

Schneider, Thorsten; Schupp, Jürgen

Article

Berliner sind Kulturliebhaber: die Nutzung des Kulturangebots in Berlin im bundesdeutschen Vergleich

DIW Wochenbericht

Provided in Cooperation with:

German Institute for Economic Research (DIW Berlin)

Suggested Citation: Schneider, Thorsten; Schupp, Jürgen (2002) : Berliner sind Kulturliebhaber: die Nutzung des Kulturangebots in Berlin im bundesdeutschen Vergleich, DIW Wochenbericht, ISSN 1860-8787, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin, Vol. 69, Iss. 4, pp. 63-67

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/151114>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Wochenbericht

Wirtschaft Politik Wissenschaft

Berliner sind Kulturliebhaber – Die Nutzung des Kulturangebots in Berlin im bundesdeutschen Vergleich

Thorsten Schneider
tschneider@diw.de

Jürgen Schupp
jschupp@diw.de

Die Nachfrage nach kulturellen Veranstaltungen ist bei Berlinern deutlich ausgeprägter als bei den übrigen Bewohnern im Bundesgebiet. Dies gilt auch im Vergleich zu Bewohnern anderer deutscher Metropolen. Wie die Daten des vom DIW Berlin erhobenen Sozio-oekonomischen Panels (SOEP) zeigen, gilt das große Interesse nicht allein für hochkulturelle Angebote, sondern auch für „populär-kulturelle“. Betrug die Quote aller Berliner, die in ihrer Freizeit Angebote der Hochkultur in Anspruch nehmen, im Jahre 1995 bereits 68 %, so stieg sie auf 75 % im Jahre 1998. In jenem Jahr besuchten etwa 2,2 Mill. Berliner Theater, Konzerte und Ausstellungen. Die Berliner gingen auch häufiger ins Kino, in Diskotheken sowie in Pop- und Jazzkonzerte. Hier nahm die Besucherzahl im Untersuchungszeitraum von 1,9 Mill. auf 2,2 Mill. zu. Bemerkenswert ist, dass die Berliner auch unabhängig von wichtigen sozialen Merkmalen wie Einkommen und Bildung das Kulturangebot intensiver nutzen als andere Großstädter. Hier macht sich also ein spezifischer „Berlin-Effekt“ bemerkbar. Offenbar fühlen sich Kulturinteressierte angezogen, Berlin als Lebensmittelpunkt zu wählen.

Trotz der angespannten Haushaltslage des Landes Berlin hat der kulturelle Bereich über alle Parteien hinweg einen großen politischen Stellenwert. Auch nach dem Willen der neuen Koalitionspartner soll in der Hauptstadt ein vielfältiges, attraktives Kulturangebot bewahrt werden. Dies gilt nicht nur für die klassische Hochkultur, sondern auch für populäre kulturelle Events wie die Love Parade.

Berlin weist eine große und reichhaltige Bandbreite an kulturellen Angeboten von Hoch- und Populärkultur auf. Hier finden sich drei Opernhäuser, mehrere große staatliche Theater und Orchester, darunter die weltweit bekannten Berliner Philharmoniker, sowie zahlreiche private Bühnen sämtlicher Sparten, Off-Theater und Kleinkunsthäuser. Mit dem Friedrichstadtpalast ist auch das einzige Revuetheater Deutschlands in Berlin beheimatet. Hinzu kommt eine breit gefächerte Museumslandschaft für die alten und modernen Künste sowie für Wissenschaft und Technik. Insbesondere unter Jugendlichen ist auch die Club-Szene weit über die Grenzen der Stadt hinaus bekannt.

Nachfrage nach hochkulturellen Veranstaltungen

Ein breites Angebot an Kultur soll zweifellos über die Grenzen der Stadt hinaus ausstrahlen und Berlin für einen Besuch attraktiv machen. Diese Rolle ist noch wichtiger geworden, seit Berlin Hauptstadt ist. Interessant ist aber auch, in wel-

Königin-Luise-Straße 5
14195 Berlin

Tel. +49-30-897 89-0
Fax +49-30-897 89-200

www.diw.de
postmaster@diw.de

DIW Berlin

Nr. 4/2002

69. Jahrgang / 24. Januar 2002

Inhalt

Berliner sind Kulturliebhaber – Die Nutzung des Kulturangebots im bundesdeutschen Vergleich
Seite 63

Unkorrigiert!

Sperrfrist:

Mittwoch, 23. Januar 2002, 17 Uhr!

