

Kernergebnisse
Repräsentativuntersuchung
„Lebenswelten und Milieus der Menschen mit
Migrationshintergrund in Deutschland und NRW“
inkl. Special Kunst und Kultur
Düsseldorf, 2009

im Auftrag von

**Der Ministerpräsident
des Landes Nordrhein-Westfalen**



Zusammenfassung allgemeine Ergebnisse

- Repräsentative Studie
- 8 verschiedene Migrantenmilieus mit unterschiedlichen Lebensmustern
- Gemeinsame Lebensmuster bestimmen Milieus, nicht die Herkunftskultur
- Religiöse Traditionen werden überschätzt
- Integrationsbarrieren in unterschichtigen Milieus (Bildung, soz. Status, Einkommen, kulturelle Teilhabe)
- Ressourcen der Migranten werden unterschätzt
- Selbstverständnis als Teil der multi-ethnischen deutschen Gesellschaft/ bi-kulturelles Selbstbewusstsein
- Integration ist bildungsabhängig
- Beherrschung der deutschen Sprache ist wichtiger Integrationsfaktor
- Bereitschaft zur Leistung ist stärker ausgeprägt

Zusammenfassung – Ergebnisse im Special Kunst und Kultur (1/2)

- Kulturnutzung abhängig von
 - ▶ Bildung
 - ▶ Einstellung
 - ▶ sozialer Lage
 - ▶ und Herkunftsraum (Großstadt vs Ländlicher Raum)
 - ▶ nicht von der Herkunftskultur

- Fünf grundsätzliche Einstellungsfaktoren für Kulturnutzung
 1. Kulturkompetenz als Erfolgsfaktor (69 %)
 2. Erlebte Zugangsbarrieren (43 %)
 3. Affinität zu Kunst und Kultur (40 %)
 4. Antikonventionalismus (37 %)
 5. Festhalten an der Herkunftskultur (22 %)

Zusammenfassung – Ergebnisse im Special Kunst und Kultur (2/2)

- Unabhängig vom Milieu hat kulturelle Bildung hohe Priorität
- Ein Drittel der Kinder und Jugendlichen nutzt öffentliche Bibliotheken
- Nutzung von Kulturveranstaltung in ethnischen kulturellen Zentren: nur 23 %
- Wichtigste Informationsquellen: Empfehlungen von Freunden und Bekannten, Plakate und Tageszeitungen
- Knapp die Hälfte kennen das Angebot in ihrer Stadt nicht
- Ausgaben für Kulturnutzung gering (28% : 0 Euro, 1/3 bis 50 Euro)

Inhalt

Untersuchungsdesign

Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland und NRW“

Kunst und Kultur: Einstellungen, Präferenzen und Nutzung

Rahmenbedingungen für Kulturnutzung

Kulturelle Bildung

Kulturnutzung nach Milieus

Ausblick Interkultur-Forschung

Interkultur-Forschung in Nordrhein-Westfalen

Ausgangsfragestellungen:

- *Welche **kulturellen Präferenzen und Gewohnheiten** haben Menschen mit Migrationshintergrund?*
- *Mit welchen **Angeboten und Marketingmaßnahmen** können Kulturanbieter dieses Zielpublikum erfolgreich ansprechen?*

- ▶ Bestandsaufnahme Interkultur-Forschung in NRW, 2006,
- ▶ Repräsentative Pilotstudie zum Thema „Kulturelle Vielfalt in Dortmund“
- ▶ Repräsentativuntersuchung zu Milieus von Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland und Nordrhein-Westfalen

Untersuchungsdesign

Ziele

- Identifikation von Lebenswelten und Lebensstilen von Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland
- Milieus fassen Menschen zusammen, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln (Grundorientierung, Werte, Lebensstil, soziale Lage)
- Ganzheitliches Verstehen der Menschen, ihres Alltagsbewusstseins und Alltagshandelns, grundlegender Werte, Lebensziele, Wünsche, Träume und Zukunftserwartungen

Methode

- Repräsentative Stichprobe: N = 2.072 Menschen mit Migrationshintergrund ab 14 Jahren in Deutschland; Feldzeit: 22.6.2008 bis 8.8.2008; Stichprobe für NRW N = 574
- Persönlich-mündliche Interviews (PAPI), ca. 2 Stunden Dauer
- Fragebögen in 8 Sprachen: Deutsch, Russisch, Türkisch, Polnisch, Englisch, Spanisch, Italienisch, Serbokroatisch

Auftraggeber

Der Ministerpräsident
des Landes Nordrhein-Westfalen



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



Bundeszentrale
für
gesundheitliche
Aufklärung



Themenkatalog

| Lebenswelt/ Migration | Sozialstatistik/ Hintergrund | Kundenspezifische Teile | Kunst und Kultur |
|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">▪ Sinus-Milieuindikatoren▪ Freizeitinteressen▪ Mediennutzung▪ Religionszugehörigkeit▪ Staatsangehörigkeit, Geburtsland▪ Zuwanderung▪ Einbürgerungsabsicht▪ Sprachkompetenzen▪ Bindung an Deutschland▪ Netzwerke | <ul style="list-style-type: none">▪ Alter, Geschlecht, Haushaltsgröße▪ Familienstand, Lebenssituation▪ Berufstätigkeit, Berufsgruppe▪ Schulabschluss, Schul- / Berufsausbildung▪ Persönliches und Haushaltsnettoeinkommen▪ Haushaltsausstattung▪ Immobilien, Kredite▪ Parteisympathie | <ul style="list-style-type: none">▪ Wohnen▪ Bildung und Weiterbildung▪ Politikeinstellung▪ Geschlechtsrollenbilder, Gleichstellung, Heiratsverhalten▪ Kindererziehung▪ Nutzung Geldinstitute▪ Mediennutzung▪ Kunst und Kultur  | <ul style="list-style-type: none">■ Einstellungen zu Kunst und Kultur■ Kulturelle Präferenzen und Gewohnheiten■ Informations- und Nutzungsverhalten■ Kulturelle Bildung |

Definition: Menschen mit Migrationshintergrund



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

Menschen mit ausländischer Staatsangehörigkeit oder
ca. 47% bundesweit

Menschen, die seit 1950 zugewandert sind oder
ca. 32% bundesweit

Menschen mit mindestens einem seit 1960
zugewanderten oder ausländischen Elternteil.
ca. 21% bundesweit

