

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

Merkmale - Motive - Erfahrungen 2024/25

Ergebnisse der siebten Befragung

Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel 2026

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.

Schlossplatz 13

38304 Wolfenbüttel

Tel: 05331-89617-00

E-Mail: post@bundesakademie.de

Die Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel im Internet:

www.bundesakademie.de

Inhaltsübersicht:

Vorwort.....	5
1 Die Befragungen und ihre Anlage.....	6
2 Wer besucht die ba•?	8
3 Woher kommen die Teilnehmenden der ba•?.....	10
4 Wie beurteilen die Teilnehmenden die ba•?.....	13
5 Kundenbindung und Entwicklungsdynamik – oder: Wie viele Teilnehmende kommen wieder?.....	16
6 Geschlechterverteilung oder: Viel mehr Frauen als Männer.....	17
7 Wie alt sind die Teilnehmenden?	20
8 Wie nützlich ist das Angebot der ba• für die Teilnehmenden?	22
9 Wie erfahren die Teilnehmenden von der ba•?	24
10 Wo sind die Teilnehmenden im Kulturbereich tätig?	25
11 Worin unterscheiden sich Erst- und Mehrfachbesucher_innen?	27
12 Präsenz vs. Online – Gemeinsamkeiten und Unterschiede.....	35
13 Resümee	38
14 Fragebögen.....	39
14.1 für Präsenzveranstaltungen	39
14.2 für Online-Seminare	43

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Anteile der Bundesländer am TNN-Aufkommen der ba• 2024/25	10
Abbildung 2:	Beteiligungsquoten der Bundesländer 2024/25	11
Abbildung 3:	Beteiligungsquoten der Bundesländer 2021/22 und 2024/25	12
Abbildung 4:	Verteilung der Erst- und Mehrfachteilnahmeanteile gesamt und in Programmbereichen	16
Abbildung 5:	Geschlechterverteilung insgesamt und in den Programmbereichen	17
Abbildung 6:	Unterstützung von Frauen und Männern nach Tätigkeitsstatus der Kulturarbeit	18
Abbildung 7:	Verteilung der Altersgruppen der Befragten 2024/25	20
Abbildung 8:	Verteilung der Altersgruppen in Programmbereichen 2024/25	21
Abbildung 9:	Zufriedenheit der Altersgruppen mit ba•-Programm	21
Abbildung 10:	„Impulse für die Arbeit der TNN“ in den Programmbereichen und im Gesamtdurchschnitt 2024/25	22
Abbildung 11:	Bei welcher Art von Tätigkeit werden die TNN insgesamt und nach Männern und Frauen durch die Veranstaltungen unterstützt?	23
Abbildung 12:	Kulturbezogene Tätigkeitsfelder der Befragten im Vergleich von 2021/22 zu 2024/25	26
Abbildung 13:	Arbeitsfelder in der Kulturvermittlung im Vergleich von 2021/22 und 2024/25	27
Abbildung 14:	Altersgruppen bei Erst- und Mehrfach-TNN 2024/25	28
Abbildung 15:	Entwicklung der Kostenübernahme durch die beschäftigende Einrichtung bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen 2003 bis 2024/25	28
Abbildung 16:	Tätigkeitsarten im Kulturbereich nach Erst- und Mehrfachbesuch 2024/25	30
Abbildung 17:	Kulturbezogene Tätigkeitsfelder nach Erst- und Mehrfachbesuchen 2024/25	31
Abbildung 18:	Arbeitsfelder der Kulturvermittlung bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen 2024/25	32
Abbildung 19:	Unterstützung der Teilnehmenden durch Veranstaltungsteilnahme bei ihren kulturellen Aktivitäten 2024/25 nach Erst- und Mehrfachbesuchen	34

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Einige Strukturmerkmale der Teilnehmenden im Vergleich 2016/17 bis 2024/25	8
Tabelle 2:	Beurteilung der Leistungsaspekte 2016/17 bis 2024/25	13
Tabelle 3:	Erwerbssituation bei Frauen und Männern 2024/25	19
Tabelle 4:	Status der kulturbezogenen Arbeit bei Frauen und Männern	19
Tabelle 5:	Unterstützung der TNN-Tätigkeiten durch Veranstaltungen nach Programmbereichen	23
Tabelle 6:	Informationswege zur ba•20016/17 bis 2024/25	24
Tabelle 7:	Informationswege zur ba• 2024/25 nach Erst- und Mehrfachteilnahme	33
Tabelle 8:	Präferenzen für Bildungsformate	37

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 sechs Programmbereichen: Bildender Kunst (bk), Darstellenden Künsten (dk), Kulturmanagement & Kulturpolitik (ku), Literatur (lit), Museum (mm) und Musik (mu) sowie in zeitlich befristeten Projekten zu jeweils aktuellen Querschnittsthemen wie kultureller Schulentwicklung, Kulturarbeit in ländlichen Räumen, Demokratiebildung oder Künstlicher Intelligenz in Kunst und Kultur. 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 auch im Längsschnitt noch besser kennen zu lernen, werden fortlaufend Teilnehmenden-Befragungen durchgeführt. Seit 2003 werden diese im Abstand von circa drei bis vier Jahren in einem Evaluationsbericht gebündelt.

Die letzten Jahre waren herausfordernd durch eine rückläufige staatliche Grundförderung der Akademie (im Vergleich zu allgemein steigenden Kosten), durch Personalwechsel auf den Programmleiter_innenstellen, die Einführung von Online-Kursen oder auch die gesellschaftlichen Veränderungen von Arbeitsbedingungen im Kulturbereich. Gleichwohl zeigen sich die Ergebnisse der Evaluationsberichte seit nunmehr über 20 Jahren und auch in der jetzt vorgelegten siebten Ausgabe auf einem erfreulichen Niveau. Durch eine vorausschauende Entwicklung der Bundesakademie in personeller, haushalterischer und inhaltlicher Perspektive kann die Qualität der berufsbezogenen Qualifizierung und die Servicequalität des Hauses offenbar stabil gehalten werden.

Die Akademie verfügt mittlerweile neben den hier evaluierten Kursen der Programmbereiche über ein wachsendes Angebot an Drittmittelprojekten mit dazugehörigen Veranstaltungen, Gastbelegungsunterbringungen sowie ein breites kulturpolitisches Engagement. Diese Aktivitätsbereiche werden hier nicht abgebildet. Eine Aufgabe für die Zukunft wird es sein, eine vergleichbare Form zu finden, in der die bildenden Tätigkeiten der ba• in ihrer gesamten Breite dargestellt werden können.

Im Folgenden werden einige zentrale Ergebnisse der Befragungen im Zeitraum von Mitte 2024 bis Ende 2025 dargestellt. Die Darstellung folgt soweit möglich und sinnvoll dem Muster der früheren Berichte und nimmt häufig vergleichend darauf Bezug. 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 und kommentiert hat. Dies wird - auf seinen eigenen Wunsch hin - die letzte Auswertung sein, die er erarbeitet hat. Als Team sind wir sehr dankbar für diesen verlässlichen, wohlwollend-kritischen „Blick von außen“, der uns all die Jahre immer wieder Anlass gegeben hat, Entwicklungen und Entscheidungen datenbasiert zu überprüfen und die Teilnehmenden, ihre Erwartungen und Motive immer besser kennen zu lernen.

Wir wünschen Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre und danken schon jetzt für Anregungen, Kommentare und Kritik.

Vanessa-Isabelle Reinwand-Weiss, im Juli 2026

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 Der Befragungszeitraum umfasste April 2024 bis Februar 2026.

Die sechste TNN-Befragung hatte zum ersten Mal sowohl Präsenz- als auch Onlineseminare zum Gegenstand gehabt. Das war die Folge der Covid-19-Pandemie. Sie ließ in den Jahren 2020/21 Präsenzseminare über geraume Zeit gar nicht und danach nur eingeschränkt zu. 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. Wie würde es damit weitergehen?

Durch die jetzt vorliegende 7. Befragung hat sich herausgestellt: Inzwischen beherrschen in den meisten Programmbereichen wieder Präsenzformate das Geschehen, teils wegen der unterschiedlichen Gegenstände und der Interessenlagen der TNN, teils der Programmleitungen.² Stammten damals die Befragten je etwa zur Hälfte aus Präsenz- und Onlineseminaren, wurden in der aktuellen Befragung 957 Teilnahmefälle aus Präsenzformaten und nur 196 Teilnahmefälle aus Onlineformaten erfasst. Auch gab es bei den Onlinekursen nur in den Programmbereichen Bildende Kunst (mit 67) und Kulturmanagement (mit 115) genügend Rückmeldungen, um statistisch relevante Ergebnisse zu bekommen.

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.

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.

Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel (Hrsg.): Die Teilnehmenden der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel. Merkmale – Motive – Erfahrungen 2021/22. Ergebnisse der sechsten Teilnehmerbefragung. Bearb. Karl Ermert. Wolfenbüttel 2022. 50 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.

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 ab 2020 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. Nur unterscheiden 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 aufnehmen. Hier wurde auch gefragt, wo die Präferenzen der Befragten für die Zukunft liegen, ob Online, Präsenz oder beides. Die Ergebnisse der Präsenz- und der Online-Formate werden systematisch verglichen unten in Kap. 12, S. 35 ff. Zunächst werden die Befragungsergebnisse beider Gruppen zusammengefasst betrachtet und diskutiert.

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

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

2 Wer besucht die ba•?

Tabelle 1: Einige Strukturmerkmale der Teilnehmenden im Vergleich 2016/17 bis 2024/25

Strukturmerkmale	2016/17 (Anteil in % aller Antwortenden)	2021/22 (Anteil in % aller Antwortenden)	2024/2025 (Anteil in % aller Antwortenden)
Anteil „weiblich“	76	80	77
Alter von 36-55 Jahren	50	47	42
Wohnort in Niedersachsen	33	31	32
Vorausbildung im Kulturbereich vorhanden	71	70	67
vollzeiterwerbstätig	55	51	52
Kostenübernahme für Fortbildung selbst	59	50	57
Kostenübernahme durch Arbeitgeber	28	36	34
Im Kulturbereich beruflich oder ehrenamtlich aktiv	85	86	87
Im Kulturbereich hauptberuflich <i>angestellt</i>	nicht gefragt	53	54
Im Kulturbereich freiberuflich bzw. selbstständig tätig	nicht gefragt	36	33
Veranstaltungsbesuch unterstützt in der hauptberuflichen Arbeit	71	74	71
In Kulturproduktion tätig	36	36	36
In Kulturvermittlung tätig	60	65	54

Wenn die Informationen der Tabelle 1 übersetzt werden, kann man sagen: Der/die meist vorkommende Teilnehmende der Bundesakademie ist weiblich, Mitte 40, wohnt in Norddeutschland 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 etwas größerer Wahrscheinlichkeit selbst, als sie Unterstützung durch ihren Arbeitgeber oder über andere Wege bekommt.

In den Teilnehmendenstrukturen ergeben sich seit 2016/17 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 und hat sich seit längerer Zeit zwischen 75% und

80% eingependelt. Derzeit liegt er bei 77%. Die übrigen Teilnehmenden haben sich nahezu ausschließlich der Kategorie „männlich“ zugeordnet. Der Anteil der TNN unter der Kategorie „divers“ liegt aktuell bei 1,1% (12 von 1.116 Befragten).

- Die Altersstruktur hat sich gegenüber den vorherigen Befragungen nicht sehr, aber merkbar verändert. Das Durchschnittsalter steigt an. Die Altersgruppe zwischen 36 und 55 Jahren umfasste in 2016/17 50%, dann fiel sie über 47% auf jetzt 42%. Zugleich stieg in der neuesten Befragung der Anteil der Alterskohorten über dieser Altersgruppe auf 35% an (von 20% in 2016 über 27% in 2021) und die Alterskohorten bis 36 Jahren wurden kontinuierlich etwas weniger: Von 30% in 2016/17 auf 24% in 2024/25.
- Der Anteil der TNN mit Vorbildung im Kulturbereich ist mit 67% immer noch hoch. Das Niveau lag bislang in 2008/9 mit 77% am höchsten. Danach verringerte es sich in kleinen Schritten.
- Der Anteil der Vollzeit-Erwerbstätigen (unabhängig davon, ob die Erwerbstätigkeit ausschließlich im Kulturbereich liegt) lag in 2016/17 bei 55%, jetzt bewegt er sich mit 52% unwesentlich darunter.
- Der Anteil der Selbstzahlenden war über die letzten Jahre stetig gesunken. Ihre Fortbildungskosten zahlten in 2021/22 (nur) noch die Hälfte der Befragten komplett selbst. Jetzt ist diese Gruppe wieder auf 57% gestiegen. Außerdem gibt es große Unterschiede zwischen Erst- und Mehrfachbesuchenden. Siehe dazu unten S. 28 ff.
- Spiegelbildlich war der Anteil derjenigen, deren Kosten durch die Arbeitgeber in übernommen werden, ebenso stetig gestiegen, jetzt liegt er bei 34%. Auch diese Befunde sind differenziert nach Erst- und Mehrfachbesuchenden zu betrachten. S. u. S. 28 ff.
- Der Anteil der beruflich und/oder ehrenamtlich Aktiven unter den Befragten liegt weiterhin hoch, aktuell bei 87%. Der Anteil der hauptberuflich im Kulturbereich angestellten TNN ist inzwischen auf 54% gestiegen. 33% arbeiten als „Selbstständige/Freiberufliche“. (Bei den Mehrfachteilnehmenden liegt deren Anteil bei 40%. S. u. S. 28)
- Aktuell geben 71% der Befragten an, dass der Besuch der Veranstaltung sie bei ihrer hauptberuflichen Tätigkeit unterstützt. Damit wurde der hohe Stand knapp gehalten. Hinzukommt Unterstützung für die nebenamtliche (23%) und ehrenamtliche (16%) Arbeit. Die Tendenz, dass der Besuch der Fortbildungen an der ba• weit überwiegend beruflichen Hintergrund hat und multiplikatorischen Zwecken dient, hat sich bestätigt.
- Der Anteil der in der Kulturproduktion Tätigen ist mit einem guten Drittel (36%) unverändert geblieben. Der Anteil der in der Kulturvermittlung Tätigen liegt nach 60% in 2016/17 und 65% in 2021/22 jetzt bei 54%. Ein nicht kleiner Teil der Befragten arbeitet auf der Produktions- wie auch auf der Vermittlungsseite. Ob die aktuelle „Delle“ in der Kulturvermittlung etwas zu bedeuten hat, müssen künftige Befragungen zeigen. Die aktuelle Verteilung in den sonstigen Kulturarbeitsfeldern liefert noch keine Erklärung.
- Unter den Kulturvermittelnden sind die größten Gruppen diejenigen, die in Kulturinstitutionen (wie Museum, Theater, Orchester, Kunstverein) (46%) und in Schule (32%) tätig sind. Der Trend zuungunsten der Schule, den wir in den vorherigen Befragungen konstatieren konnten, hat sich damit nicht fortgesetzt. 18% arbeiten in einer außerschulischen Jugendbildungseinrichtung, 22% in einer außerschulischen Erwachsenenbildungseinrichtung. In einem Kulturverein oder –verband sind jetzt 18% beschäftigt, immerhin ein Drittel mehr als zuvor.

