

# Untersuchung der Jugendkulturszene in Salzgitter



Stadt Salzgitter  
Fachdienst Kultur  
Natalia Schmidt  
Wehrstraße 27  
38226 Salzgitter

20.01.2016

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. EINLEITUNG</b>	<b>1</b>
<b>2. METHODIK</b>	<b>2</b>
2.1. Vorbereitung	2
2.2. Entwicklung des Fragebogens	2
2.3. Erzeugung der Stichprobe für die schriftliche Befragung	3
2.4. Durchführung	4
2.4.1. Schriftliche Befragung	4
2.4.2. Elektronische Befragung	5
2.5. Dateneingabe und Auswertung	6
<b>3. DARSTELLUNG UND INTERPRETATION DER ERGEBNISSE</b>	<b>6</b>
3.1. Persönliche Angaben	6
3.1.1. Altersstruktur	6
3.1.2. Geschlecht	7
3.1.3. Status	8
3.1.4. Muttersprache	9
3.1.5. Geburtsort	9
3.1.6. Wohnort	10
3.2. Fragen zum kulturellen Angebot und Freizeitverhalten	11
3.2.1. Bekanntheit	12
3.2.2. Effizienteste Werbeplattformen	13
3.2.3. Zufriedenheit	14
3.2.4. Wahrnehmung	14
3.2.5. Gründe für Desinteresse	15
3.2.6. Interesse an Kultur	16
3.2.7. Musikalische Aktivitäten	18
3.2.8. Vereinsaktivitäten	18
3.2.9. Freizeitverhalten	19
3.2.10. Messung des Wohlfühlgefühls	22
3.2.11. Nutzung und Wichtigkeit der Medien	23
3.2.12. Mängel in Salzburg	25
3.3. Jugendkulturszene	26
3.3.1. Musikgeschmack	27
3.3.2. Kleidungsstil	28
3.3.3. Werte und Normen	31
3.3.4. Zugehörigkeit Jugendkulturszene	32
3.3.5. Anregungen der Teilnehmer	35
<b>4. FAZIT</b>	<b>36</b>
<b>5. ANHANG</b>	<b>38</b>

## 1. Einleitung

Im Rahmen eines Projekts des Fachdienstes Kultur fand in der Zeit vom 01.10.2015 bis zum 31.12.2015 eine Untersuchung der Jugendkulturszene in Salzgitter statt. Die Zielgruppe waren hierbei die 14 bis 21-Jährigen. Jüngere und ältere Teilnehmer wurden bei der Studie jedoch nicht ausgeschlossen. Zentrale Ziele dieser Arbeit waren die Wahrnehmung und Zufriedenheit des aktuellen kulturellen Angebots der Stadt zu analysieren, Gründe für mögliches Desinteresse zu untersuchen und vor allem die Interessen, Wünsche und Bedürfnisse der Jugendlichen zu erkennen. Anhand einiger Fragen wurde versucht, einen Trend zu bestimmten Jugendkulturszenen zu erkennen. Auf Basis der Ergebnisse sollen realisierbare Handlungs- und Verbesserungsmöglichkeiten abgeleitet werden, um das derzeitige Angebot zu fördern und ggf. zu optimieren. Die Datenerhebung fand durch eine sowohl schriftliche Befragung an ausgewählten Schulen als auch durch eine parallele Onlinebefragung in der Zeit vom 02.11.2015 bis zum 14.12.2015 statt. Dabei wurden keine personenbezogenen Daten erhoben. Der Großteil der Ergebnisse wurde durch das schriftliche Verfahren gewonnen. Sowohl die Dateneingabe als auch die Datenauswertung erfolgte durch Microsoft Excel.

Dabei konnten von insgesamt 756 eingegangenen Fragebögen 745 ausgewertet werden. Dies entspricht 8,33% der derzeit in Salzgitter lebenden Jugendlichen im Alter zwischen 14 und 21 Jahren (8.943 Einwohner – Stand: 31.12.2015).

Durch drei Frageblöcke und insgesamt 27 Fragen wurden sowohl persönliche Angaben als auch das kulturelle Interesse und der Trend zu bestimmten Jugendkulturszenen erfragt. Der Bericht dieser Untersuchung wird in den Kulturentwicklungsplan der Stadt Salzgitter integriert.

Aufgrund der Strukturmerkmale in der Zufallsstichprobe als auch der Anzahl der erreichten Teilnehmer darf hierbei von repräsentativen Ergebnissen gesprochen werden.

Im Folgenden werden die genaue Vorgehensweise, Absichten als auch die zentralen Ergebnisse dieses Projekts vorgestellt.

## **2. Methodik**

Unter dem folgenden Abschnitt wird die Vorbereitung, die Entwicklung des Befragungsinstruments als auch die Erzeugung der Stichprobe genauestens erläutert.

### **2.1. Vorbereitung**

Der erste Arbeitsschritt bestand darin, ein Netzwerk von Beteiligten zu schaffen, die aus diesem Projekt ebenfalls positive Effekte ziehen und bei der Umsetzung der Ziele unterstützend wirken könnten. Dazu gehören sowohl andere Fachdienste der Stadt als auch externe Einrichtungen, die sich Jugendlichen widmen. Hierfür wurden Gespräche mit verschiedenen Organisatoren geführt. Im zweiten und wesentlich intensiveren Schritt sollte eine Befragung der Jugendlichen stattfinden, um sie im Vorhaben zentral einbinden zu können und ihre Interessen zu analysieren. Um in der vorgesehenen Zeit an qualitative und quantitative Ergebnisse zu gelangen, wurde eine sowohl schriftliche Befragung an durch ein Zufallsverfahren ausgewählten Schulen als auch eine parallele Onlinebefragung durchgeführt, um all jenen, die nicht in die Zufallsstichprobe der schriftlichen Befragung eingeflossen sind, die Möglichkeit zu geben, sich an der Befragung zu beteiligen.

### **2.2. Entwicklung des Fragebogens**

Bei der Entwicklung des Fragebogens war darauf zu achten, dass die Fragen möglichst einfach und geschlossen formuliert werden, um das Desinteresse der Teilnehmer und die Abbruchquote zu minimieren.

Die 27 Fragen waren in drei Frageblöcke unterteilt. Im ersten Frageblock ging es darum, persönliche Merkmale der Zielgruppe zu untersuchen. Hierbei wurden Alter, Geschlecht, Wohnort, der aktuelle Status als auch die Muttersprache erfragt, um Zusammenhänge zwischen Teilnehmern verschiedener Altersgruppen, Wohnorte und Herkunft erkennen zu können.

Im zweiten Frageblock wurden Bekanntheit, Zufriedenheit und die Wahrnehmung als auch Gründe für mögliches Desinteresse am derzeitigen kulturellen Angebot untersucht. Darüber hinaus wurden Fragen zum Freizeitverhalten gestellt, um

herauszufinden, wieviel Zeit sich die Zielgruppe kulturellen Angeboten widmet und wieviel dieser Zeit sie sich in Salzgitter und anderen Städten aufhält. Ebenso wurde die Wichtigkeit diverser Medien untersucht, um den effizientesten Werbekanal für die Zielgruppe feststellen zu können. In der abschließenden Frage dieses Frageblocks wurde danach gefragt, was aus Sicht der Zielgruppe am meisten in Salzgitter fehle.

Im dritten Frageblock wurde versucht, einen Trend zu bestimmten Jugendkulturszenen zu erkennen. Dabei wurden der Musikgeschmack, der Kleidungsstil als auch die Wichtigkeit diverser Werte innerhalb eine Gruppe erfragt, weil sich viele Szenen eben über diese Faktoren definieren. Letztlich wurde explizit nach der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Jugendkultur-/Subkulturszene gefragt.

Bei Frage 27 und somit der letzten Frage des Fragebogens hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, frei und offen ihr Anliegen, Anregungen und Wünsche zu äußern.

### **2.3. Erzeugung der Stichprobe für die schriftliche Befragung**

Ziel bei der Erzeugung der Stichprobe war es, jeden Stadtteil, jede Schulform und jede Klassenstufe, die die gewünschte Altersgruppe abdeckt, in die Stichprobe einfließen zu lassen. Vorab wurde festgelegt, dass zum Ende des Zufallsverfahrens zwei Gymnasien, zwei Realschulen, zwei Hauptschulen, die integrierte Gesamtschule Salzgitter, eine Förderschule und eine berufsbildende Schule abgedeckt werden sollten. Sowohl die integrierte Gesamtschule als auch die Realschule in Gebhardshagen wurden von vorne rein in die Stichprobe integriert, da sowohl nur eine Schule im Stadtteil Gebhardshagen als auch nur eine integrierte Gesamtschule in Salzgitter vorhanden ist.

Durch das Lotterieverfahren wurde im ersten Schritt jeweils ein Los pro Stadtteil, in dem eine Schule betrieben wird, gezogen. Im zweiten Schritt wurde ein Los nach der Schulform gezogen. Wenn das vorab gesetzte Ziel bereits im ersten Zug erreicht wurde (wenn beispielsweise eine Förderschule bereits eingeflossen ist), wurden die anderen Förderschulen der Stadt hierfür nicht mehr in Betracht gezogen und selektiert. Die restlichen Einrichtungen wurden für den

Differenzausgleich weiterhin berücksichtigt. Nach diesem Prinzip wurde solange gelöst, bis alle Stadtteile und Schulformen abgedeckt waren.

Im dritten Schritt wurden den ausgewählten Schulen die Klassenstufen 8 bis 10 bzw. 8 bis 12 zugeteilt. Dies wurde ebenfalls durch ein Los entschieden.

Resultat der Stichprobe:

- Förderschule am Steinberg (SZ-Bad), Klassen 8 und 9
- IGS (SZ-Lebenstedt), Klasse 10
- Hauptschule an der Klunkau (SZ-Lebenstedt), Klassen 8 und 10
- Hauptschule SZ-Thiede, Klasse 9
- Realschule Gebhardshagen, Klassen 9 und 10
- Emil-Langen-Realschule (SZ-Lebenstedt), Klasse 8
- Gymnasium SZ-Bad, Klassen 10, 11 und 12
- Kranich-Gymnasium (SZ-Lebenstedt), Klassen 8, 9 und 10
- Berufsbildende Schulen Fredenberg: Fachoberschule (Fachrichtung Technik, Gestaltung), Berufsfachschule (Berufsfelder Altenpflege, Hauswirtschaft und Pflege)

Bei der Förderschule wurden aufgrund der geringen Schülerzahl alle Schüler aus den Klassen acht und neun integriert. Bei der BBS Fredenberg hingegen wurden aufgrund der großen Anzahl der Schüler nochmals separat zwei von sechs Bildungsgängen und davon jeweils zwei Fachrichtungen gelöst.

## **2.4. Durchführung**

Die Befragung fand vom 02.11. bis zum 14.12.2015 statt. Die Rücklaufquote lag hierbei bei insgesamt 756 Bögen.

### **2.4.1. Schriftliche Befragung**

Die schriftliche Befragung fand in der Zeit vom 02.11. bis zum 23.11.2015 statt. Von den neun hierfür ausgewählten Schulen kooperierten insgesamt sechs:

- Hauptschule an der Klunkau (Klassen 8 und 10)
- Förderschule am Steinberg (Klassen 8 und 9)
- Gymnasium Salzgitter Bad (Klasse 11)

- BBS Fredenberg: Fachoberschule (Fachrichtung Technik, Gestaltung), Berufsfachschule (Berufsfelder Altenpflege, Hauswirtschaft und Pflege)
- Emil-Langen-Realschule (Klasse 8)
- Integrierte Gesamtschule Salzgitter (Klassen 9 und 10)

An fünf von sechs Schulen war der Interviewer stets persönlich vor Ort, um bei Fragen direkt reagieren zu können. Aufgrund der zeitlichen Gegebenheiten wurde die Befragung an der BBS Fredenberg durch die dort zuständigen Lehrkräfte durchgeführt. Bei der Kooperation mit den Bildungsstätten konnten insgesamt 621 ausgefüllte Fragebögen gewonnen werden. Der Großteil der Schüler zeigte sich hierbei sehr engagiert. Teilweise entwickelten sich sogar Diskussionen zum Thema.

#### 2.4.2. Elektronische Befragung

Die Onlineumfrage begann am 20.11.2015 und endete am 14.12.2015. Geworben wurde hierfür auf folgenden Plattformen:

- Homepage der Stadt Salzgitter
- Social Media (Öffentliche Facebook-Profil „Salzgitter Infos“, Bund der Alevitischen Jugendlichen)
- Printmedien (Hallo Wochenende)
- Weiterleitung des Links an den 12. Jahrgang des Gymnasiums Salzgitter Bad durch den Schulleiter
- Rundmail an die Mitglieder der Propstei Jugend Salzgitter durch die Propsteijugenddiakonin

Allein auf dem öffentlichen Facebook-Profil „Salzgitter Infos“ wurde der Beitrag innerhalb von knapp drei Wochen insgesamt 18.669 Mal gesehen. Der Rücklauf der Onlineumfrage lag lediglich bei 133 Formularen.

Sowohl bei der schriftlichen als auch bei der elektronischen Befragung wurden keine personenbezogenen Daten erhoben.

## **2.5. Dateneingabe und Auswertung**

Sowohl die Eingabe als auch die Auswertung der Daten erfolgte mit Hilfe von Microsoft Excel. Hierfür wurde vorab eine Datenmaske mit einer entsprechenden Kodierung entwickelt. Von 756 eingegangenen Fragebögen waren 745 verwertbar. Bei Fragen für die mehr Antworten gegeben wurden als vorgesehen, wurde wenn möglich der Mittelwert eingetragen. Ansonsten wurde die Antwort als ungültig gewertet.

## **3. Darstellung und Interpretation der Ergebnisse**

Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt sowohl in absoluten als auch in prozentualen Werten. Unterstützt wird dies durch grafische Abbildungen.

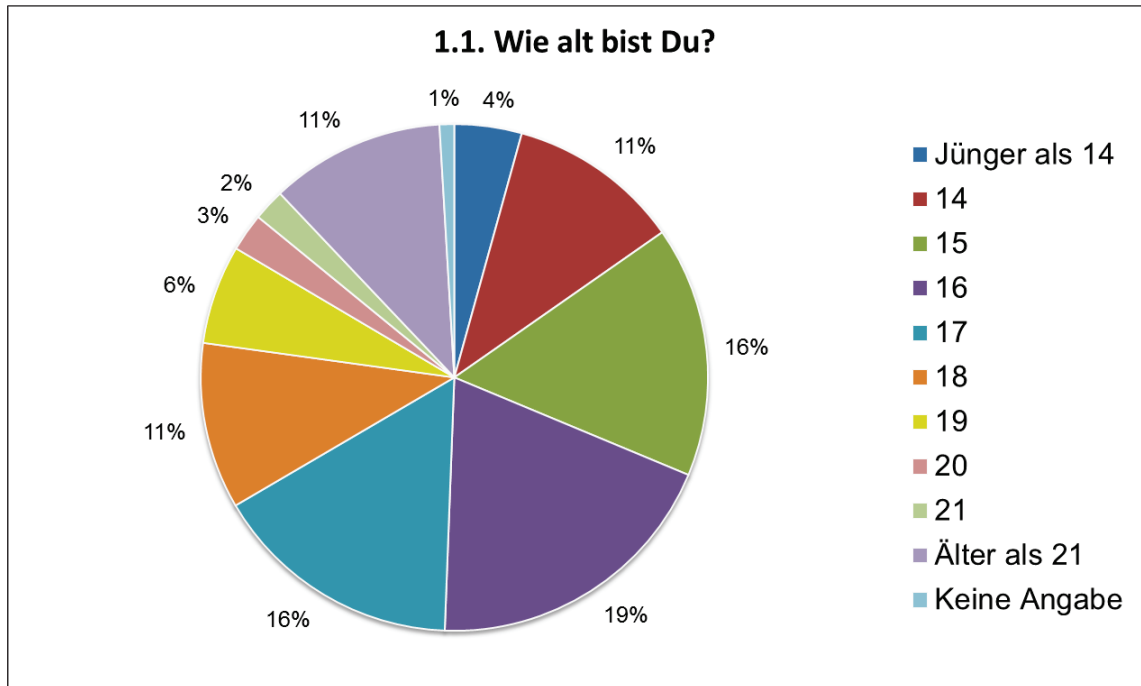
### **3.1. Persönliche Angaben**

Im ersten Frageblock wurden persönliche Angaben der Teilnehmer erfragt. Ziel war es anhand der hier gegebenen Antworten Zusammenhänge zwischen Teilnehmern verschiedener Altersgruppen, Wohnorte und Herkunft zu erkennen.

#### **3.1.1. Altersstruktur**

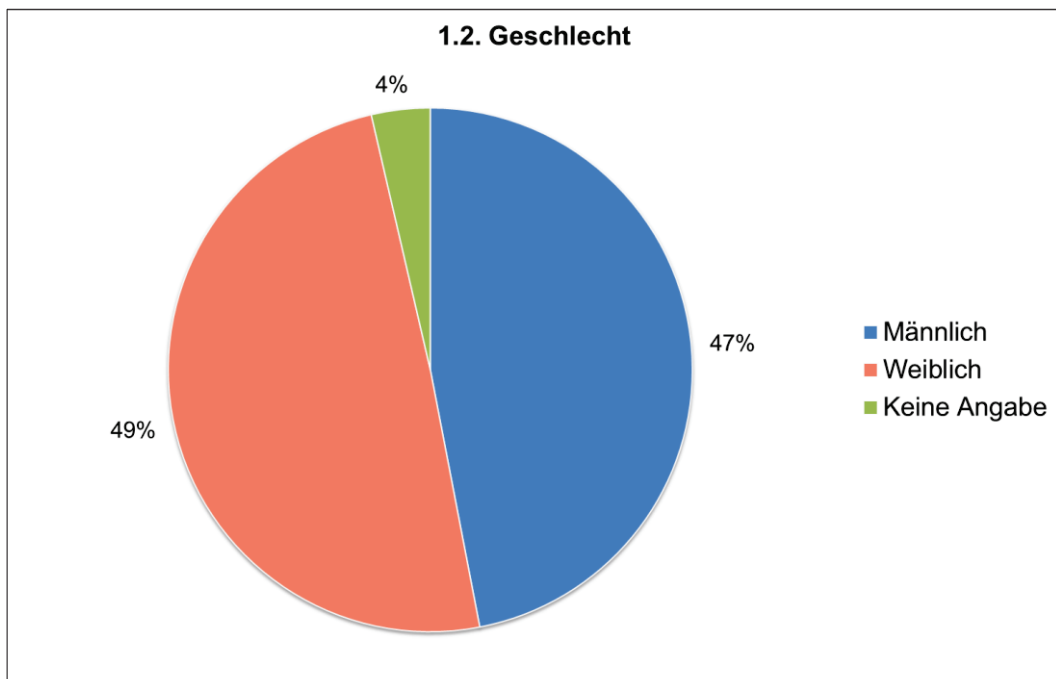
89% der Teilnehmer aus der schriftlichen Befragung waren im Durchschnitt 16 Jahre, was auf die Kooperation mit den Bildungseinrichtungen zurückzuführen ist. 4% waren jünger als 14 und etwa 3% älter als 21 Jahre. Das Durchschnittsalter der Teilnehmer aus der Onlineumfrage lag bei 18 Jahren (57%). 43% waren älter als 21. Insgesamt waren die Teilnehmer durchschnittlich 16 Jahre alt (84%). 15% waren jünger als 14 oder älter als 21 Jahre. Sieben Personen gaben kein Alter an.