**Menschen mit
Migrations-
hintergrund**

**Anteil in NRW:
23 %;
bundesweit 18,6 % ***

* Quelle: Mikrozensus 2005

Inhalt

Untersuchungsdesign

Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland und NRW

Kunst und Kultur: Einstellungen, Präferenzen und Nutzung

Rahmenbedingungen für Kulturnutzung

Kulturelle Bildung

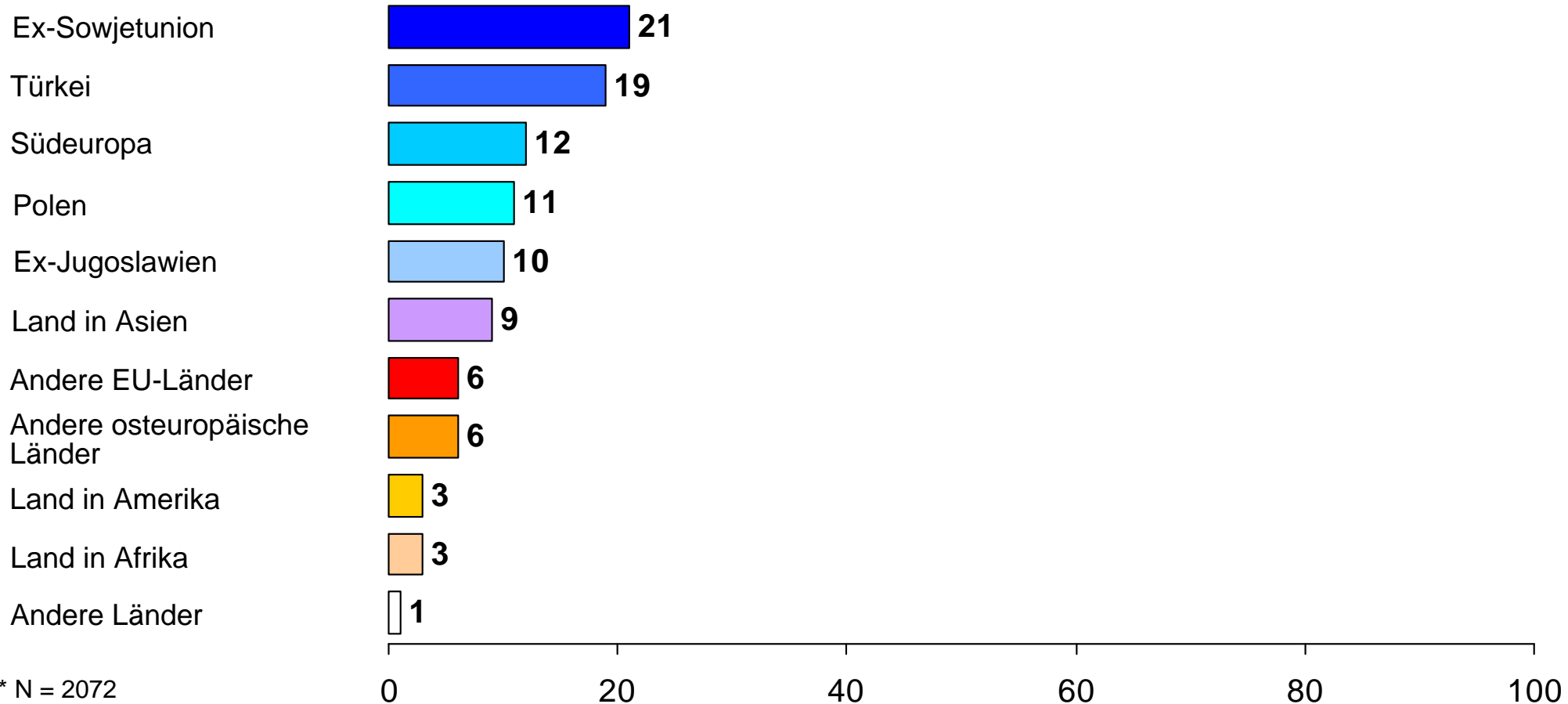
Kulturnutzung nach Milieus

Ausblick Interkultur-Forschung

Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland

Herkunftsregion bzw. Herkunftsregion der Eltern

in %



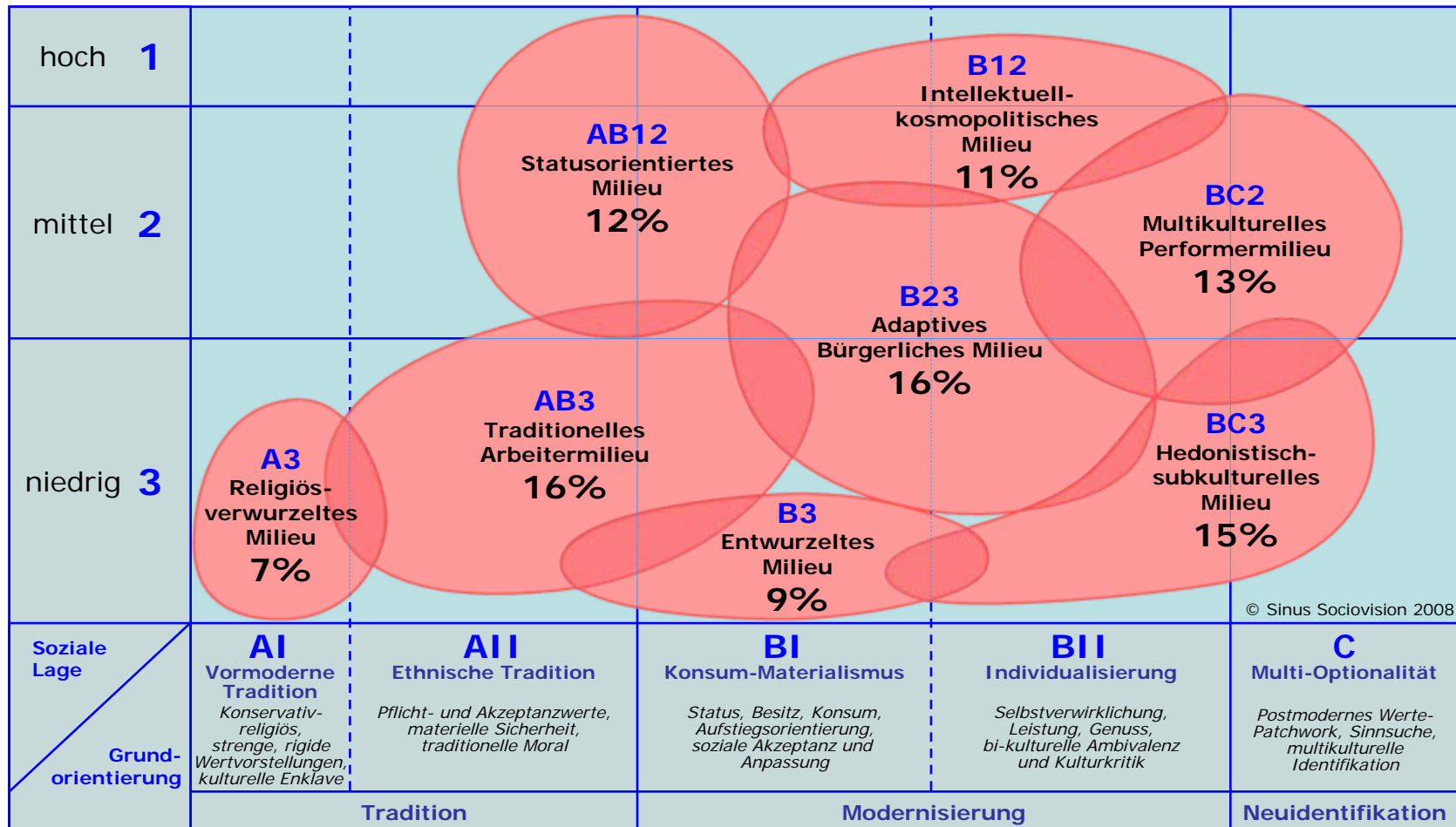
* N = 2072

Die Dimension Grundorientierung bei Menschen mit Migrationshintergrund

Der langfristige Wandel von Werten und Lebensstilen

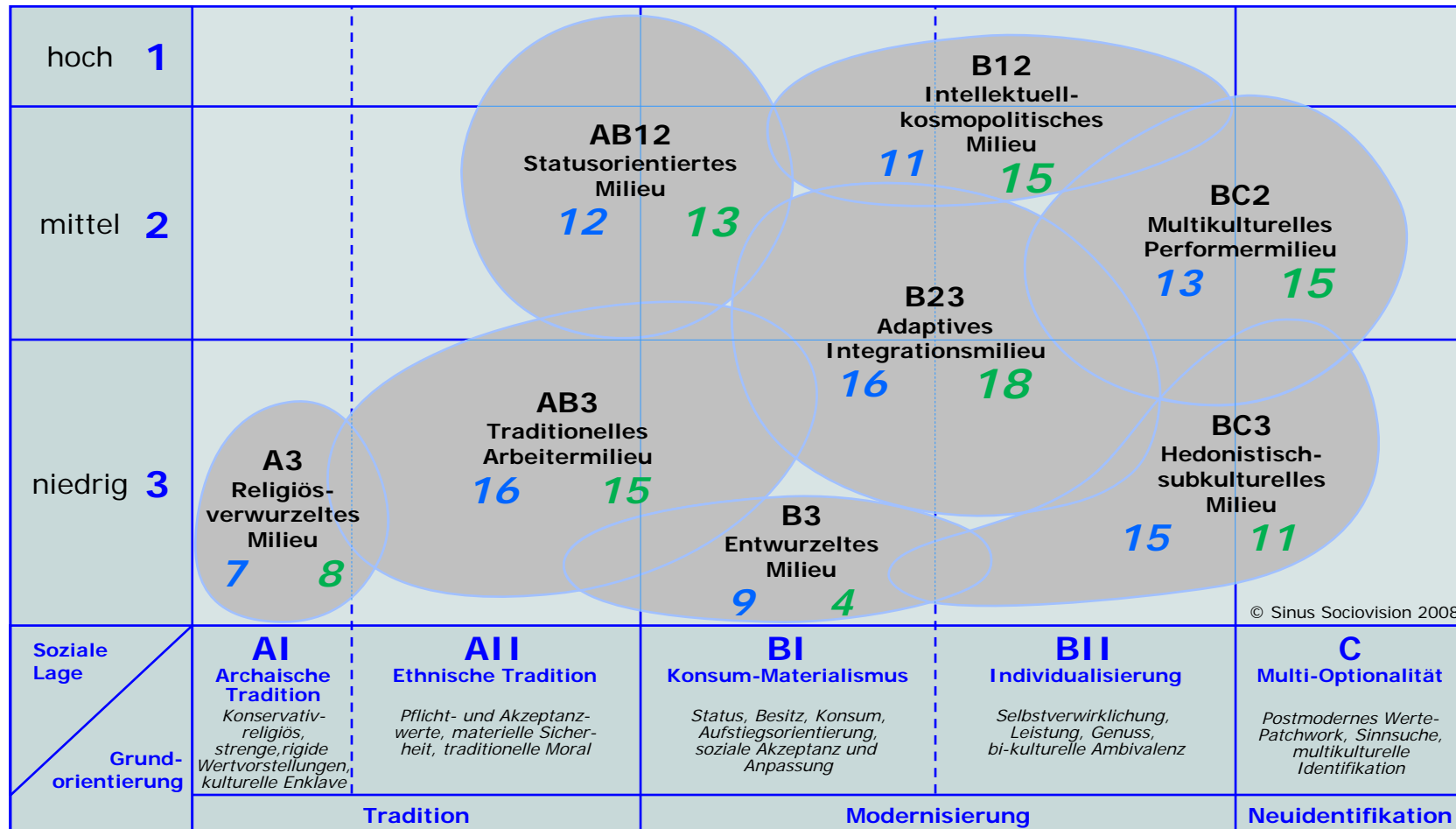
| | | | | |
|---|--|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Traditionelle Werte und religiöser Dogmatismus (oft: islamisch) ■ Patriarchalisches Weltbild, überkommene Familienwerte und Zwangsnormen ■ Rigide-konventionalistischer Lebensstil, strenge Moral ■ Kulturelle Enklave, keine Integrationsbereitschaft | <ul style="list-style-type: none"> ■ Selbstverständnis als (dauerhafter) "Gast" – auf niedrigem Integrationsniveau ■ Traditionelle Pflicht- und Akzeptanzwerte, Sparsamkeit, Bescheidenheit ■ Materielle Sicherheit, bescheidener Wohlstand als Lebensziel ■ Festhalten an den Traditionen und Gebräuchen des Herkunftslandes, aber Respektieren der deutschen Mehrheitskultur | <ul style="list-style-type: none"> ■ Soziale und kulturelle Entwurzelung, materialistische Ersatzwerte ■ Streben nach Besitz und Status, Konsum und Genuss ■ Bemühen um soziale Akzeptanz und Anpassung, Aufstiegsorientierung | <ul style="list-style-type: none"> ■ Individualisierung der Überzeugungen und Lebensstile, Selbstverwirklichung als zentraler Wert ■ Kritische Auseinandersetzung mit der Herkunftskultur ■ Streben nach Aufklärung und Emanzipation ■ Bi-kulturelle Orientierung | <ul style="list-style-type: none"> ■ Aufhebung kultureller Identitäten und Gruppenzugehörigkeiten ■ Unsicherheit als Grunderfahrung, Sinnsuche ■ Postmodernes Werte- Patchwork, Flexibilität und Mobilität ■ Multikulturelle Identifikation, Subkultur-Bildung |
| <p>AI Vormoderne Tradition</p> | <p>AII Ethnische Tradition</p> | <p>BI Konsum-Materialismus</p> | <p>BII Individualisierung</p> | <p>C Multi-Optionalität</p> |
| <p>Tradition</p> | | <p>Modernisierung</p> | | <p>Neuidentifikation</p> |

Die Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund

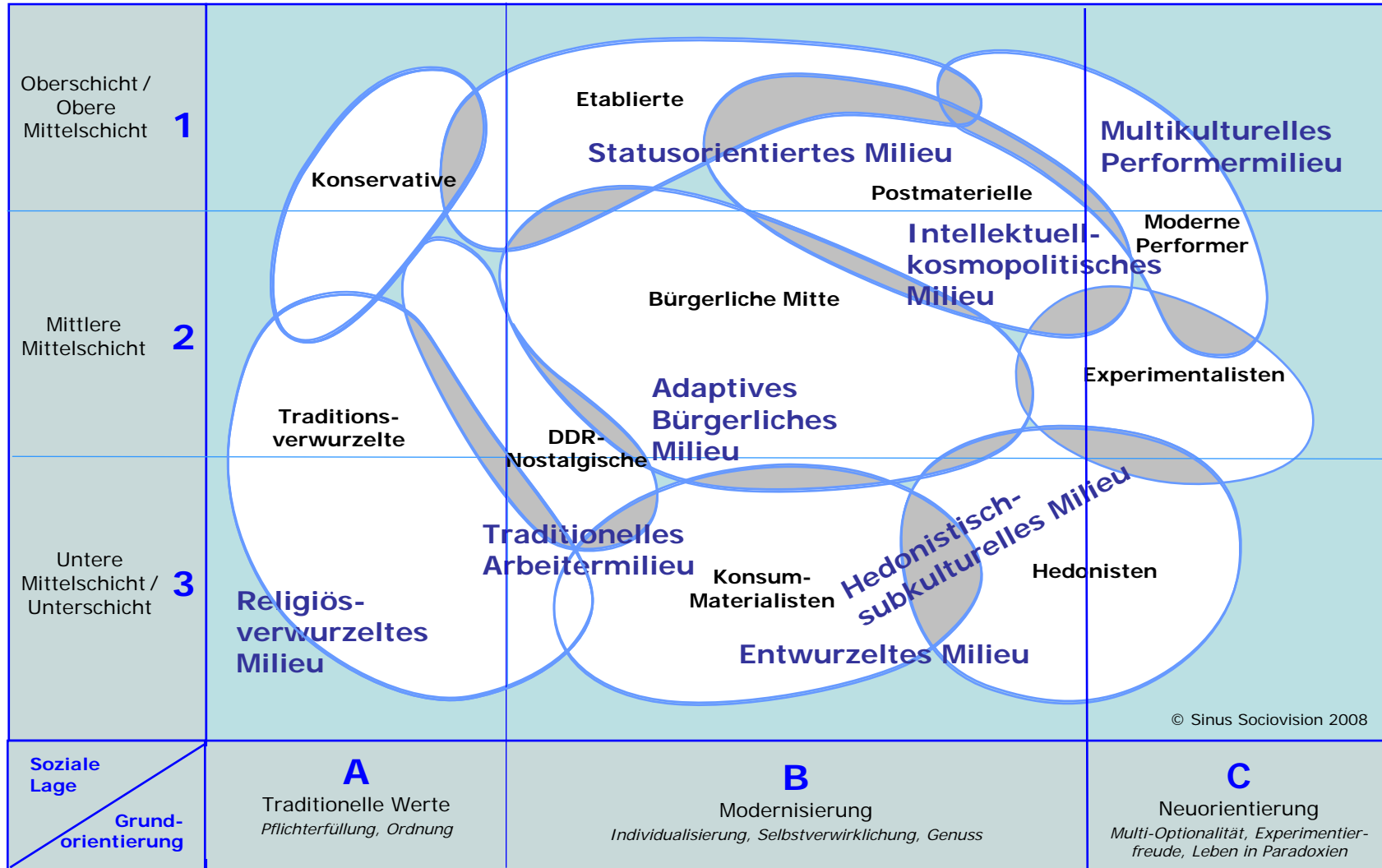


Verteilung der Migranten-Milieus in Deutschland vs. NRW in %

x% : Deutschland
y% : NRW



Vergleich der Migranten-Milieus vs. Gesamtbevölkerung



Inhalt

Untersuchungsdesign

Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland und NRW“

Kunst und Kultur: Einstellungen, Präferenzen und Nutzung

Rahmenbedingungen für Kulturnutzung

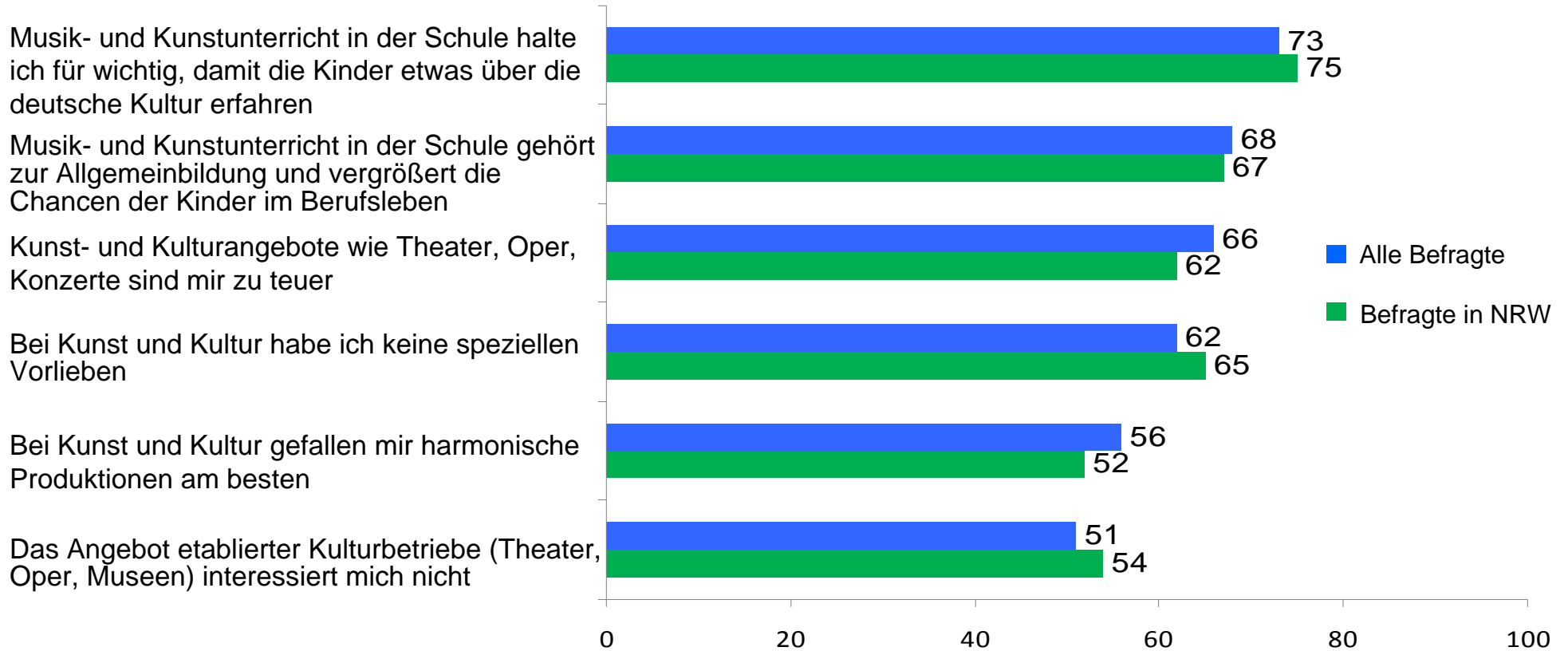
Kulturelle Bildung

Kulturnutzung nach Milieus

Ausblick Interkultur-Forschung

Einstellungen zu Kunst und Kultur (1/4)

