Förderung des **kulturellen Breitenangebots**, das vielen Bürgern Anknüpfungsmöglichkeiten und damit Teilhabe am kulturellen Leben der Stadt ermöglicht, wird positiv hervorgehoben.
- Das **spartenübergreifende Konzept der Musik- und Kunstschule Böblingen** wird als besonders förderlich für das Gelingen von Kultureller Bildung und Teilhabe im Allgemeinen sowie für integrative und interkulturelle Projekte (z.B. Flüchtlingsprojekte) im Besonderen erachtet.
- Als weitere Stärke werden die **Qualität und Vielfalt der (Vermittlungs-)Angebote** in den **gewachsenen kulturellen Infrastrukturen** der Stadt Böblingen genannt – u.a. von Musik- und Kunstschule, der Bibliothek, den Museen sowie durch die Kulturarbeit der Schulen.
- Positive Erwähnung findet in diesem Zusammenhang die **Kooperation der Musikschule mit Schulen im Rahmen von „Musizierklassen“,** die **große (geografische) Reichweite** der musikalischen Angebote für Kinder und Jugendliche sowie die Funktion der **Musikschule als Ort der sozialen Inklusion und Integration.**
- Die **Programmangebote der Bibliothek** im Bereich der Kulturellen Bildung **für Kinder und Jugendliche** (u.a. Bibliotheksführerschein, Leseförderung, Schulkooperationen), sowie für **Senioren** (u.a. Lesepatenausbildung, Kooperation mit Treff am See) leisten, so die Einschätzung, einen wichtigen, zielgruppenspezifischen Beitrag zur Kulturellen Bildung in der Stadt Böblingen.
- Eine Stärke der Städtischen Museen und Galerien wird in den **museumspädagogischen Angeboten** für **Kinder** gesehen.

Was macht Sie traurig, wenn Sie an die aktuelle Situation der Kulturellen Bildung und Teilhabe in Böblingen denken?

- Es wird auf die **fehlende kulturelle Infrastruktur für Jugendliche** hingewiesen. Neben fehlenden Angeboten gestaltet sich die zielgruppenspezifische Ansprache schwierig, es fehlt zudem an adäquaten Räumlichkeiten für soziale Treffpunkte (z.B. Bar/Café). Dies führt u.a. dazu, dass die Jugendlichen sich in Richtung Stuttgart orientierten.
- Ein Manko wird in der **fehlenden Transparenz der Zugänge** zu den Kulturangeboten gesehen, bedingt durch eine wenig zeitgemäße Kommunikation sowie unzureichende Leitsystemen zu den Kultureinrichtungen.
- Kritisch erwähnt wird das **Fehlen offener Räume**, die als soziale Treffpunkte mehr Partizipation und (generationsübergreifenden) Austausch ermöglichen. Beispielhaft wird die schwierige Raumsituation der Musikschule angeführt, der es an adäquaten Räumlichkeiten für ein Café bzw. Aufenthaltsräumen jenseits der Unterrichtsräume fehlt.
- Ebenfalls spartenübergreifend stellen die **restriktiven Vorgaben** und die **unzureichende Mittelvergabe** der Stadt hinsichtlich der rasch voranschreitenden Digitalisierung ein Problem für die Kultureinrichtungen dar, die so nur ungenügend auf die **Herausforderungen des digitalen Wandels** reagieren können.
- Insbesondere die jüngere Zielgruppe der ‚Digital Natives‘ sind ohne **Kommunikationskanäle wie Facebook und Twitter,** aber auch die Bereitstellung eines offenen WLANs nur sehr schwer zu erreichen.
- Es wird zudem bedauert, dass die eigentliche Kulturarbeit zu Gunsten eines **wachsenden Verwaltungsaufwands** zunehmend in den Hintergrund tritt.

Welche Wünsche, Ideen und konkrete Forderungen haben Sie, wenn Sie an die aktuelle Situation der Kulturellen Bildung und Teilhabe in Böblingen denken?

- Als Antwort auf den Mangel an Räumen für die Kultur wird eine **stärkere kulturelle Leerstands- bzw. Zwischennutzung** vorgeschlagen. So könnte ein solcher Leerstand am Bahnhof künftig ein **Haus der Kulturellen Bildung** beherbergen, in dem die Bibliothek sowie die Musik- und Kunstschule ansässig sind und das zudem über offene Austauschräume verfüge, z.B. Proberäume für Jugendliche und/oder Versammlungsräume für Vereine, mietbare Veranstaltungsräume z.B. für einen Künstlersalon.
- Dringend gefordert wird der **Ausbau der Digitalisierungsangebote**. Damit einher geht der Wunsch nach einer Aufstockung der finanziellen Ressourcen. Zum einen um bestehende Angebote wie z.B. Websites anzupassen, zum anderen um neue Anwendungen wie z.B. Smartphone-Apps entwickeln zu können.
- Es wird der Wunsch nach einer **zeitgemäßen Ausstellungsgestaltung im Bauernkriegsmuseum** geäußert, die interaktive Kommunikationsmedien integriert und so den Ausstellungsbesuch auch für musemsferne Besucher interessant werden lässt.
- Um ein **Alleinstellungsmerkmal** für die Stadt Böblingen zu schaffen, wird die stärkere Vermittlung des Werks und Lebens des Künstlers **Fritz Steisslinger** als Idee eingebracht.
- Um die Weiterentwicklung der Angebote Kultureller Bildung und den Ausbau der Kulturellen Teilhabe für möglichst viele gesellschaftliche Anspruchsgruppen weiter voranzutreiben, wird nicht zuletzt eine **Aufstockung des Etats für Kulturelle Bildung und Teilhabe** als notwendig erachtet.

Gruppe 3: Freie Szene/Vereine

Vorbemerkungen

Zunächst wird in der Arbeitsgruppe festgelegt, wie Freie Szene/Vereine für die gemeinsame Arbeit begrifflich ausgelegt werden sollten. Man einigt sich darauf, den Fokus auf Akteure zu richten, die sich im frei-gemeinnützigen Sektor (non-profit) bzw. an der Schnittstelle zum gewinnorientierten Sektor (for profit) bewegen.

Grundsätzlich wird betont, dass man sich in Böblingen in einer wirtschaftlich positiven Situation wiederfindet und die Stadt Böblingen viele (auch noch ungenutzte) Potenziale aufweist. Auch die Nähe zu Stuttgart wird hervorgehoben. Gleichfalls wird dann festgelegt, sich im Folgenden zunächst tiefergehend mit den Herausforderungen für die Kulturarbeit im Feld der Freien Szene/Vereine zu fokussieren, um Handlungsfelder für die Kulturentwicklung herauszuarbeiten.

Herausforderungen[15]

Insgesamt werden folgende Herausforderungen/Probleme für die Kulturarbeit bzw. Kulturentwicklung im Bereich Freie Szene/Vereine in Böblingen konstatiert:

- **Haltung:** Wenig Toleranz gegenüber „freiem Leben"/ausgefallenen Ideen etc. seitens der Bevölkerung und der Politik. In diesem Kontext wird auch der fehlende Mut seitens der Politik/Verwaltung im Hinblick auf eine zeitgemäße Kulturentwicklung konstatiert.
- **Gemeinschaft:** Es wird bemängelt, dass zwischen den Akteuren keine Gemeinschaft besteht. Man kennt und tauscht sich zu wenig aus und es gibt keine gemeinsame Interessenvertretung. Gleiches

[15] In dieser Gruppe wurden im Diskussionsverlauf die ursprünglich formulierten Fragen zusammengeführt unter den Begriffen „Herausforderungen" und „Maßnahmen".

gilt für einen relativ geringen Kooperationsgrad, obwohl ähnliche/gleiche Herausforderungen/Bedarfe bestehen. Gleichfalls wird auf Nachwuchsprobleme in den Vereinen hingewiesen.

- **Orte:** Insgesamt mangelt es an adäquaten Räumlichkeiten für Kulturaufführungen und Ausstellungen. U.a. bedarf es professionell ausgestatteter Räumlichkeiten für Theater-, Musikveranstaltungen und andere Formate (hier wird vor allem Bedarf nach kleinen [bis 100 Besucher] und mittelgroßen [300–500 Besucher] Örtlichkeiten angemeldet). Gleichzeitig fehlt es an Ausstellungsräumlichkeiten in Form einer Galerie o.ä. Hier gibt es eine große Nachfrage. Des Weiteren wird besprochen, dass zu wenige Möglichkeiten für Open-Air-Veranstaltungen existieren. In diesem Kontext wird auch mehrfach darauf hingewiesen, dass der Marktplatz „tot" ist und hier das Leben fehlt.
- **Sichtbarkeit:** Die Sichtbarkeit der Angebote im Bereich Freien Szene/Vereine werden ebenfalls problematisiert. Jeder für sich ist nicht in der Lage sichtbar zu werden und effizient/effektiv zu kommunizieren.
- **Unterstützende Strukturen:** Schlussendlich wird darauf hingewiesen, dass man sich eine stärkere unterstützende und gestaltende Kulturverwaltung wünscht, die in der Lage ist, angesichts gesellschaftlicher Wandlungsprozesse eine zeitgemäße Kulturentwicklung mitzugestalten.