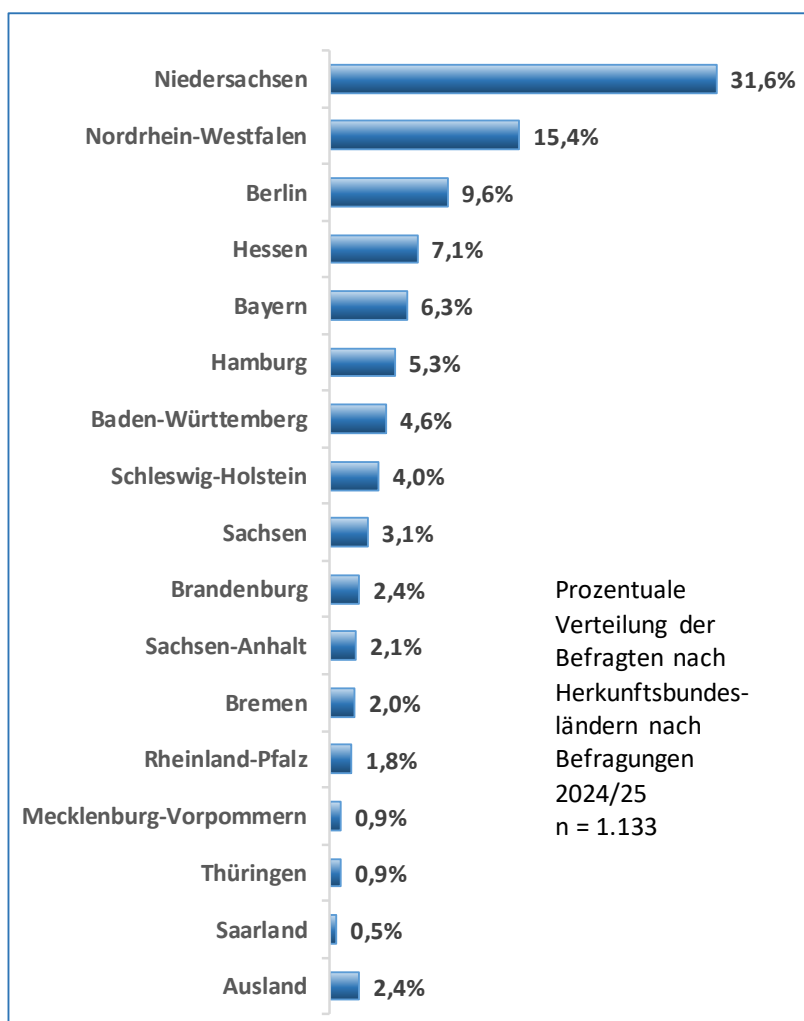
Die **Tendenzen** heißen: Unter den TNN der ba• stellen auch in den aktuellen Jahren weiterhin Frauen mit mehr als drei Vierteln die bei weitem größte Gruppe. Weiterhin sind die TNN durchweg im beruflich produktiven Alter und weiterhin sehr gut im Kulturbereich vorausgebildet. Fast neun Zehntel sind auch beruflich oder ehrenamtlich im Kulturbereich aktiv. Etwas mehr als die Hälfte ist hauptberuflich angestellt, ein Drittel freiberuflich/selbstständig tätig. Das Durchschnittsalter steigt leicht an.

Bei etwa einem Drittel übernehmen die Arbeitgebenden die Kosten der Fortbildung. 57% der TNN tragen die Kosten aber selbst und allein. Dieser Anteil ist wieder angestiegen. Der Anteil der Niedersächs_innen bleibt bei einem knappen Drittel. Unter allen Tätigkeiten, die durch die TNN der ba• im Kulturbereich ausgeübt werden, pendeln sich diejenigen in der Kultur*produktion* bei einem Drittel ein, diejenigen in der Kultur*vermittlung* werden etwas weniger, aber stellen immer noch klar mehr als die Hälfte. Dort arbeiten die meisten in Kulturinstitutionen/-vereinen sowie in anderen außerschulischen Bildungseinrichtungen. An der Schule arbeitet noch etwa ein Drittel der befragten TNN.

3 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 2,4% und hat sich damit nach einem zwischenzeitlichen Sprung in 2017 auf 7,2% wieder auf das Normalmaß früherer Jahre verringert. Der Anteil Niedersachsens bewegt sich bei einem knappen Drittel. Bei den Onlineformaten, die allerdings nur noch einen kleineren Teil ausmachen, liegt der Niedersachsenanteil bei nur 19%. (Zu den Differen-

Abbildung 1: Anteile der Bundesländer am TNN-Aufkommen der ba• 2024/25

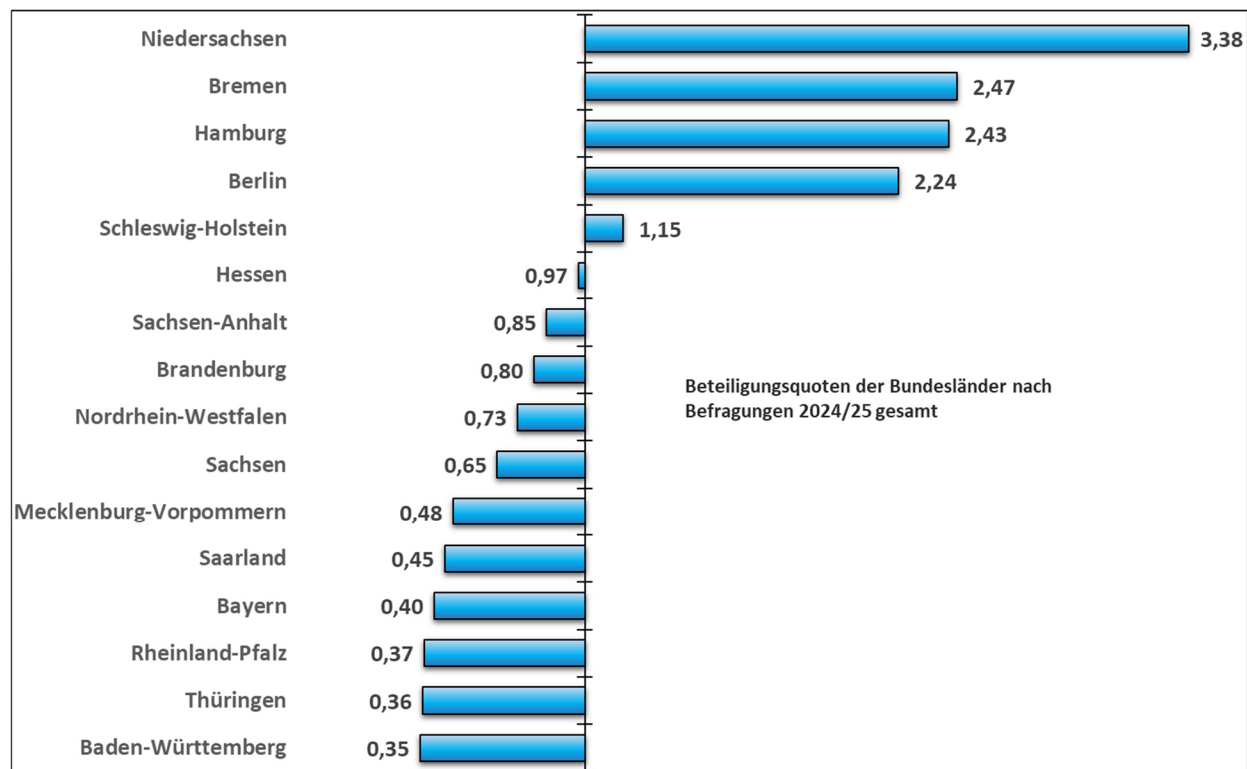


zen zwischen Online- und Präsenzformaten siehe unten S. 35f.)

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

Diese Beteiligungsquote zeigt Abbildung 2.³ Man sieht dort, dass nicht nur, wie zu erwarten, der Niedersachsenanteil weit überproportional ist und fast dreieinhalb Mal so viele Teilnehmer unter den Befragten ausmacht, wie von der Bevölkerungsstärke zu erwarten wäre. Auch Bremen und Hamburg schicken relativ zu ihren Bevölkerungsanteilen fast zweieinhalb Mal, und auch Berlin über zwei Mal so viele TNN nach Wolfenbüttel, wie nach ihrer Bevölkerungsgröße zu erwarten wäre. Schleswig-Holstein und Hessen sind etwa ihrem Bevölkerungsanteil entsprechend vertreten. Sachsen-Anhalt und Brandenburg liegen nicht weit von einer repräsentativ stimmigen Beteiligungsquote entfernt.

Abbildung 2: Beteiligungsquoten der Bundesländer 2024/25



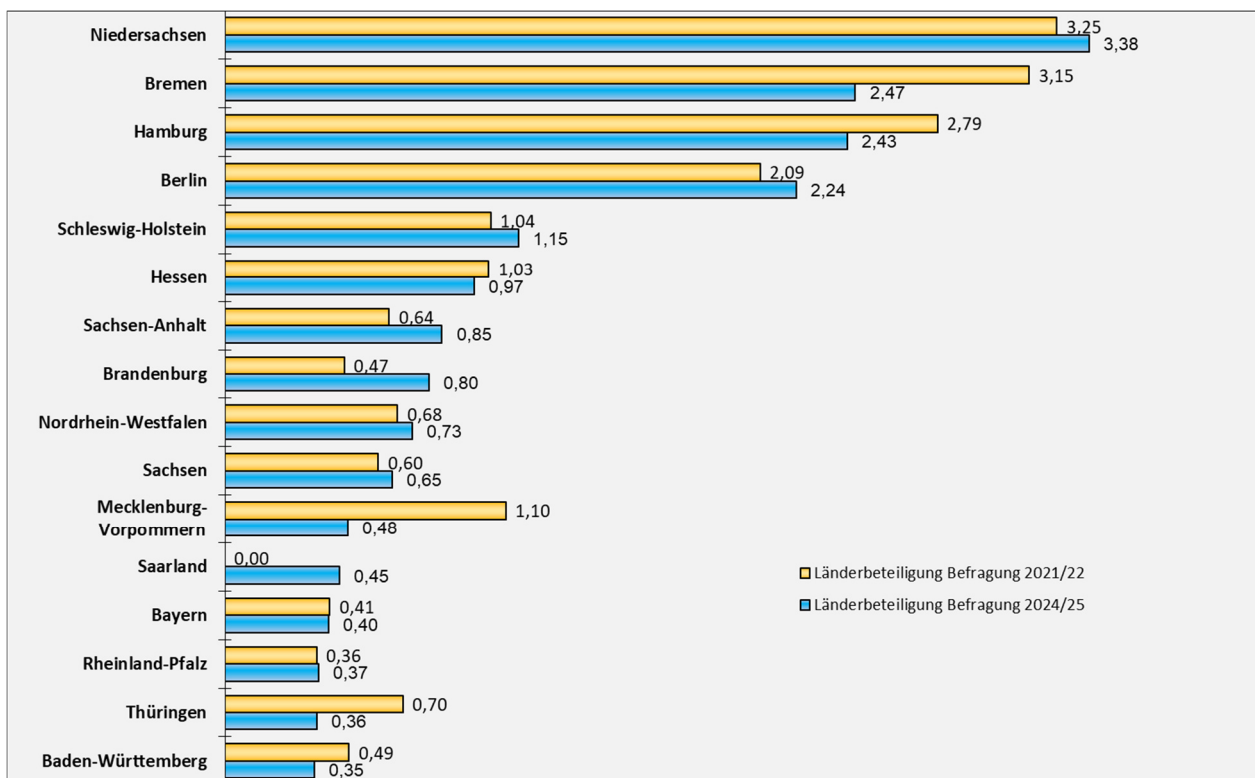
Der **Vergleich der Erhebungen von 2021/22 und 2024/25** (s. Abbildung 3; Basis in beiden Fällen die Befragungszahlen) zeigt: Der Niedersachsenanteil ist auf etwa gleich hohem Niveau geblieben; der nächstgrößte Teilnehmerlieferant, Nordrhein-Westfalen, ebenso. Unter den Stadtstaaten haben Bremen und Hamburg etwas nachgelassen, Berlin zugelegt. Auf hohem Niveau hat sich Schleswig-Holstein gehalten, Hessen leicht nachgelassen. Die südlichen Bundesländer sind (schon aus Entfernungsgründen) traditionell eher

³ 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: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/02-bundeslaender.html>) Die Quote 1,0 bzw. 100% bedeutet eine genaue Entsprechung des TNN-Anteils eines Bundeslandes zu seinem Bevölkerungsanteil.

schwächer vertreten. Auch die Online-Angebote des jetzigen Befragungszeitraums haben daran noch nicht viel geändert. Die östlichen Bundesländer waren bislang meist deutlich unterrepräsentiert. In dieser Befragungsserie finden sich Brandenburg und Sachsen-Anhalt nun mal in der Gruppe etwas höherer Beteiligung.

Im Übrigen ist bei den Bundesländern mit kleinerem Bevölkerungsanteil immer zu bedenken: Hier machen schon einige wenige TNN mehr oder weniger aus diesen Ländern einen starken Effekt aus, so dass aktuelle Zufälligkeiten eine unverhältnismäßige Rolle spielen können. Das gilt für Bremen, Hamburg und auch noch Berlin wie auch für Sachsen-Anhalt, Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern (das in der Abbildung unten gerade ein Beispiel dafür liefert), Brandenburg und Saarland.

Abbildung 3: Beteiligungsquoten der Bundesländer 2021/22 und 2024/25



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.

4 Wie beurteilen die Teilnehmenden die ba•?

Die abgefragten Bewertungsitems sind in Tabelle 2 aufgelistet. Die meisten sind gegenüber den früheren Befragungen gleichgeblieben. Das Vorhandensein der Onlineformate führt dazu, dass an etlichen Stellen zum gleichen Sachverhalt zwischen Präsenz- und Online-Gegebenheiten zu unterscheiden ist, so zu den Teilnahmezugängen und zu den Unterrichts-/Vermittlungsvorgängen.

