

# Nichtprofessionelle Kulturproduktion

## Wie kreativ ist die Bevölkerung Deutschlands?

Ein Beitrag von Annalena Röser und Gunnar Otte

Das Kulturangebot wird in Deutschland überwiegend von hauptberuflichen Kulturschaffenden bereitgestellt. Jedoch sind die Übergänge zwischen professioneller und nichtprofessioneller Kulturproduktion fließend. Immer wieder treten Menschen mit kulturellen Produkten an den Markt, die nicht beruflich entstanden sind, sondern kreativer Amateuraktivität entstammen. So haben Internetplattformen gerade am Musik- und Literaturmarkt neue Möglichkeiten geschaffen, künstlerische Erzeugnisse einer Öffentlichkeit zu präsentieren und bestenfalls unter Absehung von Labels und Verlagen künstlerische Karrieren zu begründen. Doch auch die umgekehrte Wirkrichtung ist wichtig: Professionelle Kulturschaffende sind Vorbilder, deren Werke im Amateurbereich adaptiert werden, sei es von der Cover-Band, sei es vom Laientheaterensemble. Beschäftigt man sich mit der Kulturproduktion, sollte also auch der nichtberufliche Bereich Beachtung finden.

In der wissenschaftlichen Forschung zur Kulturpartizipation wird die nichtprofessionelle Kulturproduktion häufig vernachlässigt. Es dominieren Studien zum kulturellen Veranstaltungsbesuch und zur medialen Kulturnutzung. Unser Beitrag thematisiert auf der Basis einer repräsentativen Umfrage, wie es um das kreative Schaffen der Bevölkerung Deutschlands bestellt ist. Dazu werden empirische Befunde zur Ausübungshäufigkeit verschiedener kreativer Aktivitäten präsentiert. Dargestellt wird auch:

- > ob sich Veränderungen während der Corona-Pandemie 2021 gegenüber dem vorpandemischem Vergleichsjahr 2018 beobachten lassen,
- > welche Unterschiede es nach zentralen soziodemografischen Merkmalen gibt und
- > inwieweit die kreativen Erzeugnisse einer physischen oder digitalen Öffentlichkeit präsentiert werden.

## Datengrundlage

Wir nutzen die Umfragedaten der 1. und 2. Welle der vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten und an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz angesiedelten Panelstudie „Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland“ (KuBiPaD). In beiden Wellen wurde erhoben, wie sich die Befragten in ihrer Freizeit künstlerisch-kreativ betätigen, d.h., erfasst wurden nur Tätigkeiten außerhalb von Schule und Beruf. Konkret wurde die Häufigkeit der folgenden Aktivitäten erhoben:

- > Kunsthandwerk,
- > Malen/Zeichnen,
- > Fotografie,
- > Film-/Videoproduktion,
- > Musizieren,
- > Singen,
- > Tanzen,
- > Verfassen literarischer Texte,
- > Theater spielen und
- > kreative Computerarbeiten.

Generell ermöglicht die Studie repräsentative Aussagen über die deutschsprachige Bevölkerung Deutschlands ab 15 Jahren. Sie basiert auf einer zweistufigen Zufallsauswahl. In 183 Gemeinden Deutschlands wurde auf der Grundlage von Einwohnermelderegistern eine Zufallsauswahl von Personen in privaten Haushalten vorgenommen. Im Jahr 2018 wurden 2.592 Personen in standardisierten Face-to-Face-Interviews befragt. Im Jahr 2021 konnten 1.541 dieser Personen ein zweites Mal gewonnen werden. Um die Ausfälle zu kompensieren, wurde die Stichprobe durch eine neue Zufallsstichprobe um 914 Befragte aufgestockt. Damit umfasst das integrierte Sample der zweiten Befragungswelle 2.455 Personen. Aufgrund der Corona-Pandemie wurde ein Teil der Interviews telefonisch umgesetzt, ein Teil erneut persönlich-mündlich.

## Zeitvergleich: Kreative Aktivitäten vor und während der Corona-Pandemie

Welche kreativen Aktivitäten sind in Deutschland besonders beliebt? Und wie veränderte sich die Häufigkeit der Ausübung kreativer Aktivitäten während der Corona-Pandemie gegenüber dem Vergleichsjahr 2018? Führte die Einschränkung außerhäuslicher Freizeitangebote dazu, dass die Menschen im privaten Raum aktiver wurden?

