



© Stadt Friedrichshafen

Stadt Friedrichshafen

Bürgerbefragung zum Thema Kultur 2022

- Ergebnisbericht -

Stand: 23. November 2022

Fabian Lauterbach, M.Sc. | Marc Schäfer, M.A. | Viktoria Oravec, B.A.



wer denkt was GmbH | Robert-Bosch-Str. 7 | 64293 Darmstadt

T: +49 6151 62915-50

www.werdenktwas.de



Impressum

Herausgebende:

wer denkt was GmbH
Robert-Bosch-Straße 7
64293 Darmstadt

Kontakt:

Tel.: +49 6151 62915-50
Fax: +49 6151 62915-51
E-Mail: kontakt@werdenktwas.de

Autorinnen:

Lauterbach | Oravec | Schäfer

Im Auftrag der

Stadt Friedrichshafen
Adenauerplatz 1
88045 Friedrichshafen

Kontakt:

Tel.: +49 (0) 7541 203-0
Fax: +49 (0) 7541 203-1199
E-Mail: stadtverwaltung@friedrichshafen.de

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	6
2. Merkmale der Teilnehmenden	7
2.1. Altersstruktur	7
2.2. Geschlechterverteilung	8
2.3. Wohnort.....	8
2.4. Stadtteil in Friedrichshafen	9
2.5. Wohnort außerhalb Friedrichshafens (Freitextfeld)	10
2.6. Mitgliedschaft in einem Kulturverein	10
2.7. Abonnement des Kulturbüros	11
2.7.1. Art des Abonnements des Kulturbüros (Freitextfeld).....	11
2.8. Lebenssituation und Erwerbstätigkeit	12
2.9. Geburtsland.....	13
2.10. Geburtsland der Eltern	14
2.11. Deutsch als Muttersprache	14
2.12. Staatsangehörigkeit (Freitextfeld).....	15
3. Inhaltliche Befragungsergebnisse	16
3.1. Zufriedenheit mit dem Kulturangebot.....	16
3.2. Besuchshäufigkeit von Kulturveranstaltungen.....	16
3.3. Gründe für eine geringe Besuchshäufigkeit.....	17
3.4. Interesse an verschiedenen kulturellen Angeboten.....	19
3.5. Informiertheit über das Kulturangebot für Kinder und Jugendliche	21
3.6. Informationsbedarf zum Kulturangebot für Kinder und Jugendliche	21
3.6.1. Bevorzugte Informationskanäle zum Kulturangebot für Kinder und Jugendliche (Freitextfeld)	22
3.7. Wunsch nach mehr Angeboten in verschiedenen Kultursparten	24
3.8. Besuchte Veranstaltungsorte.....	26
3.9. Beurteilung des Angebots an Veranstaltungsorten	27
3.9.1. Stärkung vorhandener Veranstaltungsorte (Freitextfeld)	28
3.10. Beurteilung der Sichtbarkeit des Kulturangebots	28
3.11. Wunsch nach Kultur im öffentlichen Raum.....	29
3.12. Wichtige Aspekte beim Kulturbesuch	29
3.13. Informationskanäle für Kulturangebote	31
3.13.1. Genutzte Social Media-Plattformen (Freitextfeld).....	32
3.13.2. Genutzte Newsletter (Freitextfeld)	32
3.13.3. Genutzte regionale Monatsmagazine (Freitextfeld).....	33
3.14. Beurteilung des Veranstaltungskalenders der Stadt	33

3.14.1.	Verbesserung des städtischen Veranstaltungskalenders (Freitextfeld)	34
3.15.	Ausbau städtischer Informationskanäle (Freitextfeld)	34
3.16.	Wichtige Aspekte für die Kulturarbeit.....	35
3.17.	Meistgenutztes Verkehrsmittel für den Veranstaltungsbesuch	36
3.18.	Gründe für die Nutzung des PKWs bzw. Motorrads/Rollers	37
3.19.	Maßnahmen zur Verringerung des motorisierten Individualverkehrs.....	38
3.20.	Vorschläge, Ideen und Beispiele aus anderen Städten (Freitextfeld).....	40
4.	Zusammenfassung	41

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Altersstruktur	7
Abbildung 2:	Geschlechterverteilung	8
Abbildung 3:	Wohnort (Stadt).....	8
Abbildung 4:	Wohnort (Stadtteil) (1 von 2).....	9
Abbildung 5:	Wohnort (Stadtteil) (2 von 2).....	10
Abbildung 6:	Mitgliedschaft in einem Kulturverein	11
Abbildung 7:	Abonnement des Kulturbüros	11
Abbildung 8:	Lebenssituation und Erwerbstätigkeit	12
Abbildung 9:	Geburtsland.....	13
Abbildung 10:	Geburtsland der Eltern.....	14
Abbildung 11:	Deutsch als Muttersprache / Erstsprache.....	14
Abbildung 12:	Deutsch als hauptsächliche Sprache in der Kindheit	15
Abbildung 13:	Zufriedenheit mit dem Kulturangebot.....	16
Abbildung 14:	Besuchshäufigkeit von Kulturveranstaltungen.....	17
Abbildung 15:	Gründe für eine geringe Besuchshäufigkeit.....	18
Abbildung 16:	Interesse an verschiedenen kulturellen Angeboten (1 von 2)	19
Abbildung 17:	Interesse an verschiedenen kulturellen Angeboten (2 von 2)	20
Abbildung 18:	Informiertheit über das Kulturangebot für Kinder und Jugendliche	21
Abbildung 19:	Informationsbedarf zum Kulturangebot für Kinder und Jugendliche	22
Abbildung 20:	Wunsch nach mehr Angeboten in verschiedenen Kultursparten (1 von 2)	24
Abbildung 21:	Wunsch nach mehr Angeboten in verschiedenen Kultursparten (2 von 2)	25
Abbildung 22:	Besuchte Veranstaltungsorte.....	26
Abbildung 23:	Beurteilung des Angebots an Veranstaltungsorten	27
Abbildung 24:	Beurteilung der Sichtbarkeit des Kulturangebots	28
Abbildung 25:	Wunsch nach Kultur im öffentlichen Raum.....	29
Abbildung 26:	Wichtige Aspekte beim Kulturbesuch	30

Abbildung 27: Informationskanäle für Kulturangebote.....	31
Abbildung 28: Beurteilung des Veranstaltungskalenders der Stadt	34
Abbildung 29: Wichtige Aspekte für die Kulturarbeit.....	35
Abbildung 30: Meistgenutztes Verkehrsmittel für den Veranstaltungsbesuch	36
Abbildung 31: Gründe für die Nutzung des PKWs bzw. Motorrads/Rollers	37
Abbildung 32: Maßnahmen zur Verringerung des motorisierten Individualverkehrs (1 von 2)	38
Abbildung 33: Maßnahmen zur Verringerung des motorisierten Individualverkehrs (2 von 2)	39

1. Einleitung

Im Jahr 2019 hat der Friedrichshafener Gemeinderat das erste gesamtstädtische Kulturentwicklungskonzept (KEK) als Anschlussprojekt des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes (ISEK) beschlossen. Die Erstellung des Kulturentwicklungskonzepts erfolgte dabei unter Einbezug der Bürgerinnen und Bürger (z. B. in Rahmen einer Bürgerbefragung zum Thema Kultur im Jahr 2018). Das Konzept soll dabei die Grundlage der Kulturarbeit in Friedrichshafen sein und dementsprechend regelmäßig überprüft und – insofern notwendig – aktualisiert werden.

Aufgrund der herausfordernden Rahmenbedingungen für die Kulturarbeit durch die pandemische Lage (vor allem den damit verbundenen Einschränkungen in den letzten Jahren) hat die Stadt Friedrichshafen beschlossen, das Kulturentwicklungskonzept bereits 2022 fortzuschreiben. Mit dem Neustart der Kultur nach der Pandemie sollen das Konzept und die Maßnahmen bis 2025 sukzessive umgesetzt werden. Neben der Überprüfung der Maßnahmen aus dem ersten Kulturentwicklungskonzept wurden bei der Fortschreibung neue Schwerpunkte gesetzt und in Arbeitsgruppen vertiefend ausgearbeitet.

Vor diesem Hintergrund hat die Stadt Friedrichshafen im Zeitraum vom 10. September 2022 bis zum 08. Oktober 2022 eine öffentlich zugängliche (interessengeleitete) Befragung zum Thema Kultur auf der Beteiligungsplattform friedrichshafen.sags-doch.de durchgeführt. Neben der Online-Umfrage hatten interessierte Bürgerinnen und Bürger auch die Möglichkeit, mittels eines Papierfragebogens teilzunehmen, welcher bei den städtischen Einrichtungen angefordert und abgegeben werden konnte.

Nach der Bereinigung etwaiger Manipulationsversuche sowie unvollständiger Datensätze¹ sind bei dieser Befragung insgesamt 408 verwertbare, d. h. valide, Antwortdatensätze für die Auswertung berücksichtigt worden. Von diesen 408 berücksichtigten Teilnahmen sind 396 Teilnahmen über den Online-Fragebogen und 12 Teilnahmen per Papierfragebogen eingegangen.

Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse der Befragung zusammenfassend dargestellt. Für alle Fragen, bei denen ein unmittelbarer Vergleich der Ergebnisse zwischen beiden Erhebungszeitpunkten (2022 und 2018) möglich ist, erfolgte eine komparative, d. h. vergleichende Auswertung.

¹ Unplausible Datensätze sind i.d.R. das Resultat von Manipulationsversuchen, wobei im vorliegenden Fall keine solchen nachgewiesen werden konnten. Unvollständige Datensätze entstehen i.d.R. durch das vorzeitige Verlassen des Fragebogens (Benutzerabbruch) und müssen einzeln auf ihre Verwertbarkeit geprüft werden. Hartes Prüfungskriterium für die unvollständigen Datensätze war ein Ausfüllen des Fragebogens zu mindestens 53,66 % (22 von 41 Fragen).

2. Merkmale der Teilnehmenden

2.1. Altersstruktur

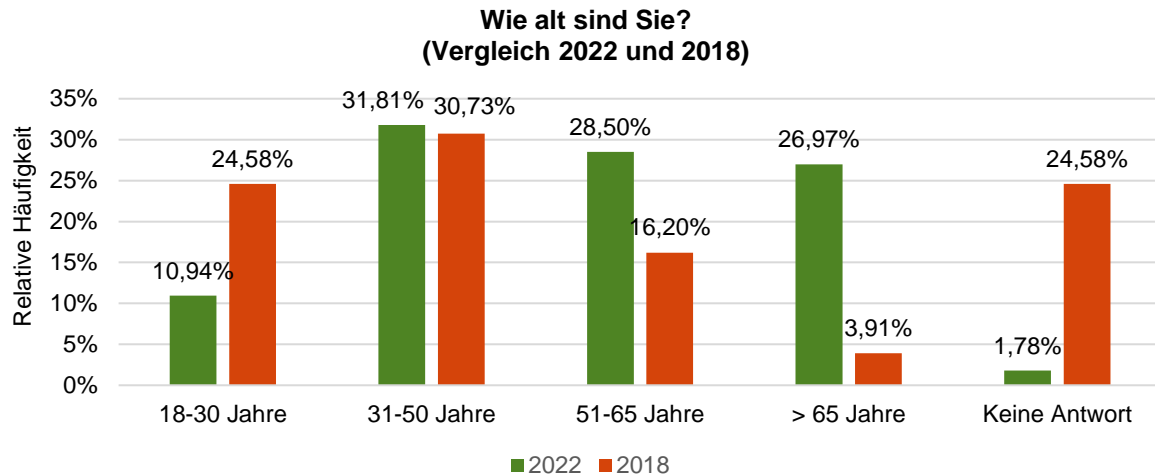


Abbildung 1: Altersstruktur

Hinsichtlich der Altersstruktur der Teilnehmenden zeigt sich folgendes Bild: Etwa ein Drittel ist *31-50 Jahre alt* (31,81 %, 125 Personen), ähnlich groß ist die Altersgruppe der *51–61-Jährigen* mit 28,5 % (112 Personen) und die der *über 65-Jährigen* mit 26,97 % (106 Personen). Vergleichsweise gering ist der Anteil der jüngsten Altersgruppe von *18-30 Jahre* (10,94 % bzw. 43 Personen). Der verhältnismäßig hohe Anteil an Personen in den mittleren Altersgruppen, besonders gegenüber der jüngsten Altersgruppe, ist bei der Interpretation der inhaltlichen Ergebnisse (wie bspw. dem Interesse an verschiedenen Kulturangeboten) zu berücksichtigen. Sieben Personen (1,78 %) haben hierzu keine Angabe gemacht.

Im Vergleich zur Umfrage 2018 ist der Anteil der Befragten aus der Altersgruppe *18-30 Jahre* deutlich geringer (-13,64 % im Vergleich zum Jahr 2018). Der Anteil der *über 65-Jährigen* ist dafür mit einer Zunahme von 23,06 % deutlich angestiegen, ebenso wie der relative Anteil der *51-65-Jährigen* (+12,30 %). Der Anteil der Altersgruppe der *31-50-Jährigen* hat sich nur geringfügig verändert (+1,08 %). Erfreulich ist, dass sich wesentlich weniger Personen der Frage *enthalten* haben (- 22,80 %).

Zusammenfassend betrachtet ist bei der aktuellen Umfrage eine ausgewogenere Verteilung der Teilnehmenden auf die unterschiedlichen Altersgruppen festzustellen. Auffällig ist dabei besonders, dass der Anteil an Personen, die älter als 50 Jahre sind, bei der Umfrage im Jahr 2022 deutlich größer ist als bei der Umfrage im Jahr 2018, in welcher die jüngeren Altersgruppen etwas überrepräsentiert waren.

2.2. Geschlechterverteilung

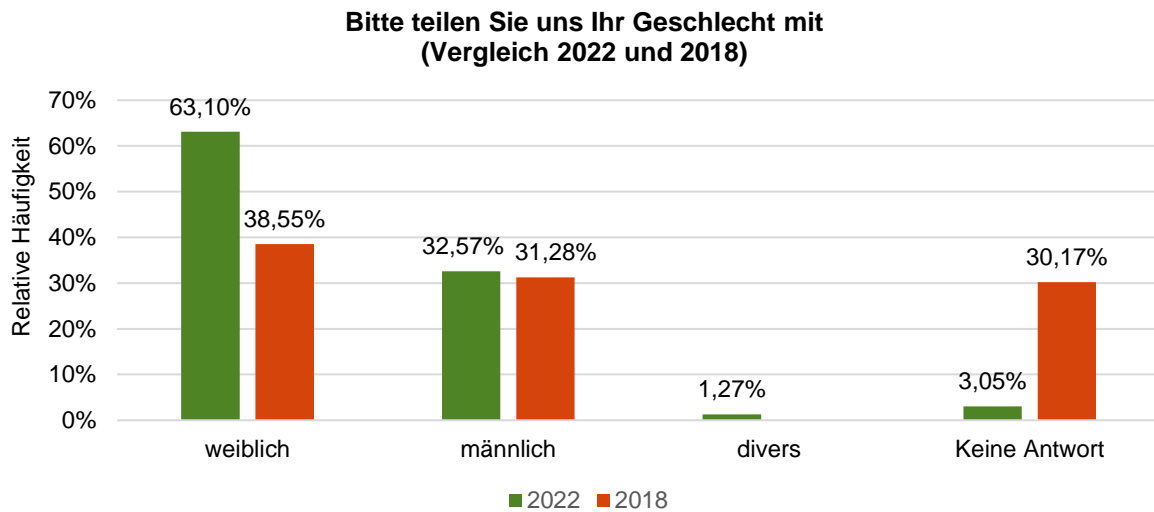


Abbildung 2: Geschlechterverteilung

Deutlich mehr als die Hälfte der Befragten (63,1 % bzw. 248 Personen) ist *weiblich*, 32,57 % (128 Personen) sind *männlich* und 1,27 % (5 Personen) *divers*. Zwölf Personen haben hierzu keine Angabe gemacht (3,05 %).

Der Anteil an weiblichen Personen hat sich im Vergleich zur Umfrage im Jahr 2018 deutlich gesteigert (+24,56 %), wobei hier natürlich auch der große Anteil an Nichtantworten im Jahr 2018 bei der Interpretation zu berücksichtigen ist. Der Personenkreis der männlichen Befragten unterscheidet sich dahingegen nur geringfügig zur Umfrage 2018 (+1,29 %). Die Antwortoption *divers* stand 2018 nicht zur Verfügung. Ein deutlich kleinerer Anteil an Befragten hat sich der Frage enthalten (-27,11 %).

2.3. Wohnort

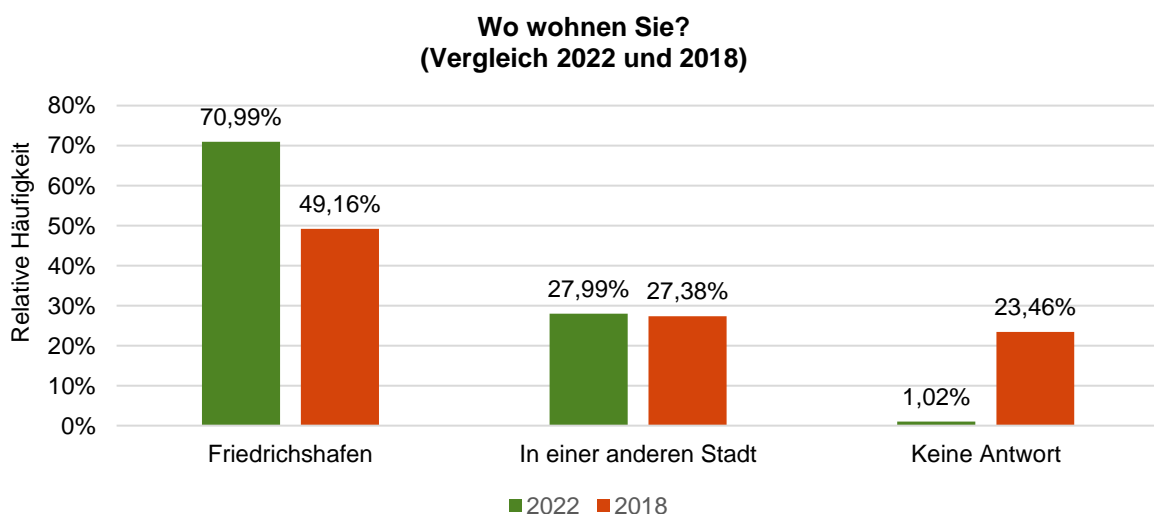


Abbildung 3: Wohnort (Stadt)

Zum Wohnort machten die Befragten folgende Angaben: 70,99 % (279 Personen) wohnen in *Friedrichshafen*, 27,99 % (110 Personen) wohnen *in einer anderen Stadt* und vier Personen (1,02 %) haben hierzu keine Angabe gemacht.