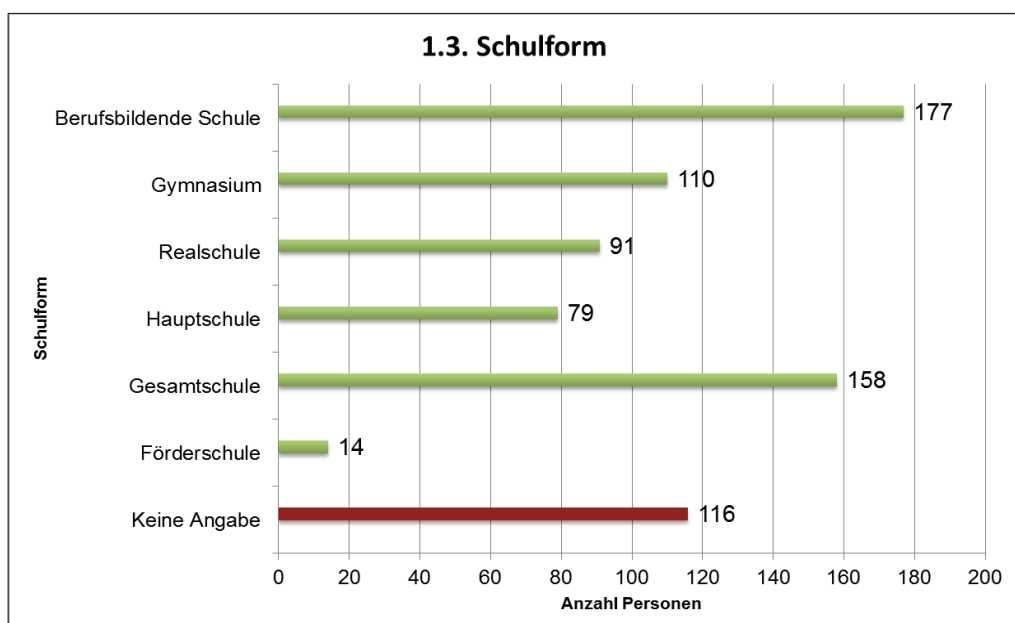
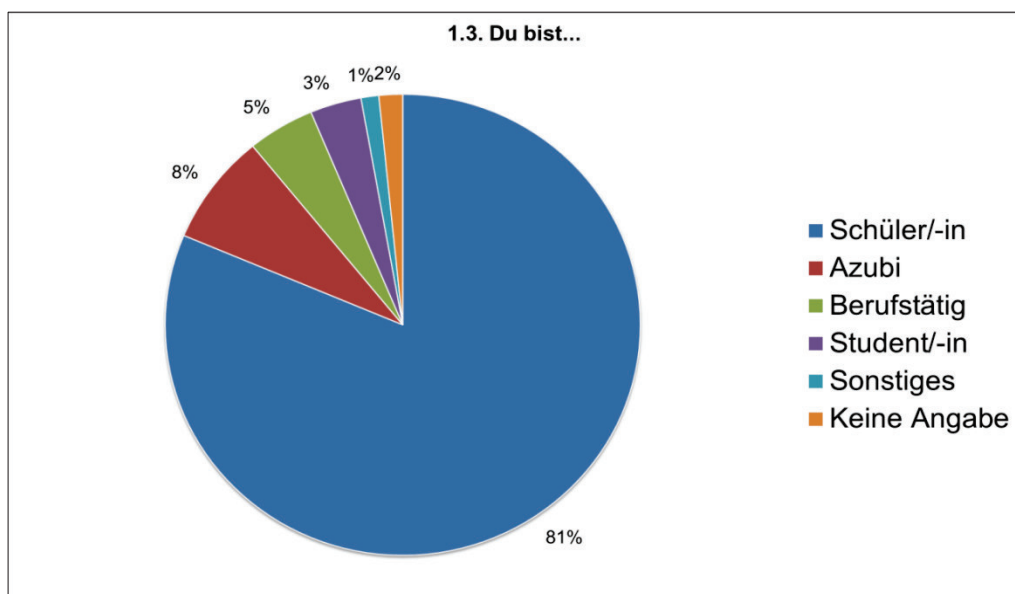
### 3.1.2. Geschlecht

Der Anteil der männlichen und weiblichen Befragten war im schriftlichen Verfahren relativ gleich verteilt. Bei der Onlinebefragung überstieg die Anzahl der weiblichen Beteiligten die der männlichen um 16%. Im Gesamtergebnis unterschied sich die Teilnahme beider Geschlechter lediglich um 2%. 27 Personen haben sich der Frage zum Geschlecht enthalten.



### 3.1.3. Status

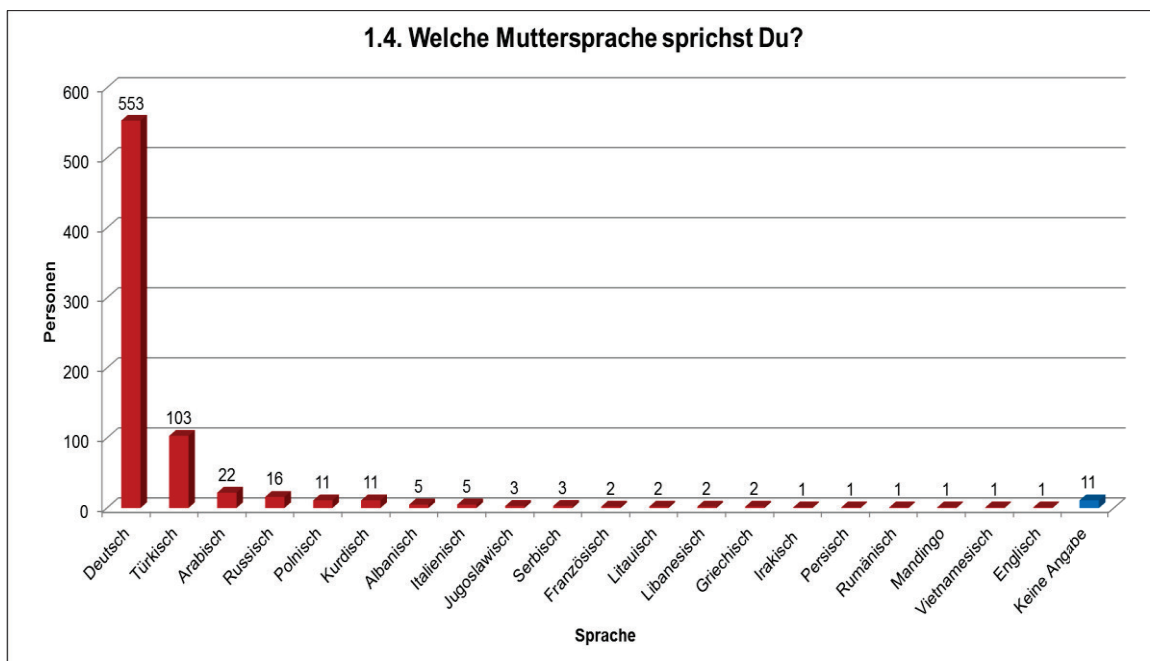
Der mit Abstand größte Anteil der Befragten sind Schüler. Hiervon besuchen 177 Personen eine berufsbildende Schule, 158 eine Gesamtschule, 110 besuchen das Gymnasium, 91 die Realschule, 79 die Hauptschule und 14 Personen besuchen die Förderschule. Auch dies ist auf die Kooperation mit den Schulen in Salzgitter zurückzuführen. 16% der Teilnehmer befinden sich in der Lehre, studieren oder sind berufstätig. Die Antwortmöglichkeit „Sonstiges“ wurde nachträglich im Onlineformular ergänzt, um beispielsweise auch nichterwerbstätigen Teilnehmern eine Antwortmöglichkeit zu bieten. Mit nur 1% stellt dieser Status den geringsten Anteil dar. 116 Schüler gaben keine Schulform und zwölf Personen keinen Status an.



### 3.1.4. Muttersprache

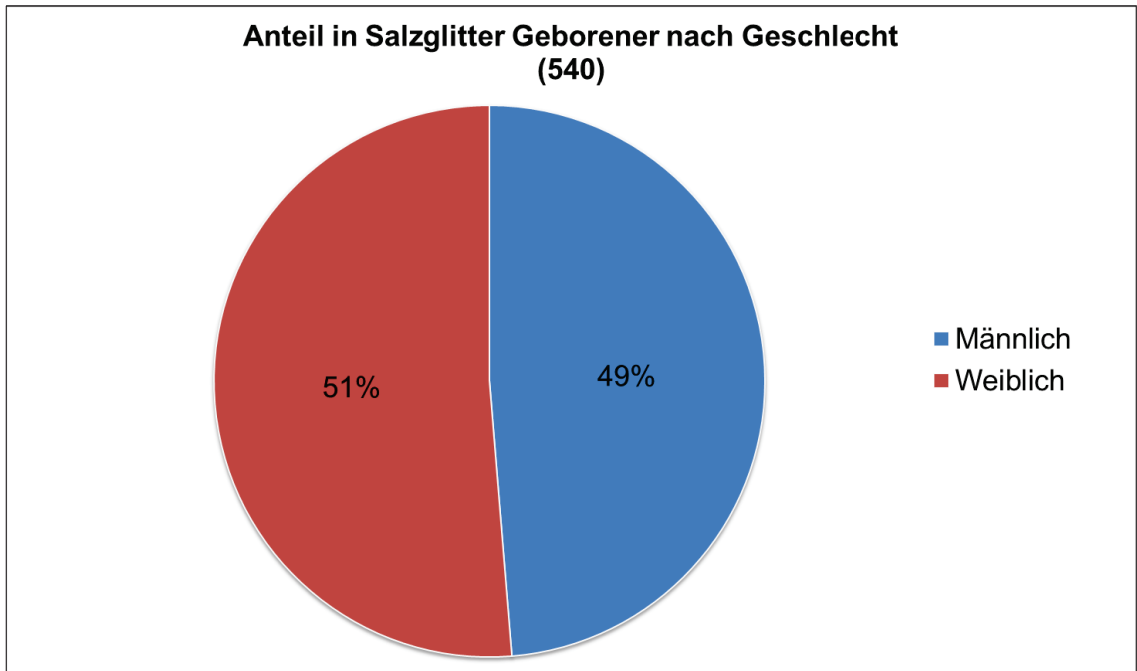
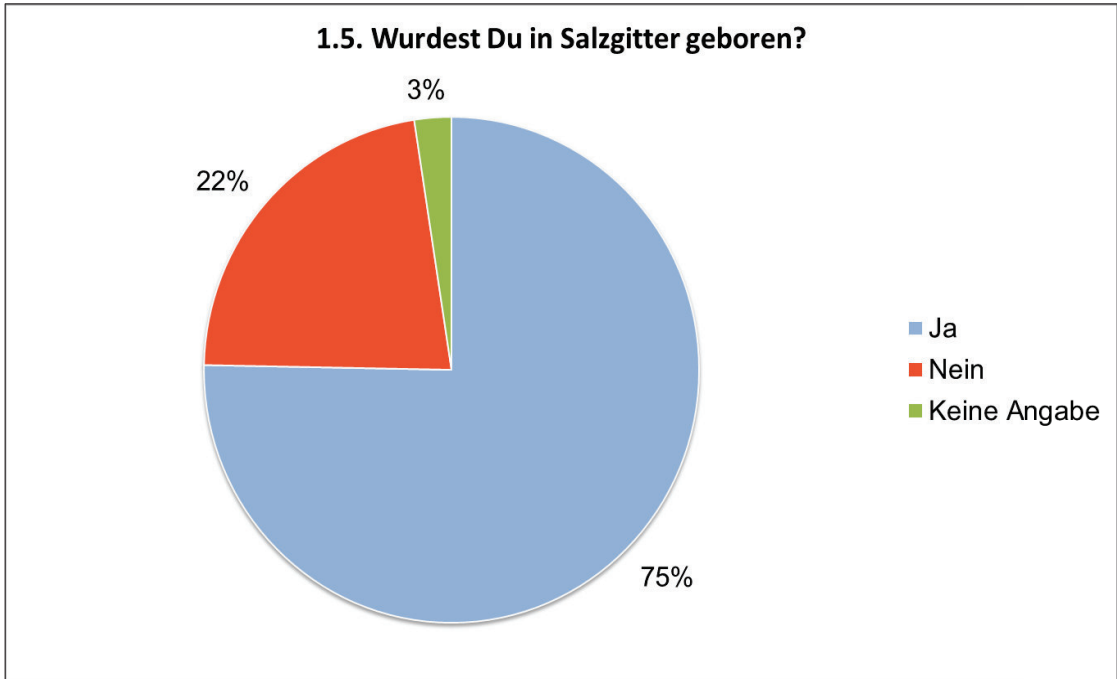
Das Ziel der Frage zur Muttersprache war es, einen Migrationshintergrund bei den Teilnehmern festzustellen. 74% sind mit der deutschen und 14% mit der türkischen Sprache aufgewachsen. Die restlichen 12% sprechen andere europäische als auch afrikanische und asiatische Sprachen. Etwa 2% haben keine Muttersprache angegeben.

Die Anzahl der angegebenen Antworten beträgt mehr als 100%, da einige der Beteiligten zweitsprachig aufwuchsen.



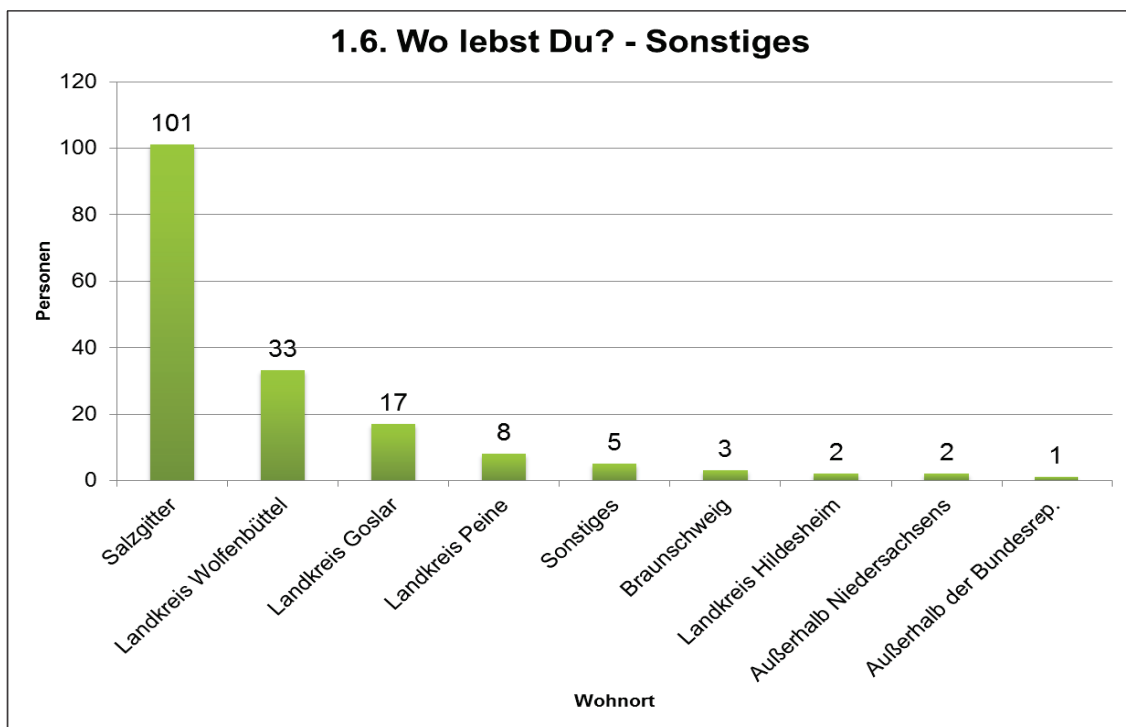
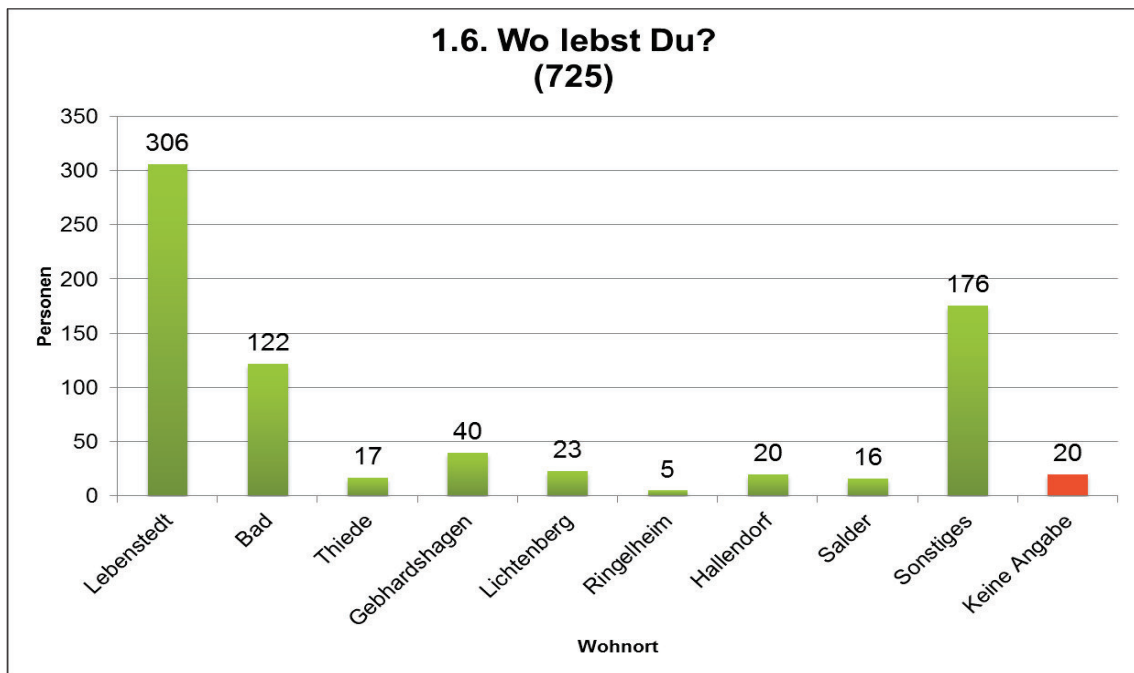
### 3.1.5. Geburtsort

75% der befragten Personen sind in Salzgitter geboren. Der Anteil der weiblichen und männlichen Teilnehmer ist auch hier mit 51% und 49% gleichmäßig verteilt.