Für Agenturen:

Sendesperfrist

Mittwoch, 23. Januar 2002, 8 Uhr,

mit Sendesperfristvermerk:

„Freigabe zur Veröffentlichung:

Mittwoch, 23. Januar 2002, 17 Uhr“

A 22127 C

Tabelle 1

Indikatoren der Kulturnachfrage in Berlin

	1995	1998	Veränderung 1998 zu 1995 in %
Amtliche Statistik			
Zahl aller Privathaushalte ¹	1 831 900	1 795 200	-2,0
Berlin-West	1 181 900	1 141 700	-3,4
Berlin-Ost	650 000	653 500	0,5
Bevölkerung in Berlin im Alter von 15 Jahren und älter ²	2 949 837	2 921 557	-1,0
Berlin-West	1 862 144	1 828 041	-1,8
Berlin-Ost	1 087 693	1 093 516	0,5
Ergebnisse des SOEP			
Anteil aller erwachsenen Berliner ³ , die hochkulturelle Veranstaltungen besuchen, in %	68	75	10,3
Berlin-West	70	76	8,6
Berlin-Ost	64	74	15,6
Zahl aller erwachsenen Berliner, die hochkulturelle Veranstaltungen besuchen	1 999 624	2 198 513	9,9
Berlin-West	1 303 501	1 389 311	6,6
Berlin-Ost	696 124	809 202	16,2
Anteil aller erwachsenen Berliner ³ , die populärkulturelle kulturelle Veranstaltungen besuchen, in %	64	76	18,8
Berlin-West	66	77	16,7
Berlin-Ost	62	74	19,4
Zahl aller erwachsenen Berliner, die populärkulturelle Veranstaltungen besuchen	1 903 385	2 216 793	16,5
Berlin-West	1 229 015	1 407 592	14,5
Berlin-Ost	674 370	809 202	20,0

¹ Ergebnisse des Mikrozensus.² Fortgeschriebene Bevölkerung.³ Kein Besuch von Veranstaltungen wie Opern, klassischen Konzerten, Theateraufführungen, Ausstellungen.Quellen: Statistisches Landesamt Berlin; SOEP;
Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2002

chem Maße die Berliner Bevölkerung das Kulturangebot nutzt. Das wird hier mit Hilfe der Befragungsdaten des Sozio-oekonomischen Panels (SOEP)¹ aus den Jahren 1995 und 1998 analysiert (Tabelle 1).

Etwa 20 % der Berliner gehen mindestens einmal im Monat in die Oper, in ein klassisches Konzert bzw. ins Theater oder in eine Ausstellung (Tabelle 2). Weitere 55 % besuchen entsprechende Veranstaltungen seltener als einmal im Monat, 25 % tun dies nie. Ost- und Westberliner unterscheiden sich nicht darin, ob sie überhaupt eine entsprechende Veranstaltung besuchen; bei Ostberlinern ist dies allerdings seltener der Fall.

Nicht überraschend ist, dass Bewohner kleinerer Gemeinden aufgrund des geringeren Angebots in unmittelbarer Nähe weniger häufig ins Theater oder in Ausstellungen gehen. Im Vergleich zu Berlin bleibt in anderen deutschen Großstädten ein erheblich höherer Anteil der Bevölkerung solchen Veranstaltungen ganz fern. Hamburg kommt Berlin noch am nächsten. Als Tendenz lässt sich erkennen, dass unabhängig vom Wohnort immer mehr Menschen

in Deutschland hochkulturelle Veranstaltungen besuchen.

Welche Bevölkerungsgruppen besuchen hochkulturelle Veranstaltungen?

Für die Beurteilung der kulturellen Nachfrage in Berlin ist es wichtig zu wissen, ob sich die hohe Berliner Quote durch sozial-strukturelle Merkmale der Berliner Bevölkerung erklären lässt oder ob darin ein spezifischer „Berlin-Effekt“ zum Ausdruck kommt. Es wurde deswegen untersucht, von welchen Faktoren der Besuch hochkultureller Veranstaltungen abhängt. Die mit Hilfe einer logistischen Regressionsanalyse geschätzten „marginalen Effekte“ zeigen für einzelne Merkmale die Veränderung der Wahrscheinlichkeit

¹ Das SOEP ist eine repräsentative Wiederholungsbefragung privater Haushalte, die jährlich bundesweit durchgeführt wird. Vgl. zu näheren Informationen der Studie <http://www.diw.de/soep>. In den Jahren 1995 und 1998 wurde u. a. nach der Häufigkeit des Besuchs kultureller Veranstaltungen wie Oper, klassische Konzerte, Theater und Ausstellungen einerseits sowie nach Kinobesuch, Besuch von Pop- oder Jazzkonzerten und Diskotheken andererseits gefragt. Das SOEP enthielt im Jahre 1998 334 Berliner Haushalte, in denen 550 Personen einzeln befragt wurden. In dieser ausführlichen Form werden erst wieder in einer der nächsten Befragungswellen Daten zur Kulturnachfrage erhoben.

