

Kulturelle Großveranstaltungen in Nürnberg

Ergebnisse der Wohnungs- und Haushaltserhebung *Leben in Nürnberg 2023*

Die kulturellen Höhepunktveranstaltungen Bardentreffen, Blaue Nacht, Klassik Open Air, Stars im Luitpoldhain, Stadt(ver)führungen und RathausART sind im gesellschaftlichen Leben der Stadt Nürnberg und auch in der Freizeitplanung vieler Nürnbergerinnen und Nürnberger fest verankert. Die Meinungen der Nürnbergerinnen und Nürnberger zu den kulturellen Großveranstaltungen waren ein Schwerpunktthema der Wohnungs- und Haushaltserhebung *Leben in Nürnberg 2023*.

8 201 Bürgerinnen und Bürger gaben Auskunft dazu, ob sie diese Kulturangebote besuchen und wie zufrieden sie damit sind. Weitere Fragen bezogen sich auf eine finanzielle Unterstützung der Großveranstaltungen, Gründe des Besuchs von Kulturveranstaltungen, Informationsquellen und benutzte Verkehrsmittel. Befragt wurden Personen ab 18 Jahren mit Hauptwohnung in Nürnberg. Dies ist bei der Interpretation der Befragungsergebnisse wichtig zu beachten, da die kulturellen Großveranstaltungen Nürnbergs einen Einzugsbereich weit über die Stadtgrenzen hinaus haben. Somit sind die Meinungen eines Teil des Publikums – nämlich der Besucherinnen und Besucher von außerhalb Nürnbergs – nicht in den Ergebnissen der Bürgerumfrage vertreten.

1. Kulturelle Großveranstaltungen in Nürnberg

Bardentreffen

„Das Bardentreffen ist Nürnbergs Open-Air-Höhepunkt und als Festival der Weltmusik der Klassiker.“¹ Am ersten Wochenende der Bayerischen Schulferien (Ende Juli oder Anfang August) strömen jährlich über 200.000 Besucherinnen und Besucher jeden Alters zu den malerischen Plätzen und in die historischen Innenhöfe der Altstadt, um bei freiem Eintritt Liedersänger und Gruppen aus der ganzen Welt zu erleben.

Anfangen hatte es 1976 als Liedermaicher-Wettbewerb, der „Umsonst & Draußen“ an vielen Orten in der Nürnberger Altstadt stattfand. Heute haben beim „World

Music Festival“ Songwriter ebenso ihren Platz wie traditionelle Volksmusiken und deren zeitgemäße Weiterentwicklungen und Experimente.

Durch den Kauf des gedruckten Konzertprogramms kann das Bardentreffen finanziell unterstützt werden. Daneben werden auch Anstecker in Form von Musikinstrumenten verkauft.

Blaue Nacht

Die Höhepunktveranstaltungen „Blaue Nacht“, Klassik Open Air und Stadt(ver)führungen haben erstmals im Jahr 2000 aus Anlass der Feiern zum 950-jährigen Jubiläum der ersten urkundlichen Erwähnung Nürnbergs stattgefunden und werden seither regelmäßig weitergeführt.²

„Die Farbe der Romantik, die Magie der blauen Stunde und die Sehenswürdigkeiten einer Nürnberger ‚Kulturmeile‘ standen am Anfang. 25 Jahre später ist die Blaue Nacht als lange Nacht der Kunst und Kultur ein unverwechselbares Markenzeichen auf Deutschlands Festival-Landkarte. Die ganze Altstadt und über 40 teilnehmende Einrichtungen – vom Staatstheater über das Germanische Nationalmuseum bis zum KunstKulturQuartier und dem Jazzstudio – verwandelt sich in einen pulsierenden Kunst-Raum.“³ Mittlerweile sind 120.000 bis 140.000 Gäste aus Nürnberg, der Region, dem Bundesgebiet und auch aus dem Ausland zu verzeichnen.

Ein Teil der Angebote, insbesondere Aktionen im Freien, kann kostenlos besucht werden. Neben der Eintrittskarte für alle Programmpunkte kann die Blaue Nacht auch durch den Kauf eines blau leuchtenden „Blinky“ finanziell unterstützt werden.

Klassik Open Air

Das Klassik Open Air in Nürnberg gilt heute als die größte Freiluftveranstaltung mit klassischer Musik auf dem europäischen Kontinent mit jährlich etwa 160 000 Besucherinnen und Besuchern. Die Staatsphil-

harmonie Nürnberg und die Nürnberger Symphoniker steuern aufeinander abgestimmte Programme bei. Seit 2013 gibt es zusätzlich ein Familienkonzert. Das Publikum kann seine Verbundenheit mit dem Nulltarif-Angebot durch den Erwerb eines Vogel-Pins ausdrücken.⁴

Stars im Luitpoldhain

Im Umfeld der Klassik Open Airs finden seit 2011 bei freiem Eintritt Jazzkonzerte mit bis zu 40 000 Besucherinnen und Besuchern

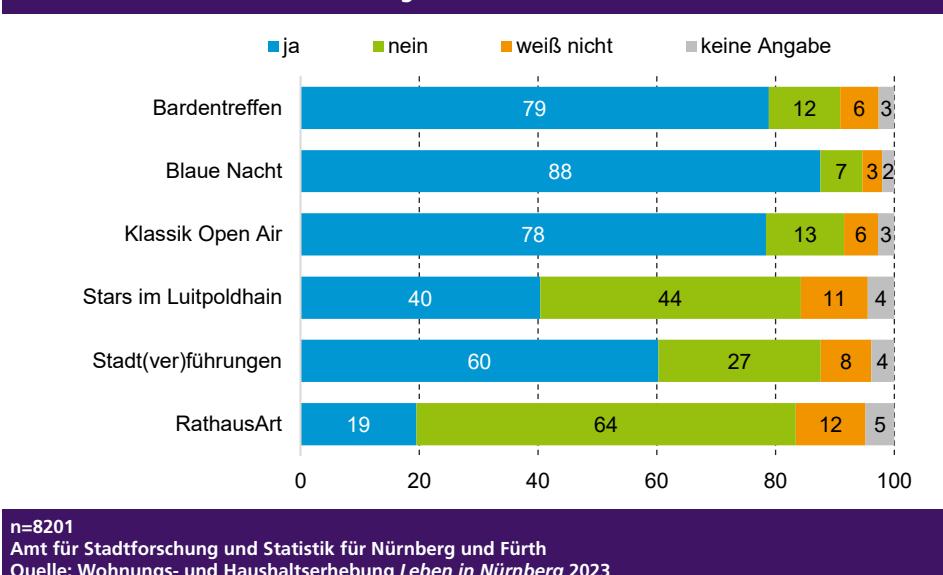
4 vgl. Klassik Open Air - Nuernbergkultur (aufgerufen am 18.02.2025)

Das Wichtigste in Kürze:

- Die große Mehrheit der Nürnberger Befragten kennt die kulturellen Großveranstaltungen Bardentreffen (79 %), Blaue Nacht (88 %), Klassik Open Air (78 %) und Stadt(ver)führungen (60 %; Stars im Luitpoldhain: 40 %; RathausArt: 19 %).
- Die Mehrheit ist mit den Kulturangeboten, die sie kennen, zufrieden oder sehr zufrieden. An der Spitze liegen Bardentreffen (zusammen 69 %) und Klassik Open Air (65 %).
- Die Bereitschaft, die kulturellen Großveranstaltungen auch finanziell zu unterstützen, ist in den mittleren und älteren Generationen und bei Personen mit höherem Einkommen besonders hoch.
- Blaue Nacht (73 %) und Bardentreffen (68 %) hatten die meisten befragten Personen bereits mindestens einmal besucht, gefolgt von Klassik Open Air (55 %) und Stars im Luitpoldhain (22 %).
- Wegen des Programms kommen zwei Drittel der Besuchenden, jeweils gut die Hälfte wegen Atmosphäre bzw. um Freunde zu treffen.
- Zwei Drittel der Nürnberger Befragten nutzen Öffentliche Verkehrsmittel für den Weg.

2 vgl. Historie - Nuernbergkultur (aufgerufen am 18.02.2025)

3 vgl. Die Blaue Nacht - Nuernbergkultur (aufgerufen am 18.02.2025)

Abb. 1: Kennen Sie diese Kulturangebote?, in Prozent

n=8201
Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth
Quelle: Wohnungs- und Haushaltserhebung *Leben in Nürnberg* 2023

statt. Der fränkische Künstler Wolfgang Haffner lädt Weggefährten aus seinem nationalen und internationalen Netzwerk ein, um außergewöhnliche, einmalige Konzertprojekte anzubieten.⁵ Die Stars im Luitpoldhain können durch den Kauf eines Ansteckers in Sternform finanziell unterstützt werden.

Stadt(ver)führungen

Die Stadt(ver)führungen als „Deutschlands größter Führungsmarathon“ ermöglichen außergewöhnliche Blicke in unbekannte Winkel und hinter vertraute Fassaden und Kulissen. „Jedes Jahr Ende September breiten Privatleute, bekannte Persönlichkeiten und professionelle Gästeführer drei Tage lang mit 900 Führungsangeboten die Geheimnisse und Besonderheiten Nürnbergs unter immer neuen Blickwinkeln aus. Ein Türmchen, das die Silhouette der runden Stadttürme aufgreift, ist Symbol und (günstige) Eintrittskarte für beliebig viele Führungen“.⁶

RathausART

Die RathausART findet in mehrjährigem Turnus Anfang September statt. Sie konzentriert die Vielfalt der Nürnberger Galerienzene an dem Ort, an dem die Frau von Albrecht Dürer einst seine Werke verkaufte – in den historischen Räumen des Rathauses Wolffscher Bau. Neben der Möglichkeit, zeitgenössische Kunst erwerben zu können, ist ein umfangreiches Rahmenprogramm mit Führungen, Performances und Mitmach-Aktionen geboten.⁷

2. Kennen Sie diese Kulturangebote?

Die große Mehrheit der Nürnberger Befragten kennt die seit vielen Jahren regelmäßig stattfindenden Kulturreignisse Bardentreffen (79 %), Blaue Nacht (88 %) und Klassik OpenAir (78 %). Auch die Stadt(ver)führungen sind einer Mehrheit (60 %) bekannt. Die Kulturangebote Stars im Luitpoldhain und RathausArt, die in mehrjährigem Abstand stattfinden, sind 40 % bzw. 19 % der Befragten bekannt (vgl. Abb. 1).

Bardentreffen

Vier von fünf befragten Nürnbergerinnen und Nürnbergern kennen das Bardentreffen, 12 % kennen es nicht und 9 % wissen es nicht oder machen keine Angabe. Am höchsten ist der Bekanntheitsgrad in der Altersgruppe von 55 bis unter 65 Jahren bzw. bei Alleinlebenden zwischen 35 und 65 Jahren (85 % bekannt), am niedrigsten bei jungen Befragten unter 25 Jahren (56 % bekannt bzw. 32 % nicht bekannt). Das Festival ist überdurchschnittlich bekannt bei Deutschen ohne Migrationshintergrund (92 %, Deutsche mit Migrationshintergrund 79 %, Nichtdeutsche 48 %). Deutliche Unterschiede der Bekanntheit zeigen sich auch nach dem Einkommen der Befragten (Einkommen hoch 91 %, mittel 84 %, niedrig 58 %).