### 3.1.6. Wohnort

654 der 745 befragten Personen leben in Salzgitter, der Großteil davon in den Stadtteilen Lebenstedt und Bad. Die restlichen Teilnehmer gaben ihren Wohnort in den benachbarten Landkreisen an, zwei davon außerhalb Niedersachsens und eine Personen sogar außerhalb der Bundesrepublik Deutschland. Auffällig bei dieser Frage war, dass 28 der befragten Personen Fredenberg als eigenständigen Stadtteil ansehen.

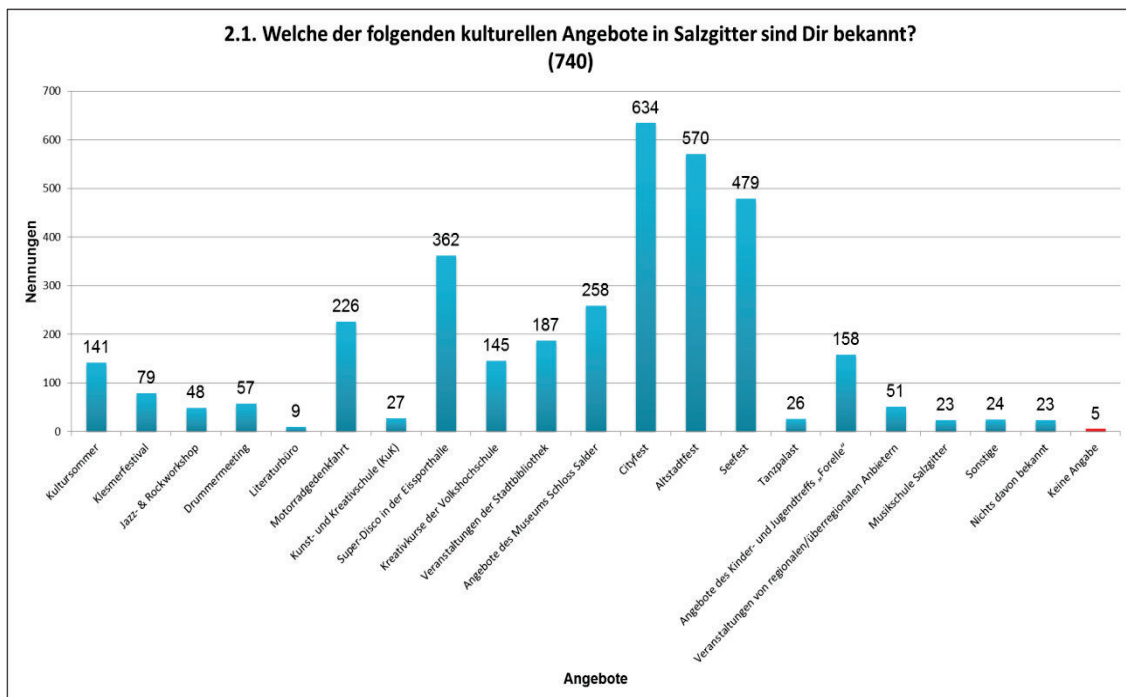


## 3.2. Fragen zum kulturellen Angebot und Freizeitverhalten

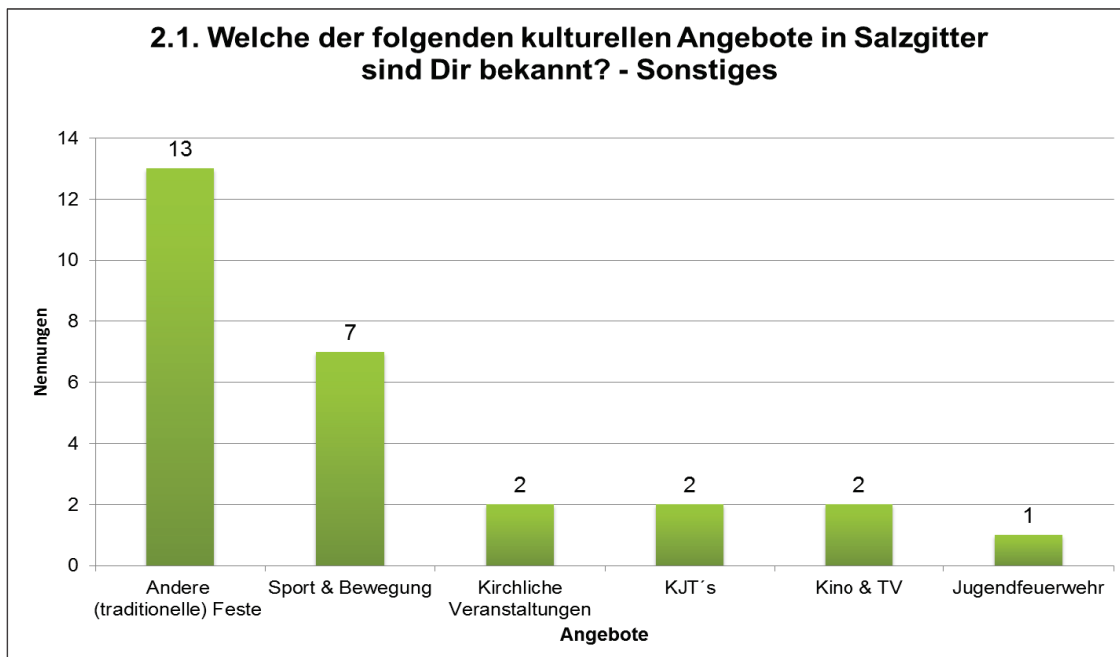
Im zweiten Frageblock wurden Fragen zur Bekanntheit, Wahrnehmung und Zufriedenheit der kulturellen Angebote in Salzgitter sowie Fragen zum Freizeitverhalten gestellt. Darüber hinaus wurde die Wichtigkeit von diversen Werbekanälen gemessen und das Interesse an verschiedenen Kultursparten ermittelt.

### 3.2.1. Bekanntheit

Am bekanntesten der 19 genannten kulturellen Angebote der Stadt ist mit 634 Angaben das durch den CityLebenstedt e.V. organisierte Cityfest in Lebenstedt, gefolgt von dem seit 40 Jahren bestehenden Altstadtfest in Salzgitter-Bad und dem Seefest. Auf Platz vier und fünf liegt die Super-Disco in der Eissporthalle und das Angebot des Museums Schloss Salder. Das am wenigsten bekannte Angebot ist das von nur neun Personen genannte Literaturbüro des Fachdienstes Kultur. 23 Personen war keines dieser Angebote bekannt. Lediglich fünf Personen haben auf diese Frage gar keine Antwort gegeben. Anzumerken ist, dass die Antwortmöglichkeit „Musikschule Salzgitter“ nachträglich im Onlineformular ergänzt wurde.

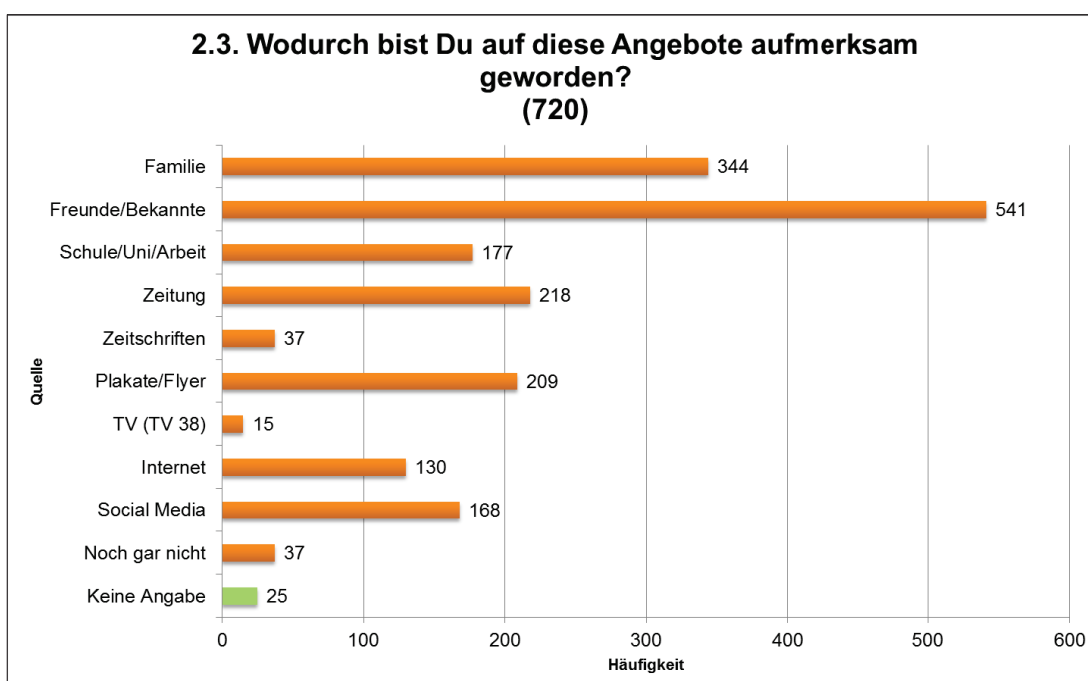


In der offenen Antwortmöglichkeit wurden am häufigsten diverse Schützenfeste, Osterfeste als auch das Lichterfest in Salzgitter-Bad genannt. In die Kategorie Sport & Bewegung fließen beispielsweise Angebote der Eissporthalle und das Drachenbootrennen am Salzgittersee ein.



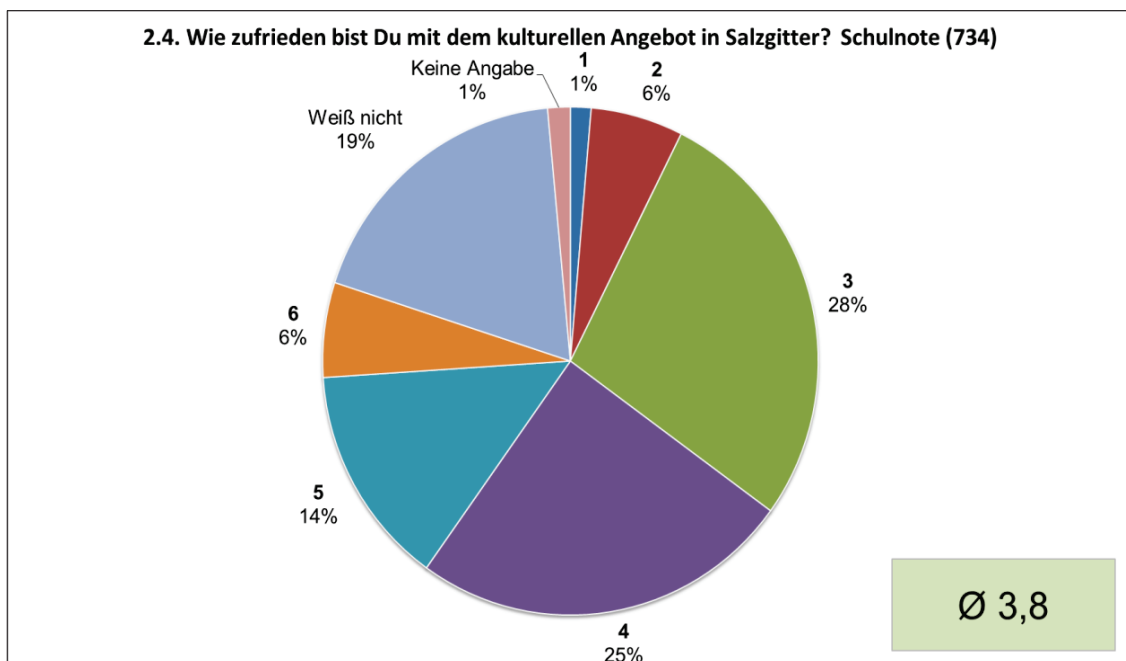
### 3.2.2. Effizienteste Werbeplattformen

Der Großteil der Befragten kennt das Angebot durch Mundpropaganda. Auch sind viele durch Printmedien wie der Zeitung sowie Flyer und Plakate darauf aufmerksam geworden. Die Werbung über das Internet, insbesondere über Social Media, erreichte insgesamt 298 Teilnehmer. Die Bekanntmachung über Zeitschriften und den regionalen TV-Sender erreichte lediglich 52 Personen. 37 gaben an, die Angebote noch gar nicht zu kennen. Hiervon leben 27 Personen in Salzgitter und zehn außerhalb Salzgitters.



### 3.2.3. Zufriedenheit

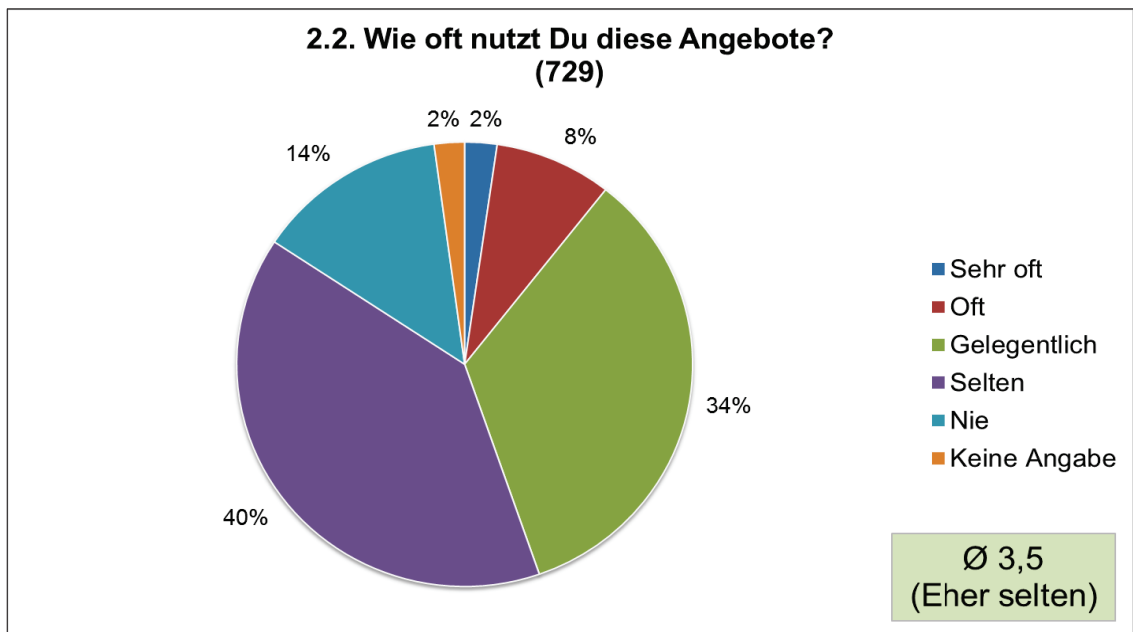
Zu der Zufriedenheit des Angebots der Stadt äußerten sich 734 von 745 Personen. Davon vergaben 7% die Note 1 und 2. 28% benoteten das Angebot mit befriedigend, 25% mit ausreichend, 14% mit mangelhaft und 6% mit ungenügend. 19% der Teilnehmer haben sich neutral zu dieser Frage geäußert. Im Durchschnitt erhielt das kulturelle Angebot die Note 3,8. Anzumerken ist hierbei, dass acht Personen, die vorher angegeben haben das Angebot gar nicht zu kennen, die Note 5 und 6 vergaben.



### 3.2.4. Wahrnehmung

74% der Befragten gaben an, die kulturellen Angebote der Stadt gelegentlich bis selten zu nutzen. Knapp 5% davon wohnen nicht in Salzgitter. 14% (10,2% mit Wohnsitz in Salzgitter) nutzen diese Angebote gar nicht und nur 10% oft bis sehr oft. 16 Personen enthielten sich dieser Frage.

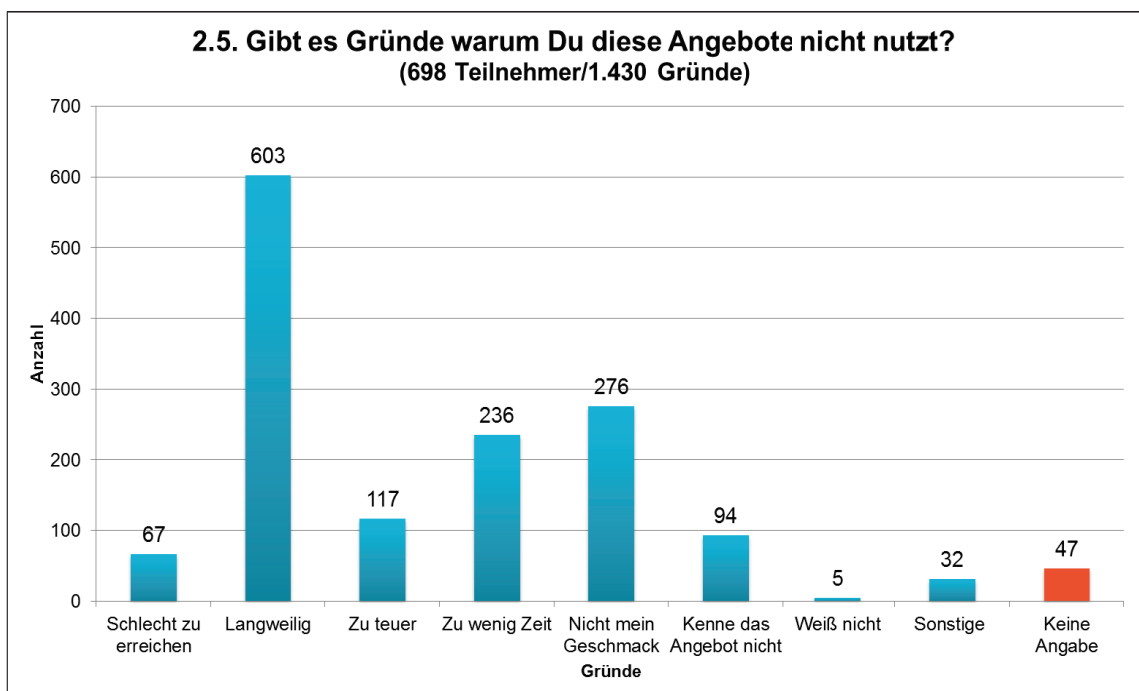




#### 3.2.5. Gründe für Desinteresse

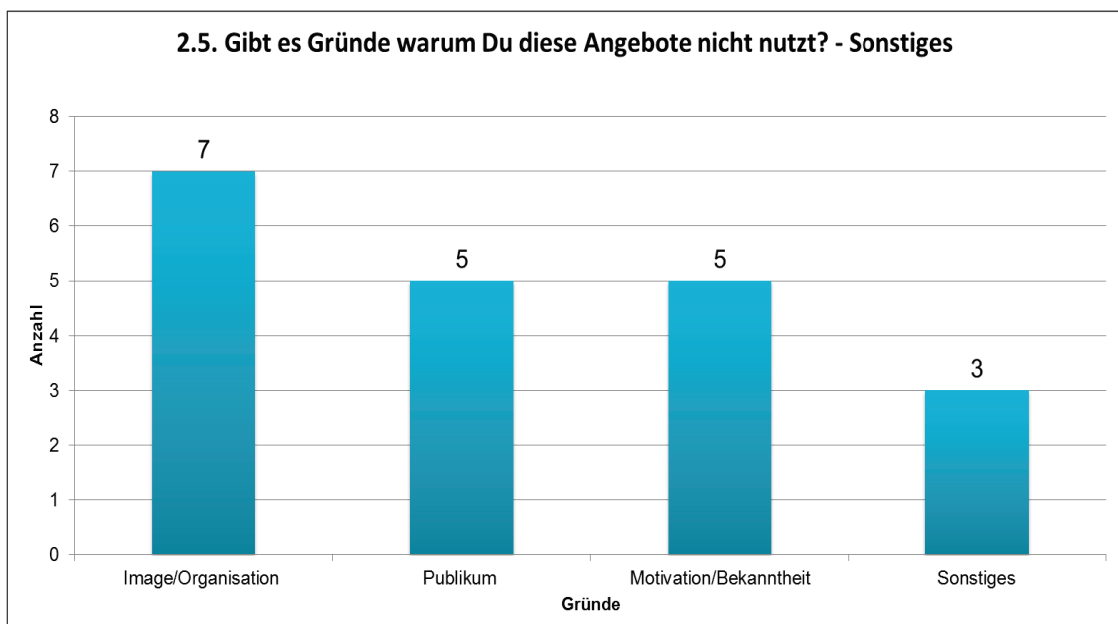
Auf die Frage zur Nichtnutzung der Angebote haben 698 Teilnehmer (knapp 94%) insgesamt 1.430 Gründe angegeben.