Sowohl 2018 als auch 2021 waren kunsthandwerkliche Tätigkeiten, wie textile Handarbeiten, Töpfern oder Holzarbeiten, am beliebtesten. Mehr als 40 Prozent der Befragten gaben an, mindestens einmal im Jahr ein Kunsthandwerk auszuüben, die Mehrheit davon war sogar jeden Monat oder jede Woche aktiv. Auch mit Malen und Zeichnen sowie mit künstlerischem Anspruch zu fotografieren bzw. Fotos zu bearbeiten beschäftigte sich mehr als ein Viertel der Bevölkerung mindestens einmal im Jahr. Vergleicht man die beiden Erhebungszeitpunkte miteinander, zeigen sich nur geringfügige Veränderungen in der Ausübungshäufigkeit der Hobbies. Eine Ausnahme stellt das Tanzen dar: Während 2018 knapp 16 Prozent der Befragten angaben, mindestens jährlich zu tanzen, waren es 2021 nur noch circa 7 Prozent. Höchstwahrscheinlich macht sich hier die zeitweise pandemiebedingte Schließung öffentlicher Tanzlokale bemerkbar. Theater spielen, literarische Texte verfassen, Filme und Videos produzieren sowie kreative Computerarbeiten sind Aktivitäten, die nur von geringen Anteilen der Bevölkerung regelmäßig ausgeübt wurden, wie die Abbildung 1 zeigt.

