

HOCH HINAUS ...

Potentialstudie zu Kinder- und Jugendkulturprojekten

Erstellt im Auftrag der PWC-Stiftung

von
Susanne Keuchel / Petra Aesch
Zentrum für Kulturforschung (ZfKf)



Zusätzliche empirische Studien

Die im Rahmen des folgenden Vortrags zur PWC-Studie Verwendung finden

1. Jugend-KulturBarometer (2004)

Bundesweite Jugendumfrage der 14- bis 24-Jährigen

Stichprobengröße: n = 2.625

Gefördert vom BMBF, Kunststiftung NRW, Stiftung Niedersachsen
Sparkassen-Kulturfonds

1. bis 8. KulturBarometer (letztes 2005)

Bundesweite Bevölkerungsumfragen (neue und alte Bundesländer)

Stichprobengröße: n = 2000 bis 2.500 (ab 14 Jahre)

Gefördert vom BMBF u. wechselnden Partnern aus dem Kulturleben

Das Düsseldorfer Jugendkulturkonzept – Anregungen einer Generation für sich selbst

16-21-Jährige entwickeln Kulturkonzepte für Kultureinrichtungen (Marketing u. Vermittlung)

Auf Basis empirischer Daten (Besucherumfrage, Sekundäranalyse bestehender Angebote)

Akzeptanzüberprüfung durch Düsseldorfer Jugendumfrage n = 1.000

Gefördert vom Kulturred der Landeshauptstadt Düsseldorf

Ziele der Studie

"Potenzialstudie zu Kinder- u. Jugendkulturprojekten"

Systematische Darstellung der Wirkungsweisen von Qualitätsmerkmalen für die Kinder- und Jugendkulturarbeit ...

- ⇒ Im Vorfeld eine gezielte auf die spezifischen Gegebenheiten und Ziele abgestimmte Planung zu ermöglichen
- ⇒ Und damit letztlich die Gestaltung der kulturellen Bildung für Kinder und Jugendliche auf lange Sicht zu verbessern



*Zitat Anne Bamford / Unesco-Studie "Wow-Factor":
"Bad arts education can do harm ..."*

Methodik der Studie

"Potenzialstudie zu Kinder- u. Jugendkulturprojekten"

Grundlage: 60 Kinder- und Jugendprojekten (Best-Practise)
mit verschiedenen Zielgruppen u. Sparteninhalten

Methodik:



I. Sekundäranalytische Auswertung

Materialien zu den Projekten (Projektbeschreibungen, Fotos, Presse etc.)

⇒ Festlegung von Qualitätskriterien (104)

II. Quantitatives Verfahren

Vorhandensein der ermittelten Qualitätskriterien
bei den Projekten systematisch überprüfen!

⇒ Korrelationsanalyse der ermittelten Qualitätskriterien

⇒ Typologisierung der Projekte

III. Qualitative Interviews

mit Projektpartnern (Projektmitarbeiter, Jugendliche, Eltern, Förderer)

⇒ Verifizierung möglicher (rechnerischer) Zusammenhänge

Zusammensetzung des Qualitätsindex (max.102 Punkte):

Vergabe von Punkten in folgenden Qualitäts-Bewertungsfeldern

Vermittlungs-/ Partizipations- formen (25 Kriterien)	Betreuung/ Organisation (10 Kriterien)	Zielgruppe (9 Kriterien)	Vernetzung/ Kooperations- strukturen (13 Kriterien)	Präsenz in Öffentlichkeit (18 Kriterien)	Rahmen- bedingungen (16 Kriterien)	Nachhaltigkeit/ langfristiger Erfolg (11 Kriterien)
--	--	------------------------------------	---	--	--	---

↓
hohe
Kompetenz der
Projektleitung

administrative Kompetenz
Erfahrung mit Projekten
künstlerische Kompetenz
pädagogische Kompetenz

Professionalität
der Mitarbeiter

künstlerisch/kulturell pädagogisch

Einbindung
namhafter
Künstler attraktive
kulturelle
Orte Charisma
künstl.
Leitung außergewöhnl.
Engagement

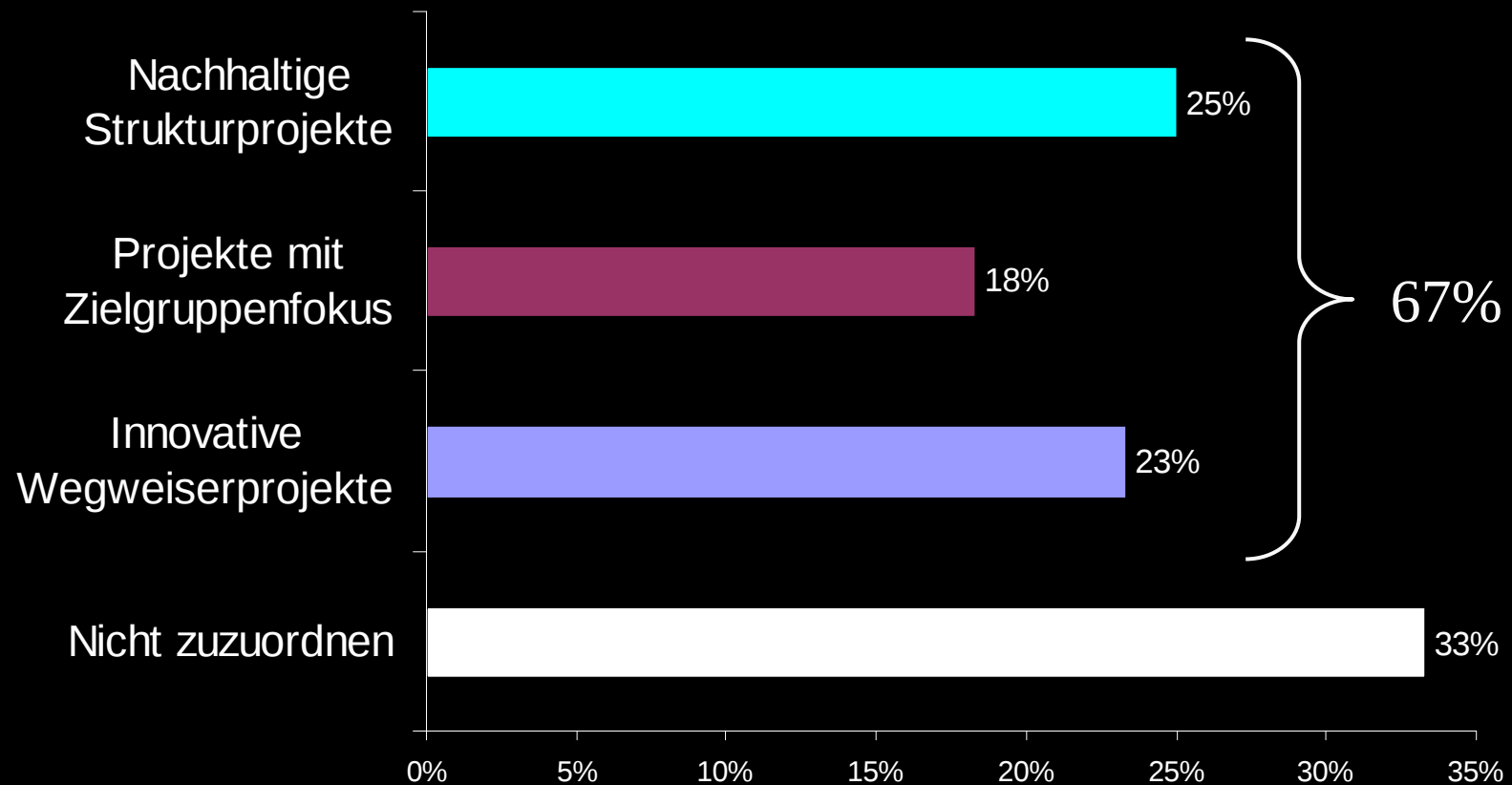
Jeweils weiter
aufgeschlüsselt nach
verschiedenen



← z. B. ←

**Qualitätskriterien
(insg. 104)**

Projekttypologie – Faktorenanalyse über die Qualitätskriterien und Bewertungsfelder



Innovative Wegweiserprojekte



Merkmale

Innovativer Wegweiserprojekte

Projekträger: Partner aus dem kulturellen Leben
(Museen, Theater, soziokulturelle Zentren ...)