Mit einem Anteil von 42% ist „Langweilig“ der am häufigsten genannte Grund für die geringe Wahrnehmung. Zu etwa 40% entspricht das Programm nicht den Vorstellungen der Teilnehmer und ca. 16% gaben ihre zeitlichen Gegebenheiten als Grund der Nichtnutzung an.



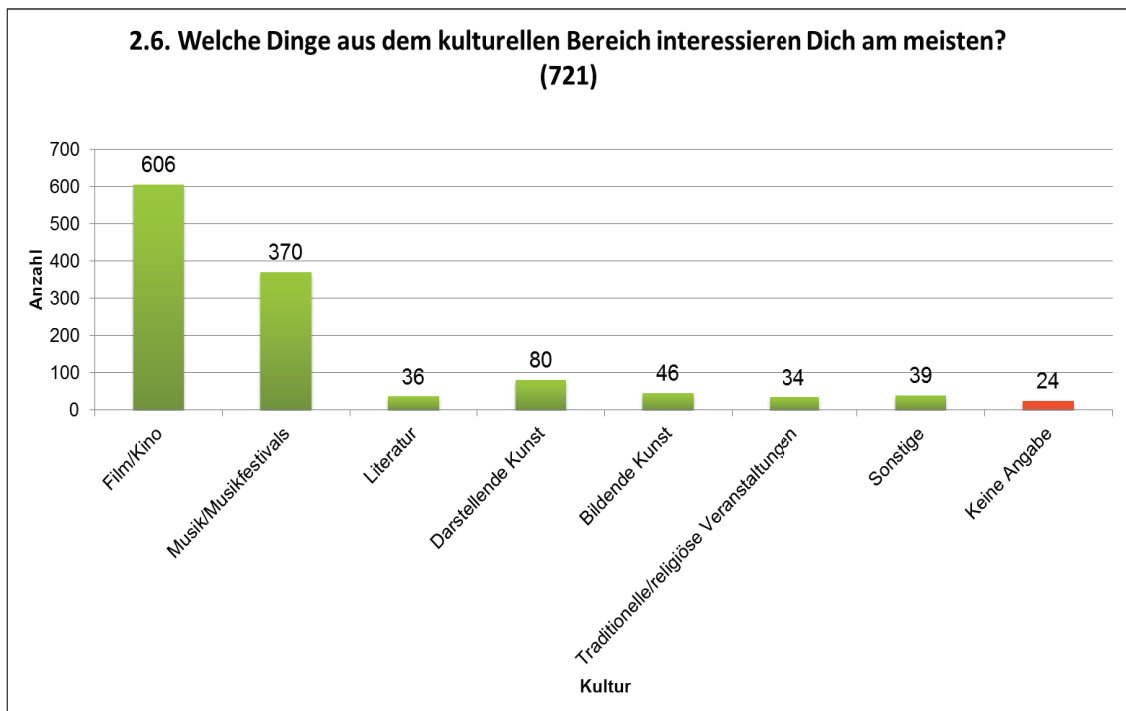
Als weitere Gründe wurden das Image und die Organisation der Veranstaltungen kritisiert. Beispielsweise wurde angegeben, dass das Angebot schlecht auf Jugendliche ausgerichtet ist oder das Programm nicht viel Abwechslung bietet. Auch wurde das zeitliche Fenster als Grund für die Nichtnutzung genannt. Mit jeweils fünf Nennungen wurden negative Äußerungen zum Publikum als auch die mangelnde Motivation die Veranstaltungen zu besuchen angegeben. Unter der Kategorie Sonstiges forderten zwei Teilnehmer den Kinder- und Jugendtreff „Forellenhof“ in Salzgitter Lebenstedt zurück.

Auch bei dieser Frage wurde die alternative Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“ nachträglich im Onlineformular eingetragen.



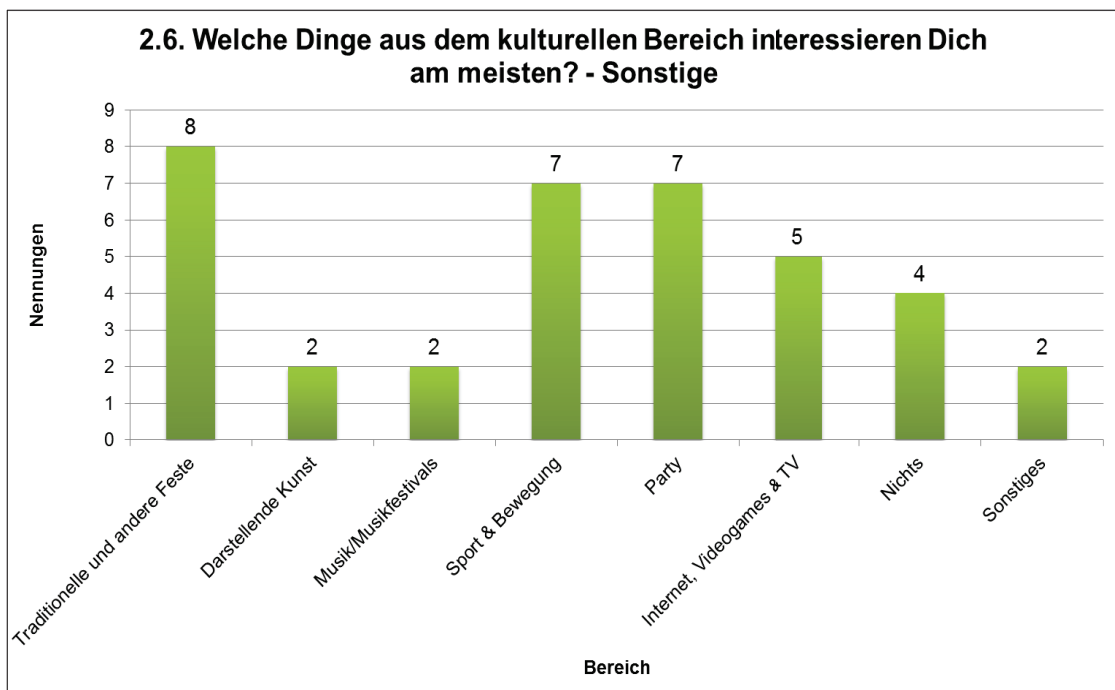
### 3.2.6. Interesse an Kultur

Mit absoluter Mehrheit und knapp 606 Angaben zeigte sich der Bereich Film und Kino als interessantestes kulturelles Segment. Mit knapp der Hälfte wurde der Bereich Musik und Musikfestivals angegeben. 80 Personen äußerten ihr Interesse an der darstellenden Kunst und 46 an bildender Kunst. Nur 36 Personen interessieren sich für Literatur. Als traditionelle bzw. religiöse Veranstaltungen wurden das Altstadtfest in Salzgitter-Bad, Weihnachtsmärkte als auch Veranstaltungen von Gotteshäusern angegeben.



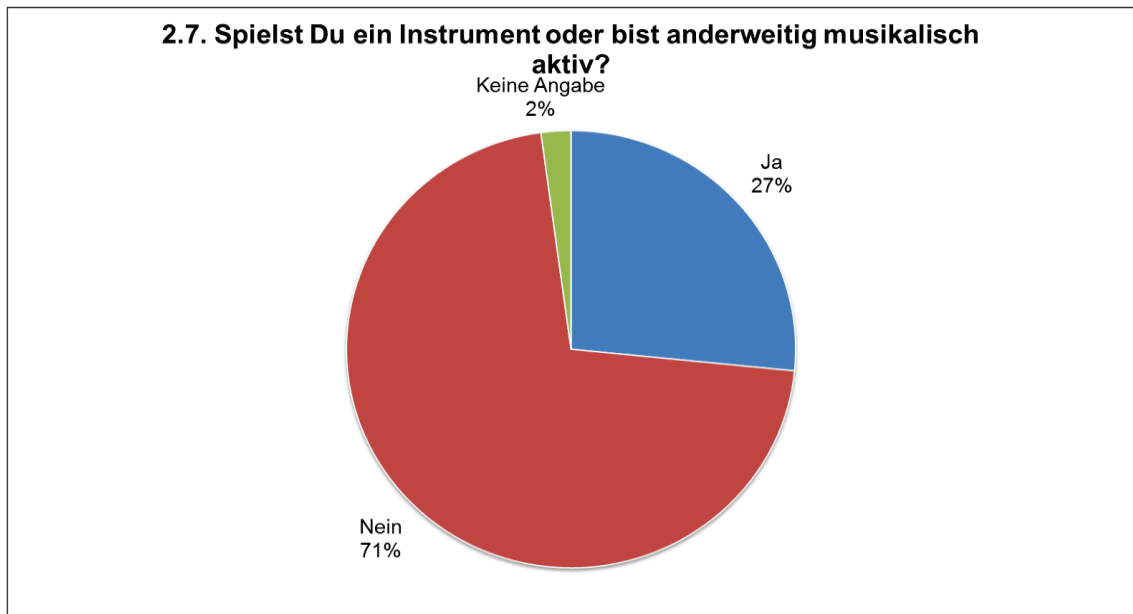
Der Kategorie Sonstige konnten sportliche Aktivitäten als auch Videogames und TV zugeordnet werden. Häufig wurden hier auch diverse Volks- und Kulturfeste der Stadt genannt.

24 Personen haben sich dieser Frage enthalten, was als generelles kulturelles Desinteresse gedeutet werden kann.



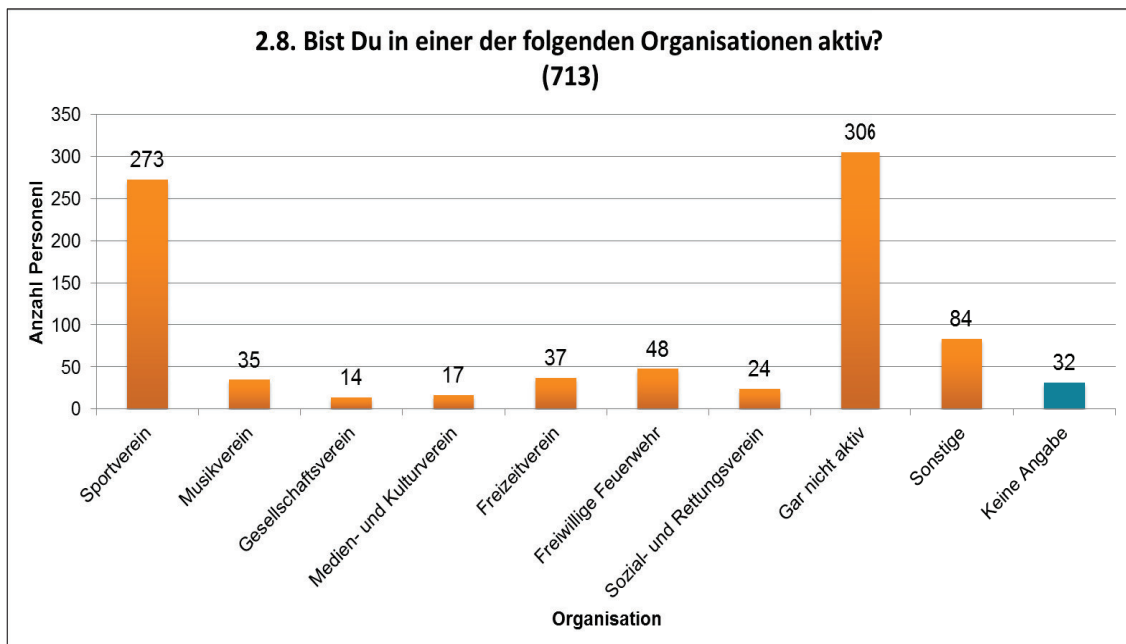
### 3.2.7. Musikalische Aktivitäten

Bei der Frage zu den musikalischen Aktivitäten gaben 27% an ein Instrument zu spielen oder anderweitig musikalisch aktiv zu sein. 71% verneinten diese Frage und nur 2% haben keine Angabe gemacht. Ziel dieser Frage war es, in Erfahrung zu bringen, wie hoch die kulturellen Kompetenzen der Teilnehmer im Bereich Musik sind.



### 3.2.8. Vereinsaktivitäten

Zur Frage der Vereinsaktivitäten gaben 306 Personen an sich in gar keinen Organisationen zu engagieren. 273 Teilnehmer sind Mitglied in einem Sportverein. 85 Personen leisten einen Beitrag bei der freiwilligen Feuerwehr oder in einem Sozial- und Rettungsverein. Lediglich 103 Befragte gaben an, Mitglied in einer kulturellen Organisation und/oder in einem Freizeitverein zu sein. In die Kategorie Sonstige fließen beispielsweise Schützenvereine und Tiervereine ein. Dieses Feld wurde von 84 Personen angekreuzt. 32 haben auf diese Frage keine Antwort gegeben. Ziel dieser Frage war es, zu untersuchen, in welchem Maße die Zielgruppe sich für kulturelle Angelegenheiten engagiert.

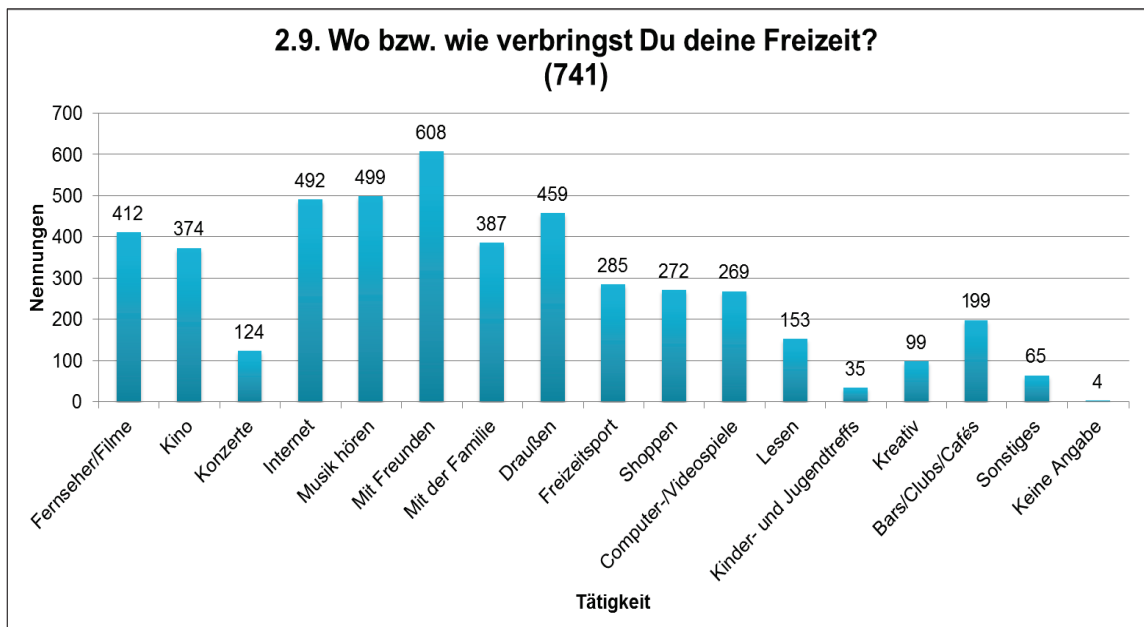


### 3.2.9. Freizeitverhalten

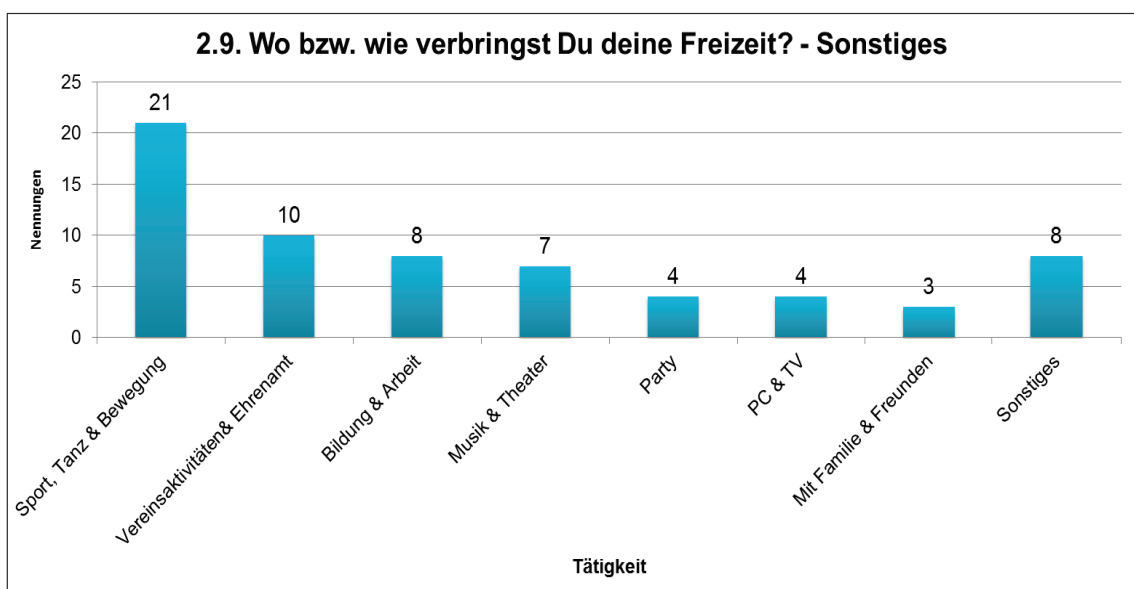
Auch hier ging es darum zu analysieren, wie groß das kulturelle Interesse der Zielgruppe in der Freizeit ist. Der Großteil der Beteiligten verbringt seine Freizeit mit Freunden, der Familie, im Netz und/oder im Freien. Knapp 57% gaben an, Musik zu hören, fernzusehen und/oder regelmäßig ins Kino zu gehen. Auch Freizeitsport, Shopping sowie Computer- und Videospiele mit knapp 37% prägen die Freizeit der Zielgruppe.

