



Expertise

# KulturKarten als Weg zu mehr Teilhabe?

Gelingensbedingungen und Herausforderungen von Kulturkarten



Gefördert vom:



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend



Jugendstrategie  
der Bundesregierung  
Nationaler Aktionsplan für  
Kinder- und Jugendbeteiligung

# Inhalt

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| <b>1</b> | <b>Einleitung</b>  | <b>3</b>  |
| 1.1      | Kurze Genese des Projekts „KulturKarte?“   | 3         |
| 1.2      | Zielsetzung und Fragestellung der Expertise  | 4         |
| <b>2</b> | <b>Kulturkarten und die Herausforderung kultureller Teilhabe</b>   | <b>6</b>  |
| 2.1      | Finanzielle und andere Barrieren   | 6         |
| 2.2      | Kulturkarten als Instrument für mehr Teilhabe  | 8         |
| <b>3</b> | <b>Übersicht über bestehende Modelle der Vergünstigungen kultureller Angebote</b>  | <b>13</b> |
| 3.1      | Kulturkarten für Kinder und Jugendliche in sozio-ökonomisch benachteiligten Lebenssituationen  | 13        |
| 3.2      | Kulturkarten für Bürger*innen aller Altersgruppen in sozio-ökonomisch benachteiligten Lebenssituationen                                | 16        |
| 3.3      | Ähnliche Instrumente für Zugänge zu Kulturangeboten  | 18        |
| <b>4</b> | <b>Beschreibung und Auswertung ausgewählter Fallbeispiele</b>  | <b>20</b> |
| 4.1      | Kurzbeschreibungen der Fallbeispiele   | 20        |
| 4.2      | Kulturkarten-Fallbeispiele im Verhältnis zu ähnlichen Unterstützungsangeboten der Kommune  | 26        |
| 4.3      | Modelle der Ticketvermittlung im Vergleich   | 26        |
| 4.4      | Bündelung der identifizierten Gelingensbedingungen   | 29        |
| 4.5      | Stolpersteine rund um Kulturkarten   | 36        |
| <b>5</b> | <b>Zusammenfassende Überlegungen zu Kulturkarten als Instrument für kulturelle Teilhabe von Kindern und Jugendlichen</b>               | <b>39</b> |
| 5.1      | Wäre das kulturelle Teilhabeproblem gelöst, wenn in jeder Kommune eine Kulturkarte für Kinder und Jugendliche eingeführt werden würde? | 39        |
| 5.2      | Zehn Thesen zu Kulturkarten als Instrument für mehr kulturelle Teilhabe von Kindern und Jugendlichen                                   | 39        |
|          | <b>Literatur</b>   | <b>43</b> |

## Impressum

Für die Inhalte und Aussagen dieser Publikation ist allein der Herausgeber verantwortlich.

**Herausgeber**  
Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e. V. (BKJ)  
Küppelstein 34, 42857 Remscheid  
Greifswalder Straße 4, 10405 Berlin  
Telefon +49 (0) 30 – 48 48 60 – 0  
info@bkj.de

**Autorin**  
Viola Kelb, Systemische Beratung in  
Bildung & Kultur (www.viola-kelb.com,  
info@viola-kelb.com)

**Gestaltung**  
Büro Gestalten, Köln

Köln/Berlin, 2022

[www.bkj.de/publikationen](http://www.bkj.de/publikationen)  
[www.bkj.de](http://www.bkj.de)

[www.bkj.de/newsletter](http://www.bkj.de/newsletter)  
[www.facebook.com/Kulturelle.Bildung](https://www.facebook.com/Kulturelle.Bildung)  
[www.twitter.com/bkjev](https://www.twitter.com/bkjev)

# 1. Einleitung

## 1.1 Kurze Genese des Projekts „KulturKarte?“

Am Anfang des Vorhabens „KulturKarte? Gemeinsam Zugänge für junge Menschen öffnen“ stand ein Ideen-Hackathon der Bundesregierung zum Jugend-Budget 2021. Insgesamt 2.600 Jugendliche stimmten dort für den Projektvorschlag „Die Culture Card – Dein Pass für jeden Anlass“. Damit sind günstige oder kostenfreie Tickets für Kunst und Kultur sowie den Nahverkehr mit dem Ziel verbesserter Zugänge zu Kunst und Kultur gemeint.



### Hintergrund

Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) startete im Januar 2021 das Vorhaben Jugend-Budget und stellte dafür 1 Million Euro zur Verfügung. Gefördert werden Projekte für, von und mit Jugendlichen, die innovative Lösungsansätze für die Handlungsbedarfe der Jugendstrategie der Bundesregierung bieten. Zur Entwicklung kreativer Projektideen fand am 19. und 20. Februar 2021 ein digitaler Ideen-Hackathon statt. Bis zu 500 Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 12 und 27 Jahren haben ihre Projektideen entwickelt. Die zehnköpfige Jugend-Jury zum Jugend-Budget traf eine Vorauswahl. Über die zur Wahl gestellten 31 Projektideen entschieden 2.600 junge Menschen im Rahmen eines bundesweiten Online-Votings. Die zehn Siegerprojekte werden im Rahmen des Jugend-Budgets umgesetzt und mit bis zu 100.000 Euro gefördert. Dabei werden sie von der Jugend-Jury begleitet und unterstützt sowie von Trägern der Zivilgesellschaft gemeinsam mit Jugendlichen umgesetzt. (Stiftung SPI o. J.)

Die Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung (BKJ) ist Träger eines des Siegerprojekts im Themenfeld „Stadt & Land, Wohnen & Kultur“, das unter dem Namen „Die Culture Card – Dein Pass für jeden Anlass“ von vier jugendlichen Initiator\*innen (Danait, Mia, Océane, Susen) entwickelt wurde.

Vor diesem Hintergrund fördert das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) von Ende 2021 bis Anfang 2023 über das Jugend-Budget (BMFSFJ 2021) der Bundesregierung das Vorhaben „KulturKarte?“. Das Projekt soll erproben, wie Zugänge zu kulturellen Angeboten und Einrichtungen für Jugendliche auf lokaler Ebene erleichtert werden können. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Frage, wie kulturelle Angebote von jungen Menschen mitgestaltet sowie ihre Teilhabe und Mitbestimmung an Kultur nachhaltig gesichert werden können.

Das Projekt „KulturKarte?“ gliedert sich in **zwei Projektphasen**: Im Rahmen der ersten Phase fand am 3. Dezember 2021 eine „Denkwerkstatt“ mit Vertreter\*innen von Kultur- und Jugendressorts sowie Organisationen auf kommunaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene, Träger der kulturellen Kinder- und Jugendbildung, jungen Menschen zwischen 14 und 26 Jahren und anderen Interessierten statt. Diskutiert wurden verschiedene Ideen sowie bestehende Modelle existierender Kulturkarten oder -pässe aus Osnabrück, München und Thüringen. Die

Jugendlichen, deren Projektvorschlag „Die Culture Card – Dein Pass für jeden Anlass“ beim Hackathon zum Jugend-Budget 2021 der Bundesregierung für die Umsetzung ausgewählt wurde und die die Grundlage für das Projekt „KulturKarte?“ gelegt haben, waren ebenfalls Teil der Denkwerkstatt.

In der zweiten Projektphase im Jahr 2022 erhielten Organisationen, Kommunen und Regionen die Möglichkeit, sich für ein eigenes Umsetzungsprojekt zu bewerben und dafür finanzielle Unterstützung zur Erprobung verschiedener Maßnahmen zu erhalten. Auf kommunaler Ebene sollen gemeinsam mit Jugendlichen Ansätze erprobt werden, die kulturelle Teilhabe von Kindern und Jugendlichen verstärken und strukturell verstetigen könnten, z. B. durch Kultur-Karten-Modelle oder andere Ansätze in der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Mobilität, in der Beteiligung an kulturellen Organisationen/Programmen oder der ressortübergreifenden Zusammenarbeit.

Die Ergebnisse dieser Projekte, die Auswertung der Denkwerkstatt und Interviews sowie der vorliegenden begleitenden Expertise werden in einer Abschlussveranstaltung und als Online-Materialien auf der Website der Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung (BKJ) vorgestellt werden. Dies alles soll als Inspiration dienen, um mögliche gute Konzepte für eine tatsächliche KulturKarte und nachhaltige Jugendbeteiligung zu entwerfen.



---

**KulturKarte? Gemeinsam Zugänge für junge Menschen öffnen:** Website der BKJ.  
[www.bkj.de/kulturkarte](http://www.bkj.de/kulturkarte)

---

## 1.2 Zielsetzung und Fragestellung der Expertise

Die Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung (BKJ) formuliert die Ziele des Projektes „KulturKarte?“ in ihrer Rolle als Projektträger folgendermaßen: „Im Projekt ‚KulturKarte? Gemeinsam Zugänge für junge Menschen öffnen‘ soll es um die tatsächlichen Bedürfnisse und Möglichkeiten sowohl junger Menschen als auch von Kultureinrichtungen und -trägern gehen sowie um Fragen der erfolgreichen Information und jugendgemäßen Kommunikation, der Mobilität und Mobilisierung junger Menschen, vielleicht auch der Öffnungszeiten und Brückenbauer.“ (BKJ o. J.)