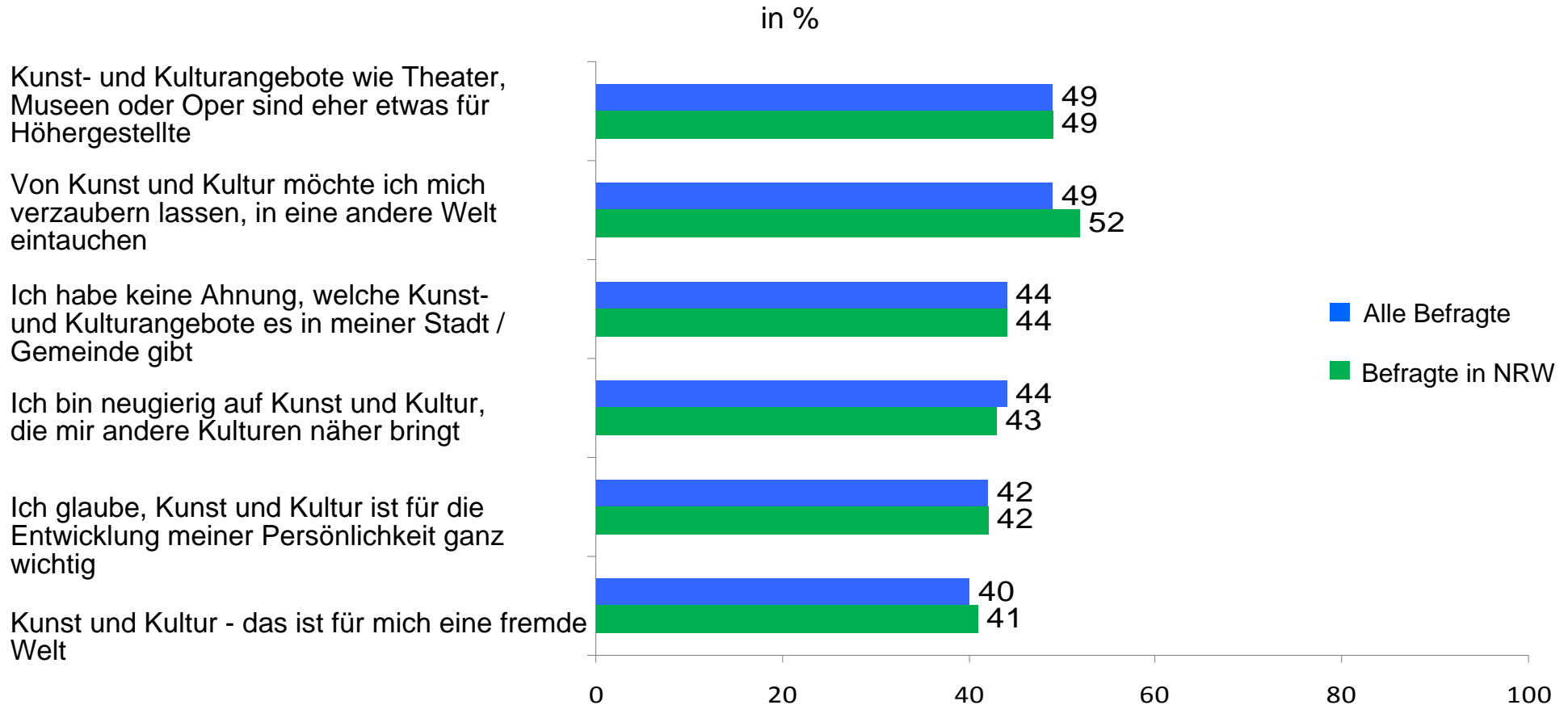
in %



Basis: Alle Befragte N = 2.072; Befragte in NRW N = 574

Top-2-Boxes einer 4er-Skala von "stimmt ganz genau," bis "stimmt überhaupt nicht"

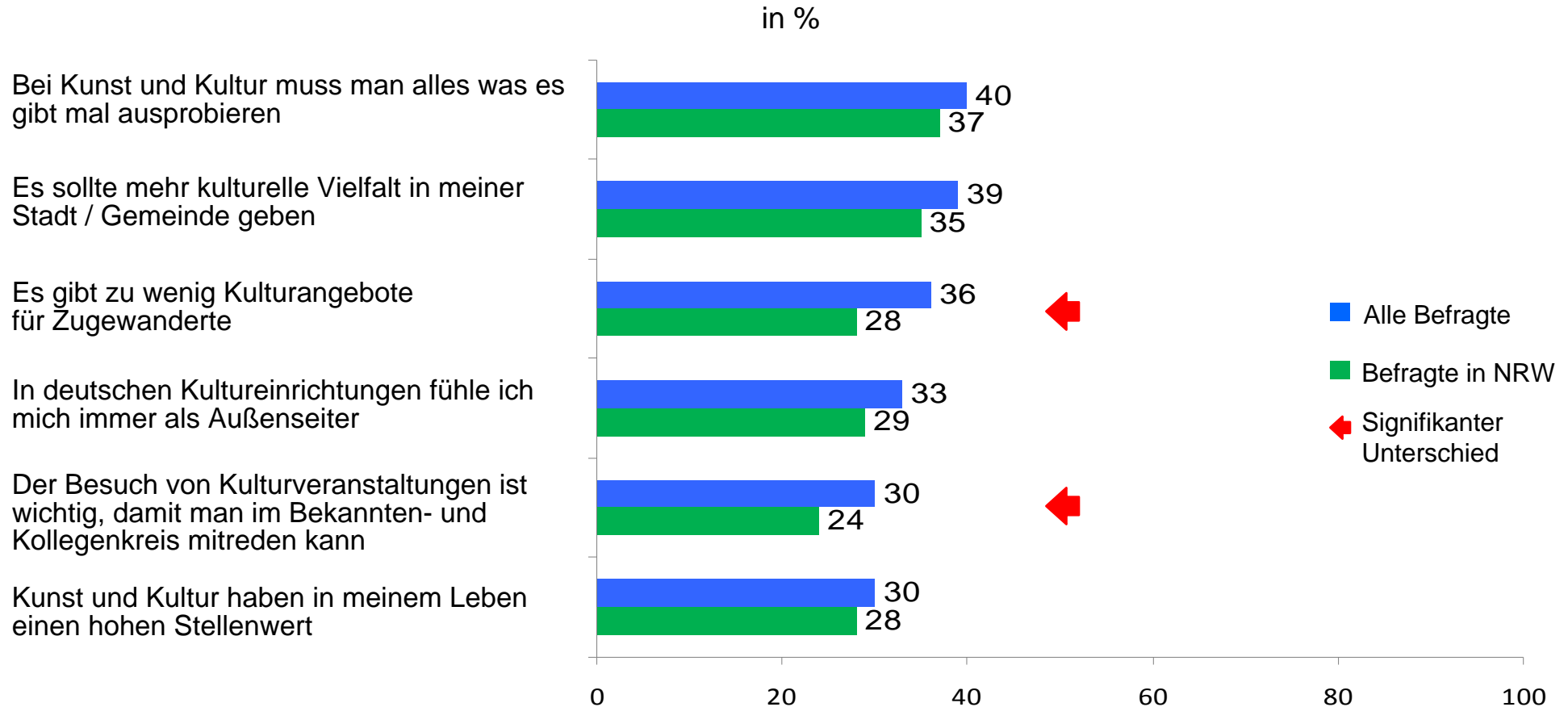
Einstellungen zu Kunst und Kultur (2/4)



Basis: Alle Befragte N = 2.072; Befragte in NRW, N = 574

Top-2-Boxes einer 4er-Skala von "stimmt ganz genau," bis "stimmt überhaupt nicht"

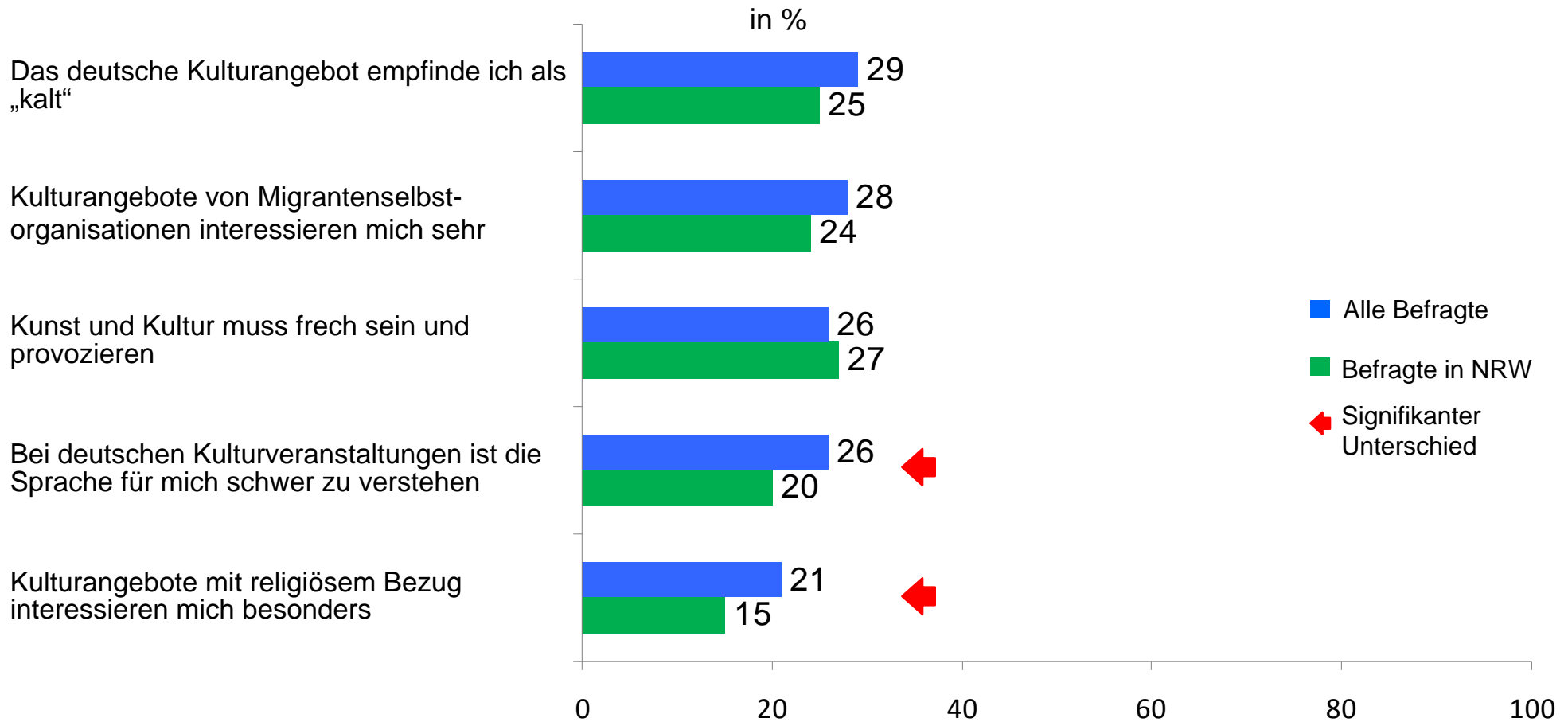
Einstellungen zu Kunst und Kultur (3/4)



