

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

Merkmale - Motive - Erfahrungen 2021/22

Ergebnisse der sechsten Teilnehmerbefragung

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

Bearbeitung: Karl Ermert

© Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel e. V.

Kontakt und Bestellungen:

Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel e. V.

Postfach 1140

38281 Wolfenbüttel

Tel: 05331-808-411

E-Mail: post@bundesakademie.de

Die Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel im Internet:

www.bundesakademie.de

Inhaltsübersicht:

Vorwort	6
1 Die Befragungen und ihre Anlage.....	7
2 Präsenz vs. Online – Gemeinsamkeiten und Unterschiede.....	9
3 Wer besucht die ba•?	13
4 Woher kommen die Teilnehmenden der ba•?.....	16
5 Wie beurteilen die Teilnehmenden die ba•?.....	19
6 Kundenbindung und Entwicklungsdynamik – oder: Wie viele Teilnehmende kommen wieder?.....	22
7 Geschlechterverteilung oder: Viel mehr Frauen als Männer.....	23
8 Wie alt sind die Teilnehmenden?	26
9 Wie nützlich ist das Angebot der ba• für die Teilnehmenden?	28
10 Wie erfahren die Teilnehmenden von der ba•?	30
11 Wo sind die Teilnehmenden im Kulturbereich tätig?	32
12 Worin unterscheiden sich Erst- und Mehrfachbesucher_innen?	34
13 Resümee	41
14 Fragebögen.....	42
14.1 für Präsenzveranstaltungen	42
14.2 für Online-Seminare	46

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Anteile der Bundesländer am TNN-Aufkommen der ba• 2021/22.....	16
Abbildung 2:	Beteiligungsquoten der Bundesländer 2021/22.....	17
Abbildung 3:	Beteiligungsquoten der Bundesländer 2017 und 2021/22.....	18
Abbildung 4:	Verteilung der Erst- und Mehrfachteilnahmeanteile gesamt und in Programmbereichen.....	22
Abbildung 5:	Geschlechterverteilung in Programmbereichen.....	23
Abbildung 6:	Unterstützung von Frauen und Männern nach Tätigkeitsstatus der Kulturarbeit	24
Abbildung 7:	Verteilung der Altersgruppen der Befragten 2021/22	26
Abbildung 8:	Verteilung der Altersgruppen auf Programmbereiche 2021/22	26
Abbildung 9:	Zufriedenheit der Altersgruppen mit ba•-Programm.....	27
Abbildung 10:	„Impulse für die Arbeit der TNN“ in den Programmbereichen und im Gesamtdurchschnitt 2021/22	28
Abbildung 11:	Bei welcher Art von Tätigkeit werden die TNN insgesamt und nach Männern und-Frauen durch die Veranstaltungen unterstützt?.....	28
Abbildung 12:	Kulturbezogene Tätigkeitsfelder der Befragten im Vergleich von 2021/22 zu 2016/17.....	32
Abbildung 13:	Arbeitsfelder in der Kulturvermittlung im Vergleich von 2021/22 und 2016/17	33
Abbildung 14:	Altersgruppen bei Erst- und Mehrfach-TNN 2021/22	34
Abbildung 15:	Entwicklung der Kostenübernahme durch die beschäftigende Einrichtung bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen 2003 bis 2021/22	35
Abbildung 16:	Tätigkeitsarten im Kulturbereich nach Erst- und Mehrfachbesuch 2021/22	36
Abbildung 17:	Kulturbezogene Tätigkeitsfelder nach Erst- und Mehrfachbesuchen 2021/22	37
Abbildung 18:	Arbeitsfelder der Kulturvermittlung bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen	38
Abbildung 19:	Unterstützung der Teilnehmenden durch Veranstaltungsteilnahme bei ihren kulturellen Aktivitäten 2021/22	40

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Präferenzen für künftige Bildungsformate	11
Tabelle 2:	Einige Strukturmerkmale der Teilnehmenden im Vergleich 2014/15 bis 2021/22.....	13
Tabelle 3:	Beurteilung der Leistungsaspekte 2013/14 bis 2021/22.....	19
Tabelle 4:	Erwerbssituation bei Frauen und Männern 2021/22	25

Tabelle 5: Status der kulturbezogenen Arbeit bei Frauen und Männern	25
Tabelle 6: Unterstützung der TNN-Tätigkeiten durch Veranstaltungen nach Programmbereichen	29
Tabelle 7: Informationswege zur ba•20013/14 bis 2021/22	30
Tabelle 8: Informationswege zur ba• 2021/22 nach Erst- und Mehrfachteilnahme	39

Vorwort

Die Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel (ba•) hat sich der Fort- und Weiterbildung von Kulturschaffenden, Kulturvermittler_innen und anderen in der Kultur Tätigen verschrieben. Die Akademie arbeitet spartenübergreifend in Bildender Kunst (bk), Darstellenden Künsten (dk), Kulturpolitik, -management und -wissenschaft (ku), Literatur (lit) sowie Museum (mm) und Musik (mu) und in zeitlich befristeten Projekten zu Querschnittsthemen wie kulturelle Schulentwicklung, Diversität oder Digitalität. Wir orientieren uns dabei an den Bedarfen der Teilnehmenden und versuchen gleichzeitig, aktuellen Entwicklungen in deren Tätigkeitsfeldern einen Schritt voraus zu sein. Um Merkmale, Motive und Erfahrungen der Besucher_innen noch besser kennen zu lernen, werden regelmäßig Teilnehmenden-Befragungen durchgeführt. Seit 2003 werden diese im Abstand von circa drei bis vier Jahren in einem Evaluationsbericht gebündelt.

Die Teilnehmenden bescheinigen der ba• im nun bereits sechsten Evaluationsbericht wieder ein sehr gutes Zeugnis, was angesichts der Herausforderungen, vor denen der Kulturbereich in den letzten Jahren stand und weiterhin steht, eine besondere Beachtung verdient. Wie auch andere Kultur- und Bildungseinrichtungen muss die Akademie mit gleichbleibenden oder gar abnehmenden öffentlichen Mitteln, steigenden Kosten, Investitionsstau und Fachkräftemangel zurechtkommen. Die Covid-19-Pandemie stellte insbesondere zu Beginn eine große Herausforderung dar, die jedoch dank eines qualitätvollen und bereits ab April 2020 zur Verfügung stehenden Online-Angebotes gut gemeistert wurde. Der vorliegende Evaluationsbericht integriert daher zum ersten Mal auch Ergebnisse der Evaluation von Online-Angeboten und stellt diese den Präsenzangeboten gegenüber. Es zeigt sich, dass die ba• auch hier das gewohnte, inhaltlich hohe Niveau der Seminare und Tagungen halten kann, indem digitale Kulturvermittlung als ein besonderer Möglichkeitsraum insbesondere auch für die Künste gestaltet und keinesfalls nur als (schlechtere) Übertragung eines Präsenzangebotes im Netz wiedergegeben wird. Die Teilnehmenden wünschen sich nach diesen Erfahrungen eine Beibehaltung der Online-Angebote, worauf wir reagieren und diese auch weiterhin neben einem Präsenzangebot in Wolfenbüttel anbieten werden.

Im Folgenden werden einige zentrale Ergebnisse der Befragungen im Zeitraum von Ende 2020 bis März 2022 dargestellt. In diesem Bericht fehlen aufgrund von längeren personellen Vakanzen im Erhebungszeitraum die Programmbereiche Darstellende Künste und Musik. Ansonsten folgt die Darstellung soweit möglich und sinnvoll dem Muster der früheren Berichte und nimmt häufig darauf Bezug. Damit wird ein Längsschnittvergleich der Untersuchungsergebnisse ermöglicht und also ein Blick auf die Entwicklung der Bundesakademie seit nunmehr fast 20 Jahren. Zu danken ist dafür vor allem Karl Ermert, selbst Direktor der Bundesakademie von 1999 – 2011, der diesen wie auch die letzten Berichte auf der Grundlage der erhobenen Daten sorgfältig ausgearbeitet hat.

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

Vanessa-Isabelle Reinwand-Weiss, im August 2022

I Die Befragungen und ihre Anlage

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

Die Arbeit der ba● wurde in den Jahren 2020 und 2021 durch die besonderen Bedingungen der Covid-19-Pandemie stark beeinflusst und vor allem anfänglich auch beeinträchtigt. Plötzlich und über geraume Zeit waren Präsenzseminare, die bis dahin ausschließliche Veranstaltungsform, ganz unmöglich. Als Alternative wurden sehr schnell Online-Formate entwickelt und schließlich auch in beträchtlicher Zahl durchgeführt. Schließlich, als Präsenzformate wieder möglich wurden, liefen Präsenz- und Online-Formate parallel.

Einbezogen wurden in der jetzigen, sechsten Befragung Teilnehmende (TNN) aus Seminaren/Kursen bzw. Tagungen, die von den Programmbereichen der Akademie in der Zeit von Ende 2020 bis März 2022 veranstaltet wurden.² Insgesamt wurden 1.172 Personen, genauer: Teilnahmefälle, durch die Befragungen erfasst. Davon kamen 609 TNN aus Präsenz- und 563 TNN aus Online-Veranstaltungen.

Nicht alle Programmbereiche sind thematisch gleich geeignet für Online-Formate. Darstellende Künste und vor allem Musik haben es schwerer, wenn es, wie bei der ba●, um praktische künstlerische Weiterbildung geht, in der man auf direkte Interaktion in der Gruppe angewiesen ist. Hinzu kam, dass in diesen Programmbereichen im Jahr 2021 Wechsel in den Programmbereichsleitungen erfolgten, die mit Vakanzen verbunden waren. In der Folge beider Fakten konnten in der jetzigen Befragung in diesen beiden Programmbereichen nur so wenige Teilnahmefälle erfasst werden, dass sie in der Einzelbetrachtung statistisch im Vergleich nicht mehr sinnvoll einbezogen werden konnten. Das gilt sowohl für Präsenz- wie – noch mehr – für Online-Formate. De facto liefern die jetzigen Ergebnisse der Befragung also vor allem ein Bild von vier der sechs Programmbereiche: Bildende Kunst (bk), Kulturmanagement/-wissenschaft/-politik (ku), Literatur (lit)

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

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

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

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

Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel (Hrsg.): Die Teilnehmenden der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel. Merkmale – Motive – Erfahrungen 2016/17. Ergebnisse der fünften Teilnehmerbefragung. Bearb. Karl Ermert. Wolfenbüttel 2018. 39 S.

² Die TNN aus Projekten außerhalb der Programmbereiche wurden nicht befragt, da diese meist besonderen Evaluationsvorgaben aufgrund verschiedener Förderer folgen bzw. sehr spezifische Formate besitzen. Sie bleiben daher auch in den weiteren Betrachtungen unberücksichtigt. Angesichts des stark gewachsenen Umfangs dieses Aktivitätsspektrums der ba● stellt sich die Frage, ob und wie dieses vergleichend evaluiert werden könnte.

und Museum (mm). Freilich sind auch diese Ergebnisse, wie Vergleiche mit früheren Befragungen zeigen, insgesamt nicht unrepräsentativ für den generellen Entwicklungsstatus der Fortbildungsarbeit der ba•.

Die Befragungen wurden in den Präsenzformaten in Papierform durchgeführt, in den Online-Formaten über online bereitgestellte Frageformulare. In beiden Formaten fanden die Befragungen, wie schon seit der zweiten Befragung in 2005/6, aus pragmatischen Gründen unmittelbar zu Ende der Veranstaltungen statt. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist dies grundsätzlich zu berücksichtigen.

Das betrifft nicht die Erhebung der soziodemografischen Merkmale der TNN. Sie sind relativ unabhängig von Zeitpunkt und Situation der Befragung. Gerade diese Merkmale systematisch und unabhängig von den täglichen Erfahrungen zu kennen und reflektieren zu können, ist jedoch für die Akademie sehr wichtig.

Bei den Fragen zur Bewertung der Seminare und ihrer Rahmenbedingungen ist zu beachten: Die Befragungssituation am Ende von Veranstaltungen kann durch die gruppensdynamische Situation beeinflusst sein. Positive Erfahrungen werden positiver, kritische Erfahrungen kritischer beurteilt. Bei Befragungen mit zeitlichem Abstand wird der davon unabhängige und nachhaltigere, quasi kühlere Eindruck erhoben. Ein Vorteil der Befragung am Ende von Veranstaltungen besteht in der Frische und Unmittelbarkeit der Eindrücke und in der Wahrscheinlichkeit einer höheren Teilnahmequote.

Der Fragebogen von 2020ff. enthielt für das Präsenzformat wie für das Online-Format jeweils 28 Fragen. Sie sind bis auf kleinere Veränderungen aus den früheren Befragungen übernommen worden, um eine möglichst gute Vergleichbarkeit herzustellen. Freilich unterschieden sich die Fragen des Online-Formats an einigen Stellen von denen des Präsenzformats. Einige Fragen des Präsenzformats z. B. zu den Bedingungen in Gästehaus und Räumlichkeiten wurden durch andere ersetzt, die die Spezifika des Onlineformats aufnahmen. Hier wurde auch gefragt, wo die Präferenzen der Befragten für die Zukunft liegen, ob Online, Präsenz oder beides.

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

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

2 Präsenz vs. Online - Gemeinsamkeiten und Unterschiede

Diese Befragung traf auf eine grundsätzlich neue Konstellation. Die Akademie arbeitete in ihrer Weiterbildungsarbeit zum ersten Mal sowohl mit den herkömmlichen Präsenzformaten als auch mit Onlineformaten. Der „Lockdown“, ab Frühjahr 2020 staatlich verordnet im Kampf gegen die Covid-19-Pandemie, verunmöglichte zunächst komplett und erschwerte im Folgenden die Arbeit in den kompetent beherrschten (Präsenz-)Arbeitsformaten. Die Programmleitungen der ba• sahen sich vor der Herausforderung, auf Online-Formate auszuweichen, um ihren Auftrag weiter ausführen zu können. Auf diesem Gebiet hatte es bislang nur ausnahms- und versuchsweise Aktivitäten gegeben. Sie waren auch nicht wirklich auf Gegenliebe bei den Adressat_innen gestoßen. Es lagen also bei den Programmleitungen keine nennenswerten diesbezüglichen Erfahrungen und Kompetenzen vor. Die mussten nun sozusagen „in Windeseile“ entwickelt und es mussten auch Lehrende gefunden werden, die die technischen, didaktischen und methodischen Möglichkeiten der Online-Bildungsarbeit beherrschten. So geschah es auch, und auch die „Kundschaft“ stellte sich um. Die Nachfrage nach Weiterbildung im Online-Format war da und führte zu respektablen Besuchszahlen.

Insofern ist es von besonderem Interesse, Übereinstimmungen und Unterschieden in den Formaten zu betrachten. Wurden andere TNN-Gruppen erreicht? Veränderten sich die geografischen Einzugsreichweiten und -verteilungen? Wie beurteilten die TNN die Qualität der Veranstaltungen und den Nutzen, den sie daraus zogen? Und schließlich: Wie sehen die Befragten ihre Perspektiven für Online- im Verhältnis zu Präsenzformaten?

Zunächst werden in diesem Bericht diese Beobachtungen präsentiert, bevor im weiteren Verlauf die bislang üblichen Fragestellungen abgehandelt werden.

Überraschend ist das Ausmaß der Übereinstimmung in den Ergebnissen der beiden Befragungen. Hier werden daher nur nennenswerte Differenzen oder nicht selbstverständliche Übereinstimmungen aufgeführt.

Soziodemografische Merkmale

- In den Online-Kursen ist der Anteil der weiblichen TNN mit 85% höher als bei den Präsenz-Kursen mit 76%. Der Kategorie „divers“ ordneten sich in den Onlineformaten 0,5% zu, in den Präsenzformaten 0,3%.
- Bei den Zugangswegen der TNN zu Informationen seitens der ba• gibt es nur eine wirklich auffällige Differenz: Der Informationsweg über „Newsletter und sonstige Mailings der ba•“ liegt bei den Online-Kursen mit 43% 18%-Punkte über den Präsenzkursen (25%). (Aber selbst bei den Online-TNN kommen immer noch 11% über die gedruckte Programmübersicht (bei Präsenz-TNN 17%).)
- Mit Online-Kursen erreichte die ba• mit 51% Anteil der Erstbesucher_innen unter den TNN um 9%-Punkte mehr als bei den Präsenzkursen. (Aber immerhin etwa die Hälfte der Online-TNN hat eben auch schon vorher und teils mehrfach an (Präsenz-)Kursen der ba• teilgenommen.)
- Online- wie Präsenz-Gruppen zeigen bei der Erwerbstätigkeitsstruktur (von „Vollzeit“ bis Ruhestand) wie auch beim Status der kulturbezogenen Arbeit (hauptberuflich angestellt über selbstständig/freiberuflich bis privat) weitgehende Übereinstimmung.
- Bei den Präsenzgruppen ist der Anteil der Selbstzahler (54%) etwas höher als bei den Onlinegruppen (47%).

- Die „Vorausbildung im Bereich Kultur“ reklamieren für sich 67% der Präsenz-TNN und 74% der Online-TNN.
- Bei den Kulturarbeitsfeldern, in denen die TNN tätig sind, gibt es einige interessante Differenzen:
 - In „Kulturvermittlung“ generell arbeiten von den Online-TNN 58% und damit 14%-Punkte weniger als von den Präsenz-TNN.
 - Dafür finden sich in „Kulturwissenschaft“, „in der öffentlichen Kulturverwaltung“ und in Beratungsfunktionen“ – auf niedrigerem Mengenniveau um 10% – jeweils etwa doppelt so hohe Anteile in Online- wie in Präsenzveranstaltungen.
 - Mit 27% stellen die TNN aus „Organisation und Management einer Kultureinrichtung“ in den Online-Kursen schon einen beträchtlichen Anteil. Vor allem aber liegen sie damit um das Viereinhalbfache höher als ihr Anteil in Präsenzkursen (6%).

Woran liegt das? Auch sicher daran, dass die Anteile an befragten TNN aus dem Programmbereich *ku* bei den Online-Kursen sehr hoch (36%) und bei den Präsenzkursen sehr niedrig (6%) liegen. Die Themen aus Kulturmanagement und Kulturwissenschaft sprechen gerade diese letztere Zielgruppe besonders an. Die sich daraus ergebenden Verschiebungen könnten dadurch verstärkt werden, dass TNN aus diesen Arbeitsfeldern die Online-Arbeitsform besonders schätzen, weil sie weniger zeit- und kostenaufwändig ist.