Im Zentrum des Interesses stehen also die Bedürfnisse junger Menschen in Bezug auf Zugänge zu Kultur. Darüber hinaus geht es um die diesbezüglichen Bedarfe von Kultureinrichtungen: Wie kann es gelingen, Barrieren mit Hilfe von Kulturkarten abzubauen? Welche Strategien und Maßnahmen sind dabei zielführend?

Die vorliegende Expertise beleuchtet das Thema „Zugänge zu Kultur“ aus der Perspektive derjenigen, die die Rolle von „Brückenbauer\*innen“ zwischen den Bedürfnissen der Kultureinrichtungen und denjenigen Personen übernehmen, denen der Zugang zu Kulturangeboten erschwert ist. Dies sind Vereine oder Vertreter\*innen aus der Kommunalverwaltung, die diese Zugänge mittels des Instruments „Kulturkarten“ erleichtern wollen.

Im Fokus steht dabei die Frage, wie „Kulturkarten“ als Instrument zur Schaffung von mehr kultureller Teilhabe für Kinder und Jugendliche vor Ort wirksam umgesetzt werden können.

Die Expertise gliedert sich in zwei Teile:

### **Recherche**

Nach einer thematischen Einleitung gibt die Expertise zunächst einen exemplarischen Überblick darüber, wo Kulturkarten in Kommunen bzw. Regionen schon umgesetzt werden.

### **Leitfadengestützte Interviews**

Auf der Grundlage von vier leitfragengestützten, explorativen Interviews mit ausgewählten Stakeholdern erfolgt eine Inhaltsanalyse in Bezug auf Gelingensbedingungen und Stolpersteine bei der Umsetzung von Kulturkarten. Mit folgenden Personen wurden Interviews durchgeführt:

- Max Ciolek, Verein KAOS (= Kultur für Alle Osnabrück) e. V.:  
KUKUK – Kunst- und Kultur-Unterstützungs-Karte
- Milena Velasquez, KulturRaum München e. V.: Kulturkinder und Kulturkick München
- Sybille Linke, Julia Haecker, Stadt Frankfurt am Main: Kufti – Das Kultur + Freizeitticket
- Harald Heinze, Kulturparkett Rhein-Neckar: Kinder-Kulturpass Rhein-Neckar

## 2. Kulturkarten und die Herausforderung kultureller Teilhabe

### 2.1 Finanzielle und andere Barrieren

Da gibt es schon auch weitere Hürden. Wie wir wissen, sind die Kosten nicht die einzige Hürde, am kulturellen Leben einer Stadt teilzuhaben, das ist ja bekannt. Dennoch ist freier Eintritt, wie mit dem Kultur- und Freizeitticket, glaube ich, schon ein sehr wichtiger Schritt dahin, einer Teilhabegerechtigkeit näherzukommen.

Sybille Linke, Stadt Frankfurt am Main/Kulturamt (00:05:24.69)

Das Menschenrecht auf Bildung und Kultur ist durch die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte (AEMR) von 1948 abgesichert (vgl. Fuchs 2012: 92). Und das kulturpolitische Leitziel der 1970er Jahre „Kultur für alle“ (vgl. Hoffmann 1979) gilt bis heute als so aktuell wie uneingelöst. „Kulturelle Teilhabe“ ist dann gewährleistet, wenn eine Person am kulturellen Leben partizipieren kann. Diese Möglichkeit der Partizipation bleibt für Menschen in benachteiligten Lebenslagen immer noch erheblich erschwert. Warum ist das so?

Eine wichtige Rolle spielen sozioökonomische Barrieren: Für viele Menschen in Deutschland ist Kultur schlichtweg zu teuer. Kulturkarten, die einen ermäßigten oder kostenfreien Eintritt zu Kulturveranstaltungen ermöglichen, fokussieren diese ökonomischen Barrieren ganz gezielt. In Anbetracht der Tatsache, dass mehr als jedes fünfte Kind in Deutschland in Armut aufwächst (vgl. Bertelsmann Stiftung 2021: 1), scheint dies eine sinnvolle Strategie. Sozioökonomische Barrieren sind eine bedeutende, jedoch nicht die einzige Barriere für kulturelle Teilhabe. Max Fuchs (2014) verweist diesbezüglich auf die durch den Sozialpolitikforscher Franz Xaver Kaufmann als Voraussetzungen für soziale Teilhabe identifizierten Kategorien Erreichbarkeit, rechtliche Schranken und Bildung. In Bezug auf den Aspekt der Finanzierbarkeit betont Max Fuchs:

„Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass im Hinblick auf eine kulturelle Teilhabe aller Menschen der Preis eine zwar wichtige, aber nicht allein entscheidende Rolle spielt. Denn man hat in anderen Ländern, zum Beispiel in England, den Niederlanden und in skandinavischen Ländern, die Erfahrung gemacht, dass bei einem Wegfall von Eintrittspreisen zwar die Anzahl der Besucher vergrößert wird, es kommen allerdings auch dann nur die Besucher aus derselben Gruppe der Bevölkerung. Das heißt, man braucht weitere Anstrengungen und weitere Ideen, um über den Kreis der traditionellen Kulturbesucher hinauszukommen“ (ebd. 2014: 20).

Tatsächlich existieren in den meisten Kulturhäusern wie Museen oder Theatern bereits Vergünstigungen für Kinder und Jugendliche, teilweise entfällt der Eintritt bis zu einer bestimm-

ten Altersgrenze komplett<sup>1</sup>. Trotzdem gehören von Armut betroffene Kinder und Jugendliche (ebenso wie Erwachsene) nicht zum gängigen Klientel dieser Kulturhäuser.

Die Nichtbesucherforschung zeigt, dass Preiserlasse v. a. mehr Gelegenheitsbesucher\*innen anlocken, weniger jedoch die sogenannten „Nie-BesucherInnen“ (Renz 2016). In Bezug auf diese Zielgruppe schließt demzufolge die Frage an, inwiefern die Information über die Preisreduzierungen bzw. -erlasse überhaupt bei Familien und jungen Menschen ankommen, die zur Kategorie der „Niebesucher\*innen“ gehören.

Welche weiteren Barrieren müssen also in Verbindung mit Kulturkarten in den Blick genommen werden?

Laut Vanessa Isabelle Reinwand-Weiss setzt kulturelle Teilhabe „ein grundsätzliches Interesse, eine Informiertheit und ein Grundverständnis über die Angebote sowie letztlich dann den tatsächlichen Besuch von kulturellen und sozialen Veranstaltungen voraus“ (Reinwand-Weiss 2022: 9).

Alle genannten Voraussetzungen hängen eng mit dem Bildungsgrad einer Person zusammen. Voraussetzungen bzw. Barrieren für kulturelle Teilhabe sind intersektional miteinander verwoben und können kaum getrennt voneinander reflektiert werden. Soziologisch lässt sich dieses Phänomen der Mehrdimensionalität von mangelnden Zugängen zu Bildung und Kultur mit der Habitus-Theorie nach Pierre Bourdieu (1987) begründen. Bourdieu stellt einen engen Zusammenhang zwischen kultureller Praxis und Distinktion her, indem er Abgrenzungsmechanismen und die permanente Reproduktion von „feinen Unterschieden“ (1987) beschreibt. Die Gründe für fortbestehende soziale Ungleichheiten und die Aufrechterhaltung von „Klassen“ auch in der heutigen Gesellschaft begründet er, über den fehlenden Zugang zu ökonomischen Ressourcen hinaus, in mangelnden Zugängen zu „kulturellem, sozialem und symbolischem Kapital“ (Bourdieu 1983: 2ff).

Der Bildungsbericht 2020 zeigte die Verschärfung der Bildungsungerechtigkeit in Deutschland, auch in Folge der Corona-Pandemie, auf. Die Bildungschancen von Kindern und Jugendlichen entwickeln sich immer noch in starker Abhängigkeit von sozialen und regionalen Ungleichheiten (Autorengruppe Berichterstattung 2020: 22). So verwundert es nicht, dass die Nicht-Besucherforschung der „Barriere Bildung“ den größten Einfluss auf kulturelles Interesse zumisst. Studien zufolge verfügen „formal bildungsferne Menschen auch über wenig Wissen bezüglich der Rahmenbedingungen und des Ablaufs von Kulturveranstaltungen. Die Motivation zum Besuch kultureller Veranstaltungen entsteht am ehesten in Kindheit und Jugend, wobei die Hinführung zu Kunst und Kultur durch die Eltern nachhaltigere Konsequenzen auf das Kulturinteresse hat, als die Aktivitäten der Schulen (Mandel 2008: 28, Keuchel 2012)“ (Renz 2016).