Im Vergleich zur Umfrage 2018 geben deutlich mehr Personen (+21,83 %) an, in Friedrichshafen zu wohnen. Der Frage enthalten haben sich in der aktuellen Umfrage wesentlich weniger Personen (-22,45 %). Die Differenz an Personen, die in einer anderen Stadt wohnen (+0,61 %), ist wiederum sehr klein, was eine ähnliche Verteilung der Wohnorte zu beiden Erhebungszeitpunkten nahelegt.

2.4. Stadtteil in Friedrichshafen

Methodischer Hinweis: Aufgrund der Filterlogik des Fragebogens wurde diese Frage nicht allen befragten Personen gestellt. Lediglich die Teilnehmenden, welche bei der vorherigen Frage nach dem Wohnort (*Wo wohnen Sie?*) angegeben haben, dass sie in Friedrichshafen wohnen, konnten diese Frage beantworten. Damit einhergehend verringert sich die Gesamtzahl an befragten Personen bei dieser Frage (von 408 auf 279 Personen).

Fast ein Drittel (29,03 %, 81 Personen) gibt an, in der *Stadtmitte* zu wohnen. Darauf folgen mit absteigender Nennungshäufigkeit *Fischbach* mit 14,7 % (41 Personen), *FN-West (Seemoos, Windhag, Oberhof)* mit 12,54 % (35 Personen) und *FN-Nord (Waggershausen, Meistershofen, Löwental)* sowie *FN-Ost (Kitzenwiese, St. Georgen, ab Lindauer Straße)* mit jeweils 11,11 % (31 Personen). Zu den weniger stark vertretenen Stadtteilen gehören *Kluffern* mit 7,53 % (21 Personen), *Ailingen* mit 6,09 % (17 Personen), *Schnetzenhausen* mit 3,23 % (9 Personen), *Allmannsweiler* mit 1,79 % (5 Personen), *Raderach* mit 1,43 % (4 Personen) und *Ettenkirch* mit 0,36 % (1 Person). Drei Personen (1,08 %) machten zu dieser Frage keine Angabe.

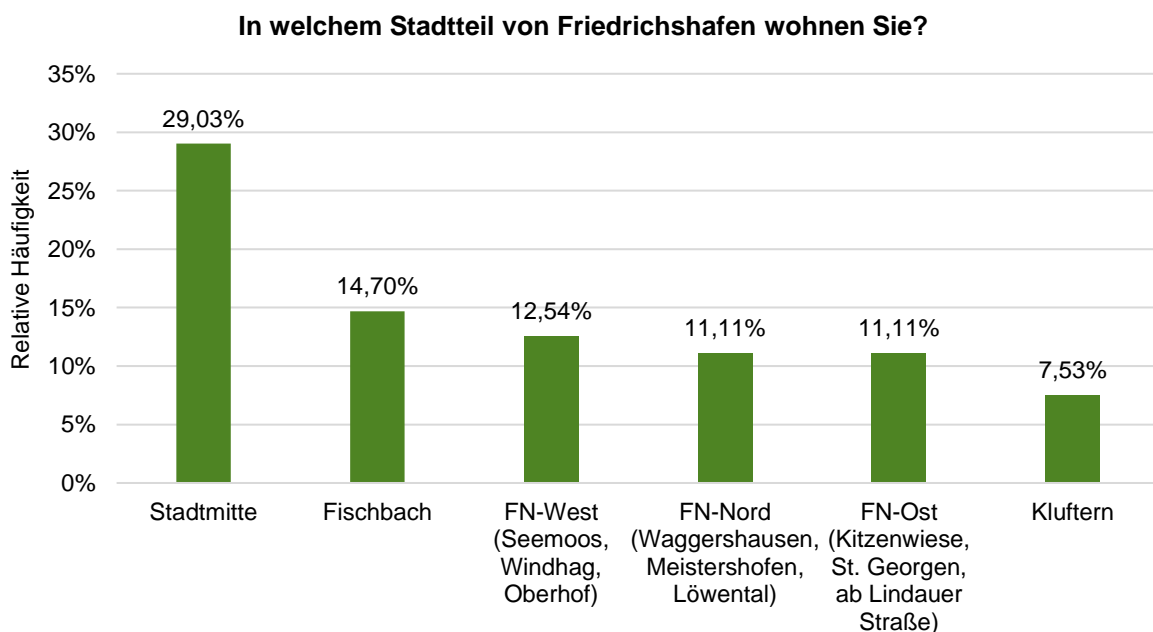


Abbildung 4: Wohnort (Stadtteil) (1 von 2)

In welchem Stadtteil von Friedrichshafen wohnen Sie?

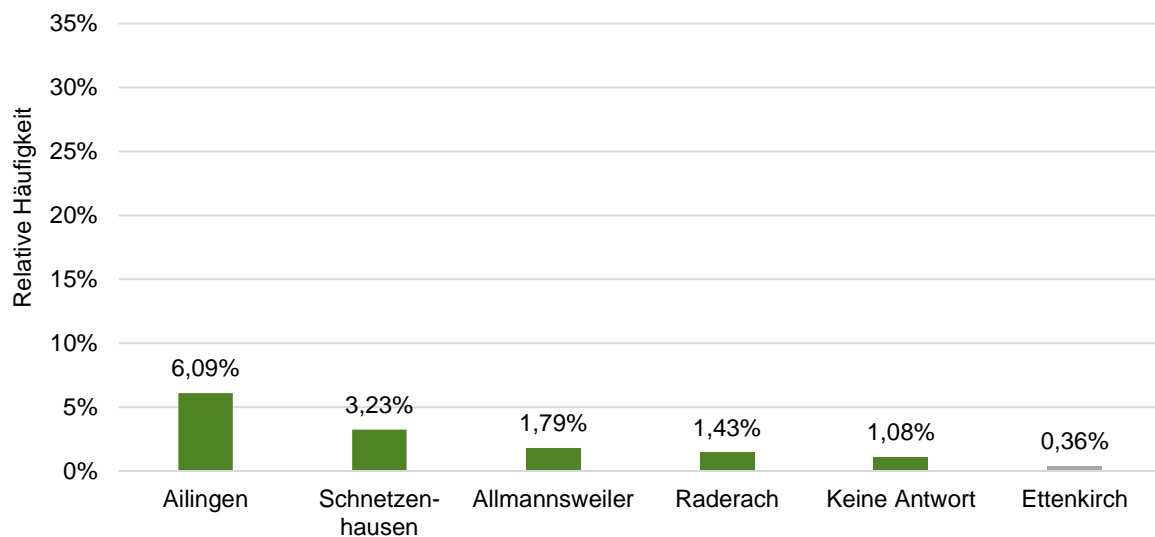


Abbildung 5: Wohnort (Stadtteil) (2 von 2)

2.5. Wohnort außerhalb Friedrichshafens (Freitextfeld)

Methodischer Hinweis: Aufgrund der Filterlogik des Fragebogens wurde diese Frage nicht allen befragten Personen gestellt. Lediglich die Teilnehmenden, welche bei der vorherigen Frage nach dem Wohnort (*Wo wohnen Sie?*) angegeben haben, dass sie *nicht* in Friedrichshafen wohnen, konnten diese Frage beantworten. Damit einhergehend verringert sich die Gesamtzahl an befragten Personen bei dieser Frage (von 408 auf 110 Personen). Da die Beantwortung dieser Frage über ein Freitextfeld erfolgte, werden nachfolgend nur die Ergebnisse der Textanalyse ohne Visualisierung zusammenfassend dargestellt. Die Gesamtheit an Freitextantworten ist einem separaten Dokument zu entnehmen.

Die in der nachfolgenden Freitext-Frage zum Wohnort außerhalb Friedrichshafens fünf am häufigsten genannten Städte und Gemeinden sind: (1) *Immenstaad* (16 Nennungen), (2) *Ravensburg* (11 Nennungen), (3) *Markdorf* (11 Nennungen), (4) *Meersburg*, *Langenargen*, *Tett nang* und *Meckenbeuren* (jeweils 6 Nennungen) und (5) *Überlingen* (4 Nennungen). Berücksichtigt wurden hier jeweils die konkreten Nennungen des Stadtnamens (inklusive Abkürzungen) sowie Postleitzahlen.

2.6. Mitgliedschaft in einem Kulturverein

Über drei Viertel der befragten Personen gibt an, nicht Mitglied in einem Kulturverein zu sein (77,66 % bzw. 299 Personen). Demgegenüber steht etwa ein Fünftel der Teilnehmenden, welche angeben, Mitglied zu sein (19,48 % bzw. 75 Personen). Elf Personen haben sich dieser Frage enthalten und keine Antwort abgegeben (2,86 % bzw. 11 Personen).

Die im Freitextfeld fünf am häufigsten genannten Begriffe bzw. Vereine sind dabei: *Caserne / Kaserne* (21 Nennungen), *Kunstverein* (14 Nennungen), *Jazzport* (10 Nennungen), *Sinfonieorchester* (4 Nennungen) und *Chor* (3 Nennungen).

Sind Sie Mitglied in einem Kulturverein? Wenn ja, in welchem?

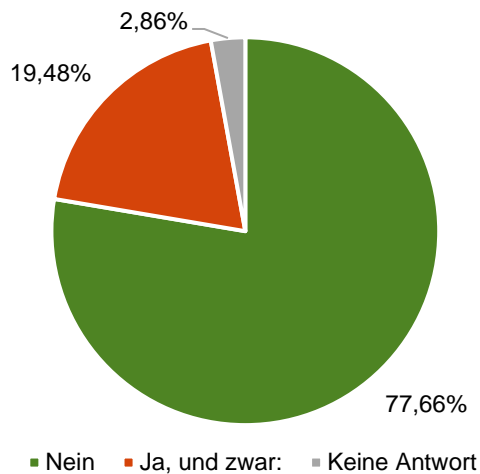


Abbildung 6: Mitgliedschaft in einem Kulturverein

2.7. Abonnement des Kulturbüros

Haben Sie ein Abonnement des Kulturbüros?

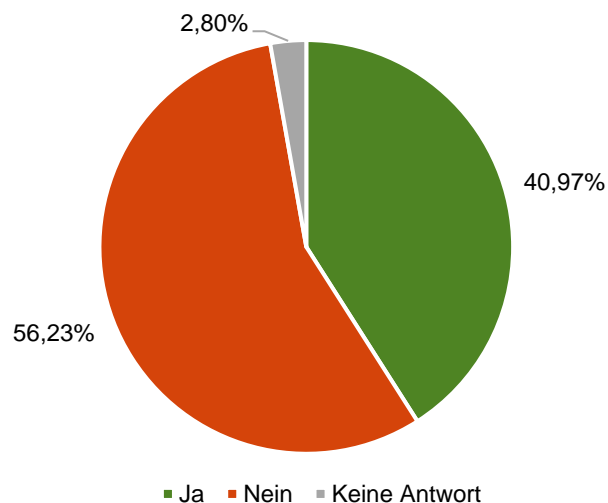


Abbildung 7: Abonnement des Kulturbüros

Die Befragten hatten die Möglichkeit, Angaben zum Abonnement des Kulturbüros zu machen. Etwas mehr als die Hälfte der befragten Personen hat kein Abonnement (56,23 % bzw. 221 Personen). 40,97 % (161 Personen) der Teilnehmenden geben an über ein Abonnement zu verfügen. 2,80 % (11 Personen) machten hierzu keine Angabe.

2.7.1. Art des Abonnements des Kulturbüros (Freitextfeld)

Methodischer Hinweis: Aufgrund der Filterlogik des Fragebogens wurde diese Frage nicht allen befragten Personen gestellt. Lediglich die Teilnehmenden, welche bei der vorherigen Frage nach dem Abonnement des Kulturbüros (*Haben Sie ein Abonnement des Kulturbüros?*) angegeben haben, dass sie ein solches Abonnement haben, konnten diese Frage beantworten. Damit einhergehend verringert sich die Gesamtzahl an befragten Personen bei dieser Frage (von 408 auf 161 Personen). Da die Beantwortung dieser Frage über ein

Freitextfeld erfolgte, werden nachfolgend nur die Ergebnisse der Textanalyse ohne Visualisierung zusammenfassend dargestellt. Die Gesamtheit an Freitextantworten ist einem separaten Dokument zu entnehmen.

Die in der nachfolgenden Freitext-Frage zur Art des Abonnements am häufigsten genannten Begriffe bzw. Abonnements mit mindestens fünf Nennungen sind: (1) *Ballett* (36 Nennungen), (2) *Meisterkonzerte* (32 Nennungen), (3) *Bahnhof Fischbach* (29 Nennungen), (4) *Tanz* (18 Nennungen), (5) *(Flying) Sparks* und *Sinfoniekonzerte* (jeweils 13 Nennungen), (6) *Wahlabo*, *Theater*, *Schauspiel*, *GZH* und *Gemischtes Abo* (jeweils 9 Nennungen), (7) *Musical/Entertainment* (7 Nennungen) sowie (8) *Kammerkonzerte* (5 Nennungen).

2.8. Lebenssituation und Erwerbstätigkeit

Welche Lebenssituation trifft derzeit überwiegend auf Sie zu?
(Vergleich 2022 und 2018)

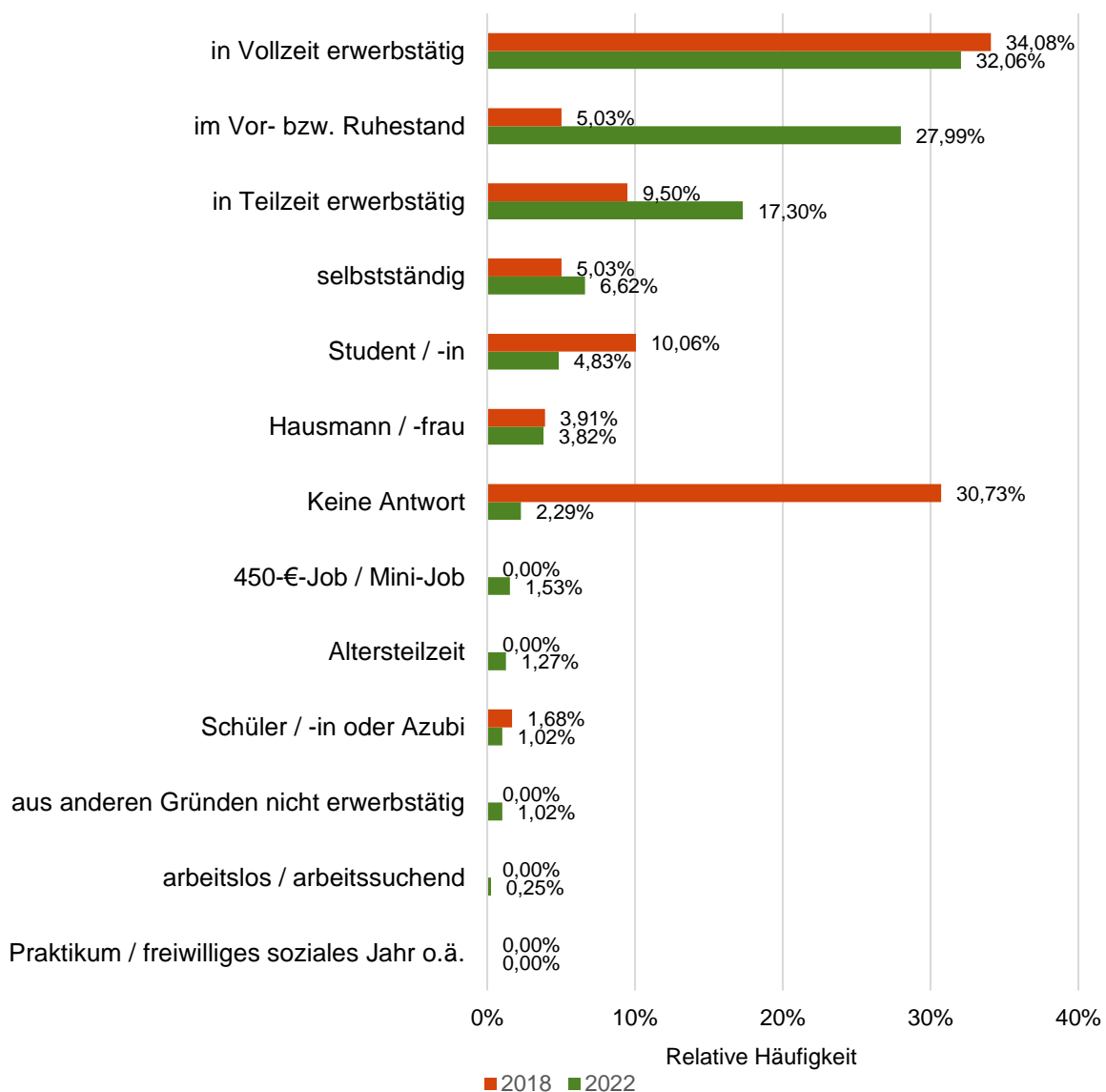


Abbildung 8: Lebenssituation und Erwerbstätigkeit

Zu ihrer aktuellen Lebenssituation machten die Befragten folgende Angaben: Etwa ein Drittel (32,06 % bzw. 126 Personen) ist *in Vollzeit erwerbstätig*. Mehr als ein Viertel der Befragten befinden sich *im Vor- bzw. Ruhestand* (27,99 % bzw. 110 Personen). Während noch 17,3 % (68 Personen) angeben, *in Teilzeit erwerbstätig* zu sein, werden die restlichen Antwortoptionen nur noch von je weniger als 10 % der Teilnehmenden genannt: 6,62 % (26 Personen) sind *selbstständig*, 4,83 % (19 Personen) sind *Student/-innen*, 3,83 % (15 Personen) sind *Hausmann/-frau*, 1,53 % (6 Personen) haben einen *Mini-Job*, 1,27 % (5 Personen) befinden sich in *Altersteilzeit*, 1,02 % (4 Personen) sind *Schüler/-innen oder Azubis*, 1,02 % (4 Personen) sind *aus anderen Gründen nicht erwerbstätig*, 0,25 % (1 Person) sind *arbeitslos / arbeitssuchend* und keine der Befragten befinden sich *in einem Praktikum oder freiwilligen sozialen Jahr*. Neun Personen (2,29 %) haben hierzu keine Angabe gemacht. Im Einklang mit der Altersstruktur der Teilnehmenden (vgl. Abschnitt 2.1.) zeigt sich, dass sich ein vergleichsweise geringer Anteil der Befragten in einer Lebenssituation befindet, die üblicherweise jüngeren Altersgruppen zuzuordnen ist (Studenten, Schülerinnen und Schüler, Azubis).

