

Wissenschaftliche Begleitung des Landesprogramms „Kulturrucksack NRW“

Ergebnisbericht 2012 – 2016

Auftraggeber
MFKJKS NRW

Ansprechpartnerinnen
Kludia Lehmann
Pina Nell

Düsseldorf/Freiburg,
8. Mai 2017

Das Unternehmen im Überblick**Geschäftsführer**

Christian Böllhoff

Präsident des Verwaltungsrates

Dr. Jan Giller

Handelsregisternummer

Berlin HRB 87447 B

Rechtsform

Aktiengesellschaft nach schweizerischem Recht

Gründungsjahr

1959

Tätigkeit

Die Prognos AG berät europaweit Entscheidungsträger aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Auf Basis neutraler Analysen und fundierter Prognosen entwickeln wir praxisnahe Entscheidungsgrundlagen und Zukunftsstrategien für Unternehmen, öffentliche Auftraggeber sowie internationale Organisationen.

Arbeitssprachen

Deutsch, Englisch, Französisch

Hauptsitz

Prognos AG
Henric Petri-Str. 9
4010 Basel | Schweiz
Telefon +41 61 3273-310
Telefax +41 61 3273-300

Prognos AG
Domshof 21
28195 Bremen | Deutschland
Telefon +49 421 517046-510
Telefax +49 421 517046-528

Prognos AG
Schwanenmarkt 21
40213 Düsseldorf | Deutschland
Telefon +49 211 91316-110
Telefax +49 211 91316-141

Prognos AG
Nymphenburger Str. 14
80335 München | Deutschland
Telefon +49 89 9541586-710
Telefax +49 89 9541586-719

Internet

info@prognos.com
www.prognos.com
twitter.com/prognos_ag

Weitere Standorte

Prognos AG
Goethestr. 85
10623 Berlin | Deutschland
Telefon +49 30 520059-210
Telefax +49 30 520059-201

Prognos AG
Science 14 Atrium; Rue de la Science 14b
1040 Brüssel | Belgien
Telefon +32 2808-7209
Telefax +32 2808-8464

Prognos AG
Heinrich-von-Stephan-Str. 23
79100 Freiburg | Deutschland
Telefon +49 761 7661164-810
Telefax +49 761 7661164-820

Prognos AG
Eberhardstr. 12
70173 Stuttgart | Deutschland
Telefon +49 711 3209-610
Telefax +49 711 3209-609

Inhalt

Zentrale Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitung	I
1 Hintergrund	1
1.1 Instrumente und Datenlage	1
2 Organisatorische Umsetzung des Kulturrucksacks vor Ort	3
2.1 Ausgangsbedingungen	3
2.1.1 Bedeutung kultureller Bildung	3
2.2 Bedeutung der Kulturrucksack-Beauftragten	5
2.2.1 Organisatorische Anbindung der Kulturrucksack-Beauftragten	6
2.2.2 Stellenumfang und personelle Unterstützung der Kulturrucksack-Beauftragten	7
2.3 Kooperationen und Netzwerkarbeit	8
2.3.1 Zusammenarbeit der Kulturrucksack-Akteure	12
2.3.2 Einbindung in die kulturelle Bildungslandschaft und Synergieeffekte	14
2.4 Organisatorische Umsetzung in Verbänden und Kreisen	16
2.5 Bedeutung und Einsatz der Kultur-Card	18
3 Umsetzung von Kulturrucksack-Angeboten	19
3.1 Anzahl und Ausrichtung der Maßnahmen	19
3.1.1 Weitere Angebote unter dem Label „Kulturrucksack NRW“	23
3.2 Interdisziplinäre Kooperationen im Rahmen der Angebotsumsetzung	23
3.3 Methoden und Instrumente zur Qualitätssicherung	25
3.4 Einbezug der Zielgruppe in die Angebotsplanung und Umsetzung	27
3.4.1 Effekte und Herausforderungen beim Einbezug der Zielgruppe	29
3.5 Erfolgsfaktoren für eine zielgruppengerechte Angebotsgestaltung	30
4 Zielgruppenansprache und Zielgruppenerreichung	34
4.1 Erreichte Kinder und Jugendliche	34
4.2 Ansprachewege und Bewertung	36
4.2.1 Gründe für die Teilnahme am Angebot	40
4.2.2 Ansprache bestimmter Zielgruppen	41
4.3 Strategien zur Sicherung der kontinuierlichen Teilnahme	43
5 Wirkungen des Kulturrucksacks	44
5.1 ... auf die Kinder und Jugendlichen	44
5.2 ... auf die Arbeit der beteiligten Institutionen und Akteure	49
5.3 ... auf das Netzwerk zur Förderung und Umsetzung kultureller Bildung vor Ort	52
5.4 ... auf die interkommunale Zusammenarbeit	54
5.5 ... auf den Stellenwert und Angebote der kulturellen Bildung vor Ort insgesamt	55
5.5.1 Verstetigung von Angeboten des Kulturrucksacks	57

Übersichten

Übersicht 1: Erfolgsfaktoren und hinderliche Faktoren für die (organisatorische) Umsetzung in Verbänden und Kreisen	17
Übersicht 2: Förderliche und hinderliche Faktoren für das Zusammenfinden von Partnern in interdisziplinären Kooperationen	24
Übersicht 3: Förderliche und hinderliche Faktoren für die interdisziplinäre Zusammenarbeit in Kulturrucksack-Angeboten	25
Übersicht 4: Methoden zur Qualitätssicherung	27
Übersicht 5: Erfolgsfaktoren für eine zielgruppengerechte Angebotsgestaltung	33
Übersicht 6: Erfolgsfaktoren bei der Ansprache der Kinder und Jugendlichen	39
Übersicht 7: Strategien zur Sicherung der kontinuierlichen Teilnahme	43

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Teilnahme an anderen landesgeförderten Programmen/Wettbewerben kultureller Bildung, in Prozent	4
Abbildung 2: Kooperationspartner im Kulturrucksack-Programm, Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent	8
Abbildung 3: Zusammenarbeit mit freischaffenden Künstler/innen nach Sparten, Anteile in Prozent	11
Abbildung 4: Themen der regelmäßigen Treffen aller Kulturrucksack-Akteure/eines Kernteams der Kulturrucksack-Akteure, in Prozent	13
Abbildung 5: Vorhandensein einer Stelle/Organisation/Plattform/ein Netzwerk zum Austausch, zur Vernetzung und zur Koordination der Akteure und Angebote kultureller Bildung, gesamt und nach Größe der Kommunen (ohne Kreise), in Prozent	15
Abbildung 6: Verteilung der Kulturrucksack-Angebote nach Sparten, in Prozent	20
Abbildung 7: Präsenz der Angebote in den Kommunen und Kreisen nach Kultursparten, Mehrfachnennungen möglich, in Prozent	20
Abbildung 8: Innovationsgehalt der Angebote, nach Start der Teilnahme am Monitoring, Anteil an allen Angeboten nach Startjahr der Teilnahme, Angabe in Prozent	22
Abbildung 9: Veranstaltungsorte des besuchten Kulturrucksack-Angebots, Mehrfachnennungen möglich	23
Abbildung 10: Planung und Bewertung der Angebote durch die Teilnehmenden, in Prozent	28
Abbildung 11: Einbezug der Zielgruppe in die Planung und Nachbereitung der Angebote, in Prozent	28
Abbildung 12: Bereits besuchte (Kultur-)Einrichtungen, Mehrfachnennungen möglich, in Prozent	35
Abbildung 13: Bewerbung der Angebote des Kulturrucksacks, in Prozent	37
Abbildung 14: Bevorzugte zukünftige Informationskanäle, Mehrfachnennungen möglich, in Prozent	40
Abbildung 15: Gründe für die Teilnahme am Kulturrucksack-Angebot, Mehrfachnennungen möglich, in Prozent	41
Abbildung 16: Gezielte Ansprache bestimmter Zielgruppen, Mehrfachnennungen möglich, in Prozent	42
Abbildung 17: Statements zur Wirkung des Kulturrucksacks auf die Nutzung von Kultur- und Jugendeinrichtungen, in Prozent	45
Abbildung 18: Wunsch nach nochmaligem Besuch eines ähnlichen Angebots	46
Abbildung 19: Wichtige Aspekte bei einer erneuten Teilnahme am Kulturrucksack-Angebot, Mehrfachnennungen möglich	47
Abbildung 20: Wunsch nach zukünftiger Information über ähnliche Angebote in der Nähe; gesamt und nach Besuch des Angebots mit/ohne Schule	48
Abbildung 21: Statements zur Wirkung des Kulturrucksacks auf die beteiligten Institutionen, in Prozent	50
Abbildung 22: Statements zur Wirkung des Kulturrucksacks auf das Netzwerk an Künstler/innen, in Prozent	51

Abbildung 23: Statements zur Wirkung des Kulturrucksacks auf die Kooperation und das Netzwerk der Kulturrucksack-Akteure, in Prozent	52
Abbildung 24: Vernetzung der Kulturrucksack-Akteure vor Teilnahme am Kulturrucksack-Programm, in Prozent	54
Abbildung 25: Bedeutung der Teilnahme am Landesprogramm Kulturrucksack NRW für Politik und Verwaltung auf den Stellenwert kultureller Bildung in der Kommune/im Kreis, in Prozent	55
Abbildung 26: Erschließung von Veranstaltungsorten für die kulturelle Bildung von Kindern und Jugendlichen, in Prozent	56

Zentrale Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitung

Der vorliegende Endbericht fasst die Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitung des Landesprogramms „Kulturrucksack NRW“ aus den Jahren 2012 bis 2016 zusammen und zeigt,

- wie das Programm in den Kommunen, Verbänden und Kreisen organisiert wird und welche Kooperationspartner beteiligt sind,
- wie die Kulturrucksack-Angebote ausgestaltet und inwieweit Kinder und Jugendliche bei Planung und Umsetzung einbezogen sind,
- wie die Zielgruppenansprache und -erreichung gelingt und
- welche Wirkungen der Kulturrucksack auf die Kinder und Jugendlichen und beteiligten Akteure und Institutionen, aber auch auf kommunale Netzwerke und den Stellenwert kultureller Bildung hat.

Die zentralen Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitung sind nachfolgend mit Blick auf die strategischen Ziele des Landesprogramms zusammengestellt:

1. Zielsetzung: Entwicklung NRW als „Kinder- und Jugendkulturland“

Im Rahmen des Kulturrucksacks wird der Auf- und Ausbau lokaler Netzwerke im Bereich Kultureller Bildung gefördert

- Über 83 Prozent der Kommunen und Kreise arbeiten mit Kooperationspartnern aus mindestens sechs verschiedenen Bereichen zusammen
- Zu den wichtigsten Kooperationspartner/innen im Kulturrucksack gehören freischaffende Künstler/innen, Einrichtungen der Kinder- und Jugendförderung, die städtischen Verwaltungen sowie kulturelle Bildungseinrichtungen (insbesondere Jugendkunst- und Musikschulen sowie Bibliotheken)
- Im Bereich der städtischen Verwaltungen sind besonders häufig die Jugendämter, Kulturämter und Schulämter beteiligt

Die Beteiligung am Kulturrucksack zeigt positive Wirkungen auf die (Zusammen-)Arbeit der beteiligten Institutionen

- Die Zusammenarbeit von Institutionen und Künstler/innen fördert die gegenseitige Vermittlung von fachspezifischen Kompetenzen und die Vernetzung (auch über die Zusammenarbeit im Programm hinaus)
- Kulturinstitutionen erhalten vertiefte Erkenntnisse über die Bedarfe und Interessen der Zielgruppe, über die Zielgruppenansprache und über die Orte, an denen die Zielgruppe anzutreffen ist
- Jugendeinrichtungen erweitern ihr Angebotsspektrum und erreichen eine stärkere Wahrnehmung der Jugendeinrichtungen in der Öffentlichkeit

- An Schulen gewinnt das Thema „Kulturelle Bildung“ bei den Lehrkräften nachhaltig an Stellenwert, auch werden sie für außerschulische Angebote und Orte der kulturellen Bildung sensibilisiert
- Künstler/innen profitieren von dem Ausbau und der Intensivierung ihres Netzwerks
- Die Institutionen profitieren von einer gestiegenen Attraktivität und größeren Bekanntheit bei der Zielgruppe
- Regelmäßigen Treffen der Kulturrucksack-Akteure sind in den meisten Fällen extra für die Umsetzung des Landesprogramms ins Leben gerufen worden: Nur in rund einem Fünftel der Kommunen und Kreise mit solchen Treffen haben diese schon vor dem Landesprogramm bestanden

Die Kulturrucksack-Beauftragten nehmen eine zentrale Rolle im Rahmen der Vernetzung ein

- Beim Zusammenfinden der unterschiedlichen Akteure spielen die Kulturrucksack-Beauftragten eine wichtige Rolle, z.B. bei der Organisation von Begegnungsmöglichkeiten, Kontaktherstellung oder der Beratung
- Förderlich für das Zusammenfinden der Akteure sind zuvorderst die zeitlichen Ressourcen und bestehende Kontakte der Kulturrucksack-Beauftragten

Bei der Zusammenarbeit im Verbund fördert der Kulturrucksack auch die interkommunale Vernetzung

- Durch den Zusammenschluss mit anderen Kommunen zu einem Verbund wird der Auf- und Ausbau interkommunaler Kooperationen und Vernetzung zwischen Ämtern als auch Institutionen gefördert
- Der (kulturelle) Austausch mit anderen Gemeinden/Kommunen wird gestärkt
- Hauptgrund für einen Zusammenschluss mit anderen Kommunen ist die geforderte Mindestzahl von Kindern in der Altersgruppe 10 bis 14 Jahre. Als Vorteile bei der gemeinsamen Umsetzung werden die Reduzierung des Organisations- und Verwaltungsaufwands und die Möglichkeit, durch die Zusammenarbeit von anderen Erfahrungen und Kontakten zu profitieren, wahrgenommen

Der Stellenwert des Themas „Kulturelle Bildung“ wird gestärkt

- Im Programmverlauf konnten zunehmend Kommunen und Kreise für eine Beteiligung am Kulturrucksack mobilisiert werden, die bisher weniger in Programmen der kulturellen Bildung aktiv waren
- Die gestiegene Wertschätzung der kulturellen Bildung zeigt sich insbesondere darin, dass das Thema „Kulturelle Bildung“ insgesamt als auch die in diesem Bereich tätigen Akteure auf politischer Ebene stärker wahrgenommen werden
- Deutlich über die Hälfte der Kommunen und Kreise geben an, dass der Stellenwert kultureller Bildung in der Kommune bzw. im Kreis für die Politik und die Verwaltung durch die Teilnahme am Landesprogramm Kulturrucksack NRW gestiegen ist (57 %)
- Weiterer Handlungsbedarf besteht bei der politischen Verankerung des Themas „Kulturelle Bildung“: Nur etwa ein Drittel der Kommunen und Kreise geben an, über

ein kulturpolitisches Gesamtkonzept zu verfügen; in diesen Konzepten spielen Aspekte der Kinder- und Jugendförderung zumeist eine Rolle (94 %). Bei weiteren 26 Prozent der Kreise/Kommunen ist ein kulturpolitisches Gesamtkonzept in Planung. Über die Hälfte der am Monitoring 2016 teilnehmenden Kommunen/Kreise verfügen über ein jugendpolitisches Gesamtkonzept; bei zwei Drittel von ihnen spielen kulturpolitische Gesichtspunkte eine Rolle

- Neben der Schaffung von Angeboten im Rahmen des Kulturrucksacks erweitert sich die Angebotspalette insgesamt. In etwa der Hälfte der Kommunen und Kreise ist die Anzahl der Angebote zur kulturellen Bildung (unabhängig von der Zahl der Angebote des Kulturrucksacks) vor Ort gestiegen

2. Zielsetzung: „Öffnung der Tür zu Kunst und Kultur“ für alle Kinder und Jugendliche zwischen 10 und 14 Jahren

Es werden neue Veranstaltungsorte für die kulturelle Bildung erschlossen

- In gut einem Drittel der Kommunen und Kreise finden Kulturrucksack-Angebote auch an Orten statt, die vorher nicht für Angebote kultureller Bildung genutzt wurden
- Viele Einrichtungen öffnen den Blick für die Zielgruppe der 10 bis 14-Jährigen: Rund die Hälfte der Kommunen und Kreise geben an, dass im Rahmen des Kulturrucksacks vorhandene Kulturstätten für die Zielgruppe neu erschlossen wurden
- Auch hat sich das Angebotsspektrum im Bereich der kulturellen Bildung erweitert: mehr als die Hälfte der Angebote wurden neu für den Kulturrucksack entwickelt und haben erstmalig stattgefunden, 36 Prozent der Angebote wurden im Rahmen des Kulturrucksacks entwickelt und 2016 erneut durchgeführt, 8 Prozent waren bestehende Angebote, die für das Kulturrucksack-Programm weiterentwickelt wurden

Kinder und Jugendliche werden vielfach bei der Planung und Ausgestaltung der Kulturrucksack-Angebote einbezogen

- Rund 85 Prozent der Kommunen und Kreise ermitteln die Interessen der Zielgruppe, um zielgruppengerechte Angebote zu gestalten. Die allermeisten Angebote, die im Rahmen des Kulturrucksacks angeboten werden, sind (überwiegend) partizipative Angebote
- In rund drei Viertel der Kommunen und Kreise werden die Kinder und Jugendlichen zudem in die Planung einzelner Angebote mit einbezogen
- Der Einbezug der Zielgruppe bringt Impulse von der Zielgruppe für Themen und Orte für neue Angebote bzw. für die Weiterentwicklung bestehender Angebote

Zentrale Herausforderung bei der Durchführung der Angebote ist die Zielgruppen-erreichung

- Die untersuchten Kommunen verfolgen mit den Angeboten des Kulturrucksacks das Ziel, *alle* Kinder und Jugendlichen der Zielgruppe zu erreichen. Gleichzeitig nutzen die Kulturrucksack-Akteure an fast allen Orten besondere Wege, um insbesondere kulturfernere Kinder und Jugendliche für die Kulturrucksack-Angebote zu gewinnen

- In den Kommunen und Kreisen hat sich ein „Ansprache- und Werbemix“ über unterschiedliche Wege etabliert, der z.T. unterschiedliche Zielgruppen fokussiert. Besonders intensiv genutzt werden die lokale Presse, die Kulturrucksack-Internetseite des Landes oder die eigenen Internetseiten der Kommunen und Flyer sowie der gezielte Einsatz von Multiplikator/innen. Zunehmend werden die Angebote auch über soziale Netzwerke beworben (60 % nutzten 2016 diese Möglichkeit)
- Erfolgsfaktoren bei der Ansprache der Kinder und Jugendlichen sind die persönliche Ansprache an Orten und durch Personen, die der Zielgruppe vertraut sind, oder durch engagierte und vom Thema überzeugte Personen. Eine wichtige Rolle spielen dabei die Kinder- und Jugendzentren und Schulen
- Der hohe Anteil der Kinder und Jugendlichen, die gerne nochmal ein solches Angebot besuchen würde, verweist auf die positive Bewertung des Angebots: Im Rahmen der Zielgruppenbefragung geben über 70 Prozent der befragten Kinder und Jugendlichen an, noch einmal ein ähnliches Angebot besuchen zu wollen

Es gelingt, Kinder und Jugendliche (nachhaltig) für Angebote kultureller Bildung zu begeistern

- Im Monitoring 2016 stimmen über die Hälfte der teilnehmenden Kommunen und Kreise „voll“ oder „eher“ zu, dass die Kinder und Jugendlichen bestimmte Kultur- bzw. Jugendeinrichtungen jetzt häufiger nutzen
- Noch deutlicher werden die Auswirkungen des Kulturrucksack-Programms auf die Zielgruppenerreichung eingeschätzt: 85 % stimmen „voll“ oder „eher“ zu, dass es durch den Kulturrucksack gelungen ist, Kinder und Jugendliche in den Kultur- bzw. Jugendeinrichtungen zu erreichen, die vorher nicht erreicht wurden

Die Teilhabemöglichkeit von Kindern und Jugendlichen aller Milieus wird gestärkt

- Für rund 20 Prozent der befragten Kinder und Jugendlichen war von Bedeutung, dass das Kulturrucksack-Angebot kostenlos war. Durch die überwiegend kostenfreien Angebote wird eine Zugangsschwelle zu Angeboten der kulturellen Bildung genommen
- Die gezielte Ansprache von bestimmten Zielgruppen ist im Vergleich zum Jahr 2013 deutlich angestiegen (Monitoring 2013: 46 %, Monitoring 2016: 75 %), was darauf verweist, dass die Kommunen die Wichtigkeit einer solchen gezielten Ansprache verstärkt erkannt haben und auch nutzen. Werden Angebote zielgruppenspezifisch beworben, dann richten sie sich gezielt insbesondere an Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund und Fluchterfahrung als auch aus „bildungsfernen“ Familien
- Einbezug von geflüchteten Kindern und Jugendlichen: Bisher besteht nur in einzelnen der befragten Kulturrucksack-Standorte ein enger Kontakt zu Institutionen mit spezifischem Zugang zu geflüchteten Kindern und Jugendlichen (abgesehen von Schulen). Viele Kommunen und Verbände bemühen sich jedoch, weitere Akteure mit Zugang zu geflüchteten Menschen als Kooperationspartner für einzelne Kulturrucksack-Angebote zu gewinnen oder planen dies für die Zukunft

3. Zielsetzung: Förderung der künstlerisch-kreativen Fähigkeiten junger Menschen, um ihnen gesellschaftliche Teilhabe zu ermöglichen

Kulturrucksack-Akteure berichten von positiven Wirkungen auf die Kinder und Jugendlichen

- Bei den Kindern und Jugendlichen werden vor allem positive Entwicklungen auf ihre Persönlichkeit und ihr Sozialverhalten wahrgenommen. Diese zeigen sich bspw. in der Stärkung der Selbstwirksamkeit, der Selbstpräsentation, des Selbstbewusstseins und des Selbstvertrauens
- Daneben wird von künstlerisch-kreativem und spartenspezifischem Kompetenzzuwachs berichtet. Die Kinder und Jugendlichen werden an „etwas Neues“ herangeführt – an einen Ort, ein Thema oder eine Technik
- Um den interessierten Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit zu geben, Anschlussangebote zu besuchen, ist es wichtig, dass die Durchführenden einen Überblick über weitere kulturelle Bildungsangebote vor Ort haben, um bedarfsgerecht weitervermitteln zu können. Hierbei kommt auch den Kulturrucksack-Beauftragten eine wichtige Rolle zu

Der Kulturrucksack eröffnet Angebote in einer breiten Spartenvielfalt

- Rund 90 Prozent der Kommunen machen Angebote aus dem Bereich (Bildende) Kunst. In rund drei Viertel der Kommunen gehören zudem die Sparten (Neue) Medien/Film, Musik sowie Theater zum Angebot
- In rund 60 Prozent der Kommunen gibt es Angebote in vier oder mehr Sparten

Zur Qualitätssicherung von Kulturrucksack-Projekten werden verschiedene Instrumente eingesetzt

- Als Hauptgrund für die gute Qualität nennen die Kommunen und Kreise den Einsatz engagierter Fachkräfte, Künstlerinnen und Künstler als Projektdurchführende
- Von Vorteil erweist sich, dass durch die finanziellen Mittel des Landesprogramms gezielt professionelle Fachkräfte und Materialien eingesetzt werden können
- Als Gelingensfaktoren werden zudem der Einsatz von einem Tandem aus pädagogischer Fachkraft und Künstlerinnen und Künstlern sowie die fachkundige Auswahl der Angebotskonzepte gesehen

1 Hintergrund

Das Landesprogramm „Kulturrucksack NRW“ wird von Beginn an durch eine wissenschaftliche Begleitung evaluiert: Im Jahr 2012 wurden dafür von der Prognos AG ein Evaluationskonzept erstellt, verschiedene Instrumente entwickelt und erste Umsetzungserfahrungen erfasst. Seit 2013 wird der Programmverlauf anhand verschiedener Teiluntersuchungen systematisch erfasst. Dabei handelt es sich um ein jährliches Monitoring zur Umsetzung und den Aktivitäten im Landesprogramm, Vertiefungsuntersuchungen mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten und eine Zielgruppenbefragung der teilnehmenden 10- bis 14-Jährigen (siehe 1.1 Instrumente und Datenlage).

Im vorliegenden Bericht werden die zentralen Ergebnisse der im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitung durchgeführten Teiluntersuchungen aus den Jahren 2012 bis 2016 zusammengeführt. Der Bericht zeigt,

- wie das Programm in den Kommunen, Verbänden und Kreisen organisiert wird und welche Kooperationspartner beteiligt sind (Kapitel 2),
- wie die Kulturrucksack-Angebote ausgestaltet und inwieweit Kinder und Jugendliche bei Planung und Umsetzung einbezogen sind (Kapitel 3),
- wie die Zielgruppenansprache und -erreichung gelingt (Kapitel 4) und
- welche Wirkungen der Kulturrucksack auf die Kinder und Jugendlichen und die beteiligten Akteure und Institutionen, aber auch auf kommunale Netzwerke und den Stellenwert kultureller Bildung hat (Kapitel 5).

1.1 Instrumente und Datenlage

Für die wissenschaftliche Begleitung des Landesprogramms „Kulturrucksack NRW“ wurden drei verschiedene Instrumente entwickelt, die jeweils unterschiedliche Themen beleuchten und durch die es gelingt, die Perspektiven unterschiedlicher, in das Programm involvierte Akteure zu berücksichtigen¹.

Das quantitativ angelegte **Monitoring** richtete sich an alle Kommunen, Verbände und Kreise, die 2012 oder später mit der Teilnahme am Landesprogramm starteten. Insgesamt liegen 4 Wellen des Monitorings vor (Berichtszeiträume 2013, 2014, 2015 und 2016). Dies bietet den Vorteil, dass Vergleiche zwischen den Berichtsjahren gezogen sowie Veränderungen und Entwicklungen bei den Kommunen und Kreisen beobachtet werden können, die mehrfach an der Befragung teilgenommen haben. Zu den Themenbereichen des Monitorings gehörten zum einen Fragen der organisatorischen Umsetzung des Programms auf der lokalen Ebene, so bspw. den Netzwerk- und Kooperationsaktivitäten sowie den eingebundenen Netzwerk- und Kooperationspartner/innen. Zum anderen erfolgte eine Bestandsaufnahme der Aktivitäten und Angebote im Rahmen des Programms, zu den Beteiligungsformen für Kinder und Jugendliche und der Inanspruchnahme der Angebote durch die Zielgruppen des Förderprogramms.

¹ Wenn im Folgenden von „Kulturrucksack-Akteuren“ die Rede ist, sind damit die Kulturrucksack-Beauftragten sowie die relevanten Kooperationspartner vor Ort gemeint, nicht jedoch die Kinder und Jugendlichen, die den Kulturrucksack vielerorts mitgestalten bzw. Angebote besuchen.

Die **Vertiefungsuntersuchungen** waren als Gesprächsrunden mit relevanten Akteuren (u.a. Kulturrucksack-Beauftragten bzw. Verantwortlichen für das Kulturrucksack-Programm aus den am Verbund beteiligten Kommunen sowie Kooperationspartnern) bei der Umsetzung des Kulturrucksacks in ausgewählten Kommunen, Verbänden und Kreisen konzipiert. Insgesamt fanden im Laufe der wissenschaftlichen Begleitung 78 Gesprächsrunden statt. Neben wiederkehrenden Fragen nach hinderlichen und förderlichen Faktoren bei der Umsetzung, Wirkungen der Vernetzung und Kooperation, Zielgruppenansprache etc. gab es jährlich wechselnde Schwerpunktthemen, die besonders detailliert aufgegriffen wurden:

- 2012: Umsetzungsuntersuchung in der Pilotphase
- 2014: Partizipation und Teilhabe
- 2014/2015: Organisation des Kulturrucksack-Programms in Verbänden und Kreisen
- 2015: Analyse der Binnenstruktur ausgewählter Kulturrucksack-Angebote
- 2016: Lerneffekte, Veränderungen und Wirkungen.

Im Rahmen der **Zielgruppenbefragung** wurden schließlich Kinder und Jugendliche befragt, die an Kulturrucksack-Angeboten teilgenommen haben. Die Befragung fand schwerpunktmäßig in zwei Wellen Ende 2013 und Mitte 2015 statt. Für die quantitativ angelegte Befragung waren eine Online- und eine „Offline“-Befragung vorgesehen. Im Zeitraum Oktober 2013 bis November 2015 gingen insgesamt 1.218 verwertbare Fragebögen ein. Die Rücklaufquote für die Offline-Befragung liegt bei 62 Prozent (Welle 1: 61 Prozent; Welle 2: 65 Prozent), was auch angesichts der Komplexität des Fragebogens ein sehr erfreuliches Rücklaufergebnis darstellt. Im Falle der online beantworteten Fragebögen ist die Berechnung einer Rücklaufquote nicht möglich, da keine Kenntnis zur Grundgesamtheit vorhanden ist.

