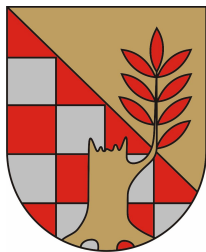

Umsetzungsphase Kulturentwicklungskonzeption der Modellregion Kyffhäuserkreis/ Landkreis Nordhausen

Netzwerkanalyse und Mapping von Akteuren und Angeboten der Kulturellen Bildung

Im Auftrag der Modellregion Kyffhäuserkreis/Landkreis Nordhausen



Finanziert durch die Thüringer Staatskanzlei

Freistaat
Thüringen



Staatskanzlei

November 2017

NETZWERK KULTURBERATUNG NETWORK FOR CULTURAL CONSULTING

Externe Begleitung KEK-Umsetzungsprozess: Dr. Patrick S. Föhl

Durchführung und Auswertung der Netzwerkanalyse: Dr. Robert Peper

Netzwerk Kulturberatung, Fidicinstraße 13c, D-10965 Berlin

foehl@netzwerk-kulturberatung.de

www.netzwerk-kulturberatung.de

mit freundlicher Unterstützung von Michael Kronenwett und Alexander Polte

Inhaltsverzeichnis

Summary	3
Wichtige Befunde auf einen Blick	5
1 Ziele der Analyse	6
2 Durchführung der Online-Befragung	7
3 Ergebnisse der Bestandsaufnahme	8
3.1 Deskriptive Statistiken zu den Befragungsteilnehmern	8
3.2 Deskriptive Statistiken zur Bereitstellung von Angeboten der Kulturellen Bildung	12
3.3 Zwischenergebnisse der Bestandsaufnahme	28
3.4 Untersuchung von Korrelationen	29
4 Ergebnisse der Quantitativen Netzwerkanalyse	30
4.1 Allgemeine Merkmale der Netzwerkstruktur	33
4.2 Strukturanalyse des Gesamtnetzwerks	35
4.3 Strukturanalyse des Kernnetzwerks	47
4.4 Identifikation von Kommunikationsrollen	61
4.5 Gewünschte Kooperationen für die Zukunft	67
4.6 Zwischenergebnisse der Netzwerkanalyse	71
4.7 Geo-Mapping / Verortung auf Karten	72
5 Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick	80
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	82
Anlagenverzeichnis	85

Summary

Umfrage zu Akteuren und Angeboten der Kulturellen Bildung in der Modellregion Kyffhäuserkreis/Landkreis Nordhausen mittels einer Netzwerkanalyse

Mit der Durchführung einer Studie, die zum einen explorativ die Angebotspalette der Kulturellen Bildung erhebt – die von regionalen Akteuren bereitgestellt wird – und zum anderen das Kommunikationsnetzwerk der Einrichtungen erfasst, die in diesem Bereich tätig sind, wurde das *Netzwerk Kulturberatung* (Berlin) beauftragt. Die Erstellung eines geeigneten Forschungsdesigns erfolgte in enger Abstimmung mit der Kulturkoordinatorin des Kulturentwicklungskonzepts der *Region Nord* und unter Einbeziehung der *Thüringer Staatskanzlei*. Die hier vorliegende Studie ist eine Maßnahme der Umsetzungsphase des Kulturentwicklungskonzepts, welches innerhalb von 18 Monaten erarbeitet und dessen Abschlussbericht im Jahr 2015 veröffentlicht wurde. Im Abschlussbericht wurde die Kulturelle Bildung als ein Handlungsfeld für eine zeitgemäße Kulturentwicklung in den Modellregionen und darüber hinaus genannt. Als ein erstes Ziel wurde die Erarbeitung einer eigenständigen Gesamtkonzeption und die Etablierung einer Verantwortungsgemeinschaft für Kulturelle Bildung in der Modellregion formuliert. Hierzu sollte – neben anderen Maßnahmen – ein *Mapping-Prozess* der Angebote der Kulturellen Bildung durchgeführt werden.

Innerhalb von drei Monaten nahmen 69 Vertreter von Bildungseinrichtungen, Kultureinrichtungen, Touristischen Leistungsträgern, Vereinen und sonstigen Einrichtungen an der Online-Umfrage teil. Insgesamt nannten die befragten Akteure 295 übergeordnete Angebote der Kulturellen Bildung, die sie in der Modellregion bereitstellen. Im Durchschnitt stellt damit jeder Befragte etwas mehr als vier Angebote zur Verfügung. Fast die Hälfte aller Angebote ist im Bereich Musik, Theater und Tanz angesiedelt. Besonders viele Angebote gibt es auch in den Sparten Umwelt, Bildung und Ernährung sowie Geschichte und Museum.

Die Netzwerkanalyse brachte außerdem zutage, dass bereits sehr viele Akteure – auch landkreisübergreifend – Beziehungen zu Partnern der Kulturellen Bildung in der Modellregion pflegen oder schon an deren Aufbau arbeiten. 55 Befragte gaben an, dass sie im Zeitraum eines halben Jahres mit anderen Partnern der Kulturellen Bildung im Austausch standen. Akteure aus dem Bereich der Kulturellen Bildung verfügen über die meisten Kommunikationsbeziehungen. Ebenfalls überdurchschnittlich viele Beziehungen unterhalten Akteure, die sich der Musiksparte und der Soziokultur zuordnen. Nur schwach verbunden sind Akteure aus den Sparten Film und Literatur. Insgesamt 24 Befragte machten zusätzlich Angaben zu 158 zukünftig gewünschten Kooperationsbeziehungen im Bereich der Kulturellen Bildung.

Die meisten Wünsche nach verstärkter Zusammenarbeit werden von Vertretern der Kultureinrichtungen geäußert. Bildungseinrichtungen nennen vergleichsweise wenige Wunschpartner für die Zukunft.

Wichtige Befunde auf einen Blick

- 69 von insgesamt 167 eingeladenen Akteuren der Modellregion haben den Online-Fragebogen beendet. Das entspricht einer Ausschöpfungsquote von 41 Prozent.
- Vor allem Bildungs- und Kultureinrichtungen haben an der Befragung partizipiert. Aber auch Akteure aus dem Tourismus und Vereine sind im Datensatz vertreten.
- Insgesamt nannten die befragten Akteure 295 übergeordnete Angebote der Kulturellen Bildung, die sie in der Modellregion bereitstellen. Im Durchschnitt stellt damit jeder Befragte etwas mehr als vier Angebote zur Verfügung.
- Fast die Hälfte aller Angebote ist im Bereich Musik, Theater und Tanz angesiedelt. Besonders viele Angebote gibt es auch in den Sparten Umwelt, Bildung und Ernährung sowie Geschichte und Museum.
- Film und Fotografie sowie Digitale Medien sind stark unterrepräsentiert.
- Am häufigsten werden Schulklassen und Kinder als Adressaten der Angebote genannt. Weniger als die Hälfte der Angebote richtet sich an Senioren, Menschen mit Behinderung und Migranten/Geflüchtete.
- Insgesamt 55 Befragungsteilnehmer machten Angaben zu Netzwerkbeziehungen. 52 Teilnehmer gaben Kontakte der letzten sechs Monate an. 24 Teilnehmer machten außerdem Angaben zu mindestens einer zukünftig angestrebten Kooperation.
- Das Gesamtnetzwerk umfasst 785 gerichtete Beziehungen und 281 Akteure.
- Nahezu zwei Drittel des Kommunikationsnetzwerks besteht aus Bildungseinrichtungen und Kitas. Kultureinrichtungen und Vereine werden gleich häufig genannt und machen jeweils 13 Prozent des Netzwerks aus.
- Kultureinrichtungen sind am vielseitigsten vernetzt. Sie sind die einzigen Einrichtungen, die Beziehungen zu allen anderen Einrichtungsarten aufweisen.
- Akteure aus dem Bereich der Kulturellen Bildung verfügen über die meisten Kommunikationsbeziehungen. Ebenfalls überdurchschnittlich viele Beziehungen unterhalten Akteure, die sich der Musiksparte und der Soziokultur zuordnen. Nur schwach verbunden sind Akteure aus den Sparten Film und Literatur.
- 24 Befragte machten Angaben zu 158 zukünftig gewünschten Kooperationsbeziehungen im Bereich der Kulturellen Bildung.

1 Ziele der Analyse

Von Mai bis Juli 2017 wurden Akteure der Modellregion Kyffhäuserkreis und Landkreis Nordhausen mittels einer standardisierten Online-Befragung zu ihrem Angebot und zu ihren Kooperationen im Feld der Kulturellen Bildung¹ befragt. Im vorliegenden Abschlussbericht sind die Befunde der anschließenden Analyse zusammengefasst. Zunächst wird im zweiten Kapitel ein Überblick über die Datenerhebung und die Auswahl der Teilnehmer der Befragung (Akteure der Modellregion) gegeben. Im dritten Kapitel werden die Ergebnisse der Bestandsaufnahme des Feldes der Kulturellen Bildung vorgestellt. Außerdem werden die Merkmale der bereitgestellten Angebote der Teilnehmer der Befragung skizziert. In einem vierten Kapitel werden die Ergebnisse der durchgeführten Netzwerkanalyse auf verschiedenen Aggregationsebenen präsentiert. In einem ersten Auswertungsschnitt werden allgemeine Merkmale der erhobenen Netzwerkstruktur erläutert. Weiterhin werden zur besseren Veranschaulichung der Vernetzung mehrere Visualisierungen präsentiert. Diese zeigen, wie stark unterschiedliche Akteure der Modellregion über das Thema Kulturelle Bildung miteinander in Verbindung stehen. Auf diese Weise wird sichtbar, wo der Fokus der Zusammenarbeit liegt. In einem letzten Auswertungsschritt wird gezeigt, wie sich das Netzwerk potentieller Kooperationsbeziehungen (das sogenannte *Netzwerk der Zukunft*) darstellt. Dies verdeutlicht, mit welchen Akteuren beziehungsweise Sparten die Akteure der Modellregion potentiell zusammenarbeiten möchten und an welchen Stellen das Amt für Tourismus und Kultur / Musikschule gegebenenfalls Hilfestellung für die Knüpfung entsprechender Kontakte geben könnte.

Mit der Durchführung einer Umfrage zum *Thema Cultural Mapping und Kooperationsbeziehungen im Bereich der Kulturellen Bildung in der Modellregion Nord* mittels einer Netzwerkanalyse wurde das *Netzwerk Kulturberatung* (Berlin) vom Landratsamt Kyffhäuserkreis (spezifisch: Amt für Tourismus und Kultur / Musikschule) beauftragt². Es handelt sich hierbei um eine explorative Analyse, die keinen Anspruch auf Vollständigkeit hat. Die Art der Erhebung und der Analyse stellen ein Novum im Bereich der Kulturforschung dar. Das Forschungsdesign wurde eigens für den Auftrag des Landratsamts konzipiert und in dieser Form in Deutschland erstmalig durchgeführt³. Das Ziel dieses Berichtes liegt in der Darstellung der quantitativen Befunde und der Interpretation der statistischen Kennzahlen zur Unterstützung des übergeordneten Projektes. Die empirischen Befunde werden dabei soweit erläutert, dass sie – auch ohne sozialwissenschaftliche Vorkenntnisse – interpretiert und eingeordnet werden können.

1 Definition: Kultur als Grundlage unserer Lebensweise und die Bildung als lebenslanger aktiver Aneignungsprozess.

2 Die vorliegende Studie setzt Maßnahme 4 von Ziel 1 der in der Abschlussbroschüre zur Kulturentwicklungskonzeption in den für die Modellregion Kyffhäuserkreis/Landkreis Nordhausen definierten Handlungsfeldern um.

3 Erste Netzwerkanalysen wurden als Methode der Kulturberatung schon im Jahr 2016 durchgeführt (in Ulm, Düsseldorf und in der Metropolregion Rhein-Neckar). Allerdings wurde in allen Fällen nicht ausschließlich der Bereich der Kulturellen Bildung untersucht.

2 Durchführung der Online-Befragung

Der eigens für das Forschungsanliegen der Modellregion erstellte Fragebogen bestand aus zwei unterschiedlichen Teilen. Im ersten Teil des Fragebogens wurde eine Bestandsaufnahme der Akteure und Angebote der Kulturellen Bildung durchgeführt. Im zweiten Teil der Umfrage interessierte die Ausgestaltung der Kommunikationsstrukturen innerhalb des Feldes der Kulturellen Bildung in der Modellregion. Hierzu wurde die Netzwerkanalyse umgesetzt.

Im Rahmen der Untersuchung wurde eine standardisierte Online-Befragung durchgeführt. Die Einladung zur Befragung wurde an 167 vom *Netzwerk Kulturberatung* in Abstimmung mit der Kulturkoordinatorin des Kulturentwicklungskonzepts der Region Nord ausgewählte Kontakte⁴ versendet. Der Fragebogen bestand aus einem allgemeinen und einem soziometrischen Teil. Der allgemeine Teil umfasste Fragen zur Verortung der Befragungsteilnehmer im Feld der Kulturellen Bildung, der Art ihrer Trägerschaft und den Förderstrukturen. In einem weiteren Schritt wurden die Befragten dazu ermuntert, bis zu zehn übergeordnete Angebote zu nennen, die sie im Bereich der Kulturellen Bildung bereitstellen. Im Anschluss gab es die Möglichkeit, die Angebote per Detailfeld zu spezifizieren. Für jedes eingetragene Angebot wurde im Nachfolgenden gefragt, ob es sich um ein Angebot zum *Ansehen*, *Anhören* und / oder *Mitmachen* handele. Weiterhin wurde abgefragt, welche Sparte(n) das Angebot bedient und welche Zielgruppen damit angesprochen werden.

Der soziometrische Teil des Fragebogens bestand zum einen aus einem Namensgenerator, mit dem über eine geschlossene Listenabfrage⁵ wichtige Kommunikationspartner des Akteurs unter den ausgewählten Befragten erhoben wurden. Zum anderen wurde über einen Namensinterpretatoren für jeden angegebenen Akteur die Intensität der Kommunikationsbeziehung erhoben. Auf dieser Grundlage wurde ein Gesamtnetzwerk der Kulturellen Bildung der Modellregion erstellt und einer quantitativen Strukturanalyse unterzogen. Abschließend konnten die Befragten noch in einer vordefinierten Liste Akteure auswählen, mit denen sie gerne in Zukunft enger kooperieren würden.

4 Die Liste enthielt Akteure aus den folgenden vordefinierten Bereichen: Bildungseinrichtungen, Kultureinrichtungen, Touristische Leistungsträger, Vereine und sonstige Einrichtungen. Es wurde lediglich eine freischaffende Künstlerin zur Befragung eingeladen, da die Recherche weiterer freischaffender Künstler in der Kürze der Vorbereitungszeit der Erhebung nicht zu leisten war. Die Kulturkoordinatorin des Kulturentwicklungskonzepts der Region Nord fertigte die Liste nach diesen Vorgaben für die Online-Studie an.

5 In dieser Liste wurden alle 167 Akteure aufgeführt, die zur Befragung eingeladen wurden sowie mehr als hundert Kindertagesstätten (Kitas) und zwei freischaffende Künstler. Diese wurden nicht zur Befragung eingeladen, konnten aber im Rahmen der Netzwerkanalyse als Kommunikations- und Kooperationspartner ausgewählt werden.

3 Ergebnisse der Bestandsaufnahme

Im Folgenden werden zuerst die Ergebnisse der Bestandsaufnahme ausgeführt. Auf diese Weise werden die Strukturmerkmale der Befragungsteilnehmer der Stichprobe herausgearbeitet. Diese explorativen Ergebnisse können verallgemeinert und somit als charakteristisch für das gesamte Feld der Kulturellen Bildung in der Modellregion betrachtet werden.

3.1 Deskriptive Statistiken zu den Befragungsteilnehmern

Insgesamt 167 Akteure wurden zur Teilnahme an der Befragung eingeladen. 69 davon haben den Online-Fragebogen beendet. Das entspricht einer Ausschöpfungsquote von 41 Prozent.

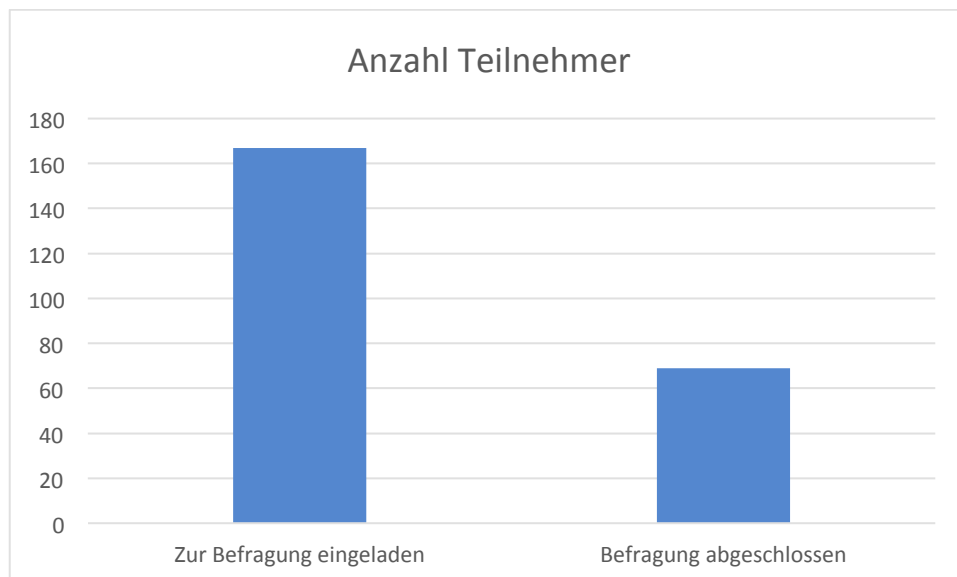


Abbildung 1: Anzahl Teilnehmer in absoluten Zahlen (gesamt N = 167)

Anzahl Kulturakteure nach Art der Einrichtung

An der Befragung haben vor allem Bildungseinrichtungen (38 Prozent) und Kultureinrichtungen (32 Prozent) teilgenommen. Deutlich seltener – aber immer noch relevant für die Auswertung – haben die sogenannten Touristischen Leistungsträger (16 Prozent) und Vereine (10 Prozent) an der Studie partizipiert. Nur drei Akteure, die unter *Sonstige* kategorisiert werden, sind im Datensatz enthalten⁶.

6 Es handelt sich hierbei um Studio 44 e.V., RADIO ENNO und total sozial e.V. Radio Artern.

Tabelle 1: Anzahl teilnehmender Akteure nach Einrichtungsart in Prozent (gesamt N = 69)

Gruppe	Anzahl	Anteil in %
Bildungseinrichtung	26	37,68
Kultureinrichtung	22	31,88
Touristischer Leistungsträger	11	15,94
Verein	7	10,14
Sonstige	3	4,35
Gesamt	69	100

* nicht aufgeführte Kategorien sind nicht vorhanden

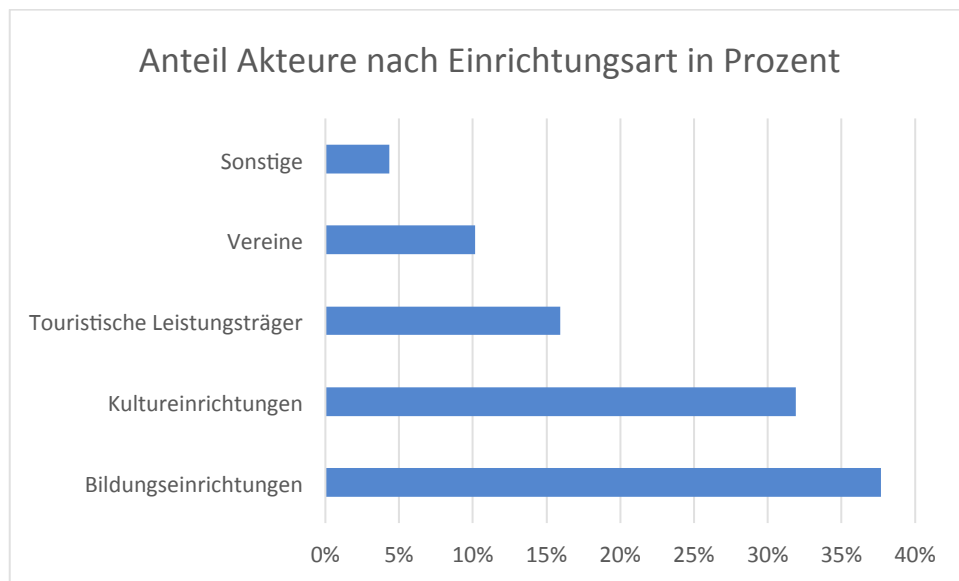


Abbildung 2: Anzahl teilnehmender Akteure nach Einrichtungsart in Prozent (gesamt N = 69)

Tätigkeitsfelder / Kultursparten

Knapp die Hälfte der Teilnehmer ordnet sich explizit dem hier im Fokus stehenden Thema – der *Kulturellen Bildung* – zu. Dies überrascht ein wenig, da die meisten Teilnehmer Angaben zu Angeboten und Vernetzung in diesem Bereich machen. Es lässt aber darauf schließen, dass die Kulturelle Bildung nicht das Haupttätigkeitsgebiet der Hälfte der Teilnehmer ist, sondern möglicherweise eher nebenbei geleistet wird. Immerhin 27 Teilnehmer (39 Prozent) geben an, dass sie in *Sonstigen*⁷ Sparten agieren. Kulturelle Bildung und sonstige Tätigkeitsbereiche sind demnach die mit Abstand am häufigsten genannten Spar-

7 Unter Sonstige wurden die folgenden Tätigkeitsfelder angegeben: Archäologie, (Allgemein-)Bildung, Ballett, Bibliothekswesen, Bürgerfunk, Denkmalschutz, Erlebnispädagogik, Geschichte, Gesundheitsprävention, Gewerbe, Handwerk, Industrie, Jugendkultur, Kunstunterricht, Naturwissenschaften, Politische Bildung, Soziales, Technik, Tourismus, Volkskunde und Wirtschaft

ten. Es folgen dahinter mit der gleichen Anzahl an Nennungen die Bereiche *Kulturelles Erbe* und *Musik*. Jeweils ein Fünftel der Befragten gibt an, in zumindest einer der Sparten tätig zu sein. Mit nur leichtem Abstand folgen drei weitere Tätigkeitsbereiche: *Bildende Kunst*, *Literatur* und *spartenübergreifende Formate*. Diese werden von je 12 Befragten als Tätigkeitsfelder genannt. Jeweils 11 Befragte ordnen sich außerdem den Bereichen *Darstellende Kunst* und *Soziokultur* zu. Noch etwas schwächer im Datensatz sind Akteure vertreten, die im Feld des *Kunsthandwerks* und / oder *Design* arbeiten. Dem *Filmbereich* hingegen ordnet sich niemand der befragten Akteure zu.

Tabelle 2: Tätigkeitsfelder / Kultursparten in Prozent (gesamt N = 69, Mehrfachnennungen möglich)

Sparte	Anzahl	Anteil in %
Kulturelle Bildung	34	49,28
Sonstige	27	39,13
Kulturelles Erbe	14	20,29
Musik	14	20,29
Bildende Kunst	12	17,39
Literatur	12	17,39
Spartenübergreifend	12	17,39
Darstellende Kunst	11	15,94
Soziokultur	11	15,94
Kunsthandwerk und Design	8	11,59
Film	0	0
Gesamt	69	100

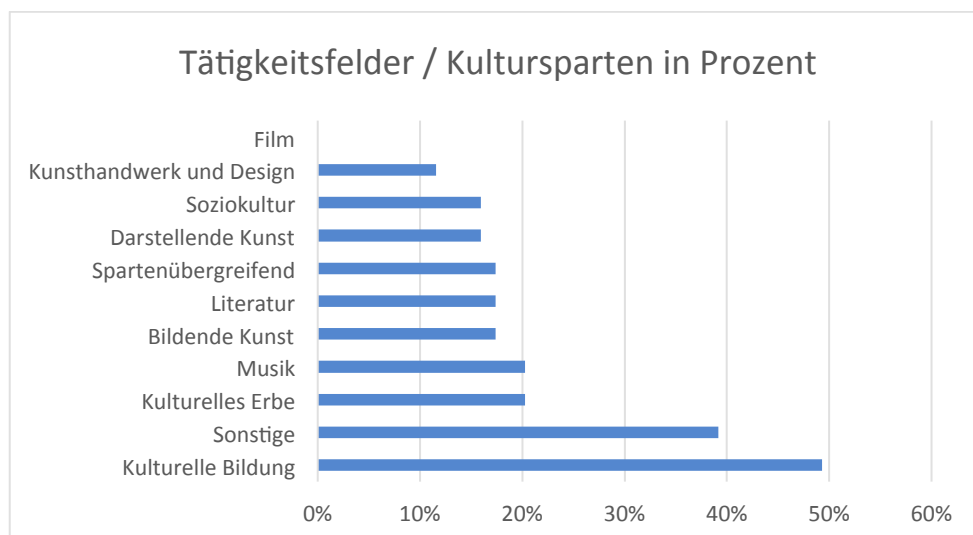


Abbildung 3: Tätigkeitsfelder / Kultursparten in Prozent (gesamt N = 69, Mehrfachnennungen möglich)

Anzahl Akteure nach ihrer Trägerschaft

Die große Mehrheit der im Datensatz befindlichen Teilnehmer (68 Prozent) gibt an, in öffentlicher Trägerschaft organisiert zu sein⁸. Etwa ein Viertel der Befragten agiert privat-gemeinnützig (25 Prozent). Nur fünf Teilnehmer geben an, privatwirtschaftlich aufgestellt zu sein (7 Prozent).

Tabelle 3: Anzahl Kulturakteure nach ihrer Trägerschaft in Prozent (gesamt N = 69)

Trägerschaft	Anzahl	Anteil
öffentlich	47	68,12 %
privat-gemeinnützig	17	24,64 %
privatwirtschaftlich	5	7,25 %
Gesamt	69	1

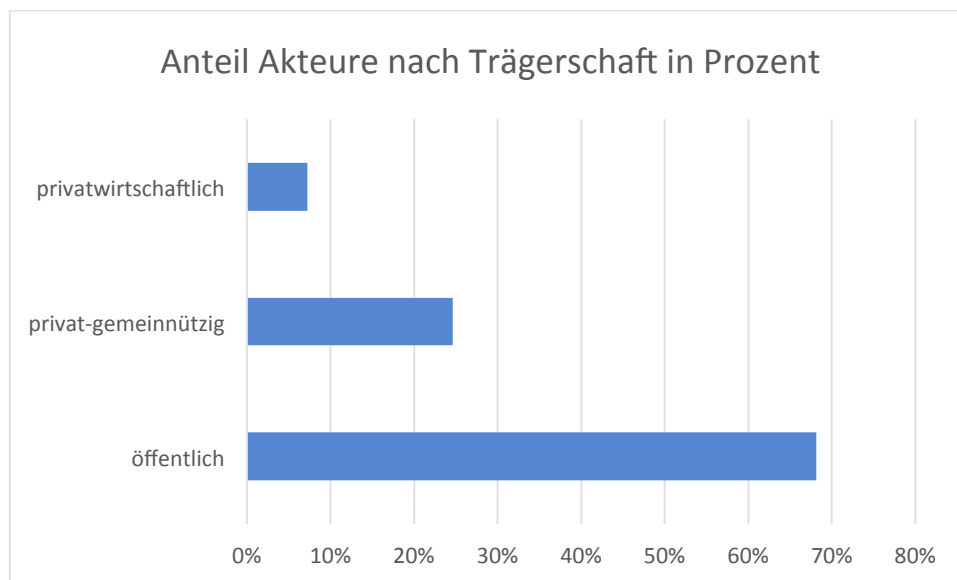


Abbildung 4: Anzahl Kulturakteure nach ihrer Trägerschaft in Prozent (gesamt N = 69)

Anzahl Akteure nach Art ihrer Förderung

49 Prozent der Befragten erhalten keine öffentliche Förderung, weder institutionell noch projektbezogen. Die übrigen 51 Prozent verteilen sich auf 19 Prozent der Teilnehmer, die institutionell gefördert werden, und 17 Prozent, die sowohl institutionell als auch projektbezogen unterstützt werden. Weitere 15 Prozent der Befragten geben an, ausschließlich projektbezogen gefördert zu werden.

⁸ Dieser hohe Anteil ist unter anderem damit zu erklären, dass viele Bildungseinrichtungen – darunter Schulen – an der Befragung teilgenommen haben.

