

Kulturkonzeption Kassel

Netzwerkanalyse nationaler und internationaler Kulturkontakte

Kassel **documenta Stadt**

Mai 2018

Projektleitung: Dr. Patrick S. Föhl

Stellv. Projektleitung: Dr. Yvonne Pröbstle

i.A.

Institut für Kulturpolitik der
Kulturpolitischen Gesellschaft

Weberstr. 59a

53113 Bonn

Internet: www.kupoge.de



Autor: Dr. Robert Peper

Statistische Datenaufbereitung und Abbildungen:

Till Krenz M.A. (Universität Magdeburg)

Programmierung des Fragebogens:

Michael Kronenwett M.A. (Kronenwett & Adolphi UG)

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	5
Wichtige Befunde auf einen Blick	6
1 Ziele der Studie und Methodik	7
2 Deskriptive Analyse des Online-Fragebogens	9
2.1 Beteiligung an der Studie.....	9
2.2 Akteursgruppen.....	9
2.3 Kultursparten/-bereiche	10
2.4 Trägerschaft.....	12
2.5 Zielgruppen	13
2.6 Förderstrukturen und Förderquellen.....	20
2.7 Räumlicher Wirkungsbereich	23
2.8 Untersuchung von Korrelationen	24
2.9 Kulturkarte	27
2.10 Zwischenergebnisse der deskriptiven Analyse	28
3 Netzwerkanalyse der Kooperationsbeziehungen	30
3.1 Beschreibung der Netzwerkstichprobe	30
3.2 Regionale Verortung der Kooperationspartner	33
3.3 Akteursart der Kooperationspartner	36
3.4 Sparten und Tätigkeitsfelder der Kooperationspartner	40
3.5 Beziehungsintensitäten.....	42
3.6 Vermittelnde Instanzen.....	44
3.7 Strukturanalyse des Gesamtnetzwerks.....	46
3.8 Strukturanalyse des Kernnetzwerks (nur Befragte).....	53
3.9 Homophilie und Zentralitätsmaße nach Akteursart.....	60
3.10 Homophilie und Zentralitätsmaße nach Tätigkeitsfeldern	66
3.11 Kooperationswünsche.....	79
3.12 Herausforderungen	80

3.13	Gelingensbedingungen	82
3.14	Zwischenergebnisse der Netzwerkanalyse nationaler Kulturkontakte	85
4	Internationale Kulturkooperationen	87
4.1	Herkunft der Kooperationsbeziehungen.....	92
4.2	Akteursart.....	95
4.3	Kontaktaufnahme	98
4.4	Art und Zweck.....	99
4.5	Orte des Geschehens	100
4.6	Intensitäten	102
4.7	Zwischenergebnisse der Netzwerkanalyse internationaler Kulturkontakte.....	105
5	Zusammenfassung und Ausblick.....	107
	Abbildungsverzeichnis	109
	Tabellenverzeichnis.....	111
	Anlagen	113

Zusammenfassung

Im vierten Quartal 2017 wurde eine soziologische Netzwerkanalyse durchgeführt, um die nationalen und internationalen Kooperationen der Kasseler Kulturszene zu erfassen. Die Netzwerkanalyse ist Bestandteil des Methoden-Mix', der im Prozess der Erarbeitung einer Kasseler Kulturkonzeption angewandt wird.

Die Stichprobe der Befragung beläuft sich auf 96 Teilnehmende. Die meisten Ausfüllenden haben den Online-Fragebogen stellvertretend für eine Einrichtung beziehungsweise Organisation beantwortet. Außerdem haben einige Einzelkünstlerinnen und -künstler an der Studie partizipiert. Auch wenn im Fokus der Studie das Kunst- und Kulturfeld im engeren Sinne stand, konnten auch die Antworten von kulturnahen Einrichtungen wie zum Beispiel touristischen Leistungsträgern, Unternehmen der Kreativwirtschaft oder Akteurinnen und Akteuren aus dem Bereich der Politik sowie Verwaltung in der Analyse berücksichtigt werden.

Die Studie zeigt, dass Akteurinnen und Akteure der Kasseler Kulturszene untereinander bereits relativ stark vernetzt sind. Mindestens indirekt sind fast alle Akteurinnen und Akteure füreinander erreichbar. Wichtig ist, dass diese indirekte Erreichbarkeit auch wahrgenommen und genutzt wird, um Informations- und Ressourcenflüsse im Netzwerk zu beschleunigen. Es zeigt sich außerdem, dass zwei Cluster existieren, die nur lose miteinander in Verbindung stehen und von einigen wenigen Einrichtungen zusammengehalten werden. Es handelt sich hier zum einen um eine stark soziokulturell und privat-gemeinnützig dominierte Domäne, die eng miteinander verbunden ist, und zum anderen um eine eher traditionell-hochkulturell geprägte Szene, in die vor allem Einrichtungen in öffentlicher Trägerschaft eingebettet sind. Interessant ist die Schnittmenge, der Zwischenraum, zwischen diesen beiden Domänen und die Akteurinnen und Akteure, die dort positioniert sind. Sie könnten zukünftig verstärkt als Brückenbauerinnen und -bauer fungieren.

Hinsichtlich der räumlichen Schwerpunkte der Kooperationen zeigt sich, dass der Fokus auf lokalen Kooperationen liegt. Regionale und nationale Zusammenarbeiten sind deutlich schwächer ausgeprägt. Über internationale Kooperationen verfügen 30 Prozent der Befragten. Diese weisen im Mittel fast fünf internationale Kontakte pro Befragtem auf. Die meisten anderen Akteurinnen und Akteure sind jedoch interessiert am internationalen Austausch oder arbeiten schon konkret an dem Aufbau solcher Beziehungen. Nur 15 haben kein Interesse am internationalen Kontakt.

Wichtige Befunde auf einen Blick

- Insgesamt 91 von 96 Befragten haben regelmäßige Kooperationsbeziehungen mit lokalen, regionalen oder nationalen Akteurinnen sowie Akteuren angegeben.
- Es wurden 726 Beziehungen zu 545 verschiedenen Partnerinnen und Partnern erhoben, die in Deutschland ansässig sind.
- Die meisten Kooperationsbeziehungen führen ins Bundesland Hessen (614 und somit fast 85 Prozent aller Verbindungen). Die übrigen 112 Beziehungen verteilen sich auf 13 weitere Bundesländer.
- 539 von 614 Kontakten, die im Bundesland Hessen verortet sind, entfallen auf die Stadt Kassel. Insgesamt 75 Prozent der innerdeutschen Kulturkooperationen sind lokal verortet, 10 Prozent regional und 15 Prozent national.
- Die Kooperationspartnerinnen und -partner agieren vor allem in den Bereichen Kulturelle Bildung, Musik und Bildende Kunst. Vergleichsweise seltener wird mit Partnerinnen und Partnern der Bereiche Film/Neue Medien, Kulturelles Erbe, Museen, multifunktionale Orte sowie Bibliotheken und Archive zusammengearbeitet.
- Bezogen auf das Netzwerk der befragten Akteurinnen und Akteure lassen sich grob zwei Cluster identifizieren: einerseits eine relativ eng vernetzte Ansammlung privat-gemeinnütziger Kulturschaffender und andererseits ein eher lose verbundenes Netzwerk, welches von Akteurinnen und Akteuren in öffentlicher Trägerschaft geprägt ist.
- Akteurinnen und Akteure der Bereiche Bibliotheken und Archive, Kulturelles Erbe und Museen neigen am ehesten zum Knüpfen gleichartiger Beziehungen – sie bleiben demnach am ehesten unter sich.
- 29 Befragte machen Angaben zu internationalen Kooperationen. Sie nennen insgesamt 137 Partnerinnen und Partner weltweit, mit denen sie im Austausch stehen.
- Die internationalen Partner stammen aus 33 Ländern und 96 verschiedenen Städten.
- Neben ausländischen Partnerinnen und Partnern, die aktuell in Deutschland ansässig sind, wird vor allem mit Akteurinnen und Akteuren aus den USA, Großbritannien und den Niederlanden zusammengearbeitet.
- »Weiße Flecken« der Kooperation sind auf der Weltkarte vor allem Afrika und der Nahe Osten sowie auch Indonesien oder die Karibik.
- Am häufigsten wird Frankreich als »Wunschland« für zukünftige Kulturkooperationen genannt. Es folgen auf den Plätzen zwei und drei Italien und die Schweiz.

1 Ziele der Studie und Methodik

Von Mitte Oktober bis Anfang Dezember 2017 wurden Akteurinnen und Akteure der Stadt Kassel mittels einer standardisierten Online-Befragung zu ihren nationalen und internationalen Kulturkooperationen befragt. Im vorliegenden Abschlussbericht sind die Befunde in unterschiedlichen Analyseschritten zusammengefasst. Zunächst werden im zweiten Kapitel Merkmale der Befragungsteilnehmerinnen und -teilnehmer des örtlichen Kulturfelds skizziert. Im dritten Kapitel werden die Ergebnisse der Netzwerkanalyse von Kooperationen auf nationaler Ebene auf verschiedenen Aggregationsebenen dargestellt. In einem ersten Auswertungsschnitt werden allgemeine Merkmale der erhobenen Netzwerkstruktur erläutert. Weiterhin werden zur besseren Veranschaulichung der Vernetzung mehrere Visualisierungen präsentiert. Diese zeigen, wie stark unterschiedliche Akteure Kassels miteinander sowie mit anderen Partnern über den kulturellen Kontext miteinander in Verbindung stehen. Auf diese Weise wird sichtbar, wo der Fokus der Zusammenarbeit liegt. In einem letzten Auswertungsschritt wird im vierten Kapitel gezeigt, wie sich das Netzwerk internationaler Kooperationsbeziehungen darstellt.

Die Netzwerkanalyse hat sich in den letzten Jahren als Methode innerhalb des sequentiellen analyse- und beteiligungsorientierten Ansatzes der Kulturentwicklungsplanung etabliert. Es handelt sich hierbei um eine Methode, die vor allem in der Soziologie und den Sozialwissenschaften eingesetzt wird, um tiefliegende Interaktionsmuster sichtbar zu machen.

Zuletzt wurde die Methode im Jahr 2016 in den Städten Düsseldorf und Ulm sowie in der Metropolregion Rhein-Neckar eingesetzt, um die Kulturnetzwerke der dortigen Felder zu erheben und entweder lokale, regionale oder aber internationale Strukturen der Kommunikation und Kooperation zu erfassen und zu veranschaulichen. Einmalig für den hier vorliegenden Kasseler Ansatz ist nun, dass die Erfassung nationaler und internationaler Kulturkontakte in nur einem Online-Fragebogen zusammengeführt worden ist. Dies ist ein Novum und bedurfte eines speziellen Forschungsdesigns, welches erst erarbeitet werden musste.

Im Rahmen der Untersuchung wurde eine standardisierte Online-Befragung durchgeführt. Das Forschungsdesign wurde in enger Abstimmung mit dem Kasseler Kulturamt erstellt. Die Einladung zur Befragung wurde über unterschiedliche Verteiler gestreut, um möglichst viele Kasseler Einrichtungen und Personen zu erreichen. Es handelte sich um eine offene Befragung, die keine persönliche Einladung voraussetzte. Die Befragung wurde insgesamt zweimal verlängert und per

Nachfassaktionen konnten noch einige wichtige Instanzen des Kasseler Kulturfelds zur Teilnahme an der Studie bewegt werden, was die Qualität und den Umfang des Datensatzes noch einmal steigerte.

Das Ziel dieses Berichtes liegt in der Darstellung der quantitativen Befunde und der Interpretation der statistischen Kennzahlen zur Unterstützung des übergeordneten Projektes. Die empirischen Befunde werden dabei soweit erläutert, dass sie – auch ohne sozialwissenschaftliche Vorkenntnisse – interpretiert und eingeordnet werden können.

2 Deskriptive Analyse des Online-Fragebogens

2.1 Beteiligung an der Studie

Die Befragung wurde von 1.146 Personen aufgerufen und von 100 Befragten abgeschlossen. Vier Akteurinnen und Akteure haben den Fragebogen mehrfach ausgefüllt. Die doppelten Angaben wurden für die Auswertung zusammengeführt. Die Stichprobengröße liegt damit bei 96.

2.2 Akteursgruppen

An der Befragung haben in erster Linie Kultureinrichtungen und -vereine (49 Prozent) teilgenommen. Die übrigen 51 Prozent des Teilnehmerfelds verteilen sich auf acht weitere Kategorien mit jeweils relativ niedrigen Teilnahmequoten. Deutlich seltener als Kultureinrichtungen und -vereine – aber immer noch relevant für die Auswertung – haben Unternehmen der Kreativwirtschaft (13 Prozent), Einzelkünstlerinnen und -künstler (9 Prozent) und Sonstige¹ (9 Prozent) an der Studie partizipiert. Insgesamt nur sehr wenige Akteurinnen und Akteure aus dem Bereich Politik und Verwaltung (6 Prozent) sind im Datensatz enthalten. Dies gilt auch für Ausbildungsstätten (4 Prozent), die Wirtschaft im Allgemeinen und Sponsoren (4 Prozent), temporäre Events, Festivals und mehrtägige Veranstaltungen (3 Prozent) sowie touristische Leistungsträger (2 Prozent). Medieninstitutionen haben nicht an der Befragung teilgenommen, standen aber als Akteurskategorie zu Beginn des Fragebogens zur Auswahl.

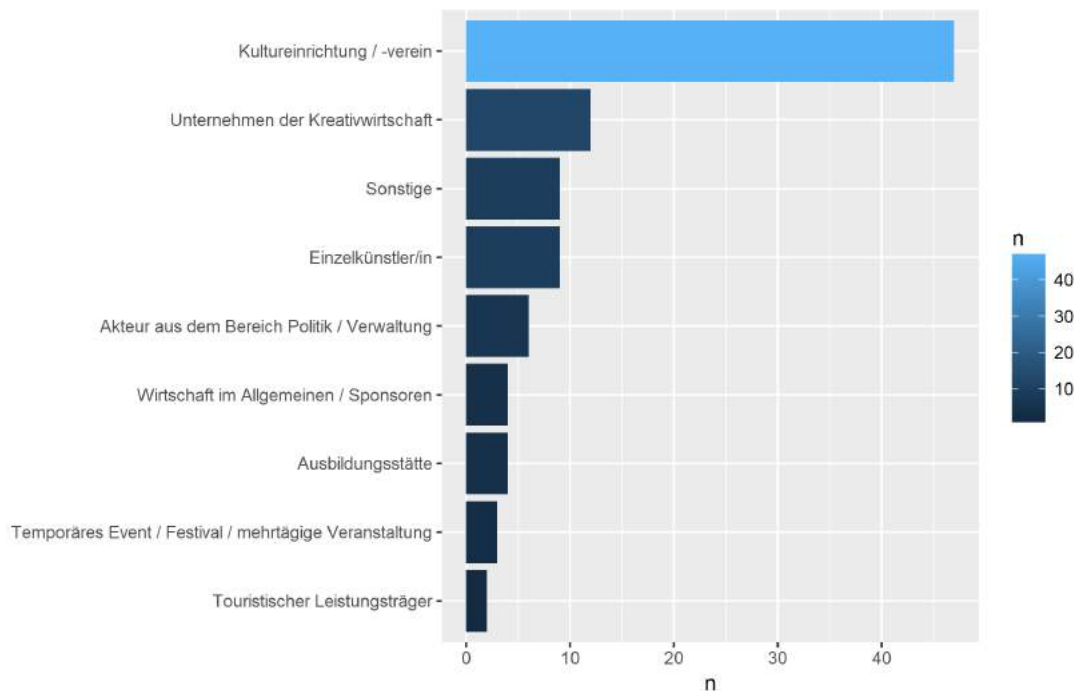
Tabelle 1: Anteile der Akteursarten². N = 96, keine Mehrfachnennungen möglich.

Bezeichnung	n	Prozent
Kultureinrichtung / -verein	47	48.96
Unternehmen der Kreativwirtschaft	12	12.50
Einzelkünstler/in	9	9.38
Sonstige	9	9.38
Akteur aus dem Bereich Politik / Verwaltung	6	6.25
Ausbildungsstätte	4	4.17
Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren	4	4.17
Temporäres Event / Festival / mehrtägige Veranstaltung	3	3.12
Touristischer Leistungsträger	2	2.08

1 Sonstige sind z.B. Freundeskreise, Seniorenvereine, religiöse Einrichtungen, Stiftungen usw.

2 Bei dieser Abfrage waren keine Mehrfachnennungen möglich. Trafen mehrere Kategorien zu, waren die Befragten aufgefordert, die Bezeichnung zu wählen, deren sie sich in ihrer (Kultur-)Arbeit am stärksten verbunden fühlen.

Abbildung 1: Anteil der Akteursarten. N = 96, keine Mehrfachnennungen möglich.



2.3 Kultursparten/-bereiche

Bei der Zuordnung zu einer Kultursparte beziehungsweise einem Kulturbereich waren Mehrfachnennungen möglich, weil davon auszugehen war, dass die meisten Befragten in mehr als nur einem Kunst- und Kulturfeld agieren. Aus diesem Grund ist das Gefälle bei den prozentualen Verteilungen auf die zur Auswahl stehenden Antwortmöglichkeiten nicht so hoch wie bei der Abfrage der Akteursgruppen (hier waren keine Mehrfachnennungen möglich). Im Ergebnis zeigt sich, dass sich etwas mehr als die Hälfte der Teilnehmenden explizit dem Bereich der Kulturellen Bildung zuordnet. Somit ist Kulturelle Bildung die mit Abstand am häufigsten angegebene Kategorie. Dies überrascht ein wenig, da nur vier Ausbildungsstätten an der Befragung teilgenommen haben. Es lässt darauf schließen, dass die Kulturelle Bildung ein wichtiges Element – wenn nicht sogar ein Haupttätigkeitsgebiet – von mindestens der Hälfte aller Teilnehmerinnen und Teilnehmer ist. Es kann auch so interpretiert werden, dass Kulturelle Bildung neben einem anderen – künstlerischen – Hauptschwerpunkt nebenbei geleistet wird. Am zweithäufigsten agieren die Befragten im Bereich Bildende Kunst/Ausstellungshäuser (32 Prozent). Fast genauso häufig wird Musik als hauptsächlicher Tätigkeitsbereich der Befragten genannt (30 Prozent). Hinter den Bereichen Kulturelle Bildung, Kunst und Musik folgen die Kategorien Kulturelles Erbe, Darstellende Kunst und Junge Kultur/Clubkultur mit Werten zwischen 22 und 26 Prozent. Ebenfalls mehr als ein Fünftel der befragten Akteurinnen und Akteure verortet sich in den Sparten Interkultur und Museen. Auch

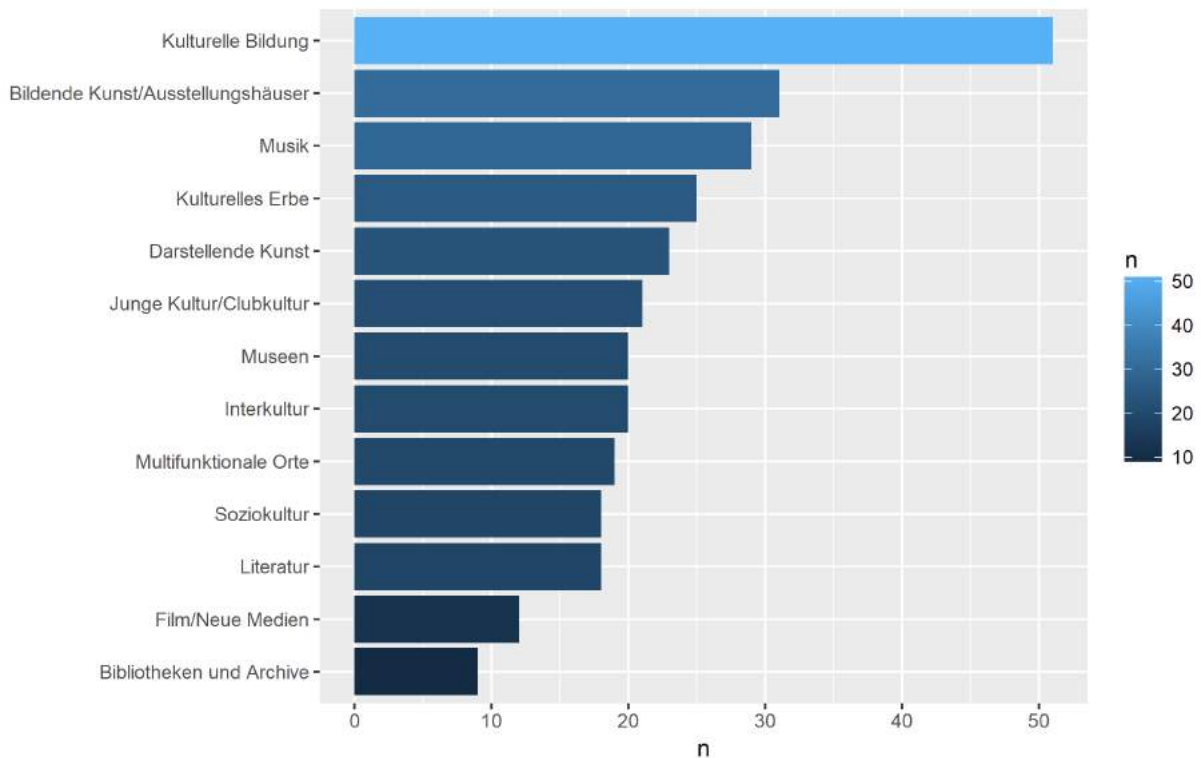
multifunktionale Orte, Literatur und Soziokultur werden noch von fast einem Fünftel der Befragten als wichtige Schwerpunkte genannt. Vergleichsweise seltener werden die Bereiche Film/Neue Medien sowie Bibliotheken und Archive als Tätigkeitsbereiche angegeben³.

Tabelle 2: Anteile der Kultursparten/-bereiche. N = 96, Mehrfachnennungen möglich.

Kultursparte/-bereich	n	Prozent
Kulturelle Bildung	51	53.12
Bildende Kunst/Ausstellungshäuser	31	32.29
Musik	29	30.21
Kulturelles Erbe	25	26.04
Darstellende Kunst	23	23.96
Junge Kultur/Clubkultur	21	21.88
Interkultur	20	20.83
Museen	20	20.83
Multifunktionale Orte	19	19.79
Literatur	18	18.75
Soziokultur	18	18.75
Film/Neue Medien	12	12.50
Bibliotheken und Archive	9	9.38

³ Zudem hatten die Befragten die Möglichkeit, per Freifeld weitere Tätigkeitsschwerpunkte anzugeben. Insgesamt 28 Befragte machten von dieser Option Gebrauch. Sie nannten zusätzlich die folgenden Bereiche: (alternative) Sportarten, Finanzdienstleistungen, Gartenkultur, Graffiti, Gruppenangebote für ältere Menschen, Illustration/Comic/Design, Improtheater, interdisziplinäres Arbeiten, internationale Zusammenarbeit, kreative Brau- und Bierkultur, Kreativwirtschaft, Kultur- und Stadtgeschichte, Kulturförderung, Kulturpolitik, Lernort und Treffpunkt, Netzwerk, Permakultur/Hortikultur, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Religion, Schulen, Stadtentwicklung/Soziales und Stadtteilarbeit.

Abbildung 2: Anteile der Kultursparten/-bereiche. N = 96, Mehrfachnennungen möglich.



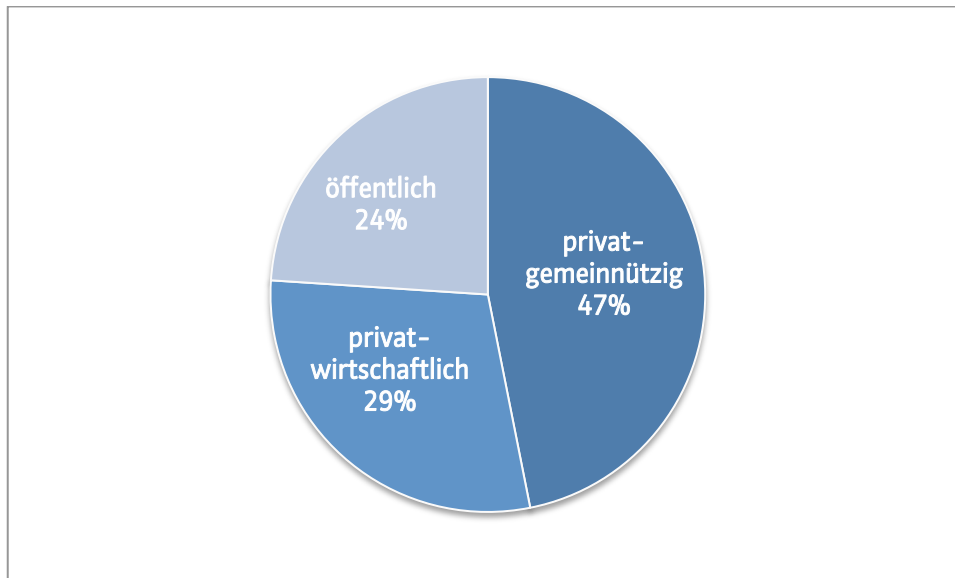
2.4 Trägerschaft

Knapp die Hälfte und somit die Mehrheit der im Datensatz befindlichen Teilnehmenden (47 Prozent) gibt an, privat-gemeinnützig organisiert zu sein. Etwa je ein Viertel der Befragten agiert privatwirtschaftlich (29 Prozent) oder in öffentlicher Trägerschaft (24 Prozent).

Tabelle 3: Anteile der Arten von Trägerschaften. N = 96, keine Mehrfachnennungen möglich.

Trägerschaft	n	Prozent
privat-gemeinnützig	45	46.88
privatwirtschaftlich	28	29.17
öffentlich	23	23.96

Abbildung 3: Anteile der Arten von Trägerschaften. N = 96, keine Mehrfachnennungen möglich.



2.5 Zielgruppen

Die große Mehrheit der teilnehmenden Einrichtungen sowie Künstlerinnen und Künstler gibt an, dass Erwachsene die hauptsächliche Zielgruppe sind. Mehr als 86 Prozent der Befragten wählt – bei der Möglichkeit auch mehrere Nennungen vorzunehmen – diese Kategorie aus. Am zweithäufigsten werden Bürgerinnen und Bürger als Zielgruppe genannt, was einen starken Regionalbezug der Angebote andeutet. Es folgen mit etwas Abstand Kinder und Jugendliche als die am dritthäufigsten genannte Gruppe. Auch Familien/Eltern-Kind, Schulklassen und (Kultur-)Touristinnen und Touristen werden noch von fast der Hälfte der Befragten angesprochen. Weiterhin werden Seniorinnen und Senioren und Zugewanderte⁴ von zumindest mehr als 40 Prozent der Befragten als Zielgruppe verstanden. Etwas seltener werden Unternehmerinnen und Unternehmer, Menschen mit Behinderung und Sonstige⁵ als Zielgruppen definiert.

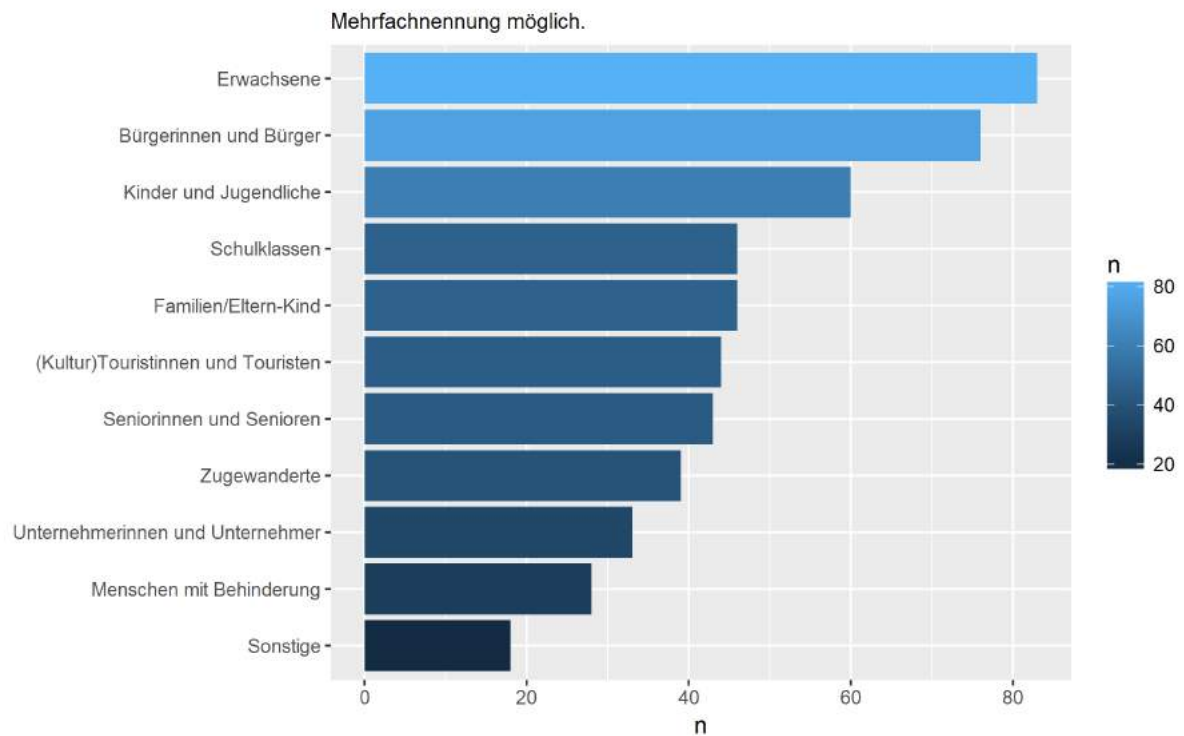
4 Der Begriff wurde im Fragebogen nicht weiter definiert. Gemeint sind hier in erster Linie (kürzlich) geflüchtete Menschen sowie Menschen, die vor noch nicht langer Zeit aus einem anderen Herkunftsland nach Deutschland eingewandert sind.

5 Die Kategorie Sonstige konnte an dieser Stelle des Fragebogens nicht weiter definiert werden. Es ist insofern unklar, welche Anspruchsgruppen hier im Detail gemeint sind und inwiefern sie sich von den anderen Auswahlkategorien unterscheiden.

Tabelle 4: Anteile der Zielgruppen. N = 96, Mehrfachnennungen möglich.

Zielgruppe	n	Prozent
Erwachsene	83	86.46
Bürgerinnen und Bürger	76	79.17
Kinder und Jugendliche	60	62.50
Familien/Eltern-Kind	46	47.92
Schulklassen	46	47.92
(Kultur-)Touristinnen und Touristen	44	45.83
Seniorinnen und Senioren	43	44.79
Zugewanderte	39	40.62
Unternehmerinnen und Unternehmer	33	34.38
Menschen mit Behinderung	28	29.17
Sonstige	18	18.75

Abbildung 4: Anteile der Zielgruppen. N = 96, Mehrfachnennungen möglich.



Im Folgenden veranschaulichen mehrere Tabellen, wie sich die Zielgruppennennungen auf die unterschiedlichen Akteursgruppen verteilen, die an der Befragung teilgenommen haben. Auf diese Weise kann genauer untersucht werden, wie die Zielgruppenstruktur einzelner Einrichtungsarten

aussieht und inwiefern sie sich vom Querschnitt der Gesamtheit aller an der Befragung teilnehmenden Akteursgruppen unterscheidet.

In der ersten Tabelle ist ersichtlich, dass Kultureinrichtungen und -vereine eine ähnliche Zielgruppenstruktur aufweisen wie das Ranking des gesamten Datensatzes. Auch hier bilden Erwachsene, Bürgerinnen und Bürger sowie Kinder und Jugendliche die wichtigsten Zielgruppen. Dahinter sind leichte Unterschiede zu erkennen: Schulklassen, Seniorinnen und Senioren, Familien/Eltern-Kind und Zugewanderte werden im Vergleich mit der Gesamtheit etwas häufiger als Zielgruppen genannt. Seniorinnen und Senioren und Schulklassen werden sogar um bis zu 10 Prozent häufiger von Kultureinrichtungen adressiert. Die übrigen Zielgruppen werden ähnlich häufig genannt wie von der Gesamtheit der an der Befragung teilnehmenden Akteure.

Tabelle 5: Zielgruppen der befragten Kultureinrichtungen und -vereine. N = 47, Mehrfachnennungen möglich.

Zielgruppe	n	Prozent
Erwachsene	43	91.49
Bürgerinnen und Bürger	40	85.11
Kinder und Jugendliche	31	65.96
Schulklassen	27	57.45
Seniorinnen und Senioren	26	55.32
Familien/Eltern-Kind	25	53.19
Zugewanderte	21	44.68
(Kultur-)Touristinnen und Touristen	19	40.43
Menschen mit Behinderung	14	29.79
Unternehmerinnen und Unternehmer	13	27.66
Sonstige	6	12.77

Unternehmen der Kreativwirtschaft sprechen im Vergleich zur Gesamtheit etwas seltener Kinder und Jugendliche an – ebenso wie Familien/Eltern-Kind und Schulklassen. Vergleichsweise häufiger nennen sie (Kultur-)Touristinnen und Touristen, Seniorinnen und Senioren, Unternehmerinnen und Unternehmer, Zugewanderte, Menschen mit Behinderung und Sonstige als Zielgruppen. Vor allem Unternehmerinnen und Unternehmer und Sonstige werden von Unternehmen der Kreativwirtschaft deutlich häufiger frequentiert als von der Gesamtheit.

Tabelle 6: Zielgruppen der befragten Unternehmen der Kreativwirtschaft. N = 12, Mehrfachnennungen möglich.

Zielgruppe	n	Prozent
Erwachsene	11	91.67
Bürgerinnen und Bürger	9	75.00
Kinder und Jugendliche	7	58.33
(Kultur-)Touristinnen und Touristen	6	50.00
Seniorinnen und Senioren	6	50.00
Unternehmerinnen und Unternehmer	6	50.00
Zugewanderte	6	50.00
Familien/Eltern-Kind	5	41.67
Schulklassen	5	41.67
Sonstige	5	41.67
Menschen mit Behinderung	4	33.33

Wiederum anders stellt sich das Zielgruppen-Ranking bei den teilnehmenden Einzelkünstlerinnen und -künstlern dar. Bei ihnen stehen nicht Erwachsene, sondern Bürgerinnen und Bürger an erster Stelle als wichtigste Zielgruppe. (Kultur-)Touristinnen und Touristen sind deutlich prominenter im Ranking vertreten als bei anderen Akteurskategorien – gleichauf mit Erwachsenen im Allgemeinen und noch vor Kindern und Jugendlichen. Auch Menschen mit Behinderung werden anteilig häufiger als Zielgruppe genannt als von der Gesamtheit. Deutlich schwächer vertreten unter den Zielgruppen sind Familien/Eltern-Kind, Seniorinnen und Senioren, Unternehmerinnen und Unternehmer, Zugewanderte und Sonstige. Zugewanderte werden beispielsweise nur von einer Künstlerin / einem Künstler als Zielgruppe genannt (von insgesamt neun Befragten).

Tabelle 7: Zielgruppen der befragten Einzelkünstlerinnen und -künstler. N = 9, Mehrfachnennungen möglich.

Zielgruppe	N	Prozent
Bürgerinnen und Bürger	7	77.78
Erwachsene	6	66.67
(Kultur-)Touristinnen und Touristen	6	66.67
Kinder und Jugendliche	4	44.44
Menschen mit Behinderung	3	33.33
Familien/Eltern-Kind	2	22.22
Schulklassen	2	22.22
Seniorinnen und Senioren	2	22.22
Unternehmerinnen und Unternehmer	2	22.22
Zugewanderte	1	11.11
Sonstige	1	11.11

Befragte, die sich in der Akteursgruppe Sonstige verortet haben, nennen ausnahmslos Erwachsene als wichtigste Zielgruppe. Häufiger als die Gesamtheit nennen sie anteilig Kinder und Jugendliche, Familien/Eltern-Kind, Zugewanderte und Menschen mit Behinderung als Zielgruppe. Etwas seltener werden anteilig Bürgerinnen und Bürger, Schulklassen, Seniorinnen und Senioren, Unternehmerinnen und Unternehmer, (Kultur-)Touristinnen und Touristen und Sonstige genannt, wobei (Kultur-)Touristinnen und Touristen nicht einmal halb so häufig als Adressaten genannt werden wie von allen Befragten zusammen.

Tabelle 8: Zielgruppen der befragten Sonstigen. N = 9, Mehrfachnennungen möglich.

Zielgruppe	N	Prozent
Erwachsene	9	100.00
Bürgerinnen und Bürger	7	77.78
Kinder und Jugendliche	7	77.78
Familien/Eltern-Kind	5	55.56
Schulklassen	4	44.44
Zugewanderte	4	44.44
Menschen mit Behinderung	3	33.33
Seniorinnen und Senioren	3	33.33
Unternehmerinnen und Unternehmer	3	33.33
(Kultur-)Touristinnen und Touristen	2	22.22
Sonstige	2	22.22

Bei Akteuren aus dem Bereich Politik und Verwaltung sind die Ergebnisse weniger trennscharf, da nur sechs Personen aus dieser Kategorie den Fragebogen ausgefüllt haben. Die Befunde sind demnach nur eingeschränkt aussagekräftig. Hier ist zu erkennen, dass Familien/Eltern-Kind, Kinder und Jugendliche, Zugewanderte, (Kultur-)Touristinnen und Touristen, Schulklassen, Seniorinnen und Senioren und Sonstige anteilig häufiger genannt werden also von der Gesamtheit. Besonders groß ist die Diskrepanz bei Zugewanderten und Sonstigen. Etwas seltener werden anteilig Erwachsene, Bürgerinnen und Bürger und Menschen mit Behinderung adressiert.