2 Organisatorische Umsetzung des Kulturrucksacks vor Ort

Den Kommunen kommt bei der Organisation des Kulturrucksacks eine zentrale Rolle zu: Vor Ort werden Angebote kultureller Bildung entwickelt, koordiniert, beworben und umgesetzt und Akteure aus den Bereichen Kultur, Bildung und Jugendförderung (auch über Gemeindegrenzen hinweg) vernetzt. Entsprechend zentral für den Programmserfolg ist, wie die organisatorischen Aufgaben vor Ort gelöst werden.

Zunächst werden in Kapitel 2 die Ausgangsbedingungen bei Start des Kulturrucksack-Programms und die Bedeutung kultureller Bildung in den Kommunen und Kreisen beschrieben (Kapitel 2.1), bevor die Aufgabenwahrnehmung und organisatorische Anbindung der Kulturrucksack-Beauftragten – die eine zentrale Rolle im Rahmen der Umsetzung des Kulturrucksacks einnehmen – betrachtet wird (Kapitel 2.2). Desweiteren wird beleuchtet, welche Kooperationspartner an der Umsetzung des Kulturrucksacks vor Ort beteiligt sind (Kapitel 2.3) und wie sich die Umsetzung in den beteiligten Verbänden und Kreisen gestaltet (Kapitel 2.4). Thematisiert werden zudem Bedeutung und Einsatz der Kultur-Card, die Kindern und Jugendlichen vor Ort den Zugang zu kulturellen Bildungsangeboten erleichtern soll (Kapitel 2.5).

2.1 Ausgangsbedingungen

Die Teilnahme am Landesprogramm „Kulturrucksack NRW“ ist als Einzelkommune, Verbund von mehreren Einzelkommunen oder Kreis möglich. Insgesamt nehmen am Landesprogramm im Jahr 2016 mittlerweile 35 Einzelkommunen, 26 kommunale Verbände, 9 Kreise und eine Städteregion teil. Die Anzahl der beteiligten Kommunen, Verbände und Kreise ist dabei – wie geplant – im Programmverlauf gestiegen.²

Erwartungsgemäß sind vor allem die Großstädte mit mehr als 100.000 Einwohner/innen als Einzelkommune am Landesprogramm beteiligt, weil sie die in den Richtlinien festgelegte Mindestanzahl von 3.500 Kindern und Jugendlichen im Alter von 10 bis 14 Jahren alleine vorweisen können. Die Klein- und Mittelstädte schließen sich größtenteils zu Verbundkommunen zusammen. Die konkrete organisatorische Umsetzung des Kulturrucksacks variiert dabei – abhängig von den Ausgangsbedingungen vor Ort – stark.

2.1.1 Bedeutung kultureller Bildung

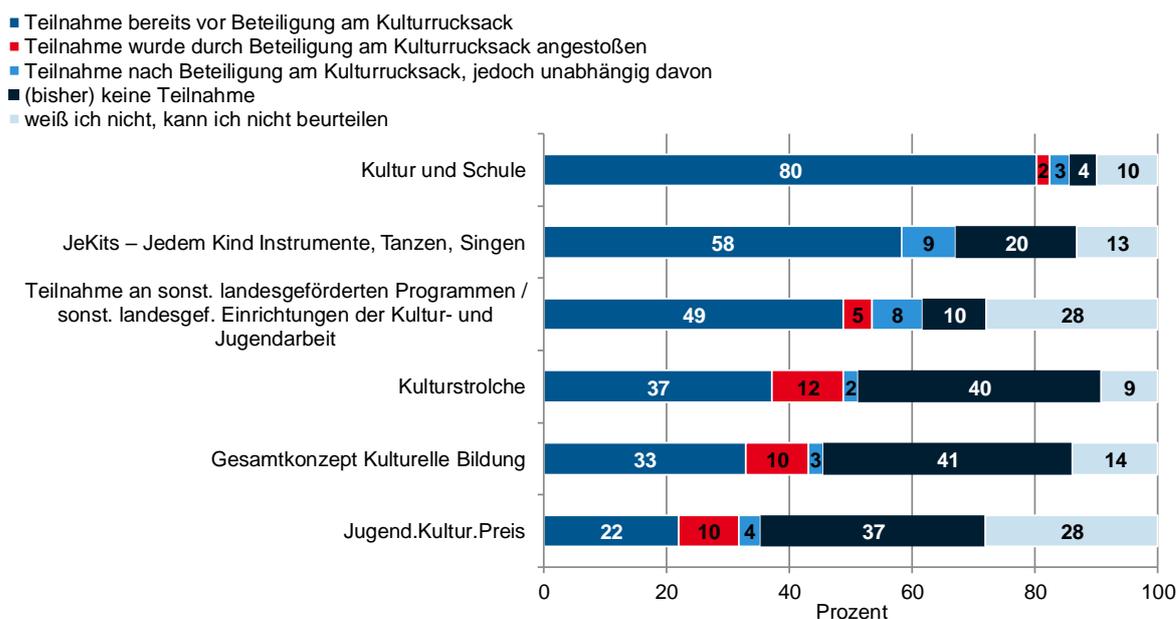
Mehr als 70 Prozent der im Rahmen des Monitorings befragten Kommunen und Kreise geben an, dass das Thema „Kulturelle Bildung“ in den Kommunen und Landkreisen für die Politik und die Verwaltung insgesamt eine sehr hohe (14 %) oder eher hohe (59 %) Bedeutung hat. Nur etwa 14 Prozent schreiben dem Thema eine eher niedrige Bedeutung zu, für ebenso viele ist hierzu keine Einschätzung möglich (ohne Abbildung).

² Der Kulturrucksack NRW startete 2012 mit 28 Pilotkonzepten in 55 Städten und Gemeinden, 2016 sind 220 Städte und Gemeinden beteiligt.

Die hohe Affinität zum Thema „Kulturelle Bildung“ zeigt sich auch daran, dass viele der am Kulturrucksack beteiligten Kommunen und Kreise noch an weiteren landesweit geförderten Programmen der kulturellen Bildung teilnehmen. Eine besonders hohe Bedeutung zeigt sich für das Landesprogramm „Kultur und Schule“, an dem über 80 Prozent teilnehmen (Abbildung 1). Zudem beteiligen sich 67 Prozent am Programm „JeKits – Jedem Kind Instrumente, Tanzen, Singen“³ und 51 Prozent am Programm „Kulturströche“. 46 Prozent der am Monitoring 2016 teilnehmenden Kommunen und Kreise beteiligen sich zudem am Wettbewerb „Gesamtkonzept Kulturelle Bildung“, 36 Prozent am „Jugend.Kultur.Preis“.

Überwiegend nahmen die Kommunen und Kreise bereits vor Beteiligung am Kulturrucksack an diesen Programmen/Wettbewerben teil. Die Teilnahme am Kulturrucksack hat die Kommunen und Kreise insbesondere zur Teilnahme an den – bisher im Vergleich zu den anderen landesgeförderten Programmen und Wettbewerben – weniger stark verbreiteten Projekten und Wettbewerben „Kulturströche“, „Gesamtkonzept Kulturelle Bildung“ und „Jugend.Kultur.Preis“ angeregt: Jeweils rund 10 Prozent geben hier an, dass die Teilnahme vor Ort durch die Beteiligung am Kulturrucksack angestoßen wurde.

Abbildung 1: Teilnahme an anderen landesgeförderten Programmen/Wettbewerben kultureller Bildung, in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

Bereits in den vorherigen Monitoring-Erhebungen zeigte sich zudem, dass die Kommunen, die sich direkt mit Programmstart in 2012 am Kulturrucksack beteiligten, in höherem Maße auch in anderen Kulturprogrammen des Landes NRW aktiv waren. Dies zeigt sich auch in 2016: Kommunen und Kreise, die erst ab dem Jahr 2016 zum Kulturrucksack dazu gestoßen sind, sind oder waren in geringerem Umfang an weiteren Kulturprogrammen beteiligt als die Kulturrucksack-Teilnehmenden im Startjahr 2012.⁴ Damit zeigt sich,

³ „JeKits – Jedem Kind Instrumente, Tanzen Singen“ ist im Schuljahr 2015/2016 als Nachfolgeprojekt von „JeKi – Jedem Kind ein Instrument“ gestartet.

⁴ Eine Ausnahme bildet lediglich das Programm JeKits bzw. JeKi, an dem auch die in 2016 neu hinzugekommenen Kommunen bereits in hohem Umfang vor Beteiligung am Kulturrucksack teilnahmen.

dass es im Programmverlauf gelingt, weitere Kommunen und Kreise zu gewinnen, die bisher weniger in Programmen der kulturellen Bildung aktiv waren.

Handlungsbedarf besteht jedoch weiterhin bei der politischen Verankerung des Themas „Kulturelle Bildung“ in Gesamtkonzepten: Nur etwa ein Drittel der Kommunen und Kreise geben im Monitoring 2016 an, über ein kulturpolitisches Gesamtkonzept zu verfügen; bei weiteren 26 Prozent der Kreise/Kommunen ist ein solches in Planung. Auch hier zeigt sich, dass es insbesondere die bereits seit 2013 am Kulturrucksack beteiligten Kommunen und Kreise sind, die über solche Konzepte verfügen bzw. solche planen (Start Kulturrucksack 2013: Kulturpolitische Gesamtkonzepte sind bei 40 % vorhanden, bei 24 % in Planung; Start Kulturrucksack 2016: Kulturpolitische Gesamtkonzepte in keiner Kommune/keinem Kreis vorhanden, bei 55 % in Planung).

Ein Bestandteil der kulturpolitischen Gesamtkonzepte können Aspekte der Kinder- und Jugendförderung sein. 31 der 33 Kommunen und Kreise, die über ein Gesamtkonzept verfügen, geben an, dass darin eben solche Aspekte eine Rolle spielen (ohne Abbildung).

Insgesamt etwas häufiger liegen jugendpolitische Gesamtkonzepte (z.B. ein Jugendförderplan) vor: Über die Hälfte der am Monitoring 2016 teilnehmenden Kommunen/Kreise verfügen über ein solches Konzept und die damit verbundenen förderlichen Voraussetzungen für jugendpolitische Angebotsentwicklungen. Bei zwei Drittel der Kommunen/Kreise mit jugendpolitischen Gesamtkonzepten spielen kulturpolitische Gesichtspunkte eine Rolle (ohne Abbildung).

Insgesamt sind kultur- oder jugendpolitische Konzepte in den teilnehmenden Kommunen und Kreisen weit verbreitet: Rund zwei Drittel (64 %) verfügen über ein kultur- und/oder ein jugendpolitisches Konzept, bei 16 Prozent ist ein Konzept in Planung. Rund 20 Prozent geben an, dass weder das eine noch das andere vorhanden und auch nicht geplant ist (ohne Abbildung).

2.2 Bedeutung der Kulturrucksack-Beauftragten

Die Kulturrucksack-Beauftragten sehen sich häufig als „*Mittlerinnen und Mittler*“, „*Moderierende*“ oder „*Koordinierungsstelle*“ des Kulturrucksack-Programms vor Ort. Ihnen kommt bei der Umsetzung des Landesprogramms eine zentrale Rolle zu: Sie sind für die Leitung und Gesamtkoordination des Kulturrucksack-Programms zuständig, steuern die konkrete Umsetzung von Angeboten und sind maßgeblich dafür verantwortlich, ob und in welcher Form und Häufigkeit sich die Kulturrucksack-Akteure vor Ort austauschen und vernetzen. Darüber hinaus übernehmen sie überall die Kommunikation mit dem Ministerium und der Koordinierungsstelle und zum Teil auch die projektübergreifende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. In Kommunen mit einem öffentlichen Ausschreibungsverfahren übernehmen sie die hierdurch anfallenden Aufgaben (Formulierung, Verbreitung, Organisation der Auswahl der Angebote, Mittelverteilung etc.). Seltener gehören auch Projektbesuche zu den Aufgaben der Kulturrucksack-Beauftragten.

Der Kontinuität der Kulturrucksack-Beauftragten wird eine zentrale Rolle bei der erfolgreichen Umsetzung des Kulturrucksack-Programms vor Ort beigemessen. Es ist daher erfreulich, dass es im Programmverlauf bei 71 Prozent der befragten Kommunen, Verbände und Kreise keinen personellen Wechsel der Kulturrucksack-Beauftragten gab – bei 20

Prozent gab es einen Wechsel, bei 9 Prozent mehrere Wechsel. Personelle Wechsel zeigen sich erwartungsgemäß vor allem in den Kommunen und Kreisen, die bereits länger (seit 2013 oder 2014) am Kulturrucksack beteiligt sind (ohne Abbildung).

2.2.1 Organisatorische Anbindung der Kulturrucksack-Beauftragten

Organisatorisch sind die Kulturrucksack-Beauftragten hauptsächlich (zu 93%) an Ämter/städtische Verwaltungen „angedockt“. Eine ausschließliche Anbindung an einen freien Träger findet nur vereinzelt (in 7% der befragten Kommunen) statt (ohne Abbildung).

In den Kommunen und Kreisen, die ihre Kulturrucksack-Beauftragten bei einem kommunalen Träger angebinden haben, wurde am häufigsten eine Anbindung an ein „Kulturamt /Kulturbüro“ umgesetzt, gefolgt von der Anbindung an ein „Amt/Fachbereich für Schule und weitere Bereiche sowie Kultur“ oder den Bereich „Jugendamt/Jugendförderung“. Seltener wurde die Anbindung an ein „Schulamt/Bildungsbüro“, ein/en „Amt/Fachbereich für Schule und weitere Bereiche ohne Kultur“ gewählt oder ein sonstiges Amt oder kommunalen Träger angebinden (z.B. „Kommunales Integrationszentrum“ oder „Gleichstellungs-, Familien- und Seniorenbüro“). Als freie Träger werden unterschiedliche Akteure aus dem Jugend- und Kulturbereich genannt, bspw. (Jugend-)Kulturzentren, ein Kreisjugendring oder ein soziokulturelles Zentrum.

Für die Anbindung an **ein Amt/eine städtische Verwaltung** sprechen vorhandene Erfahrungen bei der Abwicklung anderer Förderprogramme sowie Kontakte in Kultur-, Jugend – und/oder Schulbereich. Außerdem ist nach Aussagen der Akteure bei dieser Anbindung die Chance höher, nach Auslaufen des Förderprogramms durch den Kulturrucksack aufgebaute bzw. verfestigte Strukturen sowie erfolgreiche Angebote zu verstetigen. Nachteile bei der Anbindung an die Verwaltung sind die Zielgruppenferne und Grenzen bei der Zielgruppenansprache (z.B. ist mehreren Verwaltungen die Nutzung von Facebook untersagt).

Vorteile bei der Anbindung an freie Träger bzw. Träger außerhalb von städtischen Verwaltungen unterscheiden sich je nach Art der Einrichtung: So begünstigen in **Jugendzentren** deren Wissen über und der Zugang zur Zielgruppe, vorhandene Wege und Medien zur Bewerbung (z.B. persönliche Kontakte, Facebook-Präsenzen, whatsapp-Gruppen), Erfahrungen im Bereich der kulturellen Bildung mit „*modernen, jugendgemäßen Angeboten*“ sowie ein Netzwerk an Ehrenamtlichen und Honorarkräften, das für den Kulturrucksack genutzt werden kann, die Umsetzung des Landesprogramms vor Ort.

Kulturelle Einrichtungen verfügen bereits über Erfahrungen mit kultureller (Jugend-)Bildung und sie haben Kontakte in diesem Bereich, die sie für den Kulturrucksack nutzen können. Ähnlich wie die Mitarbeitenden von Jugendzentren verfügen sie zudem über den direkten Zugang zur Zielgruppe und haben gewisse Vorteile bei der Bewerbung von Veranstaltungen, weil sie eigene Verteiler mit Kindern und Jugendlichen oder bereits etablierte Facebook-Seiten nutzen können. Herausforderungen bei der Anbindung an Jugend- oder Kultureinrichtungen entstehen eigenen Angaben zufolge hauptsächlich dadurch, dass die Personen in diesen Bereichen – auch bedingt durch fehlende Vollzeitstellen – häufig bereits überlastet sind; befristete Anstellungen insbesondere im Jugendbereich können die Kontinuität gefährden.

Als besonders positiv herausgestellt hat sich, wenn die Kulturrucksack-Beauftragten in Verbänden unterschiedliche fachliche und institutionelle Hintergründe haben (z.B. aus Jugendzentren, Bibliotheken und Schulverwaltungen; aus Jugendzentren und Jugendamt; aus Jugendzentren und Kulturamt) und somit unterschiedliche Kompetenzen eingebracht werden können.

2.2.2 Stellenumfang und personelle Unterstützung der Kulturrucksack-Beauftragten

Rund 60 Prozent der Kulturrucksack-Beauftragten stehen für die Wahrnehmung ihrer Aufgaben laut Monitoring 2016 weniger als 20 Stellenprozente zur Verfügung. Rund einem Drittel stehen 20 bis 39 Stellenprozent und lediglich 5 Prozent 40 Stellenprozent oder mehr zur Verfügung (ohne Abbildung).

In acht von zehn Fällen wurde für die Umsetzung eine bestehende Stelle um die Kulturrucksack-Aufgaben erweitert. Nur 24 Kreise und Kommunen insgesamt haben zusätzliche zeitliche Ressourcen geschaffen: Achtmal wurde eine weitere Stelle eingerichtet, fünfmal eine vorhandene Stelle zeitlich aufgestockt und elfmal eine zusätzliche Fachkraft auf Honorarbasis angestellt (ohne Abbildung).

Zusätzliche zeitliche Ressourcen für die Aufgaben im Rahmen der Umsetzung des Kulturrucksacks wurden erwartungsgemäß vor allem in größeren Kommunen geschaffen: So wurden die zusätzlichen Stellen und zusätzlichen Fachkräfte auf Honorarbasis nur in Mittel- und Großstädten sowie Kreisen angestellt, jedoch keine in Kleinstädten (ohne Abbildung).

Von den insgesamt 11 Kommunen, die einen Honorarvertrag mit einer zusätzlichen Fachkraft abgeschlossen haben, haben 7 gleichzeitig angegeben, eine bestehende Stelle um den Aufgabenbereich erweitert zu haben (ohne Abbildung). Dies verweist darauf, dass Honorarkräfte häufiger zusätzliche Kräfte zu bestehenden Stellen sind.

Die Mehrheit der befragten Kommunen, Verbände und Kreise nutzt die Overhead-Pauschale demnach für die Umsetzung von Angeboten und nicht, um eine zusätzliche Honorarkraft einzustellen, die die Kulturrucksack-Beauftragten bei der Aufgabenbewältigung unterstützen könnte. Als Hauptgrund für diese Entscheidung geben die Kulturrucksack-Akteure an, dass sie „aus Prinzip“ alle finanziellen Mittel direkt in die Projektarbeit mit und für die Kinder und Jugendlichen investieren möchten. Weitere Gründe, warum keine Honorarkräfte eingestellt werden, sind:

- Vereinzelt benötigen die Kulturrucksack-Beauftragten bei verwaltungstechnischen Aufgaben Unterstützung, die sie aber ungern in „fremde Hände“ legen möchten. Daher wird keine unterstützende Honorarkraft angestellt.
- Gerade in kleineren Gemeinden und Städten wird zudem darauf verwiesen, dass die Overhead-Pauschale zu gering sei, um eine zusätzliche Honorarkraft einzustellen.

Sofern die Kulturrucksack-Beauftragten bei ihrer Arbeit eine Unterstützung erhalten (vereinzelt durch Honorarkräfte, Praktikant/innen, FSJler o.ä.), wird dies als sehr positiv bewertet, weil es die Kulturrucksack-Beauftragten entlastet, aber auch weil es die Chance beinhaltet, durch junge Mitarbeitende „neue Perspektiven“ einzubringen (sei es für neue Angebotsformate, die Zielgruppenansprache etc.).

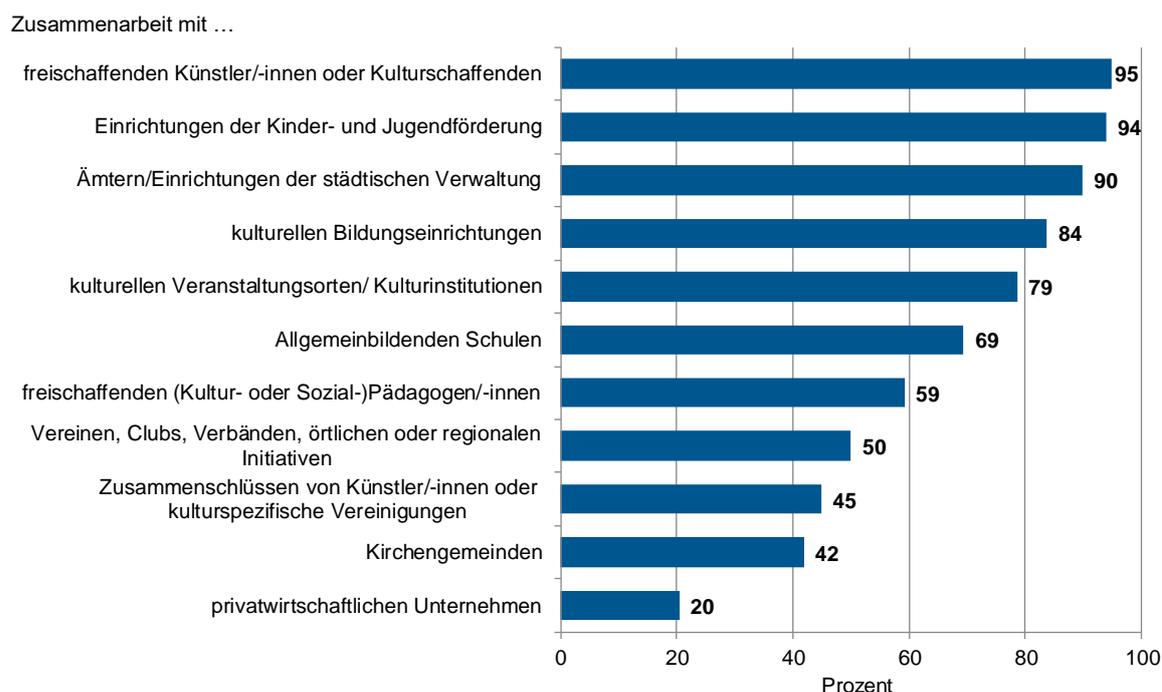
An vielen Orten wurde die Bedeutung der Kulturrucksack-Beauftragten und deren Aufgabenumfang zu Beginn unterschätzt – im Programmverlauf zeigte sich, dass diese häufig mehr und zum Teil auch andere Aufgaben übernehmen als im Vorfeld vorgesehen war (z.B. die Organisation von gemeindeübergreifenden Angeboten oder die Koordination von Treffen).

2.3 Kooperationen und Netzwerkarbeit

Ein wichtiges Ziel des Kulturrucksacks ist der Auf- und Ausbau lokaler Netzwerke. Vor diesem Hintergrund kann positiv festgehalten werden, dass die Kommunen und Kreise vor Ort mit einer Vielzahl von Kooperationspartnern zusammenarbeiten: Über 83 Prozent der Teilnehmer des Monitorings 2016 arbeiten mit Kooperationspartnern aus mindestens sechs verschiedenen Bereichen zusammen (ohne Abbildung).

Fast alle der am Monitoring teilnehmenden Kommunen und Kreise arbeiten mit freischaffenden Künstler/innen oder Kulturschaffenden, Einrichtungen der Kinder- und Jugendförderung (z.B. Jugendzentren, Kinderhäusern, Schulsozialarbeit, mobile Jugendarbeit, Jugendwerk) und Partnern in den Ämtern bzw. der städtischen Verwaltung zusammen (jeweils 90 % oder mehr). Rund 80 Prozent kooperieren mit kulturellen Bildungseinrichtungen und kulturellen Veranstaltungsorten, etwa zwei Drittel der Kommunen pflegen Partnerschaften mit allgemeinbildenden Schulen und rund die Hälfte mit freischaffenden (Kultur- oder Sozial-)Pädagog/innen und Vereinen/Clubs/Verbänden oder kulturspezifischen Vereinigungen (z.B. Bands, Schauspielgruppen). Im Vergleich seltener sind Kooperationen mit Zusammenschlüssen von Künstler/innen oder kulturspezifischen Vereinigungen, Kirchengemeinden sowie privatwirtschaftlichen Unternehmen (Abbildung 2).

Abbildung 2: Kooperationspartner im Kulturrucksack-Programm, Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

Im Bereich der Ämter und Einrichtungen der städtischen Verwaltung wird besonders häufig mit Jugendämtern, Kulturämtern/-büros und Schul(verwaltungs)ämtern kooperiert. In 13 Kommunen werden explizit Integrationsbüros/kommunale Integrationszentren genannt. Bei den Kooperationspartnern im Bereich der kulturellen Bildungseinrichtungen nehmen Jugendkunst- und Musikschulen sowie Bibliotheken einen hohen Stellenwert ein. Häufig genannt werden hier als Kooperationspartner außerdem Stadtarchive und Volkshochschulen. Beteiligt sind außerdem Museen, Theater sowie Musik- und Tanzschulen, Literaturhäuser, Stadtarchive, Volkshochschulen, Zirkusse u.v.m.. In den Einrichtungen der Kinder- und Jugendförderung zählen Jugend(kultur)zentren und die Schulsozialarbeit zu wichtigen Partnern (ohne Abbildung).

Im Folgenden wird die Einbindung und Mitwirkung von ausgewählten Kooperationspartnern – den Kulturinstitutionen, Einrichtungen der Kinder- und Jugendförderung, Schulen sowie den freischaffenden Künstler/innen – im Einzelnen kurz dargestellt.

Einbindung und Mitwirkung von Kulturinstitutionen: Die Einbindung der Kulturinstitutionen hängt vor allem vom Vorhandensein von Kulturinstitutionen vor Ort ab, aber auch vom Netzwerk der Kulturrucksack-Beauftragten sowie von personellen Ressourcen und dem persönlichen Engagement der Mitarbeitenden in den Kulturinstitutionen. Die Kulturinstitutionen entwickeln dabei eigene Angebote und führen diese durch, stellen Kontakt zu Fachkräften her oder Räumlichkeiten für Kulturrucksack-Angebote zur Verfügung. Darüberhinaus dienen sie als Ort der Bewerbung des Kulturrucksacks (z.B. um Plakate aufzuhängen, Flyer auszulegen). Außerdem übernehmen die Leitungen oder Mitarbeitenden teilweise die Rolle der Kulturrucksack-Beauftragten oder sind im Planungsteam für das Kulturrucksack-Programm aktiv.

Einbindung und Mitwirkung von Einrichtungen der Kinder- und Jugendförderung: Ähnlich wie die Einbindung von Kulturinstitutionen hängt auch die Einbindung von Jugendeinrichtungen sehr stark von der Anbindung und dem vorhandenen Netzwerk der jeweiligen Kulturrucksack-Beauftragten ab. Jugendeinrichtungen werden von den Kulturrucksack-Beauftragten einbezogen, weil sie einen Zugang zu Kindern und Jugendlichen haben. Mitarbeitende von Jugendeinrichtungen kennen nicht nur persönlich die Zielgruppe und können Jugendliche so gezielt auf Veranstaltungen hinweisen, sondern sie wissen aus ihrer Erfahrung auch um die Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppe und können daher Hinweise darauf geben, welche Angebote bei Kindern und Jugendlichen gut ankommen könnten und welche eher nicht. Gerade zur Erreichung der weniger bildungs- und kulturraffinen Kinder und Jugendlichen spielen Jugendeinrichtungen eine wichtige Rolle (vgl. Kapitel 4.2). Darüber hinaus organisieren und veranstalten die Jugendeinrichtungen selbst Kulturrucksack-Angebote – häufig in Kooperation mit Künstler/innen – und/oder stellen ihre Räumlichkeiten für Angebote zur Verfügung. Als Vorteile bei der Zusammenarbeit mit Jugendeinrichtungen werden außerdem deren vielfältige Kontakte zu Ehrenamtlichen oder Honorarkräften genannt, auf die zur Durchführung und/oder Begleitung der Kulturrucksack-Angebote zurückgegriffen werden kann.