Steigende Kulturnachfrage

Tabelle 2

Häufigkeit des Besuchs kultureller Veranstaltungen

In %

	Insgesamt	Gemeindegrößenklasse							
		unter 2 000 Einwohner	2 000 bis unter 20 000 Einwohner	20 000 bis unter 100 000 Einwohner	100 000 bis unter 500 000 Einwohner	500 000 Einwohner und mehr			
						Gemein- den ohne Berlin	Berlin		
Berlin	West	Ost	insgesamt						
Hochkultur¹									
1995									
Mindestens einmal im Monat	10	5	8	8	12	15	20	14	18
Seltener	43	37	43	43	41	46	50	50	50
Nie	47	57	49	48	47	39	30	36	32
Insgesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1998									
Mindestens einmal im Monat	10	5	8	9	13	16	24	11	20
Seltener	45	44	45	47	44	47	52	62	55
Nie	44	51	47	44	44	37	24	26	25
Insgesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Populärkultur²									
1995									
Mindestens einmal im Monat	21	20	20	19	23	22	29	26	28
Seltener	34	34	34	34	35	31	37	37	37
Nie	46	47	46	48	42	47	34	38	36
Insgesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1998									
Mindestens einmal im Monat	22	17	20	21	26	23	39	34	37
Seltener	37	39	36	39	35	31	38	41	39
Nie	41	44	43	40	39	45	23	26	24
Insgesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1 Fragetext: „Nun einige Fragen zu Ihrer Freizeit. Geben Sie bitte zu jeder der folgenden Tätigkeiten an, wie oft Sie das etwa machen: Besuch von Veranstaltungen wie Oper, klassische Konzerte, Theater, Ausstellungen.“

2 Fragetext: „Nun einige Fragen zu Ihrer Freizeit. Geben Sie bitte zu jeder der folgenden Tätigkeiten an, wie oft Sie das etwa machen: Kinobesuch, Besuch von Pop- oder Jazzkonzerten, Tanzveranstaltungen/Disco.“

Quelle: Sozio-oekonomisches Panel (SOEP), gewichtete Ergebnisse.

DIW Berlin 2002

eines Besuchs kultureller Veranstaltungen an, und zwar gemessen an einer Referenzgruppe (Tabelle 3). Danach haben z. B. Frauen eine um 8 Prozentpunkte größere Wahrscheinlichkeit, solche Veranstaltungen zu besuchen, als Männer – unabhängig von Unterschieden in der Alters- und Bildungsstruktur.

Mit zunehmendem Alter und vor allem mit steigender Schulbildung nimmt das Interesse an Hochkultur zu. Dies gilt auch für Personen, die noch in der schulischen oder beruflichen Ausbildung sind, und für Teilzeitbeschäftigte im Vergleich zu Vollzeitbeschäftigten. Das Haushaltseinkommen ist ebenfalls ein wichtiger Bestimmungsfaktor, und zwar unabhängig von der Erwerbsbeteiligung und der Bildung.

Die Berechnungen zeigen darüber hinaus einen eigenständigen Berlin-Effekt. Im Vergleich zu allen deutschen Großstädten (mit 500 000 und mehr Einwohnern) weist die Berliner Bevölkerung eine um 14 Prozentpunkte höhere Wahrscheinlichkeit auf, hochkulturelle Veranstaltungen zu besuchen. Dies mag damit zusammenhängen, dass das reichhaltige

Angebot jedem Berliner etwas bietet und dass Personen, die besonders an Kultur interessiert sind, bei der Wohnortwahl von einem solchen Angebot angezogen werden. Ein solcher regionenspezifischer Effekt ist für München, Köln und Hamburg nicht zu identifizieren.

Nachfrage nach populärkulturellen Veranstaltungen

Der Anteil aller erwachsenen Berliner, die populärkulturelle Veranstaltungen besuchen, ist von 1995 bis 1998 stärker gestiegen als bei der Hochkultur. Auch hier ist es offensichtlich in den vergangenen Jahren gelungen, immer breitere Bevölkerungsschichten anzusprechen (Tabelle 1).

Die Berliner besuchen häufiger populärkulturelle Veranstaltungen als die Bewohner des übrigen Bundesgebiets (Tabelle 2). Für ganz Deutschland lässt sich eine steigende Tendenz des Besuchs solcher Veranstaltungen erkennen.