Maßnahmen

Auf Grundlage der oben dargestellten Herausforderungen werden erste Maßnahmenansätze formuliert, die es im nächsten Schritt zu qualifizier und priorisieren gilt:

<u>Koordination der Kooperation / Stärkung vorhandener Strukturen:</u>

- Kulturamt der Zukunft auf den Weg bringen (Personalentwicklung/Rollenbeschreibung/Selbstverständnis hinterfragen und neu formulieren).
- Interessen der Akteure bündeln/Austausch ermöglichen (ggf. regelmäßige Stammtische, Einladung durch Kulturamt, an wechselnden Kulturorten der Stadt usw.).
- Städtischen Mitmachservice zur Nachwuchsgewinnung nutzen.

<u>Mapping des Vorhandenen / Stärkung der Sichtbarkeit:</u>

- Bestandsaufnahme vorhandener Angebote
- Sichtbarmachung über gemeinsame Plattform
- Ggf. Social-Media-Aktion mit Jugendlichen
- Kinderkulturtag aller Akteure, ggf. auch dem Marktplatz.

<u>Raumkonzept entwickeln:</u>

- Wo stehen Räumlichkeiten kurz-, mittel- und langfristig zur Verfügung?
- Wie viele Räume werden in welcher Größe benötigt?
- Was ist an Ausstattung erforderlich?
- Usw.

Gruppe 4: Feste, Events und (Musik-)Veranstaltungen

Was macht Sie glücklich, wenn Sie an die aktuelle Situation von Festen, Events und (Musik-) Veranstaltungen in Böblingen denken?

- Positiv bewertet werden grundsätzlich das Vorhandensein einer kulturellen Infrastruktur, insbesondere in Form von potenziellen Veranstaltungsplätzen (z. B. Seen Quartier, Festplatz und Flugfeld, Flaniermeile, Marktplatz und Kongresshalle) und das hohe Engagement für das kulturelle Leben in Böblingen.
- Die Zusammenarbeit zwischen Haupt- und Ehrenamtlichen gestaltet sich aus Sicht der Kulturakteure in der Praxis als unkompliziert.
- Es gibt in Böblingen zahlreiche Veranstaltungen, die den Bürgern v.a. im Bereich Feste, Events und (Musik-)Veranstaltungen bereits ein gutes Angebot bieten (z. B. Jazz Time, Lange Nacht der Museen, Literaturtage, Pianistenfestival, Sommer am See), darüber hinaus ist Offenheit für neue Formate vorhanden (z. B. Holi Festival, Songtage, Streetfood-Festival).
- Mit den Promenadenkonzerten wurde speziell für die regionale Blasmusik-Szene ein neues Angebot geschaffen.
- Für den Festplatz kann eine Steigerung der Veranstaltungsfrequenz festgestellt werden (mit ca. 50.000 Besuchen).
- Der See und das dazugehörige Umfeld stellen für Veranstaltungen ein Alleinstellungsmerkmal dar.
- Die Motorworld wird im positiven Sinne als Anker bewertet, der über die Stadtgrenzen hinaus strahlt.
- Für die Zielgruppe der Jugendlichen konnte mit dem Blauen Haus eine neue Plattform geschaffen werden.
- Das Einkaufzentrum ist eine gute Möglichkeit, Kultur Räume zur Zwischennutzung zu überlassen.
- Die multikulturelle Einwohnerschaft Böblingens wird als Chance begriffen – auch für die Gestaltung des kulturellen Lebens.
- Die neue Bahnhofstraße bietet Potenziale als Flaniermeile.
- Positiv bewertet wird zudem, dass ein Prozess zur Kulturentwicklungsplanung angestoßen wurde und der Wille auf Seiten der Akteure vorhanden ist.

Was macht traurig, wenn Sie an die aktuelle Situation von Festen, Events und (Musik-) Veranstaltungen in Böblingen denken?

- Es wird bedauert, dass kein Mut für neue Konzepte und nachhaltige Veranstaltungen vorhanden ist (Stichwort budgetäre Mittel und Genehmigungen).
- Es fehlt an adäquaten bzw. finanzierbaren Veranstaltungsräumen, so gibt es beispielsweise auch für (gut ausgebildete) heimische Künstler und Laien („Dilettantenbühne“) keine Auftrittsmöglichkeiten.
- Der Marktplatz ist „tot“, weil er nicht bespielt werden darf (mit Ausnahme des Stadtfestes), auch für andere Plätze fehlen Genehmigungen bzw. sind die Auflagen zu streng (z.B. Veranstaltungsdauer).
- Der Festplatz ist aufgrund der Unebenheit des Platzes nur beschränkt bespielbar.
- Es gibt keinen zentralen Ansprechpartner für Veranstaltungen bei der Stadt, der z.B. Planungshinweise erteilt.
- Es fehlt an Kooperationsbereitschaft zwischen Kulturschaffenden verschiedener Sparten sowie zwischen den Städten Böblingen und Sindelfingen.

- Die Themen Migration und Integration fehlen in der Kulturarbeit (vgl. Sindelfingen: Straßenfest und Singphonie des Lebens), ebenfalls fehlen Veranstaltungen zur Geschichte und Identität Böblingens.
- Böblingen fehlt es an einer internationalen Ausrichtung bzw. Flair (z.B. fehlende Beschilderung in Fremdsprachen).
- Im Bereich klassische Musik stellen Stuttgart und Tübingen starke Konkurrenten dar.
- Die Resonanz bei Festivals und Konzerten wird aus Sicht der Veranstalter als mangelhaft bewertet.
- Es wird bedauert, dass das Festival Big Sounds eingestellt wird.

Welche Ideen und Wünsche haben Sie, wenn Sie an die aktuelle Situation von Festen, Events und (Musik-) Veranstaltungen in Böblingen denken?

- Es wäre insgesamt erstrebenswert, die Hürden für Kulturveranstalter in Böblingen zu senken, z.B. was sämtliche genehmigungspflichtige Schritte betrifft; ein zentraler Ansprechpartner wird in diesem Zusammenhang gewünscht.
- Die Städte Böblingen und Sindelfingen gründen einen Kulturfonds (1 Euro pro Bürger), aus dem gemeinsame Veranstaltungen finanziert werden.
- Gemeinsame Kulturveranstaltungen der beiden Städte könnten z.B. ein gemeinsames Musikfestival oder eine Lange Nacht der Museen o.ä. sein.
- Darüber hinaus legen die beiden Städte eine App o.ä. auf, über die aktuelle Kulturinformationen von beiden Städten bezogen werden können.
- Der Marktplatz wird als Veranstaltungsort (weil Alleinstellungsmerkmal) genutzt und wetterfest gemacht (z.B. durch eine temporäre Überdachung).
- Anlässlich des Tags der Deutschen Einheit wird ein Umzug mit Kulturprogramm veranstaltet.
- Jazz Time und Pianistenfestival kooperieren und veranstalten gemeinsam an einem Wochenende im Sommer ein Fest.
- Für die anstehende Kulturentwicklungsplanung wünschen sich die Kulturschaffenden einen hohen Grad an Konkretisierung.

4. Ausblick: Handlungsfelder für die Kulturarbeit in der Stadt Böblingen

Die Ergebnisse aus der standardisierten, schriftlichen Bevölkerungsbefragung belegen ein ausgeprägtes Interesse der Bürgerschaft an Kunst und Kultur, das sich häufig in einer Nutzung des Böblinger Kulturangebots niederschlägt und eher seltener zu einer Nutzung außerhalb der Stadtgrenzen führt. Auch die Bewertung des Kulturangebots fällt im Durchschnitt recht positiv aus.
Die Detailauswertung der Ergebnisse und insbesondere die Gruppendiskussionen belegen aber gleichzeitig auch, dass einzelne Bevölkerungsgruppen, allen voran Jugendliche und Migranten, weniger stark am kulturellen Leben partizipieren und eine höhere Unzufriedenheit vorweisen. Weiterhin sehen die Böblinger mit Blick auf einzelne Aspekte, etwa eine zeitgemäße Form der Kulturkommunikation oder den Einsatz von Medien in Ausstellungen, Verbesserungsbedarf. Für die künftige Gestaltung der Kulturarbeit in Böblingen liefert die Bevölkerungsbefragung somit einschlägige Indizien für Handlungsfelder, die im Rahmen der Kulturentwicklungsplanung im Sinne konkreter Maßnahmen einer Entscheidungsfindung zugeführt werden sollten. Diese Handlungsfelder werden im Folgenden abschließend zusammengefasst.