Tabelle 9: Zielgruppen der befragten Akteure aus dem Bereich Politik / Verwaltung. N = 6, Mehrfachnennungen möglich.

Zielgruppe	N	Prozent
Erwachsene	5	83.33
Bürgerinnen und Bürger	4	66.67
Familien/Eltern-Kind	4	66.67
Kinder und Jugendliche	4	66.67
Zugewanderte	4	66.67
(Kultur-)Touristinnen und Touristen	3	50.00
Schulklassen	3	50.00
Seniorinnen und Senioren	3	50.00
Unternehmerinnen und Unternehmer	2	33.33
Sonstige	2	33.33
Menschen mit Behinderung	1	16.67

Auch bei den Ausbildungsstätten ist die Anzahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Befragung so niedrig, dass die Ergebnisse nur als kleine Stichprobe zu verstehen sind. Die vier Ausbildungsstätten, die den Online-Fragebogen ausgefüllt haben, sprechen zu gleichen Anteilen Bürgerinnen und Bürger, Erwachsene, Kinder und Jugendliche und Schulklassen an. In dieser Hinsicht unterscheiden sie sich von anderen Akteursgruppen, bei denen es hier deutlichere Abstufungen gibt. Es fällt ansonsten lediglich auf, dass Seniorinnen und Senioren deutlich seltener als Zielgruppe genannt werden als von anderen Akteursgruppen.

Tabelle 10: Zielgruppen der befragten Ausbildungsstätten. N = 4, Mehrfachnennungen möglich.

Zielgruppe	N	Prozent
Bürgerinnen und Bürger	3	75
Erwachsene	3	75
Kinder und Jugendliche	3	75
Schulklassen	3	75
Familien/Eltern-Kind	2	50
(Kultur-)Touristinnen und Touristen	2	50
Zugewanderte	2	50
Menschen mit Behinderung	1	25
Seniorinnen und Senioren	1	25
Sonstige	1	25

Auch der Akteursgruppe Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren haben sich vier Befragte zugeordnet. Deshalb gilt auch in diesem Fall die Einschränkung hinsichtlich der Aussagekraft der Ergebnisse. Trotzdem wird schon auf den ersten Blick deutlich, dass Unternehmerinnen und Unternehmer die Hauptzielgruppe dieser Akteurskategorie darstellen. Außerdem wichtige Zielgruppen scheinen Bürgerinnen und Bürger, Erwachsene und (Kultur-)Touristinnen und Touristen zu sein. Alle anderen Zielgruppen werden nur je einmal genannt.

Tabelle 11: Zielgruppen der befragten Akteure aus Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren. N = 4, Mehrfachnennungen möglich.

Zielgruppe	n	Prozent
Unternehmerinnen und Unternehmer	4	100
Bürgerinnen und Bürger	3	75
Erwachsene	3	75
(Kultur-)Touristinnen und Touristen	2	50
Familien/Eltern-Kind	1	25
Kinder und Jugendliche	1	25
Menschen mit Behinderung	1	25
Seniorinnen und Senioren	1	25
Zugewanderte	1	25

Bezüglich der ebenfalls sehr kleinen Stichprobe an temporären Events, Festivals und mehrtägigen Veranstaltungen lässt sich feststellen, dass in der Tendenz Erwachsene sowie Kinder und Jugendliche gleichermaßen angesprochen werden. Auch Familien/Eltern-Kind, (Kultur-)Touristinnen und Touristen, Schulklassen und Unternehmerinnen und Unternehmer werden von je zwei von drei Einrichtungen genannt. Seniorinnen und Senioren werden hingegen nur einmal als Zielgruppe aufgeführt.

Tabelle 12: Zielgruppen der befragten temporären Events / Festivals / mehrtägigen Veranstaltungen. N = 3, Mehrfachnennungen möglich.

Zielgruppe	n	Prozent
Erwachsene	3	100.00
Kinder und Jugendliche	3	100.00
Bürgerinnen und Bürger	2	66.67
Familien/Eltern-Kind	2	66.67
(Kultur-)Touristinnen und Touristen	2	66.67
Schulklassen	2	66.67
Unternehmerinnen und Unternehmer	2	66.67
Menschen mit Behinderung	1	33.33
Seniorinnen und Senioren	1	33.33
Sonstige	1	33.33

Es haben außerdem zwei touristische Leistungsträger an der Befragung teilgenommen. Diese nennen zusammen nur drei unterschiedliche Zielgruppen. Zwei Nennungen entfallen auf (Kultur-)Touristinnen und Touristen sowie je eine Nennung auf Bürgerinnen und Bürger und auf Unternehmerinnen und Unternehmer.

Tabelle 13: Zielgruppen der befragten touristischen Leistungsträger. N = 2, Mehrfachnennungen möglich.

Zielgruppe	n	Prozent
(Kultur-)Touristinnen und Touristen	2	100
Bürgerinnen und Bürger	1	50
Unternehmerinnen und Unternehmer	1	50

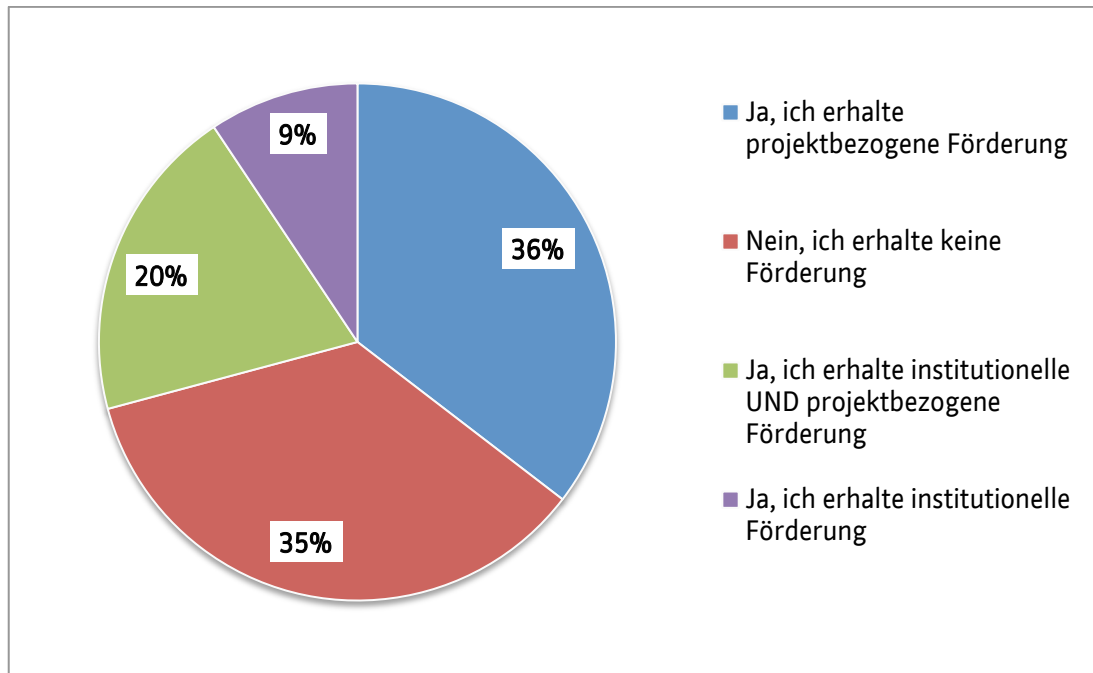
2.6 Förderstrukturen und Förderquellen

Jeweils 34 Befragte – und somit je 35 Prozent – geben an, dass sie entweder projektbezogene Förderung oder aber gar keine Förderung erhalten. Immerhin 19 Befragte erhalten gleich mehrfache Förderung, sowohl institutionell als auch projektbezogen. Lediglich neun Befragte geben an, dass sie ausschließlich institutionell gefördert werden. Somit lässt sich festhalten, dass insgesamt knapp 65 Prozent der Befragten gefördert werden – sei es institutionell, projektbezogen oder beides – und 35 Prozent der Befragten keine Förderung erhält.

Tabelle 14: Anteile der Förderstrukturen der Akteure. N = 96, keine Mehrfachnennungen möglich.

Förderung	n	Prozent
Ja, ich erhalte projektbezogene Förderung	34	35.42
Nein, ich erhalte keine Förderung	34	35.42
Ja, ich erhalte institutionelle UND projektbezogene Förderung	19	19.79
Ja, ich erhalte institutionelle Förderung	9	9.37

Abbildung 5: Anteile der Förderstrukturen der Akteure. N = 96, keine Mehrfachnennungen möglich.



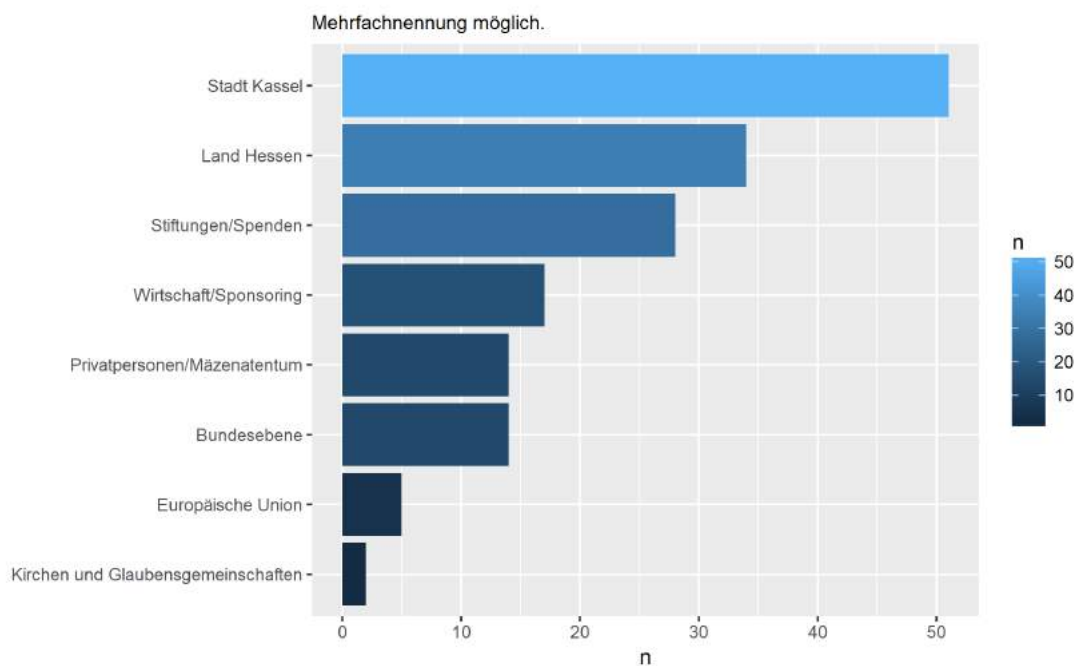
In der nächsten Tabelle wird ersichtlich, woher die Mittel der institutionellen und projektbezogenen Förderungen kommen. Hier waren Mehrfachnennungen möglich. Mehr als die Hälfte der Befragten erhält Mittel von der Stadt Kassel (53 Prozent). Als zweitwichtigste Förderquelle fungiert das Land Hessen mit 34 Nennungen (35 Prozent). Schon an dritter Stelle und mit ähnlich vielen Nennungen stehen Stiftungen/Spenden (29 Prozent), gefolgt von Wirtschaft/Sponsoring (18 Prozent). Nur für 14 Befragte spielt die Bundesebene bei der Förderung ihrer kulturellen Vorhaben eine Rolle. Dasselbe gilt für Unterstützung von Privatpersonen/Mäzenatentum. Kaum eine Rolle – und das mag interessant sein – spielt die Europäische Union als Förderquelle. Nur fünf von insgesamt 96 Befragten geben an, dass diese für sie eine wichtige Förderquelle darstellt. Ähnliches gilt für Kirchen und Glaubensgemeinschaften, die nur zweimal genannt werden⁶.

6 Die Befragten konnten per Freifeld weitere Förderquellen angeben: Je einmal genannt wurden Mittel aus Gesellschaftereinlagen (Stadt Kassel, die fünf nordhessischen Landkreise, IHK, HWK, Pro Nordhessen e.V.), das

Tabelle 15: Anteile der Förderquellen der Akteure. N = 96, Mehrfachnennungen möglich.

Förderquelle	n	Prozent
Stadt Kassel	51	53.12
Land Hessen	34	35.42
Stiftungen/Spenden	28	29.17
Wirtschaft/Sponsoring	17	17.71
Bundesebene	14	14.58
Privatpersonen/Mäzenatentum	14	14.58
Europäische Union	5	5.21
Kirchen und Glaubensgemeinschaften	2	2.08

Abbildung 6: Anteile der Förderquellen der Akteure. N 96, Mehrfachnennungen möglich.



Bildungswerk der AWO Hessen, Eigenleistung, der Förderverein der Stadtbibliothek Kassel und die Uni Kassel. Dreimal wurde außerdem der Landkreis Kassel als Förderquelle erwähnt.

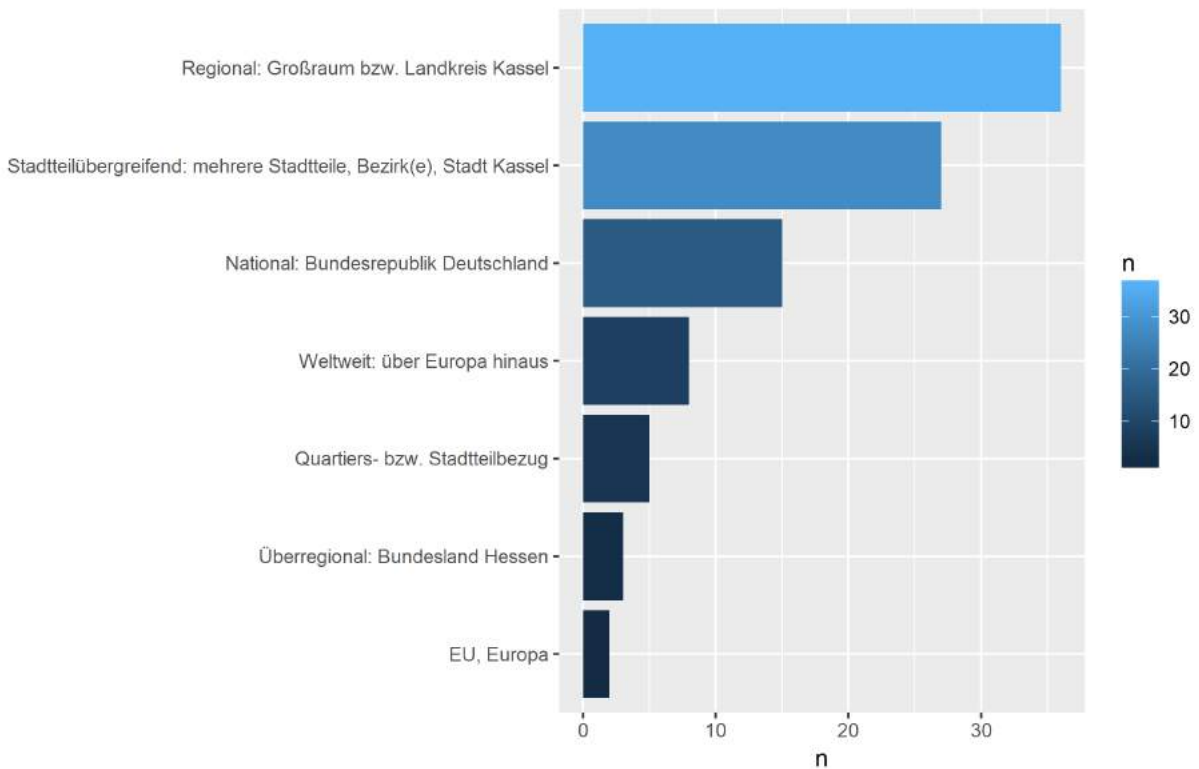
2.7 Räumlicher Wirkungsbereich

In einem weiteren Schritt wurde abgefragt, welchen räumlichen Wirkungsbereich die (kulturellen) Aktivitäten der befragten Einrichtungen und Künstlerinnen und Künstler hauptsächlich haben. Mehrfachnennungen waren bei dieser Frage nicht möglich. Dies bedeutet, dass ein Befragter, der angegeben hat, vor allem regional zu wirken, trotzdem auch national oder international tätig sein kann. Das Hauptaugenmerk scheint dann aber nicht auf diesen räumlichen Dimensionen zu liegen. Die Mehrheit der Befragten agiert regional, das heißt innerhalb des Großraums beziehungsweise Landkreises Kassel. Über mehrere Stadtteile/Bezirke Kassels hinweg agieren außerdem mehr als ein Viertel der Befragten. Am dritthäufigsten geben die Akteurinnen und Akteure an, national, also innerhalb der Bundesrepublik zu wirken. Nur zehn Befragte geben an, dass ihr hauptsächlich Wirkungsbereich über die deutsche Staatsgrenze hinausgeht – acht davon mit weltweitem Schwerpunkt und zwei innerhalb der Europäischen Union. Relativ selten geben die Befragten außerdem an, ausschließlich stadtteil- beziehungsweise quartiersbezogen zu agieren oder das Bundesland Hessen zu bedienen, über die regionalen Grenzen hinweg.

Tabelle 16: Räumliche Wirkungsbereiche der Akteure N = 96, keine Mehrfachnennungen möglich.

Räumlicher Wirkungsbereich	n	Prozent
Regional: Großraum bzw. Landkreis Kassel	36	37.50
Stadtteilübergreifend: mehrere Stadtteile, Bezirk(e), Stadt Kassel	27	28.13
National: Bundesrepublik Deutschland	15	15.63
Weltweit: über Europa hinaus	8	8.33
Quartiers- bzw. Stadtteilbezug	5	5.21
Überregional: Bundesland Hessen	3	3.12
EU, Europa	2	2.08

Abbildung 7: Räumliche Wirkungsbereiche der Akteure. N = 96, keine Mehrfachnennungen möglich.



2.8 Untersuchung von Korrelationen

In der folgenden Tabelle kann abgelesen werden, wie sich die unterschiedlichen Arten von Trägerschaften auf die verschiedenen Akteursgruppen verteilen. In der ersten Zeile ist beispielsweise zu erkennen, dass Akteure aus dem Bereich Politik und Verwaltung zu etwa 83 Prozent öffentlich getragen werden und zu knapp 17 Prozent privat-gemeinnützig aufgestellt sind⁷. Von insgesamt vier Ausbildungsstätten werden zwei öffentlich getragen und je eine ist privat-gemeinnützig und privatwirtschaftlich organisiert. Einzelkünstlerinnen und -künstler geben größtenteils an, privatwirtschaftlich zu agieren. Kultureinrichtungen und -vereine sind mehrheitlich privat-gemeinnützig organisiert. Knapp ein Viertel wird außerdem öffentlich getragen und etwas mehr als 10 Prozent der Einrichtungen agieren privatwirtschaftlich. Sonstige Akteure sind ausschließlich privat-gemeinnützig oder privatwirtschaftlich organisiert, ebenso die temporären Events, Festivals und mehrtägigen Veranstaltungen. Die beiden touristischen Leistungsträger hingegen, die an der Studie partizipiert haben, befinden sich in öffentlicher Trägerschaft. Unternehmen der

⁷ Es mag an dieser Stelle verwundern, dass sich Akteure aus dem öffentlichen Bereich der Politik und Verwaltung zuerst als privat-gemeinnützig verorten. Bei den hier dargestellten 17 Prozent dieser Akteursgruppe handelt es sich allerdings um eine Einzelperson, die im öffentlichen Dienst tätig ist, den Fragebogen aber offenbar aus der Perspektive ihres gemeinnützigen Engagements beantwortet hat.

Kreativwirtschaft sind zu drei Vierteln privatwirtschaftlich aufgestellt⁸. Die Wirtschaft im Allgemeinen und Sponsoren agieren zur Hälfte öffentlich und zur Hälfte privatwirtschaftlich.

Tabelle 17: Kreuztabelle Akteursgruppe und Trägerschaft. Zeilenweise Prozente. N = 96.

Akteursgruppe	n	Öffentlich	privat-gemeinnützig	privatwirtschaftlich
Akteur aus dem Bereich Politik / Verwaltung	6	83.33	16.67	0.00
Ausbildungsstätte	4	50	25	25
Einzelkünstler/in	9	11.11	11.11	77.78
Kultureinrichtung / -verein	47	23.40	63.83	12.77
Sonstige	9	0.00	77.78	22.22
Temporäres Event / Festival / mehrtägige Veranstaltung	3	0.00	66.67	33.33
Touristischer Leistungsträger	2	100	0	0
Unternehmen der Kreativwirtschaft	12	0	25	75
Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren	4	50	0	50

In der nächsten Tabelle wird dargestellt, zu welchen Anteilen Fördermittel auf unterschiedliche Akteursgruppen entfallen. 83 Prozent der politischen Akteure geben an, dass sie keine Förderung erhalten. 17 Prozent hingegen erhalten institutionelle UND projektbezogene Förderung. Die Hälfte der Ausbildungsstätten erhält keine Förderung. Je ein Viertel wird institutionell oder sowohl institutionell als auch projektbezogen unterstützt. Die Mehrheit der Künstlerinnen und Künstler gibt an, keine Unterstützung zu erhalten. Diejenigen, die gefördert werden, erhalten projektbezogene Mittel. Bei Kultureinrichtungen und -vereinen sind alle vier Fördermöglichkeiten vertreten. Am anteilig häufigsten werden sie projektbezogen unterstützt. 43 Prozent aller Kultureinrichtungen und -vereine erhalten diese Art der Förderung. Am zweithäufigsten werden sie sowohl institutionell als auch projektbezogen gefördert – mit einem Anteil von knapp 30 Prozent relativ häufig im Vergleich zu den anderen Akteursgruppen. Temporäre Events, Festivals und mehrtägige Veranstaltungen erhalten anteilig am häufigsten projektbezogene Förderung. Touristische Leistungsträger werden entweder gar nicht gefördert oder projektbezogen unterstützt. Interessant ist, dass mehr als 40 Prozent der Unternehmen der Kreativwirtschaft projektbezogen gefördert werden.

8 Bei dem übrigen Viertel, welches sich nicht als privatwirtschaftlich agierend bezeichnet hat, handelt es sich ausnahmslos um Vereine, die der Kreativwirtschaft nahestehen und sich mit ihr verbunden fühlen.

Tabelle 18: Kreuztabelle Akteursgruppe und Förderstruktur. Zeilenweise Prozente. N = 96.

	n	Ja, ich erhalte institutionelle Förderung	Ja, ich erhalte institutionelle UND projektbezogene Förderung	Ja, ich erhalte projektbezogene Förderung	Nein, ich erhalte keine Förderung
Akteur aus dem Bereich Politik / Verwaltung	6	0.00	16.67	0.00	83.33
Ausbildungsstätte	4	25	25	0	50
Einzelkünstler/in	9	0.00	0.00	33.33	66.67
Kultureinrichtung / -verein	47	10.64	29.79	42.55	17.02
Sonstige	9	22.22	11.11	33.33	33.33
Temporäres Event / Festival / mehrtägige Veranstaltung	3	0.00	33.33	66.67	0.00
Touristischer Leistungsträger	2	0	0	50	50
Unternehmen der Kreativwirtschaft	12	8.33	0.00	41.67	50.00
Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren	4	0	25	0	75

Abschließend werden noch mögliche Zusammenhänge zwischen Förderstruktur und Trägerschaft untersucht. In der folgenden Kreuztabelle ist abzulesen, auf welchen Förderstrukturen die unterschiedlichen Trägerschaften basieren. Interessant ist, dass Akteure in öffentlicher Trägerschaft genauso häufig angegeben haben, institutionelle Förderung zu erhalten wie privat-gemeinnützig organisierte Akteure (je 13 Prozent). Akteure in öffentlicher Trägerschaft erhalten allerdings am häufigsten institutionelle UND projektbezogene Förderung (knapp 35 Prozent). Bei privat-gemeinnützigen sind es nur 25 Prozent und privatwirtschaftlich agierende Akteure erhalten diese Art der Förderung gar nicht. Privatwirtschaftliche Akteure erhalten am häufigsten keine Förderung (54 Prozent) oder projektbezogene Förderung (46 Prozent). Institutionelle Förderung spielt für privatwirtschaftende Akteure keine Rolle. Ausschließlich projektbezogene Förderung erhalten auch privat-gemeinnützige Akteure relativ häufig (42 Prozent), öffentlich getragene Akteure hingegen nur sehr selten (etwa 9 Prozent). Privat-gemeinnützige Akteure sind diejenige Akteursgruppe, die am vergleichsweise seltensten gar keine Förderung erhält (20 Prozent). Öffentlich

getragene und privatwirtschaftliche Akteure geben mehr als doppelt so oft an, keine Förderung zu erhalten.

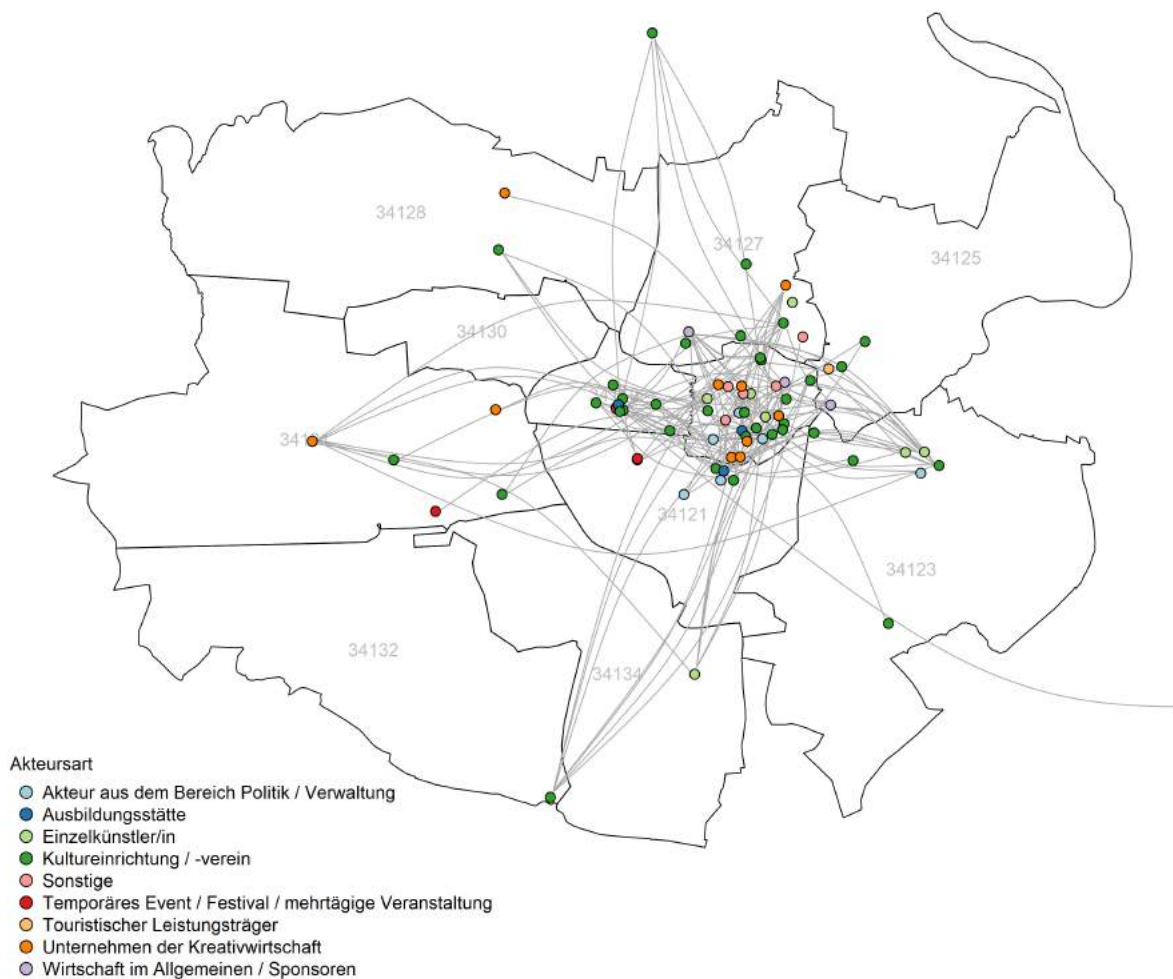
Tabelle 19: Kreuztabelle Förderstruktur und Trägerschaft. Spaltenweise Prozente. N = 96.

	öffentlich	privat- gemeinnützig	privatwirtschaftlich
Ja, ich erhalte institutionelle Förderung	13.04	13.33	0.00
Ja, ich erhalte institutionelle UND projektbezogene Förderung	34.78	24.44	0.00
Ja, ich erhalte projektbezogene Förderung	8.70	42.22	46.43
Nein, ich erhalte keine Förderung	43.48	20.00	53.57

2.9 Kulturkarte

Mittels eines Geo-Mappings können die Teilnehmenden der Umfrage auf einer Karte der Stadt Kassel verortet werden. Darüber hinaus können auch die Netzwerkbeziehungen dargestellt werden, die zwischen den Befragten erhoben wurden und die im weiteren Verlauf dieses Forschungsberichts detaillierter analysiert und ausgeführt werden. Es zeigt sich, dass die Mehrheit der Befragten im Bereich Kassel-Mitte verortet ist. Neben Kultureinrichtungen und -vereinen sowie Künstlerinnen und Künstlern sind hier vor allem die Unternehmen der Kreativwirtschaft, politische und Verwaltungsinstanzen sowie sonstige Einrichtungen ansässig. Auch in den angrenzenden Bereichen des Stadtkerns (Nord-Holland, Bettenhausen, Kassel-Süd und Vorderer Westen) finden sich noch vergleichsweise viele der befragten Akteure. Vor allem im Vorderen Westen ist eine dichte Ansammlung an Kulturknoten zu erkennen. Aber auch in weiter entfernten Bereichen der Stadt sind noch vereinzelt Befragte eingebettet, so zum Beispiel in Wilhelmshöhe. Hinsichtlich der Vernetzung ist zu sehen, dass vor allem die Stadtmitte eine starke Vernetzung der Akteure untereinander aufweist. Auch die Befragten, die in den Randgebieten der Stadt verortet sind, scheinen alle mit Akteuren des Stadtkerns verbunden zu sein. Allerdings scheinen diese geografisch peripheren Akteure untereinander schwach vernetzt zu sein. So weisen viele Akteure desselben Stadtbezirks wenige oder gar keine Verbindungen zueinander auf, sondern scheinen sich hinsichtlich Kommunikation und Vernetzung auf die Stadtmitte zu konzentrieren. Hieraus lässt sich schließen, dass in den äußeren Ringen der Stadt noch ein erhöhtes Vernetzungspotential besteht.

Abbildung 8: Kulturkarte Kassel mit Netzwerkbeziehungen



2.10 Zwischenergebnisse der deskriptiven Analyse

- Die vorliegende Studie basiert auf den Antworten von 96 Befragten, die den Online-Fragebogen vollständig ausgefüllt haben.
- An der Befragung haben in erster Linie Kultureinrichtungen und -vereine teilgenommen. Das übrige Teilnehmerfeld verteilt sich auf acht weitere Kategorien mit jeweils relativ niedrigen Fallzahlen.
- Kulturelle Bildung, Bildende Kunst und Musik sind die drei Sparten, denen sich die Befragten am häufigsten zuordnen. Relativ selten werden die Bereiche Film/Neue Medien sowie Bibliotheken und Archive als Tätigkeitsbereiche angegeben.

- Knapp die Hälfte der Teilnehmenden gibt an, privat-gemeinnützig organisiert zu sein. Etwa je ein Viertel der Befragten agiert privatwirtschaftlich oder in öffentlicher Trägerschaft.
- Erwachsene sind die hauptsächliche Zielgruppe der Befragten, gefolgt von Bürgerinnen und Bürgern und mit etwas Abstand Kindern und Jugendlichen. Senioren und Zugewanderte werden von weniger als der Hälfte der Befragten als Zielgruppen genannt.
- 65 Prozent der Befragten werden gefördert – sei es institutionell, projektbezogen oder beides. 35 Prozent der Befragten erhalten keine Förderung.
- Mehr als die Hälfte der Befragten erhält Mittel von der Stadt Kassel. Als zweithäufigste Förderquelle wird das Land Hessen genannt. Schon an dritter Stelle und mit ähnlich vielen Nennungen stehen Stiftungen/Spenden, gefolgt von Wirtschaft/Sponsoring. Nur 5 Prozent der Befragten erhalten Mittel von der Europäischen Union.
- Die Mehrheit der Befragten agiert regional (Großraum/Landkreis Kassel). Über mehrere Stadtteile/Bezirke Kassels hinweg agieren außerdem mehr als ein Viertel der Befragten. Nur zehn Befragte geben an, dass ihr hauptsächlicher Wirkungsbereich über die deutsche Staatsgrenze hinausgeht.
- Hinsichtlich geografischer Zusammenhänge ist zu erkennen, dass vor allem die Stadtmitte eine starke Vernetzung der Akteure untereinander aufweist. Auch die Befragten, die in den Randgebieten der Stadt verortet sind, scheinen alle mit Akteuren des Stadtkerns verbunden zu sein. Die Vernetzung der peripheren Akteure untereinander erscheint schwächer ausgeprägt.

3 Netzwerkanalyse der Kooperationsbeziehungen

3.1 Beschreibung der Netzwerkstichprobe

Insgesamt 91 von 96 Befragten haben angegeben, dass sie regelmäßige Kooperationsbeziehungen mit lokalen, regionalen oder nationalen Akteuren unterhalten. Nur fünf Befragte haben hingegen angekreuzt, dass sie über keine lokalen, regionalen oder nationalen Kontakte verfügen.

Die Befragten konnten innerhalb der Online-Studie maximal zehn Partnerinnen und Partner angeben, mit denen sie regelmäßig bezüglich kultureller Kommunikation und Kooperation im Austausch stehen. Diese Begrenzung auf zehn Partnerinnen und Partner erfolgte einerseits, um nur das maßgebliche Kulturfeld, also die besonders ausschlaggebenden Netzwerkstrukturen, zu erfassen und andererseits, um die Befragten nicht zu überbeanspruchen. Insbesondere aber bei Befragten, welche die maximale Zahl von zehn Partnerinnen und Partnern genannt haben, kann davon ausgegangen werden, dass deren Netzwerke noch deutlich größer sind als in dieser Studie abbildbar. Die zehn genannten Partnerinnen und Partner werden aller Voraussicht nach aber die wichtigsten sein, also diejenigen, mit denen am häufigsten hinsichtlich kultureller Belange kommuniziert und kooperiert wird.

In der folgenden Tabelle ist zu erkennen, wie häufig die Befragten eine bestimmte Anzahl von Partnerinnen und Partnern genannt haben: Demnach haben beispielsweise sieben Befragte nur je eine Kooperation angegeben. Die Mehrheit der Befragten – nämlich 41 Personen – haben die Möglichkeiten voll ausgeschöpft und spezifische Angaben zu insgesamt zehn Partnerinnen und Partnern gemacht. In der Tabelle ist außerdem zu erkennen, dass eine befragte Einrichtung 13 und eine andere 27 Partner genannt hat. Dies war eigentlich nicht möglich, da die Nennung von Partnerinnen und Partnern immer auf zehn begrenzt war. Es handelt sich hier um eine leichte Verzerrung der Ergebnisse, weil eine Einrichtung den Fragebogen doppelt und eine andere sogar dreifach ausgefüllt hat, jeweils von unterschiedlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die der Fragebogen-Link vermutlich unabhängig voneinander über unterschiedliche Verteiler erreicht hat. Die Nennungen dieser Personen wurden für die Auswertung übereinandergelegt, so dass doppelt genannte Kontakte entfernt werden konnten. Trotzdem weisen diese beiden Einrichtungen im vorliegenden Gutachten vergleichsweise größere Netzwerke auf als die von anderen Befragten, da die Nennungen hier auf mehr als einen ausgefüllten Fragebogen zurückzuführen sind. Zugunsten des Umfangs und der Qualität des Datensamples sind die Antworten dieser Befragten trotzdem in der Auswertung berücksichtigt worden. Der Leserin und dem Leser dieses Gutachtens

muss allerdings klar sein, dass es sich hier um zwei *Ausreißer* der Stichprobe handelt, die nicht grundsätzlich über größere Netzwerke verfügen. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass die Ergebnisse richtig interpretiert werden.

Tabelle 20: Häufigkeitsverteilung der Anzahl lokaler, regionaler, nationaler Kooperationen. N = 91.