Der sozioökonomische Status sowie der Bildungshintergrund stellen also zwei grundlegende Barrieren in Bezug auf kulturelle Teilhabemöglichkeiten dar. Bildungsarmut und finanzielle Armut bedingen einander und sind intersektional verwoben. Zudem bringen sie weitere Benachteiligungen mit sich und verursachen Barrieren wie z. B. strukturelle Hürden, mangelndes kulturelles und soziales Kapital und damit einhergehende Mängel an Informationen und gesellschaftlicher Teilhabe insgesamt. All dies sind Faktoren, die in der Auswertung dieser Expertise (Kapitel 5) eine wichtige Rolle spielen.

Erwähnung finden sollte, dass Finanzierung und Bildung die zwei zentralen Einflussfaktoren für die Nutzung kultureller Angebote sind, dass es neben den hier genannten aber viele weitere Barrieren gibt, zu denen z. B. die mangelnde Repräsentanz vieler kultureller Ausdrucksformen und Werke aus anderen Ländern und Kulturen (Stichwort: Eurozentrismus) oder auch bauliche und Vermittlungshürden insbesondere für Menschen mit körperlichen Einschränkungen zählen.

<sup>1</sup> siehe dazu z. B. Freier Eintritt in LVR-Museen, [https://www.lvr.de/de/nav\\_main/kultur/museen/freiereintritt/freiereintritt\\_2.jsp](https://www.lvr.de/de/nav_main/kultur/museen/freiereintritt/freiereintritt_2.jsp), freier Eintritt für Kinder und Jugendliche in Bremer Museen: <https://familiennetz-bremen.de/veranstaltungen/freier-eintritt-fuer-kinder-und-jugendliche-in-bremer-museen/>, Gasteig gratis München: <https://www.gasteig.de/veranstaltungen/>

## 2.2 Kulturkarten als Instrument für mehr Teilhabe

Also der Mensch fühlt sich, glaube ich, auch wieder in der Gesellschaft angekommen, wenn er wie jeder andere auch in die Theaterhäuser der Stadt gehen darf, ohne sich da rechtfertigen zu müssen oder sich das nicht leisten zu können.

Milena Velasquez, KulturRaum München (00:06:24:04–00:06:58:01)

Die 2.600 Jugendlichen, die sich im Rahmen des BMFSFJ-Hackathons für das Projekt „Die CultureCard – Dein Pass für jeden Anlass“ aussprachen, gehen – wie die vier jugendlichen Initiator\*innen und auch andere Akteure – davon aus, dass ein kostenloser oder kostengünstiger „Kulturpass“ den Zugang zu Kunst und Kultur erheblich erleichtert. Tatsächlich hat sich das Modell einer Kulturkarte bereits in einer Vielzahl deutscher Städte etabliert. Dies zeigt die Liste der Mitglieder der „Bundesvereinigung Kulturelle Teilhabe“ (o. J. a).

Kulturkarten ermöglichen kostenlosen oder vergünstigten Zugang zu Kulturangeboten und sollen so kulturelle Teilhabemöglichkeiten für Bürger\*innen schaffen bzw. erweitern, die erschwerten Zugang zu Kunst und Kultur haben.

Mit dem Ziel, „dem Menschenrecht auf kulturelle Teilhabe zu einer gerechten und umfassenden Umsetzung zu verhelfen,“ gründete sich im Oktober 2016 aus der bundesweiten „Arbeitsgemeinschaft Kulturelle Teilhabe in Deutschland“ (BAG) der gemeinnützige Verein „Bundesvereinigung Kulturelle Teilhabe“ (BVKT). Die in der Bundesvereinigung zusammengeschlossenen Initiativen wollen Menschen mit geringem Einkommen „eine würdevolle, selbstverantwortliche kulturelle und damit soziale Teilhabe“ (Wikipedia 2022) ermöglichen. Dies geschieht vielerorts durch die Ausstellung von Kulturpässen, die den Inhaber\*innen selbstständige Zugänge zu Kulturveranstaltungen ermöglichen. Aber auch die telefonische oder digitale Vermittlung von kostenfreien Eintrittskarten für Kulturveranstaltungen dient den Initiativen als Weg.

Eine kostenlose Vermittlung von Kulturveranstaltungen an Personen in sozioökonomisch benachteiligten Lebenslagen verfolgen Initiativen wie die „Kulturtafeln“ und die „Kulturlogen“ bereits seit längerer Zeit. 2008 wurde der erste Verein mit dem Namen „Kultur für Alle e.V.“ in Frankfurt am Main durch den Musikproduzenten Götz Wörner gegründet, zahlreiche gleichnamige Vereine gründeten sich nach diesem Beispiel in weiteren Städten wie Osnabrück, Stuttgart und Nürtingen (Wikipedia 2022). Mittels telefonischer Vermittlung von kostenlosen Eintrittskarten verfolgen auch die „Kulturlogen“ seit 2010 das Ziel der Verbesserung kultureller Teilhabe. Der „Bundesverband Kulturloge e.V.“ (o. J.) unterstützt bei Neugründung lokaler Vereine und stellt ihnen den rechtlich geschützten Namen sowie das Logo und eine Datenbank zur Vermittlung von Karten zur Verfügung.

## 2.2.1 Kulturkarten mit Blick auf junge Menschen

Die im Rahmen von Initiativen wie „Kultur für alle“ entstandenen Kulturkarten nehmen als Zielgruppe überwiegend Erwachsene mit geringem Einkommen in den Blick. In der kulturellen Kinder- und Jugendbildung spielen Kulturkarten eine vergleichsweise untergeordnete Rolle. In einigen Städten wurden jedoch für jüngere Zielgruppen eigene Instrumente entwickelt, wie z. B. in Frankfurt am Main oder Karlsruhe (siehe Kapitel 3).

Kinder und Jugendliche profitieren auch indirekt von Kulturkarten, wenn diese ihren Eltern mehr kulturelle Teilhabe ermöglichen und Familien über dieses Instrument gemeinsame Kulturbesuche realisieren können. Denn der Einfluss der Herkunftsfamilien auf kulturelle Aktivitäten wird als wichtigster Faktor für die kulturelle Interessenbildung von Personen betrachtet. Studien zeigen, dass das Kulturinteresse deutlich vom familiären Hintergrund abhängt. So ist für Jugendliche aus sozial schwachen Familien nach wie vor der Zugang zu Kunst und Kultur erschwert, etwa durch Zeit- und Geldmangel oder geografische Einschränkungen. Die Eltern sind aber bei mehr als der Hälfte der an Kultur interessierten Kinder und Jugendlichen Impulsgeber. Bei 36 Prozent sind es die Lehrerinnen und Lehrer, bei nur 22 Prozent die Freund\*innen (vgl. EACEA 2008). Auch eine Studie im Auftrag des Rates für Kulturelle Bildung kommt zu dem Ergebnis, dass der Bildungshintergrund der Eltern der stärkste Faktor für das kulturelle Interesse von Kindern und Jugendlichen ist. Gleichzeitig macht auch diese Studie deutlich, dass Kinder aus bildungsfernen Familien weniger Zugänge zu Kultur erhalten (Rat für Kulturelle Bildung 2017: 5).



Für mich ist Kultur ein Zusammenspiel zwischen Bildung und Spaß. Kultur macht am meisten in der Gemeinschaft Spaß, weshalb die Besuche von Schulen zu Theateraufführungen total cool sind, um einen ersten Eindruck zu bekommen.

Susan

Mit Blick auf die fortbestehende Kinderarmut in Deutschland (vgl. Bertelsmann Stiftung 2021: 1) scheinen Kulturkarten also v. a. dann ein sinnvolles Instrument zu sein, wenn sie für Familien die Barrieren zu rezeptiver Teilhabe an Kunst- und Kulturhäusern im institutionellen Bereich, also z. B. Theater- oder Museumsbesuche, abbauen. Ob dies gelingt, hängt jedoch von weiteren Faktoren ab, die Gegenstand dieser Expertise sind.

Die Frage, wie hoch das Interesse an kultureller Teilhabe in Form von Rezeption institutionell organisierter Kulturangebote ist, bleibt wenig beforscht und deshalb schwer zu beantworten. Laut der Studie „Access of young People to culture“ konsumieren Jugendliche mehr Kunst und Kultur, als dass sie selbst kreativ aktiv sind (vgl. EACEA 2008). Laut einer Studie vom Rat für Kulturelle Bildung (2015: 14) geben etwa 19 Prozent der Jugendlichen an, ein besonderes Kulturinteresse zu haben, rund 50 Prozent zumindest ein geringes. Keinerlei Interesse haben 27 Prozent der Befragten. Als Gründe geben junge Menschen an, Kultur sei langweilig, wenig spannend und nicht altersgemäß. Eher eine Minderheit (13 %) unter den Kulturinteressierten widmet sich der „klassischen“ Kunst wie Malerei, Theater, klassische Musik, Oper oder auch Architektur und Bildhauerei, insbesondere aber dem Theater (40 %).

Kultur ist für alle Menschen total wichtig. Wir haben uns lange darüber ausgetauscht, was Kultur alles ermöglicht. Man kann andere Kulturen kennenlernen, lernen, sich für Dinge zu entscheiden oder z. B. in einem Museum etwas über Politik erfahren und daraus seine eigene Meinung bilden. [...] Für mich bedeutet Kultur, dass man mit Freund\*innen zusammenkommt.