Basis: Alle Befragte N = 2.072; Befragte in NRW n = 574

Top-2-Boxes einer 4er-Skala von "stimmt ganz genau," bis "stimmt überhaupt nicht"

Einstellungen zu Kunst und Kultur (4/4)

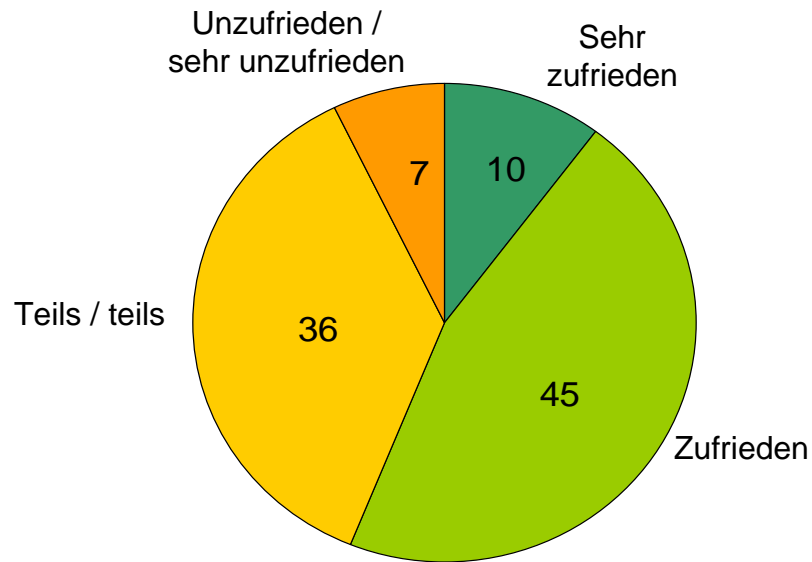


Basis: Alle Befragte N = 2.072
Befragte in NRW N = 574

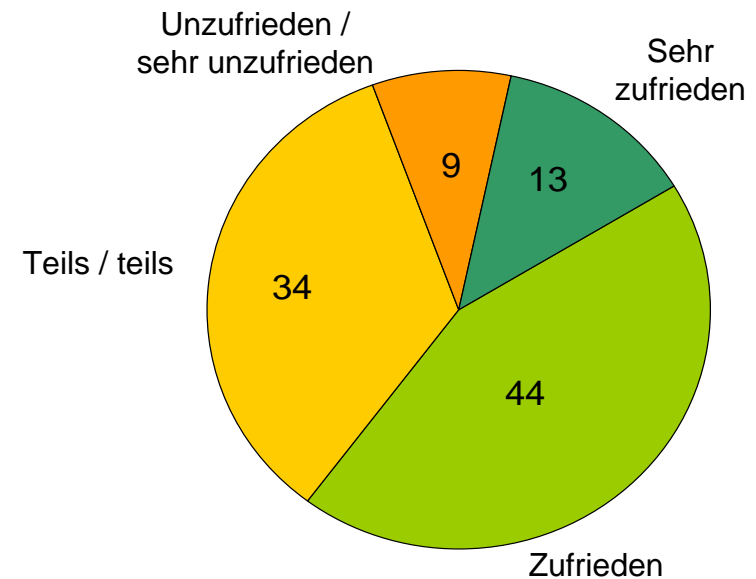
Top-2-Boxes einer 4er-Skala von
"stimmt ganz genau,, bis "stimmt überhaupt nicht"

Zufriedenheit mit dem Kulturangebot vor Ort

Gesamt



NRW



Basis: Alle Befragte N = 2.072;
Befragte in NRW N = 574

Frage: Ganz generell: wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Kulturangebot in Ihrer Stadt bzw. Ihrer Gemeinde?

Inhalt

Untersuchungsdesign

Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland und NRW“

Kunst und Kultur: Einstellungen, Präferenzen und Nutzung

Rahmenbedingungen für Kulturnutzung

Kulturelle Bildung

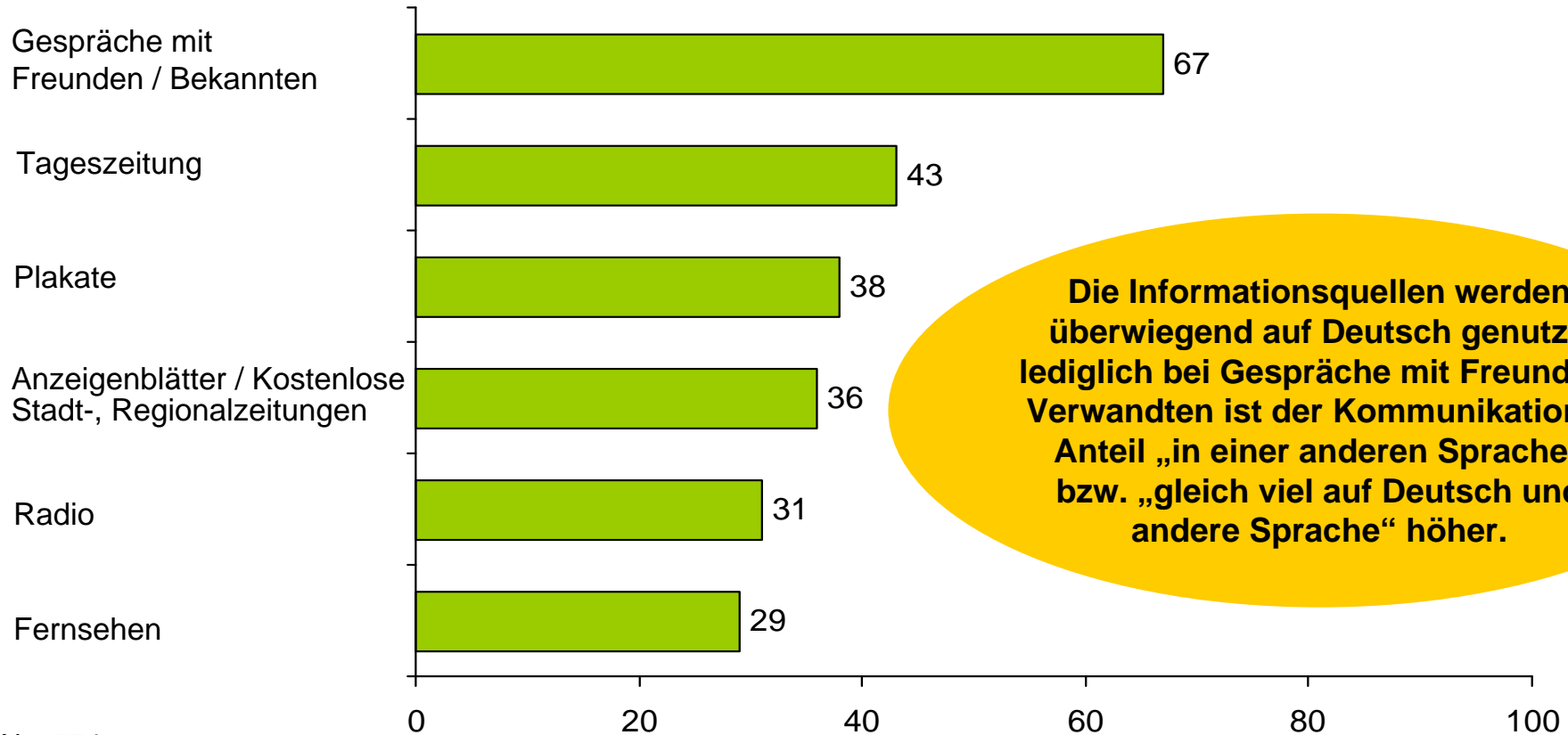
Kulturnutzung nach Milieus

Ausblick Interkultur-Forschung

Kultur-Veranstaltungen: Genutzte Informationsquellen (1/2)

Häufig / gelegentlich genutzte Informationsquellen

in %



Die Informationsquellen werden überwiegend auf Deutsch genutzt; lediglich bei Gespräche mit Freunden/ Verwandten ist der Kommunikations-Anteil „in einer anderen Sprache“ bzw. „gleich viel auf Deutsch und andere Sprache“ höher.

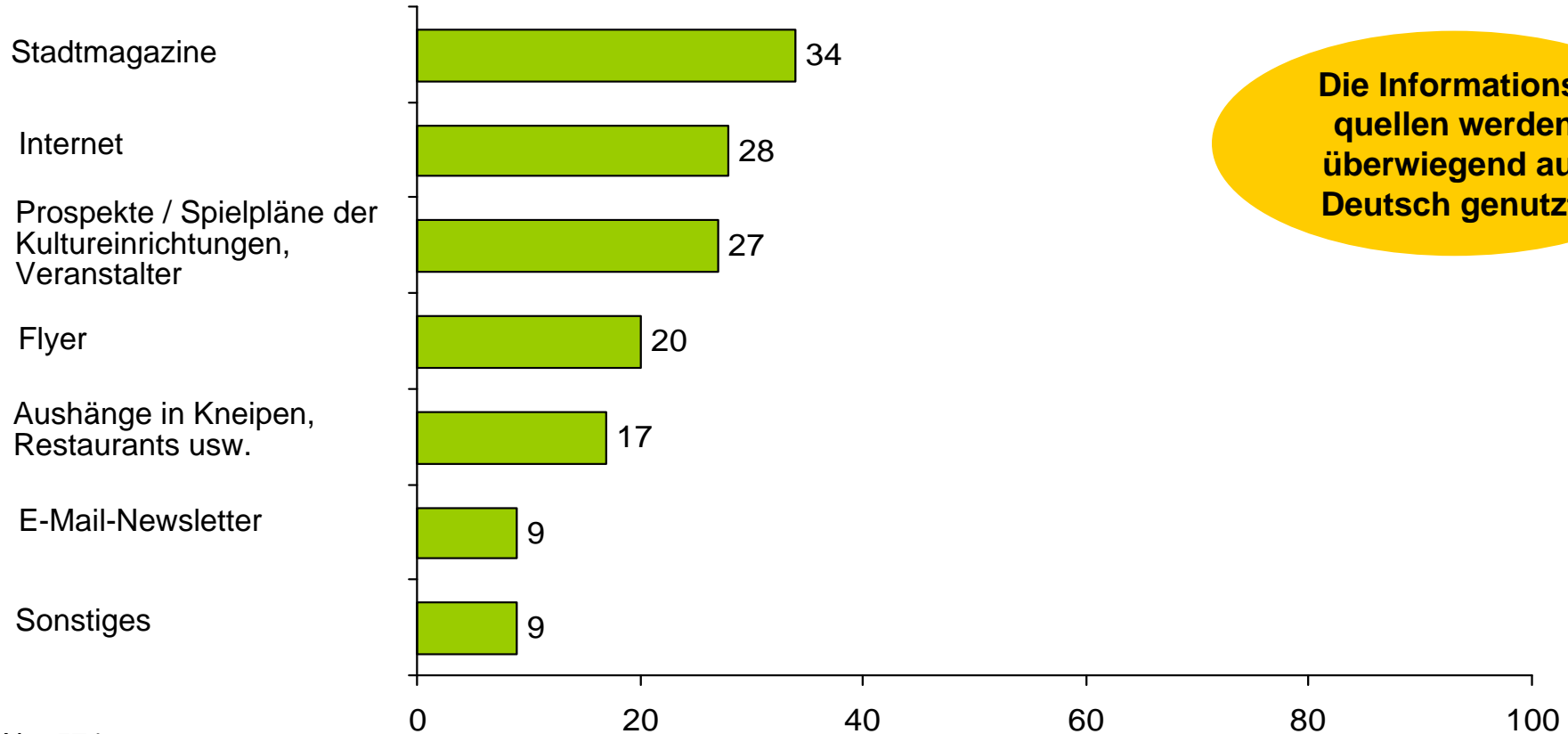
N = 574

Top-2-Boxes einer 4er-Häufigkeitsskala:
"häufig" / "gelegentlich" genutzt

Kultur-Veranstaltungen: Genutzte Informationsquellen (2/2)

Häufig / gelegentlich genutzte Informationsquellen

in %



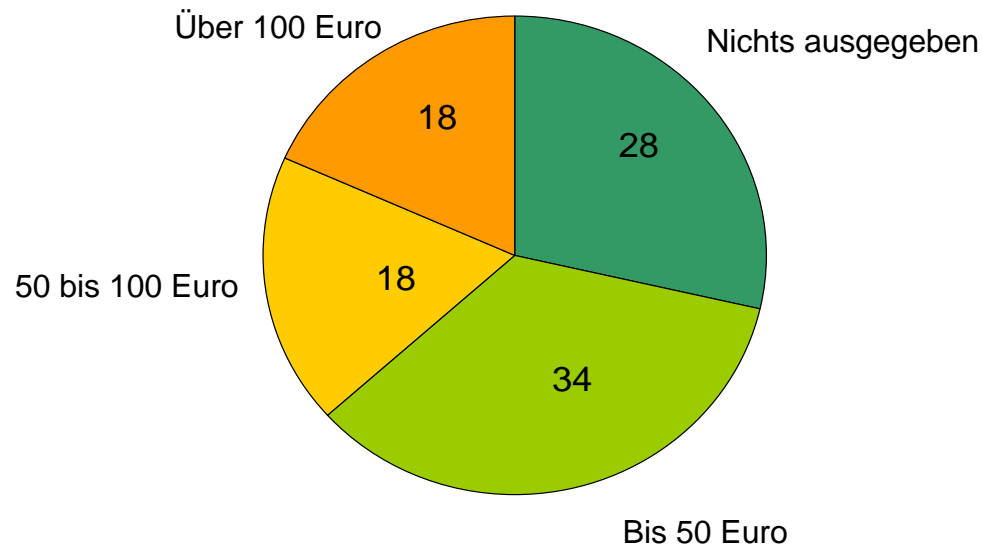
Die Informationsquellen werden überwiegend auf Deutsch genutzt.