Zielgruppe: Für alle offen

Zugang: Freiwillige Angebotsform

Vermittlung: Künstlerisch-kreative und/oder rezeptive Formen

Projektziele:

- ⇒ Kinder und Jugendliche für Kunst öffnen
- ⇒ Hemmschwellen abbauen
- ⇒ Neues erproben

Beispiele: "Hörbar - Gewandhaus-Chart", kunst:dialoge



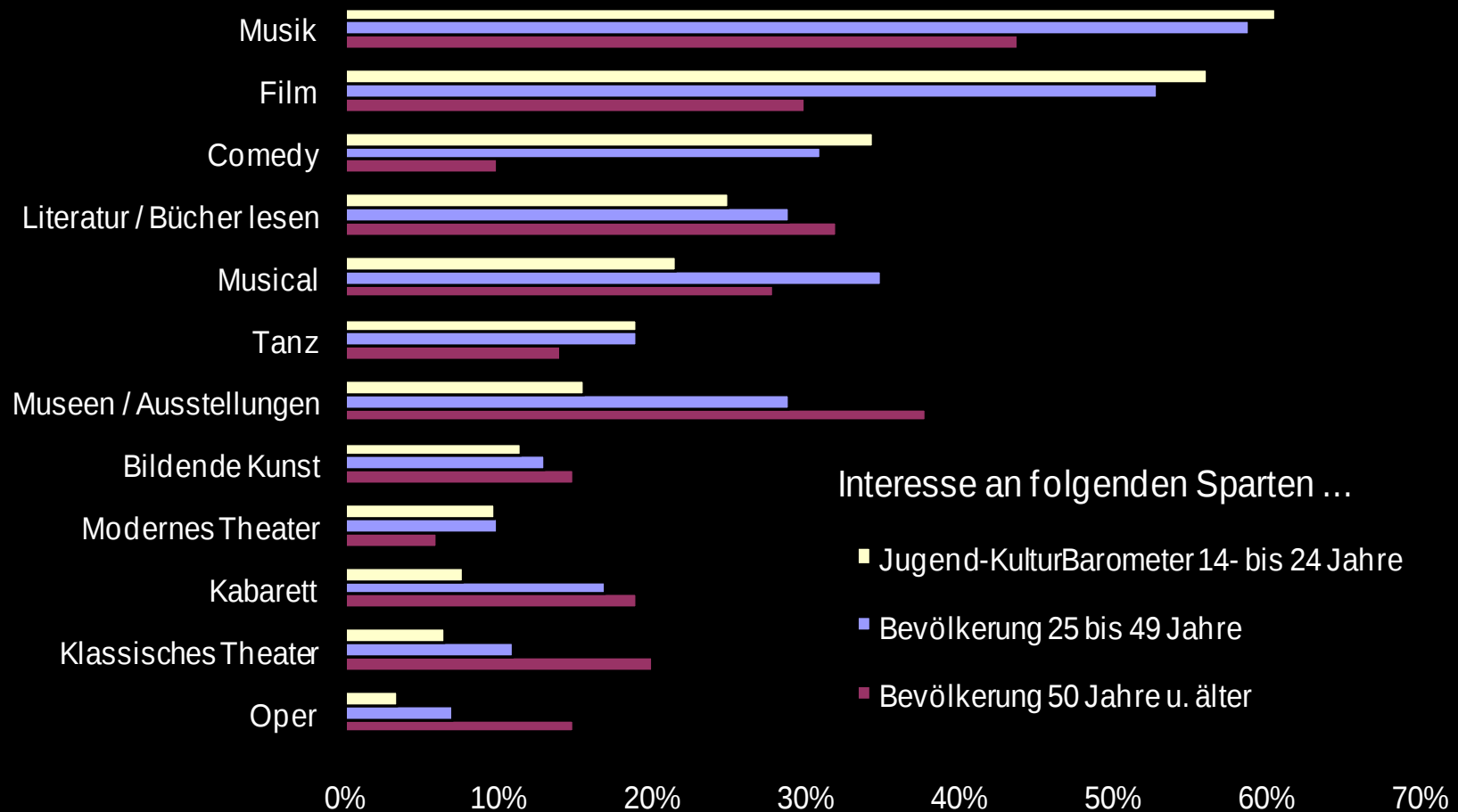
Ein Blick auf die Rezipientenseite ...

Warum sind innovative Wegweiserprojekte wichtig?



Interesse an Kultursparten

Im Generationsvergleich

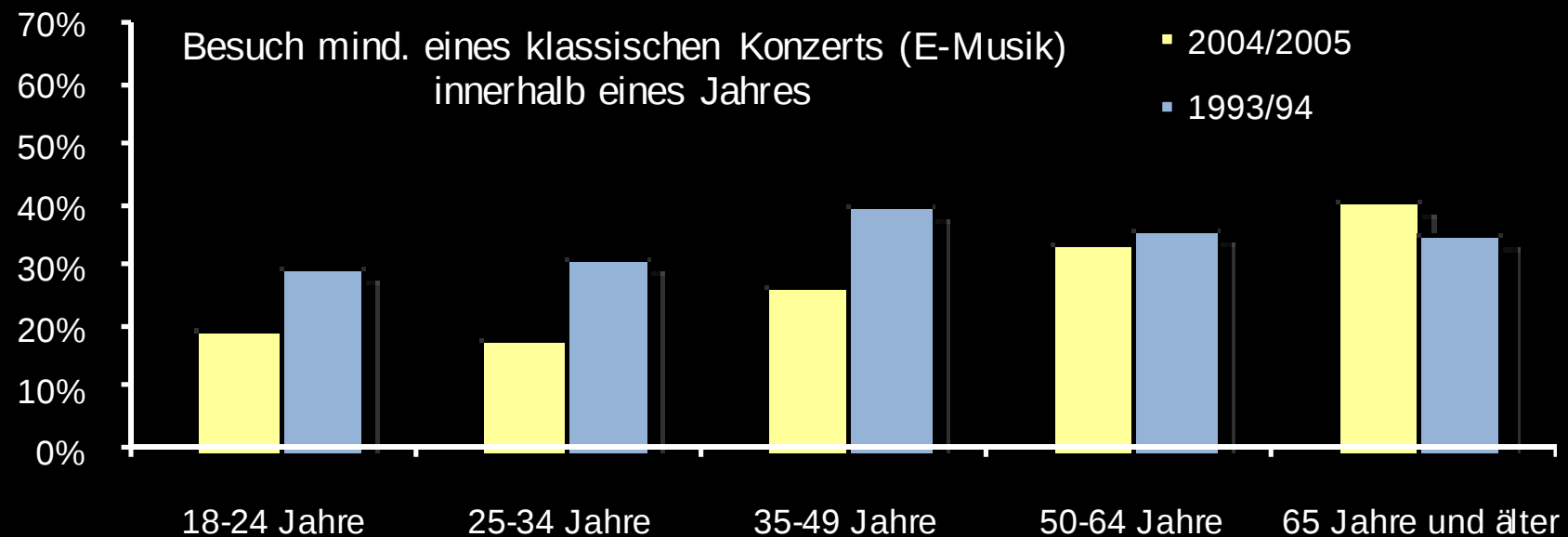


Interesse an folgenden Sparten ...