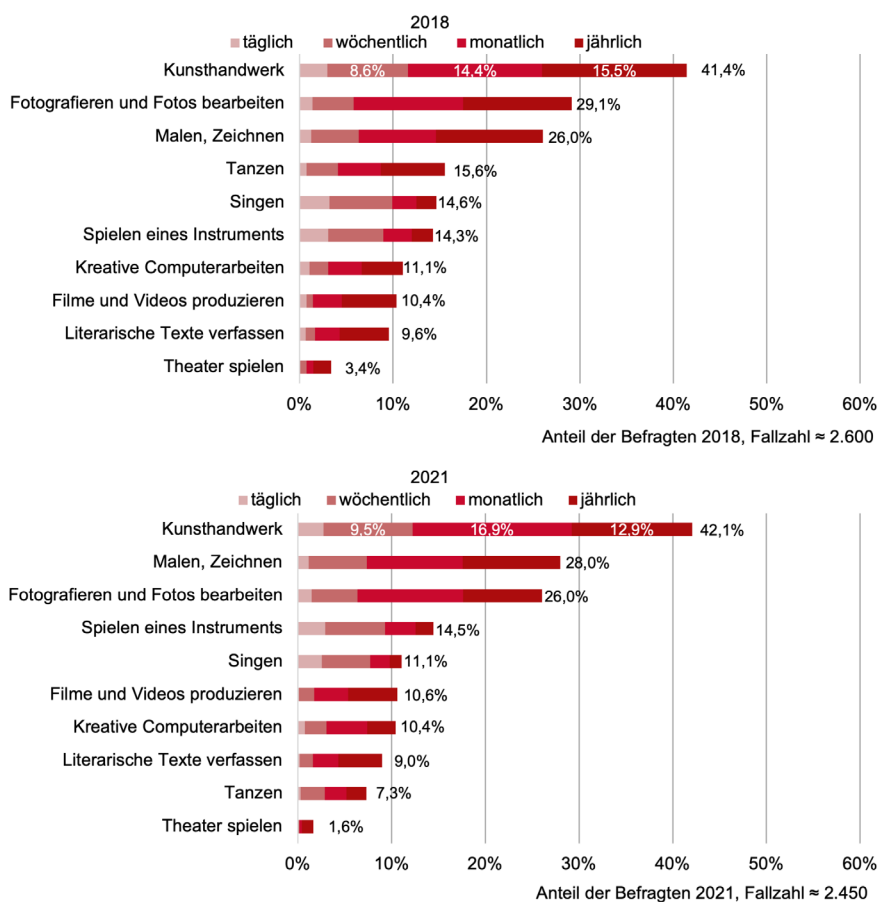


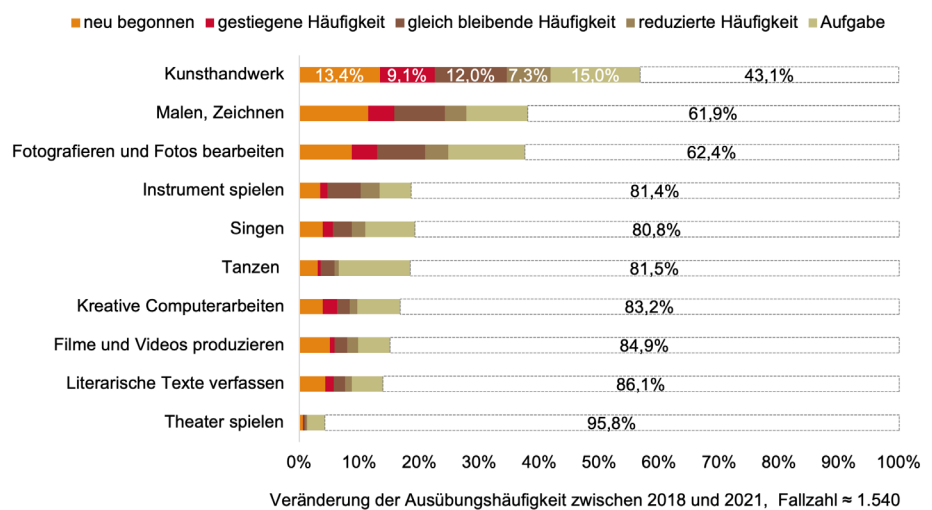
Abbildung 1: Ausübungshäufigkeit kreativer Aktivitäten (Querschnitte 2018 und 2021)

Anmerkung: Dargestellt sind die Anteilswerte der Bevölkerung Deutschlands ab 15 Jahren, die im Jahr 2018 (oben) bzw. im Jahr 2021 (unten) die jeweilige Aktivität täglich, mind. einmal in der Woche, mind. einmal im Monat oder mind. einmal im Jahr ausübten. Würde man den Balken nach rechts bis zum Wert von 100 Prozent weiterführen, erhielte man den Anteil der Befragten, die eine Aktivität seltener als einmal im Jahr oder nie ausübten.

Beschränkt man sich auf die Befragten, die sowohl 2018 als auch 2021 Auskunft über ihre Aktivitäten gaben, lassen sich die Veränderungen im Detail nachvollziehen: Wurden während der Pandemie verstärkt neue Aktivitäten begonnen? Wurden andere aufgegeben? Wie die Abbildung 2 zeigt, ist der Anteil derjenigen, die zwischen 2018 und 2021 eine Aktivität neu begonnen oder häufiger praktizierten, ähnlich groß wie der Anteil der Personen, die die jeweilige Tätigkeit reduzierten oder gänzlich aufgaben. So begannen knapp 11 Prozent der Befragten mit Malen bzw. Zeichnen und 4 Prozent übten sich darin häufiger als im Jahr 2018. Knapp 4 Prozent malten bzw. zeichneten im Jahr 2021 seltener und 10 Prozent stellten die Malerei ein. Im Einklang mit den oben dargestellten Ergebnissen bildet das Tanzen eine Ausnahme. Hier überwiegt deutlich der Anteil der Personen, die das Tanzen reduzierten oder einstellten. Mit Ausnahme des Tanzens lassen sich jedoch keine systematischen pandemiebedingten Veränderungen in der Übungshäufigkeit der überwiegend daheim vollzogenen kreativen Hobbies feststellen.

Abbildung 2: Veränderungen in der Übungshäufigkeit kreativer Aktivitäten (Längsschnitt 2018 und 2021)

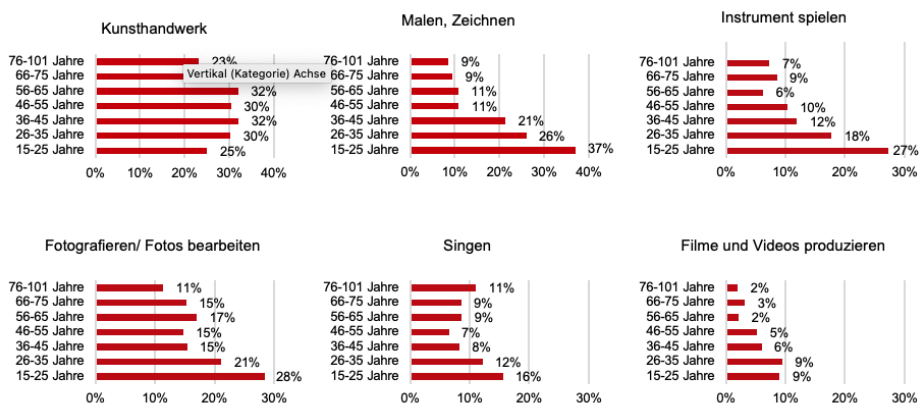
Anmerkung: Dargestellt sind die Veränderungen in der Übungshäufigkeit der Befragten, die sowohl 2018 als auch 2021 Auskunft über ihre kreativen Aktivitäten gaben. Gab beispielsweise eine Person im Jahr 2018 an, einmal im Monat zu tanzen, und im Jahr 2021, einmal im Jahr zu tanzen, fällt sie in die Kategorie „reduzierte Häufigkeit“. Die weißen Restbereiche der Balken stellen die Anteilswerte derjenigen dar, die eine Aktivität durchgehend seltener als einmal im Jahr oder nie ausübten.