Kooperationen	n	Prozent
1	7	7.69
2	1	1.10
3	2	2.20
4	5	5.49
5	4	4.40
6	7	7.69
7	7	7.69
8	5	5.49
9	10	10.99
10	41	45.05
13	1	1.10
27	1	1.10

Von den fünf verbleibenden Befragten, die angegeben haben, dass sie über keine lokalen, regionalen oder nationalen Kontakte im Bereich der Kunst und Kultur verfügen, haben zwei im Folgenden angegeben, dass sie bereits am Aufbau solcher Partnerschaften arbeiten würden. Zwei weitere geben an, dass sie zumindest generell interessiert an einem Austausch wären. Lediglich ein Befragter ist nicht an einem Austausch interessiert.

Tabelle 21: Häufigkeitsverteilung künftiger lokaler, regionaler, nationaler Kooperationen. N = 5.

Kooperationswunsch	n	Prozent
Ja, ich arbeite bereits am Aufbau solcher Partnerschaften	2	40
Ja, ich wäre generell interessiert an einem Austausch	2	40
Nein	1	20

In der nächsten Tabelle ist zu erkennen, wie sich die Nennungen von Kooperationspartnern anteilig auf die unterschiedlichen Akteursgruppen verteilen. Demnach gibt es lediglich unter den Kultureinrichtungen und -vereinen, Sonstigen und Ausbildungsstätten einige wenige Akteure, die keine Netzwerkpartner angegeben haben.

Tabelle 22: Anteile der Akteure mit lokalen, regionalen, nationalen Kooperationsbeziehungen, nach Akteursgruppen.

Akteursart	Anteil	n	Prozent
Akteur aus dem Bereich Politik / Verwaltung	6	6	100.00
Einzelkünstler/in	9	9	100.00
Temporäres Event / Festival / mehrtägige Veranstaltung	3	3	100.00
Touristischer Leistungsträger	2	2	100.00
Unternehmen der Kreativwirtschaft	12	12	100.00
Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren	4	4	100.00
Kultureinrichtung / -verein	46	47	97.87
Sonstige	7	9	77.78
Ausbildungsstätte	3	4	75.00

Insgesamt haben die 96 befragten Akteure 726 Beziehungen zu anderen Akteuren angegeben. Bei den 726 Beziehungen handelt es sich allerdings nicht um Kontakte zu 726 unterschiedlichen Partnern. Wenn man die doppelt genannten Einrichtungen und Personen harmonisiert, ergeben sich Kontakte zu 545 verschiedenen Partnern. Im Mittel verfügt ein Befragter über etwas mehr als sieben regelmäßige Kontakte.

Tabelle 23: Anzahl angegebener Beziehungen. Arithmetisches Mittel und Standardabweichung. N = 96.

arit. Mittel	Standardabweichung
7.56	3.9

Im Folgenden ist überblicksartig zu erkennen, dass Kultureinrichtungen und -vereine im Mittel die meisten Netzwerkkontakte angegeben haben (8.64 Kontakte pro befragtem Akteur). Auch touristische Leistungsträger und temporäre Events, Festivals und mehrtägige Veranstaltungen haben im Mittel viele Partner genannt (8.50 und 8.00 Kontakte pro Akteur). Allerdings ist das arithmetische Mittel bei diesen beiden Akteurskategorien auf deutlich niedrigere Fallzahlen zurückzuführen als bei den Kultureinrichtungen und -vereinen und deshalb weniger aussagekräftig (n = 2 und n = 3). Folgt man dem Ranking, so zeigt sich weiterhin, dass Unternehmen der Kreativwirtschaft eben-

falls im Mittel über vergleichsweise viele Kontakte verfügen (7.92), während Einzelkünstlerinnen und -künstler im Mittel bereits über fast drei Kontakte weniger verfügen (6.00) als Kultureinrichtungen und -vereine. Am wenigsten Kulturkontakte haben durchschnittlich Akteure aus dem Bereich Politik und Verwaltung (5.83), Ausbildungsstätten (5.75) sowie – mit Abstand – Befragte des Bereichs Wirtschaft im Allgemeinen und Sponsoring angegeben (3.00).

Tabelle 24: Anzahl angegebener Beziehungen nach Akteursgruppen. Arithmetisches Mittel und Standardabweichung. N = 96.

Akteursart	n	arit. Mittel	Standardabweichung
Kultureinrichtung / -verein	47	8.64	3.85
Touristischer Leistungsträger	2	8.50	2.12
Temporäres Event / Festival / mehrtägige Veranstaltung	3	8.00	3.46
Unternehmen der Kreativwirtschaft	12	7.92	3.40
Sonstige	9	6.67	4.00
Einzelkünstler/in	9	6.00	3.81
Akteur aus dem Bereich Politik / Verwaltung	6	5.83	3.31
Ausbildungsstätte	4	5.75	5.06
Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren	4	3.00	2.94

3.2 Regionale Verortung der Kooperationspartner

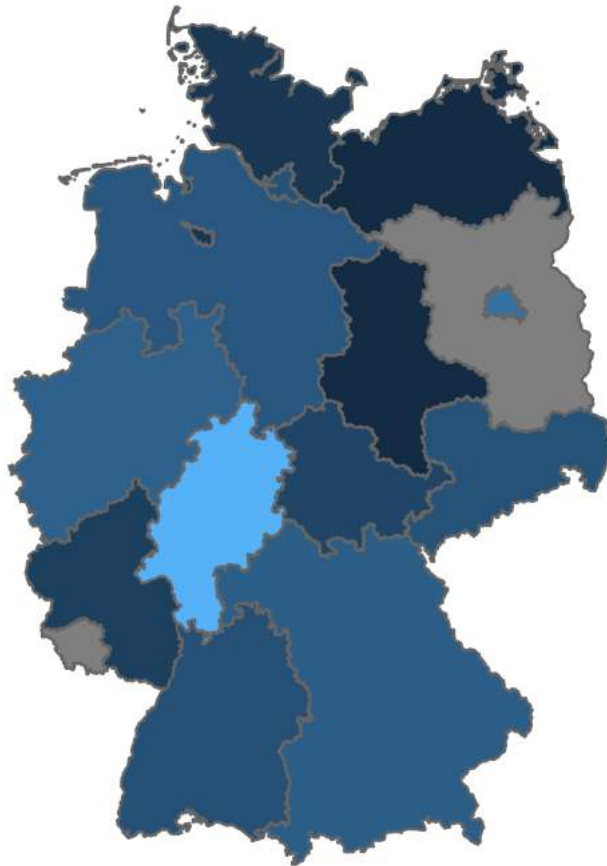
Die meisten der 726 genannten Kommunikations- und Kooperationsbeziehungen führen in das Bundesland Hessen (614 und somit fast 85 Prozent aller genannten Verbindungen). Die übrigen 112 Partnerschaften verteilen sich auf 13 weitere Bundesländer. Brandenburg und Saarland sind die einzigen beiden Bundesländer, in denen keine Partner ansässig sind. Die meisten Kooperationen außerhalb Hessens kommen aus Berlin (36 Nennungen und somit knapp 5 Prozent aller genannten Beziehungen). Auch nach Nordrhein-Westfalen, Bayern und Niedersachsen führen immerhin noch jeweils zehn Kontakte und mehr. Insgesamt ist aber festzustellen, dass die meisten wesentlichen Kulturkontakte der Kasseler Befragten innerhalb des eigenen Bundeslandes verortet sind.

Tabelle 25: Herkunftsbundesländer der genannten Kooperationspartner. N = 726.

Bundesland	n	Prozent
Hessen	614	84.57
Berlin	36	4.96
Nordrhein-Westfalen	16	2.20
Bayern	14	1.93
Niedersachsen	10	1.38
Hamburg	8	1.10
Sachsen	8	1.10
Baden-Württemberg	7	0.96
Thüringen	4	0.55
Rheinland-Pfalz	3	0.41
Bremen	2	0.28
Schleswig-Holstein	2	0.28
Mecklenburg-Vorpommern	1	0.14
Sachsen-Anhalt	1	0.14

Mit Blick auf die Deutschlandkarte ist noch einmal zu erkennen, auf welche Bundesländer sich die regelmäßigen Kulturkontakte konzentrieren. Allgemein gilt: je heller der Blauton, desto mehr Partner sind in dem jeweiligen Bundesland vorhanden. Grau markierte Flächen bedeuten, dass in diesen Bundesländern keine Kommunikations- oder Kooperationspartner vorhanden sind. Dies betrifft im vorliegenden Fall Brandenburg und das Saarland. Tendenziell lässt sich feststellen, dass es in Teilen einen Zusammenhang zwischen der geografischen Distanz Kassels und anderer Bundesländer und der Vernetzung geben könnte. So weisen besonders weit entfernte Bundesländer wie Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern beispielsweise besonders wenige Kontakte auf. Andererseits existieren zum geografisch naheliegenden Saarland gar keine Verbindungen. Von den unmittelbar und relativ großflächig angrenzenden Bundesländern weisen Bayern und Nordrhein-Westfalen mehr Verbindungen auf als zum Beispiel Rheinland-Pfalz oder Thüringen.

Abbildung 9: Kooperationshäufigkeiten nach Bundesländern. N = 726. Anmerkung zur Farbgebung: Je heller der Blauton, desto mehr Kooperationspartner befinden sich in diesem Bundesland.



Ein Blick auf die Häufigkeiten der genannten Herkunftsstädte der Kooperationspartner verrät, dass die Befragten relativ stark das lokale Kulturfeld fokussieren. So stammen 539 von 614 Kontakten, die im Bundesland Hessen verortet sind, aus der Stadt Kassel. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass es weitere 75 Kontakte im hessischen Umland gibt – demnach regionale Kooperationen. Hieraus lässt hinsichtlich der Gesamtverteilung der Kooperationen schließen, dass knapp 75 Prozent der Partnerinnen und Partner lokal verortet sind, 10 Prozent regional und knapp 15 Prozent national. Interessant ist, dass der Anteil nationaler Kontakte höher ist als der Anteil regionaler Kooperationen. Unter der Kategorie Sonstige sind in der Tabelle Städte gefasst, die nur je einmal genannt werden. Städte, die häufiger genannt werden, sind in erster Linie Berlin und Frankfurt. Auch Wiesbaden, München und Hamburg weisen noch leicht signifikante Nennungen auf.

Tabelle 26: Herkunftsstädte der genannten Kooperationspartner. N = 726.

Stadt	n	Prozent
Kassel	539	74.24
Sonstige	92	12.67
Berlin	34	4.68
Frankfurt	19	2.62
Wiesbaden	9	1.24
München	7	0.96
Hamburg	6	0.83
Bonn	4	0.55
Freiburg	4	0.55
Fulda	3	0.41
Hannover	3	0.41
Köln	3	0.41
Leipzig	3	0.41

3.3 Akteursart der Kooperationspartner

Bei fast der Hälfte aller 726 genannten Beziehungen handelt es sich um Kontakte zu Kultureinrichtungen und -vereinen (351 und somit 48 Prozent). Dies ist die mit Abstand am häufigsten genannte Kategorie. Es folgen Einzelkünstlerinnen und -künstler (74, also 10 Prozent), Ausbildungsstätten (67, also 9 Prozent) sowie Sonstige (59, also 8 Prozent) und Akteure aus dem Bereich Politik und Verwaltung (56, also 8 Prozent). Besonders selten handelt es sich bei den Kooperationspartnern um Wirtschaftsakteure (21, also 3 Prozent), touristische Leistungsträger (10, also 1 Prozent) oder Medieninstitutionen (5, also 1 Prozent).

Tabelle 27: Häufigkeitsverteilung der Akteursart der genannten Kooperationspartner. N = 726.

Akteursart	n	Prozent
Akteur aus dem Bereich Politik / Verwaltung	56	7.71
Ausbildungsstätte	67	9.23
Einzelkünstler/in	74	10.19
Kultureinrichtung / -verein	351	48.35
Medieninstitution	5	0.69
Sonstige	59	8.13
Temporäres Event / Festival / mehrtägige Veranstaltung	34	4.68
Touristischer Leistungsträger	10	1.38
Unternehmen der Kreativwirtschaft	49	6.75
Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren	21	2.89

Im nächsten Auswertungsschritt ist abzulesen, zu welchen Anteilen die jeweiligen Akteursgruppen mit Partnerinnen und Partnern der eigenen Akteursgruppe und mit Partnerinnen und Partnern anderer Akteursgruppen kooperieren. Akteurinnen und Akteure aus dem Bereich Politik und Verwaltung kooperieren vor allem mit Kultureinrichtungen und -vereinen (32 Prozent) sowie mit Akteurinnen und Akteuren der eigenen politischen Domäne (25 Prozent). Auch findet relativ häufig ein Austausch mit sonstigen Akteurinnen und Akteuren statt (22 Prozent). Auch die Ausbildungsstätten kooperieren am meisten mit Kultureinrichtungen und -vereinen (41 Prozent) sowie mit Partnern des eigenen Tätigkeitsbereichs (32 Prozent). Auch sie stehen ansonsten noch am ehesten mit sonstigen Akteurinnen und Akteuren in Kontakt (13 Prozent). Einzelkünstlerinnen und -künstler sind anteilig am häufigsten mit anderen Künstlerinnen und Künstlern verbunden (36 Prozent). Erst dann folgen Kontakte zur Kultureinrichtungen und -vereinen (25 Prozent) sowie zu Ausbildungsstätten (17 Prozent). Die anteilig meisten Beziehungen von Kultureinrichtungen und -vereinen führen in die eigene Domäne (58 Prozent). Es folgen Kontakte zu Einzelkünstlerinnen und -künstlern (9 Prozent) und zu Ausbildungsstätten (9 Prozent). Auch Befragte, die sich als Sonstige bezeichnet haben, sind vor allem mit Kultureinrichtungen und -vereinen verbunden (52 Prozent). Sie stehen vergleichsweise selten mit Partnerinnen und Partnern der eigenen Kategorie in Kontakt (17 Prozent) und sind vergleichsweise häufig mit Künstlerinnen und Künstlern verbunden (13 Prozent). Temporäre Events, Festivals und mehrtägige Veranstaltungen suchen ebenfalls stark den Kontakt zu Kultureinrichtungen und -vereinen (57 Prozent). Am zweitstärksten interagieren sie anteilig mit Partnerinnen und Partnern aus dem Bereich Politik und Verwaltung (17 Prozent). Nur relativ wenige Kontakte führen zu Partnerinnen und Partnern aus dem eigenen Bereich (7 Prozent). Bei touristischen Leistungsträgern stellt sich die Verteilung wiederum anders dar: Hier entfallen die meisten Kontakte zwar auch anteilig auf Kultureinrichtungen und -vereine (41 Prozent). Allerdings entfallen die zweithäufigsten Nennungen auf temporäre Events, Festivals und mehrtägige Veranstaltungen (34 Prozent). Ein Fünftel der Kontakte entfällt außerdem auf andere touristische Leistungsträger des eigenen Bereichs (20 Prozent). Nochmal anders stellt sich die Verteilung bei Unternehmen der Kreativwirtschaft dar. Sie sind anteilig am häufigsten mit Akteurinnen und Akteuren der eigenen Kategorie vernetzt (26 Prozent). Fast genauso stark sind sie mit Kultureinrichtungen und -vereinen verbunden (25 Prozent). Weitere signifikante Anteile entfallen auf die Wirtschaft im Allgemeinen und Sponsoren (16 Prozent). Die Wirtschafts- und Sponsoringakteure selbst sind am anteilig häufigsten mit Kultureinrichtungen und -vereinen verbunden (49 Prozent). Weitere signifikante Anteile entfallen auf Unternehmen

der Kreativwirtschaft (21 Prozent), temporäre Events, Festivals und mehrtägige Veranstaltungen (16 Prozent) sowie Ausbildungsstätten (14 Prozent).

Abbildung 10: Netzwerkkarte der Beziehungshäufigkeiten zwischen den Akteursgruppen. N = 726.

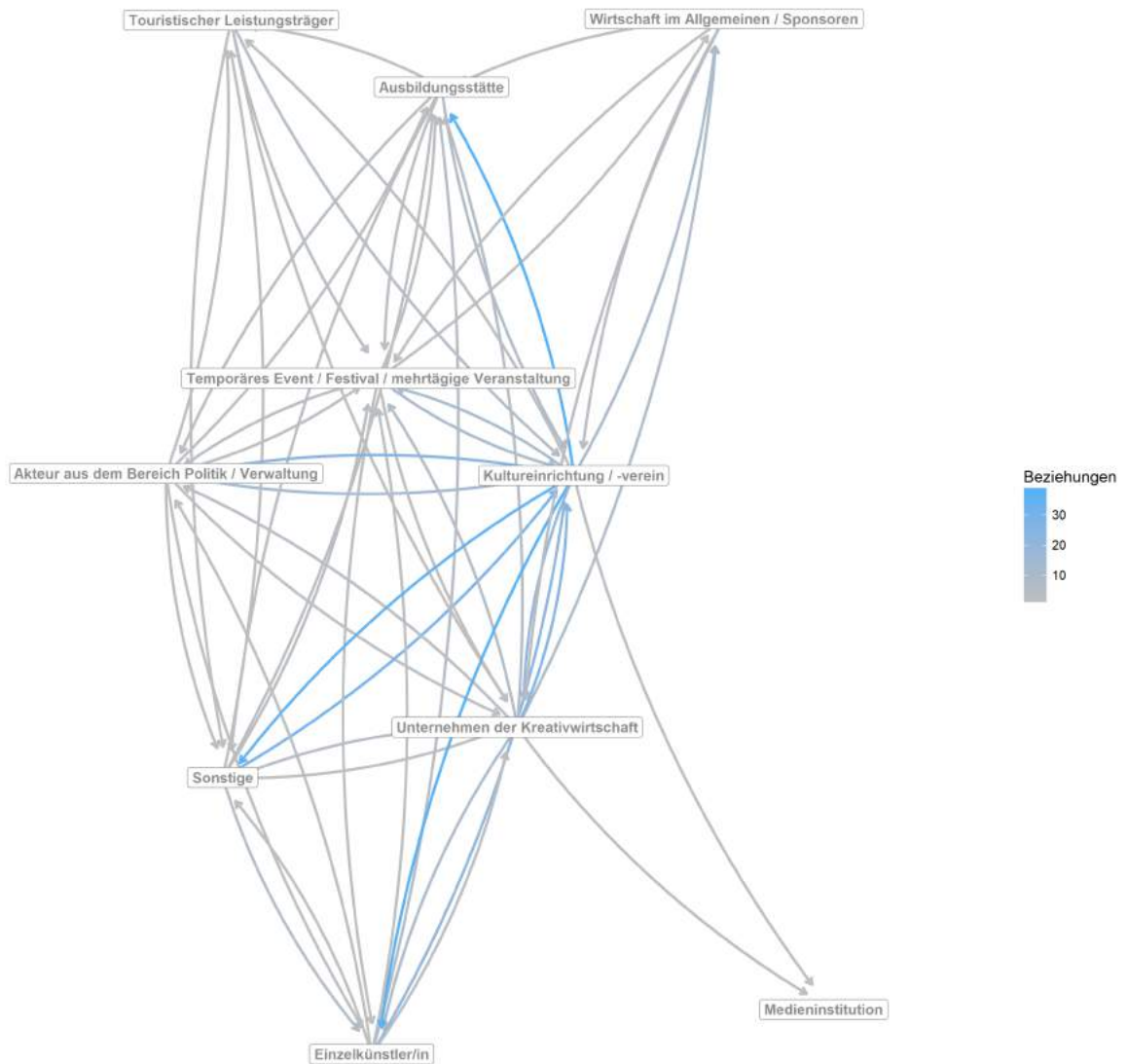
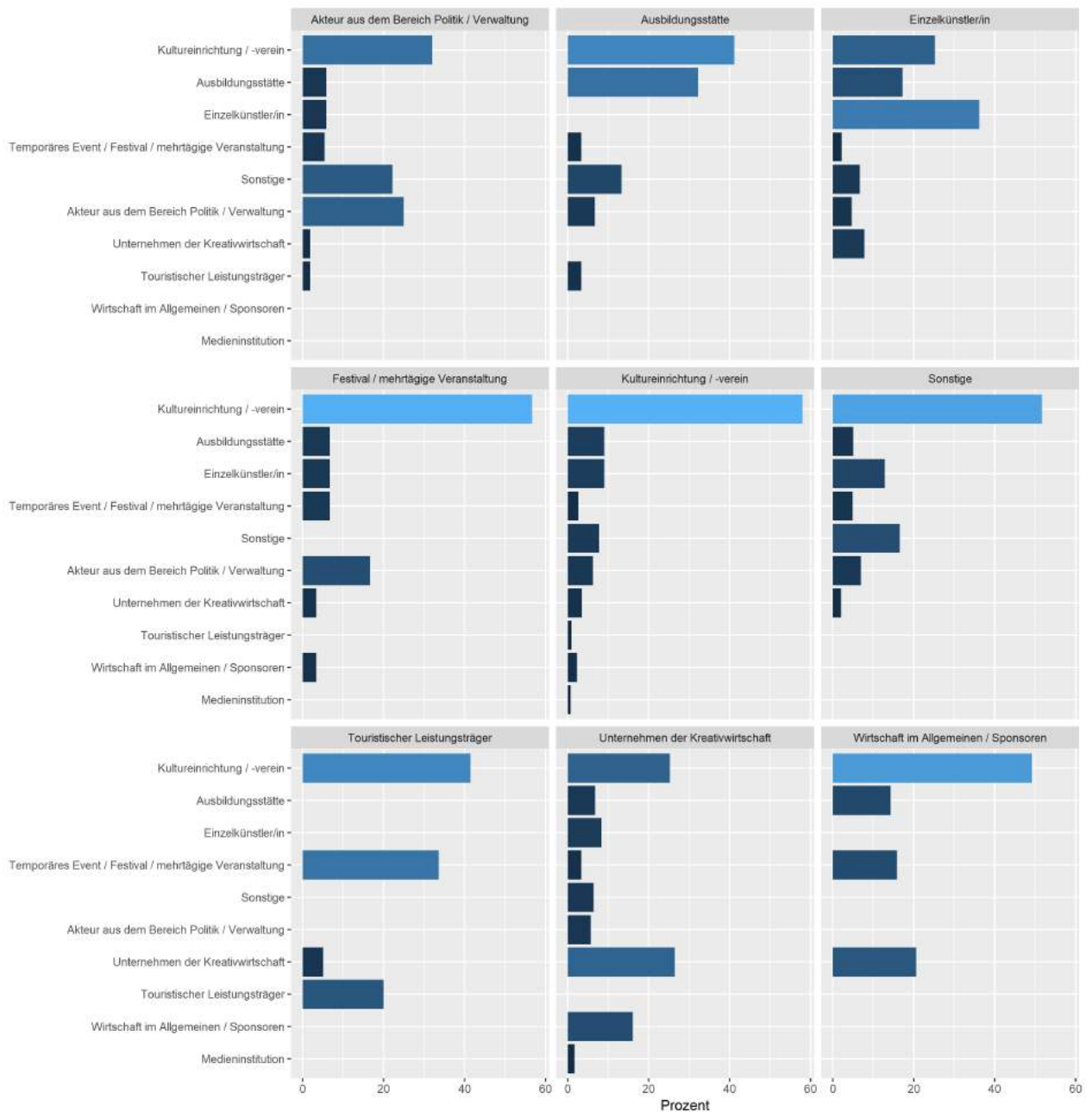


Tabelle 28: Durchschnittliche Anteile der Akteursarten unter den Kooperationspartnern, nach Akteursart der befragten Akteure. Zeilenweise Prozent.

Akteursart	Akteur aus dem Bereich Politik / Verwaltung	Ausbildungsstätte	Einzelkünstler/in	Kultureinrichtung / -verein	Medieninstitution	Sonstige	Temporäres Event / Festival / mehrtägige Veranstaltung	Touristischer Leistungsträger	Unternehmen der Kreativwirtschaft	Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren
Akteur aus dem Bereich Politik / Verwaltung	25.00	5.83	5.83	32.04	0.00	22.22	5.37	1.85	1.85	0.00
Ausbildungsstätte	6.67	32.22	0.00	41.11	0.00	13.33	3.33	3.33	0.00	0.00
Einzelkünstler/in	4.69	17.22	36.17	25.25	0.00	6.67	2.22	0.00	7.78	0.00
Kultureinrichtung / -verein	6.24	8.99	9.05	57.97	0.73	7.72	2.63	0.94	3.48	2.25
Sonstige	6.94	5.06	12.86	51.68	0.00	16.53	4.90	0.00	2.04	0.00
Temporäres Event / Festival / mehrtägige Veranstaltung	16.67	6.67	6.67	56.67	0.00	0.00	6.67	0.00	3.33	3.33
Touristischer Leistungsträger	0.00	0.00	0.00	41.43	0.00	0.00	33.57	20.00	5.00	0.00
Unternehmen der Kreativwirtschaft	5.71	6.76	8.33	25.30	1.67	6.40	3.33	0.00	26.46	16.04
Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren	0.00	14.29	0.00	49.21	0.00	0.00	15.87	0.00	20.63	0.00

Abbildung 11: Verteilung unterschiedlicher Netzwerkpartner auf die Akteursgruppen.



3.4 Sparten und Tätigkeitsfelder der Kooperationspartner

Die Befragten der Online-Studie wurden im Zuge der Charakterisierung ihrer Kooperationen danach gefragt, in welchen Sparten ihre Partnerinnen und Partner agieren. Es zeigt sich, dass etwa ein Fünftel aus dem Bereich der Kulturellen Bildung stammen (218 Nennungen und somit knapp 20 Prozent). Dieser Befund korrespondiert mit der eigenen Einordnung der Befragten, die sich zu Beginn der Studie ebenfalls auffallend häufig der Kulturellen Bildung zuordneten (neben anderen Sparten und Bereichen, Mehrfachnennungen waren möglich). Weiterhin prominent im Ranking vertreten sind die Sparten Musik (192 Nennungen, 17 Prozent) und Bildende

Kunst/Ausstellungshäuser (187 Nennungen, 17 Prozent). Diese drei Bereiche – Kulturelle Bildung, Musik und Bildende Kunst – kristallisieren sich als die drei Haupttätigkeitsbereiche der Kasseler Kulturakteurinnen und -akteure heraus, die sich an der Befragung beteiligt haben. Weiterhin relativ häufig werden die Bereiche Darstellende Kunst, Sonstige, Junge Kultur/Clubkultur, Soziokultur, Literatur und Interkultur als Spartenschwerpunkte genannt. Vergleichsweise seltener werden Partnerinnen und Partner den Bereichen Film/Neue Medien, Kulturelles Erbe, Museen, multifunktionale Orte sowie Bibliotheken und Archive zugeordnet.

Tabelle 29: Sparten und Tätigkeitsfelder in denen die Kooperationspartner aktiv sind. N = 1680, Mehrfachnennungen möglich.

Kultursparte	n	Prozent
Kulturelle Bildung	218	19.52
Musik	192	17.19
Bildende Kunst/Ausstellungshäuser	187	16.74
Darstellende Kunst	143	12.80
Sonstige	118	10.62
Junge Kultur/Clubkultur	112	10.03
Soziokultur	110	9.85
Literatur	104	9.31
Interkultur	101	9.04
Film/Neue Medien	95	8.50
Kulturelles Erbe	88	7.88
Museen	79	7.07
Multifunktionale Orte	78	6.98
Bibliotheken und Archive	55	4.92

3.5 Beziehungsintensitäten

Für jeden genannten Partner auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene wurde im Fragebogen angegeben, wie intensiv in der Regel der Informationsaustausch – also die Kommunikation – und die Zusammenarbeit – demnach die Kooperation – einzustufen ist. Im Fragebogen wurden beide Auswahlmöglichkeiten gegeben, weil nicht immer davon auszugehen ist, dass mit einer Kommunikation auch gleich eine Kooperation einhergeht. Hinsichtlich der Intensität der zwei unterschiedlichen Beziehungsdimensionen lassen sich allerdings ähnliche Werte feststellen: Fast die Hälfte aller Beziehungen werden als häufig erfolgreich spezifiziert (jeweils 48 Prozent der Angaben). Auch seltene und sehr häufige Intensitäten werden zu nicht unerheblichen Anteilen angegeben, wobei ein seltener Informationsaustausch beziehungsweise eine seltene Kooperation (knapp 30 Prozent) öfter genannt wird als ein sehr häufiger Austausch beziehungsweise eine sehr häufig erfolgreiche Kooperation (jeweils etwa 20 Prozent). Nur für 21 Kommunikations- und 27 Kooperationsbeziehungen wird angegeben, dass diese fast nie erfolgten (3 Prozent). Diese Ergebnisse können unterschiedlich interpretiert werden: Dass insgesamt 68 Prozent der Beziehungen als häufig oder sehr häufig eingestuft werden, verweist darauf, dass es sich bei den im Fragebogen genannten Partnerinnen und Partnern größtenteils um sogenannte strong ties handelt, also besonders starke Beziehungen aus dem näheren Umfeld⁹. Trotzdem bleibt die Frage offen, weshalb für mehr als ein Viertel der Befragten ein seltener Austausch angegeben wird, obwohl die Ausgangsfrage darauf abzielte, mit welchen Partnerinnen und Partnern die Befragten regelmäßig im Rahmen ihres kulturell-künstlerischen Schaffens zu tun haben. Insofern hätte man vermuten können, dass hier ausschließlich die Kategorien häufig und sehr häufig angegeben werden. Dies ist aber nicht der Fall. Interessant ist auch der Befund, dass sich die Angaben der Intensitäten für Kommunikations- und Kooperationsbeziehungen kaum voneinander unterscheiden. Die Beziehungsdimensionen Kommunikation und Kooperation kann man im vorliegenden Fall scheinbar synonym verwenden, da sich in den Intensitäten beider Variablen kaum Differenzen feststellen lassen. Die Kooperationsintensität ist insgesamt nur minimal schwächer ausgeprägt als die Intensität des kommunikativen Austauschs, aber nicht signifikant.

9 Unter dem »Näheren Umfeld« sind hierbei vor allem Kontakte aus der täglichen Lebenswelt zu verstehen, d.h. vor allem solche Partner, die den Befragten sowohl kulturell, was gemeinsame Einstellungen und Werte angeht, als auch geografisch nahestehen.

Tabelle 30: Häufigkeitsverteilung der Intensität des Informationsaustausches mit den Kooperationspartnern. N = 726.

Intensität Informationsaustausch	n	Prozent
1 fast nie	21	2.89
2 selten	212	29.20
3 häufig	349	48.07
4 sehr häufig	144	19.83

Tabelle 31: Häufigkeitsverteilung der Intensität der Kooperationen mit den Kooperationspartnern. N = 726.

Intensität Kooperation	n	Prozent
1 fast nie	27	3.72
2 selten	220	30.30
3 häufig	348	47.93
4 sehr häufig	131	18.04

- **Durchschnittliche Intensität Informationsaustausch: 2.8484848**
 - **Durchschnittliche Intensität Kooperation: 2.8030303**

Abbildung 12: Häufigkeitsverteilung der Intensität des Informationsaustausches mit den Kooperationspartnern. N = 726.

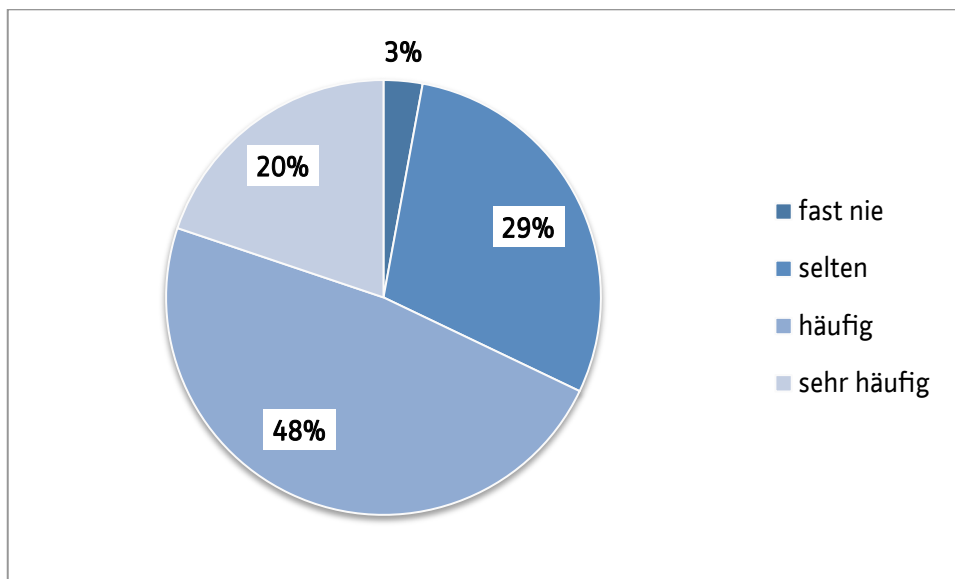
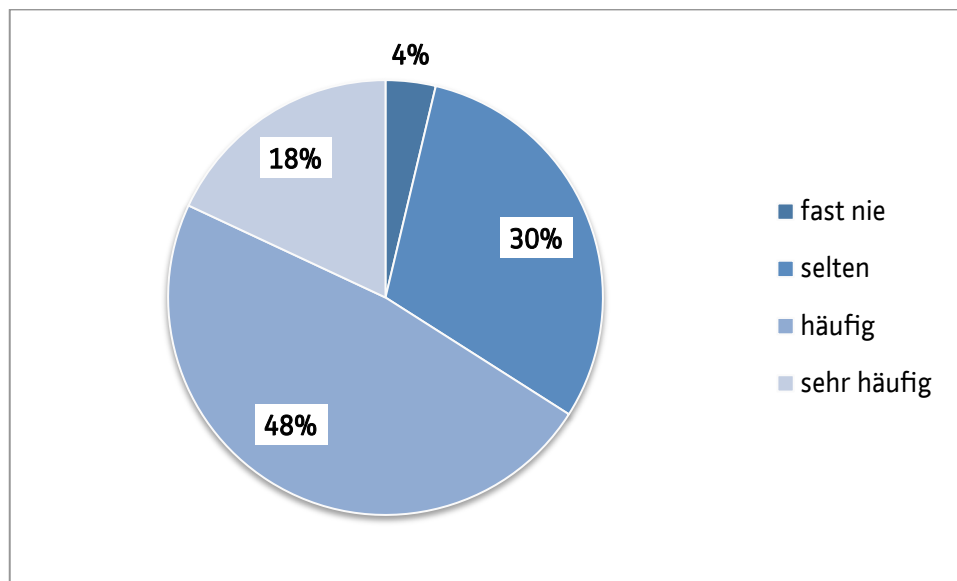


Abbildung 13: Häufigkeitsverteilung der Intensität der Kooperation mit den Kooperationspartnern. N = 726.



3.6 Vermittelnde Instanzen

In der Netzwerktheorie existiert das Theorem der sogenannten Broker: Solche Broker sind Einrichtungen oder Personen, die innerhalb eines Beziehungsgeflechts an strategisch wichtigen Positionen agieren. Diese Einbettung können sie nutzen, um ansonsten unverbundene Knoten im Netzwerk miteinander in Verbindung zu setzen. Aus der Verbindung bislang unverbundener Teile können zum Beispiel Innovationen hervorgebracht werden. Auch für den Austausch von kritischen Ressourcen in Form von Informationen kann eine solche Vermittlung hilfreich sein. In der Online-Studie wurde deshalb danach gefragt, welche ein bis maximal fünf Personen oder Einrichtungen innerhalb des Kasseler Kulturfelds vorrangig als vermittelnde Instanzen auftreten.

Die 96 Befragten nennen insgesamt 72 Akteurinnen und Akteure, die aus ihrer Perspektive die Rolle der Vermittlerinnen und Vermittler einnehmen. Am häufigsten wird das *Kulturamt der Stadt Kassel* mit 31 Nennungen in dieser Rolle wahrgenommen. Weitere 12 Nennungen entfallen auf den *KulturNetz Kassel e.V.* an zweiter Stelle der Auswertung. Als Einzelpersonen, die in den Augen der Befragten als Vermittler agieren, werden *Tobias Hartung* und *Marco Krummenacher* hervorgehoben (mit jeweils fünf und vier Nennungen). Beide arbeiten in der Abteilung Kulturförderung und -beratung bzw. Kulturförderung und -beratung/Dock 4 des Kulturamtes der Stadt Kassel. Weitere zehn Akteurinnen und Akteure werden zumindest mehr als einmal genannt und mögen deshalb ebenfalls weitere (potenzielle) Vermittlerinnen und Vermittler sein.