Am breitesten bekannt ist das Bardentreffen in den etablierten (88 %) und jungen Familienquartieren⁸ und in City- und Innenstadtquartieren (jeweils 85 %). In den sozial angespannten Quartieren ist das Bardentreffen einem wesentlich geringeren Bevölkerungsanteil bekannt (68 %) und der Anteil derjenigen, die es nicht kennen, mit 18 % deutlich erhöht.

Blaue Nacht

Mit einem Bekanntheitsgrad von 88 % steht die Blaue Nacht an der Spitze der Nürnberger Kulturveranstaltungen. Etwas niedriger sind die Werte bei Personen unter 30 Jahren bzw. über 75 Jahren (79 % bis 84 %), ebenso bei Befragten mit nichtdeutscher Staatsangehörigkeit (74 %). Die Kunst- und Kulturnacht ist bei Erwerbstägigen noch bekannter (91 %) als bei Nichterwerbstägigen (82 %), insbesondere unter mittleren und höheren Angestellten (94 % bzw. 93 %). Die Blaue Nacht ist in allen Stadtteilen ähnlich bekannt, wobei der niedrigste Wert von 83 % in sozial angespannten Quartieren noch sehr hoch ist.

Klassik Open Air

Auch das Klassik Open Air ist den weitaus meisten Nürnbergerinnen und Nürnbergern bekannt (78 %). Noch höher ist der Anteil bei Personen im Alter zwischen 45 und 65 Jahren (83 %), deutlich darunter liegt er bei jungen Befragten unter 25 Jahren (60 %). Zugleich sind große Unterschiede der Bekanntheit nach dem Migrationshintergrund festzustellen (Deutsche ohne Migrationshintergrund 88 %, Deutsche mit Migrationshintergrund 77 %, Nichtdeutsche 57 %).

Erwerbstägigen (84 %), insbesondere der mittleren und höheren Ebene (89 %), ist das Klassik Open Air überdurchschnittlich bekannt. In etablierten Familienquartieren ist es weitaus bekannter (85 %), als in sozial angespannten Quartieren (69 %).

Stars im Luitpoldhain

Die Stars im Luitpoldhain sind 40 % der befragten Nürnbergerinnen und Nürnberger bekannt. Deutlich höher ist der Anteil in den Altersgruppen von 45 bis unter 80 Jahren (47 %). Je jünger die befragten Personen sind, desto geringer ist der Bekanntheitsgrad (18 bis unter 25 Jahre: 17 %, 25 bis unter 30 Jahre: 24 %, 30 bis unter 45 Jahre: 37 %). Auch die Stars im Luitpoldhain sind bei höheren Angestellten (46 %) und Selbstständigen (50 %) bzw. bei Personen mit hohem Einkommen überdurchschnittlich bekannt (47 %).

In jungen und etablierten Familienquartieren sind die Stars im Luitpoldhain überdurchschnittlich bekannt (46 %), weit geringer ist der Anteil in sozial angespannten Quartieren (32 %). In der Südöstlichen Außenstadt, wo der Luitpoldhain liegt, kennen 45 % die Stars im Luitpoldhain.

5 vgl. Stars im Luitpoldhain - Nuernbergkultur (aufgerufen am 18.02.2025)

6 vgl. Stadt(ver)führungen - Nuernbergkultur (aufgerufen am 18.02.2025)

7 vgl. RathausART - Nuernbergkultur (aufgerufen am 18.02.2025)

8 Zur Lage der Sozialraumtypen und der Umfragegebiete vgl. Karte 1; Erläuterungen zur Sozialraumtypisierung vgl. M544, 06.02.2024

Stadt(ver)führungen

Die Stadt(ver)führungen sind einer Mehrheit von 60 % der Nürnbergerinnen und Nürnberger bekannt. Weit höher ist der Anteil in der Altersspanne von 45 bis unter 80 Jahren (ca. 68 %), geringer dagegen bei den jüngeren Befragten (18 bis unter 25 Jahre: 36 %, 25 bis unter 30 Jahre: 47 %). Auch die Stadt(ver)führungen sind Deutschen ohne Migrationshintergrund zu einem wesentlich höheren Anteil (69 %) bekannt als Deutschen mit ausländischen Wurzeln (57 %) und Nichtdeutschen (43 %). Überproportional kennen mittlere und höhere Angestellte sowie Selbständige (66 % bis 72 %) bzw. Befragte mit hohem Einkommen (69 %) die Stadt(ver)führungen.

In den City- und Innenstadtquartieren und etablierten Familienquartieren sind die Stadt(ver)führungen überdurchschnittlich bekannt (70 % bzw. 68 %), in sozial angespannten Quartieren dagegen weit weniger (52 %). Zu einem besonders hohen Anteil sind sie Nürnbergerinnen und Nürnberger bekannt, die hier bereits seit Geburt leben (70 %), in einem Eigenheim oder Eigentumswohnung leben (72 %), sich mit ihrem Wohnviertel sehr stark verbunden fühlen (71 %) und nicht umziehen möchten (65 %).

RathausART

Insgesamt 19 % der Befragten kennen die RathausArt. Sie ist den älteren Jahrgängen ab 55 Jahren besser bekannt (25 %) als den Jüngeren (18 bis unter 45 Jahre: 14 %). Im Unterschied zu den anderen Kulturangeboten ist die RathausArt Befragten mit geringem Einkommen bekannter (25 %) als Personen mit hohem Einkommen (14 %). Der Bekanntheitsgrad ist deutlich erhöht in City- und Innenstadtquartieren (24 %), in den übrigen Stadtteilen unterscheidet er sich kaum.

3. Wie zufrieden sind Sie mit diesen Kulturangeboten?

Hinsichtlich der Zufriedenheit mit den Kulturangeboten wurden die Antworten derjenigen Personen ausgewählt, die angegeben haben, die jeweilige Kulturveranstaltung zu kennen. Bemerkenswert: Mehr als die Hälfte ist mit allen Kulturveranstaltungen zufrieden oder sogar sehr zufrieden ist – Bardentreffen (zusammen 69 %) und Klassik Open Air (65 %) liegen an der Spitze (vgl. Abb. 2).

Zugleich sind die Antwortanteile „kann ich nicht beurteilen“ mit bis zu 32 % sehr hoch. Die Gründe dafür sind nicht bekannt und können nur vermutet werden. So könnte der letzte Besuch schon länger zurück liegen oder man traut sich auf Basis der persönlichen Eindrücke kein Gesamтурteil über das umfangreiche Angebot zu.

Bardentreffen

Das Bardentreffen erhält mit zusammen 69 % den höchsten Anteil zufriedener oder sehr zufriedener Bewertungen unter den Nürnberger Kulturangeboten, zugleich ist der Anteil derer, die es nicht beurteilen können, am niedrigsten. Die Antworten unterscheiden sich nur wenig nach Altersgruppen, lediglich bei den 30- bis unter 45-Jährigen und auch bei Befragten mit Kindern ist der Anteil der ausdrücklich sehr Zufriedenen erhöht (39 %). Überdurchschnittlich zufrieden oder sehr zufrieden (zusammen 75 %) sind mittlere und höhere Angestellte.

Das Bardentreffen ist in der gesamten Nürnberger Bevölkerung bekannt und beliebt. Ein wichtiges Indiz dafür ist auch, dass bei den Befragungsergebnissen zu seiner Zufriedenheit keine Unterschiede nach dem Einkommen oder Migrationshintergrund der Befragten zu erkennen sind.

Befragte, die in der Altstadt oder in Gostenhof/ Kleinweidenmühle leben, sind zu einem besonders hohen Anteil mit dem Bardentreffen (sehr) zufrieden (zusammen 79 % bzw. 74 %). In den südlichen und westlichen Außenstadtgebieten ist der Anteil derjenigen, die keine Bewertung abgeben können, etwas erhöht (19 % bis 22 %). Da sich die Spielstätten des Bardentreffens in der Altstadt befinden, ist es nachvollziehbar, dass es von den dortigen Bewohnern intensiver wahrgenommen wird als in den Randgebieten der Stadt.

Blaue Nacht

Die Mehrheit derjenigen Befragten, die die Blaue Nacht kennen, sind damit zufrieden oder sehr zufrieden (zusammen 58 %). Die Anteile mittlerer Bewertungen „teils/ teils“ von 16 % und auch der (eher) unzufriedenen Bewertungen (zusammen 5 %) sind im Vergleich mit den anderen Kulturangeboten am höchsten.

Insgesamt sind bei der Zufriedenheit kaum Unterschiede nach Bildung, Erwerbstätigkeit bzw. Nichterwerbstätigkeit, Einkommen oder Migrationshintergrund festzustellen. Leicht erhöht ist der Anteil nicht zufriedener Antworten bei Personen im Alter zwischen 25 und 30 Jahren (8 %).

Befragte, die in City- und Innenstadtquartieren leben, sind zu einem höheren Anteil (sehr) zufrieden mit der Blauen Nacht (zusammen 63 %) und zugleich ist hier der Anteil derjenigen, die keine Bewertung abgeben können, sehr gering (6 %).

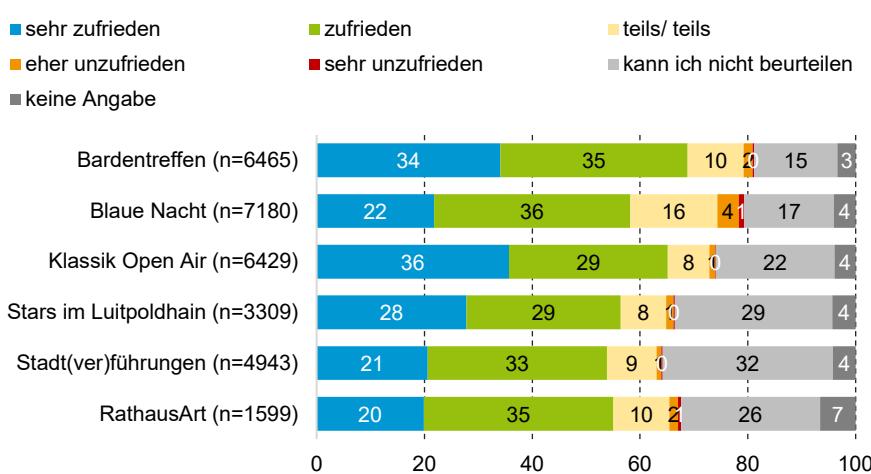
Klassik Open Air

Zwei Drittel aller Befragten, die das Klassik Open Air kennen, sind damit (sehr) zufrieden, wobei der Anteil der ausdrücklich sehr Zufriedenen mit 36 % am höchsten unter allen Kulturangeboten ist. Zugleich sind eher oder sogar sehr unzufriedene Äußerungen praktisch nicht vorhanden (zusammen 1 %).