Tabelle 4: Förderstrukturen in Prozent (gesamt N = 69)

Förderstruktur	Anzahl	Anteil
Ja, ich erhalte institutionelle Förderung	13	18,84 %
Ja, ich erhalte institutionelle UND projektbezogene Förderung	12	17,39 %
Ja, ich erhalte projektbezogene Förderung	10	14,49 %
Nein, ich erhalte keine öffentliche Förderung	34	49,28 %
Gesamt	69	1

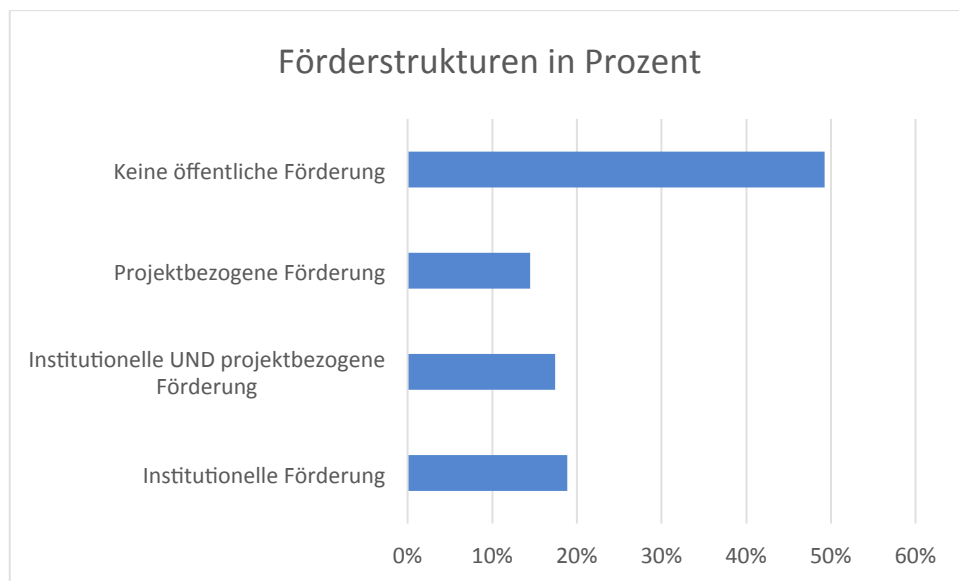


Abbildung 5: Förderstrukturen in Prozent (gesamt N = 69)

3.2 Deskriptive Statistiken zur Bereitstellung von Angeboten der Kulturellen Bildung

Art und Anzahl der von den Befragten bereitgestellten Angeboten

Leider fiel es in der Auswertung schwer, die von den Befragten genannten Angebote der Kulturellen Bildung sprachlich so zu harmonisieren, dass eine Untersuchung der Quantitäten möglich wäre. Allerdings haben die Teilnehmer der Studie einige Angebote der Kulturellen Bildung einheitlich genannt, so dass an dieser Stelle zumindest ein paar Tendenzen aufgezeigt werden können⁹. Insgesamt nannten die befragten Akteure 295 übergeordnete Angebote der Kulturellen Bildung, die sie in der Modellregion

⁹ Nähere Informationen darüber, welche spezifischen Angebote der Kulturellen Bildung von den Teilnehmern der Modellregion bereitgestellt werden, sind den Anlagen dieses Berichts zu entnehmen.

bereitstellen. Im Durchschnitt stellt damit jeder Befragte etwas mehr als vier Angebote zur Verfügung. Für die Interpretation der Daten ist an dieser Stelle wichtig zu wissen, dass diese übergeordneten Begriffe in weiteren Erhebungsschritten noch ausdifferenziert wurden. Insofern sind es eigentlich nicht 295 Angebote, die bereitgestellt werden, sondern vielmehr 295 Themenfelder der Kulturellen Bildung beziehungsweise Programmschwerpunkte, die von den befragten Einrichtungen bearbeitet werden. Hierunter fallen dann natürlich noch einmal zahlreiche untergeordnete Angebote, die aufgrund ihrer Komplexität in diesem Bericht nicht abgebildet werden können. Von den insgesamt 295 Angebotsbereichen wurden 164 unterschiedlich benannt. 131 Angebote wurden wortwörtlich einheitlich in die Fragebogenmaske eingegeben, so dass hier ein Ranking möglich ist. Im Folgenden sind die zehn am häufigsten genannten Angebotsbereiche gelistet.

Tabelle 5: Anteil unterschiedlicher Formate an den genannten Angeboten der Kulturellen Bildung (gesamt N = 295)

Angebot	Anzahl	Anteil
Schulprojekte	18	6,10 %
Klassenfahrten	15	5,08 %
Führungen	13	4,41 %
Lesungen	13	4,41 %
Ausflüge	11	3,73 %
Aufführungen	10	3,39 %
Ferienfreizeiten	10	3,39 %
Projekte	10	3,39 %
Ausstellungen	7	2,37 %
Fortbildungen	7	2,37 %
...	...	...
Gesamt	295	100,00 %

Bei allen 295 Angeboten der Kulturellen Bildung wurde spezifiziert, ob es sich um Angebote zum *Ansehen*, *Anhören* oder zum *Mitmachen* handelt. 78 Prozent aller Angebote – und somit die Mehrheit – laden zum aktiven *Mitmachen* ein, so ein Ergebnis der Datenauswertung. Mehr als die Hälfte der Angebote (61 Prozent) sind außerdem akustisch und somit zum *Anhören* geeignet. Ebenfalls etwas mehr als die Hälfte der Angebote (57 Prozent) richten sich an die visuelle Wahrnehmung und sind zum *Ansehen* konzipiert. Aufgrund der Möglichkeit zu Mehrfachnennungen gibt es einige Angebote, die gleich mehrere Sinne ansprechen.

Tabelle 6: Anteil der Angebote an unterschiedlichen Segmenten (gesamt N = 295)

Segment	Anzahl	Anteil
Mitmachen	230	77,97 %
Anhören	180	61,02 %
Ansehen	167	56,61 %
Gesamt (N)	295	100,00 %

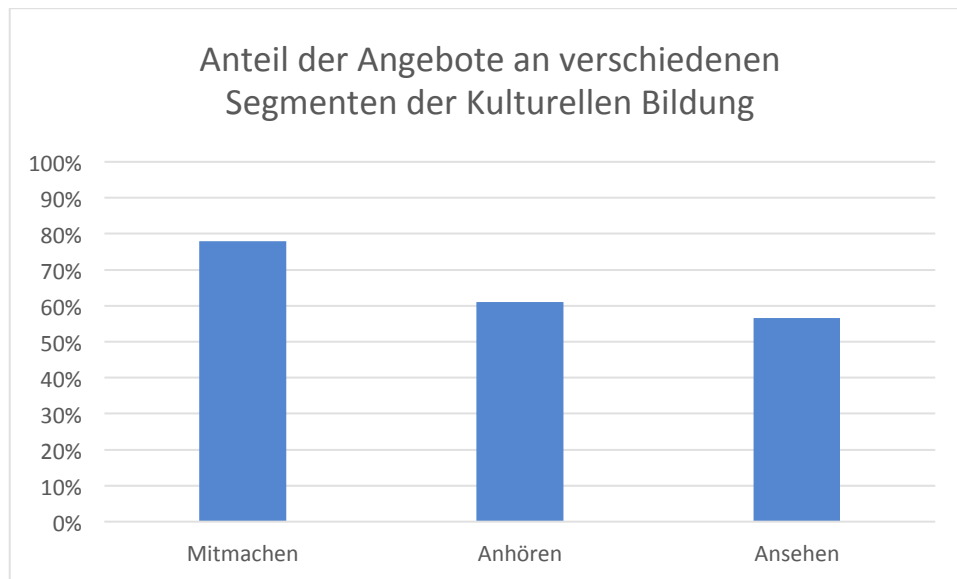


Abbildung 6: Anteil der Angebote an verschiedenen Segmenten der Kulturellen Bildung in Prozent (gesamt N = 295, Mehrfachnennungen möglich)

Von den insgesamt 295 Angeboten der Kulturellen Bildung entfallen 120 Angebote auf die teilnehmenden Bildungseinrichtungen und 109 Angebote auf die Kultureinrichtungen. Weitere 29 Angebote werden von Befragten bereitgestellt, die sich den Touristischen Leistungsträgern zuordnen. Ähnlich viele Angebote entfallen auf die Vereine (27). Auf Sonstige entfallen nur zehn der Angebote. Da die Teilnehmerzahl je nach Einrichtungsart stark variiert, können diese Zahlen nicht repräsentativ miteinander verglichen werden. Allerdings lässt sich errechnen, wie viele Angebote eine an der Befragung teilnehmende Einrichtung im Durchschnitt zur Verfügung stellt: Demnach bieten Kultureinrichtungen die meisten Angebote der Kulturellen Bildung an, gefolgt von den Bildungseinrichtungen und dahinter die Vereine und sonstige Einrichtungen. Am wenigsten Angebote stellen im Durchschnitt die Touristischen Leistungsträger zur Verfügung¹⁰.

¹⁰ Zu diesen Ergebnissen kommt man, wenn man die jeweilige Anzahl von Angeboten der Kulturellen Bildung pro Einrichtungsart durch die Anzahl der Teilnehmer der jeweiligen Einrichtungskategorie teilt. Demnach verfügen Kulturein-

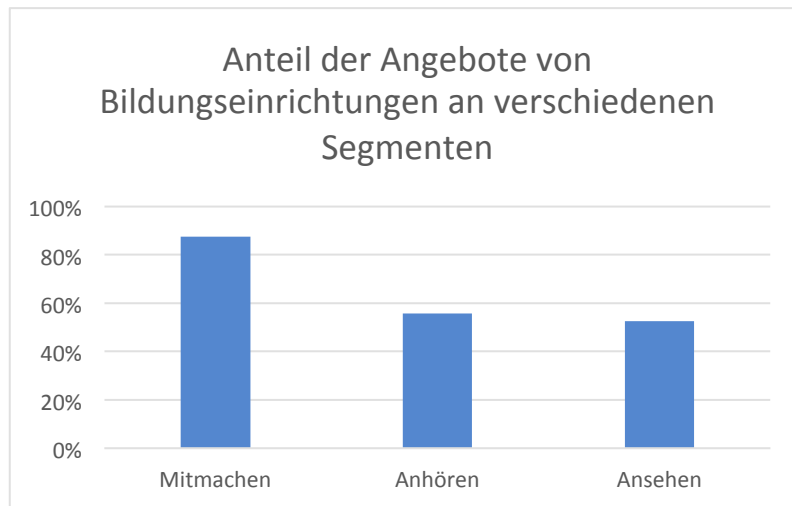
Tabelle 7: Anteil der Angebote nach Einrichtungsart an verschiedenen Segmenten (gesamt N = 295)

	Ansehen %	Ansehen absolut	Anhören %	Anhören absolut	Mitmachen %	Mitmachen absolut	Gesamt %	Gesamt absolut
Bildungs-einrichtung	37,72	63	37,22	67	45,65	105	40,68	120
Kultureinrichtung	32,93	55	35,56	64	35,22	81	36,95	109
Sonstige	1,8	3	1,11	2	3,91	9	3,39	10
Touristischer Leistungsträger	16,17	27	15,56	28	6,52	15	9,83	29
Verein	11,38	19	10,56	19	8,7	20	9,15	27
Gesamt	100	167	100	180	100	230	100	295

Im Folgenden wird noch einmal einzeln aufgezeigt, wie stark die drei Segmente *Mitmachen*, *Anhören* und *Ansehen* von den jeweiligen Einrichtungsarten bedient werden.

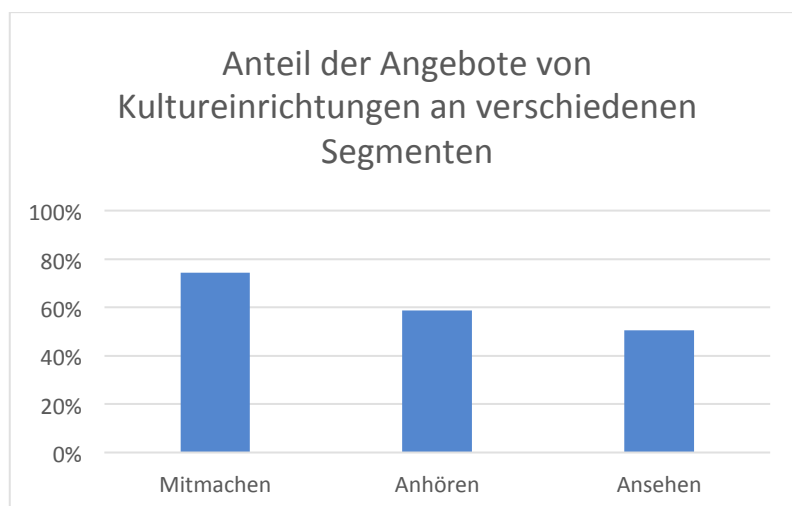
Bildungseinrichtungen bieten überdurchschnittlich häufig Angebote der Kulturellen Bildung an, die zum Mitmachen einladen (88 Prozent aller Angebote von Bildungseinrichtungen sind so konzipiert). Bei den Angeboten zum Anhören (56 Prozent) und Ansehen (53 Prozent) liegen sie allerdings leicht unter dem Gesamtdurchschnitt aller Angebote der Kulturellen Bildung.

richtungen im Durchschnitt über 4,95 Angebote der Kulturellen Bildung. Bildungseinrichtungen bieten im Mittel 4,6 Angebote an. Vereine verfügen im Mittel über 3,85 Angebote und Sonstige über 3,3 Angebote. Bei den Touristischen Leistungsträgern ergibt sich ein Wert von 2,6.



*Abbildung 7: Anteil der Angebote von Bildungseinrichtungen an verschiedenen Segmenten
(gesamt N = 120, Mehrfachnennungen möglich)*

Im Gegensatz zu den Bildungseinrichtungen bieten Kultureinrichtungen im Durchschnitt weniger Angebote an, die zum Mitmachen einladen (74 Prozent der Angebote sind zum Mitmachen konzipiert, während es bei den Bildungseinrichtungen 88 Prozent sind). Angebote zum Anhören (59 Prozent) sind dafür etwas häufiger vorhanden als bei den Bildungseinrichtungen, der Anteil ist aber niedriger als im Gesamtdurchschnitt aller Angebote. Nur die Hälfte aller Angebote (50 Prozent) ist ausdrücklich zum Ansehen konzipiert.



*Abbildung 8: Anteil der Angebote von Kultureinrichtungen an verschiedenen Segmenten
(gesamt N = 109, Mehrfachnennungen möglich)*

Im Vergleich mit den zuvor aufgeführten Einrichtungsarten ist bei Einrichtungen *sonstiger Art* der Mitmach-Faktor noch stärker ausgeprägt. 90 Prozent der genannten Angebote werden so klassifiziert. Im Gegensatz dazu sind die Anteile der Angebote zum Ansehen (30 Prozent) und Anhören (20 Prozent) deutlich niedriger – sowohl im Vergleich mit den Angeboten von Bildungseinrichtungen und Kultureinrichtungen als auch im Abgleich mit dem Gesamtdurchschnitt aller im Datensatz vertretenen Angebote kultureller Bildung. Einschränkend muss hier jedoch angemerkt werden, dass die Fallzahl sonstiger Einrichtungen im Datensatz sehr niedrig ist, so dass die hier ausgewiesenen Werte nur teilweise aussagekräftig sind. Dies gilt zum Beispiel nicht für die Bildungs- und Kultureinrichtungen, deren Fallzahlen deutlich höher sind.

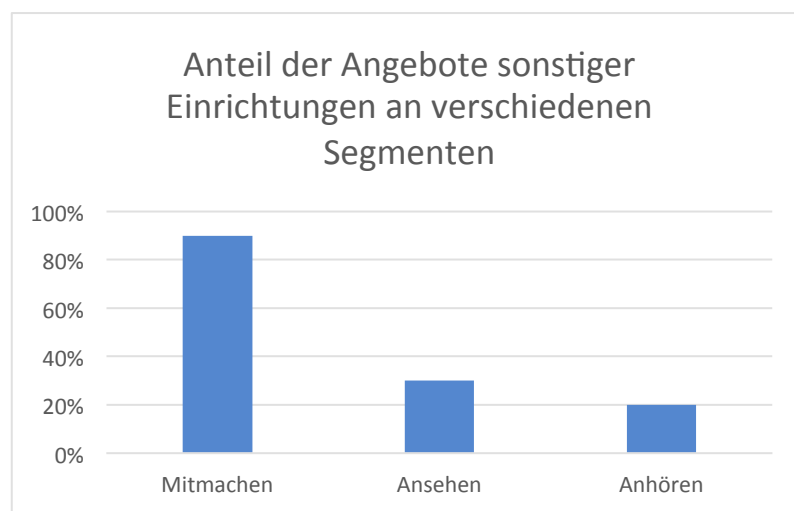


Abbildung 9: Anteil der Angebote sonstiger Einrichtungen an verschiedenen Segmenten
(gesamt N = 10, Mehrfachnennungen möglich)

Interessante Ergebnisse lassen sich auch für die Touristischen Leistungsträger feststellen, die an der Umfrage teilgenommen haben. Anders als bei den anderen Einrichtungsarten steht das Mitmachen hier nicht im Vordergrund des Angebots. Nur 52 Prozent der Angebote und somit knapp die Hälfte lädt explizit zum Mitmachen ein. Fast alle Angebote sind im Gegensatz dazu zum Anhören (97 Prozent) und Ansehen (93 Prozent) konzipiert. Die Touristischen Leistungsträger sind im Datensatz als Ausreißer zu bewerten, deren Anteile verschiedener Segmente an den bereitgestellten Angeboten der Kulturellen Bildung sich stark von denen der anderen Einrichtungsarten und vom Gesamtdurchschnitt unterscheiden.

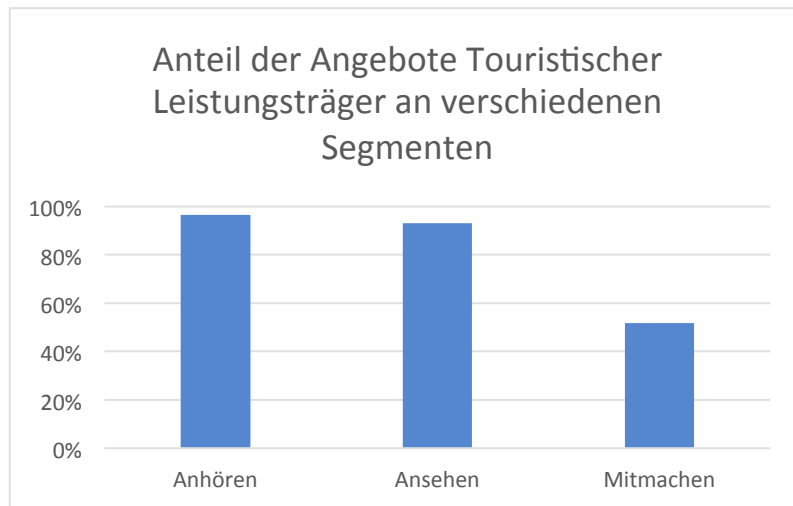


Abbildung 10: Anteil der Angebote Touristischer Leistungsträger an verschiedenen Segmenten
(gesamt N = 29, Mehrfachnennungen möglich)

Bei den Vereinen sind die Anteile sehr ausgeglichen. 74 Prozent aller genannten Angebote stehen zum Mitmachen bereit und jeweils 70 Prozent können angesehen und angehört werden. Im Vergleich zu allen Angeboten der Kulturellen Bildung liegt der Mitmach-Faktor bei den Vereinen etwas niedriger, dafür sind die Möglichkeiten zum Ansehen und Anhören deutlich stärker ausgeprägt als im Durchschnitt.

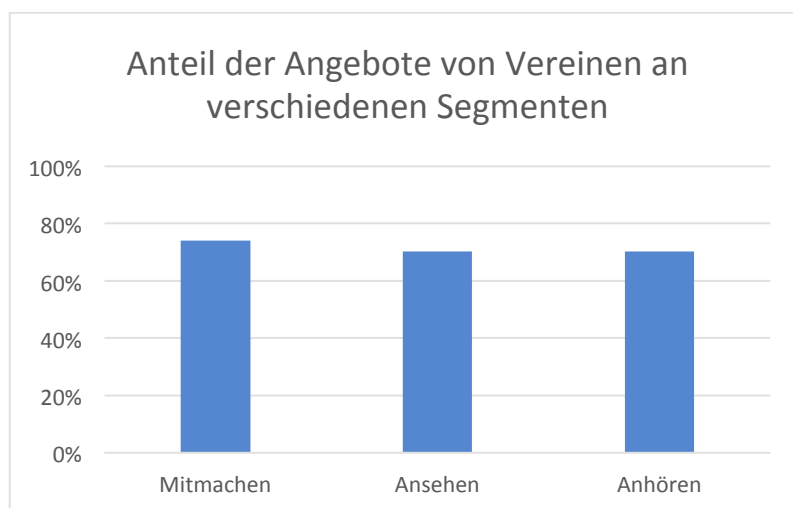


Abbildung 11: Anteil der Angebote von Vereinen an verschiedenen Segmenten
(gesamt N = 27, Mehrfachnennungen möglich)

Spartenzugehörigkeit der Angebote der Kulturellen Bildung

In diesem Auswertungsschritt der Bestandsaufnahme wird dargestellt, welchen Sparten die insgesamt 295 Angebote der Kulturellen Bildung zugeordnet sind: Fast die Hälfte aller Angebote ist demnach im Bereich *Musik, Theater und Tanz* angesiedelt. Dies ist demnach die Sparte mit den meisten Angeboten der Kulturellen Bildung in der Modellregion, basierend auf dem vorliegenden Datensatz. Knapp dahinter finden sich im Ranking Angebote der Sparte(n) *Umwelt, Bildung und Ernährung* sowie Angebote, der Bereiche *Geschichte und Museum*. Ebenfalls mehr als 100 Angebote der Kulturellen Bildung werden der *Kunst* und der *Erlebnispädagogik* zugewiesen. Auch *Naturwissenschaft und Technik, Literatur* und *Sonstiges* sind mit Anteilen, die zwischen 20 und 30 Prozent rangieren, noch relativ präsent, wenn auch bereits deutlich seltener vertreten als die Topsparten. Schlusslichter dieser Auswertung bilden die Sparten *Film und Fotografie* sowie *Digitale Medien*. Nur 16 bis 17 Prozent aller Angebote der Kulturellen Bildung in der Modellregion werden diesen Sparten zugeordnet.

Tabelle 8: Anteil der Angebote an verschiedenen Sparten (gesamt N = 295, Mehrfachnennungen möglich)

Sparte	Anzahl	Anteil
Musik / Theater / Tanz	143	48,47 %
Umwelt / Bildung / Ernährung	123	41,69 %
Geschichte / Museum	122	41,36 %
Kunst	112	37,97 %
Erlebnispädagogik	105	35,59 %
Naturwissenschaft / Technik	94	31,86 %
Literatur / Lesen	87	29,49 %
Sonstiges	70	23,73 %
Film / Fotografie	51	17,29 %
Digitale Medien	48	16,27 %
Gesamt (N)	295	100,00 %

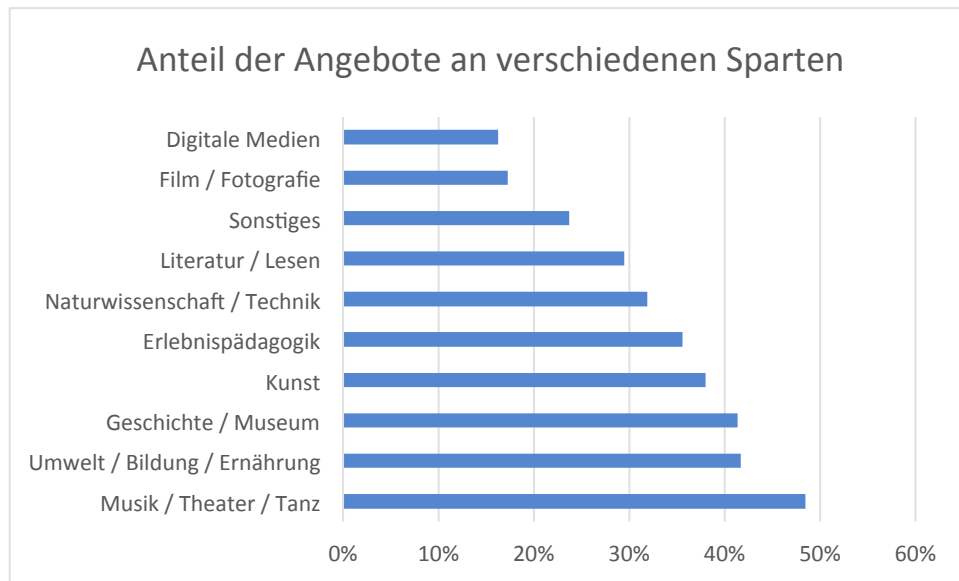


Abbildung 12: Anteil der Angebote an verschiedenen Sparten (gesamt N = 295, Mehrfachnennungen möglich)

Zielgruppen der Angebote der Kulturellen Bildung

Für jedes der insgesamt 295 Angebote der Kulturellen Bildung wurde angegeben, welche Zielgruppen damit erreicht werden. Am häufigsten werden *Schulklassen* und *Kinder* als Adressaten der Angebote genannt. Etwa 200 Angebote – und somit zwei Drittel der Gesamtheit – richten sich an diese Zielgruppen. Auch *Jugendliche*, die natürlich zum Teil in Schulklassen inbegriffen sind, können mehr als 60 Prozent der angebotenen Formate der Modellregion wahrnehmen. Etwas mehr als die Hälfte der Angebote (55 Prozent) richtet sich außerdem an *Erwachsene*. Immerhin mehr als ein Drittel aller Angebote (41 Prozent) ist auch für *Menschen mit Behinderung* nutzbar, ebenso wie für *Senioren* (40 Prozent). Menschen mit *Migrationshintergrund* und / oder *Geflüchtete* können an mehr als 100 der Angebote partizipieren (35 Prozent). Ähnlich viele Angebote richten sich an *Familien* beziehungsweise *Eltern-Kind* (34 Prozent). Nur etwa ein Fünftel aller Angebote ist hingegen auf *(Kultur-)Touristen* ausgerichtet (21 Prozent).

Tabelle 9: Anteil verschiedener Zielgruppen, die mit den Angeboten angesprochen werden (gesamt N = 295, Mehrfachnennungen möglich)

Zielgruppe	Anzahl	Anteil
Schulklassen	200	67,80 %
Kinder	199	67,46 %
Jugendliche	184	62,37 %
Erwachsene	163	55,25 %
Menschen mit Behinderung	121	41,02 %
Senioren	119	40,34 %
Migranten/Geflüchtete	102	34,58 %
Familien/Eltern-Kind	99	33,56 %
Kulturtouristen	63	21,36 %
Sonstige	27	9,15 %
N =	295	100,00 %

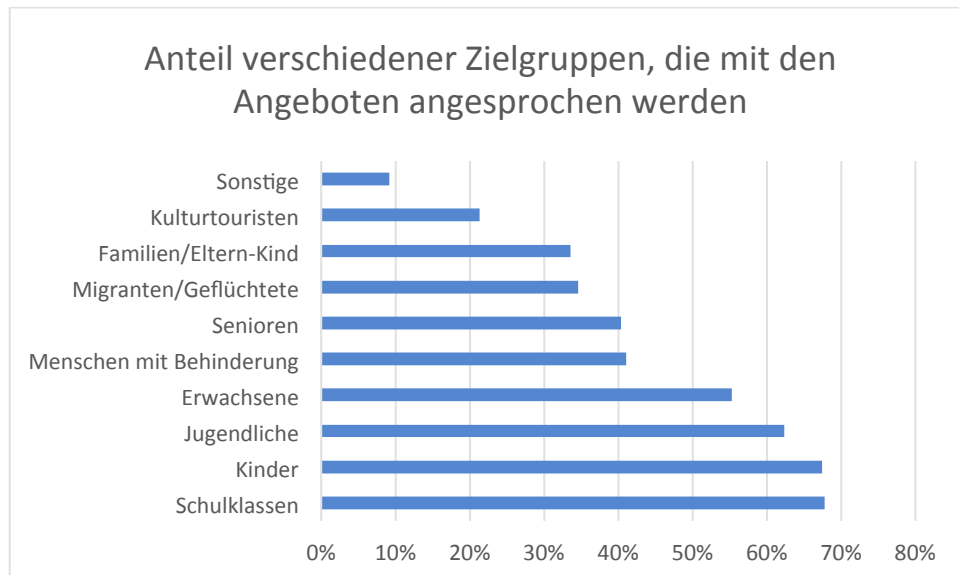


Abbildung 13: Anteil verschiedener Zielgruppen, die mit den Angeboten angesprochen werden (gesamt N = 295, Mehrfachnennungen möglich)

Die an der Befragung teilnehmenden Bildungseinrichtungen adressieren mit ihren Angeboten – übereinstimmend mit der Gesamtauswertung – in erster Linie Schulklassen und Kinder. Allerdings sind die jeweiligen Anteile mit 76 Prozent für Schulklassen und 70 Prozent für Kinder noch höher. Interessant ist allerdings, dass auf dem dritten Platz im Ranking nicht Jugendliche folgen, sondern Erwachsene. Jugendliche und Erwachsene werden aber insgesamt deutlich seltener als Adressaten der Angebote angegeben als im Gesamtdurchschnitt. Menschen mit Behinderung und Migranten/Geflüchtete werden nur knapp

halb so häufig als Adressaten von Angeboten der Kulturellen Bildung genannt als in der Gesamtheit aller Angebote. Dies gilt in noch stärkerem Ausmaß für Senioren¹¹. Nur 15 Prozent der Angebote von Bildungseinrichtungen richten sich an sie, während es in der Gesamtauswertung immerhin 40 Prozent sind. Fast gar nicht werden Kulturtouristen von den Angeboten der Bildungseinrichtungen angesprochen. Diese Zielgruppe ist hier deutlich seltener vertreten als im Gesamtranking, auch wenn sie dort ebenfalls den letzten Platz belegt (gemeinsam mit sonstigen Zielgruppen).