Die Ergebnisse weisen auf eine – auch andernorts festgestellte – Zentralisierung auf die Kulturverwaltung hin. Dem *Kulturamt* kommt offensichtlich eine überaus wichtige Rolle bei der Mediation zwischen unterschiedlichen Anspruchsgruppen zu. 32 Prozent der Befragten empfinden das *Kulturamt* als zentrale Instanz, die andere Einrichtungen und Personen miteinander in Verbindung setzt und auf diese Weise strukturelle Lücken zwischen ansonsten unverbundenen Domänen überbrückt. Dass der *KulturNetz e.V.* an zweiter Stelle der Auswertung steht, verdeutlicht dessen Rolle als vermeintlicher Schaltpunkt innerhalb des Kasseler Kulturnetzwerks. 13 Prozent der Befragten nehmen den Verein explizit als Vermittlungsinstanz wahr. Auf der anderen Seite ist auch festzustellen, dass insgesamt vergleichsweise wenige Einrichtungen und Personen als Vermittler genannt werden: 72 Nennungen bei 96 befragten Akteurinnen und Akteuren bedeuten, dass nicht einmal eine Vermittlerin oder Vermittler pro Befragtem genannt wurde. Im Mittel nennt jede Akteurin bzw. jeder Akteur 0,75 Vermittlerinnen oder Vermittler, obwohl bis zu fünf vermittelnde Einrichtungen und Personen von jedem Befragten eingegeben werden konnten. Dies und auch der Umstand, dass manche Befragte sogar anstelle eines Akteursnamen niemand ins Eingabefeld eintrugen, ist unter Umständen auch ein Indiz dafür, dass entweder nur wenige Mittlerinstanzen im Kasseler Kulturfeld existieren oder dass das Feld der Mittler sehr heterogen und das Netzwerk in dieser Hinsicht eher dezentral organisiert ist – mit der Ausnahme einer gewissen Fokussierung auf das *Kulturamt* und den *KulturNetz Kassel e.V.*

Tabelle 32: Anzahl der Benennungen von Kooperationspartnern als vermittelnde Instanzen. N = 72.

Name	n
Kulturamt	31
KulturNetz Kassel e.V.	12
Tobias Hartung	5
Marco Kruppenacher	4
Caricatura Kassel	2
Dock 4	2
documenta und Museum Fridericianum gGmbH	2
GrimmHeimat NordHessen	2
Joel Baumann	2
Kulturdezernat	2
Kulturzentrum Schlachthof e.V.	2
Oberbürgermeister	2
vhs Region Kassel	2
Volker Schäfer	2

3.7 Strukturanalyse des Gesamtnetzwerks

Zur Methode der Netzwerkanalyse

Soziale Netzwerke rücken nicht zuletzt durch die steigende Popularität einschlägiger Vernetzungsplattformen im Internet seit einiger Zeit immer stärker in das Bewusstsein der Öffentlichkeit. In den Sozialwissenschaften sind sie dagegen schon seit Jahrzehnten Gegenstand eines innovativen, dynamischen Forschungsfeldes – der *sozialen Netzwerkanalyse* (kurz: SNA). Im Gegensatz zur klassischen Sozialforschung nimmt sie nicht Akteure, sondern die Beziehungen zwischen ihnen in den Blick und eröffnet somit den Blick auf die sozialen Strukturen, in denen sich Menschen tagtäglich bewegen. Akteure, das heißt einzelne Personen, aber auch kollektive Akteure (wie Kulturorganisationen), werden dabei verstanden als eingebettet in ein Geflecht aus Beziehungen, welches sich zum Beispiel auf die Verfügbarkeit von Informationen auswirken und Handlungsmöglichkeiten eröffnen oder verschließen kann.

Die Netzwerkanalyse wird häufig zur Untersuchung von Organisations- und Politiknetzwerken angewendet. Der Untersuchungsschwerpunkt liegt auf allgemeineren Beziehungsmustern und Strukturen, die sich im Netzwerk abzeichnen. In diesem Zusammenhang interessieren Gruppenbildungen in Form von Clustern und Cliques sowie fehlende Beziehungen, also strukturelle Lücken, zwischen diesen Formationen. Die Berechnung von Maßzahlen auf der Akteursebene (zum Beispiel Zentralitäten), auf der Beziehungsebene (eindimensionale Relationen versus multiplexe Relationen) und der Netzwerkebene (zum Beispiel Dichte) reduziert die Komplexität bei der Analyse von Netzwerken, die über eine mit dem bloßen Auge kaum mehr zu erfassende Menge von Knoten verfügen.

Zum Mehrwert einer Netzwerkanalyse

Mittels einer Netzwerkanalyse können die folgenden Teilziele erreicht werden:

- Die Visualisierung der Kerninteraktionen zwischen relevanten Stakeholdern verschiedener Sektoren (Informationsfluss und entsprechende weiße Flecken)
- Die Identifikation wichtiger Akteurinnen und Akteure, deren Einfluss bislang gegebenenfalls unterschätzt wurde
- Schlussfolgerungen zu Macht, Zentralität und Einfluss bestimmter Akteurinnen und Akteure sowie über Schwachstellen im Netzwerk

- Identifikation der Broker des Netzwerks (also Personen, über welche die kürzesten Pfaddistanzen im Netzwerk verlaufen, so dass sie verschiedene Cluster / Cliques miteinander verbinden und strukturelle Löcher überbrücken)
- Darstellung der Richtung bestimmter Flows im Netzwerk (einseitige / gerichtete Beziehung versus wechselseitige / reziproke Beziehung)
- Definition der Intensität von Beziehungen (Unterscheidung in stark, mittel, schwach) und entsprechende Visualisierung der Relationen im Netzwerk
- Farbliche Unterscheidung der Zugehörigkeiten zu Sektoren und somit Bestimmung der Interaktionen zwischen unterschiedlichen Sektoren auf der Makro-Ebene

Um die Ausführungen der nachfolgenden Analysekapitel besser verstehen zu können, sind in der nächsten Tabelle die wichtigsten Begriffe der Netzwerkanalyse aufgelistet und jeweils mit einer Erläuterung versehen.

Tabelle 33: Zentrale Begriffe der Netzwerkanalyse

Maßzahl / Konzept	Erläuterung / Interpretation
Knoten	Einzelne Akteure werden als Netzwerkknoten dargestellt, die in der Regel mit anderen Knoten verbunden sind
Kanten	Verbindungslinien, die zwischen Akteuren gezogen werden und eine Relation, in diesem Fall eine Kommunikationsbeziehung, symbolisieren
gerichtete Beziehung	Eine Beziehung, die per Pfeilrichtung einen <i>Flow</i> darstellt (von A nach B oder umgekehrt)
ungerichtete Beziehung	Eine Beziehung ohne Pfeilrichtung, wenn keine Gewichtung vorgenommen werden kann
Reziprozität	Eine Sozialbeziehung ist reziprok, wenn sie in beide Richtungen (von A zu B und umgekehrt) läuft, also wechselseitig erwidert wird
Pfad; Pfaddistanz	Wege, die (gegebenenfalls indirekt über andere Akteure) �berbr�ckt werden müssen, um andere Knoten zu erreichen
Homophilie	Homophilie steht für die Tendenz zur Bildung von sozialen Beziehungen zwischen Akteuren mit ähnlichen Einstellungen oder mit ähnlichen Attributen – auf diese Weise entstehen auch Cliques
Cutpoints	Br�ckenakteure, die verschiedene Teile des Netzwerks miteinander verbinden. D.h., wenn man einen Cutpoint aus dem Graphen entfernt, <i>zerschneidet</i> man damit das Netzwerk in zwei oder mehrere Komponenten – daher der Name.
Sinks	Sinks sind Akteure, die nur eingehende, aber keine ausgehenden Beziehungen haben (können). Im vorliegenden Fall ist die Anzahl der Sinks im Gesamtnetzwerk recht hoch, weil ein gr�o�erer Teil der Akteure zwar als Kommunikationspartner genannt wurde, jedoch selbst nicht an der Befragung teilgenommen hat. Damit liegen für diese Akteure nur unvollständige, weil einseitige Informationen vor, die die Maßzahlen in eine gewisse Richtung verzerren. Deshalb wurden sie für die weitere Analyse des Kernnetzwerks ausgeschlossen.

Maßzahl / Konzept	Erläuterung / Interpretation
Isolates	Isolates sind hier diejenigen Akteure, die zwar an der Befragung teilgenommen haben, jedoch beim ersten Namensgenerator selbst keine Kommunikationspartner genannt haben und auch nicht genannt wurden.
Degree	Anzahl aller Beziehungen, über die ein Akteur mit anderen Netzwerkknoten verbunden ist
In-Degree	Anzahl aller <i>eingehenden</i> Beziehungen, die ein Akteur unterhält (und damit Indikator für eine Machtposition)
Out-Degree	Anzahl aller <i>ausgehenden</i> Beziehungen, die ein Akteur aufweist (und damit ein Indikator für hohe Aktivität)
Closeness-Centrality	Angabe über den Anteil der Akteure des Netzwerks, die vom untersuchten Knoten erreicht werden können (Summe aller erreichbaren Knoten geteilt durch die Summe der Pfaddistanzen)
Betweenness-Centrality	Kalkulation des Anteils aller kürzesten Pfaddistanzen zwischen Akteurspärchen, die über den untersuchten Netzwerkknoten verlaufen. Aus diesem Grund gilt das Maß als am aussagekräftigsten für die Identifikation von Brokern / Mittlern
Brokerage	Das Konzept beschreibt das Überbrücken sogenannte <i>struktureller Löcher</i> , also ansonsten unverbundener Teilnetzwerke. Eine Broker-Position verspricht Informationsvorteile, wenn dadurch Zugang zu mehreren nicht-redundanten Teilnetzwerken gewährleistet wird
Burt's Constraint	Die strukturelle Definition der klassischen Brokerposition funktioniert über die Berechnung der strukturellen Autonomie (als Indikator für die Überbrückung struktureller Löcher). Die entsprechende Maßzahl hierfür ist Burt's constraint (je geringer der Wert, desto höher die strukturelle Autonomie)

Allgemeine Merkmale der Netzwerkstruktur

Das erhobene Gesamtnetzwerk umfasst 726 gerichtete Beziehungen und 545 Akteurinnen und Akteure. Die maximale Pfaddistanz zwischen zwei Akteurinnen und Akteuren beträgt 5 Schritte. Die Vernetzung stellt zwar eine Erreichbarkeit der Akteurinnen und Akteure füreinander her, allerdings gilt für einen Großteil der Akteurinnen und Akteure, dass diese nur über wenige Beziehungen mit dem Netzwerkkern verbunden sind. Es könnte sinnvoll sein, hier mehr *Netzwerkwege* zwischen den Akteuren zu schaffen.

Abbildung 14: Netzwerkvisualisierung mit farblicher Hervorhebung nach Akteursgruppe.
Teilweise mit Akteursbezeichnungen. N = 545.



Höchste Zentralitätswerte Gesamtnetzwerk

Die folgenden Tabellen geben einen Überblick über die jeweils zentralsten Akteure je Zentralitätsmaß beziehungsweise die Akteure mit der höchsten strukturellen Autonomie.

In-Degree (eingehende Beziehungen)

Den höchsten In-Degree weist – mit leichtem Abstand – die *Kunsthochschule Kassel* auf. Dies bedeutet, dass diese Einrichtung besonders häufig von anderen Akteuren kontaktiert wird (insgesamt 16 eingehende Beziehungen). Auf dem zweiten Platz in der Wertung rangiert die *documenta 14* (mit 12 eingehenden Beziehungen). Auch die *Universität Kassel* und das *Staatstheater Kassel* werden von jeweils zehn und mehr Befragten als wichtige Partnerinnen und Partner genannt. Auffällig ist, dass mit der *Kunsthochschule* und der *Universität Kassel* gleich zwei akademische Ausbildungsstätten ganz oben in der Tabelle rangieren. Es folgen mit dem *Kulturzentrum Schlachthof e.V.* und dem *Kulturzentrum Salzmänn e.V.* die ersten beiden Vereine im Ranking, die besonders ausschlaggebend für das Kasseler Kulturfeld zu sein scheinen.

Tabelle 34: Einrichtungen mit den meisten eingehenden Beziehungen. Gesamtnetzwerk. N = 545.

Name	in
Kunsthochschule Kassel	16
documenta 14	12
Universität Kassel	11
Staatstheater Kassel	10
Kulturzentrum Schlachthof e.V.	8
Kulturfabrik Salzmänn e.V.	7
vhs Region Kassel	6
1. Skateboardverein Kassel e.V. / Kesselschmiede e.V.	6
KulturNetz Kassel e.V.	6
Literaturhaus Nordhessen e.V.	6
Kulturhaus Dock 4	6
documenta und Museum Fridericianum gGmbH - documenta archiv	6
Kultursommer Nordhessen gGmbH	6

Closeness-Centrality (Nähe zu anderen Akteuren)

Was die Erreichbarkeit anderer Akteure angeht, so lässt sich konstatieren, dass die *Universität Kassel* den größten Aktionsradius hat. Sie kann demnach die meisten Netzwerkakteure über relativ kurze Wege erreichen. Es folgen danach mit den gleichen Zentralitätswerten einige weitere Kultureinrichtungen und -vereine und Ausbildungsstätten, die aufgrund ihrer Funktionen eben-

falls über vielfältige Zugänge verfügen und so einen Großteil der Akteurinnen und Akteure des Gesamtnetzwerks auf direktem oder indirektem Wege erreichen können. Interessant ist in dieser Auswertung, dass hier drei Akteurinnen und Akteure im Ranking erscheinen, die in den beiden anderen Rankings der Akteurinnen und Akteure mit dem höchsten Degree und den meisten eingehenden Beziehungen nicht auftauchen: Es handelt sich dabei um das *Museum für Sepulkralkultur*, den *Raum für urbane Experimente* und die *Kinder- und Jugendförderung der Stadt Kassel*. Diese drei Einrichtungen scheinen ebenfalls an Positionen im Netzwerk platziert zu sein, von denen aus sie den Großteil der anderen im Netzwerk befindlichen Akteurinnen und Akteure über relativ kurze Wege erreichen können.

Tabelle 35: Einrichtungen mit der höchsten Erreichbarkeit. Gesamtnetzwerk. N = 545.

Name	closeness
Universität Kassel	0.0277
vhs Region Kassel	0.0276
Kulturzentrum Schlachthof e.V.	0.0276
Staatstheater Kassel	0.0276
Kulturfabrik Salzmann e.V.	0.0276
KulturNetz Kassel e.V.	0.0276
Literaturhaus Nordhessen e.V.	0.0276
Kunsthochschule Kassel	0.0276
Museum für Sepulkralkultur	0.0276
Raum für urbane Experimente	0.0276
documenta und Museum Fridericianum gGmbH - documenta archiv	0.0276
Kinder- und Jugendförderung der Stadt Kassel	0.0276

Betweenness-Centrality (Identifikation von Schnittstellen)

Mit der Berechnung des Betweenness-Maßes lassen sich vermittelnde Instanzen identifizieren, die strukturelle Lücken im Gesamtnetzwerk überbrücken. Diese sogenannten Broker des Netzwerks könnten in Zukunft eine wichtige Rolle bei Überlegungen zu Verantwortungsübernahmen, also der Ermächtigung zu sogenannten Kümmerern, innerhalb der Kulturkonzeption spielen. Angeführt wird die Liste von der *vhs Region Kassel* und dem *Staatstheater Kassel*. Dies bedeutet, dass insbesondere diese beiden Einrichtungen als Schnittstellen zu den unterschiedlichsten Teilnetzwerken fungieren könnten, welche wiederum verschiedene Ressourcen bereitstellen. Als weitere potenzielle Vermittlungsinstanz zwischen den Welten fungiert die *Kunsthochschule Kassel*. Es erscheinen außerdem wieder zwei Einrichtungen in der Auswertung, die in den anderen Rankings noch nicht so stark in Erscheinung getreten sind: der *Netzwerk Hammerschmiede e.V.* und die

KunstWerkstatt Marbachshöhe. Diese Einrichtungen schlagen demnach offensichtlich ebenfalls viele Brücken zwischen ansonsten unverbundenen Akteurinnen und Akteuren und bekleiden insofern mitunter prominente Positionen im Kommunikationsnetzwerk.

Tabelle 36: Einrichtungen mit Schnittstellen-Potenzial. Gesamtnetzwerk. N = 545.

Name	between
vhs Region Kassel	0.14
Staatstheater Kassel	0.13
Kunsthochschule Kassel	0.11
Kulturzentrum Schlachthof e.V.	0.09
Raum für urbane Experimente	0.08
Literaturhaus Nordhessen e.V.	0.07
Kulturhaus Dock 4	0.07
Stadtmuseum Kassel	0.07
Universität Kassel	0.07
Kulturfabrik Salzmann e.V.	0.06
raumlabor WELL being Stiftung	0.06
Netzwerk- Hammerschmiede e.V.	0.06
documenta und Museum Fridericianum gGmbH - documenta archiv	0.06
KunstWerkstatt Marbachshöhe	0.06

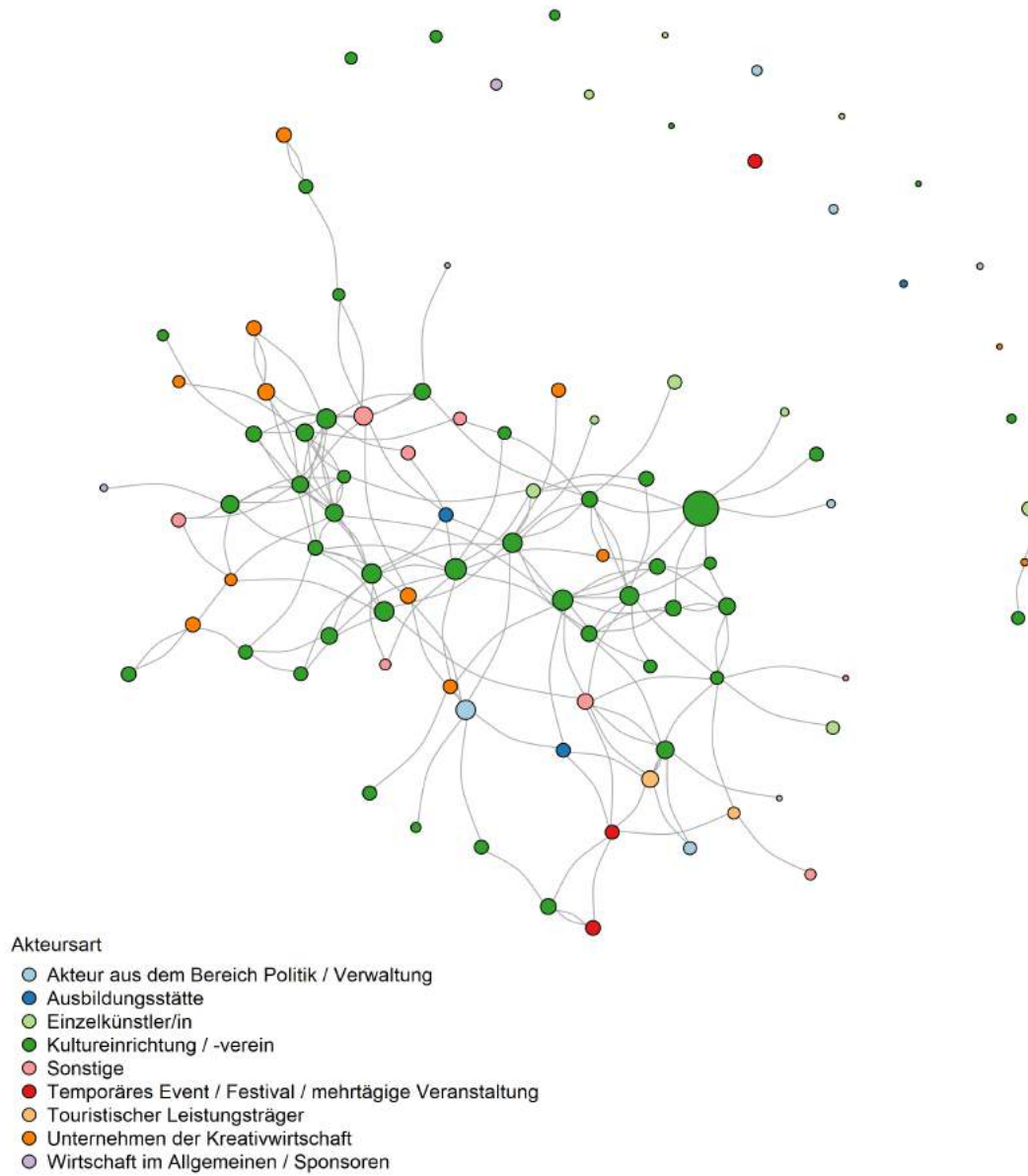
3.8 Strukturanalyse des Kernnetzwerks (nur Befragte)

Im Gesamtnetzwerk ist ein größerer Anteil an Knoten enthalten, für den nur unvollständige Informationen vorliegen. Viele Akteurinnen und Akteure wurden von den Befragten lediglich als Partnerin oder Partner genannt, haben aber selbst nicht an der Online-Studie teilgenommen und konnten deshalb keine eigenen Angaben über ihre Vernetzung machen. Sie verfügen in diesen Darstellungen deshalb nur über eingehende, nicht aber ausgehende Beziehungen. Diese fehlenden Daten schlagen sich auch in der Berechnung von Strukturmaßzahlen nieder und können die Ergebnisse verzerren. Zur weiteren Analyse wurde daher ein Kernnetzwerk extrahiert, in dem zum einen nur Knoten enthalten sind, für die vollständige Informationen über Beziehungen und Attribute vorliegen und die zum anderen aktiv am Kommunikationsnetzwerk partizipieren. Dazu wurden zunächst alle Akteurinnen und Akteure aus dem Gesamtnetzwerk entfernt, die selbst nicht an der Befragung teilgenommen haben und somit lediglich eingehende Beziehungen haben (sogenannte sinks). Auf diese Weise wurde das Gesamtnetzwerk, welches 545 Akteure umfasste, auf den Kern der 96 befragten Einrichtungen und Personen reduziert. Einige dieser 96 Knoten sind allerdings nicht mit der zusammenhängenden Netzwerkstruktur verbunden und sogenannte Isolates. Ihre Verbindungen reichen vermutlich zu weiter entfernten Akteurinnen und Akteuren des Gesamtnetzwerks, nicht aber in den Kern der ausschlaggebenden Gemengelage hinein.

In der folgenden Netzwerkkabbildung ist dieses Kernnetzwerk abgebildet. Dominiert wird das Bild von grünen Knoten, die Kultureinrichtungen und -vereine symbolisieren. Dies ist nicht verwunderlich, da diese auch mehrheitlich an der Studie teilgenommen haben. In der rechten oberen Ecke sind die frei im Raum schwebenden, unverbundenen Knoten zu erkennen. Diese Akteurinnen und Akteure stehen nicht unmittelbar mit der Hauptkomponente des Netzwerks in Verbindung, auch wenn sie Kontakte zu anderen Akteurinnen und Akteuren haben mögen, die nicht an der Befragung teilgenommen haben. Mit Blick auf den Aufbau der Netzwerkstruktur lassen sich grob zwei Cluster identifizieren. Zum einen ist eine Ansammlung stärker vernetzter Akteure auf der westlichen Seite der Netzwerkdarstellung zu erkennen und zum anderen scheinen auch im östlichen Bereich einige Akteurinnen und Akteure näher beieinander und wechselseitiger miteinander vernetzt zu sein. In beiden Fällen sind es Kultureinrichtungen und -vereine, die das Beziehungsgeflecht maßgeblich strukturieren und zusammenhalten. Touristische Leistungsträger (gelbe Knoten), temporäre Events, Festivals und mehrtägige Veranstaltungen (rote Knoten) sowie Akteurinnen und Akteure aus dem Bereich Politik und Verwaltung (hellblaue Knoten) finden sich vor allem in der östlichen Netzwerkkomponente. Im westlich gelegenen Cluster sind hingegen vermehrt

Unternehmen der Kreativwirtschaft (orangene Knoten) und sonstige Akteursgruppen (rosa Knoten) positioniert. Mittig sind einige wenige Akteurinnen und Akteure angeordnet, welche die beiden Cluster offensichtlich miteinander in Verbindung setzen.

Abbildung 15: Netzwerkvisualisierung, der Kooperationsbeziehungen der befragten Akteure untereinander, mit farblicher Hervorhebung nach Akteursgruppe. N = 96



Höchste Zentralitätswerte Kernnetzwerk

Über die meisten Beziehungen im Kernnetzwerk verfügen drei Akteurinnen und Akteure gleichermaßen: der *Raum für urbane Experimente*, der *1. Skateboardverein Kassel e.V. / Kesselschmiede e.V.* und das *Staatstheater Kassel* mit je 11 Kommunikations- und Kooperationskontakten insgesamt. Es folgt an zweiter Stelle der *Kulturzentrum Schlachthof e.V.* (10 Beziehungen innerhalb des Kerns). Diese erstplatzierten Akteurinnen und Akteure sind auch bereits im Ranking des Gesamtnetzwerks in Erscheinung getreten. Der *Raum für urbane Experimente* scheint allerdings deutlich ausschlaggebender für das Kernnetzwerk zu sein als für das Gesamtnetzwerk, wo er weiter hinten in der Tabelle der stark vernetzten Akteure rangiert. Auch die *Kinder- und Jugendförderung der Stadt Kassel* ist im Kernnetzwerk deutlich besser angebunden als im Gesamtnetzwerk, wo sie eine weniger prominente Position besetzt. Dies gilt auch für die *documenta und Museum Fridericianum gGmbH - documenta archiv*. Alle anderen hier gelisteten Einrichtungen sind sowohl innerhalb des Gesamtnetzwerks als auch innerhalb des Kernnetzwerks sehr zentral. Dies trifft zu auf den *1. Skateboardverein Kassel e.V. / Kesselschmiede e.V.*, das *Staatstheater Kassel*, den *Kulturzentrum Schlachthof e.V.*, den *Kulturfabrik Salzmänn e.V.* und den *Literaturhaus Nordhessen e.V.*

Tabelle 37: Einrichtungen mit den meisten Beziehungen. Nur befragte Akteure. N = 96.

Name	degree
Raum für urbane Experimente	11
1.Skateboardverein Kassel e.V. / Kesselschmiede e.V.	11
Staatstheater Kassel	11
Kulturzentrum Schlachthof e.V.	10
Kinder- und Jugendförderung der Stadt Kassel	9
Kulturfabrik Salzmänn e.V.	9
documenta und Museum Fridericianum gGmbH - documenta archiv	9
Literaturhaus Nordhessen e.V.	9

In-Degree (eingehende Beziehungen)

Den höchsten In-Degree im Kernnetzwerk hat das *Staatstheater Kassel* (mit insgesamt 10 eingehenden Beziehungen). Im Gegensatz zur Auswertung des Gesamtnetzwerks unterscheidet sich das Ranking vor allem dahingehend, dass einige Akteurinnen und Akteure in der nachstehenden Tabelle nicht mehr vorhanden sind – weil sie nicht an der Befragung teilgenommen haben. Dies trifft zum Beispiel auf die *Kunsthochschule Kassel* und die *Universität Kassel* zu, die im Gesamtnetzwerk stark frequentiert werden, aber hier nicht mehr in Erscheinung treten. Besonders häufig

als Kommunikations- und Kooperationspartner werden in diesem Kernnetzwerk der befragten Akteurinnen und Akteure neben dem *Staatstheater* erneut die beiden Vereine *Kulturzentrum Schlachthof e.V.* und *Kulturfabrik Salzmänn e.V.* genannt. Außerdem erscheinen in diesem Auswertungsschritt einige Akteurinnen und Akteure, die wiederum in sich selbst ein Netzwerk darstellen, so zum Beispiel die *Kultursommer Nordhessen gGmbH*, der *KulturNetz Kassel e.V.* oder die *Museumslandschaft Hessen Kassel*.

Tabelle 38: Einrichtungen mit den meisten eingehenden Beziehungen. Nur befragte Akteure. N = 96.

Name	in
Staatstheater Kassel	10
Kulturzentrum Schlachthof e.V.	8
Kulturfabrik Salzmänn e.V.	7
1.Skateboardverein Kassel e.V. / Kesselschmiede e.V.	6
documenta und Museum Fridericianum gGmbH - documenta archiv	6
Literaturhaus Nordhessen e.V.	6
vhs Region Kassel	6
Kulturhaus Dock 4	6
Kultursommer Nordhessen gGmbH	6
KulturNetz Kassel e.V.	6
Museumslandschaft Hessen Kassel	5
GRIMMWELT Kassel	5
raumlabor WELL being Stiftung	5
Museum für Sepulkralkultur	5

Out-Degree (ausgehende Beziehungen)

Die meisten ausgehenden Beziehungen gehen – anders als im Gesamtnetzwerk – von der *Kinder- und Jugendförderung der Stadt Kassel* aus (8 Beziehungen). Hinsichtlich der Akteurinnen und Akteure, die im Ranking erscheinen, unterscheidet sich diese Wertung in Teilen von der des Gesamtnetzwerks. So ist der Anteil der Beziehungen von Akteurinnen und Akteuren, die ins Kernnetzwerk verlaufen, unterschiedlich hoch. Bei der *Kinder- und Jugendförderung* führen beispielsweise 80 Prozent aller ausgehenden Beziehungen zu Akteurinnen und Akteuren des Kernnetzwerks und nur 20 Prozent zu Akteurinnen und Akteuren, die nicht mit dem Kernnetzwerk verbunden sind. Auch der *Raum für urbane Experimente* ist mit über 70 Prozent seiner wichtigsten ausgehenden Kontakte mit dem Netzwerk der befragten Akteurinnen und Akteure verbunden. Andere Einrichtungen wie zum Beispiel die *Kassel Marketing GmbH*, die *Stadtbibliothek Kassel*, die *Stiftung Brückner-Kühner* oder die *Musikschule Kassel* scheinen stärker mit Akteurinnen und

Akteuren in Kontakt zu stehen, die sich außerhalb dieses Kernnetzwerks der befragten Akteurinnen und Akteure befinden. Bei ihnen führen im Vergleich nur 4 ausgehende Beziehungen, also 40 Prozent, zu Einrichtungen des befragten Kernnetzwerks.

Tabelle 39: Einrichtungen mit den meisten ausgehenden Beziehungen. Nur befragte Akteure. N = 96.

Name	out
Kinder- und Jugendförderung der Stadt Kassel	8
Raum für urbane Experimente	7
GrimmHeimat NordHessen	6
1. Skateboardverein Kassel e.V. / Kesselschmiede e.V.	5
Netzwerk- Hammerschmiede e.V.	5
Erik Schäfer	5
Kassel Marketing GmbH	4
Stadtbibliothek Kassel	4
Stiftung Brückner-Kühner	4
Christine Weghoff	4
Musikschule Kassel e.V.	4

Closeness-Centrality (Nähe zu anderen Akteuren)

Was die Erreichbarkeit anderer Akteurinnen und Akteure angeht, so lässt sich konstatieren, dass es innerhalb des Kernnetzwerks das *Staatstheater* ist, welches über die beste Erreichbarkeit verfügt. Eine schwächere Erreichbarkeit im Vergleich zum Gesamtnetzwerk weist die *vhs Region Kassel* auf. Ihre vermeintlich zentrale Position relativiert sich mit Blick auf das Kernnetzwerk der befragten Akteurinnen und Akteure.

Tabelle 40: Einrichtungen mit der höchsten Erreichbarkeit. Nur befragte Akteure. N = 96.

Name	closeness
Staatstheater Kassel	0.0472
Raum für urbane Experimente	0.0471
Kinder- und Jugendförderung der Stadt Kassel	0.0470
Literaturhaus Nordhessen e.V.	0.0470
Kulturzentrum Schlachthof e.V.	0.0469
Kulturfabrik Salzmann e.V.	0.0469
documenta und Museum Fridericianum gGmbH - documenta archiv	0.0469
GrimmHeimat NordHessen	0.0468
KulturNetz Kassel e.V.	0.0468
vhs Region Kassel	0.0466
1. Skateboardverein Kassel e.V. / Kesselschmiede e.V.	0.0465
Erik Schäfer	0.0465
Spielort eV	0.0465

Betweenness-Centrality (Identifikation von Schnittstellen)

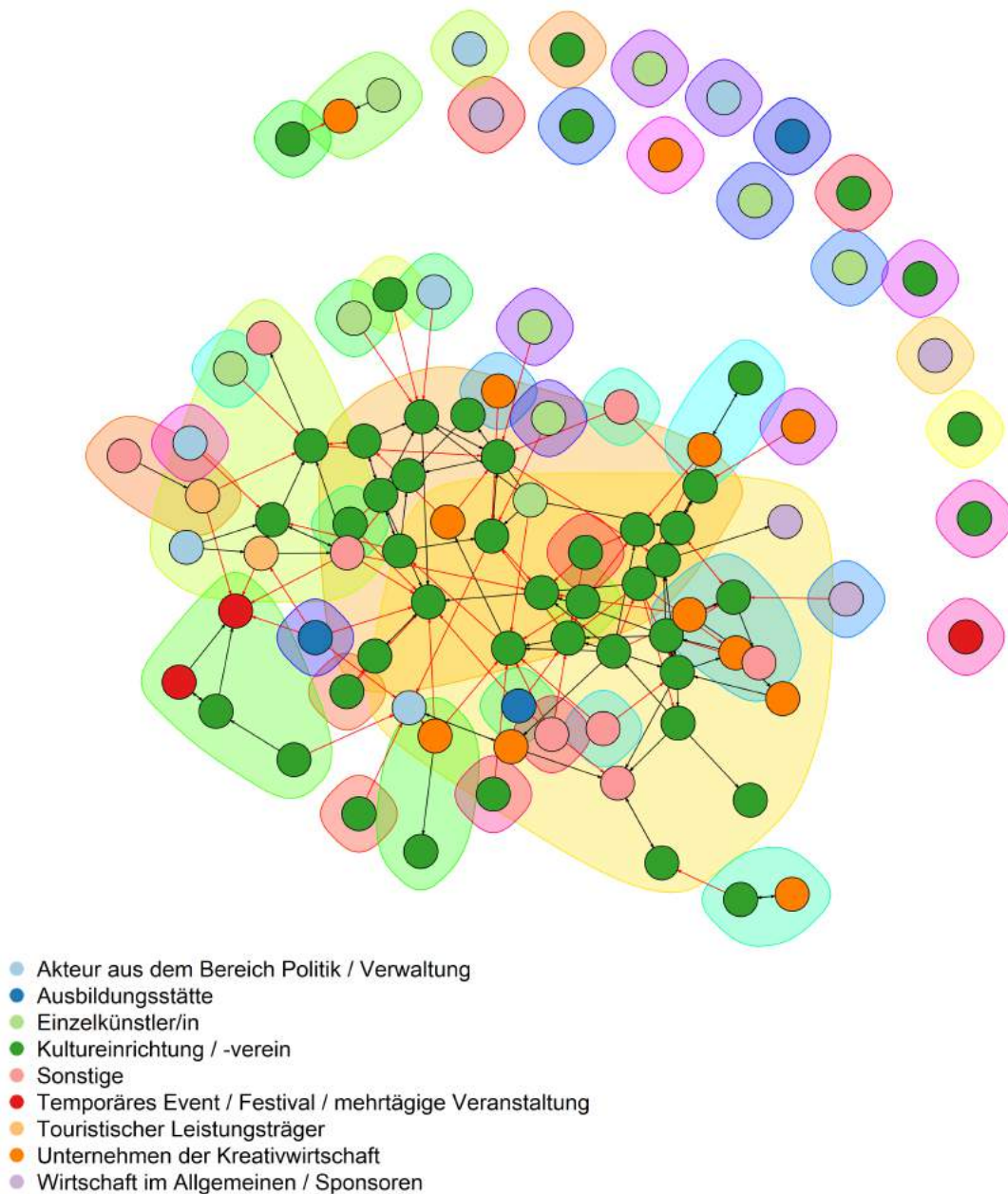
Ähnlich deutlich wie in der Analyse des Gesamtnetzwerks sticht das *Staatstheater* als Brückenakteur hervor. Der *Raum für urbane Experimente* übernimmt diese Funktion noch etwas stärker als im Gesamtnetzwerk. Deutlich stärker als im gesamten Kooperations- und Kommunikationsnetzwerk treten die *documenta und Museum Fridericianum gGmbH - documenta archiv* und die *GrimmHeimat NordHessen* an Schnittstellenpositionen in Erscheinung. Sie scheinen demnach ebenfalls besonders wichtig für die Überbrückung von strukturellen Löchern des Kernnetzwerks zu sein.

Tabelle 41: Einrichtungen mit Schnittstellen-Potenzial. Nur befragte Akteure. N = 96.