Bei jungen Befragten unter 30 Jahren ist der Anteil der Zufriedenen mit gut der Hälfte (ca. 55 %) unterdurchschnittlich, wobei etwa ein Drittel dies nach eigenen Angaben nicht beurteilen kann. In den übrigen Altersgruppen unterscheiden sich die Bewertungen kaum. Auch hinsichtlich der Haushaltsgröße oder danach, ob Kinder im Haushalt leben oder ein Migrationshintergrund vorliegt, zeigen sich kaum Meinungsunterschiede.

Je höher der Bildungsabschluss der befragten Personen ist, umso höher ist auch der Anteil der (sehr) Zufriedenen mit dem Klassik Open Air (Bildung hoch: 69 %, mittel: 63 %, niedrig: 55 %). Leitende Ange-

Abb. 2: Wie zufrieden sind Sie mit diesen Kulturangeboten?*, in Prozent



* Auswahl: Befragte, die das jeweilige Kulturangebot kennen, n=1599 bis n=7180

Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth

Quelle: Wohnungs- und Haushaltserhebung *Leben in Nürnberg* 2023

stellte sind überdurchschnittlich zufrieden (zusammen 71 %), weniger zufrieden sind un- und angelernte Erwerbstätige (57 %), wobei 28 % von ihnen es nicht beurteilen können.

Besonders hoch ist die Zufriedenheit mit dem Klassik Open Air bei Personen, die in City- und Innenstadtquartieren leben (zusammen 73 %). Unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt liegt der Anteil der (sehr) Zufriedenen in der Südwestlichen und Westlichen Außenstadt bzw. in jungen Familienquartieren (59 %).

Stars im Luitpoldhain

Die Mehrheit der befragten Personen, die die Stars im Luitpoldhain kennen, ist damit sehr zufrieden (28 %) oder zufrieden (29 %), wobei ein hoher Anteil von 29 % dies nach eigenen Angaben nicht beurteilen kann.

Überdurchschnittlich zufrieden sind Personen im Alter von 55 bis unter 75 Jahren (62 % sehr zufrieden oder zufrieden), aber auch junge Befragte unter 25 Jahren (61 %). In den Altersgruppen von 25 bis unter 45 Jahren ist der Anteil derjenigen, die keine eigene Bewertung abgeben können, erhöht (25 bis unter 30 Jahre: 51 %, 30 bis unter 45 Jahre: 35 %).

Befragte mit niedriger Bildung sind zu einem geringeren Anteil zufriedener oder sehr zufriedener (43 %) als Personen mit mittlerer oder hoher Bildung (58 %). Besonders hoch ist der Anteil der (sehr) Zufriedenen bei beruflich Selbständigen (64 %).

Deutlich erhöht ist der Anteil zufriedener Bewertungen unter Befragten, die in City- und Innenstadtquartieren leben (65 %, darunter 37 % sehr zufrieden), aber zugleich wird hier auch gelegentlich Unzufriedenheit geäußert (4 %). Überdurchschnittlich zufrieden sind auch Bewohner der Östlichen Au-

Benstadt (61 %), während sich im Weiteren Innenstadtgürtel West/Nord/Ost nur die Hälfte ausdrücklich zufrieden äußert (48 %).

Stadt(ver)führungen

Gut die Hälfte der Befragten, die die Stadt(ver)führungen kennen, sind damit zufrieden oder sehr zufrieden, wobei ein Drittel das nicht beurteilen kann. Zu einem erhöhten Anteil (sehr) zufrieden äußern sich Befragte in der Altersspanne von 55 bis unter 80 Jahren (61 %) bzw. Personen im Ruhestand (60 %). Den jüngeren Generationen ist eine eigene Bewertung häufig nicht möglich (18 bis unter 45 Jahre: 40 %). Nichtdeutsche, die die Stadt(ver)führungen kennen, sind damit zu einem etwas höheren Anteil (sehr) zufrieden (59 %) als Deutsche mit oder ohne Migrationshintergrund (jeweils 53 %).

Bewohner der City- und Innenstadtquartiere äußern sich überdurchschnittlich zufrieden (zusammen 62 %, darunter sehr zufrieden 27 %). Etwas geringer als im gesamtstädtischen Durchschnitt ist die Zufriedenheit im Weiteren Innenstadtgürtel West/Nord/ Ost (48 %). Je stärker sich die befragten Personen an das eigene Wohnviertel gebunden fühlen, umso höher ist der Anteil der (sehr) Zufriedenen (Wohnviertelbindung sehr stark: 62 %, stark: 56 %, weniger stark: 49 %, kaum oder gar nicht: 44 %).

RathausART

Die RathausArt als spezielles Angebot in mehrjährigem Turnus ist einer Minderheit von 19 % der befragten Personen bekannt. Mehr als die Hälfte dieser Personen ist damit zufrieden oder sehr zufrieden. Deutlich höher ist die Zufriedenheit bei Älteren zwischen 65 bis unter 75 Jahren (63 %). Bei Befragten mit nichtdeutscher Staatsangehörigkeit ist die Zufriedenheit höher (sehr zufrieden oder zufrieden 66 %) als bei Deutschen mit (57 %) oder ohne Migrationshintergrund (48 %). Besonders zufrieden ist man mit

der RathausArt in den City- und Innenstadtquartieren (72 %), d.h. in der unmittelbaren Umgebung des Veranstaltungsorts, weniger dagegen in etablierten Familienquartieren (49 %).

4. Haben Sie das Angebot schon einmal finanziell unterstützt?

Die Kulturangebote Bardentreffen, Klassik Open Air, Stars im Luitpoldhain und RathausArt können kostenlos besucht werden. Bei der Blauen Nacht und den Stadt(ver)führungen gibt es Angebote mit und ohne Eintrittspreis. Die Besucherinnen und Besucher können die Kulturveranstaltungen - mit Ausnahme der RathausArt - freiwillig (zusätzlich) finanziell unterstützen. In **Abb. 3** sind die Unterstützeranteile – bezogen auf Personen, die das jeweilige Kulturangebot kennen – dargestellt.

Bardentreffen

Jede fünfte befragte Person, die das Bardentreffen kennt, hat es bereits einmal finanziell unterstützt. Überwiegend ist dies durch den Kauf eines gedruckten Programmhefts möglich, daneben werden auch Anstecker in Form von Musikinstrumenten verkauft.

Am höchsten ist der Unterstützeranteil in der Altersgruppe von 45 bis unter 65 Jahren (24 %), am niedrigsten bei den 18- bis unter 30-Jährigen (13 %). Zugleich ist eine starke Abstufung des Unterstützeranteils nach Einkommen (hoch 27 %, mittel 20 %, gering 13 %) festzustellen. Überdurchschnittlich unterstützen mittlere und höhere Angestellte und Selbständige (24 %) das Bardentreffen.

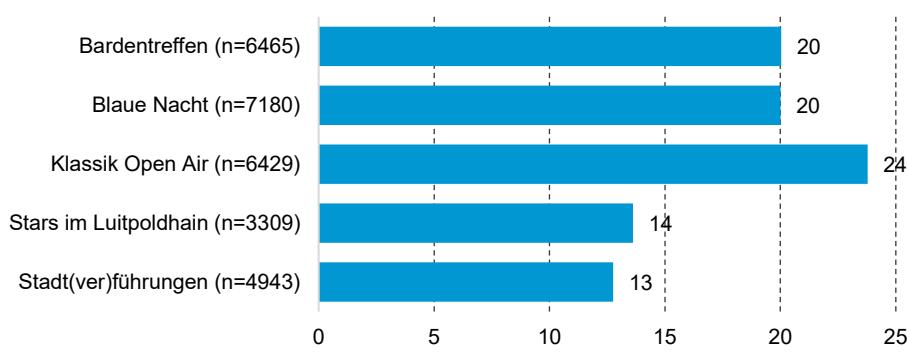
Höher als in den übrigen Stadtteilen ist der Unterstützeranteil bei Befragten, die in der Altstadt und Innenstadt leben (25 %), geringer in der Südöstlichen Außenstadt (14 %). Deutliche Unterschiede zeigen sich auch danach, ob sich die befragten Personen an ihr Wohnviertel gebunden fühlen oder nicht (Bindung sehr stark: 24 %, kaum oder gar nicht: 14 %). Die Bindung an das eigene Wohnviertel könnte auch die Verbundenheit mit Nürnberg insgesamt ausdrücken.

Bläue Nacht

20 % der befragten Personen, die die Bläue Nacht kennen, haben sie bereits einmal finanziell unterstützt. Neben der Eintrittskarte für einen Teil der Programmhefts im Rahmen der Blauen Nacht ist ein freiwilliger finanzieller Beitrag durch den Kauf eines blau leuchtenden 'Blinky' möglich.

In den mittleren Altersgruppen von 45 bis unter 65 Jahren ist der Anteil höher (24 %), bei Personen unter 30 Jahren niedri-

Abb. 3: Haben Sie das Angebot schon einmal finanziell unterstützt? (z.B. Programm, Blinky, Vogel-Pin oder Türmchen), in Prozent



* Auswahl: Befragte, die das jeweilige Kulturangebot kennen, n=3309 bis n=7180

Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth

Quelle: Wohnungs- und Haushaltserhebung *Leben in Nürnberg* 2023

ger (14 %) als im gesamtstädtischen Durchschnitt. Auch bei der freiwilligen finanziellen Unterstützung der Blauen Nacht ist eine starke Abstufung nach dem Einkommen zu erkennen (Einkommen hoch 28 %, mittel 21 %, niedrig 12 %). Überdurchschnittlich ist der Anteil bei mittleren und höheren Angestellten und Selbständigen (25 %).

Über dem gesamtstädtischen Durchschnitt liegt der Unterstützeranteil bei Befragten, die in City- und Innenstadtquartieren (25 %) bzw. in etablierten Familienquartieren (23 %) leben. Geringer ist der Anteil unter Personen aus sozial angespannten Quartieren (16 %).

Klassik Open Air

Das Klassik Open Air hat den höchsten Anteil von freiwillig Unterstützenden erreicht - fast ein Viertel der Befragten, die es kennen, haben es bereits einmal durch den Kauf eines Vogel-Pin finanziell unterstützt. Die Unterstützung ist bei den älteren Generationen zwischen 55 und 80 Jahren stärker ausgeprägt (28 %) als bei Jüngeren unter 30 Jahren (14 %). Überdurchschnittlich hoch ist die Unterstützung durch mittlere und höhere Angestellte (29 %). Dabei ist eine starke Abstufung nach dem Einkommen zu erkennen (Einkommen hoch 29 %, mittel 26 %, gering 13 %).

Befragte, die in etablierten Familienquartieren leben, unterstützen das Klassik Open Air zu einem erhöhten Anteil (28 %), unter dem stadtweiten Durchschnitt ist er in sozial angespannten Quartieren (18 %). Zugleich zeigt sich, dass bei einer sehr starken Bindung an das eigene Wohnviertel auch die finanzielle Unterstützung hoch ist (30 %, kaum oder gar nicht an das Wohnviertel gebunden: 17 %).

