



## Datenforschungsprojekt „Kulturelle Interessen und Gewohnheiten von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte“

Im Auftrag der  
Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen



Der Ministerpräsident  
des Landes  
Nordrhein-Westfalen



## Index

**Hintergrund**

Untersuchungsdesign Phase 1

Kernergebnisse Phase 1

Untersuchungsdesign Phase 2

## Hintergrund und Ziele



- Zu Beginn des Jahres 2005 hatte das Referat „Interkulturelle Kulturarbeit – Dialog der Kulturen“, heute in der Staatskanzlei NRW, das Pilotprojekt: „Kommunales Handlungskonzept Interkultur – Land sucht Best-Practice-Beispiele in der Kommunalen Interkulturellen Kulturarbeit“ ausgelobt.
- Migration und Integration sind schon seit Jahrzehnten wesentlicher Bestandteil der Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik, die Kulturpolitik hatte aber noch nicht in angemessener Weise auf die migrationsbedingten kulturellen Veränderungen, Bedarfe und Bedürfnisse einer multiethnischen Stadtgesellschaft reagiert.
- Ziel des Projektes ist es, die kulturelle Partizipation von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte in NRW nachhaltig zu erhöhen.
- Das LDS NRW wurde in einer ersten Phase beauftragt mit einer Bestandsaufnahme von Daten und Fakten zum Thema Interkultur. In einer zweiten Phase soll eine Piloterhebung zu dem Thema in Dortmund durchgeführt werden.

## Definition: Zielgruppe

Zielgruppe für das Projekt sind Menschen mit Zuwanderungsgeschichte. Diese Personengruppe wird wie folgt definiert:



Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit oder

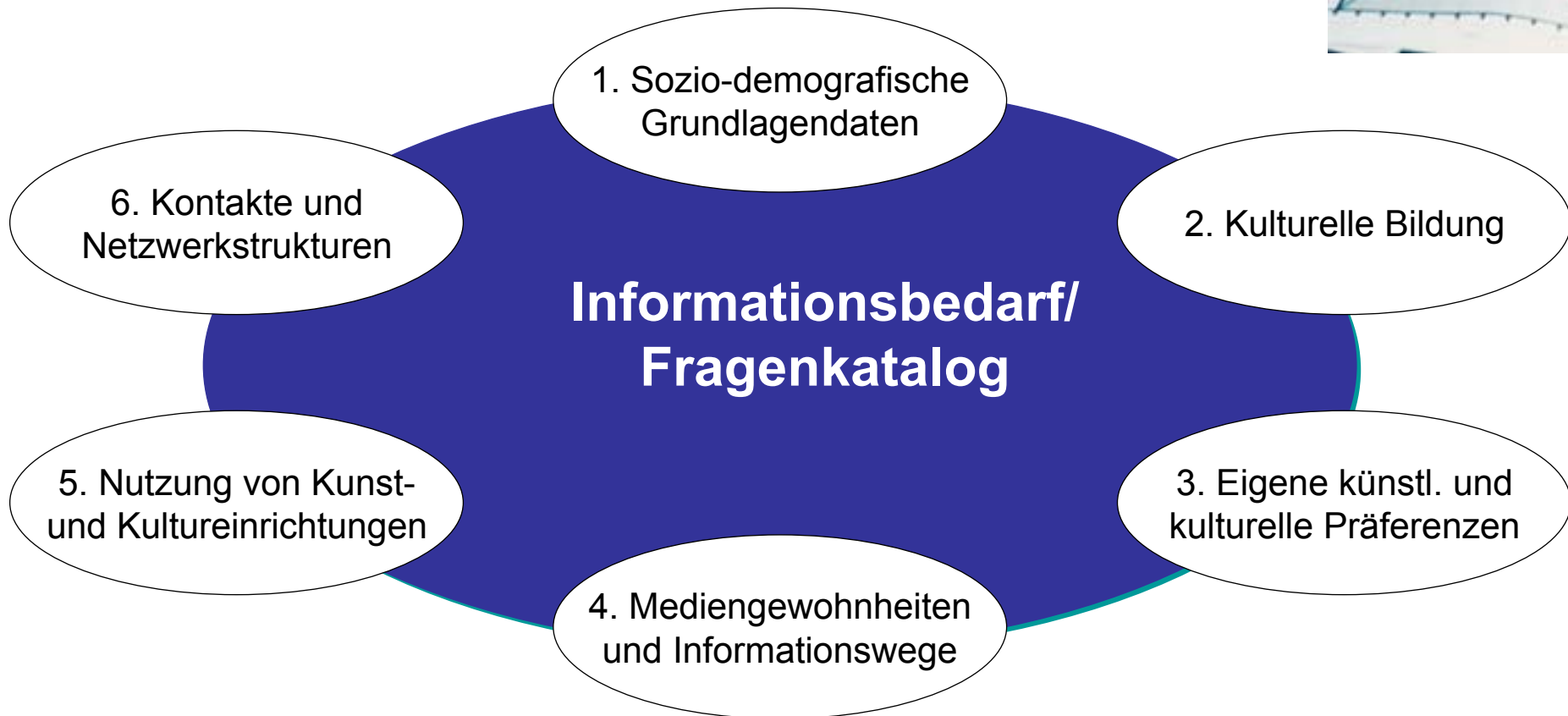
Personen, die seit 1950 zugewandert sind oder