Tabelle 10: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Bildungseinrichtungen angesprochen werden (gesamt N = 120, Mehrfachnennungen möglich)

Zielgruppe	Anzahl	Anteil
Schulklassen	91	75,83 %
Kinder	84	70,00 %
Erwachsene	46	38,33 %
Jugendliche	39	32,50 %
Menschen mit Behinderung	27	22,50 %
Migranten/Geflüchtete	27	22,50 %
Familien/Eltern-Kind	21	17,50 %
Senioren	19	15,83 %
Sonstige	5	4,17 %
Kulturtouristen	3	2,50 %
Bildungseinrichtung N =	120	100,00 %

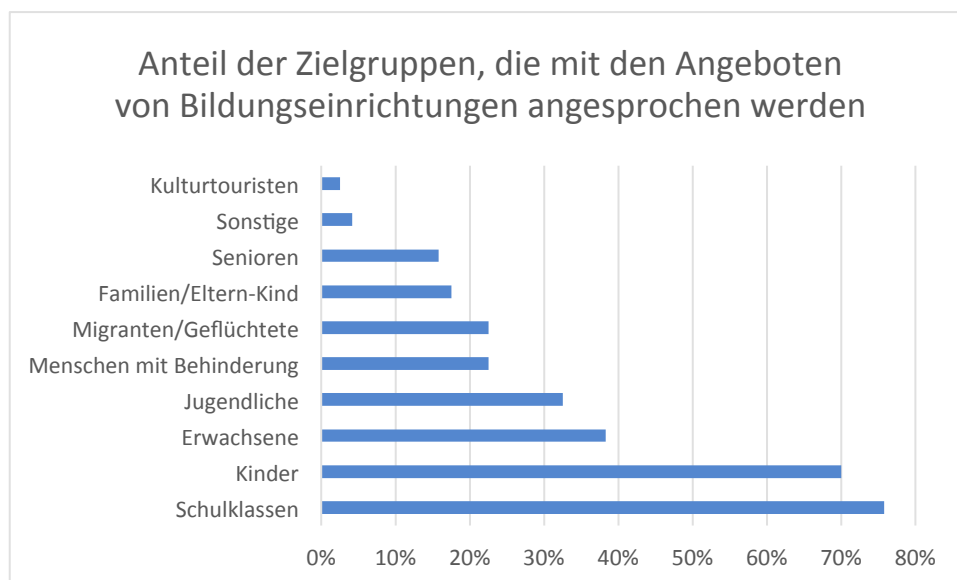


Abbildung 14: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Bildungseinrichtungen angesprochen werden (gesamt N = 120, Mehrfachnennungen möglich)

11 Dies ist in erster Linie damit zu erklären, dass es sich bei den Bildungseinrichtungen größtenteils um Schulen handelt, die naturgemäß keine Senioren adressieren.

Die Kultureinrichtungen fokussieren – anders als im Gesamtdurchschnitt und anders als die Bildungseinrichtungen – nicht in erster Linie Schulklassen und Kinder, sondern vor allem Jugendliche und Erwachsene mit ihren Angeboten der Kulturellen Bildung. Jugendliche werden mit 82 Prozent anteilig am stärksten von den Angeboten angesprochen (im Vergleich: Bildungseinrichtungen adressieren Jugendliche nur mit 33 Prozent ihrer Angebote), Erwachsene mit 65 Prozent Anteil am zweithäufigsten (auch hier ist der Unterschied zu den Bildungseinrichtungen gravierend, die mit nur 38 Prozent ihrer Angebote Erwachsene ansprechen). Ebenfalls häufiger als in der Gesamtheit und den Bildungseinrichtungen werden Senioren und Menschen mit Behinderung von Kultureinrichtungen adressiert. Kulturtouristen bilden zwar auch im Ranking der Kultureinrichtungen das Schlusslicht, werden aber mit knapp 25 Prozent der Angebote etwa zehnmal so häufig angesprochen wie von den Angeboten der Bildungseinrichtungen.

Tabelle 11: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Kultureinrichtungen angesprochen werden (gesamt N = 109, Mehrfachnennungen möglich)

Zielgruppe	Anzahl	Anteil
Jugendliche	89	81,65 %
Erwachsene	71	65,14 %
Schulklassen	62	56,88 %
Kinder	60	55,05 %
Senioren	58	53,21 %
Menschen mit Behinderung	49	44,95 %
Familien/Eltern-Kind	35	32,11 %
Migranten/Geflüchtete	33	30,28 %
Kulturtouristen	26	23,85 %
Sonstige	5	4,59 %
Kultureinrichtungen N =	109	100,00 %

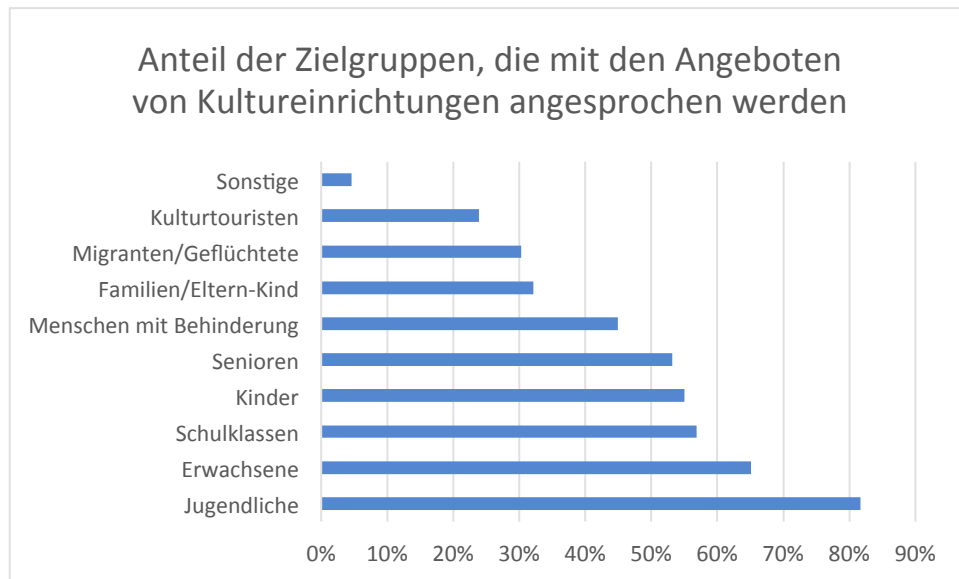


Abbildung 15: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Kultureinrichtungen angesprochen werden (gesamt N = 109, Mehrfachnennungen möglich)

Die Statistik zu den Zielgruppen, die mit den Angeboten der Kulturellen Bildung von sonstigen Einrichtungen adressiert werden, ist erneut nur teilweise aussagekräftig, da die Fallzahl sehr gering ist (gesamt N = 10). Die nachstehenden Werte lassen sich demnach nur als eventuellen Trend deuten, der mit aussagekräftigeren Daten bestätigt werden müsste. Demnach erreichen sonstige Einrichtungen vor allem Jugendliche und zwar mit allen ihren Angeboten (100 Prozent). Insbesondere Senioren und Migranten/Geflüchtete werden deutlich häufiger adressiert als von anderen Einrichtungsarten (jeweils 70 Prozent der Angebote adressieren diese Zielgruppen). Ebenfalls vergleichsweise häufig werden Familien/Eltern-Kind und Menschen mit Behinderung mit den Angeboten angesprochen.

Tabelle 12: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Sonstigen angesprochen werden (gesamt N = 10, Mehrfachnennungen möglich)

Zielgruppe	Anzahl	Anteil
Jugendliche	10	100,00 %
Kinder	8	80,00 %
Schulklassen	7	70,00 %
Senioren	7	70,00 %
Migranten/Geflüchtete	7	70,00 %
Erwachsene	6	60,00 %
Familien/Eltern-Kind	6	60,00 %
Menschen mit Behinderung	5	50,00 %
Kulturtouristen	2	20,00 %
Sonstige	1	10,00 %
Sonstige N =	10	100,00 %

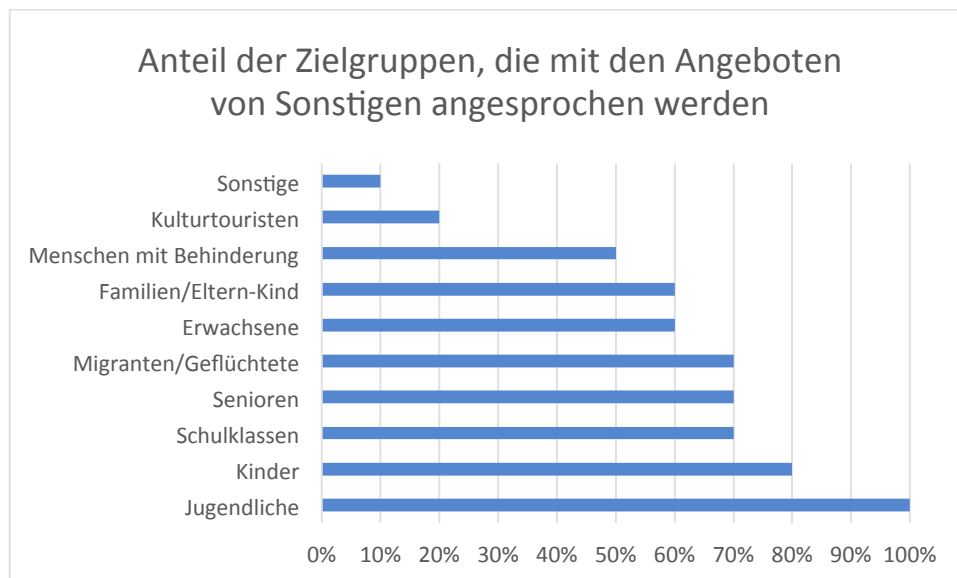


Abbildung 16: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Sonstigen angesprochen werden (gesamt N = 10, Mehrfachnennungen möglich)

Die Angebote der Kulturellen Bildung von Touristischen Leistungsträgern scheinen weniger zielgruppenspezifisch zu sein als die Angebote anderer Einrichtungsarten. Das Gefälle der jeweiligen Anteile variiert hier nicht so stark. Trotzdem lässt sich feststellen, dass Kinder anteilig am häufigsten mit den Angeboten der Kulturellen Bildung angesprochen werden (93 Prozent). Ebenfalls besonders häufig werden Jugendliche, Schulklassen und Menschen mit Behinderung mit den Angeboten von Touristischen Leistungsträgern adressiert. Interessant ist, dass Menschen mit Behinderung und Migranten/Geflüchtete anteilige häufiger adressiert werden als Erwachsene im Allgemeinen (86 Prozent und 83 Prozent versus 79 Pro-

zent). Vergleichsweise häufig werden auch Senioren und Kulturtouristen adressiert, mit jeweils mehr als der Hälfte der Angebote (72 Prozent und 66 Prozent).

Tabelle 13: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Touristischen Leistungsträgern angesprochen werden (gesamt N = 29, Mehrfachnennungen möglich)

Zielgruppe	Anzahl	Anteil
Kinder	27	93,10 %
Jugendliche	25	86,21 %
Schulklassen	25	86,21 %
Menschen mit Behinderung	25	86,21 %
Migranten/Geflüchtete	24	82,76 %
Erwachsene	23	79,31 %
Familien/Eltern-Kind	23	79,31 %
Senioren	21	72,41 %
Kulturtouristen	19	65,52 %
Sonstige	9	31,03 %
Touristische Leistungsträger N =	29	100,00 %

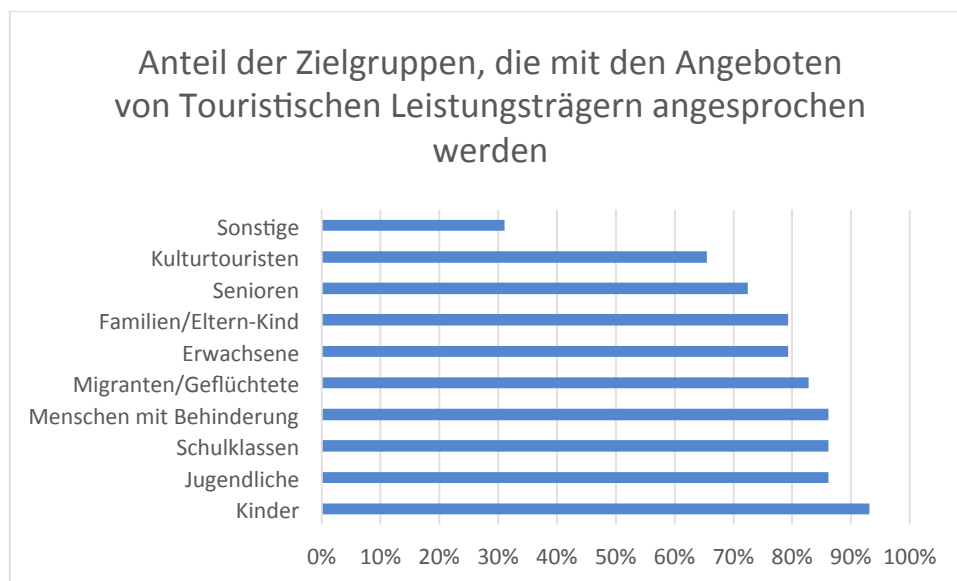


Abbildung 17: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Touristischen Leistungsträgern angesprochen werden (gesamt N = 29, Mehrfachnennungen möglich)

Die Vereine schließlich, die an der Befragung teilgenommen haben, sprechen mit ihren Angeboten vor allem Jugendliche und Kinder an (78 Prozent Anteil und 74 Prozent Anteil). Erwachsene werden mit den Angeboten der Vereine etwas häufiger angesprochen als im Gesamtdurchschnitt, Schulklassen hingegen

etwas seltener. Mehr als die Hälfte der Angebote richtet sich an Menschen mit Behinderung, Senioren und Familie/Eltern-Kind. Kulturtouristen und Migranten/Geflüchtete werden anteilig deutlich häufiger mit den Angeboten angesprochen als im Gesamtdurchschnitt, auch wenn sie hier am Ende des Rankings stehen.

Tabelle 14: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Vereinen angesprochen werden (gesamt N = 27, Mehrfachnennungen möglich)

Zielgruppe	Anzahl	Anteil
Jugendliche	21	77,78 %
Kinder	20	74,07 %
Erwachsene	17	62,96 %
Schulklassen	15	55,56 %
Menschen mit Behinderung	15	55,56 %
Senioren	14	51,85 %
Familien/Eltern-Kind	14	51,85 %
Kulturtouristen	13	48,15 %
Migranten/Geflüchtete	11	40,74 %
Sonstige	7	25,93 %
Verein N =	27	100,00 %

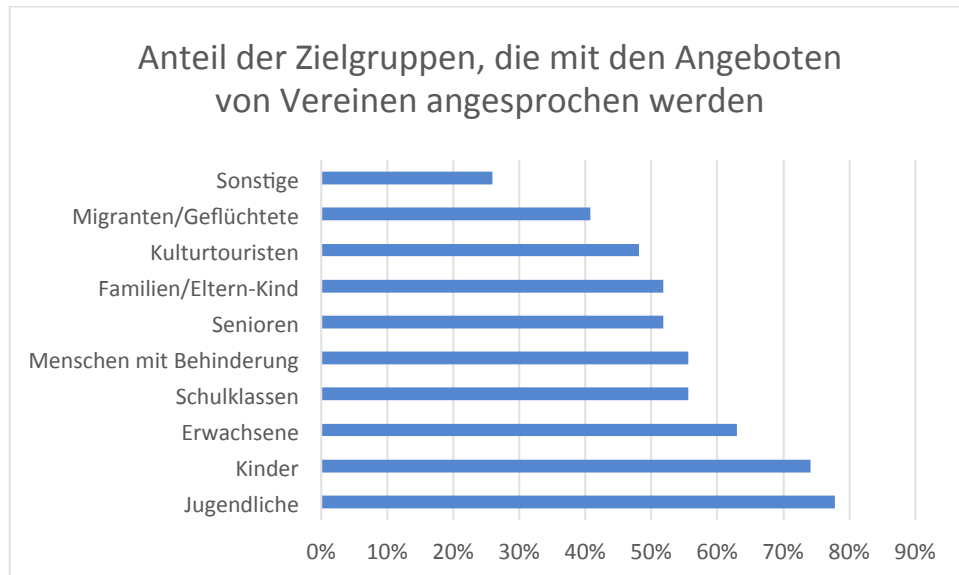


Abbildung 18: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Vereinen angesprochen werden (gesamt N = 27, Mehrfachnennungen möglich)

3.3 Zwischenergebnisse der Bestandsaufnahme

- 167 Akteure wurden zur Teilnahme an der Befragung eingeladen. 69 davon haben den Online-Fragebogen beendet. Das entspricht einer Ausschöpfungsquote von 41 Prozent.
- An der Befragung haben vor allem Bildungseinrichtungen (38 Prozent) und Kultureinrichtungen (32 Prozent) teilgenommen. Deutlich seltener – aber immer noch relevant für die Auswertung – haben die sogenannten Touristischen Leistungsträger (16 Prozent) und Vereine (10 Prozent) an der Studie partizipiert.
- Kulturelle Bildung und sonstige Tätigkeitsbereiche sind die mit Abstand am häufigsten genannten Sparten, in denen die Fragebogenteilnehmer aktiv sind.
- Die große Mehrheit der im Datensatz befindlichen Teilnehmer (68 Prozent) gibt an, in öffentlicher Trägerschaft organisiert zu sein. Etwa ein Viertel der Befragten agiert privat-gemeinnützig (25 Prozent). Nur fünf Teilnehmer geben an, privatwirtschaftlich aufgestellt zu sein (7 Prozent).
- Insgesamt nannten die befragten Akteure 295 übergeordnete Angebote der Kulturellen Bildung, die sie in der Modellregion bereitstellen. Im Durchschnitt stellt damit jeder Befragte etwas mehr als vier Angebote zur Verfügung.
- 78 Prozent aller Angebote – und somit die Mehrheit – laden zum aktiven *Mitmachen* ein. Mehr als die Hälfte der Angebote sind zum *Anhören* (61 Prozent) oder *Ansehen* (57 Prozent) geeignet.
- Fast die Hälfte aller Angebote ist im Bereich Musik, Theater und Tanz angesiedelt. Besonders viele Angebote gibt es auch in den Sparten Umwelt, Bildung und Ernährung sowie Geschichte und Museum.
- Film und Fotografie sowie Digitale Medien sind stark unterrepräsentiert.
- Am häufigsten werden Schulklassen und Kinder als Adressaten der Angebote genannt. Weniger als die Hälfte der Angebote richtet sich an Senioren, Menschen mit Behinderung und Migranten/Geflüchtete

3.4 Untersuchung von Korrelationen

Abschließend werden noch einige Zusammenhänge zwischen den einzelnen Auswertungen der Bestandsaufnahme unter die Lupe genommen. In der nachfolgenden Tabelle wird ersichtlich, inwieweit die Sparte, in der ein Akteur tätig ist, im Zusammenhang mit der Art der Förderung steht, die er für seine Arbeit erhält. Die Tabelle zeigt beispielsweise, dass drei Akteure, die im Bereich Bildende Kunst aktiv sind, eine institutionelle Förderung erhalten. Drei weitere Akteure der Bildenden Kunst erhalten institutionelle UND projektbezogene Förderung. Keiner dieser Akteure erhält wiederum ausschließlich projektbezogene Förderung. Sechs der Akteure – und somit die Hälfte von insgesamt zwölf Befragten, die in der Sparte Bildenden Kunst aktiv sind – geben an, dass sie keine öffentliche Förderung erhalten. Insgesamt kann aus dieser Auswertung geschlossen werden, dass die Verteilung der Fördermittel spartenunabhängig ist. Dies belegt die sogenannte G-test-Statistik.

Log likelihood ratio (G-test) test of independence without correction

$G = 27.584$, $X\text{-squared } df = 27$, $p\text{-value} = 0.4326$

G-Unabhängigkeitstest nach Sparten:

Tabelle 15: Zusammenhang zwischen Kultursparte und Förderstruktur (gesamt N = 69)

Kultursparte	1	2	3	4	G-Test Statistik	p-value	df
Bildende Kunst	3	3	0	6	4,53	0,21	3
Darstellende Kunst	2	2	1	6	0,38	0,95	3
Film	0	0	0	0	0	1	3
Kulturelle Bildung	8	6	6	14	2,15	0,54	3
Kulturelles Erbe	4	4	4	2	9,61	0,02	3
Kunsthandwerk und Design	1	3	3	1	7,72	0,05	3
Literatur	1	3	1	7	2,14	0,54	3
Musik	4	2	0	8	5,64	0,13	3
Soziokultur	2	2	4	3	4,81	0,19	3
Spartenübergreifend	2	3	3	4	2,26	0,52	3

Legende:

1	2	3	4
Ja, ich erhalte institutionelle Förderung	Ja, ich erhalte institutionelle UND projektbezogene Förderung	Ja, ich erhalte projektbezogene Förderung	Nein, ich erhalte keine öffentliche Förderung

4 Ergebnisse der Quantitativen Netzwerkanalyse

Zur Methode der Netzwerkanalyse

Soziale Netzwerke rücken nicht zuletzt durch die steigende Popularität einschlägiger Vernetzungsplattformen im Internet seit einiger Zeit immer stärker in das Bewusstsein der Öffentlichkeit. In den Sozialwissenschaften sind sie dagegen schon seit Jahrzehnten Gegenstand eines innovativen, dynamischen Forschungsfeldes – der *sozialen Netzwerkanalyse* (kurz: SNA). Im Gegensatz zur klassischen Sozialforschung nimmt sie nicht Akteure, sondern die Beziehungen zwischen ihnen in den Blick und eröffnet somit den Blick auf die sozialen Strukturen, in denen sich Menschen tagtäglich bewegen. Akteure, das heißt einzelne Personen, aber auch kollektive Akteure (wie Kulturorganisationen), werden dabei verstanden als eingebettet in ein Geflecht aus Beziehungen, welches sich zum Beispiel auf die Verfügbarkeit von Informationen auswirken und Handlungsmöglichkeiten eröffnen oder verschließen kann.

Zur Untersuchung von Organisations- und Politiknetzwerken wird häufig die Gesamtnetzwerkanalyse angewendet. Zur Betrachtung von Gesamtnetzwerken werden alle direkten und indirekten Beziehungen gemessen, die zwischen einer definierten Menge von Akteuren bestehen. In einigen Fällen werden zusätzlich Attribute der untersuchten Akteure erhoben. Der Untersuchungsschwerpunkt liegt auf allgemeineren Beziehungsmustern und Strukturen, die sich im Netzwerk abzeichnen. In diesem Zusammenhang interessieren Gruppenbildungen in Form von Clustern und Cliques sowie fehlende Beziehungen, also strukturelle Lücken, zwischen diesen Formationen. Die Berechnung von Maßzahlen auf der Akteurebene (zum Beispiel Zentralitäten), auf der Beziehungsebene (eindimensionale Relationen versus multiplexe Relationen) und der Netzwerkebene (zum Beispiel Dichte) reduziert die Komplexität bei der Analyse von Netzwerken, die über eine mit dem bloßen Auge kaum mehr zu erfassende Menge von Knoten verfügen.

Gesamtnetzwerkanalyse

Für die Durchführung einer Gesamtnetzwerkanalyse ist eine Liste vonnöten, die möglichst alle dem Netzwerk angeschlossenen Akteure umfasst. Den Befragten kann diese Liste per Fragebogen oder Interview vorgelegt werden, damit diese für jeden Akteur ankreuzen können, ob sie mit diesem eine Relation unterhalten, welcher Art die Beziehung ist und welcher Intensität. Um vorab den Kreis der Befragten einzugrenzen, sind drei unterschiedliche Forschungsstrategien zu beachten, die zur Erfassung der Untersuchungspopulation eingesetzt werden können. Hierzu zählen neben dem realistischen Ansatz der nominalistische Ansatz und das Snowball Sampling. Während beim realistischen Ansatz die Abgrenzung aus dem Feld erfolgt (zum Beispiel eine Schulklasse, eine Fußballmannschaft oder alle Mitarbeiter eines

Unternehmens), trifft der Forscher im Rahmen des nominalistischen Ansatzes eine Auswahl anhand eines Kriteriums, welches eine valide Selektion ermöglicht. Dies könnte bspw. ein Hierarchie- (nur Museumsdirektoren) oder ein Leistungsmerkmal (die umsatzstärksten Museen) sein. Wenn über das Forschungsfeld wenig bekannt ist, dann bietet sich das Schneeball-Verfahren an. Auf diese Weise wird ein kaum bekanntes Netzwerk basierend auf einer ersten Auswahl von zu befragenden Akteuren über deren weitere Akteursnennungen sukzessive ausgeweitet bis ein Sättigungspunkt erreicht ist und bestimmte Akteure und Beziehungen sich als maßgeblich für das Netzwerk erwiesen haben. Für die Modellregion wurde eine Kombination aus realistischem und nominalistischem Ansatz gewählt.

Spezifische Charakteristika einer quantitativen Netzwerkanalyse

Eine gängige Methode der Erhebung quantitativer Netzwerkdaten ist der schriftliche Fragebogen. In diesem Fall wird allen Akteuren eines Gesamtnetzwerks eine Liste mit den Namen der zum Netzwerk gehörenden Akteure vorgelegt. In dieser Liste müssen die Befragten ankreuzen, ob sie eine Beziehung zu den anderen Akteuren unterhalten und welcher Art diese Beziehung ist. Bei zunehmender Anzahl von Akteuren ist jedoch mit einer abnehmenden Bereitschaft der Befragten zu rechnen, die Liste vollständig auszufüllen. Da eine Gesamtnetzwerkabfrage jedoch auf eine hohe Rücklaufquote angewiesen ist, muss ein Weg gefunden werden, um die zur Befragung aufgeforderten Akteure zum Ausfüllen der Fragebogen-Items zu motivieren.

Zum Mehrwert einer Netzwerkanalyse

Mittels einer Netzwerkanalyse können die folgenden Teilziele erreicht werden:

- Die Visualisierung der Kerninteraktionen zwischen relevanten Stakeholdern verschiedener Sektoren (Informationsfluss und entsprechende *weiße Flecken*)
- Die Identifikation wichtiger Akteure, deren Einfluss bislang gegebenenfalls unterschätzt wurde
- Schlussfolgerungen zu Macht, Zentralität und Einfluss bestimmter Akteure sowie über Schwachstellen im Netzwerk
- Identifikation der *Broker* des Netzwerks (also Personen, über welche die kürzesten Pfaddistanzen im Netzwerk verlaufen, so dass sie verschiedene Cluster / Cliquen miteinander verbinden und strukturelle Löcher überbrücken)
- Darstellung der Richtung bestimmter *Flows* im Netzwerk (einseitige / gerichtete Beziehung versus wechselseitige / reziproke Beziehung)

- Definition der Intensität von Beziehungen (Unterscheidung in *stark*, *mittel*, *schwach*) und entsprechende Visualisierung der Relationen im Netzwerk
- Farbliche Unterscheidung der Zugehörigkeiten zu Sektoren und somit Bestimmung der Interaktionen zwischen unterschiedlichen Sektoren auf der Makro-Ebene

Ziel der Datenerhebung war die Konstruktion eines Kommunikationsnetzwerks zwischen den maßgeblichen Akteuren der Kulturellen Bildung der Modellregion. Auf Grundlage der Nennung von Kommunikationspartnern der Befragten, die durch einen sogenannten Namensgenerator¹² erfasst wurden, konnte zunächst ein Gesamtnetzwerk erstellt werden. In der Folge wurde aus diesem noch einmal ein Kernnetzwerk extrahiert.

Um die Ausführungen der nachfolgenden Analysekapitel besser verstehen zu können, sind in der nächsten Tabelle die wichtigsten Begriffe der Netzwerkanalyse aufgelistet und jeweils mit einer Erläuterung versehen. Die Tabelle kann genutzt werden, um die strukturellen Begebenheiten des Feldes der Kulturellen Bildung netzwerkanalytisch fundierter einordnen und interpretieren zu können.

