

Nina Kolleck
Luise Fischer (Hrsg.)

Kulturelle Bildung in ländlichen Räumen

Transfer, Ko-Konstruktion und Interaktion
zwischen Wissenschaft und Praxis

Verlag Barbara Budrich
Opladen • Berlin • Toronto 2023

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<https://portal.dnb.de> abrufbar.

Gedruckt auf FSC®-zertifiziertem Papier.

© 2023 Dieses Werk ist bei der Verlag Barbara Budrich GmbH erschienen und steht unter der Creative Commons Lizenz Attribution 4.0 International (CC BY 4.0): <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
Diese Lizenz erlaubt die Verbreitung, Speicherung, Vervielfältigung und Bearbeitung unter Angabe der UrheberInnen, Rechte, Änderungen und verwendeten Lizenz.
www.budrich.de



Die Verwendung von Materialien Dritter in diesem Buch bedeutet nicht, dass diese ebenfalls der genannten Creative-Commons-Lizenz unterliegen. Steht das verwendete Material nicht unter der genannten Creative-Commons-Lizenz und ist die betreffende Handlung gesetzlich nicht gestattet, ist die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers für die Weiterverwendung einzuholen. In dem vorliegenden Werk verwendete Marken, Unternehmensnamen, allgemein beschreibende Bezeichnungen etc. dürfen nicht frei genutzt werden. Die Rechte des jeweiligen Rechteinhabers müssen beachtet werden, und die Nutzung unterliegt den Regeln des Markenrechts, auch ohne gesonderten Hinweis.

Dieses Buch steht im Open-Access-Bereich der Verlagsseite zum kostenlosen Download bereit (<https://doi.org/10.3224/84742673>).
Eine kostenpflichtige Druckversion (Print on Demand) kann über den Verlag bezogen werden. Die Seitenzahlen in der Druck- und Onlineversion sind identisch.

ISBN 978-3-8474-2673-8 (Paperback)
eISBN 978-3-8474-1846-7 (PDF)
DOI 10.3224/84742673

Umschlaggestaltung: Bettina Lehfeldt, Kleinmachnow – www.lehfeldtgraphic.de
Titelbildnachweis: Tomasz Filipek, Unsplash
Satz: Michaela Moreels, Dillingen
Druck: docupoint GmbH, Barleben

Kapitel 2: Individuelle/familiäre Faktoren und strukturelle Rahmenbedingungen

Mediale Kulturpartizipation. Gibt es Stadt-Land-Unterschiede der Kulturnutzung auch im digitalen Raum?

Gunnar Otte, Holger Lübbe, Dave Balzer und Joschka Baum

1 Einleitung

Unser Beitrag geht der Frage nach, inwiefern es Ungleichheiten in der Nutzung medialer Kulturangebote entlang des Stadt-Land-Kontinuums gibt. Wir knüpfen damit an unseren Beitrag im ersten Sammelband der BMBF-Förderrichtlinie zur kulturellen Bildung in ländlichen Räumen (Kolleck et al. 2022) an, in dem wir nachgewiesen haben, dass die Nutzung außerhäuslicher Kulturangebote statistisch signifikant entlang der Stadt-Land-Dimension variiert (Otte et al. 2022a). Hier zeigte sich, dass die höhere Kulturpartizipation der Bewohner*innen urbaner Räume maßgeblich darauf zurückgeht, dass dort eine umfangreichere und besser erreichbare Kulturinfrastruktur zur Verfügung steht. Solche Auswirkungen der Ausstattung des städtischen Lebenskontextes bezeichnen wir als *Kontexteffekte*. Sie beeinflussen die Häufigkeit der Besuche von Konzerten mit klassischer Musik und Opernaufführungen, von Konzerten mit Rock-, Pop-, Black- und elektronischer Musik, Theateraufführungen, Kinos sowie Kunstmuseen und -ausstellungen. Nur für Konzerte mit volkstümlicher Musik gibt es keine Stadt-Land-Differenzen. Für den Besuch von Klassikkonzerten und Kunstausstellungen zeigten sich darüber hinaus *Kompositionseffekte* von ähnlicher Größenordnung wie die Kontexteffekte. Demnach tragen Unterschiede in der Zusammensetzung („Komposition“) der Bevölkerung nach kulturaffinen Individualmerkmalen ebenfalls zu dem je nach Regionsgröße unterschiedlichen Aktivitätsumfang bei. So weist die Bevölkerung in großstädtischen Regionen ein

im Durchschnitt höheres Bildungsniveau auf – ein Merkmal, das das kulturelle Interesse tendenziell verstärkt.

Diese Befunde zur physischen Teilnahme an Kulturveranstaltungen wurden auf der Basis einer Bevölkerungsumfrage im Rahmen der Studie „Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland“ im Jahr 2018 ermittelt (KuBiPaD I). Diese Umfrage wurde im Projekt KuBiPaD II zu einer Panelstudie ausgebaut, indem dieselben Personen erneut um ein Interview gebeten und um weitere Befragte ergänzt wurden. Zu Beginn der Datenerhebung im Frühjahr 2021 ging die COVID-19-Pandemie mitsamt der von der Infektionsschutzgesetzgebung veranlassten Besuchsbeschränkungen von Kultureinrichtungen in ihr zweites Jahr. Entsprechend befasste sich unsere Umfrage mit kultureller Partizipation unter außergewöhnlichen Rahmenbedingungen. Auf der einen Seite war die außerhäusliche Nutzung von Kulturangeboten drastisch eingebrochen (vgl. Otte et al. 2022b). Auf der anderen Seite gab es Bemühungen, dem Publikum neuartige digitale Formate anzubieten, etwa durch das Live-Streaming von Konzerten und Theateraufführungen im Internet. Im vorliegenden Beitrag untersuchen wir, ob die Nutzung medialer Angebote ähnlichen Stadt-Land-Unterschieden unterliegt wie die Nutzung physischer Angebote in der Vorpandemiezeit.