Einbindung und Mitwirkung von Schule: Obwohl der Kulturrucksack als außerschulisches Programm geplant ist, spielen Schulen eine wichtige Rolle: als Ort zur Bewerbung der Angebote, als Ort zur Durchführung der Angebote und/oder als Partner im Kulturrucksack-Netzwerk. Als Ort für die Ansprache der Zielgruppe wird Schule in den Vertiefungsuntersuchungen dabei nahezu überall als gut geeigneter Ort wahrgenommen (vgl. Kapitel 4.2). Die Meinungen gehen hingegen auseinander, wenn es um die Nutzung und Bewertung von Schule als Ort für kulturelle Bildungsangebote geht. Für den stärkeren Einbezug

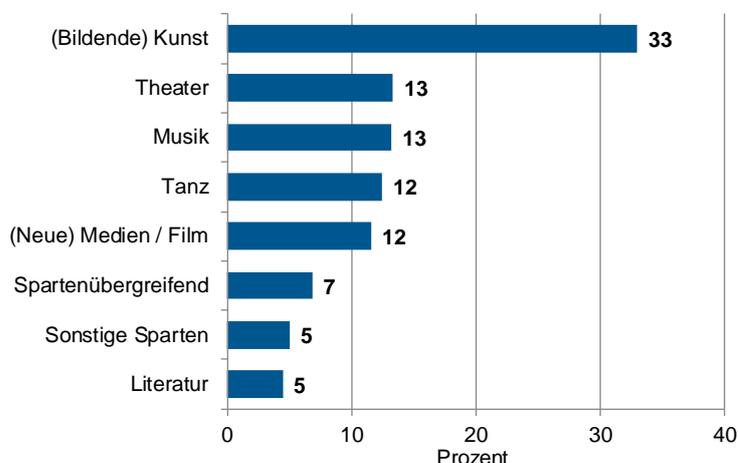
der Schulen spricht laut Aussagen der Kulturrucksack-Akteure der Fakt, dass Kinder und Jugendliche (durch den Ganztagsausbau, G8) immer mehr Zeit in der Schule verbringen und das Zeitfenster für außerschulische Aktivitäten immer kleiner wird. Außerdem könne durch den Kulturrucksack im schulischen Kontext ein ganz anderer Zugang zu Kunst ermöglicht werden und „Aha-Erlebnisse“ bei Schüler/innen und Lehrkräften entstehen, wenn im Rahmen der Kulturrucksack-Angebote Talente zum Vorschein kommen, die vorher nicht wahrgenommen wurden. Ein Vorteil von Angeboten im Rahmen der Schule ist außerdem die verbindliche Teilnahme der Jugendlichen, die auch für die Projektleiter Planungssicherheit bedeutet sowie die gute Erreichbarkeit des Ortes „Schule“. Angebote im außerschulischen und damit freiwilligen Bereich sind hingegen häufiger von Unverbindlichkeit gekennzeichnet (vgl. Kapitel 4.3). Die Freiwilligkeit der Teilnahme im außerschulischen Bereich stellt eine Herausforderung für die Akteure dar, attraktive Angebote für die Kinder und Jugendlichen zu entwickeln und durchzuführen. Gleichzeitig hat die freiwillige Teilnahme aber viele Vorteile gegenüber der verpflichtenden Teilnahme im schulischen Rahmen („Schule setzt auf Leistung, während ohne Notenzwang und Anwesenheitspflicht ein ganz anderes Arbeiten möglich ist.“ Außerdem seien Angebote in Schulen an deren eng getaktete Zeiten und an den Ort „Schule“ gebunden.). In Kultur- und Jugendeinrichtungen herrschen andere Regeln und andere Freiheiten: anders als Schulen können sie viel stärker an der Mitgestaltung der Angebote partizipieren und sich ausprobieren. Außerdem seien die Themen im außerschulischen Bereich andere.

Einbindung und Mitwirkung von Künstlerinnen und Künstlern: Nahezu alle Kommunen und Kreise (95%) benennen als Kooperationspartner freischaffende Künstlerinnen und Künstler. Insgesamt beläuft sich die Summe der kooperierenden freischaffenden Künstler/innen im Monitoring 2016 auf über 1.400 Personen (ohne Abbildung).

Dabei zeigen sich erwartungsgemäß Unterschiede im Zusammenhang mit der Größe der Kommunen: Die Anzahl der Kooperationen mit freischaffenden Künstler/innen ist in Mittel- und Großstädten (in denen auch mehr Angebote stattfinden) deutlich höher als in Kleinstädten: Während in Großstädten mit durchschnittlich 26 Künstler/innen zusammengearbeitet wird, sind es in Mittelstädten durchschnittlich 11 und in Kleinstädten durchschnittlich 6 (ohne Abbildung).

Etwa ein Drittel der Künstler/innen arbeitet im Bereich der (Bildenden) Kunst, während jeweils rund 13 Prozent der Künstler/innen aus den Bereichen Musik, Theater, Tanz und Neue Medien/Film kommen. Vergleichsweise selten wurden Künstlerinnen und Künstler aus dem Literaturbereich in Angebote des Kulturrucksacks eingebunden (5%) (Abbildung 3). Diese Verteilung ist vergleichbar der Kultursparten, in denen die Angebote stattgefunden haben (vgl. Kapitel 3).

Abbildung 3: Zusammenarbeit mit freischaffenden Künstler/innen nach Sparten, Anteile in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

Um freischaffende Künstlerinnen und Künstler für die Angebote des Kulturrucksacks zu gewinnen, waren bereits bestehende persönliche Kontakte besonders wertvoll. Von den Kommunen und Kreisen, die freischaffende Künstler/innen in die Kulturrucksack-Angebote eingebunden haben, geben 94 Prozent an, dass sie bereits in der Vergangenheit mit diesen zusammengearbeitet haben. Gleichzeitig geben 82 Prozent an, über Empfehlungen auf die Künstler/innen aufmerksam geworden. Weniger genutzt werden Datenbanken, in denen Künstler/innen verzeichnet sind (von 20 %). Daneben werden von rund 30 Prozent auch andere Zugangswege zu Künstler/innen genannt – darunter vor allem die Bewerbung von Künstler/innen auf Ausschreibungen, das Einreichen von Ideen durch die Künstler/innen selbst, (Internet-)Recherchen der Kulturrucksack-Akteure sowie Netzwerkveranstaltungen (z.B. Arbeitskreis der Künstler) (ohne Abbildung).

In der Vertiefungsuntersuchung 2016 berichtet die Mehrheit der befragten Kulturrucksack-Beauftragten davon, dass zunehmend überregionale Künstlerinnen und Künstler mit konkreten Angebotskonzepten an die Kulturrucksack-Beauftragten herantreten. Der Grund für die Zunahme dieser Angebote im Programmverlauf wird darin gesehen, dass sich das Programm „in der Szene rumgesprachen habe“. Alle Kulturrucksack-Beauftragten berichten davon, dass sie die eingegangenen Angebotskonzepte sorgfältig prüfen, um auszusuchen, dass es sich um „Angebote von der Stange“ handelt (vgl. Kapitel 3.3).

Einbindung und Mitwirkung von Kooperationspartnern mit Zugang zu geflüchteten Kindern und Jugendlichen: Bisher besteht nur in einzelnen der befragten Kulturrucksack-Standorte ein enger Kontakt zu Institutionen mit spezifischem Zugang zu geflüchteten Kindern und Jugendlichen (z.B. Migrantenselbstorganisationen, Gemeinden, Moscheen, Synagogen, Fachbereiche für Migration, Flüchtlingsunterkünfte). Über die Zusammenarbeit mit der Schulsozialarbeit oder Jugendeinrichtungen bestehen vielerorts jedoch bereits Kooperationen mit Institutionen, bei denen geflüchtete Kinder und Jugendliche anzutreffen sind und über die sie bereits für Kulturrucksack-Angebote gewonnen werden.

Viele Kommunen und Verbände bemühen sich jedoch, weitere Akteure mit Zugang zu geflüchteten Menschen als Kooperationspartner für einzelne Kulturrucksack-Angebote zu gewinnen oder planen dies für die Zukunft. Als Schwierigkeit stellt sich heraus, dass viele dieser Akteure momentan (noch) mit anderen Themen befasst sind und (bisher) keine Ressourcen für die Auseinandersetzung mit dem Thema „Kulturelle Bildung“ haben.

2.3.1 Zusammenarbeit der Kulturrucksack-Akteure

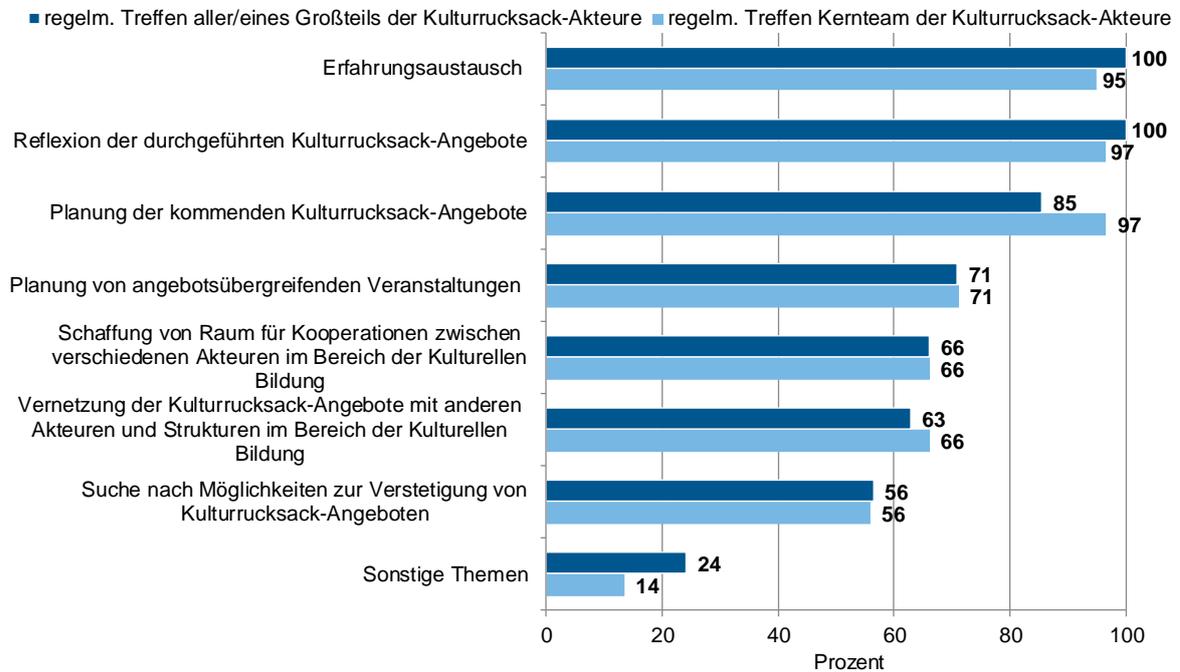
Die Zusammenarbeit der Kulturrucksack-Akteure ist in den Kommunen, Verbänden und Kreisen sehr unterschiedlich organisiert: Es gibt Kommunen, Verbände und Kreise,

- in denen sich ein Großteil/alle Kulturrucksack-Akteure regelmäßig treffen,
- in denen sich ein Kernteam aus Kulturrucksack-Akteuren regelmäßig trifft,
- in denen sich Unterarbeitsgruppen von Kulturrucksack-Akteuren zusammengefunden haben und sich regelmäßig treffen,
- in denen es keine regelmäßigen Austauschtreffen ausschließlich von Kulturrucksack-Akteuren gibt, sondern der Kulturrucksack durch die Kulturrucksack-Beauftragten in bestehende Netzwerke eingebracht wird (z.B. Künstler/innennetzwerke, Netzwerke von Schulen oder Jugendeinrichtungen).

Im Rahmen der Monitoring-Befragung 2016 geben rund zwei Drittel der Kommunen, Verbände und Kreise an, dass sich alle/ein Großteil der Kulturrucksack-Akteure regelmäßig (mind. einmal jährlich) treffen/trifft. In rund 60 Prozent der Kommunen, Verbände und Kreise trifft sich (zudem) regelmäßig ein Kernteam von Kulturrucksack-Beauftragten. In jeder sechsten Kommune bzw. jedem sechsten Kreis finden weder regelmäßige Treffen aller noch eines Kernteams der Kulturrucksack-Akteure statt (ohne Abbildung).

Werden Treffen (sowohl aller/einem Großteil der Kulturrucksack-Akteure als auch der Kernteams von Kulturrucksack-Akteuren) organisiert, dienen diese vor allem dazu, Erfahrungen auszutauschen (z.B. in Bezug auf die Bedarfe der Zielgruppe, die Zielgruppenansprache), durchgeführte Kulturrucksack-Angebote zu reflektieren sowie kommende Kulturrucksack-Angebote zu planen. Jeweils rund zwei Drittel planen in diesem Rahmen zudem angebotsübergreifende Veranstaltungen und sehen die Möglichkeit, dass verschiedene Akteure im Bereich der kulturellen Bildung kooperieren oder sich vernetzen. Über die Hälfte nutzen die Treffen, um nach Möglichkeiten zur Verstetigung der Kulturrucksack-Angebote zu suchen. Als weitere Themen der Treffen („Sonstige Themen“) werden vor allem Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Diskussion über weitere Fördermöglichkeiten/Finanzierungen und Strategien zur Erreichung der Zielgruppe genannt (Abbildung 4).

Abbildung 4: Themen der regelmäßigen Treffen aller Kulturrucksack-Akteure/ eines Kernteams der Kulturrucksack-Akteure, in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99). Auswahl: Wenn regelmäßige Treffen stattfinden.

An den Orten, wo es regelmäßige Treffen aller Akteure und/oder eines Kernteams gibt, ist die Häufigkeit der Treffen laut Monitoring 2016 in über 70 Prozent über die Laufzeit des Programms hinweg gleich geblieben, bei rund 20 Prozent hat sie sogar zugenommen. Nur vereinzelt hat die Häufigkeit der Treffen hingegen abgenommen, vor allem in den Kommunen und Kreisen, die schon seit 2013 oder 2014 am Kulturrucksack beteiligt sind (ohne Abbildung).

So zeigen auch die Vertiefungsuntersuchungen, dass Treffen eher dort rückläufig sind, wo es mit dem Start des Landesprogramms zunächst erforderlich war, potenzielle Akteure zusammenzubringen, weil vorher keine Strukturen vorhanden waren. Mit der Zeit hat sich der Kulturrucksack „eingespielt“ und die Notwendigkeit von (häufigen) Treffen wird nicht mehr gesehen („es kommen sowieso immer die Gleichen“). Gleichzeitig werden hier mangelnde zeitliche und personelle Ressourcen der Kulturrucksack-Beauftragten, aber auch der Kooperationspartner, für den Rückgang von Treffen verantwortlich gemacht.

Sind Treffen vorhanden, werden diese – unabhängig von der Zusammensetzung der Akteure – in den Vertiefungsuntersuchungen als sehr sinnvoll beschrieben, weil sie Lernprozesse anstoßen und die eigene Arbeit – auch über das jeweilige Angebot hinaus – befruchten.

Die Treffen sind nahezu an allen Orten offen, d.h. es kommen immer wieder auch neue Akteure hinzu, andere verlassen den Kreis. Das Engagement der Kulturrucksack-Beauftragten, neue Akteure zu gewinnen, hat aber insgesamt im Vergleich zum Programmbeginn abgenommen – weil die Interessierten nun dabei sind und funktionierende Prozesse und Strukturen etabliert wurden.

Dort, wo es keine regelmäßigen Treffen gibt, wird z.T. der Wunsch nach eben diesen geäußert, insbesondere von einzelnen Kooperationspartnern, die sich dadurch neue Kontakte und neue Ideen erhoffen. Jedoch sprechen sich insbesondere bereits gut vernetzte Akteure (einzelne Kulturrucksack-Beauftragte, Künstler/innen oder große Kultur- und Jugendinstitutionen) z.T. gegen solche Treffen aus, weil sie sich „*sowieso auch in anderen Zusammenhängen*“ mit anderen Akteuren austauschen. In Einzelfällen spielen auch Konkurrenzen eine Rolle, die gegen gemeinsame Treffen (z.B. zwischen einzelnen Einrichtungen oder Künstler/innen) sprechen.

Mehrheitlich berichten die Kulturrucksack-Akteure davon, dass das Engagement der Einzelnen im Programmverlauf eher zu- als abgenommen habe: Gut laufende Angebote werden in weiterentwickelter Form wieder angeboten, es kommen aber auch neue Kooperationspartner und neue Kinder und Jugendliche und somit auch neue Angebotsideen hinzu: weil sich der Kulturrucksack herumgesprachen hat oder weil potenzielle Akteure gezielt von den Kulturrucksack-Beauftragten angesprochen werden. Verantwortlich dafür machen sie das Engagement und die Motivation der Akteure, aber auch die (zunehmende) Vernetzung und den Austausch untereinander. Auch die Erweiterung von Verbänden wird als Chance gesehen oder bereits genutzt, um „*immer wieder neuen Schwung*“ in die Kulturrucksack-Angebote zu bringen. An einigen wenigen Orten berichten die Kulturrucksack-Akteure hingegen von „*Ermüdungserscheinungen*“. Um dem entgegenzuwirken, will man hier bspw. die Kooperationspartner zukünftig mehr in die Konzeption einbinden und stärker in die Pflicht nehmen.

Erfahrungsaustausch und die Weitergabe von Wissen

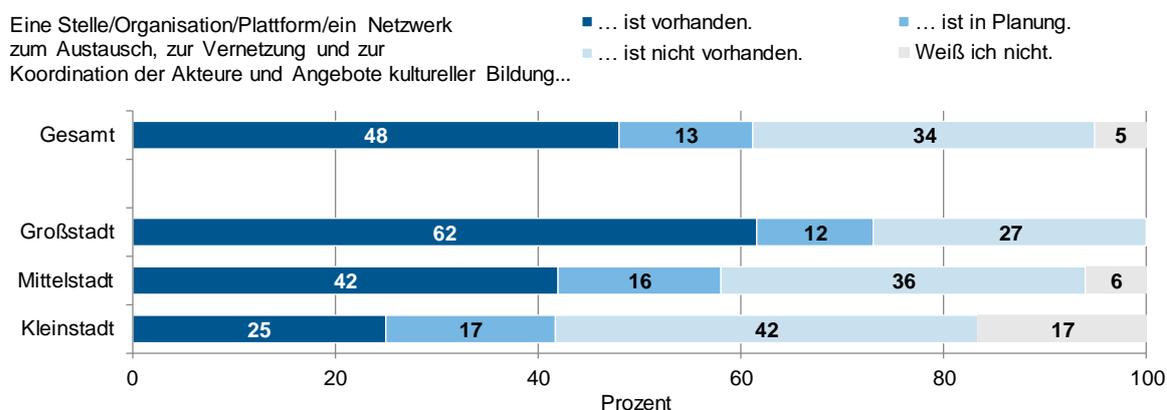
Die vorhandenen Möglichkeiten des Wissenstransfers im Kulturrucksack-Programm (d.h. der Erfahrungsaustausch und die Weitergabe von Wissen) erscheinen den Kulturrucksack-Akteuren in hohem Umfang ausreichend (rund 80% stimmen dieser Aussage „voll“ oder „eher“ zu; ohne Abbildung). Dies dürfte auch an den Angeboten der Koordinierungsstelle liegen, die im Rahmen der Vertiefungsuntersuchungen mehrfach positiv hervorgehoben wurden.

2.3.2 Einbindung in die kulturelle Bildungslandschaft und Synergieeffekte

Ob und in welcher Weise der Kulturrucksack in die kulturelle Bildungslandschaft vor Ort eingebunden ist, hängt in erster Linie davon ab, welche Strukturen vor Ort vor Teilnahme am Kulturrucksack-Programm vorhanden waren: Im Rahmen der Vertiefungsuntersuchungen 2016 zeigt sich, dass dort, wo kulturelle Bildung bereits vor dem Landesprogramm einen hohen Stellenwert in der Politik und auf Ebene der Verwaltung hatte und bereits eine enge Zusammenarbeit unterschiedlicher Ämter und Kooperationspartner vorhanden war, ist es zumeist gelungen, den Kulturrucksack in das vorhandene Netzwerk einzubinden. Das kann zum einen bedeuten, dass für das Landesprogramm eine Projektgruppe eingerichtet wurde, in der alle wichtigen Akteure der kulturellen Bildung vertreten sind. Zum anderen kann es bedeuten, dass eine bereits bestehende Arbeitsgruppe auch die Umsetzung des Kulturrucksacks übernimmt. Das Landesprogramm wird in beiden Fällen als „*Mosaikstein im Gesamtkonzept Kultureller Bildung vor Ort*“ oder als „*wichtiger Baustein von NRW als Jugend- und Kulturland*“ bezeichnet.

Das Monitoring 2016 liefert Hinweise, in welchem Umfang Stellen/Organisationen/Plattformen/Netzwerke zum Austausch, zur Vernetzung und zur Koordination der Akteure und Angebote kultureller Bildung in den Kommunen, Verbänden und Kreisen verbreitet sind: Bei rund der Hälfte sind solche Stellen vorhanden, bei 13 Prozent in Planung (Abbildung 5). Unterschiede zeigen sich nach Größe der Kommunen – Stellen/Organisationen/Plattformen/Netzwerke sind in den Großstädten erwartungsgemäß stärker verbreitet als in den Mittel- und Kleinstädten.

Abbildung 5: Vorhandensein einer Stelle/Organisation/Plattform/ein Netzwerk zum Austausch, zur Vernetzung und zur Koordination der Akteure und Angebote kultureller Bildung, gesamt und nach Größe der Kommunen (ohne Kreise), in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

Sind Stellen/Organisationen/Plattformen/Netzwerke vorhanden, wird diesen bei der Umsetzung des Kulturrucksacks überwiegend eine hohe oder mittlere Bedeutung beigemessen (von 36 % bzw. 42 %). Nur für 16 Prozent haben die Stellen eine geringe oder gar keine Bedeutung bei der Umsetzung des Kulturrucksacks (ohne Abbildung).

Abhängig davon, an welche Institution die Kulturrucksack-Beauftragten angebinden sind, können zudem Synergieeffekte mit anderen kulturellen Programmen und Projekten entstehen. Die größten Synergieeffekte gibt es dort, wo verschiedene Programme über einen Bereich, bestenfalls über eine Person, koordiniert werden. Die folgenden Beispiele verdeutlichen, wie die Angebote des Kulturrucksacks vor Ort mit anderen Programmen verknüpft werden:

- **Beispiel 1:** Kinder lernen im Rahmen der „Kulturstrolche“ die kulturelle Landschaft sowie einzelne Künstlerinnen und Künstler vor Ort kennen. Die gleichen Künstlerinnen und Künstler bieten dann auch außerschulische Angebote im Rahmen des Kulturrucksacks an, so dass für die interessierten Kinder nach der Grundschule eine Vertiefung möglich ist.
- **Beispiel 2:** Theaterpädagog/innen bieten im Rahmen von „Kultur und Schule“ kulturelle Bildungsangebote an und machen dort gute Erfahrungen mit den Kindern und Jugendlichen. Auf Grundlage der dort gemachten Erfahrungen werden auch außerschulische Angebote an außerschulischen Orten konzipiert (z.B. in einem Jugendzentrum, an einem Kulturort). Die Kinder haben also die Möglichkeit, ihre Interessen auch außerschulisch zu vertiefen.
- **Beispiel 3:** Im Rahmen des Kulturrucksacks lernen die Kinder und Jugendlichen früh Einrichtungen und Akteure aus der kulturellen Bildungslandschaft vor Ort kennen, die

Aufmerksamkeit der Zielgruppe, aber auch deren Eltern wird so früh auf das Thema „Kulturelle Bildung“ gelenkt. Die Einrichtungen halten dank eines anderen Programms auch Angebote für die anschließende Altersgruppe 14plus vor. Es gelingt, die interessierten Kinder und Jugendlichen in „*Folgeangebote weiterzuleiten*“, weil die beteiligten Akteure gut vernetzt sind, voneinander wissen und keine Konkurrenzen untereinander bestehen. Kinder und Jugendliche sowie deren Eltern, die früh auf das Thema „Kulturelle Bildung“ aufmerksam gemacht werden, suchen dann auch gezielt nach Angeboten.

2.4 Organisatorische Umsetzung in Verbänden und Kreisen

Wie die Umsetzung des Kulturrucksack-Programms in den beteiligten Verbänden und Kreisen organisiert ist und welche Strukturen dafür geschaffen werden, unterscheidet sich stark. Eine besondere Bedeutung kommt hierbei den Kulturrucksack-Beauftragten zu, und zwar insbesondere deren zeitlichen Ressourcen und vorhandenen Kontakten zu lokalen Akteuren (vgl. Kapitel 2.2).

Bei der Organisation der Angebote lassen sich grundsätzlich (eher) zentrale und (eher) dezentrale Vorgehensweisen in den Kreisen und Verbänden ausmachen. Die (eher) zentrale Organisation ist dadurch gekennzeichnet, dass die Kulturrucksack-Beauftragten des Kreises bzw. einer der beteiligten Verbundkommunen viele Aufgaben zentral übernehmen, die einzelnen Gemeinden spielen hier meist eine weniger große Rolle. In der – deutlich häufiger verfolgten – (eher) dezentralen Organisationsform erfolgt die konkrete Entwicklung und Ausgestaltung der Kulturrucksack-Angebote in den einzelnen Gemeinden. Die Kulturrucksack-Beauftragten sind dabei in den meisten Kreisen und Verbänden an die (Kreis-)Verwaltungen angebunden, die Aufgaben im Kulturrucksack-Programm werden an nahezu allen Standorten als zusätzliche Aufgaben wahrgenommen (vgl. Kapitel 2.2.1).

Über regelmäßige Treffen der Kulturrucksack-Beauftragten und/oder der Kooperationspartner, die Aufteilung der finanziellen Mittel nach einem Schlüssel und die Entwicklung von Angebotskonzepten durch die Verbundpartner bzw. deren Kooperationspartner wird in den (eher) dezentral organisierten Verbänden sichergestellt, dass die Interessen aller Verbundpartner berücksichtigt werden.

Kommunenübergreifende Elemente in den Kreisen und Verbänden gibt es bei der Gestaltung der Öffentlichkeitsarbeit (u.a. gemeinsame Flyer, Pressekonferenzen) und auf unterschiedliche Art und Weise bei der Entwicklung und Durchführung von Angeboten (u.a. in Bezug auf die Themen, die Sparten oder den Zeitraum der Angebote, Organisation von Transportmöglichkeiten, kommunenübergreifende Auftakt- oder Abschlussveranstaltungen, „*wandernde und sich weiter entwickelnde Angebote*“).

Gründe für den Zusammenschluss

Für die meisten Kommunen liegt der Hauptgrund für den Zusammenschluss mit anderen Kommunen in der geforderten Mindestzahl von Kindern in der Altersgruppe der 10- bis 14-Jährigen, die sie alleine nicht erreichen. Nur selten schließen sich Kommunen zu Verbänden zusammen, wenn sie die Kinderzahl aus eigener Kraft aufbringen. Neben der geforderten Kinderzahl stellt für Kreise die Reduzierung des Organisations- und Verwaltungsaufwandes ein wichtiges Argument für die Zusammenarbeit dar. Teilweise spielt auch der Wunsch eine Rolle, durch die Zusammenarbeit mit anderen Kommunen von deren Ressourcen, Erfahrungen und Kontakten profitieren zu können.

Während sich bei der Beteiligung ganzer Kreise die Verbundpartner automatisch aus der Kreisstruktur ergeben, spielen beim Zusammenschluss zu Verbänden vor allem zwei Gründe eine Rolle: vorherige Zusammenarbeit und Kontakte sowie die räumliche Nähe der Kommunen. Schließlich werden als Grund für den Zusammenschluss zum Verbund auch ähnliche Strukturen in den beteiligten Kommunen angeführt.

An wenigen Kulturrucksack-Standorten kam es im Programmverlauf zu Veränderungen bei der Konstellation der teilnehmenden Kommunen: Sofern zu einer Einzelkommune oder einem Verbund weitere Kommunen hinzugekommen sind, waren Gründe für den Zusammenschluss die räumliche Nähe, eine erfolgreiche Zusammenarbeit in der Vergangenheit, die Hoffnung, von den Erfahrungen der Verbundkommune zu profitieren bzw. „neuen Schwung“ und Input für die eigene Arbeit zu erhalten sowie die sinkende Anzahl der Kinder und Jugendlichen vor Ort.

Übersicht 1: Erfolgsfaktoren und hinderliche Faktoren für die (organisatorische) Umsetzung in Verbänden und Kreisen

Erfolgsfaktoren für die (organisatorische) Umsetzung in Verbänden und Kreisen:

- Zusammenarbeit von Städten und Gemeinden, die bereits in der Vergangenheit zusammengearbeitet haben (persönlich oder auf institutioneller Ebene)
- Arbeitsteilung entsprechend der vorhandenen Kompetenzen
- Organisation einer Auftaktveranstaltung zu Beginn der Antragstellung bzw. nach Bewilligung für interessierte Akteure ((potenzielle) Kulturrucksack-Beauftragten sowie weitere (potenzielle) Kooperationspartner) zum Austausch von Wissen über den jeweiligen Standort, erste Ideen und Erfahrungen
- Unterschiedliche fachliche und institutionelle Hintergründe der Kulturrucksack-Beauftragten
- Einbindung unterschiedlicher Kooperationspartner und Künstler/innen
- Gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit zur Erhöhung der Außenwirkung des Kulturrucksacks

Hinderliche Faktoren für die (organisatorische) Umsetzung in Verbänden und Kreisen:

- Hoher koordinativer Aufwand, der mit steigender Anzahl an beteiligten Städten und Gemeinden zunimmt
- Fehlende zeitliche Ressourcen bei den Kulturrucksack-Beauftragten bzw. Ansprechpersonen für das Kulturrucksack-Programm vor Ort
- Fehlende Ansprechpersonen für den Kulturrucksack in einzelnen Gemeinden
- Große Fläche der Verbände:
 - erschwert kommunenübergreifende Vernetzungstreffen zwischen den Kulturrucksack-Akteuren
 - erhöht den Aufwand, „Kultur zu den Kindern zu holen“ oder „die Kinder zur Kultur zu bringen“
- Z.T. fehlende kulturelle Institutionen sowie professionelle Künstler/innen im ländlichen Raum

2.5 Bedeutung und Einsatz der Kultur-Card

Mit der Kultur-Card ist u.a. die Idee verbunden, Kinder und Jugendliche über die gewährten Vorteile und das Image des „Kultur-Card-Besitzers“ dichter an kulturelle Bildung heranzuführen.