- Die jüngeren Altersgruppen bis 35 Jahre sind in den Online-Formaten jeweils um ein paar %-Punkte schwächer vertreten als die darauf folgenden. Das mag erstaunen, belegt aber mindestens, dass die höheren Altersgruppen nicht weniger „online-affin“ sind als die niedrigeren. Das umgekehrte Bild finden wir bei den Präsenzformaten.
- Die regionalen Einzugsstärken bezogen auf Bundesländer der Online- und Präsenzformate unterscheiden sich fast nicht, und wo doch, bewegen sich die Zahlen im Zufälligkeitsbereich. Anscheinend spielt die Höhe des Anreisearbeitsaufwands nicht eine so große Rolle, wie man vielleicht vermuten möchte.

Bewertungsfragen

74% der Online-TNN hatten schon Erfahrungen mit Online-Fortbildungen, bevor sie solche an der ba• besuchten. Das zu wissen, spielt eine Rolle bei den Bewertungsfragen. Auch hier gibt es in den Ergebnissen kaum Unterschiede zu den Präsenzformaten. Insgesamt kann man mit allen Qualitätsbewertungen der inhaltlichen Arbeit zufrieden sein. Die Fachkompetenz der Lehrenden wird beispielsweise gut (um 1,3 auf einer Skala von 1 bis 6) und gleich bewertet, die Verständlichkeit der Vermittlung bei den Online-Formaten sogar besser (1,34 vs. 1,56). Das muss angesichts der Herausforderung, die die plötzliche Umstellung auf Online-Arbeit für die ba• darstellte, als ein sehr gutes Ergebnis bewertet werden.

Welche Art Kurse werden zukünftig gewünscht?

Am Ende wurden die TNN der Online-Formate mit der Formulierung „Wenn die Corona-Krise vorbei ist, werde ich ...“ gefragt, wo ihre zukünftigen Präferenzen der Weiterbildungsformate liegen.³ Die Verteilung der Antworten ist in Tabelle 1 aufgeführt.

Tabelle 1: Präferenzen für künftige Bildungsformate

Ich werde in Zukunft ...

.. lieber wieder Präsenzseminare besuchen	19%
.. Onlineseminare bevorzugen	9%
.. beides nutzen	81%
(Mehrfachwahl möglich)	(n = 561)

Demnach möchte die überwältigende Mehrheit von vier Fünfteln sowohl Online- als auch Präsenzformate nutzen. Ein Fünftel würde Präsenzformate, ein knappes Zehntel Onlineseminare bevorzugen. Zudem hatten die Befragten die Möglichkeit, die Gründe für ihre Antworten zu benennen. Davon haben immerhin 240 von 561 Antwortenden Gebrauch gemacht. Hier eine Auswahl, die die verschiedenen Aspekte illustriert:

- „[Online] spart die langen Anfahrzeiten, und ich kann mich dadurch besser fortbilden, da ich für Fortbildungen kaum frei bekomme und eine Teilnahme für mich so einfacher zeitlich einzutakten, aber auch preislich erschwinglicher ist.“
- „Das Onlineformat ist super effizient, komfortabel und auch günstiger (keine Übernachtungs- und Verpflegungskosten).“
- „Online ist mit Familie bzw. Kleinkind besser vereinbar.“
- „Die örtliche Ungebundenheit von Onlineseminaren ist ein großer Pluspunkt und führt zu besserer Vereinbarkeit von Job und Fortbildung. Ich lerne spannende neue, digitale Arbeitsmethoden und Tools kennen, die Zukunfts-Nutzungspotential haben.“
- „Präsenz ist schön, aber ich konnte schon sehr viele Seminare nicht besuchen, weil ich keine Zeit hatte, nach Wolfenbüttel zu fahren. Die Online-Seminare sind für mich einfach großartig.“
- „Durch die familiäre Gebundenheit kann ich nicht so oft verreisen, wie ich gerne würde, und bin dann über zusätzliche online-Seminare dankbar.“
- „Aufgrund einer chronischen Erkrankung nehme ich lieber an Online-Veranstaltungen teil. Präsenz und ganztags ist mir erstens zu anstrengend und zweitens wegen meiner Halbtagsarbeit schlecht möglich.“
- „Präsenz ist besser, aber manchmal ist online einfach praktischer.“
- „Präsenz ist super! Online mal praktisch.“
- „Online spare ich mir die Reise, vor Ort ist echter und inniger.“
- „Für Präsenzseminare sprechen: Austausch und Nähe, mehr Zeit für die Entwicklung von Arbeiten, Distanz zur gewohnten Umgebung / Für Onlineseminare spricht: bequem von zu Hause aus, ohne vielleicht mühsame Anreise, paralleles Arbeiten während Präsentation.“

³ Diese Frage war in dem Fragebogen für Präsenzformate nicht enthalten. Dieser wurde schon vor der Seuche entwickelt und eingesetzt und konnte aus statistikprogrammtechnischen Gründen danach nicht mehr geändert werden.

- „Online-Seminare sind manchmal zeitlich einfacher umzusetzen und praktisch (...). Gleichzeitig sind live-Seminare unglaublich wertvoll, und mindestens 5x intensiver, persönlicher.“
- „Präsenzseminare bieten neben der fachlichen Qualifizierung einen ganz anderen praktischen Zugang als Onlineseminare, dazu direkte Vernetzungsmöglichkeit mit den TN. Onlineseminare sind unkomplizierter in den Alltag einzubauen usw.“
- „Präferenz für Präsenzseminare (direkter Austausch, Ortswechsel, Atmosphäre und ‚Pausengespräche‘ einfach ergiebiger). Bei Themen aus dem unteren Bereich der Fortbildungs-Prioritätenliste gerne auch wieder Onlineseminare (billiger, weniger aufwändig).“
- „Mir fällt es [in Präsenzseminaren] leichter, mich aktiv einzubringen. Online ist es fast unmöglich, kurze Beiträge zu leisten, weil die Reihenfolge der Wortmeldungen eingehalten werden muss. Mir fehlt da die Spontaneität.“
- „Kosten, Zeitaufwand, Erreichbarkeit versus Intensität, soziale Komponente, direkter Austausch.“
- „Je nach Fokus. Online ist halt sehr effizient und für Textarbeit (mein Feld) gut geeignet. Aber es gibt auch Themen, da ist es besser, physisch präsent zu sein.“
- „Für die Vermittlung reiner Techniken ist [Online] für die Kunst okay. Aber das prozessorientierte künstlerische Arbeiten, Haptik und Stofflichkeit der Bilder und das Fluidum von Teilnehmern und Bildern sind (für mich) auf dem Bildschirm schwer wiederzugeben.“
- „Ich bin so gern in der BA. Trotz intensiver Arbeit immer eine Auszeit, die mir gut tut.“
- „Onlineseminar spart Fahrzeit und Aufwand, trotzdem wäre ich auch gerne mal wieder in Wolfenbüttel ...“

In Summe waren sich die TNN einig: Beide Formate haben Vor- und Nachteile.

- Präsenzseminare, vor allem Mehrtagesveranstaltungen, sind lerneffektiver und bieten bessere Möglichkeiten des Kennenlernens, des Austauschs und des „Netzwerks“ der TNN untereinander. Es gibt Themen, die nur in Präsenz gut zu bearbeiten sind (obwohl auch Online-Seminare in der Interaktion offenbar viel leisten können). Man kommt „auch mal raus“, und nicht zuletzt: in Wolfenbüttel ist es schön.
- Die unschlagbaren Vorteile von Online-Seminaren sind Zeit- und Kosteneffizienz, damit verbunden bessere Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Fortbildung.

Das Ergebnis heißt, für die ba• gehören auch ohne die Covid-19-Einschränkungen in der Zukunft Online-Formate in ihr Angebot.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der beiden Befragungen zusammengeführt und nach dem Muster der vorangegangenen Befragungen ausgewertet, um den Vergleich mit diesen zu erleichtern. Wo zwischen den Online- und den Präsenzbefragungen relevante Unterschiede bestehen, werden diese angemerkt.

3 Wer besucht die ba•?

Tabelle 2: Einige Strukturmerkmale der Teilnehmenden im Vergleich 2014/15 bis 2021/22

	2013/14 (Anteil in % aller Antwortenden)	2016/17 (Anteil in % aller Antwortenden)	2021/22 (Anteil in % aller Antwortenden)
Anteil „weiblich“	80	76	80
Alter von 36-55 Jahren	53	50	47
Wohnort in Niedersachsen	38	33	31
Vorausbildung im Kulturbereich	71	71	70
vollzeiterwerbstätig	52	55	51
Kostenübernahme für Fortbildung selbst	63	59	50
Kostenübernahme durch Arbeitgeber	25	28	38
Im Kulturbereich beruflich oder ehrenamtlich aktiv	84	85	86
Im Kulturbereich hauptberuflich <i>angestellt</i>			53
Im Kulturbereich freiberuflich bzw. selbstständig tätig			36
Veranstaltungsbesuch unterstützt in der hauptberuflichen Arbeit	72	71	74
In Kultur <u>produktion</u> tätig	32	36	36
In Kultur <u>vermittlung</u> tätig	73	60	65

Wenn die Informationen der Tabelle 2 übersetzt werden, kann man sagen: Der/die meist vorkommende Teilnehmende der Bundesakademie ist weiblich, Mitte 40, wohnt in Norddeutschland und hat eine Vorausbildung im Kulturbereich. Sie ist meist vollzeit erwerbstätig und ist im Kulturbereich beruflich oder ehrenamtlich auch aktiv. Sie ist überwiegend als Kulturvermittlerin tätig. Die Kosten ihrer Fortbildung zahlt sie mit der gleichen Wahrscheinlichkeit selbst, wie sie Unterstützung durch ihren Arbeitgeber oder über andere Wege bekommt.

In den Teilnehmendenstrukturen ergeben sich seit 2013/14 keine großen, aber an einigen Stellen interessante Veränderungen. Folgendes soll hervorgehoben sein:

- Der Anteil der Frauen unter den Befragten, genauer: die sich der Kategorie „weiblich“ zuordnen, war seit Beginn der Befragungen immer weiter angestiegen. In 2013/14 hatte dieser Trend bei 80% seinen vorläufigen Höhepunkt gefunden. In 2016/17 sank der Frauenanteil leicht auf 76%, in der Gegenwart ist er wieder auf Rekordniveau angestiegen. Die übrigen Teilnehmenden haben sich nahezu ausschließlich der Kategorie „männlich“ zugeordnet. Der Anteil der TNN unter der (neuen) Kategorie „divers“ liegt bei 0,3%. Nicht ganz ausschließen kann man mit Blick auf die Geschlechterverteilung eine kleine Nebenwirkung des weitgehenden Ausfalls des Programmbereichs Musik, der in der Vergangenheit immer einen etwas höheren Männeranteil hatte.
- Die Altersgruppe zwischen 36 und 55 Jahren umfasste 2013/14 53%, in 2016/17 50%, nun fiel er leicht auf 47%. Die Altersstruktur hat sich gegenüber den vorherigen Befragungen nicht groß verändert. Allerdings stieg in der neuesten Befragung der Anteil der Alterskohorten über dieser Altersgruppe etwas an. Insofern dürfte das Durchschnittsalter leicht gestiegen sein.
- Der Anteil der TNN mit Vorbildung im Kulturbereich ist weiterhin hoch. Das Niveau lag bislang in 2008/9 mit 77% am höchsten. In 2013/14 verringerte sich der Anteil dieser Gruppe auf 71%, so blieb das auch in 2016/17. Gegenwärtig liegt er bei 70%.
- Der Anteil der Vollzeit-Erwerbstätigen (unabhängig davon, ob die Erwerbstätigkeit ausschließlich im Kulturbereich liegt) lag 2013/14 bei 52%, in 2016/17 stieg er auf 55%, in 2021/22 ging er wieder zurück auf 51%.
- Der Anteil der Selbstzahlenden ist über die letzten Jahre stetig gesunken, zuletzt um ganze 9 %-Punkte. Ihre Fortbildungskosten zahlen jetzt (nur) noch die Hälfte der Befragten komplett selbst. Allerdings gibt es große Unterschiede zwischen Erst- und Mehrfachbesuchenden. Siehe dazu unten S. 34 ff.
- Spiegelbildlich ist der Anteil derjenigen, deren Kosten durch die Arbeitgeber in übernommen werden, ebenso stetig gestiegen, jetzt auf 38%. Auch diese Befunde sind differenziert nach Erst- und Mehrfachbesuchenden zu betrachten. S. u. S. 34 ff.
- Der Anteil der beruflich oder ehrenamtlich Aktiven unter den Befragten liegt aktuell wie in den Befragungen zuvor auch bei 86%. Der Anteil der *hauptberuflich im Kulturbereich angestellten* TNN war bis 2008/9 auf 47% gestiegen, der der *freiberuflich/selbstständig Tätigen* lag damals bei 33%. Die Unterscheidung zwischen „angestellt“ und „selbstständig“ wurde erst 2021/22 weiter verfolgt. Inzwischen sind die Anteile auf 53% „Angestellte“ bzw. 36% „Selbstständige/Freiberufliche“ gewachsen. (Bei den Mehrfachteilnehmenden sogar auf 44%.)
- Aktuell geben 74% der Befragten an, dass der Besuch der Veranstaltung sie bei ihrer hauptberuflichen Tätigkeit unterstützt. Damit wurde der schon vorher hohe Stand noch einmal leicht übertroffen. Hinzukommt Unterstützung für die nebenamtliche (23%) und ehrenamtliche (12%) Arbeit. Die Tendenz, dass der Besuch der Fortbildungen an der ba* weit überwiegend beruflichen Hintergrund hat und multiplikatoren Zwecken dient, hat sich also noch einmal verstärkt.
- Der Anteil der in der *Kulturproduktion* Tätigen hat sich auf jetzt 32% etwas verringert. Der Anteil der in der *Kulturvermittlung* Tätigen war in 2013/14 auf 73% nach oben geschnellt. Dieser Wert liegt nach

60% in 2016/17 jetzt bei 65%. Grob gesprochen pendelt sich das Verhältnis zwischen den Kultur*produzierenden* und den Kultur*vermittelnden* ein auf ein Drittel zu zwei Dritteln der TNN. Dabei darf nicht vergessen werden, dass ein nicht kleiner Teil der Befragten auf der Produktions- wie auch auf der Vermittlungsseite arbeiten.

- *Unter den Kulturvermittelnden* sind die größten Gruppen diejenigen, die in Kultur“institutionen“ (wie Museum, Theater, Orchester, Kunstverein) (55%) und in Schule (22%) tätig sind. Hier hat sich allerdings der Trend zuungunsten der Schule, den wir in den vorherigen Befragungen schon konstatieren konnten, noch einmal drastisch verstärkt.

17% arbeiten in einer außerschulischen Jugendbildungseinrichtung, 21% in einer außerschulischen Erwachsenenbildungseinrichtung, 12% in einem Kulturverein oder –verband. Möglicherweise liegt die Ursache in der Änderung der Programmstruktur der ba•, die inzwischen im Rahmen von Projekten spezielle Kurse für Lehrer_innen anbietet, z. B. „Schule:Kultur“. Diese Kurse werden durch die „normale“ TNN-Befragung nicht erfasst.

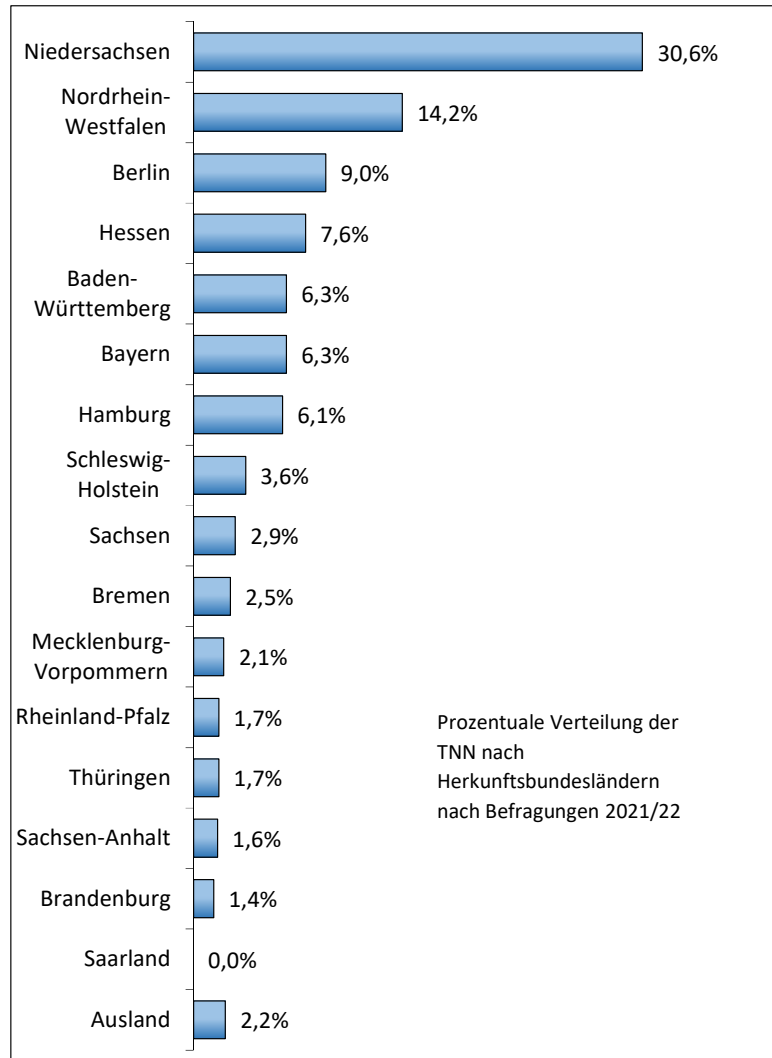
Die **Tendenzen** heißen: Unter den TNN der ba• stellen in 2021 weiterhin Frauen mit vier Fünfteln die bei weitem größte Gruppe. Weiterhin sind die TNN durchweg im beruflich produktiven Alter und weiterhin sehr gut im Kulturbereich vorausgebildet. Mehr als vier Fünftel sind auch hauptberuflich oder ehrenamtlich im Kulturbereich aktiv. Etwas mehr als die Hälfte ist hauptberuflich angestellt, ein gutes Drittel freiberuflich/selbstständig tätig. Bei inzwischen mehr als einem Drittel übernehmen die Arbeitgebenden die Kosten der Fortbildung. Immer noch 50% der TNN tragen die Kosten aber selbst und allein. Der Anteil der Niedersächs_innen hat sich etwas verringert. Unter allen Tätigkeiten, die durch die TNN der ba• im Kulturbereich ausgeübt werden, pendeln sich diejenigen in der Kultur*produktion* bei einem Drittel, diejenigen in der Kultur*vermittlung* bei zwei Dritteln ein. Dort arbeiten die meisten in Kulturinstitutionen/-vereinen sowie in anderen außerschulischen Bildungseinrichtungen. An der Schule arbeitet nur noch etwa ein Fünftel der befragten TNN.

