

## **Ruhr - Kulturtypologie**

### **Aus welchen Typen setzt sich das potenzielle Publikum von Kunst und Kultur in der Metropole Ruhr zusammen? Was wissen die Kulturinteressierten über die Kulturhauptstadt Europas und wie informieren sie sich?**

In Kooperation mit dem Zentrum für Kulturforschung ist RUHR.2010 diesen Fragen nachgegangen, um die Kulturinteressierten in der Metropole Ruhr nach deren Vorlieben und Interessenschwerpunkten in verschiedene Kulturnutzertypen zu klassifizieren. Eine solche Umfrage ist einmalig für das Ruhrgebiet. Die Ruhr-Typologie ist eine praktische Hilfestellung für die Kulturanbieter und -veranstalter, um zielgruppenspezifische Angebote, Marketingkonzepte und Öffentlichkeitsarbeit zu entwickeln. Eine repräsentative Bevölkerungsumfrage im Ruhrgebiet stellt die Datenbasis für die Entwicklung der Kulturpublikumstypologie dar. Mittels telefonischer Interviews wurden im Herbst 2009 knapp 2.000 Bürgerinnen und Bürger der Metropole Ruhr (ab 18 Jahre) zu ihrem kulturellen Interesse, zu ihren kulturellen Aktivitäten, ihrem Mediennutzungsverhalten und ihrer Mobilität in der Region befragt. Spezifische Fragen zur Bekanntheit der Kulturhauptstadt RUHR.2010 und ihren Projekten sowie zu Wünschen, die die Menschen in der Region mit der Kulturhauptstadt verbinden, wurden ebenfalls gestellt.

Neben der Ermittlung von allgemeinen Erkenntnissen zur Bekanntheit der Kulturhauptstadt RUHR.2010 war auch die Entwicklung einer Kulturpublikumstypologie, welche die Kulturnutzer an der Ruhr nach ihren kulturellen Interessen in verschiedenen Typen klassifiziert, Ziel der Bevölkerungsumfrage. Die Umfrage und Typologisierung bezieht sich auf Bürgerinnen und Bürger, die generell für Kulturangebote erreichbar sind. Selektionsmerkmale waren die eigene Einschätzung über das Interesse an Kulturangeboten sowie ein Besuch der oder des Befragten einer Kultureinrichtung innerhalb der letzten 12 Monate. Zugrunde gelegt wurde ein erweiterter Kulturbegriff der befragten Person, welcher nicht nur die klassischen Kulturangebote wie Theater und Oper mit einbezieht, sondern der auch nach dem Interesse für Popmusik, Sport und Kino fragt. Anhand dieser Kriterien konnten 53 Prozent der Befragten als Kulturnutzer identifiziert werden.

In dem nächsten Schritt wurde diese Zielgruppe nach ihrem Interesse für kulturelle Stile und Sparten typologisiert. Als Ergebnis konnten acht Kulturtypen identifiziert werden, die im Kontext ihrer Sparteninteressen anhand folgender Kategorien skizziert werden:

- die Top 5 der Kulturinteressen des jeweiligen Kulturnutzers
- verwandte Interessen, die der Kulturtyp nicht vorrangig pflegt, aber für die er mobilisierbar ist: Ausstellungsinteresse, Musikinteresse, (Musik-) Theaterinteresse und Tanzinteresse
- Soziodemographische Merkmale: Geschlecht, Alter, Bildung und Migrationshintergrund

Der zweite Schwerpunkt der Umfrage war das Verhältnis der Kulturtypen zu der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010. Abgefragt wurde in diesem Zusammenhang, wie die unterschiedlichen Kulturtypen die Kulturhauptstadt wahrnehmen und an welchen Programmsparten sie Interesse zeigen. Darüber hinaus wurde gefragt, welche Wünsche, verbunden mit der Kulturhauptstadt, den einzelnen Kulturtypen besonders am Herzen liegt.

Die Kulturnutzertypen versetzen RUHR.2010 in die Lage, besser auf die verschiedenen Zielgruppen mit Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen einzugehen. Darüber hinaus bilden die Typen eine geeignete Planungsgrundlage für die Ausgestaltung weiterer Kulturangebote in der Region. Dies kann als praktische Hilfestellung für die Kulturanbieter und -veranstalter, auch im Sinne der Nachhaltigkeit dienen, da auf Grundlage der Typologisierung zielgruppenspezifische Angebote entwickelt und diese entsprechend vermarktet werden können.