Das Monitoring zeigt jedoch, dass die Kultur-Card auch im Berichtsjahr 2016 wenig zum Einsatz kam: Nur von 18 Prozent der befragten Kreise und Kommunen wurden Kultur-Card-Inhaber/innen besondere Leistungen oder Vorteile geboten, 15 Prozent planen dies. Im Vergleich zu den Vorjahren hat die Kultur-Card damit noch an Bedeutung verloren. So setzen von Jahr zu Jahr anteilig weniger Kommunen und Kreise die Kultur-Card ein oder planen dies (zum Vergleich: 2013 setzten 20% die Kultur-Card ein, 30 % planten dies) (ohne Abbildung).

Wenn den Inhaber/innen der Kultur-Card Vorteile angeboten werden, bestehen diese Vorteile in den meisten Fällen aus dem kostenlosen bzw. reduzierten Eintritt zu normalerweise kostenpflichtigen Angeboten (55%). Weniger häufig werden exklusive Zusatzleistungen angeboten, z.B. Führungen hinter den Kulissen oder Gespräche mit Künstlerinnen und Künstlern (33%), oder sogenannte Give-Aways wie z.B. Poster oder Sticker verteilt (27%). Exklusive Informationen für Kultur-Card-Besitzer/innen (z.B. durch einen Newsletter) oder sonstige Vorteile werden nur in absoluten Einzelfällen bereitgestellt.

Die größte Herausforderung für den Einsatz der Kultur-Card sehen die Kulturrucksack-Akteure darin, den Kindern und Jugendlichen mit der Kultur-Card einen sinnvollen Mehrwert bieten zu können. Die Kulturrucksack-Angebote selbst sind in den meisten Fällen bereits kostenlos oder deutlich kostenreduziert (vgl. Kapitel 3.1). Das gleiche gilt für andere kulturelle Angebote vor Ort, für die es bereits Ermäßigungen für die Zielgruppe gibt. Gleichzeitig wird mehrfach darauf verwiesen, dass die Kinder und Jugendlichen aufgrund ihres Alters und fehlender Mobilitätsangebote, insbesondere im ländlichen Raum, nicht mobil genug sind, um Kultur-Card-Angebote anderer Kommunen aufzusuchen.

Das Format „Karte“ wird zudem teilweise als zielgruppenfern bezeichnet, die Beantragung „zu kompliziert“, die Kultur-Card wirke „*ausgrenzend und diskriminierend*“ und es sei unklar, wie viele Kultur-Cards vor Ort im Umlauf seien. Die Möglichkeit, mit der Kultur-Card z.B. in den Ferien große Museen in Düsseldorf oder Köln nutzen zu können, wird unterschiedlich bewertet: Die einen machen von der Möglichkeit Gebrauch, organisieren die gemeinsame An- und Abreise und wünschen sich mehr Angebote dieser Art. Für andere ist der damit zusammenhängende Aufwand zu groß.

Sofern an der Kultur-Card festgehalten werden soll, wird der Wunsch nach mehr Hintergrundinformationen zu konkreten Einsatzmöglichkeiten der Kultur-Card bzw. zur Abrechnung von Ermäßigungen geäußert, denn das Prinzip der Kultur-Card wird von einigen Befragten durchaus als gut bewertet („*darüber prägt sich was ein*“, Karte als „*Mittel zur Identitätsstiftung*“ und zur Etablierung des Kulturrucksacks als „*Marke*“).

3 Umsetzung von Kulturrucksack-Angeboten

Der Kulturrucksack NRW ist gekennzeichnet durch eine große Offenheit hinsichtlich der konkreten Ausgestaltung der Angebote. Zunächst wird im Kapitel 3 dargestellt, wie viele Angebote im Kulturrucksack entwickelt und durchgeführt werden, wie diese inhaltlich und organisatorisch ausgestaltet sind (Kapitel 3.1 und 3.2) und wie die Qualität der Angebote auf der lokalen Ebene sichergestellt wird (Kapitel 3.3). Von Interesse ist zudem, welche Möglichkeiten die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen selbst bei der Ausgestaltung der Angebote haben (Kapitel 3.4) und welche Erfolgsfaktoren für die zielgruppengerechte Angebotsgestaltung insgesamt ausgemacht werden können (Kapitel 3.5).

3.1 Anzahl und Ausrichtung der Maßnahmen

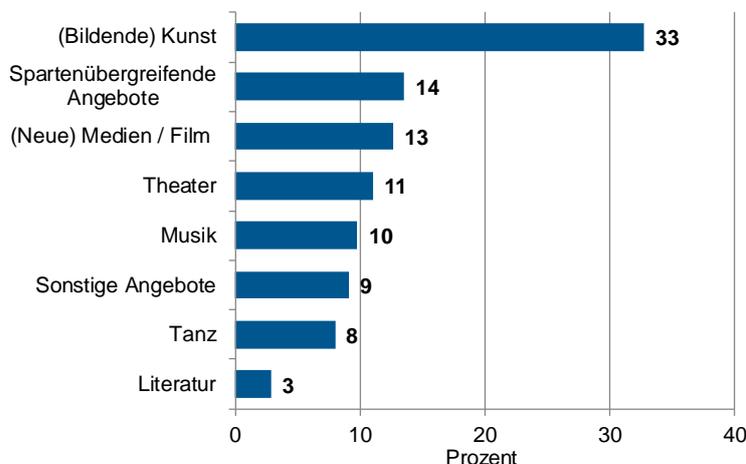
Die am Monitoring teilnehmenden Kommunen und Kreise vermerkten im Berichtsjahr 2016 insgesamt rund 2.500 Angebote, die sie mit finanziellen Mitteln des Kulturrucksacks durchgeführt haben.

Über die Hälfte der befragten Kommunen und Kreise hat 2016 bis zu 20 Kulturrucksack-Angebote umgesetzt, etwa jede/r Dritte zwischen 21 und 50 Angebote. 6 Prozent (entspricht 6 teilnehmenden Kommunen) geben an, im Jahr 2016 mehr als 50 Angebote im Kulturrucksack durchgeführt zu haben. Differenziert nach Größe der Kommune zeigt sich, dass erwartungsgemäß vor allem die Großstädte mehr als 50 Angebote anbieten. Im Median betrug die Zahl der Angebote in Kleinstädten 6 Angebote, in Mittelstädten 15 Angebote und in Großstädten 28 Angebote (ohne Abbildung).

Im Jahr 2016 fielen in 70 Prozent der am Monitoring beteiligten Kommunen und Kreise Kulturrucksack-Angebote aus. Bei 37 Prozent von ihnen beschränkte sich der Ausfall auf ein einzelnes Angebot, bei 24 Prozent auf zwei Angebote. Gut ein Drittel der Kommunen und Kreise gaben allerdings an, dass im Jahr 2016 drei oder mehr Angebote ausfallen mussten. In der Summe sind somit 185 Kulturrucksack-Angebote ausgefallen. Mehr als drei Viertel der Kommunen, in denen Angebote ausfielen, gaben als Grund zu wenige Anmeldungen an. Von rund 40 Prozent wird der Ausfall damit begründet, dass die Angebotsleitung ausgefallen ist. Zudem mussten Absagen aufgrund des Wetters (4%) oder sonstigen Gründen (20%) vorgenommen werden (ohne Abbildung).

Spartenbezug: Ein Drittel der Kulturrucksack-Angebote sind dem Bereich der (Bildenden) Kunst zuzuordnen. Rund zehn Prozent der Angebote gehören jeweils zu den Sparten (Neue) Medien/Film, Theater, Musik und Tanz. Wie bereits in den vergangenen Jahren wird nur eine geringe Anzahl an Angeboten im Literaturbereich angeboten (3 %). 14 Prozent der Angebote sind spartenübergreifend (Abbildung 6). In über der Hälfte der Kommunen gibt es Angebote in 5 oder mehr Sparten (ohne Abbildung).

Abbildung 6: Verteilung der Kulturrucksack-Angebote nach Sparten, in Prozent

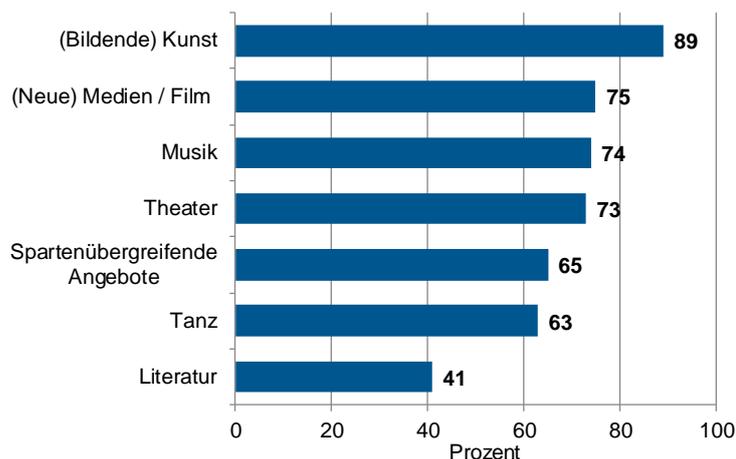


Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

Bezogen auf die am Monitoring beteiligten Kommunen und Kreise zeigt sich, dass in 89 Prozent der Kommunen Angebote aus dem Bereich (Bildende) Kunst gemacht werden. In rund der Viertel der Kommunen gibt es Angebote zu (Neuen) Medien/Film, Musik sowie Theater, bei über 60 Prozent zudem spartenübergreifende Angebote oder Angebote im Bereich Tanz (Abbildung 7).

Durch die hohe Präsenz unterschiedlicher Kultursparten können rund 60 Prozent der Kommunen und Kreise Angebote in 4 oder mehr Sparten machen (ohne Abbildung).

Abbildung 7: Präsenz der Angebote in den Kommunen und Kreisen nach Kultursparten, Mehrfachnennungen möglich, in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

Format: Im Rahmen des Kulturrucksacks fanden 2016 vor allem ein- bis zweitägige Workshops (46%) und Angebote im Kursformat mit mehreren Kursterminen (27%) statt. Seltener wurden Angebote als mehrtägige Ferienprogramme (20%) durchgeführt. Im Vergleich mit den Vorjahren zeigt sich, dass der Anteil der Angebote im Format ein- bis zweitägiger Workshops und mehrtägigen Ferienprogramme etwas zugenommen hat, während der Anteil der Kurse mit mehreren Kursterminen abgenommen hat. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass dies Formate sind, die besser mit den Schulzeiten und schulischen

Anforderungen der Zielgruppe in Einklang gebracht werden können als Kurse mit mehreren Kursterminen (ohne Abbildung).

43 Prozent der Kommunen und Kreise haben 2016 eine oder mehrere angebotsübergreifende Abschlussveranstaltungen im Kulturrucksack durchgeführt. Abschlussveranstaltungen sind ein eigenes Angebotsformat, bei dem die Kinder und Jugendlichen z.B. aus allen Kulturrucksack-Angeboten in einer Kommune oder Kreis die Ergebnisse ihrer „Kulturarbeit“ präsentieren. Dieser Anteil ist gegenüber den Vorjahren zurückgegangen (2015: 53%, 2014: 58%, 2013: 52%).

Altersdifferenzierung: Nahezu alle Kommunen, Verbände und Kreise geben im Rahmen des Monitorings 2016 an, im Rahmen des Kulturrucksacks Angebote zu machen, die sich ausschließlich an die Altersgruppe der 10- bis 14-Jährigen richten. Bei 11 Prozent werden mit den aus Kulturrucksackmitteln finanzierten Angeboten auch andere Altersgruppen angesprochen (ohne Abbildung).

Ausgestaltung: Die Auswertung des Monitorings 2015 zeigt, dass die allermeisten Angebote, die im Rahmen des Kulturrucksacks angeboten werden, (überwiegend) partizipative Angebote sind, also Angebote, die Kinder und Jugendliche aktiv einbeziehen.⁵ Nur sechs Prozent der Angebote werden von den Kulturrucksack-Beauftragten als „überwiegend rezeptiv“ eingestuft.

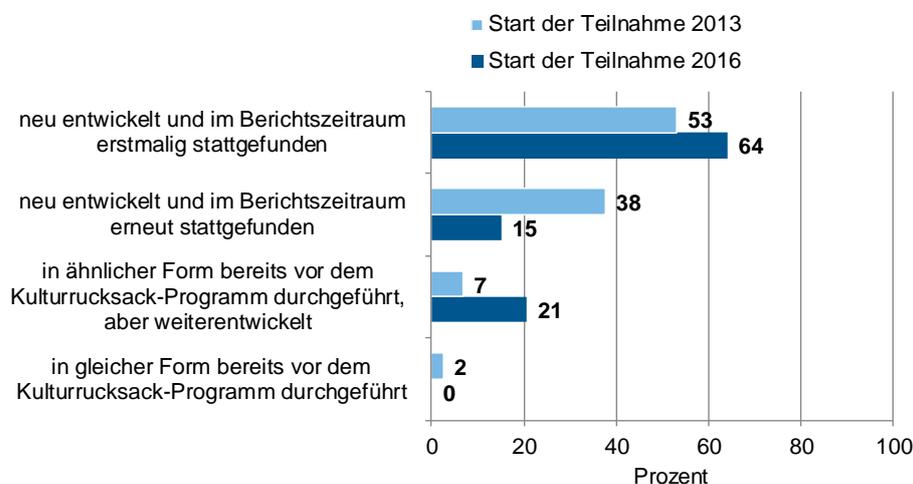
Kosten(freiheit): Der weit überwiegende Anteil der Kulturrucksack-Angebote ist für die Teilnehmenden kostenfrei (93 %). Weitere sechs Prozent der Angebote wurden zu deutlich kostenreduzierten Preisen angeboten. Nur 7 Angebote - weniger als ein Prozent aller Kulturrucksack-Angebote - waren 2016 nicht oder nur geringfügig kostenreduziert (ohne Abbildung).

Innovationsgehalt: In den am Monitoring beteiligten Kommunen wurde 2016 etwas mehr als die Hälfte der Angebote neu für den Kulturrucksack entwickelt und fanden erstmalig statt (54 %). 36 Prozent der Angebote sind im Rahmen des Kulturrucksacks entwickelt worden und wurden 2016 erneut durchgeführt. Sehr viel weniger Angebote bestanden schon vor Start des Kulturrucksack-Programms, wurden in diesem Rahmen aber weiterentwickelt (8 %) bzw. fanden in gleicher Form schon vorher statt (3 %) (ohne Abbildung).

Kommunen, die bereits länger am Programm beteiligt sind, geben in etwas geringerem Umfang an, dass Angebote neu und erstmalig stattgefunden haben. Hingegen finden die in den Vorjahren für den Kulturrucksack entwickelten Angebote hier häufiger erneut statt. Gleichzeitig zeigt sich, dass die neuen Kommunen zu einem höheren Anteil Angebote umsetzen, die in ähnlicher Form bereits vor dem Kulturrucksack-Programm durchgeführt wurden und im Rahmen des Programms weiterentwickelt wurden (Abbildung 8).

⁵ Fragestellung zuletzt im Monitoring 2015.

Abbildung 8: Innovationsgehalt der Angebote, nach Start der Teilnahme am Monitoring, Anteil an allen Angeboten nach Startjahr der Teilnahme, Angabe in Prozent

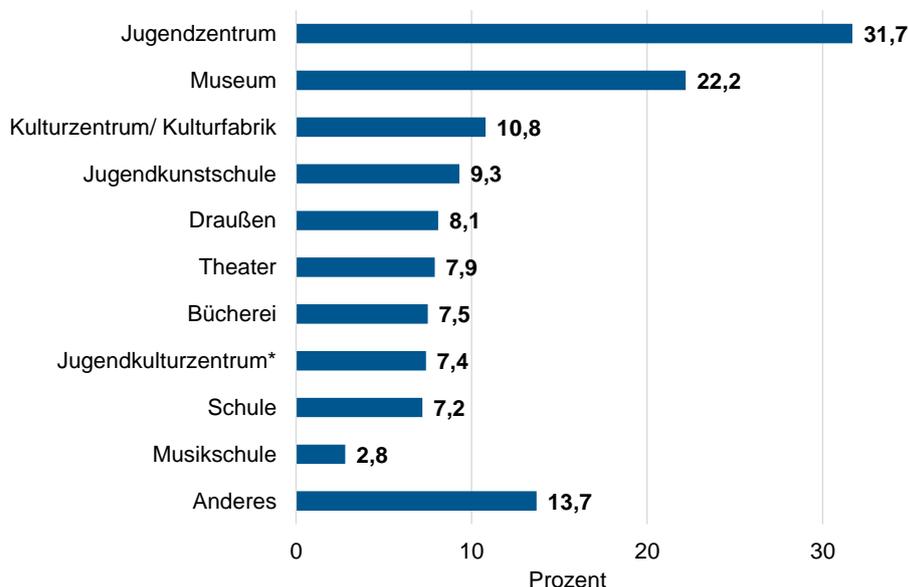


Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2013, 2016).

Angebotsorte: Im Rahmen der Zielgruppenbefragung wurden die Kinder und Jugendlichen danach gefragt, wo die Kulturrucksack-Angebote stattgefunden haben: Obwohl nur rund 18 Prozent der Kinder und Jugendlichen über ein Jugendzentrum vom Kulturrucksack-Angebot erfahren hat, besuchten die meisten Kinder und Jugendlichen Kulturrucksack-Angebote eben dort (32 %), gefolgt von solchen in „klassischen“ Kulturstätten wie Museen (22 %), Theatern (11 %) oder Büchereien (8 %) (Abbildung 9). Rund 10 Prozent gaben als (einen) Veranstaltungsort „Kulturzentrum“ an. Unter die Kategorie „Anderes“, die von 14 Prozent genannt wurde, fallen Angaben wie „Kunstakademie“, „Bildungsstätte“, „Schwimmbad“ oder „Nähladen/Atelier“.

Kinder und Jugendliche, die im Schul- oder Klassenkontext ein Angebot besuchten, verließen in der Regel für das Angebot die Räumlichkeiten der Schule, um andere Orte aufzusuchen. So fanden bspw. Angebote, die im Schulkontext besucht wurden, häufiger in Museen und Büchereien statt (37 % bzw. 21 %) (ohne Abbildung).

Abbildung 9: Veranstaltungsorte des besuchten Kulturrucksack-Angebots, Mehrfachnennungen möglich



* Erst ab 2015 gefragt (N = 499).

Quelle: Zielgruppenbefragung im Rahmen der Teilnahme am Kulturrucksack (2013 – 2015) (N = 1.218).

3.1.1 Weitere Angebote unter dem Label „Kulturrucksack NRW“

Neben den aus Landesmitteln finanzierten Angeboten für die Zielgruppe der 10- bis 14-Jährigen sind die Kreise und Kommunen dazu aufgerufen, unter dem Label „Kulturrucksack NRW“ auch Angebote zu bewerben, die nicht unmittelbar aus Landesmitteln finanziert werden, sich aber auch an die Altersgruppe richten.

Rund ein Drittel der beteiligten Kommunen und Kreise gibt an, solch anderweitig finanzierte Angebote für die Zielgruppe unter dem Label „Kulturrucksack“ anzubieten. In rund 20 Prozent der Kommunen sind das Angebote, die sich ausschließlich an die Zielgruppe der 10- bis 14-Jährigen richten, in rund 10 Prozent richten sie sich auch an andere Zielgruppen (ohne Abbildung).

3.2 Interdisziplinäre Kooperationen im Rahmen der Angebotsumsetzung

Kulturrucksack-Angebote können sowohl von einem als auch von mehreren Akteuren gemeinsam konzeptioniert, organisiert und durchgeführt werden. Als Hauptgründe dafür, dass sich Akteure für Kulturrucksack-Angebote zusammentun, werden mangelnde zeitliche und personelle Ressourcen bei der eigenen Institution genannt, und der Vorteil, dass andere Institutionen bzw. Personen Kompetenzen, Kontakte und Infrastruktur in das Angebot einbringen können. Weitere Gründe sind die Chance des „Voneinander Lernens“, die Verankerung eines solchen Zusammenschlusses im kommunalen Kulturrucksack-Leitungsteam, im Kulturrucksack-Konzept sowie ein enger Vernetzungsgedanke in der Kommune bzw. den beteiligten Einrichtungen insgesamt und gute Erfahrungen bei der (interdisziplinären) Zusammenarbeit in der Vergangenheit.

Eine klare Rollen- und Aufgabenverteilung entsprechend der vorhandenen Ressourcen und Kompetenzen sowie regelmäßige Absprachen zwischen den kontinuierlich beteiligten Akteuren sind Grundvoraussetzung für eine gelingende Zusammenarbeit. Die räumliche Nähe der Beteiligten sowie „kurze Wege“ erleichtern den Dialog. Eine „*Begegnung der Partner auf Augenhöhe*“ durch die Wertschätzung der unterschiedlichen Kompetenzen sowie eine gewisse Offenheit und Interesse aller Beteiligten am Thema sind weitere Punkte, die wichtig für eine gelingende Zusammenarbeit sind. Auch das Vorhandensein einer Person, die die Zusammenarbeit aller am Angebot beteiligten Akteure koordiniert und „*die Fäden in der Hand hat*“ wird als positiv beschrieben.

Übersicht 2: Förderliche und hinderliche Faktoren für das Zusammenfinden von Partnern in interdisziplinären Kooperationen

Förderliche Faktoren für das Zusammenfinden:

- Zeitliche Ressourcen bei den Kulturrucksack-Beauftragten zur Unterstützung des Zusammenschlusses (u.a. zur Beratung, Kontaktherstellung)
- Vorhandensein eines engen Netzwerks an Kultur-, Jugend- und Bildungseinrichtungen sowie weiteren Akteuren vor Ort
- Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit externen (Kooperations-)Partnern bei den Institutionen
- Erfolgreiche Zusammenarbeit der Akteure in der Vergangenheit
- Persönliche Kontakte zwischen den Akteuren
- Verlässliche und engagierte Ansprechpersonen bei den Kooperationspartnern/personelle Kontinuität
- Verankerung von Kooperationen im Kulturrucksack-Konzept (aber: keine „Zwangsehen“ schaffen)
- Organisation von Begegnungsmöglichkeiten

Hinderliche Faktoren für das Zusammenfinden:

- Mangelnde personelle und zeitliche Ressourcen bei den Institutionen/ Prekäre Beschäftigungssituationen
- Wechselnde Ansprechpersonen bei den Institutionen
- Spezifische Konzepte in den Institutionen (z.B. Zielgruppe eines Jugendzentrums sind 8- bis 18-Jährige)

Vielerorts gibt es Institutionen und Fachkräfte, die sowohl über pädagogische als auch kulturell-künstlerische Ressourcen und Kompetenzen verfügen. Im Rahmen der Vertiefungsuntersuchungen 2015 wurden v.a. Kulturrucksack-Angebote besucht, die in Kooperation von verschiedenen Akteuren organisiert und durchgeführt wurden, die mit ihrer Arbeit bisher einen klaren Fokus auf den Bereich Kultur oder Jugend gelegt haben. Es zeigt sich:

Zu den Aufgaben der (eher) pädagogischen, zielgruppenaffinen Akteure gehören vor allem die Ansprache der Zielgruppe und das Einbringen des Wissens über die Kinder und

Jugendlichen (z.B. in Bezug auf deren Interessen, gute Zeiträume für die Angebote, weitere Besonderheiten einzelner Teilnehmer/innen). Wenn pädagogische Kräfte während des Angebots dabei sind, unterstützen sie häufig die Künstler/innen, indem sie sich z.B. um einzelne Teilnehmende kümmern. Die Konzeptentwicklung, das Besorgen der künstlerischen Materialien und die Durchführung des Angebots obliegen vielfach den künstlerischen Partnern. Kein eindeutiges Bild bei der Aufgabenverteilung ergibt sich in Bezug auf das Bereitstellen der Räumlichkeiten: Mal finden die Angebote in den Räumlichkeiten des „Kulturpartners“ statt, was den Vorteil hat, dass der Raum „künstlerisch authentisch“ ist und z.B. aktuelle Werke (Produktionen, Gemälde) direkt in das Angebot einbezogen werden können. Vorteil von der Nutzung der Räumlichkeiten des zielgruppenaffinen Partners sind hingegen die gute Erreichbarkeit sowie die Vertrautheit mit dem Ort.

An den meisten Orten zeigen sich die Akteure zufrieden mit der Intensität der Zusammenarbeit – auch dort, wo die unterschiedlichen Akteure nur sehr wenig oder gar nicht zusammenarbeiten. Nur an einzelnen Orten bemängeln Akteure das fehlende Engagement eines Partners, das die Umsetzung des Angebots behindert oder die räumliche Entfernung der Partner, die eine engere Zusammenarbeit erschwert (z.B. mit Künstlerinnen und Künstlern, die außerhalb von NRW leben).

Übersicht 3: Förderliche und hinderliche Faktoren für die interdisziplinäre Zusammenarbeit in Kulturrucksack-Angeboten

Förderliche Faktoren für die Zusammenarbeit:

- Klare Rollen- und Aufgabenverteilung entsprechend der vorhandenen Ressourcen und Kompetenzen, Klärung der Erwartungen
- Begegnung der Partner „auf Augenhöhe“/Interesse am Thema
- Räumliche Nähe/ „Kurze Wege“
- (Ressourcen für) Regelmäßige Absprachen bzw. Verständigung über Dialogstrukturen
- Koordination der Zusammenarbeit durch eine Ansprechperson
- Kulturrucksack-Beauftragte als Ansprechperson bei Bedarf

Hinderliche Faktoren für die Zusammenarbeit:

- Mangelnde finanzielle Mittel und zeitliche/personelle Ressourcen bei den Partnern zum Austausch (im Vorfeld, während und nach dem Angebot)
- „Konsumhaltung“ eines Akteurs/Mangelndes Engagement
- Personelle Wechsel bei den Beteiligten

3.3 Methoden und Instrumente zur Qualitätssicherung

Als Hauptgrund für die von den Kulturrucksack-Akteuren eingeschätzte gute Qualität der Angebote nennen diese den Einsatz engagierter Fachkräfte, Künstlerinnen und Künstler als Projektdurchführende. Bei deren Auswahl ist vielerorts nicht die formale Qualifikation ausschlaggebend (wie z.B. ein abgeschlossenes Studium an einer Kunstakademie, Schauspielschule oder Musikhochschule), sondern häufiger sind (auch) andere Kriterien bei der Auswahl relevant, bspw. deren vorhandene Erfahrungen mit der Zielgruppe sowie

deren Authentizität. Außerdem arbeiten die meisten Kommunen und Verbände ausschließlich mit Künstler/innen zusammen, von deren Kompetenzen sie sich durch vergangene Zusammenarbeit oder über persönliche Empfehlungen von Dritten überzeugt haben. Viele achten auch darauf, dass sie mit Künstler/innen aus der Region zusammenarbeiten: zur Sicherung der Nachhaltigkeit der Angebote, zur Reduzierung der Kosten, zur Nutzung der Künstler/innen-Ateliers für Angebote, zur Stärkung der lokalen Künstler/innen-Szene, zum Aufbau eines bisher fehlenden Künstler/innennetzwerks.

Der Einsatz von einem Tandem aus pädagogischer und künstlerischer Fachkraft und die fachkundige Auswahl von Angebotskonzepten sind weitere Methoden, die zur Qualitätssicherung eingesetzt werden.

Sofern Fachkräfte erstmalig ein Kulturrucksack-Angebot durchführen und bisher keine oder wenig Erfahrungen mit der Person vorliegen, prüfen die Kulturrucksack-Beauftragten im Vorfeld sehr genau deren Eignung (durch Nachfragen im Netzwerk, durch Internetrecherche, durch persönliche Gespräche etc.). Sie achten dabei sowohl auf die künstlerische Qualität als auch auf die pädagogischen Kompetenzen und verweisen immer wieder auf ihre eigene – meist langjährige – Erfahrung im Feld, auf die sie sich bei der Auswahl der Künstler/innen verlassen. Einige Fachkräfte stellen die Qualität ihrer Arbeit vor Ort wiederum über kontinuierliche Fortbildungen, einen kollegialen Austausch sowie eine Mitgliedschaft in Fachverbänden sicher. Auch die Anbindung an eine Institution und die damit zusammenhängende Möglichkeit, auf vorhandene Ressourcen (Materialien, Räumlichkeiten etc.) zurückzugreifen, erleichtert deren Arbeit und kann die Qualität positiv beeinflussen.