Im Vergleich zur Umfrage 2018 gab bei der aktuellen Umfrage ein wesentlich größerer Anteil von Personen an, sich *im Vor- bzw. Ruhestand* zu befinden (+22,96 %). Aufgrund der unterschiedlichen Verteilung der Altersgruppen zwischen beiden Erhebungszeitpunkten mit einem deutlich größeren Anteil an älteren Altersgruppen in der aktuellen Umfrage (vgl. Abschnitt 2.1.) ist dieser Unterschied in Bezug auf die Lebenssituation naheliegend. Folglich ist der Anteil an *in Vollzeit* Erwerbstätigen (-2,02 %) und *Student/-innen* (-5,22 %) geringer im Vergleich zu 2018. Der Anteil an *in Teilzeit* Erwerbstätigen ist dagegen um 7,81 % angestiegen. Die übrigen Kategorien weisen keine oder eine nur geringfügige Differenz auf (< 3 %). Erfreulicherweise hat im Zuge dieser Frage ein wesentlich kleiner Anteil keine Angabe gemacht (-28,44 %).

2.9. Geburtsland



Abbildung 9: Geburtsland

Die große Mehrheit der teilnehmenden Personen gibt an, *in Deutschland* geboren zu sein (93,57 % bzw. 364 Personen). Weniger als fünf Prozent sind dagegen *in einem anderen Land* geboren (4,37 % bzw. 17 Personen). Acht Personen machten hierzu keine Angabe (2,06 %).

2.10. Geburtsland der Eltern

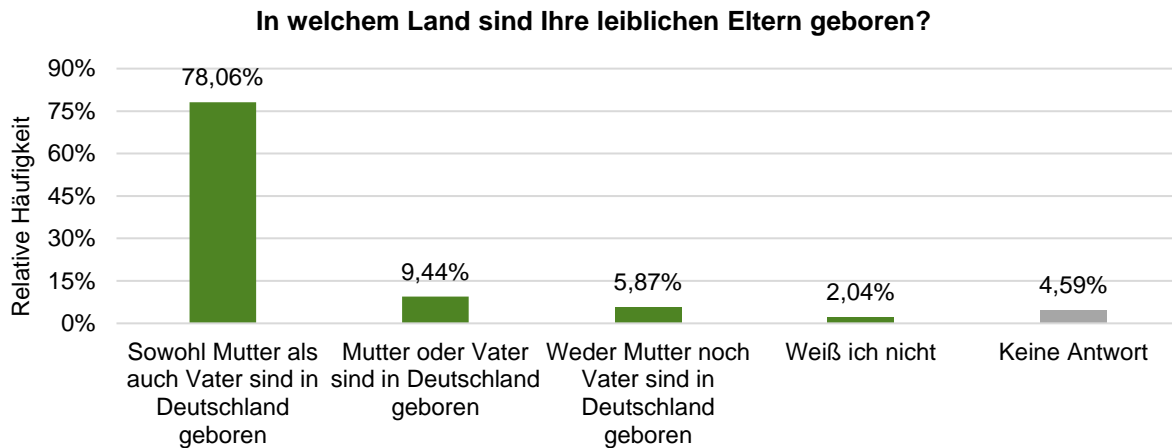


Abbildung 10: Geburtsland der Eltern

Über drei Viertel der Teilnehmenden (78,06 % bzw. 306 Personen) gab an, dass *sowohl Mutter als auch Vater in Deutschland geboren* sind. Bei einem deutlich kleineren Teil (9,44 % bzw. 37 Personen) ist lediglich *Mutter oder Vater in Deutschland geboren*. Bei 5,87 % (23 Personen) sind *weder Mutter noch Vater in Deutschland geboren*. Acht Personen (2,04 %) gaben an, es nicht zu wissen und achtzehn Personen (4,59 %) haben hierzu keine Angabe gemacht.

2.11. Deutsch als Muttersprache

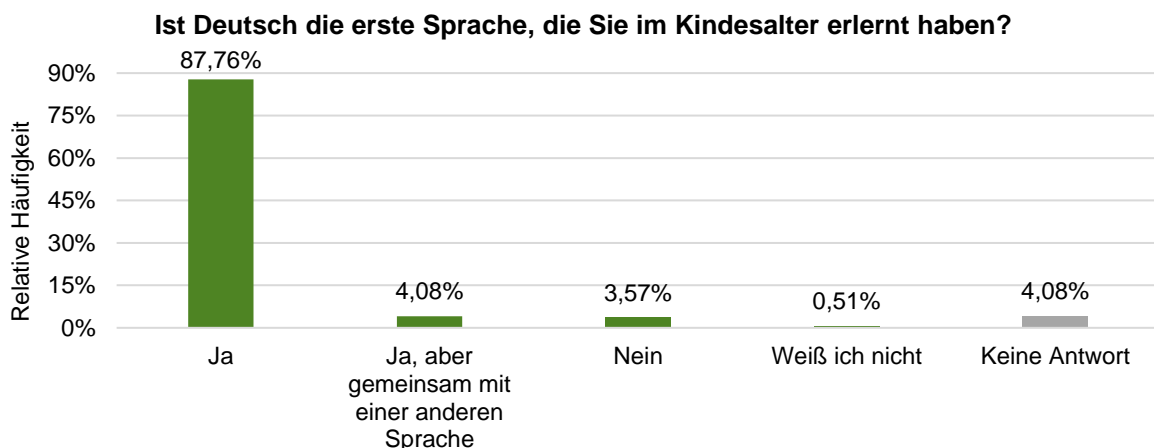
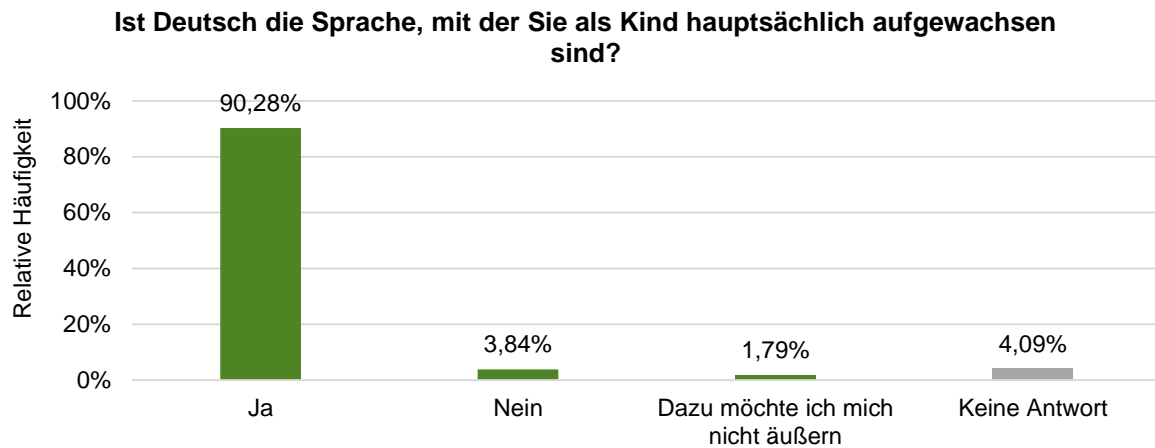


Abbildung 11: Deutsch als Muttersprache / Erstsprache

An dieser Stelle wurde gefragt, ob Deutsch die erste Sprache ist, welche im Kindesalter erlernt wurde. Diese Frage bejahte der größte Anteil an Teilnehmenden (87,76 % bzw. 344 Personen). 4,08 % der Befragten (16 Personen) erlernten Deutsch *gemeinsam mit einer anderen Sprache*. 3,57 % (14 Personen) erlernten Deutsch nicht als Erstsprache. Zwei Personen (0,51 %) wissen es

nicht und sechzehn (4,08 %) beantworteten diese Frage nicht.

Die letzte Frage bezüglich der Sprachkenntnisse bezog sich darauf, ob Deutsch die Sprache ist, mit der die Befragten als Kind hauptsächlich aufgewachsen sind. 90,28 % (353 Personen) bejahten



diese Frage, wohingegen nur 3,84 % (15 Personen) sie verneinten. Sieben Personen (1,79 %) wollten sich hierzu nicht äußern und sechzehn (4,09 %) machten keine Angabe.

Abbildung 12: Deutsch als hauptsächliche Sprache in der Kindheit

2.12. Staatsangehörigkeit (Freitextfeld)

Methodischer Hinweis: Da die Beantwortung dieser Frage über ein Freitextfeld erfolgte, werden nachfolgend nur die Ergebnisse der Textanalyse ohne Visualisierung zusammenfassend dargestellt. Die Gesamtheit an Freitextantworten ist einem separaten Dokument zu entnehmen.

Die mit deutlichem Abstand am häufigsten genannte Staatsangehörigkeit in der Freitext-Frage ist *deutsch* (bzw. Deutschland, DE etc.) mit 346 Nennungen. Alle weiteren Staatsangehörigkeiten werden nur zweimal oder einmal angegeben. Folgende Staatsangehörigkeiten lassen sich in den Freitextantworten identifizieren: *tschechisch* und *französisch* (jeweils zweimal genannt) sowie *schweizerisch*, *US-amerikanisch*, *bosnisch*, *griechisch*, *kamerunisch*, *österreichisch* und *russisch* (jeweils einmal genannt).

3. Inhaltliche Befragungsergebnisse

3.1. Zufriedenheit mit dem Kulturangebot

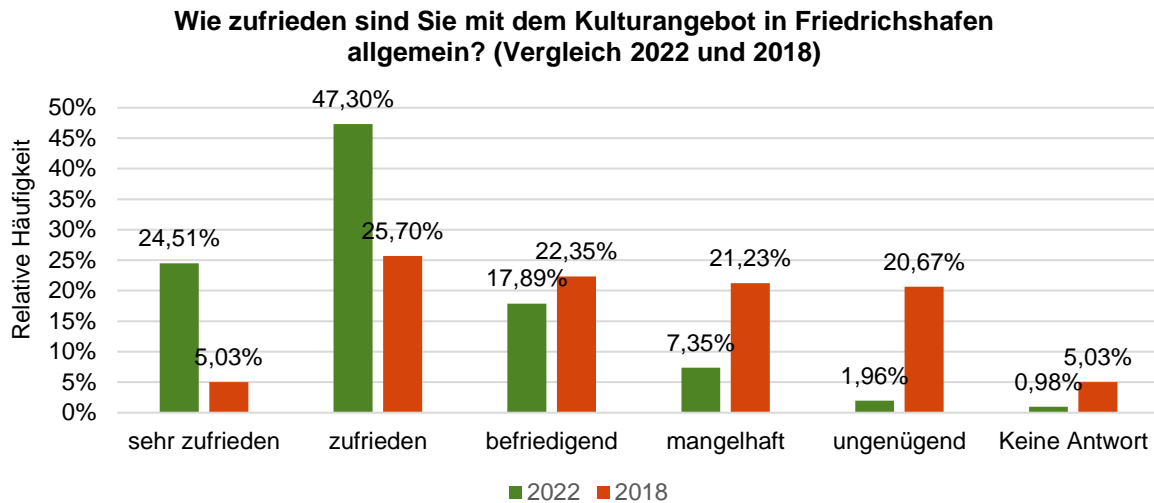


Abbildung 13: Zufriedenheit mit dem Kulturangebot

Im Allgemeinen sind die befragten Personen *zufrieden* (47,3 % bzw. 193 Personen) oder *sehr zufrieden* (24,51 % bzw. 100 Personen) mit dem Kulturangebot in der Stadt. Demgegenüber steht nur ein geringer Anteil an Teilnehmenden, welche das Kulturangebot als *mangelhaft* (7,35 % bzw. 30 Personen) oder *ungenügend* (1,96 % bzw. 8 Personen) beurteilen. Weitere 17,89 % (73 Personen) empfinden das Kulturangebot als *befriedigend*. Vier Personen haben die Frage nicht beantwortet (0,98 %).

Im Vergleich zur Befragung im Jahr 2018 ist eine erfreuliche Zunahme von +19,48 % der teilnehmenden Personen, die *sehr zufrieden* sind, zu verzeichnen. Ebenso erfreulich ist die Steigerung des Anteils an *zufriedenen* Personen von +21,61 %. Ebenso hervorzuheben ist, dass das Kulturangebot im Jahr 2022 von weniger Personen als *mangelhaft* oder *ungenügend* empfunden wurde. Hier ist eine Abnahme von -13,88 % bzw. -18,71 % festzustellen. Insgesamt betrachtet kann also festgestellt werden, dass die teilnehmenden Personen im Jahr 2022 deutlich zufriedener mit dem Kulturangebot sind als die befragten Personen im Jahr 2018.

3.2. Besuchshäufigkeit von Kulturveranstaltungen

Fast die Hälfte der befragten Personen gibt an, *4- bis 11-mal im Jahr* Kulturveranstaltungen in Friedrichshafen zu besuchen (49,02 % bzw. 200 Personen). Etwas mehr als ein Fünftel besucht *weniger als 4-mal im Jahr* (22,06 % bzw. 90 Personen) und etwas weniger als ein Fünftel *1- bis 2-mal im Monat* (19,12 % bzw. 78 Personen) Kulturveranstaltungen. Während noch 7,11 % (29 Personen) *öfter als 2-mal* solche Veranstaltungen besuchen, geben lediglich weniger als zwei Prozent (1,47 % bzw. 6 Personen) an, *nie* Kulturveranstaltungen zu besuchen. Fünf Personen

haben die Frage nicht beantwortet (1,23 %).

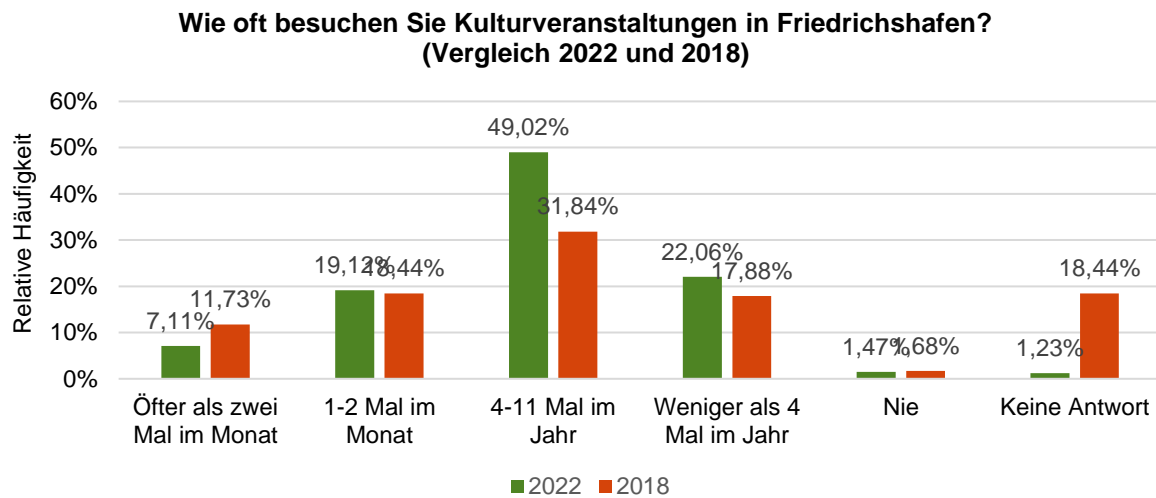


Abbildung 14: Besuchshäufigkeit von Kulturveranstaltungen

Im Vergleich zur Umfrage 2018 hat ein deutlich größerer Anteil der Befragten angegeben, *4-11-mal im Jahr* Kulturveranstaltungen in Friedrichshafen zu besuchen (+17,28 %). Gleichzeitig ist der Anteil der Personen, die *öfter als 2-mal im Monat* solche Veranstaltungen besuchen, im Vergleich kleiner (-4,62 %) und der Anteil der Befragten, die *weniger als 4-mal im Jahr* Veranstaltungen besuchen, größer (+4,18 %) geworden. Eine möglicher Erklärungsansatz hierfür ist, dass die pandemische Lage und die damit einhergehenden Einschränkungen, welche zuerst im März 2020 in Kraft traten, zu einer Verringerung der Anzahl an angebotenen Kulturveranstaltungen nach Beendigung der Einschränkungen und/oder einem Verhaltenswandel bzw. einer größeren Vorsicht auf Seiten der Bürgerinnen und Bürger geführt haben. Der Frage enthalten hat sich in der aktuellen Umfrage ein deutlich kleinerer Anteil: 2018 machten 18,44 % keine Angabe und somit 17,21 % mehr als in der aktuellen Umfrage.

3.3. Gründe für eine geringe Besuchshäufigkeit

Methodischer Hinweis: Aufgrund der Filterlogik des Fragebogens wurde diese Frage nicht allen befragten Personen gestellt. Lediglich die Teilnehmenden, welche bei der vorherigen Frage nach der Besuchshäufigkeit von Kulturveranstaltungen (*Wie oft besuchen Sie Kulturveranstaltungen in Friedrichshafen?*) angegeben haben, dass sie *4- bis 11-mal im Jahr*, *weniger als 4 Mal im Jahr* oder *nie* solche Veranstaltungen besuchen, konnten diese Frage beantworten. Damit einhergehend verringert sich die Gesamtzahl an befragten Personen bei dieser Frage (von 408 auf 296 Personen). Darüber hinaus wurde diese Frage als Mehrfachauswahl konzipiert, infolgedessen konnten teilnehmende Personen mehr als eine Antwortoptionen wählen. Dadurch übersteigt die Anzahl der Antworten die Anzahl der Teilnehmenden und es werden nachfolgend nur die absoluten Antwortzahlen angegeben. Für den Vergleich der Ergebnisse zwischen beiden Erhebungsjahren wird hingegen der relative Anteil an Nennungen verglichen, um die unterschiedliche Anzahl an Teilnahmen bzw. Antworten und Nennungen zu berücksichtigen.

Die zwei am häufigsten genannten Gründe für das Fernbleiben von kulturellen Veranstaltungen seitens der Teilnehmenden sind, dass das Angebot persönlich nicht als interessant empfunden

wird (84 Nennungen) oder nicht ausreichend Informationen über das Angebot vorliegen (76 Nennungen). Mit etwas Abstand wird *fehlende Freizeit* (57 Nennungen) als dritthäufigster Grund und *Ambiente / Location* (45 Nennungen) als vierthäufigster Grund genannt. Das *Preis-Leistungsverhältnis*, eine *fehlende Kinderbetreuung* oder *fehlende Begleitung* wird jeweils 37-mal genannt. Darüber hinaus wurde 31-mal die Option *Weiteres* angegeben.