Jugendliche und Migranten als Kulturnutzer und -macher

Die standardisierte, schriftliche Befragung hat eine überdurchschnittliche Unzufriedenheit der Jugendlichen mit dem Kulturangebot in Böblingen ergeben, die sich in einer vergleichsweise geringen Nutzung niederschlägt. Ähnliches konnte auch für die Zielgruppe der Migranten durch die Gruppendiskussion festgestellt werden. Schlussfolgernd gilt es, diese beiden Bevölkerungsgruppen in den Blick zu nehmen – sowohl als Kulturrezipienten als auch in ihrer Rolle als Kulturproduzenten, denn Migranten sind mit ihren Vereinen selbst Kulturträger (vgl. Idee „Lange Nacht der Kulturen“ oder „Tag der offenen Tür“) und auch die Gruppe der Jugendlichen engagiert sich kulturell (vgl. exemplarisch die Arbeit in den Jugendhäusern).
Als Kulturrezipienten fordern beide Zielgruppen verstärkt Angebote ein, die ihrer Lebenswirklichkeit und ihrer Identität gerecht werden. Sei das in Form von Festen, Events und Veranstaltungen (im öffentlichen Raum) oder mit Blick auf die Ausstellungsgestaltung in den städtischen Museen der Stadt Böblingen. Auch zielgruppenspezifische Kommunikationskanäle (z.B. Social Media als zentrale Informationsplattformen von Jugendlichen oder Vereine als Multiplikatoren für Migranten) sind gefordert, um diese Bevölkerungsgruppen auf das Böblinger Kulturangebot aufmerksam zu machen.

Räume für Kultur – Kultur im öffentlichen Raum

Vertreter aller Zielgruppen wiesen in den Gesprächsrunden wiederholt auf das Fehlen von Räumen und Orten hin, die als Treffpunkte, Veranstaltungsorte oder offene Räume des Dialogs fungieren könnten (vgl. Idee Haus der Vereine). Auch die Kulturschaffenden sehen hier Handlungsbedarf, da bspw. Räume für den Museums- bzw. Ausstellungsbedarf fehlen, ebenso wie bezahlbare Veranstaltungsräume z.B. für kleinere bis mittelgroße Konzerte. Angesichts des Mangels an adäquaten Räumen für (neue) Kulturangebote, rückte auch das Thema der Leerstands- und Zwischennutzung auf die Agenda.
Zielgruppenübergreifend wurde außerdem der Wunsch artikuliert, öffentliche Plätze im Stadtraum mit Kultur(-veranstaltungen) zu beleben und attraktiver zu gestalten bzw. die Attraktivität vorhandener Plätze stärker für Kulturangebote zu nutzen. Großes Unverständnis wurde mit Blick auf die Auflagen und den umfangreichen Genehmigungsbedarf von öffentlichen Plätzen bzw. die Nicht-Nutzung für kulturelle Veranstaltungen geäußert – hier stehen insbesondere der See und der Marktplatz im Fokus. Von einer Belebung des Marktplatzes könnten u.a. die umliegenden Museen profitieren, so die Einschätzung.

Attraktivität der städtischen Museen

Den Museen der Stadt Böblingen wurde aufgrund der vorangegangen Diskussion in der Befragung eine gesonderte Rolle eingeräumt. So konnten dezidiert Verbesserungsvorschläge von Bürgern, aber auch Museumsexperten ermittelt werden. Aus Besuchersicht besteht v.a. der Wunsch nach mehr wechselnden Ausstellungen, einer zeitgemäßen Ausstellungsgestaltung sowie Inhalten im Fokus, die nicht zuletzt auch eine Anbindung an die Lebenswirklichkeit von Zielgruppen wie Migranten erlauben. Weitere Wünsche aus Museumssicht betreffen das Fehlen zeitgemäßer Kommunikations- und Vermittlungsinstrumente, den Raumbedarf, die mangelhafte Sichtbarkeit der Museen im Stadtraum sowie grundsätzlich die Budget- und Personalsituation. Diese Aufgaben stellen sich v.a. im Hinblick auf das Kulturpublikum von morgen und die künftige Attraktivität der Museen. So hat zwar die standardisierte, schriftliche Befragung gezeigt, dass die Museen grundsätzlich über eine hohe Bekanntheit in der Bevölkerung verfügen, dies allerdings nicht für alle Bevölkerungsgruppen gilt (vgl. z.B. Gruppendiskussion mit Jugendlichen).

Zeitgemäße Kulturkommunikation

Nutzer der Böblinger Kulturangebote greifen durchaus auf klassische Informationsmedien wie z.B. die Tagespresse zurück, um sich über Kultur zu informieren. Allerdings hat auch eine Mehrheit der Befragten angegeben, dass Verbesserungsbedarf besteht (z.B. Wunsch nach gebündelten Informationen) und die Gruppe der Nicht-Nutzer nannte teilweise das Fehlen von Informationen als Nutzungsbarriere. V.a. die Gruppendiskussionen mit Jugendlichen und Migranten haben gezeigt, dass deren Kommunikationskänale bisher nicht bedient werden und stattdessen von städtischer Seite mit dem Amtsblatt ein Informationsmedium ausgebracht wird, das von diesen Zielgruppen keine Aufmerksamkeit erfährt. Als Herausforderung stellt sich in diesem Zusammenhang für die Zukunft auch die Nutzung von digitalen Kommunikationskanälen, insbesondere von Social Media, seitens der Kulturanbieter.

Koordination und Kooperation in der Kulturarbeit

Die letzte Gruppendiskussion hat durchgängig durch die verschiedenen Themenfelder auch die Rolle der Stadtverwaltung sowie das Thema Kooperation zur Sprache gebracht. Ein Mangel an Kooperationsbereitschaft wurde dabei konstatiert – zwischen den Kulturakteuren, aber beispielsweise auch städteübergreifend zwischen Böblingen und Sindelfingen. Gemeinsame Veranstaltungen könnten künftig auf den Weg gebracht werden, ein Kulturstammtisch eingerichtet werden etc. (vgl. Protokolle aus den World Café-Gruppen). Für die Zukunft besteht außerdem der Wunsch einer stärker unterstützenden, koordinierenden Rolle der Stadtverwaltung (z.B. bei Genehmigungsverfahren). Mit Blick auf die anstehende Kulturentwicklungsplanung wurde zudem ein möglichst hoher Grad an Konkretisierung eingefordert.

5. Anhang

5.1 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Wohnort der Befragten
Abb. 2: Wie lange wohnen Sie schon in Böblingen?
Abb. 3: Ihr Alter?
Abb. 4: Ihr Geschlecht?
Abb. 5: Höchster (angestrebter) Bildungsabschluss der Befragten
Abb. 6: Haben Sie schulpflichtige Kinder?
Abb. 7: Anzahl der schulpflichtigen Kinder
Abb. 8: Haben Sie einen Migrationshintergrund/Migrationserfahrung?
Abb. 9: Allgemeines Interesse der Befragten an Kunst und Kultur
Abb. 10: Allgemeines Interesse der Befragten an Kunst und Kultur nach Altersgruppen differenziert
Abb. 11: Allgemeines Interesse der Befragten an Kunst und Kultur nach Geschlecht differenziert
Abb. 12: Allgemeines Interesse der Befragten an Kunst und Kultur nach höchstem Schulabschluss differenziert
Abb. 13a: Nutzungshäufigkeit der Kulturangebote in Böblingen
Abb. 13b: Nutzungshäufigkeit der Kulturangebote außerhalb von Böblingen
Abb. 14: Nutzung von Kulturangeboten außerhalb von Böblingen nach Altersgruppen differenziert
Abb. 15a: Nutzungshäufigkeit der Kulturangebote in Böblingen nach höchstem Schulabschluss differenziert
Abb. 15b: Nutzungshäufigkeit der Kulturangebote außerhalb von Böblingen nach höchstem Schulabschluss differenziert
Abb. 16a: Nutzung der Kulturangebote in Böblingen nach allgemeinem Kulturinteresse der Befragten differenziert
Abb. 16b: Nutzung der Kulturangebote außerhalb von Böblingen nach allgemeinem Kulturinteresse der Befragten differenziert
Abb. 17: Falls Sie Kulturangebote außerhalb von Böblingen nutzen, wo nutzen Sie diese in der Regel?
Abb. 18: Besonders wichtige Aspekte bei der Kulturnutzung
Abb. 19: Wichtige Aspekte bei der Kulturnutzung nach Altersgruppen differenziert
Abb. 20: Wichtige Aspekte bei der Kulturnutzung nach allgemeinem Kulturinteresse differenziert
Abb. 21: Wie informieren Sie sich in der Regel über Kulturangebote in Böblingen?
Abb. 22: Informationskanäle zu Böblinger Kulturangeboten nach Alter differenziert
Abb. 23: Fehlt Ihnen etwas bei den Informationen über Kulturangebote in Böblingen?
Abb. 24: Fehlende Aspekte bei der Information über Böblinger Kulturangebote nach Alter differenziert
Abb. 25a: Bekanntheit der Museen unter den Befragten (Gesamtergebnis)
Abb. 25b: Bekanntheit der Museen unter den Befragten (Stichprobenbefragung)
Abb. 25c: Bekanntheit der Museen unter den Befragten (öffentlich zugängliche Befragung)
Abb. 26a: Bekanntheit des Deutschen Bauernkriegsmuseums nach allgemeinem Kulturinteresse der Befragten differenziert
Abb. 26b: Bekanntheit des Deutschen Fleischermuseums nach allgemeinem Kulturinteresse der Befragten differenziert
Abb. 26c: Bekanntheit der Städtischen Galerie Böblingen nach allgemeinem Kulturinteresse der Befragten differenziert
Abb. 27: Bekanntheit des Fleischermuseums nach Kulturnutzungsaspekten differenziert