2 Theoretische Überlegungen

Zur Begründung räumlicher Einflüsse auf das *physische* Kulturangebot haben wir in unserem früheren Beitrag die von Claude S. Fischer formulierte Subkulturtheorie der Urbanität herangezogen (Fischer 1975). Sie besagt, dass die schiefe Bevölkerungskonzentration die Herausbildung einer Vielfalt spezialisierter Angebote in Großstädten begünstigt und dass diese Angebotsstruktur Umzüge von Personen nach sich zieht, deren Lebensstil auf entsprechende Marktnischen gerichtet ist. Dementsprechend konnten wir belegen, dass die Zahl der Kulturangebote mit zunehmender Gemeindegrößenklasse deutlich steigt (Otte et al. 2022a: 218). Mit Fischers Umzugshypothese lässt sich der Kompositionseffekt begründen, demzufolge kulturaffine Menschen überproportional in urbanen Räumen wohnen. Zieht man ergänzend den ökonomischen Transportkostenansatz heran (Clawson/Knetsch 1966), lässt sich der Kontexteffekt begründen, demzufolge die Nähe und bessere verkehrstechnische Erreichbarkeit von Kulturangeboten häufigere Besuche von Großstadtbewohner*innen begünstigen.

Welche Erwartungen lassen sich nun für Stadt-Land-Unterschiede in der Nutzung *medialer* Kulturangebote theoretisch ableiten? Dafür ist zunächst zu klären, was mediale Kulturnutzung bedeutet. Wir konzentrieren uns auf mediale Zugänge zu Kulturprodukten, die traditionell in Form physischer Veranstaltungen angeboten werden und eine Aufführung vor einem Publikum vorsehen. Dazu zählen insbesondere Musikkonzerte, Theateraufführungen und Ausstel-

lungen. Produkte wie Bücher und Spielfilme bleiben unbeachtet, da es uns um die Möglichkeit der Substituierung physischer durch mediale Angebote geht.

Live-Übertragungen und Aufzeichnungen kultureller Veranstaltungen gibt es in den linearen Medien *Radio* und *Fernsehen* schon lange, insbesondere bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt zum einen auf Konzerten klassischer und populärer Musik sowie Opernübertragungen (z. B. Sendereihen wie *ARTE Concert*, *3sat Festspielsommer*, *hr-Sinfonieorchester*, *MTV Unplugged*, *Rockantenne: Live Rock*, *Best of Rock FM: Konzertkracher*, *BR-Klassik: Live*) und zum anderen auf Kleinkunst-, Kabarett- und Comedy-Veranstaltungen (z. B. *WDR: Mitternachtsspitzen*, *Prix Pantheon*, *ZDF: Die Anstalt*, *3sat-Kleinkunstfestival*, *Sat.1: NightWash*). Angebote von klassischem Sprechtheater und von Museen findet man seltener. Eine Ausnahme bildet die während der COVID-19-Pandemie eingeführte Sendereihe *RBB macht Museum*. Neben den linear übertragenen Sendungen sind die Online-Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sender relevant, die den zeitversetzten Abruf derartiger Angebote erlauben.

In Folge der Schließungen von Kultureinrichtungen wirkte die Pandemie wie ein Katalysator für die Weiterentwicklung *internetbasierter* Angebote (vgl. Engel/Neuendorf 2020; Koschier 2021; NEMO 2020), die es grundsätzlich auch vorher schon gab (vgl. Otto 2013; Dixon 2015). Neben Basisinformationen finden sich auf den Webseiten vieler deutscher Bühnen und Museen heute Streaming-Möglichkeiten oder virtuelle Rundgänge. Deren Qualität und Handhabbarkeit variieren jedoch stark. Sie reichen im Museumsbereich von 360-Grad-Navigationen (z. B. *Staatliche Kunstsammlungen Dresden*) über Live-Führungen via Zoom (*Kunstpalastr Düsseldorf*) bis hin zu Telefonsprechstunden, in denen Vermittler*innen Vorträge über Exponate halten, die die Teilnehmenden sich zeitgleich digital ansehen (*Germanisches Nationalmuseum*, Nürnberg). Im Theaterbereich sind über das Streaming hinaus Angebote hervorzuheben, die interaktiv funktionieren oder das Digitale als eigenständige Dimension künstlerisch integrieren. Innovativ ist etwa das *Staatstheater Augsburg*, welches Virtual-Reality-Produktionen entwickelt und VR-Brillen an das Publikum versendet, oder das Theaterkollektiv *punktlive*, welches eigens für den digitalen Raum ein Theaterstück inszenierte und live aufführte („*WERTHER.LIVE*“). Für viele Kultursparten gibt es Online-Plattformen, die den Zugriff auf zahlreiche Einrichtungswenbsites und Mediatheken erlauben. Hervorzuheben sind *spectyou.com* und *nachtkritik.de* für das Theater, aber auch *myfidelio.at* für klassische Musik und Oper sowie *artsandculture.google.com* für Ausstellungen. Für den Abruf aufgezeichneter Konzert- und Theateraufführungen, Comedy-Shows, Lesungen und anderer Veranstaltungen sind zudem digitale Videoplattformen wie *YouTube* und *Amazon Prime* von zentraler Bedeutung, da sie eine ausgesprochen große und vielfältige Angebotsmenge bündeln.

Es ist nicht zu erwarten, dass die im physischen Raum geltenden *Kontexteffekte* beim medialen Konsum stark ins Gewicht fallen. Denkbar ist allenfalls, dass die fehlende Nähe und schwierige Erreichbarkeit von Kulturangeboten den kulturinteressierten Teil der Bewohner*innen ländlicher Räume dazu animiert, aus kompensatorischen Gründen stärker als das städtische Publikum auf mediale Angebote zuzugreifen. Allerdings ist ein solcher Effekt angesichts der flächendeckenden Angebotseinschränkungen während der Pandemie unwahrscheinlich. Ein Kontexteffekt mit umgedrehtem Vorzeichen ist denkbar, sofern die Internetqualität in dünn besiedelten Regionen mit Einbußen beim Zugang zu digitalen Kulturangeboten einhergeht. In der Tat besteht ein gewisses Stadt-Land-Gefälle in der Breitbandverfügbarkeit auch heute (BMVI 2021: 7–9). Abgesehen davon kann das Interesse an medialen Kulturangeboten ähnlichen räumlichen *Kompositionseffekten* unterliegen wie das Interesse an physischen Angeboten. Das überdurchschnittlich große Bevölkerungssegment gehobener Bildungsniveaus und Klassenlagen könnte vor allem die Bevölkerung in Metropolen aufgeschlossener für Kultur in Radio, Fernsehen und Internet machen (Konietzka/Martynovych 2022: Tab. 4). Im Anschluss an unsere Ergebnisse zur außerhäuslichen Partizipation ist zu erwarten, dass Kompositionseffekte am ehesten für den medialen Konsum von Klassikkonzerten und Opern sowie von Dokumentationen über Museen und Ausstellungen Geltung haben.