199 Personen halten sich regelmäßig in Bars, Clubs oder Cafés auf. Davon sind 110 Personen 18 Jahre und älter. 35 Personen verbringen ihre Freizeit unter anderem in Kinder- und Jugendtreffs. Davon sind alle Teilnehmer jünger als 18.

Lediglich 124 Personen besuchen in ihrer Freizeit Konzerte, 153 lesen Bücher und 99 Teilnehmer gestalten ihre Freizeit durch kreative Tätigkeiten, wie beispielsweise durch zeichnen oder musizieren.

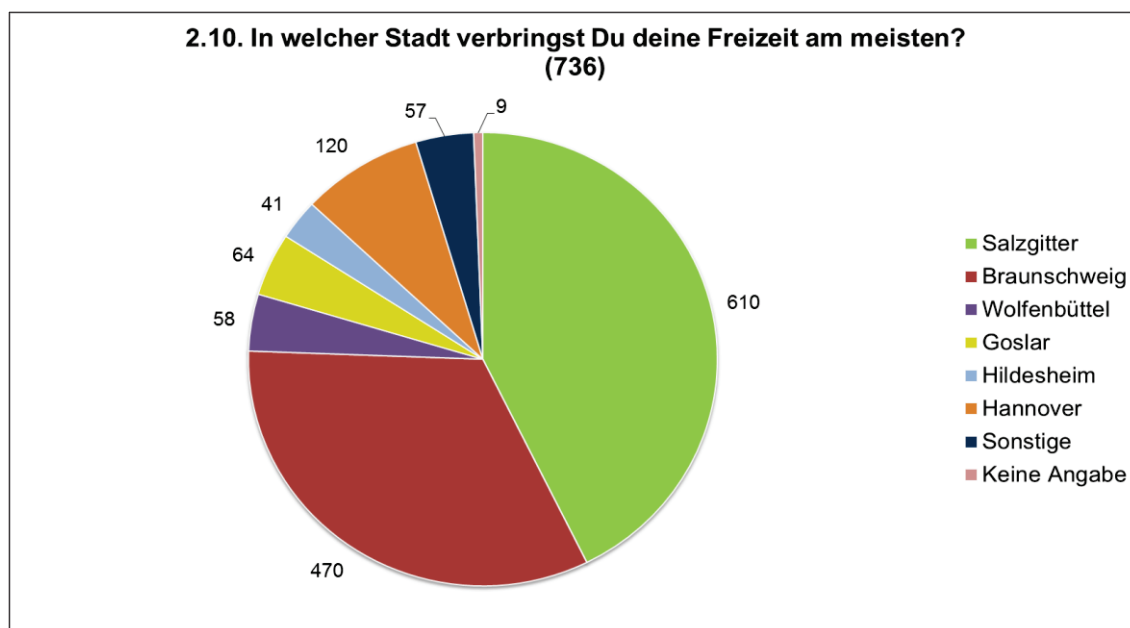


In der offenen Frage zum Freizeitverhalten gaben 21 Personen an, sich durch Reitsport, Fußball, Eishockey, Schwimmen oder Tanz sportlich zu betätigen. Zehn verbringen ihre Freizeit durch ehrenamtliche Aktivitäten. Sieben Personen erwiesen sich als Kulturschaffende und verbringen ihre Freizeit mit Theaterspiel oder musizieren. Unter Sonstiges bedauerte erneut eine Person die vorübergehende Schließung des Forellenhofs.

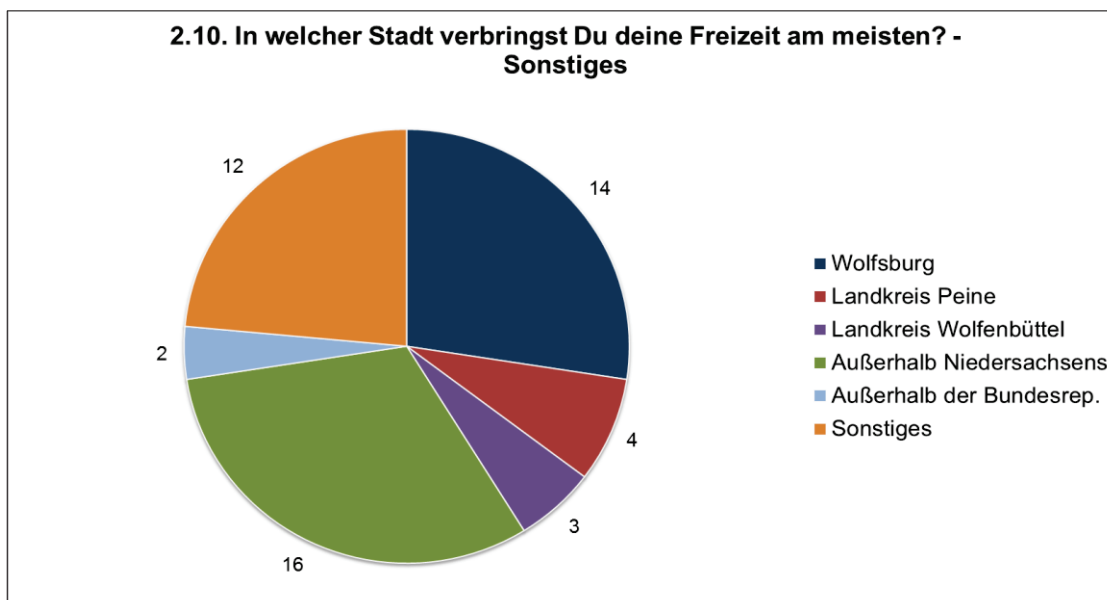


Bei der Frage 2.10. ging es darum zu untersuchen, wieviel Freizeit die Jugendlichen in Salzgitter und/oder in den benachbarten Städten verbringen. Hier war ebenfalls eine Mehrfachnennung möglich. Mit 82% verbringt der

Großteil der Befragten seine Freizeit in Salzgitter (was höchstwahrscheinlich auch mit dem Wohnort zusammenhängt), 63% und/oder in Braunschweig. 96 der in Salzgitter lebenden Teilnehmer gaben an, ihre Freizeit nicht in Salzgitter zu verbringen, was ca. 13% der Gesamtmenge entspricht. Etwa 16% nehmen sogar eine weitere Strecke in Kauf und ziehen Hannover als Freizeitort vor. Der Rest verteilt sich relativ gleichmäßig mit jeweils etwa 7% auf die Städte Goslar, Hildesheim und Wolfenbüttel.



18 Personen verbringen ihre Freizeit in Wolfsburg, im Landkreis Peine und 18 sogar außerhalb Niedersachsens und der Bundesrepublik. Zwölf Angaben konnten keinem Landkreis zugeordnet werden.

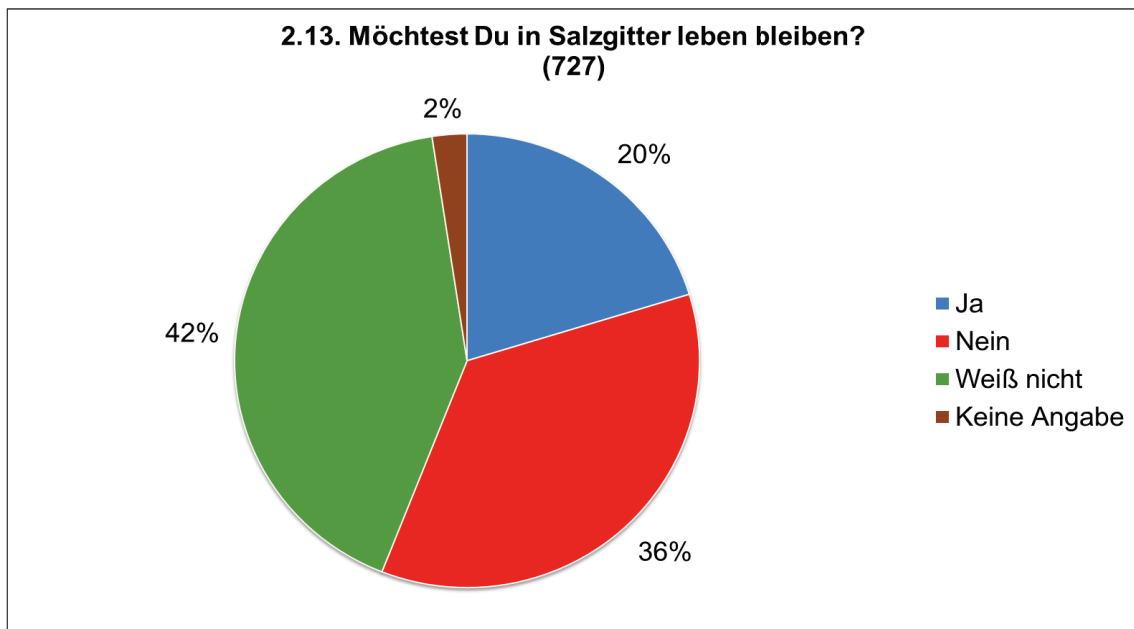


### 3.2.10. Messung des Wohlfühlgefühls

36% der befragten Personen beurteilen die Lebensqualität in Salzgitter als weniger gut und ziehen es vor in eine andere Stadt zu ziehen. 20% sind mit der Situation zufrieden und möchten gerne in Salzgitter leben bleiben. 122 von den 151 Personen, die diese Frage bejahten, wurden in Salzgitter geboren. 182 von den 561 in Salzgitter geborenen und Großteils noch wohnhaften Teilnehmern haben diese Frage verneint. 42% sind sich unschlüssig und 2% haben auf diese Frage keine Antwort gegeben.

Anzumerken ist hier, dass auch Personen, die ihren Wohnort nicht in Salzgitter haben angegeben, nicht in Salzgitter leben zu wollen. Hier antworteten 41 Personen (5,5%) mit „Nein“. Sechs Personen antworteten mit „Ja“ (0,8%) und 2,8% der nicht in Salzgitter lebenden Personen mit „Weiß nicht“.

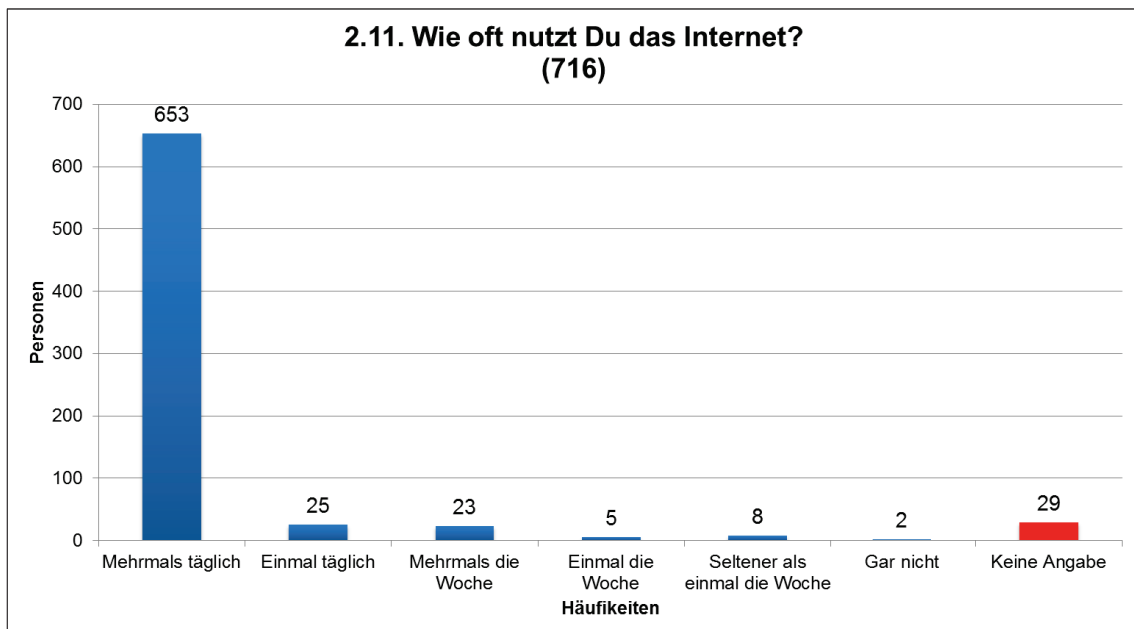




### 3.2.11. Nutzung und Wichtigkeit der Medien

Bei der Frage zur Nutzung und Wichtigkeit diverser Medien ging es darum, den effizientesten Werbekanal für die Zielgruppe zu ermitteln.

Bei der Häufigkeit der Internetnutzung haben 87% angegeben, das Internet mehrmals täglich zu nutzen, was mit Sicherheit auf die sogenannte Smartphone-Generation zurückzuführen ist. Jeweils 6% gaben an, das Internet nur einmal täglich oder nur mehrmals die Woche zu nutzen. Zwölf Personen nutzen es nur einmal die Woche bzw. seltener als einmal die Woche und zwei Personen sogar gar nicht. 29 Personen haben bei dieser Frage keine Angabe gemacht. Auch hier wird wieder sehr deutlich, wie wichtig intensive Internetwerbung heutzutage ist.



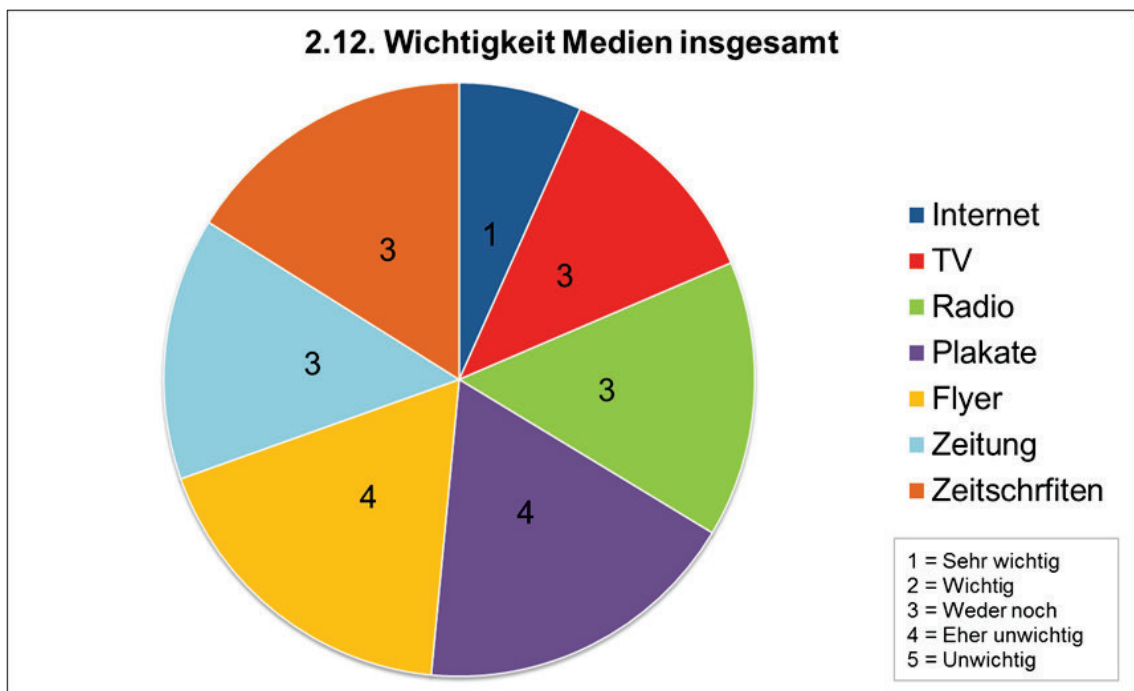
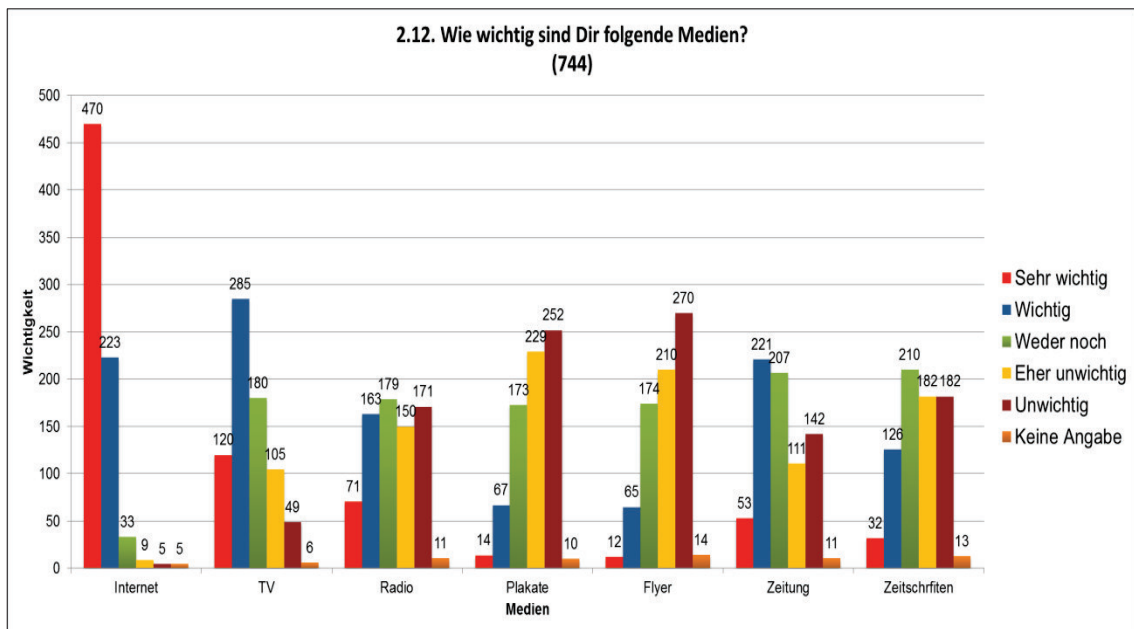
Mit 693 Angaben und einem Anteil von 93% stellt das Internet das wichtigste von den sieben genannten Medien dar. 470 Personen betrachten es als sehr wichtig und 223 als wichtig. Lediglich 47 Personen ist das Internet mehr oder weniger gleichgültig.