Abb. 28a: Bekanntheit der Musik- und Theaterangebote unter den Befragten (Gesamtergebnis)
Abb. 28b: Bekanntheit der Musik- und Theaterangebote unter den Befragten (Stichprobenbefragung)
Abb. 28c: Bekanntheit der Musik- und Theaterangebote unter den Befragten (öffentlich zugängliche Befragung)
Abb. 29a: Bekanntheit der Bildungs- und Jugendeinrichtungen unter den Befragten (Gesamtergebnis)
Abb. 29b: Bekanntheit der Bildungs- und Jugendeinrichtungen unter den Befragten (Stichprobenbefragung)
Abb. 29c: Bekanntheit der Bildungs- und Jugendeinrichtungen unter den Befragten (öffentlich zugängliche Befragung)
Abb. 30a: Bekanntheit weiterer Böblinger Kulturangebote unter den Befragten (Gesamtergebnis)
Abb. 30b: Bekanntheit weiterer Böblinger Kulturangebote unter den Befragten (Stichprobenbefragung)
Abb. 30c: Bekanntheit weiterer Böblinger Kulturangebote unter den Befragten (öffentlich zugängliche Befragung)
Abb. 31: Gesamtzufriedenheit der Befragten mit dem Böblinger Kulturangebot
Abb. 32: Gesamturteil zum Böblinger Kulturangebot nach Altersgruppen differenziert
Abb. 33: Gesamtzufriedenheit mit dem Kulturangebot in Böblingen nach höchstem Schulabschluss differenziert
Abb. 34a: Welches Bild haben Sie persönlich vom Kulturangebot in Böblingen? (Gesamtbefragung)
Abb. 34b: Welches Bild haben Sie persönlich vom Kulturangebot in Böblingen? (Stichprobenbefragung)
Abb. 34c: Welches Bild haben Sie persönlich vom Kulturangebot in Böblingen? (öffentlich zugängliche Befragung)
Abb. 34d: Welches Bild haben Sie persönlich vom Kulturangebot in Böblingen? (Straßenbefragung)
Abb. 35a: Zufriedenheit der Befragten mit den Böblinger Museen (Gesamtergebnis)
Abb. 35b: Zufriedenheit der Befragten mit den Böblinger Museen (Gesamtergebnis; ohne Enthaltungen)
Abb. 35c: Zufriedenheit der Befragten mit den Böblinger Museen (Stichprobenbefragung)
Abb. 35d: Zufriedenheit der Befragten mit den Böblinger Museen (öffentlich zugängliche Befragung)
Abb. 36a: Zufriedenheit mit dem Deutschen Bauernkriegsmuseum nach Alter differenziert
Abb. 36b: Zufriedenheit mit dem Deutschen Fleischermuseum nach Alter differenziert
Abb. 36c: Zufriedenheit mit der Städtischen Galerie nach Alter differenziert
Abb. 37: Wie könnten sich die Böblinger Museen noch verbessern?
Abb. 38: Verbesserungsvorschläge für die Böblinger Museen nach allgemeinem Kulturinteresse der Befragten differenziert
Abb. 39a: Barrieren der Kulturnutzung in Böblingen (Gesamtergebnis)
Abb. 39b: Barrieren der Kulturnutzung in Böblingen (Stichprobe)
Abb. 39c: Barrieren der Kulturnutzung in Böblingen (offen zugängliche Befragung)
Abb. 39d: Barrieren der Kulturnutzung in Böblingen (Straßenbefragung)
Abb. 40: In welchen der folgenden Kulturbereiche wünschen Sie sich mehr oder andere Angebote in Böblingen?
Abb. 41: Wunsch nach mehr oder anderen Kulturangeboten nach Alter der Befragten differenziert
Abb. 42: Wunsch nach mehr oder anderen Kulturangeboten nach Kulturinteresse differenziert
Abb. 43: Für welche der folgenden Zielgruppen wünschen Sie sich mehr oder andere Angebote in Böblingen?
Abb. 44: Was sollte Ihrer Meinung nach unternommen werden, damit sich Böblingen kulturell weiterentwickeln kann?
Abb. 45: Wünsche zur kulturellen Weiterentwicklung nach Altersgruppen differenziert
Abb. 46: Zentrale Ergebnisse aus der Fragebogen-Erhebung für die Gruppendiskussionen

Tabellenverzeichnis

Tab. 1a: Entfernung des Wohnorts außerhalb Böblingens
Tab. 1b: Anderer Wohnort außerhalb Böblingens
Tab. 2: Sonstige Orte der Kulturnutzung außerhalb von Böblingen
Tab. 3: Sonstige allgemein wichtige Aspekte bei der Kulturnutzung
Tab. 4a: Andere genutzte Internetseiten zur Information über Kulturangebote
Tab. 4b: Sonstige genutzte Informationsquellen zu Kulturangeboten
Tab. 5: Sonstiger Verbesserungsbedarf zu Informationen über Kulturangebote in Böblingen
Tab. 6: Empfehlungen von Böblinger Kultureinrichtungen oder -veranstaltungen
Tab. 6a: Empfehlungen von Böblinger Kultureinrichtungen oder -veranstaltungen (nur Stichprobe)
Tab. 7: Weitere Museen und Galerien in Böblingen
Tab. 8: Weitere Musik-/Theaterangebote
Tab. 9: Weitere Bildungs-/Jugendeinrichtungen
Tab. 10a: Angebote der kulturtreibenden Vereine
Tab. 10b: Weitere Kulturangebote
Tab. 11a: Weitere Verbesserungsvorschläge und Wünsche zu den Böblinger Museen
Tab. 11b: Wortwörtliche Nennungen zu Verbesserungsvorschlägen und Wünschen zu den Böblinger Museen (Stichprobenbefragung)
Tab. 11c: Wortwörtliche Nennungen zu Verbesserungsvorschlägen und Wünschen zu den Böblinger Museen (öffentlich zugängliche Befragung)
Tab. 12: Weitere Kulturnutzungsbarrieren
Tab. 13: Anmerkungen und Wünsche zu Böblinger Angeboten in bestimmten Kulturbereichen
Tab. 14: Anmerkungen und Wünsche zu Böblinger Angeboten nach Zielgruppen
Tab. 15: Weitere Anmerkungen und Wünsche zur Weiterentwicklung des Böblinger Kulturangebots
Tab. 16: Zusätzliche Anregungen oder Wünsche zum Kulturangebot in Böblingen

5.2 Fragebögen

Screenshot des Online-Fragebogens (öffentlich zugängliche Befragung):

Stadt Böblingen

Raum für Taten und Talente

Ihre Meinung ist gefragt!
Bevölkerungsbefragung zu Kultur in Böblingen

Liebe Bürgerinnen und Bürger,

die Stadt möchte mit dieser Befragung Ihre Meinung zu den Kulturangeboten kennenlernen.
Mit Ihrer persönlichen Meinung tragen Sie zur bürgernahen Gestaltung des kulturellen Lebens in Böblingen bei.

Ihre Angaben werden selbstverständlich anonym behandelt.
Das Ausfüllen des Fragebogens dauert etwa 10 Minuten.

Bitte füllen Sie den Fragebogen nur einmal aus.
Die Befragung läuft bis zum 8. Mai 2016.

Vielen Dank!

1. Sind Sie allgemein interessiert an Kunst und Kultur?

(z.B. an Museen, Konzerten, Theater, Kleinkunst, Bibliothek, Lesungen, Kino, Festen, Festivals, Interkultur, Vorträgen)

- ○ großes Interesse
- ○ etwas Interesse
- ○ geringeres Interesse
- ○ kein Interesse

2. Wie häufig nutzen Sie in etwa Kulturangebote in Böblingen?

(z.B. Museen, Konzerte, Theater, Kleinkunst, Bibliothek, Lesungen, Kino, Feste, Festivals, Interkultur, Vorträge)

- ○ nie
- ○ selten
- ○ einmal pro Jahr
- ○ alle paar Monate
- ○ einmal pro Monat
- ○ mehrmals pro Monat
- ○ mind. einmal pro Woche

3. ...außerhalb von Böblingen?