Zusammengenommen erwarten wir bei der statistischen Erklärung der medialen Kulturnutzung geringere räumliche Effekte als wir sie bei der physischen Kulturnutzung angetroffen haben. Sofern es räumliche Ungleichheiten bei der medialen Kulturnutzung gibt, sollten sie darauf zurückzuführen sein, dass die Internetqualität (möglicher Kontexteffekt) und relevante Individualvariablen (möglicher Kompositionseffekt) im Stadt-Land-Kontinuum variieren. Dass es räumliche Ungleichheiten in der digitalen Kulturpartizipation auch dann geben kann, wenn man Unterschiede in der Bevölkerungskomposition statistisch konstant hält, deuten Studien aus Großbritannien (Mihelj et al. 2019: 1478) und der Schweiz (Weingartner 2021: 3382f.) an.

3 Daten und Methodik

Für unsere Analysen verwenden wir die Umfragedaten der Studie „KuBiPaD II“, die zwischen April 2021 und Januar 2022 erhoben wurden und sich auf die Bevölkerung Deutschlands ab 15 Jahren in Privathaushalten beziehen. Wegen der Infektionsgefahr durch das Coronavirus und der geltenden Kontaktbeschränkungen wurden die Interviews überwiegend telefonisch durchgeführt, doch hatten die Befragten währenddessen ein postalisch zugestelltes Heft mit den Antwortlisten vor sich. Mit voranschreitender Impfkampagne und abnehmen-

der Infektionsgefahr fanden die Interviews im Spätsommer 2021 vermehrt auch persönlich-mündlich statt.

Den Daten liegen zwei Teilstichproben zugrunde. Zum einen wurden die Befragten der Basisstudie 2018, die sich zu einer Folgebefragung bereit erklärt hatten, erneut kontaktiert. Dabei wurden 1541 Interviews realisiert. Um die verringerten Fallzahlen zu kompensieren, wurde die Panelstichprobe durch 914 neue Befragte aufgestockt. Dazu wurde in denselben 183 Gemeinden, die Bestandteil der Basisstudie waren, eine neue Einwohnerregisterstichprobe von Personen ab 15 Jahren in Privathaushalten nach dem Zufallsprinzip gezogen. Insgesamt umfasst das integrierte Sample 2455 Personen (vgl. zur Methodik: Prussog-Wagner 2022).¹

Die Befragten wurden in beiden Teilstichproben darum gebeten anzugeben, welche Kulturangebote sie in den letzten zwölf Monaten vor dem Befragungsdatum im Fernsehen, im Internet oder im Radio mindestens einmal von Anfang bis Ende verfolgt haben.² Dazu lag eine Liste mit zwölf Angebotskategorien vor: (a) Opern, (b) klassische Musikkonzerte, (c) andere Konzerte, z. B. Pop, Rock, Jazz oder Schlager, (d) Lesungen, (e) Theateraufführungen, (f) Kleinkunst, z. B. Kabarett, Poetry Slam, (g) Comedy, Stand-up-Comedy, (h) Ballett, (i) moderner Tanz, (j) Zirkus, Varieté, (k) Aktionskunst, z. B. Performances und Happenings, (l) virtuelle Museumsrundgänge oder Dokumentationen über Ausstellungen und Museen. Für jede rezipierte Angebotskategorie wurde anschließend nach den genutzten medialen Zugängen gefragt. Sechs Zugänge konnten angegeben werden: (1) Radio, (2) Fernsehen, (3) Online-Angebote von Fernseh- und Rundfunkanstalten, z. B. Mediatheken, (4) Online-Angebote von Kultureinrichtungen, z. B. Theatern, Konzerthäusern, Museen, (5) Online-Angebote von Videoplattformen, z. B. *YouTube*, *Amazon Prime*, (6) persönliche Webseiten von Kunst- und Musikschaffenden selbst. Ein Überblick der Nutzungsarten der einzelnen Angebote findet sich in Abschnitt 4.

Anschließend betrachten wir in Abschnitt 5 vertieft die beiden Sparten, für die wir in unserem früheren Beitrag die stärksten Kompositionseffekte bei der außerhäuslichen Partizipation gefunden haben, nämlich klassische Musik sowie Museen und Ausstellungen (vgl. Otte et al. 2022a). Dazu fassen wir die Rezeption klassischer Konzerte und Opern zusammen. Während wir damals die Be-

1 Um die Kulturpartizipation der Bevölkerung Deutschlands ab 15 Jahren adäquat beschreiben zu können, gewichten wir die Daten in den deskriptiven Analysen in Abschnitt 4 mit dem integrierten Querschnittsgewicht des Jahres 2021. Damit werden Selektivitäten der Umfrageteilnahme in den beiden Teilstichproben korrigiert. Die multivariaten Analysen in Abschnitt 5 führen wir ungewichtet durch, da sich die zentralen GewichtungsvARIABLEN ohnehin unter den Modellvariablen befinden.

2 Zu beachten ist, dass der Referenzzeitraum der letzten zwölf Monate zwar für alle Befragten vollständig in die Zeit der COVID-19-Pandemie fällt, dass das physische wie mediale Kulturangebot sich je nach Befragungszeitpunkt aber verändert haben kann.

trachtung auf Kunstmuseen und -ausstellungen beschränkt haben, lässt sich die mediale Rezeption nur für alle Arten von Museen und Ausstellungen übergreifend auswerten.³ Als abhängige Variablen untersuchen wir in Regressionsmodellen, ob das jeweilige Angebot in den vergangenen zwölf Monaten mindestens einmal genutzt wurde oder nicht. Dafür eignen sich am besten binäre logistische Regressionsmodelle. Die Grundidee eines solchen Modells besteht darin, die Variation, die sich für alle befragten Personen in den Ausprägungen der abhängigen Variable (hier: Angebotsnutzung oder Nichtnutzung) ergibt, auf ein Bündel verschiedener Einflussfaktoren und ihr Zusammenwirken zurückzuführen und auf diese Weise zu erklären.