Tabelle 2: Beurteilung der Leistungsaspekte 2016/17 bis 2024/25

	Leistungsaspekte	Durchschnittsbewertung 2016/17	Durchschnittsbewertung 2021/22	Durchschnittsbewertung 2024/25
		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	1,40	1,47 (nur Präsenz)	1,36 (nur Präsenz)
2)	Informationen zur Anreise	1,27	1,32 (nur Präsenz)	1,33 (nur Präsenz)
2a)	Zugangsinformationen zur Teilnahme	nicht gefragt	1,18 (nur Online)	1,19 (nur Online)
3)	Vorweginformationen zu Ablauf d. Veranstaltung	1,64	1,63	1,5
4)	Qualität der technischen Arbeitsbedingungen (Räume, Medien usw.)	1,42	1,43 (nur Präsenz)	1,47 (nur Präsenz)
5)	Zufriedenheit mit der Servicequalität des Hauses	1,28	1,33 (nur Präsenz)	1,29 (nur Präsenz)
6)	Qualität der Verpflegung in der ba•	1,86	1,74 (nur Präsenz)	1,87 (nur Präsenz)
7)	Wie entsprach der vermittelte Inhalt den Ankündigungen?	1,57	1,54	1,54
8)	Zufriedenheit mit <i>Fachkompetenz</i> der Dozent_innen	1,24	1,30	1,27
9)	Zufriedenheit mit <i>Vermittlungskompetenz</i> der Dozent_innen	1,57	1,56 (nur Präsenz)	1,50 (nur Präsenz)

	Leistungsaspekte	Durchschnittsbewertung 2016/17	Durchschnittsbewertung 2021/22	Durchschnittsbewertung 2024/25
9a)	Wurden die Sachverhalte verständlich vermittelt?	nicht gefragt	1,34 (nur Online)	1,38 (nur Online)
9b)	War der Einsatz der Vermittlungstools angemessen?	nicht gefragt	1,42 (nur Online)	1,49 (nur Online)
9c)	Bewertung der aktiven Teilnahmemöglichkeiten	nicht gefragt	1,63 (nur Online)	1,49 (nur Online)
10)	Stärke der Impulse für die eigene Arbeit	1,62	1,65	1,59
11)	Abdeckung aller eigenen inhaltlichen Interessen	1,51	1,70	1,69

Auch nach strengen Maßstäben können – im Gesamtdurchschnitt – die Leistungsbeurteilungen der ba• sich sehen lassen. Überall bleiben sie mindestens ein gehöriges Stück weg von der kritischen Grenze 2,0⁴; 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 wieder bei einer sehr guten 1,29.

Die Qualität der Verpflegung in der ba• (Z. 6) hat sich mit einem Wert von 1,87 wieder etwas verschlechtert und hat – im Vergleich mit den anderen Indikatoren – weiterhin „Luft nach oben“. Die von den TNN erbetenen und immerhin gut 300 bekommenen „weiteren Hinweise“ (Fr. 26) insgesamt enthalten 38 Anmerkungen zur Verpflegung. Grundsatzkritik gibt es aber kaum. Gelegentlich wird ein hoher Anteil an Halbfertigprodukten kritisiert, manchmal die Stärke/Schwäche des Kaffees. Wünsche nach mehr vegetarischer oder veganer Küche werden etwas häufiger geäußert. Desgleichen nach Obst und Keksen zum Nachmittagskaffee.

⁴ Befragungen und die daraus erzeugten Daten sind immer Augenblicksaufnahmen in einem fort dauernden 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 gleichbleibt. 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.

Hin und wieder wird die Verpflegung im Hause aber auch ausdrücklich gelobt und das Essen im auswärtigen Restaurant kritisiert.

Im Kernbereich der Akademiarbeit, 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 (1,27), auch die didaktischen Fähigkeiten der Lehrpersonen („Vermittlungskompetenz“, Z. 9) werden gut beurteilt (1,50). 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 (1,38 und 1,49). Die „aktiven Teilnahmemöglichkeiten“ (Z. 9c) in den Online-Formaten, immer eine Herausforderung, sind offenbar noch besser angekommen (1,49) als in der Befragung zuvor (1,63).

Die Stärke der erhaltenen „Impulse für die eigene Arbeit“ (Z. 10) bewegt sich gut im Rahmen der bisherigen Bewertungen (1,59).

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 1,69 (Präsenzseminare 1,69, Onlineseminare 1,68) noch ordentlich, liegt aber niedriger als in den Befragungen vor dem „Online-Zeitalter“. Nur 45% der Befragten im Gesamtdurchschnitt vergeben die Höchstnote 1 („Das deckt alle meine Interessen ab“). 2016/17 waren das noch 55%. Zwischen Online- und Präsenz-Besucher_innen bestehen keine Differenzen.

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. „*Olaf ist der beste*“ oder „*Sarah und Kathrin sind ein Dreamteam*“, diese Rückmeldungen erfolgten offenbar aus besonders vollen Herzen. Aber auch die meisten und sehr zahlreichen sonstigen Antworten spiegeln eine sehr positive Grundtendenz, fast fünfzigmal zusammengefasst in einem schlichten „*Weiter so*“. Selbst die allermeisten der vielen konstruktiv kritischen Hinweise der Befragten zeugen noch von großer grundsätzlicher Zustimmung zu den gemachten Erfahrungen, auch bei den Etlichen, die sich über die „*immer noch unbequemen Stühle*“ im Mühlenfoyer beklagen oder die sich auf den Zimmern „*stärkeres*“ und „*wärmeres*“ Licht wünschen. Besonders eifrig waren die TNN aus den Online-Kursen, die außerordentlich viele Hinweise zur zeitlichen und inhaltlichen Gestaltung gaben. Alle diese „weiteren Anmerkungen“ verdienen die Aufmerksamkeit der Verantwortlichen im Hause.

Vollends signalisieren die Wortkombinationen auf die Bitte (Frage 27) (nur) für die Präsenzkurse, die ba• bzw. die eigenen **Erfahrungen dort in drei Adjektiven** zu kennzeichnen, dass die Kundenzufriedenheit der ba• ein starkes Fundament der Arbeit darstellt. Wie in der letzten Befragung waren auch diesmal die eindeutig häufigsten Worte „*kompetent*“, „*inspirierend*“, „*professionell*“ und „*kreativ*“. Auffällig oft auch „*zugewandt*“, „*freundlich*“ und „*heimelig*“, vielleicht zusammengefasst in „*nett, schön, wolkenbüttelich*“. Interessant auch Kombinationen wie „*treffsicher, großartig, unentbehrlich*“ und „*vertrauensvoll, kulturbewusst, aufgeschlossen*“. Witzig das stabreimende „*sensationell, sexy, super*“ oder „*zitronig, spritzig, gut*“. Nur einmal äußert jemand bei dieser Frage Kritik mit „*weiß, elitär*“. (Da reichte es anscheinend allerdings auch nicht mehr für ein drittes Adjektiv.)

Insgesamt setzen die gegenwärtigen Befunde ganz offensichtlich die positiven Tendenzen bei den Beurteilungen des Hauses fort, die aus den vorherigen Befragungen erkennbar waren.

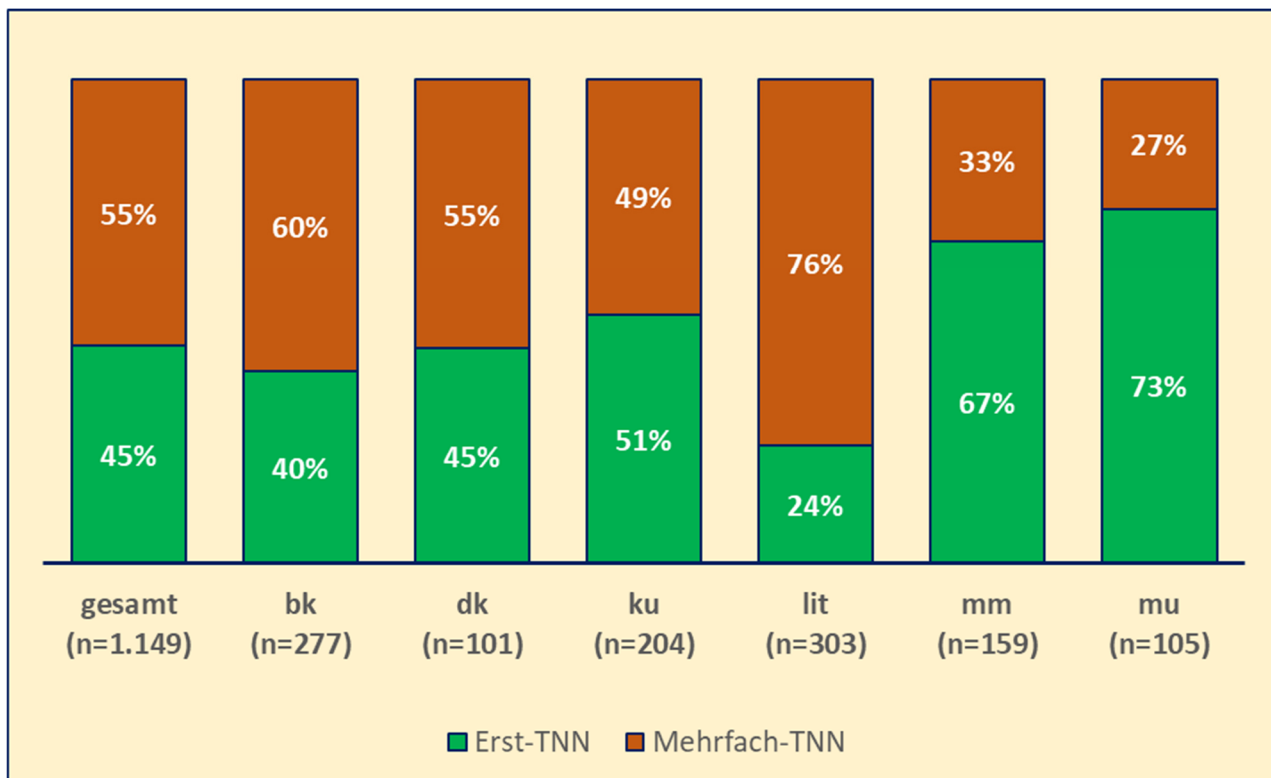
5 Kundenbindung und Entwicklungsdynamik – oder: Wie viele Teilnehmende kommen wieder?

Einerseits ist jedem Unternehmen, auch jeder Weiterbildungseinrichtung, an einem hohen Maß an *Kundenbindung* gelegen. Das wird an Mehrfachteilnahmen abgelesen. Der Anteil der Mehrfachteilnehmenden lag 2016/17 bei durchschnittlich 56%, 2021/22 bei 54% und jetzt bei 55% (s. linke Säule in Abbildung 4). Die Kundenbindung hat sich anscheinend bei diesen Werten eingependelt.

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 drei Befragungen im Durchschnitt auf etwa ein Drittel. Bildende Künste (43%) und Literatur (53%) liegen deutlich darüber, Museum (9%) und Musik (7%) deutlich darunter.

Andererseits müssen gerade Weiterbildungseinrichtungen auch an einem stetigen Zustrom an Neukunden interessiert sein. Der Blick auf die Neukunden ergibt – spiegelbildlich zu den „Bestandskunden“: Auch der Anteil der Erstteilnehmenden ist in den letzten 15 Jahren etwa gleichgeblieben, lag bei 44% in 2016/17, bei 46% in 2021/22 und aktuell bei 45%.

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



bk = Bildende Kunst; dk = Darstellende Künste; ku = Kulturmanagement & Kulturpolitik; lit = Literatur; mm = Museum; mu = Musik.

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

Hier sieht man, dass der **Programmbereich Literatur** weit überdurchschnittliche Mehrfachbesucheranteile (76%), also sehr starke 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 der **Programmbereich Bildende Kunst**. In der Befragung 2016/17 lag sein Neukundenanteil bei 20%, dann bei 41%, jetzt bei 40%. Hier hat sich die damals wahrnehmbare Dynamisierung offenbar verstetigt. Der Programmbereich bk bietet unter den künstlerischen Programmbereichen als einziger einen größeren Anteil von Onlineformaten.

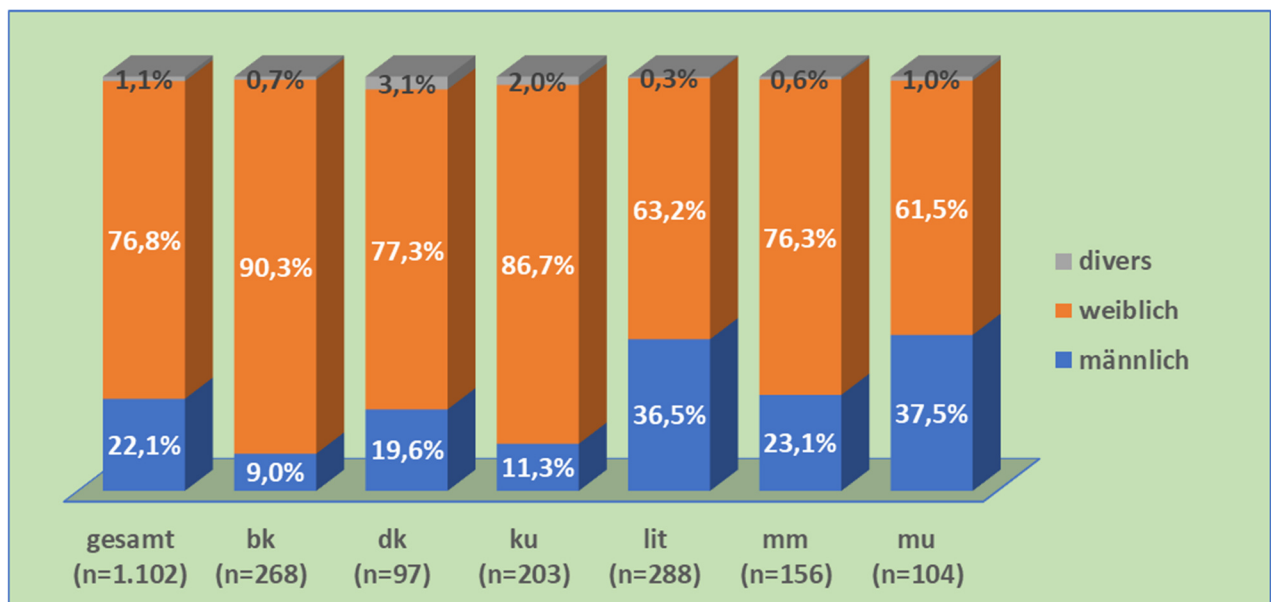
Der weitgespannte **Programmbereich Kulturmanagement & Kulturpolitik (ku)** hatte seine Erstbesucheranteile 2021/22 auf 62% gesteigert. Jetzt hat sich das Geschehen mit 51% sozusagen normalisiert. Der Programmbereich ku hat unter seinen Veranstaltungen den relativ höchsten Anteil von Onlineformaten.

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 **Programmbereich Musik** wird jetzt nach längerer Zeit bei den TNN-Befragungen wieder wahrnehmbar und verzeichnet mit 73% den bei weitem höchsten Anteil von Erstbesuchern, dementsprechend den geringsten Anteil von Mehrfachbesuchern.

6 Geschlechterverteilung oder: Viel mehr Frauen als Männer

Abbildung 5: Geschlechterverteilung insgesamt und in den Programmbereichen



bk = Bildende Kunst; dk = Darstellende Künste; ku = Kulturmanagement & Kulturpolitik; lit = Literatur; mm = Museum; ku = Musik.

Unter den Antwortenden der aktuellen Befragung weist die ba• einen Frauenanteil von 77% auf (2016/17: 76%; 2021/22: 80%). In den Programmbereichen variiert dieser Anteil. Mit dieser Befragung zum zweiten Mal wurde als dritte Zuordnungskategorie „divers“ abgefragt. Sie wurde insgesamt von 1,1% (2021/22: 0,4%)

der Befragten angewählt. Zu dieser Kategorie sind weiter differenzierende Betrachtungen mangels ausreichender Fallmenge (12 von 1.102 Befragten) noch nicht sinnvoll durchzuführen.