Bei dem Vergleich zu den Ergebnissen aus dem Jahr 2018 fällt zunächst auf, dass die Abfolge der Antwortoptionen nach Nennungshäufigkeit identisch ist. So wird das *fehlende Interesse* in beiden Jahren am häufigsten genannt, gefolgt von *fehlenden Informationen*, *fehlender Freizeit*, *Ambiente / Location* und – am seltensten genannt – einer *fehlenden Begleitung*. Die geringere Anzahl an Nennungen im Jahr 2018 ist darauf zurückzuführen, dass die Anzahl an Teilnehmenden im Jahr 2022 deutlich größer war (408 – bzw. 296 im Fall dieser Filterfrage – verwertbare Teilnahmen im Jahr 2022 und 179 verwertbare Teilnahmen in 2018). Die Abweichungen zwischen beiden Erhebungszeitpunkten wurden daher in Relation zur Gesamtzahl an Nennungen ermittelt, um die unterschiedliche Anzahl an Antworten zu berücksichtigen. Bei der vorliegenden Frage nach den Hinderungsgründen sind dabei drei Abweichungen signifikant: *das Angebot interessiert mich nicht* (-5,01 %), *fehlende Freizeit* (-4,04 %) und *Weiteres* (-5,63 %) machen im Jahr 2022 einen geringeren Anteil der Nennungen aus als 2018. Die Antwortoptionen *fehlende Kinderbetreuung* und *Preis-Leistungsverhältnis* standen in der Umfrage im Jahr 2018 nicht zur Verfügung, somit ist hier kein Vergleich möglich.

Falls Sie selten / keine kulturellen Veranstaltungen in Friedrichshafen besuchen: Was hält Sie konkret davon ab? (Vergleich 2022 und 2018)

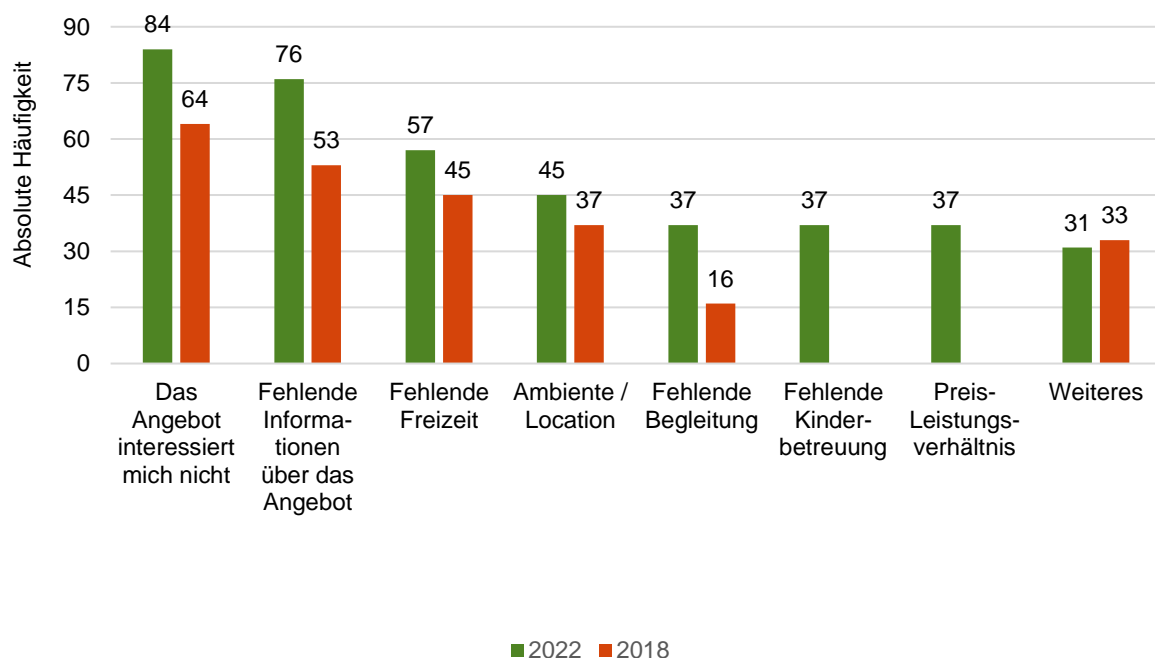


Abbildung 15: Gründe für eine geringe Besuchshäufigkeit

3.4. Interesse an verschiedenen kulturellen Angeboten

Methodischer Hinweis: Diese Frage wurde als Mehrfachauswahl konzipiert, infolgedessen konnten teilnehmende Personen mehr als eine Antwortoptionen wählen. Dadurch übersteigt die Anzahl der Antworten die Anzahl der Teilnehmenden und es werden nachfolgend nur die absoluten Antwortzahlen angegeben. Für den Vergleich der Ergebnisse zwischen beiden Erhebungsjahren wird hingegen der relative Anteil an Nennungen verglichen, um die unterschiedliche Anzahl an Teilnahmen bzw. Antworten und Nennungen zu berücksichtigen.

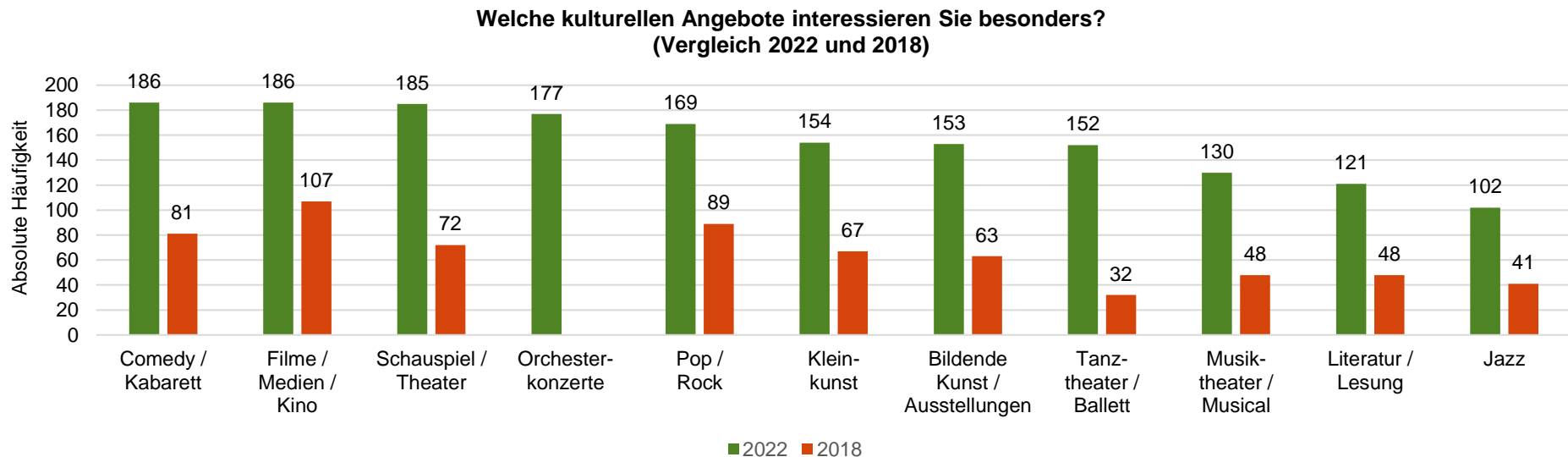


Abbildung 16: Interesse an verschiedenen kulturellen Angeboten (1 von 2)

Das Interesse an verschiedenen kulturellen Angeboten ist stark auf die verschiedenen Kultursparten verteilt. Besonders interessant für die befragten Personen sind dabei folgende kulturellen Angebote mit je mehr als 150 Nennungen: und *Filme / Medien / Kino* (je 186 Nennungen), *Schauspiel / Theater* (185 Nennungen), *Orchesterkonzerte* (177 Nennungen), *Pop / Rock* (169 Nennungen), *Kleinkunst* (154 Nennungen) sowie *Bildende Kunst / Ausstellungen* (153 Nennungen) und *Tanztheater / Ballett* (152 Nennungen).

Als vergleichsweise uninteressant werden von den teilnehmenden Personen dahingegen die folgenden Angebote eingestuft (jeweils weniger als 50 Nennungen): *Jugendkultur* (z. B. *Hip Hop*, *Breakdance*) (32 Nennungen), *Blasmusik* (28 Nennungen), *Sonstiges* (24 Nennungen) und *Volksmusik* (13 Nennungen).

Welche kulturellen Angebote interessieren Sie besonders? (Vergleich 2022 und 2018)

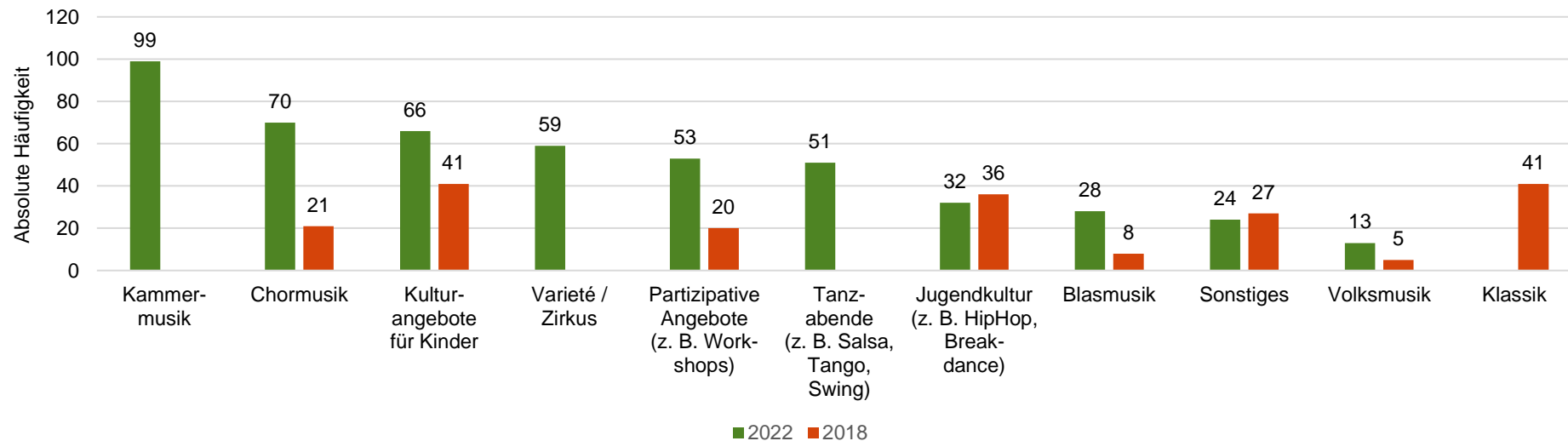


Abbildung 17: Interesse an verschiedenen kulturellen Angeboten (2 von 2)

Unter Berücksichtigung der Gesamtzahl an Nennungen sind nur zwei signifikante Abweichungen ($\geq 3\%$) für die in beiden Umfragen vorhandenen Antwortoptionen zu identifizieren: ein etwas kleinerer Anteil der Nennungen ist im Jahr 2022 für *Filme / Medien / Kino* zu beobachten (-4,22 %), wohingegen *Tanztheater / Ballett* einen etwas größeren Anteil der Nennungen ausmacht (+3,1 %). Für die Antwortoptionen *Orchesterkonzerte*, *Kammermusik* und *Klassik* ist kein Vergleich möglich, da diese nur in einer der beiden Umfragen vorhanden waren. Grundsätzlich ist das Interesse für verschiedene kulturelle Angebote also sehr ähnlich zwischen beiden Erhebungszeitpunkten.

Die unter *Sonstiges* genannten Freitextantworten sind dabei weitreichend und vorwiegend Einzelaussagen. So wünschen sich die teilnehmenden Personen im Jahr 2022 hier vor allem Konzerte, Rock, Open Airs / Festivals, Sportveranstaltungen und kulturelle Freiräume bzw. selbstbestimmte kulturelle Angebote.

3.5. Informiertheit über das Kulturangebot für Kinder und Jugendliche

Methodischer Hinweis: Aufgrund der Filterlogik des Fragebogens wurde diese Frage nicht allen befragten Personen gestellt. Lediglich die Teilnehmenden, welche bei der vorherigen Frage nach dem Interesse an verschiedenen kulturellen Angeboten (*Welche kulturellen Angebote interessieren Sie besonders?*) angegeben haben, dass sie Kulturangebote für Jugendliche (*Jugendkultur*) und Kinder (*Kulturangebote für Kinder*) interessieren, konnten diese Frage beantworten. Damit einhergehend verringert sich die Gesamtzahl an befragten Personen bei dieser Frage (von 408 auf 98 Personen).

Fühlen Sie sich gut informiert über das Kulturangebot für Kinder und Jugendliche in Friedrichshafen?

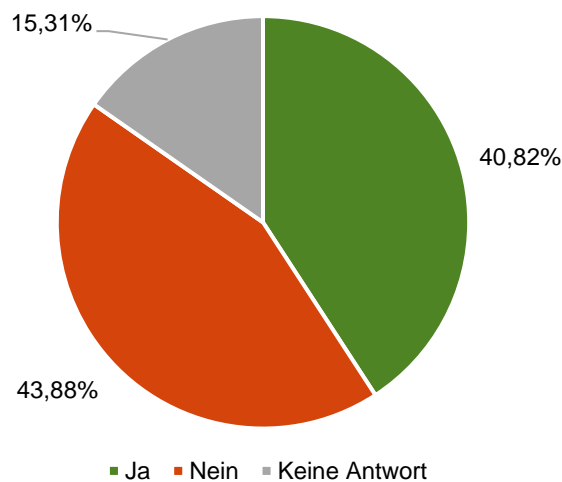


Abbildung 18: Informiertheit über das Kulturangebot für Kinder und Jugendliche

Von denjenigen Teilnehmenden, die sich für kulturelle Angebote für Kinder und Jugendliche interessieren (insgesamt 98 Personen), fühlt sich weniger als die Hälfte (40,82 % bzw. 40 Personen) gut informiert über das bestehende Kulturangebot. Demgegenüber stehen 43,88 % dieses Personenkreises (43 Personen), welche sich nicht gut informiert fühlen. Die restlichen 15,31 % (15 Personen) haben keine Angabe zu dieser Frage gemacht. Die Informationslage über kulturelle Angebote für Kinder und Jugendliche für interessierte Personen scheint daher verbesserungswürdig.

3.6. Informationsbedarf zum Kulturangebot für Kinder und Jugendliche

Methodischer Hinweis: Aufgrund der Filterlogik des Fragebogens wurde diese Frage nicht allen befragten Personen gestellt. Lediglich die Teilnehmenden, welche bei der vorherigen Frage nach dem Interesse an verschiedenen kulturellen Angeboten (*Welche kulturellen Angebote interessieren Sie besonders?*) angegeben haben, dass sie Kulturangebote für Jugendliche (*Jugendkultur*) und Kinder (*Kulturangebote für Kinder*) interessieren, konnten diese Frage beantworten. Damit einhergehend verringert sich die Gesamtzahl an befragten Personen bei dieser Frage (von 408 auf 98 Personen).

Wünschen Sie sich mehr Informationen über das Kulturangebot für Kinder und Jugendliche in Friedrichshafen?

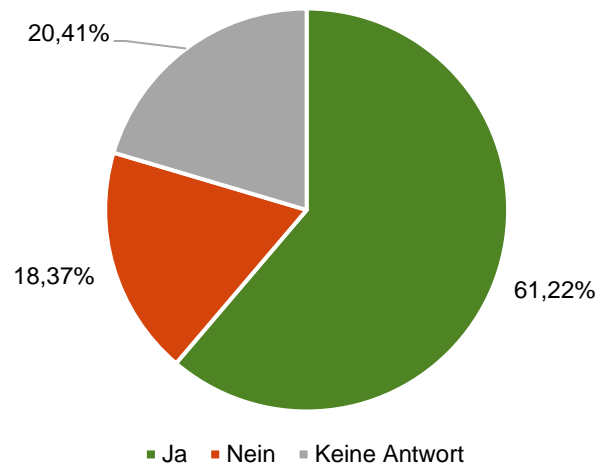


Abbildung 19: Informationsbedarf zum Kulturangebot für Kinder und Jugendliche

Dass die Informationslage für Personen, welche sich für Kulturangebote für Kinder und Jugendliche interessieren, verbessert werden kann bzw. sollte, wird auch in dieser direkten Abfrage nach mehr gewünschten Informationen deutlich. So wünschen sich 61,22 % dieses Personenkreises (60 Personen), dass sie mehr Informationen über das Kulturangebot für Kinder und Jugendliche wünschen. Demgegenüber stehen lediglich 18,37 % (18 Personen), welche keine weiteren Informationen wünschen. Etwa ein Fünftel der Teilnehmenden (20,41 % bzw. 20 Personen) machte keine Angabe bei dieser Frage. Da der Anteil der Personen, welche sich mehr Informationen wünschen, größer ist als der Anteil, welcher sich nicht gut informiert fühlt (vgl. vorherige Frage), zeigt sich ein hohes Verbesserungspotenzial hinsichtlich der Informationslage über Kulturangebote für Kinder und Jugendliche.

Die gezielte Information von Personen, welche sich auch tatsächlich für diese Angebote interessieren, sollte dementsprechend weiter verbessert werden. Dabei sollte aber nicht vergessen werden, dass sich nur ein vergleichsweise kleiner Anteil der Gesamtheit an Teilnehmenden für diese Angebote interessieren (vgl. Abschnitt 3.4.): so interessierte sich insgesamt etwa ein Viertel der Teilnehmenden für solche Angebote (ca. 24 % bzw. 98 Personen), wohingegen andere Angebote für den restlichen Anteil an befragten Personen interessanter sind.

3.6.1. Bevorzugte Informationskanäle zum Kulturangebot für Kinder und Jugendliche (Freitextfeld)

Methodischer Hinweis: Aufgrund der Filterlogik des Fragebogens wurde diese Frage nicht allen befragten Personen gestellt. Lediglich die Teilnehmenden, welche bei der vorherigen Frage nach dem Informationsbedarf zum Kulturangebot für Kinder und Jugendliche (*Wünschen Sie sich mehr Informationen über das Kulturangebot für Kinder und Jugendliche in Friedrichshafen?*) angegeben haben, dass sie sich mehr Informationen wünschen, konnten diese Frage beantworten. Damit einhergehend verringert sich die Gesamtzahl an befragten Personen

bei dieser Frage (von 408 auf 60 Personen). Da die Beantwortung dieser Frage über ein Freitextfeld erfolgte, werden nachfolgend nur die Ergebnisse der Textanalyse ohne Visualisierung zusammenfassend dargestellt. Die Gesamtheit an Freitextantworten ist einem separaten Dokument zu entnehmen.