Tabelle 16: Zentrale Begriffe der Netzwerkanalyse

Maßzahl / Konzept	Erläuterung / Interpretation
Knoten	Einzelne Akteure werden als Netzwerkknoten dargestellt, die in der Regel mit anderen Knoten verbunden sind
Kanten	Verbindungslinien, die zwischen Akteuren gezogen werden und eine Relation, in diesem Fall eine Kommunikationsbeziehung, symbolisieren
gerichtete Beziehung	Eine Beziehung, die per Pfeilrichtung einen <i>Flow</i> darstellt (von A nach B oder umgekehrt)
ungerichtete Beziehung	Eine Beziehung ohne Pfeilrichtung, wenn keine Gewichtung vorgenommen werden kann
Reziprozität	Eine Sozialbeziehung ist reziprok, wenn sie in beide Richtungen (von A zu B und umgekehrt) läuft, also wechselseitig erwidert wird
Pfad; Pfaddistanz	Wege, die (gegebenenfalls indirekt über andere Akteure) überbrückt werden müssen, um andere Knoten zu erreichen
Homophilie	Homophilie steht für die Tendenz zur Bildung von sozialen Beziehungen zwischen Akteuren mit ähnlichen Einstellungen oder mit ähnlichen Attributen – auf diese Weise entstehen auch Cliquen
Cutpoints	Brückenakteure, die verschiedene Teile des Netzwerks miteinander verbinden. D.h., wenn man einen Cutpoint aus dem Graphen entfernt, <i>zerschneidet</i> man damit das Netzwerk in zwei oder mehrere Komponenten – daher der Name.
Sinks	Sinks sind Akteure, die nur eingehende, aber keine ausgehenden Beziehungen haben (können). Im vorliegenden Fall ist die Anzahl der Sinks im Gesamtnetzwerk recht hoch, weil ein größerer Teil der Akteure zwar als Kommunikationspartner genannt wurde, jedoch selbst nicht an der Befragung teilgenommen hat. Damit

12 Die Frage, die den Teilnehmern der Online-Netzwerkanalyse eingangs gestellt wurde, lautete: *In Ihrem Alltag müssen Sie sich regelmäßig mit anderen Akteuren austauschen, um künstlerische und kulturpolitische Ziele zu erreichen. Wenn Sie an das letzte halbe Jahr zurückdenken: Mit wem haben Sie über Angelegenheiten der Kulturellen Bildung gesprochen, die Ihnen wichtig waren? Bitte schauen Sie sich die nachstehende Liste an und wählen Sie die Akteure der Modellregion aus, mit denen Sie im Austausch standen.*

Maßzahl / Konzept	Erläuterung / Interpretation
	liegen für diese Akteure nur unvollständige, weil einseitige Informationen vor, die die Maßzahlen in eine gewisse Richtung verzerren. Deshalb wurden sie für die weitere Analyse des Kernnetzwerks ausgeschlossen.
Isolates	Isolates sind hier diejenigen Akteure, die zwar an der Befragung teilgenommen haben, jedoch beim ersten Namensgenerator selbst keine Kommunikationspartner genannt haben und auch nicht genannt wurden.
Degree	Anzahl aller Beziehungen, über die ein Akteur mit anderen Netzwerkknoten verbunden ist
In-Degree	Anzahl aller <i>eingehenden</i> Beziehungen, die ein Akteur unterhält (und damit Indikator für eine Machtposition)
Out-Degree	Anzahl aller <i>ausgehenden</i> Beziehungen, die ein Akteur aufweist (und damit ein Indikator für hohe Aktivität)
Closeness-Centrality	Angabe über den Anteil der Akteure des Netzwerks, die vom untersuchten Knoten erreicht werden können (Summe aller erreichbaren Knoten geteilt durch die Summe der Pfaddistanzen)
Betweenness-Centrality	Kalkulation des Anteils aller kürzesten Pfaddistanzen zwischen Akteurspärchen, die über den untersuchten Netzwerkknoten verlaufen. Aus diesem Grund gilt das Maß als am aussagekräftigsten für die Identifikation von Brokern / Mittlern
Brokerage	Das Konzept beschreibt das Überbrücken sogenannte <i>struktureller Löcher</i> , also ansonsten unverbundener Teilnetzwerke. Eine Broker-Position verspricht Informationsvorteile, wenn dadurch Zugang zu mehreren nicht-redundanten Teilnetzwerken gewährleistet wird
Burt's Constraint	Die strukturelle Definition der klassischen Brokerposition funktioniert über die Berechnung der strukturellen Autonomie (als Indikator für die Überbrückung struktureller Löcher). Die entsprechende Maßzahl hierfür ist Burt's constraint (je geringer der Wert, desto höher die strukturelle Autonomie)

4.1 Allgemeine Merkmale der Netzwerkstruktur

Insgesamt 55 (80 Prozent) der 69 Befragungsteilnehmer machten Angaben zu Netzwerkbeziehungen. 52 Teilnehmer gaben Kontakte der letzten sechs Monate an. 24 Teilnehmer machten außerdem Angaben zu mindestens einer zukünftig angestrebten Kooperation (siehe Tabelle).

Tabelle 17: Anzahl von Teilnehmern, die Angaben zu Netzwerkbeziehungen gemacht haben (gesamt N = 69)

Beziehungstyp	Anzahl	Anteil in %
alle Kontakte	55	79,71
vergangene Kontakte	52	75,36
zukünftige Kontakte	24	34,78
Gesamt	69	100

Von den insgesamt 281 Akteuren¹³, die im Gesamtnetzwerk vorhanden sind, wurden 230 als Kommunikationspartner genannt. Von diesen 230 Kommunikationspartnern wurden wiederum 220 als Partner der letzten 6 Monate genannt und 103 Akteure, mit denen wenigstens ein anderer Akteur künftig kooperieren möchte (siehe hierzu die nachstehende Tabelle).

Tabelle 18: Anzahl verschiedener Netzwerkbeziehungen des Gesamtnetzwerks (gesamt N = 281)

Beziehungstyp	Anzahl	Anteil in %
alle Kontakte	230	81,85
vergangene Kontakte	220	78,29
zukünftige Kontakte	103	36,65
Gesamt	281	100

Nahezu zwei Drittel der genannten Akteure gehören den mit Abstand größten Gruppen *Kita* und *Bildungseinrichtung* an. *Kultureinrichtungen* und *Vereine* werden gleich häufig genannt und machen jeweils 13 Prozent der genannten Akteure aus. *Sonstige* und *Freischaffende Künstler*¹⁴ werden selten genannt.

Tabelle 19: Anzahl Kommunikationspartner der letzten sechs Monate nach Einrichtungsart (gesamt N = 220)

Kategorie	Anzahl	Anteil in %
Kita	72	32.73
Bildungseinrichtung	69	31.36
Kultureinrichtung	28	12.73
Verein	28	12.73
Touristischer Leistungsträger	17	7.73
Freischaffender Künstler	3	1.36
Sonstige	3	1.36
Gesamt	220	100

Im Mittel werden *Touristische Leistungsträger* am häufigsten von anderen als Partner genannt (In-Degree = 7,41). *Kultureinrichtungen* hingegen geben jeweils am meisten Partner an (Out-Degree = 10,19). Neben diesen beiden Gruppen verfügen auch *Sonstige* Akteure durchschnittlich über viele Kon-

13 Im Gesamtnetzwerk befinden sich 281 Akteure. Diese setzen sich zusammen aus den 69 Teilnehmern, die den Fragebogen ausgefüllt haben und den Akteuren, die von den 55 Teilnehmern, welche Angaben über ihre Beziehungen gemacht haben, genannt wurden. Ein Akteur muss nicht an der Befragung teilgenommen haben, um genannt worden zu sein.

14 Dies ist jedoch damit zu erklären, dass in der Listenauswahl der Befragung nur sehr wenige freischaffende Künstler zur Auswahl standen. Die Daten sollen an dieser Stelle nicht fehlinterpretiert werden: Freischaffende Künstler spielen vermutlich eine tragende Rolle im Feld der Kulturellen Bildung, auch wenn dies aus methodischen Gründen nicht abgebildet werden konnte.

takte. Freischaffende Künstler und Kitas haben keine Beziehungen angegeben¹⁵. Die sehr hohen Standardabweichungen zeigen, dass die Anzahl der jeweiligen Beziehungen sehr stark variiert. Der Degree von Akteuren in sozialen Kommunikationsnetzwerken folgt häufig einer sogenannten *Power-Law-Verteilung* (siehe die folgende Tabelle).

Tabelle 20: Mittelwerte der Anzahl von Beziehungen unterschiedlicher Einrichtungsarten

Kategorie	Degree (Mean)	Degree (SD)	In-Degree (Mean)	In-Degree (SD)	Out-Degree (Mean)	Out-Degree (SD)
Kultureinrichtung	15,25	19,05	5,06	4,79	10,19	15,83
Touristischer Leistungsträger	14,71	10,95	7,41	4,35	7,29	11
Bildungseinrichtung	6,46	8,51	3,47	2,92	2,99	8,3
Sonstige	12,75	7,54	5	3,74	7,75	6,85
Verein	2,04	4,01	1,13	1,15	0,91	3,39
Kita	1,42	1,46	1,42	1,46	0	0
Freischaffender Künstler	1,67	0,58	1,67	0,58	0	0
Gesamt	5,57	10,06	2,78	3,25	2,78	8,39

4.2 Strukturanalyse des Gesamtnetzwerks

Allgemeine Kennzahlen

Das Gesamtnetzwerk umfasst 785 gerichtete Beziehungen¹⁶ und 281 Akteure. ~1 Prozent aller möglichen Beziehungen sind durch die Netzwerkstruktur abgedeckt. Abgesehen von 57 isolierten Akteuren¹⁷ werden alle Akteure durch die Netzwerkstruktur verknüpft. Die maximale Pfaddistanz zwischen zwei Akteuren beträgt 5 und im Durchschnitt sind die Akteure ~2,84 Kontakte¹⁸ voneinander entfernt. Dies bedeutet, dass sich die Akteure des Gesamtnetzwerks relativ nahestehen und einander gut erreichen können.

-
- 15 Dies hat den Grund, dass sie nicht nur Befragung eingeladen wurden, sondern lediglich in der Listenauswahl als Kommunikationspartner der Kulturellen Bildung den Befragten zur Verfügung standen.
- 16 Bei diesen 785 Beziehungen handelt es sich ausschließlich um Kontakte der Vergangenheit, nicht der Zukunft.
- 17 Entweder sie standen in der Auswahlliste und wurden nicht gewählt oder sie haben selbst keine Beziehungen angegeben und keine erhalten (zumindest keine Angabe über einen Kontakt in den vergangenen sechs Monaten).
- 18 Veranschaulichen kann man dies folgendermaßen: »Der Freund meines Freundes kennt i.d.R. denjenigen, den ich suche.«

Tabelle 21: Übersicht allgemeiner Strukturmaße des Gesamtnetzwerks

Strukturmaß	Wert
Anzahl der Knoten	281
Anzahl der Beziehungen	785
Netzwerkdichte	0.0099
Anzahl der Komponenten (ohne Isolates)	1
Anzahl Isolates	57
Maximale Pfaddistanz	5
Mittlere Pfaddistanz	2.8418

Zentralitätsmaße, Reziprozität und Transitivität/Clustering im Gesamtnetzwerk

Die nachstehende Tabelle gibt einen Überblick über Zentralitätsmaße, Reziprozität und Transitivität/Clustering im Gesamtnetzwerk. Es gibt keine starke Zentralisierung des In-Degrees und der Pfaddistanzen, was bedeutet, dass viele verschiedene Akteure ähnlich häufig genannt werden und sich jeder Akteur in ungefähr gleicher Entfernung zu allen anderen befindet. Out-Degree und Betweenness sind etwas stärker zentralisiert. 15 % aller Kooperationen beruhen auf Wechselseitigkeit. Das Netzwerk scheint sehr dezentral strukturiert zu sein, was die Aufmerksamkeitsverteilung beziehungsweise Popularität angeht. Außerdem haben die Akteure nahezu die gleichen Möglichkeiten / das gleiche Potential, Zugang zu neuen Kontakten zu erhalten.

Tabelle 22: Übersicht allgemeiner Zentralitätsmaße des Gesamtnetzwerks

Strukturmaß	Wert	SD ¹⁹
Mittlerer Degree	5,57	10,06
Mittlerer In-Degree	2,78	3,25
Mittlerer Out-Degree	2,78	8,39
Degree Zentralisierung	0,13	
In-Degree Zentralisierung	0,07	
Out-Degree Zentralisierung	0,23	
Betweenness Zentralisierung	0,19	
Closeness Zentralisierung	0,01	
Reziprozität	0,15	
globale Transitivität	0,17	
Mittlere lokale Transitivität	0,51	0,38

19 SD ist die Standardabweichung des durchschnittlichen Degrees. Sie ist mit 10 sehr hoch, sprich die Werte der einzelnen Degrees der Knoten sind stark gestreut und der Durchschnittswert verzerrt. Sehr deutlich wird dies beim Out-Degree: Es gibt demnach einige Akteure, die überdurchschnittlich viele Partner angegeben haben.

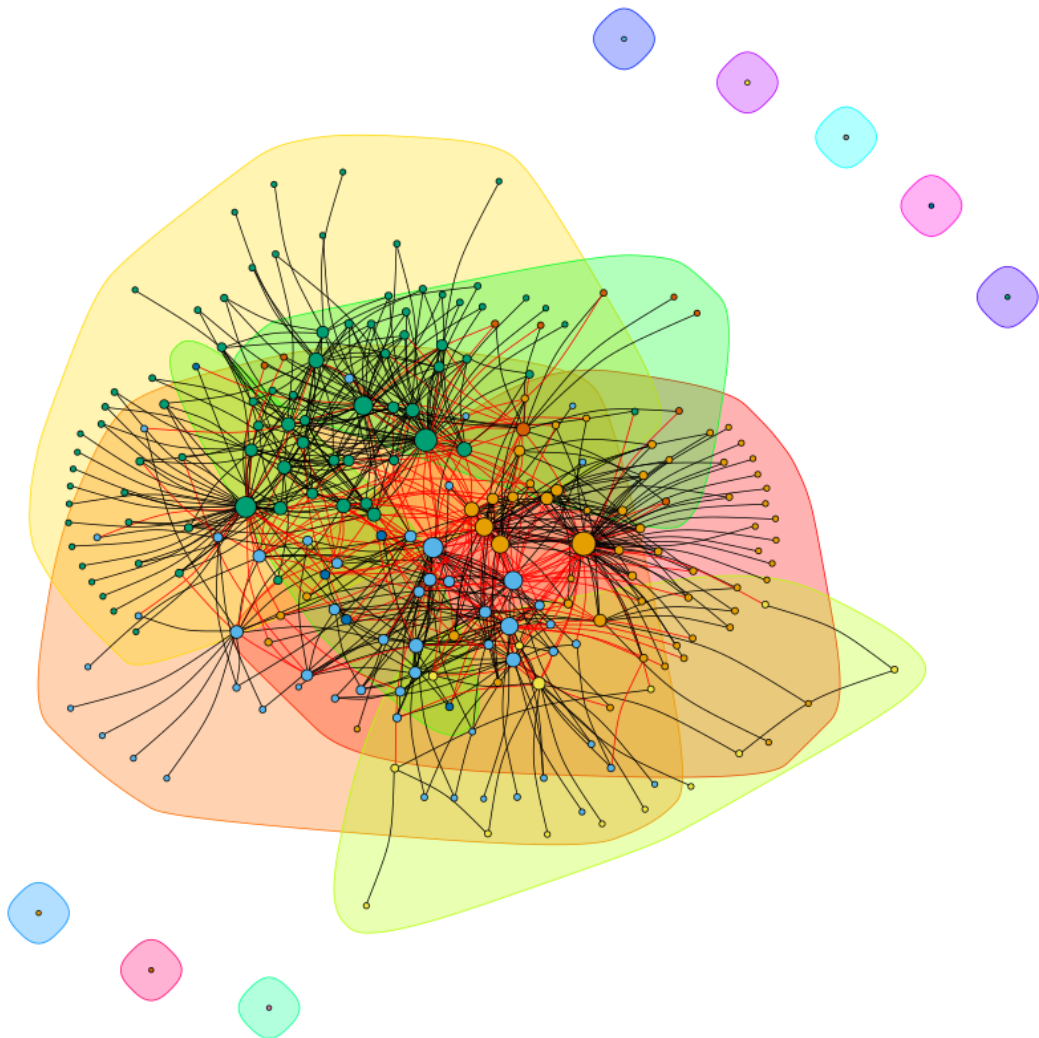


Abbildung 19: Gesamtnetzwerk mit Hervorhebung von communities

Die folgenden Tabellen geben einen Überblick über die jeweils zentralsten Akteure je Zentralitätsmaß beziehungsweise die Akteure mit der höchsten strukturellen Autonomie.

Nach Auswertung der Daten wird deutlich, dass das *Musikschule des Kyffhäuserkreises Carl Schroeder Konservatorium* über die meisten Netzwerkbeziehungen verfügt (insgesamt 77 Kommunikationsbeziehungen zu anderen Akteuren der Modellregion innerhalb eines Zeitraums von sechs Monaten). An zweiter Stelle folgt mit nur wenig Abstand der Akteur *Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH*. Kurz dahinter rangieren mit ähnlich hohen Degree-Werten *Albert-Schweitzer-Schule Bleicherode Staatliches regionales Förderzentrum* und das *Panoramamuseum Bad Frankenhausen*. Über auffallend viele Netzwerkbeziehungen im Bereich der Kulturellen Bildung verfügen außerdem die *Jugendkunstschule Nordhausen*, die *Tourist-Information Sondershausen*, die *Staatliche Grundschule Franzberg Sondershausen*, das *Schlossmuseum Sondershausen*, die *Barbarossahöhle* und die *Stadtbibliothek Rudolf Hagelstange*.

Tabelle 23: Akteure mit den höchsten Zentralitätswerten im Gesamtnetzwerk

Akteur	Degree
Musikschule des Kyffhäuserkreises Carl Schroeder Konservatorium	77
Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH	67
Albert-Schweitzer-Schule Bleicherode Staatliches regionales Förderzentrum	57
Panoramamuseum Bad Frankenhausen	52
Jugendkunstschule Nordhausen	45
Tourist-Information Sondershausen	43
Staatliche Grundschule Franzberg Sondershausen	41
Schlossmuseum Sondershausen	39
Barbarossahöhle	38
Stadtbibliothek Rudolf Hagelstange	26

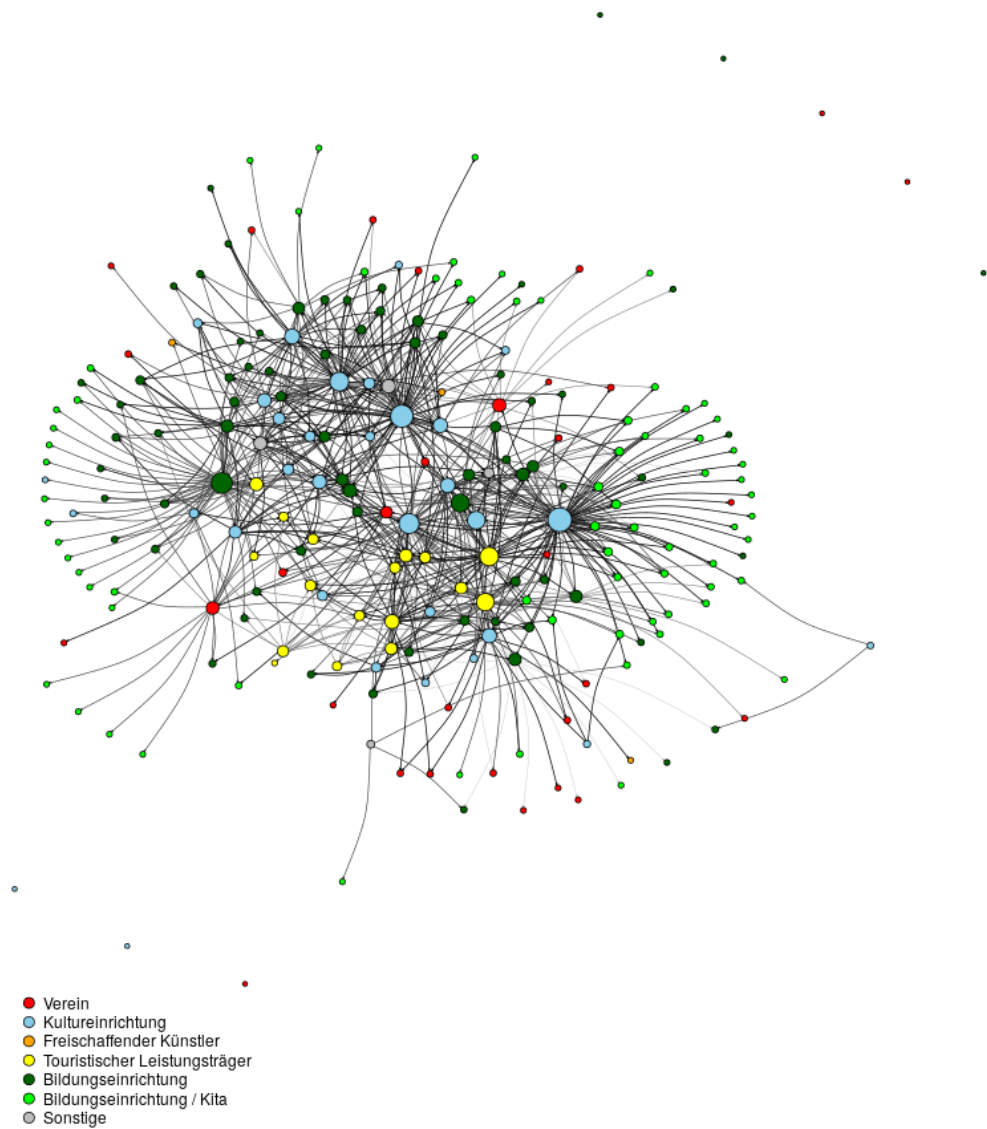


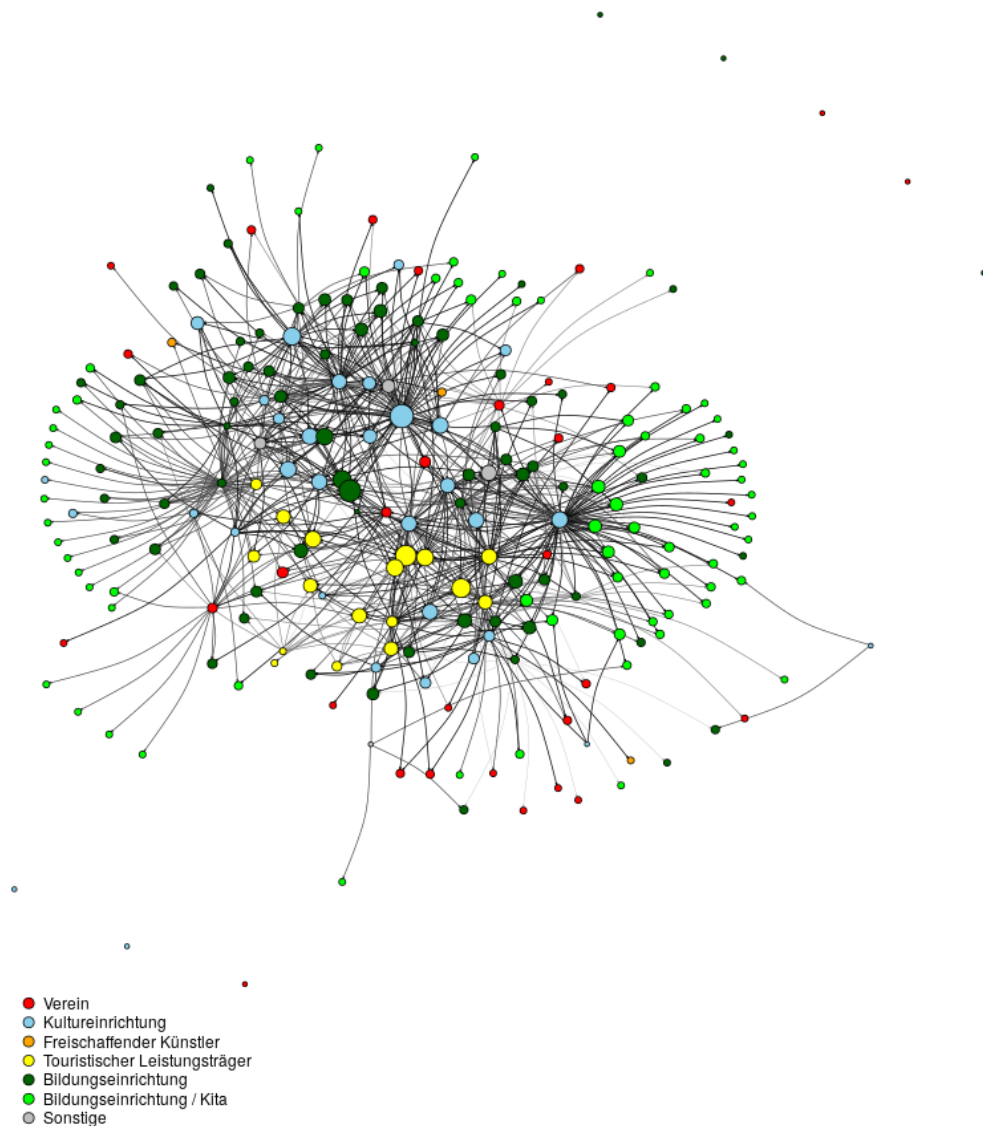
Abbildung 20: Gesamtnetzwerk mit farbiger Unterscheidung der Akteure nach Einrichtungsart

In-Degree (eingehende Beziehungen)

Den höchsten In-Degree weist das *Theater Nordhausen* beziehungsweise die *Loh-Orchester Sondershausen GmbH* auf. Dies bedeutet, dass diese Einrichtung besonders häufig von anderen Akteuren kontaktiert wird (insgesamt 22 eingehende Beziehungen). Auf dem zweiten Platz in der Wertung rangiert das *Jugendgäste- und Bildungshaus Rothleimmühle* (mit 19 eingehenden Beziehungen). Es folgen der *Tourismusverband Südharz Kyffhäuser e.V.* und der *Freizeit und Erholungspark Zum Possen*. Relativ häufig werden außerdem die *Hochschule Nordhausen*, die *Stadtbibliothek Rudolf Hagelstange*, der *KiEZ Ferienpark Feuerkuppe e.V.*, das *Erlebnisbergwerk Sondershausen*, das *JugendSozialwerk Nordhausen e.V.* und *FLOHBURG | Das Nordhausen Museum* als Netzwerkpartner der letzten sechs Monate im Bereich der Kulturellen Bildung genannt – mit jeweils mindestens zehn Nennungen anderer Fragebogenteilnehmer.

Tabelle 24: Akteure mit den meisten eingehenden Beziehungen im Gesamtnetzwerk

Akteur	In-Degree
Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH	22
Jugendgäste- und Bildungshaus Rothleimmühle	19
Tourismusverband Südharz Kyffhäuser e.V.	17
Freizeit und Erholungspark Zum Possen	14
Hochschule Nordhausen	13
Stadtbibliothek Rudolf Hagelstange	12
KiEZ Ferienpark Feuerkuppe e.V.	11
Erlebnisbergwerk Sondershausen	11
JugendSozialwerk Nordhausen e.V.	11
FLOHBURG Das Nordhausen Museum	10



*Abbildung 21: Gesamtnetzwerk mit Hervorhebung der Akteure mit den meisten eingehenden Beziehungen
(je größer der Knoten, desto mehr eingehende Beziehungen)*

Out-Degree (ausgehende Beziehungen)

Die meisten ausgehenden Beziehungen gehen von der *Musikschule des Kyffhäuserkreises Carl Schroeder Konservatorium* aus. Diese hat einen Degree von insgesamt 77. Von diesen 77 Beziehungen sind aber nur zehn eingehende Beziehungen und 67 ausgehende Beziehungen. Ähnlich – aber sogar noch extremer – verhält es sich mit dem *Albert-Schweitzer-Schule Bleicherode Staatliches regionales Förderzentrum*, welches gleich dahinter auf dem zweiten Platz in diesem Ranking steht: Von insgesamt 57 Kommunikationsbeziehungen sind hier 55 Beziehungen ausgehend und nur zwei Beziehungen eingehend. Dies bedeutet, dass der Befragungsteilnehmer selbst Angaben zu 55 Partnern gemacht hat, mit denen er in diese Zeitraum in Verbindung stand, aber nur von zwei anderen Fragebogenteilnehmern als Partner ausgewählt wurde. Bei *Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH* handelt es sich um den einzigen Akteur, der sowohl im Ranking der Akteure mit dem höchsten In-Degree als auch der Akteure mit dem höchsten Out-Degree vorhanden ist. Hieraus lässt sich schließen, dass dieser Akteur eine zentrale Rolle im Kommunikationsnetzwerk der Kulturellen Bildung in der Modellregion innehat.