Folgende Typen konnten ermittelt werden:

- Kulturell erfahrene Begleiter 6%
- Popmusikalisch Medienorientierte 8%
- Zeitgenössische Grenzgänger 3%
- (Moderne) Populär Bühnenorientierte 5%
- Erlebnisorientierte Bildungsbürger 7%
- Kulturell Aufstiegsorientierte (Mittelschicht) 4%
- Musikalisch-konservative Bildungsbürger 4%
- Multikulti-Szenegänger (mit Migrationshintergrund) 10%

#### **Kulturell erfahrene Begleiter:**

Der kulturell erfahrene Begleiter ist meist männlich (58%), mit einem Durchschnittsalter von 54 Jahren. Hier ist die höchste männliche Quote an kulturell Interessierten zu verzeichnen. Generell ist das Kulturpublikum eher weiblich dominiert. Der männliche Begleiter nimmt Kulturangebote vor allem aus gesellschaftlichen Motiven wahr. Er zeichnet sich durch seine Kenntnisse im Bereich Kultur aus. Sein Top-Interesse ist Kultur- und Zeitgeschichte (86%). Interessant ist auch, dass „der Begleiter“ relativ flexibel von Fall zu Fall über den Kulturbesuch entscheidet – wahrscheinlich liegt dies daran, dass man ihn erst fragen muss.

#### **Popmusikalisch Medienorientierte:**

Die popmusikalisch Medienorientierten sind durchschnittlich 42 Jahre alt, und weisen zu 21 Prozent einen Migrationshintergrund auf. Sie sind zu 70 Prozent weiblich und haben ein mittleres Bildungsniveau. Sie bevorzugen zu über 50 Prozent einen Kulturbesuch mit Freunden, Bekannten oder Kollegen und nehmen selten alleine Kulturangebote wahr. Neben Plakaten informieren sie sich am häufigsten über das Internet über kulturelle Angebote und weisen ein eher wechselhaftes Planungsverhalten bezüglich Veranstaltungsbesuche auf. Nach dem Multikulti-Szenegänger ist dies der Typ, der am liebsten ganz spontan am

gleichen Tag einen Kulturbesuch plant. Hierbei investiert er bis zu 250,- € monatlich.

### **Zeitgenössische Grenzgänger:**

Die zeitgenössischen Grenzgänger interessieren sich überwiegend für moderne, zeitgenössische Angebote in unterschiedlichen Sparten. Sie sind mit einem Durchschnittsalter von 39,5 Jahren vor allem in den jüngeren Bevölkerungsgruppen zu finden. Auffallend ist auch der hohe Anteil an Bessergebildeten. Mit 88,5% kennt dieser Typ am häufigsten die Kulturhauptstadt Europas und über 60% wissen von der Veranstaltung „Still-Leben Ruhrschnellweg“. Es lässt sich festhalten, dass dieser Typ am häufigsten die Frage nach einem geplanten Veranstaltungsbesuch im Kulturhauptstadtjahr bejaht und am besten über das Programm von RUHR.2010 informiert ist. Die zeitgenössischen Grenzgänger bewerten die Kultur im Ruhrgebiet mit der Bestnote von 2,1. Eine höhere Bewertung vergibt allein der Typ des musikalisch-konservativen Bildungsbürgers.

### **Multikulti-Szenegänger:**

Laut der Umfrage macht der Multikulti-Szenegänger im Ruhrgebiet mit 10 % den am häufigsten anzutreffenden Kulturnutzer aus. Die Geschlechterverteilung ist relativ ausgeglichen (46 % weiblich und 54 % männlich) und das Bildungsniveau im mittleren Bereich anzusiedeln. Auffällig ist, dass dieser Typ mit einem großen Abstand zu den anderen Typen nur zu 48,9 % von der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 weiß und somit die programmatischen Inhalte von RUHR.2010 auch am wenigsten kennt. Interessant ist in diesem Zusammenhang ebenso, dass dieser Typ die schlechteste Schulnote für die Kultur im Ruhrgebiet vergibt.

### **Kulturell Aufstiegsorientierte:**

Äußerst aufschlussreich ist die Geschlechterverteilung für diesen Kulturtyp: 91 % der ermittelten Aufstiegsorientierten sind weiblich. Dieser Typ kommt vorwiegend aus der Mittelschicht und hat zu 31 % einen Migrationshintergrund.

Zu über 60 % bejahen die kulturellen Aufstiegsorientierten die Fragen nach einem geplanten Besuch von Kulturhauptstadtveranstaltungen.