Darüberhinaus hat die Auswahl der Angebotsorte einen Einfluss auf deren Qualität. Die Orte werden daher oftmals ganz bewusst gewählt – sei es für einzelne Angebotsbestandteile (z.B. einen einmaligen Ausflug ins Theater oder Museum) oder das gesamte Angebot.

Um die Qualität in den Angeboten zu beurteilen und sicherzustellen, ist die Begutachtung der Projektergebnisse durch die Kulturrucksack-Beauftragten ein regelmäßig genutztes Instrument. Die Begutachtung erfolgt beispielsweise durch den Besuch einer Abschlusspräsentation, durch die Sichtung von Fotodokumentationen, durch die Rücksprache mit den Projektdurchführenden oder auch durch direkte Rückmeldungen der teilnehmenden Kinder und Jugendlichen oder deren Eltern. Auf diese Weise wird nicht nur die Angebotsqualität des aktuell durchgeführten Projekts reflektiert, sondern bei Bedarf können auch Modifikationen und Weiterentwicklungen für die kommenden Jahre vorgenommen werden.

Die Definition von Zielen und deren Weiterverfolgung im Sinne eines kontinuierlichen Qualitätsentwicklungsprozesses stellt eine absolute Ausnahme dar. Insbesondere vor dem Hintergrund der vielfältigen Angebote und deren prozessorientierter Ausgestaltung wird die schriftliche Festlegung von Qualitätskriterien nicht als gewinnbringend eingeschätzt. Es gibt hier eine Ausnahme: In einer Kommune wurde ein Kriterienkatalog formuliert und darauf aufbauend ein Punktesystem zur Auswahl der Projekte erstellt.

Da die Qualität der Angebote seit Beginn des Programms als sehr hoch eingeschätzt wird, wurden auf Angebotsebene im Programmverlauf keine großen Änderungen vorgenommen. Auf Grundlage bereits gesammelter Erfahrungen werden lediglich einzelne Angebotsformate weiterentwickelt und den Bedürfnissen angepasst.

Übersicht 4: Methoden zur Qualitätssicherung

Methoden zur Qualitätssicherung:

- Einsatz engagierter Fachkräfte, Künstlerinnen und Künstler
- Genaue Eignungsprüfung von Fachkräften zu denen noch keine Erfahrungswerte vorliegen
- Einsatz von Tandems aus pädagogischer Fachkraft und Künstlerinnen und Künstlern
- Regelmäßige Rücksprachen zwischen den Projektdurchführenden/Partnern
- Auswahl der Angebotsorte
- Nutzung von (professionellen) Materialien
- Prüfung der Angebotskonzepte durch Expertinnen und Experten (Jurys, Kulturrucksack-Beauftragte etc.)
- Ergebnispräsentation am Ende des Angebots

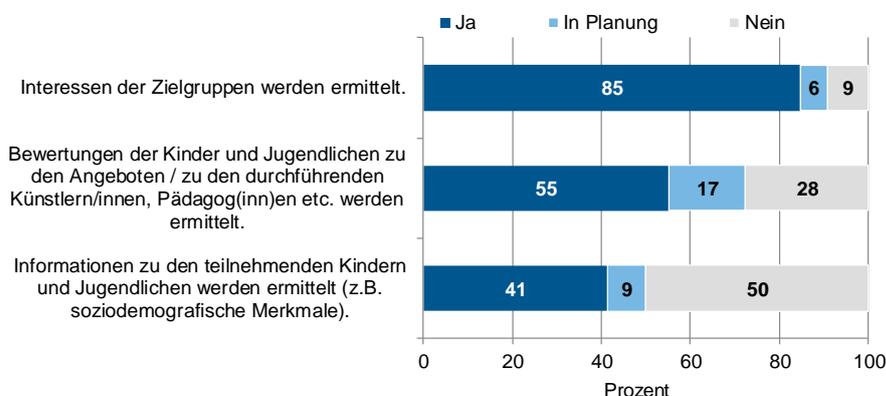
...auf Ebene der Fachkräfte

- Anbindung an eine Institution/Rückgriff auf vorhandene Ressourcen möglich
- Kollegialer Austausch/Voneinander Lernen
- Kontinuierliche Fortbildungen

3.4 Einbezug der Zielgruppe in die Angebotsplanung und Umsetzung

Informationen über die Struktur, die Interessen und die Erfahrungen der Kinder und Jugendlichen können helfen, die Angebote des Kulturrucksacks besser zu planen und weiterzuentwickeln. Die Mehrheit der Kommunen und Kreise im Landesprogramm Kulturrucksack NRW ermittelt deshalb die Interessen ihrer Zielgruppe (85 %, weitere 6 % geben an, dass sie dies planen). In deutlich geringerem Umfang werden spezifische Informationen zu den Teilnehmenden, z.B. soziodemografische Merkmale, ermittelt, die dabei helfen können, das Bild der Zielgruppe weiter zu schärfen. Knapp über 40 Prozent der Kommunen und Kreise nutzt diese Möglichkeit, neun Prozent planen dies für die Zukunft. Etwas weiter verbreitet ist es, Bewertungen der teilnehmenden Kinder und Jugendlichen hinsichtlich der durchgeführten Angebote und/oder der durchführenden Akteure einzuholen: 55 Prozent der Kommunen und Kreise geben an, dass sie solche Bewertungen ermitteln, 17 Prozent planen dies für die Zukunft (Abbildung 10). Nur vier Kommunen und Kreise (4 %) nutzen (bislang) keine dieser Möglichkeiten (ohne Abbildung).

Abbildung 10: Planung und Bewertung der Angebote durch die Teilnehmenden, in Prozent

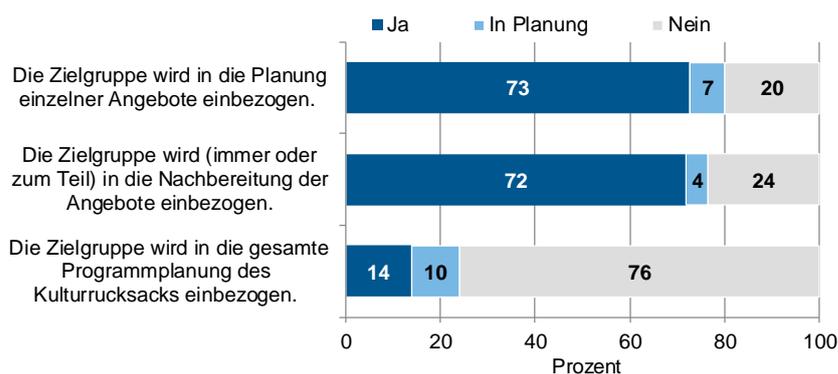


Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

Ein weiterer Weg zur passenden Angebotsplanung besteht im Einbezug der Kinder und Jugendlichen in die Planungsphase. Am häufigsten geschieht dies bei der Planung einzelner Angebote: 73 Prozent setzen dies um (und 7 Prozent planen dies). Zudem geben 72 Prozent der Kommunen und Kreise an, dass die Kinder und Jugendlichen in die Nachbereitung der Angebote des Kulturrucksacks eingebunden werden (und 4 Prozent planen dies). Nur 14 Prozent der Kommunen und Kreise beziehen die Zielgruppe ihrer Angebote in die gesamte Programmplanung mit ein, 10 Prozent planen dies zudem (Abbildung 11).

Auch hinsichtlich dem Einbezug der Zielgruppe in die Planung/Nachbereitung der Angebote wurden die Planungen in den Kommunen, die bereits 2013 am Monitoring teilnahmen, bis 2016 nur in geringem Umfang umgesetzt (ohne Abbildung).

Abbildung 11: Einbezug der Zielgruppe in die Planung und Nachbereitung der Angebote, in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

Der Einbezug der Kinder und Jugendlichen in die Konzepterstellung und in die Angebotsplanung und -gestaltung findet in den Kommunen dabei auf unterschiedlichen Wegen statt, unterscheiden lassen sich hier direkte und indirekte Verfahren zum Einbezug:

Zu den direkten Methoden zählen u.a. offene Workshops, in denen die Zielgruppe ihre Wünsche äußern kann, Angebote zur Erkundung ihres Kulturbegriffs, (teil-)standardisierte

Befragungen von Kindern und Jugendlichen, bspw. durch Rückmeldebögen am Veranstaltungsende, sowie der Einbezug von Kindern und Jugendlichen in die Auswahl von Angeboten, etwa durch deren Mitgliedschaft in einer Jury.

Weitaus häufiger als die direkten werden indirekte Partizipationsmöglichkeiten genutzt. Der indirekte Einbezug der Zielgruppe geschieht dabei meist über Kooperationspartner, „die nah an der Zielgruppe dran sind“, ihre Bedarfe und Interessen kennen oder sie unstrukturiert bei der Zielgruppe abfragen und dann in die Angebotsplanung einbringen (z.B. Lehrkräfte, Pädagog/innen, Sozialarbeiterinnen aus Kinder- und Jugendeinrichtungen und Schulen, Künstler/innen). Für die Akteure aus dem Jugendbereich ist das ein „ganz normaler Prozess“.

Bei einem Großteil der Angebote stehen Sparte und/oder das Thema des Angebots fest, die Kinder und Jugendlichen können aber die konkrete, inhaltliche Ausgestaltung mitbestimmen, je nach Angebot variiert das Maß an Mitgestaltungsmöglichkeiten.

3.4.1 Effekte und Herausforderungen beim Einbezug der Zielgruppe

Der Einbezug der Zielgruppe in die Angebotsplanung ist aus Sicht der Kulturrucksack-Akteure wichtig, um Angebote zu entwickeln, die an die aktuellen Bedürfnisse, Themen und Wünsche der Zielgruppe anknüpfen. Das Anknüpfen der Angebote an die Lebenswirklichkeit der Kinder und Jugendlichen spielt eine besondere Rolle dabei, ob die Angebote von der Zielgruppe als attraktiv wahrgenommen werden. Und nur wenn die Angebote als attraktiv wahrgenommen werden, kann man Jugendliche für sie gewinnen. Insbesondere im freiwilligen und außerschulischen Nachmittagsbereich ist das eine wichtige Voraussetzung der Angebote. Der Einbezug der Zielgruppe bringt außerdem neue Impulse für Themen und Orte für weitere Angebote bzw. für die Weiterentwicklung bestehender Angebote.

Der Einbezug der Kinder und Jugendlichen in die Angebotsentwicklung wird dabei von vielen Kommunen aber nicht nur als Notwendigkeit bzw. Chance, sondern auch als große Herausforderung gesehen: Zum einen, weil der Einbezug von Kindern und Jugendlichen und das Aufgreifen von deren Interessen kein Garant dafür ist, Jugendliche tatsächlich für ein Projekt zu gewinnen. So berichten mehrere Kommunen, dass Angebote, in denen ganz gezielt Interessen der Jugendlichen aufgenommen und umgesetzt wurden, trotzdem aufgrund mangelnder Teilnehmer/innenzahlen nicht zustande kamen. Zum anderen wird von einigen Akteuren die Qualität der Aussagen der Zielgruppe in Frage gestellt. Außerdem kann der Einbezug der Zielgruppe in die Konzepterstellung bzw. konkrete Angebotsgestaltung auch dazu führen, dass andere Ergebnisse entstehen als erwartet oder die geäußerten Interessen und Bedarfe nicht mit den institutionellen Gegebenheiten vereinbar sind (z.B. den Interessen von Kooperationspartnern, Spielplänen, Rahmenbedingungen des Landesprogramms).

Einig sind sich die Kulturrucksack-Akteure darin, dass der Einbezug der Zielgruppe in Konzepterstellung und Angebotsgestaltung zeitaufwändig ist: *„Wenn man die Zielgruppe nach ihren Interessen fragt, greift sie auf Altes und Bekanntes zurück. Der Umweg darüber ist notwendig, braucht aber viel Zeit“.*

Nicht alle Kommunen sehen außerdem die Notwendigkeit, die Zielgruppe aktiv einzubinden. Ziel der Angebote sei es, die Kinder und Jugendlichen an neue Themen heranzuführen und ihren Horizont zu erweitern. Danach könnten sie selbst entscheiden, ob sie das Neue interessiert oder nicht. Daher sei es wenig sinnvoll, sie nach ihren Interessen zu fragen: „Wie soll man die Kinder mit neuen Themen erreichen, wenn man sie vorher fragt, was sie wollen?“.

Die Mehrheit der Kommunen geht hingegen davon aus, dass Jugendliche nur dann für Neues gewonnen werden können, wenn man sie über vorhandene Interessen an Neues heranführt: *„Mitbestimmung heißt auch Lenkung“*. Das sei die große Herausforderung für die Projektleiter/innen und setze viel Beziehungsarbeit voraus: *„Es ist die hohe Kunst, vom Interesse der Jugendlichen für ‚Verbotene Liebe‘ ausgehend sie beispielsweise für den Besuch in einem Porzellan-Museum zu begeistern“*.

3.5 Erfolgsfaktoren für eine zielgruppengerechte Angebotsgestaltung

Neben dem Einbezug der (Interessen der) Kinder und Jugendlichen wurden im Rahmen der Vertiefungsuntersuchungen weitere Faktoren betrachtet, die für das Gelingen eines Angebots von Bedeutung sein können: die Projektleitungen, das Aufgreifen von Themen aus dem Sozialraum der Kinder und Jugendlichen, die Kombination von aktiven und rezeptiven Inhalten, das Format, die Rahmenbedingungen (bspw. hinsichtlich der Kostenfreiheit) sowie die Angebotsorte.

Bedeutung der Projektleitungen

Die Altersgruppe der 10-bis 14-Jährigen wird von vielen Kulturrucksack-Akteuren als „sehr personenbezogen“ charakterisiert. Aus diesem Grund kommt der Projektleiterin bzw. dem Projektleiter eine sehr wichtige Bedeutung bei der Umsetzung eines Angebots zu. Darauf verweisen auch die Ergebnisse der Zielgruppenbefragung, bspw. die hohe Zustimmung von 47 Prozent bei der Frage nach wichtigen Aspekten bei einer erneuten Teilnahme an einem Kulturrucksack-Angebot (ohne Abbildung).

Besonders förderlich ist es, wenn die Kinder und Jugendlichen die Projektleiterin/den Projektleiter kennen, in der Vergangenheit bereits positive Erfahrungen mit ihr/ihm gesammelt haben und ein Vertrauensverhältnis besteht (*„Die Chemie zwischen Vermittler und Zielgruppe muss stimmen“*). Die Begleitung der Angebote von einer Person, zu der die Kinder und Jugendlichen Vertrauen haben, ist dort besonders wichtig, wo die Projektleiterin bzw. der Projektleiter bisher noch nicht mit den Kindern und Jugendlichen zusammengearbeitet hat. Die vertraute Person kann dabei als weitere Projektleiterin bzw. Projektleiter oder aber im Hintergrund agieren und vermittelt den Kindern und Jugendlichen Sicherheit.

Nach Aussagen von Kulturrucksack-Akteuren macht eine gute Projektleiterin bzw. einen guten Projektleiter eine *„akzeptierende, wertschätzende, anerkennende und authentische Arbeitsweise“* aus. Diese Arbeitsweise ist Voraussetzung für den Aufbau eines Vertrauensverhältnisses zwischen Projektleiter/in und Jugendlichen. Wichtig sei außerdem, dass die Person sehr engagiert ist und die Jugendlichen *„begeistern kann“*, was nur gelingen kann, wenn diese selbst von ihrer Arbeit überzeugt und begeistert sind. Viele Gesprächspartner/innen geben außerdem an, dass die Projektleitung auf ihrem Gebiet *„ein Profi“* sein muss (unabhängig von der formalen Qualifikation, vgl. Kapitel 3.2).

Daneben wird nicht nur den Projektleiter/innen, sondern auch der Person, die auf das Angebot aufmerksam macht, eine große Bedeutung beigemessen (vgl. Kapitel 4.2).

Bedeutung des Themas

Das Aufgreifen von Themen aus dem Sozialraum der Kinder und Jugendlichen (z.B. Besonderheiten des Stadtteils, Fluchterfahrungen, beliebte und jugendaffine „Kunstformen“ wie Streetart) wird als gute Methode bezeichnet, um das Interesse der Zielgruppe für ein Angebot zu wecken, und diese davon ausgehend an neue Themen, Orte oder Techniken heranzuführen. Hier spielen die Kompetenzen, Erfahrungen und Ressourcen der Projektdurchführenden eine entscheidende Rolle. Besonders förderlich ist es, wenn es gelingt, im Rahmen des Angebots einen geschützten Raum und Rahmen zu schaffen, in dem sich die Teilnehmenden künstlerisch ausprobieren können.

Bedeutung von aktiven und rezeptiven Inhalten

Als Erfolgsfaktor für die Umsetzung eines Angebots wird auch die Kombination von aktiven und rezeptiven Bestandteilen herausgestellt, wobei die Mehrheit der Kulturrucksack-Durchführenden einen Schwerpunkt auf die aktiven Bestandteile legt (bzw. in Zukunft verstärkt legen möchte). Die rezeptiven Teile beinhalten z.B. die theoretische, zielgruppenspezifische Einführung in ein Thema („*Was ist ein Museum?*“, „*Welche Geschichte hat ein Instrument?*“, „*Wie nutze ich ein bestimmtes Material?*“, „*Welchen Hintergrund hat ein bestimmtes Musikstück?*“) oder dienen der Reflexion („*Welche Techniken wurden eingesetzt?*“, „*Was habt ihr im Musikstück gehört?*“, „*Wie habt ihr den Besuch wahrgenommen?*“).

Bei den aktiven Teilen können sich die Kinder und Jugendlichen selbstständig ausprobieren. Es herrschen unterschiedliche Meinungen dazu vor, inwiefern Aktivitäten (z.B. Besuche von Kulturinstitutionen, Arbeit mit künstlerischen Materialien) immer einer Vor- und/oder Nachbereitung bedürfen oder es – in Einzelfällen – durchaus sinnvoll sein kann, ein künstlerisches Erlebnis weder vor- noch nachzubereiten.

Bedeutung des Formats

Obwohl man in den meisten Kommunen die Erfahrung gemacht hat, dass die Zielgruppe in Ferienangeboten am besten erreicht wird („*da haben die Kinder Zeit*“, „*Kinder sind offener und freier*“), hat sich ein Mix aus „abgeschlossenen Einheiten“ in den Ferien und über das Schuljahr verteilten Angeboten als besonders erfolgreich bewährt. Auf diese Weise werden unterschiedliche Kinder und Jugendliche erreicht und keine Gruppe wird von den Kulturrucksack-Angeboten ausgeschlossen. Durch die gemischten Formate werden der Altersgruppe auf der einen Seite Kontinuität und feste Strukturen geboten, auf der anderen Seite wird auf den Bedarf der Zielgruppe eingegangen, da sich viele Kinder und Jugendliche „*nicht lange verpflichten*“ wollen. Insgesamt ist es notwendig, die Terminierung der Angebote an den Bedürfnissen und der Lebenssituation der Zielgruppe zu orientieren und zu berücksichtigen, welche anderen Veranstaltungen es in der Region gibt.

Bedeutung der Rahmenbedingungen

Die Chance, im Rahmen des Kulturrucksack-Programms der Zielgruppe kulturelle Bildungsangebote kostenfrei anzubieten, stellt für einige Kommunen einen entscheidenden Faktor dar, um *allen* Kindern und Jugendlichen die Teilhabe an kulturellen Bildungsangeboten möglich zu machen⁶.

Einige Kommunen haben die Erfahrung gemacht, dass man durch offene Angebote ohne verbindliche Anmeldeverfahren besser bildungsferne Jugendliche erreicht. Durch Beziehungsarbeit sei es trotzdem möglich, eine verbindliche Teilnahme der Kinder und Jugendlichen sicherzustellen. Eine Strategie besteht darin, für spontan hinzukommende Teilnehmende immer einige Plätze frei zu halten.

Für viele Teilnehmende aus sozial schwachen Schichten scheint es auch wichtig zu sein, dass ein gemeinsames Mittagessen im Programm integriert ist.

Auch ein guter Betreuungsschlüssel ist wichtig für eine gelungene Umsetzung, nicht zuletzt wegen der Arbeit mit heterogenen Gruppen. Der Einsatz von Tandems mit pädagogischem und künstlerischem Hintergrund, z.B. die Kooperation von Jugendeinrichtungen und Künstlern, wird generell als sehr wertvoll wahrgenommen.

Bedeutung der Orte

Ferner wird der Ort, an dem das Angebot stattfindet, als Erfolgsfaktor für die erfolgreiche Durchführung von Angeboten erachtet. Die Auswahl der Räumlichkeiten wird auch davon bestimmt, von welchen Kooperationspartnern das Angebot durchgeführt wird. Dabei ist es zum einen wichtig, dass die Kinder und Jugendlichen den Ort kennen (und gerne nutzen) (Bekanntheit des Ortes) und zum anderen, dass dieser Ort für die Zielgruppe gut erreichbar ist (Erreichbarkeit des Ortes).

So hat sich bewährt, mit den Angeboten im Sozialraum der Zielgruppe zu beginnen, beispielsweise in offenen Jugendtreffs oder Jugend(kultur)zentren, die sich in Stadtteilen befinden, in denen die Kinder und Jugendlichen leben („*Die Jugendlichen kommen an Orte, die sie kennen und wo sie leben. Daher müssen wir sie dort abholen*“). Während der Angebote geht es dann darum, den gewohnten Raum zu verlassen, um neue Sozial- und Kulturräume mit den Kindern und Jugendlichen zu erkunden: im Stadtteil selbst, aber auch außerhalb des Stadtteils und in Ausnahmefällen auch außerhalb der Stadt.

Sofern Angebote vollständig oder teilweise an Orten stattfinden, die für die Kinder neu sind, ist es wichtig, die „Anreise“ zu organisieren und zu begleiten (z.B. durch eine gemeinsame Anreise, die Begleitung von pädagogischen Fachkräften).

⁶ Angebote kostenfrei für die Zielgruppe anzubieten wird in einigen Kommunen aber auch kritisch gesehen – ganz bewusst wird vereinzelt für die Angebote ein „symbolischer“ Beitrag genommen, um die Wertigkeit des Angebots zu steigern und die Verbindlichkeit zu erhöhen: „Auch die Eltern sind dann mehr hinterher, dass die Kinder die Angebote besuchen“ und „Dann melden sich die an, die wirklich Interesse haben“.

Übersicht 5: Erfolgsfaktoren für eine zielgruppengerechte Angebotsgestaltung

- Durchführung durch engagierte Fachkräfte, Künstlerinnen und Künstler, die selbst zielgruppenaffin sind oder von zielgruppenaffinen Fachkräften unterstützt werden
- Guter Betreuungsschlüssel
- Einbezug der Interessen und Bedarfe der Zielgruppe
- Andocken am Sozialraum der Zielgruppe und von da aus Erkundung von und Heranführung an neue Kultur- und Sozialräume
- Vorhandensein eines Rahmens für das Angebot, in dem sich die Teilnehmenden künstlerisch ausprobieren können
- Flexibilität bei der Umsetzung
- Kombination von partizipativen und rezeptiven Elementen
- begleitete Ortswechsel, wenn Angebotsorte neu sind
- Tandems aus pädagogischer und künstlerischer Fachkraft

4 Zielgruppenansprache und Zielgruppen- erreichung

Mit dem Landesprogramm Kulturrucksack soll allen Kindern und Jugendlichen zwischen 10 und 14 Jahren in NRW die Möglichkeit eröffnet werden, an Projekten der außerschulischen kulturellen Bildung teilzuhaben. Zunächst wird dargestellt, wie viele und welche Kinder und Jugendlichen erreicht wurden (bspw. welche Erfahrungen mit kulturellen Bildungsangeboten sie mitbringen) (Kapitel 4.1). Betrachtet werden zudem die Ansprache-
wege, insbesondere auch die Ansprache bestimmter Zielgruppen (bspw. geflüchteter Kinder und Jugendlicher) (Kapitel 4.2), und Strategien, wie versucht wird, eine kontinuierliche Teilnahme der Kinder und Jugendlichen an den Angeboten sicherzustellen (Kapitel 4.3).

4.1 Erreichte Kinder und Jugendliche

Die Reichweite des Kulturrucksacks in NRW in den einzelnen Kommunen zeigt sich u.a. an der Zahl der Teilnehmenden. Insgesamt wurden mit allen Angeboten der im Jahr 2016 am Monitoring teilnehmenden Kommunen und Kreise rund 57.000 Kinder und Jugendliche erreicht.⁷

Die Reichweite ist dabei sehr weit gestreut: Knapp die Hälfte der Kommunen und Kreise geben an, bis zu 200 Kinder und Jugendliche zu erreichen, ein Fünftel erreicht zwischen 200 und 400 Kinder. Jeweils mehr als 1.000 Kinder und Jugendliche werden in 16 Prozent der Kommunen bzw. Kreise erreicht.

Erwartungsgemäß werden in den Großstädten die meisten Teilnehmenden gezählt (Medianwert in Kleinstädten: 91 Teilnehmende, in Mittelstädten: 178 Teilnehmende, in Großstädten: 500 Teilnehmende; ohne Abbildung).

Die Zielgruppenbefragung gibt zudem Aufschluss darüber, wer genau an den Angeboten teilgenommen hat: Fast 60 Prozent der Kinder und Jugendlichen, die ein Kulturrucksack-Angebot besucht und den Fragebogen ausgefüllt haben, waren weiblich, etwas mehr als 40 Prozent männlich.

Die Altersgruppe der 10- bis 14-Jährigen, die im Fokus des Landesprogramms steht, wird mit den Angeboten auch erreicht: Über 90 Prozent der Befragten waren zwischen 10 und 14 Jahren alt, ein Schwerpunkt lag dabei auf den 10- bis 13-Jährigen. Jeweils rd. 4 Prozent der Teilnehmenden waren jünger oder älter als die mit dem Landesprogramm anvisierte Zielgruppe

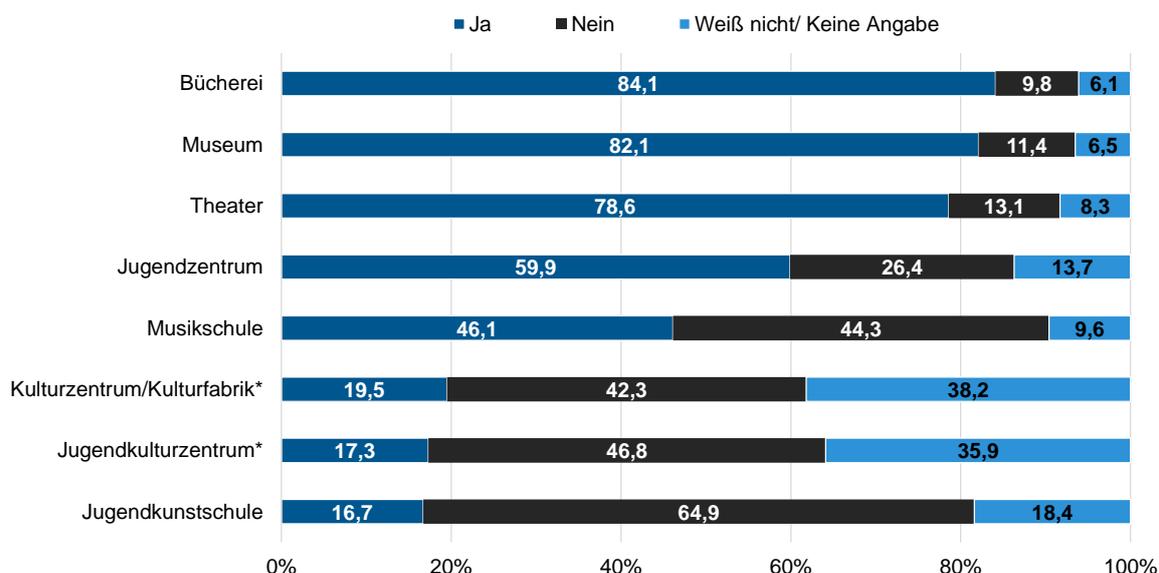
Entsprechend der Altersgruppen besuchten die meisten der befragten Teilnehmer/innen weiterführende Schulen: Mehr als ein Drittel besuchten ein Gymnasium, ein gutes Viertel eine Gesamt-/Sekundar- oder Gemeinschaftsschule.

⁷ Gezählt werden hierbei auch die Teilnehmenden an Angeboten, die im Rahmen von Großveranstaltungen – z.B. groß angelegten Abschlussveranstaltungen – stattfinden, bei denen die Anzahl an Teilnehmenden häufig nur als Schätzung angegeben werden kann. Wie viele Kinder und Jugendliche durch die aus Kulturrucksackmitteln finanzierten Angebote der kulturellen Bildung tatsächlich erreicht wurden, kann daher nur ungefähr angegeben werden.

Fast 60 Prozent der Kinder und Jugendlichen, die das Angebot mit der Schule oder Schulklasse besucht haben, waren Schülerinnen und Schüler einer Gesamt-/Sekundar-/Gemeinschaftsschule. Wird ausschließlich die Gruppe der Kinder und Jugendlichen betrachtet, die das Angebot außerhalb des Schul- bzw. Klassenverbands besucht haben, steigt die Bedeutung des Gymnasiums von 36 Prozent auf 46 Prozent. Dieses Ergebnis verweist darauf, dass Kinder und Jugendliche, die ein Gymnasium besuchen, eher aus „eigenen Stücken“ ein Angebot im freiwilligen Kontext besuchen als Kinder aus anderen Schulformen.