Das Fernsehen wird mit 285 und somit den meisten Angaben unter dem Feld „Wichtig“ und den zweitmeisten im Feld „Sehr wichtig“ insgesamt aber als eher gleichgültig betrachtet.

Auch beim Radiofunk zeigt das Gesamtergebnis eher eine neutrale Neigung auf. Von wichtig bis unwichtig verteilen sich die Stimmen relativ gleich. 234 Personen betrachten das Radio als sehr wichtig bis wichtig. 44% davon sind 18 Jahre und älter. Hier kann vermutet werden, dass die Wichtigkeit des Radios mit dem Erhalt einer Fahrerlaubnis steigt.

Plakate und Flyer werden im Einzelnen mit einer relativ gleichen Verteilung insgesamt als eher unwichtig wahrgenommen. Zeitungen und Zeitschriften werden insgesamt weder als wichtig noch als unwichtig angesehen.

Knapp 1/3 kennt die kulturellen Angebote der Stadt jedoch aus diesen Printmedien.

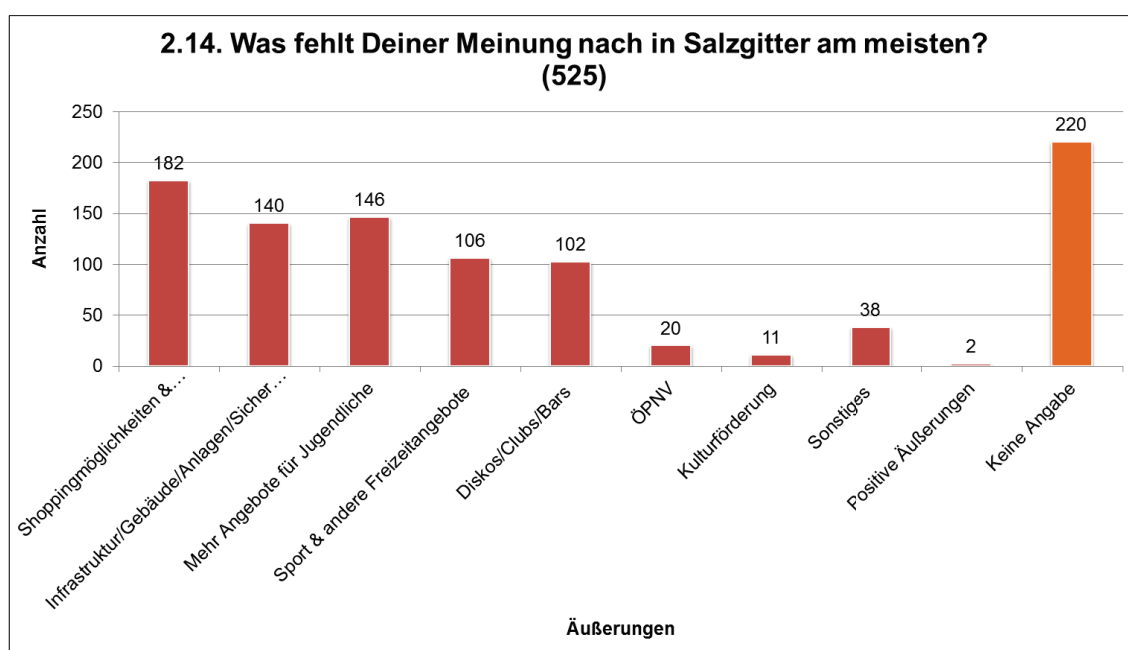


### 3.2.12. Mängel in Salzgitter

Zu der offenen Frage, was denn in Salzgitter am meisten fehle, gab der Großteil das Nichtvorhandensein von moderneren Shoppingmöglichkeiten und Restaurants an. 146 Personen beklagten zu wenige Angebote und Treffpunkte für Jugendliche. Gerade ältere Jugendliche wünschen sich mehr Aufenthaltspunkte, an denen sie sich mit Freunden treffen und unterhalten können. Auch das Stadtbild wurde oft kritisiert. Beispielsweise empfinden die Teilnehmer die Innenstadt, die Wohnanlagen als auch die sozialen

Gegebenheiten der Stadt als unangenehm. Auch die mangelnde Beleuchtung im Stadtpark wurde des Öfteren erwähnt. 106 Personen fehlt es allgemein an Freizeitmöglichkeiten. Hier wurden mehr Sportplätze, bessere Schwimmbäder als auch eine Kartbahn und Skaterhallen am häufigsten genannt.

Diskotheiken, Bars und Clubs fehlen 102 der 745 befragten Personen. Der Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs wird von 102 Teilnehmern gewünscht. Hier werden mehr Linien und günstigere Ticketpreise genannt. Elf Befragte wünschen sich eine intensivere Kulturförderung und eine größere Unterstützung der Kulturschaffenden in der Stadt und bedauern die vorübergehende Schließung des Forellenhofs. Zwei Personen äußerten sich positiv zum Stadtgeschehen. Hier wurden Veranstaltungen in der Kulturscheune und das Stadtbild gelobt. 220 Personen haben gar keine Angaben zu dieser Frage gemacht. Aufgrund der Ergebnisse der vorherigen Fragen ist davon auszugehen, dass der Großteil dieser Teilnehmer aufgrund fehlender Motivation diese Frage umgangen ist.



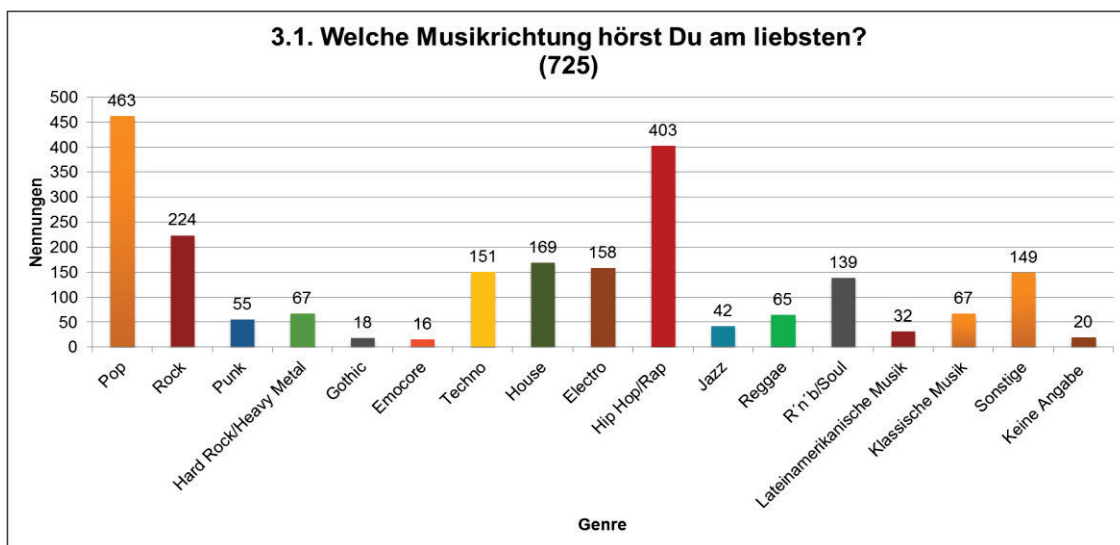
### 3.3. Jugendkulturszene

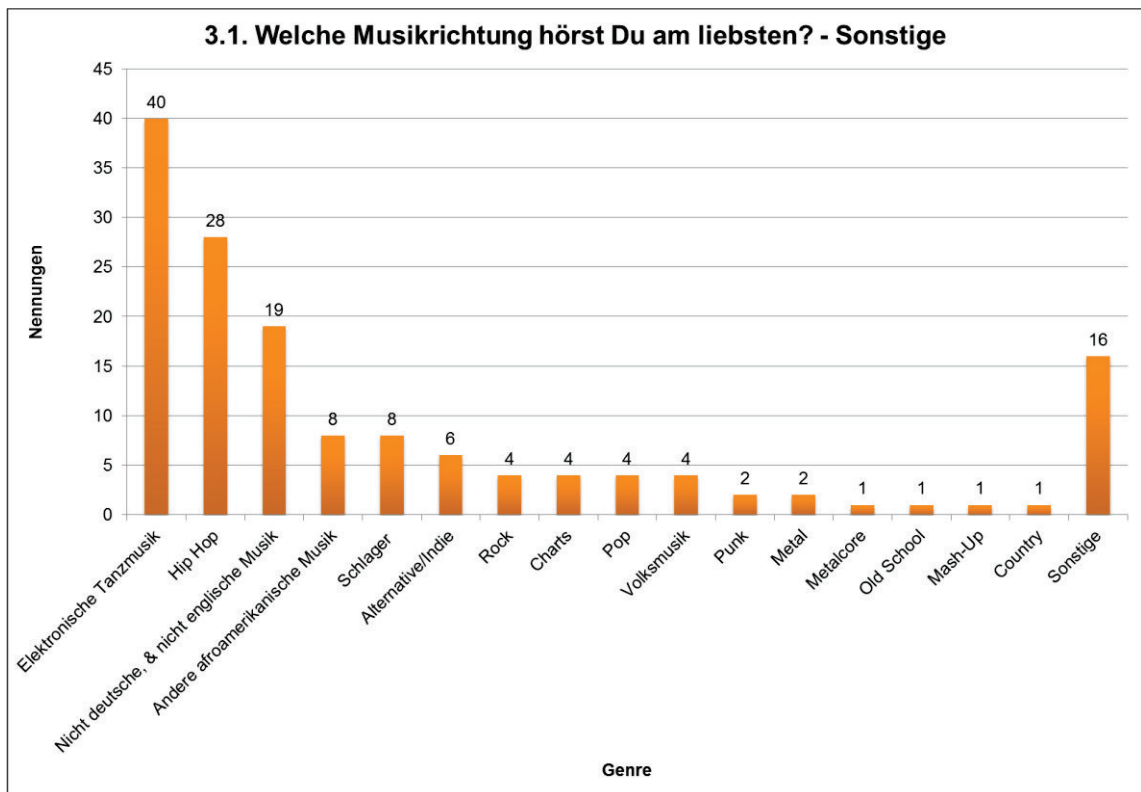
In diesem Frageblock wurde beispielsweise anhand von Fragen zum Musikgeschmack, Kleidungsstil und zu Werten innerhalb einer Gemeinschaft versucht, einen Trend zu bestimmten Jugendkulturszenen zu erkennen, da sich viele Szenen über diese Faktoren definieren.

### 3.3.1. Musikgeschmack

Die beliebtesten Musikgenres sind mit insgesamt 866 Nennungen Pop und Hip Hop. Rock ist mit 224 Angaben die drittmeist gehörte Musikrichtung, eng gefolgt von Rhythm & Blues und elektronischer Tanzmusik. Auch hier wird der sogenannte Mainstream wiedergespiegelt, also das, was die breite Masse hört. Heavy Metal und Punk werden von 122 Personen gerne gehört. Auch klassische Musik und Reggae wurden mit jeweils 67 und 65 Nennungen als beliebte Musikrichtung angegeben. Jazz wird lediglich von 42 Personen bevorzugt. Gothic und das Subgenre Emocore werden mit 18 und 16 Angaben am seltensten gehört.

In der offenen Antwortmöglichkeit wurden im Bereich des Hip Hop vier Mal Mainstreaminterpreten genannt. 13 Mal fiel das Wort „Rap“, woraus sich nicht schließen lässt, ob der Mainstream oder unkommerzielle Rap-Musik gemeint ist. Acht Personen gaben an, Subgenres des Hip Hop zu hören, wie Trap und Cloud Rap. In die Kategorie der elektronischen Musik fließt Großteils Dupstep, Drum & Bass, Hardcore, Nightcore und Electrowing ein. 19 Personen hören gerne türkische oder andere orientalische Musik. Als andere afroamerikanische Musik wurden Funk & Soul als auch Blues am häufigsten genannt. Acht Personen hören gerne Schlager und sechs Independent Rock. In der Kategorie Rock wurde Industrial als auch Mittelalterrock genannt. Unter Volksmusik ist Irish Folk und Shanty zu verstehen. Unter Sonstiges gaben die Teilnehmer überwiegend an, keine bestimmte Richtung sondern von allem etwas zu hören.





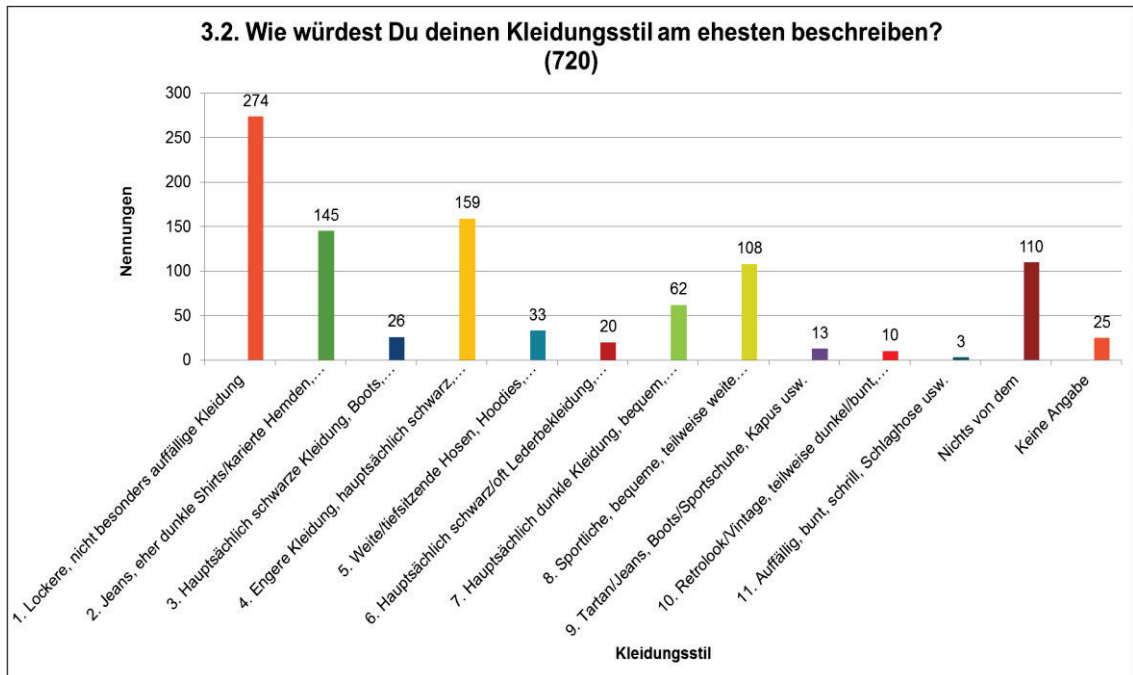
### 3.3.2. Kleidungsstil

Auch bei der Frage zum Kleidungsstil ging es darum zu analysieren, ob sich die Zielgruppe ebenfalls im Mainstream ansiedelt oder sich über einen bestimmten Stil definiert und somit Neigungen zu bestimmten Szenen aufweist. Auch hier beträgt die Anzahl der Angaben mehr als 100%, da viele der Teilnehmer eine Mehrfachnennung vorgenommen haben.

Der Großteil der Befragten gab an, sich nicht besonders auffällig zu kleiden. 159 Personen beschreiben ihren Kleidungsstil als hauptsächlich dunkel und eng geschnitten, ergänzt durch bunte Akzente und Sportschuhe. 145 Teilnehmer gaben an, überwiegend Jeans, eher dunkle Shirts bzw. karierte Hemden und Chucks oder Boots zu tragen, was typisch für die Indie-Szene ist. 203 Personen tragen hauptsächlich weite und sportliche Kleidung, was einen Trend zur Hip Hop-Szene schließen lässt. 20 Personen tragen oft Lederbekleidung und Bandshirts. Dies ist häufig in der Metal- oder Rockszene der Fall.

Das Tartanmuster als auch Boots und Kapus sind typisch für die Punkszene. Hier gaben 13 Personen an, sich dem Stil nach zu kleiden. Auffällig, bunt und das Tragen von Schlaghosen ist in der Raverszene verbreitet. Drei Personen kleiden sich nach diesem Stil. 110 Personen gaben an, zu gar dieser

Beschreibungen zu passen und 25 Personen enthielten sich der Frage zum Kleidungsstil.



### 3.3.2.1. Markenkleidung

Ziel dieser Frage war es heraus zu finden, wie hoch der Stellenwert von Markenbekleidung bei der Zielgruppe ist, um auch hier zu sehen, ob die Teilnehmer dem Mainstream angehören oder dies konsequent ablehnen und somit einen bestimmten Lebensstil verfolgen. Beispielsweise spielt Markenkleidung in der Hip-Hop-Szene eine sehr wichtige Rolle wogegen sie in der Punk-Szene gar keinen Stellenwert hat.

12% der Befragten empfinden Markenkleidung als sehr wichtig und 29% als wichtig. 38% stehen dem neutral gegenüber. 20% sehen Markenkleidung als eher unwichtig bis unwichtig an. 1% der Teilnehmer enthielt sich der Frage (9 Personen). Im Durchschnitt wird Markenbekleidung mit einem Wert von 1,99 als wichtig empfunden.