Abbildung 5 zeigt: „Bildende Kunst“ weist mit 90% den höchsten Frauenanteil auf, gefolgt von „Kulturmanagement & Kulturpolitik“ mit 87% und „Darstellende Künste“ (77%) während „Literatur“ (63%) und Musik (62%) einen immer noch hohen, aber weniger extremen Frauenanteil verzeichnet.

Weitere Beobachtungen:

In den **Bewertungen des Seminargeschehens** und der sonstigen Gegebenheiten an der Akademie zeigen Männer und Frauen keine großen Differenzen. Einige Male stellen sich die Männer ein wenig kritischer dar, aber nur um jeweils etwa 0,1 bis 0,2 Skaleneinheiten. Die „Online-Männer“ sind gern ein wenig kritischer.

Auch die **Kundenbindung**, abzulesen aus Teilnahmehäufigkeit, ist bei Frauen und Männern nicht sehr unterschiedlich. Bei Frauen umfassen die „Stammkunden“, die bereits drei Mal und öfter da waren, 32%, bei den Männern 36% der Befragten. 41% der Männer und 46% der Frauen besuchten die ba• zum ersten Mal. Männer scheinen, wenn sie denn mal in Wolfenbüttel waren, ein wenig „treuer“ zu sein als die Frauen.

Im **Durchschnittsalter** unterscheiden sich Frauen- und Männergruppe merklich. Die Frauen sind durchschnittlich jünger. Die Gruppe bis 45 Jahren umfasst 46% aller Frauen und 35% aller Männer.

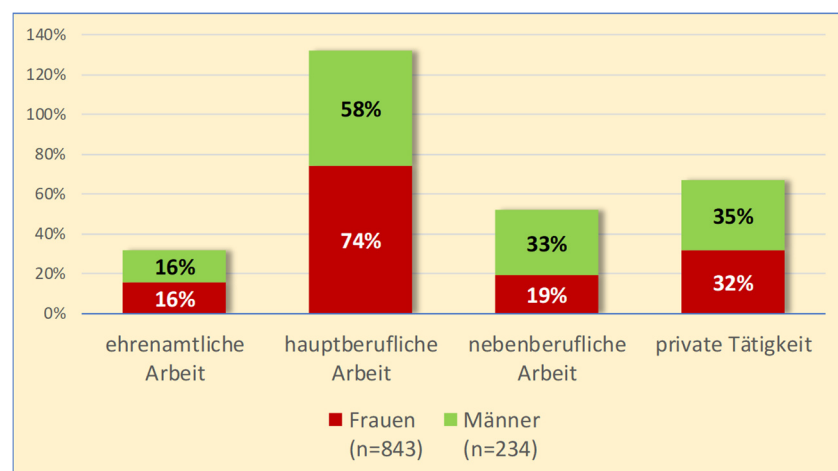
Bei der **Herkunft nach Bundesländern** weichen Frauen und Männer an einigen Stellen voneinander ab, ohne dass sich daraus ein Muster erkennen ließe. Aus Niedersachsen kommen in der Präsenzgruppe anteilig ein Viertel mehr Frauen (37%) als Männer (26%), in der Onlinegruppe ist es fast umgekehrt: 27% Männer, 20% Frauen. Kuriosum: bei den Hessen gibt es – wie auch schon in der letzten Befragung – in der Präsenzgruppe prozentual gut doppelt so viele Männer (13%) wie Frauen (6%).

In der Präsenzgruppe hatten 60% der Männer, aber 69% der Frauen bereits vor dem Besuch der ba• eine **Ausbildung im Bereich Kultur**. In der Onlinegruppe war es umgekehrt: 64% der Frauen, aber 87% der Männer reklamierten für sich eine Vorausbildung im Bereich Kultur.

Zwischen 80 und 90% sind Männer wie Frauen beruflich oder ehrenamtlich aktiv in einem kulturbezogenen Arbeitsfeld. **Die Veranstaltungen unterstützten** 58% der Männer und 74% der Frauen bei ihrer **hauptberuflichen Arbeit** (s. Abbildung 6). In der nebenberuflichen Arbeit ergibt sich ein umgekehrt komplementäres Bild.

In der **Kulturproduktion** arbeiten sehen wir etwa das gleiche Bild wie in der letzten Befragung: der Anteil bei den

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



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

Männern liegt mit 44% deutlich höher als bei den Frauen mit 34%. In der **Kulturvermittlung** lagen in der letzten Befragung beide Geschlechter etwa gleichauf. Jetzt ist der Unterschied relational etwa wieder wie früher: 57% der Frauen und 42% der Männer sind hier tätig.

Im letzten Bericht hatten wir eine interessante **Entwicklung in Organisation/Management einer Kultur-einrichtung** festgestellt. Waren in früheren Befragungen hier immer deutlich mehr Männer beschäftigt gewesen als Frauen, war es jetzt umgekehrt, und dieser Befund hat sich jetzt zu einer Tendenz verstärkt. 9% der Männer, aber 15% der Frauen geben das jetzt als ihr Tätigkeitsfeld an.

Tabelle 3: Erwerbssituation bei Frauen und Männern 2024/25

Aktuelle Erwerbssituation	Frauen (n=837)	Männer (n=234)
vollzeit erwerbstätig	49%	63%
teilzeit erwerbstätig	34%	21%
arbeitslos	3%	2%
Hausfrau/Hausmann	2%	0%
im Ruhestand/pensioniert	10%	11%
in Ausbildung/Studium/ Volontariat/Freiwilligendienst	6%	4%

(Mehrfachwahl möglich. Wegen der geringen Zahl der diversen Personen in diesem Sample konnten diese in der Betrachtung nicht berücksichtigt werden.)

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

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

Tabelle 4: Status der kulturbezogenen Arbeit bei Frauen und Männern

Status der kulturbezogenen Arbeit	Frauen (n=801)	Männer (n=232)
hauptberuflich angestellt	56%	50%
nebenberuflich	8%	15%
freiberuflich bzw. selbstständig	34%	29%
freiwillig gemeinnützig bzw. ehrenamtlich	15%	15%
auf privater Ebene	15%	22%

(Mehrfachwahl möglich. Wegen der geringen Zahl der diversen Personen in diesem Sample konnten diese in der Betrachtung nicht berücksichtigt werden.)

Dieser Befund wird anscheinend relativiert durch die Ergebnisse in Tabelle 4, die über den **Status der kulturbezogenen Arbeit** bei den Befragten Auskunft gibt. Männer sind dort etwas weniger hauptberuflich angestellt tätig als Frauen, dafür mehr nebenberuflich. Dafür arbeiten Frauen häufiger freiberuflich/selbstständig. Häufiger als bei Frauen findet sich künstlerisch kulturelle Arbeit bei den Männern auf privater Ebene, also als Hobby.

Bislang war bei Männern traditionell der Anteil freiwillig gemeinnützigen bzw. ehrenamtlichen Engagements höher als bei Frauen. Dieser Befund stimmte mit der allgemeinen gesellschaftlichen Situation im Ehrenamt überein.⁵ In dieser aktuellen Befragung sind die Engagementquoten bei Frauen und Männern aber gleich. Es wird zu prüfen sein, ob sich dieser Befund verstetigt.

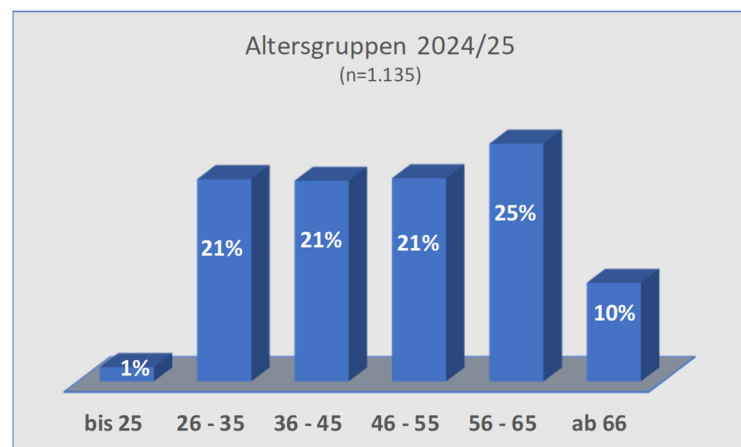
7 Wie alt sind die Teilnehmenden?

Altersstruktur insgesamt

Abbildung 7 zeigt die Anteile der abgefragten Altersgruppen in Prozent der Gesamtgruppe. Man sieht, dass 63% 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 Älteren ab 56 bilden aber mit 35% eine durchaus gewichtige Gruppe. Sie hat sich auch gegenüber der letzten Befragung (27%) vergrößert. Das Gesamtaltersspektrum hat sich gegenüber früheren Befragungen nach hinten verschoben.

Die Gruppe der Jungen (bis 25) ist sehr klein, bei beruflicher Fortbildung nicht überraschend, aber auch noch kleiner geworden: vier Jahre zuvor noch 5%, jetzt 1%.

Abbildung 7: Verteilung der Altersgruppen der Befragten 2024/25



Altersstruktur in den Programmbereichen

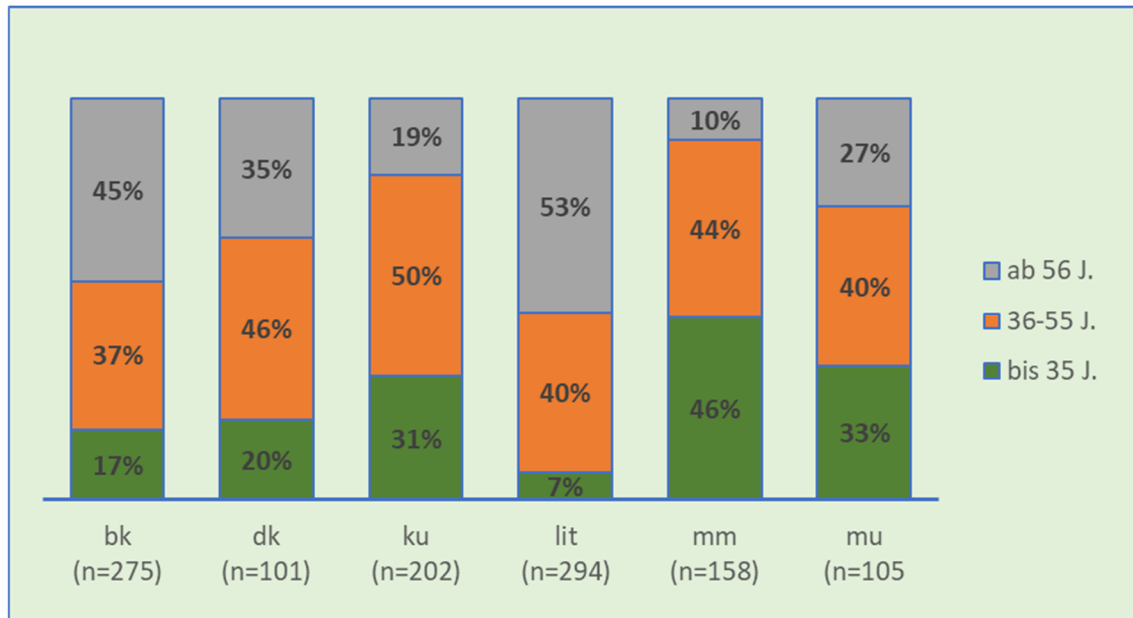
Die Altersstruktur bei den TNN der verschiedenen Programmbereichen stellt sich durchaus unterschiedlich dar. Abbildung 8 zeigt diese Differenzierungen:

- Museum (mm) ist der „jüngste“ Programmbereich, gefolgt von „Kulturmanagement & Kulturpolitik“ (ku) und Musik (mu).
- Literatur (lit) hat einen dezidierten Schwerpunkt bei den mittleren bis älteren Altersgruppen. Bei den älteren (ab 56 J.) ist der Anteil gegenüber 2021/22 auch noch einmal um 15 %-Punkte (!) auf 53% gewachsen. Der Anteil jüngerer TNN ist schmal.

⁵ 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.

- Bildende Kunst (bk) zeigt mit 45% Anteil auch noch einen Schwerpunkt bei den älteren Gruppen ab 56 Jahren. Er hat aber die gegenüber den Befragungen vor 2021/22 schöne Entwicklungsdynamik gut gehalten.

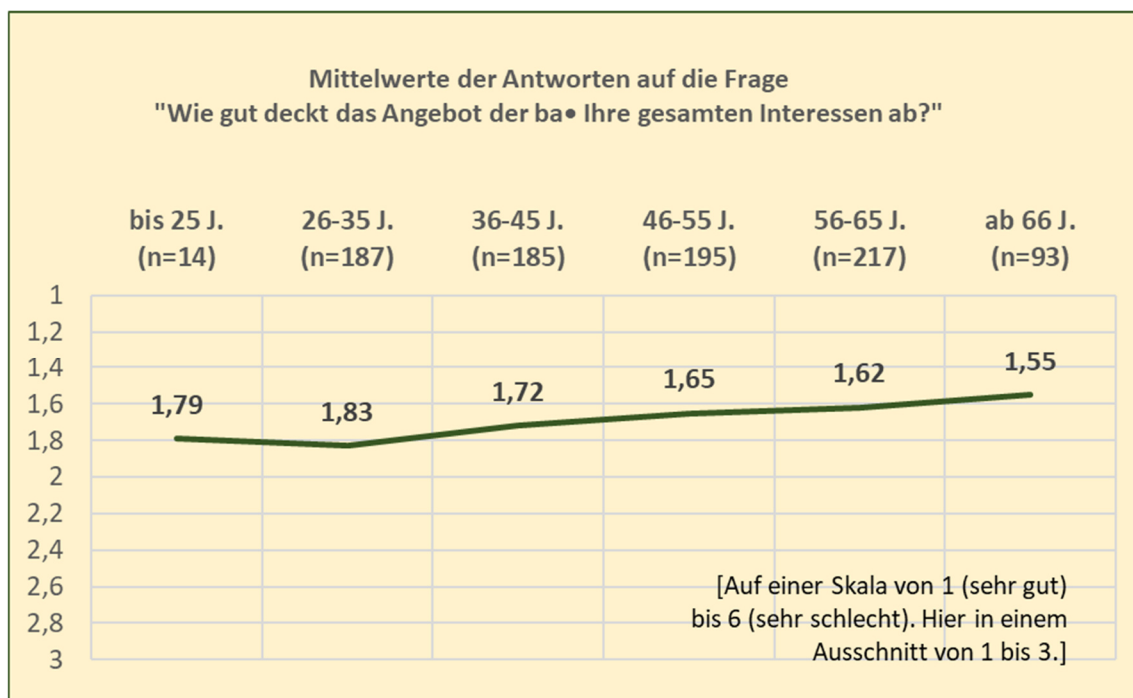
Abbildung 8: Verteilung der Altersgruppen in Programmbereichen 2024/25



bk = Bildende Kunst; dk = Darstellende Künste; ku = Kulturmanagement & Kulturpolitik; lit = Literatur; mm = Museum; mu = Musik.

Altersgruppen und ihre Zufriedenheit

Abbildung 9: Zufriedenheit der Altersgruppen mit ba•-Programm



Die Grafik zeigt die Ergebnisse aus den Präsenzkursen. Die Online-Kurse zeigen aber keine strukturellen Abweichungen dazu.