## Unterschiede nach Alter und Geschlecht

Welche Unterschiede gibt es nach Altersgruppen und zwischen Männern und Frauen? Um Aufschlüsse darüber zu gewinnen, wird im Bevölkerungsquerschnitt des Jahres 2021 der Anteil der Personen betrachtet, die mindestens einmal pro Monat aktiv sind.

Jugendliche und junge Erwachsene üben am häufigsten kreative Aktivitäten aus. So malt oder zeichnet über ein Drittel (37 Prozent) der 15- bis 25-Jährigen mindestens einmal im Monat und gut ein Viertel spielt ein Instrument oder übt sich in Fotografie. Der Anteil der Kreativen nimmt mit steigendem Alter in den meisten Bereichen tendenziell ab. So malen oder zeichnen unter den 36- bis 45-Jährigen noch 21 Prozent, in den Altersgruppen zwischen 46 und 65 Jahren sind es 11 Prozent und von den Personen über 65 Jahren malen oder zeichnen lediglich 9 Prozent. Abweichend davon finden sich beim Kunsthandwerk und Singen andere Muster. Kunsthandwerkliches Arbeiten ist in allen Altersgruppen beliebt. Lediglich in der jüngsten und ältesten Gruppe ist der Anteil der Aktiven etwas geringer. Beim Singen finden sich die höchsten Anteilswerte bei den beiden jüngsten und bei der ältesten Gruppe, während Personen zwischen 36 und 75 Jahren etwas seltener regelmäßig singen.



Anteil der Befragten (mind. einmal im Monat) nach Altersgruppen 2021, Fallzahl ≈ 2.450

Abbildung 3: Ausübungshäufigkeit kreativer Aktivitäten nach Altersgruppen (Querschnitt 2021)

Anmerkung: Dargestellt sind die Anteilswerte der Befragten, die mindestens einmal im Monat die jeweilige Aktivität ausübten, gruppiert nach Altersgruppen für das Jahr 2021. Würde man den Balken nach rechts bis zum Wert von 100 Prozent weiterführen, erhielte man den Anteil der Personen innerhalb der jeweiligen Altersgruppe, die die jeweilige Aktivität seltener als einmal im Monat oder nie ausübten.

Weiterhin zeigt die Studie, dass Männer und Frauen ihre Kreativität teilweise unterschiedlich ausleben: Deutlich mehr Frauen als Männer üben sich regelmäßig im Kunsthandwerk, im Malen bzw. Zeichnen und im Tanzen. Das Instrumentenspielen und kreative Computerarbeiten werden hingegen eher von Männern praktiziert. Fotografieren und Fotos bearbeiten, Singen, literarische Texte verfassen sowie Filme und Videos produzieren werden von beiden Geschlechtern gleichermaßen ausgeübt.

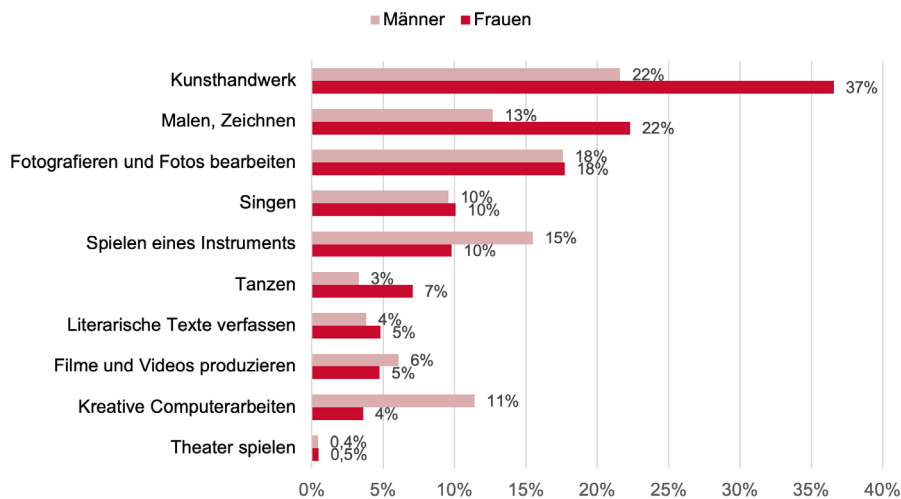


Abbildung 4: Ausübungshäufigkeit kreativer Aktivitäten nach Geschlecht (Querschnitt 2021)