Name	between
Staatstheater Kassel	0.13
Raum für urbane Experimente	0.10
documenta und Museum Fridericianum gGmbH - documenta archiv	0.09
GrimmHeimat NordHessen	0.09
Literaturhaus Nordhessen e.V.	0.08
Kulturzentrum Schlachthof e.V.	0.07
Museumslandschaft Hessen Kassel	0.07
Kinder- und Jugendförderung der Stadt Kassel	0.06
vhs Region Kassel	0.06
Kulturhaus Dock 4	0.06
raumlabor WELL being Stiftung	0.06
1. Skateboardverein Kassel e.V. / Kesselschmiede e.V.	0.05
Kulturfabrik Salzmann e.V.	0.05
KulturNetz Kassel e.V.	0.05

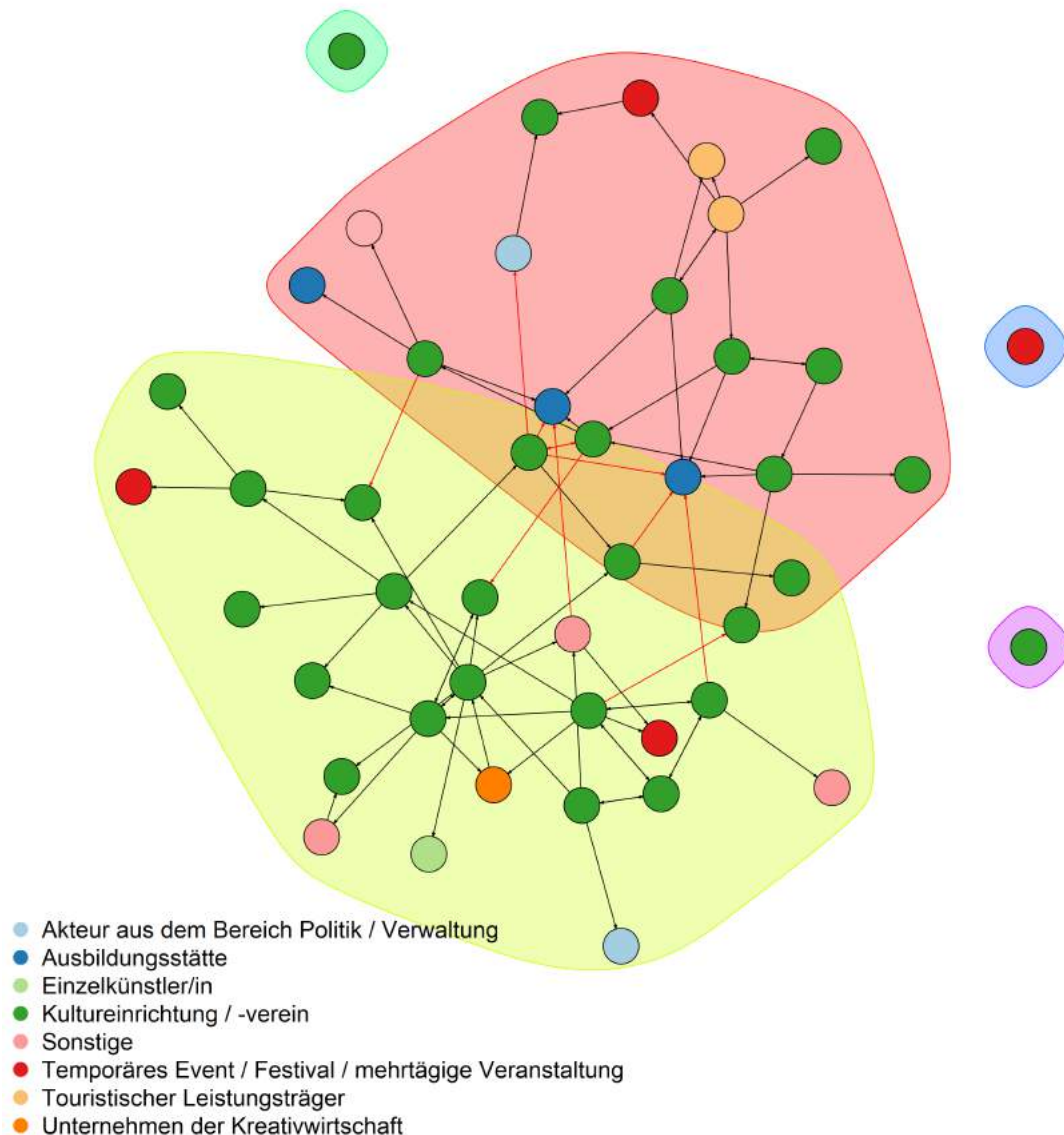
Das Netzwerk der Befragten Kulturakteurinnen und -akteure wird im Kern von einer großen Community getragen, die einen Großteil der Akteurinnen und Akteure umfasst. An dem Rand dieser Community finden sich kleine Gruppen von bis zu drei Akteurinnen und Akteuren, die über wenige Beziehungen zur Hauptkomponente verfügen. Nur eine kleine Anzahl ist isoliert. Bis auf die Ausnahme einer kleinen Community aus drei Akteurinnen und Akteuren, gilt: Verfügt eine Akteurin oder ein Akteur über mindestens eine Beziehung, zu einem anderen, so ist dieser direkt oder indirekt mit der Hauptkomponente verbunden. Die Akteurinnen und Akteure der Kulturlandschaft in Kassel sind anscheinend gut miteinander vernetzt. Mindestens indirekt sind fast alle füreinander erreichbar. Wichtig ist, dass diese indirekte Erreichbarkeit auch wahrgenommen und genutzt wird, um Informations- und Ressourcenflüsse im Netzwerk zu beschleunigen.

Abbildung 16: Communities im Kommunikationsnetzwerk, nur befragte Akteure. $N = 96$. Rote Linien symbolisieren die Verbindungslinien zwischen unterschiedlichen Communities.



Werden dagegen alle Akteurinnen und Akteure ausgeblendet, die über weniger als zwei Beziehungen verfügen, unter gleichzeitiger Hinzunahme von Kooperationspartnern, die von mindestens zwei Befragten genannt wurden, so wird eine klare Trennung in zwei größere Communities sichtbar, die sich teils überlagern. Mittig sind einige Akteurinnen und Akteure angeordnet, welche scheinbar die beiden Welten miteinander in Verbindung setzen. Die rot markierten Verbindungslinien symbolisieren Beziehungen, die über die Grenzen der jeweiligen Communities hinausgehen.

Abbildung 17: Communities im Kommunikationsnetzwerk, nur Akteure mit mindestens zwei Beziehungen. $N = 46$. Rote Linien symbolisieren die Verbindungslinien zwischen unterschiedlichen Communities.



3.9 Homophilie und Zentralitätsmaße nach Akteursart

Homophilie steht für die Tendenz zur Bildung von sozialen Beziehungen zwischen Akteurinnen und Akteuren mit ähnlichen Einstellungen oder mit ähnlichen Attributen. In den meisten empirischen Netzwerken lassen sich Tendenzen von Homophilie und / oder Heterophilie zwischen den Akteurinnen und Akteuren nachweisen. Im vorliegenden Kommunikationsnetzwerk aus dem Kulturbereich ist hierfür insbesondere die Zugehörigkeit zu bestimmten Feldern der Kulturproduktion von Relevanz. Die Akteurshomophilie gibt an, wie stark ein Akteur (hier eine Akteursart) zur Homo- beziehungsweise Heterophilie in der Akteursart in den Kooperationsbeziehungen neigt.

Minus 1 bedeutet komplett homophil, 0 bedeutet, dass sich homo- und heterophile Beziehungen die Waage halten, bei 1 sind alle Beziehungen heterogen. So zeigt sich, dass unter den befragten Akteuren des Kernnetzwerks am ehesten die Akteursgruppe Kultureinrichtungen und -vereine eine Tendenz zur Homophilie erkennen lässt, also zum Knüpfen von Beziehungen mit Akteurinnen und Akteuren der eigenen Gattung. Es ist die einzige Gruppe, die in der Tabelle einen Minuswert aufweist, wenn auch noch relativ nahe an 0. Alle anderen Akteursgruppen neigen eher zum Knüpfen heterogener Netzwerke. Am stärksten trifft dies auf Akteurinnen und Akteure der Wirtschaft im Allgemeinen und Sponsoren zu, deren Kontakte alle heterogen sind¹⁰. Auch temporäre Events, Festivals und mehrtägige Veranstaltungen sowie Sonstige und touristische Leistungsträger weisen eine recht hohe Tendenz zum Knüpfen heterogener Beziehungen auf. Bei den übrigen Akteursgruppen ist diese Tendenz etwas weniger stark ausgeprägt.

Neben der Untersuchung von Homophilie und Heterophilie lassen sich für die Akteursgruppen des Kernnetzwerks auch die Zentralitätswerte bestimmen. In der nachstehenden Tabelle werden jeweils die Mittelwerte der wichtigsten Zentralitätsmaße dargestellt. Hinsichtlich der Anzahl von Beziehungen (degree) von Akteurinnen und Akteuren des Kernnetzwerks ist zu erkennen, dass touristische Leistungsträger im Mittel über die meisten Beziehungen verfügen (5.00), gefolgt von Kultureinrichtungen und -vereinen (4.52). Über die wenigsten Beziehungen verfügen im Mittel Einzelkünstlerinnen und -künstler (1.11) sowie die Wirtschaft im Allgemeinen (0.50).

Über die meisten eingehenden Beziehungen verfügen im Mittel die Kultureinrichtungen und -vereine (2.54), gefolgt von temporären Events, Festivals und mehrtägigen Veranstaltungen (2.33). Ausbildungsstätten und Einzelkünstlerinnen und -künstler werden in diesem Netzwerk der befragten Akteure gar nicht frequentiert.

Hinsichtlich der Mittelwerte der ausgehenden Beziehungen lassen sich recht große Differenzen feststellen: So verfügen touristische Leistungsträger im Mittel über die meisten ausgehenden Beziehungen (3.00), gefolgt von Ausbildungsstätten (2.33). Relativ niedrige Werte weisen an dieser Stelle Akteure aus dem Bereich Politik und Verwaltung (0.83), temporäre Events, Festivals und mehrtägige Veranstaltungen (0.67) und die Wirtschaft (0.25) auf.

10 Dies verwundert jedoch nicht, da in der Studie Kulturkontakte erhoben wurden. Demnach liegt es auf der Hand, dass Vertreterinnen und Vertreter aus der Wirtschaft sowie Sponsoren sich bei der gegebenen Fragestellung mit Kulturakteuren und damit heterophil verknüpfen.

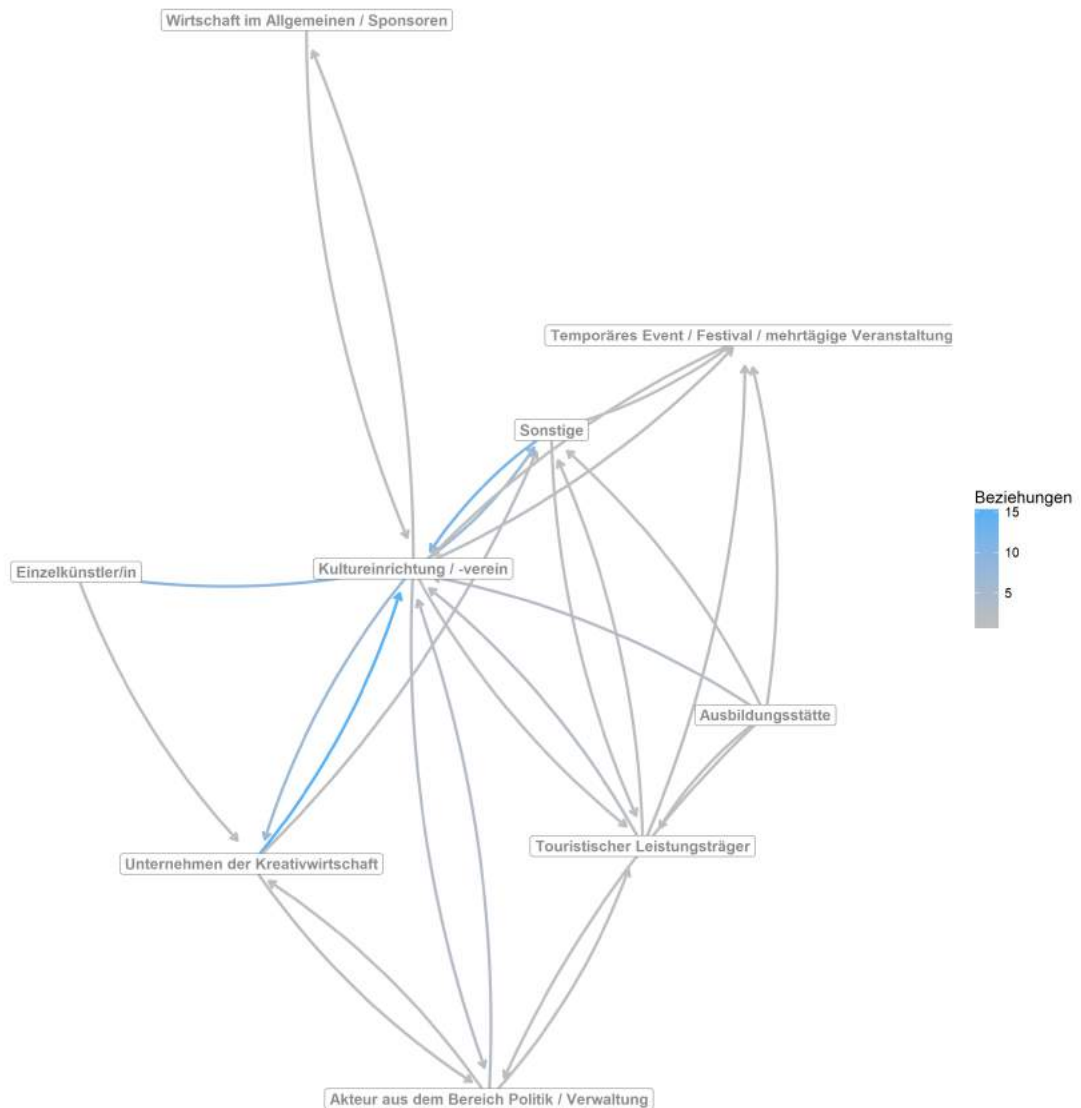
Die Mittelwerte der betweenness- und der closeness-Zentralitäten unterscheiden sich weniger stark voneinander. Hinsichtlich der betweenness-Zentralität ist lediglich festzustellen, dass Einzelkünstlerinnen und -künstler sowie die Wirtschaft im Allgemeinen im Netzwerk der befragten Akteure relativ außen vor sind und keine Schnittstellen innerhalb des Netzwerks besetzen, sondern eher in der Netzwerkperipherie verortet sind. Und bezüglich der closeness-Zentralität ist zu konstatieren, dass Sonstige und touristische Leistungsträger über den größten Aktionsradius verfügen.

Tabelle 42: Homophilie und Zentralitätsmaße nach Akteursgruppen. N = 96.

Akteursart	Akteurshomophilie	degree	in	out	between	closeness
Akteur aus dem Bereich Politik / Verwaltung	0.50	1.83	1.00	0.83	0.01	0.03
Ausbildungsstätte	0.36	2.33	0.00	2.33	0.02	0.03
Einzelkünstler/in	0.28	1.11	0.00	1.11	0.00	0.03
Kultureinrichtung / -verein	-0.16	4.52	2.54	1.98	0.02	0.04
Sonstige	0.67	3.12	1.38	1.75	0.02	0.05
Temporäres Event / Festival / mehrtägige Veranstaltung	0.87	3.00	2.33	0.67	0.01	0.03
Touristischer Leistungsträger	0.60	5.00	2.00	3.00	0.02	0.05
Unternehmen der Kreativwirtschaft	0.47	2.67	0.92	1.75	0.01	0.04
Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren	1.00	0.50	0.25	0.25	0.00	0.03

Aus dem Datensatz wurden einige weitere Visualisierungen generiert, um die Ergebnisse besser zu veranschaulichen. In dieser ersten Netzwerkabbildung sind die Häufigkeiten der Beziehungen zwischen den verschiedenen Akteursgruppen dargestellt. Die Netzwerkberechnung bezieht sich auf das erhobene Kommunikations- und Kooperationsnetzwerk der befragten Akteurinnen und Akteure (N = 96). Die Farben der Verbindungslinien stellen dar, wie häufig Beziehungen zwischen den Akteursgruppen genannt werden. Je blauer eine Verbindungslinie ist, desto mehr Beziehungen lassen sich zwischen den Akteursgruppen des Datensatzes feststellen. Demnach gibt es stark wechselseitige Beziehungen zwischen Kultureinrichtungen und -vereinen und Unternehmen der Kreativwirtschaft, ebenso wie zwischen Kultureinrichtungen und -vereinen und Sonstigen. Weiterhin ist eine starke Beziehung zwischen Einzelkünstlerinnen und -künstlern und Kultureinrichtungen und -vereinen zu erkennen. Diese scheint aber nicht auf Wechselseitigkeit zu beruhen. Insgesamt zeigt sich, dass sich die Wirtschaft im Allgemeinen eher in der Peripherie des Netzwerks befindet und nur schwach mit der Hauptkomponente verbunden ist. Einzig mit den Kultureinrichtungen und -vereinen lässt sich ein stärkerer wechselseitiger Austausch erkennen.

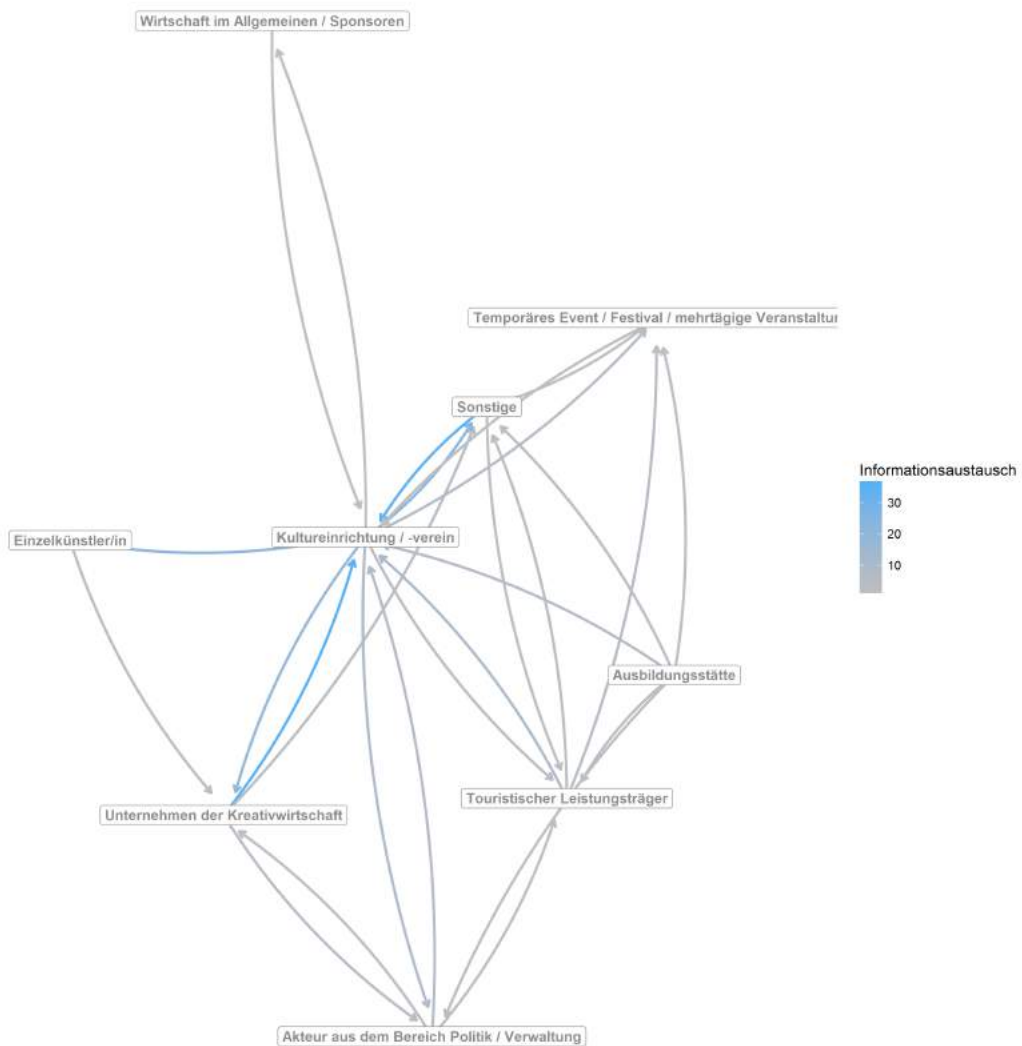
Abbildung 18: Netzwerkkarte der Beziehungshäufigkeiten zwischen den Akteursgruppen. N = 96.



In der nächsten Abbildung ist die Stärke des Informationsaustausches zwischen den Akteursgruppen dargestellt. Diese Darstellung unterscheidet sich lediglich darin, dass die Verbindungslinien hier nicht Beziehungshäufigkeiten, sondern -intensitäten symbolisieren. Die Befragten konnten in der Online-Studie für jede Beziehung zu einem Partner auf einer Likert-Skala die Werte 1-4 angeben und damit ausdrücken, ob es sich bei dem Kontakt in der Regel um einen kaum vorhandenen, seltenen, häufigen oder sehr häufigen Informationsaustausch handelt. Diese Angaben wurden für die farbliche Hervorhebung von besonders intensiven Beziehungen aufsummiert. Auch hier ist demnach zu erkennen, dass in der Tendenz Kultureinrichtungen und -vereine relativ häufig und wechselseitig mit Unternehmen der Kreativwirtschaft Informationen austauschen. Dassel-

be gilt auch für das Wechselverhältnis von Kultureinrichtungen und -vereinen und Sonstigen. Eher einseitig scheinen außerdem Einzelkünstlerinnen und -künstler relativ häufig auf Kultureinrichtungen und -vereine zuzugehen.

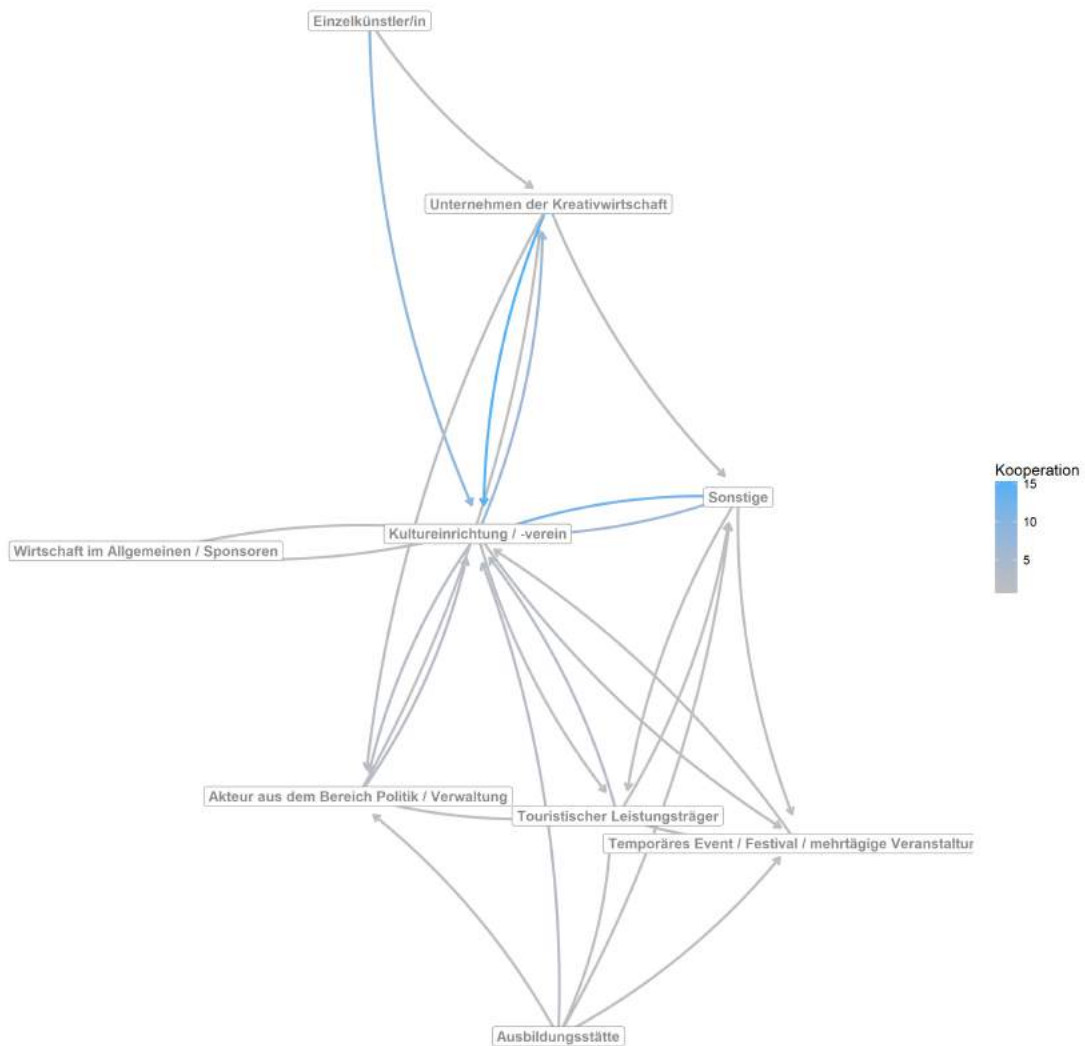
Abbildung 19: Netzwerkkarte der Intensität des Informationsaustausches zwischen den Akteursgruppen. N =96.



Im Folgenden ist die gleiche Darstellung noch einmal abgebildet, allerdings stehen die unterschiedlich farbigen Verbindungslinien hier stellvertretend für die Intensitäten der Kooperationsbeziehungen und nicht die der Kommunikation. Am Bild ändert dies allerdings wenig: Denn auch die Kooperation scheint vor allem zwischen den bereits genannten Akteurskategorien besonders intensiv ausgeprägt zu sein. Etwas weiter außen vor im Netzwerk der Kooperationsbeziehungen

stehen – wie auch in den anderen Abbildungen die Akteursgruppen Einzelkünstlerinnen und -künstler, Wirtschaft im Allgemeinen und Sponsoren sowie Ausbildungsstätten. Die Ausbildungsstätten weisen zwar einige Kooperationen zu anderen Bereichen auf, aber diese Beziehungen sind nicht wechselseitig.

Abbildung 20: Netzwerkkarte der Intensität Kooperation zwischen den Akteursgruppen. N = 96.



3.10 Homophilie und Zentralitätsmaße nach Tätigkeitsfeldern

In der nächsten Tabelle sind die gleichen Auswertungsschritte noch einmal für die unterschiedlichen Tätigkeitsfelder dargestellt, denen sich die Befragten in der Online-Studie zugeordnet haben. Entsprechend der Befunde neigen Akteure der Bereiche Bibliotheken und Archive, Kulturelles Erbe und Museen am ehesten zum Knüpfen homophiler Beziehungen – sie bleiben demnach am ehesten unter sich. Bei Akteuren der Bereiche Musik und Soziokultur halten sich homo- und heterophile Beziehungen genau die Waage. Am stärksten neigen Akteurinnen und Akteure, die sich dem Themenfeld Multifunktionale Orte zugeordnet haben, zum Knüpfen heterogener Netzwerke. Dies korrespondiert mit der Funktion dieser Einrichtungen, die ja vorgeben, multifunktional zu sein und demnach Kontakte in verschiedene Domänen unterhalten müssen. Auch Akteurinnen und Akteure der Sparten Bildende Kunst beziehungsweise Ausstellungshäuser sowie der Literatur und der Kulturellen Bildung neigen vergleichsweise stark zum Knüpfen heterophiler Beziehungen.

In der zweiten Tabellenspalte sind erneut die Mittelwerte für die Anzahl von Beziehungen (degree) innerhalb des Kernnetzwerks abgebildet. Akteurinnen und Akteure der Literatur und Akteure Jungen Kultur beziehungsweise Clubkultur verfügen im Mittel über die meisten Beziehungen, gefolgt von Einrichtungen der Soziokultur und des Bereichs Film/Neue Medien. Im Kernnetzwerk schwach vernetzt sind hingegen im Mittel Museen und Akteure der Bildenden Kunst sowie des Kulturellen Erbes. Aber auch Akteurinnen und Akteure, die sich der Interkultur zuordnen, sind innerhalb des Kernnetzwerks vergleichsweise schwach vernetzt.

Über die meisten eingehenden Beziehungen verfügen ebenfalls mit Abstand Akteurinnen und Akteure, die sich der Literatur verordnet haben. Die wenigsten eingehenden Beziehungen weisen hingegen Bibliotheken und Archive auf. Aber auch multifunktionale Orte werden im Mittel relativ selten kontaktiert.

Was den outdegree, also die meisten ausgehenden Beziehungen, angeht, so verfügen hier Akteurinnen und Akteure des Bereichs Film/Neue Medien über den höchsten Mittelwert, dicht gefolgt von Akteuren der Soziokultur und der Jungen Kultur/Clubkultur. Akteure dieser Sparten scheinen besonders kontaktfreudig zu sein. Am wenigsten trifft dies auf den Bereich des Kulturellen Erbes zu.

Die betweenness-Zentralität gibt in dieser Auswertung Auskunft darüber, dass Akteurinnen und Akteure der Literatur am ehesten Schnittstellen im Netzwerk besetzen, ebenso wie Akteurinnen und Akteure der Bildenden und der Darstellenden Kunst. Die closeness-Werte wiederum zeigen, dass Akteurinnen und Akteure aus dem Bereich der Interkultur über die beste Erreichbarkeit innerhalb des Netzwerks der befragten Akteurinnen und Akteure verfügen.

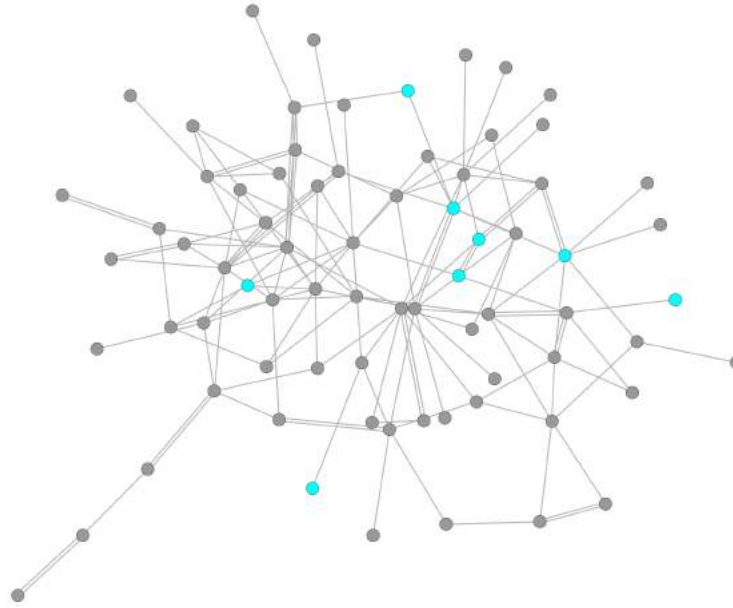
Tabelle 43: Homophilie und Zentralitätsmaße nach Tätigkeitsfeldern. N = 96.

Themenfelder	Akteurshomophilie	degree	in	out	between	closeness
Bibliotheken und Archive	-0.11	4.00	1.78	2.22	0.02	0.04
Bildende Kunst/Ausstellungshäuser	0.20	3.84	1.84	2.00	0.02	0.04
Darstellende Kunst	0.14	4.17	2.35	1.83	0.03	0.04
Film/Neue Medien	0.16	4.50	1.92	2.58	0.02	0.04
Interkultur	0.10	3.94	2.06	1.88	0.02	0.05
Junge Kultur/Clubkultur	0.12	5.35	2.90	2.45	0.03	0.04
Kulturelle Bildung	0.18	3.69	1.84	1.86	0.02	0.04
Kulturelles Erbe	-0.05	3.71	1.92	1.79	0.02	0.04
Literatur	0.19	5.94	3.82	2.12	0.04	0.04
Multifunktionale Orte	0.32	4.16	1.89	2.26	0.02	0.04
Museen	-0.05	3.85	1.90	1.95	0.02	0.04
Musik	0.00	4.18	2.32	1.86	0.02	0.04
Soziokultur	0.00	4.71	2.24	2.47	0.02	0.04

Im Folgenden wird die Netzwerkstruktur der befragten Kasseler Kulturakteurinnen und -akteure mehrfach dargestellt, jeweils mit Hervorhebung der jeweiligen Sparte, der sich die Befragten zugeordnet haben. Da hier Mehrfachnennungen möglich waren, sind mehrere Abbildungen vonnöten, um alle Angaben zu berücksichtigen. In der ersten Netzwerkdarstellung¹¹ sind alle Knoten türkis markiert, die das Attribut Bibliotheken und Archive aufweisen. Nur auf acht Knoten dieser Kernstruktur trifft dies zu. Die meisten davon befinden sich in der rechten Hälfte des Netzwerks.

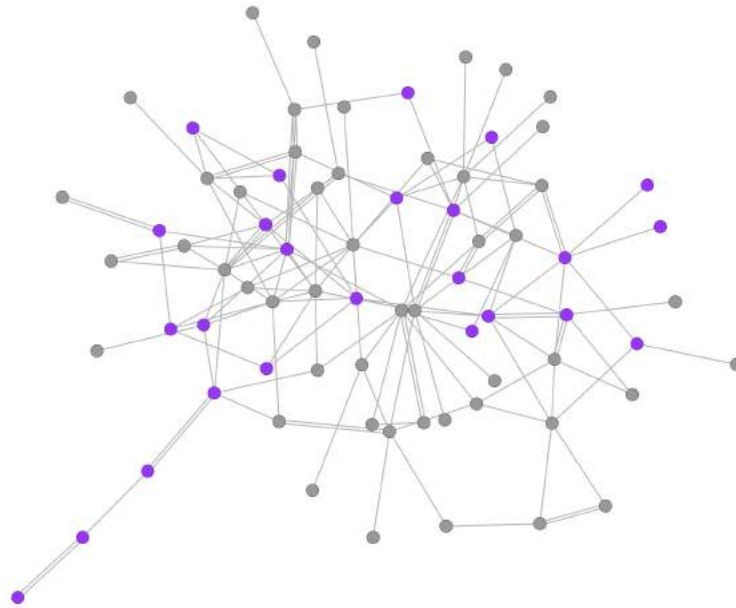
11 Bei den Darstellungen wurde eine sogenannte »Spring Embedder«-Funktion des für diese Analyse genutzten Netzwerkanalyse-Programms angewendet. Akteure, die eng miteinander vernetzt sind, werden durch eine Art Sprungfeder-Mechanismus automatisch näher zueinander angeordnet. Schwach vernetzte Akteure werden hingegen automatisch an den Rand der Netzwerkstruktur gedrängt.

Abbildung 21: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Bibliotheken und Archive.



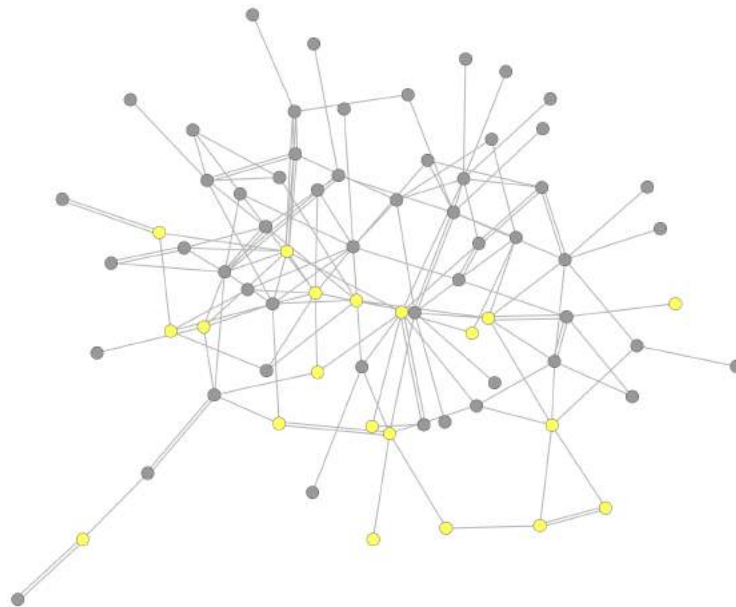
In der nächsten Abbildung sind alle Akteure lila dargestellt, die Bildende Kunst beziehungsweise Ausstellungshäuser als Schwerpunkte ihrer täglichen Arbeit angegeben haben. Hier wird deutlich, dass die Bildenden Künste sich weit über die gesamte Netzwerkstruktur erstrecken. Allerdings scheint es nur relativ wenige unmittelbare Verbindungen zwischen Akteurinnen und Akteuren der Bildenden Kunst zu geben, die in der linken oder in der rechten Hälfte des Netzwerks positioniert sind.

Abbildung 22: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Bildende Kunst/Ausstellungshäuser.



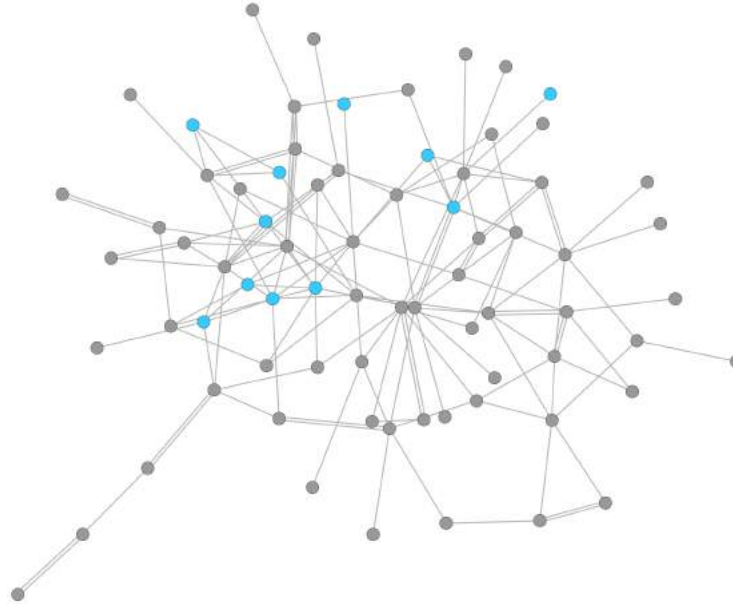
Bei der Darstellenden Kunst lässt sich eine zusammenhängende Struktur im unteren Netzwerkbereich identifizieren.