Unsere zentrale erklärende Variable ist die räumliche Zuordnung des Wohnsitzes der Befragten zu einer Regionsgrößenklasse. Wir nutzen dafür das raumplanerische Klassifikationssystem der BIK-Regionen, das räumliche Verflechtungen nach einem Kern-Umland-Schema abbildet. Dabei werden Gemeinden auf Basis der Pendeltätigkeit zwischen Wohn- und Arbeitsort zu Regionen zusammengefasst (vgl. Behrens/Wiese 2019). Da für die mediale Partizipation die Distanz zu physischen Einrichtungen keine Rolle spielt, unterscheiden wir nicht zwischen den Kern-, Verdichtungs-, Übergangs- und periphereren Bereichen größerer Städte und arbeiten mit dem 7-stufigen BIK-Schema. Aus Fallzahlgründen fassen wir jedoch die beiden untersten Größenklassen zur Kategorie „unter 5000 Einwohner*innen“ zusammen (N = 85).

Die Internetqualität erfassen wir als kategoriale Variable mit vier Ausprägungen. Drei Kategorien bilden ab, ob die Befragten mit der Internetverbindung in ihrem Haushalt (a) „sehr zufrieden“, (b) „ziemlich zufrieden“ oder (c) „mäßig zufrieden“, „ziemlich unzufrieden“ bzw. „sehr unzufrieden“ sind. Die vierte Kategorie enthält die Befragten, die (d) über keine Internetverbindung verfügen oder das Internet in den letzten zwölf Monaten nicht nutzten.

In den Regressionsmodellen kontrollieren wir auf der Individualebene weiterhin Einflüsse, die gleichermaßen die mediale Partizipation und die frühere Wohnstandortwahl betreffen. Dabei handelt es sich um das formale Bildungsniveau (4 Kategorien), den Migrationshintergrund (3 Kategorien), den gegenwärtigen Erwerbsstatus (3 Kategorien), die subjektive Einschätzung des Gesundheitszustandes (5-stufige Skala), das Vorliegen einer Partnerschaft (ja/nein), das Vorhandensein von Kindern bis zum Alter von sechs bzw. zwölf Jahren im Haushalt (3 Kategorien), die Altersgruppenzugehörigkeit (7 Kategorien) sowie das Geschlecht (männlich/weiblich).

3 In einer Reanalyse der Daten zum physischen Besuch *aller* Museen und Ausstellungen 2018 ergab sich aber, dass Kontext- und Kompositionseffekte in sehr ähnlicher Weise bestehen wie beim alleinigen Fokus auf Kunstmuseen und -ausstellungen.

4 Deskriptive Ergebnisse: Mediale Zugänge der Kulturpartizipation

Zunächst zeigen wir, in welchem Ausmaß die Kulturangebote in der Bevölkerung medial rezipiert werden und welche Rolle die sechs Zugangsarten spielen (vgl. Tabelle 1). Die Angebote sind in absteigender Folge des Bevölkerungsanteils geordnet, der sie binnen eines Jahres genutzt hat. Wie der ersten Spalte zu entnehmen ist, werden Konzerte mit populärer Musik (39,2 %) und Comedy-Veranstaltungen (38,6 %) von über einem Drittel der Bevölkerung verfolgt, Kleinkunstdarbietungen (20,9 %) und klassische Konzerte (19,1 %) von etwa einem Fünftel, die übrigen Angebote von deutlich kleineren Anteilen. Lesungen, Aktionskunst und Ballettaufführungen rezipieren nur rund fünf Prozent der Bevölkerung medial.

Im Vergleich der sechs medialen Zugänge genießt das lineare Fernsehen in allen untersuchten Sparten den höchsten Zuspruch – mit Ausnahme von Lesungen, die noch stärker online über Videoplattformen verfolgt werden. In relativer Betrachtung gegenüber den anderen Zugängen erweist sich das Fernsehen als besonders herausgehoben für die Rezeption von Kleinkunstveranstaltungen und klassischen Konzerten, aber auch für Darbietungen von Theater, Oper, Tanz, Zirkus und Varieté. Selbst für Dokumentationen über Ausstellungen und Museen ist das Fernsehen (6,2 %) wichtiger als virtuelle Ausstellungsrundgänge der Einrichtungen im Internet (4,2 %). Das Radio hat seine Domäne erwartungsgemäß im Musikbereich, mit Abstrichen auch in Comedy und Kleinkunst.

Die Fernseh- und Rundfunkanstalten sind online vor allem mit ihren Mediatheken präsent. Darauf greift gut ein Zehntel und mehr der Bevölkerung zu, um Comedy-Veranstaltungen (9,7 %) und Konzerte mit populärer Musik (13,3 %) abzurufen. Ein deutlich größerer Personenkreis von jeweils knapp 20 Prozent nutzt dafür Videoplattformen wie *YouTube* oder *Amazon Prime*. Wenn es nicht nur um den reinen Informationsabruf (z. B. zu Programmhinweisen und Öffnungszeiten), sondern um das Verfolgen kultureller Darbietungen geht, spielen die Online-Angebote von Kultureinrichtungen nur für sehr kleine Personengruppen eine Rolle. Virtuelle Museumsrundgänge nutzen binnen eines Jahres etwa vier Prozent der Bevölkerung. Ein ebenso großer Anteil verfolgt Konzerte mit populärer Musik über Live-Streams oder Aufzeichnungen auf Webseiten von Veranstalter*innen. Noch seltener wird auf persönliche Webseiten von Kunst- und Musikschaffenden zurückgegriffen.