- ○ nie
- ○ selten
- ○ einmal pro Jahr
- ○ alle paar Monate
- ○ einmal pro Monat
- ○ mehrmals pro Monat
- ○ mind. einmal pro Woche

4. Wo nutzen Sie Kulturangebote außerhalb von Böblingen in der Regel?

(Mehrfachnennungen möglich)

- ☐ Sindelfingen
- ☐ Stuttgart
- ☐ Tübingen
- ☐ Herrenberg
- ☐ Leonberg
- ☐ sonstige Orte: _____

5. Stellen Sie sich vor, Sie hätten auswärtigen Besuch. Gibt es drei Kultureinrichtungen oder -veranstaltungen, die Sie besonders für Böblingen empfehlen würden?
Falls ja, bitte notieren Sie diese.

1.	
2.	
3.	

6. Welche dieser Museen und Galerien in Böblingen kennen Sie?

	unbekannt	bekannt, (noch) nicht besucht	einmal besucht	mehrmals besucht
Deutsches Bauernkriegsmuseum, Zehntscheuer	○	○	○	○
Deutsches Fleischermuseum, Marktplatz	○	○	○	○
Städtische Galerie Böblingen, Zehntscheuer	○	○	○	○
Böblinger Kunstverein, Schlossberg	○	○	○	○
Lange Nacht der Museen	○	○	○	○

Sonstige Museen und Galerien:

Zu den Böblinger Museen interessiert uns Ihre vertiefte Meinung – beantworten Sie bitte daher noch folgende Fragen:

7. Wie zufrieden sind Sie mit den Ihnen bekannten Museen?

	sehr zufrieden	eher zufrieden	teils-teils	eher unzufrieden	un-zufrieden	nicht besucht/ keine Meinung
Deutsches Bauernkriegsmuseum	○	○	○	○	○	○
Deutsches Fleischermuseum	○	○	○	○	○	○
Städtische Galerie Böblingen	○	○	○	○	○	○

8. Wie könnten sich die Böblinger Museen noch verbessern?

(Mehrfachnennungen möglich)

- ☐ mehr wechselnde Ausstellungen (wie z.B. „100 Jahre Flugplatz Böblingen")
- ☐ attraktives Rahmenprogramm (z.B. Themenveranstaltungen, Museumsfeste)
- ☐ mehr/andere Vermittlungsangebote (z.B. Führungen, Workshops)
- ☐ moderne Gestaltung der Dauerausstellungen (z.B. mit interaktiven Elementen)
- ☐ andere Räumlichkeiten (z.B. Trennung von Bauernkriegsmuseum und Städtischer Galerie)
- ☐ bessere Bewerbung der Angebote (z.B. durch Plakate, Flyer, Website)
- ☐ sonstiges:
- ☐ sehe keinen Verbesserungsbedarf

9. Haben Sie weitere Wünsche/Vorschläge zu den Museen?

10. Welche dieser Kulturangebote in Böblingen kennen Sie?

Musik-/Theaterangebote:

	unbekannt	bekannt, (noch) nicht besucht	einmal besucht	mehrmals besucht
BIG SOUNDS	○	○	○	○
Internationales Pianistenfestival	○	○	○	○
JazzTime	○	○	○	○
Kinder- und Jugendtheater der Kunstschule Böblingen	○	○	○	○
Sommer am See Böblingen	○	○	○	○
Lakeside Open Air	○	○	○	○
Blaues Haus	○	○	○	○
Altes Amtsgericht/Die Kultourmacher	○	○	○	○

Sonstige Musik-/ Theaterangebote:	

11. Bildungs-/Jugendeinrichtungen:

	unbekannt	bekannt, (noch) nicht besucht	einmal besucht	mehrmals besucht
Stadtbibliothek Böblingen	○	○	○	○
Musik- und Kunstschule Böblingen	○	○	○	○
Volkshochschule Böblingen-Sindelfingen	○	○	○	○
Stadtarchiv Böblingen	○	○	○	○
casa nostra Zentrum für Jugendkultur	○	○	○	○
Club Forum Böblingen/Evangelisches Jugendwerk	○	○	○	○

Sonstige Bildungs-/ Jugendeinrichtungen:	

12. Weitere Böblinger Kulturangebote:

	unbekannt	bekannt, (noch) nicht besucht	einmal besucht	mehrmals besucht
Kongresshalle	○	○	○	○
Kino Böblingen (Filmzentrum Bären/ Metropol am Postplatz)	○	○	○	○
Veranstaltungen in der Motorworld	○	○	○	○

Angebote der kulturtreibenden Vereine (z.B. Chöre, Interkultur, Brauchtum): _____

Sonstige Kulturangebote: _____

13. Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Kulturangebot in Böblingen?

- ○ sehr zufrieden
- ○ eher zufrieden
- ○ teils-teils
- ○ eher unzufrieden
- ○ unzufrieden

14. Welche dieser Aspekte sind Ihnen persönlich besonders wichtig, wenn Sie allgemein Kulturangebote nutzen?

Bitte wählen Sie max. 4 Antworten.

- ☐ mich vom Alltag erholen / mich ablenken
- ☐ Kindern oder Enkeln etwas zeigen / etwas weitergeben können
- ☐ Highlights und Events / etwas Besonderes erleben, was es sonst nicht gibt
- ☐ mich weiterbilden / etwas lernen
- ☐ mich mit meinem Wohnort identifizieren / mehr über meinen Wohnort erfahren
- ☐ mich mit Kulturinteressierten austauschen / sehen und gesehen werden
- ☐ Spaß / Unterhaltung
- ☐ zum Nachdenken angeregt werden / mich mit neuen Themen auseinandersetzen
- ☐ mich wohlfühlen / eine angenehme Atmosphäre erleben
- ☐ gemeinsam etwas unternehmen / unter Leute gehen
- ☐ andere Aspekte: _____

15. Welche Gründe hindern Sie an der (häufigeren) Nutzung von Kulturangeboten in Böblingen?

	trifft voll zu	trifft eher zu	teils-teils	trifft weniger zu	trifft nicht zu	weiß nicht
mir fehlen interessante Kulturangebote in Böblingen / wünsche andere Inhalte	○	○	○	○	○	○
Kulturangebote interessieren mich nicht / bevorzuge andere Freizeitaktivitäten	○	○	○	○	○	○
wünsche mir Angebote in anderen Sprachen / aus anderen Kulturkreisen	○	○	○	○	○	○
fühle mich im Kulturumfeld nicht wohl / habe schlechte Erfahrungen	○	○	○	○	○	○
es gibt nicht genug Informationen / bekomme von Angeboten nichts mit	○	○	○	○	○	○
habe zu wenig Freizeit	○	○	○	○	○	○
Kulturveranstaltungen sind mir zu teuer	○	○	○	○	○	○
habe niemanden, der mit zu Veranstaltungen geht	○	○	○	○	○	○
Veranstaltungsorte nicht barrierefrei / bin nicht mobil / schlechte Verkehrsanbindung	○	○	○	○	○	○
Anfangszeiten der Veranstaltungen sind für mich unpassend	○	○	○	○	○	○
nutze lieber Kulturangebote in anderen Städten	○	○	○	○	○	○

sonstige Gründe:	

16. Wie informieren Sie sich in der Regel über Kulturangebote in Böblingen?
(Mehrfachnennungen möglich)

- ☐ Internetseite der Stadt www.boeblingen.de
- ☐ andere Internetseiten, nämlich: _____
- ☐ soziale Netzwerke (Facebook, Twitter etc.)
- ☐ Zeitungen/Zeitschriften
- ☐ Radio/Fernsehen
- ☐ Plakate
- ☐ Faltblätter/Broschüren/Programmhefte
- ☐ persönliche Empfehlungen
- ☐ sonstiges: _____

17. Fehlt Ihnen etwas bei den Informationen über Kultur in Böblingen?
(Mehrfachnennungen möglich)

- ☐ gebündelte Informationen zu verschiedenen Veranstaltungen
- ☐ aktuellere Informationen
- ☐ ansprechendere Gestaltung
- ☐ ansprechendere Texte
- ☐ Informationen im Internet
- ☐ andere Informationskanäle, nämlich: _____
- ☐ sonstiges: _____
- ☐ nein, kein Verbesserungsbedarf

18. Welches Bild haben Sie persönlich vom Kulturangebot in Böblingen?

interessant	○	○	○	○	○	**langweilig**
unterhaltsam	○	○	○	○	○	**anstrengend**
abwechslungsreich	○	○	○	○	○	**eintönig**
modern	○	○	○	○	○	**altmodisch**
besonders	○	○	○	○	○	**gewöhnlich**
anspruchsvoll	○	○	○	○	○	**anspruchslos**
angenehme Atmosphäre	○	○	○	○	○	**unangenehme Atmosphäre**
für alle geeignet	○	○	○	○	○	**elitär**
preiswert	○	○	○	○	○	**teuer**