### **(Moderne) populär Bühnenorientierte:**

Recht ausgeglichen zeigt sich die Geschlechterverteilung bei diesem Kulturnutzertypen. Er befindet sich durchschnittlich eher im mittleren bis hohen Alter. Vorwiegend interessiert er sich für das Bühnengeschehen in der Kulturlandschaft im Bereich Musical, Kleinkunst und Kabarett. Dieser Typ informiert sich durch unterschiedliche Medien über Kulturangebote, vor allem durch regionale Tageszeitungen, Plakate und Medien. Die Nutzung dieser drei Medienarten ist vor allem bei Typengruppen, in welchen die ältere Bevölkerungsschicht dominiert, beliebt.

### **Musikalisch-konservative Bildungsbürger:**

Dieser Typ ist mit durchschnittlich 56,7 Jahren der älteste unter den definierten Kulturnutzertypen. Er interessiert sich überwiegend für klassische Angebote im Bereich Musik und Theater. Der musikalisch-konservative Bildungsbürger bevorzugt klassische Angebote, wie Theater, Kabarett oder Opern. Damit zeichnet ihn ein Interesse an Sparten aus, in denen die Eintrittspreise vergleichsweise hoch sind. Folglich gibt dieser Typus auch am meisten für Kulturbesuche aus, nämlich über 250,- im Monat. Er ist derjenige Typ, der am häufigsten „Das Henze-Projekt“ kennt, ein Projekt von RUHR.2010 rund um die Musik von Hans Werner Henze. Ebenfalls ist er sehr gut über die Kulturhauptstadt Europas und das Programm von RUHR.2010 informiert.

### **Erlebnisorientierte Bildungsbürger:**

Die erlebnisorientierten Bildungsbürger sind überwiegend in der Gruppe der Bessergebildeten zu finden und gehören mit 41,8 Jahren im Durchschnitt eher zu den jüngeren Typen. Dieser Typ informiert sich zu über 80 % über das Internet, damit fast so häufig wie der zeitgenössische Grenzgänger. Neben den (modernen) populär Bühnenorientierten sind unter dem Typ des erlebnisorientierten Bildungsbürgers diejenigen zu finden, die sich häufig für ein Ehrenamt im Rahmen von RUHR.2010 interessieren. Über 50 % der erlebnisorientierten Bildungsbürger geben zwischen 100 und 250 Euro für Kultur und Freizeit aus

### **Planungsverhalten:**

Ein spontanes Planungsverhalten ist generell eher bei den Kulturtypen, welche sich aus den jüngeren Bevölkerungsschichten zusammensetzen, zu erkennen. Ebenso spielen die Sparteninteressen bei der Planung des Kulturbesuchs eine entscheidende Rolle. Der musikalisch-konservative Bildungsbürger, der sich eher für klassische Angebote wie Opern, Operetten oder klassisches Theater interessiert, ist darauf angewiesen die Karten für die Vorstellungen, aufgrund der langen Vorverkaufsfristen von Platzkarten, frühzeitig zu kaufen. Die Abhängigkeit von Sparteninteressen und Alter im Bereich der Freizeitplanung deckt sich mit den Erkenntnissen aus der Rheinschienen-Umfrage aus dem Jahr 2001.

### **Was wünschen sich die Kulturtypen persönlich an positiven Änderungen durch die Kulturhauptstadt?**

Hier zeigt sich bei allen Typen, mit Ausnahme des (modernen) populären Bühnenorientierten, dass der Wunsch nach neuen Veranstaltungsorten dominiert. Oftmals wird auch der Wunsch geäußert, dass man neue Leute kennenlernen möchte. Der Wunsch nach Großveranstaltungen sowie das Verlangen zu Europa zu gehören, sind für die Kulturtypen vergleichsweise weniger wichtig.

### **Zusammenfassung:**

Die Ruhr-Kulturpublikumstypologie ist...

- bunt...  
im ethnischen Kulturinteresse  
im Spartenübergreifenden zwischen Pop u. Klassik
- zeigt großes Interesse...  
für Kulturgeschichtliches in der Museumslandschaft
- stark geprägt durch...  
soziokulturelle Vielfalt, Comedy und lebendige Tanzszene

RUHR.2010/Zentrum für Kulturforschung (2009): RUHR.2010 – Eine Kulturnutzertypologie.  
Empirische Studie. Sankt Augustin/Essen.