Tabelle 1: Nutzung medialer und physischer Kulturangebote in den letzten 12 Monaten (in %)

	Mediale Angebote insgesamt (2021)	Radio	TV	Digitale Angebote				Physische Angebote (2018)
				Mediatheken	Kultureinrichtungen	Videoplattformen	Persönliche Webseiten	
Populäre Konzerte	39.2	19.9	29.7	13.3	3.9	19.7	3.6	47.9
Comedy	38.6	5.0	27.1	9.7	1.8	19.1	1.0	15.4
Kleinkunst	20.9	3.7	16.4	5.4	1.6	7.0	0.8	28.0
Klassikkonzerte	19.1	10.0	15.5	5.1	2.4	5.3	0.9	20.9
Museen	13.6	0.6	6.2	3.3	4.2	3.9	1.8	63.2
Theater	10.5	0.7	8.0	1.6	2.3	1.5	0.3	33.5
Zirkus, Variété	10.1	0.3	9.0	0.7	0.4	0.9	0.0	20.0
Opern	8.2	2.6	6.9	2.0	1.4	1.6	0.2	8.3
Moderner Tanz	7.5	0.3	5.8	0.5	0.3	2.4	0.5	7.9
Lesungen	5.1	1.6	1.6	1.4	1.0	2.4	0.6	10.3
Aktionskunst	5.0	0.5	1.9	0.3	0.6	2.2	0.7	8.6
Ballett	4.1	0.1	3.3	0.5	0.5	0.8	0.1	7.1

Quelle: Mediale Kulturnutzung: KuBiPaD II (2021), N = 2455 (gewichtete Daten). Physische Kulturnutzung: KuBiPaD I (2018), N = 2577 bis 2592 (gewichtete Daten).

Zum Vergleich sind in Tabelle 1 in der Spalte ganz rechts die Bevölkerungsanteile eingetragen, die entsprechende Angebote unter vorpandemischen Bedingungen im Jahr 2018 *physisch* nutzten. Beim Vergleich der jeweiligen Anteilswerte fällt auf, dass Konzerte mit populärer und klassischer Musik, Opern, Aufführungen modernen Tanzes und Kleinkunstangebote während der Pandemie annähernd so häufig medial rezipiert werden wie zuvor in Präsenz. Comedy-Veranstaltungen werden sogar von einem doppelt so hohen Bevölkerungsanteil medial verfolgt (38,6 %) wie zuvor physisch (15,4 %). Im Gegensatz dazu erreichen mediale Theater- und Museumsangebote bei weitem nicht den Publikumsumfang, den sie im physischen Raum hatten. Da die mediale Partizipation 2018 nicht erhoben wurde, lassen sich leider keine Aussagen darüber treffen, ob die

jeweiligen Angebote pandemiebedingte Publikumszuwächse erzielten oder ob sie ähnliche Nutzungsniveaus bereits zuvor aufwiesen.

5 Ergebnisse zur medialen Kulturpartizipation im Stadt-Land-Vergleich

Wir wenden uns nun dem Stadt-Land-Vergleich zu und betrachten vor allem klassische Musikkonzerte und Opernaufführungen einerseits sowie Museen und Ausstellungen andererseits. Für diese Sparten erwarten wir im Anschluss an unsere Erkenntnisse zur physischen Angebotsnutzung die stärksten räumlichen Kompositionseffekte. Auf die übrigen in Tabelle 1 dargestellten Kulturangebote gehen wir danach zusammenfassend ein.

Die Ergebnisse stellen wir grafisch dar und präsentieren in den Abbildungen 1 und 2 jeweils drei Grafiken. Sie beziehen sich auf die Angebotsnutzung (a) übergreifend für alle sechs medialen Zugänge, (b) übergreifend für Radio und Fernsehen als „alte Medien“ und (c) übergreifend für die vier digitalen Zugänge als „neue Medien“. Im letzten Fall beschränken wir das Sample auf die Personen, die das Internet in den letzten zwölf Monaten mindestens einmal genutzt haben. In den logistischen Regressionsmodellen wird im ersten Schritt jeweils die BIK-Regionsgrößenklasse als einzige erklärende Variable verwendet. Im zweiten Schritt werden zusätzlich die Internetqualität und alle weiteren Individualvariablen einbezogen.

Die Grafiken zeigen durchschnittliche marginale Effekte (AMEs) der Regionsgrößenklassen und ihre 95 %-Konfidenzintervalle. Die Metropolen mit 500.000 Einwohner*innen und mehr fungieren als Referenzkategorie, die in Form der vertikalen Nulllinie fixiert ist. Die übrigen Regionseffekte sind als Abweichungen von dieser Vergleichsgruppe zu interpretieren. Anhand der Skala auf der x-Achse ist abzulesen, wie stark sich die Nutzungswahrscheinlichkeit des Angebots in einer Raumkategorie von der Vergleichsgruppe unterscheidet. Ein Wert von -0,1 bedeutet beispielsweise, dass die Nutzungswahrscheinlichkeit in diesen Regionen um zehn Prozentpunkte kleiner ist als in den Metropolen. Überschneidet das Konfidenzintervall einer Regionsgrößenklasse die Nulllinie, so handelt es sich um einen Effekt, der nicht signifikant von den Metropolen abweicht.⁴ Die schwarzen Balken mit Kreissymbol zeigen die Effekte der bivaria-

4 Die Grundidee der Verwendung von Konfidenzintervallen besagt, dass ein Wert in einer Zufallsstichprobe immer auch von der konkreten Auswahl der Fälle abhängen kann, die zufällig in die Stichprobe gelangt sind. Der wahre Wert in der Population kann nur mehr oder weniger präzise geschätzt werden. Diese Schätzunsicherheit wird mit Konfidenzintervallen zum Ausdruck gebracht. Stellt man sich eine große Zahl zufällig aus derselben Population gezogener Stichproben vor, so enthalten die 95 %-Konfidenzintervalle den wahren Wert in 95 % der Stichproben. Unterscheidet sich ein Effekt (hier mit Kreis- bzw.