4 Woher kommen die Teilnehmenden der ba•?

Die TNN der ba• kommen aus ganz Deutschland und auch, wenngleich zu einem kleinen Teil, aus dem – vorwiegend deutschsprachigen – Ausland. Die norddeutschen Bundesländer, allen voran Niedersachsen, und Nordrhein-Westfalen bilden zusammen den größten Teil. Aber auch Berlin, Hessen, Baden-Württemberg, Bayern und Hamburg stellen spürbare Kontingente. Der Anteil der TNN mit Wohnsitz im Ausland liegt bei 2,2% und hat sich damit nach einem zwischenzeitlichen Sprung in 2017 auf 7,2% wieder auf das Normalmaß früherer Jahre verringert. Der Anteil Niedersachsens scheint nach dem historischen Höchststand von 2016/17 um ein Viertel gesunken (30,6% vs. 42,1%). Bei näherem Hinsehen relativiert sich das. In 2017 wurde mit den *Realzahlen* der Hausbelegung aus dem sog. Haus- u. Seminarmanager der ba• gearbeitet.⁴ Diese lagen damals deutlich höher als die Zahlen aus den damals befragten Kursen (33,3%). In der jetzigen Auswertung mussten wir mit den Befragtenzahlen arbeiten, weil die realen Belegungszahlen durch den hohen Anteil von Online-Veranstaltungen, die zu keinen Belegungszahlen im Haus führten, kein sinnvolles Bild für unsere Fragestellung mehr ergeben. Der Vergleich auf dieser Ebene ergibt nur einen kleineren Rückgang 2,7 %-Punkten. Hier machen sich die Online-Formate bemerkbar. Hatten die Präsenzformate noch 32,6% Niedersachsenanteil, waren es bei den Onlineformaten nur noch 28,5%.

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

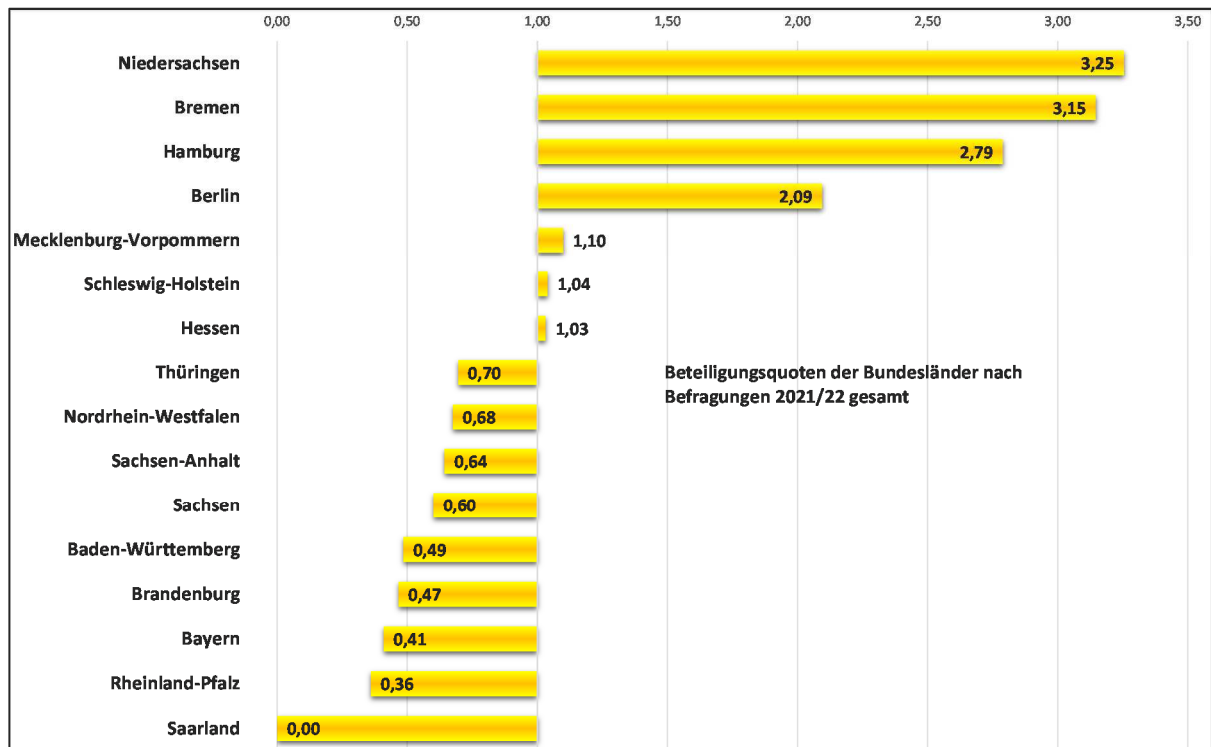
Abbildung 1: Anteile der Bundesländer am TNN-Aufkommen der ba• 2021/22



⁴ Vgl. Bericht zur Befragung 2016/17, S. 11.

Diese Beteiligungsquote zeigt Abbildung 2.⁵ Man sieht dort, dass nicht nur, wie zu erwarten, der Niedersachsenanteil weit überproportional ist und mehr als drei Mal so viele Teilnehmer unter den Befragten ausmacht, wie von der Bevölkerungsstärke zu erwarten wäre. Auch Bremen schickt relativ zu seinem Bevölkerungsanteil drei Mal, Hamburg fast ebenso viele, Berlin etwa zwei Mal so viele TNN nach Wolfenbüttel, wie nach ihrer Bevölkerungsgröße zu erwarten wäre. Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein und Hessen sind etwa ihrem Bevölkerungsanteil entsprechend vertreten. Thüringen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen-Anhalt liegen nicht weit von einer repräsentativ stimmigen Beteiligungsquote entfernt.

Abbildung 2: Beteiligungsquoten der Bundesländer 2021/22



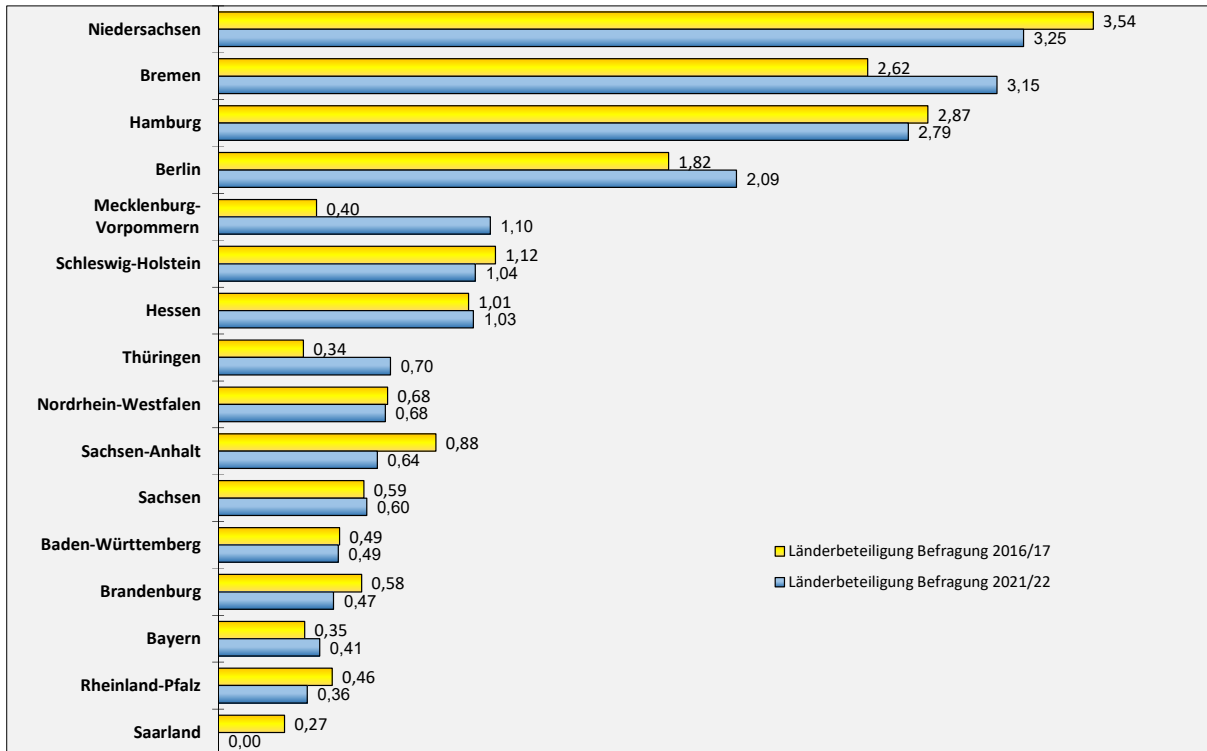
Der **Vergleich der Erhebungen von 2017 und 2021/22** (s. Abbildung 3; Basis in beiden Fällen die Befragungszahlen) zeigt: Der Niedersachsenanteil ist auf hohem Niveau etwas kleiner geworden; der nächstgrößte Teilnehmerlieferant, Nordrhein-Westfalen, ist auf gleichem Niveau geblieben. Unter den Stadtstaaten haben Bremen und Berlin zugelegt, Hamburg etwas nachgelassen. Auf hohem Niveau hat sich Hessen gehalten, Schleswig-Holstein leicht nachgelassen. Die südlichen Bundesländer sind (schon aus Entfernungsgründen) traditionell eher schwächer vertreten. Auch die Online-Angebote des jetzigen Befragungszeitraums haben daran noch nicht viel geändert. Die östlichen Bundesländer waren bislang meist deutlich unterrepräsentiert. Erfreulich ist, dass Mecklenburg-Vorpommern sich nun in der Gruppe höherer Beteiligung findet.

Im Übrigen ist bei den Bundesländern mit geringerem Bevölkerungsanteil immer zu bedenken, dass hier schon einige wenige TNN mehr oder weniger aus diesen Ländern einen starken Effekt ausmachen, so dass

⁵ Dafür wurden die prozentualen Anteile der TNN aus den deutschen Ländern in Beziehung gesetzt zu den Bevölkerungsanteilen der Länder an Deutschland insgesamt (nach den Angaben des Statistischen Bundesamtes in DESTA-TIS). Die Quote 1,0 bzw. 100% bedeutet eine genaue Entsprechung des TNN-Anteils eines Bundeslandes zu seinem Bevölkerungsanteil.

aktuelle Zufälligkeiten eine unverhältnismäßige Rolle spielen können. Das gilt für Bremen, Hamburg und auch noch Berlin wie auch für Sachsen-Anhalt, Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Saarland.

Abbildung 3: Beteiligungsquoten der Bundesländer 2017 und 2021/22



Hinzuweisen ist hier noch einmal darauf, dass die zugrundeliegenden Zahlen sich aus den Daten der Befragung ableiten. Die Bundesländeranteile und -beteiligungsverhältnisse könnten sich etwas verschieben, wenn alle TNN aus allen Projekten der ba• zugrunde gelegt würden.

5 Wie beurteilen die Teilnehmenden die ba•?

Die abgefragten Bewertungsitems sind in Tabelle 3 aufgelistet. Die meisten sind gegenüber den früheren Befragungen gleich geblieben. Die neue Situation der Onlineformate führte dazu, dass an etlichen Stellen zum gleichen Sachverhalt zwischen Präsenz- und Online-Gegebenheiten zu unterscheiden war, so zu den Teilnahmezugängen und zu den Unterrichts-/Vermittlungsvorgängen.

Tabelle 3: Beurteilung der Leistungsaspekte 2013/14 bis 2021/22

	Leistungsaspekte	Durchschnittsbewertung 2013/14	Durchschnittsbewertung 2016/17	Durchschnittsbewertung 2021/22
		Auf einer Skala von 1 bis 6:	Auf einer Skala von 1 bis 6:	Auf einer Skala von 1 bis 6:
1)	Einfachheit des Anmeldeprozesses	1,37	1,40	1,47 (nur Präsenz)
2)	Informationen zur Anreise	1,28	1,27	1,32 (nur Präsenz)
2a)	Zugangsinformationen zur Teilnahme			1,18 (nur Online)
3)	Vorweginformationen zu Ablauf d. Veranstaltung	1,63	1,64	1,63
4)	Qualität der technischen Arbeitsbedingungen (Räume, Medien usw.)	1,38	1,42	1,43 (nur Präsenz)
5)	Zufriedenheit mit der Servicequalität des Hauses	1,32	1,28	1,33 (nur Präsenz)
6)	Qualität der Verpflegung in der ba•	1,70	1,86	1,74 (nur Präsenz)
7)	Wie entsprach der vermittelte Inhalt den Ankündigungen?	1,54	1,57	1,54
8)	Zufriedenheit mit <i>Fachkompetenz</i> der Dozent_innen	1,32	1,24	1,30
9)	Zufriedenheit mit <i>Vermittlungskompetenz</i> der Dozent_innen	1,56	1,57	1,56 (nur Präsenz)

	Leistungsaspekte	Durchschnittsbewertung 2013/14	Durchschnittsbewertung 2016/17	Durchschnittsbewertung 2021/22
9a)	Wurden die Sachverhalte verständlich vermittelt?			1,34 (nur Online)
9b)	War der Einsatz der Vermittlungstools angemessen?			1,42 (nur Online)
9c)	Bewertung der aktiven Teilnahmemöglichkeiten			1,63 (nur Online)
10)	Stärke der Impulse für die eigene Arbeit	1,57	1,62	1,65
11)	Abdeckung aller eigenen inhaltlichen Interessen	1,52	1,51	1,70

Auch nach strengen Maßstäben können – im Gesamtdurchschnitt – die Leistungsbeurteilungen der ba⁶ sich sehen lassen. Überall bleiben sie mindestens ein gehöriges Stück weg von der kritischen Grenze 2,0⁶; etliche Werte liegen sogar besser als 1,5, sind also *wirklich* gut; kein Wert hat sich nennenswert verschlechtert, einige Werte haben sich gegenüber den vorherigen Befragungen noch einmal verbessert.

Die äußeren Rahmenbedingungen, wie die Einfachheit des Anmeldeprozesses (Z. 1), die „Informationen zur Anreise“ (Z. 2) bzw. bei den Online-Kursen die „Zugangsinformationen zur Teilnahme“ (Z. 2a), die „Vorweginformationen zum Ablauf der Veranstaltung“ (Z. 3), die „Qualität der technischen Arbeitsbedingungen“ (Z. 4) blieben in etwa auf dem guten Niveau der früheren Befragungen. Die „Servicequalität des Hauses“ (Z. 5) landete bei einer immer noch sehr guten 1,33.

Die Qualität der Verpflegung in der ba⁶ (Z. 6) hat sich mit einem Wert von 1,74 ein wenig verbessert, hat aber – im Vergleich mit den anderen Indikatoren – vielleicht immer noch „Luft nach oben“. Aber es gibt keine ernsthafte Kritik an der Verpflegung. Die von den TNN erbetenen und sehr zahlreich bekommenen „weiteren Hinweise“ (Fr. 26) enthalten kaum Anmerkungen zur Verpflegung. Vereinzelt gibt es Wünsche nach mehr vegetarischer oder veganer Küche oder nach fett- und zuckerärmerem Essen, dessen Bestandteile

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

am besten auch aus der Region kommen. Lediglich der zum Frühstück angebotene Kaffee könnte wohl etwas stärker sein ☺.

Im Kernbereich der Akademiearbeit, der inhaltlichen Vermittlung, wird dagegen das recht gute Niveau weiter gehalten: Generell entsprach offenbar „der vermittelte Inhalt [...] den Ankündigungen“ (Z. 7). Dafür spricht die Bewertung von 1,54. Die fachlichen Qualitäten (Z. 8) der Lehrenden stehen außer Zweifel (1,30), auch die didaktischen Fähigkeiten der Lehrpersonen („Vermittlungskompetenz“, Z. 9) werden gut beurteilt (1,57). In den Online-Formaten wurde die „Verständlichkeit“ der Vermittlung (Z. 9a) abgefragt und ob der „Einsatz der Vermittlungstools angemessen“ (Z. 9b) war. Beide Items werden überdurchschnittlich gut bewertet (1,34 und 1,42). Selbst die „aktiven Teilnahmemöglichkeiten“ (Z. 9c) in den Online-Formaten, immer eine Herausforderung, sind offenbar gut angekommen (1,63).

Die Stärke der erhaltenen „Impulse für die eigene Arbeit“ (Z. 10) bewegt sich noch im Rahmen der bisherigen Bewertungen (1,65).

Thematisch ist die ba• breit aufgestellt. Deckt sie damit alle inhaltlichen Interessen ab, die die TNN haben (Z. 11)? Das kann natürlich nicht sein. Die Einschätzung der Befragten ist mit Durchschnitt 1,70 (Präsenzseminare 1,65, Onlineseminare 1,76) noch ordentlich, liegt aber niedriger als in den beiden Befragungen zuvor. Nur noch 41% der Befragten im Gesamtdurchschnitt vergeben die Höchstnote 1 („Das deckt alle meine Interessen ab“). 2016/17 waren das noch 55%. Die Online-Besucher_innen sind mit nur 38% der Befragten mit Note 1 noch etwas kritischer. Das kann jedoch bei der thematischen Beschränkung, die Online-Formate – jedenfalls bislang – nun einmal haben, nicht sehr verwundern.

Gegen Ende des Fragebogens (Frage 26 für die Präsenzkurse, Frage 28 für die Online-Kurse) wurde um „weitere Anmerkungen“ zu den Erfahrungen mit der ba• gebeten. Das „Nein - Ihr seid fantastisch, so wie Ihr seid!“ eines/einer Teilnehmenden aus einem der Online-Kurse war nicht der Normalfall, kennzeichnet aber die positive Grundtendenz der meisten und sehr zahlreichen Antworten. Selbst die allermeisten der vielen konstruktiv kritischen Hinweise der Befragten zeugen noch von großer grundsätzlicher Zustimmung zu den gemachten Erfahrungen. Besonders eifrig waren die TNN aus den Online-Kursen, die außerordentlich viele Hinweise zur zeitlichen und inhaltlichen Gestaltung gaben, insbesondere auch zu Vermittlungstools, mit denen sie schon positive Erfahrungen auch bei anderen Anbietern oder in anderen Kursen gemacht hatten.