19. In welchen der folgenden Kulturbereiche wünschen Sie sich mehr oder andere Angebote in Böblingen?

(Mehrfachnennungen möglich)

- ☐ Museen/Galerien/Ausstellungen
- ☐ Pop-/Rock-/HipHop-/Elektrokonzerte
- ☐ Klassik/Oper/Orchester
- ☐ Theater
- ☐ Kabarett/Comedy/Kleinkunst
- ☐ Tanz/Ballett
- ☐ Film/Kino
- ☐ Literatur/Bibliotheken/Archive
- ☐ Bildungsangebote (z.B. Vorträge, Führungen, Volkshochschule, Musik- und Kunstschule)
- ☐ internationale und interkulturelle Angebote
- ☐ Feste/Festivals
- ☐ weitere:
- ☐ keine, es gibt ausreichend Angebote/kein Bedarf

20. Haben Sie Anmerkungen hierzu? Gibt es bestimmte Angebote, die Sie sich wünschen?

21. Für welche der folgenden Zielgruppen wünschen Sie sich mehr oder andere Angebote in Böblingen?

(Mehrfachnennungen möglich)

- ☐ Kinder
- ☐ Jugendliche
- ☐ Familien
- ☐ Singles/Erwachsene ohne Kinder
- ☐ Seniorinnen/Senioren
- ☐ Personen mit einfachem und mittlerem Schulabschluss
- ☐ Personen mit höherem Schulabschluss/Akademiker/innen
- ☐ Migrantinnen/Migranten
- ☐ Touristinnen/Touristen
- ☐ weitere:
- ☐ keine, es gibt ausreichend Angebote/kein Bedarf

22. Haben Sie Anmerkungen hierzu? Gibt es bestimmte Angebote, die Sie sich wünschen?

23. Was sollte Ihrer Meinung nach unternommen werden, damit sich Böblingen kulturell weiterentwickeln kann?

(Mehrfachnennungen möglich)

Innenstadt/Stadtteile beleben:

- ☐ kulturelle Veranstaltungen in der **Innenstadt**
- ☐ kulturelle Veranstaltungen in **Stadtteilen**
- ☐ künstlerische **Gestaltung öffentlicher Plätze** (z.B. Kunst im öffentlichen Raum, Skulpturen, Kunst am Bau, Kunstprojekte)

Kooperationen: gemeinsame Angebote/Veranstaltungen

- ☐ ...der **verschiedenen Böblinger Kultureinrichtungen** (z.B. gemeinsame Ausstellungen, Konzertreihen, Feste)
- ☐ ...mit **umliegenden Städten**

Lokalkultur/Vermittlung/andere Angebote:

- ☐ Unterstützung von **lokalen Kulturschaffenden/Laienkultur** (z.B. Vereine, Laienspielgruppen)
- ☐ Förderung der **Kulturvermittlung/kulturellen Bildung** (z.B. Zusammenarbeit mit Schulen, kulturpädagogische Programme für Kinder und Erwachsene)
- ☐ mehr **Highlights/Events**
- ☐ **andere Inhalte/Einrichtungen**, z.B.:
- ☐ anderes:
- ☐ nichts davon
- ☐ kann ich nicht beurteilen

24. Hier ist Platz für zusätzliche Anregungen oder Wünsche zum Kulturangebot in Böblingen:

25. Ihr Alter?

[ ] Jahre

26. Ihr Geschlecht?

- ◯ weiblich
- ◯ männlich

27. Ihr höchster Schulabschluss?

(Bei Schülern/Studierenden: angestrebter Abschluss)

- ◯ kein Abschluss
- ◯ Hauptschule
- ◯ Realschule/Mittlere Reife
- ◯ (Fach-)Hochschulreife/Abitur
- ◯ Hochschulstudium

28. Haben Sie schulpflichtige Kinder?

- ◯ ja, Anzahl: [ ]
- ◯ nein

29. Ihr Wohnort?

- ◯ Böblingen
- ◯ anderer Ort, nämlich: [ ] PLZ

30. Falls Sie in Böblingen wohnen, wie lange schon?

[ ] Jahre

31. Haben Sie einen Migrationshintergrund/Migrationserfahrung?

- ◯ ja
- ◯ nein

Letzte Seite

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Wir möchten uns ganz herzlich für Ihre Mithilfe bedanken.

Ihre Antworten wurden gespeichert, Sie können das Browser-Fenster nun schließen.

Fragebogen der Straßenbefragung:

Stadt Böblingen
Raum für Taten und Talente

Ihre Meinung ist gefragt!
Bevölkerungsbefragung zu Kultur in Böblingen

Liebe Bürgerinnen und Bürger,

die Stadt möchte mit dieser Befragung Ihre Meinung zu den Kulturangeboten kennenlernen. Mit Ihrer persönlichen Meinung tragen Sie zur bürgernahen Gestaltung des kulturellen Lebens in Böblingen bei.

Ihre Angaben werden selbstverständlich anonym behandelt.

Vielen Dank!

1. Sind Sie allgemein interessiert an Kunst und Kultur?
(Zum Beispiel an Museen, Konzerten, Theater, Kleinkunst, Bibliothek, Lesungen, Kino, Festen, Festivals, Interkultur, Vorträgen)

❍ großes Interesse ❍ etwas Interesse ❍ geringeres Interesse ❍ kein Interesse

*falls Sie **kein Interesse** an Kultur haben: bitte gleich weiter mit **Fragebogen-Seite 3***

2. Wie häufig nutzen Sie in etwa Kulturangebote

a) …in Böblingen?

❍ nie *(→ weiter mit **Fragebogen-Seite 3**)*
❍ selten *(→ weiter mit **Fragebogen-Seite 3**)*
❍ einmal pro Jahr
❍ alle paar Monate
❍ einmal pro Monat
❍ mehrmals pro Monat
❍ mind. einmal pro Woche

b) …außerhalb von Böblingen

❍ nie
❍ selten
❍ einmal pro Jahr
❍ alle paar Monate
❍ einmal pro Monat
❍ mehrmals pro Monat
❍ mind. einmal pro Woche

3. Falls Sie Kulturangebote <u>außerhalb von Böblingen</u> nutzen, wo nutzen Sie diese in der Regel?
(Mehrfachnennungen möglich)

❍ Sindelfingen ❍ Stuttgart ❍ Tübingen ❍ Herrenberg ❍ Leonberg

❍ sonstiges: ✍ _____

4. Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Kulturangebot in Böblingen?

❍ sehr zufrieden ❍ eher zufrieden ❍ teils-teils ❍ eher unzufrieden ❍ unzufrieden

5. Fehlt Ihnen etwas bei den Informationen über Kulturangebote in Böblingen?
(Mehrfachnennungen möglich)

❍ gebündelte Informationen zu verschiedenen Veranstaltungen
❍ aktuellere Informationen
❍ ansprechendere Gestaltung
❍ ansprechendere Texte
❍ Informationen im Internet
❍ andere Informationskanäle, nämlich:
✍ _____
❍ sonstiges:
✍ _____
❍ nein, kein Verbesserungsbedarf

Ab hier sind die Fragen wieder für alle Befragten:

6. Welche Gründe hindern Sie an der (häufigeren) Nutzung von Kulturangeboten in Böblingen?

	trifft voll zu	**trifft e-her zu**	**teils-teils**	**trifft weni-ger zu**	**trifft nicht zu**	**weiß nicht**
	+++	**++**	**+-**	**--**	**---**	
mir fehlen interessante Kulturangebote in Böblingen / wünsche andere Inhalte	❍	❍	❍	❍	❍	❍
Kulturangebote interessieren mich nicht / bevorzuge andere Freizeitaktivitäten	❍	❍	❍	❍	❍	❍
wünsche Angebote in anderen Sprachen / aus anderen Kulturkreisen	❍	❍	❍	❍	❍	❍
fühle mich im kulturellen Umfeld nicht wohl / habe schlechte Erfahrungen	❍	❍	❍	❍	❍	❍
es gibt nicht genug Informationen / bekomme von Kulturangeboten nichts mit	❍	❍	❍	❍	❍	❍
habe zu wenig Freizeit	❍	❍	❍	❍	❍	❍
Kulturveranstaltungen sind mir zu teuer	❍	❍	❍	❍	❍	❍
habe niemanden, der mit mir zu Kulturver-anstaltungen geht	❍	❍	❍	❍	❍	❍
Veranstaltungsorte nicht barrierefrei / bin nicht mobil / schlechte Verkehrsanbindung	❍	❍	❍	❍	❍	❍
Anfangszeiten der Kulturveranstaltungen sind für mich unpassend	❍	❍	❍	❍	❍	❍
nutze lieber Kulturangebote in anderen Städten	❍	❍	❍	❍	❍	❍
sonstige Gründe:	✍					

7. Welches Bild haben Sie persönlich vom Kulturangebot in Böblingen?

Je ‚interessanter' Sie z.B. das Angebot finden, desto weiter machen Sie das Kreuz links – je ‚langweiliger', desto weiter rechts.