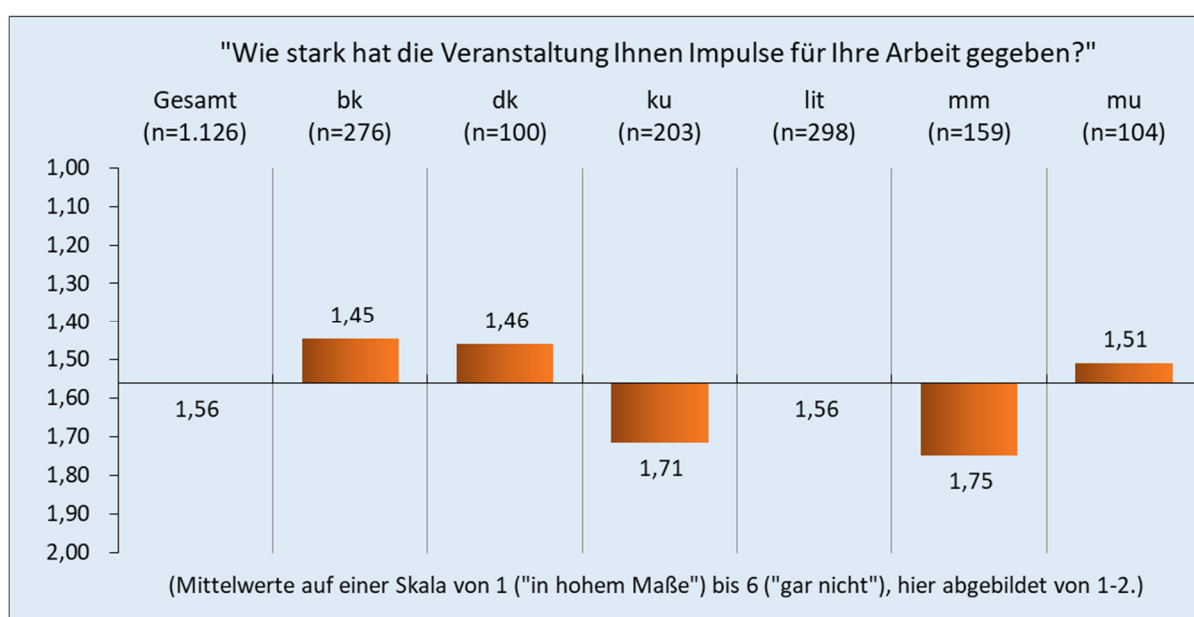
Wie in früheren Befragungen schon stimmen alle Altersgruppen in ihren Bewertungen der Arbeit der ba• und ihrer Rahmenbedingungen weitgehend überein. In der Abbildung 9 wird das exemplarisch gezeigt an der Generalfrage, **ob das Angebot der ba• alle Interessen der Befragten abdecke**. Im Ergebnis sieht man nur geringfügige Abweichungen unter den Altersgruppen, unter denen die 26-35-Jährigen noch die kritischsten sind, aber auch nur um 0,04 Skalenpunkte hinter ihren (noch) jüngeren Kolleg_innen rangieren.

Offenbar gelingt es der Akademie im Gesamtergebnis, ein doch beträchtliches Altersspektrum 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 eingespielt werden, wirken anregend und haben ihren eigenen Bildungswert.

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

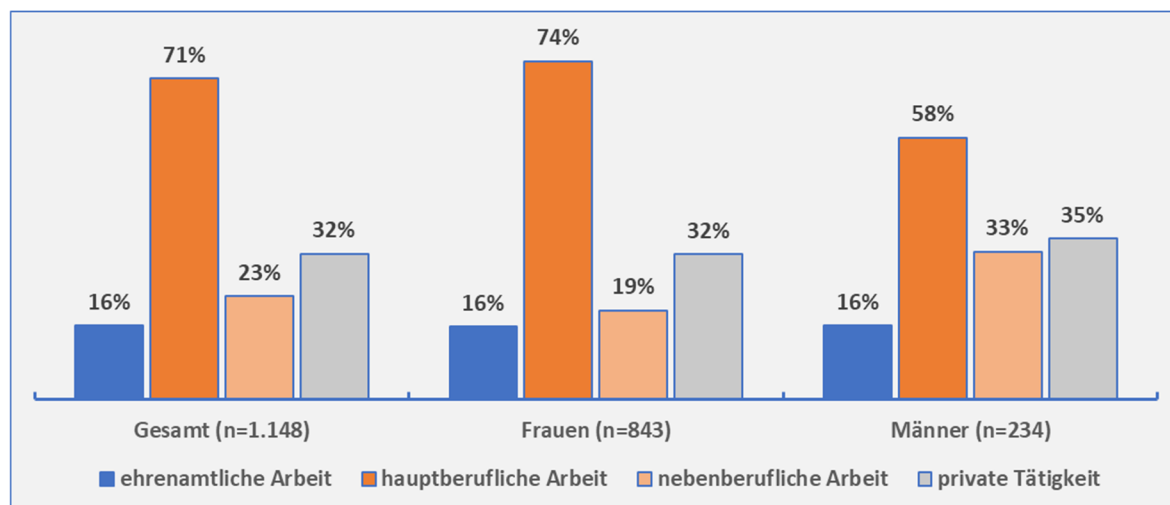
Zunächst wurde abgefragt, ob die Veranstaltung „Impulse“ für die „Arbeit“ gegeben habe (Frage 8 Präsenz, Frage 9 Online). „In hohem Maße“ antworteten 59% der Befragten (Wert 1 auf der Skala von 1-6). Die Durchschnittsbewertung lag bei 1,56, ein zufriedenstellender Wert. In den Programmbereichen streut er zwischen 1,45 und 1,75, wie folgende Grafik mit den Abweichungen vom Gesamt-/Durchschnittsmittelwert zeigt. Mit äußerst knappem Vorsprung vor dk ist bk Spitzenreiter. Ergebnisse um 1,70 zeigen noch „Luft nach oben“.

Abbildung 10: „Impulse für die Arbeit der TNN“ in den Programmbereichen und im Gesamtdurchschnitt 2024/25



bk = Bildende Kunst; dk= Darstellende Künste; ku = Kulturmanagement & Kulturpolitik; lit = Literatur; mm = Museum; mu = Musik.

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 mit 71% in der Gesamtgruppe. Interessant sind einige Veränderungen gegenüber der vorherigen Befragung vor allem bei den Männern: „*Hauptberufliche Arbeit*“ wird bei den Männern mit 58% um immerhin 10 %-Punkte weniger genannt. Dafür hat der Anteil der *nebenberuflichen Arbeit* um 5 %-Punkte auf 33% und der der *privaten Tätigkeit* um 6 %-Punkte auf 35% zugelegt. – Freilich: Die ba• erreicht weiterhin die Menschen, die sie vor allem erreichen will und soll, Vermittler_innen auf professionellem Niveau. Ehrenamtliche Arbeit wird inzwischen bei beiden Geschlechtergruppen mit 16% gleich häufig genannt. Hinzu kommt jeweils bei etwa einem Drittel 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 5: Unterstützung der TNN-Tätigkeiten durch Veranstaltungen nach Programmbereichen

Besuch bringt Unterstützung für	Durchschnitt (n=1.134)	bk (n=278)	dk (n=101)	ku (n=204)	lit (n=302)	mm (n=158)	mu (n=105)
ehrenamtliche Arbeit	16%	19%	22%	18%	11%	11%	21%
hauptberufliche Arbeit	70%	74%	78%	93%	37%	92%	72%
nebenberufliche Arbeit	23%	17%	21%	15%	38%	10%	29%
private Tätigkeit	32%	38%	22%	15%	55%	8%	27%

bk = Bildende Kunst; dk= Darstellende Künste; ku = Kulturmanagement & Kulturpolitik; lit = Literatur; mm = Museum; mu = Musik.

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.

9 Wie erfahren die Teilnehmenden von der ba•?

Tabelle 6: Informationswege zur ba•20016/17 bis 2024/25

„Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden“?	2016/17	2021/22	2024/25
gedruckte Programmübersicht	27%	14%	15%
www.bundesakademie.de	33%	33%	37%
Newsletter und sonstige Mailings der ba•	nicht gefragt	33%	30%
Newsletter oder Webseiten anderer Herkunft	nicht gefragt	3%	6%
Social media (facebook, instagram)	1,3%	1,3%	1,7%
Freund_innen/Bekannte (etc.)	17%	11%	13%
Berufskolleg_innen	11%	14%	16%
Arbeitgeber	5%	9%	9%
Hochschule	6%	4%	3%
Kursdozent_in der ba•	nicht gefragt	4%	6%
bei Veranstaltungen anderer Anbieter	nicht gefragt	2%	2%
Sonstiges	24%	12%	2%

Mehrfachwahl möglich.

Die Informationskanäle, über die die Teilnehmenden zum ersten Mal von der Akademie erfahren, sind breit gestreut (s. Tabelle 6). 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 ganz weit vorn. Der Social Media Weg (facebook/instagram) spielt mit knapp 2% der Befragten weiterhin keine nennenswerte Rolle.

Die gedruckte Programmübersicht hat als Kennenlernmedium seit der Corona-Zeit und der verstärkten Ankündigung von Veranstaltungen über Mailings an Bedeutung verloren, ist aber für eine nicht zu kleine Min-

derheit immer noch wichtig, insbesondere im PB Literatur. Und in den befragten Onlinekursen gaben immerhin noch 18% der Befragten das gedruckte Programm als Kennenlernweg an. Man muss die Situation beobachten.

Wirksam erweist sich weiterhin die Mund- zu Mundpropaganda. Der Weg über „Freund_innen und Bekannte“ wird aktuell im Durchschnitt allerdings nur noch von 13% der Befragten angegeben, stärker in lit (23%) und mu (18%), weniger in ku und mm.

Der Weg über Berufskolleg_innen hat wieder zugenommen. Aktuell liegt er bei 16% aller Befragten. Weniger findet er sich in der Kundschaft von lit, stärker in mm (30%) und ku (25%).

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 10% gestiegen. In lit spielen die Arbeitgeber_innen fast gar keine Rolle, dagegen in mm mit 19% sowie neuerdings in bk mit 20% durchaus.

Der Weg über „Hochschule“ wurde jetzt im Durchschnitt von 3% der Befragten genannt. Spitzenreiter in dieser Kategorie ist mu mit 16%.

Nahezu vollends digital sind die Anmeldewege: 82% melden sich per Internet an, 22% nennen E-Mail als Anmeldeweg (Mehrfachwahl war möglich). Unter „Sonstiges“ wurde am häufigsten Telefon als Anmeldeweg genannt, gefolgt von „Arbeitgeber“.

10 Wo sind die Teilnehmenden im Kulturbereich tätig?

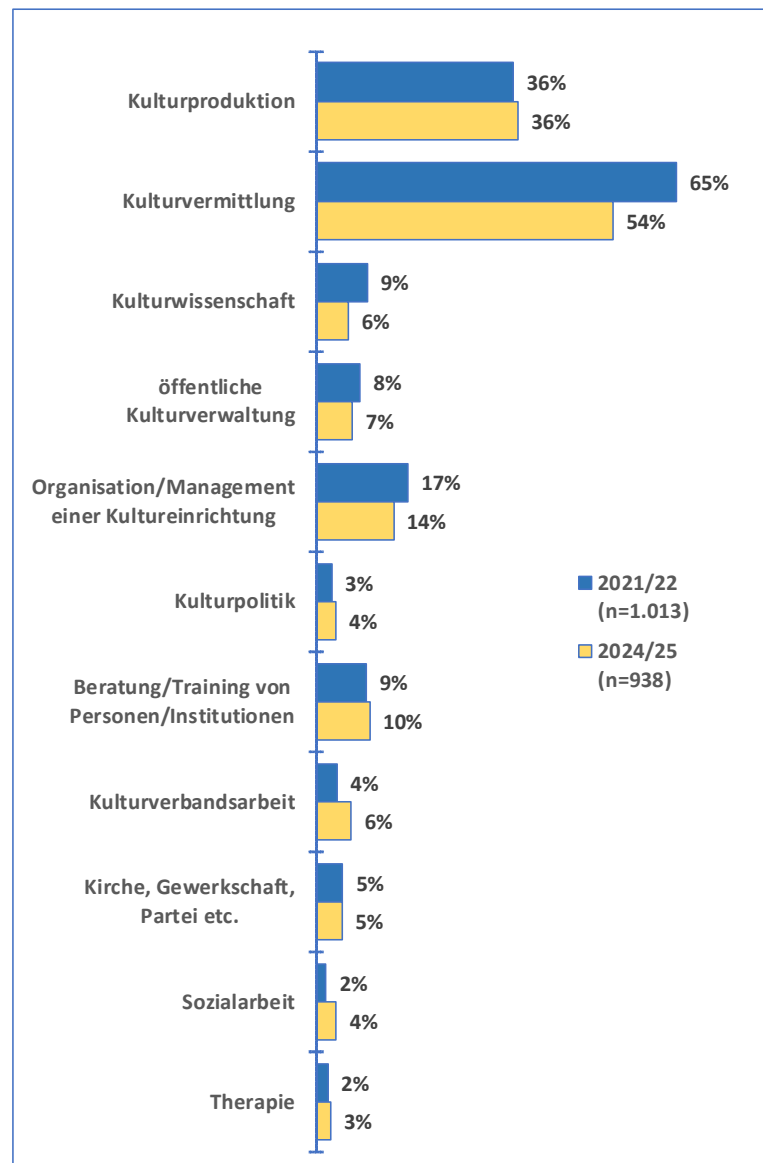
Zunächst wurden die TNN gefragt, welchen Status ihre kulturbezogenen Arbeiten haben (Fr. 14 Präsenz, Fr. 16 Online). Die übergroße Mehrheit von 86% ordnete sie dem beruflichen oder ehrenamtlichen Bereich zu. Anschließend wurden diese TNN gebeten, ihre Tätigkeiten folgenden Oberkategorien zuzuordnen.

Kulturproduktion (z.B. als Künstler-in 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 938 antwortenden Personen in 2024/25 gaben 1.450 Nennungen ab. Die Tätigkeitsfelder im Kulturbereich sind nicht nur vielfältig, viele TNN sind in der Praxis in mehreren Arbeitsfeldern zugleich tätig.

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 fällt nach 65% in 2021/22 auf aktuell 54% zurück. Interessant gegenüber früheren Jahren ist der Anteil von 17% bzw. jetzt 14% im Bereich Kulturmanagement. Dazu gibt es auch vergleichsweise zahlreiche Online-Aktivitäten im Befragungszeitraum. Alle weiteren Felder halten sich mit kleineren 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.

Abbildung 12: Kulturbezogene Tätigkeitsfelder der Befragten im Vergleich von 2021/22 zu 2024/25



Mehrfachwahl möglich.