Personen mit mindestens einem seit 1960 zugewanderten  
oder ausländischen Elternteil.

**Menschen mit  
Zuwanderungs-  
geschichte**

## Informationsbedarf

Der Informationsbedarf bezieht sich auf 6 Themenfelder:



## Forschungsprozess

### Phase 1

- Bestandsaufnahme über vorhandene Informationen; Identifikation „weißer Flecken“
- Vorstellung auf der Tagung Interkultur, Veröffentlichung



- Online Veröffentlichung ([www.nrw-kulturen.de](http://www.nrw-kulturen.de))

*bis Ende 2006*

### Phase 2

- Konzipierung und Durchführung der Feldarbeit in der Pilotkommune Dortmund.
- Teilnahme an der bundesweiten Multi-Client Studie „Lebenswelten und Milieus von Migranten in Deutschland“, Sinus Sociovision GmbH, Heidelberg.

*geplant ab 2007*

## Index

Hintergrund

**Untersuchungsdesign Phase 1**

Kernergebnisse Phase 1

Untersuchungsdesign Phase 2

## Untersuchungsdesign

1

### Sekundär- analysen

- Bestandsaufnahme über bestehende Studien und Veröffentlichungen zum Thema Interkultur
- Datenabfrage bei den Städtestatistikern
- Methode: Internet- und Datenbankrecherche

2

### Primär- analysen

- Analyse vorhandener LDS-Strukturdaten zum Thema Migration
- Quelle: Mikrozensus, repräsentative 1%-Stichprobe der NRW-Bevölkerung

3

### Experten- interviews

- Befragung von ExpertInnen aus folgenden Bereichen: Migrantengruppen, Interkultur, Kultureinrichtungen nach Sparten, kulturelle Bildung, Politik und Verwaltung
- Methode: 59 leitfadengestützte face-to-face oder telefonische Interviews

## Index











Hintergrund

Untersuchungsdesign Phase 1

**Kernergebnisse Phase 1**















Untersuchungsdesign Phase 2

## Ergebnisse Bestandsaufnahme - Strukturdaten

Informationsbedarf	Quellen	Migrant. insgesamt	MigrantInnen aus spez. Herkunftsregionen
Herkunftsregion	Mikrozensus		 <p><b>Türkei, Russland &amp; Osteuropa, Westeuropa, ehemaliges Jugoslawien, Südeuropa</b></p>
Alter	Mikrozensus		
Geschlecht	Mikrozensus		
Anzahl Kinder	Mikrozensus		
Bildungsstand	Mikrozensus		
Beruf/ Stellung im Beruf	Mikrozensus		
HHN-Einkommen	Mikrozensus		
Mobilität	Sekundäranalyse, Expert.		—
Soziale Milieus	Trends Experteninterviews		—



















 keine Daten  
  punktuell  
  teilweise  
  größtenteils  
  vollständig abgedeckt






## Ergebnisse Bestandsaufnahme – Kulturelle Bildung

Informationsbedarf	Quellen	Migrant. ins- gesamt	MigrantInnen aus spez. Herkunftsregionen	
Sprachkompetenz	Sekundäranalyse		Türken, Griechen, Italiener, ehem. Jugoslawien, Aussiedler	
Musikschule	Sekundäranalyse, Trends Experteninterviews		—	
Jugendkunstschule	Sekundäranalyse, Trends Experteninterviews		—	
VHS	Sekundäranalyse, Trends Experteninterviews		—	
Bibliotheken	Sekundäranalyse, Trends Experteninterviews		—	
Religiöse oder ethische Barrieren	—		—	
Lehrpersonal mit Migrationshintergrund	Trends Experteninterviews		—	













 keine Daten  
  punktuell  
  teilweise  
  größtenteils  
  vollständig abgedeckt