Die in der nachfolgenden Freitext-Frage fünf am häufigsten genannten bevorzugten Informationskanäle für das Kulturangebot für Kinder und Jugendliche in Friedrichshafen sind: (1) *Newsletter* (24 Nennungen), (2) *Social Media* (18 Nennungen), (3) *Schulen* (6 Nennungen), (4) *Flyer* und *Zeitung* (jeweils 6 Nennungen) und (5) *Plakate* (5 Nennungen).

3.7. Wunsch nach mehr Angeboten in verschiedenen Kultursparten

Methodischer Hinweis: Diese Frage wurde als Mehrfachauswahl konzipiert, infolgedessen konnten teilnehmende Personen mehr als eine Antwortoptionen wählen. Dadurch übersteigt die Anzahl der Antworten die Anzahl der Teilnehmenden und es werden nachfolgend nur die absoluten Antwortzahlen angegeben. Für den Vergleich der Ergebnisse zwischen beiden Erhebungsjahren wird hingegen der relative Anteil an Nennungen verglichen, um die unterschiedliche Anzahl an Teilnahmen bzw. Antworten und Nennungen zu berücksichtigen.

Gibt es zu Ihren favorisierten Kultursparten bereits ausreichend Angebote? Bitte nennen Sie uns nur die Sparten, die aus Ihrer Sicht fehlen oder stärker ausgebaut werden sollten. (Vergleich 2022 und 2018)

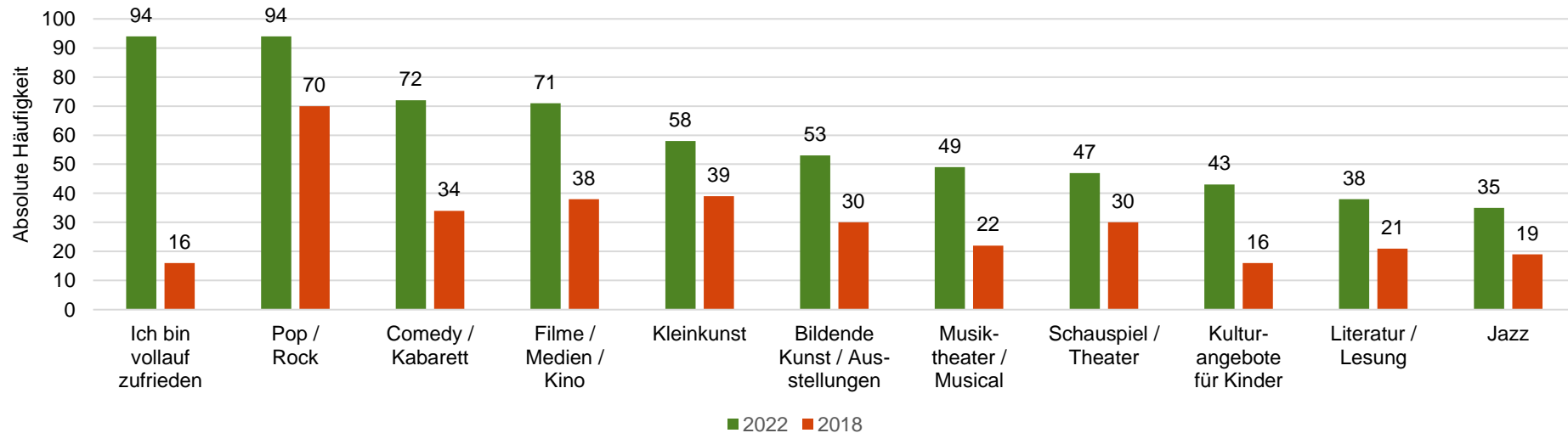


Abbildung 20: Wunsch nach mehr Angeboten in verschiedenen Kultursparten (1 von 2)

Der Wunsch nach mehr kulturellen Angeboten in verschiedenen Sparten deckt sich zu großen Teilen mit dem entsprechend geäußerten Interesse an verschiedenen Kulturbereichen (vgl. Abschnitt 3.4.). Positiv fällt auf, dass zusammen mit *Pop / Rock* die Antwortoption *ich bin vollauf zufrieden* am häufigsten genannt wird (jeweils 94 Nennungen). Mehr kulturelle Angebote wünschen sich die Teilnehmenden darüber hinaus vor allem in den folgenden Sparten (je mehr als 50 Nennungen): *Comedy / Kabarett* (72 Nennungen), *Filme / Medien / Kino* (71 Nennungen), *Kleinkunst* (58 Nennungen) und *bildende Kunst / Ausstellungen* (53 Nennungen).

Folgende Bereiche, in welchen sich mehr Angebote gewünscht werden, werden dagegen selten genannt (je weniger als 20 Nennungen): *Varieté / Zirkus* (15 Nennungen), *Kammermusik* (14 Nennungen), *Chormusik* (12 Nennungen), *Blasmusik* (8 Nennungen) und *Volksmusik* (7 Nennungen). Unter *Sonstiges* werden dabei Open Air-Veranstaltungen, Festivals, Angebote für Jugendliche und ältere Personen, Programmkinos, Oper und kulturelle Freiräume genannt.

Allgemein ist hervorzuheben, dass die befragten Personen im Vergleich zu 2018 deutlich zufriedener mit dem kulturellen Angebot sind. So macht die Antwortoption „*Ich bin vollauf zufrieden*“ in der aktuellen Umfrage einen deutlich größeren Anteil der Nennungen aus (+6,92 %). Während kulturelle Angebote im Bereich *Pop / Rock* aus Sicht der befragten Personen weiterhin mehr ausgebaut werden sollten (meistgenannte Antwortoption in beiden Erhebungsjahren), war der Anteil der Nennungen für diesen Bereich in der Umfrage 2022 erheblich kleiner (-6,31 %). Ebenso ist der Anteil der Nennungen für den Bereich *Jugendkultur* in der aktuellen Umfrage deutlich geringer als im Jahr 2018 (-3,13 %). Letzteres lässt sich vor dem Hintergrund der Altersstruktur der Teilnehmenden gut erklären: so war der Anteil jüngerer Altersgruppen im Jahr 2018 deutlich größer als in der aktuellen Umfrage (vgl. Abschnitt 2.1.). Für alle anderen Antwortoptionen, bei denen ein Vergleich möglich ist, sind nur geringfügige Unterschiede in dem relativen Anteil der Nennungen auszumachen (Differenz kleiner als 3 %).

Gibt es zu Ihren favorisierten Kultursparten bereits ausreichend Angebote? Bitte nennen Sie uns nur die Sparten, die aus Ihrer Sicht fehlen oder stärker ausgebaut werden sollten. (Vergleich 2022 und 2018)

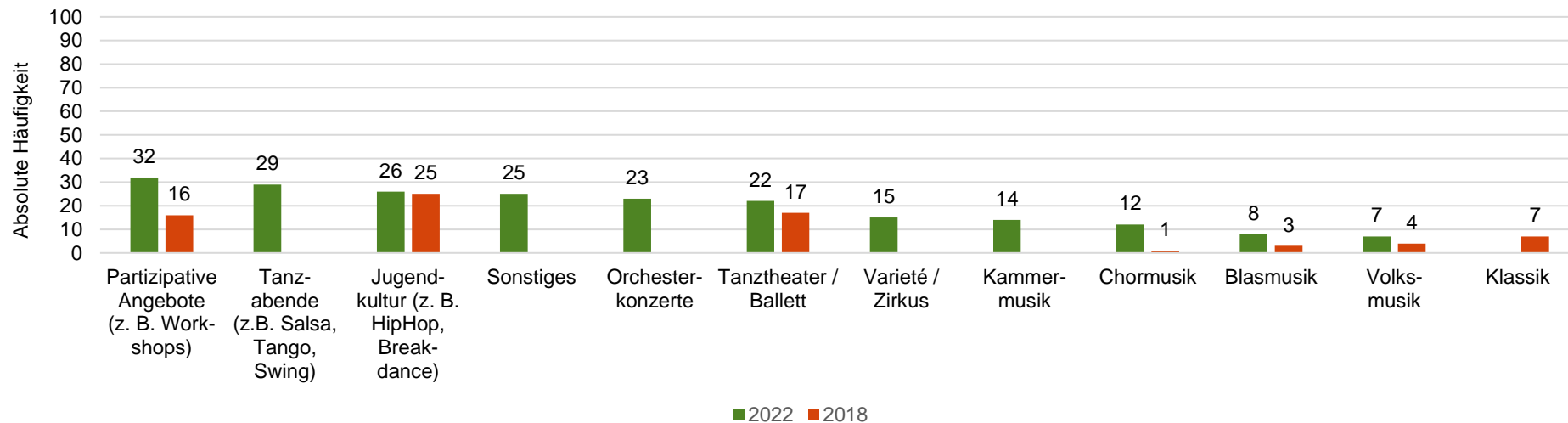


Abbildung 21: Wunsch nach mehr Angeboten in verschiedenen Kultursparten (2 von 2)

3.8. Besuchte Veranstaltungsorte

Methodischer Hinweis: Diese Frage wurde als Mehrfachauswahl konzipiert, infolgedessen konnten teilnehmende Personen mehr als eine Antwortoptionen wählen. Dadurch übersteigt die Anzahl der Antworten die Anzahl der Teilnehmenden und es werden nachfolgend nur die absoluten Antwortzahlen angegeben. Für den Vergleich der Ergebnisse zwischen beiden Erhebungsjahren wird hingegen der relative Anteil an Nennungen verglichen, um die unterschiedliche Anzahl an Teilnahmen bzw. Antworten und Nennungen zu berücksichtigen.

Welche Veranstaltungsorte der Stadt haben Sie in Friedrichshafen schon einmal im Zuge einer Kulturveranstaltung besucht? (Vergleich 2022 und 2018)

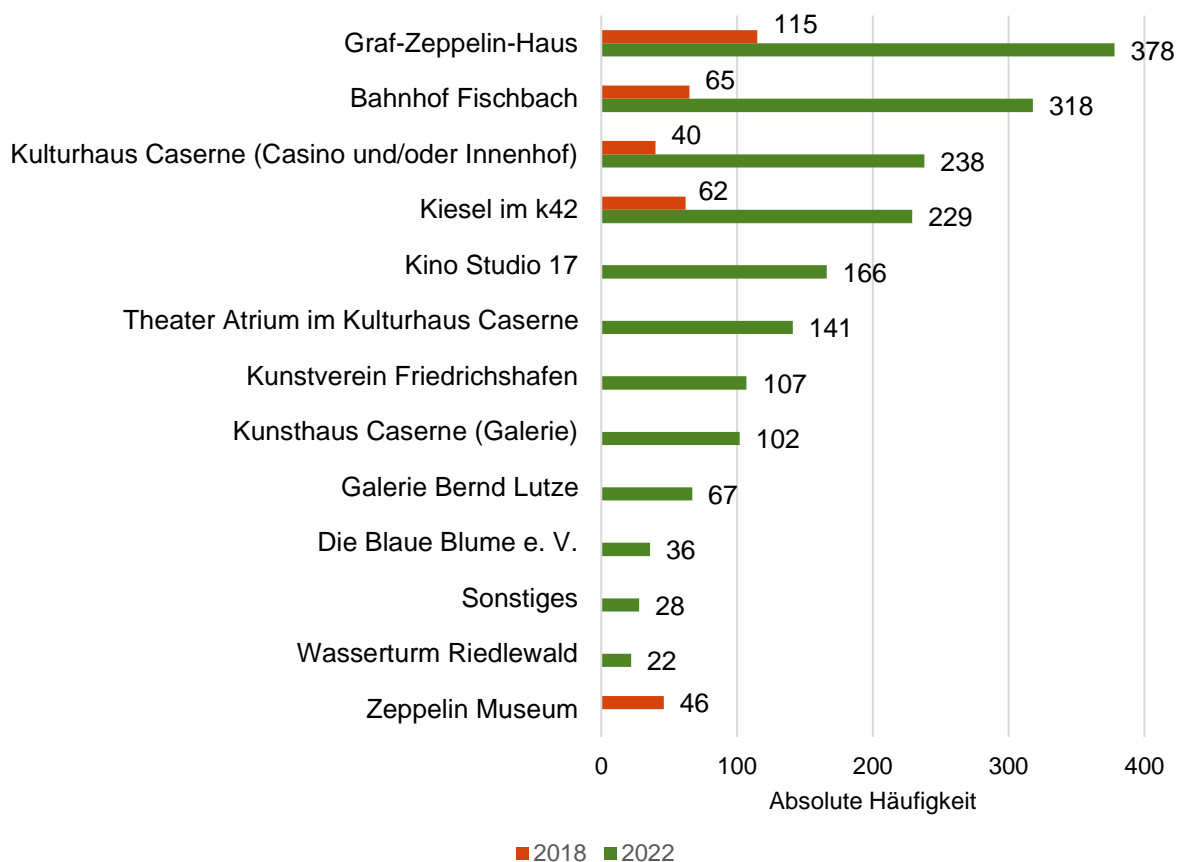


Abbildung 22: Besuchte Veranstaltungsorte

Bei den besuchten Veranstaltungsorten lassen sich klare Favoriten erkennen. So werden dann *Graf-Zeppelin-Haus* (378 Nennungen) sowie der *Bahnhof Fischbach* (318 Nennungen) besonders häufig genannt und von einem Großteil der befragten Personen bereits einmal besucht. Mit etwas Abstand folgen das *Kulturhaus Caserne (Casino und/oder Innenhof)* (238 Nennungen) und das *Kiesel im k42* (229 Nennungen). Mehr als einhundertmal genannt werden darüber hinaus das *Kino Studio 17* (166 Nennungen), das *Theater Atrium im Kulturhaus Caserne* (141 Nennungen), der *Kunstverein Friedrichshafen* (107 Nennungen) und das *Kunsthaus Caserne (Galerie)* (102

Nennungen). Die verbleibenden genannten Veranstaltungsorte wurden dahingegen selten genannt (von je weniger als 17 % der Teilnehmenden): die *Galerie Bernd Lutze* (67 Nennungen), *die Blaue Blume e.V.* (36 Nennungen), sonstige Veranstaltungsorte (28 Nennungen) und der *Wasserturm Riedlewald* (22 Nennungen). Die Top-3 der unter *Sonstiges* genannten Veranstaltungsorte sind dabei: *Zeppelin-Museum* (7 Nennungen), *Kulturufer* (5 Nennungen) und das *Schulmuseum* (3 Nennungen).

Aufgrund der unterschiedlichen Antwortoptionen in Rahmen der Erhebungen 2022 und 2018 ist ein Vergleich nur bedingt möglich. Es lässt sich festhalten, dass das *Kulturhaus Caserne* im Jahr 2022 eine vergleichsweise größere Rolle als Veranstaltungsort zu spielen scheint. So war das *Kulturhaus Caserne* im Jahr 2018 die am seltensten genannte Antwortoption, wohingegen es der Veranstaltungsort im Jahr 2022 unter die Top-3 der meistgenannten Veranstaltungsorte geschafft hat. Ebenso scheint dem *Bahnhof Fischbach* im Jahr 2022 eine größere Rolle zuzukommen als zum Zeitpunkt der vorherigen Erhebung: während der *Bahnhof Fischbach* in der vorherigen Erhebung ähnlich häufig wie das *Kiesel im k42* genannt wurde, ist im Jahr 2022 ein deutlicher Unterschied in der Nennungshäufigkeit zugunsten des *Bahnhofs Fischbach* zu identifizieren. Das *Graf-Zeppelin-Haus* wird zu beiden Erhebungszeitpunkten am häufigsten genannt.

3.9. Beurteilung des Angebots an Veranstaltungsorten

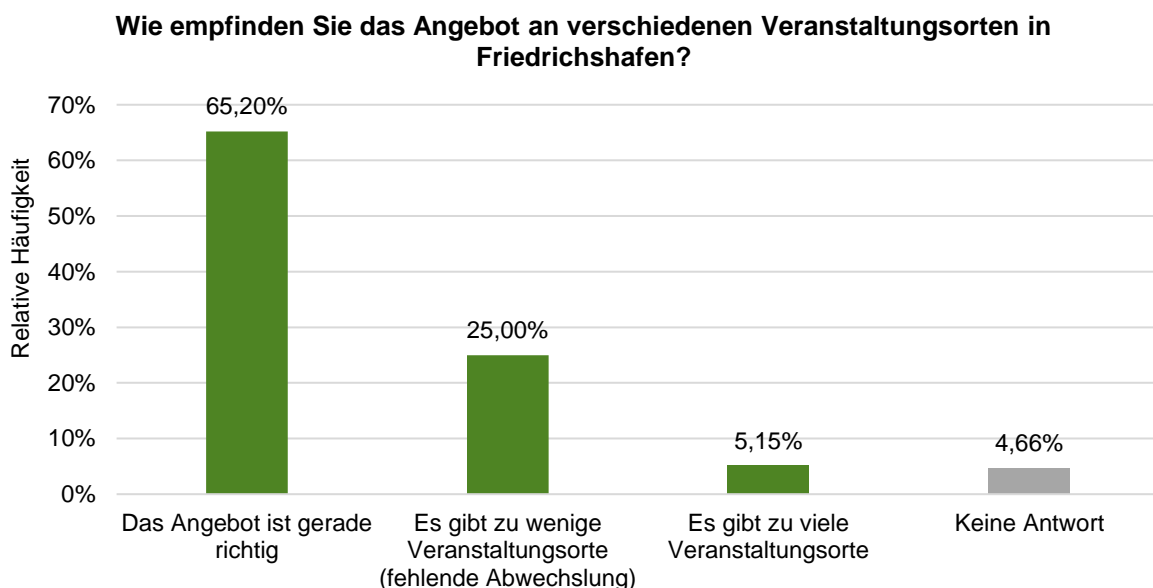


Abbildung 23: Beurteilung des Angebots an Veranstaltungsorten

Die Vielfalt der verschiedenen vorhandenen Veranstaltungsorte in Friedrichshafen wird von dem Großteil der teilnehmenden Personen als gut bzw. *gerade richtig* empfunden (65,2 % bzw. 266 Personen). Genau ein Viertel der befragten Personen sagt hingegen aus, dass es *zu wenige Veranstaltungsorte (fehlende Abwechslung)* gibt (25 % bzw. 102 Personen). Nur etwa fünf Prozent geben an, dass *zu viele Veranstaltungsorte* existieren (5,15 % bzw. 21 Personen), oder haben sich bei dieser Frage enthalten und keine Antwort abgegeben (4,66 % bzw. 19 Personen).