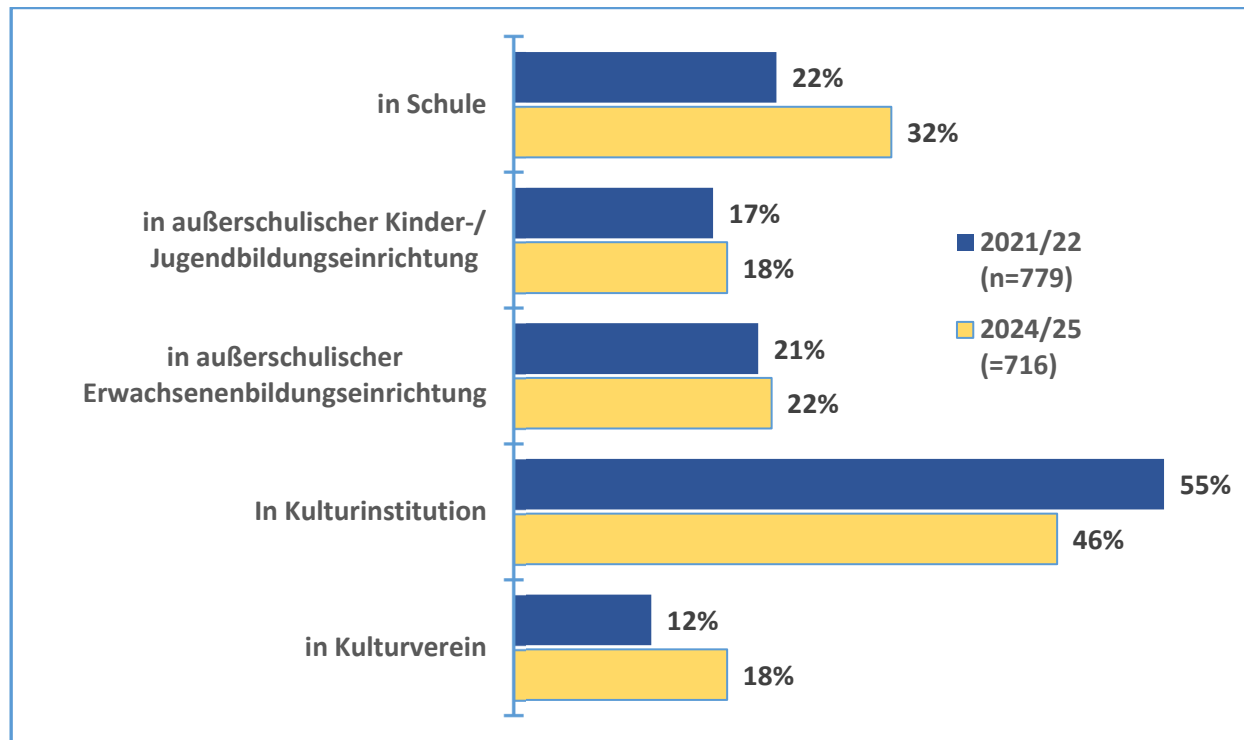
Arbeitsfelder in der Kulturvermittlung

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

Demnach sind die größten Arbeitsfelder Kulturinstitutionen, Schule und außerschulische Erwachsenenbildung. Schule hat als TNN-Lieferant nach längerfristigem Rückgang wieder zugenommen. Der außerschulische Bereich ist aber nach wie vor stärker vertreten, allen voran die „Kulturinstitutionen“ (Museum, Theater,

Orchester, Kunstverein usw.), in den letzten Befragungen noch ergänzt durch „Kulturverein“. Im Themenbereich „Schule“ werden durch die ba• eigene Projekte durchgeführt, die in dieser Befragung nicht erfasst werden.

Abbildung 13: Arbeitsfelder in der Kulturvermittlung im Vergleich von 2021/22 und 2024/25



Mehrfachwahl möglich.

II 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 5, S. 16f.)

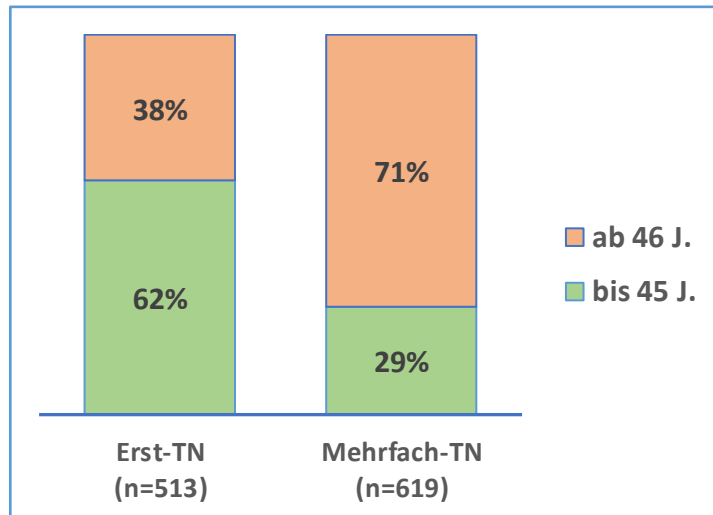
Sind die „Neuen“ soziodemografisch anders als die „Alten“? Sind die „Neuen“ ebenso zufrieden mit den Leistungen des Hauses wie die „Alten“? Wirken das Programmangebot, der Stil des Hauses, die Arbeitsweise, der Umgang mit den TNN, die Rahmenbedingungen (bei Präsenzveranstaltungen auch Unterkunft, Verpflegung,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

Alter

Die Ergebnisse sind über die Jahre strukturell gleichgeblieben 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 um. Das zeigt Abbildung 14.

In der letzten Befragung machten die Jüngeren noch 32% der Mehrfach-TNN aus. Jetzt sind es 29%.

Abbildung 14: Altersgruppen bei Erst- und Mehrfach-TNN 2024/25



Geschlecht

Die Verteilung der Geschlechter ist in der aktuellen Umfrage, wie in den beiden Umfragen davor auch, unter den Erst- und Mehrfach-TNN nicht sehr unterschiedlich. Frauen stellen aktuell 78% der Erstbesucher_innen und 75% der Mehrfachbesucher_innen, die Männer 20% der Erstbesucher_innen und 24% der Mehrfachbesucher_innen. Die ba•-„Treue“ ist relativ geschlechtsunabhängig.

Kostenträger und Erwerbssituation

Abbildung 15: Entwicklung der Kostenübernahme durch die beschäftigende Einrichtung bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen 2003 bis 2024/25

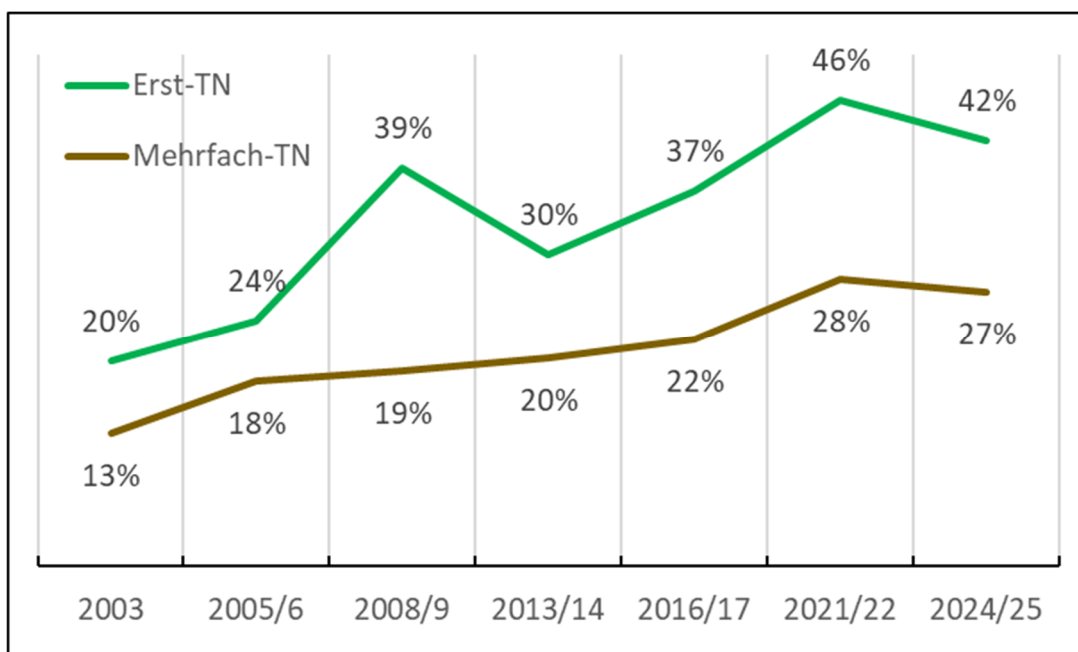


Abbildung 15 zeigt in einer Übersicht die **Entwicklung der Kostenübernahmen durch die Arbeitgeber_in bzw. die entsendende Institution** unter den Erst- und Mehrfachbesucher_innen seit Beginn der Erhebungen.

Im *Durchschnitt* tragen aktuell rund 57% der TNN die Teilnahmekosten selbst und allein. Damit ist deren Anteil gegenüber der letzten Befragung wieder um 7 %-Punkte gestiegen. Bei 34% der TNN übernehmen die Arbeitgeber_innen bzw. die entsendende Institution die Kosten ganz, und bei 5% werden die Kosten mit den Arbeitgeber_innen geteilt. (Nicht in allen Fällen handelt es sich um Arbeitgeber_innen im üblichen Sinne. Manchmal übernehmen z. B. Verbände Fortbildungskosten für ihre Ehrenamtlichen.) Im Rest der Fälle gab es „andere Lösungen“, z. B. Beteiligungen von Partner_innen, auch als Geschenk. Mit steigender Teilnahmehäufigkeit steigt der Anteil der Selbstzahler_innen.

In 2003 übernahmen bei 20% der Erstbesucher_innen und bei 13% der Mehrfachbesucher_innen die Arbeitgeber_in die Kosten. In 2021/22 waren 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 ließ 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 galt, wenn auch mit gehörigem prozentualem Abstand, auch für Mehrfach-TNN. Aktuell allerdings sind die Werte wieder etwas gefallen. Es fragt sich, ob das ein Zufallsergebnis war oder ob jetzt der so lange positive Trend gebrochen ist.

Immer ist gleichgeblieben: 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. Die Beschäftigungsstruktur zeigt gegenüber der letzten Befragung nahezu gleiche Werte. Aktuell sind 86% der Befragten in einem Kulturarbeitsfeld beruflich oder ehrenamtlich aktiv. Aber nur 52% der Befragten sind vollzeit-erwerbstätig, und das nicht immer in einem kulturbezogenen Arbeitsfeld. Im Kulturbereich sind nur 54% der Befragten hauptberuflich angestellt, 10% nebenberuflich tätig. 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 33% der Befragten.

Tätigkeitsarten im Kulturbereich

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

Unter den Erstbesucher_innen dominieren demnach die hauptberuflich angestellten mit fast zwei Dritteln. Bei den Mehrfachbesucher_innen machen sie nur noch 45% aus. Wie wir oben gesehen haben (s. S. 28), liegen bei den Erstbesucher_innen die Kostenübernahmen auch sehr viel höher.

Bei den freiberuflich/ selbstständig Tätigen steigt dagegen der Anteil von 26% Erstbesucher_innen auf 39% bei den Mehrfachbesucher_innen. Das sind um die Hälfte mehr! Die privaten Tätigkeiten nehmen um etwa ein Drittel von 14% auf 18% zu. Im freiwillig-gemeinnützigen Bereich bleiben die Anteile etwa gleich.

Warum kommen die TNN auch dann, wenn sie die Kosten selbst tragen müssen?

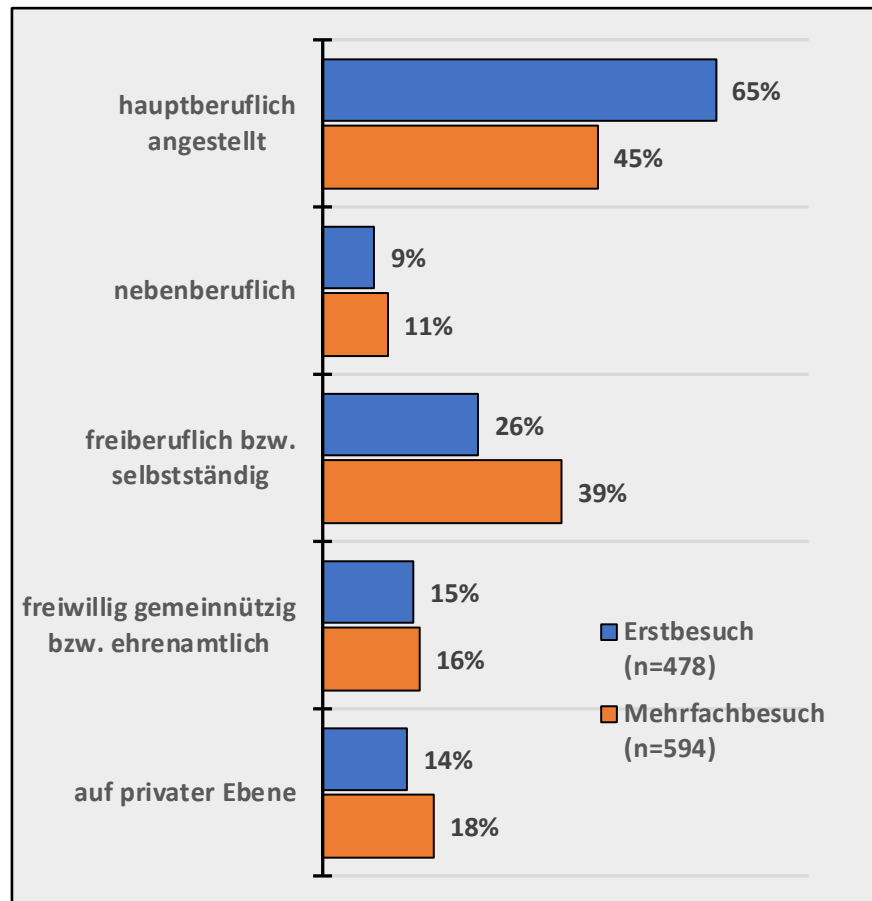
Eine für die Arbeit der ba• angenehme Interpretation der Befunde lautet: Bei einem großen Teil der Menschen, deren Kosten beim Erstbesuch durch den Arbeitgeber übernommen wurden, wirkt die Arbeit der ba• so attraktiv oder sie sind dann so stark intrinsisch motiviert, dass sie später auch dann Veranstaltungen 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 profitiert, aber auch abhängig ist.

Vorbildung im Kulturbereich

Die Angaben über das Vorhandensein einer Vorbildung im Kulturbereich *vor* dem Besuch der ba• liegt in unter den TNN der aktuellen Befragung mit 67% im Durchschnitt bei rund zwei Dritteln. Es unterscheidet sich damit nicht sehr von den beiden vorherigen Befragungen, auch wenn über die letzten 10 Jahre eine leicht abnehmende Tendenz sichtbar wird (s. o. Tabelle 1, S. 8). Zwischen Erst- und Mehrfachbesucher_innen gibt es da keine nennenswerten Unterschiede, und das gilt auch für Präsenz- und Onlinebesucher_innen.