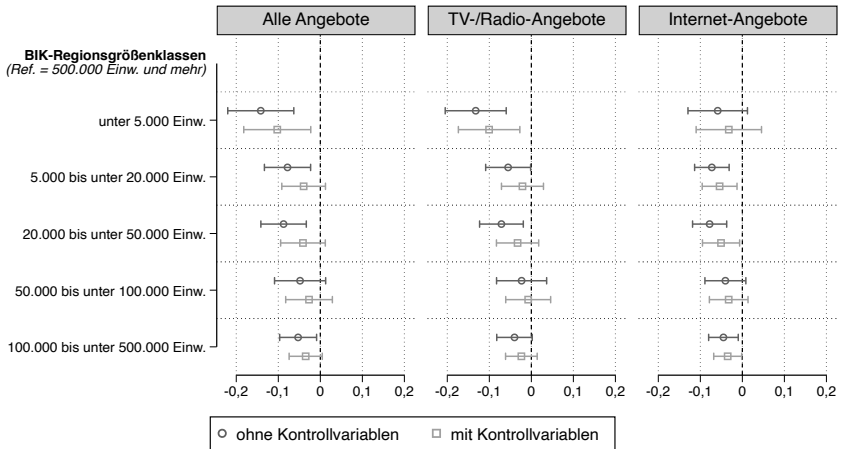
ten Modelle, die nur die Regionsgröße enthalten („ohne Kontrollvariablen“). Die hellgrauen Balken mit Vierecksymbol zeigen, wie sich die räumlichen Effekte verändern, wenn alle Variablen in den Modellen enthalten sind („mit Kontrollvariablen“).

Klassische Konzerte und Opern werden in bivariater Betrachtung von Einwohner*innen der Metropolen mit der größten Wahrscheinlichkeit medial verfolgt. Keine Regionsgrößenklasse weicht positiv davon ab (vgl. Abbildung 1, linke Grafik, schwarze Balken). Die Bewohner*innen der meisten darunter liegenden Größenklassen machen signifikant weniger Gebrauch von medialen Angeboten, nämlich diejenigen in Regionen bis 5.000 Einw., 5.000 bis 20.000 Einw., 20.000 bis 50.000 Einw. und 100.000 bis 500.000 Einw. Beispielsweise ist die Wahrscheinlichkeit, an einem medial vermittelten Konzert teilzunehmen, in den ländlichsten Räumen um rund 14 % geringer als in den Metropolen. Diese Muster zeigen sich in recht ähnlicher – aber nicht identischer – Form, wenn man Radio- und Fernsehsendungen sowie Internetangebote separat untersucht (vgl. Abbildung 1, mittlere und rechte Grafik).

Um herauszufinden, inwieweit die Abweichungen einiger kleinerer Regionen von den Metropolen als Kontext- oder Kompositionseffekte zu interpretieren sind, ist es erforderlich, die in Abschnitt 3 erläuterten Individualvariablen in den Regressionsmodellen zu berücksichtigen. Hinge etwa der geringere mediale Konzertkonsum in manchen Regionen mit einem übergroßen Unmut über die dortige Internetversorgung zusammen, so sollten sich die räumlichen Effekte nicht mehr signifikant von der Vergleichsgruppe der Metropolen unterscheiden, sobald die subjektiv wahrgenommene Internetqualität konstant gehalten wird. Tatsächlich ändern sich die räumlichen Effekte aber kaum, wenn man die Modelle um die Internetqualität erweitert. Aus Gründen der Übersichtlichkeit verzichten wir darauf, dies in den Grafiken eigens darzustellen. Es lässt sich demnach ausschließen, dass Probleme der Internetversorgung die Einwohner*innen ländlicher, klein- und mittelstädtischer Regionen davon abhalten, sich digitalen Angeboten genauso häufig zuzuwenden wie die Bewohner*innen der urbanen Zentren. Ein Kontexteffekt im Sinne einer räumlich variierenden Internetausstattung liegt somit nicht vor.

Vierecksymbol markiert) mitsamt seinem Konfidenzintervall deutlich von der Nulllinie der Referenzkategorie, so ist es sehr unwahrscheinlich, dass diese Abweichung rein zufällig zustande gekommen ist. Der Effekt wird dann als „statistisch signifikant“ bezeichnet.

Abbildung 1: Medialer Konsum von klassischen Musikkonzerten und Opern in den letzten 12 Monaten (AMEs aus logistischen Regressionen)



N(alle Angebote und TV-/Radio-Angebote) = 2391. N(Internet-Angebote) = 2228.

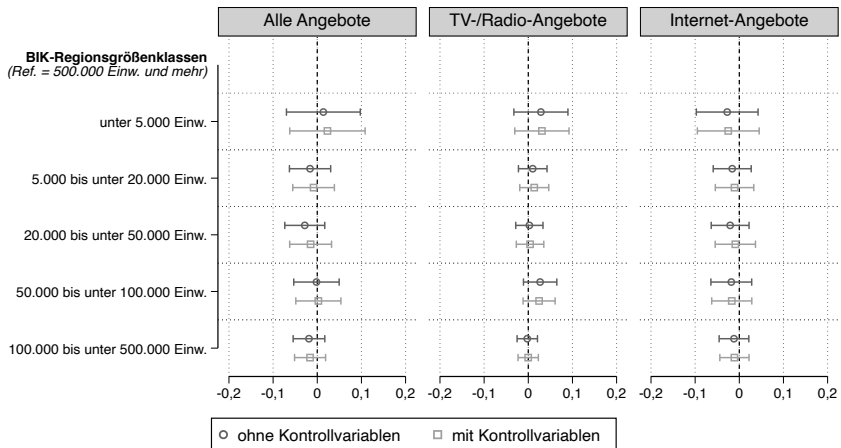
Quelle: KuBiPaD II (2021). Eigene Darstellung.

Im nächsten Schritt werden die übrigen Individualvariablen kontrolliert, um zu berücksichtigen, dass die Bevölkerung in den Regionen sozialstrukturell unterschiedlich zusammengesetzt sein kann. Sobald dies geschieht, unterscheiden sich viele Regionen nicht mehr signifikant von der Referenzkategorie (vgl. Abbildung 1, hellgraue Balken). Bei der Konzertrezeption in Radio und Fernsehen bleibt nur die Abweichung der Regionen mit weniger als 5.000 Einwohner*innen bestehen. Im Hinblick auf internetbasierte Angebote schwächen sich alle Effekte ab, sie bleiben aber in den Regionen von 5.000 bis 20.000 Einw., 20.000 bis 50.000 Einw. sowie 100.000 bis 500.000 Einw. signifikant. Ein lineares Stadt-Land-Gefälle ist jedoch nicht erkennbar. Der größte Teil der räumlichen Effekte geht demnach auf Kompositionswirkungen zurück: Die Bevölkerung urbaner Regionen setzt sich anders zusammen als die Bevölkerung kleinerer Regionen und weist aufgrund sozialstruktureller Merkmale eine im Aggregat größere Kulturaffinität auf. Gleichwohl verbleiben für internetbasierte Kulturangebote in mehreren Regionsgrößenklassen Kontexteffekte, die sich aber nicht auf die Internetqualität zurückführen lassen.