Deutlicher „Berlin-Effekt“

Tabelle 3

Determinanten des Besuchs kultureller Veranstaltungen im Jahre 1998
Ergebnisse logistischer Regressionsmodelle¹

	Hochkultur Marginaler Effekt ²	Populärkultur Marginaler Effekt ²
Frauen (Referenzgruppe Männer)	0,08***	-0,02
Haushalte mit Kind(ern) unter 16 Jahren (Referenzgruppe Haushalte ohne Kinder)	-0,02	0,00
Altersgruppen (Referenzgruppe 16 bis unter 29 Jahre)		
30 bis unter 45 Jahre	0,03	-0,21***
45 bis unter 60 Jahre	0,07**	-0,49***
60 bis unter 75 Jahre	0,09**	-0,61***
Über 75 Jahre	-0,09	-0,67***
Familienstand (Referenzgruppe verheiratet)		
Ledig	0,01	0,05
Verheiratet, nicht zusammenlebend	0,05	0,17***
Geschieden	-0,05	0,08**
Verwitwet	-0,03	-0,01
Bisher erreichter höchster Schulabschluss (Referenzgruppe Hauptschule)		
Ohne Abschluss	-0,17***	-0,14***
Realschule	0,10***	0,09***
(Fach-)Abitur	0,25***	0,12***
(Fach-)Universität	0,31***	0,07***
Anderer Abschluss (z. B. im Ausland erworben)	-0,19***	-0,18***
Noch kein Abschluss	0,00	-0,13
Verfügbares, bedarfsgewichtetes Haushaltseinkommen (Referenzgruppe „mittlere“ Einkommen)		
Unterstes Einkommensquartil	-0,08***	-0,17***
Oberstes Einkommensquartil	0,13***	0,11***
Erwerbsstatus (Referenzgruppe Vollzeit erwerbstätig)		
In schulischer oder beruflicher Ausbildung	0,14***	0,25***
Teilzeit erwerbstätig	0,08**	0,02
Arbeitslos	-0,10***	-0,12***
Rentner	-0,10***	-0,20***
Inaktiv	-0,04	-0,08**
Gemeindegröße (Referenzgruppe über 500 000 Einwohner) ³		
Unter 2 000 Einwohner	-0,12***	-0,08*
2 000 bis unter 20 000 Einwohner	-0,10**	-0,02
20 000 bis unter 100 000 Einwohner	-0,05	0,02
100 000 bis unter 500 000 Einwohner	-0,05	0,04
Hamburg, München, Köln	0,03	0,00
Berlin	0,14***	0,18***
Staatsangehörigkeit (Referenzgruppe deutsch)		
Ausländisch	-0,12***	-0,14***
Gütemaß der Schätzung – Pseudo R ²	0,13	0,33

¹ Bei der Regressionsanalyse wurde berücksichtigt, dass die Beobachtungen innerhalb eines Befragungshaushaltes nicht immer unabhängig voneinander sein müssen.

³ Ohne Hamburg, München, Köln und Berlin.

² Die marginalen Effekte zeigen die Wahrscheinlichkeit, mit der einzelne Merkmale, z. B. Frauen, im Vergleich zur Referenzgruppe, z. B. Männer, abweichen. Signifikanzniveau: * < 10 %, ** < 5 %, *** < 1 %.

Quelle: Sozio-oekonomisches Panel (SOEP), gewichtete Ergebnisse; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2002

Starke Einkommenseffekte

Anders als bei den hochkulturellen Veranstaltungen sinkt die Inanspruchnahme mit zunehmendem Alter. Verheiratete, jedoch in Trennung lebende Personen sowie Geschiedene gehören häufiger zu denen, die eine dieser Vergnügungsveranstaltungen besuchen. Männer und Frauen nutzen sie gleichermaßen. Wie bei der Hochkultur haben auch Haushaltsein-

kommen und Bildungsstand einen positiven Einfluss. Bei der Populärkultur ist der Einkommenseffekt sogar stärker ausgeprägt.

Auch bei der Populärkultur zeigt sich ein Berlin-Effekt. Mit 18 Prozentpunkten fällt er sogar noch kräftiger aus als bei der Hochkultur.

Fazit

Die Berliner Bevölkerung besucht – auch unter Berücksichtigung von Unterschieden in der Sozialstruktur – häufiger kulturelle Veranstaltungen als die übrigen Bundesbürger. Dabei spielt eine Rolle, dass das Angebot in der Stadt besonders reichhaltig ist. Offenbar fühlen sich Kulturinteressierte angezogen, Berlin als Lebensmittelpunkt zu wählen. Wie die Analyse zeigt, handelt es sich dabei um besonders einkommensstarke Personen mit überdurchschnittlicher Bildung.