Stars im Luitpoldhain

14 % derjenigen Befragten, die Stars im Luitpoldhain kennen, haben diese bereits einmal durch den Kauf eines Stern-Pin freiwillig finanziell unterstützt. Höher ist der Anteil bei den 65- bis 75-Jährigen (18 %), geringer im Alter von 35 bis unter 45 Jahren (9 %). Deutlich erhöht ist der Unterstützeranteil bei Personen, die in City- und Innenstadtquartieren leben (20 %), leicht unterdurchschnittlich ist er in jungen Familienquartieren (11 %).

Stadt(ver)führungen

Die Stadt(ver)führungen wurden von 13 % der Befragten, die sie kennen, bereits einmal finanziell unterstützt. Der Kauf eines Türmchens ist dabei nur teilweise ein freiwilliger Beitrag, denn dies ist zugleich die Eintrittskarte für einen Teil der Führungen. Etwas höher als im stadtweiten Durchschnitt ist der Unterstützeranteil unter den älteren Befragten zwischen 60 und 80 Jahren (17 %) und bei Personen, die in der Innenstadt wohnen (16 %), leicht niedriger liegt der Wert in der Westlichen Außenstadt (9 %).

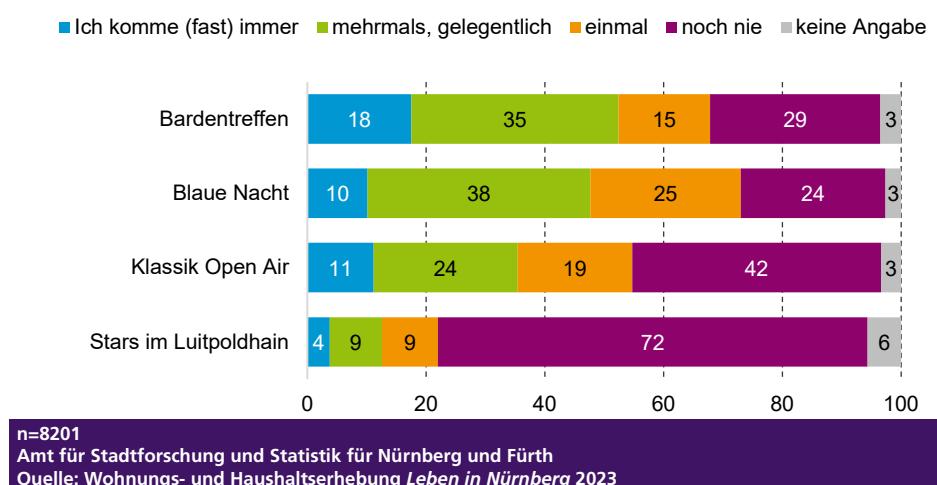
5. Wie oft haben Sie die Kulturveranstaltungen schon besucht?

In **Abb. 4** ist die Besuchshäufigkeit der kulturellen Großveranstaltungen dargestellt.

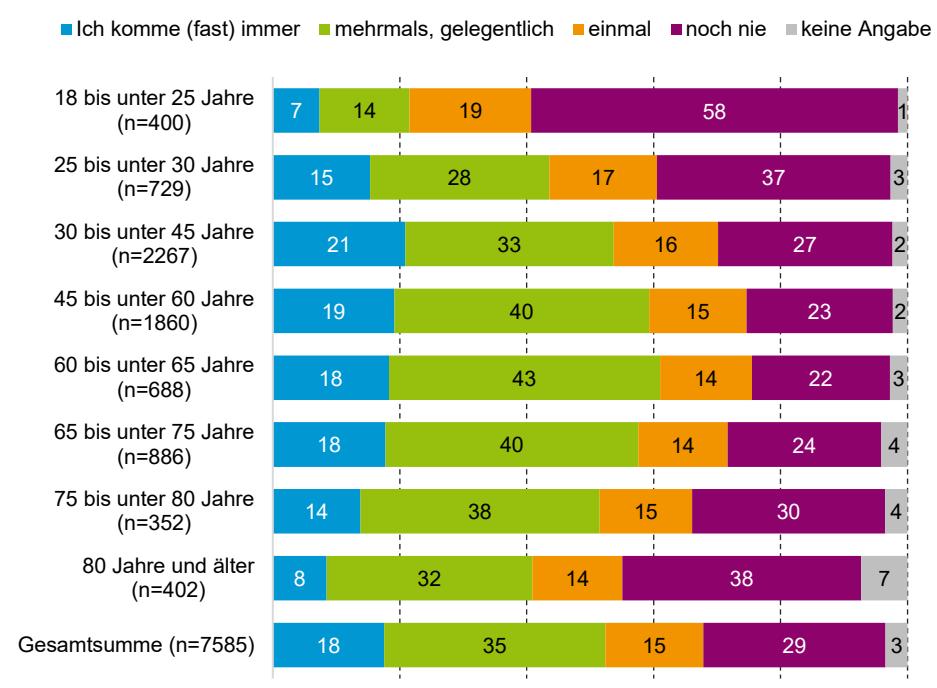
Bardentreffen

Insgesamt haben zwei Drittel der Befragten (68 %) das Bardentreffen, das seit 1976 (mit pandemiebedingter Unterbrechung 2020/21) jährlich stattfindet, bereits mindestens einmal besucht. Darunter sind 18 % (fast) immer gekommen, 35 % mehrmals oder gelegentlich und 15 % einmal. 29 % der befragten Nürnbergerinnen und Nürnberger waren noch nie bei einem Bardentreffen.

Abb. 4: Wie oft haben Sie die Kulturveranstaltungen schon besucht?, in Prozent



**Abb. 5: Wie oft haben Sie die Kulturveranstaltungen schon besucht?
... Bardentreffen, nach Altersgruppen, in Prozent**



Dabei zeigen sich große Unterschiede zwischen den Altersgruppen (vgl. **Abb. 5**). Fast immer kommen am häufigsten Personen zwischen 30 und 45 Jahren (21 %). Mehrmals oder gelegentlich waren 41 % der 45- bis unter 60-Jährigen beim Bardentreffen. Von den Befragten unter 25 Jahren war mehr als die Hälfte (58 %) noch nie beim Bardentreffen und 19 % waren einmal hier. Auch in der Altersgruppe von 25 bis unter 30 Jahren ist der Anteil der Nichtbesucher erhöht (37 %). Auch ein Drittel der Befragten mit Kindern im Haushalt - Alleinerziehende und Paarfamilien – hat das Bardentreffen noch nie besucht.

Große Unterschiede bestehen nach dem Migrationshintergrund. Während 78 % der Deutschen ohne Migrationshintergrund das Bardentreffen mindestens einmal besucht haben (darunter 42 % mehrmals), sind es unter Nichtdeutschen 43 %. Personen mit hoher Bildung zählen überproportional zum regelmäßigen Publikum beim Bardentreffen (22 % fast immer). Weit überdurchschnittlich wurde das Bardentreffen von Selbständigen, mittleren und höheren Angestellten bereits mindestens einmal besucht (jeweils mindestens 80 %, darunter 67 % mehrmals oder immer).

Mehr als ein Drittel (35 %) der Befragten, die in City- und Innenstadtquartieren leben, besucht das Bardentreffen fast immer, d.h. der Anteil der regelmäßigen Besucher ist doppelt so hoch wie unter den Befragten insgesamt (18 %). In etablierten Familienquartieren ist der Anteil derjenigen erhöht, die das Bardentreffen mehrmals oder gelegentlich besucht haben (42 %). In sozial angespannten Quartieren hat dagegen ein erhöhter Anteil (38 %) das Bardentreffen noch nie besucht. In Schweinau/ St. Leonhard und Eberhardshof/ Muggenhof ist es fast die Hälfte (45 % bzw. 44 %).

Blaue Nacht

Fast drei Viertel (73 %) der befragten Nürnbergerinnen und Nürnberger haben die Blaue Nacht, die im Jahr 2000 erstmals stattfand, mindestens einmal besucht, das ist der höchste Wert im Vergleich der Kulturveranstaltungen. Davon sind 10 % (fast) immer gekommen, 38 % mehrmals oder gelegentlich und 25 % waren einmal da. Ein Viertel (24 %) war noch nie bei der Blauen Nacht.

Zu einem überdurchschnittlichen Anteil haben Personen im Alter von 35 bis unter 65 Jahre die Blaue Nacht bereits mindestens einmal besucht, darunter mindestens 50 % mehrmals oder fast immer. Noch nie bei der Blauen Nacht waren 38 % der 18- bis unter 25-Jährigen bzw. 35 % der Personen ab 75 Jahren. Bei Nichtdeutschen ist der Besucheranteil unterdurchschnittlich (64 %), im Unterschied zu Deutschen mit (77 %) bzw. ohne Migrationshintergrund (76 %). Ein überdurchschnittlicher Besucheranteil ist bei Selbständigen, mittleren und höheren Angestellten (mindestens 80 %, darunter ca. 58 % mehrmals oder immer) festzustellen.

In den City- und Innenstadtquartieren ragt der Besucheranteil (86 %) weit über die anderen Sozialraumtypen hinaus, in sozial angespannten Quartieren (70 %) ist der Anteil etwas unterdurchschnittlich. Nichtbesucher sind in Eberhardshof/ Muggenhof (32 %), Schweinau/ St. Leonhard und in der Südwestlichen Außenstadt (jeweils 29 %) am stärksten vertreten.

Klassik Open Air

Auch das Klassik Open Air findet seit dem Jahr 2000 regelmäßig statt. Gut die Hälfte der befragten Personen (55 %) hat es bisher mindestens einmal besucht – davon 11 % (fast) immer, 24 % mehrmals oder gelegentlich und 19 % einmal – und 42 % der Befragten waren noch nie da. Überdurch-

schnittlich ist der Besucheranteil unter den 55- bis 80-Jährigen und auch bei Alleinerziehenden (jeweils 60 % mindestens einmal). Bei den jungen Befragten ist der Anteil der Nichtbesucher deutlich erhöht (18 bis unter 25 Jahre: 66 %, 25 bis unter 30 Jahre: 55 %). Unter Nichtdeutschen ist der Besucheranteil (42 %) weit unterdurchschnittlich, während Deutsche mit oder ohne Migrationshintergrund (59 %) sich in ihrer Besuchshäufigkeit kaum unterscheiden.

Die Besucheranteile des Klassik Open Air unterscheiden sich sehr stark nach dem Bildungsgrad der befragten Personen (Bildung hoch: 62 %, mittel: 53 %, niedrig: 31 %). Weit überdurchschnittlich ist der Besucheranteil bei Selbständigen, mittleren und höheren Angestellten (66 %, darunter 44 % mehrmals oder immer).