- Jugend-KulturBarometer 14- bis 24 Jahre
- Bevölkerung 25 bis 49 Jahre
- Bevölkerung 50 Jahre u. älter

Besuch von klassischen Musikkonzerten

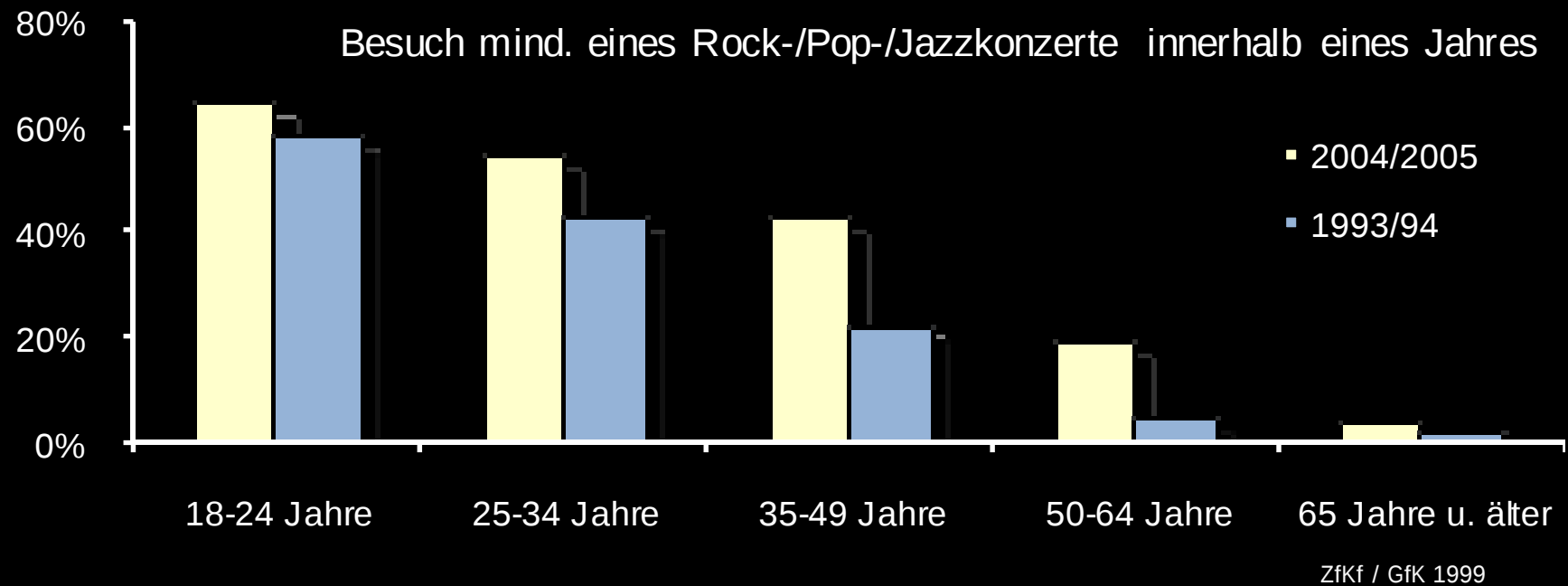
Im Zeitvergleich 1994 und 2005



ZfKf / GfK 1999

Besuch von Rock-, Pop-, Jazzkonzerten

Im Zeitvergleich 1994 und 2005



Besondere Empfehlungen

Für Innovative Wegweiserprojekte

- ⇒ **Ausreichend qualifiziertes Personal für Projektkoordination**
- ⇒ **Gezielte Elternansprache bei freiwilligen Angebotsformaten**
- ⇒ **Junge Multiplikatoren qualifizieren, um Projektradius zu erhöhen**
- ⇒ **Innovative, originelle Ideen erreichen mehr junge Leute**
- ⇒ **Besser kurze, konzentrierte Projektphasen**



Die künstlerisch-kreative Aktivierung junger Zielgruppen ist der Schlüssel zum Erfolg eines Kinder- und Jugendkulturprojekts.

Junge Zielgruppen sind immer dann begeistert, wenn sie die Künste als kreatives Ausdrucksmittel für sich entdecken.

Rezeptive Vermittlung sollte daher Künstlerisch-kreative Momente einbinden!

Das Düsseldorfer Jugend-Kulturkonzept

Anregungen einer Generation
für sich selbst ...



Zur Idee

des Düsseldorfer Jugend-Kulturkonzepts

- Jugendliche für klassische Kulturangebote zu interessieren
- Und zwar Jugendliche in der Freizeit zu erreichen
- Existenz jugendspezifischer Kulturangebote zu prüfen
- Und neue jugendspezifische Kulturangebote zu entwickeln



Unter der Prämisse:

**"Was Jugendliche an Kunst und Kultur interessiert,
wissen Jugendliche am besten"**

Zum Aufbau des Düsseldorfer Jugend-Kulturkonzepts

INPUT KULTUREINRICHTUNGEN

Workshop I: Erfahrungsaustausch über Jugendkulturarbeit

Bestandsaufnahme
jugendkultureller Angebote und Marketingansätze in den Einrichtungen (Expertengespräche)

Betreuung der Projektgruppen

Besucherumfrage in den Einrichtungen

Workshop III: Präsentation der Jugendkonzepte durch die Projektgruppen und Anpassung der Konzepte im Dialog mit den Kultureinrichtungen

Nichtnutzer-Befragung unter jungen Düsseldorfern zur Akzeptanz der Kulturkonzepte durch ZfKf

INPUT PROJEKTGRUPPEN

Workshop I:
Zusammenstellung der Projektgruppen

Besuch der Kulturangebote der Einrichtungen und
Sichtung der Marketingmittel

Workshop II: Erste Konzeptvorlage und Erfahrungsaustausch

Einzel- und Gruppengespräche mit ZfKf zur **endgültigen Konzeptausarbeitung**



34 junge Leute
(16 bis 21 Jahre)
in 10 Patengruppen



*Gemeinsame
Projektumsetzungen*

*Best-Practice-
Empfehlungen für
Jugendkulturarbeit*

Zentrum für Kulturforschung /
Susanne Keuchel

09.04.2009

16

50 Jugend-Kulturkonzepte ...

Vermittlungskonzepte ...

Marketingkonzepte ...

Institutionsspezifisch oder institutionsübergreifend
Zum Teil schon in Planung oder in der Umsetzung befindlich

ZfKf ...



Analyse von einheitlichen Bausteinen



- Transfer der Konzepte
- Empfehlungen für die zukünftige Jugendkulturarbeit

Beispiel

Für ein institutsspezifisches Jugend-Kulturkonzept

MUSIC MEETS ART

TONHALLE DÜSSELDORF

- *Kooperation*: Seminar f. Kunstgeschichte u. Institut f. Kultur u. Medien der Heinrich-Heine-Universität
- *Wettbewerb*: Teilnehmer setzen Musik in Bilder um (Fotos, Filme, Zeichnungen u.v.m.) zu einem angekündigten Konzert
- *Präsentation* auf Leinwand beim Live-Konzert (im Rahmen v. 3-2-1 Ignition)
- *Jury*: Studenten, Professoren, Künstler, Mitglieder d. Düsseldorfer Symphoniker, Mitarbeiter d. Tonhalle
- Wahl des *Publikumslieblings*
- *After-Show-Party*



In Planung



09.04.2009

Zentrum für Kulturforschung
Susanne Keuch

Foto: <http://www.321ignition.de>

Beispiel

Für ein institutsübergreifendes Jugend-Kulturkonzept

DRÜCKER-KARTE (... auf den letzten)

- Last-Minute-Verkauf von Restkartenbeständen f. Kulturveranstaltungen
- Anmeldung über die Internet-Kulturseite "ARTig sagt"



Foto: www.pixelio.de

- Erstellung eines "Kulturprofils" → Informationen per SMS über Last-Minute-Verkauf von Karten für entsprechende Veranstaltungen
- "Drücker-Button" bei Ausverkauf (impliziert z.B. Gutschein für künftige Veranstaltung)
- Vorteile: kurzfristig, spontan, günstig



Bisher noch nicht zur
Umsetzung vorgesehen

Analyse einheitlicher Bausteine der Jugend-Kulturkonzepte für einen Transfer ...