Vollends signalisieren die uneingeschränkt positiven Wortkombinationen auf die Bitte (Frage 27) (nur) für die Präsenzkurse, die ba• bzw. die eigenen Erfahrungen dort mit drei Adjektiven zu kennzeichnen, dass die Kundenzufriedenheit der ba• ein starkes Fundament der Arbeit darstellt. Die in dieser Befragung eindeutig häufigsten Worte sind „kompetent“, „inspirierend“, „professionell“ und „kreativ“, aber auch „humorvoll“. Interessant auch Kombinationen wie „lustig, divers, gut“ und „geerdet, gediegen, ruhig“.

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

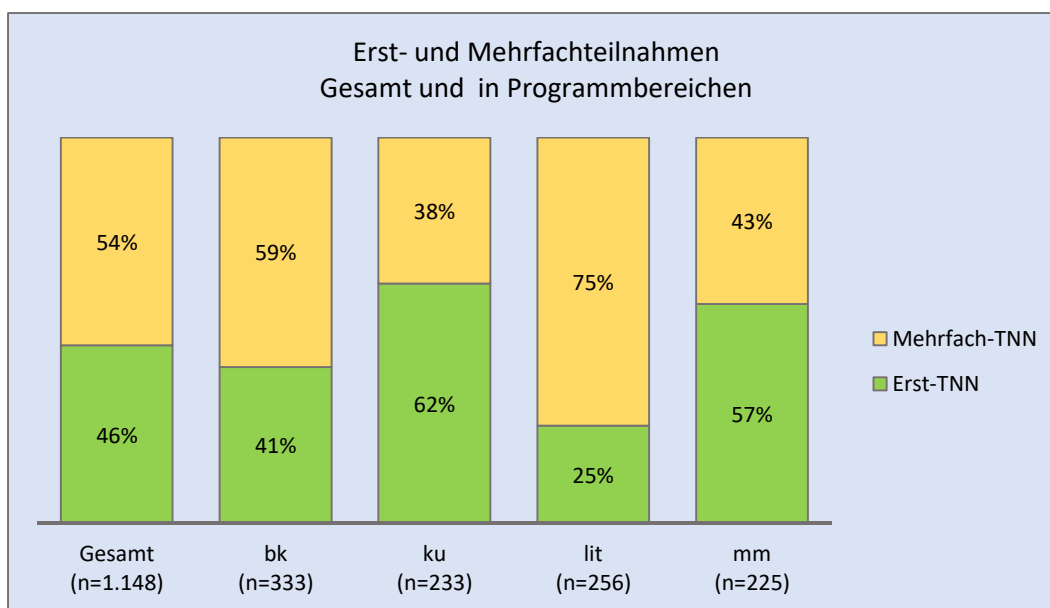
6 Kundenbindung und Entwicklungsdynamik – oder: Wie viele Teilnehmende kommen wieder?

Einerseits ist jedem Unternehmen, auch jeder Weiterbildungseinrichtung, an einem hohen Maß an *Kundenbindung* gelegen. Das wird an Mehrfachteilnahmen abgelesen. Der Anteil der Mehrfachteilnehmenden lag 2013/14 durchschnittlich bei 58%, 2016/17 bei 56% jetzt bei 54% (s. linke Säule in Abbildung 4). Die Kundenbindung hat also in den letzten Jahren geringfügig abgenommen. Aber auch die „wilde“ Corona-Zeit hat zu keinen Abbrüchen geführt.

Die Erfahrung zeigt, dass nur eine Minderheit der TNN sozusagen Dauerkunden werden (und das ist ja auch gut so). Wenn wir zu diesen bei der ba• diejenigen TNN zählen, die drei Veranstaltungen und mehr besucht haben, kommen wir wie in den vorherigen zwei Befragungen auf etwa ein Drittel.

Freilich müssen gerade Weiterbildungseinrichtungen auch an einem stetigen Zustrom an Neukunden interessiert sein. Die Perspektive auf die Neukunden lautet – spiegelbildlich zu den „Bestandskunden“: Der Anteil der Erstteilnehmenden steigt kontinuierlich von 42% in 2013/14 über 44% in 2016/17 auf jetzt 46%.

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



bk = Bildende Kunst; ku = Kulturpolitik, -management, -wissenschaft; lit = Literatur; mm = Museum. (Aus oben dargelegten Gründen konnte hier nicht auf die Programmbereiche Darstellende Kunst und Musik eingegangen werden.)

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

Hier sieht man, dass der Programmbereich Literatur weit überdurchschnittliche Mehrfachbesucheranteile, also große Kundenbindung, zeigt. Die Erstbesucheranteile und damit die Entwicklungsdynamik in neue Teilnehmergruppen sind dem entsprechend deutlich kleiner. Dieses Bild war auch schon in den vorangegangenen Befragungen zu sehen. Interessant im Zeitvergleich zeigt sich Programmbereich Bildende Kunst. In der letzten Befragung lag sein Neukundenanteil bei 20%, jetzt bei 41%. Hier hat offenbar eine starke Dynamisierung stattgefunden.

Der Programmbereich Museum weist, wie auch in den früheren Befragungen, überdurchschnittliche Erstbesucheranteile und also eine größere Entwicklungsdynamik auf, während komplementär die Mehrfachbesucheranteile unterdurchschnittlich ausfallen.

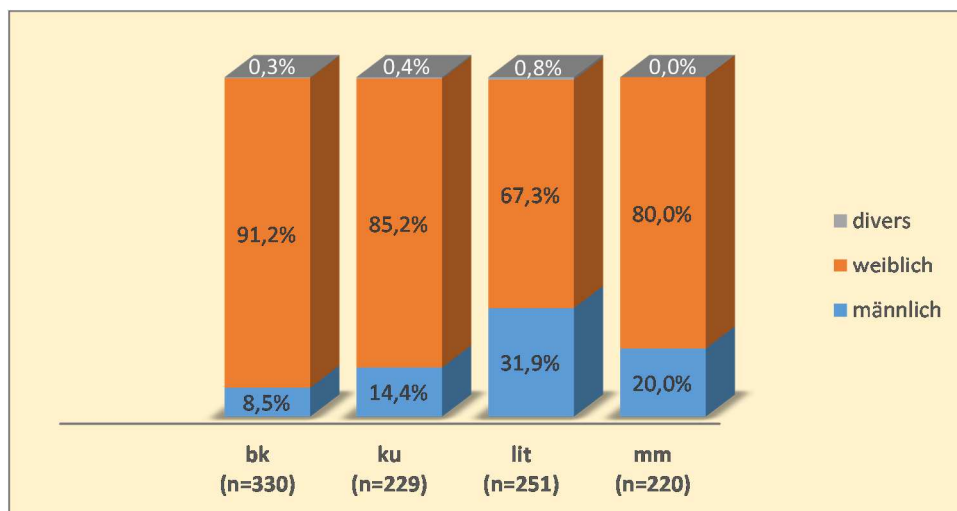
Der weitgespannte Programmbereich Kulturpolitik/-management/-wissenschaft hat seine Erstbesucheranteile gegenüber den vorherigen Befragungen noch einmal um 7 %-Punkte auf 62% gesteigert. Dies könnte an seinem überdurchschnittlich starken Engagement in den Onlineformaten liegen.

7 Geschlechterverteilung oder: Viel mehr Frauen als Männer

Unter den Antwortenden der aktuellen Befragung weist die ba• einen Frauenanteil von 80% auf (2013/14: 80%; 2016/17: 76%). In den Programmbereichen variiert dieser Anteil. Zum ersten Mal in dieser Befragung wurde als dritte Zuordnungskategorie „divers“ abgefragt. Sie wurde insgesamt von nur 0,4% der Befragten angewählt. Weiter differenzierende Betrachtungen zur Geschlechterverteilung (s. u.) sind zu dieser Kategorie mangels ausreichender Fallmenge (5 von 1.143 Befragten) nicht sinnvoll durchzuführen.

Abbildung 5 zeigt: „Bildende Kunst“ weist mit 91,2% den höchsten Frauenanteil auf, gefolgt von „Kulturpolitik/-management/-wissenschaft“ mit 85,4% und „Museum“ (80,2%) während „Literatur“ (67,3%) einen immer noch hohen, aber weniger extremen Frauenanteil verzeichnet.

Abbildung 5: Geschlechterverteilung in Programmbereichen



(Aus oben dargelegten Gründen bleiben die Programmbereiche Darstellende Künste und Musik außer Betracht.)

Weitere Beobachtungen:

In den **Bewertungen des Seminargeschehens** und der sonstigen Gegebenheiten an der Akademie zeigen Männer und Frauen keine großen Differenzen. Allerdings stellen sich die Männer im Durchschnitt ein wenig kritischer dar, und zwar um jeweils etwa 0,1 bis 0,3 Skalenpunkte. Das ist m. E. keine Erscheinung, die schon Sorgen machen müsste. Aber sie ist in ihrer Häufigkeit interessant.

Auch die **Kundenbindung**, abzulesen aus Mehrfachteilnahmen, ist bei Frauen und Männern wenig unterschiedlich. Bei Frauen und Männern sind die „Stammkunden“, die bereits drei Mal und öfter da waren, mit je 31% gleich viel. 45% der befragten Männer und 47% der Frauen waren zum ersten Mal da.

Im **Durchschnittsalter** unterscheiden sich Frauen- und Männergruppe nicht. Die Alterskohorten stimmen in erstaunlicher Weise in der Verteilung überein.

Auch bei der **Herkunft nach Bundesländern** weichen Frauen und Männer kaum voneinander ab. Kuriosum: bei den Hessen gibt es prozentual gut doppelt so viele Männer (13%) wie Frauen (6%).

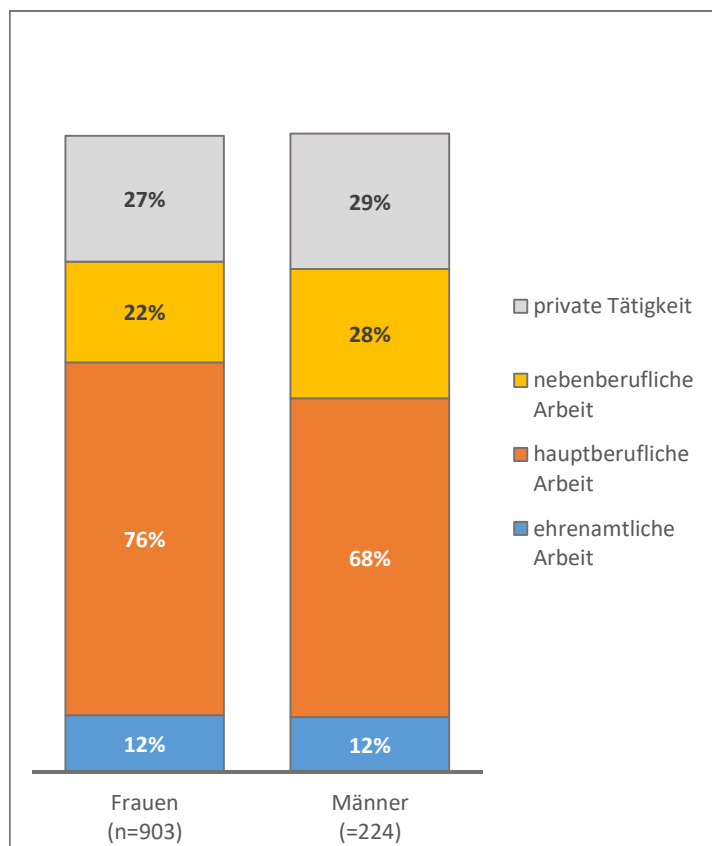
Nur 61% der Männer, aber 73% der Frauen hatten bereits vor dem Besuch der ba• eine **Ausbildung im Bereich Kultur**.

Zwischen 80 und 90% sind Männer wie Frauen beruflich oder ehrenamtlich aktiv in einem kulturbezogenen Arbeitsfeld. **Die Veranstaltungen unterstützten** 68% der Männer, aber 76% der Frauen bei ihrer **hauptberuflichen Arbeit** (s. Abbildung 6). In der nebenberuflichen Arbeit ergibt sich ein umgekehrt komplementäres Bild.

In der **Kulturproduktion** arbeiten in der letzten Befragung noch etwa gleich viele Männer und Frauen. Jetzt ist der Anteil bei den Männern mit 45% deutlich höher als bei den Frauen (mit 33%). In der **Kulturvermittlung** dagegen liegen beide Geschlechter etwa gleichauf. Da waren die Unterschiede in der letzten Befragung größer: 55% der Männer, aber 62% der Frauen waren hier tätig.

Interessant ist noch eine Entwicklung in **Organisation/Management einer Kultureinrichtung**: 16% der befragten Männer, aber nur 11% der Frauen arbeiteten noch 2016/17 in diesem Feld, aktuell sind es umgekehrt 12% der Männer, aber 18% Frauen. Sollte sich da wirklich in den letzten Jahren etwas getan haben?

Abbildung 6: Unterstützung von Frauen und Männern nach Tätigkeitsstatus der Kulturarbeit



(Mehrfachwahl möglich. „Diverse“ Personen bleiben wegen zu geringer Fallzahlen außer Betracht.)

Tabelle 4: Erwerbssituation bei Frauen und Männern 2021/22

Aktuelle Erwerbssituation	Frauen (n=899)	Männer (n=222)
vollzeit erwerbstätig	46,6%	64,9%
teilzeit erwerbstätig	31,5%	14,9%
arbeitslos	2,3%	4,1%
Hausfrau/Hausmann	2,3%	0,5%
im Ruhestand/pensioniert	9,0%	9,9%
in Ausbildung/Studium/ Volontariat/ Freiwilligendienst	13,7%	9,5%

(Mehrfachwahl möglich.)

Tabelle 5: Status der kulturbezogenen Arbeit bei Frauen und Männern

Status der kulturbezogenen Arbeit	Frauen (n=860)	Männer (n=214)
hauptberuflich angestellt	52%	56%
nebenberuflich	7%	11%
freiberuflich bzw. selbstständig	38%	27%
freiwillig gemeinnützig bzw. ehrenamtlich	13%	18%
auf privater Ebene	15%	21%

(Mehrfachwahl möglich.)

Noch einmal interessant sind die Differenzen in der **Erwerbsstruktur** allgemein. Sie sind der Tabelle 4 zu entnehmen. Die Frage erfasste alle Erwerbstätigkeiten, unabhängig davon, ob sie kulturbezogen waren oder nicht.

Zu beachten ist insbesondere die Verteilung zwischen Vollzeit- und Teilzeit-Erwerbstätigkeit. Die Unterschiede zwischen Männern und Frauen unter den TNN der ba• lassen erkennen, dass die bestehenden Unterschiede zwischen Männern und Frauen in Gesellschaft und Arbeitswelt insgesamt auch hier zu verspüren sind.

Der Befund wird unterstützt in den Ergebnissen in Tabelle 5, die über den **Status der kulturbezogenen Arbeit** bei den Befragten Auskunft gibt. Männer sind etwas häufiger hauptberuflich angestellt tätig als Frauen. Dafür arbeiten diese deutlich häufiger freiberuflich/selbstständig. Häufiger als bei Frauen findet sich künstlerisch kulturelle Arbeit

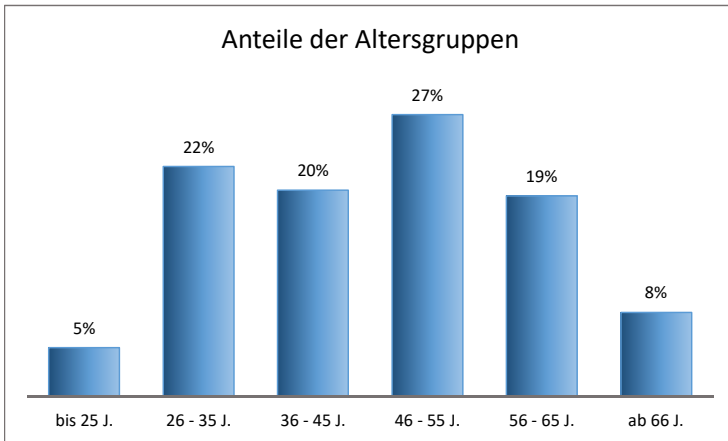
bei den Männern auf privater Ebene, also als Hobby. Charakteristisch ist auch der höhere Anteil freiwillig gemeinnützigen bzw. ehrenamtlichen Engagements bei den Männern. Dieser Befund stimmt mit der allgemeinen gesellschaftlichen Situation im Ehrenamt überein.⁷

⁷ Vgl. z. B. Burkhardt, Luise / Priller, Eckart / Zimmermann, Annette: Frauen auf der Überholspur? Frauen und Ehrenamtliches Engagement. In: Statistisches Bundesamt: Wie die Zeit vergeht. Bonn 2017, S. 179-197. (https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/EinkommenKonsumLebensbedingungen/Zeitbudget-erhebung/TagungsbandWieDieZeitVergeht5639103169004Kap10.pdf?__blob=publicationFile) Dafür ist ihr Zeithaushalt nach wie vor stärker ausgefüllt mit Haushalts- und „Care“-Tätigkeiten.

8 Wie alt sind die Teilnehmenden?

Altersstruktur insgesamt

Abbildung 7: Verteilung der Altersgruppen der Befragten 2021/22



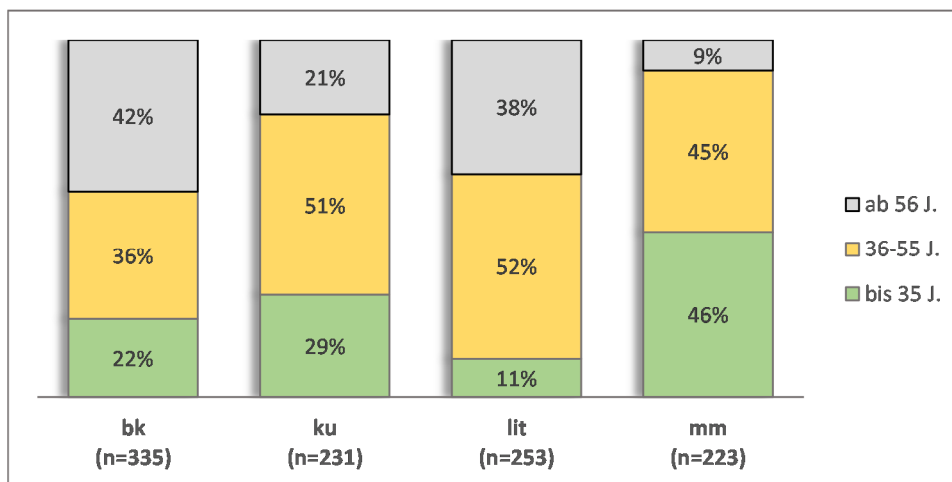
n = 1.158

Abbildung 7 zeigt die Anteile der abgefragten Altersgruppen in Prozent der Gesamtgruppe. Man sieht, dass 69% der Teilnehmenden sich im Altersspektrum zwischen 26 und 55 Jahren bewegen und allein 42% im Spektrum zwischen 26 und 45 Jahren, also in der Zeit der stärksten beruflichen Entwicklung. Die Gruppe der Jungen (bis 25) ist klein, – bei beruflicher Fortbildung nicht überraschend. Die Älteren (ab 56) bilden aber mit 27% eine durchaus noch gewichtige Gruppe. Sie hat sich auch gegenüber der letzten Befragung (20%) vergrößert. Das Gesamterspektren hat sich leicht nach hinten verschoben.