N = 574

Top-2-Boxes einer 4er-Häufigkeitsskala:
"häufig" / "gelegentlich" genutzt

Ausgaben für Kulturveranstaltungen

in %



N = 574

Frage: Wenn Sie an die letzten 6 Monate denken: Wie viel Geld haben Sie persönlich insgesamt für Kulturveranstaltungen ausgegeben? (Listenvorgabe)

Inhalt

Untersuchungsdesign

Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland und NRW“

Kunst und Kultur: Einstellungen, Präferenzen und Nutzung

Rahmenbedingungen für Kulturnutzung

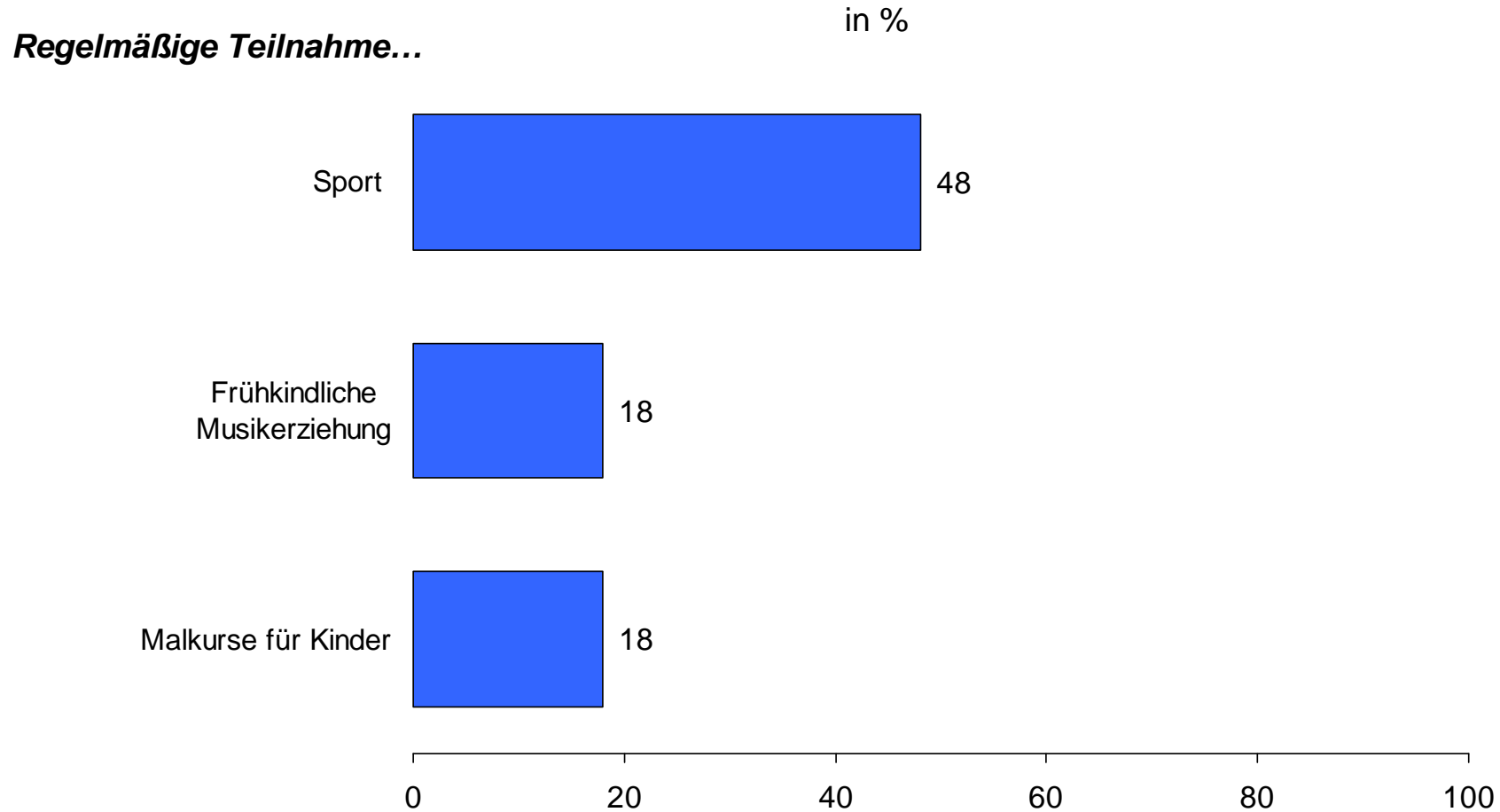
Kulturelle Bildung

Kulturnutzung nach Milieus

Ausblick Interkultur-Forschung

Gesamt

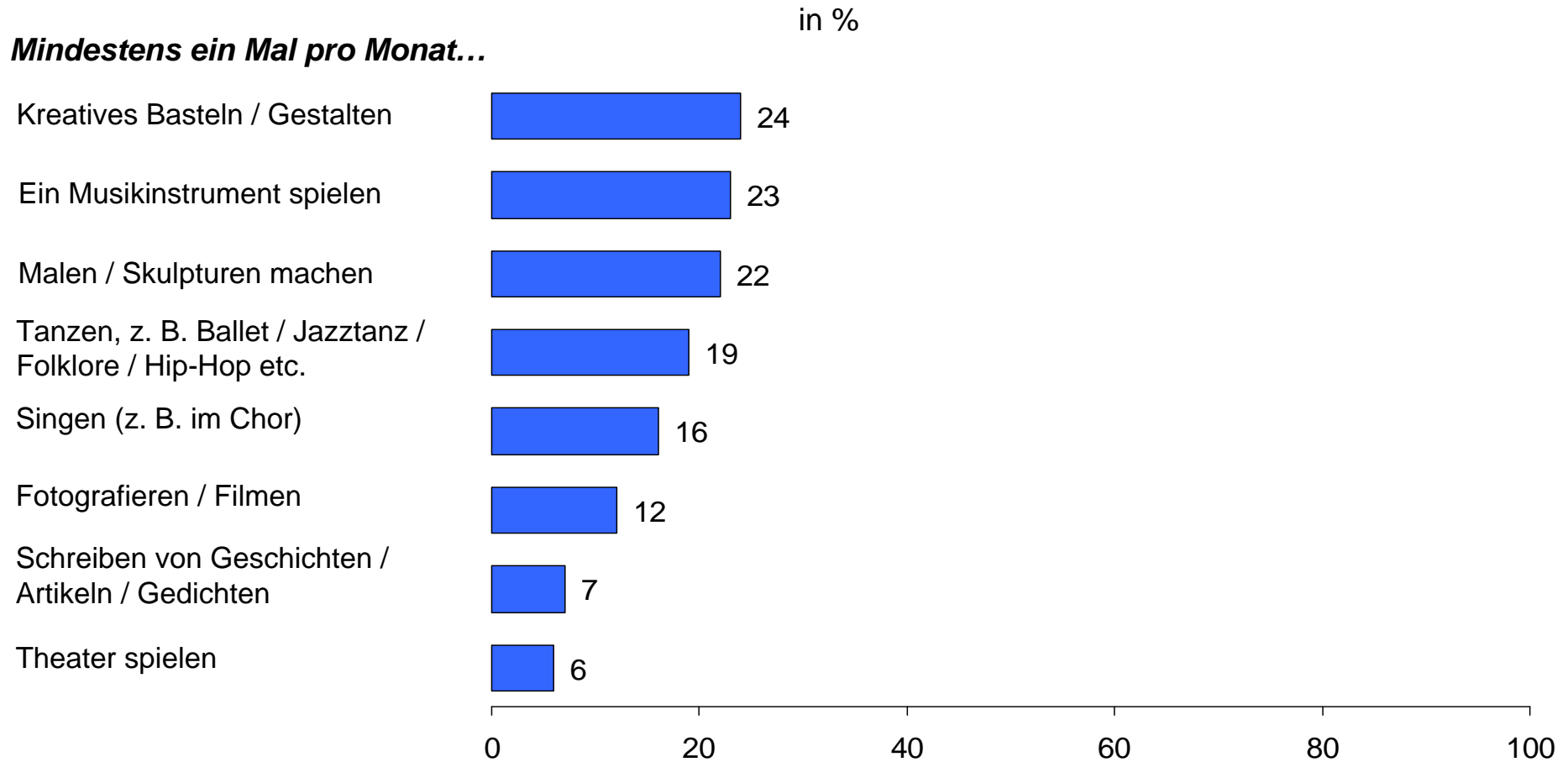
Kinder von 3 bis 5 Jahren: Freizeitaktivitäten



Basis: Befragte mit Kindern von 3 bis 5 Jahren im Haushalt, N = 199

Listenvorgabe (Mehrfachnennungen)

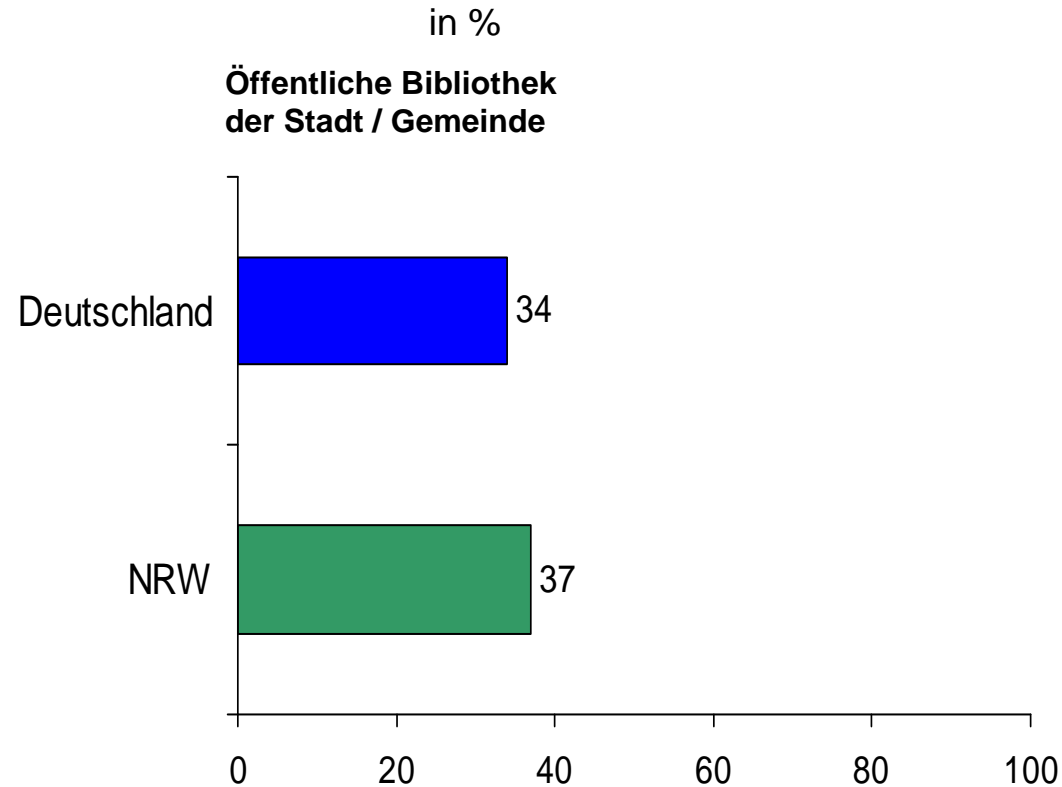
Kinder von 6 bis 15 Jahren: Kreative Freizeitaktivitäten



Basis: Befragte mit Kindern von 6 bis 15 Jahren
im Haushalt, N = 502

Listenvorgabe (Mehrfachnennungen)
Mehrfachnennungen

6 bis 15jährige: Nutzung von öffentlichen Bibliotheken



Basis: Befragte mit Kindern von 6 bis 15 Jahren im Haushalt:
Deutschland, n = 502; NRW, n = 142