Wichtige sich wiederholende Bausteine

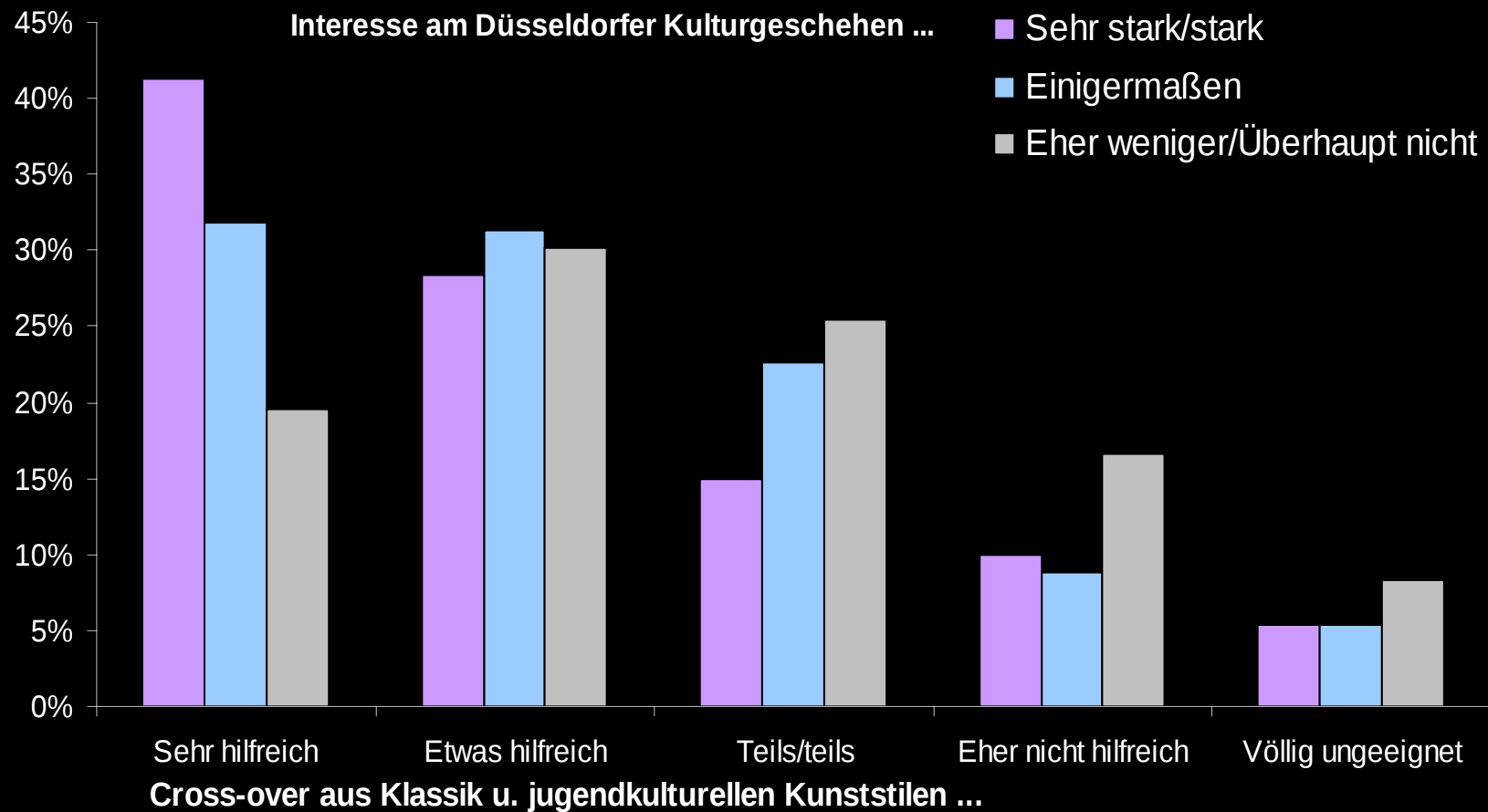
In den erarbeiteten Jugend-Kulturkonzepten

- Einbindung junger Multiplikatoren
- Künstl.-kreative Mitwirkung
- Offene kulturelle Bildungsangebote ohne Verpflichtungen
- Jugendadäquate Atmosphäre u. günstige gastronomische Versorgung
- Mehr Cross-over-Angebote aus klassischen u. populären Kultursparten
- Betonen des Spaß- und Unterhaltungswertes von Kultur in der Öffentlichkeitsarbeit
- Eventveranstaltungen, Partys in Kultureinrichtungen
- Kulturangebote an Jugendorten wie Cafés, Kneipen
- Einbindung Prominenter, Star-Kult um Künstler (biograph. Hintergrundinfos)
- Neue Medien u. Alltagstechnologien in der Kunstpräsentation
- Nutzung von Internet/Jugendmedien für Marketing, Verkauf v. Merchandising-Artikeln
- Peer Groups in der Öffentlichkeitsarbeit: Chatrooms u. Rankings von Kulturangeboten
- Kurzfristige Kartenerwerbsmöglichkeiten

Überprüfung der Akzeptanz der Bausteine durch eine Düsseldorfer Jugendumfrage ...

Cross-over aus Klassik und Populärem

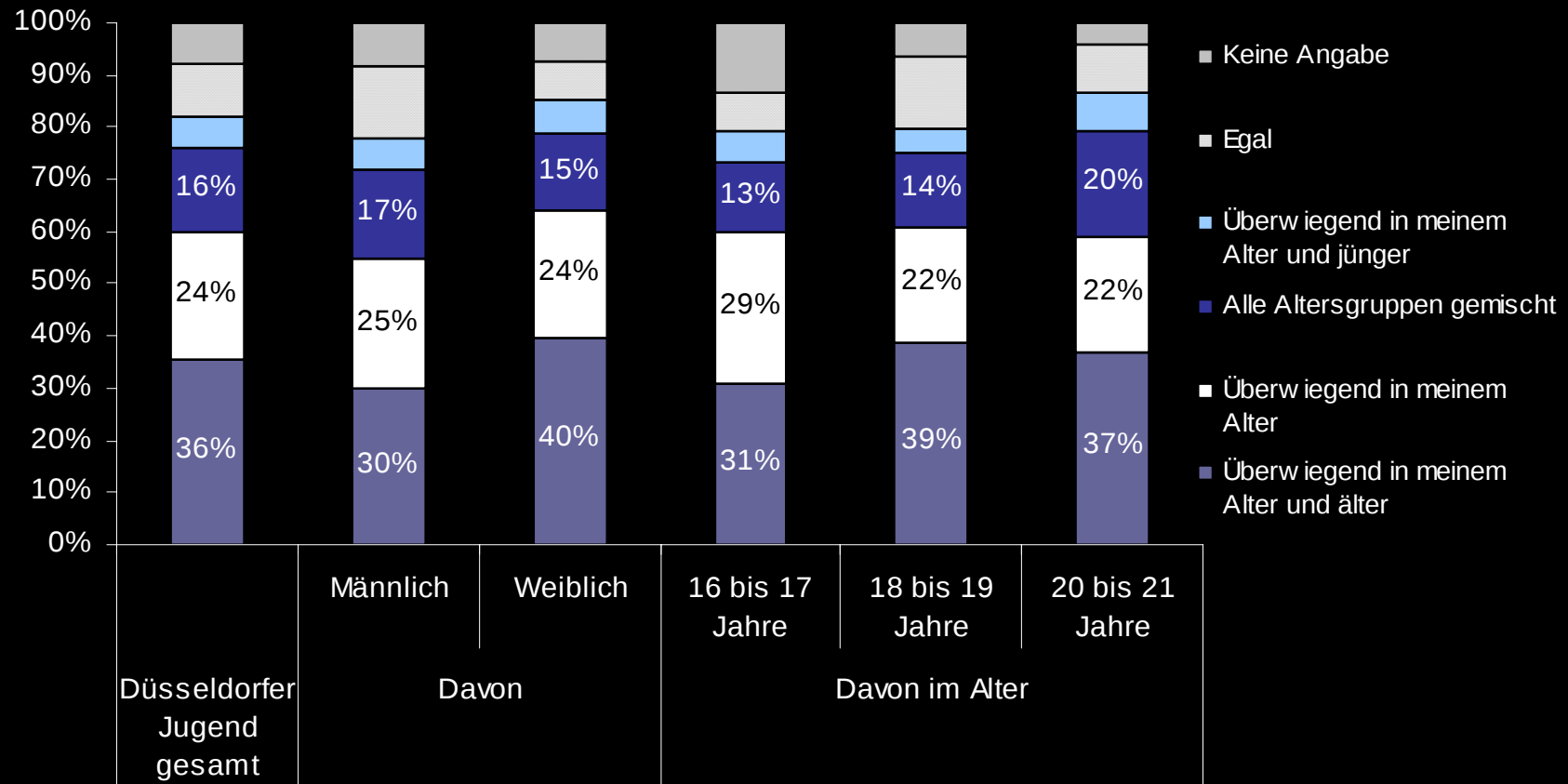
Einschätzung der Hilfestellung für ein besseres Verständnis von Klassik