Tabelle 25: Akteure mit den meisten ausgehenden Beziehungen im Gesamtnetzwerk

Akteur	Out-Degree
Musikschule des Kyffhäuserkreises Carl Schroeder Konservatorium	67
Albert-Schweitzer-Schule Bleicherode Staatliches regionales Förderzentrum	55
Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH	45
Panoramamuseum Bad Frankenhausen	43
Staatliche Grundschule Franzberg Sondershausen	38
Jugendkunstschule Nordhausen	37
Tourist-Information Sondershausen	34
Barbarossahöhle	31
Schlossmuseum Sondershausen	30
Regionalmuseum Bad Frankenhausen	19

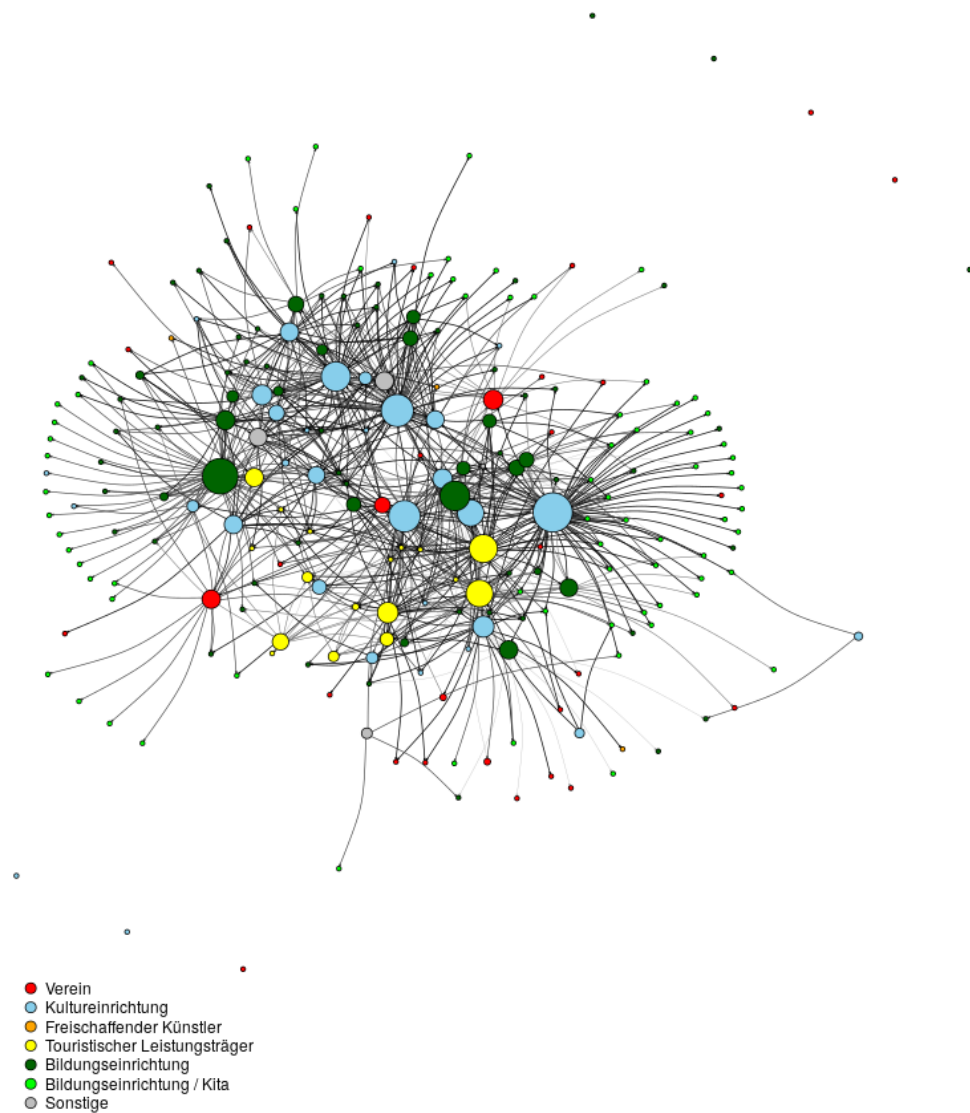


Abbildung 22: Gesamtnetzwerk mit Hervorhebung der Akteure mit den meisten ausgehenden Beziehungen
(je größer der Knoten, desto mehr ausgehende Beziehungen)

Closeness-Centrality (Nähe zu anderen Akteuren)

Was die Erreichbarkeit anderer Akteure angeht, so lässt sich konstatieren, dass es ebenfalls das *Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH* ist, welches den größten Aktionsradius hat – allerdings gleichauf mit der *Musikschule des Kyffhäuserkreises Carl Schroeder Konservatorium* und dem *Panoramamuseum Bad Frankenhausen*. Es folgen danach einige Schulen, Tourismus- und Kultureinrichtungen, die aufgrund ihrer Funktionen ebenfalls über vielfältige Netzwerkzugänge verfügen und so einen Großteil der Akteure des Gesamtnetzwerks auf direktem oder indirektem Wege erreichen können. Interessant ist in dieser Auswertung, dass hier zwei Akteure im Ranking erscheinen, die in den beiden anderen Rankings der Akteure mit den meisten ein- und ausgehenden Beziehungen nicht auftauchen: Es handelt sich dabei um die *Thüringer Landesmusikakademie Sondershausen e.V.* und die *Kreismusikschule Nordhausen*. Beide Einrichtungen scheinen an Positionen im Netzwerk platziert zu sein, von denen aus sie den Großteil der anderen im Netzwerk befindlichen Akteure über relativ kurze Wege erreichen können. An relativ zentralen Positionen im Netzwerk befinden sich auch der *Tourismusverband Südharz Kyffhäuser e.V.* und das *Jugendgäste- und Bildungshaus Rothleimmühle*.

Tabelle 26: Akteure mit der höchsten Erreichbarkeit im Gesamtnetzwerk (je niedriger der Wert, desto höher die Erreichbarkeit)

Akteur	Closeness (norm)
Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH	0,01675
Musikschule des Kyffhäuserkreises Carl Schroeder Konservatorium	0,01675
Panoramamuseum Bad Frankenhausen	0,01675
Albert-Schweitzer-Schule Bleicherode Staatliches regionales Förderzentrum	0,01670
Staatliche Grundschule Franzberg Sondershausen	0,01669
Tourismusverband Südharz Kyffhäuser e.V.	0,01669
Jugendgäste- und Bildungshaus Rothleimmühle	0,01669
Schlossmuseum Sondershausen	0,01668
Thüringer Landesmusikakademie Sondershausen e.V.	0,01668
Kreismusikschule Nordhausen	0,01668

Burt's Constraint (höchste strukturelle Autonomie)

Das netzwerkanalytische Maß *Burt's Constraint* identifiziert Akteure, die an besonders wichtigen Positionen im Netzwerk platziert sind. Über eine besonders hohe strukturelle Autonomie verfügen Akteure, die Zugang zu vielen nicht-redundanten Teilnetzwerken haben und auf diese Weise den Ressourcenfluss (im vorliegenden Fall zum Beispiel in Form von Informationen) zwischen den Akteuren dieser Teilnetzwerke regulieren können. Strukturelle Autonomie ist insofern eine Ausprägung von Macht. Je mehr ein Akteur über nicht-redundante Beziehungen verfügt, desto größer sein Grad an struktureller Autonomie.

Ein Blick auf die Tabelle verrät, dass das *Albert-Schweitzer-Schule Bleicherode Staatliches regionales Förderzentrum* als ein besonders wichtiger Akteur für das gesamte Kommunikationsnetzwerk angesehen werden kann, da es viele strukturelle Löcher zwischen unterschiedlichen Teilnetzwerken, die ohne das Förderzentrum nicht miteinander verbunden wären, überbrückt. Ähnliches gilt für die *Musikschule des Kyffhäuserkreises* und das *Theater Nordhausen*. Auch sie können im Kommunikationsnetzwerk unter Umständen eine Vermittler-Rolle einnehmen. Dies gilt auch für einige andere Kultur- und Bildungseinrichtungen (siehe Tabelle nachstehend). Auffällig ist, dass mit der *Tourist-Information Sondershausen* nur eine einzige Einrichtung aus dem touristischen Bereich in dieser Auswertung zu finden ist. Bei der Identifikation von Vermittlern kommen außerdem Akteure ins Spiel, die in den anderen Rankings keine Rolle spielten: Dies betrifft den *Kulturland Hainleite e.V.* und die *Staatliche Regelschule Gerhart Hauptmann Roßleben*. Es ist davon auszugehen, dass auch diese Einrichtungen an unterschiedlichen Positionen im Netzwerk eingebettet sind, die ihnen das Vermitteln zwischen einer Vielzahl anderer Akteure ermöglichen.

*Tabelle 27: Akteure mit besonders hohem Vermittlungspotenzial im Gesamtnetzwerk
(kleinere Werte indizieren größeres Vermittlungspotential)*

Akteur	Burt's Constraint *
Albert-Schweitzer-Schule Bleicherode Staatliches regionales Förderzentrum	0,04
Musikschule des Kyffhäuserkreises Carl Schroeder Konservatorium	0,04
Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH	0,05
Panoramamuseum Bad Frankenhausen	0,06
Kulturland Hainleite e.V.	0,08
Barbarossahöhle	0,08
Jugendkunstschule Nordhausen	0,08
Tourist-Information Sondershausen	0,08
Staatliche Regelschule Gerhart Hauptmann Roßleben	0,08
Staatliche Grundschule Franzberg Sondershausen	0,08

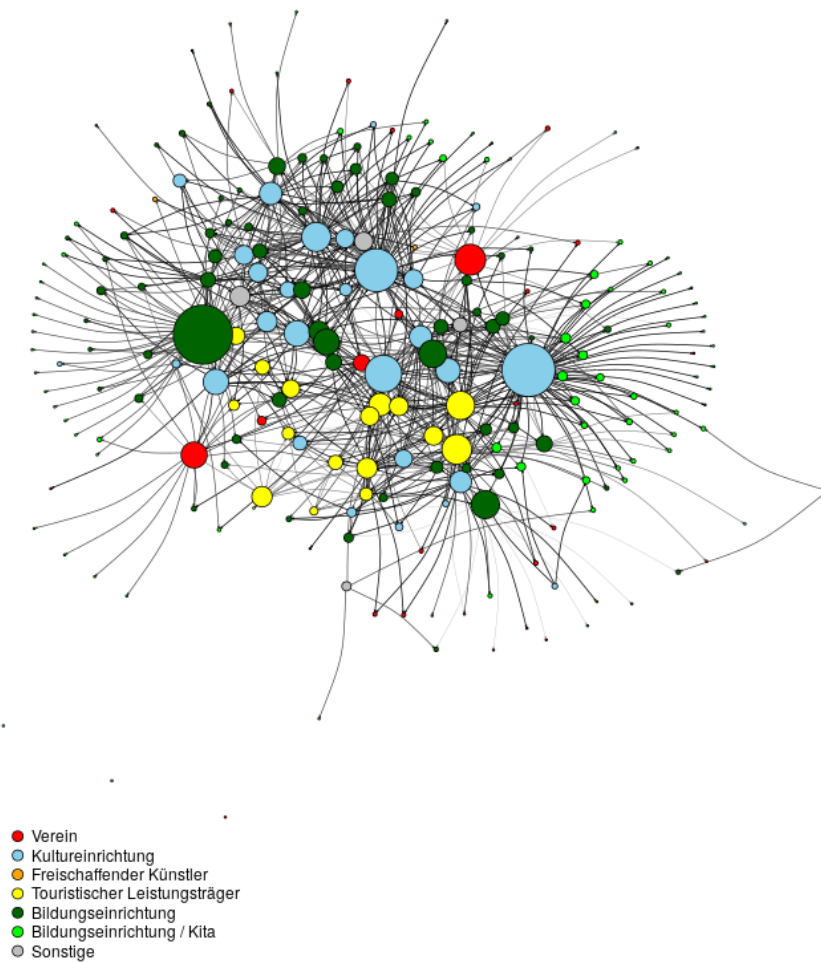


Abbildung 23: Gesamtnetzwerk mit der Hervorhebung der Akteure, die besonders stark an Schnittstellen positioniert sind

4.3 Strukturanalyse des Kernnetzwerks

Im Gesamtnetzwerk ist ein größerer Anteil an Knoten enthalten, für den nur unvollständige Informationen vorliegen. Diese fehlenden Daten schlagen sich auch in der Berechnung von Strukturmaßzahlen nieder. Zur weiteren Analyse wurde daher ein Kernnetzwerk gebildet, in dem zum einen nur Knoten enthalten sind, für die vollständige Informationen über Beziehungen und Attribute vorliegen und die zum anderen aktiv am Kommunikationsnetzwerk partizipieren. Dazu wurden zunächst alle Akteure aus dem Gesamtnetzwerk entfernt, die selbst nicht an der Befragung teilgenommen haben und somit lediglich eingehende Beziehungen haben (sogenannte *sinks*). In einem nächsten Schritt wurden aus dem verbleibenden Netzwerk alle isolierten Akteure ausgeschlossen, so dass der Kern des Gesamtnetzwerkes mit 69 Akteuren übrigblieb.

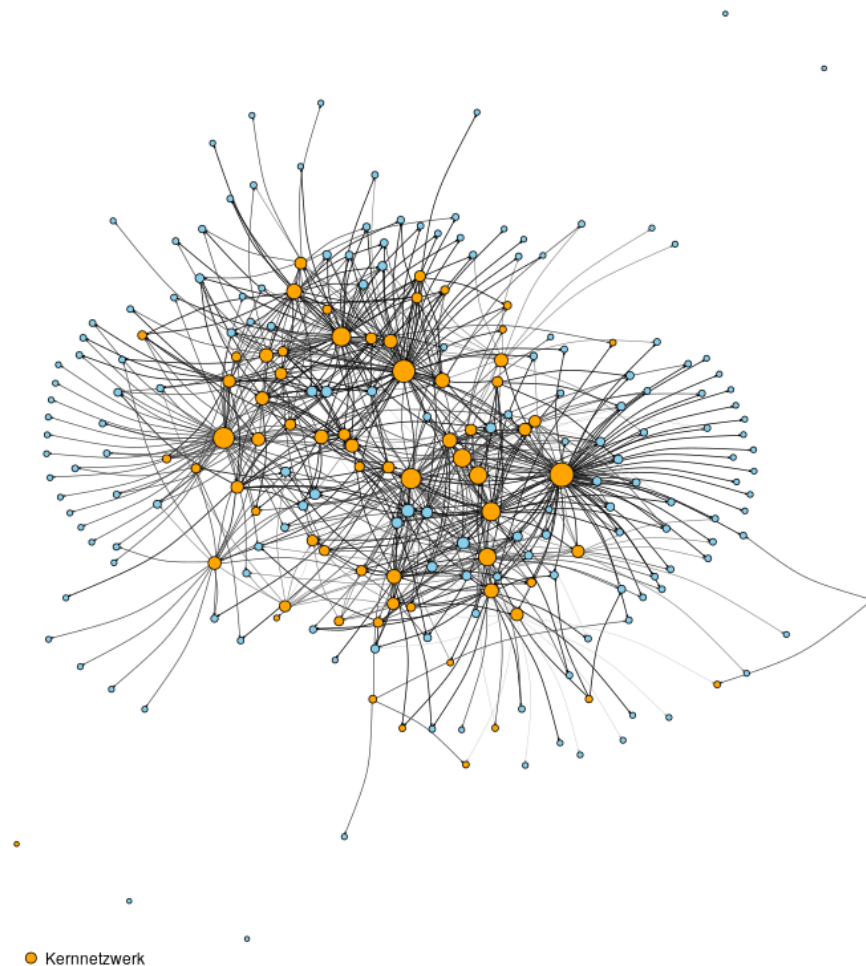


Abbildung 24: Gesamtnetzwerk mit Hervorhebung des Kernnetzwerks (orangene Knoten)

Allgemeine Kennzahlen Kernnetzwerk

Das Kernnetzwerk entspricht circa einem Viertel der Akteure des Gesamtnetzwerks. Die Anzahl der Beziehungen hat sich im Vergleich zum Gesamtnetzwerk mehr als halbiert (von 785 auf 326²⁰). Die höchste Pfaddistanz innerhalb des Netzwerks hat sich durch die Extraktion überraschenderweise von 5 auf 6 Schritte erhöht. Die Netzwerkdichte ist mit 6.95 Prozent um ein deutlich höher als im Gesamtnetzwerk, wo sie nur knapp ein Prozent beträgt. Die Dichte kann allgemein als weder übermäßig hoch noch übermäßig niedrig eingestuft werden. Aus der Erfahrung der Netzwerkforschung hätte man für ein Kommunikationsnetzwerk dieser Größe nicht mehr als 6 bis 8 Prozent vermutet. Da eine Verzerrung nach unten hier nicht stattfindet, ist zu davon auszugehen, dass die Dichte des Kernnetzwerks näher am wahren Wert für das Gesamtnetzwerk liegt (den man erhalten hätten, wenn wirklich alle Akteure an der Befragung teilgenommen hätten). Es gibt im Kernnetzwerk sechs Cutpoints, die aber i.d.R. nur einzelne Knoten an die Hauptkomponente anbinden und nicht etwa eine Brücke zwischen zwei ansonsten getrennten Komponenten bilden (siehe hierzu die nachfolgende Abbildung).

Tabelle 28: Übersicht allgemeiner Strukturmaße des Kernnetzwerks

Strukturmaß	Wert
Anzahl der Knoten	69
Anzahl der Beziehungen	326
Netzwerkdichte	0.0695
Anzahl der Komponenten (ohne Isolates)	1
Anzahl Isolates	1
Maximale Pfaddistanz	6
Mittlere Pfaddistanz	2.4468832309043

²⁰ Dies bestätigt allerdings die hohe Aktivität des Kernnetzwerks.

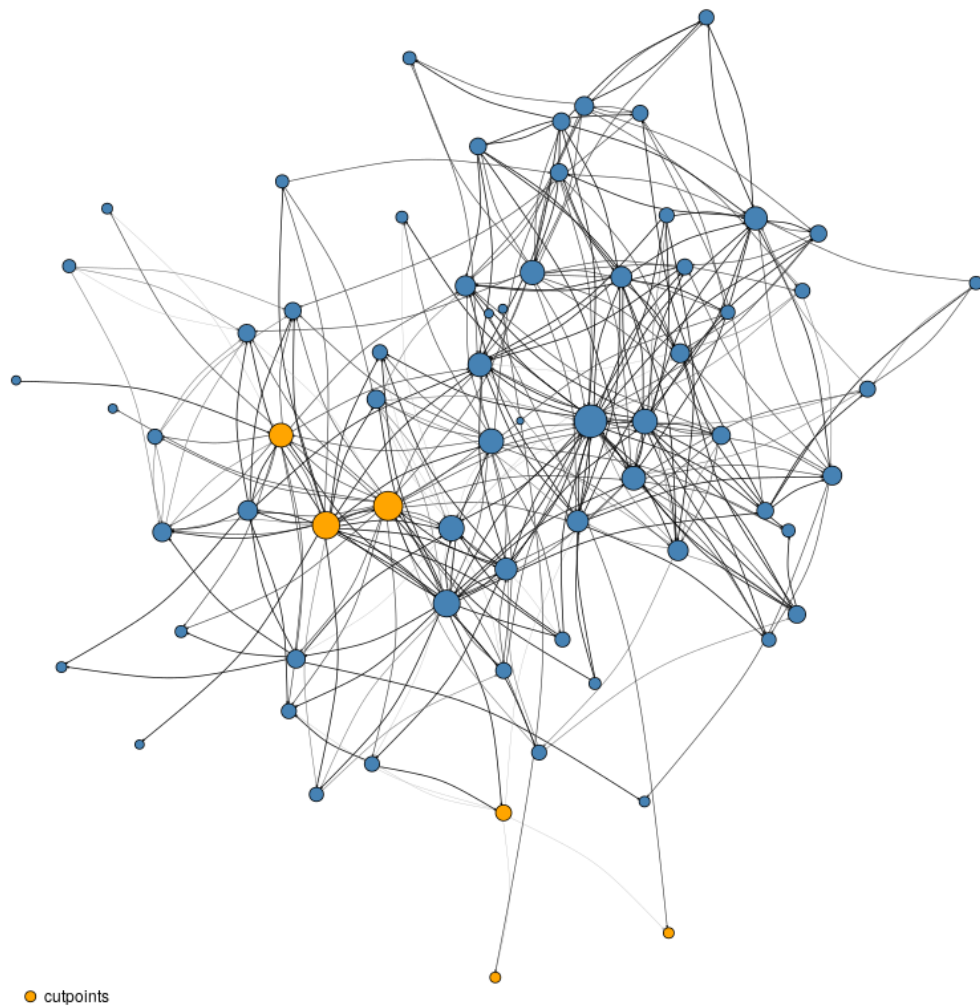


Abbildung 25: Kernnetzwerk mit Hervorhebung der Cutpoints

Zentralitätsmaße, Reziprozität und Transitivität/Clustering im Kernnetzwerk

Die Akteure des Kernnetzwerks verfügen im Mittel über knapp zehn Beziehungen zu anderen Kommunikationspartnern. Eingehende und ausgehende Beziehungen sind im Mittel ausbalanciert, mit je 4,73 solcher Beziehungen im Durchschnitt pro Akteur. 35 Prozent aller Beziehungen im Kernnetzwerk basieren auch Wechselseitigkeit (Reziprozität).

Durch Ausschluss der *Sinks* und *Isolates* steigen die Werte der mittleren Degrees erwartungsgemäß an. Das Kernnetzwerk ist deutlich zentralisierter als das Gesamtnetzwerk, also eher auf einzelne prominente Akteure hin ausgerichtet. Es zeigt sich weiterhin ein deutlicher linearer Zusammenhang zwischen In-Degree und Out-Degree. Dies lässt sich dahingehen deuten, dass Aktivität der Akteure im Kommunikationsnetzwerk (In-Degree) mit einer hohen Sichtbarkeit und einer hohen Popularität beziehungsweise hohem Prestige als Kommunikationspartner einhergeht (Out-Degree).

Tabelle 29: Übersicht allgemeiner Zentralitätsmaße des Kernnetzwerks

Strukturmaß	Wert	SD
Mittlerer Degree	9,45	7,7
Mittlerer In-Degree	4,73	4,12
Mittlerer Out-Degree	4,73	5,19
Degree Zentralisierung	0,22	
In-Degree Zentralisierung	0,26	
Out-Degree Zentralisierung	0,24	
Betweenness Zentralisierung	0,14	
Closeness Zentralisierung	0,06	
Reziprozität	0,35	
globale Transitivität	0,33	
Mittlere lokale Transitivität	0,33	0,25

Höchste Zentralitätswerte Kernnetzwerk

Über die meisten Beziehungen im Kernnetzwerk verfügt das *Theater Nordhausen* (39 Kommunikationskontakte insgesamt). Es folgt an zweiter Stelle das *Panoramamuseum Bad Frankenhausen* (30 Beziehungen innerhalb des Kerns). Hierbei handelt es sich um zwei Einrichtungen, die bereits aus dem Gesamtnetzwerk hervorgestochen sind. Dasselbe gilt auch für alle anderen hier gelisteten Akteure. Die *Musikschule des Kyffhäuserkreises*, die im Ranking des Gesamtnetzwerks den ersten Platz belegt hatte, steht im Kernnetzwerk nur noch an vierter Stelle. Auch das *Albert-Schweitzer-Schule Bleicherode Staatliches regionales Förderzentrum* ist im Kernnetzwerk nicht mehr ganz so stark vernetzt wie im Gesamtnetz-

werk. Im Gegensatz dazu ist der Anteil von Beziehungen, die innerhalb des Kernnetzwerks geknüpft werden, bei der *Tourist-Information Sondershausen* und dem *Schlossmuseum Sondershausen* höher als im Gesamtnetzwerk. Der Stellenwert der *Kreismusikschule Nordhausen* scheint sich im Vergleich zum Gesamtnetzwerk im Kernnetzwerk leicht zu erhöhen.

Tabelle 30: Akteure mit den höchsten Zentralitätswerten im Kernnetzwerk

Akteur	Degree
Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH	39
Panoramamuseum Bad Frankenhausen	30
Tourist-Information Sondershausen	26
Musikschule des Kyffhäuserkreises Carl Schroeder Konservatorium	25
Schlossmuseum Sondershausen	22
Jugendkunstschule Nordhausen	21
Staatliche Grundschule Franzberg Sondershausen	21
Albert-Schweitzer-Schule Bleicherode Staatliches regionales Förderzentrum	20
Kreismusikschule Nordhausen	19
Barbarossahöhle	19

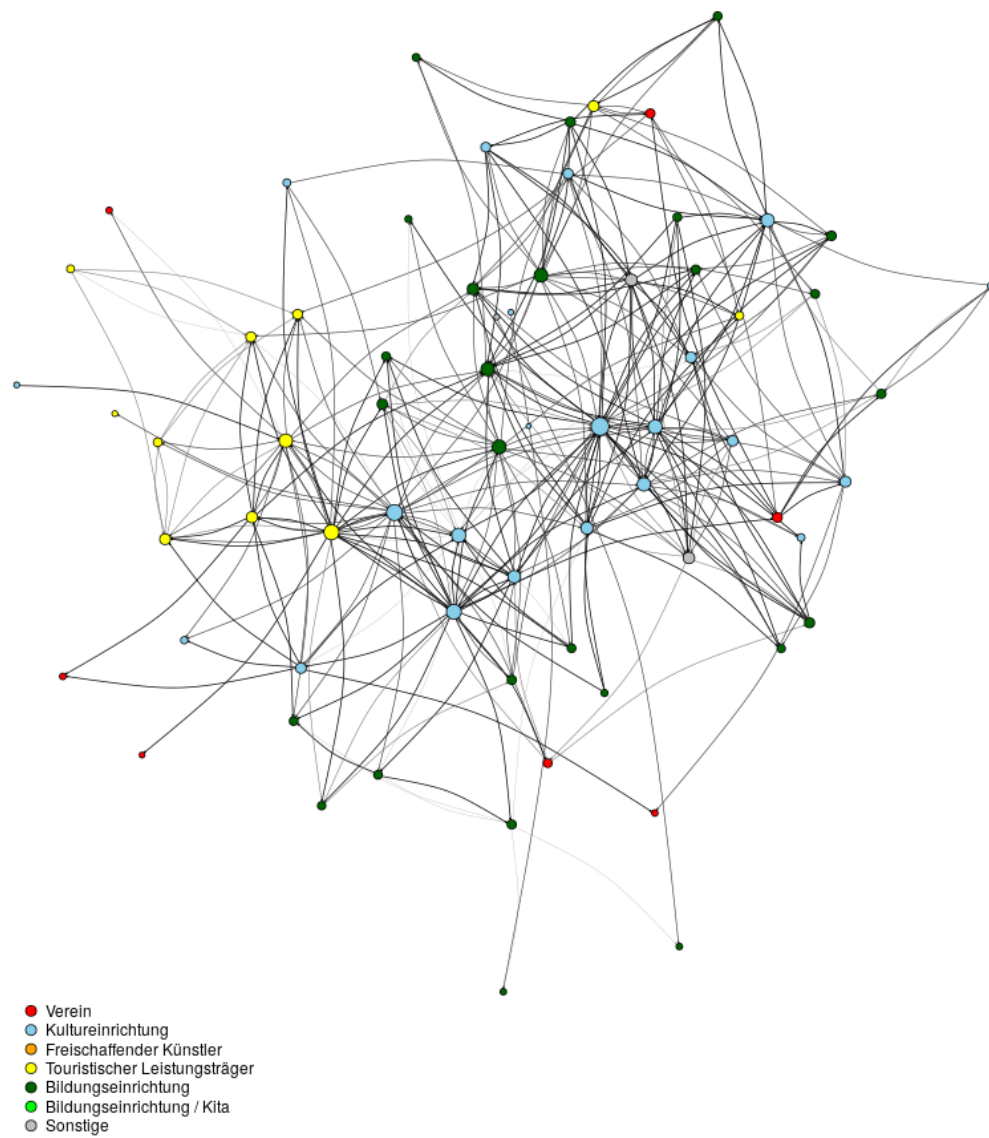


Abbildung 26: Kernnetzwerk mit farbiger Unterscheidung der Akteure nach Einrichtungsart

In-Degree (eingehende Beziehungen)

Den höchsten In-Degree im Kernnetzwerk hat das *Theater Nordhausen* (mit insgesamt 22 eingehenden Beziehungen). Im Gegensatz zur Auswertung des Gesamtnetzwerks unterscheidet sich das Ranking vor allem dahingehend, dass einige Akteure in der nachstehenden Tabelle nicht mehr vorhanden sind – also unter Umständen im Kernnetzwerk keine Rolle mehr spielen – und dafür andere Akteure neu im Ranking der Akteure mit den meisten eingehenden Beziehungen auftauchen: Der *Tourismusverband Südharz Kyffhäuser e.V.*, der *Freizeit- und Erholungspark Zum Possen*, der *KiEZ Ferienpark Feuerkuppe e.V.*, das *Erlebnisbergwerk Sondershausen*, das *JugendSozialwerk Nordhausen e.V.* und *FLOHBURG | Das Nordhausen Museum* sind in dieser Auswertung nicht mehr vorhanden. Dafür erscheinen in der Analyse des Kernnetzwerks der *Tabakspeicher Nordhausen*, die *Kreismusikschule Nordhausen*, die *Musikschule des Kyffhäuserkreises*, das *Panoramamuseum Bad Frankenhausen*, das *Schlossmuseum Sondershausen* und die *KZ-Gedenkstätte Mittelbau-Dora* als Akteure mit den meisten eingehenden Beziehungen.