Mia

Durchschnittlich 55 Prozent aller Jugendlichen sind im Gegensatz zu diesen „klassischen“ Kulturangeboten besonders an Sozialen Medien interessiert. Daneben beschäftigt sich die Mehrheit von ihnen vor allem mit Filmen, Rock- und Popmusik, YouTube-Clips oder Video- und Computerspielen (vgl. EACEA 2008). Rock- und Popmusik spielen die mit Abstand wichtigste Rolle im Freizeitbereich (für 64 %). Allerdings ordnen die Jugendlichen dieses Interesse eher nicht der Kategorie „Kultur“ zu. Bereits das 2. Jugend-KulturBarometer wies aus, dass junge Menschen einen eher engen und hochkulturellen Kulturbegriff haben und die eigene Kulturnutzung (z. B. Mediennutzung oder Musikhören) und -aktivität dem nicht zuordnen (Keuchel/Larue 2012).

Die Jugendlichen, die die Idee „Die Culture Card – Dein Pass für jeden Anlass“ im Rahmen des BMFSFJ-Hackathons entwickelt haben, verbinden mit diesem das Leitziel, Kultur für alle „überall“ und „für jeden Anlass“ zugänglich zu machen. Ihr konkretes Ziel ist eine einheitliche und flächendeckende Ermäßigung für Jugendliche im Alter von 12 bis 27 Jahren in ganz Deutschland. Dabei legen die Jugendlichen Wert auf ein breites Kulturangebot, das z. B. Technofestivals und Konzerte einschließt. Auch der öffentliche Nahverkehr soll ihrem Konzept zufolge mit der Kulturkarte nutzbar sein. Dies zeigt, dass auch die ideengebenden Jugendlichen des Projektes mehr Barrieren im Blick haben als die finanzielle Hürde der Eintrittsgelder.

Kultur ist für mich der Großteil meines Lebens. Ich wusste immer, dass ich etwas mit Kultur machen möchte. Ich bin sehr begeistert von Kultur, singe auch mit Menschen anderer Generationen im Chor. Ich glaube, die Pandemie hat uns gezeigt, wie sehr wir Kultur brauchen und dass Kultur eigentlich einer der Gründe ist, die das Leben lebenswert machen.

Océane



**Interview mit den jugendlichen Ideengeber\*innen für das Projekt „Kulturkarte?“:**  
„Kultur in der Tasche – Wie die „KulturKarte“ den Zugang zu Kultur für Kinder und Jugendliche erleichtern soll“, [www.bkj.nu/qdy](http://www.bkj.nu/qdy)



Wenn Jugendliche Kultur hören, denken sie meist: Kultur ist langweilig. Das ist sehr schade: Schließlich bietet Kultur so viele Möglichkeiten! Kultur sind nicht nur klassische Konzerte oder Ausstellungen, sondern können auch Videospiele sein!

Danait

### 2.2.2 Kulturkarten aus der Perspektive von Kulturinstitutionen

Die Ausweitung und Differenzierung des „Publikums“ ist seit vielen Jahren ein – politisch stark unterstütztes – Ziel von Kultureinrichtungen. Mit Strategien wie Audience Development, Community Building oder verstärkter Kulturvermittlung versuchen sie, ihrem Teilhabe- und Bildungsauftrag zu entsprechen, sich neu zu legitimieren und Besucher\*innen zu erschließen. Renz (2016) kommt im Rahmen einer Sekundäranalyse von knapp 100 quantitativen deutschsprachigen (Nicht-)Besucherstudien der letzten 25 Jahre zu dem Schluss „dass der deutsche Kulturbetrieb noch weit von der Vision einer Kultur für alle [kursiv im Orig.] entfernt ist“ (ebd.: o. S.). So besuchten etwa 50 Prozent überhaupt keine Kulturveranstaltungen. „Es geht dann darum, das Nicht-Besuchen von Theatern oder Museen nicht ausschließlich als freie Entscheidung der Individuen zu verstehen, sondern eine ungleiche Verteilung der Teilhabe immer als abbauwürdigen sozialen Missstand, als Exklusion bestimmter Gruppen der Gesellschaft von demokratischen Prozessen zu begreifen. Daraus folgt der wesentliche Auftrag an die Akteure im Kulturbetrieb, ein sozial diverses Publikum und Kultur für alle anzustreben“ (ebd.: 3).

Im Rahmen der Nicht-Besucherforschung wird der Eintrittspreis in allen Studien als die relevanteste Barriere benannt. Allerdings lassen sich durch Preisreduzierungen eher Gelegenheitsbesucher\*innen motivieren. Bei Nicht-Besucher\*innen hingegen müssten Preisreduzierungen mit einer „offensiven Kommunikationspolitik“ (Renz 2016) verbunden werden.

Eine durch das baden-württembergische Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst in Auftrag gegebene Studie „Freier Eintritt ist kein Patentrezept BW“ (Wegner 2019) kommt zu dem Schluss, dass der Verzicht auf Eintritt nicht automatisch mehr und anderes Publikum anzieht. Auf Grundlage der Studienergebnisse entschied sich das Land Baden-Württemberg gegen die Einführung eines einheitlichen freien Eintritts in Dauerausstellungen an allen baden-württembergischen Landesmuseen.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass Preisreduzierungen und -erlasse nur eingebettet in weitere zielgerichtete Aktivitäten sinnvoll sind. In diesem Zusammenhang scheinen v. a. Kommunikation und die zielgruppengerechte Ansprache eine entscheidende Rolle zu spielen.

### 2.2.3 Kulturkarten aus der Perspektive von Kommunen

Laut einer Studie des Rats für Kulturelle Bildung stuften über drei Viertel der an der Befragung beteiligten Städte die Bedeutung von Kultureller Bildung in Politik und Verwaltung ihrer Stadt als eher hoch (50 %) oder sehr hoch (28 %) ein (Rat für Kulturelle Bildung 2016: 8). Die Studie stellt zudem einen deutlichen Zusammenhang zwischen der Bereitschaft von Kommunen, Kulturelle Bildung zu unterstützen, und dem zur Verfügung gestellten Budget für Kulturelle Bildung her. Dabei spielen insbesondere die kommunalen Kulturverwaltungen hinsichtlich der Förderung Kultureller Bildung in den Städten und Regionen eine tragende Rolle. Zwar wird vielfach die Not-

wendigkeit gesehen, für mehr kulturelle Teilhabe sektorübergreifend mit den Bereichen Jugend und Bildung zusammenzuarbeiten. Die Umsetzung ist allerdings abhängig von jeweils aktuellen politischen Zielsetzungen und Möglichkeiten und wird häufig federführend aus der Kulturverwaltung gesteuert. Vor allem in Städten, die ein „Kommunales Gesamtkonzept für Kulturelle Bildung“ auf den Weg gebracht haben, werden Aktivitäten für mehr kulturelle Teilhabe jedoch vermehrt bereichsübergreifend gesteuert und umgesetzt.

Auch in Bezug auf die Finanzierung von Kulturangeboten insgesamt kommt den Kommunen große Bedeutung zu. Sie verantworten den größten Anteil an öffentlichen Ausgaben zur Kulturförderung, 2019 waren es rund 45 Prozent der Kosten (Landkreis Osnabrück 2021: 8). Da sich zahlreiche Kulturinstitutionen wie z. B. Museen oder Theater in städtischer Trägerschaft befinden, übernehmen die Kommunen mittels Preisreduzierungen und Maßnahmen wie eintrittsfreie „Museumstage“ (z. B. in Köln vgl. Museen der Stadt Köln o. J.) oder freier Eintritt für Kinder und Jugendliche in vielen Städten Verantwortung für den Abbau von Barrieren. Auch die Ausstellung von Sozialpässen für geringverdienende Personen oder Familien implizieren neben Bildungs- und Mobilitätsangeboten auch Vergünstigungen im Kulturbereich. Familienkarten bzw. -Pässe existieren u. a. in Berlin, Stuttgart oder Bremen. In Karlsruhe vergibt die Kommune den Karlsruher Kinderpass (Stadtjugendausschuss Karlsruhe o. J.), der verschiedene Angebote von Mobilität, Kultur, Sport, Bildung und Freizeit enthält. Kommunen wie Frankfurt am Main oder Wallenhorst legen mit städtischen Kulturkarten einen Schwerpunkt explizit auf kulturelle Teilhabe (siehe Kapitel 3).

# 3. Übersicht über bestehende Modelle der Vergünstigungen kultureller Angebote

## 3.1 Kulturkarten für Kinder und Jugendliche in sozio-ökonomisch benachteiligten Lebenssituationen

In diesem Kapitel befinden sich die in Steckbriefen zusammengefassten Ergebnisse einer Online-Recherche zu bereits bestehenden Modellen von Kulturkarten.