60% der jungen Düsseldorfer halten dies für hilfreich!
(vor allem in Kombination mit Film o. populären Musikrichtungen)

Gewünschte Alterszusammensetzung

Der Jugend* bei künstl. Bildungsangeboten in Kultureinrichtungen



Zentrum für Kulturforschung /
Susanne Keuchel

09.04.2009

24

Bevorzugte Themen für Kulturangebote

Innerhalb der unterschiedlichen jugendlichen Zielgruppen

THEMEN	ALTER			(SCHUL-)BILDUNG			HERKUNFT		DDORF
	15 – 17 Jahre	18-19 Jahre	20-21 Jahre	Niedrig	Mittel	Hoch	Deutsch	Migra- tionsh.	
Aspekte der Jugendkultur und -szene	61%	55%	49%	53%	57%	55%	59%	49%	55%
Themen aus Alltags- und Familienleben	41%	38%	40%	46 %	39%	35%	43%	34%	40%
Hintergründe zu Künstlern	25%	29%	35%	29 %	29 %	31%	33%	24%	30%
Aktuelle politische Themen	25%	29%	34%	22%	25%	29%	31%	27%	29%
Andere Kulturen/nach D. gezogene Menschen	24%	26%	31%	25%	27 %	29%	23%	35%	27%
"Macher"/Verantwortliche hinter den Kulissen	13%	14%	22%	15%	13%	22%	18%	14%	17%
Themen, mit Inhalten aus Schule/Ausbildung	17%	19%	12%	10%	17 %	19%	14%	20%	16%

Fazit: Die Bindung junger Leute an Kultureinrichtungen ist personell sehr aufwendig – die Investition in den Nachwuchs also eine teure, aber notwendige Investition in den Erhalt des Kulturpublikums!

Fakt des KulturBarometers 50+:

2% werden erstmals im Alter kulturell aktiv und besuchen eine Kultureinrichtung!

Projekte mit Zielgruppenfokus



Merkmale

Von "Projekten mit Zielgruppenfokus"

Projekträger: Schulen, renommierte Kulturhäuser, kulturelle Bildungseinrichtungen



Zielgruppe: Für spezielle Bildungs- und Altersgruppen, künstlerisch Begabte o. jungen Menschen mit Förderbedarf

Zugang: Freiwillige Angebotsform o. Wahlpflichtbereich Schule

Vermittlung: Künstlerisch-kreative Formen, teilweise rezeptive Formen

Projektziele:

- ⇒ Intensive künstlerische Arbeit
- ⇒ Kontinuität im Angebot, langfristige Arbeit
- ⇒ Zielgruppenspezifische Konzepte

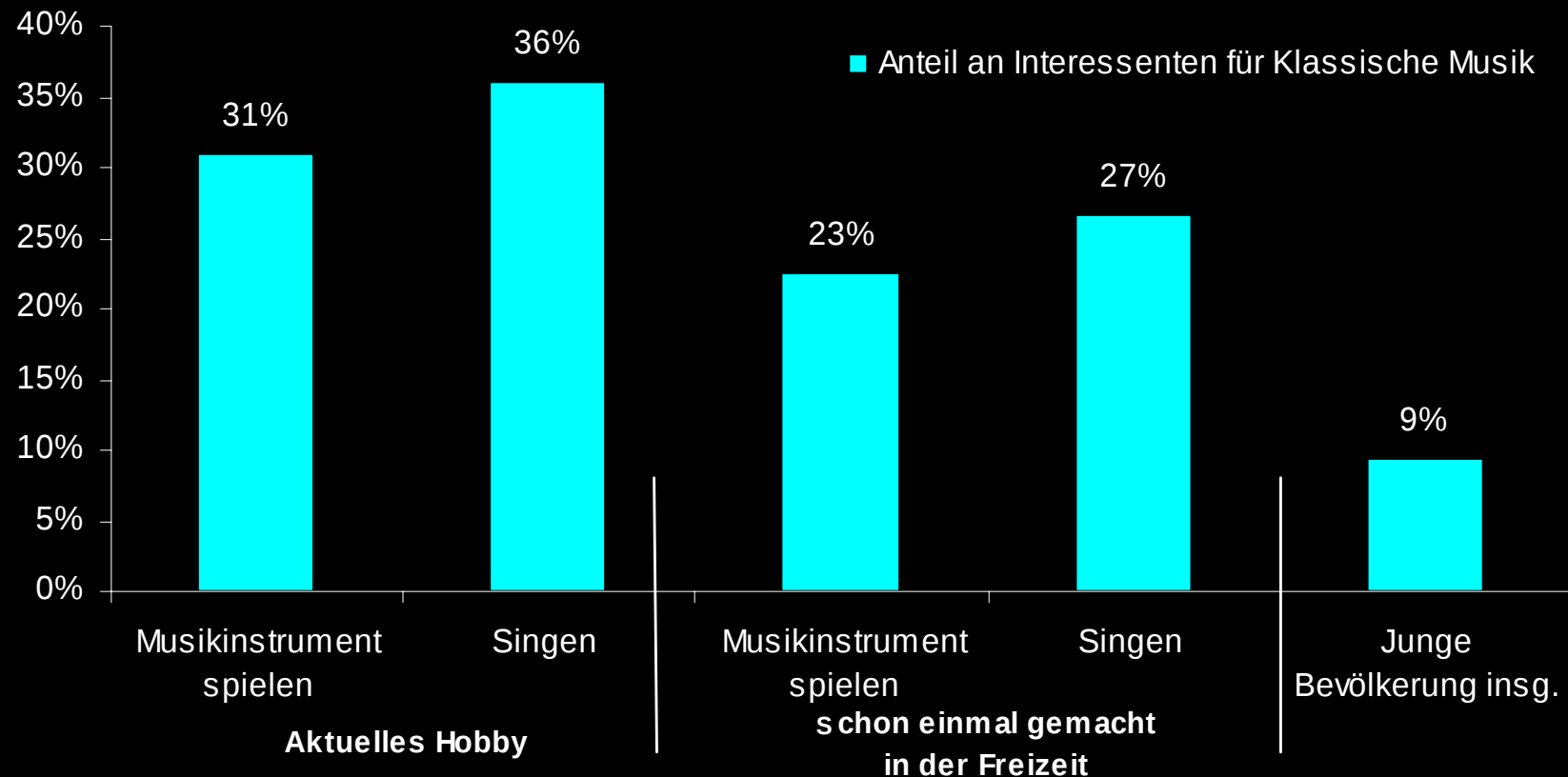
Beispiele: "Opera Piccola", Secret Rooms, [Rhythm is it]

Warum sind "Projekte mit Zielgruppenfokus" wichtig
- außer das sie künstlerische
"(Spitzen-)Leistung fördern?



Klassische Musikinteressen und Musikaktivität

In der Freizeit ermittelt im Jugend-KulturBarometer (14- 24 Jährige)



Förderungsgründe

Für "Projekte mit Zielgruppenfokus"

Musikprojekte mit Zielgruppenfokus garantieren also ...

- Multiplikatoren und Lobbyisten für Kunst und Kultur in allen Bevölkerungsgruppen
- künstlerische Spitzenförderung im Nachwuchsbereich
- und den Erhalt einer lebendigen Kunst- und Kulturszene auf hohem Niveau.



Gründe für Förderung einzelner Zielgruppen

Bei "Projekten mit Zielgruppenfokus"

A) Zielgruppe hat spezifische Fertigkeiten und Zugang zur Musik:

- Vorschulkinder
- Begabte
- Junge Menschen mit Förderbedarf (Behinderung etc.)



B) Zielgruppe wird in der bisherigen musikalischen Förderpraxis aufgrund spezifischer Anforderungen wenig berücksichtigt

- Bildungsferne junge Menschen + A)
- Junge Migranten
- aber eben auch (s.o.): Vorschulkinder, Begabte, Behinderte ...