Interessant	❍ ❍ ❍ ❍ ❍	**langweilig**
Unterhaltsam	❍ ❍ ❍ ❍ ❍	**anstrengend**
abwechslungsreich	❍ ❍ ❍ ❍ ❍	**eintönig**
modern	❍ ❍ ❍ ❍ ❍	**altmodisch**
Besonders	❍ ❍ ❍ ❍ ❍	**gewöhnlich**
anspruchsvoll	❍ ❍ ❍ ❍ ❍	**anspruchslos**
angenehme Atmosphäre	❍ ❍ ❍ ❍ ❍	**unangenehme Atmosphäre**
für alle geeignet	❍ ❍ ❍ ❍ ❍	**elitär**
Preiswert	❍ ❍ ❍ ❍ ❍	**teuer**

8.a) In welchen der folgenden Kulturbereiche wünschen Sie sich mehr oder andere Angebote in Böblingen? (Mehrfachnennungen möglich)

- ❍ Museen/Galerien/Ausstellungen
- ❍ Pop-/Rock-/HipHop-/Elektrokonzerte
- ❍ Klassik/Oper/Orchester
- ❍ Theater
- ❍ Kabarett/Comedy/Kleinkunst
- ❍ Tanz/Ballett
- ❍ Film/Kino
- ❍ Literatur/Bibliotheken/Archive
- ❍ Bildungsangebote (z.B. Vorträge, Führungen, Volkshochschule, Musik- und Kunstschule)
- ❍ internationale und interkulturelle Angebote
- ❍ Feste/Festivals
- ❍ weitere: ✍ _____
- ❍ keine, es gibt ausreichend Angebote/kein Bedarf

8.b) Haben Sie Anmerkungen hierzu? Gibt es bestimmte Angebote, die Sie sich wünschen?

✍ _____

_____

_____

9.a) Für welche der folgenden Zielgruppen wünschen Sie sich mehr oder andere Angebote in Böblingen? (Mehrfachnennungen möglich)

- ❍ Kinder
- ❍ Jugendliche
- ❍ Familien
- ❍ Singles/Erwachsene ohne Kinder
- ❍ Seniorinnen/Senioren
- ❍ Personen mit einfachem und mittlerem Schulabschluss
- ❍ Personen mit höherem Schulabschluss/Akademiker/innen
- ❍ Migrantinnen/Migranten
- ❍ Touristinnen/Touristen
- ❍ weitere: ✍ _____
- ❍ keine, es gibt ausreichend Angebote/kein Bedarf

9.b) Haben Sie Anmerkungen hierzu? Gibt es bestimmte Angebote, die Sie sich wünschen?

✍_____

_____

_____

_____

10. Was sollte Ihrer Meinung nach unternommen werden, damit sich Böblingen kulturell weiterentwickeln kann? (Mehrfachnennungen möglich)

Innenstadt/Stadtteile beleben:

- ❍ kulturelle Veranstaltungen in der Innenstadt
- ❍ kulturelle Veranstaltungen in Stadtteilen
- ❍ künstlerische Gestaltung öffentlicher Plätze (z.B. Kunst im öffentlichen Raum, Skulpturen, Kunst am Bau, Kunstprojekte)

Kooperationen: gemeinsame Angebote/Veranstaltungen

- ❍ …der verschiedenen Böblinger Kultureinrichtungen (z.B. gemeinsame Ausstellungen, Konzertreihen, Feste)
- ❍ …mit umliegenden Städten

Lokalkultur/Vermittlung/andere Angebote:

- ❍ Unterstützung von lokalen Kulturschaffenden/Laienkultur (z.B. Vereine, Laienspielgruppen)
- ❍ Förderung der Kulturvermittlung/kulturellen Bildung (z.B. Zusammenarbeit mit Schulen, kulturpädagogische Programme für Kinder und Erwachsene)
- ❍ mehr Highlights/Events
- ❍ andere Inhalte/Einrichtungen, z.B.:

  ✍ _____

  _____

- ❍ anderes:

  ✍ _____

  _____

- ❍ nichts davon
- ❍ kann ich nicht beurteilen

11. Hier ist Platz für zusätzliche Anregungen oder Wünsche zum Kulturangebot in Böblingen:

✍ _____

_____

_____

_____

12. Ihr Alter?

✍ _____ Jahre

13. Ihr Geschlecht?

❍ weiblich ❍ männlich

14. Ihr höchster Schulabschluss? (Bei Schülern/Studierenden: angestrebter Abschluss)

❍ Hauptschule ❍ Realschule/Mittlere Reife ❍ (Fach-)Hochschulreife/Abitur ❍ Studium
❍ kein Abschluss

15. Haben Sie schulpflichtige Kinder?

❍ ja, Anzahl: _____ ❍ nein

16. Ihr Wohnort?

❍ Böblingen ❍ anderer Wohnort, PLZ: _____ → *bitte weiter mit Frage 18*

17. Wie lange wohnen Sie schon in Böblingen?

✍ _____ Jahre

18. Haben Sie einen Migrationshintergrund/Migrationserfahrung?

❍ ja ❍ nein

Vielen Dank für das Ausfüllen des Fragebogens!

Stadt Böblingen
Raum für Taten und Talente

Bei Fragen melden Sie sich gerne bei:

Peter Conzelmann, Amt für Kultur Böblingen,
Mail: kulturumfrage@boeblingen.de / Tel.: 07031-669-1611 (Mo.-Do. 9-17 Uhr)

Andreas Wolfer, Amt für Kultur Böblingen
Mail: kulturumfrage@boeblingen.de / Tel.: 07031-669-1621 (Mo.-Do. 9-17 Uhr)

Dr. Nora Wegner, Kulturevaluation Wegner
Mail: wegner@kulturevaluation-wegner.de / Tel.: 0721-66499741

KULTUREVALUATION WEGNER

KULTURGOLD
KONZEPTE UND TATEN

5.3 Leitfäden für die Gruppendiskussionen

Gruppendiskussion Migranten

Begrüßung und Einführung

- Vorstellung der Moderatorinnen
- Anliegen und Auftrag der Stadt Böblingen
- Stand der Bevölkerungsbefragung
- Einführung in Ablauf und Methode der Gruppendiskussion
- Hinweis auf Umgang mit dem Datenmaterial

Kulturimage, Kulturbegriff, Kulturinteresse, (Nicht-)Nutzung von Böblinger Migranten im Bezug auf das Kulturangebot allgemein

- In der Kulturumfrage wurden die Bürgerinnen und Bürger der Stadt Böblingen gebeten, das Kunst- und Kulturangebot der Stadt zu beurteilen. Unter Kunst und Kultur verstehen wir in diesem Zusammenhang zum Beispiel Museen, Konzerte, Theater, Kleinkunst, Bibliothek, Lesungen, Kino, Feste und Festivals, interkulturelle Veranstaltungen, Vorträge. Welches Bild haben Sie von diesem Kunst- und Kulturangebot konkret in Böblingen vor Augen?
- Ggf. Inwiefern bildet das Kunst- und Kulturangebot, wie wir es eben beschrieben haben, auch das ab, was Sie und Ihre Landsleute unter Kunst und Kultur verstehen?
- Wie schätzen Sie das Interesse der Böblinger Migrantinnen und Migranten am örtlichen Kulturangebot (z. B. Städtische Galerie, Stadtbibliothek, Kunst- und Musikschule, Kongresshalle, Kino) ein?
- Ggf. wie schlägt sich das Interesse in der Besuchshäufigkeit nieder?
- Ggf. weshalb besteht kaum/kein Interesse bzw. weshalb werden Kultureinrichtungen kaum/gar nicht besucht?
- Welche konkreten Kulturangebote gibt es in Böblingen, die von den Migrantinnen und Migranten selbst z.B. in Vereinen entwickelt werden?
- Ggf. was macht diese Angebote besonders attraktiv für Migrantinnen und Migranten?
- Sind diese Angebote auch für andere Bürgerinnen und Bürger zugänglich und werden entsprechend genutzt?
- Ggf. Weshalb werden diese Angebote nicht von anderen Bürgerinnen und Bürgern genutzt?
- Ggf. Gibt es in Böblingen und/oder in der Region spezielle Kulturangebote, die besonders für die Böblinger Migrantinnen und Migranten von Interesse sind bzw. die Sie Ihren Landsleuten empfehlen würden?