Leicht erhöht ist der Besucheranteil in City- und Innenstadtquartieren (60 %) und auch in etablierten Familienquartieren (58 %). In sozial angespannten Quartieren (48 %) und auch in Eberhardshof/ Muggenhof, Schweinau/ St. Leonhard und der Südwestlichen Außenstadt beträgt er weniger als 50 %

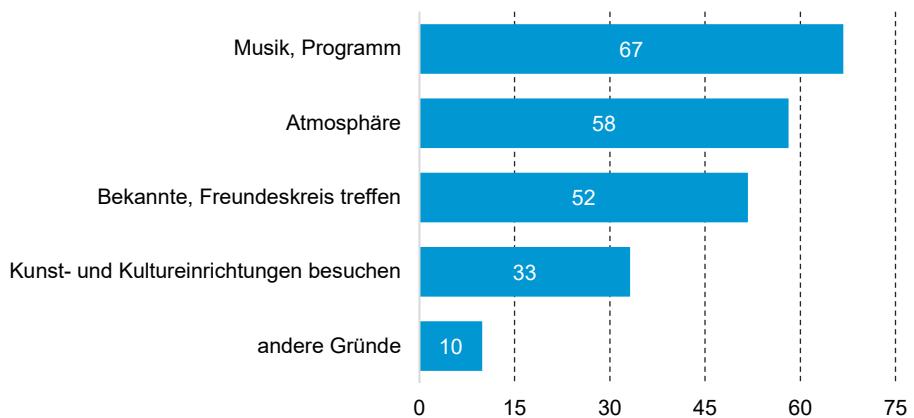
Stars im Luitpoldhain

Die Stars im Luitpoldhain, die in mehrjährigen Abständen stattfinden, haben 22 % der befragten Nürnbergerinnen und Nürnberger bereits mindestens einmal besucht, 72 % waren noch nie da. Überproportional vertreten sind die Generationen von 45 bis unter 80 Jahre (28 % mindestens einmal da), während es bei den Unter-30-Jährigen nur 10 % sind.

Leicht unterdurchschnittlich sind die Besucheranteile bei Haushalten mit Kindern (18 %). Auch Nichtdeutsche (16 %) bzw. Personen mit niedriger Bildung (15 %) sind seltener bei den Stars im Luitpoldhain. Im Hinblick auf das Einkommen oder die berufliche Stellung sind nur geringe Unterschiede in der Besuchshäufigkeit zu erkennen.

Das Publikum der Stars im Luitpoldhain ist überwiegend gleichmäßig im Stadtgebiet verteilt. Lediglich in der Östlichen Außenstadt ist der Besucheranteil leicht erhöht (27 %) bzw. in Schweinau/ St. Leonhard etwas geringer (17 %).

Abb. 6: Wenn Sie Kulturveranstaltungen besuchen, was sind die Gründe dafür?, in Prozent



6. Wenn Sie Kulturveranstaltungen besuchen, was sind die Gründe dafür?

Die Gründe, warum Kulturveranstaltungen besucht werden, können vielfältig sein. Bei den befragten Nürnbergerinnen und Nürnberger stehen die Musik und das angebotene Programm an der Spitze – für zwei Drittel ist dies relevant. Die Mehrheit möchte daneben die Atmosphäre erleben (58 %) bzw. Bekannte und Freunde treffen (52 %). Für ein Drittel ist der Besuch der jeweiligen Kunst- und Kultureinrichtung wichtig (vgl. **Abb. 6**).

Musik, Programm

Noch wichtiger als im stadtweiten Durchschnitt sind die Musik und das Programm in der Altersgruppe von 30 bis unter 45 Jahre (72 %). Am höchsten sind die Anteile bei mittleren und höheren Angestellten (ca. 80 %). Dabei ist festzustellen, dass die Programminhalte umso wichtiger sind, je höher die Bildung bzw. das Einkommen der befragten Personen ist (Bildung hoch 75 %, mittel 65 %, niedrig 44 %, Einkommen hoch 78 %, mittel 71 %, gering 53 %). Befragte, die in City- und Innenstadtquartieren (75 %), aber auch in der Östlichen Außenstadt (72 %) leben, besuchen häufiger Kulturveranstaltungen wegen Musik und Programm. Sozial angespannte Quartiere (61 %) sind der einzige Sozialraumtyp, in dem der Anteil unterhalb des gesamtstädtischen Durchschnitts liegt.

Atmosphäre

Die Atmosphäre ist für die Mehrheit (58 %) der Befragten beim Besuch von Kulturveranstaltungen wichtig. Dies gilt vor allem für die jüngeren Generationen unter 45 Jahren (65 %) und für Befragte mit Kindern im Haushalt (63 %). Je höher die Bildung der Befragten, umso mehr wird auf die Atmosphäre bei Kulturveranstaltungen Wert gelegt (Bildung hoch 66 %, mittel 56 %, niedrig 38 %). Erwerbstätigen Personen (66 %) sind Stimmung, Flair und Ambiente überdurchschnittlich wichtig, darunter vor allem höheren (73 %) und mittleren Angestellten (70 %). Auf die Atmosphäre legen Befragte aus der Altstadt (72 %) und Gostenhof/ Kleinweidenmühle (64 %) überproportional viel Wert.

Bekannte, Freundeskreis treffen

Treffen mit Freunden und Bekannten sind für jüngere Besuchergruppen wesentlich häufiger ein Grund, Kulturveranstaltungen zu besuchen als für Ältere (unter 45 Jahre: 67 %, 45 bis unter 65 Jahre: 47 %, 65 Jahre und älter: 32 %). Je höher der Bildungsabschluss ist, umso häufiger ist das Treffen des Freundeskreises ein Grund für den Besuch ei-

ner Kulturveranstaltung (Bildung hoch 60 %, mittel 49 %, niedrig 37 %). Am höchsten ist der Anteil bei mittleren Angestellten (67 %).

Innerhalb der Stadt ist der Anteil besonders hoch in City- und Innenstadtquartieren, in Gostenhof/ Kleinweidenmühle und St. Johannis (57 % bzw. 58 %). Weniger wichtig ist das Treffen von Freunden und Bekannten anlässlich von Kulturveranstaltungen für Befragte, die in jungen Familienquartieren, in der Südöstlichen Außenstadt oder in Hafen/ Katzwang/ Kornburg bzw. in einem Ein- oder Zweifamilienhaus leben (jeweils ca. 46 %).

Kunst- und Kultureinrichtungen besuchen

Der Besuch von Kunst- und Kultureinrichtungen ist für 25- bis 35-Jährige (37 %) überdurchschnittlich wichtig, im Unterschied zu Befragten ab 75 Jahren (27 %). Für Personen mit hoher Bildung ist der Besuch von Kultureinrichtungen besonders wichtig (Bildung hoch 40 %, mittel 29 %, niedrig 19 %). Auch Selbständige, mittlere und höhere Angestellte (38 % bis 40 %) geben diesen Besuchsgrund besonders häufig an.

Befragten aus City- und Innenstadtquartieren (43 %) ist der Besuch von Kunst- und Kultureinrichtungen besonders wichtig. Unterdurchschnittlich ist der Anteil in verdichteten Wohnquartieren in Randlagen (29 %), insbesondere in Außenstadtgebieten im Südosten (28 %), Süden (Werderau/ Hasenbuck/ Gartenstadt 26 %), Südwesten (26 %) und Westen (Gebersdorf/ Höfen 26 %).

Andere Gründe

Dass andere als die zur Auswahl gestellten Gründe für den Besuch einer Kulturveranstaltung relevant sind, hat eine Minderheit von 10 % angegeben. Erhöht ist der Anteil bei Haushalten mit fünf oder mehr Perso-

nen (17 %), bei Nichtdeutschen (13 %), Arbeitslosen (24 %), un- oder angelernt Erwerbstätigen (17 %) bzw. bei Befragten mit niedrigem Einkommen (13 %). Überdurchschnittlich trifft dies auf Personen zu, die in Schweinau/ St. Leonhard (14 %) oder in Gostenhof/ Kleinweidenmühle (13 %) leben.

Andere als die in den Antwortvorgaben genannten Besuchsgründe sind häufiger für Personen mit geringeren finanziellen Ressourcen wichtig. Dies unterstreicht die Bedeutung von kostenlosen und leicht zugänglichen Kulturangeboten.

7. Wie informieren Sie sich über kulturelle (Groß-)Veranstaltungen?

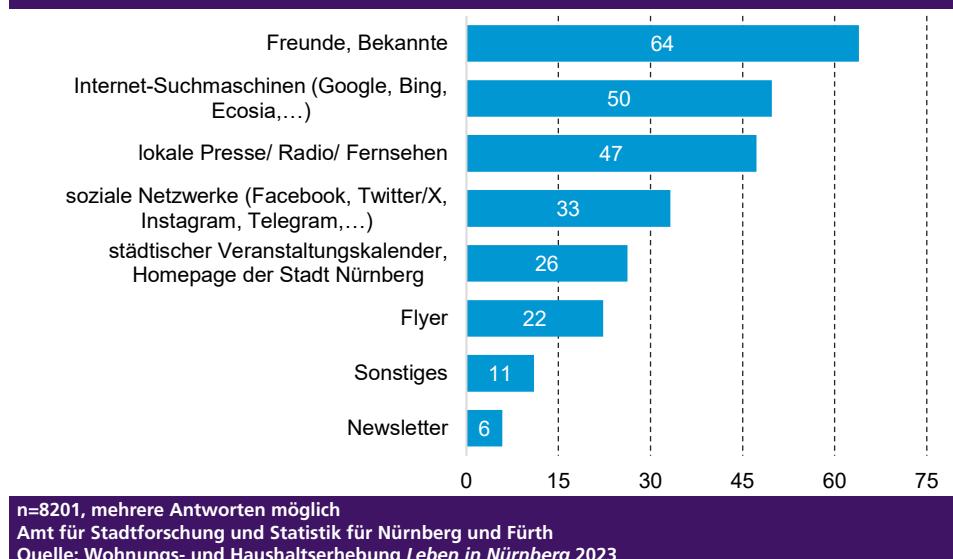
Informationen über kulturelle (Groß-)Veranstaltungen erhalten die meisten befragten Personen über **Freunde und Bekannte** (64 %, vgl. **Abb. 7**). Noch weit höher ist der Anteil in den jüngeren Jahrgängen bis 45 Jahre (74 %). In den älteren Generationen ab 65 Jahre ist der Anteil deutlich geringer, aber auch hier tauscht sich etwa die Hälfte (48 %) im persönlichen Umfeld über Veranstaltungen aus.

Auch Haushalte mit Kindern erhalten häufig über Freunde und Bekannte Informationen über Kulturveranstaltungen (69 %). Je höher die Bildung⁹, umso höher ist der Anteil derjenigen, die sich über Freunde und Bekannte informieren (hohe Bildung: 70 %, niedrige Bildung: 54 %). Bei Freunden und Bekannten als Informationsquelle über Kul-

9 vgl. International Standard Classification of Education (ISCED-2011) der UNESCO zur Einordnung von Bildungsprogrammen und -abschlüssen in Kategorien, die länderübergreifende Vergleiche bildungsbezogener Informationen ermöglicht.

Hohe Bildung: Studium oder Fachschule, mittlere Bildung: Abitur oder gewerbl.-technische bzw. kaufmännische Ausbildung, niedrige Bildung: bis Hauptschulabschluss, ohne Ausbildung

Abb. 7: Wie informieren Sie sich über kulturelle (Groß-)Veranstaltungen?, in Prozent



turveranstaltungen unterscheiden sich die Nürnbergerinnen und Nürnberger kaum nach dem Sozialraumtyp, in dem sie leben.