Tabelle 31: Akteure mit den meisten eingehenden Beziehungen im Kernnetzwerk

Akteur	In-Degree
Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH	22
Jugendgäste- und Bildungshaus Rothleimmühle	19
Hochschule Nordhausen	13
Stadtbibliothek Rudolf Hagelstange	12
Tabakspeicher Nordhausen	10
Kreismusikschule Nordhausen	10
Musikschule des Kyffhäuserkreises Carl Schroeder Konservatorium	10
Panoramamuseum Bad Frankenhausen	9
Schlossmuseum Sondershausen	9
KZ-Gedenkstätte Mittelbau-Dora	9

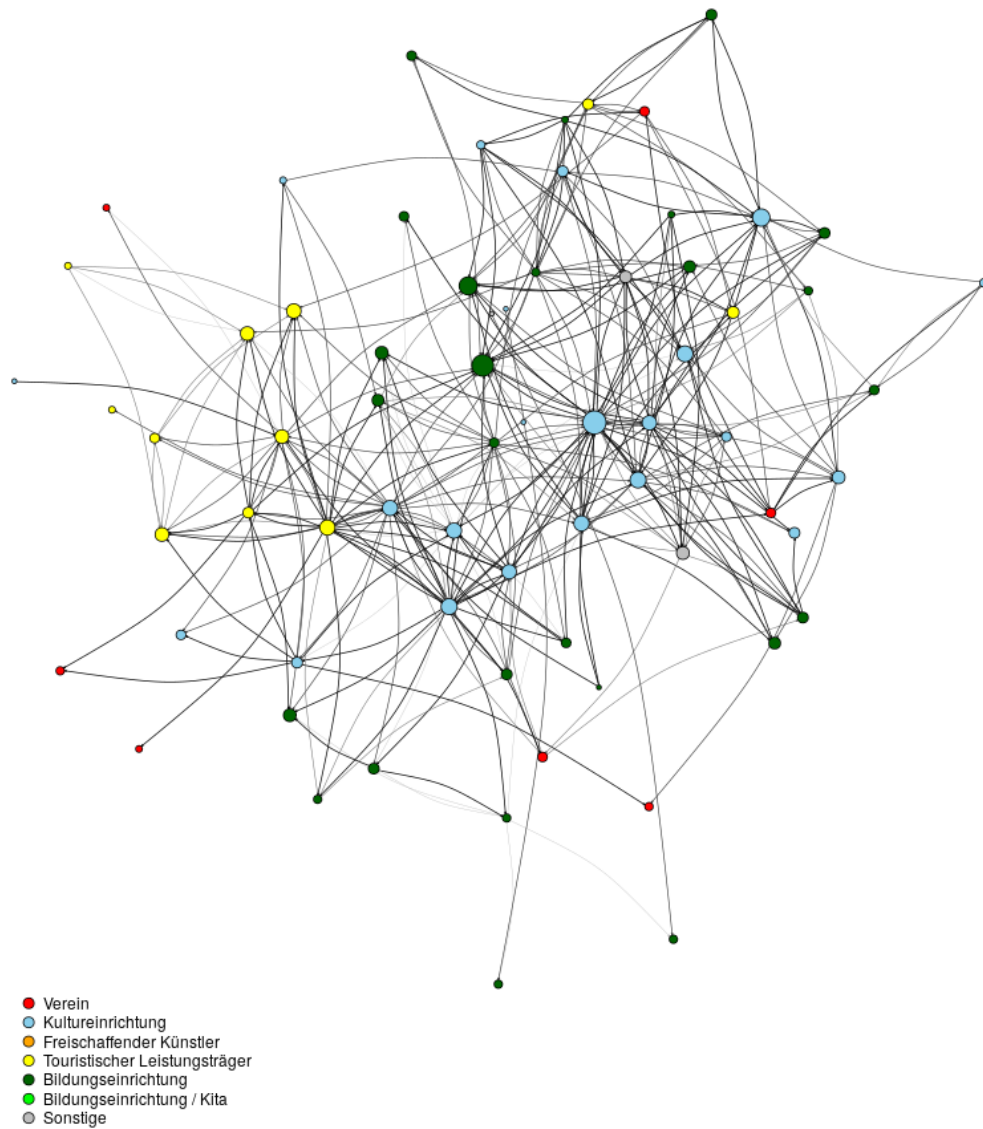


Abbildung 27: Kernnetzwerk mit Hervorhebung der Akteure mit den meisten eingehenden Beziehungen (je größer der Knoten, desto mehr eingehende Beziehungen)

Out-Degree (ausgehende Beziehungen)

Die meisten ausgehenden Beziehungen gehen – anders als im Gesamtnetzwerk – vom *Panoramamuseum Bad Frankenhausen* aus (21 Beziehungen). Hinsichtlich der Akteure, die im Ranking erscheinen, unterscheidet sich diese Wertung kaum von der des Gesamtnetzwerks. Die Akteure tauschen nur die Plätze. Interessant ist die Tatsache, dass die Akteure jedoch in den meisten Fällen die Hälfte ihrer Beziehungen und in Teilen sogar zwei Drittel ihrer Beziehungen mit Akteuren außerhalb des Kernnetzwerks unterhalten. Besonders fällt dies bei der *Musikschule des Kyffhäuserkreises* auf. Sie unterhält insgesamt 67 ausgehende Beziehungen, aber nur 15 davon führen zu Akteuren des Kernnetzwerks (dies entspricht einem Anteil von 22 Prozent aller ausgehenden Beziehungen). Anders ist das Verhältnis beispielsweise bei der *Tourist-Information Sondershausen*: Diese gibt insgesamt 34 ausgehende Kontakte an, wovon 17 zu Akteuren des Kernnetzwerks führen (also ein Anteil von 50 Prozent aller ausgehenden Beziehungen).

Tabelle 32: Akteure mit den meisten ausgehenden Beziehungen im Kernnetzwerk

Akteur	Out-Degree
Panoramamuseum Bad Frankenhausen	21
Albert-Schweitzer-Schule Bleicherode Staatliches regionales Förderzentrum	18
Staatliche Grundschule Franzberg Sondershausen	18
Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH	17
Tourist-Information Sondershausen	17
Musikschule des Kyffhäuserkreises Carl Schroeder Konservatorium	15
Schlossmuseum Sondershausen	13
Jugendkunstschule Nordhausen	13
Barbarossahöhle	12
Kreismusikschule Nordhausen	9

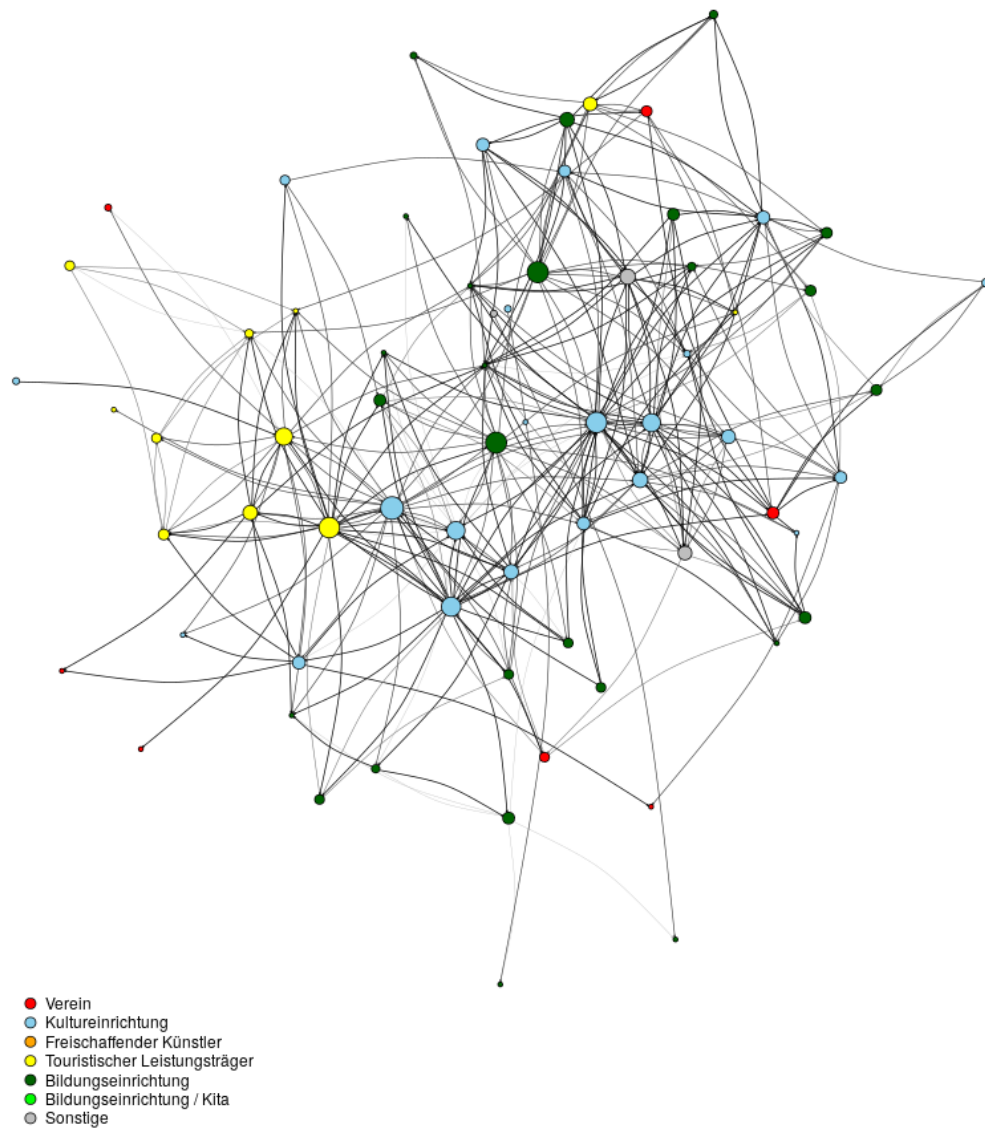


Abbildung 28: Kernnetzwerk mit Hervorhebung der Akteure mit den meisten ausgehenden Beziehungen (je größer der Knoten, desto mehr ausgehende Beziehungen)

Betweenness-Centrality (Identifikation von Mittlerpositionen)

Noch deutlicher als in der Analyse des Gesamtnetzwerks sticht das *Theater Nordhausen* als Brückenakteur hervor. Auch das *Panoramamuseum Bad Frankenhausen* übernimmt diese Funktion noch stärker als im Gesamtnetzwerk. Ferner bleibt die *Musikschule des Kyffhäuserkreises* eine wichtige Mittlerinstanz im Kernnetzwerk. Auch treten – anders als in der Auswertung des Gesamtnetzwerks – der *Schullandheim Schneckenhengst HORIZONT e.V.* und die *Kreismusikschule Nordhausen* noch stärker als Vermittler in Erscheinung.

Tabelle 33: Akteure mit den höchsten Betweenness-Zentralitätswerten im Kernnetzwerk

Akteur	Betweenness (norm)
Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH	0,17179
Panoramamuseum Bad Frankenhausen	0,11944
Musikschule des Kyffhäuserkreises Carl Schroeder Konservatorium	0,11813
Tourist-Information Sondershausen	0,08311
Schlossmuseum Sondershausen	0,06964
Schullandheim Schneckenhengst HORIZONT e.V.	0,06777
Kreismusikschule Nordhausen	0,06223
Stadtbibliothek Rudolf Hagelstange	0,05526
Barbarossahöhle	0,04974
Staatliche Grundschule Franzberg Sondershausen	0,04753

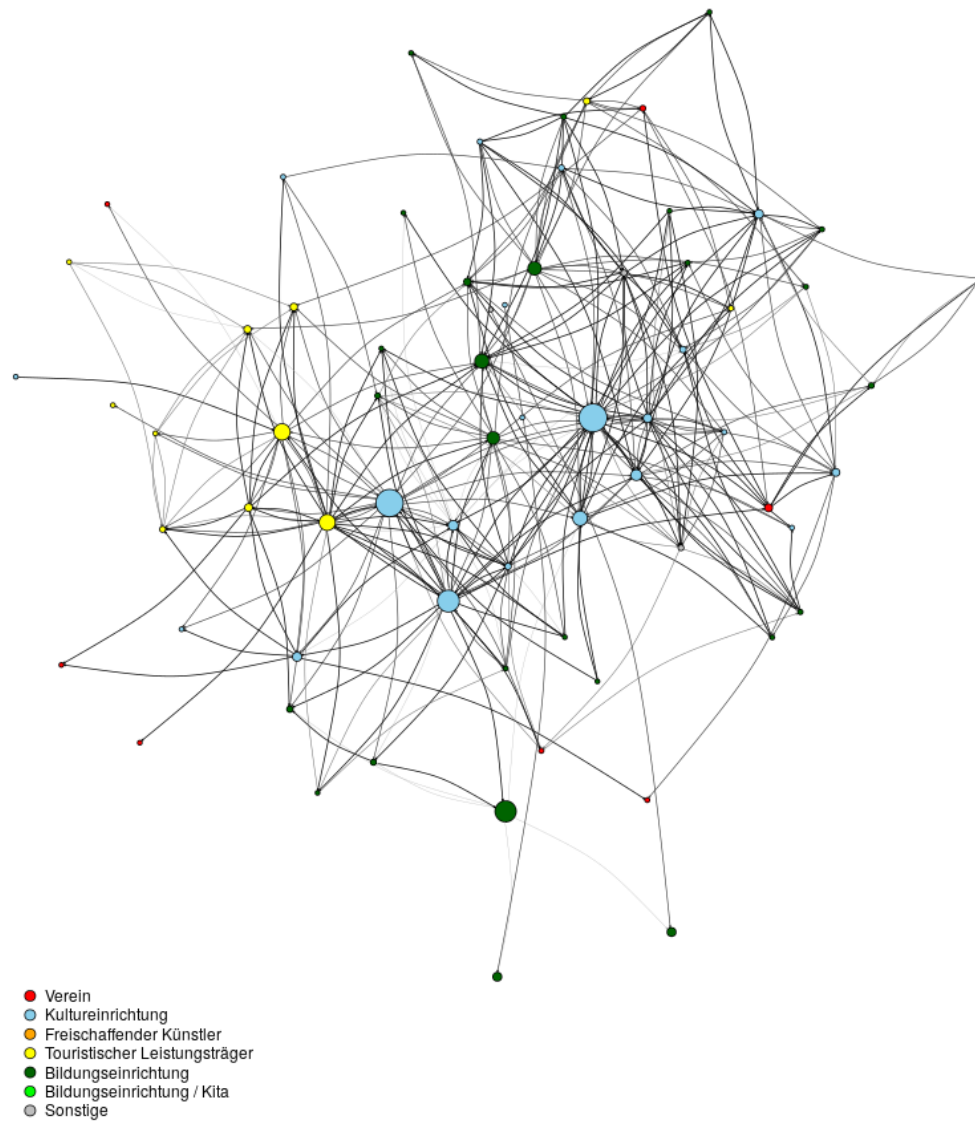


Abbildung 29: Kernnetzwerk mit Hervorhebung der Betweenness-Zentralität

Burt's Constraint (höchste strukturelle Autonomie)

Über die höchste strukturelle Autonomie verfügt im Kernnetzwerk das *Theater Nordhausen* – quasi als Spinne im Netz. Die Vermittlungsmöglichkeiten innerhalb des Kernnetzwerks sind demnach als besonders groß einzustufen. Auch das *Panoramamuseum Bad Frankenhausen* verfügt im Kernnetzwerk über einen besonders hohen Grad an struktureller Autonomie, mehr noch als innerhalb des Gesamtnetzwerks. Die *Musikschule des Kyffhäuserkreises* erscheint hingegen nicht mehr in der Auswertung des Kernnetzwerks, obwohl sie im Gesamtnetzwerk den zweiten Platz in diesem Ranking belegte. Das spricht dafür, dass die Musikschule innerhalb des Gesamtnetzwerks eine deutlich wichtigere Rolle einnimmt als innerhalb des Kernnetzwerks. Dies gilt zum Beispiel auch für die *Jugendkunstschule Nordhausen* und die *Staatliche Regelschule Gerhart Hauptmann Roßleben*.

Tabelle 34: Akteure mit besonders hohem Vermittlungspotenzial im Kernnetzwerk (kleinere Werte indizieren größeres Vermittlungspotential)

Akteur	Burt's Constraint *
Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH	0,1
Panoramamuseum Bad Frankenhausen	0,11
Jugendgäste- und Bildungshaus Rothleimmühle	0,12
Tabakspeicher Nordhausen	0,13
Albert-Schweitzer-Schule Bleicherode Staatliches regionales Förderzentrum	0,13
Tourist-Information Sondershausen	0,14
Stadtverwaltung Nordhausen, Stadtarchiv	0,14
Hochschule Nordhausen	0,14
KZ-Gedenkstätte Mittelbau-Dora	0,15
Staatliche Grundschule Franzberg Sondershausen	0,15

Closeness-Centrality (Nähe zu anderen Akteuren)

Was die Erreichbarkeit anderer Akteure angeht, so lässt sich konstatieren, dass es ebenfalls das *Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH* ist, welches über die beste Erreichbarkeit im Kernnetzwerk verfügt. Über eine bessere Erreichbarkeit als im Gesamtnetzwerk verfügt das *Jugendgäste- und Bildungshaus Rothleimmühle*. Deutlich besser in das Kernnetzwerk als in das Gesamtnetzwerk eingebettet ist außerdem die *KZ-Gedenkstätte Mittelbau-Dora*.

Tabelle 35: Akteure mit der höchsten Erreichbarkeit im Kernnetzwerk (je niedriger der Wert, desto höher die Erreichbarkeit)

Akteur	Closeness (norm)
Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH	0,37
Panoramamuseum Bad Frankenhausen	0,36
Musikschule des Kyffhäuserkreises Carl Schroeder Konservatorium	0,36
Jugendgäste- und Bildungshaus Rothleimmühle	0,35
Staatliche Grundschule Franzberg Sondershausen	0,35
KZ-Gedenkstätte Mittelbau-Dora	0,34
Albert-Schweitzer-Schule Bleicherode Staatliches regionales Förderzentrum	0,34
Tourist-Information Sondershausen	0,34
Schlossmuseum Sondershausen	0,34
Kreismusikschule Nordhausen	0,33

4.4 Identifikation von Kommunikationsrollen

Zusammenhang von Vernetzung mit Einrichtungsformen und Austausch zwischen verschiedenen Bereichen

In der nachfolgenden Tabellenmatrix ist dargestellt, zu welchen Anteilen die Akteure spezifischer Einrichtungsformen sich mit Akteuren anderer Einrichtungsarten vernetzen. In den Spalten stehen jeweils die absoluten Zahlen der Kommunikationsbeziehungen, die von den Befragten einer Einrichtungsart mit Akteuren anderer Einrichtungsarten angegeben wurden. In einer weiteren Tabelle ist der anteilige Prozentwert dargestellt, dem diese Anzahl von Beziehungen für einen spezifischen Bereich entsprechen. So haben beispielsweise Befragungsteilnehmer von Kultureinrichtungen insgesamt 133 Kommunikationsbeziehungen zu Bildungseinrichtungen angegeben. Dies entspricht einem Anteil von knapp 52 Prozent an den gesamten Kommunikationsbeziehungen, die von unterschiedlichen Akteursgruppen mit Bildungseinrichtungen geknüpft werden (257). Außerdem lässt sich feststellen, dass etwa 36 Prozent aller Kommunikationsbeziehungen, die von Kultureinrichtungen unterhalten werden, zu Bildungseinrichtungen führen (133 von insgesamt 367). Im Folgenden werden die wichtigsten Erkenntnisse stichpunktartig aufgeführt:

- Kultureinrichtungen haben insgesamt die meisten Kommunikationsbeziehungen angegeben (367). Etwa 47 Prozent aller im Datensatz enthaltenen Beziehungen gehen auf Befragte zurück, die einer Kultureinrichtung zuzuordnen sind (367 von insgesamt 785 Beziehungen). Bildungseinrichtungen haben insgesamt 221 Beziehungen angegeben und Touristische Leistungsträger 124 Beziehungen. Die übrigen Verbindungen verteilen sich auf die noch schwächer im Datensatz vertretenen Einrichtungsarten.
- Bezogen auf die Anzahl der Teilnehmer einer jeweiligen Einrichtungsart, die den Fragebogen ausgefüllt haben, verfügen Kultureinrichtungen im Durchschnitt über 16,7 Kontakte, Bildungseinrichtungen durchschnittlich 8,5 Kontakte und Touristische Leistungsträger 11,3 Kontakte.
- Kultureinrichtungen knüpfen die meisten ihrer Kommunikationsbeziehungen mit Bildungseinrichtungen (133). Am zweithäufigsten stehen sie in Verbindung mit anderen Akteuren der eigenen Gattung (84 ihrer Verbindungen und somit ein Anteil von 23 Prozent aller ihrer Beziehungen).
- Kultureinrichtungen sind am vielseitigsten vernetzt. Sie sind die einzigen Einrichtungen, die Beziehungen zu allen anderen Einrichtungsarten aufweisen.

- Bildungseinrichtungen sind relativ stark mit Kultureinrichtungen und mit Kindertagesstätten (Kitas) vernetzt.
- Kultureinrichtungen knüpfen mehr Beziehungen zu Touristischen Leistungsträgern als Bildungseinrichtungen.
- Touristische Leistungsträger unterhalten von sich aus nur wenige Kontakte mit Kultureinrichtungen. Nur 11 Verbindungen führen von Touristischen Leistungsträgern zu Kultureinrichtungen (uns somit nur knapp 9 Prozent aller ihrer Beziehungen von insgesamt 124).
- Außer *mit sich selbst* sind Touristische Leistungsträger am ehesten mit Bildungseinrichtungen und Kitas verbunden (je 31 Prozent und 13 Prozent ihrer gesamten Beziehungen führen zu diesen Kategorien).

Untersuchung von Homophilie

Homophilie steht für die Tendenz zur Bildung von sozialen Beziehungen zwischen Akteuren mit ähnlichen Einstellungen oder mit ähnlichen Attributen. In den meisten empirischen Netzwerken lassen sich Tendenzen von Homophilie und / oder Heterophilie zwischen den Akteuren nachweisen. Im vorliegenden Kommunikationsnetzwerk aus dem Kulturbereich ist hierfür insbesondere die Zugehörigkeit zu bestimmten Feldern der Kulturproduktion von Relevanz. Die nachstehende Tabelle zeigt die Interaktionen innerhalb und zwischen den einzelnen Feldern. Angegeben sind jeweils die zusammengefassten relativen Häufigkeiten der Beziehungen, die zwischen den Angehörigen der Kategorien verlaufen. Aus dieser Tabelle lassen sich sowohl die Aktivität und Popularität als auch das Ausmaß an Kooperation zwischen den Feldern ableiten und miteinander vergleichen. Es zeigt sich, dass Touristische Leistungsträger besonders homophil sind, da sie am häufigsten Touristische Leistungsträger als Partner angeben und von ihnen auch am häufigsten genannt werden (38,1 Prozent). Auch für die Bildungseinrichtungen könnte man mit einer Tendenz zur Homophilie argumentieren. Sie sind zwar nur für 24,51 Prozent der Beziehungen verantwortlich, die zur eigenen Kategorie Bildungseinrichtung führen. Allerdings handelt es sich bei den Kitas, die separat behandelt werden, auch um Bildungseinrichtungen. Da die Bildungseinrichtungen ebenfalls für 35,66 Prozent der Beziehungen zu Kitas verantwortlich sind, könnte man verallgemeinernd aussagen, dass relativ stark dazu neigen, Verbindungen mit Akteuren einer ähnlichen Kategorie zu unterhalten.

Tabelle 36: Kooperation nach Art der Einrichtungen (absolute Häufigkeit, gesamt N = 785)

Absolut	1	2	3	4	5	6	7	8
Bildungseinrichtung	63	51	0	70	5	25	7	221
Kultureinrichtung	133	64	5	84	13	39	29	367
Sonstige	10	2	0	11	1	4	3	31
Touristischer Leistungsträger	39	16	0	11	0	48	10	124
Verein	12	10	0	6	1	10	3	42
Gesamt	257	143	5	182	20	126	52	785

[1] "Bildungseinrichtung" [2]"Kita" [3] "Freischaffender Künstler" [4]"Kultureinrichtung" [5] "Sonstige" [6] "Touristischer Leistungsträger" [7]"Verein"
[8] Gesamt

Tabelle 37: Kooperation nach Art der Einrichtungen (relative Häufigkeit, gesamt N = 785)

In %	1	2	3	4	5	6	7	8
Bildungseinrichtung	24,51	35,66	0	38,46	25	19,84	13,46	28,15
Kultureinrichtung	51,75	44,76	100	46,15	65	30,95	55,77	46,75
Sonstige	3,89	1,4	0	6,04	5	3,17	5,77	3,95
Touristischer Leistungsträger	15,18	11,19	0	6,04	0	38,1	19,23	15,8
Verein	4,67	6,99	0	3,3	5	7,94	5,77	5,35
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

[1] "Bildungseinrichtung" [2]"Kita" [3] "Freischaffender Künstler" [4]"Kultureinrichtung" [5] "Sonstige" [6] "Touristischer Leistungsträger" [7]"Verein"
[8] Gesamt

Zusammenhang zwischen Kultursparte und Position im Kommunikationsnetzwerk

In der nächsten Tabelle sind in der linken Spalte mehrere Kultursparte dargestellt, denen sich die Befragten zu Beginn der Online-Studie zuordnen konnten. Es waren Mehrfachnennungen möglich, da sich einige Akteure unter Umständen mehreren Kultursparte zugehörig fühlen²¹. In der zweiten Tabellenspalte ist jeweils die Anzahl der Kommunikationspartner aufgeführt, mit denen Akteure, die sich einer bestimmten Kultursparte zuordnen, verbunden sind (Degree). Besonderes Augenmerk gilt dann den Mittelwerten in der vierten Tabellenspalte. Sie geben Auskunft darüber, wie viele Kommunikationspartner durchschnittlich von einem Akteur erreicht werden, der sich einer spezifischen Sparte zuordnet. Entsprechend der Befunde unterhalten Akteure aus dem Bereich der Kulturellen Bildung die meisten Kommunikationsbeziehungen und zwar 18 Kommunikationspartner im Mittel pro Akteur. Ebenfalls

21 Akteure konnten mehrere Kultursparte auswählen. Akteure, die beispielsweise die Kultursparte Bildende Kunst ausgewählt haben, haben insgesamt 217 Beziehungen. Das entspricht einem Anteil von 14 Prozent aller vorhandenen Beziehungen im Netzwerk. Jeder Knoten, der in der Bildenden Kunst aktiv ist, hat im Durchschnitt 14,47 Beziehungen. Die Standardabweichung ist relativ hoch, also ist der Degree stark gestreut und verzerrt. Wahrscheinlich existieren hier viele Knoten ohne Kontakt und einige mit sehr vielen Beziehungen.

überdurchschnittlich viele Beziehungen unterhalten Akteure, die sich der Musiksparte und der Soziokultur zuordnen. Nur schwach verbunden sind Akteure aus den Sparten Film und Literatur.

Tabelle 38: Gesamtnetzwerk: Anzahl Kommunikationsbeziehungen nach Kultursparten (gesamt N = 1570)

Kultursparte	Degree absolut	Anteil	Mittelwert	SD
Bildende Kunst	217	13,82 %	14,47	15,4
Darstellende Kunst	170	10,83 %	13,08	17,28
Film	7	0,45 %	3,5	3,54
Kulturelle Bildung	647	41,21 %	18,49	18,78
Kulturelles Erbe	240	15,29 %	13,33	13,73
Kunsthandwerk und Design	129	8,22 %	14,33	13,53
Literatur	124	7,90 %	8,86	9,05
Musik	276	17,58 %	17,25	22,75
Soziokultur	204	12,99 %	17	13,95
Spartenübergreifend	191	12,17 %	14,69	12
Sonstige	1169	74,46 %	13,44	15

In der nächsten Tabelle ist dargestellt, wie viele eingehende Beziehungen Akteure, die sich einer bestimmten Sparte zugeordnet haben, verzeichnen (In-Degree). Auch hier zeigt sich, dass es Akteure der Sparte Kulturelle Bildung sind, die im Mittel über die meisten (eingehenden) Beziehungen verfügen, also am häufigsten als Kommunikationspartner genannt werden. Ebenfalls relativ häufig werden Partner, die in den Sparten Musik und Darstellende Kunst tätig sind, frequentiert. Vergleichsweise selten werden Akteure angesprochen, die in den Bereichen Bildende Kunst, Film, Soziokultur und Literatur aktiv sind.

Tabelle 39: Häufigkeit von anderen genannt zu werden nach Kultursparten (gesamt N = 785)

Kultursparte	In-Degree absolut	Anteil	Mittelwert	SD
Bildende Kunst	57	7,26 %	3,8	2,68
Darstellende Kunst	59	7,52 %	4,54	5,49
Film	7	0,89 %	3,5	3,54

Kultursparte	In-Degree absolut	Anteil	Mittelwert	SD
Kulturelle Bildung	196	24,97 %	5,6	4,74
Kulturelles Erbe	78	9,94 %	4,33	3,25
Kunsth Handwerk und Design	40	5,10 %	4,44	2,07
Literatur	39	4,97 %	2,79	3,14
Musik	79	10,06 %	4,94	5,57
Soziokultur	40	5,10 %	3,33	2,27
Spartenübergreifend	57	7,26 %	4,38	3,48
Sonstige	384	48,92 %	4,41	3,91

Ergänzend zu der vorangegangenen Auswertungstabelle wird im Folgenden verdeutlicht, wie häufig Akteure einer spezifischen Sparte auf andere Akteure zugehen – also über wie viele ausgehende Beziehungen sie verfügen (Out-Degree). Die höchste Aktivität weisen im Mittel Akteure auf, die sich der Soziokultur zuordnen (13,67 Kontakte im Mittel). Auch Akteure der Kulturellen Bildung und der Musik weisen eine hohe Aktivität auf. Vergleichsweise wenige Kontakte gehen von Akteuren aus, die sich den Bereichen Kunsthandwerk und Design, Kulturelles Erbe, Darstellende Kunst und / oder Literatur zuordnen.