Die Berliner Politik ist deshalb gut beraten, das kulturelle Kapital der Hauptstadt – wie im Koalitionsvertrag verabredet – zu pflegen. Dies schließt nicht aus, auch hier Wirtschaftlichkeitsreserven zu mobilisieren. Das Kulturangebot entspricht nicht nur den Bedürfnissen der Berlinerinnen und Berliner, sondern hat auch wirtschaftliche Effekte.² Es ist eine touristische Attraktion, die dem Land zu Einnahmen verhilft, und bildet zudem für Neuansiedlungen sowie Zuwanderungen in die Stadt einen unverwechselbaren imagefördernden Standortfaktor.

² Vgl. Kurt Geppert et al.: Kultur als Wirtschaftsfaktor in Berlin. Berlin 1992.



Aus den Veröffentlichungen des DIW Berlin Beiträge zur Strukturforchung

Erscheinen seit 1967.

- Heft 180 **Der deutsche Dienstleistungshandel im internationalen Vergleich.** Von Siegfried Schultz und Christian Weise unter Mitarbeit von Dietmar Schumacher. 151 S. 1999. (3-428-09845-5). Euro 72,- /sFr 124,-.
- Heft 181 **Der Dienstleistungssektor in Hamburg – Stand, Verflechtung, Qualifikation und Entwicklungschancen.** Von Martin Gornig, Peter Ring und Reiner Stäglin. 230 S. 1999. (3-428-09901-X). Euro 80,- /sFr 138,-.
- Heft 182 **Ökonomische Wirkungen der Städtebauförderung in Mecklenburg-Vorpommern.** Von Lorenz Blume (Universität Gh Kassel), Klaus-Peter Gaulke (DIW) und Josef Rother (GEFAK). Projektleitung: Rolf-Dieter Postlep (DIW). 108 S. 1999. (3-428-09915-X). Euro 68,- /sFr 117,-.
- Heft 183 **Unternehmensbezogene Dienstleistungen im Land Brandenburg – Strukturen, Defizite und Entwicklungsmöglichkeiten.** Von Kurt Geppert. 122 S. 1999. (3-428-09941-9). Euro 68,- /sFr 117,-.
- Heft 184 **Auswirkungen der weltweiten Konzentration in der Bergbauproduktion auf die Rohstoffversorgung der deutschen Wirtschaft.** Von Peter Eggert, Alfred Haid, Eberhard Wettig (DIW), Manfred Dahlheimer, Manfred Kruszona, Hermann Wagner (BGR). 398 S. 2000. (3-428-10273-8). Euro 102,- /sFr 176,-.
- Heft 185 **Kommunal финанzen und kommunaler Finanzausgleich in Brandenburg.** Von Dieter Vesper. 164 S. 2000. (3-428-10274-6). Euro 76,- /sFr 131,-.
- Heft 186 **Aktuelle steuerliche Rahmenbedingungen für den privaten Mietwohnungsbau – Wirkungen und Alternativen.** Von Stefan Bach und Bernd Bartholmai. 127 S. 2000. (3-428-10382-3). Euro 69,- /sFr 119,-.
- Heft 187 **Prognose des Ersatzinvestitionsbedarfs für die Bundesverkehrswege bis zum Jahre 2020.** Von Uwe Kunert und Heike Link. 145 S. 2001. (3-428-10704-7). Euro 72,- /sFr 124,-.

Impressum

Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann (Präsident)
Dr. Gustav A. Horn
Dr. Kurt Hornschild
Wolfram Schrettl, Ph. D.
Dr. Bernhard Seidel
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Dr. Hans-Joachim Ziesing

Redaktion

Kurt Geppert
Dörte Höppner
Jochen Schmidt
Dieter Teichmann

Pressestelle

Dörte Höppner
Tel. +49-30-897 89-249
presse@diw.de

Verlag

Verlag Duncker & Humblot GmbH
Carl-Heinrich-Becker-Weg 9
12165 Berlin
Tel. +49-30-790 00 60

Bezugspreis

Jahrgang Euro 108,- /sFR 182,-
Einzelnnummer Euro 10,- /sFR 18,-
Zuzüglich Versandkosten

ISSN 0012-1304

Bestellung unter www.diw.de

Druck

Druckerei Conrad GmbH
Oranienburger Str. 172
13437 Berlin