3.9.1. Stärkung vorhandener Veranstaltungsorte (Freitextfeld)

Methodischer Hinweis: Da die Beantwortung dieser Frage über ein Freitextfeld erfolgte, werden nachfolgend nur die Ergebnisse der Textanalyse ohne Visualisierung zusammenfassend dargestellt. Die Gesamtheit an Freitextantworten ist einem separaten Dokument zu entnehmen.

Bei der Betrachtung der Freitextantworten zu einer gewünschten Stärkung vorhandener Veranstaltungsorte lassen sich insgesamt sieben Orte und Spielstätten bzw. Arten von Veranstaltungsorten identifizieren: (1) das *Graf-Zeppelin-Haus / GZH* und das *Kulturhaus Caserne* (jeweils 25 Nennungen), (2) der *Bahnhof Fischbach* (24 Nennungen), (3) *Kinos* (20 Nennungen), (4) *Open Air-Veranstaltungen* (16 Nennungen), (5) *Fallenbrunnen* (15 Nennungen) und (6) das *Studio 17* (13 Nennungen).

3.10. Beurteilung der Sichtbarkeit des Kulturangebots

Wie beurteilen Sie die generelle Sichtbarkeit des Kulturangebots im öffentlichen Raum in Friedrichshafen?

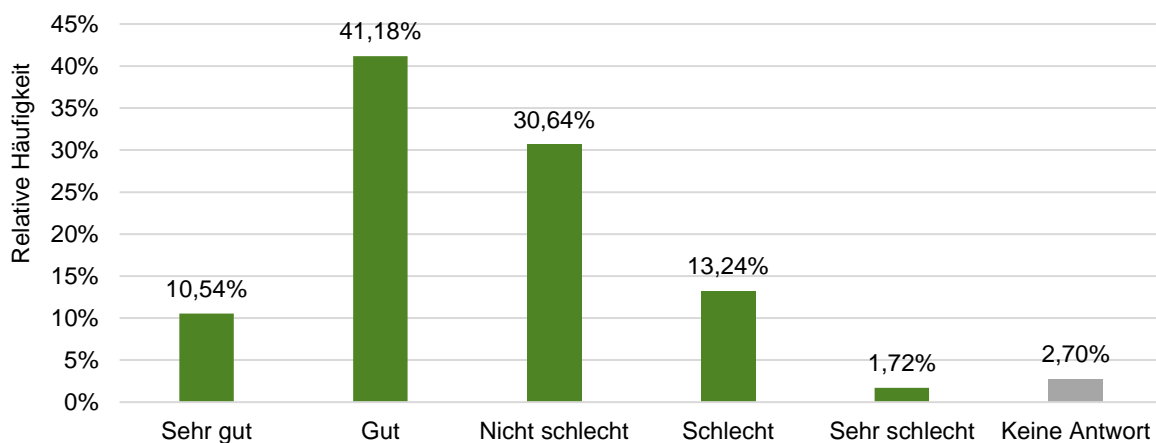


Abbildung 24: Beurteilung der Sichtbarkeit des Kulturangebots

Die Sichtbarkeit des Kulturangebots wird von dem Großteil der befragten Personen (mehr als die Hälfte) als *gut* (41,18 % bzw. 168 Personen) bis *sehr gut* (10,54 % bzw. 43 Personen) beurteilt. Etwas weniger als ein Drittel der Befragten gibt an, dass die Sichtbarkeit *nicht schlecht* (30,64 % bzw. 125 Personen) sei. Demgegenüber stehen knapp 15 % der Teilnehmenden, welche die Sichtbarkeit als *schlecht* (13,24 % bzw. 54 Personen) bis *sehr schlecht* (1,72 % bzw. 7 Personen) einstufen. Keine Antwort gaben 2,7 % der teilnehmenden Personen ab (11 Personen).

3.11. Wunsch nach Kultur im öffentlichen Raum

Wünschen Sie sich für Friedrichshafen mehr Kultur im öffentlichen Raum?

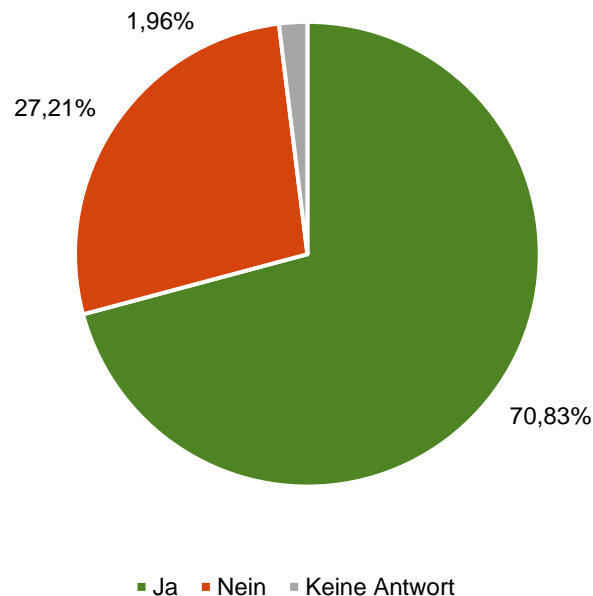


Abbildung 25: Wunsch nach Kultur im öffentlichen Raum

Auch wenn die Sichtbarkeit des kulturellen Angebots im öffentlichen Raum als gut eingestuft wird (vgl. vorherige Frage) wünscht sich der überwiegende Teil der befragten Bürgerinnen und Bürger mehr Kultur im öffentlichen Raum (70,83 % bzw. 289 Personen). Demgegenüber steht etwas mehr als ein Viertel der Teilnehmenden, welches sich dies nicht wünscht (27,21 % bzw. 111 Personen). Weniger als zwei Prozent haben sich bei dieser Frage enthalten (8 Personen).

3.12. Wichtige Aspekte beim Kulturbesuch

Methodischer Hinweis: Diese Frage wurde als Mehrfachauswahl konzipiert, infolgedessen konnten teilnehmende Personen mehr als eine Antwortoptionen wählen. Dadurch übersteigt die Anzahl der Antworten die Anzahl der Teilnehmenden und es werden nachfolgend nur die absoluten Antwortzahlen angegeben.

Besonders wichtig für den Besuch kultureller Veranstaltungen sind für die Teilnehmenden *der Bekanntheitsgrad der KünstlerIn* (176 Nennungen), *das Ambiente des Spielorts* (169 Nennungen) und *die Anbindung bzw. Erreichbarkeit des Spielorts* (168 Nennungen).

Mit etwas Abstand folgt *der Preis der Veranstaltung* (114 Nennungen) und mit noch deutlicherem Abstand *das gastronomische Angebot des Spielorts bzw. der direkten Umgebung* (71 Nennungen) sowie *sonstiges* (18 Nennungen). Auffällig hierbei ist, dass sich die drei am häufigsten genannten Aspekte nur geringfügig in der Anzahl der Nennungen unterscheiden und somit gleichermaßen

wichtig aus Sicht der Teilnehmenden ist.

Welche Veranstaltungen und Veranstaltungsorte besuchen Sie regelmäßig? Was zieht Sie gerade dort hin?

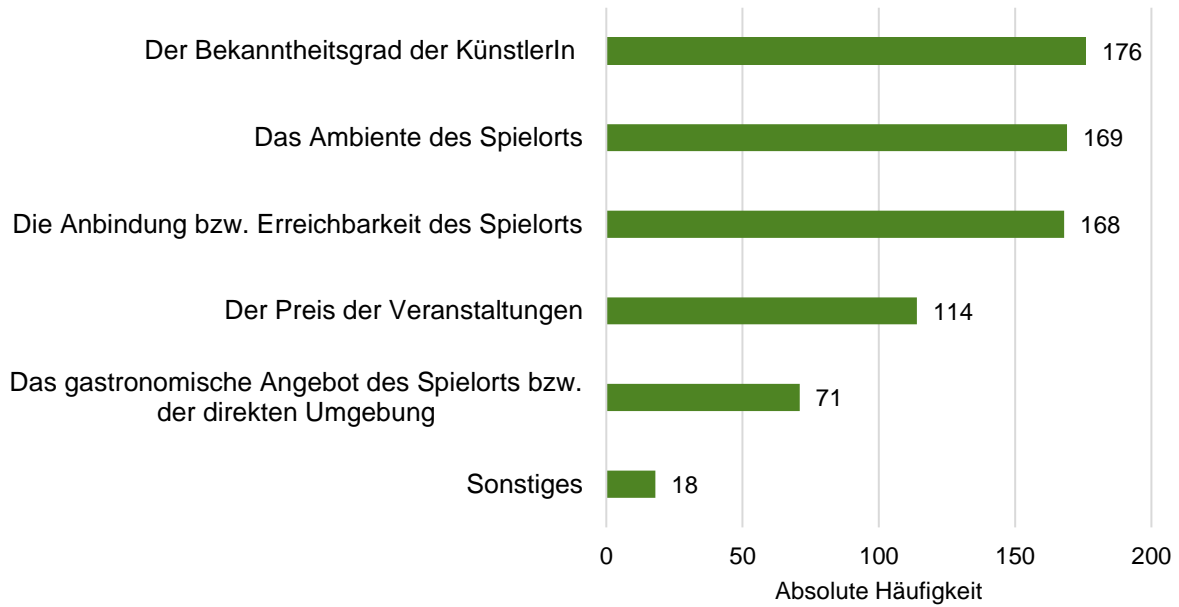


Abbildung 26: Wichtige Aspekte beim Kulturbesuch

3.13. Informationskanäle für Kulturangebote

Methodischer Hinweis: Diese Frage wurde als Mehrfachauswahl konzipiert, infolgedessen konnten teilnehmende Personen mehr als eine Antwortoptionen wählen. Dadurch übersteigt die Anzahl der Antworten die Anzahl der Teilnehmenden und es werden nachfolgend nur die absoluten Antwortzahlen angegeben. Für den Vergleich der Ergebnisse zwischen beiden Erhebungsjahren wird hingegen der relative Anteil an Nennungen verglichen, um die unterschiedliche Anzahl an Teilnahmen bzw. Antworten und Nennungen zu berücksichtigen.

**Wie informieren Sie sich über das Kulturangebot in Friedrichshafen?
(Vergleich 2022 und 2018)**

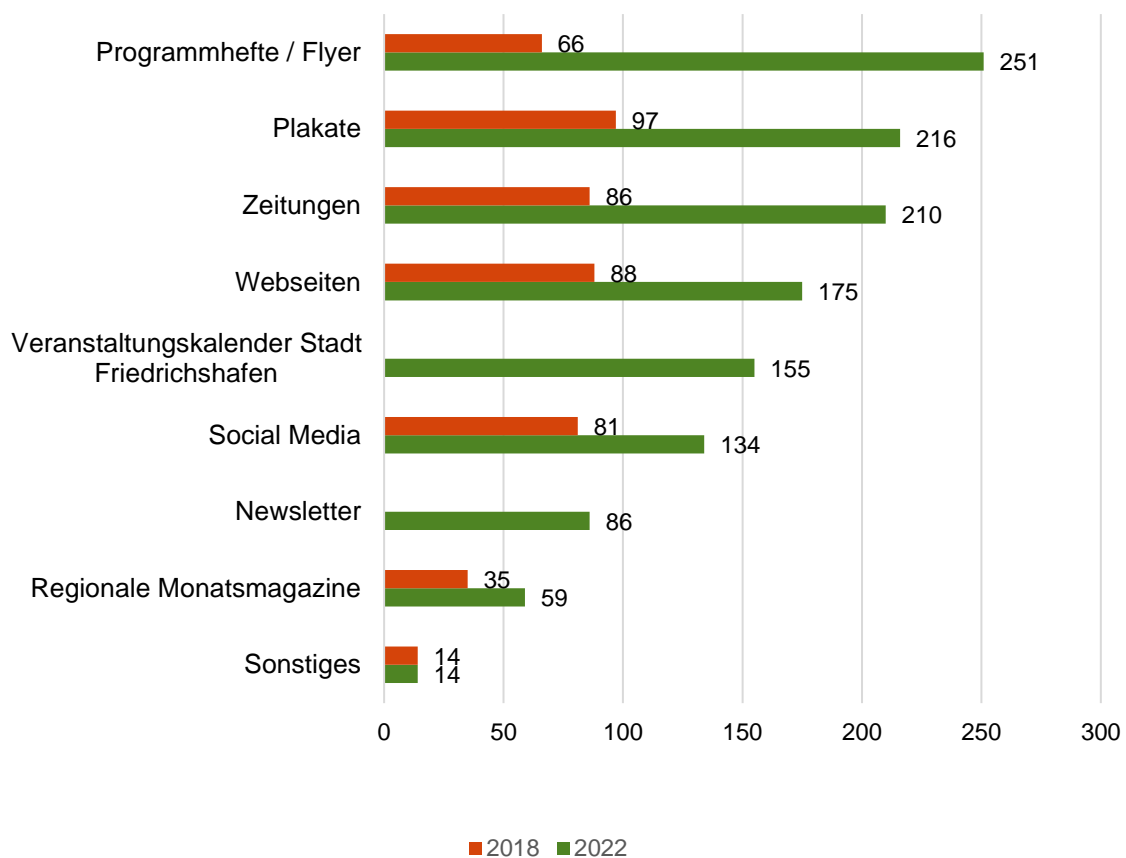


Abbildung 27: Informationskanäle für Kulturangebote

Mit je mehr als 200 Nennungen stellen *Programmhefte / Flyer* (251 Nennungen) sowie *Plakate* (216 Nennungen) und *Zeitungen* (210 Nennungen) die am häufigsten genutzten Informationskanäle für kulturelle Angebote für die befragten Bürgerinnen und Bürger dar. Mit über 130 Nennungen sind *Webseiten* (175 Nennungen), der *Veranstaltungskalender* der Stadt Friedrichshafen (155 Nennungen) und *Social Media* (134 Nennungen) dabei ebenfalls noch wichtige Informationsquellen. Mit einem Blick in die Freitextkommentare (welche nicht in Rahmen dieses Berichts dargestellt werden und separat einzusehen sind) wird hinsichtlich der Social-Media-Kanäle schnell ersichtlich, dass hier vor allem Facebook und Instagram genutzt werden.

Newsletter (86 Nennungen) sowie *regionale Monatsmagazine* (59 Nennungen) spielen dagegen eine weniger wichtige Rolle bei der Information über kulturelle Angebote und Veranstaltungen. Die Antwortoption *Sonstiges* wird nur noch 14-mal genannt.

Im Vergleich zur Erhebung im Jahr 2018 fällt zunächst auf, dass *Programmhefte / Flyer* eine deutlich größere Rolle zur Information über Kulturangebote in Friedrichshafen seitens der Teilnehmenden spielen: während *Programmhefte / Flyer* im Jahr 2022 am häufigsten als Antwort genannt wurde, war diese Option im Jahr 2018 lediglich die am fünfthäufigsten genannte Antwort. Folglich machten *Programmhefte / Flyer* im Jahr 2022 einen deutlich größeren Anteil der Nennungen aus (+5,17 %). Gleichzeitig machten *Plakate*, die im Jahr 2018 am häufigsten genannte Antwortoption, einen geringeren Anteil der Nennungen aus (-4,16 %). Ebenso machten *Webseiten* in der aktuellen Umfrage einen geringen Anteil der Nennungen aus (-5,38 %), wobei hier zu berücksichtigen gilt, dass digitale Informationskanäle in der aktuellen Umfrage etwas feingranularer abgefragt wurden als noch im Jahr 2018. So standen die Antwortoptionen *Newsletter* sowie der *Veranstaltungskalender der Stadt Friedrichshafen* im Jahr 2018 nicht zur Verfügung, wodurch sich ein Rückgang des Anteils für (sonstige) *Webseiten* bzw. digitale Dienste erklären lässt. Auch für *Social Media* lässt sich ein Rückgang im Anteil der Nennungen im Vergleich zum Jahr 2018 feststellen (-7,04 %).

3.13.1. Genutzte Social Media-Plattformen (Freitextfeld)

Methodischer Hinweis: Aufgrund der Filterlogik des Fragebogens wurde diese Frage nicht allen befragten Personen gestellt. Lediglich die Teilnehmenden, welche bei der vorherigen Frage nach den Informationskanälen für Kulturangebote (*Wie informieren Sie sich über das Kulturangebot in Friedrichshafen?*) angegeben haben, dass sie *Social Media* nutzen, konnten diese Frage beantworten. Damit einhergehend verringert sich die Gesamtzahl an befragten Personen bei dieser Frage (von 408 auf 134 Personen). Da die Beantwortung dieser Frage über ein Freitextfeld erfolgte, werden nachfolgend nur die Ergebnisse der Textanalyse ohne Visualisierung zusammenfassend dargestellt. Die Gesamtheit an Freitextantworten ist einem separaten Dokument zu entnehmen.

Bei der Freitext-Frage nach den genutzten Social Media Plattformen, um sich über das Kulturangebot in Friedrichshafen zu informieren, lassen sich zwei klare Favoriten identifizieren. So spielen hier besonders die zwei größten Plattformen eine große Rolle: *Instagram* (63 Nennungen) und *Facebook* (54 Nennungen). Darüber hinaus wird noch das *Kulturbüro* bzw. die *Stadt Friedrichshafen* als Antwortoption genannt (7 Nennungen).

3.13.2. Genutzte Newsletter (Freitextfeld)

Methodischer Hinweis: Aufgrund der Filterlogik des Fragebogens wurde diese Frage nicht allen befragten Personen gestellt. Lediglich die Teilnehmenden, welche bei der vorherigen Frage nach den Informationskanälen für Kulturangebote (*Wie informieren Sie sich über das Kulturangebot in Friedrichshafen?*) angegeben haben, dass *Newsletter* nutzen, konnten diese Frage beantworten. Damit einhergehend verringert sich die Gesamtzahl an befragten Personen bei dieser Frage (von 408 auf 86 Personen). Da die Beantwortung dieser Frage über

ein Freitextfeld erfolgte, werden nachfolgend nur die Ergebnisse der Textanalyse ohne Visualisierung zusammenfassend dargestellt. Die Gesamtheit an Freitextantworten ist einem separaten Dokument zu entnehmen.