### 1 Karlsruher Kinderpass

**Gründung:** 2006

**Träger:** Stadt Karlsruhe

**Zielgruppe:** Kinder ab der Geburt bis 15 Jahre von Eltern, die ALG II (SGB II), Sozialhilfe (SGB XII), Wohngeld oder einen Kinderzuschlag beziehen oder über ein geringes Einkommen verfügen; Kinder mit Schwerbehindertenausweis sowie Kinder mit Behinderung, die Eingliederungshilfeleistungen wahrnehmen; Pflegekinder sowie Kinder und Jugendliche, die sich in einer stationären Unterbringung nach SGB VIII befinden; Kinder aus Familien mit fünf oder mehr minderjährigen Kindern

**Ziele:** Das Leben der Kinder und Jugendlichen spielt sich in Freizeit, Sport und Kultur ab. Und Angebote aufsuchen zu können, müssen sie mobil sein. Allen Kindern soll – zur Sicherung von Chancengleichheit und zur Angleichung der Lebensverhältnisse unabhängig von ihrer Herkunft und den finanziellen Möglichkeiten der einzelnen Familien – durch den Zugang zum gesellschaftlichen Leben ein möglichst guter Start ins Leben ermöglicht werden.

Dazu gehören eine freie Entwicklung und die Förderung von individuellen Begabungen. Kinder sollen dort, wo sie leben und wo ihre Interessen sind, die Möglichkeit der Teilhabe erhalten.

**Angebote und Vergünstigungen:** verschiedene Leistungen in Form von freien Eintritten, Vergünstigungen (bis zu 66 Prozent) oder Gutscheinen für die umfangreichen Angebote der teilnehmenden Gemeinden aus den Bereichen Freizeit, Sport, Kultur, Bildung und Mobilität

**Sparten:** interdisziplinär

**Anmeldung:** bei den teilnehmenden Gemeinden, ab dann ist er zwölf Monate gültig und

kann bis zum 18. Lebensjahr jährlich verlängert werden

**Kosten:** kostenfrei

**Besonderheiten:** Förderung verschiedener Angebote von Mobilität, Kultur, Sport, Bildung und Freizeit; eigene Presseseite mit Presse-texten, Fotos und Filmmaterial; Unterstützer machen Teilnahme durch Label bekannt (z. B. Aufkleber an der Frontscheibe im Geschäft)

**Kurzbeschreibung:** Die Angebote des Karlsruher Kinderpasses sind vielfältig. Sie reichen von der Ermäßigung bis zu 50 Prozent beim Karlsruher Verkehrsverbund (KVV), etwa bei der Monatskarte, Sommerferienticket oder Ausbildungskarte zur Förderung der Mobilität. Zur Teilhabe an Kultur ist mit dem Karlsruher Kinderpass z. B. in zahlreichen städtischen Museen in der Region der Eintritt ermäßigt oder sogar frei. Im Freizeitbereich erhalten Karten-Besitzer\*innen die Jahreskarte für den Zoologischen Stadtgarten an der Zookasse gegen eine kleine Eigenbeteiligung. Bei diversen Veranstaltungen in der Region wie etwa „Das Fest“ oder Heimspiele des KSC ist der Eintritt ermäßigt oder sogar frei. Im Bereich der Bildung gewähren Einrichtungen wie die Volkshochschule und Jugendkunstschule bis zu 50 Prozent Rabatt auf Kursgebühren, das Badische Konservatorium und die Jugendmusikschule Neureut bzw. die Jugendmusikschule Hardt eine Ermäßigung von 66 Prozent. Im Sport gewähren verschiedene Frei- und Hallenbäder in der Region bis zu 50 Prozent Rabatt auf den regulären Einzelntrittspreis. Zudem ist die Bädersaisonkarte für Kinder und Jugendliche ab 6 Jahren um 66 Prozent günstiger zu haben. Außerdem gibt es einen Ferienzuschuss für Kinder und Jugendliche ab 6 Jahren von zwei Dritteln der Kosten (bis max.

100 Euro) für Ferienbetreuungen, Freizeiten, Stadtranderholungen oder andere Ferienangebote gemeinnütziger Ferienfreizeitanbieter. Bildungsgutscheine bekommen Kinder, die den Kinderpass erhalten, aber keine Leistungen nach dem Bildungs- und Teilhabepaket, können Gutscheine für Sport- und Bildungsangebote bekommen. Die Bildungsgutscheine können ganz oder anteilig eingelöst werden für alle Angebote der Einrichtungen des Stadtjugendausschuss e. V., Sportangebote der Vereine, Musikunterricht, Computerkurse, Schwimmkurse, Nachhilfe, Tanz, Kreativangebote, Freizeiten und Ferienangebote. (Stadtjugendausschuss Karlsruhe o. J.)

**Zielgruppenansprache/Werbung:** Website, Flyer

**Erfolge:** 200 Pässe jährlich, 2018 ist die Rede davon, dass noch zu wenige Menschen von dem Kinderpass wüssten, mehr Werbung und weniger Stigmatisierung lautet die Empfehlung der KULT-Fraktion

**Finanzierung:** Verwaltungshaushalt Stadt Karlsruhe; Gründung der Initiative „Gegen Armut – Wir sind dabei“ durch den Stadtjugendausschuss e. V., diese spricht potenzielle Unterstützer in der Region an (u. a. Vereine, Geschäfte, Unternehmen etc.)

**Kontakt:** Jugendfreizeit- und Bildungswerk, (0721) 133 56 71, jfbw@stja.de



---

Karlsruher Kinderpass des Stadtjugendausschuss e. V.  
Karlsruhe: [www.karlsruher-pass.de/karlsruher-kinderpass](http://www.karlsruher-pass.de/karlsruher-kinderpass)

---

## 2 kulturpass't!, Vogtland Zwickau und Erzgebirge-Mittelsachsen

**Gründung:** 2017 bis 2020 (Modellphase), ab 2021 Verstetigung

**Träger:** Netzwerkstellen für Kulturelle Bildung in den Kulturräumen Vogtland-Zwickau und Erzgebirge-Mittelsachsen

**Zielgruppe:** Schüler\*innen aller Schulformen Vogtland Zwickau und Erzgebirge-Mittelsachsen

**Ziele:** Förderung und Steigerung der Wertschätzung von Kultureller Bildung an Schulen; Schaffung qualifizierter Angebote durch Kulturpartner; Erprobung neuer Angebote

im Vermittlungssektor; Zertifizierung des Engagements im kulturellen Bildungskontext; Entlastung der Schulen und Eltern durch Übernahme der Fahrtkosten und Teilnehmerbudgets; Förderung der Kooperation von Schule und Kulturpartnern; Erlebbarkeit anderer Lernmethoden und in einem neuen Kontext wahrgenommener Inhalte; Förderung von Mobilität im ländlichen Raum, Verbesserung der Erreichbarkeit von Kulturangeboten; aktive Mitgestaltung und Teilhabe der Kinder und Jugendlichen an Kunst und Kultur Angebote und Vergünstigungen: Teilnahme an drei Angeboten der Kulturellen Bildung

**Sparten:** interdisziplinär

**Anmeldung:** über die jeweilige Schule

**Kosten:** kostenfrei

**Besonderheiten:** ermöglicht Teilhabe im ländlichen Raum

**Kurzbeschreibung:** „kulturpass't!“ ist eine Initiative, die Schüler\*innen für ihre Teilnahme an kulturellen Angeboten mit einem Kulturpass belohnt. Um den Kulturpass am Ende des Schuljahres zu erhalten, müssen die Schüler\*innen mit ihrer Klasse an mind. drei kreativ-künstlerischen Angeboten – aus einem Katalog frei wählbar – teilnehmen. Bei den Angeboten kooperieren Bildungseinrichtungen im Rahmen von Projekten bzw. Projekttagen mit Akteuren aus Kunst und Kultur. Schüler\*innen wählen ihre Wunschangebote und erleben diese dann am Ort der Kultur oder auch in der Schule. Anfallende Fahrtkosten, Teilnahmegebühren bzw. Honorare und Materialkosten werden von „kulturpass't!“ übernommen, eine faire Vergütung der Kulturpartnerinnen und -partner ist außerdem gewährleistet. Partner sind Grundschulen, Förderschulen, Oberschulen, Gymnasien, Berufsschulen einerseits sowie Kultureinrichtungen, Künstler\*innen und Kunst- und Kulturvermittler\*innen andererseits.

**Zielgruppenansprache/Werbung:** Website, Blog

**Erfolge:** 65 Schulklassen und mehr als 1.300 Schüler\*innen im Kulturraum Vogtland-Zwickau waren bis 2020 beteiligt; Modellphase belegt, dass Kooperationen durch die Projekte neue Inspirationen erhalten, sie machen eigene Ressourcen bewusst und fordern die eigene Kreativität heraus. Schulische und außerschulische Akteur\*innen lernen sich im Rahmen der einzelnen Angebote kennen und setzen erweiterte Bildungsprozesse durch

künstlerisch-kreative Inhalte und Methoden um. Schüler\*innen können gemeinsam mit ihren Lehrer\*innen Angebote auswählen und so schulischen Alltag aktiv mitgestalten und erleben. Sie finden barrierearme und kostenfreie Zugänge zu Kunst, Kultur und außerschulischen Lernorten und bekommen Impulse und Anregungen für die Entwicklung individueller Kompetenzen. Sie können einen Nachweis über diese kulturell-bildende Betätigung bekommen und erhalten langfristige und wiederkehrende Zugänge zu kulturellen Bildungsangeboten.