Jeweils etwa die Hälfte der befragten Personen informiert sich durch Internet-Suchmaschinen (50 %) bzw. über lokale Medien wie Presse, Radio oder Fernsehen (47 %) zu Kulturveranstaltungen. Der Anteil von **Internet-Suchmaschinen** ist bei Männern (53 %) etwas höher als bei Frauen (48 %). In den Altersgruppen unter 55 Jahren ist der Anteil deutlich höher, an der Spitze liegen die 35- bis unter 45-Jährigen mit 64 % Internet-Nutzung. Auch Haushalte mit Kindern nutzen für diesen Zweck Suchmaschinen überdurchschnittlich häufig (60 %). Weit unterdurchschnittlich nutzen Personen ab 65 Jahren (27 %) das Internet zur Informationsgewinnung über Kulturveranstaltungen.

Je höher der Bildungsabschluss bzw. das Einkommen, umso höher ist der Anteil der Internet-Nutzenden zur Informationsgewinnung über Kulturveranstaltungen (Bildung hoch 57 %, mittel 47 %, niedrig 33 %; Einkommen hoch 62 %, mittel 50 %, niedrig 43 %). Befragte, die in City- und Innenstadtquartieren leben, nutzen leicht unterdurchschnittlich (43 %) Web-Suchmaschinen für Informationen zu Kulturveranstaltungen. In den übrigen Sozialraumtypen bewegt sich der Anteil zwischen 48 % und 52 %.

Knapp die Hälfte der Befragten nutzt lokale Medien von **Presse, Radio und Fernsehen**, um sich über Kulturveranstaltungen zu informieren. Überdurchschnittlich trifft dies auf die mittleren und älteren Generationen (45 bis unter 65 Jahre: 54 %, 65 Jahre und älter: 69 %) bzw. Deutsche ohne Migrationshintergrund (55 %), deutlich weniger auf Jüngere (18 bis unter 45 Jahre: 32 %) bzw. Haushalte mit Kindern (39 %) zu. Lokale Medien werden überdurchschnittlich von Personen mit Haupt- oder Realschulabschluss bzw. mit Berufsschul- oder Fachschulabschluss (52 % bis 57 %) genutzt. Dies gilt auch für Personen, die in verdichteten Wohnquartieren in Randlagen, jungen und etablierten Familienquartieren leben (55 % bis 59 %). Weit geringer ist der Anteil in sozial angespannten Quartieren (36 %).

Ein Drittel der befragten Personen nutzt **soziale Netzwerke**, um sich über kulturelle Großveranstaltungen zu informieren. Dabei sind erhebliche Unterschiede nach dem Alter der Befragten festzustellen. Bei Befragten unter 45 Jahren ist es mehr als die Hälfte (54 %), im Alter von 45 bis unter 65 Jahren ein Viertel (25 %) und ab 65 Jahren nur 7 %. Knapp die Hälfte der Haushalte mit Kindern nutzt soziale Netzwerke (45 %), um sich

über Kulturveranstaltungen zu informieren. Befragte mit nichtdeutscher Staatsangehörigkeit (45 %) nutzen soziale Netzwerke häufiger als Deutsche ohne und mit Migrationshintergrund (28 % bzw. 35 %). Am höchsten ist der Anteil unter Schülerinnen, Schülern und Studierenden mit 57 %. Soziale Medien werden überproportional genutzt in der Altstadt und in sozial angespannten Quartieren (ca. 40 %), dagegen deutlich weniger in etablierten Familienquartieren (24 %).

Insgesamt nutzt ein Viertel (26 %) der Befragten den **städtischen Veranstaltungskalender bzw. die Homepage der Stadt Nürnberg** für Informationen zu Kulturveranstaltungen. Die Stadt-Seite wird überdurchschnittlich von Personen der mittleren Altersgruppen zwischen 45 und 65 Jahren (31 %) genutzt. Weit geringer ist der Anteil bei jungen Menschen unter 30 Jahren (17 %). Überdurchschnittlich ist die Nutzung bei Personen mit hohem Bildungsabschluss bzw. hohem Einkommen (jeweils 31 %). Befragte, die in City- und Innenstadtquartieren leben, nutzen überproportional (33 %) den Veranstaltungskalender bzw. die Homepage der Stadt Nürnberg. Leicht unterdurchschnittlich ist der Anteil in sozial angespannten Quartieren (22 %). In den übrigen Sozialraumtypen variiert er zwischen 24 % und 28 %.

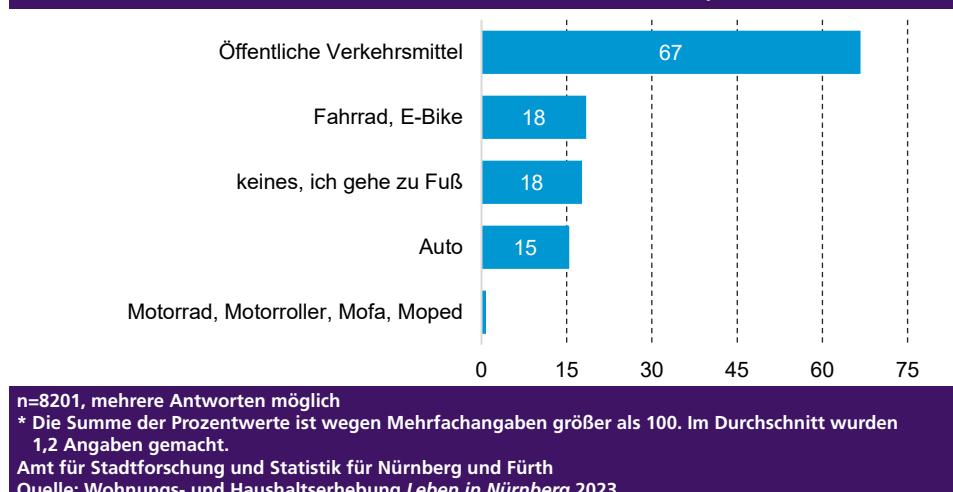
Jede fünfte befragte Person (22 %) informiert sich mit **Flyern** über kulturelle (Groß-)Veranstaltungen. Unter Senioren ab 75 Jahren ist der Anteil niedriger (16 %), bei den jüngeren Altersgruppen bewegt er sich zwischen 21 % und 26 %. Deutlich höher ist der Anteil der Flyer-Nutzung unter Haushalten von 4 und mehr Personen (28 %) bzw. Haushalten mit Kindern (27 %). Innerhalb des Stadtgebiets sind leichte Abweichungen vom Durchschnittswert festzustellen - die

Nutzungsanteile von Flyern liegen zwischen 18 % (junge Familienquartiere) und 24 % (City- und Innenstadtquartiere). In Gostenhof/ Kleinweidenmühle ist der Anteil der Flyer-Nutzung mit 28 % am höchsten. Auch unter Befragten, deren persönliche Bindung an ihr Wohnviertel sehr stark ist, werden Flyer überproportional genutzt (27 %).

Über den **Newsletter** des Kultur-Projektbüros informiert sich eine Minderheit von 6 % der befragten Nürnbergerinnen und Nürnberger. Leicht erhöht (jeweils 9 %) ist der Anteil unter Befragten im Alter von 60 bis unter 65 Jahren, Schülerinnen, Schülern und Studierenden, Arbeitslosen und Befragten, die an jedem Arbeitstag im Homeoffice arbeiten. Auch Personen, die in der Altstadt oder in Gostenhof/ Kleinweidenmühle leben, nutzen den Newsletter leicht überdurchschnittlich (9 %).

Sonstige Informationsquellen über Kulturveranstaltungen nutzen 11 % der Befragten. Welche Informationswege hier gemeint sind, ist nicht bekannt. Höhere Anteile der Nutzung anderer als der zur Auswahl gestellten Informationsquellen sind erkennbar bei Befragten mit niedriger Bildung (14 %) bzw. bei Personen, die finanzielle Probleme mit laufenden Ausgaben haben (15 %). Deutlich geringer ist der Anteil bei jungen Befragten unter 25 Jahren (7 %). Innerhalb des Stadtgebiets sind kaum Abweichungen festzustellen. Lediglich in Eberhardshof/ Muggenhof ist der Anteil etwas unterdurchschnittlich (8 %).

Abb. 8: Wenn Sie kulturelle (Groß-)Kulturveranstaltungen besuchen: Welches Verkehrsmittel benutzen Sie dann meistens?, in Prozent*



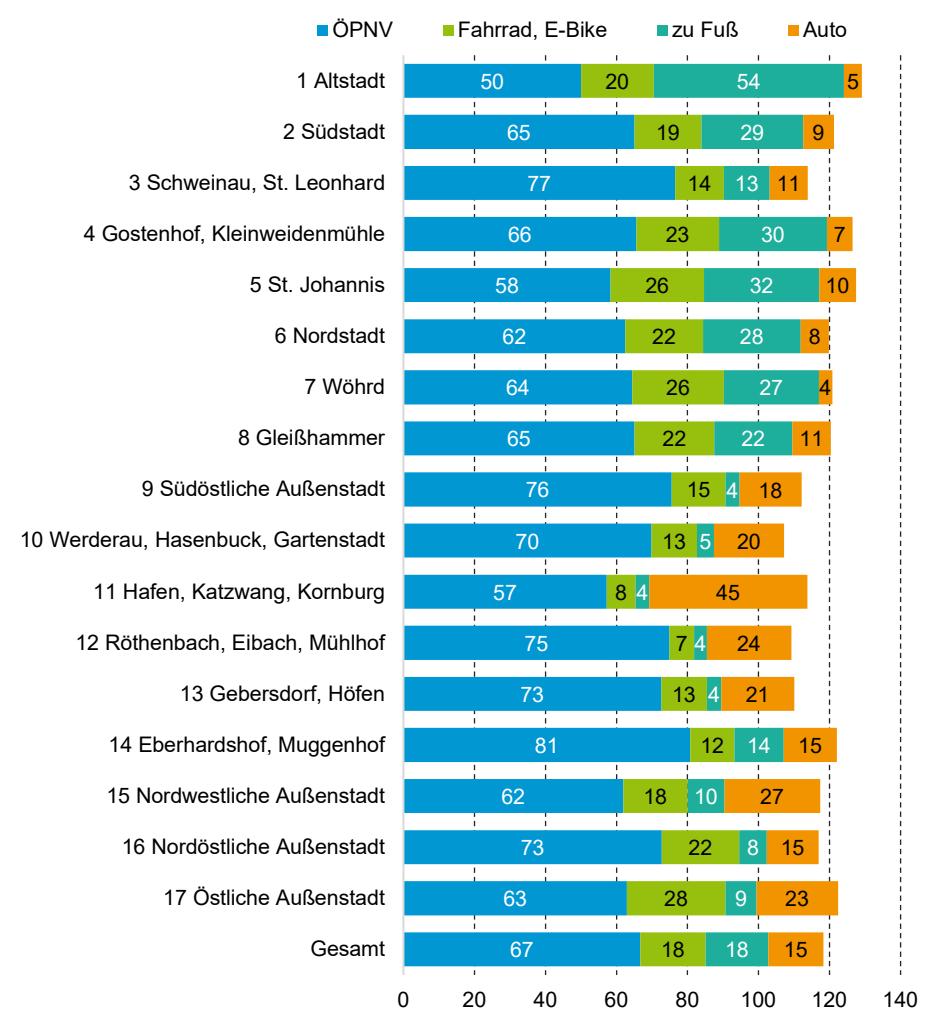
8. Wenn Sie eine kulturelle (Groß-)Veranstaltung besuchen: Welches Verkehrsmittel benutzen Sie dann meistens?