Auch für den Besuch von Museen und Ausstellungen haben wir im *physischen* Raum Kompositionseffekte des Wohnorts gefunden. Im Gegensatz dazu zeigt Abbildung 2, dass die medienvermittelte Rezeption von Museen und Ausstellungen bereits bivariat nicht signifikant zwischen den sechs Regionsgrößenklassen variiert. Die statistische Konstanthaltung der Internetqualität und der

übrigen Individualvariablen verändert die geschätzten Effekte so gut wie gar nicht. Für die Teilnahme an virtuellen Museumsrundgängen und die Rezeption von Dokumentationen über Ausstellungen liegen demnach weder Kontext- noch Kompositionseffekte vor.

Abbildung 2: Medialer Konsum von virtuellen Museumsrundgängen und Dokumentationen über Ausstellungen in den letzten 12 Monaten (AMEs aus logistischen Regressionen)



N(alle Angebote und TV-/Radio-Angebote) = 2390. N(Internet-Angebote) = 2227.

Quelle: KuBiPaD II (2021). Eigene Darstellung.

Welche Auffälligkeiten ergeben sich für die übrigen neun Kulturangebote? Betrachtet man die medialen Zugänge insgesamt, finden sich bivariat keine substanzuell oder statistisch belastbaren räumlichen Effekte für medial vermittelte Konzerte populärer Musik, für modernen Tanz, Theater, Kleinkunst, Comedy sowie Zirkus bzw. Varieté. Ballettaufführungen werden in den Regionen von 5.000 bis 20.000 Einw. unterdurchschnittlich stark medial rezipiert, Aktionskunst in den Regionen von 20.000 bis 50.000 Einw. Medial vermittelte Lesungen erreichen in den Regionen von bis zu 5.000 Einw. und 20.000 bis 50.000 Einw. signifikant weniger Menschen. Diese Abweichungen vom Nutzungsmuster in den Metropolen lassen sich teils als Kompositions-, teils als Kontexteffekte interpretieren. Wie im Fall der klassischen Konzerte muss offenbleiben, wie der jeweilige Kontexteffekt genau zustande kommt, da die Internetqualität kein belastbarer Erklärungsfaktor ist. Da aber in keinem Fall ein lineares Stadt-Land-Gefälle besteht, messen wir diesen Ausreißern geringe Bedeutung bei.

6 Zusammenfassung und Ausblick

Wir haben untersucht, inwiefern sich in der medialen Kulturnutzung ähnliche Unterschiede entlang des Stadt-Land-Kontinuums finden lassen, wie sie für den physischen Raum bekannt sind. Lediglich für klassische Konzerte und Opern deutet sich an, dass die Bereitschaft zur Nutzung alter und neuer Medien mit zunehmender Regionsgröße steigt. Dieses Muster geht vornehmlich auf einen Kompositionseffekt zurück: Die Bevölkerung in urbanen Regionen unterscheidet sich von derjenigen in ländlichen, klein- und mittelstädtischen Regionen in der Verteilung einiger kulturell relevanter Merkmale. So sind in Großstädten mehr Akademiker*innen wohnhaft, welche typischerweise ein größeres Interesse an klassischer Musik und Oper mitbringen. Dieses Interesse schlägt sich nicht nur in der außerhäuslichen, sondern auch in der medialen Rezeption von Konzerten nieder. Für keines der weiteren zehn Angebote – von Museen und Ausstellungen über Konzerte mit populärer Musik bis hin zu Theateraufführungen und anderen Sparten – ließen sich annähernd lineare bzw. monotone Effekte der Regionsgröße finden.

Für einzelne Regionsgrößenklassen verbleiben auch nach Kontrolle der Bevölkerungskomposition Abweichungen von der medialen Kulturnutzung in den Metropolregionen. Wie diese Kontexteffekte zu deuten sind, ist mit unseren Daten schwer zu klären. Die im öffentlichen Diskurs geäußerte Vermutung, dass Defizite der digitalen Infrastruktur zu Einbußen in der internetvermittelten Kultur Rezeption führen könnten, ließ sich für keine kulturelle Sparte und keine Regionsgrößenklasse bestätigen. Dass einzelne Gemeinden von diesem Problem betroffen sein können, lässt sich jedoch nicht ausschließen.

Aus kulturpolitischer Sicht bedeutet dies, dass die *mediale* Nutzung kultureller Angebote in räumlicher Hinsicht *egalitärer* ausfällt als der *physische* Besuch kultureller Veranstaltungen, und zwar weil die räumliche Distanz und die verkehrstechnische Erreichbarkeit als Barrieren entfallen. Mediale Kanäle bieten einerseits die Möglichkeit, Kulturangebote urbaner Zentren in periphere Räume zu bringen. Mediale Angebote lassen sich andererseits thematisch und ästhetisch so konzipieren, dass sich die Bevölkerung ländlicher Räume in besonderer Weise davon angesprochen fühlt. Dabei ist zu beachten, dass auch im medialen Raum viele der aus der empirischen Forschung bekannten Zugangsvoraussetzungen der kulturellen Bildung wirksam sind. Insbesondere haben sich elterliche und schulische Anregungen zur kulturellen Praxis als wichtige partizipationsförderliche Einflussfaktoren erwiesen (Nagel/Ganzeboom 2015). Derartige Ungleichheiten der medialen Kulturpartizipation standen nicht im Fokus unseres Beitrages, lassen sich aber auch mit unseren Daten belegen. Daraus lässt sich die Empfehlung ableiten, dass kulturelle Bildung auch in ländlichen Räumen früh im Lebensverlauf beginnen und in der schulischen und außerschulischen Arbeit mit Kindern und Jugendlichen ansetzen sollte.