**Finanzierung:** Neben Eigenanteilen der Kulturräume (25 %) fördert der Freistaat Sachsen das Programm aus Mitteln des Staatsministeriums für Wissenschaft, Kultur und Tourismus (75 %).

**Kontakt:** Netzwerkstelle Kulturelle Bildung, Kulturraum Vogtland-Zwickau, (0152) 55 95 12 00, [info.kulturellebildung-krvz@gmx.de](mailto:info.kulturellebildung-krvz@gmx.de)  
Netzwerkstelle Kulturelle Bildung, Kulturraum Erzgebirge-Mittelsachsen, (0177) 651 66 77  
[info@kultur.plus](mailto:info@kultur.plus)



Kulturraum Vogtland-Zwickau und Kulturraum Erzgebirge-Mittelsachsen, „kulturpass’t!“: [www.kulturpasst.de](http://www.kulturpasst.de)

Dokumentation der Modellphase „kulturpass’t!“ (2017–2020): [www.kulturpasst.de/pdfs/2021/Dokumentation\\_2021\\_digital.pdf](http://www.kulturpasst.de/pdfs/2021/Dokumentation_2021_digital.pdf)

Evaluation der Modellphase „kulturpass’t!“: [www.kulturpasst.de/pdfs/2021/Evaluation\\_2020\\_digital.pdf](http://www.kulturpasst.de/pdfs/2021/Evaluation_2020_digital.pdf)

### 3 KinderKulturPass, Bielefeld und Umgebung

**Gründung:** 2012

**Träger:** Deutsches Rotes Kreuz

**Zielgruppe:** Kinder im Alter von 3 bis 6 Jahren (mit ihren Eltern)

**Ziele:** Interkulturelle Familienbegleitung; Bildung als Thema in der Familie stärken; Hemmschwellen gemeinsam überwinden; Integration durch Identifikation mit Bielefeld und seinen Familienangeboten; Bindung zwischen Eltern und Kind durch gemeinsames Erleben positiv erweitern; Eltern und Familien für das Thema sensibilisieren

**Angebote und Vergünstigungen:** Kultur- und

Freizeitprogramm für Kita-Kinder; die Eltern beteiligen sich aktiv am Bildungsprozess ihrer Kinder

**Sparten:** interdisziplinär

**Kosten:** kostenfrei

**Besonderheiten:** Schwerpunkt frühe Bildung

**Kurzbeschreibung:** Der KinderKulturPass

„KiKu“ ist ein „Kultur-Reisebüro“ der besonderen Art, das begleitete und beinahe kostenlose Bildungsreisen vor Ort bietet. Das Projekt bringt Familien mit Kindern im Alter von 3 bis 6 Jahren über alle gesellschaftlichen Schichten und Sprachen hinweg zusammen – im Rahmen von Museums- und Theaterbesuchen, Exkursionen in Tierparks, Tanz- und Musikprojekten, die einmal monatlich stattfinden. KiKu spricht Familien mit sehr jungen Kindern an und legt bereits im Kita-Alter den Grundstein von Bildung und Kultur als wichtigen Bestandteil im Familienalltag. Damit dies dauerhaft gelingt, werden Kinder und deren Eltern gemeinsam darin begleitet, die Bildungsmöglichkeiten der Heimatstadt zu erkunden. Grundlage ist das Halbjahresprogramm mit wechselnden Schwerpunkten. Zum Abschluss erhält jedes Kind den KinderKulturPass als Teilnahmenachweis. KiKu verankert Bildung als Thema in den Familien, vertieft die Eltern-Kind-Bindung durch gemeinsame Erlebnisse und stärkt Integration durch Identifikation mit Bielefeld.

**Erfolge:** 400 Kita-Kinder erhielten bereits den KinderKulturPass

**Finanzierung:** DRK-Kreisverband, Spenden

**Kontakt:** DRK-Kreisverband Bielefeld e. V./DRK Familienzentrum Kita Weltweit, (0521) 52 99 80, [info@drk-kita-weltweit.de](mailto:info@drk-kita-weltweit.de)



DRK-Kreisverband Bielefeld e. V./DRK Familienzentrum Kita Weltweit, KinderKulturPass: [www.drk-kita-weltweit.de](http://www.drk-kita-weltweit.de)

### 4 Kulturklub – Teilhabe von Anfang an, Hamburg

**Gründung:** 2018

**Träger:** KulturLeben Hamburg e. V.

**Zielgruppe:** Kinder zwischen 3 und 12 Jahren aus Familien mit geringen Einkünften oder aus Betreuungseinrichtungen

**Ziele:** Einladung ins Kulturleben der Stadt und Teilhabe für alle von Anfang an

**Angebote und Vergünstigungen:** Besuch kultureller Veranstaltungen

**Sparten:** interdisziplinär

**Anmeldung:** beim KulturKlub telefonisch oder über einen Anmeldeflyer, der an kulturellen und sozialen Orten in Hamburg ausliegt und als Download auf der Website zur Verfügung steht

**Kosten:** kostenfrei

**Kurzbeschreibung:** Der KulturLeben Hamburg e. V. arbeitet mit Akteur\*innen und Einrichtungen der Hamburger Kinderkultur zusammen, z. B. Kindertheater, Konzerthäuser, Stadtteilkulturzentren, Museen. Die Kulturpartner stellen Karten für ihre Veranstaltungen zur Verfügung, die kostenfrei und aktiv an die angemeldeten KulturKlub-Familien vermittelt werden.

**Zielgruppenansprache/Werbung:** über das Netzwerk, z. B. die KulturKlub-Sozialpartner

**Erfolge:** 600 Eintrittskarten (2019)

**Finanzierung:** 120 Kultureinrichtungen und Veranstalter spenden Eintrittskarten; Spenden; Fördermitgliedschaften; Projektförderungen. Der Verein wird gefördert von der Rei-

mund C. Reich Stiftung und unterstützt durch den Budnianer Hilfe e. V. sowie das Hamburger Spendenparlament

**Kontakt:** KulturKlub, c/o KulturLeben Hamburg e. V., (0800) 0180 105, buero@kulturleben-hamburg.de



KulturLeben Hamburg e. V., KulturKlub:  
[www.kulturleben-hamburg.de/kulturklub/](http://www.kulturleben-hamburg.de/kulturklub/)

## 5 KulturRaum München

siehe Kapitel 4.1.2

## 6 Kufti – Das Kultur- und Freizeitticket, Frankfurt am Main

siehe Kapitel 4.1.3

## 3.2 Kulturkarten für Bürger\*innen aller Altersgruppen in sozio-ökonomisch benachteiligten Lebenssituationen

### 1 Kulturpass, Frankfurt am Main

**Gründung:** 2008, seit 2014 Modellprojekt Fokus Kinder und Jugendliche

**Träger:** Kultur für ALLE e. V., Frankfurt am Main

**Zielgruppe:** Erwachsene sowie Kinder und Jugendliche aus Familien, die eine Grundsicherung, Hartz IV oder Sozialhilfe erhalten

**Ziele:** kulturelle Teilhabe

**Angebote:** Besuch von Kulturorten und Teilnahme an Kulturveranstaltungen

**Sparten:** interdisziplinär

**Anmeldung:** Antrag bei verschiedenen Einrichtungen in Frankfurt am Main

**Kosten und Vergünstigungen:** symbolisch für Erwachsene und Jugendliche 1,00 Euro (für Kinder bis 13 Jahre 0,50 Euro), Eintritt 1,00

Euro für Erwachsene und 0,50 Euro für Kinder

**Besonderheiten:** sehr präsent in der Presse

**Kurzbeschreibung:** Kultur für ALLE e. V. vermittelt zwischen Bedürftigen und Veranstaltern freie Plätze. In Frankfurt am Main leben über 30.000 Kinder in von Armut betroffenen Familien. Kultur für ALLE e. V. ermöglicht mit dem Kulturpass über 8.000 Menschen den Zugang zu über 200 Kulturinstitutionen vom Museum über Oper und Theater bis zum Rock-Club. Kultur für ALLE e. V. stellt Kindern und Jugendlichen auf einer Website alle nutzbaren Möglichkeiten vor. (Kultur für ALLE o. J. a/Kulturportal o. J.)

**Zielgruppenansprache/Werbung:** Website, Kulturpass-Flyer (2015), Webbanner zur Verwendung auf Partner-Websites

**Finanzierung:** Die Selbst.Los! Kulturstiftung Annelie und Wilfried Stascheit unterstützt den Kultur für Alle e. V. finanziell mit einer Spende zur Deckung der laufenden Kosten für die Vereinsarbeit.