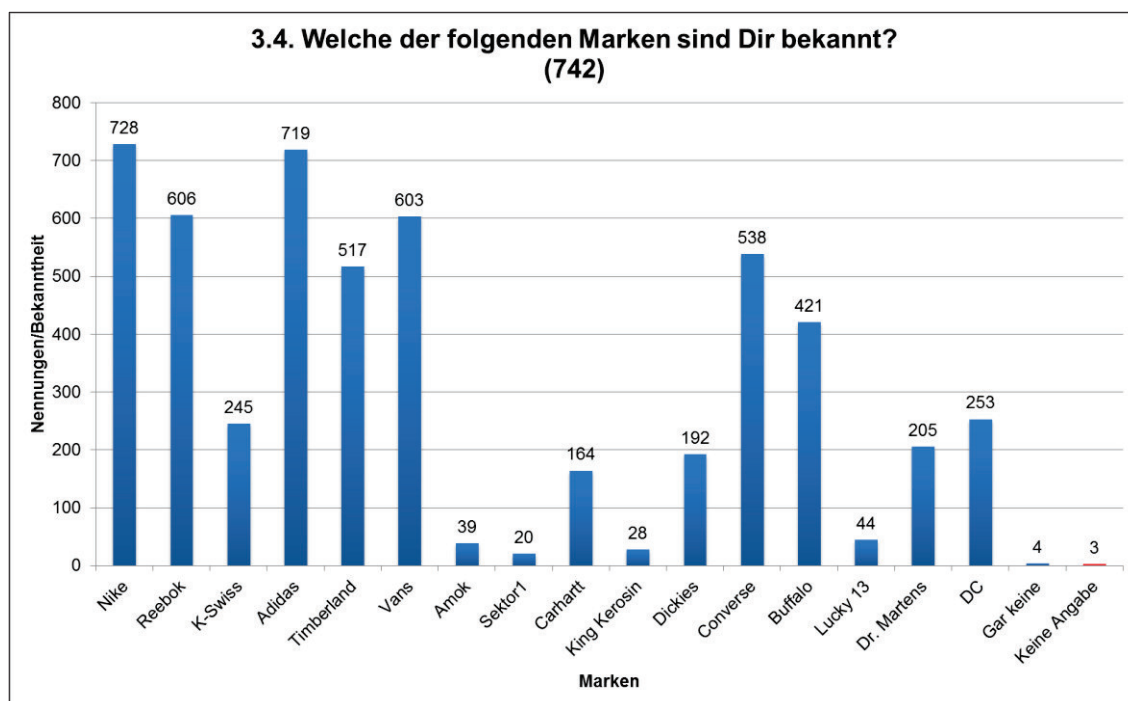
### 3.3.2.2. Bekanntheit von Marken

Viele Szenen haben bestimmte Kleidungsmarken für sich aufgegriffen und zu einem ihrer Merkmale entwickelt. Der Hip-Hop-Szene angehörige Mitglieder bevorzugen beispielsweise überwiegend Sportmarken wie Adidas, Nike, Dickies, Reebok, K-Swiss und die Schuhmarke Timberland. Im Durchschnitt gaben 501 Personen an, diese Marken zu kennen. Buffalo ist sowohl in dieser Szene als auch in der Raver-Szene bekannt, die 421 Personen angegeben haben zu kennen. Mitglieder des Straight Edge tragen oft Sportschuhe der Marke Vans, die 603 Personen bekannt ist. Der US-amerikanische Sportartikelanbieter Converse stellt die beliebten Textilschuhe „Chucks“ her, die viele Jugendkulturszenen für sich beanspruchen. Beispielsweise werden sie von Emos oder Indies gerne getragen. 538 Teilnehmer kennen diesen Bekleidungshersteller.

Die Boots von Dr. Martens sind in der Punkszene sehr beliebt, da die Mitglieder dadurch eine gewisse Verbundenheit zu ihren Wurzeln in der Arbeiterklasse sehen. Diese Marke ist 205 Personen bekannt. Lucky 13 und King Kerosin sind typische Merkmale in der Rockabilly-Szene, die sich stark am Rock 'n' Roll der 1950er anlehnt. Mit 44 und 28 Angaben sind diese Marken den wenigsten Teilnehmern ein Begriff. Amok und Sektor 1 werden oft in der Raver-Szene getragen. Auch hier ist die Bekanntheit mit 39 und 20 Nennungen sehr gering. Carhartt ist eine Kultmarke der BMX- und Skater-Szene, auch die Marke DC ist



in diesen Szenen sehr stark verbreitet. Mit durchschnittlich 208 Angaben weisen diese Marken eine eher gemäßigte Bekanntheit auf.



### 3.3.3. Werte und Normen

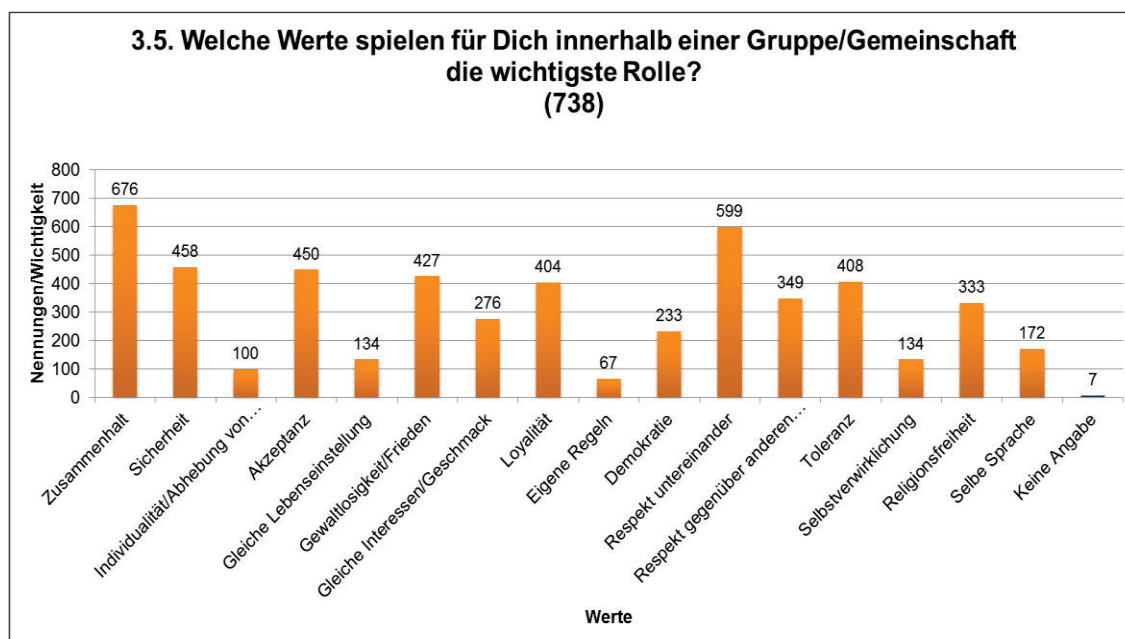
Jede Jugendkulturszene verfolgt auch gewisse Verhaltensregeln und Lebensweisen, die die jeweilige Szene prägen.

Bei der folgenden Frage wurde die Wichtigkeit 16 verschiedener Werte innerhalb einer Gruppe gemessen. Unabhängig davon, ob eine Szenenzugehörigkeit zu erkennen war oder nicht, ist die Wichtigkeit aller Werte bei jedem Teilnehmer beinahe gleich hoch.

Der Zusammenhalt ist mit 676 Angaben und somit 90% der Teilnehmer der wichtigste Faktor innerhalb einer Gemeinschaft. Respekt untereinander liegt mit 599 Stimmen an zweiter Stelle. Gefolgt von Sicherheit, Akzeptanz, Gewaltlosigkeit, Loyalität und Toleranz mit durchschnittlich 429 Angaben. Respekt gegenüber anderen Gruppen und Religionsfreiheit ist 341 Personen wichtig. Gleiche Interessen und Demokratie spielen im Durchschnitt für 254 Teilnehmer eine wesentliche Rolle.

Die gleiche Lebenseinstellung, Individualität und dieselbe Sprache stellen im Schnitt für 135 Befragte einen hohen Wert dar. Die Aufstellung und Befolgung

eigener Regeln ist mit 67 Nennungen der am wenigsten wichtige Faktor innerhalb einer Gruppe.

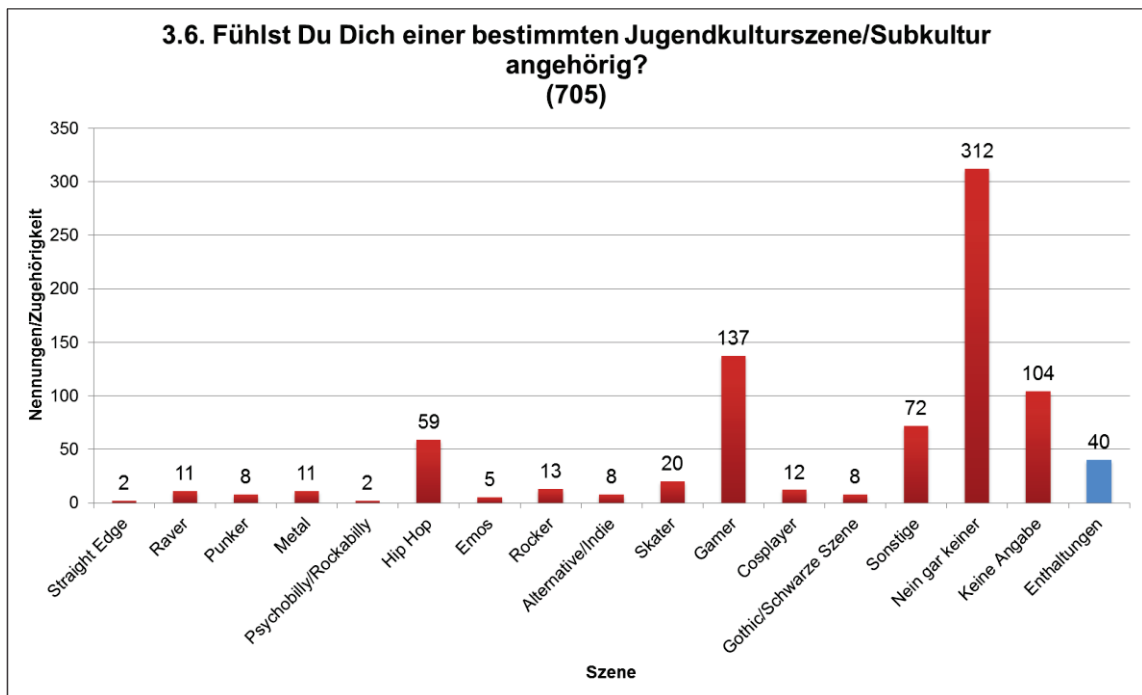


### 3.3.4. Zugehörigkeit Jugendkulturszene

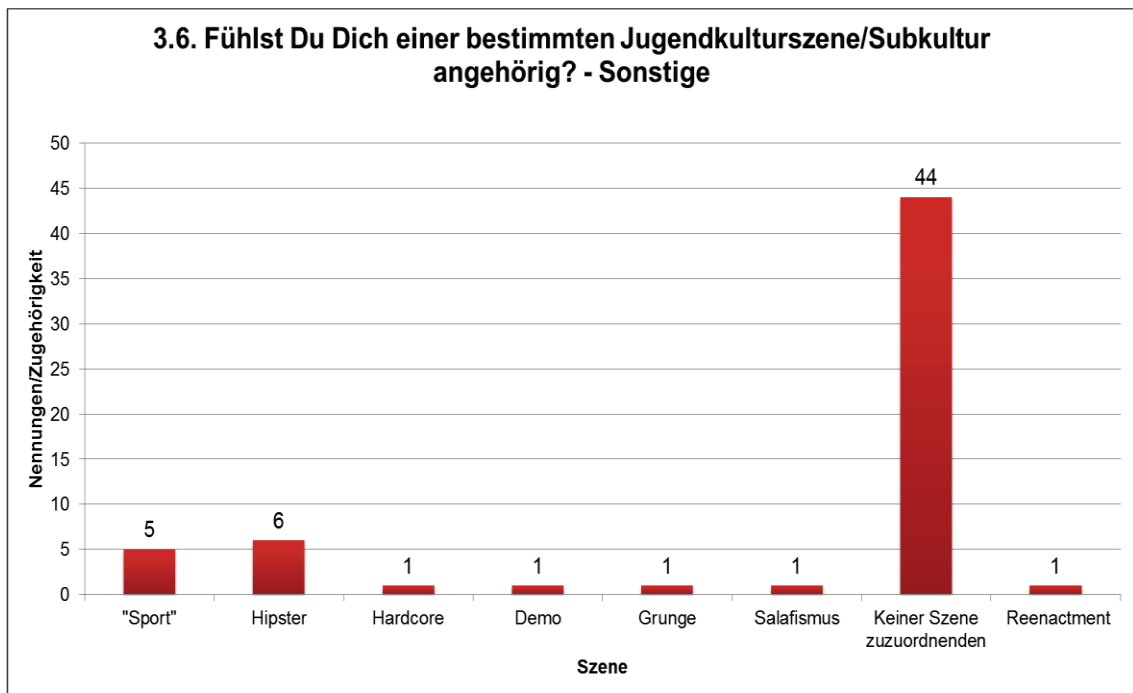
Auch bei der Frage, ob man sich einer Jugendkulturszene angehört fühlt, wurden von Teilnehmern aus der schriftlichen Befragung Mehrfachnennungen vorgenommen. Ergab die Angabe mehrerer Szenen Sinn (beispielsweise Skater und Gamer), wurden die angegebenen Mehrfachnennungen gewertet.

Mit 137 Angaben fühlt sich der Großteil der Befragten den Gamern angehört, 59 der Hip-Hop-Szene, 20 Personen identifizieren sich mit der Skater-Szene und 13 Teilnehmer mit der Rock-Szene. Jeweils elf Befragte fühlen sich der Raver- und der Metalszene zugehörig, zwölf dem japanischen Verkleidungstrend Cosplay. Jeweils acht Personen gaben an, sich in der Punk-, Gothic- und in der alternativen Szene zu bewegen. Lediglich fünf Befragte bezeichnen sich als Emos und nur zwei fühlen sich dem Straight Edge angehört.

312 Personen gaben an, gar keiner Szene anzugehören. 104 machten diesbezüglich keine Angabe. 40 Personen haben sich dieser Frage komplett enthalten, woraus sich schließen lässt, dass sie ebenfalls keine Szenenzugehörigkeit verspüren oder aufgrund diverser Vorurteile gegenüber einigen Jugendkulturszenen die Angabe einer Zugehörigkeit verweigerten.

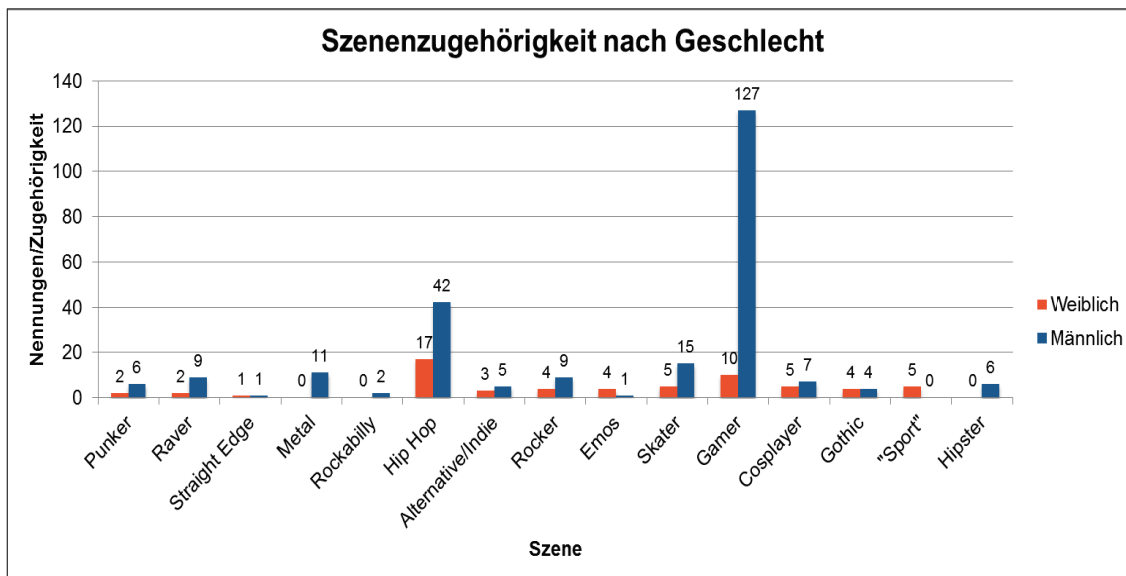


Unter sonstige Jugendkulturszenen gaben 40 Befragte ganz offensichtlich nicht ernst gemeinte Antworten an und konnten somit keiner Szene zugeordnet werden. Sieben Personen fühlen sich der Sportszene zugehörig. Welcher genau, konnte aufgrund der zu allgemein formulierten Angaben nicht ermittelt werden. Fünf Teilnehmer gaben an, der subkulturellen Hipster-Bewegung anzugehören. Jeweils eine Person gehört der Demo- und der Hardcoreszene an. Ebenfalls eine Person identifiziert sich mit der Grunge-Szene, obwohl dies mehr Musikstil als Szene ist. Eine weitere Person gab sogar an, sich der ultrakonservativen Strömung des Salafismus angehörig zu fühlen und ein Teilnehmer identifiziert sich über das Reenactment, was ebenfalls nicht als explizite Jugendkulturszene betrachtet werden kann.



Zusammenfassend ist zu sagen, dass die Teilnehmer, die angegeben haben szenetypische Musik zu hören, sich in der Regel auch der jeweiligen Jugendkulturszene angehörig fühlen. Beim Kleidungsstil war das weniger der Fall. Hier ließ sich sehr selten anhand des Kleidungsstils die Zugehörigkeit zu einer Szene erkennen. Es wurde wieder deutlich, dass szenentypische Kleidungsmerkmale in den letzten Jahrzehnten zu Modetrends entwickelt wurden. Beispielsweise werden karierte Hemden und Boots, die früher typisch für die Punk-Szene waren, gerne auch von vielen Nichtszene-Mitgliedern getragen. Auch diverse Streetwear-Artikel, die früher ein stärkeres Symbol für bestimmte Szenen waren, werden mittlerweile von vielen jungen Menschen getragen, die sich gar keiner Szene angehörig fühlen. In vielen Szenen bestätigte sich der typische Kleidungsstil jedoch. So gaben Gamer und Hip-Hoper oft an, sportliche und weite Sachen zu tragen. Gothic-Mitglieder und Metaller bevorzugten dunkle Kleidung.

Interessant ist die Geschlechterverteilung in den jeweiligen Szenen. Ganz deutlich zu erkennen ist, dass das männliche Geschlecht so gut wie in jeder Szene an Mehrheit aufweist. Lediglich bei den Emos überwiegt das weibliche Geschlecht. Im Straight Edge und in der Gothic-Szene ist der Anteil beider Geschlechter gleich groß.