Die in der Freitext-Frage nach den genutzten Newslettern mit Abstand am häufigsten genannten Antworten bzw. Begriffe sind der *Newsletter der Stadt Friedrichshafen* bzw. der *Newsletter des Kulturbüros* (28 bzw. 25 Nennungen). Mit zusammengenommen 53 Nennungen werden städtische Newsletter in der Teilgruppe der Befragten, welche sich auch über diesen Kanal informieren, dementsprechend gut angenommen. Mit 13 Nennungen folgt als zweithäufigste Antwort der Newsletter der *Caserne* (13 Nennungen). Das *Graf-Zeppelin-Haus* bzw. *GZH* wird als dritthäufigste Antwort noch viermal genannt.

3.13.3. Genutzte regionale Monatsmagazine (Freitextfeld)

Methodischer Hinweis: Aufgrund der Filterlogik des Fragebogens wurde diese Frage nicht allen befragten Personen gestellt. Lediglich die Teilnehmenden, welche bei der vorherigen Frage nach den Informationskanälen für Kulturangebote (*Wie informieren Sie sich über das Kulturangebot in Friedrichshafen?*) angegeben haben, dass sie *regionale Monatsmagazine* nutzen, konnten diese Frage beantworten. Damit einhergehend verringert sich die Gesamtzahl an befragten Personen bei dieser Frage (von 408 auf 59 Personen). Da die Beantwortung dieser Frage über ein Freitextfeld erfolgte, werden nachfolgend nur die Ergebnisse der Textanalyse ohne Visualisierung zusammenfassend dargestellt. Die Gesamtheit an Freitextantworten ist einem separaten Dokument zu entnehmen.

Die drei in der Freitext-Frage am häufigsten genannten regionale Monatsmagazine, welcher zur Information über Kulturangebote in Friedrichshafen genutzt werden, sind (1) *Akzent* bzw. *Akzente* (22 Nennungen), (2) *Szene* bzw. *Szene Kultur* (12 Nennungen) und (3) *Stadt Land See* (9 Nennungen).

3.14. Beurteilung des Veranstaltungskalenders der Stadt

Methodischer Hinweis: Aufgrund der Filterlogik des Fragebogens wurde diese Frage nicht allen befragten Personen gestellt. Lediglich die Teilnehmenden, welche bei der vorherigen Frage nach den Informationskanälen für Kulturangebote (*Wie informieren Sie sich über das Kulturangebot in Friedrichshafen?*) angegeben haben, dass sie den *Veranstaltungskalender Stadt Friedrichshafen* nutzen, konnten diese Frage beantworten. Damit einhergehend verringert sich die Gesamtzahl an befragten Personen bei dieser Frage (von 408 auf 155 Personen).

Der Veranstaltungskalender der Stadt Friedrichshafen wird von denjenigen Personen, welche diesen bereits genutzt haben oder nutzen (vgl. vorherige Frage), überwiegend als gut beurteilt. So geben etwas mehr als drei Viertel dieser Teilgruppe an, dass sich gut informiert fühlen (76,77 % bzw. 119 Personen). Demgegenüber steht weniger als ein Fünftel dieser Teilgruppe, welche äußern, dass *zu wenig* (14,84 % bzw. 23 Personen) oder *zu viele Veranstaltungen* (3,23 % bzw. 5 Personen) im Veranstaltungskalender vorhanden sind. Weitere fünf Prozent haben sich enthalten und diese Frage nicht beantwortet (5,16 % bzw. 8 Personen).

Falls Sie sich über den neuen Veranstaltungskalender informieren, wie finden Sie das Angebot?

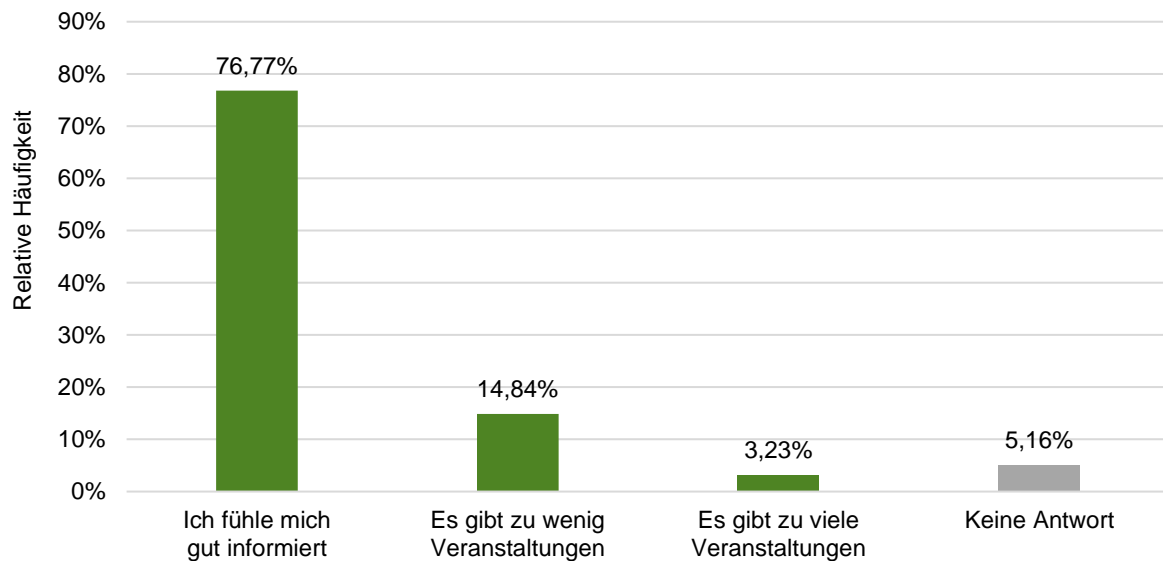


Abbildung 28: Beurteilung des Veranstaltungskalenders der Stadt

3.14.1. Verbesserung des städtischen Veranstaltungskalenders (Freitextfeld)

Methodischer Hinweis: Aufgrund der Filterlogik des Fragebogens wurde diese Frage nicht allen befragten Personen gestellt. Lediglich die Teilnehmenden, welche bei der vorherigen Frage nach der Beurteilung des Veranstaltungskalenders der Stadt (*Falls Sie sich über den neuen Veranstaltungskalender informieren, wie finden Sie das Angebot?*) angegeben haben, dass es zu wenige oder zu viele Veranstaltungen gibt, konnten diese Frage beantworten. Damit einhergehend verringert sich die Gesamtzahl an befragten Personen bei dieser Frage (von 408 auf 28 Personen). Da die Beantwortung dieser Frage über ein Freitextfeld erfolgte, werden nachfolgend nur die Ergebnisse der Textanalyse ohne Visualisierung zusammenfassend dargestellt. Die Gesamtheit an Freitextantworten ist einem separaten Dokument zu entnehmen.

In der Freitext-Frage zur Verbesserung des städtischen Veranstaltungskalenders lassen sich vorwiegend Einzelaussagen identifizieren. Die Verbesserungsvorschläge lassen sich dabei jedoch gut in zwei Themencluster zusammenfassen: einerseits wird eine Ausweitung der Angebote und der Angebotsvielfalt gewünscht (hier besonders: mehr „moderne“ Konzerte, mehr Rock- und Pop-Konzerte, mehr Angebote für Kinder und ältere Personen), andererseits werden technische und gestalterische Aspekte im Sinne der Nutzerfreundlichkeit benannt (Filterkriterien, verbesserte Suchfunktion, bessere Übersichtlichkeit und eine bessere Gesamt-Darstellung des Veranstaltungskalenders).

3.15. Ausbau städtischer Informationskanäle (Freitextfeld)

Methodischer Hinweis: Da die Beantwortung dieser Frage über ein Freitextfeld erfolgte, werden nachfolgend nur die Ergebnisse der Textanalyse ohne Visualisierung zusammenfassend dargestellt. Die Gesamtheit an Freitextantworten ist einem separaten Dokument zu entnehmen.

Seitens der Befragten werden in der Freitext-Frage nach dem Ausbau städtischer

Informationskanäle vor allem folgende Kanäle benannt: (1) der *Newsletter* (39 Nennungen), (2) *Instagram* (25 Nennungen), (3) der *Veranstaltungskalender* (12 Nennungen), (4) *Facebook* (11 Nennungen) sowie (5) *Zeitung* und *Plakate* (jeweils 9 Nennungen).

3.16. Wichtige Aspekte für die Kulturarbeit

Methodischer Hinweis: Diese Frage wurde als Mehrfachauswahl konzipiert, infolgedessen konnten teilnehmende Personen mehr als eine Antwortoptionen wählen. Dadurch übersteigt die Anzahl der Antworten die Anzahl der Teilnehmenden und es werden nachfolgend nur die absoluten Antwortzahlen angegeben.

Das Kulturentwicklungskonzept möchte auch aktuelle Trends und Themen aufgreifen. Welche Aspekte halten Sie für die Kulturarbeit in Friedrichshafen für wichtig?

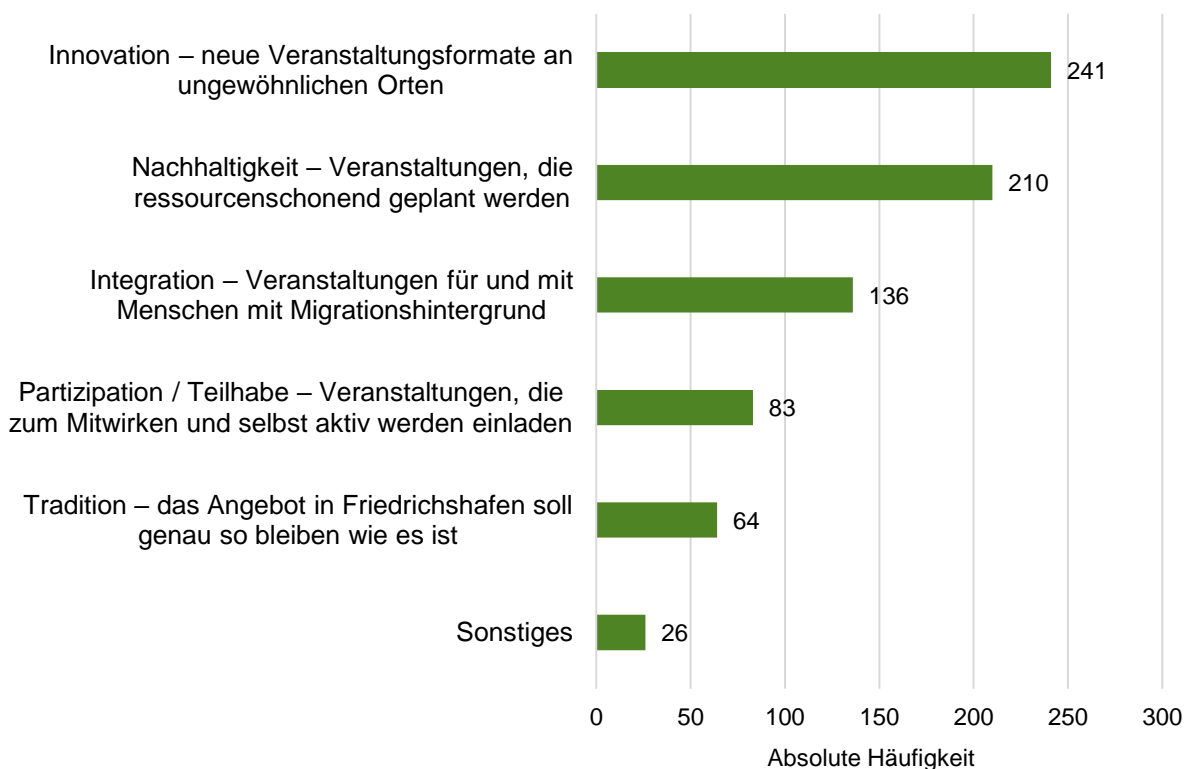


Abbildung 29: Wichtige Aspekte für die Kulturarbeit

Im Rahmen dieser Frage hatten die Befragten die Gelegenheit, anzugeben, welche Aspekte sie für die Kulturarbeit in Friedrichshafen als wichtig erachten. Aus Sicht der Teilnehmenden sind dabei vor allem *Innovation* (neue Veranstaltungsformate an ungewöhnlichen Orten) und *Nachhaltigkeit* (Veranstaltungen, die ressourcenschonend geplant werden) wichtige Aspekte (241 und 210 Nennungen). *Integration* (Veranstaltungen für und mit Menschen mit Migrationshintergrund) wird ebenfalls vergleichsweise häufig als wichtig benannt, wenn auch mit deutlichem Abstand zu den zwei am häufigsten genannten Aspekten (136 Nennungen). *Partizipation / Teilhabe* (Veranstaltungen, die zum Mitwirken und selbst aktiv werden einladen) und *Tradition* (das Angebot in Friedrichshafen soll genau so bleiben wie es ist) sind dahingegen weniger wichtige Aspekte für

die befragten Personen (83 und 64 Nennungen). 26 Personen haben *Sonstiges* als Antwortoption ausgewählt.

3.17. Meistgenutztes Verkehrsmittel für den Veranstaltungsbesuch

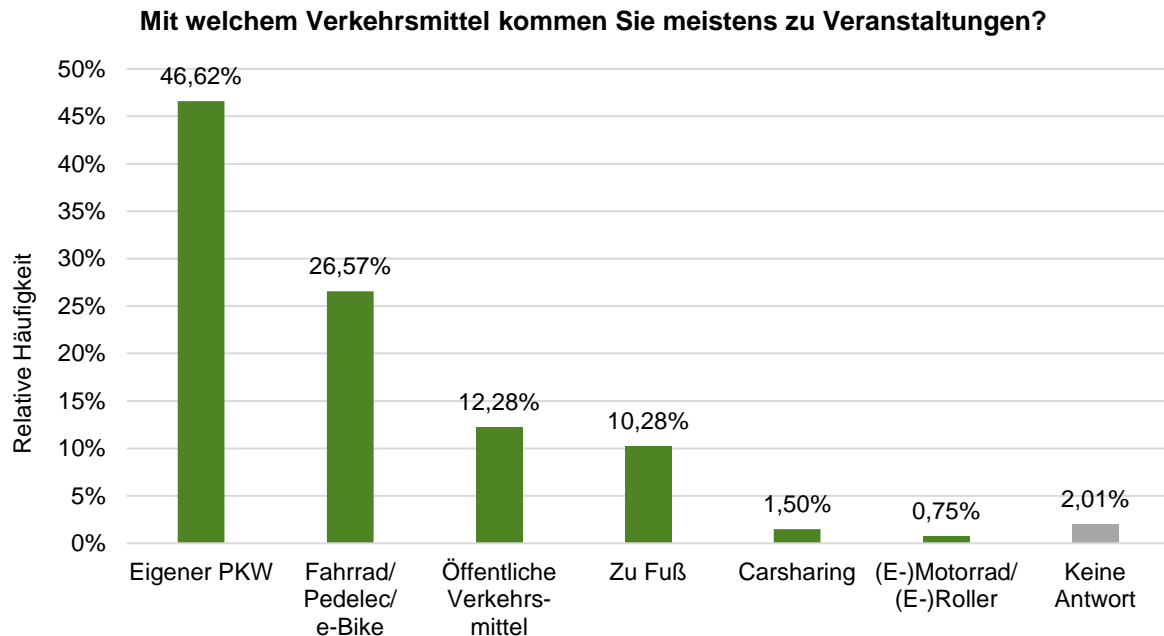


Abbildung 30: Meistgenutztes Verkehrsmittel für den Veranstaltungsbesuch

Die Befragten konnten angeben, welches ihr hauptsächlich genutztes Verkehrsmittel ist, um zu Veranstaltungen zu kommen. Fast die Hälfte der befragten Personen (46,62 % bzw. 186 Personen) nutzt hierzu meistens den *eigenen PKW*. Etwa ein Viertel (26,57 % bzw. 106 Personen) nutzt ein *Fahrrad/Pedelec/e-Bike*. *Öffentliche Verkehrsmittel* spielen dagegen nur eine kleinere Rolle und werden von weniger als 15 % der Befragten hauptsächlich genutzt (12,28 % bzw. 49 Personen). Knapp 10 % gehen meistens *zu Fuß* (10,28 % bzw. 41 Personen). Ein sehr kleiner Anteil nutzt am häufigsten *Carsharing* (1,5 % bzw. 6 Personen) oder ein/einen *(E-)Motorrad/(E-)Roller* (0,75 % bzw. 3 Personen). *Keine Angabe* machten acht Personen (2,01 %).

3.18. Gründe für die Nutzung des PKWs bzw. Motorrads/Rollers

Methodischer Hinweis: Aufgrund der Filterlogik des Fragebogens wurde diese Frage nicht allen befragten Personen gestellt. Lediglich die Teilnehmenden, welche bei der vorherigen Frage nach dem meistgenutzten Verkehrsmittel (*Mit welchem Verkehrsmittel kommen Sie meistens zu Veranstaltungen?*) angegeben haben, dass sie den *eigenen PKW* oder ein *(E-)Motorrad/(E-Roller)* am häufigsten nutzen, konnten diese Frage beantworten. Damit einhergehend verringert sich die Gesamtzahl an befragten Personen bei dieser Frage (von 408 auf 189 Personen).