Altersstruktur in den verschiedenen Programmbereichen

Die Altersstruktur in den verschiedenen Programmbereichen stellt sich durchaus unterschiedlich dar.

Abbildung 8: Verteilung der Altersgruppen auf Programmbereiche 2021/22



bk = Bildende Kunst; ku = Kulturpolitik, -management, -wissenschaft; lit = Literatur; mm = Museum. (Die Programmbereiche Darstellende Künste und Musik sind aus oben dargelegten Gründen nicht einbezogen.)

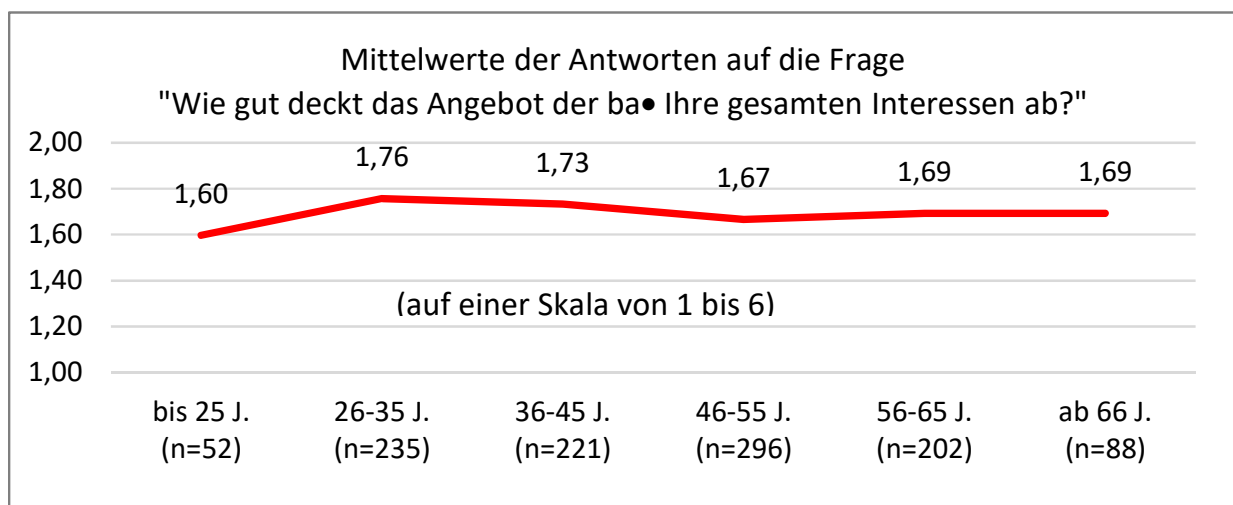
Demnach ist Museum (mm) der „jüngste“ Programmbereich, gefolgt von „Kulturpolitik/ -wissenschaft/ -management“ (ku). Literatur (lit) hat einen Schwerpunkt bei den mittleren bis älteren Altersgruppen. Bei den älteren ist der Anteil gegenüber 2016/17 auch noch einmal um 12 %-Punkte gewachsen. Der Anteil jüngeren TNN ist schmal. Bildende Kunst (bk) zeigt, wie in früheren Befragungen, mit 42% Anteil immer noch einen Schwerpunkt bei den älteren Gruppen ab 56 Jahren. Er hat aber um 18 %-Punkte (!) zugunsten der

mittleren und vor allem jüngeren Gruppen deutlich abgenommen. Die jüngeren (bis 35 J.) haben gegenüber der letzten Befragung um 13 %-Punkte zugenommen, sich also mehr als verdoppelt, Zeichen für eine starke Entwicklungsdynamik.

Altersgruppen und ihre Zufriedenheit

Wie in früheren Befragungen schon stimmen alle Altersgruppen in ihren Bewertungen der Arbeit der ba• und ihrer Rahmenbedingungen weitgehend überein. In der Abbildung 9 wird das exemplarisch gezeigt an der Generalfrage, ob das Angebot der ba• alle Interessen der Befragten abdecke. Im Ergebnis sieht man nur geringfügige Abweichungen unter den Altersgruppen, unter denen die 26-35-Jährigen noch die kritischsten sind, aber auch nur um 0,16 Skalenpunkte hinter ihren (noch) jüngeren Kollgeg_innen rangieren.

Abbildung 9: Zufriedenheit der Altersgruppen mit ba•-Programm

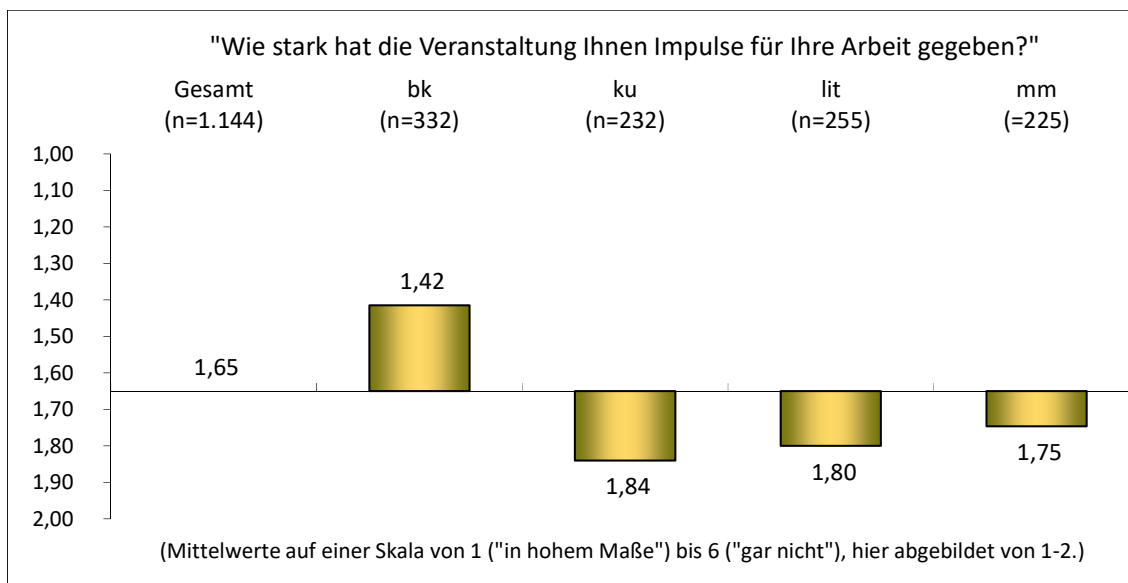


Offenbar gelingt es der Akademie im Gesamtergebnis, ein doch beträchtliches Alterspektrum unter den Teilnehmenden gleichermaßen zufrieden zu stellen, obwohl plausibel zu vermuten steht, dass sich mit den unterschiedlichen Altersgruppen sehr unterschiedliche Lebenslagen und Interessen verbinden. Altersgruppenübergreifende Arbeit ist nicht nur möglich, sondern meist sogar von Vorteil für alle Beteiligten. Die unterschiedlichen „Welten“, die mit den unterschiedlichen Altersgruppen in die Veranstaltungen einge- spielt werden, wirken anregend und haben ihren eigenen Bildungswert.

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

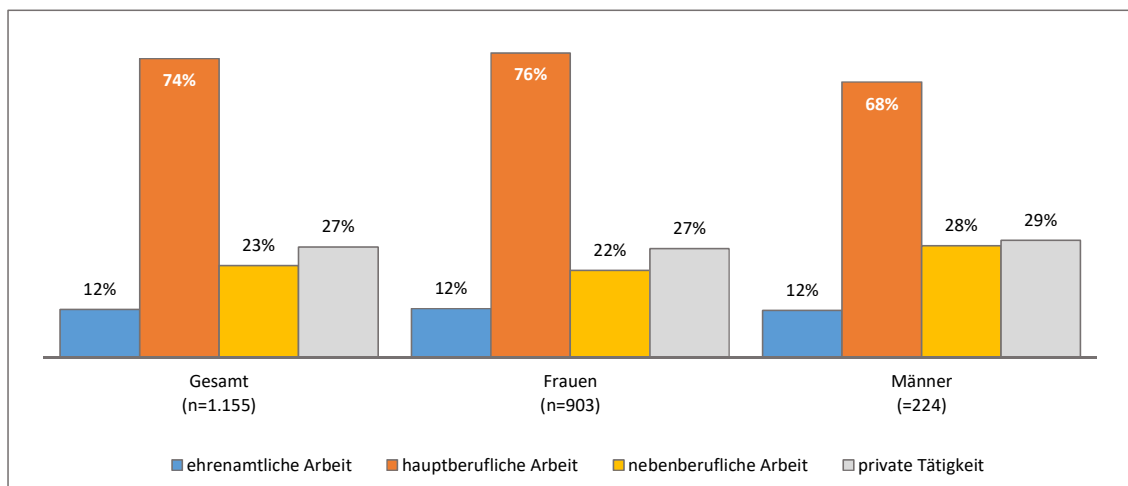
Zunächst wurde abgefragt, ob die Veranstaltung „Impulse“ für die „Arbeit“ gegeben habe (Frage 8 Präsenz, Frage 9 Online). „In hohem Maße“ antworteten 54% der Befragten (Wert 1 auf der Skala von 1-6). Die Durchschnittsbewertung lag bei 1,65, ein noch zufriedenstellender Wert. In den Programmbereichen streut er zwischen 1,42 und 1,84, wie folgende Grafik mit den Abweichungen vom Gesamt-/Durchschnittswert zeigt. Ergebnisse um 1,80 zeigen noch „Luft nach oben“.

Abbildung 10: „Impulse für die Arbeit der TNN“ in den Programmbereichen und im Gesamtdurchschnitt 2021/22



bk = Bildende Kunst; ku = Kulturpolitik, -management, -wissenschaft; lit = Literatur; mm = Museum. Aus oben dargelegten Gründen bleiben die Programmbereich dk (Darstellende Künste) und mu (Musik) außer Betracht.)

Abbildung 11: Bei welcher Art von Tätigkeit werden die TNN insgesamt und nach Männern und-Frauen durch die Veranstaltungen unterstützt?



Mehrfachwahl möglich. Das Antwortitem „divers“ wurde mangels ausreichender Fallzahlen nicht berücksichtigt.

Zum zweiten wurde gefragt, **bei welcher Art von Tätigkeit die Veranstaltung die TNN unterstützt** (Frage 9 Präsenz und 10 Online). Das Ergebnis zeigt Abbildung 11. Insgesamt dominiert unter den Voten eindeutig

die hauptberufliche Arbeit. Diese Tendenz hat sich gegenüber der vorgegangenen Befragung noch einmal verstärkt, bei Frauen noch mehr als bei Männern, ergänzt durch nebenberufliche Arbeit. Die **ba** erreicht also die Menschen, die sie erreichen will und soll. Ehrenamtliche Arbeit wird von Männern deutlich häufiger genannt als von Frauen.⁸ Hinzu kommt jeweils bei einem guten Viertel die private Tätigkeit.

Ein Blick auf die **Altersgruppen** (hier nicht visualisiert) zeigt, dass die ehrenamtliche Arbeit und die privaten Tätigkeiten in der Kultur bei den Älteren zunehmen, zumal bei den Ab-66-jährigen. Was nicht verwunderlich ist.

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

Tabelle 6: Unterstützung der TNN-Tätigkeiten durch Veranstaltungen nach Programmbereichen

Besuch bringt Unterstützung für	Durchschnitt (n=1.155)	bk (n=330)	ku (n=233)	lit (n=256)	mm (n=220)
ehrenamtliche Arbeit	12%	17%	17%	10%	4%
hauptberufliche Arbeit	74%	71%	87%	44%	95%
nebenberufliche Arbeit	23%	23%	15%	38%	10%
private Tätigkeit	27%	42%	13%	44%	10%

bk = Bildende Kunst; ku = Kulturpolitik, -management, -wissenschaft; lit = Literatur; mm = Museum. Mehrfachwahl war möglich. Die Programmbereiche Darstellende Künste und Musik sind hier aus oben dargelegten Gründen nicht dargestellt.

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

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

⁸ Vgl. dazu auch oben S. 27.

10 Wie erfahren die Teilnehmenden von der ba•?

Tabelle 7: Informationswege zur ba•20013/14 bis 2021/22

„Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden“?	2021/22	2016/17	2013/14
gedruckte Programmübersicht	14%	27%	24%
www.bundesakademie.de	33%	33%	34%
Newsletter und sonstige Mailings der ba•	33%	nicht gefragt	nicht gefragt
Newsletter oder Webseiten anderer Herkunft	3%	nicht gefragt	nicht gefragt
Facebook/Twitter	1,3%	1,3%	0,7%
Freund_innen/Bekannte (etc.)	11%	17%	19%
Berufskolleg_innen	14%	11%	12%
Arbeitgeber	9%	5%	5%
Hochschule	4%	6%	nicht gefragt
Kursdozent_in der ba•	4%	nicht gefragt	nicht gefragt
bei Veranstaltungen anderer Anbieter	2%	nicht gefragt	nicht gefragt
Sonstiges	12%	24%	27%

Mehrfachwahl möglich.

Die Informationskanäle, über die die Teilnehmenden zum ersten Mal von der Akademie erfahren, sind breit gestreut (s. Tabelle 7). Am stärksten erweist sich seit langem der Weg über das Netz. Er legte über die Jahre hinweg zu. Dabei liegen die Webseite der ba• in Verbindung mit Newsletter und Mailings der ba• sowie anderer Anbieter ganz weit vorn. Der Social Media Weg (facebook/twitter) spielt mit etwa 1% der Befragten weiterhin keine nennenswerte Rolle. Nur einige Male wurde unter „Sonstiges“ noch Instagram genannt, das von der ba• seit einem Jahr „bespielt“ wird und natürlich auch zu „Social Media“ gehört. Allerdings würde der prozentuale Anteil des Social Media-Zugangswegs durch diese Nennungen nicht spürbar erhöht.

Die gedruckte Programmübersicht war in den vergangenen beiden Befragungen immer noch das zweitstärkste Kennenlernmedium. Aktuell hat sie deutlich nachgelassen und steht im Durchschnitt nur noch bei 14%. Vermutlich ist die Ursache in den besonderen Bedingungen der Corona-Zeit zu suchen, in der die im Druck angekündigten Veranstaltungen als Präsenzveranstaltungen zunächst weitgehend ausfielen und durch per mailing und Webseite angekündigte Onlinekurse ersetzt wurden. Inzwischen werden auch die Online-Veranstaltungen in der gedruckten Programmübersicht angekündigt. Man muss die Situation beobachten. Immerhin gaben auch in den befragten Onlinekursen noch 11% der Befragten das gedruckte Programm als Kennenlernweg an.

Wirksam erweist sich weiterhin die Mund- zu Mundpropaganda. Der Weg über „Freund_innen und Bekannte“ wird aktuell im Durchschnitt allerdings nur noch von 11% der Befragten angegeben, stärker in bk und lit (je 17%), weniger in ku und mm (je 6%).

Der Weg über Berufskolleg_innen hat wieder zugenommen. Aktuell liegt er bei 14% der Befragten. Weniger findet er sich in der Kundschaft von bk und lit, stärker in mm (20%) und ku (23%).

Die Information durch Arbeitgeber_innen als Auslösefaktor fürs Kennenlernen war noch nie ein entscheidender Weg. Nach einem Tiefststand in 2016/17 ist sie aber wieder auf 9% gestiegen. In lit spielen die Arbeitgeber_innen fast gar keine Rolle, in mm dagegen mit 16% durchaus.

Der Weg über „Hochschule“ wurde jetzt im Durchschnitt von 4% der Befragten genannt. Spitzenreiter in dieser Kategorie ist bk mit 8%.

In der aktuellen Umfrage wurden wieder mehr Items als zuvor abgefragt. In der Kategorie „Sonstiges“ verbleiben so nur noch 12%, und das sind zu einem großen Teil Angaben, die korrekterweise unter vorhandene Antwortitems gehört hätten.

Nahezu vollends digital sind die **Anmeldewege**: 81% melden sich per Internet an, 23% nennen E-Mail als Anmeldeweg (Mehrfachwahl war möglich). Unter „Sonstiges“ wurde am häufigsten Telefon als Anmeldeweg genannt, gefolgt von „Arbeitgeber“.

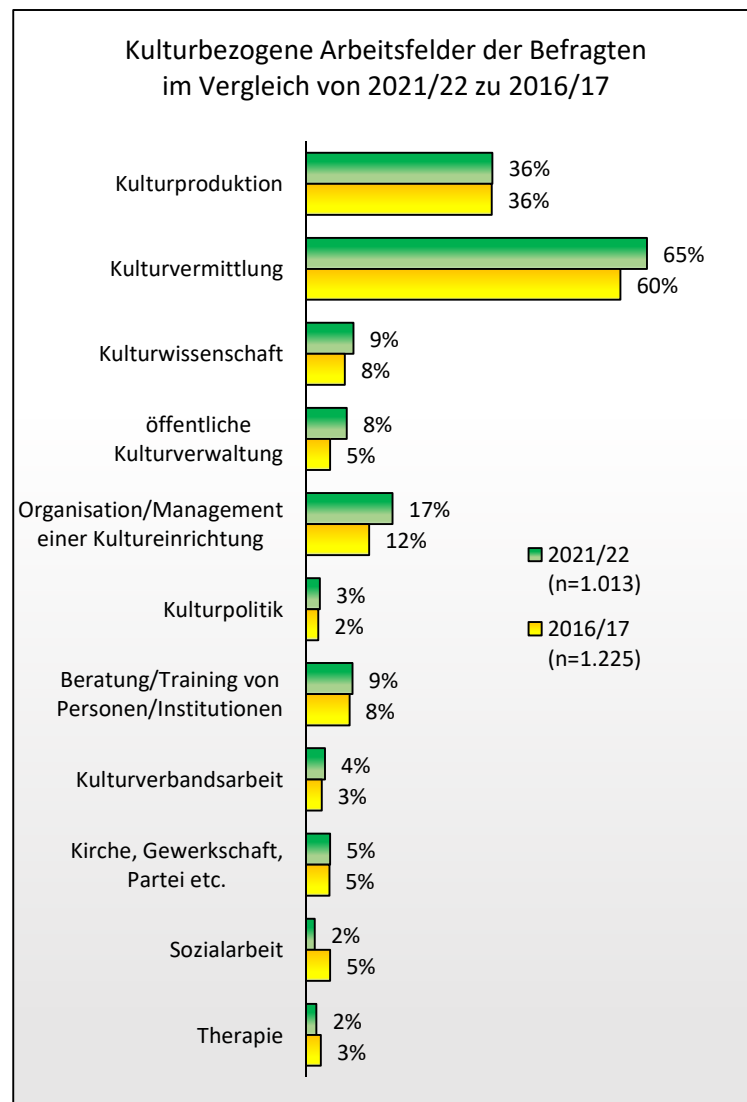
II Wo sind die Teilnehmenden im Kulturbereich tätig?