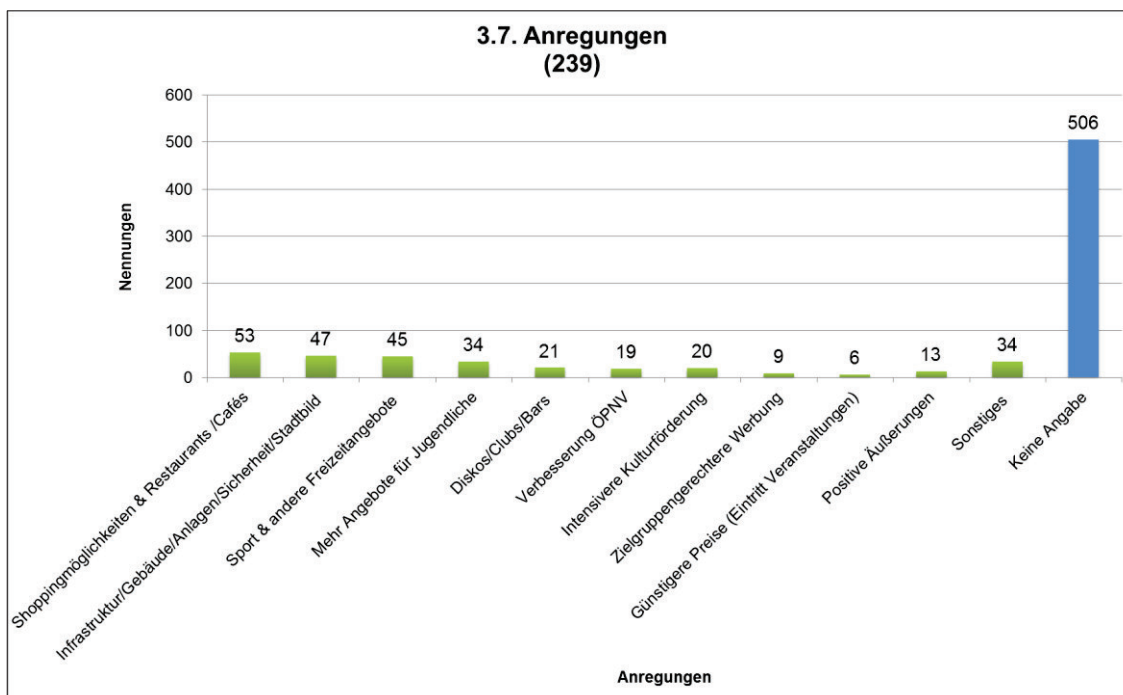
In der Hip-Hop-Szene ist der Anteil der Mitglieder mit Migrationshintergrund 10% höher als der ohne Migrationshintergrund. In der Gamer-Szene beträgt der Anteil der Mitglieder ohne Migrationshintergrund 72%. Auch in den weniger stark vertretenen Szenen ist der Anteil der Mitglieder ohne Migrationshintergrund höher.

### 3.3.5. Anregungen der Teilnehmer

In der abschließenden und offenen Frage hatten die Teilnehmer sehr ähnliche Anregungen wie in der Frage 2.14. geäußert. Auch hier wurden fehlende zielgruppengerechte Shoppingmöglichkeiten, Restaurants und Freizeitangebote beklagt. 19 Personen kritisierten den öffentlichen Personennahverkehr. Ebenso wurde auch der Wunsch nach intensiverer Kulturförderung geäußert. Nochmals wurde hier die vorübergehende Schließung des Forellenhofs kritisiert. Neun Personen wünschen sich eine intensivere Werbung für die vorhandenen Angebote der Stadt und sechs günstigere Preise für Veranstaltungen und den ÖPNV.

13 Teilnehmer (alle aus der Onlinebefragung) äußerten sich positiv. So lobten sechs Personen das Projekt zur Jugendkulturszene und sieben die Stadtbibliothek, die Eishalle und die Kinder- und Jugendtreffs.

506 Personen enthielten sich dieser Frage. Auch hier kann die fehlende Motivation als Ursache vermutet werden.



## 4. Fazit

Die Teilnehmer dieser Studie waren im Durchschnitt 16 Jahre alt. Der Anteil der männlichen und weiblichen Befragten war relativ gleich groß. 88% davon haben ihren Wohnort in Salzgitter. Dadurch, dass die meisten Antworten an den Schulen gewonnen werden konnten, hatte der Großteil der Teilnehmer den Schülerstatus. Auch wiesen die meisten Teilnehmer keinen Migrationshintergrund auf.

Der Bekanntheitsgrad der kulturellen Angebote der Stadt variierte stark. Dabei zeigten die seit vielen Jahrzehnten bestehenden Angebote (wie das Altstadtfest, Cityfest und Seefest) sowohl lokal als auch regional eine größere Bekanntheit auf als neuere Angebote. Die meisten Teilnehmer sind durch Mundpropaganda auf die Angebote aufmerksam geworden.

Bei der Zufriedenheit der Angebote wurde die Note 3,8 vergeben. Genutzt werden diese eher selten, was überwiegend mit der Gestaltung des Programms und/oder den zeitlichen Kapazitäten der Zielgruppe begründet wurde.

Die meisten Teilnehmer äußerten ein Interesse an den Kultursparten Film & Kino und Musik. Lediglich 1/3 der Befragten ist jedoch musikalisch aktiv und können somit als Kulturschaffende bezeichnet werden. Knapp die Hälfte betätigt sich in diversen Vereinen. Den Großteil ihrer Freizeit verbringen die meisten mit Freunden, im Internet oder draußen. Bei der Widmung kulturellen

Aspekten wird wieder die Beliebtheit der Bereiche Film & Kino und Musik deutlich sichtbar. So gehen viele Teilnehmer in ihrer Freizeit gerne ins Kino oder hören Musik. Dabei halten sie sich überwiegend in Salzgitter und Braunschweig auf. Ersteres hängt höchstwahrscheinlich überwiegend mit dem Wohnort und der teilweise fehlenden Mobilität der Zielgruppe zusammen, denn das Freizeitangebot in Salzgitter wird des Öfteren bemängelt. Ob man in Salzgitter leben bleiben möchte, bejahten lediglich 20% der Befragten. 36% antworten mit „Nein“ und 42% waren sich unschlüssig.

Auch in dieser Studie wird die enorme Bedeutung der Internetwerbung aufgezeigt. 93% der Teilnehmer nutzen mehrmals täglich das Internet. Diese Plattform wird von sechs weiteren Medien als das wichtigste angesehen.

Der Großteil der Befragten bemängelt fehlende zielgruppengerechtere Einkaufsmöglichkeiten, Restaurants, Treffpunkte und andere Freizeitmöglichkeiten. Oftmals werden auch das Stadtbild und der ÖPNV kritisiert.

Als die beliebtesten Musikstile haben sich die Mainstreamgenres Pop, Hip Hop und Rock herauskristallisiert, gefolgt von elektronischer Tanzmusik. In Bezug auf den Kleidungsstil gaben die meisten an, sich locker und unauffällig, meist dunkel oder sportlich zu kleiden. Dabei spielt die Markenbekleidung eine wichtige Rolle. Sowohl szenentypische als auch nichtszentypische Marken sind den meisten ein Begriff. Auch hier wird wieder deutlich, dass sowohl szenentypische Kleidungsstile als auch Marken mittlerweile kommerzielle Formen angenommen haben (obwohl dies viele Jugendkulturszenen strikt ablehnen).

Auch über gewisse Werte identifizieren sich viele Szenen. So werden Zusammenhalt, Respekt untereinander, Sicherheit, Akzeptanz und Toleranz als auch Gewaltlosigkeit von den meisten als wichtig betrachtet.

Die Mehrheit der Teilnehmer gab an, sich keiner Jugendkulturszene zugehörig zu fühlen. Die am stärksten in Salzgitter vertretende Szene ist die der Gamer.

135 der 745 Befragten bewegen sich in diesen Kreisen. Mit 59 Mitgliedern steht die Hip-Hop-Szene an zweiter Stelle, gefolgt von Skatern und Rockern. Auffällig

ist, dass in so gut wie jeder Szene der Anteil der männlichen Mitglieder die der weiblichen übersteigt.

In der letzten und offenen Frage wurden die Teilnehmer zu ihren Anregungen gefragt. Auch hier wurde der Wunsch nach moderneren Shoppingmöglichkeiten und Restaurants als auch nach zielgruppengerechten Freizeitmöglichkeiten geäußert. Viele der hier gegebenen Antworten beziehen sich ebenfalls auf die Verbesserung des ÖPNV und eine intensivere Kulturförderung in der Stadt. Beispielsweise wird auch hier erneut die vorübergehende Schließung des Forellenhofs bedauert.

Es gab aber auch durchaus positive Äußerungen. So wurden einige kulturelle Angebote als auch das Projekt zur Untersuchung der Jugendkulturszene in Salzgitter gelobt.

## **5. Anhang**

Fragebogen



## Fragebogen - Untersuchung der Jugendkulturszene in Salzgitter

Markierung:	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Korrektur:	<input checked="" type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer,

im Rahmen eines Projekts untersucht die Stadt Salzgitter (Fachdienst Kultur) in der Zeit vom 01.10.2015 bis zum 31.12.2015 die Jugendkulturszene unserer Stadt. Dabei wird sowohl die Wahrnehmung als auch die Zufriedenheit des aktuellen kulturellen Angebots analysiert. Auch sollen die Interessen, Wünsche und Bedürfnisse jedes Einzelnen berücksichtigt werden, um das kulturelle Angebot Salzgitters zu fördern und ggf. zu optimieren.

Die Umfrage wird sowohl schriftlich an durch ein Zufallsverfahren ausgewählten Schulen als auch online durchgeführt. Insbesondere werden hierbei Jugendliche zwischen 14 und 21 Jahren befragt.

Es darf jeweils nur einmal an der Umfrage teilgenommen werden. Das Ausfüllen des Fragebogens wird etwa 15 bis 20 Minuten in Anspruch nehmen. Alle Angaben werden selbstverständlich absolut vertraulich und anonym behandelt.

Bitte nimm Dir einen Moment Zeit, um die Fragen zu beantworten. Denn nur mit der Hilfe jedes Einzelnen haben wir die Möglichkeit, etwas in unserer Stadt zu bewegen!

Vielen Dank für Deine Unterstützung!

### 1. Persönliche Angaben

#### 1.1. Wie alt bist Du?

- Jünger als 14       14       15       16       17  
 18       19       20       21       Älter als 21

#### 1.2. Geschlecht

- Männlich       Weiblich

#### 1.3. Du bist

- Schüler/-in      und besuchst       eine berufsbildende Schule  
 Azubi       das Gymnasium  
 Berufstätig       die Realschule  
 Student/-in       die Hauptschule  
 eine Gesamtschule  
 die Förderschule  
 Sonstiges

**1.4. Welche Muttersprache sprichst Du?** \_\_\_\_\_

**1.5. Bist Du in Salzgitter geboren?**

- Ja       Nein

**1.6. Wo lebst Du?**

- Lebenstedt       Bad       Thiede       Gebhardshagen  
 Lichtenberg       Ringelheim       Hallendorf       Salder  
 Sonstiges: \_\_\_\_\_

## 2. Fragen zum kulturellen Angebot/Freizeitverhalten

**2.1. Welche der folgenden kulturellen Angebote in Salzgitter sind Dir bekannt?**

**(Mehrfachnennung möglich)**

- Kultursommer       Klesmerfestival       Jazz- & Rockworkshop  
 Drummermeeting       Literaturbüro       Motorradgedenkfahrt  
 Kunst- und Kreativschule (KuK)       Super-Disco in der Eissporthalle  
 Kreativkurse der Volkshochschule (Literatur-, Mal-, Fotografie-, Tanzkurse usw.)  
 Veranstaltungen der Stadtbibliothek (Bücherflohmarkt usw.)  
 Angebote des Museums Schloss Salder (Museumsfest/Mühlentag usw.)  
 Cityfest       Altstadtfest       Seefest       Tanzpalast  
 Angebote des Kinder- und Jugendtreffs „Forelle“ (Crossover Entertainment usw.)  
 Veranstaltungen von regionalen/überregionalen Anbietern  
 Musikschule Salzgitter  
 Sonstige: \_\_\_\_\_       Nichts davon bekannt

**2.2. Wie oft nutzt Du diese Angebote?**

- Sehr oft       Oft       Gelegentlich       Selten       Nie

**2.3. Wie bist Du auf diese Angebote aufmerksam geworden?**

**(Mehrfachnennung möglich)**

- Familie       Freunde/Bekannte       Schule/Uni/Arbeit  
 Zeitung       Zeitschriften       Plakate/Flyer  
 TV (TV 38)       Internet       Social Media (Facebook usw.)  
 Noch gar nicht

**2.4. Wie zufrieden bist Du mit dem kulturellen Angebot in Salzgitter? (Bewerte bitte nach dem Schulnotensystem)**

- 1       2       3       4       5       6       Weiß nicht

**2.5. Gibt es Gründe warum Du diese Angebote nicht nutzt?**

- Schlecht zu erreichen       Langweilig       Zu teuer       Zu wenig Zeit  
 Nicht mein Geschmack       Kenne das Angebot nicht       Weiß nicht  
 Sonstige: \_\_\_\_\_

**2.6. Welche Dinge aus dem kulturellen Bereich interessieren Dich am meisten? (Mehrfachnennung möglich)**

- Film/Kino       Musik/Musikfestivals       Literatur  
 Darstellende Kunst (Theater, Tanz usw.)       Bildende Kunst (Museen usw.)  
 Traditionelle/religiöse Veranstaltungen wie z.B.: \_\_\_\_\_  
 Sonstige: \_\_\_\_\_

**2.7. Spielst Du ein Instrument oder bist anderweitig musikalisch aktiv?**

- Ja       Nein

**2.8. Bist Du in einer der folgenden Organisationen aktiv? (Mehrfachnennung möglich)**

- Sportverein       Musikverein       Gesellschaftsverein  
 Medien- und Kulturverein       Freizeitverein       Freiwillige Feuerwehr  
 Sozial- und Rettungsverein       Gar nicht aktiv       Sonstige

**2.9. Wo bzw. wie verbringst Du deine Freizeit? (Mehrfachnennung möglich)**

- Fernseher/Filme       Kino       Konzerte       Internet  
 Musik hören       Mit Freunden       Mit der Familie       Draußen  
 Freizeitsport       Shoppen       Computer-/Videospiele       Lesen  
 Kinder- und Jugendtreffs       Kreativ (Zeichnen, Graffiti usw.)  
 Bars/Clubs/Cafés       Sonstige: \_\_\_\_\_

**2.10. In welcher Stadt verbringst Du deine Freizeit am meisten? (Mehrfachnennung möglich)**

- Salzgitter       Braunschweig       Wolfenbüttel       Goslar  
 Hildesheim       Hannover       Sonstige: \_\_\_\_\_

### 2.11. Wie oft nutzt Du das Internet?

- Mehrmals täglich     Einmal täglich     Mehrmals die Woche  
 Einmal die Woche     Seltener als einmal die Woche     Gar nicht

### 2.12. Wie wichtig sind Dir folgende Medien?

	Sehr wichtig 1	Wichtig 2	Weder noch 3	Eher unwichtig 4	Unwichtig 5
Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Radio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plakate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flyer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zeitung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zeitschriften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 2.13. Möchtest Du in Salzgitter leben bleiben?

- Ja     Nein     Weiß nicht

### 2.14. Was fehlt Deiner Meinung nach in Salzgitter am meisten?

## 3. Fragen zur Jugendkultur

### 3.1. Welche Musikrichtung hörst Du am liebsten? (Mehrfachnennung möglich)

- Pop     Rock     Punk     Hard Rock/Heavy Metal  
 Gothic     Emocore     Techno     House  
 Electro     Hip Hop/Rap     Jazz     Reggae  
 R'n'b/Soul     Lateinamerikanische Musik     Klassische Musik  
 Sonstige: \_\_\_\_\_

**3.2. Wie würdest Du deinen Kleidungsstil am ehesten beschreiben?**

- Lockere, nicht besonders auffällige Kleidung
- Jeans, eher dunkle Shirts/karierte Hemden, Chucks/Boots usw.
- Hauptsächlich schwarze Kleidung, Boots, evtl. historisch angelehnt usw.
- Engere Kleidung, hauptsächlich schwarz, bunte Akzente, Sportschuhe usw.
- Weite/tiefsitzende Hosen, Hoodies, Sportschuhe, Cap usw.
- Hauptsächlich schwarz/oft Lederbekleidung, Bandshirts, Boots usw.
- Hauptsächlich dunkle Kleidung, bequem, Kapu, Cap, Sportschuhe (Vans, DCs) usw.
- Sportliche, bequeme, teilweise weite Kleidung, Cap, Sportschuhe (Sneakers usw.)
- Tartan/Jeans, Boots/Sportschuhe, Kapus usw.
- Retrolook/Vintage, teilweise dunkel/bunt, oft gestreift/kariert/gepunktet usw.
- Auffällig, bunt, schrill, Schlaghose usw.
- Nichts von dem

**3.3. Wie wichtig ist Dir Markenkleidung?**

Sehr wichtig	Wichtig	Weder noch	Eher unwichtig	Unwichtig
1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**3.4. Welche der folgenden Marken sind Dir bekannt? (Mehrfachnennung möglich)**

- Nike       Reebok       K-Swiss       Adidas       Timberland
- Vans       Amok       Sektor1       Carhartt       King Kerosin
- Dickies       Converse       Buffalo       Lucky 13       Dr. Martens
- DC       Gar keine

**3.5. Welche Werte spielen für Dich innerhalb der Gruppe/Gemeinschaft die wichtigste Rolle? (Mehrfachnennung möglich)**

- Zusammenhalt       Sicherheit
- Individualität/Abhebung von anderen       Akzeptanz
- Gleiche Lebenseinstellung       Gewaltlosigkeit/Frieden
- Gleiche Interessen/Geschmack       Loyalität
- Eigene Regeln       Demokratie
- Respekt untereinander       Respekt gegenüber anderen Gruppen
- Toleranz       Selbstverwirklichung
- Religionsfreiheit       Selbe Sprache

**3.6. Fühlst Du Dich einer bestimmten Jugendkulturszene/Subkultur angehörig?**

- |  |                                       |                              |                                 |
|--|---------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| <input type="radio"/> Straight Edge          | <input type="radio"/> Raver           | <input type="radio"/> Punker | <input type="radio"/> Metal     |
| <input type="radio"/> Psychobilly/Rockabilly | <input type="radio"/> Hip Hop         | <input type="radio"/> Emos   | <input type="radio"/> Rocker    |
| <input type="radio"/> Alternative/Indie      | <input type="radio"/> Skater          | <input type="radio"/> Gamer  | <input type="radio"/> Cosplayer |
| <input type="radio"/> Gothic/Schwarze Szene  | <input type="radio"/> Sonstige: _____ |                              |                                 |
| <input type="radio"/> Nein gar keiner        | <input type="radio"/> Keine Angabe    |                              |                                 |

**3.7. Platz für Deine Anregungen:**

**Vielen Dank für Deine Mithilfe!**