In den letzten 6 Monaten mindestens ein Mal besucht

Inhalt

Untersuchungsdesign

Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland und NRW“

Kunst und Kultur: Einstellungen, Präferenzen und Nutzung

Rahmenbedingungen für Kulturnutzung

Kulturelle Bildung

Kulturnutzung nach Milieus

Ausblick Interkultur-Forschung

Adaptives Bürgerliches Milieu

16 % bundesweit
18 % NRW

Die pragmatische moderne Mitte der Menschen mit Migrationshintergrund, die nach sozialer Integration und einem harmonischen Leben in gesicherten Verhältnissen strebt

- Geordnete Verhältnisse, finanzielle Absicherung
- Lebensqualität, Komfort, gemütliches Zuhause
- Harmonische Familie,
- Optimismus und Zufriedenheit
- Soziale Integration
- Leistungs- und Anpassungsbereitschaft
- Erfolg, Aufstieg, Etablierung
- Pragmatismus, Sparsamkeit

Adaptives Bürgerliches Milieu - Soziodemografisches Profil

| | |
|----------------------------------|--|
| Lebens- situation | <ul style="list-style-type: none">▪ Mittlere Altersgruppen zwischen 30 und 60 Jahren; ausgeglichenes Geschlechterverhältnis: je 50% Frauen und Männer▪ Überwiegend verheiratet mit Kindern; 3-Personen-Haushalte sind überrepräsentiert |
| Bildung | <ul style="list-style-type: none">▪ Mittleres Bildungsniveau: Haupt- oder Realschule, bzw. vergleichbare ausländische Schulabschlüsse; höchster Anteil von Personen mit abgeschlossener Berufsausbildung im Milieuvvergleich: 72% (Gesamt: 56%)▪ 36% sind in Deutschland zur Schule gegangen (Gesamt: 32%) |
| Beruf | <ul style="list-style-type: none">▪ Überwiegend voll berufstätig: 56% (Gesamt: 46%) durchschnittlicher Selbständigenanteil▪ Mittlere und qualifizierte Angestellte sowie Facharbeiter sind überrepräsentiert |
| Finanzielle Situation | <ul style="list-style-type: none">▪ Mittlere Einkommensklassen, Schwerpunkt: 2000 € bis unter 4.000 € monatliches Haushaltsnettoeinkommen; überdurchschnittlicher Doppelverdieneranteil▪ 32% haben Wohneigentum (Gesamt: 27%) – vor allem in Deutschland; leicht überdurchschnittliche Kreditaufnahme (Baufinanzierungen) |

Adaptives Bürgerliches Milieu - Nutzung von Kunst & Kultur

Kulturelle Präferenzen

- **Aufgeschlossene, undogmatische Einstellung zu Kunst und Kultur** – ohne ausgeprägte thematische und stilistische Schwerpunkte (traditionell und modern, deutsch und heimatkulturell, anspruchsvoll und trivial)
- **Vorliebe für harmonische, positiv stimmende Produktionen**, insbesondere bei den Frauen des Milieus ausgeprägtes Bedürfnis nach Romantik, Escape, "Making Magic" (sich verzaubern lassen, Eintauchen in fremde Welten)
- **Große kulturelle Neugier**; Wunsch, andere Kulturen und Lebensformen kennen zu lernen
- **Hohes Interesse** für interkulturelle Events und Veranstaltungen

Adaptives Bürgerliches Milieu - Nutzung von Kunst & Kultur

Kulturnutzung

- **Nutzung von (hoch-) kulturellen Angeboten, allerdings ohne bildungsbürgerlichen Anspruch:** Konzerte berühmter Interpreten, Ausstellungen, Theateraufführungen, Musicals
- **Gelegentliche Nutzung von ethnischen Zentren, Kulturvereinen und Migrantenorganisationen,** um den Bezug zur Herkunftskultur nicht zu verlieren; häufig Enttäuschung über das Niveau der Veranstaltungen, der „Rückständigkeit“ und einseitigen Fixierung auf die "Heimat,„; gegenüber der etablierten deutschen Vereinskultur bestehen Schwellenängste

Kulturelle Bildung

- **Nutzung von Volkshochschulen, Bibliotheken, interkulturellen Begegnungsstätten,** um sich weiter zu bilden, Fremdsprachen zu erlernen, sich musisch zu betätigen usw.; nicht selten engagiert man sich aktiv für die kulturelle Integration von Landsleuten in entsprechenden Einrichtungen
- **Wertschätzung des Kunst- und Musikunterrichts in den Schulen** unter dem Aspekt des (deutschen) Kulturerwerbs und der vielseitigen Förderung kindlicher Talente

Statusorientiertes Milieu

12 % bundesweit
13 % NRW

Klassisch aufstiegsorientiertes Milieu, das – aus kleinen Verhältnissen kommend – für sich und seine Kinder etwas Besseres erreichen will

- Zielstrebigkeit, Erfolg, Karriere, Aufstieg
- Materieller Wohlstand, Geld, Besitz
- Soziale Anerkennung, Ansehen, Prestige
- Bildung und Wissen
- Geborgenheit, Sicherheit, Akzeptanz
- Anpassung, Pflichterfüllung
- Attraktives Aussehen, schöne Wohnung, Statussymbole
- Optimismus, Flexibilität, Dynamik

Statusorientiertes Milieu - Soziodemografisches Profil

Lebenssituation

- Altersschwerpunkt zwischen 20 und 50 Jahren; überdurchschnittlicher Männeranteil: 56% (Gesamt: 51%)
- Überwiegend verheiratet mit Kindern; 4-Personen-Haushalte sind überrepräsentiert

Bildung

- Gehobenes Bildungsniveau: mittlere und höhere Abschlüsse (mit denen man studieren kann) sind deutlich überrepräsentiert; häufig qualifizierte Berufsausbildung (z. B. Meisterbrief) oder Studium
- 35% sind in Deutschland zur Schule gegangen (Gesamt: 32%)

Beruf

- Höchster Anteil voll Berufstätiger im Milieuvvergleich: 69% (Gesamt: 46%) auch Studenten sind leicht überrepräsentiert
- Hoher Anteil Selbständiger: 18% (Gesamt: 10%); qualifizierte und leitende Angestellte

Finanzielle Situation

- Gehobene Einkommensklassen: 33% haben ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen über 3.000 € (Gesamt: 20%); viele Doppelverdiener
- 34% haben Wohneigentum (Gesamt: 27%); überdurchschnittliche Nutzung von Baufinanzierungen und Existenzgründungsdarlehen

Statusorientiertes Milieu - Nutzung von Kunst & Kultur

Kulturelle Präferenzen

- Meist nur **oberflächliches Interesse** an Kultur und Kunst: wenig wirkliche Kunstkenner, Literatur- und Musikliebhaber, keine ausgeprägten Geschmacksvorlieben
- **Konsumeinstellung** gegenüber Kunst und Kultur, die unterhalten und entspannen soll; populäre sowie traditionelle Angebote der Herkunftskultur werden bevorzugt

Kulturnutzung

- **Besuch von Theater, Museen, Ausstellungen sind eher Pflicht als Neigung**; (hoch-) kulturelle Kompetenz gilt als wichtiges Statusmerkmal, und viele wollen sich auch in diesem Bereich gezielt fortbilden und "Wissen aneignen,,
- Bei **Männern eher Interesse für Technik** als für Kunst, populärwissenschaftliche und Ratgeberangebote der tagesaktuellen Medien sind sehr beliebt
- Bei **Frauen stehen sozialer Austausch** und Kontakte im Vordergrund, wenn sie Tanz-, Koch-, Mal-, Gesprächsgruppen besuchen oder sich in Vereinen, Kulturzentren und sozialen Einrichtungen engagieren
- Bevorzugte Nutzung von **Angeboten aus der Heimatkultur** (Fernsehsendungen und Zeitschriften, kulturelle Veranstaltungen, religiöse Feste)

Statusorientiertes Milieu - Nutzung von Kunst & Kultur

Kulturelle Bildung

- **Kulturelle Bildung wird als Voraussetzung für beruflichen und sozialen Erfolg erachtet**
- Kinder erhalten schon früh eine entsprechende Förderung (Kurse, Vereine, zusätzlicher Unterricht)
- Kunst- und Musikunterricht an den Schulen wird befürwortet

Religiös verwurzelteltes Milieu

7 % bundesweit
8 % NRW

*Archaisches, bäuerlich geprägtes Milieu,
verhaftet in den sozialen und religiösen Traditionen der
Herkunftsregion*

- Bewahren der kulturellen Identität
- Zusammenhalt in der Familie
- Heile Welt im Privaten
- Religiöse Pflichten
- Strikte Moral, Eiserne Selbstdisziplin
- Recht und Ordnung, Ehre, Respekt
- Sauberkeit, Reinheit
- Sparsamkeit, Bescheidenheit
- Wohltätigkeit, Menschlichkeit

Religiös verwurzeltes Milieu - Soziodemografisches Profil

| | |
|----------------------------------|---|
| Lebens- situation | <ul style="list-style-type: none">• Mittlere Altersgruppen und Ältere (ab 40 Jahren); ganz überwiegend verheiratet• Höchster Anteil an 4- und mehr Personenhaushalten (Großfamilie) im Milieuvvergleich; kinderreichstes Milieu: in 54% der Haushalte leben Kinder unter 14 Jahren (Gesamt: 36%) |
| Bildung | <ul style="list-style-type: none">• Niedriges Formalbildungsniveau: Grundschule, Hauptschule / Pflichtschule; höchster Anteil ohne Schulabschluss und ohne beruflichen Ausbildungsabschluss im Milieuvvergleich• 84% sind nicht in Deutschland zur Schule gegangen (Gesamt: 68%) |
| Beruf | <ul style="list-style-type: none">• Hoher Anteil von nicht Berufstätigen (28%) und Arbeitslosen (10%); durchschnittlicher Rentneranteil (10%)• Höchster Anteil ungelernter / angelernter Arbeiter (52%) im Milieuvvergleich (Gesamt: 25%) |
| Finanzielle Situation | <ul style="list-style-type: none">• Meist kleine Einkommen: 38% haben ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen unter 1.500 € (Gesamt: 27%); oft nur ein Verdiener im Haushalt• Kaum Immobilienbesitz: nur 17% haben Wohneigentum (Gesamt: 27%); geringste Kreditnutzerrate im Milieuvvergleich |

Religiös verwurzelttes Milieu - Nutzung von Kunst & Kultur

Kulturelle Präferenzen

- **Immaterielle Güter, und damit auch kulturelle Werte, werden grundsätzlich hoch geschätzt;** Aufgeschlossenheit gegenüber Angeboten wie Museen, Konzerte, Theater, Bibliotheken
- **Starke Verwurzelung in der Volkskultur** und der religiösen Tradition des Herkunftslandes
- **Motive: kulturelle Identität bewahren**, eine lebendige Verbindung mit der Heimat aufrecht erhalten und kulturelle und religiöse Traditionen an die nächste Generation weiter geben

Religiös verwurzelttes Milieu - Nutzung von Kunst & Kultur

Kulturnutzung

- **Besuch heimatlicher Musik-, Tanz-, Literatur- und Theaterveranstaltungen**
- **Religiöse Angebote:** Beschäftigung mit religiösen Schriften, Austausch mit Gleichgesinnten über religiöse und philosophische Themen ("Ich gehe fast täglich zur Moschee – das ist doch Kultur!")
- Ethnisch geprägte Kulturzentren, Vereine, Cafés sowie Zusammenkünfte der Kirchengemeinde werden häufig besucht; religiöse Feiertage und Familienfeste sind wichtige kulturelle Ereignisse
- **Wenig Zugang zum kulturellen Angebot im Zuzugsland** (Sprachbarriere, Zeit- und Kostengründe), gelegentlich auch Ablehnung des (zeitgenössischen) deutschen Kulturangebots auf Grund von Werte- / Lifestyle-Barrieren

Kulturelle Bildung

- Eher interessant ist das Kursangebot der **Volkshochschulen**, das auch vereinzelt genutzt wird
- **Wertschätzung des Kunst- und Musikunterrichts in der Schule**, weil er die Kreativität der Kinder fördert und ein Gegengewicht zu den Verlockungen der Konsumgesellschaft darstellt

Traditionelles Arbeitermilieu

16 % bundesweit
15 % NRW

Traditionelles Blue Collar-Milieu der Arbeitsmigranten, das den Traum einer Rückkehr in die Heimat aufgegeben hat

- Befriedigender Lebensstandard
- Harmonie im Privaten
- Vorsorge, Absicherung im Alter
- Traditionelles Arbeitsethos
- Traditionelle Familienwerte, Kinder
- Soziale Gerechtigkeit und Teilhabe
- Ordnung und Disziplin, Einfachheit, Sparsamkeit

Traditionelles Arbeitermilieu - Soziodemografisches Profil

Lebens- situation

- Älteste Gruppe im Milieuvvergleich: 64% sind 50 Jahre und älter (Gesamt: 28%); leicht überdurchschnittlicher Frauenanteil: 52% (Gesamt: 49%)
- Überwiegend verheiratet, überdurchschnittlicher Anteil Verwitweter; meist 2-Personen-Haushalte (ohne Kinder)

Bildung

- Niedrige Formalbildung: Hauptschule / Pflichtschule, oder auch nur Grundschule; 50% haben eine abgeschlossene Berufsausbildung (Gesamt: 54%)
- 88% sind nicht in Deutschland zur Schule gegangen (Gesamt: 68%)

Beruf

- Hoher Anteil von Rentnern: 31% (Gesamt: 9%) und von Nicht-Berufstätigen; überdurchschnittlich viele Minijobber und geringfügig Beschäftigte
- Un- und angelernte Arbeiter sowie Facharbeiter sind überrepräsentiert

Finanzielle Situation

- Niedriges Einkommensniveau, Schwerpunkt: bis unter 2.000 € monatliches Haushaltsnettoeinkommen
- Unterdurchschnittliche Kreditnutzung; wenn Kredit, dann Baufinanzierung

Traditionelles Arbeitermilieu - Nutzung von Kunst & Kultur

Kulturelle Präferenzen

- **Geringe Affinität zu Kunst und Hochkultur**, die als Domäne der Intellektuellen und Höhergestellten nicht zum praktisch-proletarischen Selbstbild des Milieus passt
- **Orientierung an der Kultur des Heimatlandes**
- Kulturkonsum folgt dem Streben nach **Harmonie und Geborgenheit**, bevorzugt werden gefühlvolle, unterhaltende Angebote: Liebes- und Abenteuerromane, Komödien, volkstümliche Musik etc.