Abbildung 23: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Darstellende Kunst.



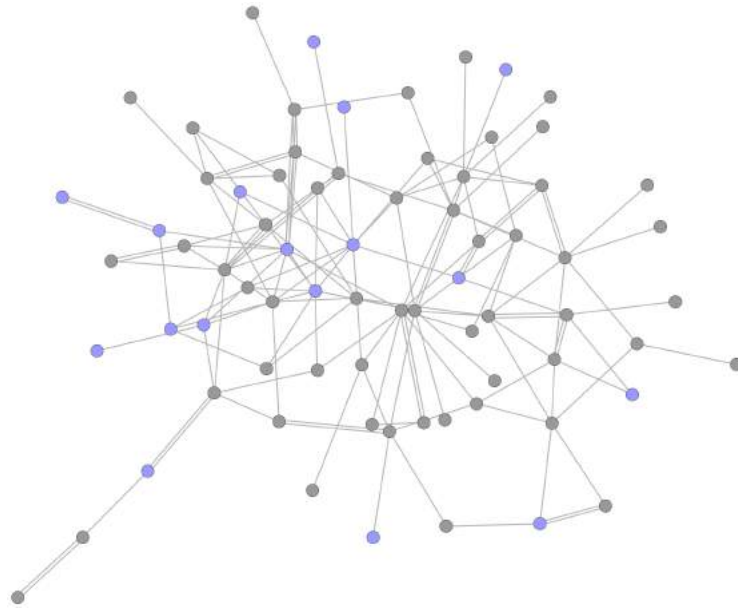
Akteurinnen und Akteure aus dem Bereich Film und Neue Medien sind fast ausschließlich in der linken Netzwerkhälfte angeordnet. Einige von ihnen scheinen jedoch unverbunden zu sein.

Abbildung 24: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Film/Neue Medien.



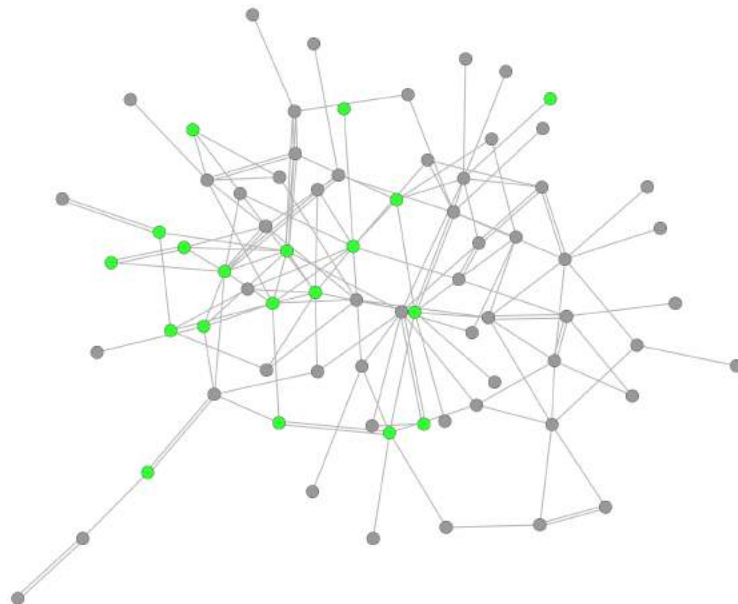
Auch Befragte, die sich der Interkultur zugeordnet haben, sind vermehrt in der linken Hälfte des Netzwerks zu finden. Allerdings scheinen auch sie nur lose miteinander verbunden zu sein.

Abbildung 25: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Interkultur.



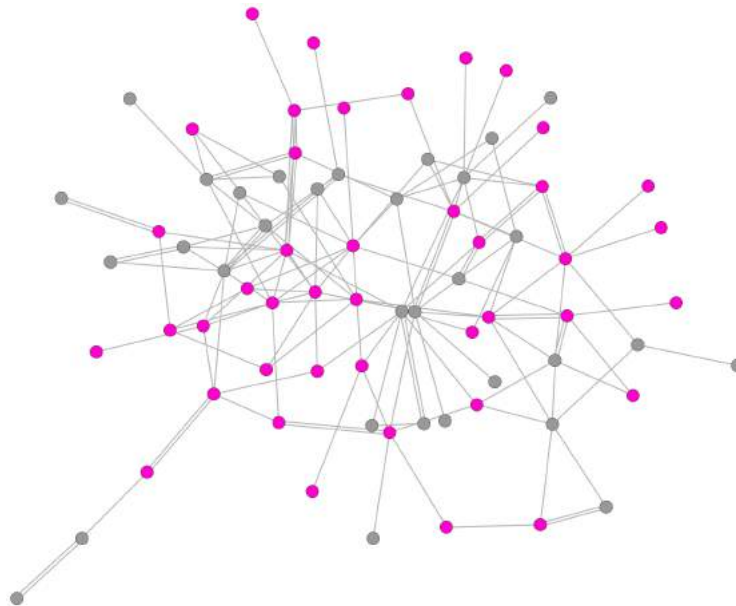
Der Bereich Junge Kultur/Clubkultur kommt ebenfalls hauptsächlich im linken Netzwerkcluster vor. Dort gibt es eine dichte Ansammlung von Knoten und zum Teil offenbar auch recht enge Verzahnung.

Abbildung 26: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Junge Kultur/Clubkultur.



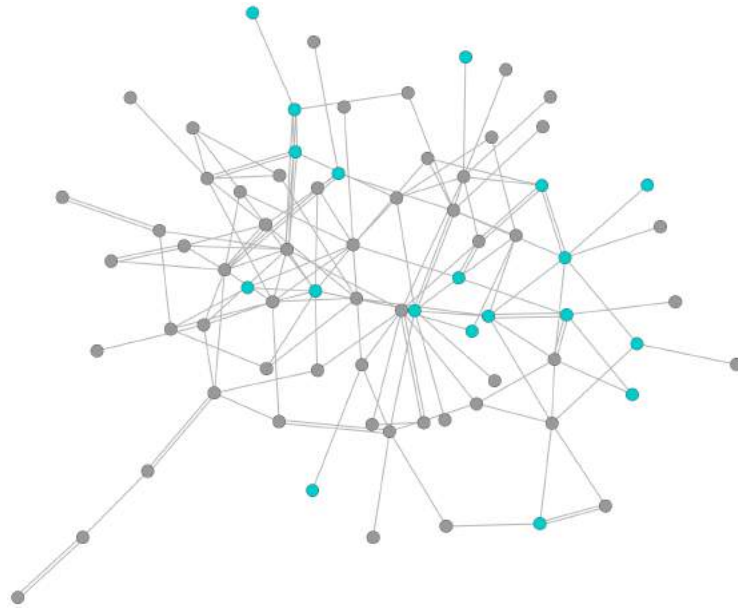
Die nächste Abbildung zeigt, dass die Kulturelle Bildung das verbindende Element in der Kasseler Kulturwelt sein könnte. Denn ihr ordnen sich die meisten Befragten zu. Es zeigt sich, dass sich dieser Tätigkeitsbereich über das gesamte Netzwerk erstreckt und nicht zwangsläufig an die Netzwerkposition gebunden ist.

Abbildung 27: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Kulturelle Bildung.



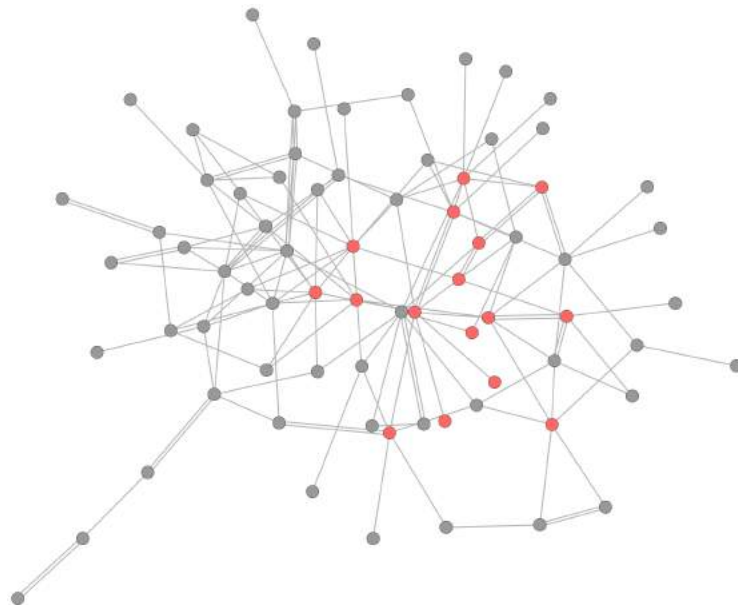
Akteurinnen und Akteure, die sich dem Bereich Kulturelles Erbe zugehörig fühlen, sind wiederum tendenziell etwas stärker im östlichen Cluster der Netzwerkkomponente verortet. Allerdings sind auch einige solcher Knoten im gegenüberliegenden Bereich des Netzwerks zu finden.

Abbildung 28: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Kulturelles Erbe.



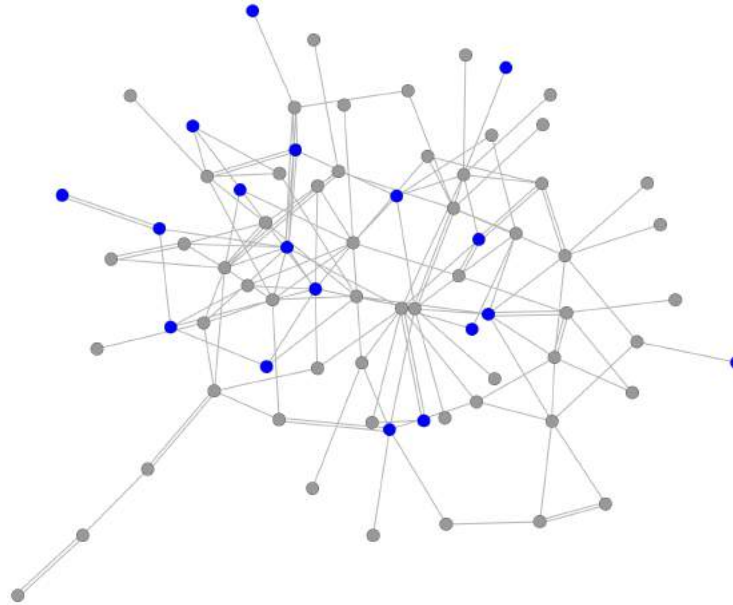
Die nächste Abbildung zeigt, dass sich der Bereich der Literatur stark auf das Zentrum und den rechten Bereich des Netzwerks konzentriert. Solche rot markierten Knoten sind im weiter links angeordneten Netzwerk gar nicht zu finden.

Abbildung 29: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Literatur.



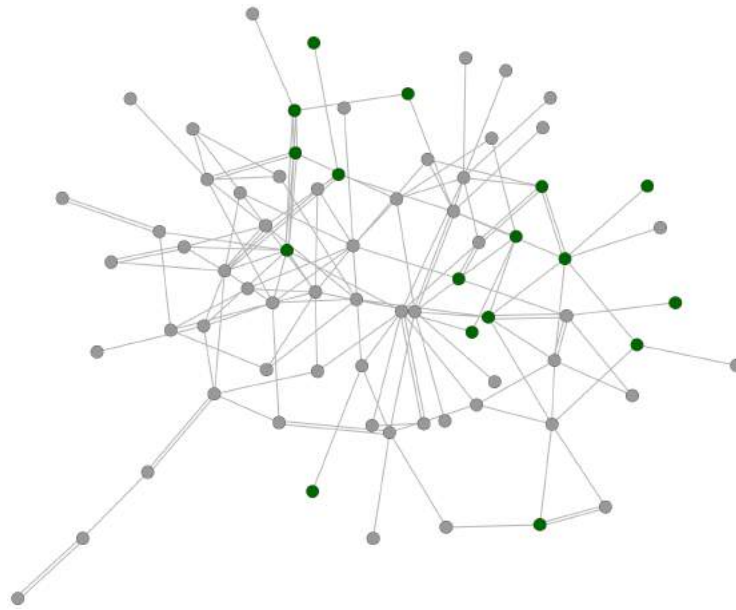
Multifunktionale Orte scheint es wiederum auf beiden Seiten zu geben, wenn auch mit leichter Verlagerung auf die linke Seite der Struktur.

Abbildung 30: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Multifunktionale Orte.



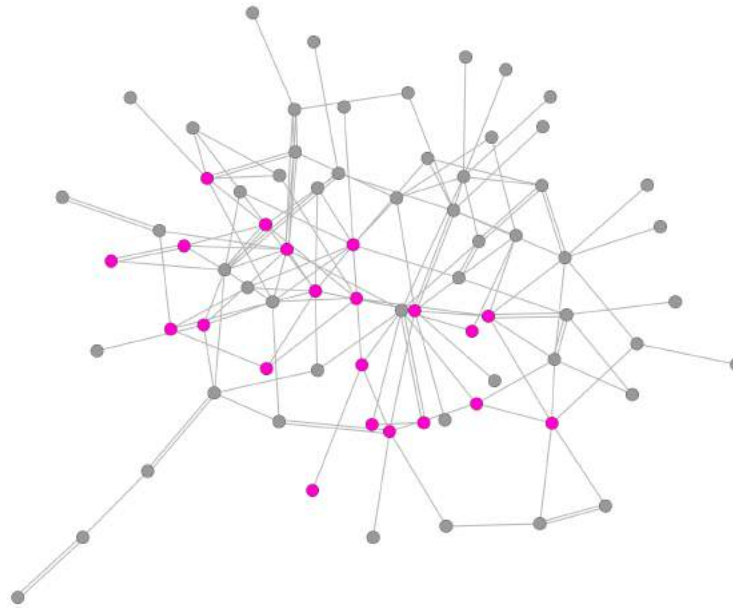
Der Museumsbereich ist sehr ähnlich strukturiert wie der des Kulturellen Erbes, wenn nicht sogar äquivalent. Der Schwerpunkt scheint auf einer sternförmigen Anordnung auf der rechten Seite des Netzwerks zu liegen.

Abbildung 31: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Museen.



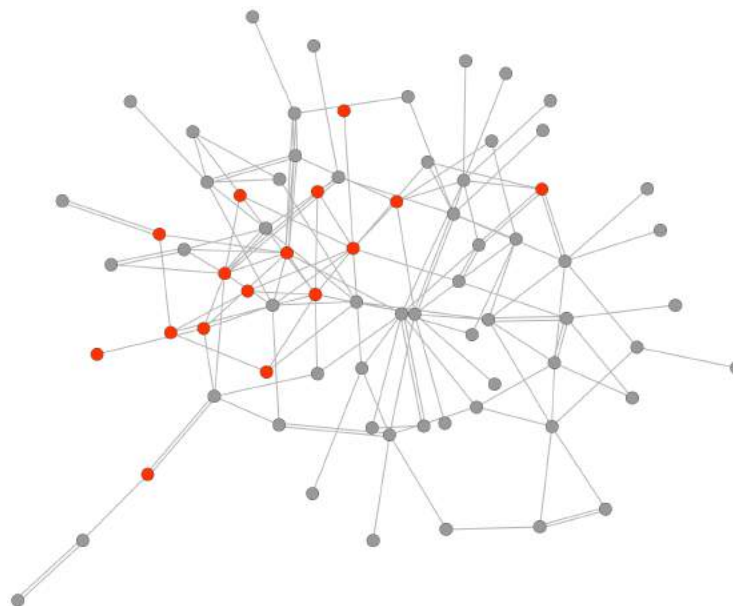
Musikalische Akteurinnen und Akteure sind wiederum sehr ähnlich angeordnet wie Akteure der Darstellenden Kunst, nämlich netzwerkübergreifend, aber fast ausschließlich in der unteren Netzwerkhälfte befindlich. Es könnte sich hierbei um eine Domäne handeln, die vor allem von diesen beiden Genres geprägt ist.

Abbildung 32: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Musik.



Interessant ist auch die finale Abbildung in diesem Auswertungsbereich, die zeigt, dass sie Soziokultur einen eigenen Mikrokosmos im Netzwerk darstellt. Bis auf einen Ausreißer sind alle dieser Einrichtungen in der linken Hälfte des Netzwerks angeordnet.

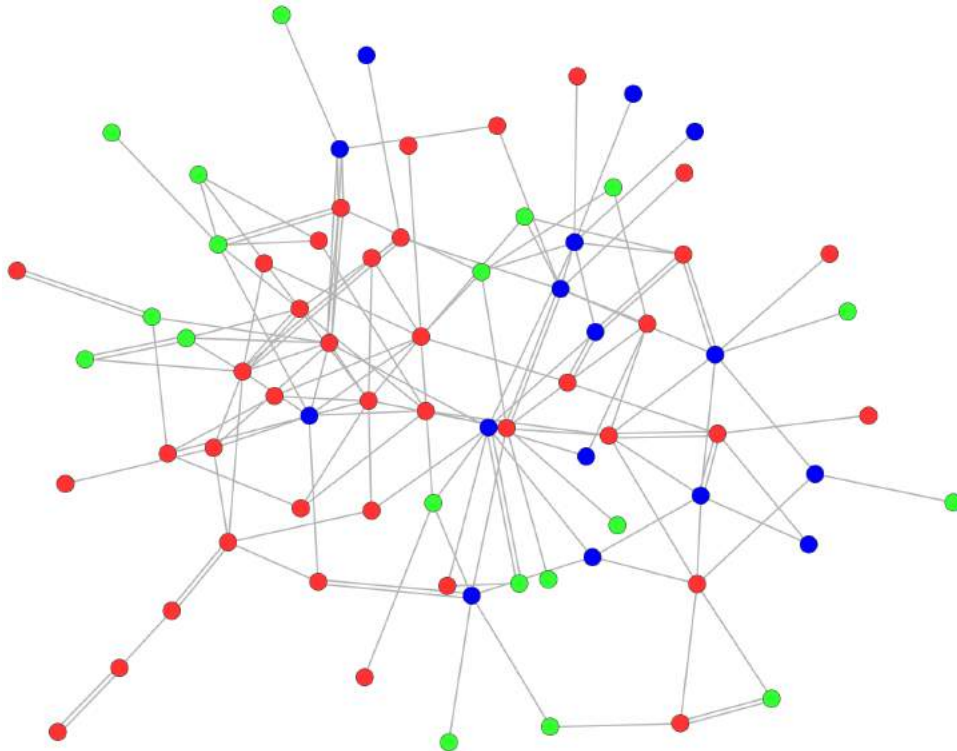
Abbildung 33: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Soziokultur.



Insgesamt lassen sich mit Blick auf die Netzwerkkarten mit den unterschiedlichen Hervorhebungen von Spartenzugehörigkeiten zwei verschiedene Netzwerkkomponenten identifizieren: auf der linken Seite eine Kulturlandschaft, die vor allem soziokulturell geprägt ist und Themen wie Junge Kultur, Interkultur und Film/Neue Medien behandelt. Und auf der rechten Seite eine Szene, die stärker traditionelle Themen wie Bibliothekswesen, Kulturelles Erbe und Literatur zu bearbeiten scheint. Vor allem die Kulturelle Bildung, aber auch Bildenden Kunst, Darstellende Kunst und Musik sind Themen die sich über diese beiden Domänen hinwegsetzen.

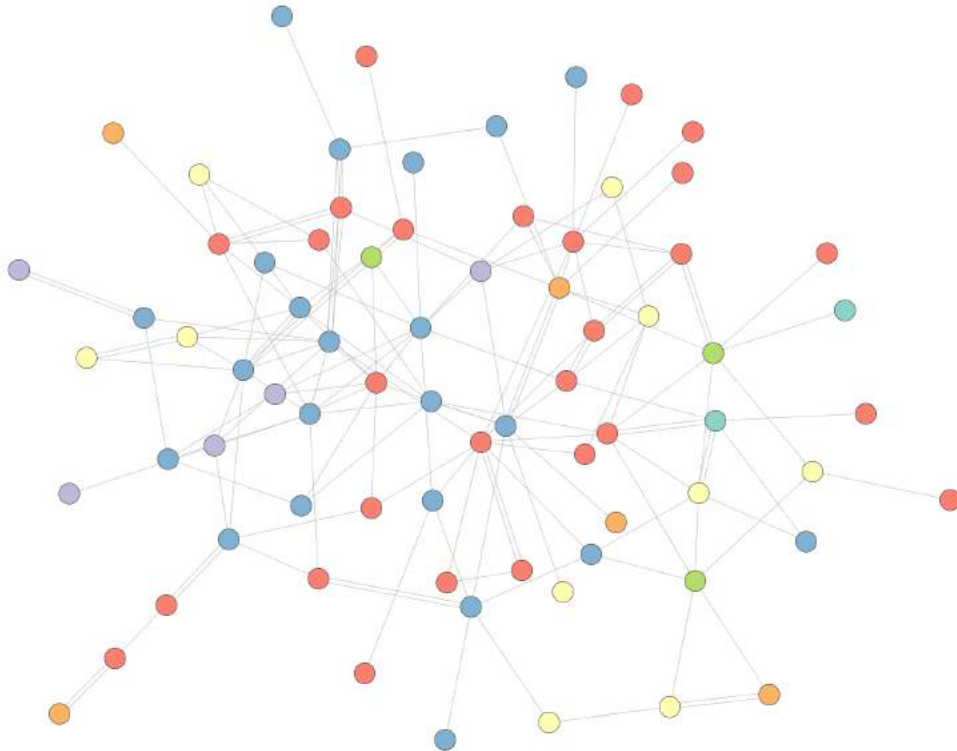
In der nächsten Abbildung sieht man deutlich, dass die Struktur vor allem aus zwei grobmaschigen Clustern besteht. Die Farben der Akteursknoten symbolisieren die Trägerschaften, denen sich die Befragten im Online-Fragebogen zugeordnet haben. Befragte, die sich als privatwirtschaftlich agierend verstehen (in grüner Farbe), sind an unterschiedlichen Stellen des Netzwerks zu finden. Allerdings sind die vermehrt in der Netzwerkperipherie angeordnet. Privat-gemeinnützig tätige Einrichtungen (in roter Farbe) sind zwar auch über die gesamte Netzwerkstruktur verteilt, jedoch verstärkt auf der linken Seite des Netzwerks angeordnet. Auf der rechten Seite des Netzwerks findet man hingegen häufiger Einrichtungen in öffentlicher Trägerschaft (in blauer Farbe). Die beiden Cluster stellen demnach unter Umständen zwei verschiedene Domänen / Betriebssysteme mit unterschiedlichen Wirkweisen dar: zum einen das Netzwerk der privat-gemeinnützigen Organisationen / Initiativen – quasi das Vereinsnetzwerk – und zum anderen das stärker institutionalisierte Netzwerk, welches von Einrichtungen in öffentlicher Trägerschaft zusammengehalten wird. Tendenziell scheint das privat-gemeinnützig geprägte Netzwerk engmaschiger vernetzt zu sein, also eine höhere Dichte aufzuweisen, als das Netzwerk der öffentlichen Trägerschaften.

Abbildung 34: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Trägerschaften: rot = privat-gemeinnützig, grün = privatwirtschaftlich, blau = öffentlich.



Im Folgenden ist dieselbe Darstellung abgebildet, allerdings symbolisieren die Farben der Akteursknoten hier nicht die unterschiedlichen Trägerschaften, sondern den räumlichen Wirkungsbereich der jeweiligen Akteurinnen und Akteure. Hier zeigen sich signifikante Unterschiede in den räumlichen Wirkungsgraden der beiden Netzwerkcluster. So ist der Anteil derjenigen Akteurinnen und Akteure, die vor allem regional (rote Farbe), überregional (grün) oder national (gelb) sowie europa- (türkis) und weltweit (orange) agieren in der rechten Hälfte deutlich höher als bei Akteurinnen und Akteuren, die in der linken Hälfte der Abbildung positioniert sind. Diese agieren im Gegensatz dazu stärker innerhalb der eigenen Stadtgrenzen – entweder mit Fokus auf einen spezifischen Stadtteil (lila) oder aber stadtteilübergreifend (blau). Insgesamt ist zu erkennen, dass Akteurinnen und Akteure, die laut Eigenaussage vor allem europa- oder weltweit agieren, tendenziell an den Rändern des Netzwerks positioniert sind. Sie scheinen eher schwach mit dem Kernnetzwerk der befragten Akteurinnen und Akteure vernetzt zu sein.

Abbildung 35: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung des räumlichen Wirkungsbereichs: türkis = EU/Europa; gelb = National/Bundesrepublik Deutschland; lila = Quartiers- bzw. Stadtteilbezug; rot = Regional/Großraum bzw. Landkreis Kassel; blau = Stadtteilübergreifend/mehrere Stadtteile, Bezirk(e), Stadt; orange = Weltweit/über Europa hinaus; grün = Überregional/Bundesland Hessen.



3.11 Kooperationswünsche

Hinsichtlich lokaler, regionaler und nationaler Kulturkooperationen wurden die Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer darum gebeten, Akteurinnen und Akteure namentlich einzugeben, mit denen sie in Zukunft gerne kooperieren würden. Der entsprechende Stimulus zur Nennung dieser Kontakte lautete wie folgt:

Gibt es darüber hinaus andere Projekte / Organisationen, mit denen Sie gerne intensiver kooperieren würden, es im Moment aber noch nicht tun? Welche sind das?

Im Folgenden konnten die Befragten bis zu maximal fünf solcher Wunschpartnerinnen und -partner in die Fragebogenmaske eingeben. Am häufigsten mit je drei Nennungen wurden *Caricatura Kassel*, die *Kassel Marketing GmbH*, das *Kulturamt der Stadt Kassel*, das *Staatstheater Kassel* und das *Stadtmuseum Kassel* als Wunschpartnerinnen und -partner für die Zukunft genannt. Auffällig ist, dass es sich bei diesen Wunschpartnerinnen und -partnern für die Zukunft vor allem

um Einrichtungen in öffentlicher Trägerschaft handelt. Dies lässt sich verallgemeinernd dahingehend deuten, dass es insgesamt einen Wunsch nach verstärkter Zusammenarbeit mit öffentlichen Einrichtungen gibt. Auch unter den Wunschpartnerinnen und -partnern mit weniger als drei Nennungen befinden sich einige Akteurinnen und Akteure in öffentlicher Trägerschaft, so zum Beispiel die *Museumslandschaft Hessen Kassel*, die *Stadt Kassel* oder die *Universität Kassel*.

Tabelle 44: Häufigkeitsverteilung der Nennungen von Akteuren als Kooperationswunsch. 14 häufigste Nennungen.

Name	n
Caricatura Kassel	3
Kassel Marketing GmbH	3
Kulturamt	3
Staatstheater Kassel	3
Stadtmuseum Kassel	3
Bunte Wege gUG	2
documenta und Museum Fridericianum gGmbH	2
IHK Kassel-Marburg	2
Museum für Sepulkralkultur	2
Museumslandschaft Hessen Kassel	2
Raum für urbane Experimente	2
SOZO visions in motion	2
Stadt Kassel	2
Universität Kassel	2

3.12 Herausforderungen

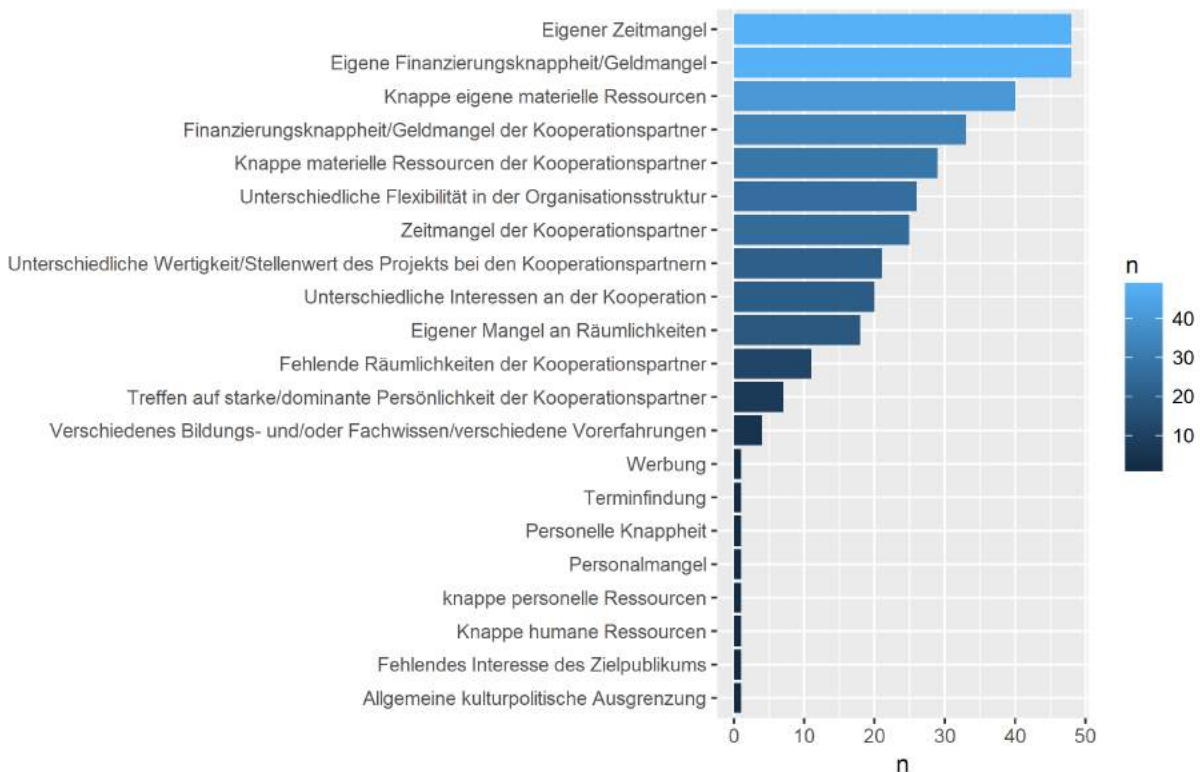
In einem weiteren Schritt sollte herausgefunden werden, welche Herausforderungen die tägliche Netzwerkarbeit mit sich bringt. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Online-Studie konnten hier maximal fünf Antwortkategorien angeben, eine Mehrfachnennung war also möglich. Es ist davon auszugehen, dass einige der genannten Herausforderungen die Netzwerkarbeit erschweren beziehungsweise in einigen Fällen vielleicht sogar verhindern. Als größte Herausforderungen nennen die Befragten die eigene Finanzierungsknappheit/Geldmangel und die nicht ausreichenden zeitlichen Ressourcen (jeweils 48 Nennungen). Auch knappe materielle Ressourcen sowie fehlende finanzielle Möglichkeiten vonseiten der angedachten Kooperationspartnerinnen und -partnern werden von je mehr als einem Drittel der Befragten als große Herausforderungen artikuliert. Unterschiedliche Interessen an der Kooperation werden hingegen nur von einem Fünftel der Befragten als möglicher Hinderungsgrund des Zustandekommens einer Zusammenarbeit genannt. Per Freifeld konnten die Befragten weitere Kategorien manuell eintragen. Sie nennen unter anderem

Personalmangel, Probleme der Terminfindung und der Werbung sowie eine möglicherweise kulturpolitisch motivierte Ausgrenzung.

Tabelle 45: Anteile der größten Herausforderungen für das Erreichen gemeinsamer Ziele. N = 96, Mehrfachnennungen möglich.

Herausforderung	n	Prozent an N = 96
Eigene Finanzierungsknappheit/Geldmangel	48	50.00
Eigener Zeitmangel	48	50.00
Knappe eigene materielle Ressourcen	40	41.67
Finanzierungsknappheit/Geldmangel der Kooperationspartner	33	34.38
Knappe materielle Ressourcen der Kooperationspartner	29	30.21
Unterschiedliche Flexibilität in der Organisationsstruktur	26	27.08
Zeitmangel der Kooperationspartner	25	26.04
Unterschiedliche Wertigkeit/Stellenwert des Projekts bei den Kooperationspartnern	21	21.88
Unterschiedliche Interessen an der Kooperation	20	20.83
Eigener Mangel an Räumlichkeiten	18	18.75
Fehlende Räumlichkeiten der Kooperationspartner	11	11.46
Treffen auf starke/dominante Persönlichkeit der Kooperationspartner	7	7.29
Verschiedenes Bildungs- und/oder Fachwissen/verschiedene Vorerfahrungen	4	4.17
Allgemeine kulturpolitische Ausgrenzung	1	1.04
Fehlendes Interesse des Zielpublikums	1	1.04
Knappe humane Ressourcen	1	1.04
Knappe personelle Ressourcen	1	1.04
Personalmangel	1	1.04
Personelle Knappheit	1	1.04
Terminfindung	1	1.04
Werbung	1	1.04

Abbildung 36: Herausforderungen für das Erreichen gemeinsamer Ziele. N = 96, Mehrfachnennungen möglich.



3.13 Gelingensbedingungen

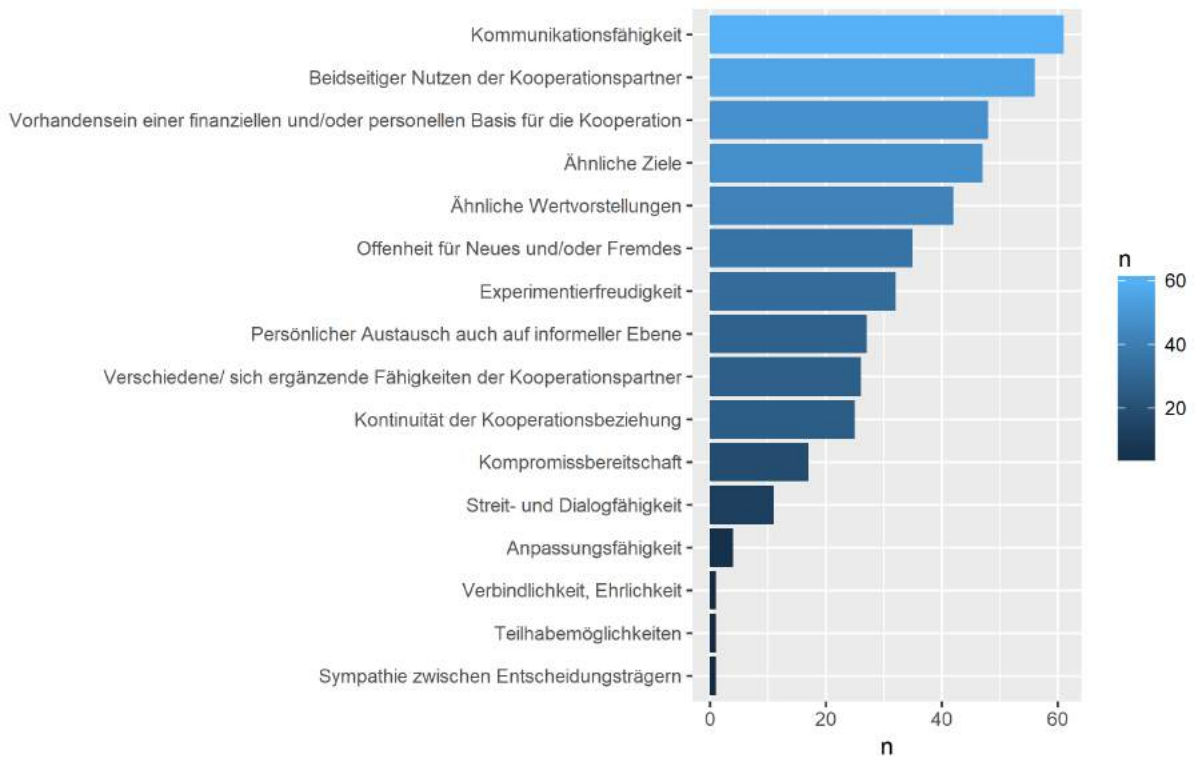
Neben den Herausforderungen wurde auch nach den Gelingensbedingungen einer Kooperationsbeziehung gefragt. Interessant ist, dass hier mit der Kommunikationsfähigkeit eine Kategorie am häufigsten genannt wird, die nicht auf das Vorhandensein von Ressourcen abzielt, sondern eine menschliche Kompetenz fokussiert. Miteinander sprechen können oder umgangssprachlich formuliert – auf einer Wellenlänge sein – scheint unabdingbar zu sein für eine erfolgreiche Zusammenarbeit und noch wichtiger als Zeit und Geld. Kommunikationsfähigkeit führt letztlich auch zu dem Aufbau von Vertrauen und ist somit maßgeblich für das Zustandekommen erfolgreicher Kulturkooperationen. 61 der 96 befragten Akteurinnen und Akteure nennen diese Kategorie daher als wichtig(st)e Gelingensbedingung. Interessant ist auch die zweitplatzierte Kategorie: ein beidseitiger Nutzen der Kooperationspartner. Diese Kategorie zielt auf die Reziprozität der Beziehung ab, ein Geben und Nehmen. Auf diese Weise stabilisieren sich Netzwerkbeziehungen über die Zeit. Während in der vorherigen Frage nur 20 Befragte unterschiedliche Interessen an der Kooperation als Herausforderung einstufen, so nennen an dieser Stelle 56 Befragte den beidseitigen Nutzen der Kooperationspartner als maßgebliche Gelingensbedingung. An dritter Stelle folgt das Vorhan-

densein einer finanziellen und/oder personellen Basis für die Kooperation. Die Anzahl der Nennungen (48) korrespondiert mit den Nennungen im vorherigen Ranking, in dem genauso viele Befragte eigene Finanzierungsknappheit als Herausforderung für das Eingehen von Kooperationen nannten. Auch ähnliche Ziele und ähnliche Wertvorstellungen werden häufig als Gelingensbedingungen genannt. Dies verweist auf ein Suchen nach Netzwerkpartnern in kulturell naheliegendem Umfeld – also dem Knüpfen homophiler Beziehungen. Denn Kontakte werden häufig vor allem zu solchen Akteuren geknüpft, die in derselben oder einer ähnlichen Domäne verortet sind und aufgrund sozialer Beeinflussung über ähnliche Wertvorstellungen verfügen: Kulturelle Gemeinsamkeiten werden so schneller erkannt, Sympathie aufgebaut und Kontakt hergestellt. Für den Brückenschlag zu weiter entfernten Teilnetzwerken ist deshalb manchmal der grenzübergreifende Dialog notwendig, der vermeintlich inkompatible Wertvorstellungen und Organisationskulturen ignoriert und nach Gemeinsamkeiten sucht, um auf diese Weise strukturelle Lücken zu schließen.