## Ergebnisse Bestandsaufnahme – Nutzung von Kunst- und Kultureinrichtungen

Informationsbedarf	Quellen	Migrant. insgesamt	MigrantInnen aus spez. Herkunftsregionen	
Bevorzugte Sparten	Sekundäranalyse		Südeuropa, Osteuropa, islam. Kulturkreis, Türken	
Theater	Trends Experteninterviews		—	
Oper	Trends Experteninterviews		—	
Musik	Sekundäranalyse		—	
Tanz	Trends Experteninterviews		—	
Film	Trends Experteninterviews		—	
Museum	Trends Experteninterviews		—	
Literatur	Trends Experteninterviews		—	
Soziokultur	Sekundäranalyse, Trends Experteninterviews		—	

















 keine Daten  
  punktuell  
  teilweise  
  größtenteils  
  vollständig abgedeckt





## Ergebnisse Bestandsaufnahme – Mediengewohnheiten und Informationswege

Informationsbedarf	Quellen	Migrant. insgesamt	MigrantInnen aus spez. Herkunftsregionen	
Bedeutung der Sprache	Sekundäranalyse		Türken, Griechen, Italiener, ehem. Jugoslawien, Aussiedler	
Printmedien	Sekundäranalyse		Türken	
Fernsehen	Sekundäranalyse		Türken, Griechen, Italiener, ehem. Jugoslawien	
Radio	Sekundäranalyse		Türken, Griechen, Italiener, ehem. Jugoslawien	
Internet	Trends Experteninterviews		Türken	
Informationswege für Kultur-Angebote	Sekundäranalyse, Trends Experteninterviews		—	

 keine Daten  
  punktuell  
  teilweise  
  größtenteils  
  vollständig abgedeckt

## Kontakte und Netzwerkstrukturen

Informationsbedarf	Quellen	Migrant. insgesamt	MigrantInnen aus spez. Herkunftsregionen	
Offenheit Migrantenorg.	Trends Experteninterviews		—	
MigrantInnen in Politik	Sekundäranalyse, Expert.		Türken	
Migranten Verwaltung	Trends Experteninterviews		—	
Migranten in öffentlichen. Kultureinrichtungen	Trends Experteninterviews		—	
Migranten in „freien“ Kultureinrichtungen	Trends Experteninterviews		—	
Zielgruppenkonzepte	Sekundäranalyse, Expt.		—	
Vernetzung u. Austausch	Trends Experteninterviews		—	
Förderung Interkultur	Sekundäranalyse, Expt.		—	

 keine Daten  
  punktuell  
  teilweise  
  größtenteils  
  vollständig abgedeckt

## Auszüge - Empfehlungen der ExpertInnen (1/5)

Trendeinschätzungen  
aus Experteninterviews

### Einbindung von MigrantInnen

- Schon bei der Konzeption von Veranstaltungen MigrantInnen einbinden, z.B. MigrantInnen einladen und befragen zu Erfahrungen, Wünschen und Bedürfnissen.
- Themen für Veranstaltungen wählen, die die Lebenswelt, Interessen und Probleme der MigrantInnen betreffen.
- In interkulturellen Teams arbeiten und MigrantInnen auf den verschiedenen Verantwortungsebenen bei der Konzeption, Planung und Durchführung von Veranstaltungen einbinden.
- Darauf achten, dass MigrantInnen auch als ZuschauerInnen vertreten sind.

### Auf Professionalität achten

- Keine „Alibi“-Veranstaltungen; bei der Auswahl von Projekten auf künstlerischen Anspruch, Professionalität und Qualität achten in Bezug auf
  - Künstler/innen
  - Veranstaltungen
  - Kulturmanager/ Entscheider

## Auszüge - Empfehlungen der ExpertInnen (2/5)

Trendeinschätzungen  
aus Experteninterviews

### KünstlerInnen fördern

- Künstler/Innen mit Zuwanderungsgeschichte und interkulturelle Projekte nicht als „Sozial- oder Folkloreprojekte“ fördern, sondern als professionelle Kunstprojekte, d.h. auch Nischen und Hochkultur ausbauen und fördern.
- Beratung zur Nutzung von Kulturförderung aus der öffentlichen Hand anbieten.
- Kontakte zu Geldgebern vermitteln, z.B. Wirtschaft, Sponsoren, Stiftungen.