Zunächst wurden die TNN um die Angabe gebeten, welchen Status ihre kulturbezogenen Arbeiten haben (Fr. 14 Präsenz, Fr. 16 Online). Die übergroße Mehrheit von 86% ordnete sie dem beruflichen oder ehrenamtlichen Bereich zu. Anschließend wurden diese TNN gebeten, ihre Tätigkeiten folgenden Oberkategorien zuzuordnen.

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

Abbildung 12 zeigt, wie sich die Befragten auf diese Tätigkeiten verteilen. Mehrfachantworten waren möglich. Von ihnen wurde auch rege Gebrauch gemacht. Die 1.013 antwortenden Personen in 2021/22 gaben 1.720 Nennungen ab. Die Tätigkeitsfelder im Kulturbereich sind nicht nur vielfältig, viele TNN sind in der Praxis in mehreren Arbeitsfeldern zugleich tätig.

Abbildung 12: Kulturbezogene Tätigkeitsfelder der Befragten im Vergleich von 2021/22 zu 2016/17

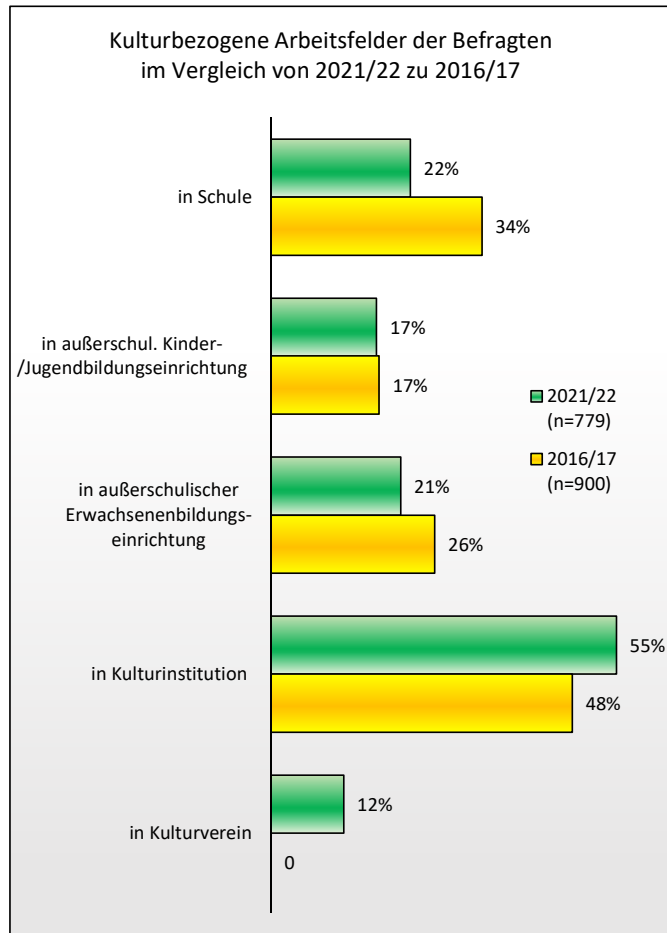


Mehrfachwahl möglich.

Die eindeutigen Spitzenreiter sind, wie auch in allen vorherigen Befragungen, Kulturvermittlung und Kulturproduktion. In der aktuellen Befragung bleibt Kulturproduktion auf dem gleichen Anteilsniveau wie zuvor. Kulturvermittlung steigt nach 60% in 2016/17 wieder auf 65% an. Interessant ist die Steigerung auf 17% im Bereich Kulturmanagement. Das geht wohl auf die vergleichsweise zahlreichen Online-Aktivitäten des Programmbereichs zu im Befragungszeitraum zurück. Alle weiteren Felder halten sich mit kleinen Anteilen und leichten Schwankungen auf dem vorherigen Niveau. Sie bewegen sich wegen der geringen Zahl der jeweils damit verbundenen Befragten in Dimensionen, in denen auch Zufälligkeiten eine große Rolle spielen können. Zumal Verschiebungen in den Gruppen unter 5% Anteil sollten nicht überbewertet werden.

Arbeitsfelder in der Kulturvermittlung

Abbildung 13: Arbeitsfelder in der Kulturvermittlung im Vergleich von 2021/22 und 2016/17



Mehrfachwahl möglich.

Anschließend wurden die Arbeitsfelder in der **Kulturvermittlung** etwas detaillierter nachgefragt. Die Ergebnisse für die vorherige und die aktuelle Befragung sind in Abbildung 13 zu sehen:

Demnach sind die größten Arbeitsfelder Kulturinstitutionen, Schule und außerschulische Erwachsenenbildung. Als längerfristiger Trend ist festzustellen, dass Schule als TNN-Lieferant immer mehr zurückgeht und der außerschulische Bereich zunimmt, allen voran die „Kulturinstitutionen“ (Museum, Theater, Orchester, Kunstverein usw.), in der neuesten Befragung noch ergänzt durch „Kulturverein“. Möglicherweise ist ein Grund für den Rückgang von „Schule“ im allgemeinen Kursprogramm, dass die ba• inzwischen für den Schulbereich ein eigenes Projekt durchführt, das in dieser Befragung nicht erfasst wird.

I2 Worin unterscheiden sich Erst- und Mehrfachbesucher_innen?

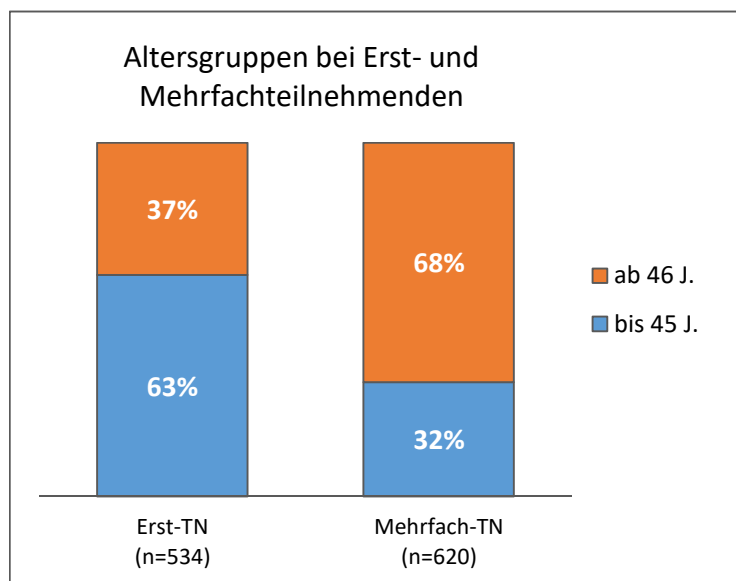
Jeder Bildungseinrichtung, die sich auf dem Markt bewegt, stellt sich die Frage, wie sie neue Besucher_innen gewinnen kann und wie sie sie, sind sie einmal gekommen, halten kann. Dies gilt selbstverständlich auch für die ba*. (Vgl. zum Verhältnis von Kundenbindung und Entwicklungsdynamik oben Kapitel 6, S. 22f.)

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

Alter

Die Ergebnisse sind über die Jahre strukturell gleich geblieben und an sich auch nicht überraschend: Die Erstbesucher_innen sind im Durchschnitt deutlich jünger als die Mehrfachbesucher_innen. Fasst man die ersten drei Altersgruppen (bis 45) Jahre zusammen und vergleicht sie mit den letzten drei Altersgruppen (ab 46 Jahren) bei den Erst- und Mehrfachbesuchern, kehren sich die Zahlenverhältnisse annähernd um. Das zeigt Abbildung 14.

Abbildung 14: Altersgruppen bei Erst- und Mehrfach-TNN
2021/22



Geschlecht

Die Verteilung der Geschlechter ist in der aktuellen Umfrage, wie in den beiden Umfragen davor auch, unter den Erstbesucher- und Mehrfachbesucher-TNN kaum unterschiedlich. Frauen stellen aktuell 81% der Erstbesucher_innen und 80% der Mehrfachbesucher_innen. Die ba*-„Treue“ ist geschlechtsunabhängig.

Kostenträger und Erwerbssituation

Im *Durchschnitt* tragen aktuell noch rund 50% der TNN die Teilnahmekosten selbst und allein, während bei 36% der TNN die Arbeitgeber_innen bzw. die entsendende Institution die Kosten ganz übernehmen und bei 4% die Arbeitgeber_innen sich an den Kosten beteiligen. (Nicht in allen Fällen handelt es sich um Arbeitgeber_innen im üblichen Sinne. Manchmal übernehmen z. B. Verbände Fortbildungskosten für ihre Ehrenamtlichen.) Mit steigender Teilnahmehäufigkeit steigt der Anteil der Selbstzahler_innen.

Abbildung 15: Entwicklung der Kostenübernahme durch die beschäftigende Einrichtung bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen 2003 bis 2021/22

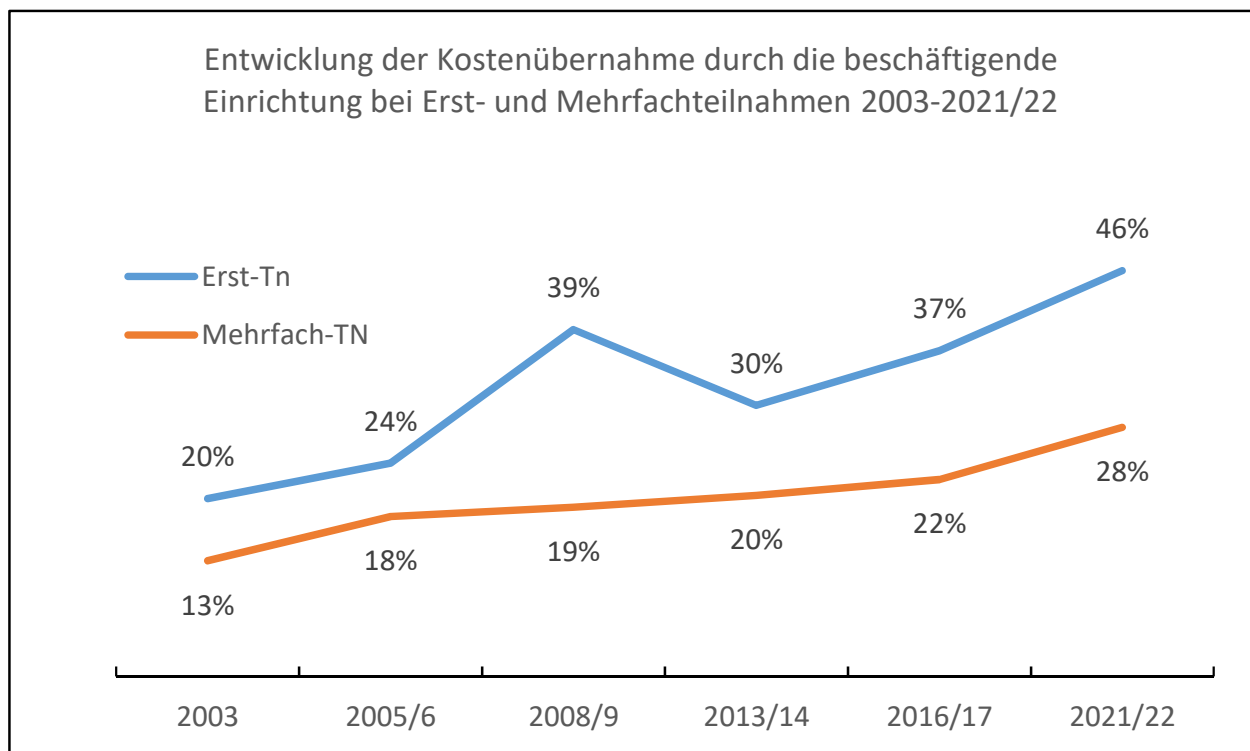


Abbildung 15 zeigt in einer Übersicht die **Entwicklung der Kostenübernahmen durch die Arbeitgeber_in bzw. die entsendende Institution** unter den Erst- und Mehrfachbesucher_innen seit Beginn der Erhebungen.

In 2003 übernahmen bei 20% der Erstbesucher_innen und bei 13% der Mehrfachbesucher_innen der Arbeitgeber die Kosten. In 2021/22 sind das 46% bzw. 28%. Bei der Kostenübernahme für Erst-TNN gab es in 2008/9 einen positiven Ausreißer nach oben, der in 2013/14 wieder zurückgenommen wurde. Insgesamt aber lässt sich über die Jahre hinweg ein eindeutiger Trend zur Kostenübernahme der Fortbildungen an der ba durch die Arbeitgeber_in bzw. die entsendende Institution feststellen. Dieser Trend gilt, wenn auch mit gehörigem prozentualen Abstand auch für Mehrfach-TNN. Insgesamt also eine positive Tendenz.

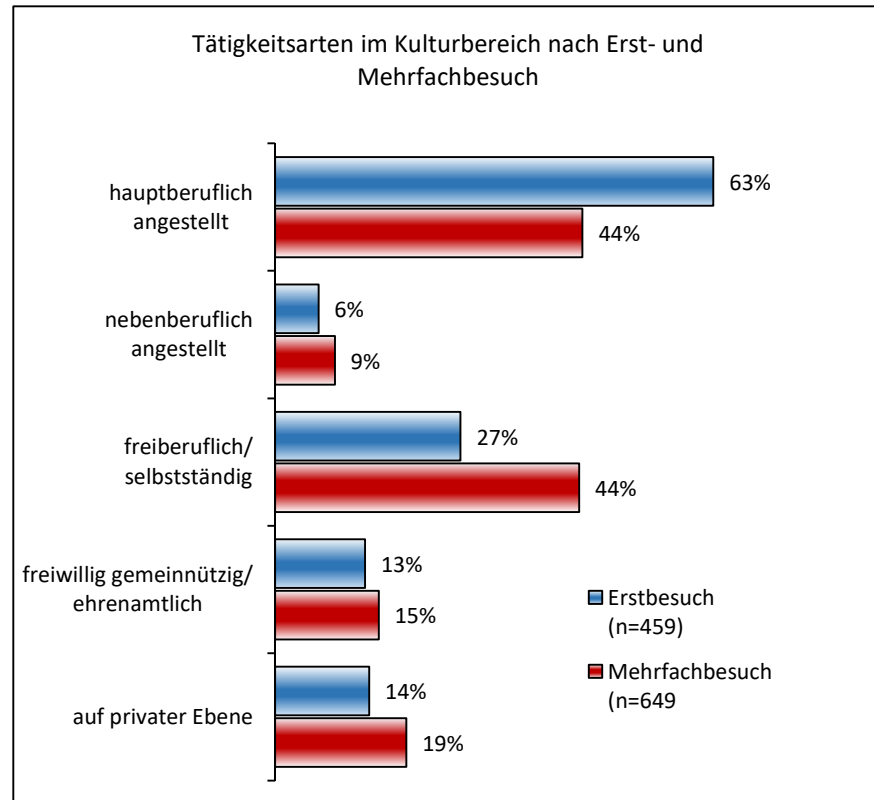
Die Arbeitgeber_innen beteiligen sich viel mehr bei den Erstbesuchen an den Fortbildungskosten als bei den Mehrfachbesuchen. Das hat, so ist anzunehmen, vor allem finanzielle und pragmatische Gründe. Viele Arbeitgeber_innen im Kulturbereich sind kleine Strukturen mit engem Budget. Fortbildungen werden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

Generell gilt natürlich: Nur wo es eine Arbeitgeber_in bzw. eine entsendende Institution gibt, kann diese auch die Kosten für eine Fortbildung übernehmen. Zwar sind aktuell 86% der Befragten in einem Kulturarbeitsfeld beruflich oder ehrenamtlich aktiv. Aber nur 51% der Befragten sind vollzeit-erwerbstätig, und das nicht immer in einem kulturbezogenen Arbeitsfeld. Im Kulturbereich sind nur 53% der Befragten hauptberuflich, 8% nebenberuflich angestellt. Zudem hat die aktuelle Befragung den Befund aus früheren Befragungen bestätigt, dass rund ein Drittel der TNN ganz oder teilweise selbstständig/freiberuflich arbeiten. Derzeit sind das im Durchschnitt 36% der Befragten.

Tätigkeitsarten im Kulturbereich

Die letzten Befunde im vorherigen Abschnitt waren Durchschnittszahlen für alle Befragten. In Abbildung 16 sehen wir, dass es charakteristische Unterschiede in den Tätigkeitsarten der Besucher_innen nach Erstbesuch und Mehrfachbesuch gibt, die ein weiteres Licht auf strukturelle Gegebenheiten auch der Kostenverteilung werfen, die für die ba• von Interesse sein könnten.

Abbildung 16: Tätigkeitsarten im Kulturbereich nach Erst- und Mehrfachbesuch 2021/22



(Mehrfachwahl möglich)

Unter den Erstbesucher_innen dominieren demnach die hauptberuflich angestellten mit fast zwei Dritteln. Bei den Mehrfachbesucher_innen machen sie nur noch 44% aus. Dagegen steigt der

Anteil der freiberuflich/ selbstständig Tätigen auf ebenfalls 44%. Die privaten Tätigkeiten nehmen um etwa ein Drittel von 14% auf 19% zu.