Tabelle 46: Anteile der wichtigsten Gelingensbedingungen für das Erreichen gemeinsamer Ziele. N = 96, Mehrfachnennungen möglich.

Gelingensbedingung	n	Prozent an N = 96
Kommunikationsfähigkeit	61	63.54
Beidseitiger Nutzen der Kooperationspartner	56	58.33
Vorhandensein einer finanziellen und/oder personellen Basis für die Kooperation	48	50.00
Ähnliche Ziele	47	48.96
Ähnliche Wertvorstellungen	42	43.75
Offenheit für Neues und/oder Fremdes	35	36.46
Experimentierfreudigkeit	32	33.33
Persönlicher Austausch auch auf informeller Ebene	27	28.12
Verschiedene/ sich ergänzende Fähigkeiten der Kooperationspartner	26	27.08
Kontinuität der Kooperationsbeziehung	25	26.04
Kompromissbereitschaft	17	17.71
Streit- und Dialogfähigkeit	11	11.46
Anpassungsfähigkeit	4	4.17
Sympathie zwischen Entscheidungsträgern	1	1.04
Teilhabemöglichkeiten	1	1.04
Verbindlichkeit, Ehrlichkeit	1	1.04

Abbildung 37: wichtigste Gelingensbedingungen für das Erreichen gemeinsamer Ziele. N = 96, Mehrfachnennungen möglich.



3.14 Zwischenergebnisse der Netzwerkanalyse nationaler Kulturkontakte

- Insgesamt 91 von 96 Befragten haben angegeben, dass sie regelmäßige Kooperationsbeziehungen mit lokalen, regionalen oder nationalen Akteurinnen und Akteuren unterhalten.
- Die Befragten haben 726 Beziehungen zu 545 verschiedenen Partnern angegeben.
- Kultureinrichtungen und -vereine haben im Mittel die meisten Netzwerkkontakte angegeben, gefolgt von touristischen Leistungsträgern und temporären Events/Festivals.
- Die meisten Kooperationsbeziehungen führen ins Bundesland Hessen (614 und somit fast 85 Prozent aller Verbindungen). Die übrigen 112 Beziehungen verteilen sich auf 13 weitere Bundesländer. Brandenburg und Saarland sind die einzigen beiden Bundesländer, in denen keine Partner ansässig sind.
- 539 von 614 Kontakten, die im Bundesland Hessen verortet sind, entfallen auf die Stadt Kassel. Insgesamt 75 Prozent der innerdeutschen Kulturkooperationen der Befragten sind lokal verortet, 10 Prozent regional und 15 Prozent national.
- Die Kooperationspartnerinnen und -partner agieren vor allem in den Bereichen Kulturelle Bildung, Musik und Bildende Kunst. Vergleichsweise selten wird mit Partnern der Bereiche Film/Neue Medien, Kulturelles Erbe, Museen, multifunktionale Orte sowie Bibliotheken und Archive zusammengearbeitet.
- 68 Prozent der Beziehungen werden als häufig oder sehr häufig charakterisiert. Dies lässt auf eine intensive Netzwerkarbeit mit ausgewählten Partnern schließen.
- Die Befragten nennen insgesamt 72 Akteure, die aus ihrer Perspektive die Rolle der Vermittelnden einnehmen.
- Bei der Reduktion des gesamten erhobenen Netzwerks auf das Kernnetzwerk (d.h. das Netzwerk ausschließlich innerhalb der 96 Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmer) der befragten Akteurinnen und Akteure lassen sich mit Blick auf den Aufbau der Netzwerkstruktur grob zwei Cluster identifizieren: auf der einen Seite ein relativ eng vernetztes privat-gemeinnützig geprägtes Teilnetzwerk und auf der anderen Seite ein eher lose verbundenes Netzwerk, welches von Akteuren in öffentlicher Trägerschaft geprägt ist. Mittig sind einige Akteurinnen und Akteure angeordnet, welche scheinbar die beiden Welten miteinander in Verbindung setzen.

- Bezogen auf das Kernnetzwerk gaben touristische Leistungsträger im Mittel die meisten Beziehungen an, gefolgt von Kultureinrichtungen und -vereinen. Die wenigsten Beziehungen wurden im Mittel von Einzelkünstlerinnen und -künstlern sowie von der Wirtschaft und Sponsoren genannt.
- Bezogen auf das Kernnetzwerk lassen sich stark wechselseitige Beziehungen zwischen Kultureinrichtungen und -vereinen und Unternehmen der Kreativwirtschaft ausmachen.
- Akteurinnen und Akteure der Bereiche Bibliotheken und Archive, Kulturelles Erbe und Museen neigen am ehesten zum Knüpfen homophiler Beziehungen. Bei Akteurinnen und Akteuren der Bereiche Musik und Soziokultur halten sich homo- und heterophile Beziehungen genau die Waage. Am stärksten neigen – wie zu erwarten – Akteurinnen und Akteure, die sich dem Themenfeld Multifunktionale Orte zugeordnet haben, zum Knüpfen heterogener Netzwerke.
- Akteurinnen und Akteure der Literatur und Akteurinnen und Akteure der Jungen Kultur beziehungsweise Clubkultur verfügen im Mittel über die meisten Beziehungen, gefolgt von Einrichtungen der Soziokultur und des Bereichs Film/Neue Medien. Auf Grundlage der Studie schwächer vernetzt sind hingegen im Mittel Museen und Akteure der Bildenden Kunst sowie des Kulturellen Erbes.
- Akteurinnen und Akteure aus dem Bereich der Interkultur verfügen über die beste Erreichbarkeit innerhalb des Netzwerks.
- *Caricatura Kassel*, die *Kassel Marketing GmbH*, das *Kulturamt der Stadt Kassel*, das *Staatstheater Kassel* und das *Stadtmuseum Kassel* werden am häufigsten als Wunschpartner für die Zukunft genannt.
- Als größte Herausforderungen der Netzwerkarbeit nennen die Befragten die eigene Finanzierungsknappheit/Geldmangel und die nicht ausreichenden zeitlichen Ressourcen.
- Kommunikationsfähigkeit und ein beidseitiger Nutzen der Kooperationspartner werden hingegen am häufigsten als Gelingensbedingungen erfolgreicher Partnerschaften genannt.
- Die Akteurinnen und Akteure der Kulturlandschaft in Kassel sind offenbar gut miteinander vernetzt. Mindestens indirekt sind fast alle Akteure füreinander erreichbar. Wichtig ist, dass diese indirekte Erreichbarkeit auch wahrgenommen und genutzt wird, um Informations- und Ressourcenflüsse im Netzwerk zu beschleunigen.

4 Internationale Kulturkooperationen

Von den 96 befragten Akteurinnen und Akteuren verfügen laut Eigenaussage 29 über internationale Kooperationsbeziehungen. Dies sind 30 Prozent und somit etwas weniger als ein Drittel aller Befragten. Von den 67 Befragten, die über keine internationalen Kontakte verfügen, arbeiten immerhin 12 bereits am Aufbau solcher Partnerschaften. Weitere 40 Befragte bekunden generelles Interesse an einem internationalen Austausch. Lediglich 15 Befragte haben kein Interesse am internationalen Kontakt.

Abbildung 38: Anteil von Befragten mit internationalen Kulturkooperationen. N = 96.

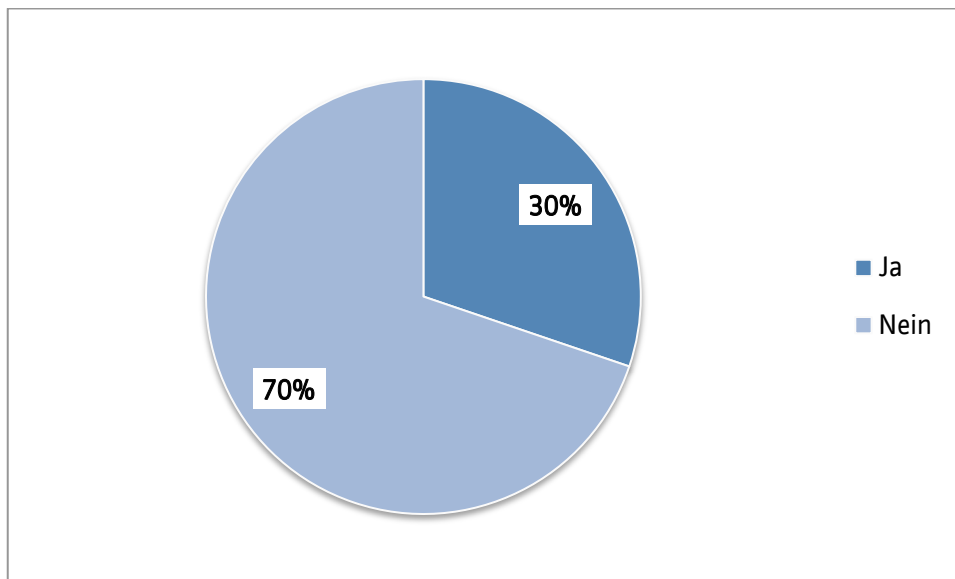
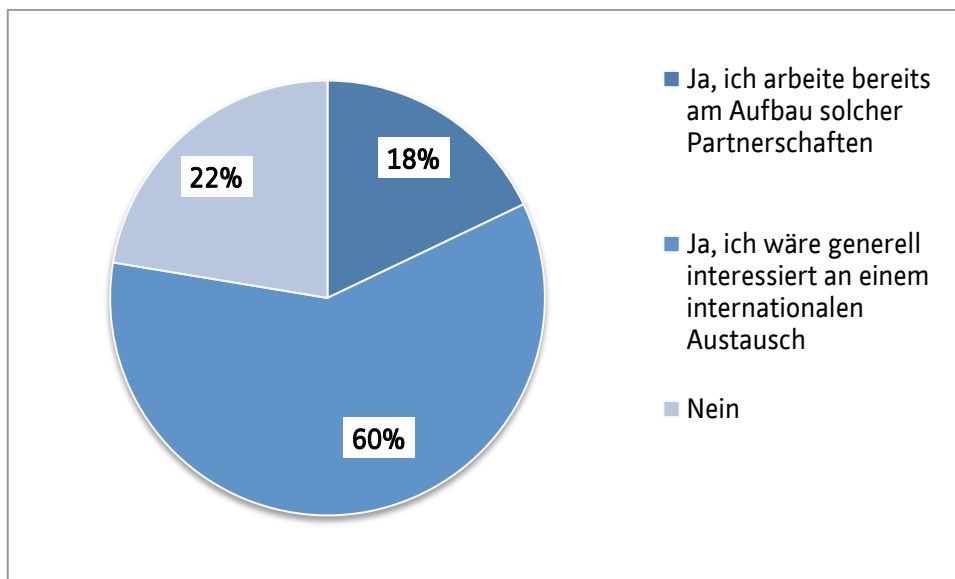


Abbildung 39: Befragte, die über keine internationalen Partner verfügen. N = 67.



52 Akteure geben also an, entweder bereits am Aufbau internationaler Partnerschaften zu arbeiten oder zumindest am Aufbau solcher Kooperationsbeziehungen interessiert zu sein. Diese 52 Befragten geben insgesamt 583 potenzielle Beziehungen zu anderen Nationen an, mit denen sie sich eine Zusammenarbeit vorstellen könnten. Das macht im Mittel 11.2 Beziehungen pro Akteurin bzw. Akteur. Der Befund zeigt, dass das Thema (internationale) Kooperation für die regionalen Kulturakteure der Kassels sehr virulent ist.

Am häufigsten wird Frankreich als »Wunschland« für Kulturkooperationen genannt. Insgesamt 20 der Befragten können sich vor allem mit Akteurinnen und Akteuren dieser europäischen Nation eine Zusammenarbeit vorstellen. Es folgen auf den Plätzen zwei und drei die Länder Italien (18 Nennungen) und Schweiz (17 Nennungen). Auch Großbritannien und Österreich weisen relativ hohe Werte auf. Mit den USA erscheint an sechster Stelle des Rankings die erste außereuropäische Nation. Auch China ist als weitere große nichteuropäische Nation in der Tabelle der meistgenannten Wunschpartnerinnen und -partner vertreten.

Tabelle 47: Häufigkeit der Länder, mit denen die Befragten Akteure Kooperationen wünschen. Mehrfachnennungen möglich.

Land/Nation	n	Prozent
Frankreich	20	20.83
Italien	18	18.75
Schweiz	17	17.71
Großbritannien / Vereinigtes Königreich	15	15.62
Österreich	14	14.58
USA	13	13.54
Dänemark	11	11.46
Niederlande	11	11.46
Schweden	11	11.46
Norwegen	10	10.42
Belgien	9	9.38
Finnland	9	9.38
Israel	9	9.38
Polen	8	8.33
Spanien	8	8.33
China	7	7.29
Irland	7	7.29
Deutschland	6	6.25
Griechenland	6	6.25
Island	6	6.25
Kroatien	6	6.25
Litauen	6	6.25

In der folgenden Tabelle ist abgebildet, zu welchen Anteilen die Befragten unterschiedlicher Akteursgruppen internationale Partnerschaften aufweisen. Die einzige Akteursgruppe, in welcher alle Befragten internationale Partnerinnen und Partner nennen, ist die der temporären Events, Festivals und mehrtägigen Veranstaltungen. Allerdings ist hier auch die Fallzahl der teilnehmenden Einrichtungen vergleichsweise niedrig: So geben drei von drei Befragten an, dass sie über internationale Beziehungen verfügen. Bei Akteuren aus den Bereichen Ausbildungsstätten und Wirtschaft beziehungsweise Sponsoren verfügen jeweils zwei von vier Befragten über internationale Partnerinnen und Partner. Bei Unternehmen der Kreativwirtschaft geben vier von zwölf Befragten solche Kontakte an und somit ein Anteil von 33 Prozent dieser Akteursgruppe. 13 von 47 Kultureinrichtungen und -vereinen – und somit knapp 28 Prozent – geben ferner Auskunft über internationalen Kulturaustausch. Bei Einzelkünstlerinnen und -künstlern und sonstigen Akteursgruppen sind es je 22 Prozent. Über die anteilig wenigsten Befragten mit internationalen Kulturkontakten verfügt die Akteursgruppe aus dem Bereich Politik und Verwaltung (17 Prozent).

Tabelle 48: Häufigkeitsverteilung Anzahl internationaler Beziehungen. N = 96.

Akteursgruppe	N	Anteil	Prozent
Temporäres Event / Festival / mehrtägige Veranstaltung	3	3	100.00
Ausbildungsstätte	4	2	50.00
Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren	4	2	50.00
Unternehmen der Kreativwirtschaft	12	4	33.33
Kultureinrichtung / -verein	47	13	27.66
Einzelkünstler/in	9	2	22.22
Sonstige	9	2	22.22
Akteur aus dem Bereich Politik / Verwaltung	6	1	16.67

Die 29 Befragten, die Angaben zu internationalen Kooperationen gemacht haben, nennen insgesamt 137 ausländische Partner, mit denen sie im Austausch stehen. Bezogen auf alle 96 Befragten verfügt demnach eine Einrichtung oder eine Künstlerin/ein Künstler im Mittel über 1,4 internationale Kooperationspartner. Bezogen auf die 29 Befragten, die Angaben zu solchen Kooperationen gemacht haben, sind es 4,7 Partner pro Akteurin bzw. Akteur. In der nachstehenden Tabelle ist abzulesen, wie häufig eine bestimmte Anzahl von internationalen Kooperationspartnerinnen und -partnern von den Befragten genannt werden. Die maximale Anzahl zu nennender Partnerinnen und Partner war im Online-Fragebogen auf zehn begrenzt. In der Tabelle ist zu erkennen, dass 19 Befragte bis zu fünf Partnerinnen und Partner angegeben haben und nur zehn Befragte mit mehr als fünf ausländischen Partnern in Verbindung stehen.

Tabelle 49: Gesamt- und durchschnittliche Anzahl internationaler Beziehungen. N = 96.

Anzahl Internationaler Beziehungen	n	Prozent
0	67	69.791667
1	5	5.208333
2	2	2.083333
3	3	3.125000
4	6	6.250000
5	3	3.125000
6	3	3.125000
7	1	1.041667
8	2	2.083333
9	1	1.041667
10	3	3.125000
Gesamt	arit. Mittelwert	Standardabweichung
137	1.427083	2.678353

Drei Akteure fallen durch besonders starkes internationales Engagement auf. Diese stellen 30 der erhobenen 137 internationalen Kooperationsbeziehungen.

Tabelle 50: 15 Akteure mit der höchsten Anzahl internationaler Kooperationsbeziehungen. Maximal zehn Nennungen waren möglich.

Name	Anzahl Internationaler Beziehungen
Rotopol	10
Theaterstübchen	10
Kasseler Dokumentarfilm- und Videofest	10
Kultursommer Nordhessen gGmbH	9
vhs Region Kassel	8
Transition Town Kassel	8
KolorCubes Internationales Graffiti und Kunstvermittlung	7
Theater Laku Paka	6
Raum für urbane Experimente	6
Stiftung Brückner-Kühner	6
KulturNetz Kassel e.V.	5
Kulturhaus Dock 4	5

In der nächsten Tabelle sieht man, wie sich die 137 internationalen Kooperationspartner auf die Nennungen der verschiedenen Akteursgruppen verteilen. 63 internationale Partnerinnen und Partner werden beispielsweise von Kultureinrichtungen und -vereinen genannt. Die großen Unterschiede in der Anzahl der Partnerinnen und Partner sind hier allerdings auch vor allem mit den großen Unterschieden in der Anzahl der teilnehmenden Akteursgruppen an der Online-Befragung zu erklären. Da Kultureinrichtungen und -vereine mit Abstand am häufigsten im Datensatz vertreten sind, verwundert es nicht, dass sie auch die Mehrheit der internationalen Partner stellen. Etwas aussagekräftiger erscheint der Blick auf die Tabellenspalte, in der die Mittelwerte abgebildet sind. Hier weisen temporäre Events, Festivals und mehrtägige Veranstaltungen den mit Abstand höchsten Wert auf. Sie verfügen gemäß der Datenauswertung im Mittel über 8,3 Partnerinnen und Partner pro Einrichtung. Mit großem Abstand, aber auf dem zweiten Platz der Auswertung, erscheinen Unternehmen der Kreativwirtschaft, die im Mittel über 1,8 Partner pro Einrichtung verfügen. Die niedrigsten Mittelwerte weisen Einzelkünstlerinnen und -künstler und touristische Leistungsträger auf. Hier ist allerdings anzumerken, dass nur zwei touristische Leistungsträger an der Befragung teilgenommen haben. Sie haben jedoch beide keine internationalen Kooperationspartnerinnen und -partner angegeben.

Tabelle 51: Gesamt- und durchschnittliche Anzahl von internationalen Kooperationsbeziehungen, nach Akteursgruppe. N = 96.

Akteursgruppe	Gesamt	arit. Mittelwert	Standardabweichung
Temporäres Event / Festival / mehrtägige Veranstaltung	25	8.33	2.08
Unternehmen der Kreativwirtschaft	22	1.83	3.33
Ausbildungsstätte	6	1.50	2.38
Kultureinrichtung / -verein	63	1.34	2.57
Sonstige	8	0.89	1.76
Akteur aus dem Bereich Politik / Verwaltung	5	0.83	2.04
Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren	3	0.75	1.50
Einzelkünstler/in	5	0.56	1.33
Touristischer Leistungsträger	0	0.00	0.00

4.1 Herkunft der Kooperationsbeziehungen

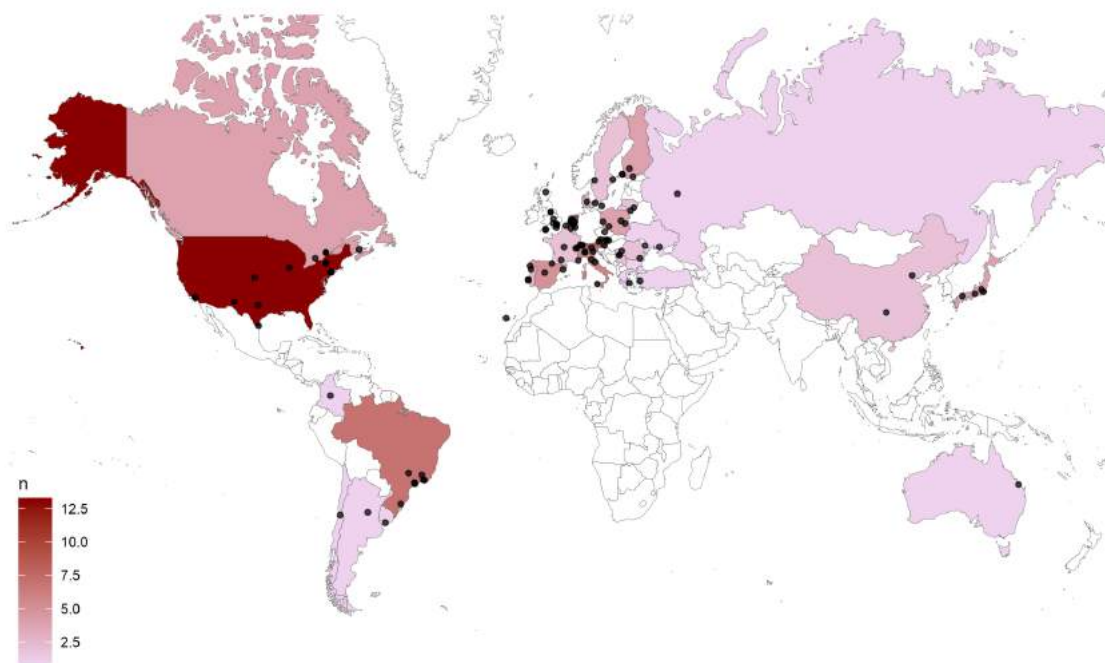
Die 29 Befragten, die Angaben zu internationalen Kooperationsbeziehungen gemacht haben, stehen mit Partnerinnen und Partnern aus insgesamt 33 unterschiedlichen Ländern und 96 verschiedenen Städten im Austausch. Dies weist auf eine relativ große Heterogenität der internationalen Vernetzung hin.

Interessant ist, dass ausgerechnet Deutschland als diejenige Nation genannt wird, in der die meisten internationalen Kooperationspartnerinnen und -partner ansässig sind. So sind insgesamt 22 der 137 Kooperationen auf Partnerinnen und Partner zurückzuführen, die in der Bundesrepublik verortet sind. Es ist nicht ganz klar, wie diese Ergebnisse zu deuten sind: So mag es sich beispielsweise um ausländische Künstlerinnen und Künstler handeln, die momentan ihren Wohnsitz in Deutschland, vornehmlich in Kassel oder Berlin, haben. Es könnte sich auch um Artist in Residence-Programme handeln. Möglich wäre außerdem, dass es sich um künstlerisch-kulturelle Institute oder Unternehmen der Kreativwirtschaft aus dem Ausland handelt, die Niederlassungen in Deutschland haben. Hinter Deutschland folgen die USA. Hier sind 13 der genannten Partnerinnen und Partner ansässig. Auch mit Partnerinnen und Partnern Großbritanniens und den Niederlanden scheint tendenziell relativ viel zusammengearbeitet zu werden. Von den nichteuropäischen Ländern fällt außerdem Brasilien auf. Dort sind acht der 137 Partnerinnen und Partner ansässig.

Tabelle 52: Herkunftsländer mit den meisten internationalen Kooperationsbeziehungen.

Land	n
Deutschland	22
USA	13
Großbritannien / Vereinigtes Königreich	12
Niederlande	10
Österreich	8
Brasilien	7
Schweiz	7
Italien	6
Spanien	5
Finnland	4
Japan	4
Kanada	4
Polen	4
Dänemark	3
Portugal	3
Belgien	2
China	2
Frankreich	2
Litauen	2
Rumänien	2

Auf dieser Weltkarte sind die internationalen Kooperationen verortet. Je dunkler ein Bereich dargestellt ist, desto mehr Beziehungen lassen sich dorthin feststellen. Aufgrund der vergleichsweise vielen Kooperationsbeziehungen mit den USA ist der nordamerikanische Kontinent besonders deutlich hervorgehoben. Auch in Südamerika sind einige Partner verortet sowie in Teilen Europas und Asiens sowie Australiens. Weiße Flecken der Kooperation sind auf dieser Karte vor allem Afrika und der Nahe Osten sowie auch Indonesien oder die Karibik.

Abbildung 40: Weltkarte internationaler Kooperationsbeziehungen

Da die 137 Kooperationspartner aus 96 verschiedenen Städten stammen, lassen sich hier kaum Schwerpunkte hinsichtlich Zusammenarbeiten mit spezifischen urbanen Räumen feststellen. Aber auch hier sind es wiederum zwei deutsche Städte, die die meisten Kooperationspartnerinnen und -partner aufweisen – Kassel und Berlin (mögliche Erklärung dafür siehe Seite 90). Außer Kassel und Berlin werden New York, São Paulo und Wien relativ häufig als Herkunftsstädte der Kooperationspartnerinnen und -partner genannt, gefolgt von Amsterdam und London.

Tabelle 53: Herkunftsstädte internationaler Kooperationsbeziehungen sowie internationaler Beziehungen im Inland.

Stadt	n
Kassel	6
Berlin	5
New York	5
São Paulo	5
Wien	5
Amsterdam	4
London	4
Helsinki	3
Toronto	3
Zürich	3
Belgrad	2
Florenz	2
Frankfurt	2
Graz	2
München	2
Padova	2
Skipton	2
Totnes	2

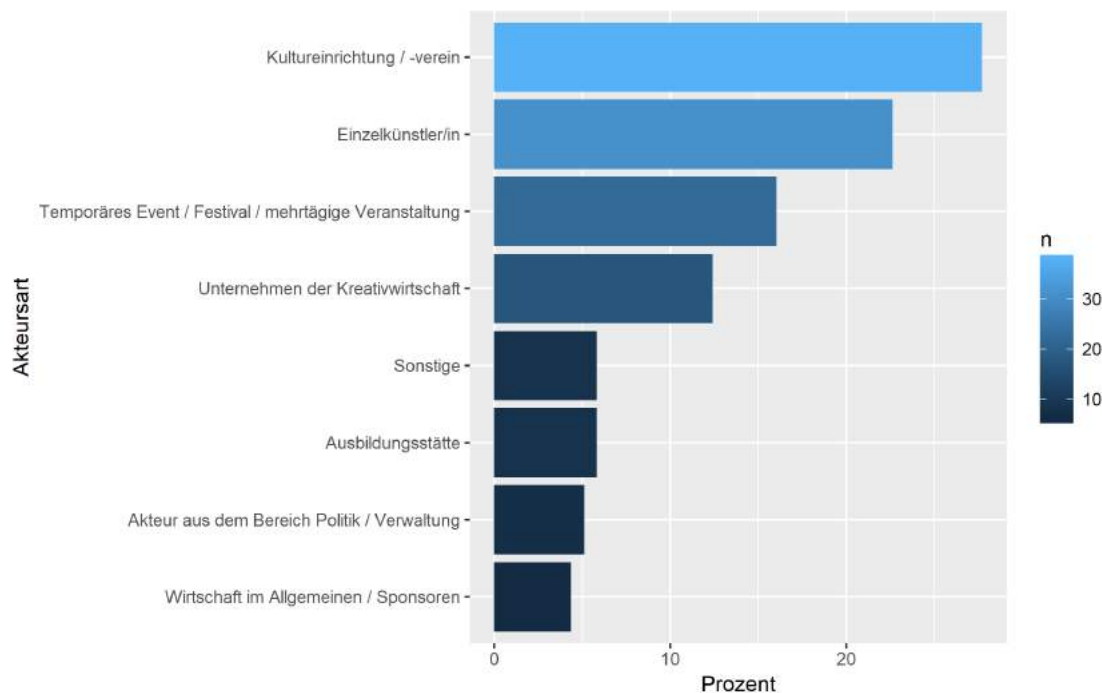
4.2 Akteursart

Bei 38 der 137 internationalen Kooperationspartnerinnen und -partnern handelt es sich um Kultureinrichtungen und -vereine. Das sind knapp 28 Prozent aller Kooperationsbeziehungen. Darüber hinaus arbeiten die 29 Befragten mit insgesamt 31 Einzelkünstlerinnen und -künstlern zusammen, die aus dem Ausland kommen (23 Prozent). Ebenfalls relativ häufig handelt es sich bei den internationalen Kooperationen um Zusammenarbeiten mit temporären Events, Festivals und mehrtägigen Veranstaltungen (16 Prozent) oder mit Unternehmen der Kreativwirtschaft (12 Prozent). Relativ selten wird offenbar im kulturellen Kontext auf internationaler Ebene mit Ausbildungsstätten, Sonstigen, Akteurinnen und Akteuren der Politik und Verwaltung und der Wirtschaft zusammengearbeitet.

Tabelle 54: Häufigkeitsverteilung der internationalen Kooperationsbeziehungen nach Akteursart. N = 137.

Akteursart	n	Prozent
Kultureinrichtung / -verein	38	27.74
Einzelkünstler/in	31	22.63
Temporäres Event / Festival / mehrtägige Veranstaltung	22	16.06
Unternehmen der Kreativwirtschaft	17	12.41
Ausbildungsstätte	8	5.84
Sonstige	8	5.84
Akteur aus dem Bereich Politik / Verwaltung	7	5.11
Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren	6	4.38

Abbildung 41: Häufigkeitsverteilung der internationalen Kooperationsbeziehungen nach Akteursart.

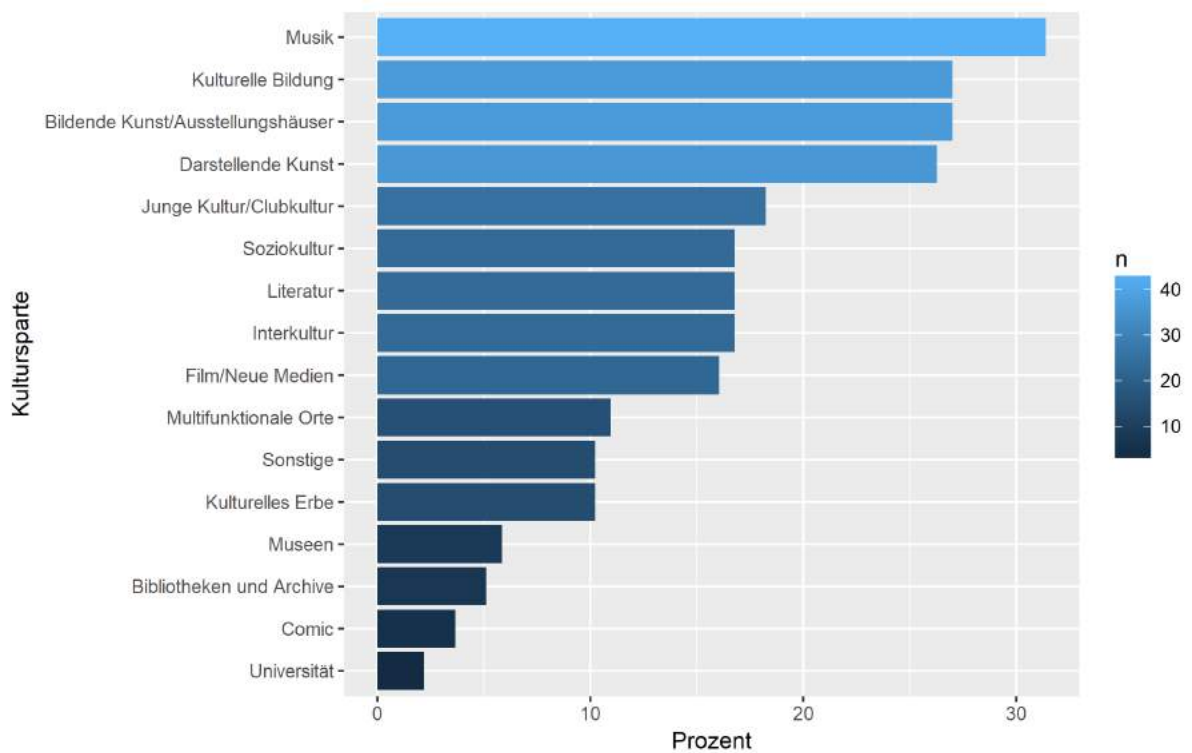


Die nachstehende Tabelle veranschaulicht, dass von den Befragten Kassels mehrheitlich internationale Beziehungen zu Akteurinnen und Akteuren aus dem Bereich der Musik geknüpft werden. Fast ein Drittel der Partnerinnen und Partner werden dieser Kunstsparte zugeordnet. Ebenfalls häufig kommen Kooperationen mit Partnerinnen und Partnern aus den Sparten Bildende Kunst, Kulturelle Bildung und Darstellende Kunst zustande. Vor allem die erstgenannten drei Sparten korrespondieren mit den hauptsächlichen Tätigkeitsbereichen der Befragten. Dies würde bedeuten, dass die Befragten ihre internationalen Beziehungen möglicherweise vor allem innerhalb des eigenen Genres knüpfen, was eine Tendenz zur Homophilie erahnen ließe. Mit einigem Abstand zu den vier erstgenannten Sparten werden die internationalen Kooperationspartner auch den Bereichen Junge Kultur/Clubkultur, Interkultur, Literatur, Soziokultur und Film/Neue Medien relativ häufig zugeordnet. Vergleichsweise wenig wird offenbar mit internationalen Museen und Bibliotheken und Archiven kooperiert. Die Sparten Comic und Universität wurden von Befragten per Freifeldangabe hinzugefügt und standen nicht von vornherein zur Auswahl.

Tabelle 55: Kultursparten und Tätigkeitsfelder der internationalen Kooperationspartner. N = 137, Mehrfachnennungen möglich.

Kultursparte	n	Prozent
Musik	43	31.39
Bildende Kunst/Ausstellungshäuser	37	27.01
Kulturelle Bildung	37	27.01
Darstellende Kunst	36	26.28
Junge Kultur/Clubkultur	25	18.25
Interkultur	23	16.79
Literatur	23	16.79
Soziokultur	23	16.79
Film/Neue Medien	22	16.06
Multifunktionale Orte	15	10.95
Kulturelles Erbe	14	10.22
Sonstige	14	10.22
Museen	8	5.84
Bibliotheken und Archive	7	5.11
Comic	5	3.65
Universität	3	2.19

Abbildung 42: Kultursparten und Tätigkeitsfelder der internationalen Kooperationspartner. Mehrfachnennung möglich.