Anmerkung: Dargestellt sind die Anteilswerte der Befragten, die mindestens einmal im Monat die jeweilige Aktivität ausübten, getrennt nach Geschlecht für das Jahr 2021. Würde man den Balken nach rechts bis zum Wert von 100 Prozent weiterführen, erhielte man die Anteile für Männer und Frauen, die die jeweilige Aktivität seltener als einmal im Monat oder nie ausübten.

## Öffentliche Präsentation kreativer Aktivitäten und Produkte

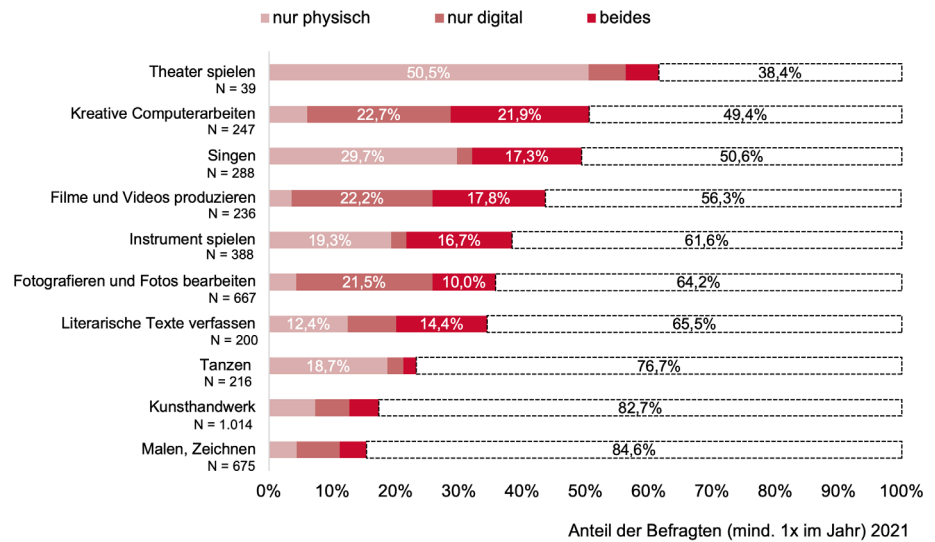
Zwar wurde ausschließlich nach nichtprofessionell ausgeübten kreativen Aktivitäten gefragt. Doch auch Hobby-Künstler\*innen können ihre Aktivitäten oder die daraus entstandenen Produkte einer Öffentlichkeit präsentieren. Gemeint sind damit in der Studie nur Publika, die über den Familien- und Freundeskreis hinausgehen. Wie verbreitet war die öffentliche Präsentation der einzelnen Praktiken auf Präsenzveranstaltungen oder im Internet im Jahr 2021? Anders als im vorigen Abschnitt konzentriert sich die Darstellung nun auf diejenigen, die die Aktivitäten mindestens einmal im vergangenen Jahr ausübten, da eine Eingrenzung auf die monatlich aktiven Befragten mit zu geringen Fallzahlen einhergehen würde.

Knapp 62 Prozent der Personen, die mindestens einmal im Jahr Theater spielen, präsentieren ihre Aufführung einem Publikum. Auch knapp die Hälfte der Befragten, die kreative Computerarbeiten anfertigen oder singen, gab an, dies einer Öffentlichkeit vorzustellen. Die Art der Präsentation ist stark abhängig von der Aktivität. Tanz und Theater sowie Gesang und Instrumentalspiel werden vorrangig einem physischen Publikum präsentiert. Zugleich präsentieren jeweils 17 Prozent derjenigen, die singen oder ein Instrument spielen, ihr Können sowohl in Präsenz als auch im Internet. Kreative Computerarbeiten, produzierte Filme, Videos und Fotos werden wiederum von den meisten Personen entweder ausschließlich digital oder sowohl physisch als auch digital präsentiert. Literarische Texte, kunst-

handwerkliche Arbeiten sowie Gemälde und Zeichnungen werden von ähnlich großen Teilen der Befragten gleichermaßen bei physischen Veranstaltungen, digital oder auf beiderlei Weise öffentlich präsentiert.