Museen in Böblingen

- Falls Sie eines der Böblinger Museen – Deutsches Bauernkriegsmuseum (Zehntscheuer), Deutsches Fleischermuseum (Marktplatz), Städtische Galerie Böblingen (Zehntscheuer)– bereits besucht haben, welche Erfahrungen haben Sie dort gemacht? Z.B. im Hinblick auf Gestaltung der Ausstellung, Vermittlungsangebote wie z.B. Führungen, Audioguides, Apps, Informationsmedien, sonstige Veranstaltungen wie z.B. Tag der offenen Tür, Konzerte?
- Wenn Sie könnten, welche Veränderungen würden Sie vornehmen, um das Museumsangebot insbesondere für die Böblinger Migrantinnen und Migranten (oder auch für andere Zielgruppen) interessanter zu machen? Z.B. im Hinblick auf Gestaltung der Ausstellung, Vermittlungsangebote wie z.B. Führungen, Audioguides, Apps, Informationsmedien, sonstige Veranstaltungen wie z.B. Tag

der offenen Tür, Konzerte)? [Memo und ggf. Hinweis auf Befragungsergebnis: Verbesserungsbedarf v.a. Rahmenprogramm, Sonderausstellung, Werbung]

Informationen über das Kulturangebot

- Wie informieren sich die Böblinger Migrantinnen und Migranten über das Kulturangebot?
- Ggf. Über welche Informationskanäle, Medien (z.B. Zeitung, Social Media, Veranstaltungskalender) oder überhaupt Maßnahmen könnten die Böblinger Migrantinnen und Migranten auf das Kulturangebot noch gezielter aufmerksam gemacht werden? [Memo Befragungsergebnis: Verbesserungsbedarf v.a. Aktualität und Bündelung von Informationen]

Kulturangebot der Zukunft

- Gibt es konkrete Kulturangebote, die Sie sich zukünftig speziell für die Zielgruppe der Migrantinnen und Migranten oder auch für andere Zielgruppen in Böblingen wünschen würden?
- Gibt es innerhalb der migrantischen Bevölkerung von Böblingen Zielgruppen, für die Sie sich mehr/andere Kulturangebote wünschen würden?
- Welche weiteren Anregungen möchten Sie den Politikern und den Kulturverantwortlichen in Böblingen mit auf den Weg geben?

Sonstiges

- Sie haben unsere zentralen Fragen beantwortet und wir sind in einen regen Austausch eingetreten. Allmählich würden wir zum Schluss kommen, es besteht aber hier und jetzt selbstverständlich noch die Möglichkeit, Punkte anzumerken, die Ihnen wichtig erscheinen bzw. Ergänzungen zu machen.

Abschluss

- Wir bedanken uns herzlich für Ihre Zeit und Ihre Teilnahme an der heutigen Diskussion. Sie haben die Bevölkerungsbefragung um wertvolle Ergebnisse ergänzt; Hinweis auf Veranstaltung am 8. Dezember.

Gruppendiskussion Jugendliche

Begrüßung und Einführung

- Vorstellung der Moderatorinnen
- Anliegen und Auftrag der Stadt Böblingen
- Stand der Bevölkerungsbefragung
- Einführung in Ablauf und Methode der Gruppendiskussion
- Hinweis auf Umgang mit dem Datenmaterial

Kulturimage, Kulturinteresse, (Nicht-)Nutzung von Böblinger Jugendlichen in Bezug auf das Kulturangebot allgemein

- In der Kulturumfrage wurden die Bürgerinnen und Bürger der Stadt Böblingen gebeten, das Kunst- und Kulturangebot der Stadt zu beurteilen. Unter Kunst und Kultur verstehen wir in diesem Zusammenhang zum Beispiel Museen, Konzerte, Theater, Kleinkunst, Bibliothek, Lesungen, Kino, Feste und Festivals, interkulturelle Veranstaltungen, Vorträge. Welches Bild habt Ihr konkret vom Kunst- und Kulturangebot in Böblingen vor Augen? [Memo und ggf. Hinweis auf Befragungsergebnis: Image von Kunst und Kultur in Böblingen wird von Jugendlichen negativer bewertet]. Ggf. Welche Kunst- und Kulturangebote in Böblingen sind Euch bekannt?
- Ggf. Wie schätzt Ihr das Interesse der Böblinger Jugendlichen am örtlichen Kunst- und Kulturangebot (z.B. Städtische Galerie, Stadtbibliothek, Kunst- und Musikschule, Kongresshalle, Kino) ein?
- Ggf. weshalb besteht kaum/kein Interesse bzw. weshalb werden Kultureinrichtungen kaum/gar nicht besucht? [Memo und ggf. Hinweis Befragungsergebnis: Kulturinteresse/-nutzung bei Jugendlichen geringer als im Durchschnitt; Fehlen von interessanten Angeboten/Inhalten ebenfalls überdurchschnittlich bei Frage nach Barrieren]
- Ggf. Gibt es in Böblingen spezielle Kulturangebote, die besonders für die Böblinger Jugendlichen von Interesse sind bzw. die Ihr anderen Jugendlichen empfehlen würdet [Memo und ggf. Hinweis auf Befragungsergebnis: überdurchschnittliche Bekanntheit casa nostra und Club Forum]? Ggf. Was macht diese Angebote für Jugendliche so interessant?
- Gibt es außerhalb von Böblingen entsprechende Angebote [Memo und ggf. Hinweis Befragungsergebnis: überdurchschnittliche Nutzung von Angeboten außerhalb von Böblingen bei Jugendlichen]? Ggf. Was macht diese Angebote für Jugendliche so interessant?

Museen in Böblingen

- Falls Ihr eines der Böblinger Museen – Deutsches Bauernkriegsmuseum (Zehntscheuer), Deutsches Fleischermuseum (Marktplatz), Städtische Galerie Böblingen (Zehntscheuer) – bereits besucht habt, welche Erfahrungen habt Ihr dort gemacht? Z.B. im Hinblick auf Gestaltung der Ausstellung, Vermittlungsangebote wie z.B. Führungen, Audioguides, Apps, Informationsmedien, sonstige Veranstaltungen wie z.B. Tag der offenen Tür, Konzerte?
- Wenn Ihr könntet, welche Veränderungen würdet Ihr vornehmen, um das Museumsangebot insbesondere für die Böblinger Jugendlichen (oder auch für andere Zielgruppen) interessanter zu machen? Z.B. im Hinblick auf Gestaltung der Ausstellung, Vermittlungsangebote wie z.B. Führungen, Audioguides, Apps, Informationsmedien, sonstige Veranstaltungen wie z.B. Tag der offenen Tür, Konzerte)? [Memo und ggf. Hinweis auf Befragungsergebnis: Verbesserungsbedarf v.a. moderne Gestaltung Dauerausstellung]

Informationen über das Kulturangebot

- Wie erfahrt Ihr von den Kunst- und Kulturangeboten in Böblingen? Welche Informationskanäle nutzt Ihr? Ggf. wie erfahrt Ihr von den Kunst- und Kulturangeboten in der Region?

- Wie kann die Stadt Böblingen/die Kultureinrichtungen Ihre Informationen/Informationswege verbessern, um Jugendliche besser zu erreichen [Memo und ggf. Hinweis Befragungsergebnis: Verbesserungsbedarf bei Kulturinformationen überdurchschnittlich bei Jugendlichen; aktuelle, ansprechendere Gestaltung, mehr Internetkanäle]?
- Ggf. Jugendlichen werden exemplarische Flyer und Broschüren zum Kulturangebot der Stadt Böblingen zur Ansicht und Beurteilung ausgegeben, Frage: Wie beurteilt Ihr die städtischen Informationsmedien über Kultur mit Blick auf die Zielgruppe Jugendliche?

Künftige Kulturangebote für Jugendliche

- Gibt es konkrete Kulturangebote, die Ihr Euch zukünftig speziell für die Zielgruppe der Jugendlichen (bzw. für einzelne Gruppen von Jugendlichen) wünschen würdet? [Memo und ggf. Hinweis auf Befragungsergebnis: Verbesserungsbedarf besteht insgesamt in Hinblick auf mehr Angebote speziell für Jugendliche; Jugendliche wünschen sich konkret häufiger Feste/Festivals, Pop/Rock/HipHop/Elektro und Kino sowie die Weiterentwicklung von Events/Highlights] Ggf. Habt Ihr konkrete Ideen und Anregungen, wie solche Angebote konkret aussehen könnten? Was versteht Ihr unter Events/Highlights?
- Welche weiteren Anregungen möchtet Ihr den Politikern und den Kulturverantwortlichen in Böblingen mit auf den Weg geben?

Sonstiges

- Ihr habt unsere zentralen Fragen beantwortet und wir sind in einen regen Austausch eingetreten. Allmählich würden wir zum Schluss kommen, es besteht aber hier und jetzt selbstverständlich noch die Möglichkeit, Punkte anzumerken, die Euch wichtig erscheinen bzw. Ergänzungen zu machen.

Abschluss

- Wir bedanken uns herzlich für Eure Zeit und Eure Teilnahme an der heutigen Diskussion. Ihr habt die Bevölkerungsbefragung um wertvolle Ergebnisse ergänzt; Hinweis auf Veranstaltung am 8. Dezember.