Tabelle 40: Häufigkeit Kommunikationspartner nach Kultursparten zu nennen (gesamt N = 785)

Kultursparte	Out-Degree absolut	Anteil	Mittelwert	SD
Bildende Kunst	160	20,38 %	10,67	13,66
Darstellende Kunst	111	14,14 %	8,54	12,47
Film	0	0,00 %	0	0
Kulturelle Bildung	451	57,45 %	12,89	16,31
Kulturelles Erbe	162	20,64 %	9	12,07
Kunsth Handwerk und Design	89	11,34 %	9,89	12,38
Literatur	85	10,83 %	6,07	7,28
Musik	197	25,10 %	12,31	18,56
Soziokultur	164	20,89 %	13,67	12,8
Spartenübergreifend	134	17,07 %	10,31	10,11
Sonstige	785	100,00 %	9,02	13,16

In den folgenden Auswertungstabellen ist außerdem dargestellt, wie sich die Kommunikationsbeziehungen auf Akteure in unterschiedlicher Trägerschaft verteilen. Demnach verfügen Akteure in öffentlicher Trägerschaft absolut und auch im Mittel über die meisten Beziehungen im Gesamtnetzwerk (Degree). Die Angabe *NA* ist damit zu erklären, dass nicht alle Knoten im Netzwerk Angaben zur Trägerschaft gemacht haben, zum Beispiel weil der Fragebogen nicht beendet wurde oder sie nur in der Listenauswahl vorhanden waren. Privat-gemeinnützige Akteure verfügen absolut nur über etwas weniger als ein Drittel der Beziehungen, die öffentliche Einrichtungen unterhalten. Im Mittel sind sie aber deutlich stärker vernetzt als privatwirtschaftliche Akteure (11,57 Beziehungen im Mittel versus 7,5).

Tabelle 41: Anzahl Kommunikationspartner nach Trägerschaft (ego) - Degree

Trägerschaft	absolut	relativ	Mittelwert	SD
NA	401	25,54 %	2,07	2,61
öffentlich	858	54,65 %	14,79	16,75
privat-gemeinnützig	266	16,94 %	11,57	11,46
privatwirtschaftlich	45	2,87 %	7,5	3,73
Gesamt	1570	100,00 %	5,59	10,08

Auch die eingehenden Beziehungen (In-Degree) erreichen in erster Linie die öffentlichen Einrichtungen – ebenfalls sowohl in absoluter Häufigkeit als auch im Mittel. Allerdings werden offenbar im Mittel privatwirtschaftliche Akteure häufiger frequentiert als privat-gemeinnützige Akteure, was eine interessante Feststellung ist.

Tabelle 42: Anzahl Kommunikationspartner nach Trägerschaft (ego) In Degree

Trägerschaft	absolut	relativ	Mittelwert	SD
NA	401	51,08 %	2,07	2,61
öffentlich	275	35,03 %	4,74	3,95
privat-gemeinnützig	83	10,57 %	3,61	4
privatwirtschaftlich	26	3,31 %	4,33	3,27
Gesamt	785	100,00 %	2,79	3,25

Die meisten ausgehenden Beziehungen (Out-Degree) sind ebenfalls auf öffentliche Einrichtungen zurückzuführen. Vergleichsweise viele ausgehende Beziehungen stammen im Mittel aber auch von privat-gemeinnützigen Trägern. Privatwirtschaftliche Akteure nennen hingegen im Mittel nur wenige Kommunikationspartner, mit denen sie im Bereich der Kulturellen Bildung in Verbindung stehen.

Tabelle 43: Anzahl Kommunikationspartner nach Trägerschaft Out Degree

Trägerschaft	absolut	relativ	Mittelwert	SD
NA	0	0,00 %	0	0
öffentlich	583	74,27 %	10,05	14,72
privat-gemeinnützig	183	23,31 %	7,96	9,92
privatwirtschaftlich	19	2,42 %	3,17	4,17
Gesamt	785	100,00 %	2,79	8,41

4.5 Gewünschte Kooperationen für die Zukunft

Am Ende des Online-Fragebogens wurden die Studienteilnehmer darum gebeten, Akteure namentlich per Listenauswahl einzugeben, mit denen sie in Zukunft gerne kooperieren würden. Der entsprechende Stimulus zur Nennung dieser Kontakte lautete wie folgt:

Gibt es darüber hinaus Partner, mit denen Sie gerne enger kooperieren würden, es im Moment aber noch nicht tun? Welche sind das?

Von den insgesamt 69 Teilnehmern der Studie gingen 24 Befragte auf diese Aufforderung ein. Sie machten per Listenauswahl insgesamt 158 Angaben zu zukünftig gewünschten Kooperationspartnern im Bereich der Kulturellen Bildung²². Diese 158 sogenannten *Zukunftsbeziehungen* verteilen sich wiederum auf 103 unterschiedliche Einrichtungen, von denen einige mehrfach genannt wurden.

Am häufigsten wurde die *Hochschule Nordhausen* als Partner genannt, mit dem andere Einrichtungen gerne zukünftig stärker zusammenarbeiten oder in den Austausch treten würden (insgesamt 7 Nennungen). Ebenfalls relativ häufig wurden die *Musikschule des Kyffhäuserkreises Carl Schroeder Konservatorium* und die *KZ-Gedenkstätte Mittelbau-Dora* als Wunschpartner für die Zukunft genannt (je 5 Nennungen). Danach existieren einige Akteure, die zumindest dreimal von anderen Befragten als zukünftige Wunschpartner genannt wurden: Dies sind – neben Akteuren, die bereits in anderen Auswertungsschritten aufgrund hoher Zentralitätswerte aufgefallen sind (so zum Beispiel das *Panoramamuseum Bad Frankenhausen*, das *Schlossmuseum Sondershausen*, das *Theater Nordhausen* und die *Kreismusikschule Nordhausen* – vor allem Einrichtungen, die zuvor noch nicht so stark im Fokus der Analyse standen. Dies betrifft neben dem *Förderverein Park Hohenrode* und dem *Jazzclub Nordhausen e.V.* auch das *Staatliche Gymnasium Wilhelm von Humboldt Nordhausen*, das *Herder-Gymnasium Nordhausen* (Staatliches Gymnasium) und das *Staatliche Gymnasium Geschwister Scholl Sondershausen*.

²² Dies entspricht bezogen auf die 24 Teilnehmer, die Angaben zu zukünftigen Wunschpartnern gemacht haben, 6.5 Nennungen im Mittel. Bezogen auf die Gesamtheit der Teilnehmer (69) sind es nur 2.3 Nennungen im Mittel.

Tabelle 44: Ranking derjenigen Akteure, die in der Listenauswahl am häufigsten angegeben wurden

Akteur	In-Degree
Hochschule Nordhausen	7
Musikschule des Kyffhäuserkreises Carl Schroeder Konservatorium	6
KZ-Gedenkstätte Mittelbau-Dora	5
Förderverein Park Hohenrode	3
Jazzclub Nordhausen e.V.	3
Panoramamuseum Bad Frankenhausen	3
Schlossmuseum Sondershausen	3
Theater Nordhausen / Loh-Orchester Sondershausen GmbH	3
Kreismusikschule Nordhausen	3
Tourist-Information Neustadt/Harz	3
Staatliches Gymnasium Wilhelm von Humboldt Nordhausen	3
Herder-Gymnasium Nordhausen Staatliches Gymnasium	3
Staatliches Gymnasium Geschwister Scholl Sondershausen	3

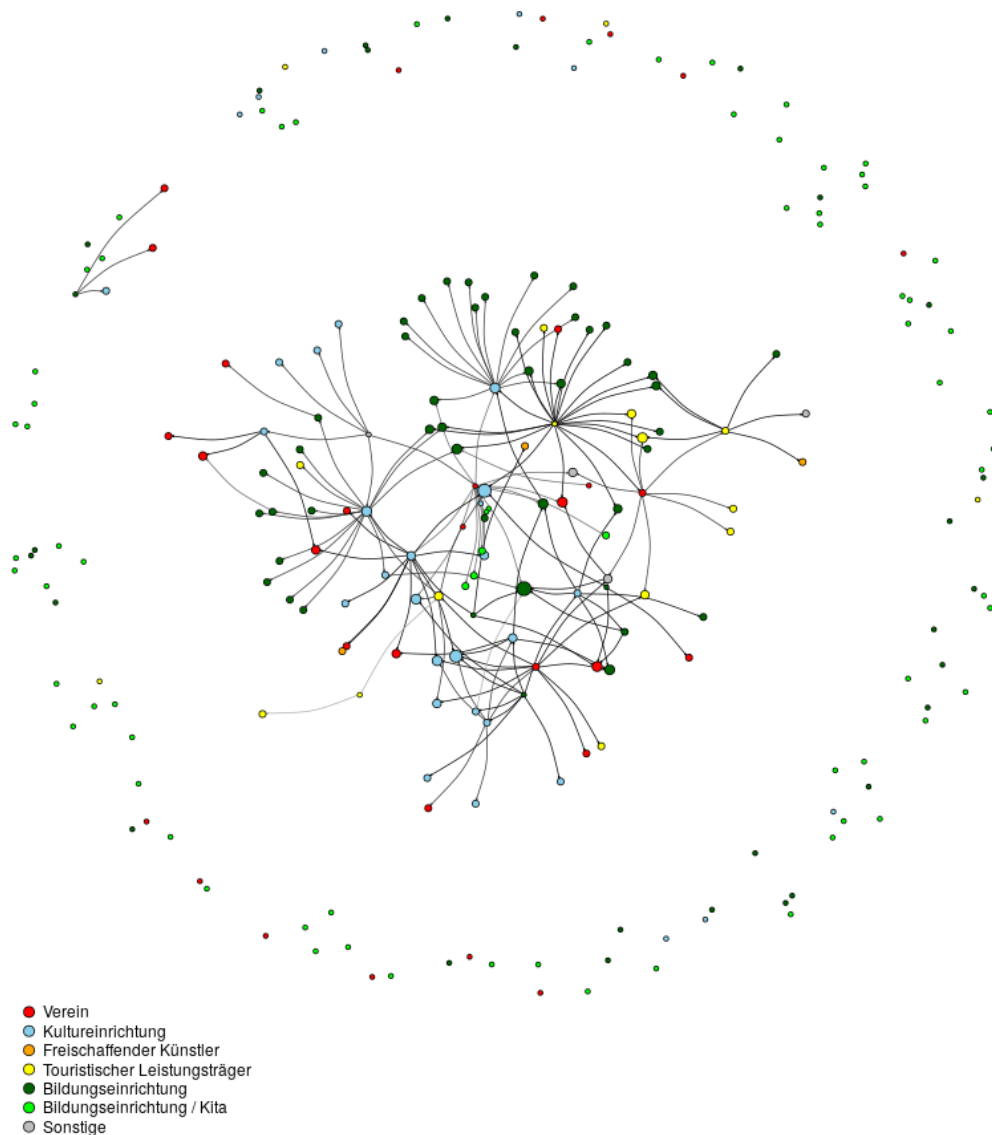


Abbildung 30: Netzwerk der zukünftig gewünschten Kooperationen

Verteilung der zukünftig gewünschten Kooperationen auf verschiedene Einrichtungsarten

In den nächsten beiden Tabellen ist zu erkennen, auf welche Einrichtungsarten sich die Wünsche nach zukünftiger Kooperation verteilen. Die meisten Wünsche nach verstärkter Zusammenarbeit werden von Vertretern der Kultureinrichtungen geäußert (insgesamt 60 Angaben). Auch Touristische Leistungsträger (34) und Vereine (33) geben relativ viele Kontakte an, mit denen sie sich in Zukunft eine Kooperation vorstellen können. Bildungseinrichtungen (22) und Sonstige nennen vergleichsweise wenige Wunschpartner für die Zukunft. Kultureinrichtungen möchten vor allem mit anderen Bildungseinrichtungen

stärker zusammenarbeiten (insgesamt 36 ihrer 60 Nennungen entfallen auf Bildungseinrichtungen, was einem Anteil von 60 Prozent entspricht). Auch Touristische Leistungsträger äußern relativ häufig den Wunsch nach verstärkter Zusammenarbeit mit Bildungsanbietern (17 absolute Nennungen, was wiederum 50 Prozent ihrer gesamten Zukunftsbeziehungen entspricht). Bildungseinrichtungen selbst möchten hingegen am ehesten mit Kultureinrichtungen (12 Nennungen) und / oder mit Vereinen (7 Nennungen) zusammenarbeiten. Auf Einrichtungen der eigenen Kategorie entfallen nur zwei Nennungen. Der Wunsch nach verstärkter Zusammenarbeit mit Kitas und Touristischen Leistungsträgern scheint nicht zu bestehen. Vereine wünschen sich am ehesten eine verstärkte Zusammenarbeit mit Touristischen Leistungsträgern. Kultureinrichtungen und Sonstige wünschen sich am ehesten eine stärkere Zusammenarbeit innerhalb der eigenen Domäne. Nur Vereine beabsichtigen mit Kindertagesstätten zu kooperieren.

Tabelle 45: Zukünftig gewünschte Kooperation nach Art der Einrichtungen (absolute Häufigkeit, gesamt N = 158)

absolut	1	2	3	4	5	6	7	8
Bildungseinrichtung	2	0	1	12	0	0	7	22
Kultureinrichtung	36	0	1	12	0	1	10	60
Sonstige	1	0	0	6	0	0	2	9
Touristischer Leistungsträger	17	0	1	6	1	6	3	34
Verein	6	4	0	8	4	9	2	33
Gesamt	62	4	3	44	5	16	24	N=158

[1] "Bildungseinrichtung" [2] "Kita" [3] "Freischaffender Künstler" [4] "Kultureinrichtung" [5] "Sonstige" [6] "Touristischer Leistungsträger" [7] "Verein"
[8] Gesamt

Tabelle 46: Zukünftig gewünschte Kooperation nach Art der Einrichtungen (relative Häufigkeit, gesamt N = 158)

in %	1	2	3	4	5	6	7	8
Bildungseinrichtung	3,23	0	33,33	27,27	0	0	29,17	13,92
Kultureinrichtung	58,06	0	33,33	27,27	0	6,25	41,67	37,97
Sonstige	1,61	0	0	13,64	0	0	8,33	5,7
Touristischer Leistungsträger	27,42	0	33,33	13,64	20	37,5	12,5	21,52
Verein	9,68	100	0	18,18	80	56,25	8,33	20,89
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

[1] "Bildungseinrichtung" [2] "Kita" [3] "Freischaffender Künstler" [4] "Kultureinrichtung" [5] "Sonstige" [6] "Touristischer Leistungsträger" [7] "Verein"
[8] Gesamt

4.6 Zwischenergebnisse der Netzwerkanalyse

- Insgesamt 55 (80 Prozent) der 69 Befragungsteilnehmer machten Angaben zu Netzwerkbeziehungen. 52 Teilnehmer gaben Kontakte der letzten sechs Monate an. 24 Teilnehmer machten außerdem Angaben zu mindestens einer zukünftig angestrebten Kooperation.
- Das Gesamtnetzwerk umfasst 785 gerichtete Beziehungen und 281 Akteure.
- Nahezu zwei Drittel des Kommunikationsnetzwerks besteht aus Bildungseinrichtungen und Kitas. Kultureinrichtungen und Vereine werden gleich häufig genannt und machen jeweils 13 Prozent des Netzwerks aus.
- Im Durchschnitt sind die Akteure ~2,84 Kontakte voneinander entfernt. Dies bedeutet, dass sich die Akteure des Gesamtnetzwerks relativ nahestehen und einander gut erreichen können.
- Im Mittel werden Touristische Leistungsträger am häufigsten von anderen als Partner genannt (7,41). Kultureinrichtungen hingegen geben jeweils am meisten Partner an (10,19).
- Kultureinrichtungen sind am vielseitigsten vernetzt. Sie sind die einzigen Einrichtungen, die Beziehungen zu allen anderen Einrichtungsarten aufweisen.
- Es zeigt sich, dass Touristische Leistungsträger besonders homophil sind, da sie am häufigsten Touristische Leistungsträger als Partner angeben und von ihnen auch am häufigsten genannt werden (38,1 Prozent).
- Akteure aus dem Bereich der Kulturellen Bildung verfügen über die meisten Kommunikationsbeziehungen. Ebenfalls überdurchschnittlich viele Beziehungen unterhalten Akteure, die sich der Musiksparte und der Soziokultur zuordnen. Nur schwach verbunden sind Akteure aus den Sparten Film und Literatur.
- 15 % aller Kooperationen beruhen auf Wechselseitigkeit. Das Netzwerk scheint sehr dezentral strukturiert zu sein, was die Aufmerksamkeitsverteilung beziehungsweise Popularität angeht. Außerdem haben die Akteure nahezu die gleichen Möglichkeiten / das gleiche Potential, Zugang zu neuen Kontakten zu erhalten.
- Das Kernnetzwerk entspricht ca. einem Viertel der Akteure des Gesamtnetzwerks. Die Beziehungsanzahl hat sich im Vergleich zum Gesamtnetzwerk mehr als halbiert (von 785 auf 326).
- 24 Befragte machten Angaben zu 158 zukünftig gewünschten Kooperationsbeziehungen im Bereich der Kulturellen Bildung.
- Die meisten Wünsche nach verstärkter Zusammenarbeit werden von Vertretern der Kultureinrichtungen geäußert (insgesamt 60 Angaben).
- Bildungseinrichtungen nennen vergleichsweise wenige Wunschpartner für die Zukunft.

4.7 Geo-Mapping / Verortung auf Karten

In einem weiteren Auswertungsschritt wird der Versuch unternommen, die erhobenen Daten mit geografischem Kartenmaterial zu verknüpfen. Hierzu werden auf den folgenden Seiten alle vorgegebenen Akteure, deren Adresse zu geografischen Koordinaten umgewandelt werden konnten und die ihr Einverständnis zum Erscheinen auf einer Kulturlandkarte gegeben haben, dargestellt. Zusätzlich werden die Netzwerkbeziehungen zwischen den Akteuren visualisiert. Die Karten haben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Es sei an dieser Stelle ausdrücklich darauf hingewiesen, dass noch mehr Akteure existieren, die für das Feld der Kulturellen Bildung in der Modellregion relevant sind, die in dieser Analyse nicht aufgeführt sind. Es kann jedoch davon ausgegangen werden, dass eine Vielzahl der maßgeblichen (Kultur-)Akteure in der Auswertung erfasst sind.

Bei den im Folgenden abgebildeten Karten handelt es sich um *Screenshots* einer interaktiven Karte, die über einen Webbrowser eingesehen werden kann. Die hierzu erforderlichen Dateien werden mit dem hier vorliegenden Bericht mitgeliefert.

Das Netzwerk Modellregion

Auf der ersten Karte sind die Akteure im gesamten Gebiet der Modellregion eingezeichnet. Es zeigt sich, dass ein Großteil der Akteure in den größeren Kommunen angesiedelt ist: Nordhausen, Sondershausen und Bad Frankenhausen. Zwischen diesen drei Orten lässt sich eine Art Dreiecksbeziehung der Kulturellen Bildung ausmachen, wobei der Austausch zwischen Nordhausen und Sondershausen besonders stark zu sein scheint. Auch zwischen Bleicherode und Nordhausen sind einige Verbindungen erkennbar. Zwischen Bleicherode und Sondershausen scheinen wiederum keine Verbindungslinien zu bestehen.

Das Netzwerk der Kulturellen Bildung scheint sich aber nicht nur auf die größeren Kommunen zu beschränken, sondern erstreckt sich über die gesamte Modellregion. Im Westen der Region sind neben Bleicherode auch Ellrich, Klettenberg, Friedrichsrode und Holzthaleben in das Netzwerk eingebunden. Auch der Süden ist über Hohenebra und Westerengel in das Netzwerk integriert. Im Osten der Region sind Wiehe, Roßleben und Bottendorf mit anderen Akteuren der Modellregion vernetzt. In der Nähe von Bad Frankenhausen liegt Oldisleben, welches ebenfalls an das Netzwerk angebunden ist. Am nördlichsten ist Neustadt / Harz an das Netzwerk der Kulturellen Bildung angeschlossen.

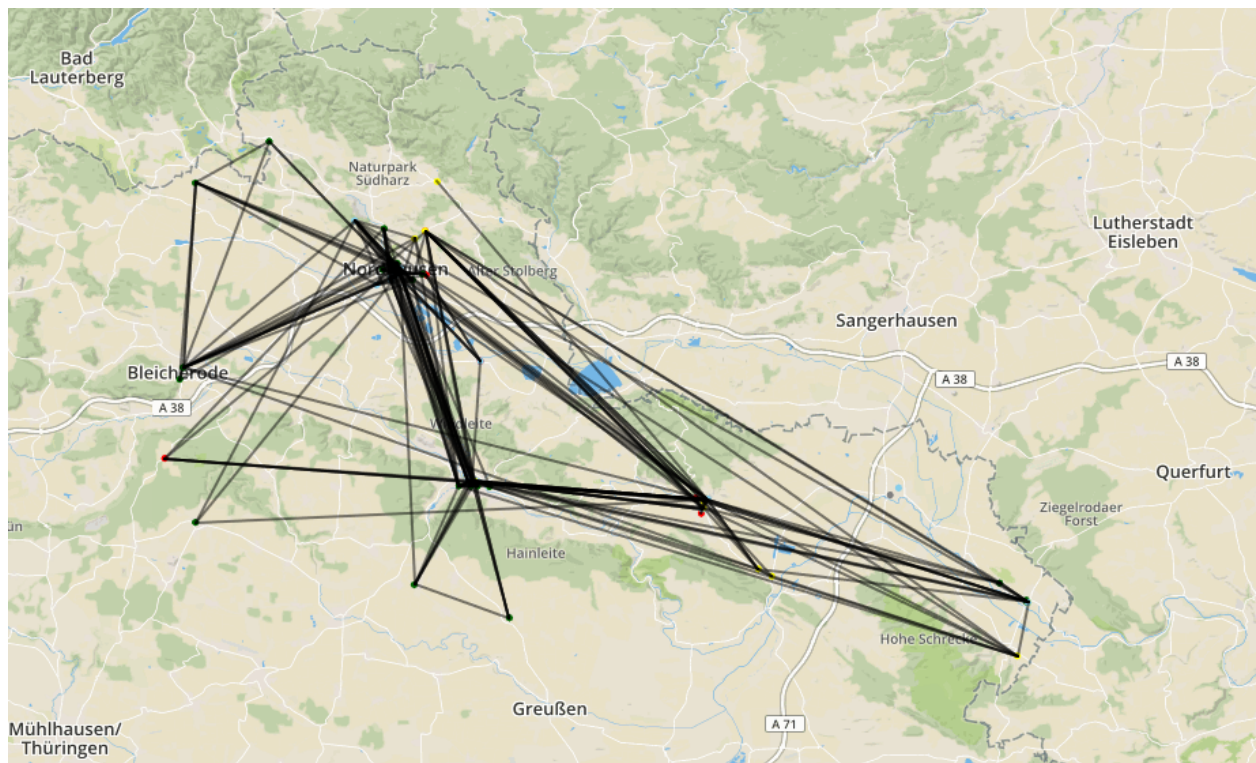


Abbildung 31: Netzwerk Modellregion (Gesamtausschnitt)

Interessant ist die Beobachtung, dass auch scheinbar größere Distanzen überbrückt werden, um andere Akteure der Modellregion zu erreichen. So bestehen beispielsweise Beziehungen zwischen Bleicherode und Oldisleben, zwischen Bottendorf und Sondershausen sowie zwischen Holzthaleben und Bad Frankenhausen.

Das Netzwerk im westlichen Teil der Region

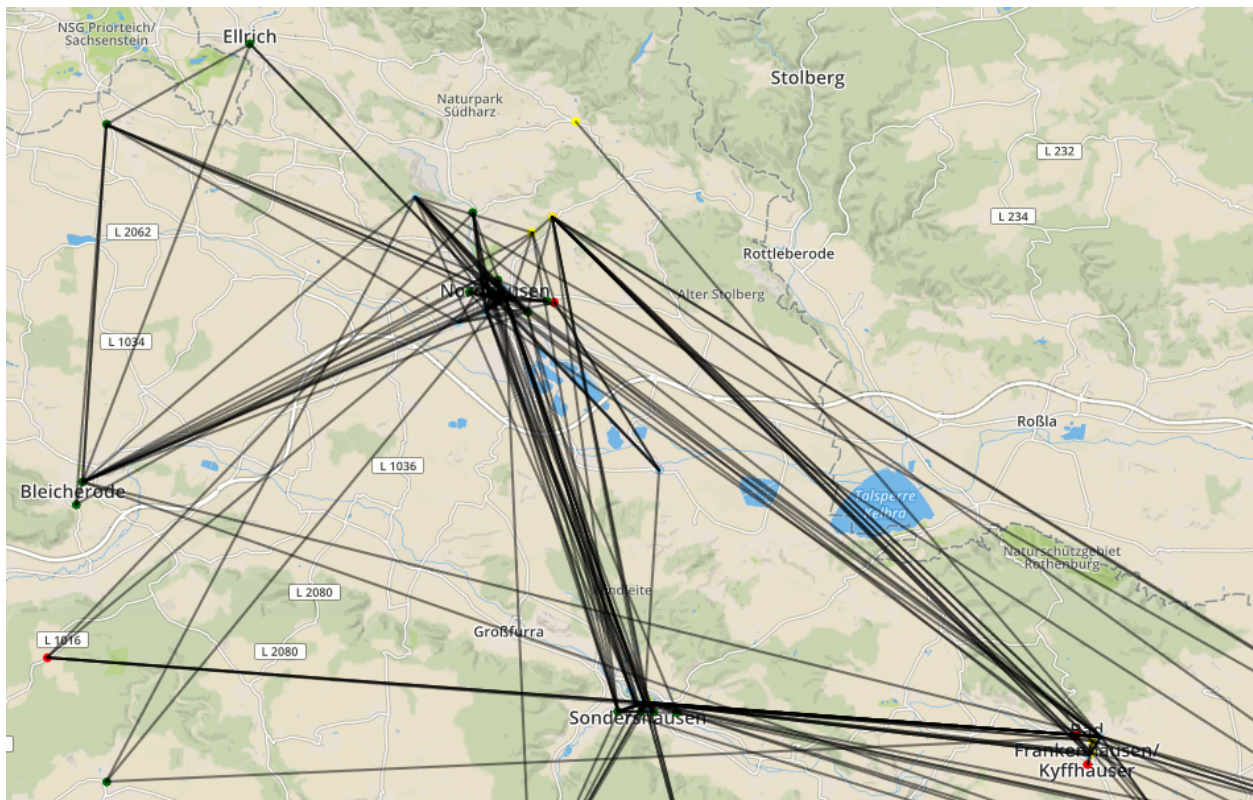


Abbildung 32: Netzwerk Modellregion (Westseite)

Nimmt man wie in Abbildung 32 den westlichen Teil der Modellregion stärker unter die Lupe, so kann man erkennen, dass die an den Rändern befindlichen Akteure in der Tendenz etwas stärker den Kontakt mit in Nordhausen ansässigen Einrichtungen als mit Einrichtungen, die in Sondershausen positioniert sind, pflegen. Bleicherode, Klettenberg und Ellrich sind miteinander verbunden. Friedrichsrode und Holzthaleben sind mit den Einrichtungen dieser Orte nicht verbunden, pflegen aber Beziehungen zu anderen Einrichtungen der Modellregion. Etwas stärkere Verbindungen lassen sich zwischen Bleicherode und Nordhausen sowie zwischen Klettenberg und Nordhausen ausmachen.

Das Netzwerk im östlichen Teil der Region

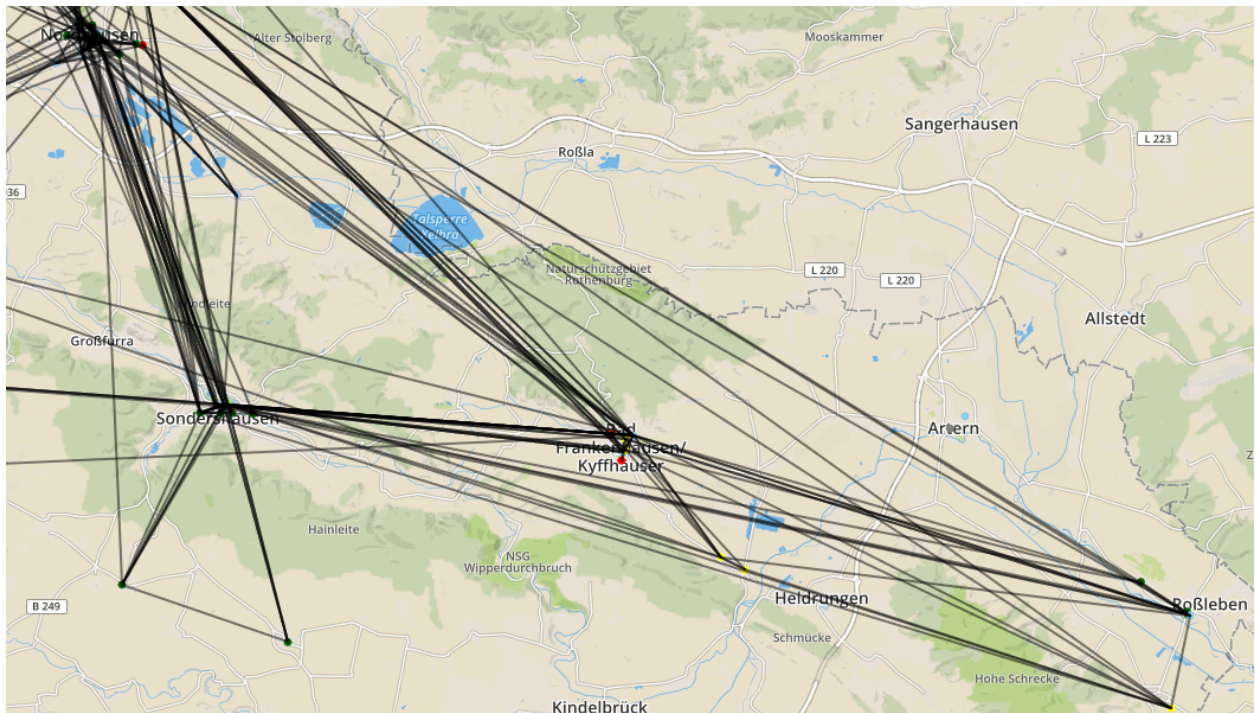


Abbildung 33: Netzwerk Modellregion (Ostseite)

In Abbildung 33 wird der östliche Teil der Modellregion betrachtet. Es zeigt sich, dass insbesondere Bad Frankenhausen als Knotenpunkt dieses Teils der Region fungiert. Eine Dreieckskonstellation ist im Süden zwischen Hohenebra, Sondershausen und Westerengel zu erkennen. Bottendorf, Roßleben und Wiehe sind zwar zum Teil auch miteinander vernetzt, knüpfen aber auch zahlreiche Beziehungen zu deutlich weiter entfernten Einrichtungen. Größere geografische Distanzen scheinen hier kein Hinderungsgrund für den Austausch zu sein.