Die Kinder und Jugendlichen wurden auch danach gefragt, ob und welche (Kultur-)Einrichtungen sie vorher schon besucht haben. Es zeigt sich, dass einem Großteil der Kinder und Jugendlichen viele (Kultur-)Einrichtungen schon bekannt sind: Mehr als 80 Prozent der Kinder und Jugendlichen haben schon einmal ein Museum und/oder eine Bücherei besucht. Auch in einem Theater waren bereits knapp 80 Prozent der Kinder und Jugendlichen. Fast zwei Drittel geben an zuvor in einem Jugendzentrum gewesen zu sein. 46 Prozent haben bereits eine Musikschule besucht. Jeweils etwas weniger als 20 Prozent waren schon in einem (Jugend-)Kulturzentrum/Kulturfabrik oder in einer Jugendkunstschule (Abbildung 12).

Abbildung 12: Bereits besuchte (Kultur-)Einrichtungen, Mehrfachnennungen möglich, in Prozent



* Erst ab 2015 gefragt (N = 499).

Quelle: Zielgruppenbefragung im Rahmen der Teilnahme am Kulturrucksack (2013 – 2015) (N = 1.218).

Um einen Eindruck davon zu erhalten, wie vielfältig die Kulturerfahrungen der Kinder und Jugendlichen sind, wurde auch analysiert, wie viele von ihnen bereits mehrere Kultureinrichtungen besucht haben⁸. Danach zeigt sich, dass gut drei Viertel der Kinder und Jugendlichen bereits drei oder mehr Kultureinrichtungen besucht haben. Von ihnen haben

⁸ Bei dieser Auswertung werden dabei nicht die Veranstaltungsorte „Jugendzentrum“ (da keine klassische Kultureinrichtung) sowie „Kulturzentrum/Kulturfabrik“ und „Jugendkulturzentrum“ (da diese Orte erst ab 2015 abgefragt wurden) berücksichtigt.

die meisten die drei „klassischen“ Einrichtungen Bücherei, Museum und Theater besucht (92 %; ohne Abbildung). Dies sind zugleich die Einrichtungen, die den Kindern und Jugendlichen sehr wahrscheinlich von einem Besuch mit der Schule oder dem Kindergarten bekannt sind. Nur knapp 8 Prozent der befragten Kinder und Jugendlichen hatten vor dem Angebot noch keine der abgefragten Einrichtungen besucht.

Welche Kinder und Jugendlichen mit den Kulturrucksack-Angeboten erreicht werden, ist laut Aussagen der Kulturrucksack-Akteure maßgeblich von folgenden Faktoren abhängig:

- Mit welchen Kooperationspartnern wird zusammengearbeitet? Starke Partner in den Sozialräumen der Kinder und Jugendlichen sind zur Zielgruppenerreichung notwendig (Jugendzentren, Schulen).
- An welchen Orten finden die Angebote statt? Kinder und Jugendliche aus weniger kulturraffinen Elternhäusern nehmen besonders an den Angeboten teil, die in ihren Sozialräumen, z.B. in Jugendzentren, stattfinden. Wenn Kinder und Jugendliche im Rahmen oder für Angebote aus ihren Sozialräumen „herausgeholt“ werden sollen, muss der Transport genau geplant und nach Möglichkeit mit den Erziehungsberechtigten abgestimmt werden.
- Welche Themen greift das Angebot auf? Bei Angeboten mit für alle gesellschaftlichen Milieus relevanten Themen (z.B. Film, Graffiti) können alle Jugendlichen erreicht werden, mit klassischen Theaterprojekten erreicht man eher die bildungsaffineren Eltern, die ihre Kinder zu diesem Angebot „schicken“.

In vielen Angeboten entstehen „*durchmischte Gruppen*“ in Hinblick auf den Bildungshintergrund und die Kulturraffinität, die Herkunft und die Vertrautheit der Kinder und Jugendlichen mit dem oder den Veranstaltungsort(en). Überall dort, wo gemischte Gruppen entstehen, werden diese von den Kulturrucksack-Akteuren als positiv bewertet.

4.2 Ansprachewege und Bewertung

Alle untersuchten Kommunen verfolgen mit den Angeboten des Kulturrucksacks das Ziel, *alle* Kinder und Jugendlichen der Zielgruppe zu erreichen, geflüchtete Kinder und Jugendliche waren daher schon immer auch Teil der Zielgruppe. Gleichzeitig nutzen die Kulturrucksack-Akteure an fast allen Orten besondere Wege, um insbesondere kulturrfernere Kinder und Jugendliche für die Kulturrucksack-Angebote zu gewinnen. Die Ansprache dieser Zielgruppe sowie deren Familien wird in den meisten Fällen als viel zeitaufwändiger bewertet als die Ansprache von kulturraffinen Jugendlichen und deren Eltern.

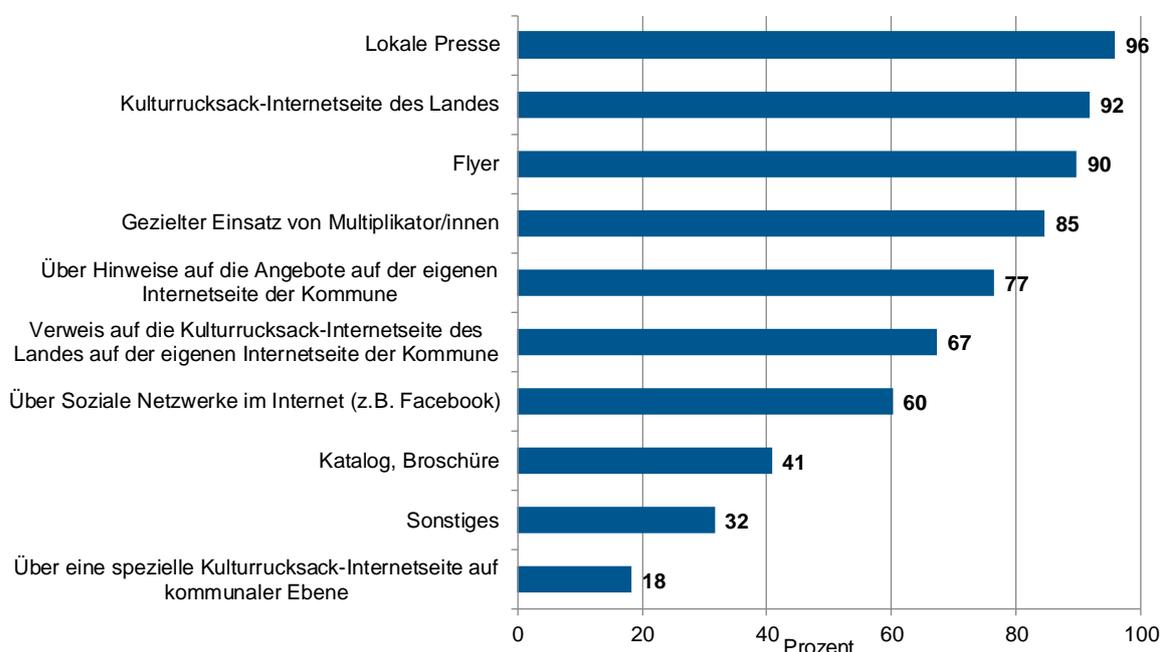
Einig ist sich ein Großteil der Kommunen darin, dass die Angebote „so niedrigschwellig wie möglich“ gestaltet werden sollten, um Kinder und Jugendliche zu erreichen. Niedrigschwelligkeit bedeutet in diesem Fall, die Jugendlichen zu Beginn von Angeboten nicht mit zu viel Neuem zu konfrontieren. Eine hohe Bedeutung wird dabei den Angebotsorten (Erreichbarkeit, Bekanntheit), den Themen (Anknüpfung an der Lebenswelt, Relevanz für die Zielgruppe), den Formaten und Rahmenbedingungen (Offenheit, Kostenlosigkeit) und den Projektleiter/innen (Bekanntheit, Engagement, Zielgruppenaffinität, Professionalität) zugeschrieben.

Im Hinblick auf die Heterogenität und die großen Entwicklungsunterschiede in der Altersgruppe der 10- bis 14-Jährigen hat sich in den Kommunen, Verbänden und Kreisen ein „Ansprache- und Werbemix“ über unterschiedliche Wege etabliert. Außerdem meinen

viele, dass es wichtig sei, sowohl die Eltern als auch die Zielgruppe selbst anzusprechen, da es in der Altersgruppe Kinder und Jugendliche gibt, die selbst auf Angebote aufmerksam werden und sich bewusst selbst für die Teilnahme entscheiden möchten und Kinder und Jugendliche, die über ihre Eltern informiert werden müssen; beide Gruppen muss man bedienen.

Zur Bewerbung der Angebote des Kulturrucksacks werden vor allem die lokale Presse (96 %), die Kulturrucksack-Internetseite des Landes (92 %), Flyer (90 %) und der gezielte Einsatz von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren (85 %) genutzt (Abbildung 13). Im Verlauf des Landesprogramms gab es bei den Bewerbungsstrategien – mit einer Ausnahme – keine großen Veränderungen: Die Bewerbung der Angebote über soziale Netzwerke, ist von 47 Prozent in 2013 auf 60 Prozent in 2016 gestiegen (ohne Abbildung).

Abbildung 13: Bewerbung der Angebote des Kulturrucksacks, in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

Die Kommunen und Kreise werben insbesondere in Jugendeinrichtungen, Schulen und Kultureinrichtungen für ihre Angebote. Sportvereine und Sportstätten sowie andere Vereine werden dagegen vergleichsweise wenig für die Werbung genutzt, was wiederum durch ihr insgesamt selteneres Vorhandensein in den Kulturrucksack-Kooperationen erklärt werden kann. Dies gilt in gleicher Weise für die Nutzung von „Orten des Konsums“, also Einkaufszentren und Einkaufsstraßen. Auch hier haben sich im Programmverlauf keine nennenswerten Änderungen ergeben.

Gefragt nach der Bewertung der einzelnen Ansprachewege in den Vertiefungsuntersuchungen ist das Ergebnis eindeutig: Die persönliche Ansprache der Kinder und Jugendlichen (bzw. der Eltern) durch ihnen vertraute und vom Thema überzeugte Personen sowie an Orten, wo sie sich aufhalten, ist der Weg, der am besten funktioniert, um die Kinder und Jugendlichen für ein Angebot zu gewinnen. Dafür bietet sich bei der Ansprache, Organisation und/oder Durchführung der Angebote eine Zusammenarbeit mit Partnern mit Zielgruppenbezug, allen voran mit Kinder- und Jugendeinrichtungen sowie Schulen, besonders an. In Ausnahmefällen arbeiten die Projekte mit jugendlichen Multiplikator/innen.

Das können z.B. Freiwillige oder bei den Kooperationspartner/innen angestellte junge Praktikant/innen sein, die im öffentlichen Raum Kinder und Jugendliche gezielt ansprechen oder für die Zielgruppe relevante Internetportale recherchieren und hier Werbung für Kulturrucksack-Angebote platzieren.

Mehreren Kommunen, Kreisen und Verbänden ist im Programmverlauf deutlich geworden, dass das reine Versenden von Flyern, Broschüren und/oder Plakaten an Kultur- und Jugendeinrichtungen, Schulen sowie weitere Orte, wo die Zielgruppe anzutreffen ist, keinen Mehrwert hat, wenn die Flyer dann dort – wenn überhaupt – nur ausgelegt werden. Am besten funktioniert die Erreichung der Zielgruppe dann, wenn der Flyer oder die Broschüre dem Kind/Jugendlichen oder den Eltern direkt überreicht wird, d.h. auch in diesem Fall ist die persönliche Ansprache der beste Weg um die Zielgruppe anzusprechen.

Hilfreich ist darüber hinaus, wenn die Kinder und Jugendlichen schon bei der Ansprache einen Eindruck vom Angebot bekommen (z.B. durch Schnupperangebote oder die Vorstellung der Angebote durch die Projektdurchführenden). Bewährt hat sich dabei z.B., wenn Kulturrucksack-Akteure gemeinsam mit Künstler/innen in die Klassen gehen und die Jugendlichen durch eine kleine Performance der Projektleitung einen Eindruck von den Inhalten und der Projektleitung bekommen.

Auch die positive Mundpropaganda von Eltern bzw. Kindern, die bereits an einem Kulturrucksack-Angebot teilgenommen haben, wird vielerorts als wichtiger Kanal zur Erreichung der Zielgruppe genannt und zwar vor allem dort, wo Kulturrucksack-Angebote bereits seit einiger Zeit stattfinden.

Über die lokale Presse erreicht man nach Aussagen der Kulturrucksack-Akteure nicht die Kinder, sondern deren Eltern, und zwar insbesondere die kultur- und bildungsaffinen Eltern. Auch die Bewerbung der Angebote auf den kommunalen Internetseiten oder Internetseiten von Kulturinstitutionen spricht dabei eher bildungsaffine Eltern an. Diese Medien werden eher dazu genutzt, (politische) Öffentlichkeit für das Thema „Kulturelle Bildung“ vor Ort zu erzeugen. Die Bewerbung auf Internetseiten von Jugendzentren funktioniert dort gut, wo die Internetseite unter der Zielgruppe bekannt ist. Ähnlich sieht es mit der Bewerbung des Kulturrucksacks bei Facebook aus. Diese gelingt, wenn die Seite unter den Jugendlichen bereits bekannt ist, d.h. z.B. die etablierte Facebook-Seite eines Jugendzentrums genutzt wird. Die Etablierung von „neuen“ Kulturrucksack-Seiten ist hingegen schwierig.

Die Internetseite des Landes zum Kulturrucksack befüllen die Kulturrucksack-Akteure mit Informationen zumeist deswegen, weil es das Landesprogramm vorschreibt. Der Nutzen der Seite wird eher im programminternen Wissensaustausch gesehen und z.B. für die Suche nach guten Ideen für eigene Kulturrucksack-Angebote positiv bewertet. Die Bedeutung der Seite für die Zielgruppenansprache wird als sehr gering eingestuft.

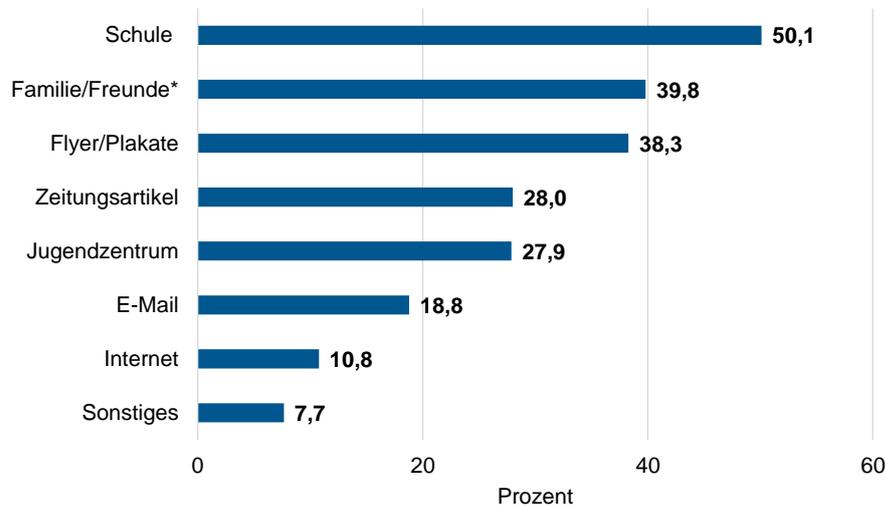
Übersicht 6: Erfolgsfaktoren bei der Ansprache der Kinder und Jugendlichen

- Persönliche Ansprache
- Ansprache an Orten und durch Personen, die der Zielgruppe vertraut sind
- Ansprache durch engagierte und vom Thema überzeugte Personen
- Schnupperangebote anbieten
- Mundpropaganda

Um die Bedeutung einzelner Informationskanäle für die Kulturrucksack-Angebote zu erfassen und damit Hinweise auf deren effektive Bewerbung zu gewinnen, wurden auch die Kinder und Jugendlichen gefragt, wie sie von dem jeweiligen Angebot erfahren haben. Die Antworten verdeutlichen hier die große Bedeutung der Schule: Knapp 40 Prozent der Kinder und Jugendlichen gaben in der Zielgruppenbefragung an, dass sie über die Schule von dem Angebot erfahren haben (ohne Abbildung). Bedeutung hatten daneben – allerdings in weit geringerem Ausmaß – Flyer oder Plakate zu den Angeboten, die Eltern bzw. Familie, Einrichtungen wie Jugendzentren oder Jugendkunstschulen oder die Freund/innen. Das Internet hat hingegen nur eine geringe Bedeutung als Informationsquelle. Dies kann damit erklärt werden, dass die Werbung im Internet eine aktive Suche erfordert, während bei den anderen Zugangswegen die Information an die Kinder und Jugendlichen „herangetragen“ wird.

Als Anspracheort spielt Schule auch in Zukunft für die Kinder und Jugendlichen eine wichtige Rolle. Dies gilt auch für die Kinder und Jugendlichen, die ein Angebot außerhalb von Schule besucht haben. Insgesamt die Hälfte der Kinder und Jugendlichen, die im Rahmen der Befragung angaben, Informationen über weitere/zukünftige Angebote des Kulturrucksacks zu wünschen, gaben an, dass diese Informationen (auch) über die Schule vermittelt werden sollen. Knapp 40 Prozent der Teilnehmenden wünschte sich, (auch) von der Familie oder von Freund/innen informiert zu werden sowie Informationen (auch) über Flyer und Plakate. Knapp 30 Prozent möchten (auch) über Zeitungsartikel oder über das Jugendzentrum informiert werden. Das Internet spielte auch für zukünftige Angebote als Ansprachemedium eine geringe Rolle (Abbildung 14).

Abbildung 14: Bevorzugte zukünftige Informationskanäle, Mehrfachnennungen möglich, in Prozent



* Erst ab 2015 abgefragt (N = 499).

Quelle: Zielgruppenbefragung im Rahmen der Teilnahme am Kulturrucksack (2013 – 2015) (N = 1.218), Auswahl: Teilnehmer/innen, die in Zukunft über ähnliche Angebote in ihrer Nähe informiert werden möchten (N = 906).

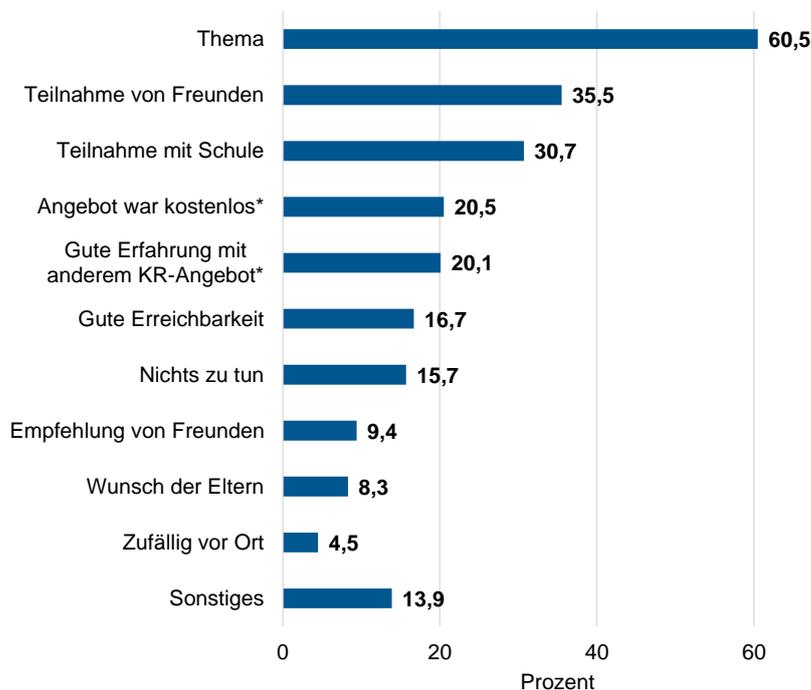
4.2.1 Gründe für die Teilnahme am Angebot

Als Grund für die Teilnahme am Angebot gaben die befragten Kinder und Jugendlichen zuvorderst das Interesse am Thema des Angebots an (60 %). Die hohe Bedeutung des Themas lässt darauf schließen, dass es in den Angeboten gelingt, Themen aufzugreifen, die die Kinder und Jugendlichen auch wirklich interessieren – ein Erfolgsfaktor für die Zielgruppenerreichung.

Die Teilnahme von Freund/innen spielte bei gut einem Drittel der befragten Kinder und Jugendlichen (auch) eine Rolle. Ebenfalls rund ein Drittel der Kinder und Jugendlichen nannten als Teilnahmegrund, dass die Klasse/Schule als Ganze das Angebot besucht hat. Für rund 20 Prozent der Kinder und Jugendlichen war von Bedeutung, dass das Angebot kostenlos war. Ähnlich viele Kinder und Jugendliche motivierten die guten Erfahrungen in einem anderen zuvor besuchten Angebot des Kulturrucksacks. Vergleichsweise wenig Bedeutung hatte der Wunsch der Eltern, die Empfehlung von Freund/innen⁹ oder die Tatsache, zufällig vor Ort gewesen zu sein (Abbildung 15).

⁹ Im Vergleich zur Befragung in 2013 zeigt sich jedoch ein leichter Anstieg der Nennung „Empfehlung von Freunden“, was möglicherweise mit der mittlerweile größeren Reichweite und Bekanntheit des Angebots zusammenhängt.

Abbildung 15: Gründe für die Teilnahme am Kulturrucksack-Angebot, Mehrfachnennungen möglich, in Prozent



*Erst ab 2015 gefragt (N = 499).

Quelle: Zielgruppenbefragung im Rahmen der Teilnahme am Kulturrucksack (2013 – 2015) (N = 1.218).

Zwischen den Gründen, warum Kinder und Jugendliche an einem Angebot teilgenommen haben und den Wegen, über die sie vom Angebot erfahren haben, ist ein Zusammenhang erkennbar: So zeigt sich z.B., dass Kinder und Jugendliche, die aufgrund einer Empfehlung von Freund/innen an einem Angebot teilnahmen, häufiger gleichzeitig auch wegen deren Teilnahme das Angebot besucht haben (71 %). Wenn jemand aus der Familie die Kinder auf das Angebot aufmerksam gemacht hat, geben diese Kinder auch häufiger als Teilnahmegrund den „Wunsch der Eltern“ an (22 %) (ohne Abbildung).

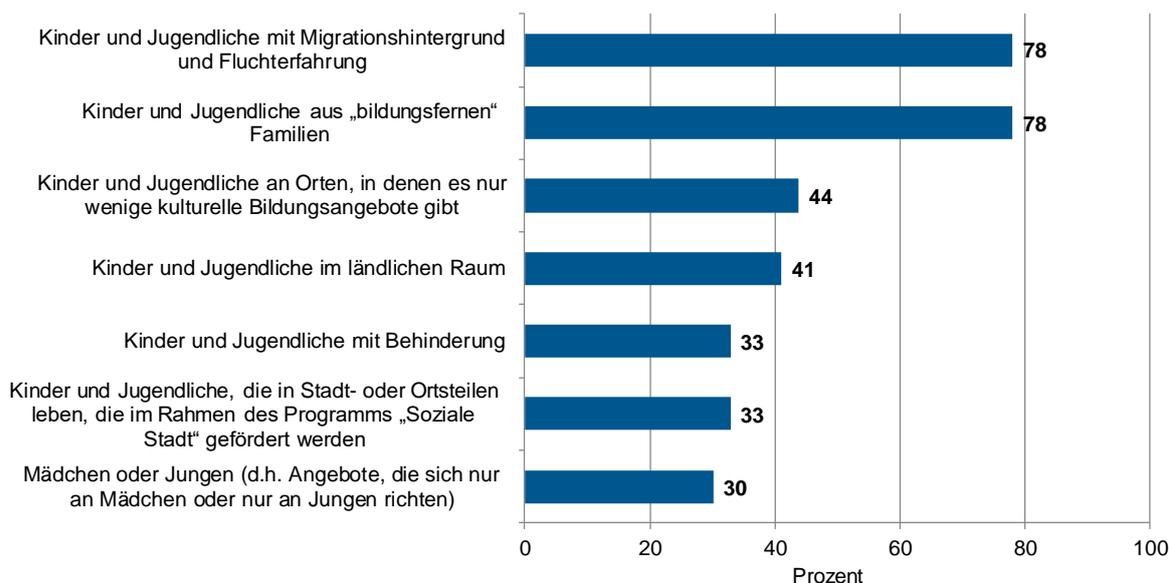
4.2.2 Ansprache bestimmter Zielgruppen

Drei Viertel der Kreise und Kommunen geben im Rahmen des Monitorings 2016 an, die Angebote des Kulturrucksacks zielgruppenspezifisch zu bewerben: 45 Prozent geben dies für alle Angebote an, 30 Prozent für einzelne Angebote (ohne Abbildung). Die gezielte Ansprache von bestimmten Zielgruppen ist im Vergleich zum Jahr 2013 deutlich angestiegen (Monitoring 2013: 46 % gaben an, bestimmte Kinder und Jugendlichen gezielt anzusprechen). Dies verweist darauf, dass die Kommunen die Wichtigkeit einer solchen gezielten Ansprache verstärkt erkannt haben und auch nutzen.

Wenn Angebote zielgruppenspezifisch beworben werden, dann werden vor allem Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund und Fluchterfahrung als auch aus „bildungsfernen“ Familien gezielt angesprochen (jeweils von 78 %). Zudem werden von rund 40 Prozent der Kommunen und Kreise Kinder und Jugendliche an Orten, in denen es nur wenige

kulturelle Bildungsangebote gibt oder im ländlichen Raum gezielt berücksichtigt. 30 Prozent machen Angebote, die sich nur an Mädchen oder nur an Jungen richten (Abbildung 16).

Abbildung 16: Gezielte Ansprache bestimmter Zielgruppen, Mehrfachnennungen möglich, in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99). Auswahl: Wenn Angebote zielgruppenspezifisch beworben werden.

Ansprache und Erreichung geflüchteter Kinder und Jugendlicher

Der Anteil geflüchteter Kinder und Jugendlicher in einzelnen Angeboten hat seit dem Jahr 2015 teilweise zugenommen, auch, weil in einzelnen Angeboten verstärkt mit Kooperationspartnern mit Zugang zur Zielgruppe der geflüchteten Kinder und Jugendlichen zusammengearbeitet wurde. In Einzelfällen werden spezielle Angebote für geflüchtete Kinder und Jugendliche durchgeführt, wofür stellenweise die Mittel aus der Sonderförderung des Kulturrucksacks verwendet wurden.

Angemerkt wird, dass die Zielgruppe der geflüchteten Kinder und Jugendlichen jetzt erst „langsam in Erscheinung trete“, da sie erstmal ankommen und sich einleben mussten („bei ihnen steht kulturelle Bildung erst einmal nicht im Vordergrund“) und Fragen zur Freizeitgestaltung erst nach und nach wichtiger werden, wenn andere Fragen (bzgl. Aufenthaltsstatus, Wohnsituation etc.) geklärt sind. Es wird zudem berichtet, dass es oftmals schwierig ist, diese Zielgruppe zu erreichen, da Berührungspunkte von Seiten der Eltern bestehen und die „Anmeldekultur“ in den Familien anders sei (z.B. seien sie häufig nicht gewohnt, sich für Kulturangebote anzumelden, da solche Angebote aus der Heimat nicht bekannt sind).