Traditionelles Arbeitermilieu - Nutzung von Kunst & Kultur

Kulturnutzung

- **Kaum Zugang zum etablierten deutschen Kulturleben** (Schwellenängste, mangelnde Kompetenz, Sprachprobleme, knappe Finanzen, Angebote werden teilw. als fremd und kalt erlebt), **allerdings keine grundsätzliche Ablehnung**
- **Volkskulturelle Traditionen** (Musik, Tanz, Esskultur) werden bewusst gepflegt, traditionelle Familienfeste, Literatur und Filme in der Heimatsprache; religiöser Traditionen, häufig Teilnahme an Festen und anderen Veranstaltungen der Kirchengemeinde
- Begegnungen mit der deutschen Kultur eher über die **Nutzung deutscher Medien**, organisierte Gruppen-ausflüge, Sprachkurse oder Veranstaltungsangebote von Migrantenorganisationen; Offenheit gegenüber deutschen Kulturangeboten nimmt mit steigendem Alter und verbrachter Zeit in Deutschland tendenziell zu

Kulturelle Bildung

- **Wertschätzung des Kunst- und Musikunterrichts in der Schule**, auch weil er Wissen über die Kultur und Geschichte des Aufnahmelandes vermittelt
- Insbesondere bei Ruheständlern **Interesse an Weiterbildungsangeboten** (z.B. Volkshochschule)

Multikulturelles Performermilieu

13 % bundesweit
15 % NRW

Junges, flexibles und leistungsorientiertes Milieu mit bi- bzw. multikulturellem Selbstbewusstsein, das nach Autonomie, beruflichem Erfolg und intensivem Leben strebt

- Freiheit, Mobilität, Internationalität
- Beruflicher Erfolg, Spitzenleistungen, Karriere
- Intensives Leben, Selbstverwirklichung
- Offenheit, Vielfalt, Multioptionalität
- materielle Sicherheit, Status, Geld
- Unterhaltung, Spaß, Genuss, Konsum
- Soziale Akzeptanz, Integration
- Fitness, Sportlichkeit
- Eigenständigkeit, Unabhängigkeit, Liberalität
- Technischer Fortschritt, Multimedia

Multikulturelles Performermilieu - Soziodemografisches Profil

| | |
|----------------------------------|---|
| Lebens- situation | <ul style="list-style-type: none">• Jüngere Altersgruppen bis 30 Jahre, 45% sind zwischen 20 und 30 Jahre alt (Gesamt: 23%); ausgeglichenes Geschlechterverhältnis• 60% sind ledig (Gesamt: 30%), 31% leben noch bei den Eltern (Gesamt: 15%); 1- und 3-Personenhaushalte sind überrepräsentiert |
| Bildung | <ul style="list-style-type: none">• Gehobenes Bildungsniveau: mittlere Abschlüsse und Abschlüsse, mit denen man studieren kann, sind deutlich überrepräsentiert; 68% haben eine abgeschlossene Berufsausbildung (Gesamt: 56%)• 60% sind in Deutschland zur Schule gegangen (Gesamt: 32%) |
| Beruf | <ul style="list-style-type: none">• Voll Berufstätige sind überrepräsentiert, ebenso wie Personen in Ausbildung: 35% Lehrlinge, Schüler und Studenten (Gesamt: 15%)• Häufig mittlere Angestellte und kleinere Selbstständige, auch Facharbeiter |
| Finanzielle Situation | <ul style="list-style-type: none">• Mittlere Einkommensklassen, Schwerpunkt: 2.000 € bis unter 4.000 € monatliches Haushaltsnettoeinkommen• Viele sind noch am Anfang ihrer Karriere bzw. leben noch im elterlichen Haushalt; 31% erwarten, dass es ihnen in einem Jahr finanziell besser gehen wird (Gesamt: 18%) |

Multikulturelles Performermilieu - Nutzung von Kunst & Kultur

Kulturelle Präferenzen

- **Souveräner Umgang mit in- und ausländischen Medien- und Kulturangeboten** -ausschlaggebend für die Nutzung ist allein der persönliche Bezug, die aktuelle Interessenlage bzw. die "Lust und Laune"; meist sind andere Dinge als Kunst und Kultur wichtig, und man bekennt sich offen zu seinem Desinteresse
- **Das Milieu ist ohne bildungsbürgerliche oder intellektuelle Ambitionen**, konsumiert nach dem Lustprinzip alles von Klassik bis Pop: modernes Theater, Filmklassiker, Kleinkunst, Trivialliteratur, Pop-Konzerte, Literatur-Cafés, Tanzveranstaltungen, Raves
- **Vorbehalte gegenüber dem etablierten Kulturbetrieb** (Oper, Museum)
- **Vorbehalte auch gegenüber den Angeboten der ethnisch geprägten Heimat- und Kulturvereine** und anderer Migrantenorganisationen ("Das sind Hilfen für ältere Migranten")
- Das soziale und kulturelle Leben wird ausschließlich privat organisiert

Intellektuell-kosmopolitisches Milieu

11 % bundesweit
15 % NRW

***Aufgeklärtes, nach Selbstverwirklichung strebendes Bildungsmilieu;
weltoffen - tolerante Grundhaltung und vielfältige intellektuelle Interessen***

- Bildung, Wissen, Kultur
- Internationalität, Weltoffenheit
- Entfaltung der Persönlichkeit, Kreativität
- Emanzipation, Aufklärung
- Toleranz, Friedlichkeit, Solidarität
- Chancengleichheit, Gerechtigkeit, soziale Verantwortung
- Intakte Umwelt
- Multi-kulturelle Kommunikation, Vielfalt
- Leistung, Flexibilität
- Selbstbewusstsein, Erfolgsoptimismus

Intellektuell-kosmopolitisches Milieu - Soziodemografisches Profil

| | |
|------------------------------|--|
| Lebenssituation | <ul style="list-style-type: none">• Jüngere und mittlere Altersgruppen zwischen 20 und 50 Jahren; Frauen sind deutlich überrepräsentiert: 60% (Gesamt: 49%)• Alleinlebende und Alleinerziehende sind überrepräsentiert; meist 1- bis 2-Personenhaushalte; in 31% der Haushalte leben Kinder unter 14 Jahren (Gesamt: 36%) |
| Bildung | <ul style="list-style-type: none">• Höchstes Bildungsniveau im Milieuvvergleich: überwiegend Abitur / Hochschulreife; 41% Akademiker (Gesamt: 14%)• 41% sind in Deutschland zur Schule gegangen (Gesamt: 32%) |
| Beruf | <ul style="list-style-type: none">• Überdurchschnittlicher Anteil Teilzeit Beschäftigter; 12% Studenten (Gesamt: 5%)• Selbstständige und insbesondere Freiberufler sind überrepräsentiert; ansonsten mittlere, qualifizierte und leitende Angestellte; 19% sind oder waren im öffentlichen Dienst in Deutschland beschäftigt (Gesamt: 9%) |
| Finanzielle Situation | <ul style="list-style-type: none">• Gehobenes Einkommensniveau: 33% haben ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen über 3.000 € (Gesamt: 20%); 79% bezeichnen ihre wirtschaftliche Situation als sehr gut oder eher gut (Gesamt: 65%)• 45% haben Wohneigentum (Gesamt: 27%) – überwiegend in Deutschland; unterdurchschnittliche Kreditnutzung |

Intellektuell-kosmopolitisches Milieu - Nutzung von Kunst & Kultur

Kulturelle Präferenzen

- **Vielfältige kulturelle Interessen** – alle Formen von Kunst und Kreativität sind interessant und machen Spaß: (zeitgenössische) Malerei, Literatur, Film, Tanz, Plastik, Kleinkunst, Foto- und Videokunst etc.
- **Viele Musikliebhaber und Kenner**, viele spielen selbst ein Instrument; breit gefächertes Musikgeschmack: klassische Musik (auch moderne E-Musik), Weltmusik, Jazz, ethnische Musik (z.B. orientalisches, ostasiatisches)
- **Kunst und Kultur spielt im Alltagsleben wie im Selbstverständnis eine herausragende Rolle**; viele sind selbst Künstler (Autoren, Schauspieler, bildende Künstler, Musiker) oder betreiben ernsthaft künstlerische Hobbys; Kunst und Kultur haben, neben sozialen Aktivitäten, Konsumpriorität

Intellektuell-kosmopolitisches Milieu - Nutzung von Kunst & Kultur

Kulturnutzung

- **Kulturelle Angebote werden oft und gerne genutzt:** Ausstellungen, Museen, Vernissagen, Autorenlesungen, Oper, Ballett, Programmkinos, Bibliotheken
- **Oft (ehrenamtliche) Tätigkeit als Kulturagenten**, sie engagieren sich aktiv in Kulturvereinen und organisieren kulturelle Events mit in- und ausländischen Künstlern; dabei übernehmen sie bewusst eine vermittelnde Rolle zwischen den Kulturen und sind offen für kulturellen Austausch (in alle ethnischen und künstlerischen Richtungen)

Kulturelle Bildung

- **VHS, Bibliotheken, Kunst- und Musikschulen** etc. werden gerne genutzt
- **Plädoyer für mehr musische Bildung in den Schulen** zur Förderung der allseitigen Persönlichkeitsentwicklung sowie für mehr und anspruchsvollere Kulturangebote speziell für Migranten

Entwurzeltes Milieu

9 % bundesweit
4 % NRW

***Sozial und kulturell entwurzeltes (traumatisiertes) Milieu – vorwiegend
Flüchtlinge - stark materialistisch geprägt und ohne Integrationsperspektive***

- Festes Einkommen, Unterkunft
- Gesundheit
- Geld, Reichtum, Luxus
- Geselligkeit, Spaß und Unterhaltung
- Traditionelle Familienwerte
- Heimat, Verwurzelung
- Macht, Stärke, Ehre
- Ansehen, Prestige
- Problemfreiheit, Stressfreiheit, Freizeit
- Konsumwerte

Entwurzeltes Milieu - Soziodemografisches Profil

| | |
|----------------------------------|--|
| Lebens- situation | <ul style="list-style-type: none">▪ Jüngere und mittlere Altersgruppen zwischen 20 und 50 Jahren; überdurchschnittlicher Männeranteil: 58% (Gesamt: 51%)▪ Überdurchschnittlicher Anteil allein Lebender; dennoch häufig Kinder unter 14 Jahren im Haushalt: 46% (Gesamt: 36%) |
| Bildung | <ul style="list-style-type: none">▪ Niedriges Bildungsniveau: Haupt- / Pflichtschule, oder gar kein Schulabschluss; 35% haben keine Berufsausbildung (Gesamt: 25%)▪ 75% sind nicht in Deutschland zur Schule gegangen (Gesamt: 68%) |
| Beruf | <ul style="list-style-type: none">▪ Höchster Anteil von Arbeitslosen im Milieuvergleich: 15% (Gesamt: 6%); überdurchschnittlich viele Teilzeitkräfte, Minijobber und geringfügig Beschäftigte▪ Un- und angelernte Arbeiter sowie einfache Angestellte sind überrepräsentiert |
| Finanzielle Situation | <ul style="list-style-type: none">▪ Niedrigstes Einkommensniveau im Milieuvergleich: 43% haben ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen unter 1.500 € (Gesamt: 27%); 60% schätzen ihre wirtschaftliche Situation als schlecht oder eher schlecht ein (Gesamt: 35%)▪ Kaum Immobilienbesitz: nur 18% haben Wohneigentum (Gesamt: 27%) – und wenn, dann überwiegend im Herkunftsland; 22% haben einen Anschaffungskredit laufen (Gesamt: 14%) |