Die Analysen haben gezeigt, dass das Fernsehen das wichtigste Medium privater Kulturnutzung ist und dass ihm das Internet bei weitem noch nicht den Rang abgelaufen hat. Dennoch hat die COVID-19-Pandemie der Entwicklung digitaler Kulturangebote einen Schub gegeben. Es ist davon auszugehen, dass diese Angebote das etablierte Spektrum physischer und medialer Angebote dauerhaft ergänzen werden und den Konkurrenzdruck im Freizeit- und Kulturbereich weiter erhöhen. Gleichwohl ist nicht zu erwarten, dass außerhäusliche Angebote durch digitale Angebote einfach ersetzt werden. Die kontemplative Aura eines Kunstmuseums, die kollektive Euphorie im Rockkonzert, der festliche Rahmen eines Opernhauses und die ritualisierten, gemeinschaftsstiftenden Besuchspraktiken sind bei der digitalen Rezeption in der Privatsphäre kaum adaptierbar. Abzuwarten bleibt, inwieweit sich neuartige, stärker interaktive Formate herausbilden, etwa im digitalen Theater, die möglicherweise gerade ein jüngeres Publikum ansprechen könnten. Schlüssel man die digitale Kulturnutzung in den hochkulturellen Sparten der klassischen Musik, des Theaters und der Ausstellungen mit unseren Daten altersspezifisch auf, so zeigt sich jedoch in keinem dieser Bereiche eine Dominanz der jüngeren Altersgruppen. Die Digitalisierung von Kultur bietet zwar erhebliche Chancen, sie garantiert aber nicht ohne weiteres die Gewinnung jüngerer Generationen als Publika der Zukunft.

Literatur

- Behrens, Kurt/Wiese, Kathrin (2019): BIK Regionen. In: Arbeitsgruppe Regionale Standards (Hrsg.): Regionale Standards. Ausgabe 2019. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Köln: GESIS, S. 114–126.
- Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur [BMVI] (2021): Aktuelle Breitbandverfügbarkeit in Deutschland (Stand Mitte 2021). Berlin: BMVI.
- Clawson, Marion/Knetsch, Jack L. (1966): Economics of Outdoor Recreation. Baltimore: Johns Hopkins Press for Resources for the Future.
- Dixon, Steve (2015): Digital Performance. A History of New Media in Theater, Dance, Performance Art, and Installation. Cambridge: MIT Press.
- Engel, Louise/Neuendorf, Isabel (2020): Digitale Kulturangebote im Kontext der Corona-Pandemie. 20 Gedanken aus dem Neuen Normal. Hochschule für Musik und Theater Hamburg: Institut für Kultur- und Medienmanagement. https://kmm.hfmt-hamburg.de/wp-content/uploads/2020/09/Studie_Digitale-Kulturangebote-im-Kontext-der-Corona-Pandemie.pdf [Zugriff: 23.9.2022].
- Fischer, Claude S. (1975): Toward a Subcultural Theory of Urbanism. In: American Journal of Sociology 80, 6, S. 1319–1341.
- Kolleck, Nina/Büdel, Martin/Nolting, Jenny (Hrsg.) (2022): Forschung zu kultureller Bildung in ländlichen Räumen. Methoden, Theorien und erste Befunde. Weinheim: Beltz Juventa.

- Konietzka, Dirk/Martynovych, Yevgeniy (2022): Die These der räumlichen Polarisierung in der neuen Klassengesellschaft. Ein empirischer Beitrag zur sozialen Spaltung von „Stadt und Land“. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 74, 2, S. 169–202.
- Koschier, Ivana (2021): Ein körperloses Theater: Die deutsche Theaterszene zwischen Pandemie, Tradition und der Erforschung eines möglichen digitalen Theaters. In: Birte Kleine-Benne (Hg.). Everything is live now. Das Kunstsystem im Ausnahmezustand. <http://culturalpolicylab.com/pages/publications/2.everything-is-live-now/1.inhaltsverzeichnis/7.ein-korperloses-theater/cpl-eiln-pdf-7-ein-korperloses.pdf> [Zugriff: 23.9.2022].
- Mihelj, Sabina/Leguina, Adrian/Downey, John (2019): Culture is Digital. Cultural Participation, Diversity and the Digital Divide. In: *New Media & Society* 21, 7, S. 1465–1485.
- Nagel, Ineke/Ganzeboom, Harry B.G. (2015): Art and Socialisation. In: Wright, James D. (Hrsg.): *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. Second Edition. Volume 2. Amsterdam: Elsevier, S. 7–14.
- Network of European Museum Organisations [NEMO] (2020): Survey on the Impact of the COVID-19 Situation on Museums in Europe. https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateten/public/NEMO_documents/NEMO_Corona_Survey_Results_6_4_20.pdf [Zugriff: 23.9.2022].
- Otte, Gunnar/Lübbe, Holger/Balzer, Dave (2022a): Macht Stadtluft aktiv? Die Nutzung außerhäuslicher Kulturangebote im Stadt-Land-Vergleich. In: Kolleck, Nina/Büdel, Martin/Nolting, Jenny (Hrsg.): *Forschung zu kultureller Bildung in ländlichen Räumen. Methoden, Theorien und erste Befunde*. Weinheim: Beltz Juventa, S. 207–227.
- Otte, Gunnar/Lübbe, Holger/Baum, Joschka/Balzer, Dave (2022b): Kulturnutzung in der Pandemie: Digitale Angebote können Schließungen von Kultureinrichtungen nicht kompensieren. In: www.kulturmanagement.net (veröffentlicht in der Reihe „Corona“ am 22.08.2022).
- Otto, Ulf (2013): *Internetauftritte: Eine Theatergeschichte der neuen Medien*. Bielefeld: transcript.
- Prussog-Wagner, Angela (2022): *Methodenbericht „Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland II“*. Bonn: infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH.
- Weingartner, Sebastian (2021): Digital Omnivores? How Digital Media Reinforce Social Inequalities in Cultural Consumption. In: *New Media & Society* 23, 11, S. 3370–3390.