**Kontakt:** Kultur für ALLE e. V. (069) 97 76 14 70, kultur fuer alle@kulturpass.net



Kultur für ALLE e. V., KulturPass: [www.kulturpass.net](http://www.kulturpass.net)

## 2 Wallenhorster Kulturcard (WKC), Wallenhorst

**Gründung:** 2018

**Träger:** Gemeinde Wallenhorst

**Zielgruppe:** Kinder, Schüler\*innen, Student\*innen, Auszubildende, Wehrdienstleistende, Freiwilligendienstleistende, Senior\*innen ab 65 Jahren, Schwerbehinderte mit Ausweis und Personen mit Anspruch auf soziale Vergünstigungen der Gemeinde  
**Angebote und Vergünstigungen:** ermäßigter Eintritt/halber Preis von Kulturveranstaltungen in Wallenhorst und Vorverkaufsrecht, Platzreservierung, persönliche Einladungen zu Ausstellungseröffnungen sowie zur Ehrenamtsgala „Tag des Anstoßes“

**Sparten:** interdisziplinär

**Anmeldung:** Die Kulturcard ist ausschließlich im Wallenhorster Rathaus erhältlich.

**Kosten:** 16,50 Euro, 5,50 Euro für jedes minderjährige Kind; alle, die nicht originär zur Zielgruppe gehören, zahlen 22,00 Euro

**Kurzbeschreibung:** Ausstellungen, Kulturprojekte, Lesungen, Vorträge und weitere kulturelle Veranstaltungen – die Gemeinde Wallenhorst bietet mit ihrer Kulturcard die Möglichkeit, nahezu all diese Kultur- und Kunstveranstaltungen zu besuchen.

**Zielgruppenansprache/Werbung:** Infos auf Gemeinde-Website, Presseberichte

**Kontakt:** Gemeindeverwaltung Wallenhorst, (05407) 888-530, margret.terglane@wallenhorst.de



**Gemeindeverwaltung Wallenhorst, Kulturcard:** Kunst und Kultur haben viele Gesichter. Wallenhorst bietet mit der Kulturcard attraktive Vorteile, [www.wallenhorst.de/rathaus-politik/aktuelles/meldung/kunst-und-kultur-haben-viele-gesichter.html](http://www.wallenhorst.de/rathaus-politik/aktuelles/meldung/kunst-und-kultur-haben-viele-gesichter.html)

## 3 Bonuscard + Kultur, Stuttgart

**Träger:** Kultur für alle Stuttgart e. V.; Bonuscard + Kultur wird vom Sozialamt der Stadt Stuttgart ausgestellt

**Zielgruppe:** Inhaber\*innen des Sozialpasses der Stadt Stuttgart

**Ziele:** Bonuscard + Kultur ist eine freiwillige soziale Leistung der Stadt Stuttgart. Sie soll den Berechtigten ermöglichen, trotz finanzieller Einschränkungen am kulturellen, sportlichen und sozialen Leben in der Stadt teilzunehmen.

**Angebote und Vergünstigungen:** Die Karte ermöglicht zahlreiche Vergünstigungen, z. B. freien Einlass zu Kulturveranstaltungen, ermäßigte Monatstickets für den öffentlichen Nahverkehr oder Gebührenbefreiung für Kindertageseinrichtungen.

**Sparten:** interdisziplinär

**Anmeldung:** online oder schriftlicher Antrag an das Sozialamt

**Kosten:** freie Eintritte

**Kurzbeschreibung:** Kooperierende Kultureinrichtungen reservieren für grundsätzlich alle Vorstellungen ein festes Freikartenkontingent für Inhaber\*innen der Bonuscard + Kultur. Dabei handelt es sich nicht um Restkarten, sondern um Tickets aller Preiskategorien, die vorbestellt und an der Abendkasse gegen Vorlage der Bonuscard + Kultur abgeholt werden können. Bei Museen gilt unbegrenzt freier Eintritt in die Ausstellungen gegen Vorlage der Bonuscard + Kultur an der Kasse.

**Erfolge:** über 90 Institutionen stellen Freikarten zur Verfügung

**Finanzierung:** Förderung des Vereins durch die Stadt Stuttgart, Spenden, Fördermittel

**Kontakt:** Kultur für alle Stuttgart e. V., (0711) 82 85 95 06, [info@kultur-fuer-alle.net](mailto:info@kultur-fuer-alle.net)



Kultur für alle Stuttgart e. V., Bonuscard + Kultur: [www.kultur-fuer-alle.net/so-funktioniert/bonuscard-kultur](http://www.kultur-fuer-alle.net/so-funktioniert/bonuscard-kultur)

## 4 Kultur- und Freizeitpass, Kempen

**Gründung:** 2015 nach Ratsbeschluss

**Träger:** Stadt Kempen

**Zielgruppe:** Bürger\*innen mit niedrigem Einkommen (Einzelpersonen unter 923 Euro)

**Ziele:** Personen mit geringem Einkommen soll die Möglichkeit geboten werden, das städtische Kultur- und Freizeitangebot zu ermäßigten Preisen zu nutzen.

**Angebote und Vergünstigungen:** Pass-Inhaber\*innen zahlen den für Unter-18-Jährigen geltenden Preis bei ausgewählten Kultur- und Freizeitveranstaltungen

**Sparten:** interdisziplinär

**Anmeldung:** Nach Vorlage der Einkommensunterlagen wird der Kultur- und Freizeitpass befristet für ein Jahr von der Servicestelle der Stadt Kempen ausgestellt. Den Kultur- und

Freizeitpass für Kinder und Jugendliche erhalten die Erziehungsberechtigten nach Vorlage des entsprechenden Sozialbescheides in den Servicestellen der Stadt Kempen.

**Kosten:** verminderte Preise

**Finanzierung:** Stadt Kempen

**Kontakt:** Stadt Kempen, (02152) 917-0



**Stadt Kempen, Kultur- und Freizeitpass:** [www.kempen.de/de/dienstleistungen/kultur-und-freizeitpass/](http://www.kempen.de/de/dienstleistungen/kultur-und-freizeitpass/)

## 5 KUKUK – Kunst- und Kultur-Unterstützungs-Karte, Osnabrück

siehe Kapitel 4.1.1

## 3.3 Ähnliche Instrumente für Zugänge zu Kulturangeboten

### 1 Jugendrat – Gründung eines Jugendclubs „mit herzblut“, Düsseldorf

**Kurzbeschreibung:** Im kulturinstitutionsübergreifenden Jugendclub „mit herzblut“ können alle 14- bis 21-Jährigen kostenlos Mitglied werden. Sie besuchen mit Gleichaltrigen ausgewählte Veranstaltungen aus einem Programm an acht Kulturorten. Begleitet wird der Kulturclub von Jugendratsmitgliedern sowie den Kulturbotschafter\*innen.



**Jugendrat Landeshauptstadt Düsseldorf, Jugendclub „mit herzblut“:** [www.duesseldorf.de/suche/suche/news-detail/newsdetail/jugendrat-will-jugendliche-fuer-kultur-begeistern.html](http://www.duesseldorf.de/suche/suche/news-detail/newsdetail/jugendrat-will-jugendliche-fuer-kultur-begeistern.html)

### 2 Super-Ferien-Pass, Berlin

**Kurzbeschreibung:** Mit dem Super-Ferien-Pass können Schüler\*innen jeden Tag zu einem besonderen Ferientag werden lassen. Das 200 Seiten starke Taschenbuch bietet Preisvorteile von 20 bis 50 Prozent bei sportli-

chen, kulturellen und kreativen Aktivitäten, an rund 100 Ferientagen. Außerdem gibt es Verlosungen. Der Pass ist einerseits für Kinder bis 11 Jahre, andererseits ein Pass für Jugendliche von 12 bis 18 Jahren. Zuständig sind die jeweiligen Leistungsstellen (Jobcenter, Sozialamt, Landesamt für Flüchtlingsangelegenheiten, Wohngeldstelle).



**JKS JugendKulturService gemeinnützige GmbH, Super-Ferien-Pass:** [www.jugendkulturservice.de/de/ferien-und-familienzeit/super-ferien-pass](http://www.jugendkulturservice.de/de/ferien-und-familienzeit/super-ferien-pass)

### 3 Albstädter Bonusheft

**Kurzbeschreibung:** Die Stadt hat 6.200 Bonuskarten verschickt. Die Karten berechtigen Kinder und Jugendliche im Alter von 3 bis 16 Jahren, sich ein Bonusheft im Rathaus, bei der Touristeninformation, bei den Ortsämtern und im Bürgerbüro in Tailfingen abzuholen. Das Bonusheft beinhaltet neben Informationen über das städtische Kinder- und Jugendbüro, Pumptrack und Skateplatz, die Spielplätze,

das Traufgängerle Hexenküche und die Albstädter Vereine 16 Gutscheine. Diese können im Jahr 2022 bei den Kooperationspartnern – im Albaquarium, in den Hallenbädern, im Badkap, in der Dolomiti Boulderbox, im Kräuterkasten, in der Stadtbücherei, bei der Volkshochschule, beim Family Day von Tagtraum Events, bei Veranstaltungen des Kulturamts und in den Albstädter Museen – eingelöst werden als kostenlose oder ermäßigte Angebote.