Das Netzwerk im Raum Nordhausen

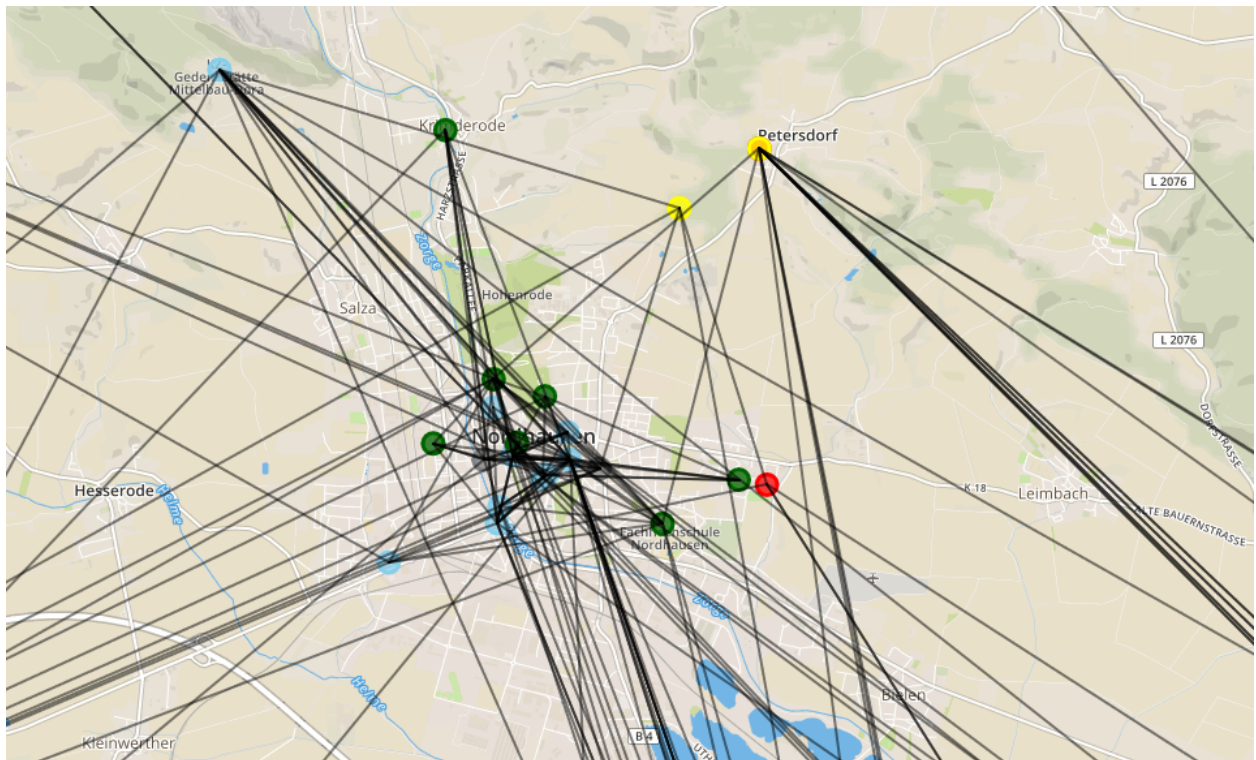


Abbildung 34: Netzwerk Raum Nordhausen (grün = Bildungseinrichtung; blau = Kultureinrichtung; gelb = Touristischer Leistungsträger; rot = Verein; grau = Sonstige)

Die meisten Knotenpunkte des Netzwerks der Kulturellen Bildung sind in Nordhausen und Umgebung zu finden. Im Kern der Stadt sind vor allem Bildungs- und Kultureinrichtungen angesiedelt sowie ein Verein. Im Nordosten sind außerdem zwei gut vernetzte Touristische Leistungsträger ansässig. Es zeigt sich, dass die Vernetzung innerhalb des Ortsgebiets relativ stark ausgeprägt ist. Auffällig ist, dass nahezu alle Einrichtungen im nördlichen Bereich der Kommune positioniert sind, während im Süden keine Akteure der Kulturellen Bildung zu finden sind.

Das Netzwerk im Kernbereich Nordhausens

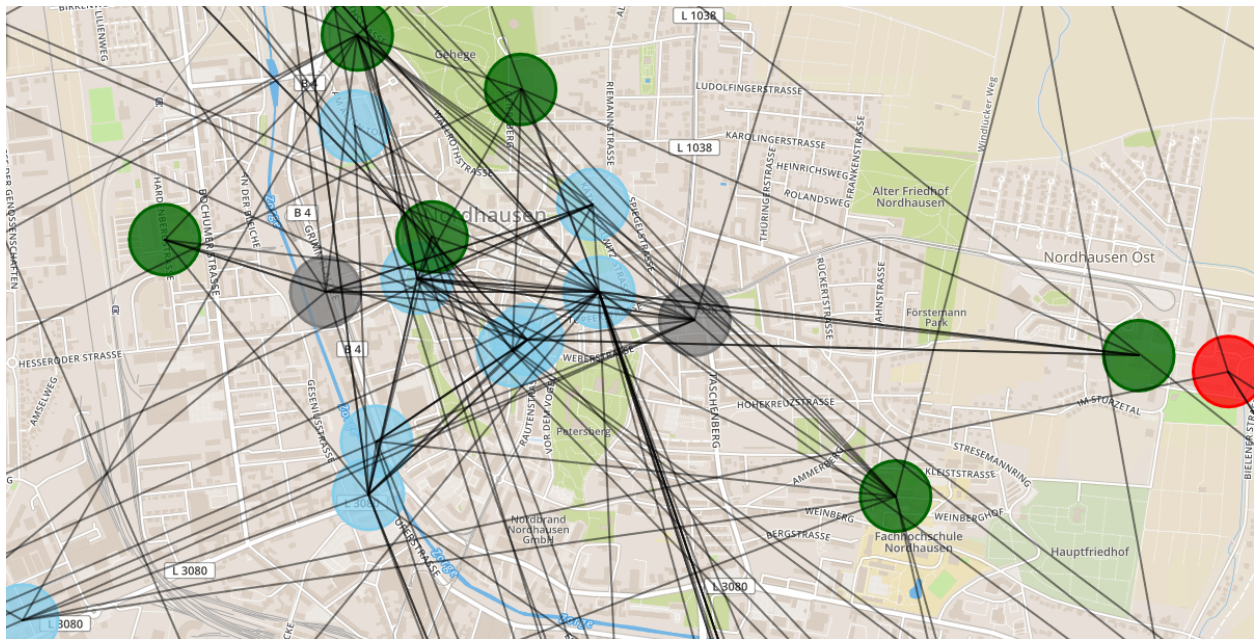


Abbildung 35: Netzwerk Nordhausen Kernbereich (grün = Bildungseinrichtung; blau = Kultureinrichtung; gelb = Touristischer Leistungsträger; rot = Verein; grau = Sonstige)

Im Kerngebiet Nordhausens ist insgesamt eine recht starke Vernetzung zu erkennen. Die Kultureinrichtungen sind mit einer Ausnahme (Niedersalza) alle in der Innenstadt verortet. Drei Einrichtungen sind etwas weiter östlich des Innenstadtbereichs positioniert. Insgesamt sind im Verhältnis mehr Kultur- als Bildungseinrichtungen auf der Karte verortet. Auch zwei Akteure sonstiger Art treten hier in Erscheinung (grau hinterlegt).

Das Netzwerk in Sondershausen

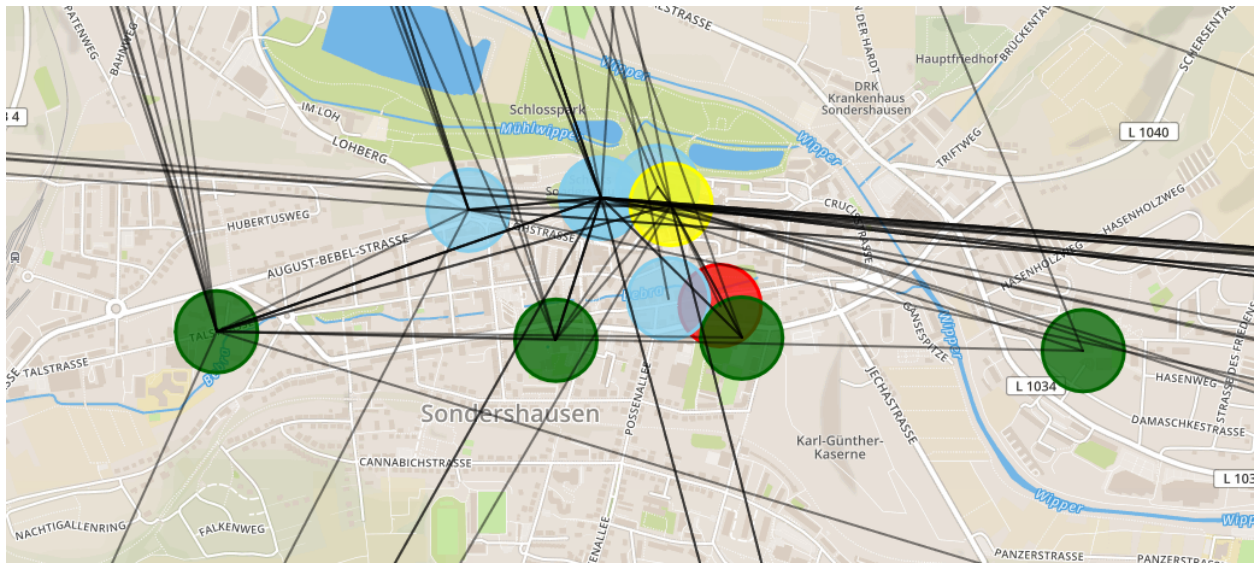


Abbildung 36: Netzwerk Sondershausen (grün = Bildungseinrichtung; blau = Kultureinrichtung; gelb = Touristischer Leistungsträger; rot = Verein)

Im engeren Bereich von Sondershausen sind je vier Bildungs- und vier Kultureinrichtungen zu erkennen. Auch ein Touristischer Leistungsträger und ein Verein sind hier erkennbar. Die beiden Bildungseinrichtungen, die sich etwas weiter vom Zentrum befinden, scheinen gut mit den anderen Einrichtungen verzahnt zu sein.

Das Netzwerk in Bad Frankenhausen

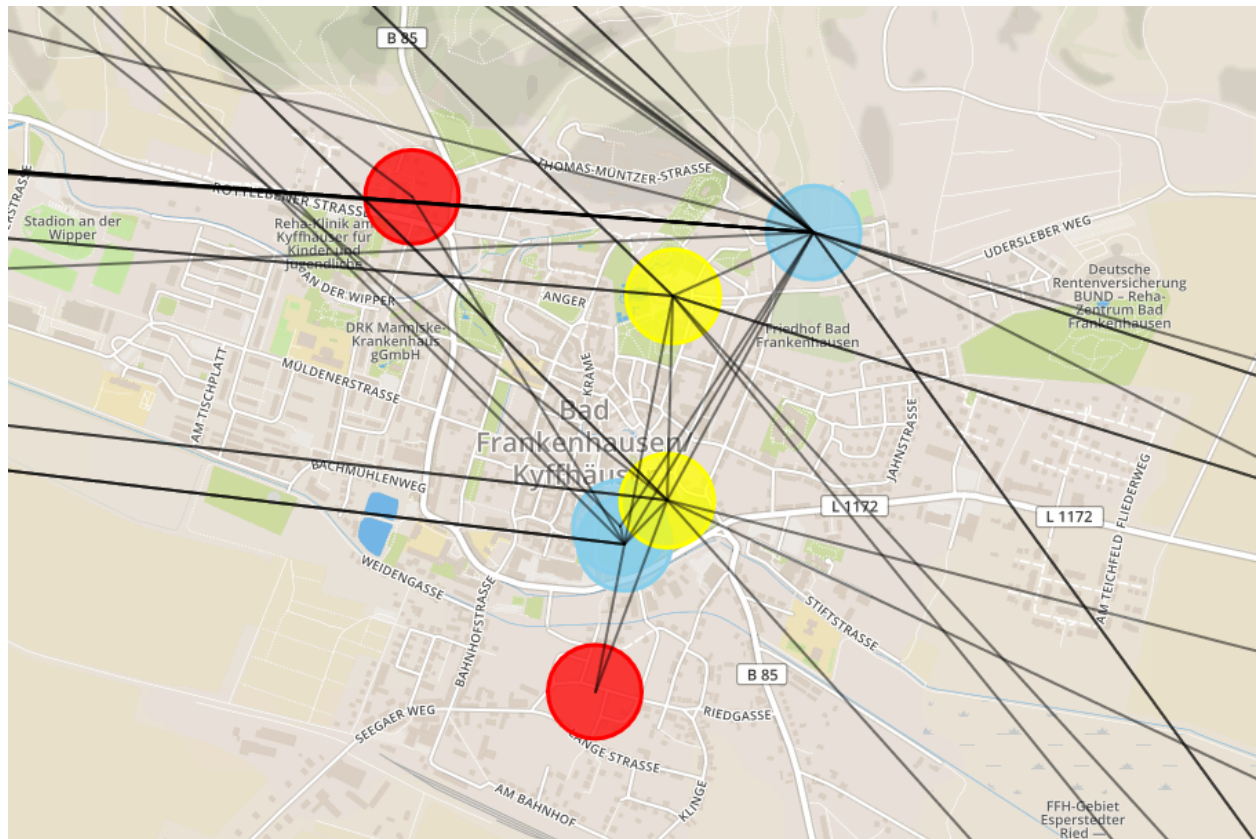


Abbildung 37: Netzwerk Bad Frankenhausen (blau = Kultureinrichtung; gelb = Touristischer Leistungsträger; rot = Verein)

In Bad Frankenhausen sind Kultureinrichtungen, Touristische Leistungsträger und Vereine dargestellt. Bildungseinrichtungen sind in dieser Karte nicht eingezeichnet. Die Kultureinrichtungen und die Touristischen Leistungsträger scheinen recht stark vernetzt zu sein, die Vereine ein bisschen schwächer. Während die Vereine ihre Beziehungen eher zu anderen Einrichtungen innerhalb des Ortes knüpfen, fungieren Kultureinrichtungen und Touristische Leistungsträger stärker als *Verteiler* mit zahlreichen Beziehungen über die Ortsgrenzen hinaus.

5 Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick

Mit der Umsetzung einer Online-Studie, die das Angebot und die Akteure der Kulturellen Bildung in der Modellregion erfasst, wurde ein Mapping-Prozess durchgeführt. Dieser wurde als eine Maßnahme des Handlungsfelds *Kulturelle Bildung und Partizipation stärken* im März 2015 im Abschlussbericht der Kulturentwicklungskonzeption für die Modellregion Kyffhäuserkreis und Landkreis Nordhausen angeregt.

Der hier vorliegende Bericht gibt Auskunft über die Charakteristika der Akteure der Kulturellen Bildung und über Merkmale der von ihnen bereitgestellten Angebote. Weiterhin liegt ein Schwerpunkt auf der Analyse des Kommunikationsnetzwerks der Akteure des Feldes der Kulturellen Bildung in der Modellregion. Auch wurde beleuchtet, wie ein sogenanntes *Zukunftsnetzwerk* aussehen könnte und wie sich die Vernetzung der Akteure, die den Fragebogen beendet haben, auf einer geografischen Karte verteilt. Um noch mehr und detailliertere Informationen zum Angebot und zur Vernetzung von Akteuren der Kulturellen Bildung zu erhalten, sind diesem Bericht umfangreiche Anlagen beigelegt. Diese können einerseits dazu genutzt werden, sich vertiefend mit einigen der in diesem Bericht dargelegten Ergebnisse zu befassen. Sie können aber auch genutzt werden, um eine Website und / oder eine Datenbank mit Akteuren und Angeboten der Kulturellen Bildung der Modellregion aufzubauen.

Der Bericht kann keinen Anspruch auf Vollständigkeit haben: Die zur Befragung eingeladenen Akteure wurden vorab definiert. Dies bedeutet, dass unter Umständen noch deutlich mehr Einrichtungen und Personen in der Modellregion existieren, die sich im Feld der Kulturellen Bildung betätigen. Insbesondere Einzelpersonen (zum Beispiel freischaffende Künstler) konnten in dieser ersten explorativen Studie nicht berücksichtigt werden. Die Erfahrung aus anderen Projekten vergleichbarer Art zeigt aber, dass diese in der Regel ebenfalls eine nicht unerhebliche Rolle für das Funktionieren des Gesamtsystems *Kulturelle Bildung* spielen. Auch sei hier noch einmal zu erwähnen, dass Kindertagesstätten in dieser Studie zwar als Kommunikationspartner ausgewählt werden konnten, jedoch nicht selbst die Möglichkeit hatten, an der Studie teilzunehmen und Auskunft über ihre Vernetzung zu geben. Da die Kitas sehr häufig als Partner genannt wurden, ist davon auszugehen, dass ihr Grad an Vernetzung sehr hoch ist.

Es zeigt sich im Allgemeinen, dass in der Modellregion bereits ein Austausch von Akteuren der Kulturellen Bildung stattfindet, der weit über die Ortsgrenzen – und zum Teil auch über die Grenzen der Landkreise – hinausgeht. Auch findet dieser Austausch spartenübergreifend statt: Bildungs- und Kultureinrichtungen sowie Touristische Leistungsträger, Vereine und sonstige Einrichtungen tauschen sich miteinander aus. Ob dies bereits ein Ergebnis der Kulturentwicklungskonzeption ist oder lediglich das Fundament einer neuen Entwicklung der Kulturellen Bildung in der Modellregion legt, darüber kann auf Grundlage der Ergebnisse dieser Studie diskutiert werden.

Die wichtigsten Ergebnisse der Bestandsaufnahme

- 69 Akteure der Modellregion haben den Online-Fragebogen beendet. Das entspricht einer Ausschöpfungsquote von 41 Prozent.
- Vor allem Bildungs- und Kultureinrichtungen haben an der Befragung partizipiert. Aber auch Akteure aus dem Tourismus und Vereine sind im Datensatz vertreten.
- Insgesamt nannten die befragten Akteure 295 übergeordnete Angebote der Kulturellen Bildung, die sie in der Modellregion bereitstellen. Im Durchschnitt stellt damit jeder Befragte etwas mehr als vier Angebote zur Verfügung.
- Fast die Hälfte aller Angebote ist im Bereich Musik, Theater und Tanz angesiedelt. Besonders viele Angebote gibt es auch in den Sparten Umwelt, Bildung und Ernährung sowie Geschichte und Museum.
- Film und Fotografie sowie Digitale Medien sind stark unterrepräsentiert.
- Am häufigsten werden Schulklassen und Kinder als Adressaten der Angebote genannt. Weniger als die Hälfte der Angebote richtet sich an Senioren, Menschen mit Behinderung und Migranten/Geflüchtete.

Die wichtigsten Ergebnisse der Quantitativen Netzwerkanalyse

- Insgesamt 55 Befragungsteilnehmer machten Angaben zu Netzwerkbeziehungen. 52 Teilnehmer gaben Kontakte der letzten sechs Monate an. 24 Teilnehmer machten außerdem Angaben zu mindestens einer zukünftig angestrebten Kooperation.
- Das Gesamtnetzwerk umfasst 785 gerichtete Beziehungen und 281 Akteure.
- Nahezu zwei Drittel des Kommunikationsnetzwerks besteht aus Bildungseinrichtungen und Kitas. Kultureinrichtungen und Vereine werden gleich häufig genannt und machen jeweils 13 Prozent des Netzwerks aus.
- Kultureinrichtungen sind am vielseitigsten vernetzt. Sie sind die einzigen Einrichtungen, die Beziehungen zu allen anderen Einrichtungsarten aufweisen.
- Akteure aus dem Bereich der Kulturellen Bildung verfügen über die meisten Kommunikationsbeziehungen. Ebenfalls überdurchschnittlich viele Beziehungen unterhalten Akteure, die sich der Musiksparte und der Soziokultur zuordnen. Nur schwach verbunden sind Akteure aus den Sparten Film und Literatur.
- 24 Befragte machten Angaben zu 158 zukünftig gewünschten Kooperationsbeziehungen im Bereich der Kulturellen Bildung.

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Anzahl Teilnehmer in absoluten Zahlen	8
Abbildung 2: Anzahl teilnehmender Akteure nach Einrichtungsart in Prozent	9
Abbildung 3: Tätigkeitsfelder / Kultursparten in Prozent	10
Abbildung 4: Anzahl Kulturakteure nach ihrer Trägerschaft in Prozent	11
Abbildung 5: Förderstrukturen in Prozent	12
Abbildung 6: Anteil der Angebote an verschiedenen Segmenten der Kulturellen Bildung in Prozent	14
Abbildung 7: Anteil der Angebote von Bildungseinrichtungen an verschiedenen Segmenten	16
Abbildung 8: Anteil der Angebote von Kultureinrichtungen an verschiedenen Segmenten	16
Abbildung 9: Anteil der Angebote sonstiger Einrichtungen an verschiedenen Segmenten	17
Abbildung 10: Anteil der Angebote Touristischer Leistungsträger an verschiedenen Segmenten	18
Abbildung 11: Anteil der Angebote von Vereinen an verschiedenen Segmenten	18
Abbildung 12: Anteil der Angebote an verschiedenen Sparten	20
Abbildung 13: Anteil verschiedener Zielgruppen, die mit den Angeboten angesprochen werden	21
Abbildung 16: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Sonstigen angesprochen werden	25
Abbildung 17: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Touristischen Leistungsträgern angesprochen werden	26
Abbildung 18: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Vereinen angesprochen werden	27
Abbildung 19: Gesamtnetzwerk mit Hervorhebung von communities	37
Abbildung 20: Gesamtnetzwerk mit farbiger Unterscheidung der Akteure nach Einrichtungsart	39
Abbildung 21: Gesamtnetzwerk mit Hervorhebung der Akteure mit den meisten eingehenden Beziehungen (je größer der Knoten, desto mehr eingehende Beziehungen)	41
Abbildung 22: Gesamtnetzwerk mit Hervorhebung der Akteure mit den meisten ausgehenden Beziehungen	43
Abbildung 23: Gesamtnetzwerk mit der Hervorhebung der Akteure, die besonders stark an Schnittstellen positioniert sind	46
Abbildung 24: Gesamtnetzwerk mit Hervorhebung des Kernnetzwerks (orangene Knoten)	47
Abbildung 25: Kernnetzwerk mit Hervorhebung der Cutpoints	49
Abbildung 26: Kernnetzwerk mit farbiger Unterscheidung der Akteure nach Einrichtungsart	52
Abbildung 27: Kernnetzwerk mit Hervorhebung der Akteure mit den meisten eingehenden Beziehungen	54
Abbildung 28: Kernnetzwerk mit Hervorhebung der Akteure mit den meisten ausgehenden Beziehungen	56
Abbildung 29: Kernnetzwerk mit Hervorhebung der Betweenness-Zentralität	58
Abbildung 30: Netzwerk der zukünftig gewünschten Kooperationen	69
Abbildung 31: Netzwerk Modellregion (Gesamtausschnitt)	73
Abbildung 32: Netzwerk Modellregion (Westseite)	74
Abbildung 33: Netzwerk Modellregion (Ostseite)	75
Abbildung 34: Netzwerk Raum Nordhausen	76
Abbildung 35: Netzwerk Nordhausen Kernbereich	77
Abbildung 36: Netzwerk Sondershausen	78
Abbildung 37: Netzwerk Bad Frankenhausen	79

Tabelle 1: Anzahl teilnehmender Akteure nach Einrichtungsart in Prozent	9
Tabelle 2: Tätigkeitsfelder / Kultursparten in Prozent	10
Tabelle 3: Anzahl Kulturakteure nach ihrer Trägerschaft in Prozent	11
Tabelle 4: Förderstrukturen in Prozent	12
Tabelle 5: Anteil unterschiedlicher Formate an den genannten Angeboten der Kulturellen Bildung	13
Tabelle 6: Anteil der Angebote an unterschiedlichen Segmenten	14
Tabelle 7: Anteil der Angebote nach Einrichtungsart an verschiedenen Segmenten	15
Tabelle 8: Anteil der Angebote an verschiedenen Sparten	19
Tabelle 9: Anteil verschiedener Zielgruppen, die mit den Angeboten angesprochen werden	21
Tabelle 10: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Bildungseinrichtungen angesprochen werden	22
Tabelle 11: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Kultureinrichtungen angesprochen werden	23
Tabelle 12: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Sonstigen angesprochen werden	25
Tabelle 13: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Touristischen Leistungsträgern angesprochen werden	26
Tabelle 14: Anteil der Zielgruppen, die mit den Angeboten von Vereinen angesprochen werden	27
Tabelle 15: Zusammenhang zwischen Kultursparte und Förderstruktur	29
Tabelle 16: Zentrale Begriffe der Netzwerkanalyse	32
Tabelle 17: Anzahl von Teilnehmern, die Angaben zu Netzwerkbeziehungen gemacht haben	33
Tabelle 18: Anzahl verschiedener Netzwerkbeziehungen des Gesamtnetzwerks	34
Tabelle 19: Anzahl Kommunikationspartner der letzten sechs Monate nach Einrichtungsart	34
Tabelle 20: Mittelwerte der Anzahl von Beziehungen unterschiedlicher Einrichtungsarten	35
Tabelle 21: Übersicht allgemeiner Strukturmaße des Gesamtnetzwerks	36
Tabelle 22: Übersicht allgemeiner Zentralitätsmaße des Gesamtnetzwerks	36
Tabelle 23: Akteure mit den höchsten Zentralitätswerten im Gesamtnetzwerk	38
Tabelle 24: Akteure mit den meisten eingehenden Beziehungen im Gesamtnetzwerk	40
Tabelle 25: Akteure mit den meisten ausgehenden Beziehungen im Gesamtnetzwerk	42
Tabelle 26: Akteure mit der höchsten Erreichbarkeit im Gesamtnetzwerk	44
Tabelle 27: Akteure mit besonders hohem Vermittlungspotenzial im Gesamtnetzwerk	45
Tabelle 28: Übersicht allgemeiner Strukturmaße des Kernnetzwerks	48
Tabelle 29: Übersicht allgemeiner Zentralitätsmaße des Kernnetzwerks	50
Tabelle 30: Akteure mit den höchsten Zentralitätswerten im Kernnetzwerk	51
Tabelle 31: Akteure mit den meisten eingehenden Beziehungen im Kernnetzwerk	53
Tabelle 32: Akteure mit den meisten ausgehenden Beziehungen im Kernnetzwerk	55
Tabelle 33: Akteure mit den höchsten Betweenness-Zentralitätswerten im Kernnetzwerk	57
Tabelle 34: Akteure mit besonders hohem Vermittlungspotenzial im Kernnetzwerk	59
Tabelle 35: Akteure mit der höchsten Erreichbarkeit im Kernnetzwerk	60
Tabelle 36: Kooperation nach Art der Einrichtungen	63
Tabelle 37: Kooperation nach Art der Einrichtungen	63
Tabelle 38: Gesamtnetzwerk: Anzahl Kommunikationsbeziehungen nach Kultursparten	64
Tabelle 39: Häufigkeit von anderen genannt zu werden nach Kultursparten	64
Tabelle 40: Häufigkeit Kommunikationspartner nach Kultursparten zu nennen	65
Tabelle 41: Anzahl Kommunikationspartner nach Trägerschaft (ego) - Degree	66

Tabelle 42: Anzahl Kommunikationspartner nach Trägerschaft (ego) In Degree	66
Tabelle 43: Anzahl Kommunikationspartner nach Trägerschaft Out Degree.....	67
Tabelle 44: Ranking derjenigen Akteure, die in der Listenauswahl am häufigsten angegeben wurden	68
Tabelle 45: Zukünftig gewünschte Kooperation nach Art der Einrichtungen	70
Tabelle 46: Zukünftig gewünschte Kooperation nach Art der Einrichtungen	70

Anlagenverzeichnis

Auf Anfrage stehen weitere Materialien zur Verfügung. Folgende Anlagen können bei Dr. Robert Peper (robertpeper@posteo.de) angefragt werden:

1. Fragebogen der Online-Studie
2. Netzwerkvisualisierungen
3. Liste mit den Angeboten der Kulturellen Bildung
4. Liste der Wunschpartner für die Zukunft, die im Fragebogen genannt wurden