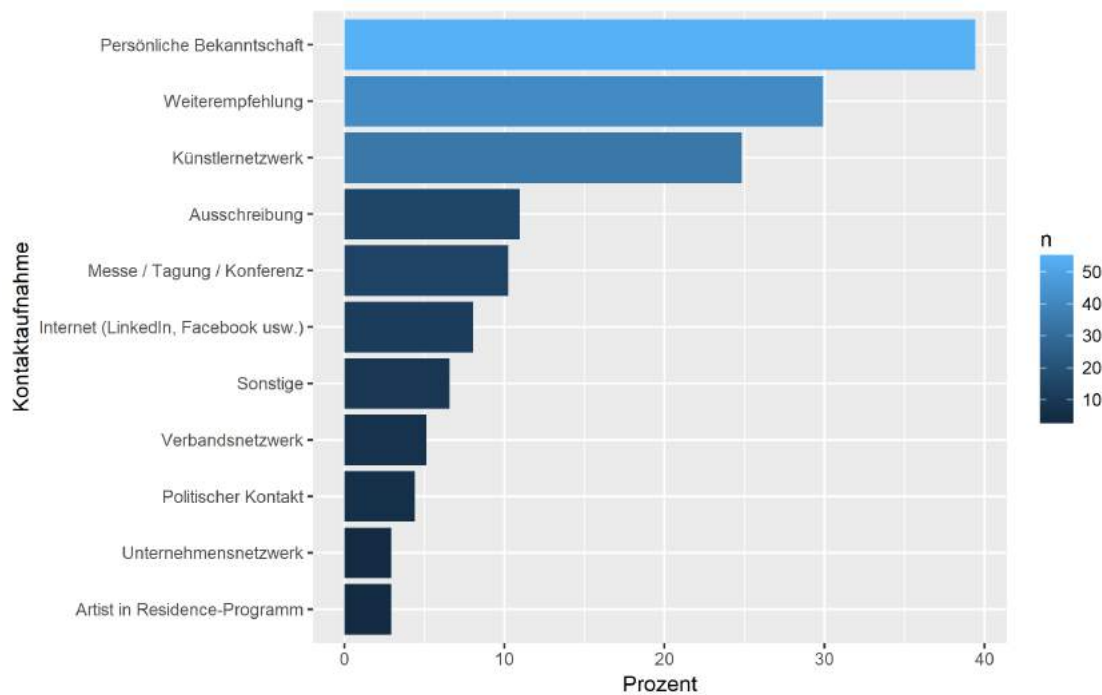
4.3 Kontaktaufnahme

Die Ergebnisse der nachstehenden Tabelle legen nahe, dass Kooperationen mit internationalen Partnerinnen und Partnern vor allem auf persönlichen Beziehungen beruhen (39 Prozent). Demnach spielen persönliche Beziehungen für die Kontaktaufnahme eine viel größere Rolle als formale Ausschreibungen oder Messen. Auch die Weiterempfehlung (30 Prozent) und der Kontakt über Künstlernetzwerke (25 Prozent) werden häufig als Anbahnungsszenarien genannt. Online scheinen nur wenige Zusammenarbeiten angebahnt zu werden (lediglich in 11 Fällen). Die Kontaktaufnahme erfolgt offenbar immer noch eher analog als digital. Eine nur sehr kleine Rolle scheinen ferner Verbandsnetzwerke, politische Kontakte, Artist in Residence-Programme und Unternehmensnetzwerke für die Anbahnung internationaler Kulturkooperationen zu spielen.

Tabelle 56: Art der Kontaktaufnahme mit internationalen Kooperationspartnern. N = 137, Mehrfachnennungen möglich.

Kontaktaufnahme	n	Prozent
Persönliche Bekanntschaft	54	39.42
Weiterempfehlung	41	29.93
Künstlernetzwerk	34	24.82
Ausschreibung	15	10.95
Messe / Tagung / Konferenz	14	10.22
Internet (LinkedIn, Facebook usw.)	11	8.03
Sonstige	9	6.57
Verbandsnetzwerk	7	5.11
Politischer Kontakt	6	4.38
Artist in Residence-Programm	4	2.92
Unternehmensnetzwerk	4	2.92

Abbildung 43: Art der Kontaktaufnahme mit internationalen Kooperationspartnern.
Mehrfachnennung möglich.



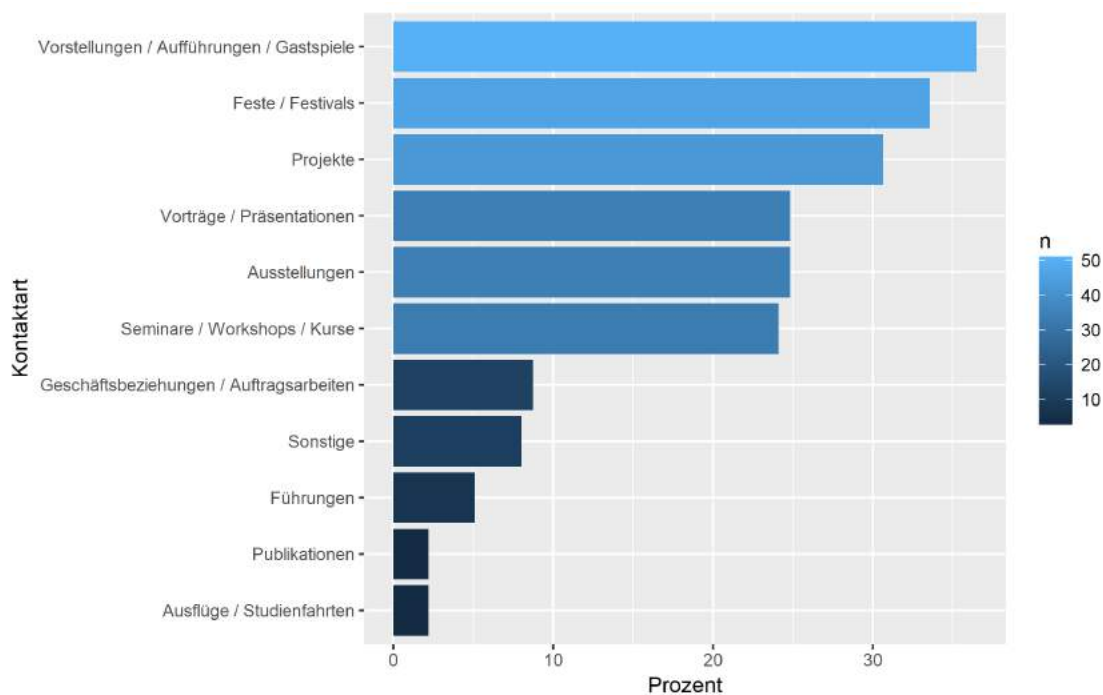
4.4 Art und Zweck

Auch die Formate der internationalen Kulturkooperationen wurden in der Studie abgefragt. Die meisten Kooperationen dienen der Veranstaltung von Vorstellungen, Aufführungen und Gastspielen (37 Prozent). Häufig genannt werden außerdem Feste und Festivals (34 Prozent) sowie Projekte (31 Prozent). Auch Ausstellungen, Vorträge und Präsentationen und Seminare beziehungsweise Workshops und Kurse werden mit je fast einem Viertel der genannten Kooperationspartnerinnen und -partner durchgeführt. Eher selten stellen die Kooperationen reine Geschäftsbeziehungen dar (9 Prozent). Auch Führungen (5 Prozent), Ausflüge und Studienfahrten sowie Publikationen (je 2 Prozent) werden sehr selten als Inhalt der Kooperation benannt.

Tabelle 57: Art und Zweck der Beziehungen mit internationalen Kooperationspartnern. N = 137, Mehrfachnennungen möglich.

Kontaktart	n	Prozent
Vorstellungen / Aufführungen / Gastspiele	50	36.50
Feste / Festivals	46	33.58
Projekte	42	30.66
Ausstellungen	34	24.82
Vorträge / Präsentationen	34	24.82
Seminare / Workshops / Kurse	33	24.09
Geschäftsbeziehungen / Auftragsarbeiten	12	8.76
Sonstige	11	8.03
Führungen	7	5.11
Ausflüge / Studienfahrten	3	2.19
Publikationen	3	2.19

Abbildung 44: Art und Zweck der Beziehungen mit internationalen Kooperationspartnern. N = 137, Mehrfachnennung möglich.



4.5 Orte des Geschehens

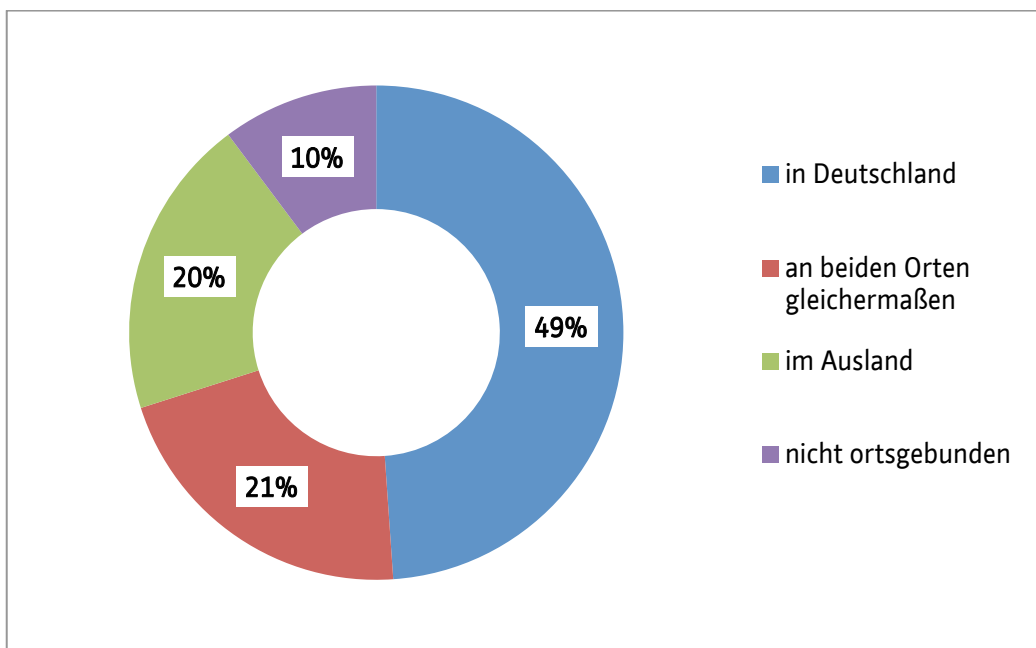
In der Online-Befragung wurde für jeden genannten internationalen Kooperationspartner auch danach gefragt, an welchem Ort die Zusammenarbeit hauptsächlich stattfindet. Im Ergebnis zeigt sich, dass die meisten Kooperationen mit internationalen Partnern in Deutschland zur Geltung kommen (n = 67, entspricht 49 Prozent). Hierbei könnte es sich zum Beispiel um Engagements von Künstlerinnen und Künstlern bei Festivals oder in Ausstellungen handeln. Etwas mehr als ein

Fünftel der Zusammenarbeit findet an beiden Orten gleichermaßen statt (n = 29, entspricht 21 Prozent). Über ein Fünftel der internationalen Kooperationen (n = 27, entspricht 20 Prozent) wird ausgesagt, dass sie vor allem im Ausland zur Geltung kämen. Hier ist wiederum an regionale Künstlerinnen und Künstler zu denken, die ihrerseits von ausländischen Produktionshäusern oder Museen engagiert werden, um dort kreativ tätig zu werden. Knapp 10 Prozent (n = 14) der Beziehungen werden als nicht ortsgebunden bezeichnet. Hierbei könnte es sich zum Beispiel um digitale Ko-Produktionen handeln.

Tabelle 58: Orte an denen die internationalen Kooperationsbeziehungen stattfinden. N = 137.

Ort	n	Prozent
in Deutschland	67	48.91
an beiden Orten gleichermaßen	29	21.17
im Ausland	27	19.71
nicht ortsgebunden (z.B. bei digitalen Zusammenarbeiten, Tourneen)	14	10.22

Abbildung 45: Orte an denen die internationalen Kooperationsbeziehungen stattfinden. N = 137.



4.6 Intensitäten

Ein weiteres wichtiges Merkmal von Netzwerkverbindungen ist ihre Stärke: Handelt es sich um starke oder um schwache Beziehungen? Dies lässt sich unter anderem mittels der Intensität des Austauschs herausfinden. Aus dem vorliegenden Datensatz geht hervor, dass fast die Hälfte des Informationsaustauschs zum Zwecke der Kooperation als selten bezeichnet wird (48 Prozent und damit die Mehrheit der Angaben). Demgegenüber werden aber auch 38 Prozent des Austauschs als häufig bezeichnet. Eher selten werden die Antwortkategorien sehr häufig oder fast nie angeklickt. Stark verallgemeinernd ließe sich somit aussagen, dass etwa die Hälfte der internationalen Kooperationsbeziehungen selten und die andere Hälfte häufig aktiviert werden. Hierbei muss berücksichtigt werden, dass die Befragungsteilnehmerinnen und -teilnehmer unterschiedliche Vorstellungen von seltenen und häufigen Intervallen haben können und dass die geografische Distanz die Häufigkeit des Austauschs vermutlich beeinflusst. Im Vergleich zu lokalen, regionalen und nationalen Kommunikations- und Kooperationsbeziehungen ist die durchschnittliche Intensität internationaler Beziehungen schwächer ausgeprägt.

Tabelle 59: Häufigkeitsverteilung der Intensität des Informationsaustausches mit den internationalen Kooperationspartnern. N = 137.

Intensität Informationsaustausch	n	Prozent
fast nie	4	2.92
häufig	52	37.96
sehr häufig	15	10.95
selten	66	48.18

Abbildung 46: Häufigkeitsverteilung der Intensität des Informationsaustausches mit den internationalen Kooperationspartnern. N = 137.

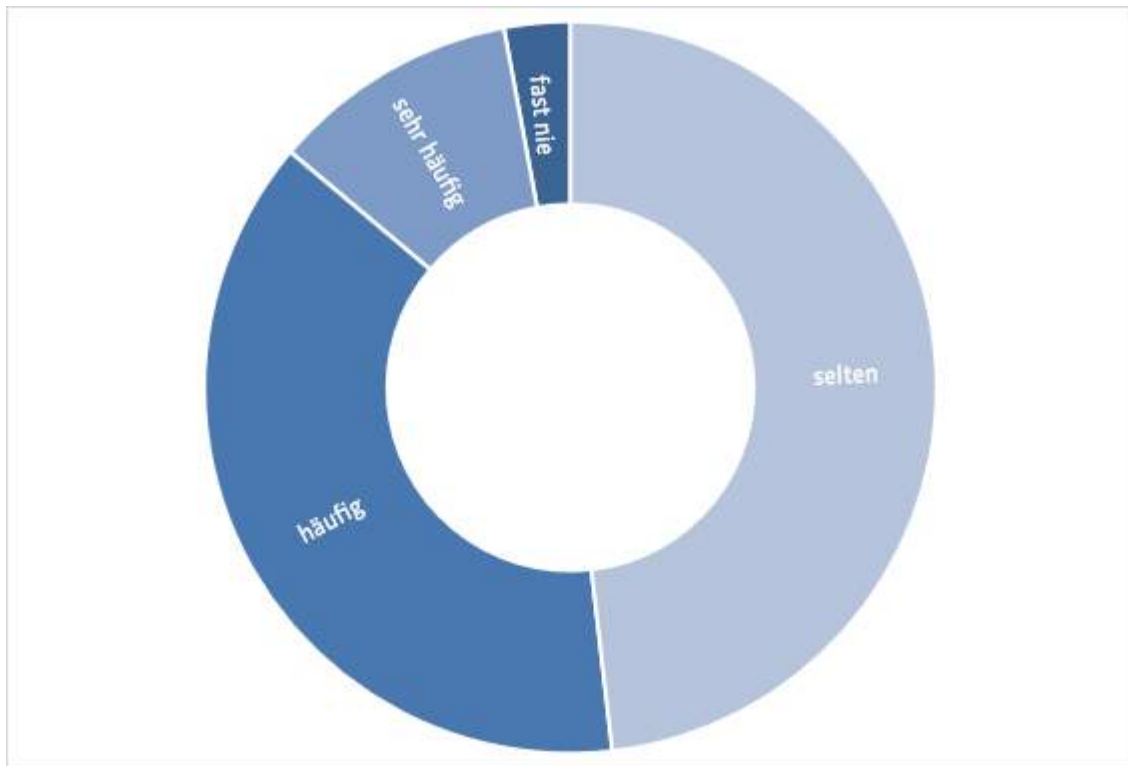
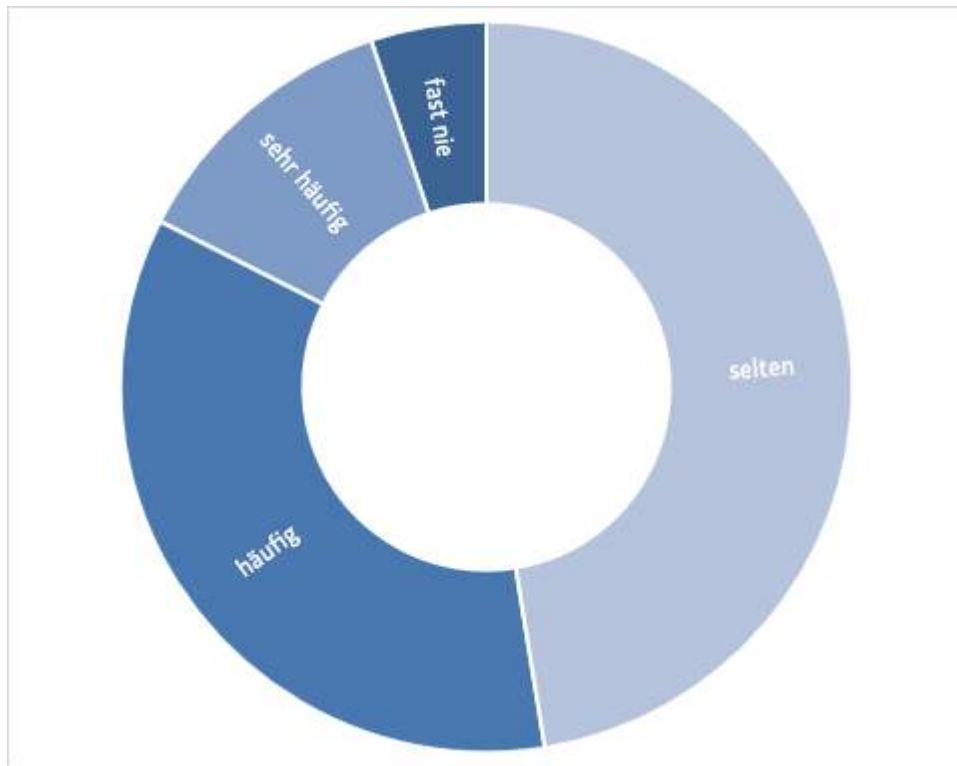


Tabelle 60: Häufigkeitsverteilung der Intensität der Zusammenarbeit mit den internationalen Kooperationspartnern. N = 137.

Intensität Kooperation	n	Prozent
fast nie	7	5.11
häufig	48	35.04
sehr häufig	17	12.41
selten	65	47.45
Durchschnittliche Intensität Informationsaustausch: 3.0437956		
Durchschnittliche Intensität Kooperation: 3.0218978		

Abbildung 47: Häufigkeitsverteilung der Intensität der Zusammenarbeit mit den internationalen Kooperationspartnern. N = 137.



4.7 Zwischenergebnisse der Netzwerkanalyse internationaler Kulturkontakte

- 29 von 96 Befragten verfügen laut Eigenaussage über internationale Kooperationen.
- Von den 67 Befragten, die über keine internationalen Kontakte verfügen, arbeiten 12 bereits am Aufbau solcher Partnerschaften. Weitere 40 Befragte bekunden generelles Interesse an einem internationalen Austausch. Lediglich 15 Befragte haben kein Interesse am internationalen Kontakt.
- Die 29 Befragten, die Angaben zu internationalen Kooperationen gemacht haben, nennen insgesamt 137 Partner, mit denen sie im Austausch stehen. Bezogen auf alle 96 Befragten verfügt demnach eine Einrichtung oder eine Künstlerin/ein Künstler im Mittel über 1,4 internationale Kooperationspartner. Bezogen auf die 29 Befragten, die Angaben zu solchen Kooperationen gemacht haben, sind es 4,7 Partner pro Akteur.
- Drei Befragte fallen durch besonders starkes internationales Engagement auf. Diese stellen 30 der erhobenen 137 internationalen Kooperationsbeziehungen.
- Die internationalen Partnerinnen und Partner stammen aus 33 unterschiedlichen Ländern und 96 verschiedenen Städten. Dies weist auf eine relativ große Heterogenität der internationalen Vernetzung hin.
- Die meisten internationalen Kooperationspartnerinnen und -partner der Befragten sind interessanter Weise in Deutschland ansässig. Am zweithäufigsten werden Kulturkontakte mit Akteurinnen und Akteuren in den USA gepflegt. Auch mit Partnerinnen und Partnern Großbritanniens und den Niederlanden scheint tendenziell relativ viel zusammengearbeitet zu werden.
- »Weiße Flecken« der Kooperation sind auf der Weltkarte vor allem Afrika und der Nahe Osten sowie auch Indonesien oder die Karibik.
- Außer Kassel und Berlin werden New York, São Paulo und Wien relativ häufig als Herkunftsstädte der Kooperationspartner genannt, gefolgt von Amsterdam und London.
- 52 Befragte geben an, am Aufbau internationaler Partnerschaften interessiert zu sein. Diese 52 Befragten geben insgesamt 583 potenzielle Beziehungen zu Nationen an, mit denen sie sich eine Zusammenarbeit vorstellen könnten.
- Am häufigsten wird Frankreich als »Wunschland« für Kulturkooperationen genannt. Es folgen auf den Plätzen zwei und drei Italien und die Schweiz.

- Kooperationen mit internationalen Partnerinnen und Partnern beruhen vor allem auf persönlichen Beziehungen. Sie spielen für die Kontaktaufnahme eine viel größere Rolle als formale Ausschreibungen oder Messen. Auch die Weiterempfehlung und der Kontakt über Künstlernetzwerke werden häufig als Anbahnungsszenarien genannt.
- Die meisten Kooperationen dienen der Veranstaltung von Vorstellungen, Aufführungen und Gastspielen. Häufig genannt werden außerdem Feste und Festivals sowie Projekte.
- Die meisten Kooperationen mit internationalen Partnerinnen und Partnern kommen in Deutschland zur Geltung.
- Im Vergleich zu innerdeutschen Kommunikations- und Kooperationsbeziehungen ist die durchschnittliche Intensität internationaler Beziehungen schwächer ausgeprägt.

5 Zusammenfassung und Ausblick

Im Rahmen der Erarbeitung einer Kulturkonzeption für die Stadt Kassel wurde mit Hilfe einer Online-Studie die Vernetzung der Kasseler Kulturszene auf lokaler, regionaler, nationaler sowie internationaler Ebene erfragt und so ein sozialwissenschaftliches Mapping durchgeführt. Die Ergebnisse fließen umfassend in den Abschlussbericht zur Kulturkonzeption ein und können als Diskussionsgrundlage für zukünftige Kulturplanungen dienen.

Der hier vorliegende Bericht gibt zunächst Auskunft über zentrale Merkmale der Akteurinnen und Akteure des Kasseler Kulturfelds. Ein Schwerpunkt liegt des Weiteren auf der Analyse des lokalen, regionalen und nationalen Kommunikations- und Kooperationsnetzwerks dieser lokal verorteten Kulturschaffenden und wie sich die Vernetzung auf einer geografischen Karte verteilt. In einem weiteren Erhebungsschritt wurden die internationalen Kulturkontakte der Kasseler Kulturszene erfasst. Auch wurde mittels der Erhebung nationaler und internationaler Wunschkooperationen erörtert, wie ein sogenanntes Zukunftsnetzwerk aussehen könnte.

Der Bericht zeigt, dass die Akteurinnen und Akteure der Kasseler Kulturlandschaft anscheinend gut miteinander vernetzt sind. Mindestens indirekt sind fast alle Akteurinnen und Akteure füreinander erreichbar. Wichtig ist, dass diese indirekte Erreichbarkeit auch wahrgenommen und genutzt wird, um Informations- und Ressourcenflüsse im Netzwerk zu beschleunigen. Als größte Herausforderungen für die Netzwerkarbeit nennen die Befragten die eigene Finanzierungsknappheit/Geldmangel und die nicht ausreichenden zeitlichen Ressourcen. Neben den Herausforderungen wurde auch nach den Gelingensbedingungen einer Kooperationsbeziehung gefragt. Interessant ist, dass hier mit der Kommunikationsfähigkeit eine Kategorie am häufigsten genannt wird, die nicht auf das Vorhandensein von Ressourcen abzielt, sondern eine menschliche Kompetenz fokussiert. Miteinander sprechen können – oder umgangssprachlich formuliert: auf einer Wellenlänge sein –, scheint unabdingbar zu sein für eine erfolgreiche Zusammenarbeit und noch wichtiger als Zeit und Geld. Kommunikationsfähigkeit führt letztlich auch zum Aufbau von Vertrauen und ist somit maßgeblich für das Zustandekommen erfolgreicher Kulturkooperationen. 61 der 96 befragten Akteurinnen und Akteure nennen diese Kategorie als wichtig(st)e Gelingensbedingung.

In den Rückmeldungen zum Fragebogen merkten viele der Befragten an, dass in der vorliegenden Studie nicht ausreichend nach Kooperationen und Vernetzungen außerhalb der kulturellen Infrastruktur gefragt worden sei. Auf diese Weise blieben Schnittstellenbereiche zu gesellschaftlichen

Bereichen wie zum Beispiel Energie, Gesundheit, Handwerk, IT, Landwirtschaft, Mobilität, Religion, Sport und Stadtplanung eher unbeleuchtet. Die Einbeziehung all dieser Sektoren hätte den Rahmen der vorliegenden Studie gesprengt. Es ist aber davon auszugehen, dass die Befragten dieser Studie einen nicht unerheblichen Teil ihrer Zeit und ihrer Ressourcen auch in die Netzwerkarbeit mit Akteurinnen und Akteuren ebendieser Bereiche investieren und sich nicht ausschließlich innerhalb der Kunst- und Kulturdomäne bewegen.

Die Ergebnisse der Netzwerkanalyse internationaler Kontakte legen nahe, dass Kooperationen vor allem auf persönlichen Beziehungen beruhen (39 Prozent). Demnach spielen persönliche Beziehungen für die Kontaktaufnahme eine viel größere Rolle als formale Ausschreibungen oder Messen. 52 der 96 teilnehmenden Akteurinnen und Akteure geben an, entweder bereits am Aufbau internationaler Partnerschaften zu arbeiten oder zumindest am Aufbau solcher Kooperationsbeziehungen interessiert zu sein. Diese 52 Befragten geben insgesamt 583 potenzielle Beziehungen zu Nationen an, mit denen sie sich eine Zusammenarbeit vorstellen könnten. Das macht im Mittel 11.2 Beziehungen pro Akteurin oder Akteur. Der Befund zeigt, dass (internationale) Kooperation für die regionalen Kulturakteurinnen und -akteure Kassels ein bedeutsames Thema ist.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anteil der Akteursarten. N = 96	10
Abbildung 2: Anteile der Kultursparten/-bereiche. N = 96.....	12
Abbildung 3: Anteile der Arten von Trägerschaften. N = 96	13
Abbildung 4: Anteile der Zielgruppen. N = 96	14
Abbildung 5: Anteile der Förderstrukturen der Akteure. N = 96.....	21
Abbildung 6: Anteile der Förderquellen der Akteure. N 96.....	22
Abbildung 7: Räumliche Wirkungsbereiche der Akteure. N = 96	24
Abbildung 8: Kulturkarte Kassel mit Netzwerkbeziehungen	28
Abbildung 9: Kooperationshäufigkeiten nach Bundesländern. N = 726	35
Abbildung 10: Netzwerkkarte der Beziehungshäufigkeiten zwischen den Akteursgruppen. N = 726.....	38
Abbildung 11: Verteilung unterschiedlicher Netzwerkpartner auf die Akteursgruppen.	40
Abbildung 12: Häufigkeitsverteilung der Intensität des Informationsaustausches mit den Kooperationspartnern. N = 726.	43
Abbildung 13: Häufigkeitsverteilung der Intensität der Kooperation mit den Kooperationspartnern. N = 726.	44
Abbildung 14: Netzwerkvisualisierung mit farblicher Hervorhebung nach Akteursgruppe. Teilweise mit Akteursbezeichnungen. N = 545.	49
Abbildung 15: Netzwerkvisualisierung, der Kooperationsbeziehungen der befragten Akteure untereinander, mit farblicher Hervorhebung nach Akteursgruppe. N = 96	54
Abbildung 16: Communities im Kommunikationsnetzwerk, nur befragte Akteure. N = 96.....	59
Abbildung 17: Communities im Kommunikationsnetzwerk, nur Akteure mit mindestens zwei Beziehungen. N = 46	60
Abbildung 18: Netzwerkkarte der Beziehungshäufigkeiten zwischen den Akteursgruppen. N = 96.....	63
Abbildung 19: Netzwerkkarte der Intensität des Informationsaustausches zwischen den Akteursgruppen. N = 96.	64
Abbildung 20: Netzwerkkarte der Intensität Kooperation zwischen den Akteursgruppen. N = 96.....	65
Abbildung 21: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Bibliotheken und Archive.	68
Abbildung 22: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Bildende Kunst/Ausstellungshäuser.	69
Abbildung 23: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Darstellende Kunst.	69
Abbildung 24: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Film/Neue Medien.	70
Abbildung 25: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Interkultur.	71
Abbildung 26: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Junge Kultur/Clubkultur.	71
Abbildung 27: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Kulturelle Bildung.	72

Abbildung 28: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Kulturelles Erbe.....	73
Abbildung 29: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Literatur.....	73
Abbildung 30: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Multifunktionale Orte.....	74
Abbildung 31: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Museen.....	75
Abbildung 32: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Musik.....	76
Abbildung 33: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Akteure aus dem Bereich Soziokultur.....	76
Abbildung 34: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung der Trägerschaften.....	78
Abbildung 35: Netzwerk der befragten Akteure mit Hervorhebung des räumlichen Wirkungsbereichs.....	79
Abbildung 36: Herausforderungen für das Erreichen gemeinsamer Ziele. N = 96.....	82
Abbildung 37: wichtigste Gelingensbedingungen für das Erreichen gemeinsamer Ziele. N = 96.....	84
Abbildung 38: Anteil von Befragten mit internationalen Kulturkooperationen. N = 96.....	87
Abbildung 39: Befragte, die über keine internationalen Partner verfügen. N = 67.....	87
Abbildung 40: Weltkarte internationaler Kooperationsbeziehungen.....	94
Abbildung 41: Häufigkeitsverteilung der internationalen Kooperationsbeziehungen nach Akteursart.....	96
Abbildung 42: Kultursparten und Tätigkeitsfelder der internationalen Kooperationspartner.....	97
Abbildung 43: Art der Kontaktaufnahme mit internationalen Kooperationspartnern.....	99
Abbildung 44: Art und Zweck der Beziehungen mit internationalen Kooperationspartnern. N = 137.....	100
Abbildung 45: Orte an denen die internationalen Kooperationsbeziehungen stattfinden. N = 137.....	101
Abbildung 46: Häufigkeitsverteilung der Intensität des Informationsaustausches mit den internationalen Kooperationspartnern. N = 137.....	103
Abbildung 47: Häufigkeitsverteilung der Intensität der Zusammenarbeit mit den internationalen Kooperationspartnern. N = 137.....	104

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Anteile der Akteursarten. N = 96	9
Tabelle 2: Anteile der Kultursparten/-bereiche. N = 96	11
Tabelle 3: Anteile der Arten von Trägerschaften. N = 96	12
Tabelle 4: Anteile der Zielgruppen. N = 96	14
Tabelle 5: Zielgruppen der befragten Kultureinrichtungen und -vereine. N = 47	15
Tabelle 6: Zielgruppen der befragten Unternehmen der Kreativwirtschaft. N = 12	16
Tabelle 7: Zielgruppen der befragten Einzelkünstlerinnen und -künstler. N = 9	16
Tabelle 8: Zielgruppen der befragten Sonstigen. N = 9	17
Tabelle 9: Zielgruppen der befragten Akteure aus dem Bereich Politik / Verwaltung. N = 6	18
Tabelle 10: Zielgruppen der befragten Ausbildungsstätten. N = 4	18
Tabelle 11: Zielgruppen der befragten Akteure aus Wirtschaft im Allgemeinen / Sponsoren. N = 4	19
Tabelle 12: Zielgruppen der befragten temporären Events / Festivals / mehrtägigen Veranstaltungen. N = 3	20
Tabelle 13: Zielgruppen der befragten touristischen Leistungsträger. N = 2	20
Tabelle 14: Anteile der Förderstrukturen der Akteure. N = 96	21
Tabelle 15: Anteile der Förderquellen der Akteure. N = 96	22
Tabelle 16: Räumliche Wirkungsbereiche der Akteure N = 96	23
Tabelle 17: Kreuztabelle Akteursgruppe und Trägerschaft. Zeilenweise Prozente. N = 96	25
Tabelle 18: Kreuztabelle Akteursgruppe und Förderstruktur. Zeilenweise Prozente. N = 96	26
Tabelle 19: Kreuztabelle Förderstruktur und Trägerschaft. Spaltenweise Prozente. N = 96	27
Tabelle 21: Häufigkeitsverteilung der Anzahl lokaler, regionaler, nationaler Kooperationen. N = 91.	31
Tabelle 22: Häufigkeitsverteilung künftiger lokaler, regionaler, nationaler Kooperationen. N = 5.	31
Tabelle 23: Anteile der Akteure mit lokalen, regionalen, nationalen Kooperationsbeziehungen	32
Tabelle 24: Anzahl angegebener Beziehungen. Arithmetisches Mittel und Standardabweichung. N = 96.	32
Tabelle 25: Anzahl angegebener Beziehungen nach Akteursgruppen. Arithmetisches Mittel und Standardabweichung. N = 96.	33
Tabelle 26: Herkunftsbundesländer der genannten Kooperationspartner. N = 726.	34
Tabelle 27: Herkunftsstädte der genannten Kooperationspartner. N = 726	36
Tabelle 28: Häufigkeitsverteilung der Akteursart der genannten Kooperationspartner. N = 726	36
Tabelle 29: Durchschnittliche Anteile der Akteursarten unter den Kooperationspartnern, nach Akteursart der befragten Akteure. Zeilenweise Prozent.	39
Tabelle 30: Sparten und Tätigkeitsfelder in denen die Kooperationspartner aktiv sind. N = 1680	41
Tabelle 31: Häufigkeitsverteilung der Intensität des Informationsaustausches mit den Kooperationspartnern. N = 726.	43
Tabelle 32: Häufigkeitsverteilung der Intensität de Kooperationen mit den Kooperationspartnern. N = 726	43
Tabelle 33: Anzahl der Benennungen von Kooperationspartnern als vermittelnde Instanzen. N = 72.	45
Tabelle 34: Zentrale Begriffe der Netzwerkanalyse	47
Tabelle 35: Einrichtungen mit den meisten eingehenden Beziehungen. Gesamtnetzwerk. N = 545	50
Tabelle 36: Einrichtungen mit der höchsten Erreichbarkeit. Gesamtnetzwerk. N = 545	51
Tabelle 37: Einrichtungen mit Schnittstellen-Potenzial. Gesamtnetzwerk. N = 545.	52

Tabelle 38: Einrichtungen mit den meisten Beziehungen. Nur befragte Akteure. N = 96.	55
Tabelle 39: Einrichtungen mit den meisten eingehenden Beziehungen. Nur befragte Akteure. N = 96.	56
Tabelle 40: Einrichtungen mit den meisten ausgehenden Beziehungen. Nur befragte Akteure. N = 96.....	57
Tabelle 41: Einrichtungen mit der höchsten Erreichbarkeit. Nur befragte Akteure. N = 96.....	57
Tabelle 42: Einrichtungen mit Schnittstellen-Potenzial. Nur befragte Akteure. N = 96.....	58
Tabelle 43: Homophilie und Zentralitätsmaße nach Akteursgruppen. N = 96.....	62
Tabelle 44: Homophilie und Zentralitätsmaße nach Tätigkeitsfeldern. N = 96.....	67
Tabelle 45: Häufigkeitsverteilung der Nennungen von Akteuren als Kooperationswunsch.....	80
Tabelle 46: Anteile der größten Herausforderungen für das Erreichen gemeinsamer Ziele. N = 96	81
Tabelle 47: Anteile der wichtigsten Gelingensbedingungen für das Erreichen gemeinsamer Ziele. N = 96 ...	83
Tabelle 50: Häufigkeit der Länder, mit denen die Befragten Akteure Kooperationen wünschen.....	88
Tabelle 51: Häufigkeitsverteilung Anzahl internationaler Beziehungen. N = 96.....	89
Tabelle 52: Gesamt- und durchschnittliche Anzahl internationaler Beziehungen. N = 96.....	90
Tabelle 53: 15 Akteure mit der höchsten Anzahl internationaler Kooperationsbeziehungen	90
Tabelle 54: Gesamt- und durchschnittliche Anzahl von internationalen Kooperationsbeziehungen, nach Akteursgruppe. N = 96.	91
Tabelle 55: Herkunftsländer mit den meisten internationalen Kooperationsbeziehungen.	93
Tabelle 56: Herkunftsstädte internationaler Kooperationsbeziehungen sowie internationaler Beziehungen im Inland.	95
Tabelle 57: Häufigkeitsverteilung der internationalen Kooperationsbeziehungen nach Akteursart. N = 137.....	95
Tabelle 58: Kultursparten und Tätigkeitsfelder der internationalen Kooperationspartner. N = 137.....	97
Tabelle 59: Art der Kontaktaufnahme mit internationalen Kooperationspartnern. N = 137	98
Tabelle 60: Art und Zweck der Beziehungen mit internationalen Kooperationspartnern. N = 137	100
Tabelle 61: Orte an denen die internationalen Kooperationsbeziehungen stattfinden. N = 137.	101
Tabelle 62: Häufigkeitsverteilung der Intensität des Informationsaustausches mit den internationalen Kooperationspartnern. N = 137.	102
Tabelle 63: Häufigkeitsverteilung der Intensität der Zusammenarbeit mit den internationalen Kooperationspartnern. N = 137.	103

Anlagen

Auf Anfrage stehen weitere Materialien zur Verfügung. Folgende Anlagen können bei Dr. Robert Peper (peper@netzwerk-kulturberatung.de) angefragt werden:

- Fragebogen der Online-Studie im PDF-Format