### Kooperation mit Migranten- organisationen

- Partner in den jeweiligen Migrantenorganisationen identifizieren und kontinuierlich kooperieren.

*„Es reicht mir nicht, wenn auf einer Veranstaltung der Integrationsbeauftragte ist: gute Ideen habe ich selber, ich will professionelle Sponsoren, Geldgeber aus der Wirtschaft, Stiftungen.“*

### Mehr MigrantInnen

- Erhöhung des Anteils von MigrantInnen – auch in Entscheidungspositionen – in Politik, Verwaltung, Kultur und Medien.
- Effekt u.a. Schaffung von Vorbildern.

## Auszüge - Empfehlungen der ExpertInnen (3/5)

Trendeinschätzungen  
aus Experteninterviews

### Früh anfangen

- Schule als Brückenfunktion nutzen, z.B. mehr Projekte in Kindergärten und Schulen durchführen und auch die Eltern mehr einbeziehen.

*„Man muss in der Regel an die Kinder heran kommen.“*

### Interkulturelle Kompetenzen erhöhen

- Interkulturelle Kompetenz und Inhalte aus anderen Kulturen in die Lehrpläne an künstlerischen Ausbildungsstätten integrieren.
- Neue Lehrinhalte mit Experten (Institutionen/ Personen/ KünstlerInnen aus den Migrantenorganisationen) abstimmen.

## Auszüge - Empfehlungen der ExpertInnen (4/5)

Trendeinschätzungen  
aus Experteninterviews

### Vernetzung

- Netzwerk von Künstlern und Kulturanbietern und Vertretern der Migrantenorganisationen aufbauen.
- Überregionale Struktur (Netzwerk) schaffen.
- Datenbank (Termin-, Adress- und Funktionsverzeichnis) schaffen.

„Vernetzung ist das A und O.“

### Strukturen schaffen/ Stabilität erhöhen

- Netzwerke aufbauen und pflügen.
- Kontinuität von interkulturellen Veranstaltungen gewährleisten, damit sich diese beim Publikum etablieren.
- Schaffung einer überregionalen Koordinierungsstelle (Funktion: Vernetzung von KünstlerInnen, KulturmanagerInnen und Migrantenorganisationen, Beratung zu den Themen Vermarktung und Kulturförderung).

## Auszüge - Empfehlungen der ExpertInnen (5/5)

Trendeinschätzungen  
aus Experteninterviews

### Wertschätzung entgegen- bringen

- Den MigrantInnen eine größere Wertschätzung entgegenbringen und damit einhergehend ihrer Kultur und Sprache mehr Aufmerksamkeit und Raum geben.
- Die gesamte Kommunikation und Projektarbeit auf **Augenhöhe** durchführen.
- Möglicher Ansatz: Feiertagen anderer Kulturen höhere Bedeutung zumessen, z.B. Zuckerfest, Ramadan.

*„Es muss die Basis gegeben sein, Migranten und Nicht-Migranten leben und lernen nur mit- und voneinander auf gleicher Augenhöhe. „*

*„Das Brücken-Projekt führt zu einer Aufwertung des Selbstbewusstseins und darum ist das Interesse hoch. „*

## Index

Hintergrund

Untersuchungsdesign Phase 1

Kernergebnisse Phase 1

**Untersuchungsdesign Phase 2**

## Untersuchungsdesign in Dortmund



### Ziel

- Erhebung repräsentativer Daten zum Thema Interkultur in der Pilotkommune Dortmund, um daraus Handlungsempfehlungen für Vertreter aus Politik, Verwaltung und kulturellen Institutionen abzuleiten

### Methode

1. Screening-Interviews
2. Computergestützte telefonische Befragung (CATI) auf deutsch, türkisch, russisch und polnisch

### Zeitplan

Durchführung bis Mai 2007

## Forschungsinhalte 1/3

### 1. Soziodemografische Daten

- Herkunftsregion/ Staatsangehörigkeit
- Alter
- Geschlecht
- Bildungsstand
- Beruf/ Stellung im Beruf
- Haushaltsnettoeinkommen
- Haushaltsgröße/ Anzahl Kinder
- Mobilität (Verfügbarkeit und Nutzung von Verkehrsmitteln)
- Muttersprache/ weitere Sprachen

### 2. Kulturelle Bildung

- Sprachkompetenz Deutsch
- Nutzung öffentlicher und privater Kultureinrichtungen:
  - Musikschulen
  - Kunstschulen
  - Volkshochschulen
  - Bibliotheken