Empfehlungen für bildungsferne Zielgruppen

Bei Kinder und Jugend-Kulturprojekten

Beobachtung: Projekte für junge Bildungsferne o. junge Zielgruppen mit Migrationshintergrund konzentrieren sich oftmals auf niederschwellige und vor allem populäre Kunstinhalte.

⇒ Das führt zu einer Benachteiligung dieser Gruppe!

Empfehlung: ⇒ Aufbrechen durch stärkere Thematisierung von klassischen und zeitgenössischen Kunstinhalten!

⇒ Projekte, die sich an Kinder und Jugendliche in sozialen Brennpunkten richten, müssen, wenn sie erfolgreich sein sollen, in Struktur und Rahmenbedingungen besonders gut ausgestattet werden, da man flexible Abläufe und Modifikationen einplanen muss.



Besondere Empfehlungen

Für "Projekte mit Zielgruppenfokus" allgemein

- ⇒ **Gute Infrastruktur (Raum u. Materialien) für künstlerisches Arbeiten**
- ⇒ **Mitbestimmung u. Wahlmöglichkeiten junger Teilnehmer gemäß Neigungen u. Begabungen in der Angebotsgestaltung**
- ⇒ **Flexible Zeitplanung im Kontext des Enthusiasmus junger Leute**



Will man auch bei kleineren Kinder- und Jugendkulturprojekten mehr Öffentlichkeit erzielen, empfiehlt sich neben Präsentationen der künstlerischen Arbeit die Teilnahme an Wettbewerben, die die Wahrnehmung des Projekts in der Öffentlichkeit und auch der Fachwelt um ein Vielfaches erhöhen kann. ...

Nachhaltige Strukturprojekte



Merkmale

Von "Nachhaltigen Strukturprojekten"

Projekträger: Länder, Kommunen, Stiftungen, größere Partnerverbünde

Zielgruppe: Junge Zielgruppen in breiten Bevölkerungsgruppen

Zugang: Curriculare Angebote, Wahlpflichtbereich i.d. Schule [Freiwillige Angebotsformen]

Vermittlung: Künstlerisch-kreative Formen, teilweise rezeptive Formen

Projektziele:

- ⇒ Langfristige Bildungskonzepte
- ⇒ Erreichen breiter Zielgruppen
- ⇒ Mehr Ressourcen durch Vernetzung

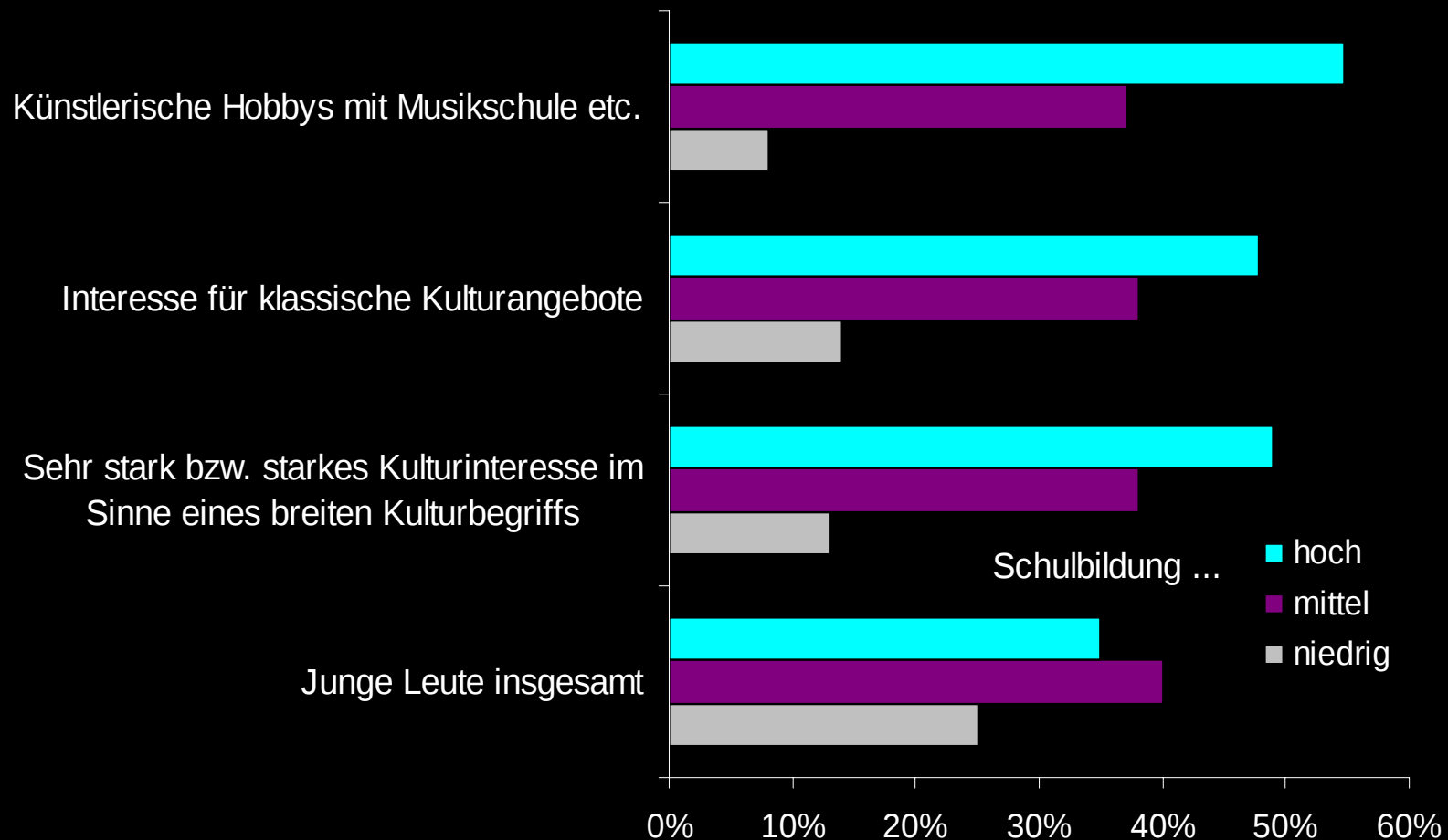
Beispiele: Musik im Kindergartenalltag, TUSCH, [JeKi]



Warum sind nachhaltige Strukturprojekte wichtig?