4.3 Strategien zur Sicherung der kontinuierlichen Teilnahme

Die Sicherstellung der kontinuierlichen Teilnahme der Kinder und Jugendlichen an den Angeboten stellt vielerorts eine große Herausforderung dar. Die Akteure begegnen dieser Herausforderung mit unterschiedlichen Strategien bzw. planen dies für die Zukunft. Sie sind der folgenden Übersicht 8 zu entnehmen:

Übersicht 7: Strategien zur Sicherung der kontinuierlichen Teilnahme

- **Steuerung über die Zusammenarbeit mit Partnern mit Zielgruppenbezug:** Eine engere Zusammenarbeit von Partnern mit Zielgruppenbezug bei der Ansprache der Zielgruppe (regelmäßig kurz vor dem jeweiligen Termin, z.B. durch die Lehrkräfte oder Pädagog/innen) sowie die Begleitung der Angebote durch den Teilnehmenden vertraute Personen kann die Kontinuität der Teilnahme erhöhen. Sie erhöht aber gleichzeitig auch den Abstimmungs- und Arbeitsaufwand der Institutionen. Auch die Kooperation mit Schulen im Rahmen der Angebote kann die Teilnahme für die Kinder und Jugendlichen verbindlicher machen. Der „schulische Charakter“ geht jedoch mit verschiedenen Risiken einher (vgl. Kapitel 2.3).
- **Steuerung über die zielgruppengerechte Auswahl der Inhalte:** Der Einbezug der Kinder und Jugendlichen in die Angebotsplanung und –durchführung (vgl. Kapitel 3.4) sowie „coole“ Themen können außerdem die kontinuierliche Teilnahme begünstigen.
- **Steuerung über das Format:** Die Sicherstellung einer kontinuierlichen Teilnahme ist bei Angeboten, die über einen längeren Zeitraum laufen, schwieriger als bei kompakten Workshop- oder Ferienangeboten. Daher planen einige Akteure für zukünftige Angebote eine Umstellung des Formats.
- **Steuerung über die Ansprache:** „Schnupperphasen“ zu Beginn von Angeboten oder angebotsübergreifende Auftaktveranstaltungen zu Beginn eines Kulturrucksack-Jahres, nach denen sich die Kinder und Jugendlichen bewusst für oder gegen die Teilnahme entscheiden können, werden außerdem als positiv bewertet, um eine kontinuierliche Teilnahme sicherzustellen („Kinder entscheiden sich bewusst für eine Teilnahme, das macht die Teilnahme für die Kinder verbindlicher“).
- **Steuerung über Gruppengröße:** Auch ein guter Betreuungsschlüssel bzw. eine kleine Gruppengröße begünstigen eine kontinuierliche Teilnahme, weil die Durchführenden so individueller und flexibler auf einzelne Interessen, Bedarfe, aber auch Konflikte eingehen können.
- **Steuerung über die Erinnerung an die Teilnahme über neue Medien:** Um die kontinuierliche Teilnahme der Kinder und Jugendlichen an Angeboten sicherzustellen, nutzen einige Projektdurchführende „Whatsapp-Gruppen“. Diese sind sehr wirksam, weil hiermit ein Medium genutzt wird, das den Kindern und Jugendlichen vertraut ist und kurzfristig „Erinnerungen“ gesendet werden können. Problematisch ist, dass viele Projektdurchführende dafür ihre privaten Handys nutzen und die Pflege der Gruppe sehr zeitaufwändig sein kann. Die Einführung von Nutzungsregeln bei der Eröffnung der Whatsapp-Gruppe wird daher als wichtig betont.

5 Wirkungen des Kulturrucksacks

Im Rahmen der abschließenden Vertiefungsuntersuchung 2016 rückten die Veränderungen, Entwicklungen und Wirkungen im und durch den Kulturrucksack vor Ort in den Fokus. Die befragten Kulturrucksack-Akteure berichten von Wirkungen des Landesprogramms auf unterschiedlichen Ebenen: Diese zeigen sich auf Ebene der Kinder und Jugendlichen, der einzelnen beteiligten Institutionen sowie auf Ebene der Netzwerke. Zudem werden Wirkungen in der interkommunalen Zusammenarbeit von Verbänden und Kreisen und hinsichtlich des Stellenwerts und der Entwicklung der Angebote der kulturellen Bildung beobachtet.

5.1 ... auf die Kinder und Jugendlichen

Insgesamt berichten die Kulturrucksack-Akteure von sehr positiven Auswirkungen, die sich durch die Angebotsteilnahme auf die Kinder und Jugendlichen ergeben.

... auf die Persönlichkeit und das Sozialverhalten

Allen voran verweisen die Kulturrucksack-Akteure auf die positiven Entwicklungen hinsichtlich der Persönlichkeit und des Sozialverhaltens der jungen Menschen: So wird von positiven Auswirkungen auf die Selbstwirksamkeit, die Selbstpräsentation, das Selbstbewusstsein und das Selbstvertrauen berichtet. Die „*andere Wertschätzung*“, die die Teilnehmenden im Rahmen der Angebote erfahren – sowohl von den Projektdurchführenden als auch von anderen Kindern und Jugendlichen – stärkt die Kinder und Jugendlichen. Sie sind stolz auf das, was sie erarbeitet haben – eine öffentliche Präsentation der Ergebnisse am Ende wird dafür nicht als zwingend notwendig erachtet.

Da die Angebote in Gruppen stattfinden und dort häufig Kinder und Jugendliche zusammenkommen, die sich vorher z.T. noch nicht kannten, erfahren die Teilnehmenden gruppendynamische Prozesse („*Kinder unterstützen sich gegenseitig*“), die kommunikative Kompetenzen und deren Teamfähigkeit stärkt. Diese Wirkungen schlagen sich auch in anderen Bereichen des Lebens nieder: in der Schule, im Freundes- und Familienkreis.

... auf künstlerische und spartenspezifische Kompetenzen

Weiterhin berichten viele Kulturrucksack-Akteure von künstlerischen und spartenspezifischen Kompetenzzuwächsen. Hierzu zählt zum einen der Kompetenzzuwachs in Bezug auf konkrete künstlerische Techniken, wie Malerei, Bildhauerei, Tanz, Theater oder Literatur. Zum anderen wird hier z.B. auf eine Verbesserung des handwerklichen Geschicks, des Rhythmusgefühls oder der Motorik sowie weiteren Wissenszuwächsen (bei der Medienutzung, welche Geschichte hat ein bestimmter Ort, was ist ein Komponist etc.) verwiesen.

... auf den Aktionsradius

Der Aktionsradius der 10- bis 14-Jährigen über die Grenze der jeweiligen Kommune hinaus hat sich durch den Besuch von Kulturrucksack-Angeboten nur in absoluten Einzelfällen verändert. Insgesamt sei die Zielgruppe „*zu jung*“ und „*zu wenig mobil*“. Gerade im

ländlichen Raum ist darüber hinaus der öffentliche Nahverkehr mangelhaft ausgebaut und die Mobilität der Kinder häufig vom „Eltern-Taxi“ abhängig.

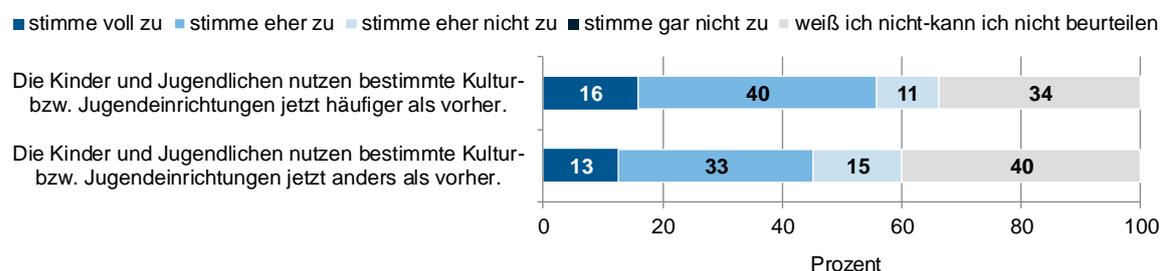
... auf die (nachhaltige) Sensibilisierung für Angebote der kulturellen Bildung

Immer wieder berichten die Kulturrucksack-Akteure auch von einer „Horizontenerweiterung“ der Kinder und Jugendlichen durch die Teilnahme an Angeboten des Kulturrucksack: Es gelingt, die Kinder und Jugendlichen „mit Kultur in Berührung“ zu bringen, „an Kultur heranzuführen“, „Schwellenängste abzubauen“ und „Zugänge zur Kultur zu schaffen“, „Die Hemmschwelle wurde gesenkt, der Besuch des Ortes ist jetzt normal geworden“. Förderlich hierfür ist, wenn die Kinder und Jugendlichen neue Orte kennenlernen (Kulturinstitutionen, Jugendzentren, Orte im öffentlichen Raum etc.)¹⁰, neue Techniken ausprobieren (z.B. das Theaterspielen, das Arbeiten mit künstlerischen Materialien) oder sie Kontakte zu Kulturschaffenden und Künstler/innen knüpfen können. Eine nachhaltige Wirkung bei den Kindern und Jugendlichen wird zudem gesehen, wenn im Rahmen der Angebote „Produkte“ entstehen, z.B. Bücher, Lieder oder Trickfilme, die auch nach dem Angebot bestehen bleiben und auf die die Kinder und Jugendlichen auch nach Jahren zurückgreifen können.

Im Monitoring 2016 stimmen über die Hälfte der teilnehmenden Kommunen und Kreise „voll“ oder „eher“ zu, dass die Kinder und Jugendlichen bestimmte Kultur- bzw. Jugendeinrichtungen jetzt häufiger nutzen, nur 11 Prozent stimmen dieser Aussage eher nicht zu (Abbildung 17). Rund einem Drittel der Kulturrucksack-Akteure ist es nicht möglich, Aussagen darüber zu machen, inwiefern die Teilnehmenden bestimmte Kultur- oder Jugendeinrichtungen nach einem Kulturrucksack-Angebot häufiger nutzen als vorher, was damit zusammenhängen dürfte, dass ein solches Feedback von den Einrichtungen nicht überall systematisch eingeholt wird.

Im Umfang von 46 Prozent wird zudem „voll“ oder „eher“ zugestimmt, dass die Kinder und Jugendlichen bestimmte Kultur- bzw. Jugendeinrichtungen jetzt anders nutzen als vor der Teilnahme am Kulturrucksack.

Abbildung 17: Statements zur Wirkung des Kulturrucksacks auf die Nutzung von Kultur- und Jugendeinrichtungen, in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

¹⁰ Ergebnis der Zielgruppenbefragung ist, dass 17 Prozent der Kinder und Jugendlichen durch den Kulturrucksack eine neue Kultureinrichtung kennengelernt haben. Es sind vor allem Jugendkunstschulen und Jugendkulturzentren, die die Kinder und Jugendlichen vorher noch nicht besuchten und somit als neuen Bildungsort kennengelernt haben (37 bzw. 32 % von ihnen waren vor dem Kulturrucksack-Angebot noch nicht in diesem Veranstaltungsort).

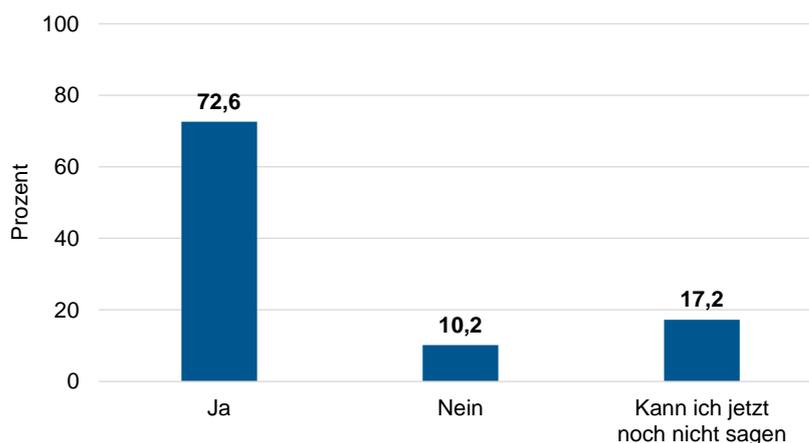
Hier kann an den meisten Orten von exemplarischen Wirkungen auf einzelne Kinder und Jugendliche berichtet werden, bspw. dass diese

- nun auch an anderen Angeboten vor Ort teilnehmen (z.B. im Jugendzentrum, im Museum),
- einen Ort jetzt selbstverständlicher besuchen, z.B. eine Bibliothek
- im Nachgang an ein Angebot nochmals mit ihren Eltern die Kulturinstitution (z.B. das Museum) besuchen,
- im Rahmen eines Kulturrucksack-Angebots eine Band gegründet haben, die nun auch außerhalb des Kulturrucksacks weiterarbeitet,
- das Themenfeld „Kultur“ für sich entdecken (Bsp.: ein ehemaliger Teilnehmer macht nun ein Freiwilliges Soziales Jahr im Bereich Kultur).

An allen Standorten wird jedoch beobachtet, dass Kinder weitere Angebote nachfragen bzw. mehrfach an Kulturrucksack-Angeboten teilnehmen (sogenannte „Wiederholungstätter“), was als Indiz dafür gesehen wird, dass die Angebote weiterführendes Interesse wecken. Die Ergebnisse der Zielgruppenbefragung bestätigen das: Rund ein Drittel der Kinder und Jugendlichen, die sich 2015 an der Zielgruppenbefragung beteiligten, hatten bereits vorher an mindestens einem anderen Kulturrucksack-Angebot teilgenommen.

Dass die Kulturrucksack-Angebote bei den Kindern und Jugendlichen ihr Interesse an weiteren Angeboten wecken, zeigen auch folgende Daten: So gaben über 70 Prozent der befragten Kinder und Jugendlichen an, noch einmal ein solches Angebot besuchen zu wollen. Nur 10 Prozent wollten explizit nicht erneut an einem solchen Kulturrucksack-Angebot teilnehmen (17 Prozent konnten zum Befragungszeitpunkt noch keine Aussage machen, Abbildung 18). Mädchen gaben etwas häufiger als Jungen an, nochmals an einem Angebot teilnehmen zu wollen (78 % gegenüber 65 %, ohne Abbildung).

Abbildung 18: Wunsch nach nochmaligem Besuch eines ähnlichen Angebots



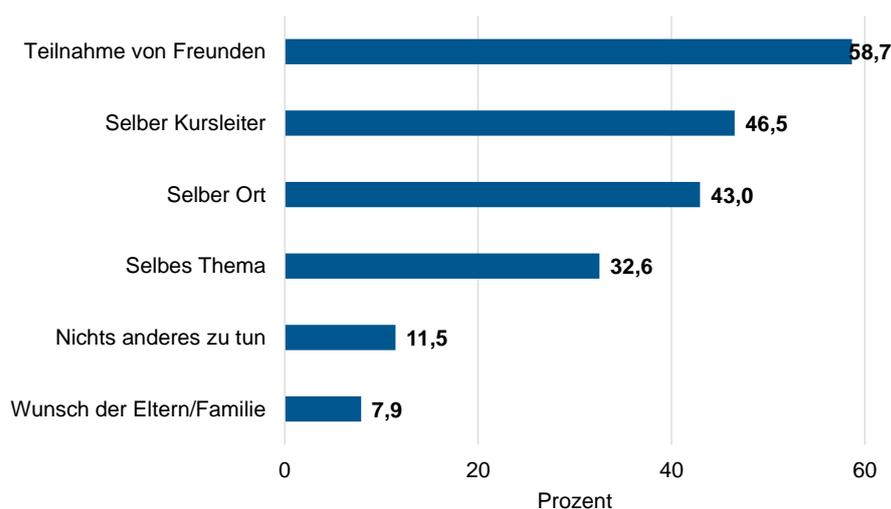
Quelle: Zielgruppenbefragung im Rahmen der Teilnahme am Kulturrucksack (2013 – 2015) (N = 1.218).

Es zeigte sich außerdem, dass Kinder und Jugendliche, die bereits ein Kulturrucksack-Angebot besucht haben, noch häufiger ein weiteres Kulturrucksack-Angebot wahrnehmen möchten als diejenigen, die zum ersten Mal an einem solchen Angebot teilnehmen (92 % gegenüber 86 %, ohne Abbildung). Auffällig ist gleichzeitig, dass keiner von jenen, die schon einmal ein Angebot des Kulturrucksacks kennengelernt haben, eine erneute Teilnahme ausschloss.

Besonders hoch ist die Motivation zu einer erneuten Teilnahme bei den Kindern und Jugendlichen, die außerhalb des schulischen Kontexts ein Angebot besucht haben: Von ihnen wollten 85 Prozent erneut ein ähnliches Angebot besuchen. Bei denjenigen, die das Angebot mit Schule besucht haben, waren es hingegen nur 48 Prozent. Umgekehrt sank die dezidierte Aussage, nicht noch einmal an einem solchen Angebot teilnehmen zu wollen, von 25 auf 4 Prozent bei denjenigen, die ohne Schule am Angebot teilgenommen haben (ohne Abbildung).

Danach gefragt, was den Kindern und Jugendlichen mit einem erneuten Teilnahmewunsch bei zukünftigen Angeboten wichtig wäre, zeigt sich die große Bedeutung personaler Faktoren: Mehr als der Hälfte der Kinder und Jugendlichen (58 %) war wichtig, dass auch Freund/innen an dem Angebot teilnehmen, für (weitere) 47 Prozent war bedeutsam, dass das Angebot von/mit demselben Kursleiter bzw. derselben Kursleiterin stattfindet. Dass es derselbe Ort ist, an dem das Angebot stattfindet, war für (weitere) 43 Prozent wichtig und dasselbe Thema wünschte sich ein Drittel. Der Wunsch der Eltern spielte hingegen nur für sehr wenige Kinder und Jugendliche eine Rolle (Abbildung 19).

Abbildung 19: Wichtige Aspekte bei einer erneuten Teilnahme am Kulturrucksack-Angebot, Mehrfachnennungen möglich

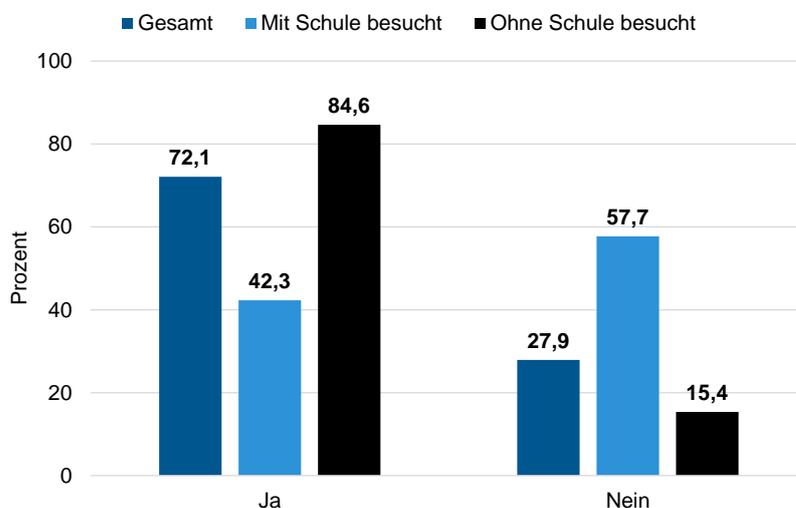


Quelle: Zielgruppenbefragung im Rahmen der Teilnahme am Kulturrucksack (2013 – 2015) (N = 1.218).

Entsprechend des hohen Interesses an einer erneuten Teilnahme an einem Kulturrucksack-Angebot wünschten sich 72 Prozent der befragten Kinder und Jugendlichen Informationen über zukünftige Angebote (Abbildung 20; zu zukünftigen Ansprechwegen vgl. Kapitel 4.2, Abbildung 5).

Analog zum höheren Interesse an einer erneuten Teilnahme von Kindern und Jugendlichen, die außerhalb von Schule an einem Angebot des Kulturrucksacks teilgenommen haben, war bei ihnen auch der Wunsch nach Informationen größer: Sofern das zurückliegende Angebot „aus eigenen Stücken“ besucht wurde, wünschten sich 85 Prozent, in Zukunft über ähnliche Angebote informiert zu werden. Bei den Kindern und Jugendlichen, die das Angebot im Kontext von Schule besucht haben, waren es dagegen nur 42 Prozent (ohne Abbildung).

Abbildung 20: Wunsch nach zukünftiger Information über ähnliche Angebote in der Nähe; gesamt und nach Besuch des Angebots mit/ohne Schule



Quelle: Zielgruppenbefragung im Rahmen der Teilnahme am Kulturrucksack (2013 – 2015) (N = 1.218).

Obwohl vielerorts einmalige Angebote durchaus als positiv angesehen werden, um Kinder an Kultur heranzuführen („*Besondere Erlebnisse vergessen die Kinder nicht*“), sehen viele Akteure auch die Schwierigkeit, dass Kinder und Jugendliche durch Kulturrucksack-Angebote „*angefixt*“ werden und dann bei Interesse nach Ende des Angebots keine passenden Anschlussangebote vorhanden sind.

Um die Kinder und Jugendlichen langfristig für Kultur zu gewinnen, betonen die Akteure die Bedeutung von kontinuierlichen kostenfreien bzw. kostenreduzierten kulturellen Bildungsangeboten für die jeweilige Altersgruppe, „*am besten mit kontinuierlichem und gut ausgebildetem Personal*“. Die Angebote müssen dabei nicht zwingend im Sozialraum der Kinder und Jugendlichen stattfinden, aber auch bei Folgeangeboten müssen die Kinder – vor allem zu Beginn – in ihrem Sozialraum abgeholt werden.

Welche Rolle hierbei die Kulturrucksack-Angebote spielen können bzw. sollen, wird unterschiedlich bewertet: Die einen sehen den Kulturrucksack als Chance, die Kinder und Jugendlichen mit verschiedenen Themen und Sparten bekannt zu machen, um ihnen die Vielfalt kultureller Angebote zu vermitteln. Sie sehen dann die beteiligten Institutionen (Jugend- und Kulturinstitutionen, Schulen etc.) in der Pflicht, sich um die Organisation und Finanzierung von Anschlussangeboten zu kümmern. Das scheint vor Ort jedoch in den meisten Fällen nicht zu gelingen. Neben der Frage nach der Anschlussfinanzierung ist dabei aus Sicht der Institutionen auch die mangelnde Planbarkeit eine Herausforderung: Man weiß im Vorfeld nicht, „*ob und wenn ja, wie viele Kinder an einem weiteren Angebot Interesse hätten*“. Sie sehen daher das Land in der Pflicht, langfristig finanzielle Mittel für kulturelle Bildungsangebote zur Verfügung zu stellen. Viele Befragte sehen große Schwierigkeiten darin, in dieser Form Angebote nach Auslaufen des Landesprogramms ohne externe Förderung weiterführen zu können.

5.2 ... auf die Arbeit der beteiligten Institutionen und Akteure

Durch die Beteiligung am Landesprogramm Kulturrucksack ergeben sich laut eigener Einschätzung bzw. Einschätzungen der Kulturrucksack-Beauftragten überwiegend positive Wirkungen auf und Lerneffekte für die beteiligten Institutionen und Künstler/innen – auch wenn viele Kulturrucksack-Akteure bereits Erfahrungen mit der Zielgruppe und/oder mit der Durchführung von kulturellen Bildungsangeboten haben:

... auf Kulturinstitutionen

Kulturinstitutionen berichten vor allem von Erkenntnissen über die Bedarfe und Interessen der Zielgruppe, über Medien zur Zielgruppenansprache, aber auch Erkenntnisse über die Orte und Institutionen, an denen die Zielgruppe anzutreffen ist (z.B. Jugendzentren, Schulen, Kinderheime, Flüchtlingsunterkünfte). Auch die Bedeutung der Partizipation von Jugendlichen bei der Angebotsplanung ist einigen Akteuren durch die Teilnahme am Kulturrucksack klarer geworden. Diese Erkenntnisse wollen sie für die zukünftige Arbeit ihrer Institutionen nutzen. Die Zielgruppe der 10- bis 14-Jährigen ist zum Teil erstmals in den Fokus der Arbeit gerückt: *„Man denkt die Zielgruppe bei der Jahresplanung jetzt mit“*.

Mehrfach wird darauf verwiesen, dass das Umdenken in den Kulturinstitutionen Zeit braucht. Der Kulturrucksack verhilft den Institutionen dazu, Konzepte und Angebote für die Zielgruppe zu entwickeln und zu erproben. Darüber hinaus prägen die Kulturrucksack-Angebote die Kulturorte ganz praktisch, z.B. durch von den Teilnehmenden entwickelte Exponate, die nun im Museum ausgestellt werden oder Kinder – in Einzelfällen auch deren Eltern –, die nun auch andere Angebote der Einrichtungen wahrnehmen.

... auf Jugendeinrichtungen

Die Kulturrucksack-Projekte werden als *„deutliche Bereicherung im Bereich der Jugendarbeit“* bewertet, weil sie deren *„klassische Arbeit erweitern“*. Jugendeinrichtungen freuen sich, dass sie durch die Teilnahme am Landesprogramm und die Möglichkeit, *„besondere Projekte“* bzw. *„qualitativ hochwertige“* Projekte durchzuführen, von der Öffentlichkeit (verstärkt) als Einrichtung der kulturellen Jugendbildung wahrgenommen werden. Auch sie selbst nehmen sich dadurch (stärker) als solche Orte wahr. Vereinzelt haben sie, nachdem sie zu Beginn der Laufzeit als Kooperationspartner an einem Kulturrucksack-Angebot mitgewirkt haben, im Laufe des Programms nun auch von sich aus Konzepte entwickelt und umgesetzt.

Jugendeinrichtungen berichten davon, dass einzelne Kinder und Jugendliche, die durch den Kulturrucksack erstmals die Jugendeinrichtung betreten haben, auch nach Teilnahme am Kulturrucksack-Angebot erneut an dem jeweiligen Ort *„gesichtet“* wurden – sei es bei anderen Angeboten oder in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit. Systematisch wird das aber nicht nachgehalten.

... auf beteiligte Schulen

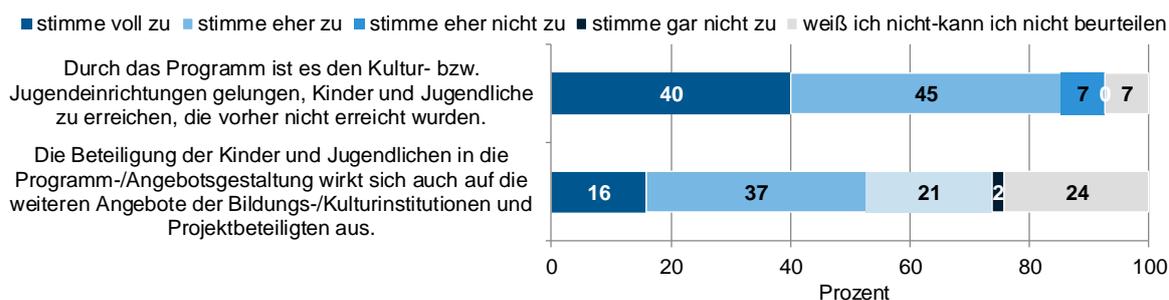
Dort, wo die Angebote des Kulturrucksacks eng an Schulen angedockt sind, ist das Thema *„Kulturelle Bildung“* präsenter geworden oder hat sich nochmals verstärkt: Lehrkräfte lernen das Angebotsspektrum kultureller Bildungseinrichtungen im Umfeld besser kennen, erlernen selbst neue (künstlerische) Techniken oder greifen Themen aus dem Kulturrucksack im Rahmen schulischer Projekte (außerhalb des Kulturrucksacks) auf. Die Anbindung an Schulen wird hier insbesondere vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeit positiv bewertet.

Zum anderen wird hier eine stärkere Sensibilisierung der Schulen für außerschulische Angebote der kulturellen Bildung festgestellt: Die Schulen stellten bspw. fest, dass außerschulische kulturelle Bildungsangebote für die Kinder und Jugendlichen einen anderen Wert haben (z.B. „Kinder verhalten sich hier anders“, „Kinder nehmen Kultur anders wahr, weil es keine Noten gibt“).

... auf Angebote der beteiligten Institutionen insgesamt

Der Kulturrucksack NRW hat vielerorts einen direkten oder indirekten Einfluss auf die Angebotspalette der beteiligten Institutionen auch außerhalb des Landesprogramms. So gibt bspw. im Rahmen des Monitorings 2016 gut die Hälfte der Kommunen an, dass sich die Beteiligung der Kinder und Jugendlichen auf die weiteren Angebote der Bildungs-/Kulturinstitutionen und Projektbeteiligten auswirkt (Abbildung 21). Noch deutlicher ist die Wirkung auf die Zielgruppenerreichung: 85% stimmen „voll“ oder „eher“ zu, dass es durch den Kulturrucksack gelungen ist, Kinder und Jugendliche in den Kultur- bzw. Jugendeinrichtungen zu erreichen, die vorher nicht erreicht wurden.

Abbildung 21: Statements zur Wirkung des Kulturrucksacks auf die beteiligten Institutionen, in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

...auf beteiligte Künstlerinnen und Künstler

Künstlerinnen und Künstler spielen bei der Durchführung der Kulturrucksack-Angebote eine wichtige Rolle (vgl. Kapitel 2.3). An den Orten sind – neben der Vertiefung der Zusammenarbeit mit bekannten Künstler/innen – auch Kontakte zu Kulturschaffenden entstanden, mit denen man vorher noch keinen Kontakt hatte. Die Kontakte sind meist über andere Kulturrucksack-Akteure zustande gekommen. Für die Künstler/innen haben sich durch die Durchführung von Kulturrucksack-Angeboten vielerorts Kontakte zu Jugendeinrichtungen oder Schulen ergeben, die in Einzelfällen schon jetzt, aber auch in Zukunft für eine weitere Zusammenarbeit genutzt werden sollen. Vereinzelt wird davon berichtet, dass die Durchführung eines Kulturrucksack-Angebots eine gute Referenz in ihrem Lebenslauf darstellt und den Zuschlag für weitere Projekte begünstigt.

Viele Künstler/innen haben seit Beginn des Landesprogramms mehrfach Kulturrucksack-Angebote durchgeführt, die sich dann aber häufig thematisch verändert haben (bspw. weil man mit anderen Kindern und Jugendlichen zusammengearbeitet hat oder weil man ein Angebot in Kooperation mit einem anderen Künstler bzw. einer anderen Künstlerin oder an einem anderen Ort durchgeführt hat).