Abbildung 16: Tätigkeitsarten im Kulturbereich nach Erst- und Mehrfachbesuch 2024/25



(Mehrfachwahl möglich)

Geografische Herkunft der Teilnehmenden

Oben, in Abschnitt 2, S. 10 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 Berlinern sind die Erstbesucher_innen aktuell mit 12% um die Hälfte stärker vertreten als bei den Mehrfachbesucher_innen. Und bei den TNN aus Nordrhein-Westfalen (die auch quantitativ ins Gewicht fallen) fällt eine Differenz auf: Bei den Erst-TNN machen sie 14% der Befragten aus, bei den Mehrfach-TNN 17%. Zusätzlich wachsen die NRW-Anteile, je häufiger die Besuche waren. Anscheinend gibt es einen gewissen Anteil besonders treuer Stammkundschaft aus NRW. Das haben wir auch schon bei früheren Befragungen festgestellt.

Kulturbezogene Tätigkeitsfelder

Abbildung 17: Kulturbezogene Tätigkeitsfelder nach Erst- und Mehrfachbesuchen 2024/25

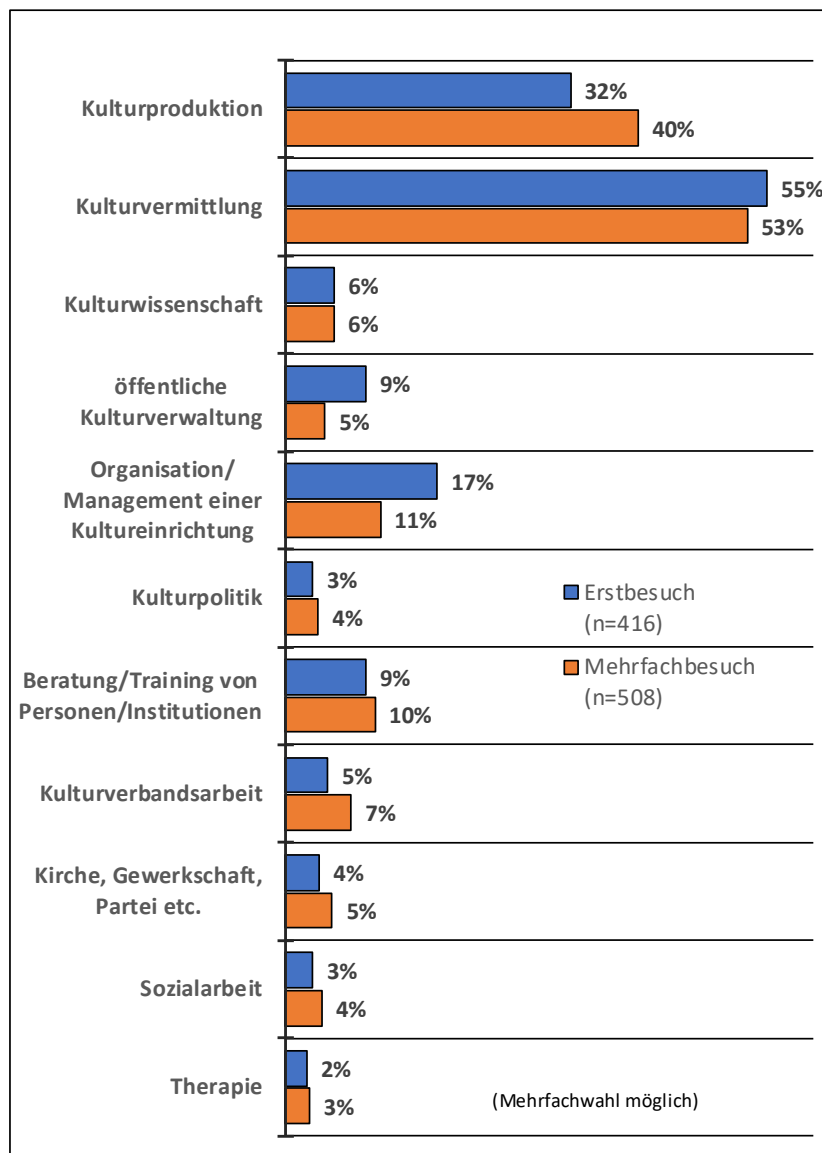


Abbildung 17 zeigt, dass Erst- und Mehrfachbesucher_innen sich bei den meisten Tätigkeitsfeldern in ihren Anteilen nicht sehr unterscheiden. Dies gilt auch im größten Tätigkeitsfeld, Kulturvermittlung. Über die Jahre hinweg war der Anteil derjenigen, die in der Kulturvermittlung arbeiten, meist gestiegen, zuletzt auf 65%, jetzt ist er auf 54% (im Durchschnitt) gefallen. Grund kann sein, dass die Tätigkeitsfelder *Öffentliche Kulturverwaltungs* sowie *Management einer Kultureinrichtung*, die vom Programmbereich *ku* (Kulturmanagement & Kulturpolitik) „bedient“ werden, vor allem bei den Erstbesuchen um etliche Prozentpunkte zugenommen haben.

Im zweitgrößten Feld, Kulturproduktion, liegen die Erstbesucher_innen mit 32% um 8%-Punkte hinter den Mehrfachbesucher_innen. Das bedeutet immerhin einen Unterschied von 20%.

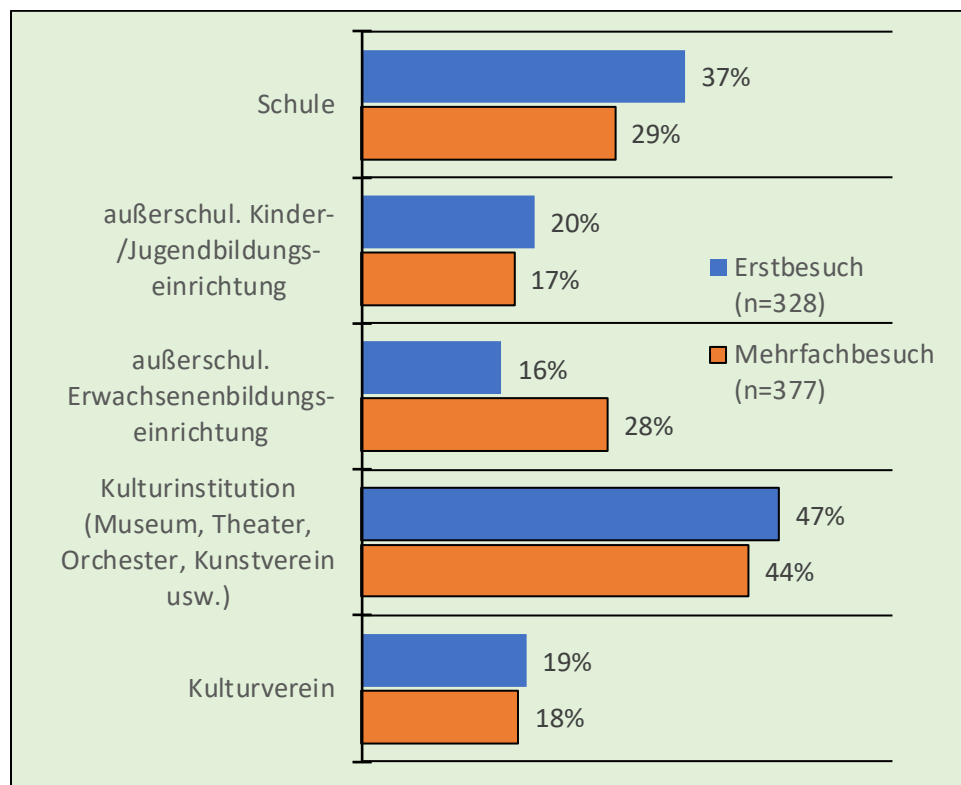
Diese Befunde sind insofern interessant, als auch in den vorherigen Befragungen die Erstbesucher_innen in der Kulturproduktion schon hinter den Mehrfachbesucher_innen geblieben waren. Nehmen längerfristig die in der Kulturproduktion Tätigen unter den Besuchern der ba• ab? Bislang eigentlich nicht. 2013/14 nannten im Durchschnitt (!) 32% der Befragten Kulturproduktion als Arbeitsfeld, aktuell sind es 36%, wie in den beiden Befragungen zuvor auch schon, also über 10 Jahre hinweg. Mögliche Erklärung: Unter den Kulturvermittler_innen haben viele auch künstlerische Ambitionen und wollen diese im Laufe der Zeit auch stärker ausleben. Die Mehrfachbesucher_innen bringen es in der Summe auf 40%. Der Anteil derjenigen, die in der Kulturproduktion arbeiten, wird auch stärker, je häufiger die TNN kommen. Bei denjenigen, die „5-mal und mehr“ da waren, sind es 45%.

Arbeitsfelder der Kulturvermittlung bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen

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

Abbildung 18: Arbeitsfelder der Kulturvermittlung bei Erst- und Mehrfachbesucher_innen 2024/25



(Mehrfachwahl möglich)

Informationswege

Die Frage lautete: „Wodurch sind Sie auf die ba• aufmerksam geworden?“ In Abschnitt 9, S. 24f. wurden die Informationswege der TNN zur Akademie schon einmal im Vergleich von 2016/17 bis 2024/25 dargestellt. Tabelle 7 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.

Tabelle 7: Informationswege zur ba• 2024/25 nach Erst- und Mehrfachteilnahme

Informationswege zur ba•	Erstbesuch (n=508)	Mehrfachbesuch (n=621)
gedruckte Programmübersicht	7%	22%
www.bundesakademie.de	30%	42%
Newsletter und sonstige Nachrichten der BA	17%	41%
Newsletter oder Webseite anderer Herkunft	8%	5%
social media (facebook, instagram usw.)	3%	1%
Freund_innen/Bekannte (etc.)	15%	11%
Berufskolleg_innen	21%	11%
Arbeitgeber	15%	5%
Hochschule	5%	1%
Kursdozent_in der ba•	5%	6%
bei Veranstaltungen anderer Anbieter	2%	3%

(Mehrfachwahl möglich.)

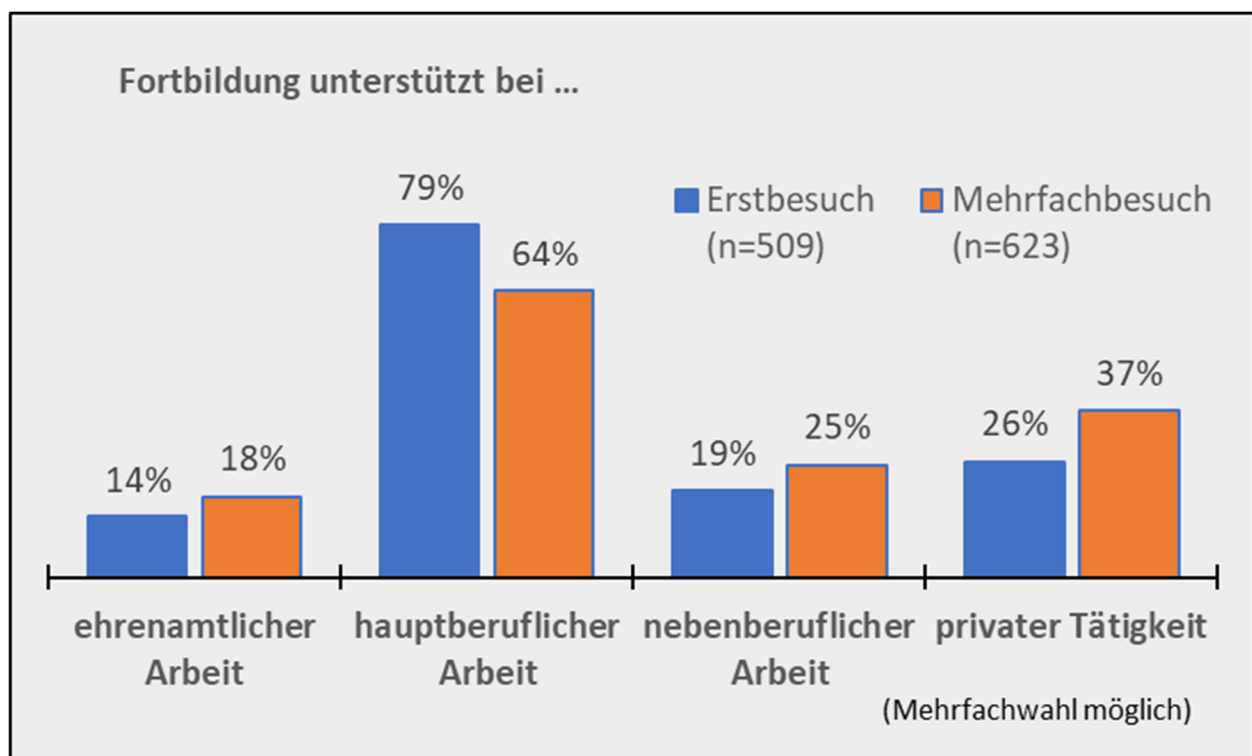
- 1) Das gedruckte Jahresprogramm wird von einem guten Fünftel der Mehrfachbesucher_innen, aber noch nicht einmal einem Zehntel der Erstbesucher_innen als Weg zur ba• genannt. Das ist nicht erstaunlich. Erst wenn der Kontakt zur ba• aufgenommen ist, wird auch das gedruckte Programm zugesandt.
- 2) Für 17% der Erstbesucher_innen sind Newsletter und Mailings der ba• der genannte Informationsweg, aber für 41% der Mehrfachbesucher_innen. Hier liegt eine analoge Situation vor. Allerdings sind offenbar die Mailings der wirksamste Weg, TNN aktiv und auf Dauer zu erreichen.
- 3) Die Webseite der ba• informiert die größte Menge unter den Erstbesuchen und bleibt auch der Spitzenreiter unter den Mehrfachbesuchen.
- 4) Hinter Erstbesuchen stehen bei immerhin einem guten Fünftel Berufskolleg_innen als Informationsgebende. Später lässt das um die Hälfte nach.
- 5) 15% der Erstbesuche geht auf Informationen der Arbeitgeber_innen zurück. Auch das spielt später eine kleinere Rolle. Aber der Weg über die Arbeitgeber_innen hat sich damit in den vergangenen zehn Jahren bei den Erstbesuchenden verdreifacht.
- 6) Bei den jüngsten TNN-Gruppen (bis 35 J.) spielt die Hochschule als Informationsquelle für den Erstbesuch auch über die hier verzeichneten 5% hinaus noch eine Rolle. Die Menge bringt das noch nicht.

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 1,60 (Erst-) und 1,53 (Mehrfachbesucher_innen) auf einer Skala von 1 bis 6 auch aktuell 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 die Eindrücke aus den vorangegangenen Diskussionen zu „Kostenträger und Erwerbssituation“ (S. 28) und „Tätigkeitsarten im Kulturbereich“ (S. 29).

Abbildung 19: Unterstützung der Teilnehmenden durch Veranstaltungsteilnahme bei ihren kulturellen Aktivitäten 2024/25 nach Erst- und Mehrfachbesuchen



Abdeckung der TNN-Interessen

Erstbesucher_innen 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 Stil und Gegebenheiten des Hauses vertraut. Die Unterschiede, wenn es sie gibt, sind 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 1,76, bei den Mehrfachbesucher_innen bei 1,62, immerhin.