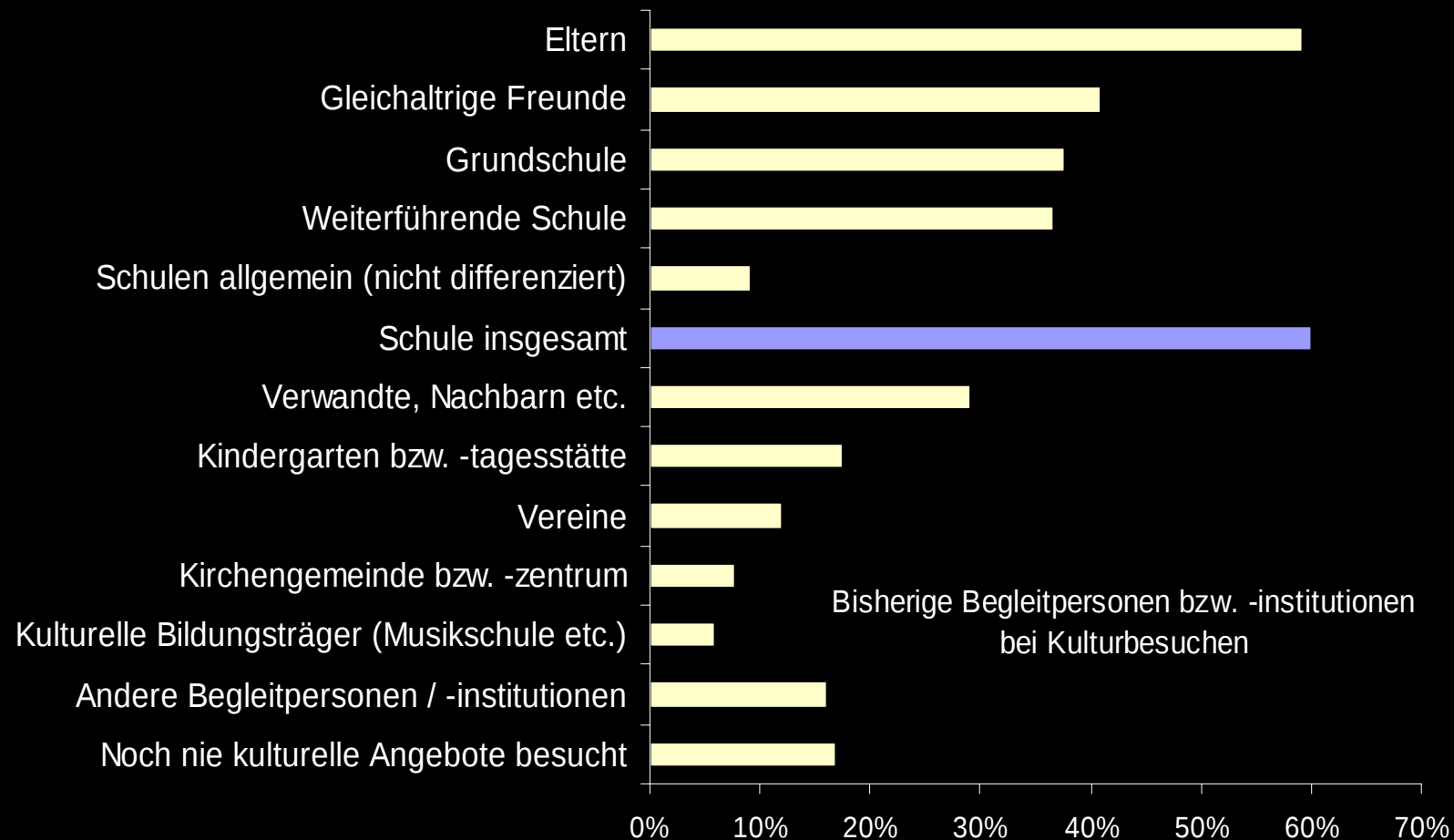


Schulbildung der jungen Leute im Kontext der kulturellen Bildung



Begleitpersonen bzw. -institutionen

Der jungen Leute bei Kulturbesuchen



Bisherige Begleitpersonen bzw. -institutionen
bei Kulturbesuchen

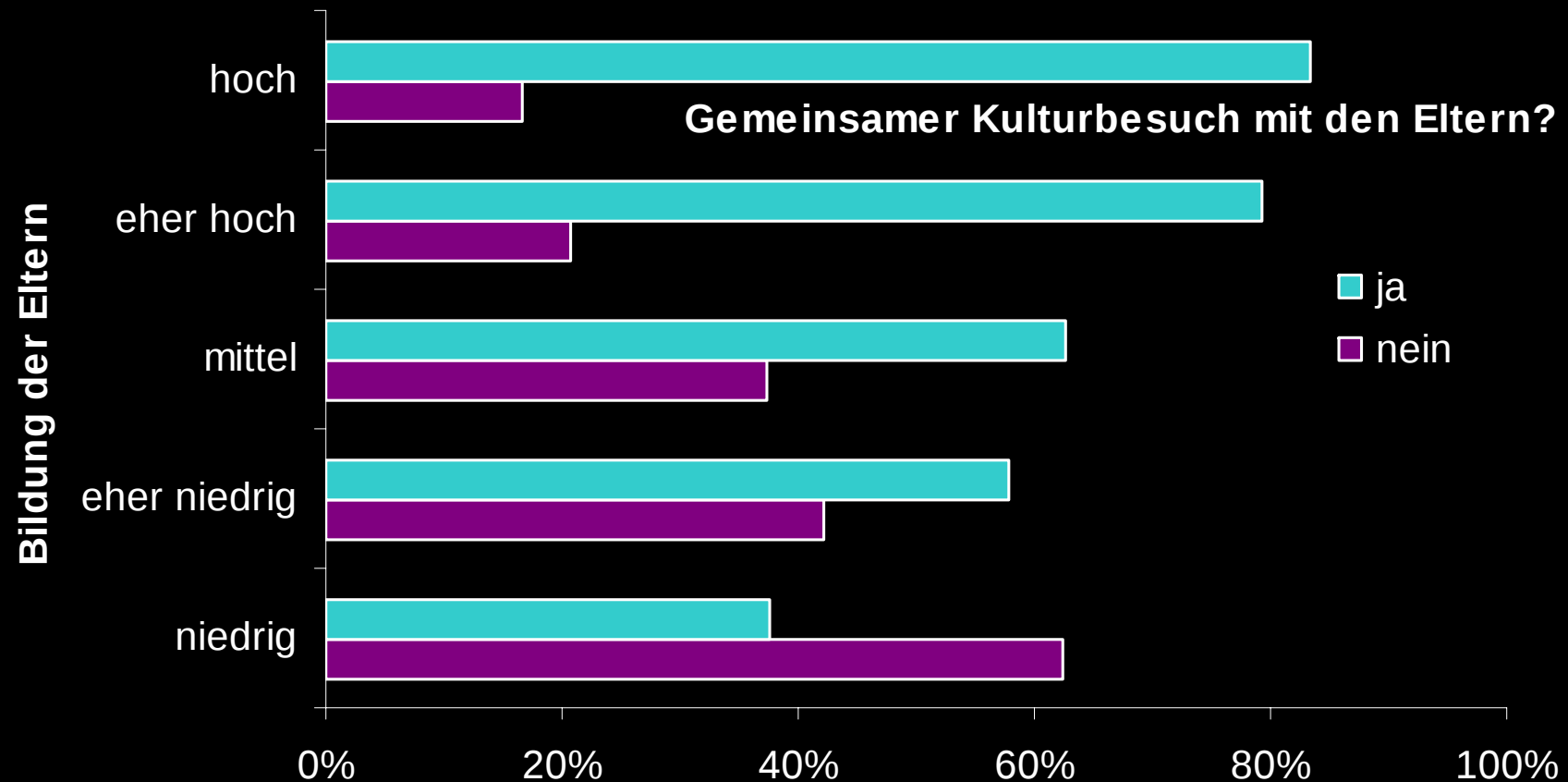
Zentrum für Kulturforschung /
Susanne Keuchel