Abbildung 5: Präsentation kreativer Aktivitäten (Querschnitt 2021)

Anmerkung: Dargestellt sind die Anteilswerte der Befragten, die die jeweilige Aktivität mindestens einmal im Jahr 2021 ausübten, und die dabei gewählten öffentlichen Präsentationsformate. In die Kategorie „nur physisch“ fallen jene Personen, die die entsprechende Aktivität ausschließlich auf Präsenzveranstaltungen präsentierten. Die „nur digital“-Kategorie enthält die Personen, die ihre Aktivität ausschließlich im Internet vorstellten. Präsentiert eine Person ihre Aktivität sowohl im Internet als auch in physischer Präsenz, fällt sie in die Kategorie „beides“. Die weißen Restbalken bilden jene Befragten ab, die zwar aktiv waren, ihre Tätigkeit aber nicht präsentierten. Außerdem ist für jede Aktivität die Fallzahl der Befragten (N) abgebildet. So gaben 675 der Befragten 2021 an, dass sie mind. einmal im Jahr malten oder zeichneten.



## Fazit: Wie kreativ ist die Bevölkerung Deutschlands?

Die KuBiPaD-Daten zeigen, dass insbesondere Kunsthandwerk, Fotografie sowie Malen und Zeichnen beliebte Hobbies sind, die von vielen Menschen regelmäßig ausgeübt werden. Jugendliche und junge Erwachsene werden besonders häufig kreativ. Die kreativen Erzeugnisse werden in unterschiedlichem Maße und auf unterschiedliche Weise öffentlich präsentiert: Während das Theaterspiel meist vor physisch Anwesenden stattfindet, werden Computerarbeiten, Film- und Videoproduktionen sowie Fotos verstärkt in sozialen Medien gezeigt. Die Pandemie hat weder zu einem Kreativitätsschub noch zu Inaktivität geführt. Mit Ausnahme des Tanzens blieb die Ausübungshäufigkeit in der Bevölkerung zwischen 2018 und 2021 recht stabil. Die nächste, für 2025 geplante Panelwelle wird zeigen, ob sich etwas an der gesellschaftlichen Verbreitung einzelner Hobbies ändert und wie sich ihre Ausübung auf der Individualebene entwickelt.

Die Ergebnisse unterstreichen, dass es in der Bevölkerung Deutschlands ein erhebliches kreatives Potenzial gibt, gerade auch unter Jugendlichen und

jungen Erwachsenen. Angebote der Kulturvermittlung in Kultureinrichtungen und Weiterbildungseinrichtungen könnten die professionelle und nichtprofessionelle Kulturproduktion in ihrer wechselseitigen Verzahnung noch mehr als bisher aufgreifen. Auf der einen Seite könnte dem kreativ interessierten Publikum stärker vermittelt werden, welche künstlerischen Visionen und handwerklichen Techniken professionelle Kulturschaffende in ihren Arbeiten verwenden bzw. verwendet haben, beispielsweise bei der Anfertigung herausragender Gemälde oder Fotografien oder bei der Choreografie einer innovativen Tanzaufführung. Auf der anderen Seite könnten Beratungsangebote ausgebaut werden, die künstlerisch ambitionierten Nichtprofessionellen praktisches Wissen zu Möglichkeiten eines erfolgreichen Marktzutritts, zur Inanspruchnahme staatlicher Förderung und zum preisgünstigen Zugang zu Übungsräumen und -materialien vermitteln. Beides könnte nicht nur die Kreativität der Bevölkerung fördern, sondern auch den Rückhalt der Künste in der Bevölkerung weiter stärken.



**Annalena Röser** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im BMBF-Drittmittelprojekt „Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland“ am Arbeitsbereich Sozialstrukturanalyse am Institut für Soziologie der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (seit 2024). Ihre Forschungsinteressen liegen in den Bereichen Kultursoziologie, Partnerschaft und Paarbeziehungen sowie quantitative Methoden der empirischen Sozialforschung.



**Prof. Dr. Gunnar Otte** ist Professor für Sozialstrukturanalyse am Institut für Soziologie an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz und Leiter der Panelstudie „Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland“ (KuBiPaD). Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen soziale Ungleichheit, Lebensstile, Kultur- und Kunstsoziologie sowie Methoden der empirischen Sozialforschung.