Bei der Wahl des geeigneten Verkehrsmittels für den Weg zu Kulturveranstaltungen spielt die Entfernung bzw. räumliche Nähe der Kultureinrichtung zur eigenen Wohngegend eine wichtige Rolle. Die einzeln aufgelisteten kulturellen Großveranstaltungen Bardentreffen, Blaue Nacht und RathausArt finden im Stadtzentrum statt. Der Luitpoldhain im Südosten des weiteren Innenstadtbereichs ist der Ort von Klassik Open Air und Stars im Luitpoldhain. Die Stadt(ver)führungen verteilen sich auf das gesamte Stadtgebiet, wobei die Mehrzahl der Führungen ebenfalls im weiteren Innenstadtbereich stattfindet. Daneben befinden sich auch die wichtigsten Kultureinrichtungen in der Innenstadt¹⁰ oder im weiteren Innenstadtbereich¹¹ bzw. knapp außerhalb an der Grenze zum weiteren Innenstadtbereich¹².

Vorliegende Nürnberger Befragungsergebnisse zum Mobilitätsverhalten im Alltag zeigen, dass je nach Zweck und Ziel des Wegs das jeweils passende Verkehrsmittel gewählt wird. So wird für Wege zum Arbeits- oder Ausbildungsplatz, bei Einkäufen und Besorgungen am häufigsten der eigene PKW genutzt. Dagegen werden Wege ins Stadtzentrum zum weitaus größten Teil umweltfreundlich zurückgelegt – mehr als die Hälfte der Nürnbergerinnen und Nürnberger kommt mit öffentlichen Verkehrsmitteln, 20 % zu Fuß, 13 % mit dem Rad und 13 % mit dem Auto.¹³ Die Angaben zur Verkehrsmittelnutzung auf dem Weg zu Kulturveranstaltungen verteilen sich ähnlich (vgl. Abb. 8), wobei der Anteil der öffentlichen Verkehrsmittel hier noch stärker dominiert.¹⁴

Zwei Drittel (67 %) der befragten Nürnbergerinnen und Nürnberger fahren mit **öffentlichen Verkehrsmitteln** zu kulturellen (Groß-)Veranstaltungen. Noch höher ist der Anteil bei jungen Befragten unter 25 Jahren (80 %) bzw. bei Auszubildenden (90 %) und Studierenden (79 %), sowie bei Personen mit geringem Einkommen (73 %) und Alleinerziehenden (71 %). Dabei ist bemerkenswert, dass in allen Untergruppen mehr als die Hälfte Busse und Bahnen nutzen, um

Abb. 9: Wenn Sie eine kulturelle (Groß-)Veranstaltung besuchen: Welches Verkehrsmittel benutzen Sie dann meistens?, nach Umfragegebieten, in Prozent*



Gesamt n=8201, Umfragegebiete zwischen n= 222 Eberhardshof, Muggenhof und n=1416 Südstadt

* Die Summe der Prozentwerte ist wegen Mehrfachangaben größer als 100. Im Durchschnitt wurden 1,2 Angaben (entspricht Summe der Prozentwerte=120) gemacht.

Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth

Quelle: Wohnungs- und Haushaltserhebung *Leben in Nürnberg* 2023

zu Kulturveranstaltungen zu kommen. Vergleichsweise niedrige Anteile weisen z.B. Personen mit hohem Einkommen (58 %) bzw. im Alter zwischen 45 bis unter 65 Jahren (64 %) auf.

Öffentliche Verkehrsmittel werden häufiger von Befragten genutzt, die in Außenstadtgebieten im Nordosten, Südosten, Südwesten (Röthenbach, Eibach, Mühlhof) und Westen (Gebersdorf, Höfen; Eberhardshof, Muggenhof) leben (73 % bis 81 %, vgl. Abb. 9). In diesen Gebieten gewährleisten die Nürnberger U-Bahn-Linien schnelle Verbindungen mit hoher Kapazität, kurzen Taktzeiten und Umsteigemöglichkeiten im Stadtzentrum. Weit unterdurchschnittlich genutzt werden Busse und Bahnen von Befragten, die in City- und Innenstadtquartieren (51 %), aber auch in St. Johannis (58 %) und Hafen/ Katzwang/ Kornburg (57 %) leben bzw. in einem Ein- oder Zweifamilienhaus wohnen (59 %).

Mit dem Fahrrad oder zu Fuß kommen jeweils 18 % der befragten Nürnbergerinnen und Nürnberger zu kulturellen (Groß-)Veranstaltungen. In der Altersgruppe von 35 bis unter 45 Jahren ist der Anteil des **Radverkehrs** deutlich erhöht (24 %). Auch Paarfamilien mit Kindern kommen häufiger (24 %) mit dem Rad zu Kulturveranstaltungen. Weit unterdurchschnittlich ist die Fahrradnutzung im Alter ab 65 Jahre (10 %). Überdurchschnittlich ist der Kulturbesuch mit dem Rad bei Personen mit hoher Bildung (25 %), bei Angestellten der höheren und mittleren Ebene (33 % bzw. 27 %), Selbständigen und freiberuflich Tätigen (25 %) bzw. bei Befragten mit hohem Einkommen (30 %).

Im Stadtgebiet ist die Fahrradnutzung zum Besuch von Kulturveranstaltungen besonders verbreitet in Gostenhof/ Kleinweidenmühle (23 %), St. Johannis und Wöhrend (jeweils 26 %) und insbesondere in der Östlichen Außenstadt (28 %) – hier werden

10 z.B. Staatstheater, Burg, Germanisches Nationalmuseum, DB-Museum, Neues Museum

11 z.B. Meistersingerhalle und die meisten Kulturläden

12 z.B. Dokumentationszentrum ehemaliges Reichsparteitagsgelände, Tafelhalle/Museum Industriekultur

13 vgl. Verkehr und Mobilität in Nürnberg. Ergebnisse der Wohnungs- und Haushaltserhebung *Leben in Nürnberg* 2023, M553, 10.02.2025, S. 8

14 Die befragten Personen wurden gebeten, nur eine Möglichkeit auszuwählen. Sie hatten aber die Möglichkeit, mehr als ein Verkehrsmittel anzugeben. Im Durchschnitt wurden 1,2 Angaben gemacht.

vermutlich die Radwege entlang der Pegnitz und Wöhrder Wiese gerne genutzt. Weit unterdurchschnittlich ist die Fahrradnutzung in den Außenstadtgebieten im Westen, Südwesten und Süden Nürnbergs (zwischen 7 % in Röthenbach/ Eibach/ Mühlhof und 14 % in Schweinau/ St. Leonhard).

Zu Fuß sind ebenfalls 18 % der befragten Nürnbergerinnen und Nürnberger zu kulturellen (Groß)Veranstaltungen unterwegs. In jüngeren Altersgruppen ist der Fußgängeranteil deutlich höher als in den älteren Jahrgängen (18 bis unter 45 Jahre: 22 %, 45 bis unter 65 Jahre: 16 %, 65 Jahre und älter: 11 %).

In den innenstadtnahen Stadtgebieten ist der Fußgängeranteil erwartungsgemäß stark erhöht. Dabei spielt die räumliche Nähe der Innenstadt zu den größten Kulturveranstaltungen eine wesentliche Rolle. Mit Abstand am höchsten ist der Fußgängeranteil in City- und Innenstadtquartieren (53 %) – hier finden z.B. Bardentreffen und Blaue Nacht direkt vor der Haustüre statt. Aus dem weiteren Innenstadtbereich innerhalb der Ringstraßen (ohne Altstadt) kommen ca. 22 % bis 30 % der Befragten zu Fuß, dabei ist Schweinau/ St. Leonhard mit nur 13 % Fußgängern eine Ausnahme. Aus den Außenstadtgebieten kommen nur zwischen 4 % und 10 % zu Fuß.¹⁵

15 % der befragten Nürnbergerinnen und Nürnberger insgesamt wählen meistens das **Auto** für Wege zu kulturellen Großveranstaltungen. Erhöht ist der Anteil bei Haushalten mit drei und mehr Personen (22 %) bzw. mit Kindern (23 %). Geringer ist der Anteil bei jungen Befragten unter 30 Jahren (11 %), insbesondere bei jungen Alleinlebenden (unter 35 Jahre: 8 %).

Auch bei der Autonutzung für den Besuch von Kulturveranstaltungen zeigen sich sehr große räumliche Unterschiede. Im gesamten Innenstadtbereich ist die Autonutzung weit unterdurchschnittlich (Altstadt und engere Innenstadt 6 %, weiterer Innenstadtgürtel 9 %). Die an die U-Bahn-Linien angebundenen Außenstadtgebiete im Westen, Südosten und Nordosten der Stadt liegen bei der Autonutzung im Bereich des Gesamtdurchschnitts (15 % bzw. 18 %). In den übrigen Außenstadtgebieten sind die Autoanteile deutlich erhöht und liegen meist zwischen 20 % und 27 %. Das Gebiet Hafen/ Katzwang/ Kornburg, das am weitesten vom Stadtzentrum entfernt ist, sticht dabei mit 45 % Autonutzung besonders hervor.

Nur ein geringer Anteil der Befragten (1 %) legt den Weg zu Kulturveranstaltungen mit einem **Motorrad, Motorroller, Mofa oder Moped** zurück. Minimal höher (2 %) liegt der Wert in der Altersgruppe von 55 bis unter 65 Jahre. Innerhalb des Stadtgebiets nutzen jeweils 2 % derjenigen Befragten ihr motorisiertes Zweirad, die in etablierten Familienquartieren, in der Nordwestlichen Außenstadt bzw. in einem Ein- oder Zweifamilienhaus leben.

Zusammenfassung

Die große Mehrheit der Nürnberger Befragten kennt die kulturellen Großveranstaltungen Bardentreffen (79 %), Blaue Nacht (88 %), Klassik Open Air (78 %) und Stadt(ver)führungen (60 %). Die Kulturangebote Stars im Luitpoldhain und RathausArt finden in mehrjährigem Abstand statt, sie sind 40 % bzw. 19 % der befragten Personen bekannt. Befragte der mittleren und älteren Generationen, mit höherem Einkommen bzw. ohne Migrationshintergrund kennen die Kulturergebnisse zu einem besonders hohen Anteil. Generell sind die Kulturveranstaltungen bekannter unter Befragten, die in City- und Innenstadtquartieren, in jungen oder etablierten Familienquartieren wohnen, weniger bekannt sind sie in sozial angespannten Quartieren.