Im Gesamtdurchschnitt liegt die Zufriedenheit mit der Breite des angebotenen Themenspektrums im Verhältnis zu den Interessen der TNN aktuell bei 1,69. 45% der Befragten geben hier die Höchstnote 1. Das ist etwas besser als in der letzten Befragung mit 41%, aber schlechter als in der Befragung 2015/16 mit 55% der Befragten.

12 Präsenz vs. Online - Gemeinsamkeiten und Unterschiede

Seit 2020 arbeitet die Akademie 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. Wie die letzte TNN-Befragung zeigte, hat die Akademie die Herausforderungen der Umstellung auf Onlineformate jedoch hervorragend gemeistert. Die Nachfrage nach Weiterbildung im Online-Format war da und führte zu respektablen Besuchszahlen. Diese haben sich im Laufe der letzten drei Jahre allerdings in spezifischer Weise konsolidiert: Als nennenswerter Programmbestandteil sind Online-Formate in der vorliegenden Befragung nur noch in den Programmbereichen Kulturmanagement & Kulturpolitik [ku] und Bildende Kunst [bk] nachgewiesen. Das wirkt sich wegen der spezifischen Bedingungen dieser Gruppen auch bei den Antwortstrukturen aus. Dies gilt nicht nennenswert für die Bewertungen der Bildungsleistungen und ihrer Umstände, die generell übereinstimmen. Aber bei einigen soziodemografischen Gegebenheiten gibt es Unterschiede.

Diese Beobachtungen werden hier noch einmal systematisch präsentiert, nachdem Einzelbefunde bereits in vorherigen Kapiteln angesprochen wurden. Wir konzentrieren uns auf nennenswerte Differenzen oder nicht selbstverständliche Übereinstimmungen.

Soziodemografische Merkmale

- In den Online-Kursen ist der Anteil der weiblichen TNN mit 90% höher als bei den Präsenz-Kursen mit 74%. Der Kategorie „divers“ ordneten sich in den Onlineformaten 1,5% zu, in den Präsenzformaten 1,0%.
- Bei den Zugangswegen der TNN zu Informationen seitens der ba• gibt es nur eine auffällige Differenz: Der Informationsweg über „Newsletter und sonstige Mailings der ba•“ liegt bei den Online-Kursen mit 38% deutlich über den Präsenzkursen (29%). Spannender, weil eher unerwartet, ist aber: Selbst bei den Online-TNN kommen immer noch 17% über die gedruckte Programmübersicht, bei Präsenz-TNN 15%.
- In den Online-Kursen erreichte die ba• mit 54% Anteil der Erstbesucher innen unter den TNN um 11 %-Punkte mehr „Neue“ als bei den Präsenzkursen. Aber immerhin knapp die Hälfte der Online-TNN hat auch schon vorher und teils mehrfach an (Präsenz-)Kursen der ba• teilgenommen.
- Die Unterstützung, die die TNN durch den Besuch der Veranstaltungen erfahren, variieren deutlich: Die Online-TNN liegen mit 86% Nutzen für ihre hauptberufliche Arbeit um 19%-Punkte vor den Präsenz-TNN. Umgekehrt spielt für die Online-TNN die Unterstützung für ihre private Tätigkeit mit 20% eine um 15%-Punkte geringere Rolle als für die Präsenz-TNN.
- Online- wie Präsenz-Gruppen zeigen bei der Erwerbstätigkeitsstruktur (von „Vollzeit“ bis Ruhestand) nahezu vollständige Übereinstimmung. Jeweils (nur) 52% sind vollzeit berufstätig.
- „Hauptberuflich angestellt“ in einem Kulturarbeitsfeld arbeiten von den Präsenz-TNN 52%, von den Online-TNN 62%, also deutlich mehr. In beiden Gruppen sind allerdings rund ein Drittel auch freiberuflich bzw. selbstständig tätig.

- Bei der Präsenzgruppe ist der Anteil der Selbstzahlenden mit 61% um ganze 20 %-Punkte höher als bei der Onlinegruppe (41%). Folglich werden die Kosten bei den Online-TNN mit 50% entsprechend häufiger vom Arbeitgeber übernommen als bei den Präsenz-TNN (28%).
- In beiden TNN-Gruppen reklamieren 67% für sich eine „Vorausbildung im Bereich Kultur“. Nahezu vollständige Übereinstimmung findet sich auch in der Altersstruktur. Das belegt, dass die höheren Altersgruppen nicht weniger „online-affin“ sind als die niedrigeren (und umgekehrt die jüngeren nicht weniger „präsenz-affin“ als die älteren).
- Bei den Kulturarbeitsfeldern, in denen die TNN tätig sind, gibt es einige interessante Differenzen:
 - In „Kulturvermittlung“ generell arbeiten von den Online-TNN 45% und damit 12%-Punkte weniger als von den Präsenz-TNN mit 57%. In Kulturproduktion wiederholt sich das: Online-TNN sind da zu 27% tätig, Präsenz-TNN zu 39%.
 - Dagegen stellen die TNN aus „Organisation und Management einer Kultureinrichtung“ in den Online-Kursen mit 29% den größten Anteil. Sie liegen damit auch um das Dreifache höher als ihr Anteil in Präsenzkursen (10%).

Woran liegt das? Auch sicher daran, dass die Anteile an befragten TNN aus dem Programmbereich *ku* bei den Online-Kursen sehr hoch (59%) und bei den Präsenzkursen sehr niedrig (9%) liegen. Die Themen aus Kulturmanagement und Kulturpolitik sprechen gerade diese 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 regionalen Einzugsstärken bezogen auf Bundesländer der Online- und Präsenzformate unterscheiden sich nur an einigen Stellen. Niedersachsen ist auch bei den Onlineseminaren immer noch der stärkste TNN-Lieferant. Aber es sind nur noch 19%, während es bei den Präsenzseminaren 34% sind. Dagegen finden wir online 4% TNN mit ausländischem Wohnsitz und damit (wenn auch bei kleinen absoluten Zahlen) einen doppelt so hohen Anteil wie bei den Präsenzseminaren. Und auch die weiter entfernten Bundesländer wie Bayern (14%) und Baden-Württemberg (9%) stellen online deutlich größere %-Anteile als in Präsenzformaten.

Bewertungsfragen

71% der Online-TNN hatten schon Erfahrungen mit Online-Fortbildungen, bevor sie an der jetzigen Befragung teilnahmen. In den Bewertungen der Bildungsdienstleistungen gibt es kaum Unterschiede zu den Präsenzformaten. Insgesamt kann man mit allen Qualitätsbewertungen der inhaltlichen Arbeit zufrieden sein. Die Fachkompetenz der online Lehrenden wird auf einer Skala von 1 bis 6 beispielsweise mit 1,4, die der Präsenz-Dozent_innen gar mit 1,24 bewertet, die Verständlichkeit der Vermittlung bei den Online-Formaten sogar besser (1,38 vs. 1,52) als bei den Präsenz-Formaten. Die guten Werte der vorigen Befragung, als Online-Formate zum ersten Mal auftauchten, haben sich verstetigt.

Welche Art Kurse werden zukünftig gewünscht?

Am Ende wurden die TNN (nur) der Online-Formate, wie schon 2021/22, gefragt, wo ihre zukünftigen Präferenzen der Weiterbildungsformate liegen. Die Verteilung der Antworten ist in Tabelle 8 aufgeführt.

Tabelle 8: Präferenzen für Bildungsformate

Ich bevorzuge	2021/22	2024/25
Präsenzseminare	19%	10%
Online-seminare	9%	21%
beides	81%	71%
(Mehrfachwahl möglich)	n=561	n=184

Demnach möchte die überwältigende Mehrheit sowohl Online- als auch Präsenzformate nutzen. Aktuell würde ein Zehntel Präsenzformate, ein Fünftel Online-seminare bevorzugen. Die Nachfrageverhältnisse nach Präsenz- und Online-Formaten haben sich – bei den Online-TNN – in den vergangenen Jahren zugunsten der Online-Formate umgekehrt. Daraus mag ein Gewöhnungseffekt sprechen. Zukünftig sollten auch die Präsenz-TNN nach ihren Präferenzen gefragt werden.

Zudem hatten die Befragten erneut die Möglichkeit, die Gründe für ihre Antworten zu benennen. Davon haben immerhin 54 von 184 Antwortenden Gebrauch gemacht. Hier eine Auswahl, die die verschiedenen Aspekte illustriert:

- *Die Kommunikation in Präsenz ist eine andere und auch die Wissensvermittlung kann auf mehreren Ebenen stattfinden.*
- *Ich bevorzuge Präsenzseminare, aufgrund von begrenzten Ressourcen erweitern Online-Seminare meinen "Möglichkeitsraum".*
- *Ich schätze beides: Die Kraft der Präsenzseminare, das unmittelbare Austauschen und das gemeinsame Arbeiten und Pausieren; aber auch die Flexibilität von Online-Seminaren, gerade in Bezug auf Vereinbarkeit von Familie und Beruf.*
- *[Online] ist einfach viel praktischer und lässt sich wesentlich einfacher mit der Arbeit und dem Familienleben verbinden! Bitte unbedingt beibehalten und gerne auch ausbauen.*
- *Zeitersparnis, keine Reisezeit!!*
- *Aufgrund meiner gesundheitlichen Einschränkungen ist Reisen sehr anstrengend.*
- *Online bietet natürlich mehr Teilnahmemöglichkeiten, nach Wolfenbüttel wäre ich nicht gereist, da ich die Kosten selbst tragen muss.*
- *Für Präsenz zu weite Anreise (Italien), Kinderbetreuung.*
- *Online-seminar spart Fahrzeit und Aufwand, trotzdem wäre ich auch gerne mal wieder in Wolfenbüttel ...*
- *Ich bin so gern in der BA. Trotz intensiver Arbeit immer eine Auszeit, die mir guttut.*

In Summe waren sich die TNN einig: Beide Formate haben Vorteile.

- Präsenzseminare, vor allem Mehrtagesveranstaltungen, sind lerneffektiver und bieten bessere Möglichkeiten des Kennenlernens, des Austauschs und des „Netzwerkens“ 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 in der Zukunft Online-Formate in ihr Angebot.

I3 Resümee

- Die Entwicklungen in den **Merkmale der Teilnehmendenschaft** entsprechen überwiegend den früheren Befunden und Trends. An einigen Stellen haben sich auch Veränderungen gezeigt.
 - Unter den TNN dominieren diejenigen aus Kulturinstitutionen bzw. -vereinen. Die Schul-Lehrenden sind allerdings wieder etwas präsenter als in der letzten Befragung.
 - Nach wie vor ist der Männeranteil unter den TNN mit 22% sehr gering. Inwieweit entspricht das den strukturellen Gegebenheiten des Arbeitsmarktes Kultur und welche anderen Gründe spielen noch eine Rolle?
 - Unter den TNN finden sich heute Frauen häufiger in Managementpositionen als Männer. Allerdings sind Männer immer noch häufiger in Vollzeitpositionen als Frauen.
 - Unter den Altersgruppen hat sich eine gewisse Verschiebung zu den Älteren fortgesetzt.
 - Etwas mehr als die Hälfte der Befragten zahlen ihre Kosten jetzt wieder allein. Der Beitrag der Arbeitgeber_innen hat etwas abgenommen. Es fragt sich, ob das ein Zufallsergebnis war oder ob jetzt der so lange positive Trend gebrochen ist.
- Offenbar gelingt es der Akademie, ein doch beträchtliches **Altersspektrum unter den Teilnehmenden** gleichermaßen zufrieden zu stellen. 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 eingespielt werden, wirken anregend und haben ihren eigenen Bildungswert.
- Die **Zufriedenheit mit der Breite des angebotenen Themenspektrums** im Verhältnis zu den Interessen der TNN ist noch befriedigend. 45% der Befragten geben hier die Höchstnote 1 („Das deckt meine Interessen bestens ab“). Vor zehn Jahren waren das allerdings noch 55%.
- Ab 2020 war von den Covid-19-Bedingungen ein **Digitalisierungsschub** in den Weiterbildungsformaten erzwungen worden. Man hat erfahren: Sehr viel mehr, als man früher glaubte, geht auch in künstlerisch-kultureller Weiterbildung digital, und die Kunden sind damit offenbar zufrieden. Allerdings stellt sich das in der aktuellen Praxis – vermutlich teils sachlich, teils persönlich bedingt – in den verschiedenen Programmbereichen unterschiedlich dar. Größere Anteile finden sich nur in Kulturmanagement (ku) und Bildende Kunst (bk). Wie auch immer: Online-Formate haben ebenso wie Präsenzformate ihr Recht und sollten angeboten werden.
- Im Übrigen hat die jetzige Befragung bestätigt, dass die Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel in der Akzeptanz ihrer Arbeit auch weiterhin 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. 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.

I4 Fragebögen

I4.1 für Präsenzveranstaltungen

Teilnehmendenbefragung der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel

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.)

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

2) Über welchen Weg haben Sie sich angemeldet?

(Mehrfachantworten möglich.)

- | | |
|-------------------------------------|--|
| ☐ A Internet | ☐ C Sonstiges, was? |
| ☐ B E-Mail | |

3) Wie war der Anmeldeprozess für Sie?

unkompliziert ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 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 Ihnen 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 ☐ D öffentliche Kulturverwaltung
☐ B Kulturvermittlung ☐ E Organisation/Management einer Kultureinrichtung
☐ C Kulturwissenschaft

- | | |
|---|--|
| ☐ F Kulturpolitik | ☐ J Sozialarbeit |
| ☐ G Beratung/Training von Personen/Institutionen | ☐ K Therapie |
| ☐ H Kulturverbandsarbeit | ☐ L Woanders, wo? |
| ☐ I Kirche, Gewerkschaft, Partei etc. | |

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 | ☐ c 36 - 45 |
| ☐ b 26 - 35 | ☐ d 46 - 55 |

[] e 56 - 65

[] f ab 66

24) Ihr Geschlecht?

[] a männlich

[] b weiblich

[] c divers

25) Ich bevorzuge ...

[] A Präsenzseminare

[] B Onlineseminare

[] C beides

[] 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 •*

„Ein jegliches hat seine Zeit, und alles Vorhaben unter dem Himmel hat seine Stunde.“
 Kohelet 3,1

Die Zeit meines Engagements für die Teilnehmendenbefragungen der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel begann 2002, als wir die erste und damals größere Unternehmung dieser Art mit Dieter Gnahn als Experten konzipierten und durchführten. Das Ergebnis wurde 2004 publiziert. Die anschließenden Befragungen habe ich selbst durchgeführt und ausgewertet. Mit der Auswertung und Ergebnisdarstellung der jetzigen, siebten Teilnehmendenbefragung beende ich diese Begleitung der Entwicklung der Bundesakademie Wolfenbüttel. Ich bedanke mich für das Vertrauen, das mir Vanessa Reinwand-Weiss, meine Nachfolgerin im Amt, mit diesen Beauftragungen seit 2014 erwiesen hat. Es war mir eine Ehre und ein Vergnügen.

Wolfenbüttel, im Juli 2026

Karl Ermert