## Forschungsinhalte 2/3

### 3. Mediengewohnheiten und Informationswege

- Nutzung von Informationskanälen und Medien zur Informationsbeschaffung über kulturelle Angebote (z.B. TV, Hörfunk, Presse, Internet, Mund-zu-Mund-Propaganda)
- Sprache des bevorzugten Informationskanals

### 4. Eigene künstlerische und kulturelle Präferenzen und Gewohnheiten

- Bevorzugte Kunst- und Kultursparten (öffentlich und privat)
- Besuch von Kunst- und Kultureinrichtungen von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte (nach Kultursparten)

## Forschungsinhalte 3/3

### 5. Soziales Kapital/ Humankapital

- Sprachkompetenz (Deutsch und Muttersprache)
- Nutzung der Sprache in verschiedenen Situationen: z.B. im Büro, zu Hause, etc.
- Bedeutung der Sprache für die Identitätsentwicklung
- Bestehende soziale Netzwerke, Nutzung und Zufriedenheit mit diesen

### 6. Identifikation

- Geplante Aufenthaltsdauer in Deutschland
- Wunsch/ Absicht einer Einbürgerung

## Multi-Client-Studie: Lebenswelten und Milieus von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte in Deutschland

## SINUS SOCIOVISION

### Ziele

- Identifikation von Lebenswelten und Subkulturen von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte in Deutschland

### Methode

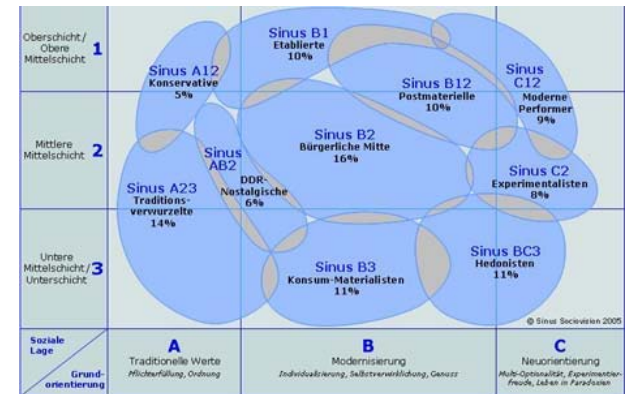
- Hauptbestandteil: Expertenhearings und Tiefeninterviews zu den Lebenswelten der Menschen mit Zuwanderungsgeschichte in Deutschland
- Typologie der Milieus (Sinus-Milieus®-Modell)

### Ergebnisse

- Sinus-Migranten-Milieus fassen Menschen zusammen, die ähnlich in ihrer Lebenseinstellung und Lebensweise sind. Als Input für die Analyse dienen dabei Grundwerte sowie die Einstellung zur Arbeit, Familie, Freizeit, Sozialer Integration, Gender, Geld und Konsum. Anders ausgedrückt: die Milieus bilden die Menschen und deren gesamtes soziales Umfeld und ihr alltägliches Umfeld ab.

### Timing

Oktober 2006 bis April 2007



## Weiteres Vorgehen



- bis 03/ 2007 Vorbereitung der Primärerhebung in Dortmund, Fragebogenentwicklung, Durchführung der CATI-Interviews
- bis 04/ 2007 Durchführung der Studie „Lebenswelten und Milieus von Migranten in Deutschland“ durch Sinus Sociovision GmbH
- 05/ 2007 Berichtlegung des Endberichts mit Ergebnissen aus der Primärerhebung in Dortmund und der Lebensweltenstudie der Sinus Sociovision GmbH
- 2006-2010 Entwicklung eines „Interkulturellen Qualifizierungsprogrammes“ für kommunale Interkulturmanager und Künstler in Essen und im Ruhrgebiet im Rahmen der Vorbereitung auf die Europäische Kulturhauptstadt 2010. Ein Modul dieses Programms ist die Präsentation von Forschungsergebnisse, z.B. Zahlen und Fakten über die zentralen kulturellen Bedürfnisse und Gewohnheiten der Menschen mit Zuwanderungsgeschichte.

## Kontakt



Der Ministerpräsident  
des Landes  
Nordrhein-Westfalen

**NRW.**

Ulla Harting  
Fürstenwall 25  
40219 Düsseldorf  
Tel. 00 49 211 837 1648  
ulla.harting@stk.nrw.de

[www.nrw-kulturen.de](http://www.nrw-kulturen.de)



**LDS NRW.**

Meral Cerci  
Roßstr. 76  
40476 Düsseldorf  
Tel. 00 49 211 9449 2891  
meral.cerci@lds.nrw.de