Warum kommen die TNN auch dann, wenn sie die Kosten selbst tragen müssen? Eine für die Arbeit der ba• angenehme Interpretation der Befunde lautet: Bei einem großen Teil der Menschen, deren Kosten beim Erstbesuch durch den Arbeitgeber übernommen wurden, wirkt die Arbeit der ba• so attraktiv oder sie sind dann so stark intrinsisch motiviert, dass sie später auch dann Veranstaltungen besuchen, wenn die Kosten nicht mehr übernommen werden. Die selbstständig bzw. freiberuflich Tätigen können ihre Kosten zwar steuerlich absetzen, doch bleibt immer noch ein beträchtlicher Rest übrig, der selbst zu tragen ist. Er wird in der Regel bei 70-80% des Aufwandes liegen. Schließlich: Viele kommen auch dann (noch), wenn eine unmittelbare berufliche Verwertbarkeit gar nicht mehr gegeben ist, vor allem Ältere. Angesichts dieser Befunde wird noch einmal deutlicher, wie sehr die ba• von dem subjektiven Bedürfnis der Besucher_innen nach Fortbildung und der zielgenauen Erfassung dieser Bedürfnisse abhängig ist.

Vorbildung im Kulturbereich

Das Niveau der Vorbildung unter den TNN im Kulturbereich vor dem Besuch der ba• liegt in der aktuellen Befragung im Durchschnitt bei 70% und unterscheidet sich damit kaum von den beiden vorherigen Befragungen (s. o. Tabelle 2, S. 13). Bei den Erstbesucher_innen sagen von sich geringfügig weniger (68%), sie

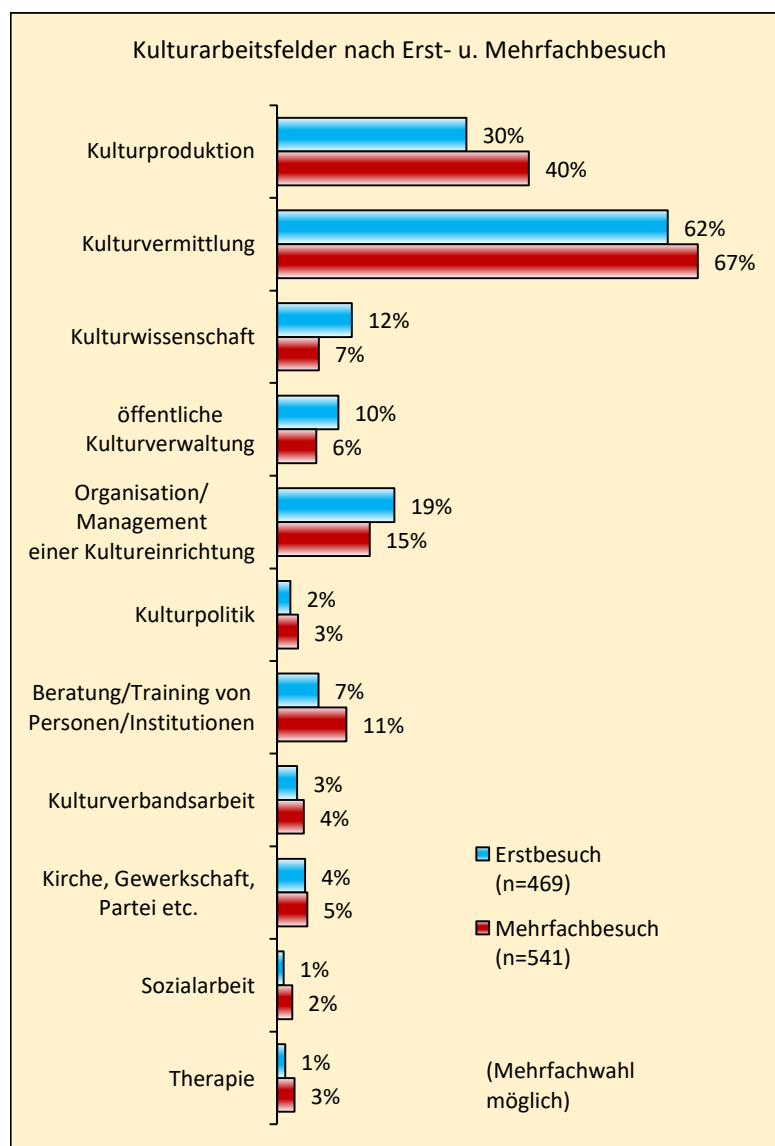
seien im Kulturbereich vor-ausgebildet, als bei den Mehrfachbesucher_innen (72%). Bei den früheren Befragungen gab es ebenfalls kleinere oder größere Abstände in dieser Richtung. Es gibt Unterschiede zwischen Präsenz- und Onlinebesucher_innen: Bei den *Online*-Erstbesuchen geben 71% an, sie seien kulturell vor-ausgebildet, bei den *Präsenz*-Erstbesuchen sind das nur 65%. Bei den *Online*-Mehrfachbesuchen sind 76% kulturell vor-ausgebildet, bei den *Präsenz*-Mehrfachbesuchen sind das nur 69%. Gründe dafür sind aus den vorliegenden Befunden nicht zu erschließen.

Geografische Herkunft der Teilnehmenden:

Oben, in Abschnitt 2, S. 16 ff., wurde bereits die geografische Herkunft der TNN insgesamt dargestellt und diskutiert. In der aktuellen Befragung gibt es keine großen Differenzen zwischen Erst- und Mehrfachbesucher_innen. Allein bei den TNN aus Nordrhein-Westfalen (die auch quantitativ ins Gewicht fallen) fällt eine Differenz auf: Bei den Erst-TNN machen sie 12% der Befragten aus, bei den Mehrfach-TNN 16%. Zusätzlich wachsen die NRW-Anteile kontinuierlich, je häufiger die Besuche waren. Bei denjenigen, die „5

mal und mehr“ da waren, liegt der Anteil bei 18%. Anscheinend gibt es einen gewissen Anteil besonders treuer Stammkundschaft aus NRW.

Abbildung 17: Kulturbezogene Tätigkeitsfelder nach Erst- und Mehrfachbesuchen 2021/22



Kulturbezogene Tätigkeitsfelder:

Abbildung 17 zeigt, dass Erst- und Mehrfachbesucher_innen sich bei den meisten Tätigkeitsfeldern in ihren Anteilen nicht sehr unterscheiden. Dies gilt auch im größten Tätigkeitsfeld, Kulturvermittlung. Über die Jahre hinweg ist der Anteil derjenigen, die in der Kulturvermittlung arbeiten, im Durchschnitt immer gestiegen.

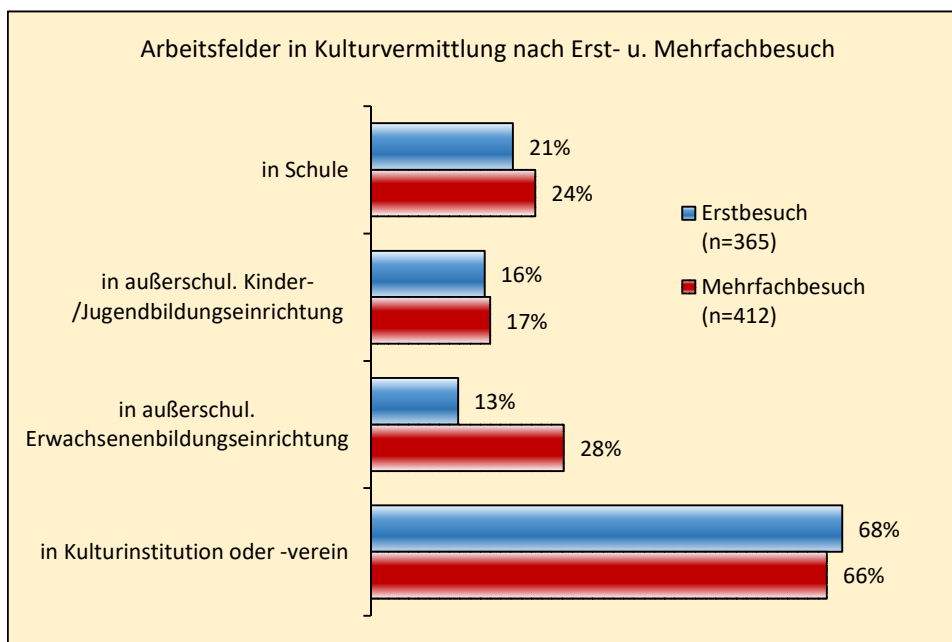
Im zweitgrößten Feld, Kulturproduktion, liegen die Erstbesucher_innen allerdings 10%-Punkte hinter den Mehrfachbesucher_innen. Das bedeutet immerhin einen Unterschied von 25%.

Diese Befunde sind insofern interessant, als auch in den vorherigen Befragungen die Erstbesucher_innen in der Kulturproduktion schon hinter den Mehrfachbesu-

cher_innen geblieben waren. Nehmen längerfristig die in der Kulturproduktion Tätigen unter den Besuchern der ba• ab? Das sieht nicht so aus. 2013/14 nannten im Durchschnitt 32% der Befragten Kulturproduktion als Arbeitsfeld, aktuell sind es, wie in 2016/17 schon, 36%. Es scheint so, dass unter den Kulturvermittler_innen viele auch künstlerische Ambitionen haben und diese im Laufe der Zeit auch stärker ausleben wollen. Der Anteil derjenigen, die in der Kulturproduktion arbeiten, wird stärker, je häufiger die TNN kommen. Bei denjenigen, die „5 mal und mehr“ da waren, sind es schon 49%.

Arbeitsfelder der Kulturvermittlung bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen

Abbildung 18: Arbeitsfelder der Kulturvermittlung bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen



(Mehrfachwahl möglich)

Der genauere Blick auf die Arbeitsfelder der Kulturvermittlung zeigt: Einen großen Unterschied zwischen Erst- und Mehrfachbesucher_innen gibt es nur bei denen, die in außerschulischen Erwachsenenbildungseinrichtungen arbeiten. Ein ganz ähnliches Bild ergab auch schon die vorherige Befragung.

Anscheinend färbt die Tätigkeit als Er-

wachsenbildner_in auf die eigene Fortbildungsbereitschaft ab: Unter denjenigen, die „5 mal und mehr“ an der ba• waren, machen die Erwachsenenbildner_innen schon 41% aus.

Informationswege

Die Frage lautete: „Wodurch sind Sie auf die ba• aufmerksam geworden?“ In Abschnitt 10, S. 30f. wurden die Informationswege der TNN zur Akademie schon einmal im Vergleich von 2014/14 bis 2021/22 dargestellt. Tabelle 8 zeigt einige interessante Unterschiede in den Informationswegen bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen bei der aktuellen Befragung. Auf diese Unterschiede und ihre Erklärung konzentrieren wir uns.

- 1) Das gedruckte Jahresprogramm wird von fast zwei Fünfteln der Mehrfachbesucher_innen, aber nur für ein knappes Zehntel der Erstbesucher_innen als Weg zur ba• genannt. Das ist nicht erstaunlich. Erst wenn der Kontakt zur ba• aufgenommen ist, wird auch das gedruckte Programm zugesandt.
- 2) Für 17% der Erstbesucher_innen sind Newsletter und Mailings der ba• der genannte Informationsweg, aber für 47% der Mehrfachbesucher_innen. Hier liegt eine analoge Situation vor. Allerdings sind offenbar (neben der Webseite der ba•) die Mailings der wirksamste Weg, TNN zu erreichen.

Tabelle 8: Informationswege zur ba• 2021/22 nach Erst- und Mehrfachteilnahme

Informationswege zur ba•	Erstbesuch (n=538)	Mehrfachbesuch (n=624)
gedruckte Programmübersicht	8%	19%
www.bundesakademie.de	34%	33%
Newsletter und sonstige Mailings der ba	17%	47%
Newsletter oder Webseite anderer Herkunft	2%	3%
Facebook/Twitter	1%	2%
Freund_innen/Bekannte (etc.)	13%	10%
Berufskolleg_innen	21%	8%
Arbeitgeber	13%	5%
Hochschule/Universität	8%	2%
Kursdozent_in der ba	4%	4%
Veranstaltungen anderer Anbieter	2%	2%

(Mehrfachwahl möglich.)

- 3) Hinter Erstbesuchen stehen bei immerhin einem guten Fünftel Berufskolleg_innen als Informationsgeber_innen. Später lässt das um mehr als die Hälfte nach.
- 4) Ein gutes Zehntel der Erstbesuche geht auf Informationen der Arbeitgeber_innen zurück. Auch das spielt später eine kleinere Rolle. Der Weg über die Arbeitgeber_innen ist gegenüber der letzten Befragung bei den Erstbesuchenden um 5%-Punkte (oder 60%!) stärker geworden.
- 5) Insbesondere bei der jüngsten TNN-Gruppe spielt die Hochschule als Informationsquelle eine Rolle. Das gilt für Mehrfachteilnehmende kaum noch. Diese Zahlenbefunde haben sich gegenüber der letzten Befragung nicht geändert.

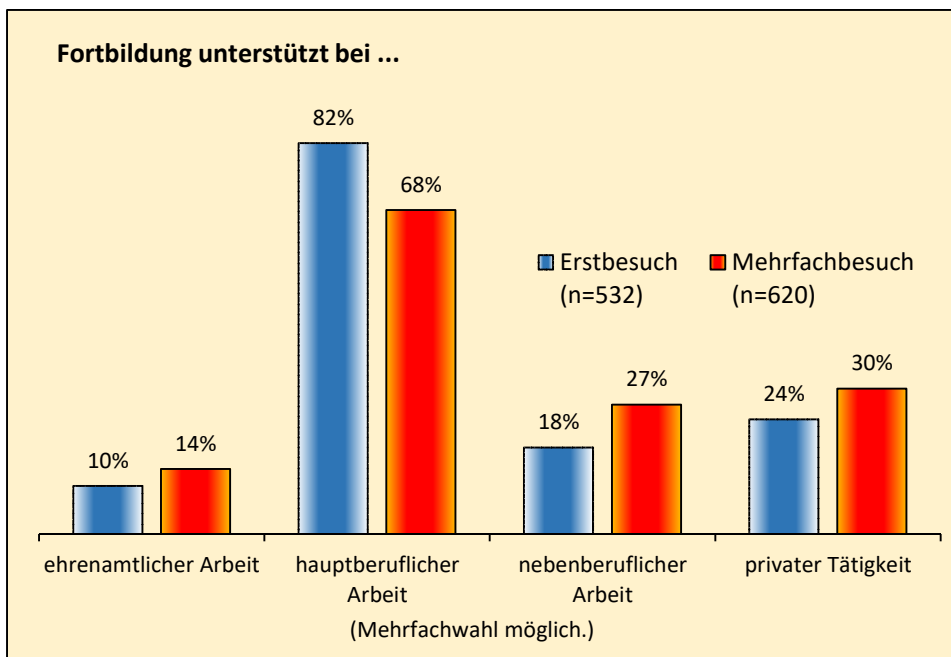
Teilnahmenutzen

Der Teilnahmenutzen wird seit 2013/14 pauschal erhoben mit der Frage (8 Präsenz/9 Online)), in welchem Maße „die Veranstaltung (der Teilnehmenden) Impulse für ihre Arbeit gegeben“ habe. Die Bewertung darauf fiel bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen mit dem Mittelwert 1,67 (Erst-) und 1,64 (Mehrfachbesucher_innen) auf einer Skala von 1 bis 6 nicht wirklich unterschiedlich aus.

Des Weiteren wurde gefragt (Frage 9 Präsenz/10 Online), bei welcher Art von Tätigkeit die Veranstaltung die Teilnehmenden unterstützt. Die Abbildung 19 zeigt, dass die hauptberufliche Arbeit bei den Erstbesuchen deutlich dominiert, während bei der ehrenamtlichen, der nebenberuflichen und der privaten Tätigkeit

jeweils die Mehrfachteilnehmenden merklich vorne liegen. Interpretationsangebot: Die Motivation sich öfter fortzubilden, ist stärker intrinsisch verankert und damit weniger beeinflusst vom Denken an unmittelbare berufliche (und materielle) Verwertbarkeit. Die Befunde verstärken noch die Eindrücke aus den vorangegangenen Diskussionen zu „Kostenträger und Erwerbssituation“ (S. 34) und „Tätigkeitsarten im Kulturbereich“ (S. 36).

Abbildung 19: Unterstützung der Teilnehmenden durch Veranstaltungsteilnahme bei ihren kulturellen Aktivitäten 2021/22



Abdeckung der TNN-Interessen

Erstbesucher und Mehrfachbesucher_innen zeigen sich bei fast allen Bewertungen weitgehend einig. Tendenziell neigen Mehrfachbesucher_innen zu etwas besseren Bewertungen. Das ist auch plausibel. Kommt man öfter, kennt man sich schon aus und ist mit dem Stil und den Gegebenheiten des Hauses vertraut. Allerdings sind die Unterschiede, wenn es sie gibt, nicht sehr bedeutend. Als Beispiel: Abschließend wurden die TNN gefragt, inwieweit das Angebot der ba• ihr gesamtes Interessenspektrum abdeckt. Auf einer Skala von 1 („Das deckt meine Interessen bestens ab“) bis 6 („Das bietet mir entschieden zu wenig“) lag der Mittelwert bei den Erstbesucher_innen bei 1,78, bei den Mehrfachbesucher_innen bei 1,64, immerhin.

Allerdings hat im Gesamtdurchschnitt die Zufriedenheit mit der Breite des angebotenen Themenspektrums im Verhältnis zu den Interessen der TNN (auf hohem Niveau) etwas nachgelassen. Nur noch 41% der Befragten geben hier noch die Höchstnote 1. In der vorherigen Befragung waren das noch 55%.

13 Resümee

Die letzten beiden Jahre waren durch einen Digitalisierungsschub in den Weiterbildungsformaten gekennzeichnet, der von den Covid-19-Bedingungen erzwungen wurde. Die Befragungsergebnisse zeigen jedoch, dass dieser Umbruch glücklich gemeistert wurde. Sehr viel mehr, als man früher glaubte, geht auch in künstlerisch-kultureller Weiterbildung digital, und die Kunden sind damit offenbar zufrieden. Für die Zukunft bedeutet das, dass Online-Formate ebenso wie Präsenzformate ihr Recht haben und angeboten werden sollten.

Die Entwicklungen in den Merkmalen der Teilnehmendenschaft entsprechen überwiegend den früheren Befunden und Trends. An einigen Stellen haben sich auch Veränderungen gezeigt.