Die befragten Nürnbergerinnen und Nürnberger sind mehrheitlich mit den Kulturangeboten, die sie kennen, zufrieden oder sehr zufrieden. An der Spitze liegen Bardentreffen, mit dem 69 % (sehr) zufrieden sind, und Klassik Open Air (65 %). Allgemein ist die Zufriedenheit in den mittleren und älteren Jahrgängen und unter Personen, die in City- und Innenstadtquartieren leben, erhöht. Unterschiede bei der Zufriedenheit nach Merkmalen wie Bildung, Erwerbstätigkeit, Einkommen oder Migrationshintergrund sind insgesamt gering. Speziell bei den Stadt(ver)führungen zeigt sich, dass Befragte, die sich stark an ihr Wohnviertel gebunden fühlen, zufriedener sind.

Finanzielle Unterstützung für die Kulturangebote kommt überdurchschnittlich häufig von Personen der mittleren und älteren Generationen, mit hohem Einkommen bzw. von Befragten, die sich stark an ihr Wohnviertel – oder an Nürnberg insgesamt – gebunden fühlen. Diese nach finanziellen Möglichkeiten gestaffelte Spendenbereitschaft ermöglicht es Personen mit wenig Einkommen und jungen Leuten, die Angebote kostenlos zu nutzen.

Die meisten befragten Personen hatten bereits mindestens einmal die Blaue Nacht (73 %) bzw. das Bardentreffen (68 %) be-

sucht, gefolgt von Klassik Open Air (55 %) und Stars im Luitpoldhain (22 %). Die Kulturveranstaltungen werden überproportional häufig von mittleren und älteren Generationen bzw. von Befragten mit hohem Einkommen sowie Deutschen ohne und mit Migrationshintergrund besucht. Insgesamt haben Personen, die in City- und Innenstadtquartieren oder in etablierten Familienquartieren leben, die Kulturveranstaltungen zu einem höheren Anteil besucht als Befragte aus sozial angespannten Quartieren.

Die einzeln aufgelisteten Besuchsgründe – Musik und Programm, Atmosphäre, Bekannte und Freundeskreis treffen und Kunst- und Kultureinrichtungen besuchen – sind allgemein relevanter für jüngeres Publikum bzw. für Befragte, die in City- und Innenstadtquartieren leben. Andere als die in den Antwortvorgaben genannten Besuchsgründe sind häufiger für Personen mit geringeren finanziellen Ressourcen wichtig.

An Informationen über Kulturveranstaltungen gelangen zwei Drittel der Befragten über Freunde und Bekannte. Jeweils etwa die Hälfte nutzt das Internet (überproportional Personen im jüngeren Alter) und lokale Presse, Radio und Fernsehen (vorwiegend mittlere und ältere Generationen). Über den städtischen Veranstaltungskalender bzw. die Homepage der Stadt Nürnberg, Flyer und Newsletter informieren sich kleinere Gruppen von Interessierten.

Bei der Wahl des geeigneten Verkehrsmittels für den Weg zu Kulturveranstaltungen spielt die Entfernung der Kultureinrichtung zur eigenen Wohngegend eine wichtige Rolle. Insgesamt liegt der öffentliche Nahverkehr (67 %) mit großem Abstand vorn. Fahrrad oder E-Bike werden gerne im Weiteren Innenstadtbereich West/ Nord/ Ost und der Östlichen Außenstadt genutzt. Zu Fuß kommt ein besonders hoher Anteil von Befragten, die in der Altstadt leben. Das Auto wird meist in Außenstadtgebieten ohne U-Bahn-Anbindung bevorzugt.

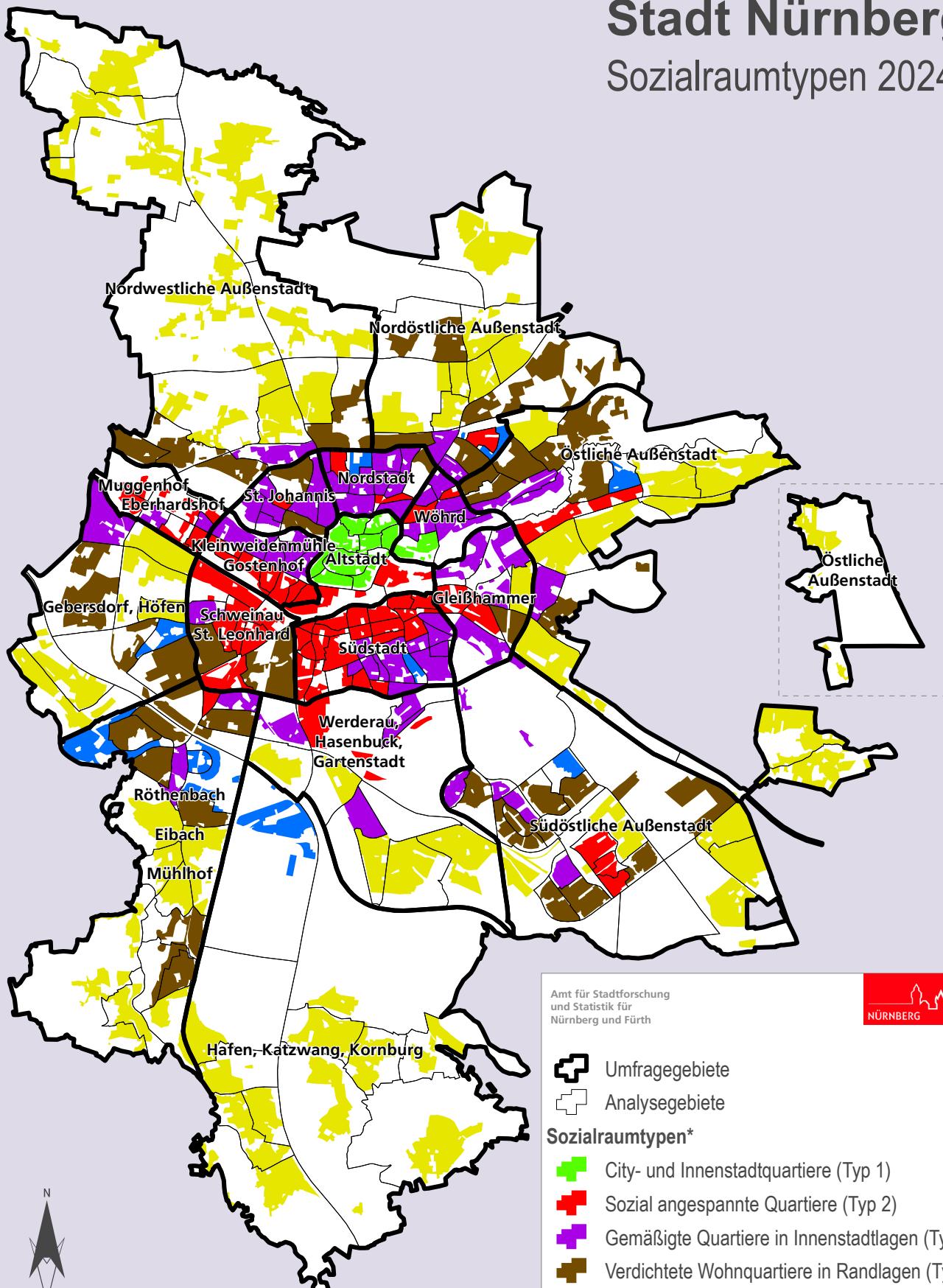
DD

¹⁵ Eine Ausnahme bildet hier das kleine, innenstadtnah gelegene Umfragegebiet Eberhardshof/ Muggenhof mit 14 % Fußgängern.

Karte 1: Stadt Nürnberg – Sozialraumtypen und Umfragegebiete

Stadt Nürnberg

Sozialraumtypen 2024



Amt für Stadtforschung
und Statistik für
Nürnberg und Fürth



Umfragegebiete

Analysegebiete

Sozialraumtypen*

- City- und Innenstadtquartiere (Typ 1)
- Sozial angespannte Quartiere (Typ 2)
- Gemäßigte Quartiere in Innenstadtlagen (Typ 3)
- Verdichtete Wohnquartiere in Randlagen (Typ 4)
- Junge Familienquartiere (Typ 5)
- Etablierte Familienquartiere (Typ 6)

*Darstellung der bewohnten Flächen

Tab.1: Jüngere Veröffentlichungen zur Wohnungs- und Haushaltserhebung *Leben in Nürnberg*

Nummer	Titel	Befragungszeitraum
M556	Nutzung von Online-Diensten der Stadt Nürnberg	2023
M555	Wie soll die knappe Fläche von Nürnberg genutzt werden?	2023
M553	Verkehr und Mobilität in Nürnberg	2023
M550	50 Jahre Nürnberger Mietenspiegel	2023
M539	Zufriedenheit mit Verkehr und Mobilität	2021
M535	Online-Dienste der Stadt Nürnberg	2021
M533	Bewertung von Wohnsituation und Wohnumfeld	2021
M532	Sicherheitsgefühl in Nürnberg 2021	2021

Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth**Unser neuer Internetauftritt - der Einstieg in die Welt der Daten für Nürnberg und Fürth**
Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth (www.statistik.nuernberg.de)**Studiendesign Wohnungs- und Haushaltserhebung *Leben in Nürnberg* 2023**

Erhebungszeitraum	23. Oktober 2023 bis 31. Dezember 2023
Erhebungsmethode	Befragung schriftlich-postalisch und online, 8-seitiger Fragebogen, 1 Erinnerungsaktion
Grundgesamtheit	Personen ab 18 Jahren mit Hauptwohnung in Nürnberg
Stichprobe	20 000 brutto, 19 016 bereinigt (984=4,9 % nicht erreichbar)
Rücklaufquote	n=8 998, 47,3 %, davon 73 % schriftlich und 27 % online
Gewichtung	nach Umfragegebiet, Haushaltstyp und Migrationshintergrund
Filter	Auswahl von Datensätzen mit Angaben zu Fragen nach kulturellen (Groß-)Veranstaltungen, n=8 201
Umfrageergebnisse	http://www.nuernberg.de/internet/statistik/umfrageergebnisse.html

Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth**Impressum**

Herausgeberin:

Stadt Nürnberg, Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth, Unschlittplatz 7a,
90403 Nürnberg, Telefon 09 11 / 2 31- 28 40, Fax 09 11 / 2 31- 74 60
statistikinfo@stadt.nuernberg.de, www.statistik.nuernberg.de

Zitervorschlag: Stadt Nürnberg - Amt für Stadtforschung und Statistik (2025): Kulturelle Großveranstaltungen in Nürnberg. Ergebnisse der Wohnungs- und Haushaltserhebung Leben in Nürnberg 2023. Berichte aus Stadtforschung und Statistik (M557).

Druck: noris inklusion gGmbH, Werk Süd/Druckerei, Bertolt-Brecht-Str. 6, 90471 Nürnberg