... auf die Zusammenarbeit von Institutionen und Künstler/innen

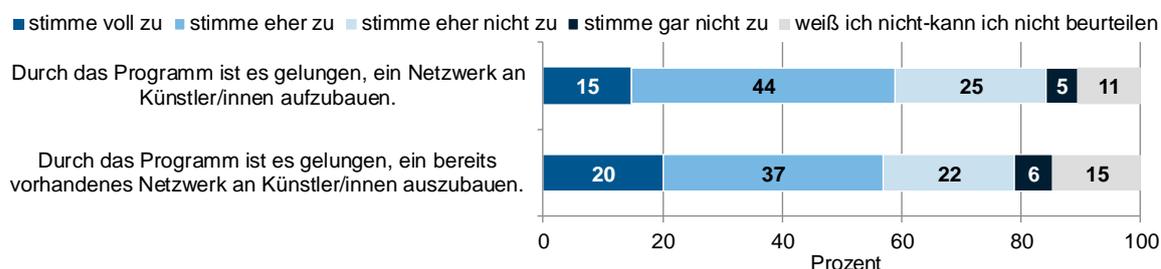
Sofern Angebote in einem Tandem aus pädagogischer Fachkraft und Künstler/in durchgeführt werden, wird – wenn die Zusammenarbeit gelingt – nahezu überall von positiven Wirkungen auf die Projektdurchführenden selbst berichtet: Die Jugendeinrichtungen bzw. pädagogischen Fachkräfte berichten – sofern sie tatsächlich bei der Umsetzung der Angebote dabei sind und/oder es einen interdisziplinären Dialog gab – von Lernprozessen und Ideen (z.B. in Bezug auf handwerkliche, künstlerische Techniken), die sie in ihrer alltäglichen Arbeit aufgreifen wollen bzw. bereits anwenden. Auch lernen sie – sofern die Kulturrucksack-Angebote außerhalb der Jugendeinrichtungen stattfinden – z.T. neue Orte kennen, die für weitere Ausflüge genutzt werden könnten. Die Kunstschaffenden lernen „im Gegenzug“ etwas über die Ansprache, den Umgang mit der Zielgruppe sowie über Besonderheiten einzelner Kinder und deren Interessen.

Zudem wird wahrgenommen, dass das Thema „Kulturelle Jugendbildung“ in einigen Verwaltungen (Jugend- oder Kulturbereich, Schulbereich) „bedeutsamer geworden“ ist, die Institutionen und Künstler/innen werden nun als relevanter Akteur im Feld wahrgenommen. Zum Teil konnten „Schwellenängste“ von Institutionen, aber auch Künstler/innen z.B. gegenüber dem Kulturbüro abgebaut werden („Die Scheu vor der Stadt wurde aufgeweicht“; „Die freie Szene traut sich jetzt ins Amt“).

An einigen Orten haben die Kulturrucksack-Beauftragten im Programmverlauf damit begonnen, die Kontaktdaten zu den Künstler/innen systematisch zu erfassen (z.B. in Form einer Excel-Datei) und weiterzuschreiben. Vereinzelt wurde die „Datenbank“ bereits einem anderen Fachbereich bzw. einem beteiligten Verbundpartner zur Verfügung gestellt. Häufig sind die Kontakte jedoch nicht schriftlich erfasst, sondern befinden sich „im Kopf der Kulturrucksack-Beauftragten“ oder sind – mit weiteren potenziellen Kooperationspartnern – in einem Verteiler enthalten.

In über der Hälfte der Kommunen und Kreise, die das Monitoring 2016 beantwortet haben, konnten durch die Teilnahmen am Kulturrucksack Künstler/innen-Netzwerke aus- oder aufgebaut werden. Gleichzeitig gaben rund 40 Prozent an, dass Netzwerke weder aus- noch aufgebaut wurden bzw. zum Zeitpunkt der Befragung dazu (noch) keine Einschätzung möglich war (Abbildung 22).

Abbildung 22: Statements zur Wirkung des Kulturrucksacks auf das Netzwerk an Künstler/innen, in Prozent



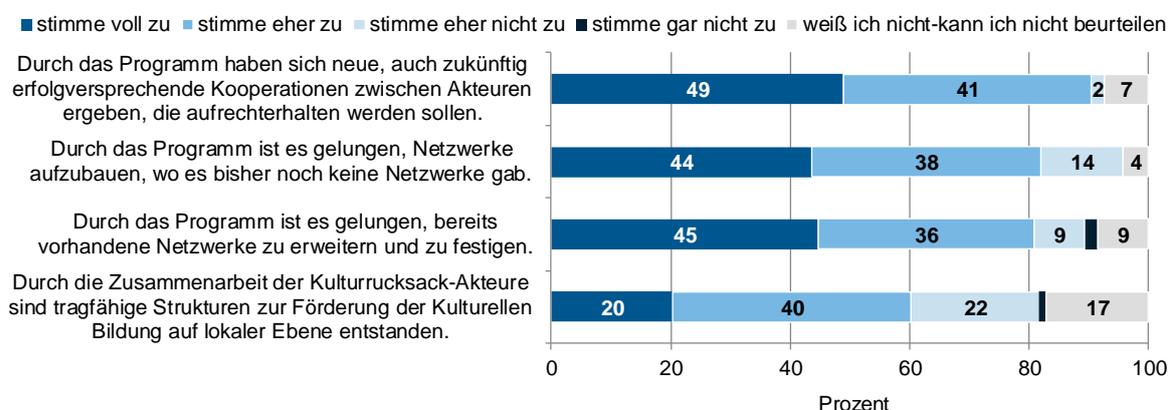
Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

5.3 ... auf das Netzwerk zur Förderung und Umsetzung kultureller Bildung vor Ort

Grundsätzlich sehen sich viele der befragten Kommunen, Verbünde und Kreise (mittlerweile) sehr gut aufgestellt für die Umsetzung des Kulturrucksacks vor Ort: Dort, wo es bereits vor Beginn des Landesprogramms ein Netzwerk zur kulturellen Bildung gab, hat der Kulturrucksack zur Vertiefung der Zusammenarbeit oder zum Ausbau des vorhandenen Netzwerks geführt. An mehreren Orten, wo es vorher noch kein Netzwerk gab, haben sich – auf Initiative der Kulturrucksack-Beauftragten – Akteure aus verschiedenen Bereichen zusammengefunden. Im Programmverlauf konnten hier wichtige Kooperationspartner gewonnen werden.

Diese Befunde der Vertiefungsuntersuchungen bestätigt das Monitoring: Hier erfahren Aussagen zur Erweiterung und Festigung vorhandener Netzwerke als auch zum Aufbau neuer Kooperationen und Netzwerke allesamt eine Zustimmung von über 80 Prozent (Abbildung 23). Leicht verhaltener ist die Zustimmung, dass tragfähige Strukturen zur Förderung der kulturellen Bildung auf der lokalen Ebene entstanden sind (60 % stimmen „voll“ oder „eher“ zu), was vermuten lässt, dass mancherorts auch Unsicherheiten hinsichtlich dem Fortbestehen der Netzwerkarbeit vorhanden sind.

Abbildung 23: Statements zur Wirkung des Kulturrucksacks auf die Kooperation und das Netzwerk der Kulturrucksack-Akteure, in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

An wenigen Orten ist kein Netzwerk entstanden oder fehlt nach mehrjähriger Programmteilnahme der Einbezug eines wichtigen Bereichs (z.B. das Jugend- oder Kulturamt oder das Bildungsbüro) noch komplett. An mehreren Orten fehlen hingegen (noch) einzelne Akteure (z.B. ein bestimmtes Museum, Künstler/innen einer bestimmten Sparte, Bands, Kirchengemeinden, einzelne Jugendeinrichtungen), die aus Sicht der Akteure die Umsetzung des Landesprogramms noch bereichern könnten. Als Gründe werden fehlende Ansprechpersonen (wegen Vakanzen oder fehlenden Kontakten), organisationale Veränderungen, fehlendes Interesse sowie fehlende Unterstützung der Amtsleitung hinsichtlich einer Zusammenarbeit genannt.

An vielen Orten, an denen die unterschiedlichen Akteure im Rahmen des Kulturrucksacks erstmals zusammengearbeitet haben, sprechen sie von „Reibereien“ bzw. „Anfangsschwierigkeiten“ zu Beginn der Zusammenarbeit (bspw. aufgrund der anderen Perspekti-

ven, Herangehens- und Arbeitsweisen). Im Programmverlauf konnten diese Schwierigkeiten durch regelmäßige Kommunikation und eine „Arbeit auf Augenhöhe“ beseitigt werden. Die interdisziplinäre Zusammenarbeit wird daher mittlerweile nahezu überall als sehr positiv bewertet, weil unterschiedliche Perspektiven, Know-How und Kontakte eingebracht werden, die die Umsetzung des Kulturrucksacks vor Ort positiv beeinflussen.

Viele Kulturrucksack-Akteure, die bereits seit mehreren Jahren am Landesprogramm teilnehmen, berichten davon, dass durch das Kennenlernen im Rahmen des Kulturrucksacks „Wege zwischen den Institutionen kürzer“ geworden sind („man kennt sich jetzt“, „man hat die anderen jetzt auf dem Schirm“, „man kommt mehr ins Gespräch, man nimmt sich wahr“), und zwar insbesondere dort, wo ein Netzwerk durch den Kulturrucksack erst aufgebaut wurde.

Angebotsübergreifende Austauschtreffen tragen zudem dazu bei, dass einzelne Kooperationspartner (Kultur- und Jugendeinrichtungen, Verwaltungen, Künstlerinnen und Künstler etc.) ihre eigenen Netzwerke (weiter) ausgebaut haben.

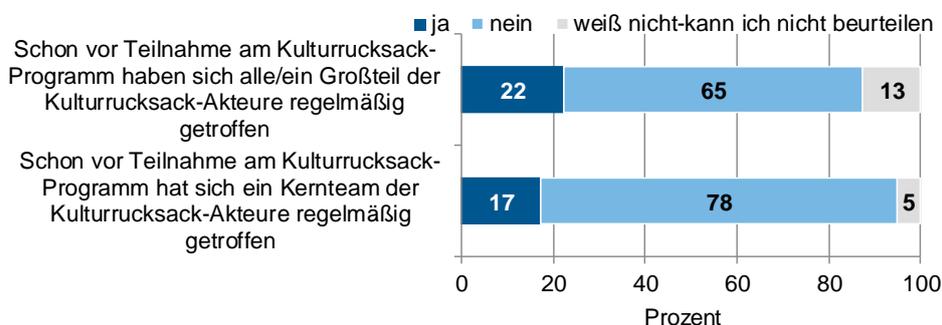
Es gibt jedoch keine Kooperationen, die grundsätzlich erfolgversprechend sind: Vieles hängt hier am persönlichen Engagement und den Ressourcen der einzelnen Akteure. Jedoch verweisen besonders viele Akteure darauf, dass insbesondere Kooperationen zwischen Jugendeinrichtungen und „Anbietern der kulturellen Bildung“ (Kulturinstitutionen, Künstler/innen etc.) aufrechterhalten bleiben sollen.

Diejenigen, die in der Vergangenheit sowieso schon zusammengearbeitet haben oder parallel zum Kulturrucksack-Angebot in anderen (Kulturrucksack-)Projekten zusammenarbeiten, sehen die Chancen als sehr hoch an, auch in Zukunft weiter bzw. erneut zusammenzuarbeiten – in weiteren Kulturrucksack-Projekten, aber auch in anderen Zusammenhängen. Diejenigen, die sich über den Kulturrucksack neu kennengelernt haben, berichten davon, dass Kontakte zwischen den Einrichtungen entstanden sind (z.B. zwischen einem Jugendtreff und einem Museum) und „die Wege zwischen den Einrichtungen jetzt viel kürzer [sind]“: „Man ist näher dran“. „Wir sind keine Fremden mehr“. „Ich weiß jetzt, was sie machen und brauchen und umgekehrt“.

Die regelmäßigen Treffen, die laut der Kulturrucksack-Akteure in 64 Prozent der Kommunen und Kreise stattfinden, sind in den meisten Fällen extra für die Umsetzung des Landesprogramms ins Leben gerufen worden: Nur in rund einem Fünftel der Kommunen und Kreise mit solchen Treffen haben diese schon vor dem Landesprogramm bestanden. In 65 Prozent treffen sich alle/ein Großteil der Akteure in dieser regelmäßigen Form erstmals für das Landesprogramm (Abbildung 24). Auch die regelmäßigen Treffen der Kernteams sind mehrheitlich extra für den Kulturrucksack initiiert worden: In 59 Prozent der befragten Kommunen und Kreise gibt es sie, nur in 17 Prozent gab es diese Treffen schon vorher. In 78 Prozent sind sie hingegen neu entstanden.

Dabei zeigen sich jeweils Unterschiede nach Größe der Kommunen: Zuvorderst in Großstädten, aber auch in Mittelstädten, haben in hohem Umfang bereits vor Teilnahme am Kulturrucksack Treffen stattgefunden – nicht jedoch in Kleinstädten (ohne Abbildung).

Abbildung 24: Vernetzung der Kulturrucksack-Akteure vor Teilnahme am Kulturrucksack-Programm, in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

5.4 ... auf die interkommunale Zusammenarbeit

In vielen Verbänden konnten interkommunale Kooperationen auf- und ausgebaut werden, die auch in Zukunft weitergeführt werden sollen. Vielerorts ist eine „interkommunale Vernetzung im Sinne der kulturellen Bildung“ entstanden, die es in dieser Form bisher nicht gab. Im Verlauf des Landesprogramms wurden die Verbände und Kreise z.T. ausgebaut, nicht immer sind jedoch alle Gemeinden oder kreisangehörigen Städte in das Netzwerk involviert. In Einzelfällen sind – zusätzlich zur kreisweiten Vernetzung und aufgrund der großen Fläche – geografisch bedingte Untergruppen entstanden (vgl. Kapitel 2.4).

Auch hat das Kulturrucksack-Programm in den Verbänden und Kreisen bei den Kulturrucksack-Akteuren dazu geführt, „mal über den Tellerrand zu gucken“ und die Kulturangebote in den Nachbargemeinden kennenzulernen. Gerade sehr kleine Gemeinden, die an Verbänden mit kulturell gut aufgestellten Gemeinden und Städten beteiligt sind, bezeichnen diese „Horizontenerweiterung“ als sehr positiv. Der Kulturrucksack wird von einigen Kommunen „als Sprungbrett“ bezeichnet, um im kulturellen Bereich der Gemeinden auch in Zukunft etwas zu bewegen.

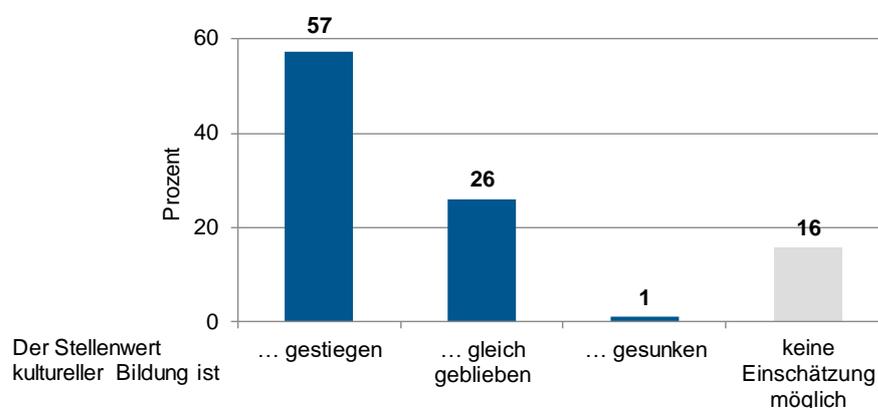
Viele neue Kooperationen haben sich zwischen einzelnen Institutionen – sowohl kommunenübergreifend, aber auch kommunenintern – ergeben, z.B. zwischen Jugendzentren unterschiedlicher Gemeinden, zwischen Kultur- und Jugend-Institutionen oder zwischen Verwaltungen und Praxisakteuren aus dem Kultur- und Jugendbereich. „Der Kulturrucksack war Anlass zum Brückenbauen, das ist wirklich toll“. „Jugendhäuser wurden von Künstlern als Ort für Kultur wahrgenommen, das ist ein großer Erfolg“.

In allen Verbänden sind Kontakte entstanden, die auch nach Auslaufen des Landesprogramms erhalten bleiben („Wir haben uns kennengelernt und der Kontakt bleibt“), „Schwelle zwischen den Kommunen ist jetzt weg“, „zwischen den Kulturämtern kennen wir uns jetzt“, „Man greift jetzt eher mal zum Hörer und ruft jemanden an“, auf Treffen in anderen Zusammenhängen (z.B. bei einer Vernissage) komme man jetzt ins Gespräch – inwiefern die Zusammenarbeit dann aber in dieser Form aufrecht erhalten bleiben kann (z.B. regelmäßige Treffen), ist vielerorts noch unsicher. In Einzelfällen hat man sich aufgrund der erfolgreichen Zusammenarbeit im Kulturrucksack-Programm nun in der Verbund-Konstellation auch auf ein anderes (Landes-)Programm beworben.

5.5 ... auf den Stellenwert und Angebote der kulturellen Bildung vor Ort insgesamt

Die Wirkungen des Kulturrucksacks zeigen sich nicht zuletzt daran, dass deutlich über die Hälfte der im Monitoring befragten Kommunen und Kreise angeben, dass der Stellenwert kultureller Bildung in der Kommune bzw. im Kreis für die Politik und die Verwaltung durch die Teilnahme am Landesprogramm Kulturrucksack NRW gestiegen ist (57 %). Rund ein Viertel geben an, der Stellenwert sei gleich geblieben, nur eine Kommune gibt an, der Stellenwert sei gesunken (und 16 % ist keine Einschätzung möglich) (Abbildung 25).

Abbildung 25: Bedeutung der Teilnahme am Landesprogramm Kulturrucksack NRW für Politik und Verwaltung auf den Stellenwert kultureller Bildung in der Kommune/im Kreis, in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

An den Orten, wo kulturelle Bildung bereits vor dem Kulturrucksack im Jugend- und Kulturbereich fest verankert war und einen hohen Stellenwert hatte, zeigt das Landesprogramm vor Ort nach Aussage der Kulturrucksack-Akteure in den Vertiefungsuntersuchungen dennoch Wirkung: Durch den Kulturrucksack konnte hier das vorhandene Angebot erweitert werden: Es gibt dort nun mehr und vor allem kostenlose bzw. kostenreduzierte Angebote für 10- bis 14-Jährige. Darüber hinaus unterscheiden sich die Angebote z.T. von den bisherigen Angeboten, weil gezielt die Möglichkeit besteht, Themen aus der Lebenswelt der Jugendlichen aufzugreifen und/oder professionelle Fachkräfte und Materialien einzusetzen.

Insgesamt 55 Einzelkommunen und Kreise geben im Monitoring 2016 an, dass der Stellenwert kultureller Bildung durch die Teilnahme am Landesprogramm vor Ort insgesamt (noch) zugenommen hat. Das zeigt sich nach Aussagen der Befragten in den Vertiefungsuntersuchungen 2016 u.a. dadurch, dass – durch den Kulturrucksack angestoßen –

- auf politischer Ebene angekommen ist, dass kulturelle Bildung für Kinder und Jugendliche wichtig ist und sowohl Kulturrucksack-Angebote als auch die entstandenen bzw. gestärkten Netzwerke als positiv hervorgehoben werden,
- einzelne Institutionen nun (stärker als vorher) als Akteure im Bereich der kulturellen Bildung wahrgenommen werden (von der Politik, von anderen Akteuren im Bereich der kulturellen Bildung, von den Kindern und Jugendlichen bzw. deren Eltern) sowie

- Angebote an Orten stattfinden, an denen vorher keine Angebote der kulturellen Bildung für die Altersgruppe stattfanden.

In *Einzelfällen* haben sich Kommunen oder Gemeinden durch die gestärkte inter- oder intrakommunale Vernetzung und die gestiegene Wertschätzung des Themas vor Ort dazu entschlossen, auch bei anderen Kulturprogrammen mitzumachen und/oder ein Gesamtkonzept oder eine „Landkarte“ über die kulturellen Bildungsangebote vor Ort zu entwickeln.

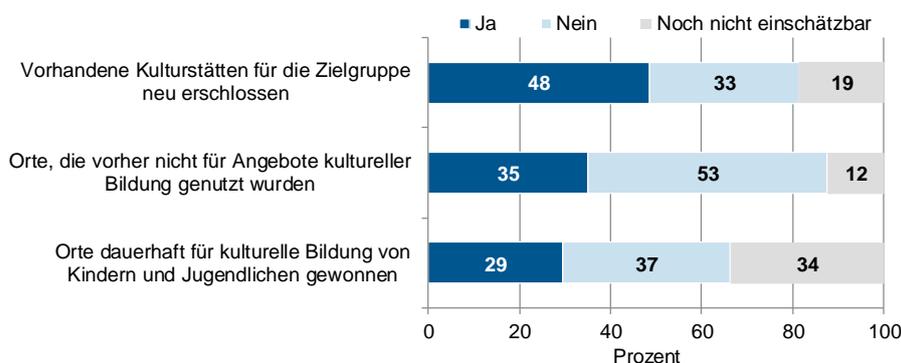
In 13 Kommunen schätzen die Kulturrucksack-Beauftragten die Bedeutung des Themas „Kulturelle Bildung“ für die Politik und die Verwaltung im Monitoring 2016 nach wie als eher niedrig ein, an 13 weiteren Standorten ist die Einschätzung hierzu nicht möglich (vgl. Kap. 2.1.1). In den Vertiefungsuntersuchungen 2016 werden die Gründe dort, wo „Kulturelle Bildung“ eher von niedriger Bedeutung ist, auf personelle Engpässe oder „andere Baustellen“ bei potenziellen Kooperationspartnern (z.B. dem Jugend- oder Kulturamt) zurückgeführt sowie auf eine „*fehlende Lobby*“ für das Thema „Kulturelle Bildung“ vor Ort.

Erschließung neuer Orte

Das Landesprogramm Kulturrucksack NRW verfolgt das Ziel, in den Kommunen und Kreisen neue Veranstaltungsorte für die kulturelle Bildung zu finden und vorhandene Veranstaltungsorte für die Zielgruppe (dauerhaft) zu erschließen. Die Auswertungen des Monitorings 2016 zeigen, dass dieses Ziel oft erreicht wird: Rund die Hälfte der Teilnehmenden geben an, dass im Rahmen des Kulturrucksacks vorhandene Kulturstätten für die Zielgruppe neu erschlossen wurden. 35 Prozent erklären, dass seit der Teilnahme am Kulturrucksack-Programm Angebote kultureller Bildung an Orten stattfinden, die vorher nicht zur kulturellen Bildung genutzt wurden (Abbildung 26).

Dass die Orte dauerhaft für kulturelle Bildung gewonnen werden können, wird jedoch nur verhalten (29 %) als positiv eingeschätzt. Der Anteil derer, die vom Gegenteil überzeugt sind, liegt mit 37 Prozent deutlich höher.

Abbildung 26: Erschließung von Veranstaltungsorten für die kulturelle Bildung von Kindern und Jugendlichen, in Prozent



Quelle: Monitoring im Landesprogramm Kulturrucksack NRW (2016) (N = 99).

Orte, die temporär oder langfristig für Angebote erschlossen werden, sind z.B. Plätze im öffentlichen Raum (z.B. im Rahmen von Stadtrallyes, Graffiti-Aktionen, Tanz- oder Theaterperformances, Ausstellungen), Kunstateliers von beteiligten Künstlern/innen oder auch andere kulturelle Institutionen, die vorher keinen Fokus auf die Zielgruppe der 10- bis 14-Jährigen hatten.

Die (temporäre) Erschließung funktioniert aber nur, wenn man gemeinsam mit den Teilnehmenden diesen Ort – am besten ausgehend von einem der Zielgruppe vertrauten Ort – z.B. einer Jugendeinrichtung aufsucht. Die 10- bis 14-Jährigen und das kulturelle Bildungsangebot ist hier – jedenfalls temporär – sichtbar geworden. Zum Teil werden die Orte für weitere Kulturrucksack-Angebote erneut besucht, häufig sind die Aktionen aber einmalig. Inwiefern z.B. Ateliers von Künstler/innen dauerhaft als kulturelle Bildungsorte für die Zielgruppe genutzt werden, obliegt den Kunstschaffenden. Mancherorts wird jedoch davon berichtet, dass vorhandene Angebote in den Ateliers nun *„durchlässiger geworden sind auch für jüngere Kinder“*.

Entwicklung der Angebotspalette

Etwa die Hälfte der befragten Kommunen und Kreise schätzen, dass die Anzahl der Angebote der kulturellen Bildung – unabhängig von den Angeboten des Kulturrucksacks – vor Ort gestiegen ist (51%, ohne Abbildung). Dies verweist darauf, dass viele Kommunen die Angebotslandschaft im Bereich der kulturellen Bildung im Blick haben. 28 Prozent geben an, die Zahl der Angebote sei unverändert und lediglich ein Prozent berichtet von einem Rückgang (und 20 % ist keine Einschätzung möglich).

Im Vergleich zum Jahr 2013 geben jedoch deutlich weniger Kommunen und Kreise an, dass die Anzahl der Angebote zur kulturellen Bildung gestiegen ist (2013 gaben 75 % an, die Anzahl der Angebote sei gestiegen, bei 15 % waren sie gleich geblieben). Vielmehr geben sie häufiger an, die Anzahl sei gleichgeblieben. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass – nach steigenden Angebotszahlen seit 2013 – nun die Zahl der Angebote auf gleichem Niveau stagniert.

5.5.1 Verstetigung von Angeboten des Kulturrucksacks

Die Verstetigung der im Kulturrucksack entwickelten Angebote außerhalb der Kulturrucksack-Finanzierung verfolgen bisher wenige Kulturrucksack-Akteure systematisch und konkret. Die Kulturrucksack-Akteure steuern dies auch bisher nur in Ausnahmefällen, z.B. dadurch, dass in einigen Angeboten die Kulturrucksack-Förderung langsam zurückgeschraubt wird und die Akteure aktiv dazu angeregt werden, auch eigene Finanzierungsmöglichkeiten außerhalb der Landesförderung im Kulturrucksack zu suchen.

Mehrere Verbände und Kreise berichten z.B. davon, einzelne Angebote in den Schulen weiterzuführen – z.B. Trommel-, Graffiti- oder Töpfer-Workshops im Nachmittagsbereich sowie eine Stadtrallye. Einige Institutionen bieten die Angebote jetzt in ihrem Regelprogramm an (z.B. ein Manga-Workshop in einer Bibliothek). Außerdem geben Kulturrucksack-Angebote in Einzelfällen den Anstoß dazu, vorhandene Räume umzunutzen oder neu zu gestalten (z.B. plant eine Bibliothek aufgrund eines Angebots jetzt die Einrichtung einer Comicabteilung; eine andere Kommune plant die Einrichtung eines Ortes, in dem Jugend- und Kulturarbeit gemeinsam Projekte anbieten).

Grundsätzlich heben viele Kulturrucksack-Akteure die guten Kontakte hervor, die zwischen Künstler/innen und Jugendzentren entstanden sind, die z.T. auch schon für weitere Projekte außerhalb des Kulturrucksack-Programms (bspw. finanziert über Mittel der Jugendförderung) genutzt werden konnten. Jedoch wird auf die Schwierigkeit verwiesen, dass Angebote ohne zusätzliche Finanzierung *„in Zukunft nicht von selbst weiterlaufen“*.

Dafür müssten die Gelder an anderer Stelle gekürzt werden – was schwierig sei, weil auch andere Angebote gut laufen.

Neben den überwiegend positiven Effekten, die sich auf das Angebot der kulturellen Bildung in den Verbänden und Kreisen ergeben, berichten einzelne Kulturrucksack-Akteure auch von weniger erfreulichen Effekten. So würden kostenfreie bzw. deutlich kostenreduzierte Kulturrucksack-Angebote z.T. in Konkurrenz zu bereits bestehenden und kostenpflichtigen Angeboten treten. Als Beispiel werden hier häufiger Jugendkunstschulen genannt, die ähnliche Angebote sowohl im Kulturrucksack als auch außerhalb anbieten, aber bei letzteren einen Teilnahmebeitrag verlangen (müssen). Der Kulturrucksack kann hier zur Schwächung der Strukturen vor Ort führen.

Der Versuch, gut besuchte Angebote z.B. aus dem bestehenden Budget der Jugendarbeit weiter zu finanzieren hat zur Folge, andere Angebote abzusetzen oder die finanzielle Unterstützung zu kürzen, was bei den betroffenen Akteuren zu Unverständnis und Ärger führen kann. Auch besteht die Gefahr, (personelle) Ressourcen von anderen Altersgruppen abzuzwacken (z.B. der Altersgruppe 14plus), wenn man sich zu sehr auf die Arbeit im Kulturrucksack konzentriert (sowohl auf Ebene der Verwaltungen als auch auf praktischer Ebene).