1. Die in Schule Tätigen unter den TNN haben stark abgenommen. Inzwischen dominieren diejenigen aus Kulturinstitutionen bzw. -vereinen. Freilich kann dieser Effekt, wie oben bereits angemerkt, auch dadurch verstärkt worden sein, dass spezielle Projekte für Schullehrer_innen in der Befragungszeit durchgeführt wurden, die in der vorliegenden Befragung nicht erfasst wurden.
2. Nach wie vor ist der Männeranteil unter den TNN mit 20% sehr gering. Inwieweit das den strukturellen Gegebenheiten des Arbeitsmarktes Kultur entspricht oder noch andere Gründe eine Rolle spielen, wäre weiter zu prüfen.
3. Unter den Altersgruppen ist eine gewisse Verschiebung zu den Älteren festzustellen.
4. Nur noch etwa die Hälfte der Befragten zahlen ihre Kosten allein. Der Beitrag der Arbeitgeber_innen steigt kontinuierlich.
5. Die Zufriedenheit mit der Breite des angebotenen Themenspektrums im Verhältnis zu den Interessen der TNN hat (auf hohem Niveau) etwas nachgelassen. Nur noch 41% der Befragten geben hier noch die Höchstnote 1 („Das deckt meine Interessen bestens ab“). In der vorherigen Befragung waren das noch 55%.

Im Übrigen hat auch die jetzige Befragung bestätigt, dass die Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel in der Akzeptanz ihrer Arbeit auf sehr gutem Wege ist. Die Bewertungen von Inhalten und Arbeitsumständen haben sich auf dem guten Niveau der vorherigen Befragungen gehalten.

Die ba• wird ihre Teilnehmendenbefragungen in der Zukunft weiterführen (und dann auch wieder alle Programmbereiche adäquat erfassen). Die Absicherung der subjektiven Eindrücke aus der laufenden Arbeit durch sinnvolle sozialwissenschaftliche Untersuchungsmethoden ist ein nicht aufzugebender Teil des Qualitätsmanagements. Die Teilnehmendenbefragungen sind auch Bestandteil der mit dem Land Niedersachsen abgeschlossenen Zielvereinbarung.

14 Fragebögen

14.1 für Präsenzveranstaltungen

Teilnehmendenbefragung der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel 2020

Was wir Sie noch fragen möchten ...

Liebe/r Kursteilnehmer_in,

Die Bundesakademie Wolfenbüttel versucht, Ihre Kurse stets den Interessen und Wünschen ihrer Teilnehmenden anzupassen und weiterzuentwickeln, dafür brauchen wir Ihre Hilfe.

Die Befragung ist selbstverständlich anonym und der Datenschutz wird gewährleistet.

Vielen Dank für ihre Kooperation.

1) Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?

(Mehrfachantworten möglich.)

- ☐ JA gedruckte Programmübersicht
- ☐ JB www.bundesakademie.de
- ☐ JC Newsletter und sonstige Nachrichten der BA
- ☐ JD Newsletter oder Webseite anderer Herkunft
- ☐ JE Facebook/Twitter
- ☐ JF Freund_innen/Bekannte (etc.)
- ☐ JG Berufskolleg_innen
- ☐ JH Arbeitgeber
- ☐ JI Hochschule
- ☐ JJ Kursdozent_in der BA
- ☐ JK bei Veranstaltungen anderer Anbieter
- ☐ JL Sonstiges, was?

2) Über welchen Weg haben Sie sich angemeldet?

(Mehrfachantworten möglich.)

- ☐ JA Internet
- ☐ JB E-Mail
- ☐ JC Sonstiges, was?

3) Wie war der Anmeldeprozess für Sie?

unkompliziert ☐ J1 ☐ J2 ☐ J3 ☐ J4 ☐ J5 ☐ J6 sehr kompliziert

4) Die Informationen zur Anreise waren ...

sehr gut ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 völlig unzureichend

5) Wie waren Sie mit den Vorweg-Informationen zum Ablauf der Veranstaltung zufrieden?

sehr zufrieden ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 nicht zufrieden

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

☐ a nein

☐ c 3 - 4 mal

☐ b 1 - 2 mal

☐ d 5 mal u. öfter

7) Wie entsprach der vermittelte Inhalt der Ankündigung?

vollkommen ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 gar nicht

8) Hat die Veranstaltung Ihren Impulse für Ihre Arbeit gegeben?

in hohem Maße ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 gar nicht

9) Bei welcher Tätigkeit unterstützt die Veranstaltung Sie?

(Mehrfachantworten möglich.)

☐ A ehrenamtliche Arbeit

☐ C nebenberufliche Arbeit

☐ B hauptberufliche Arbeit

☐ D private Tätigkeit

10) Haben der_die Dozent_en_in(nen) der besuchten Veranstaltung Sie in ihrer Fachkompetenz überzeugt?

sehr stark ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 überhaupt nicht

11) Wie beurteilen Sie Präsentation und Vermittlung der Inhalte?

sehr gut ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 sehr schlecht

12) Wie beurteilen Sie die technische Ausstattung der Veranstaltungsräume?

sehr zufrieden ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 gar nicht zufrieden

13) Wie beurteilen Sie die Mahlzeiten in der Bundesakademie?

sehr zufrieden ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 gar nicht zufrieden

14) (Wie) sind Sie aktuell in einem kulturbezogenen Arbeitsfeld tätig?

(Mehrfachantworten möglich)

Wenn Sie nicht in einem kulturbezogenen Arbeitsfeld tätig sind, dann gleich weiter mit Frage 17

☐ A hauptberuflich angestellt

☐ B nebenberuflich

☐ C freiberuflich bzw. selbstständig

☐ D freiwillig gemeinnützig bzw. ehrenamtlich

☐ E auf privater Ebene

15) Wenn ja, in welchem Kulturarbeitsfeld arbeiten Sie?*(Mehrfachantworten möglich.)*

- ☐ A Kulturproduktion
- ☐ B Kulturvermittlung
- ☐ C Kulturwissenschaft
- ☐ D öffentliche Kulturverwaltung
- ☐ E Organisation/Management einer Kultureinrichtung
- ☐ F Kulturpolitik
- ☐ G Beratung/Training von Personen/Institutionen
- ☐ H Kulturverbandsarbeit
- ☐ I Kirche, Gewerkschaft, Partei etc.
- ☐ J Sozialarbeit
- ☐ K Therapie
- ☐ L Woanders, wo?

Wenn Sie in Frage 15 die Antwort "Kulturvermittlung" angekreuzt haben, dann weiter mit Frage 16, sonst bitte weiter mit Frage 18.

16) Wo ist das Arbeitsfeld Ihrer Kulturvermittlungsarbeit*(Mehrfachantworten möglich.)*

- ☐ A in Schule
- ☐ B in außerschulischer Kinder-/Jugendbildungseinrichtung (Musik-/Kunstschule usw.)
- ☐ C in außerschulischer Erwachsenenbildungseinrichtung
- ☐ D In Kulturinstitution (Museum, Theater, Orchester, Kunstverein usw.)
- ☐ E in Kulturverein
- ☐ F Woanders, wo?

17) Wer hat die Kosten der jetzt besuchten Veranstaltung getragen?

- ☐ a ich allein
- ☐ b die Einrichtung, für die ich tätig bin
- ☐ c ein Kultur- oder Berufsverband
- ☐ d mein Arbeitgeber/Auftraggeber und ich haben uns die Kosten geteilt
- ☐ e eine andere Lösung, welche?

18) Hatten Sie vor dem Besuch der Akademie bereits eine Ausbildung im Bereich Kultur?

- ☐ a ja ☐ c kann ich nicht so genau sagen
- ☐ b nein

19) Wie ist Ihre aktuelle Erwerbssituation?

Hier interessiert uns ihr Erwerbsstatus insgesamt, gleich ob angestellt oder selbstständig, ggf. auch unter Einschluss nicht-kulturbezogener Tätigkeiten.

(Mehrfachantworten möglich.)

- ☐ A vollzeit erwerbstätig
- ☐ B teilzeit erwerbstätig
- ☐ C arbeitslos
- ☐ D Hausfrau/Hausmann
- ☐ E im Ruhestand/pensioniert
- ☐ F in Ausbildung/Studium/Volontariat/Freiwilligendienst

20) Ihr Hauptwohntort liegt in ...

- | | |
|---|---|
| ☐ a Baden-Württemberg | ☐ j Nordrhein-Westfalen |
| ☐ b Bayern | ☐ k Rheinland-Pfalz |
| ☐ c Berlin | ☐ l Saarland |
| ☐ d Brandenburg | ☐ m Sachsen |
| ☐ e Bremen | ☐ n Sachsen-Anhalt |
| ☐ f Hamburg | ☐ o Schleswig-Holstein |
| ☐ g Hessen | ☐ p Thüringen |
| ☐ h Mecklenburg-Vorpommern | ☐ q außerhalb Deutschlands |
| ☐ i Niedersachsen | |

21) Ihr Alter?

- | | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| ☐ a bis 25 | ☐ d 46 - 55 |
| ☐ b 26 - 35 | ☐ e 56 - 65 |
| ☐ c 36 - 45 | ☐ f ab 66 |

22) Ihr Geschlecht?

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| ☐ a männlich | ☐ c divers |
| ☐ b weiblich | |

23) Wie zufrieden sind Sie mit der Servicequalität im Hause?

sehr zufrieden ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 gar nicht zufrieden

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

Das deckt meine Interessen bestens ab. ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 Da bietet mir entschieden zu wenig.

25) Welche Veranstaltungsthemen wünschen Sie sich in Zukunft?

26) Haben Sie weitere Anregungen für uns?

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

28) Die Veranstaltung kommt aus dem Programmbereich

- ☐ a Bildende Kunst
- ☐ b Darstellende Künste
- ☐ c Kulturmanagement, -politik, -wissenschaft
- ☐ d Literatur
- ☐ e Museum
- ☐ f Musik

14.2 für Online-Seminare

Teilnehmendenbefragung zu Onlineveranstaltungen der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel

Liebe/r Kursteilnehmer_in,

Die Bundesakademie Wolfenbüttel versucht, ihre Kurse stets den Interessen und Wünschen ihrer Teilnehmenden anzupassen und weiterzuentwickeln, dafür brauchen wir Ihre Hilfe, gerade jetzt zu den Online-Angeboten.

Die Befragung ist anonym. Der Datenschutz wird gewährleistet.

Es gibt Fragen zur Bewertung unserer Kursarbeit unter verschiedenen Aspekten und Fragen zu Ihrer Person. Letztere sind auch wichtig. So können wir sehen, wie sich die Zusammensetzung und die Interessen unserer Teilnehmenden entwickeln und die Bewertungsergebnisse besser interpretieren.

Vielen Dank für Ihre Kooperation.

Vorweg bitten wir Sie um Beantwortung der ersten beiden Fragen, damit Ihre Antworten der richtigen Veranstaltung zugeordnet werden können.

1) Die Veranstaltung kommt aus dem Programmbereich

- ☐ a Bildende Kunst
- ☐ b Darstellende Künste
- ☐ c Kulturmanagement, -politik, -wissenschaft
- ☐ d Literatur
- ☐ e Museum
- ☐ f Musik

**2) Bitte geben Sie hier den (Start-)Termin der Veranstaltung ein, auf die Sie sich beziehen
(als 6-stellige Zahl in der Folge Jahr, Monat, Tag)**

_____ 6-stellige Zahl (Format JJMMTT)

3) Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?

(Mehrfachantworten möglich.)

- ☐ A gedruckte Programmübersicht
- ☐ B www.bundesakademie.de
- ☐ C Newsletter und sonstige Mailings der ba
- ☐ D Newsletter oder Webseite anderer Herkunft
- ☐ E Facebook/Twitter
- ☐ F Freund_innen/Bekannte (etc.)
- ☐ G Berufskolleg_innen
- ☐ H Arbeitgeber
- ☐ I Hochschule/Universität
- ☐ J Kursdozent_in der ba
- ☐ K bei Veranstaltungen anderer Anbieter
- ☐ L Sonstiges

4) Die Informationen über den Weg zur Teilnahme per Videokonferenztool waren ...

vollkommen ausreichend ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 völlig unzureichend

5) Wie waren Sie mit den Vorweg-Informationen zum inhaltlichen und praktischen Ablauf der Veranstaltung zufrieden?

sehr zufrieden ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 nicht zufrieden

6) Haben Sie früher schon einmal an Präsenz-Veranstaltungen der ba teilgenommen?

- ☐ a nein
- ☐ b 1 - 2 mal
- ☐ c 3 - 4 mal
- ☐ d 5 mal u. öfter

7) Haben Sie früher schon einmal an Online-Fortbildungen teilgenommen?

(gleich ob an der ba • oder woanders)

- ☐ a ja
- ☐ b nein

8) Entsprach der Inhalt der Online-Veranstaltung, die sie gerade an der ba besucht haben, der Ankündigung?

vollkommen ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 gar nicht

9) Hat die Veranstaltung Ihnen Impulse für Ihre Arbeit gegeben?

in hohem Maße ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 gar nicht

10) Bei welcher Tätigkeit unterstützt die Veranstaltung Sie?

(Mehrfachantworten möglich.)

☐ A ehrenamtliche Arbeit

☐ B hauptberufliche Arbeit

☐ C nebenberufliche Arbeit

☐ D private Tätigkeit

11) Haben der_die Dozent_en_in(nen) der besuchten Veranstaltung Sie in ihrer Fachkompetenz überzeugt?

sehr stark ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 überhaupt nicht

12) Wurden die Sachverhalte verständlich vermittelt?

sehr gut ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 sehr schlecht

13) War der Einsatz der Vermittlungstools dem Inhalt angemessen?

Ja, absolut ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 Nein, überhaupt nicht

14) Konnten Sie sich in dem Seminar grundsätzlich selbst aktiv einbringen?

(z. B. durch Fragen, Kommentare oder eigene Tätigkeiten) *Wenn nicht, bitte gleich weiter mit Frage 16*

☐ a ja

☐ b nein

15) Wie haben Sie Ihre aktiven Teilnahmemöglichkeiten erlebt?

sehr gut ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 vollkommen unzureichend

16) (Wie) sind Sie aktuell in einem kulturbezogenen Arbeitsfeld tätig?

(Mehrfachantworten möglich)

Wenn Sie gar nicht in einem kulturbezogenen Arbeitsfeld tätig sind, dann gleich weiter mit Frage 19

☐ A hauptberuflich angestellt

☐ B nebenberuflich

☐ C freiberuflich bzw. selbstständig

☐ D freiwillig gemeinnützig bzw. ehrenamtlich

☐ E auf privater Ebene

17) Wenn ja, in welchem Kulturarbeitsfeld arbeiten Sie?*(Mehrfachantworten möglich.)*

- ☐ A Kulturproduktion
- ☐ B Kulturvermittlung
- ☐ C Kulturwissenschaft
- ☐ D öffentliche Kulturverwaltung
- ☐ E Organisation/Management einer Kultureinrichtung
- ☐ F Kulturpolitik
- ☐ G Beratung/Training von Personen/Institutionen
- ☐ H Kulturverbandsarbeit
- ☐ I Kirche, Gewerkschaft, Partei etc.
- ☐ J Sozialarbeit
- ☐ K Therapie
- ☐ L Woanders

Wenn Sie in Frage 17 die Antwort "Kulturvermittlung" angekreuzt haben, dann weiter mit Frage 18, sonst bitte weiter mit Frage 19.

18) Wo ist das Arbeitsfeld Ihrer Kulturvermittlung (bezogen auf Antwort 17 B)?*(Mehrfachantworten möglich.)*

- ☐ A in Schule
- ☐ B in außerschulischer Kinder-/Jugendbildungseinrichtung (Musik-/Kunstschule usw.)
- ☐ C in außerschulischer Erwachsenenbildungseinrichtung
- ☐ D In Kulturinstitution (Museum, Theater, Orchester, Kunstverein usw.)
- ☐ E in Kulturverein
- ☐ F Woanders

19) Wer hat die Kosten der jetzt besuchten Veranstaltung getragen?

- ☐ a ich allein
- ☐ b die Einrichtung, für die ich tätig bin
- ☐ c ein Kultur- oder Berufsverband
- ☐ d mein Arbeitgeber/Auftraggeber und ich haben uns die Kosten geteilt
- ☐ e eine andere Lösung

20) Hatten Sie vor dem Besuch der Akademie bereits eine Ausbildung im Bereich Kultur?

- ☐ a ja
- ☐ b nein
- ☐ c kann ich nicht so genau sagen

21) Wie ist Ihre aktuelle Erwerbssituation?

Hier ist Ihr Erwerbsstatus insgesamt gemeint, gleich ob angestellt oder selbstständig, ggf. auch unter Einschluss nicht-kulturbezogener Tätigkeiten.

(Mehrfachantworten möglich.)

- ☐ A vollzeit erwerbstätig
- ☐ B teilzeit erwerbstätig
- ☐ C arbeitslos
- ☐ D Hausfrau/Hausmann
- ☐ E im Ruhestand/pensioniert
- ☐ F in Ausbildung/Studium/Volontariat/Freiwilligendienst

22) Ihr Hauptwohntort liegt in ..

.

- | | |
|---|---|
| ☐ a Baden-Württemberg | ☐ j Nordrhein-Westfalen |
| ☐ b Bayern | ☐ k Rheinland-Pfalz |
| ☐ c Berlin | ☐ l Saarland |
| ☐ d Brandenburg | ☐ m Sachsen |
| ☐ e Bremen | ☐ n Sachsen-Anhalt |
| ☐ f Hamburg | ☐ o Schleswig-Holstein |
| ☐ g Hessen | ☐ p Thüringen |
| ☐ h Mecklenburg-Vorpommern | ☐ q außerhalb Deutschlands |
| ☐ i Niedersachsen | |

23) Ihr Alter?

- | | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| ☐ a bis 25 | ☐ d 46 - 55 |
| ☐ b 26 - 35 | ☐ e 56 - 65 |
| ☐ c 36 - 45 | ☐ f ab 66 |

24) Ihr Geschlecht?

- ☐ a männlich
- ☐ b weiblich
- ☐ c divers

25) Wenn die Corona-Krise vorbei ist, werde ich

- ☐ A lieber wieder Präsenzseminare besuchen
- ☐ B Onlineseminare bevorzugen
- ☐ C beides nutzen
- ☐ D Sagen Sie uns hier, warum? _____

26) Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem inhaltlichen Angebot der ba?

Das deckt meine Interessen bestens ab. []1 []2 []3 []4 []5 []6 Das bietet mir entschieden zu wenig.

27) Welche Veranstaltungsthemen wünschen Sie sich in Zukunft?

28) Haben Sie weitere Anregungen für uns (besonders zur Gestaltung der Online-Seminare)?

*Nochmals herzlichen Dank für Ihre Unterstützung sagt
das Team der ba •*