09.04.2009

39

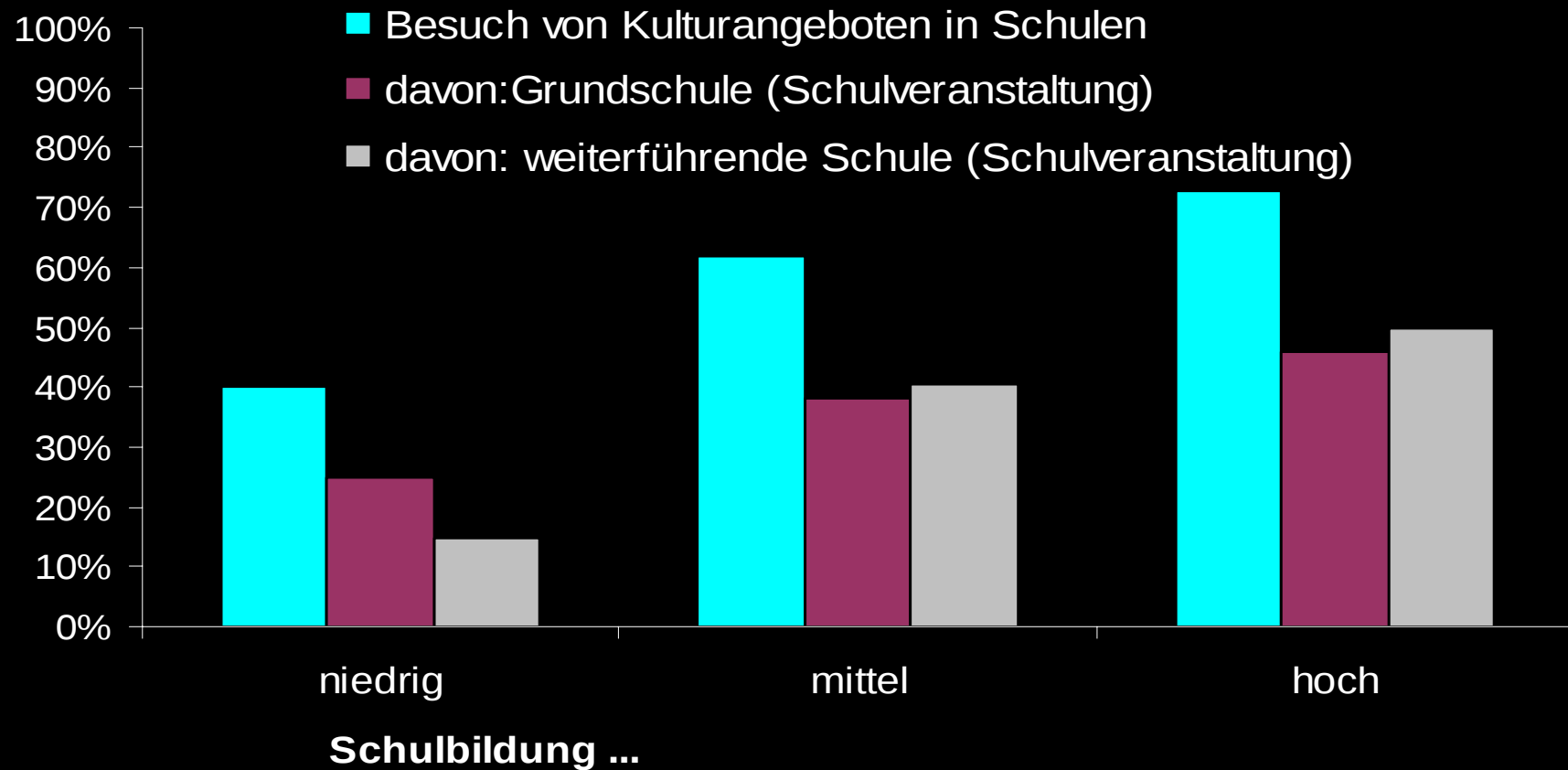
Gemeinsamer Kulturbesuch mit den Eltern

Differenziert nach der Schulbildung der Eltern



Kulturbesuch mit der Schule

Mindestens 1 Besuch in einem Museum, Theater, Konzert o.ä.



Besondere Empfehlungen

Für Nachhaltige Strukturprojekte

- ⇒ **Andere Partner und eine externe Projektkoordination notwendig für Projektbetreuung (u. reibungsfreien Ablauf)**
- ⇒ **Qualifizierung von Multiplikatoren, wie Lehrer, Erzieher etc.**
- ⇒ **Möglichst externe Evaluation im Dialog, um Schwierigkeiten im Ablauf rechtzeitig zu erkennen und Fehler zu vermeiden**
- ⇒ **Schriftliche Projektdokumentation für Übertragbarkeit des Projekts in andere Regionen**



Nachhaltige Strukturprojekte entwickeln sich

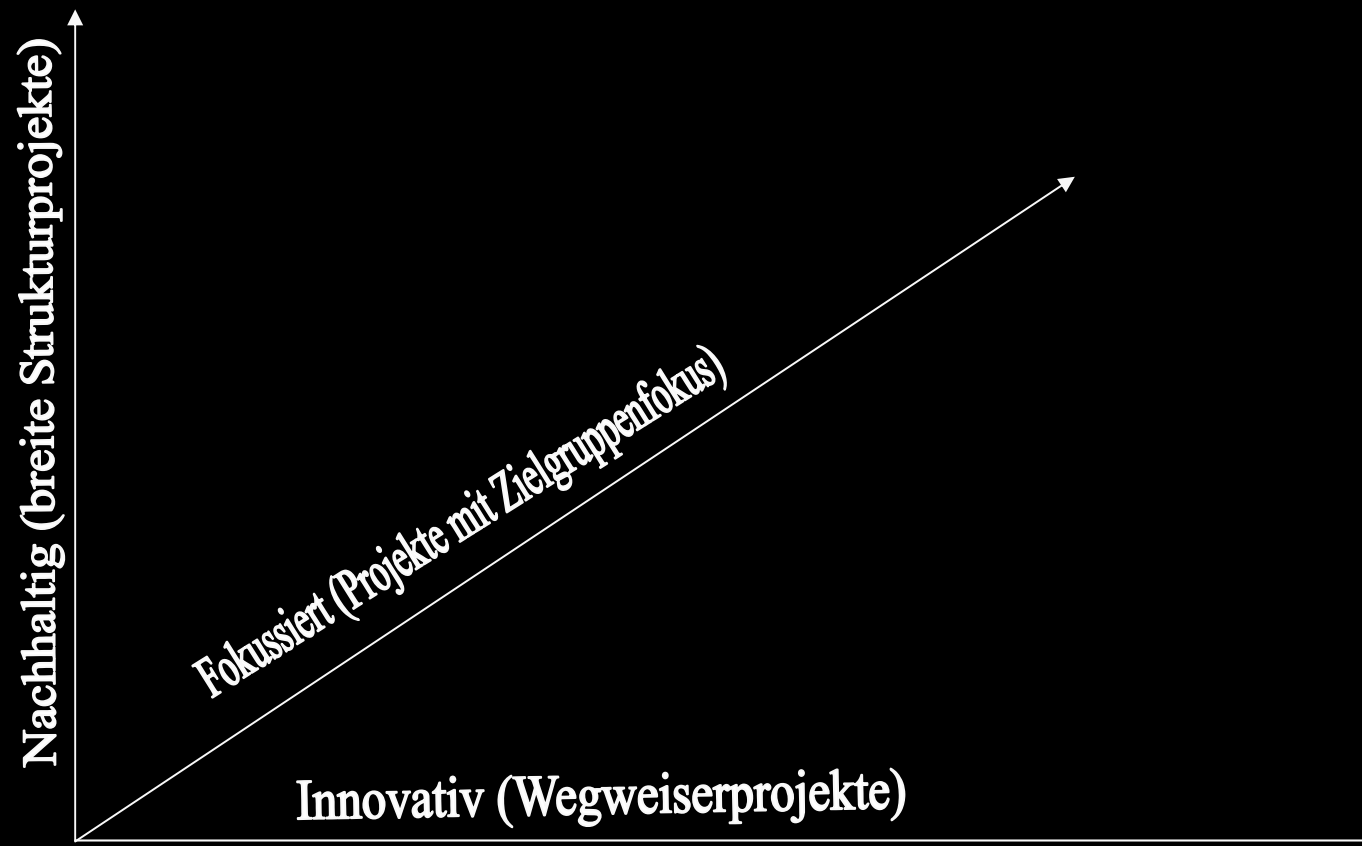
Aus innovativen Wegweiserprojekte und Projekten mit Zielgruppenfokus

- ⇒ **Welche Qualitätsmerkmale innerhalb eines Projekts erfüllt werden können, liegt nicht zuletzt auch in der Verantwortung der Förderer!**

Aus jedem originellen Projektansatz für die Kunstvermittlung kann man durch Vernetzung mit dem Bildungsbereich, weiteren Partnern sowie der Berücksichtigung von in der Studie herausgearbeiteten Qualitätsmerkmalen ein nachhaltiges Strukturprojekt entwickeln. ...



Qualitätsdimensionen, in denen sich Kinder- und Jugendkulturprojekte bewegen



Fazit:

Die eben skizzierten Projektansätze beeinflussen sich gegenseitig in ihrer Entwicklung, haben ein unterschiedliches Zielgruppenpotenzial und sprechen verschiedene kulturelle Bildungspotenziale bei Kindern und Jugendlichen an.

⇒ Daher ist es wichtig, diese gleichermaßen adäquat zu unterstützen.

Ebenso wichtig ist es, nicht nur für viele kulturelle Bildungsprojekte einzutreten, sondern vor allem für gute kulturelle Bildungsprojekte.

Und hier das Rad nicht immer neu zu erfinden, sondern von den schon gesammelten Erfahrungen anderer Erfolgsprojekte zu profitieren!