Entwurzeltes Milieu - Nutzung von Kunst & Kultur

Kulturelle Präferenzen

- **Meist keinerlei Interesse am etablierten Kulturangebot**, insbesondere die Hochkultur ist eine fremde Welt, zu der man keinen Zugang hat (weder im Herkunfts- noch im Zuzugsland); viele waren noch nie in ihrem Leben im Theater oder im Museum und haben schon jahrelang kein Buch mehr in die Hand genommen
- **Großes Interesse an unterhaltenden Angeboten jeder Art aus dem Bereich der Populärkultur**

Kulturnutzung

- **Intensiver Fernsehkonsum** (Sport, Musik-Clips, Telenovelas, Soaps und Thriller), Beschäftigung mit Video- und anderen Bildschirmspielen, Nutzung von Musikmedien (Präferenz für Pop international, Mainstream, Charts)
- **Besuch von Sportveranstaltungen, Popkonzerten, Diskotheken und Kinos** – trotz notorisch knapper Finanzen
- **Kulturelle Zentren und Gemeinden der Herkunftsethnie sind wichtige Anlaufstationen** aufgrund von Sprachdefiziten und Orientierungsproblemen, wo man sich sicher und zugehörig fühlen kann; dort werden auch Veranstaltungen mit traditionellen Kulturangeboten (z.B. Folkloreabende) besucht, die man ansonsten meidet
- **Selten ernsthaftes Einlassen auf die „deutsche Kultur“** und Nutzung entsprechender Angebote bzw. Integrationshilfen; viele leben in dem Bewusstsein, nur vorübergehend in Deutschland zu sein

Hedonistisch-subkulturelles Milieu

15 % bundesweit
11 % NRW



Hedonistisch-subkulturelles Milieu

15 % bundesweit
11 % NRW

Die unangepasste 2. Generation mit defizitärer Identität und Perspektive, die Spaß haben will und sich den Erwartungen der Mehrheitsgesellschaft verweigert

- Fun & Action
- Stimulation, Thrill, Risiko
- Freizeit, "Feiern", Party
- Konsumwerte (Auto, Kleidung, Multimedia)
- Reichtum, Luxus
- Anerkennung, Erfolg, soziale Zugehörigkeit
- Gemeinschaft in Szenen und Gangs
- (z.T. ethnische Enklaven, z.T. multiethnisch)
- Westlicher Lifestyle *und* provozierende (z.T. gewaltbereite) Sub-/Gegenkultur
- Freiheit, Ungebundenheit
- Heimat, Identität, Sinn

Hedonistisch-subkulturelles Milieu - Soziodemografisches Profil

Lebens-situation

- Altersschwerpunkt unter 30 Jahren, 31% sind weniger als 20 Jahre alt (Gesamt: 10%); Männer sind leicht überrepräsentiert: 54% (Gesamt: 51%)
- 53% sind ledig (Gesamt: 30%), 37% leben noch bei den Eltern (Gesamt: 15%); 3- und mehr Personenhaushalte sind überrepräsentiert

Bildung

- Niedriges Formalbildungsniveau: ganz überwiegend Hauptschule bzw. Pflichtschule; Personen, die noch in Ausbildung sind, besuchen meist Haupt- oder Realschule
- 42% sind in Deutschland zur Schule gegangen (Gesamt: 32%)

Beruf

- Viele sind noch in der Ausbildung, 23% sind Schüler (Gesamt: 7%)
- Bei den Berufstätigen sind einfache Angestellte sowie un- und angelernte Arbeiter überrepräsentiert

Finanzielle Situation

- 30% haben (noch) kein eigenes Einkommen (Gesamt: 15%); die monatlichen Haushaltsnettoeinkommen sind leicht unterdurchschnittlich, Schwerpunkt: 2.000 € bis 2.500 €
- Überdurchschnittliche Kreditaufnahme (Anschaffungskredite)

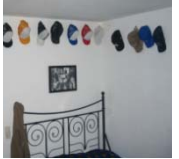
Hedonistisch-subkulturelles Milieu - Nutzung von Kunst & Kultur



Kulturelle Präferenzen

- **Hohes Interesse an Kultur und Kunst – soweit es sich dem Bildungsanspruch des etablierten Kulturbetriebs entzieht;** besonders attraktiv sind kreative Aktivitäten der Pop- und Jugendkultur (z.B. Gangsta-Rap, Graffiti, Breakdance, experimentelles Theater, House- und Hip Hop-Partys) wegen ihres subversiven Potentials und ihres hohen Spaßfaktors
- **Manche Milieuangehörige sind auch selbst schöpferisch tätig,** spielen in Bands, schreiben Rap-Texte (etwa in "Kanak-Sprak"), zeichnen und malen – um ihre Empfindungen, Stimmungen und Träume auszudrücken, und nicht zuletzt auch, um sich als Lebenswelt / Subkultur jenseits des Mainstream zu artikulieren und Gehör zu verschaffen

Hedonistisch-subkulturelles Milieu - Nutzung von Kunst & Kultur



Kulturnutzung

- **Vorwiegend allerdings passive, ausschließlich lust- und stimmungsabhängige Nutzung von Kultur- und Medienangeboten;** dabei stehen Abwechslung und Unterhaltung an erster Stelle – getrieben vom Bedürfnis nach Ablenkung, Stimulation, Trost oder Alltagsflucht
- **Insbesondere Musik- und Bildmedien (Fernsehen, Kino, DVD),** werden exzessiv genutzt, allerdings ohne Präferenzen (Tendenz zur Wahllosigkeit); auch bei Musik werden unterschiedlichste Stilrichtungen konsumiert (von Charthits bis heimatliche Folklore)
- **Oft eine Sehnsucht nach der (größtenteils verlorenen) Herkunftskultur;** Wunsch nach Teilnahme an den traditionellen Veranstaltungen als "Kontrastprogramm" zum sonstigen post-modernen Lebensstil; gelegentlicher Besuch heimatsprachlicher Literaturabende, Theateraufführungen und Gesangs- / Tanzveranstaltungen

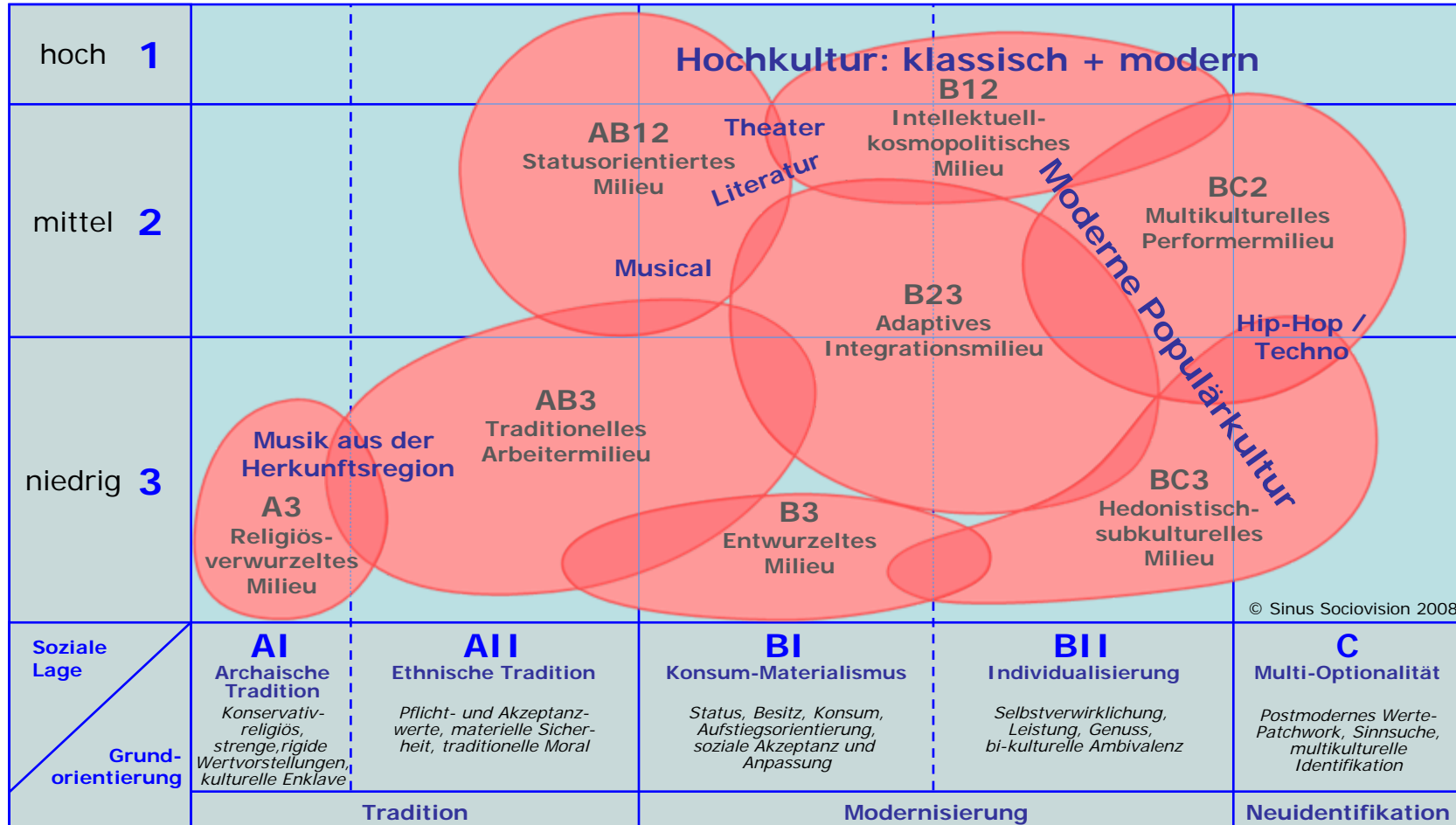
Motive für die Nutzung von Kunst- und Kulturangeboten

(Schwerpunkte in den Milieus)

| | | | | | |
|--------------------------|---|---|--|---|--|
| hoch 1 | | | Neues erfahren, lernen B12 Intellektuell-traditionelles Milieu | | |
| mittel 2 | | AB12 Staturorientiertes Milieu | Etwas Besonderes erleben | Etwas Aufregendes erleben | BC2 Multikulturelles Performermilieu |
| niedrig 3 | Etwas über die Kultur meines Herkunftslandes erfahren A3 Religiös-verwurzeltes Milieu | AB3 Traditionelles Arbeitermilieu | Abschalten, genießen | B23 Adaptives Integrationsmilieu | Nette Leute treffen |
| | | | Mich entspannen, erholen | B3 Entwurzeltes Milieu | BC3 Hedonistisch-subkulturelles Milieu |
| | | | Einfach Spaß haben | | |
| Soziale Lage | AI Archaische Tradition <i>Konservativ-religiös, strenge, rigide Wertvorstellungen, kulturelle Enklave</i> | AII Ethnische Tradition <i>Pflicht- und Akzeptanzwerte, materielle Sicherheit, traditionelle Moral</i> | BI Konsum-Materialismus <i>Status, Besitz, Konsum, Aufstiegsorientierung, soziale Akzeptanz und Anpassung</i> | BII Individualisierung <i>Selbstverwirklichung, Leistung, Genuss, bi-kulturelle Ambivalenz</i> | C Multi-Optionalität <i>Postmodernes Werte-Patchwork, Sinnsuche, multikulturelle Identifikation</i> |
| Grundorientierung | Tradition | | Modernisierung | | Neuidentifikation |

© Sinus Sociovision 2008

Nutzung von Kulturangeboten (Schwerpunkte in den Milieus)



Inhalt

Untersuchungsdesign

Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland und NRW“

Kunst und Kultur: Einstellungen, Präferenzen und Nutzung

Rahmenbedingungen für Kulturnutzung

Kulturelle Bildung

Kulturnutzung nach Milieus

Ausblick Interkultur-Forschung

Ausblick Interkultur-Forschung



Präsentationskonzept

Information und Technik
Nordrhein-Westfalen
Geschäftsbereich Statistik



Meral Cerci

Information und Technik
Nordrhein-Westfalen (IT.NRW)
- Geschäftsbereich Statistik -
Roßstraße 76
40476 Düsseldorf
Tel. 0211.9449-2891
meral.cerci@it.nrw.de



Klaus Gerhards

iD-Agentur-Ruhr
Zukunftszentrum Zollverein Triple Z
Katernberger Str.107
45327 Essen
Tel: 0201. 28 97 053
info@id-agentur-ruhr.de

„Lebenswelten und Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland“

Weitere Informationen zu interkultur.pro

Die Multimedia-Präsentation der Studie „ Lebenswelten und Milieus von Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland“ wurde im Auftrag von interkultur.pro erstellt.



Professionalisierung des interkulturellen
Kunst- und Kulturmanagements

Gabriela Schmitt
Geschäftsführung

Düsseldorfer Institut für Soziale Dialoge
Mintropstraße 20
40215 Düsseldorf
Tel. 0211-93800-22
Fax 0211-93800-29
e-mail: schmitt@interkulturpro.de

www.interkulturpro.de

Wir danken dem **Z**weiten **D**eutschen **F**ernsehen für seine Unterstützung.