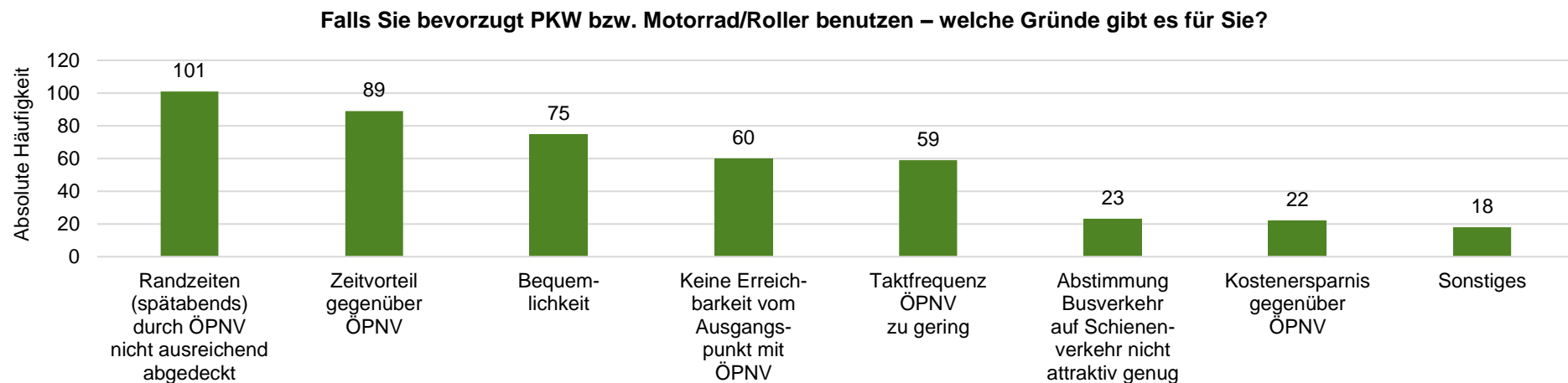


Abbildung 31: Gründe für die Nutzung des PKWs bzw. Motorrads/Rollers

Die Befragten wurden im Zuge dieser Frage nach den Gründen für die bevorzugte Nutzung des PKWs bzw. des Motorrads/Rollers für den Anfahrtsweg zu Veranstaltungen gefragt. Mit 101 Nennungen sind *Randzeiten (spätabends), die durch ÖPNV nicht ausreichend abgedeckt sind*, der am häufigsten genannte Grund. Ebenfalls häufig genannt wird der *Zeitvorteil gegenüber dem ÖPNV* (89 Nennungen) und die *Bequemlichkeit* (75 Nennungen) als Grund für die Nutzung des PKWs oder des Motorrads/Rollers. Noch 60-mal wird ausgesagt, dass *keine Erreichbarkeit vom Ausgangspunkt mit dem ÖPNV* gegeben ist, und 59-mal, dass die *Taktfrequenz des ÖPNVs zu gering* ist. Nur noch seltener wird eine nicht ausreichend *attraktive Abstimmung des Busverkehrs auf den Schienenverkehr* sowie die *Kostensparnis gegenüber dem ÖPNV* als Grund genannt (23 und 22 Nennungen). 18 Personen haben die Antwortoption *Sonstiges* ausgewählt.

3.19. Maßnahmen zur Verringerung des motorisierten Individualverkehrs

Methodischer Hinweis: Diese Frage wurde als Mehrfachauswahl konzipiert, infolgedessen konnten teilnehmende Personen mehr als eine Antwortoptionen wählen. Dadurch übersteigt die Anzahl der Antworten die Anzahl der Teilnehmenden und es werden nachfolgend nur die absoluten Antwortzahlen angegeben.

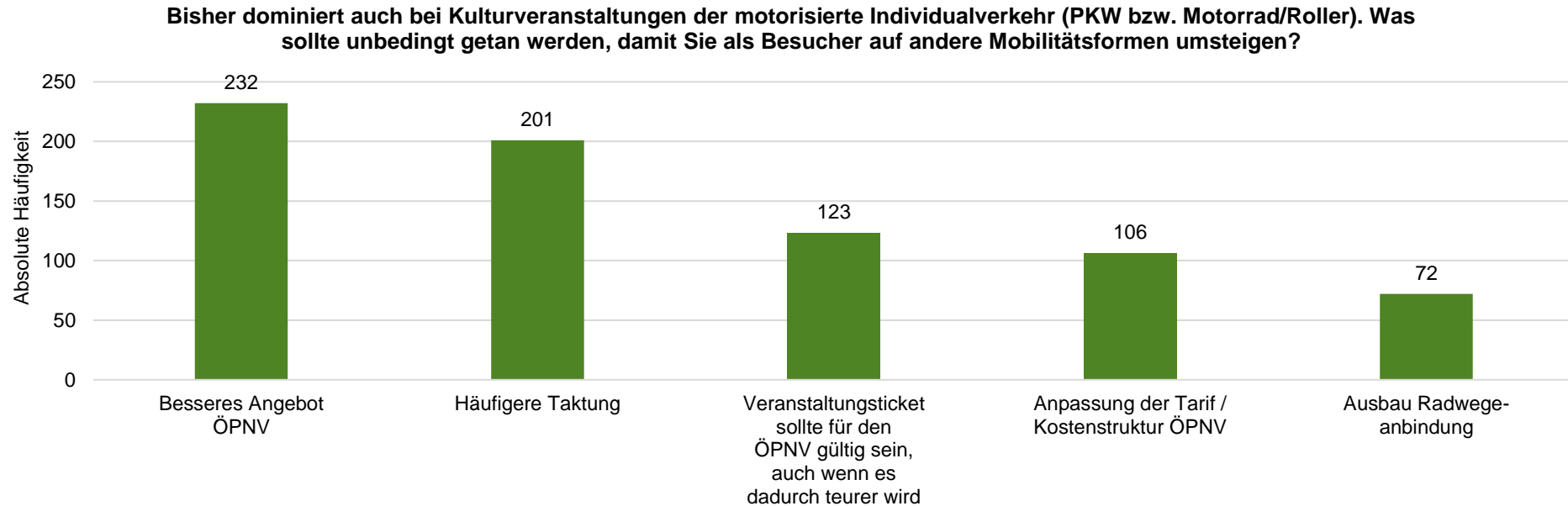


Abbildung 32: Maßnahmen zur Verringerung des motorisierten Individualverkehrs (1 von 2)

Diese Frage beschäftigt sich mit den Maßnahmen, die aus Sicht der Befragten eingeleitet werden müssten, um Besucher von Kulturveranstaltungen zur Nutzung anderer Mobilitätsformen neben dem motorisierten Individualverkehr anzuregen oder ihnen eine anderweitige Nutzung zu ermöglichen/erleichtern.

Aus Sicht der Teilnehmenden sind dabei vor allem ein *besseres Angebot des ÖPNVs* (232 Nennungen) und eine *häufigere Taktung* (201 Nennungen) geeignet, um einen Wechsel zu öffentlichen Verkehrsmitteln zu begünstigen. Mit etwas Abstand wird 123-mal geäußert, dass das *Veranstaltungsticket für den ÖPNV gültig sein sollte, auch wenn es dadurch teurer werden würde*, und 106 Mal, dass eine *Anpassung der Tarif-/Kostenstruktur des ÖPNVs* geeignet wäre. Der *Ausbau der Radwegeanbindung* wird noch 72-mal und eine *bessere Verknüpfung des ÖPNVs mit dem Fuß- und Radverkehr* noch 60 Mal als

eine wichtige Maßnahme benannt. Mit deutlichem Abstand folgen die am wenigsten häufig genannten Antwortoptionen: ein *Ausbau des Carsharings* (18 Nennungen) und *des Bikesharings* (16 Nennungen). *Sonstiges* wurde 41-mal als Antwortoption aus.

Bisher dominiert auch bei Kulturveranstaltungen der motorisierte Individualverkehr (PKW bzw. Motorrad/Roller). Was sollte unbedingt getan werden, damit Sie als Besucher auf andere Mobilitätsformen umsteigen?

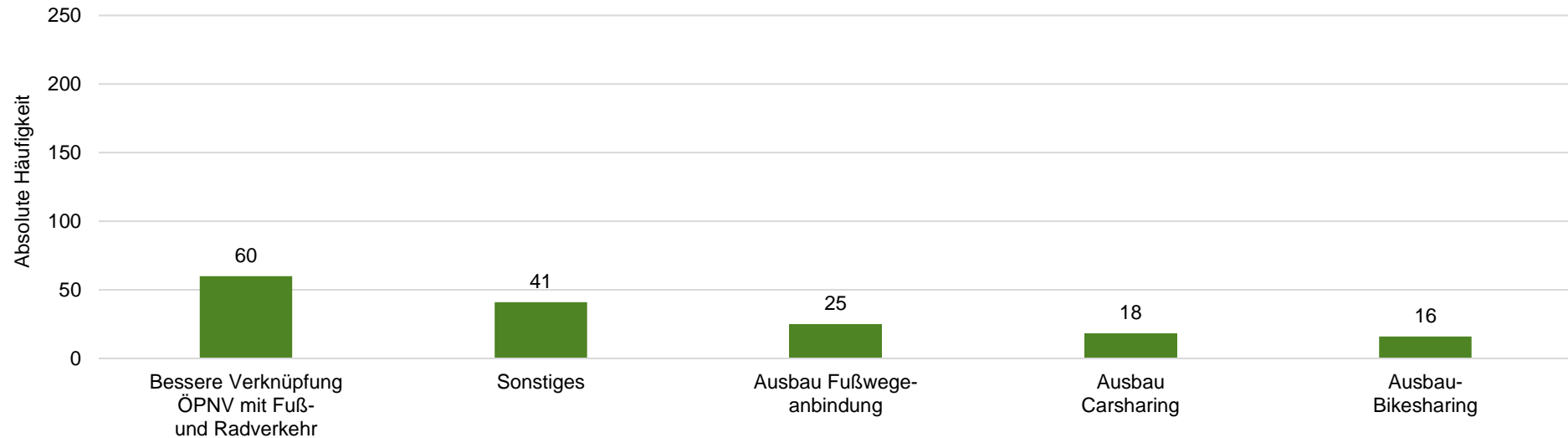


Abbildung 33: Maßnahmen zur Verringerung des motorisierten Individualverkehrs (2 von 2)

3.20. Vorschläge, Ideen und Beispiele aus anderen Städten (Freitextfeld)

Methodischer Hinweis: Da die Beantwortung dieser Frage über ein Freitextfeld erfolgte, werden nachfolgend nur die Ergebnisse der Textanalyse ohne Visualisierung zusammenfassend dargestellt. Die Gesamtheit an Freitextantworten ist einem separaten Dokument zu entnehmen.

Bei der Freitext-Frage nach Vorschlägen, Ideen und Beispielen aus anderen Städten wurden seitens der befragten Personen sehr weitreichende und diverse Angaben gemacht. Es lassen sich jedoch einige vergleichsweise häufig genannten Beispiele und Themenblöcke identifizieren. Zum einen wünschen sich viele Teilnehmende im Bereich Veranstaltungen mehr *Open Air-Veranstaltungen* (14 Nennungen) sowie eine bessere Verknüpfung zwischen Veranstaltung bzw. Veranstaltungsticket und dem ÖPNV (hier wird sowohl die Gültigkeit eines Veranstaltungstickets für den ÖPNV sowie eine grundsätzlich bessere ÖPNV-Verbindung mit besserer Taktung auch zu Randzeiten wie bei abendlichen Veranstaltungen genannt).

Mehr *Konzerte** (17 Nennungen) wünschen sich die Teilnehmenden vor allem am See, im Sommer sowie grundsätzlich in Form von Open Air-Veranstaltungen bzw. draußen im Freien. Aber auch Konzerte auf der Messe bzw. in der Messehalle werden hier als wünschenswert erwähnt.

Der See* (16 Nennungen) bzw. eine bessere Nutzung und Einbindung wird darüber hinaus häufig erwähnt. Hier wünschen sich die Teilnehmenden mehr Kultur am See bzw. Seeufer und nennen als Beispiel eine Seebühne mit Verweis auf Bregenz.

Mit Verweis auf *Konstanz* (10 Nennungen) wird das dortige Chorfestival sowie Open Air-Konzerte als erstrebenswerte Beispiele genannt. Andere benannte Städte als gute Beispiele mit mehr als zwei Nennungen sind darüber hinaus *Bregenz* (Seebühne), *Ravensburg* (Ravensburg spielt), *Lindau* (Club Vaudeville) und *Dornbirn* (Conrad Sohm).

Mehr Kulturveranstaltungen im öffentlichen Raum und im Freien, Veranstaltungen am See(ufer) bzw. eine Seebühne, Veranstaltungen auf der Messe sowie mehr Kultur in der Innenstadt (genannte Beispiele: Innenstadtfeste und Kino) sind hier also besonders wünschenswerte Aspekte für die befragten Personen.

4. Zusammenfassung

Zusammenfassend kann – im Einklang mit den Ergebnissen der vorherigen Kulturmfrage im Jahr 2018 – festgestellt werden, dass die befragten Personen mit dem Kulturangebot in Friedrichshafen grundsätzlich zufrieden sind. Vor dem Hintergrund der herausfordernden Rahmenbedingungen für die Kulturarbeit in den vergangenen Jahren, vorwiegend aufgrund der Corona-Pandemie, ist hervorzuheben, dass die **Zufriedenheit** bei den Befragten im Jahr 2022 sogar noch stärker ausgeprägt war als bei den Befragten im Jahr 2018².

Die Verteilung der **Besuchshäufigkeit** von kulturellen Veranstaltungen weist dabei leichte Unterschiede zwischen beiden Erhebungszeitpunkten auf: so wird zwar zu beiden Erhebungszeitpunkten von dem größten Anteil an befragten Personen angegeben, dass kulturelle Veranstaltungen 4–11-mal im Jahr besucht werden, jedoch hat sich dieser Anteil in der aktuellen Umfrage im Vergleich zum Jahr 2018 nochmals deutlich erhöht. Gleichzeitig ist der Anteil der Personen, die öfter als 2-mal im Monat Kulturveranstaltungen besuchen, in der aktuellen Umfrage kleiner und der Anteil der Befragten, die weniger als 4-mal im Jahr Veranstaltungen besuchen, größer geworden. Die zwei am häufigsten genannten **Gründe für das Fernbleiben** von kulturellen Veranstaltungen seitens der Teilnehmenden sind dabei, dass das Angebot persönlich nicht als interessant empfunden wird oder nicht ausreichend Informationen über das Angebot vorliegen.

Das **Interesse an verschiedenen Bereichen** des kulturellen Angebots ähnelt dabei ebenfalls den Ergebnissen der Umfrage von 2018. So sind vor allem Musikveranstaltungen (besonders Pop & Rock, Orchesterkonzerte) sowie die Bereiche Filme, Medien & Kino und Schauspiel & Theater sowie Comedy & Kabarett dabei besonders interessant für die teilnehmenden Personen. Der **Wunsch nach mehr kulturellen Angeboten in verschiedenen Sparten** deckt sich zu großen Teilen mit dem entsprechend geäußerten Interesse an verschiedenen Kulturbereichen. Positiv fällt bei dem Wunsch nach mehr Angeboten auf, dass zusammen mit Pop & Rock die Antwortoption „ich bin vollauf zufrieden“ am häufigsten genannt wird. Im Vergleich zum Jahr 2018 ist hier sogar eine sehr deutliche Steigerung im Anteil der Nennungen zu verzeichnen („ich bin vollauf zufrieden“ +6,92 %).

Hinsichtlich der **Informationslage** und -quellen zeigt sich, dass für diejenigen Personen, die sich **für kulturelle Angebote für Kinder und Jugendliche** interessieren, mehr Informationen bereitgestellt werden sollten, da sich etwas weniger als die Hälfte der Befragten als gut informiert fühlt und sich ein weitaus größerer Anteil mehr Informationen zu diesen Angeboten wünscht.

Die wesentlichen **Informationsquellen für kulturelle Angebote allgemein** sind dabei Programmhefte & Flyer, Plakate, Zeitungen, Webseiten sowie der Veranstaltungskalender der

² Bei der Interpretation der Ergebnisse und Vergleiche zwischen beide Erhebungen gilt jeweils zu berücksichtigen, dass es sich bei beiden Befragungen (2018 und 2022) um offene, interessengeleitete Umfragen handelt.

Stadt. Die **Beurteilung des Veranstaltungskalenders** fällt seitens der Nutzenden unter den Teilnehmenden positiv aus und die Vielfalt des dargestellten Angebots im Veranstaltungskalender wird mehrheitlich als gut bewertet.

Auch die bereits gemachten **Besuche von verschiedenen Veranstaltungsorte** ähneln sich zwischen der Umfrage im Jahr 2018 und dieser Umfrage. So wurden sowohl 2022 als auch 2018 folgende Veranstaltungsorte von vergleichsweise vielen befragten Personen in der Vergangenheit bereits besucht: das Graf-Zeppelin-Haus, der Bahnhof Fischbach sowie das Kiesel im k42. Das Kulturhaus Caserne wurde in diesem Jahr hingegen von einem verhältnismäßig größeren Anteil der Teilnehmenden besucht (geringste Anzahl an Nennungen im Jahr 2018, dritthäufigste Nennung im Jahr 2022). Ebenso scheint dem Bahnhof Fischbach im Jahr 2022 eine größere Rolle zuzukommen als zum Zeitpunkt der vorherigen Erhebung: während der Bahnhof Fischbach in der vorherigen Erhebung ähnlich häufig wie das Kiesel im k42 genannt wurde, ist im Jahr 2022 ein deutlicher Unterschied in der Nennungshäufigkeit zugunsten des Bahnhofs Fischbach zu identifizieren.

Die **Vielfalt der verschiedenen Veranstaltungsorte** in Friedrichshafen wird von dem Großteil der teilnehmenden Personen als gut bzw. gerade richtig empfunden. Auch wenn dabei die **Sichtbarkeit des kulturellen Angebots im öffentlichen Raum** als gut eingestuft wird, wünschen sich die befragten Personen mehr Kultur im öffentlichen Raum.

Als besonders **wichtige Aspekte für die Kulturarbeit** in Friedrichshafen werden vor allem *Innovation* (neue Veranstaltungsformate an ungewöhnlichen Orten) und *Nachhaltigkeit* (Veranstaltungen, die ressourcenschonend geplant werden) seitens der Teilnehmenden genannt. *Partizipation & Teilhabe* (Veranstaltungen, die zum Mitwirken und selbst aktiv werden einladen) und *Tradition* (das Angebot in Friedrichshafen soll genau so bleiben wie es ist) sind hingegen vergleichsweise weniger wichtig für die befragten Personen.

Das am häufigsten genutzte **Verkehrsmittel**, um kulturelle Veranstaltungen zu besuchen, ist dabei der eigene PKW (fast die Hälfte der Befragten nutzt den eigenen PKW hauptsächlich für den Besuch) gefolgt von dem Fahrrad bzw. Pedelec oder e-Bike (etwa ein Viertel der Befragten nutzt dies hauptsächlich). Der ÖPNV spielt dagegen nur eine geringere Rolle und wird von weniger als 15 % der Befragten hauptsächlich genutzt. Die wichtigsten **Gründe, den eigenen PKW** (oder das eigene Motorrad / den eigenen Roller) zu nutzen, sind für die entsprechende Teilgruppe der Teilnehmenden dabei, dass die Randzeiten durch den ÖPNV nicht ausreichend abgedeckt sind, es einen Zeitvorteil gegenüber dem ÖPNV bietet und aus Bequemlichkeit. Zur **Reduktion des motorisierten Individualverkehrs** wird dementsprechend seitens der Teilnehmenden besonders häufig gefordert, dass das Angebot des ÖPNV verbessert werden und eine häufigere Taktung angestrebt werden sollte.