---

**Zollern-Alb-Kurier über das Albstädter Bonusheft:**  
[www.zak.de/Nachrichten/Trostpflaster-fuer-Familien-Albstaedter-Bonusheft-enthaelt-Gutscheine-fuer-Kinder-und-Jugendliche-148556.html](http://www.zak.de/Nachrichten/Trostpflaster-fuer-Familien-Albstaedter-Bonusheft-enthaelt-Gutscheine-fuer-Kinder-und-Jugendliche-148556.html)

---

#### 4 Max geht in die Oper, Halle/Saale

**Kurzbeschreibung:** Das Patenschaftsprogramm der Bürgerstiftung Halle ermöglicht ausgewählten Kindern, gemeinsam mit einer\*em Pat\*in während eines Jahres verschiedene kulturelle Orte zu entdecken. Sie besuchen z. B. das Puppentheater, erkunden das Landesmuseum für Vorgeschichte, die Funde des Stadtmuseums, den Zoo oder die Gemäldesammlung. Seit dem Winter 2010 vergibt das Programm jährlich an etwa 45 Mädchen und Jungen in benachteiligten Lebenslagen eine Kulturpatenschaft. Seit dem Jahr 2017 fördert der Fachbereich Bildung der Stadt Halle „Max geht in die Oper“ im Bereich Jugendhilfe kontinuierlich und anteilig.



---

**Bürgerstiftung.Halle, Max geht in die Oper:** [www.buergerstiftung-halle.de/projekte/max-geht-in-die-oper/](http://www.buergerstiftung-halle.de/projekte/max-geht-in-die-oper/)

---

# 4. Beschreibung und Auswertung ausgewählter Fallbeispiele

## 4.1 Kurzbeschreibungen der Fallbeispiele

Die vier analysierten Fallbeispiele repräsentieren jeweils unterschiedliche Modelle von Kulturkarten. Diese Unterschiede werden im Folgenden herausgearbeitet (siehe Kapitel 4.3). Alle Beispiele stammen aus Städten und lassen dementsprechend nur am Rande Rückschlüsse auf ländliche Räume zu, etwa bei der Osnabrücker Kulturkarte, die im gesamten Landkreis umgesetzt wird. Zudem widmen sich drei der vier Karten auch bzw. sogar schwerpunktmäßig erwachsenen Zielgruppen. Lediglich das Frankfurter Beispiel adressiert ausschließlich Kinder und Jugendliche als Zielgruppe. Dementsprechend beziehen sich die abgeleiteten Ergebnisse auf die Teilhabe von Menschen aller Altersgruppen in urbanen Räumen. Dieser Fokus sollte bei der Gesamtbetrachtung der Expertise mitberücksichtigt werden.

### 1 KUKUK – Kunst- und Kultur-Unterstützungs-Karte, Osnabrück

**Gründung:** 2012

**Träger:** Verein KAOS (= Kultur für Alle Osnabrück) e. V.

**Zielgruppe:** Kinder und Jugendliche aus Familien, die ALG II beziehen, eine Grundsicherung im Alter und Erwerbsminderung nach SGB XII, Wohngeld oder Leistungen aus dem Asylbewerberleistungsgesetz

**Ziele:** Kultur für alle zugänglich machen, kulturelle Teilhabemöglichkeit für Menschen mit wenig Geld, Abbau finanzieller, sozialer, gesundheitlicher und sprachlicher Barrieren

**Angebote und Vergünstigungen:** Menschen mit wenig Geld können Kulturveranstaltungen besuchen, ermäßigte Gebühren z. B. auch für Malworkshops, Chöre oder Tanzkurse

**Sparten:** interdisziplinär

**Anmeldung:** bei Familienservicebüros im Landkreis

**Kosten und Vergünstigungen:** Karte kostet einmalig 1,00 Euro für Erwachsene, für Kinder bis 14 Jahre 0,50 Euro, reduzierter Eintrittspreis jeweils 1,00 Euro für Erwachsene, für Kinder bis 14 Jahre 0,50 Euro

**Besonderheiten:** prominente Botschafter\*innen aus der Kultur (Kabarettist\*innen, Sänger\*innen, Schauspieler\*innen); eigene Radio-Kultursendung „KUKUKsRuf“; KUKUKsCAFÉ (Kaffeklatsch für Kulturinteressierte); KUKUKsTREFF (zur Verabredung zu Kulturveranstaltungen von Interessierten und Kultur tandems); Leitbild entwickelt zu Haltung, Qualität, Zusammenarbeit etc.

**begleitende Formate:** Kulturlots\*innen begleiten zu Kulturveranstaltungen, Kulturbot\*innen informieren über das Projekt, „Kultur aktiv“ – Programm für Teilnahme an Kursen

**Kurzbeschreibung:** Die KUKUK-Karte ermöglicht es Bedürftigen, über 350 kulturelle Veranstaltungen im Monat zu einem stark verminderten Eintrittspreis zu besuchen. 112

Veranstalter, darunter das Theater Osnabrück sowie die Lagerhalle, arbeiten seit Einführung der Karte mit dem Verein zusammen.

**Zielgruppenansprache/Werbung:** Website, Facebook, Instagram, Radiosendung, Folder, Plakate, und KUKUKsBEUTEL werden in der Stadt verteilt

**Erfolge:** 4.637 vergebene Kulturkarten, 2.500 Kulturbesuche bei 112 Kulturanbietern (laut Website, Stand: September 2022)

**Finanzierung:** Mitgliedsbeiträge, Projektförderungen, Spendengelder und Benefizveranstaltungen; institutionelle Förderung durch Stadt und Landkreis Osnabrück ist angestrebt

**Kontakt:** KAOS e. V., (0541) 76 07 91 12, info@kukuk.de



KAOS e. V., KUKUK – Kunst- und Kultur-Unterstützungskarte: [www.kukuk.de](http://www.kukuk.de)

Radiosendung „KUKUKsRUF – Kultursendung des KAOS e. V.“: [www.osradio.de/sendung/k-a-o-s-2022-01-14/](http://www.osradio.de/sendung/k-a-o-s-2022-01-14/)



### **KAOS e. V. stellt die eigenen Angebote für kulturelle Teilhabe vor**

„Kultur für alle Osnabrück“ heißt der Verein. Und das Projekt, womit wir begonnen haben, ist die sogenannte KUKUK, das ist die Kunst- und Kultur-Unterstützungskarte, mit der Menschen, die Transferleistungen bekommen, für einen Euro, Kinder für 50 Cent, Kulturveranstaltungen besuchen können, bei mittlerweile 112 Kulturveranstaltern in Stadt und Landkreis Osnabrück.

Mit der Zeit haben wir gedacht, wir können noch ein bisschen weiter- und auch anderes machen – und haben das sogenannte Projekt „Kultur aktiv“ gestartet. Da geben wir Leuten die Möglichkeit, wie bei der KUKUK zu stark ermäßigten Preisen, z. B. in die Musik- und Kunstschule zu gehen. Etwa ein Dutzend Anbieter machen da mit. Das ist eine sehr schöne Sache, gerade in der Musik- und Kunstschule wird diese Möglichkeit sehr stark genutzt.

Das dritte Projekt sind die Osnabrücker Kulturlotsen. Das heißt, wir geben Menschen, z. B. Migranten und Leuten mit Handicap, sogenannte Kulturlotsen an die Hand, die mit ihnen dann in die Kultur gehen und ein bisschen Hilfestellung leisten.

Und ganz neu ist unsere aufsuchende Arbeit. Wir warten nicht mehr darauf, dass die Menschen zu uns kommen. Bisher mussten sie immer den ersten Schritt tun. Jetzt gehen wir nach draußen und zu den Menschen direkt.

Max Ciolek, KAOS e. V. (00:04:06:14–00:04:22:11)

## 2 KulturRaum München

### Kulturkinder

**Gründung:** 2011

**Träger:** KulturRaum München e. V.

**Zielgruppe:** Kinder unter 13 Jahren aus einkommensschwachen Familien sowie soziale Einrichtungen und Pat\*innen, die Kinder aus einkommensschwachen Familien betreuen

**Ziele:** kulturelle Teilhabe für alle Menschen, unabhängig von ihren finanziellen Möglichkeiten, ihrer Herkunft, ihres Alters oder ihrer Bildung; Kulturveranstalter können ihre Angebote Menschen zugänglich machen, die sie sonst nicht erreichen würden

**Angebote und Vergünstigungen:** kostenfreie Eintrittskarten für vielfältige Kulturveranstaltungen

**Sparten:** interdisziplinär

**Anmeldung:** kostenfrei anmelden für Kultur-Familien-Programm, entweder über soziale Einrichtungen, die mit dem Verein zusammenarbeiten (Sozialpartner), dazu muss ein KulturKinder-Flyer ausgefüllt werden oder eine Anmeldung online; Anmeldung auch in Verbindung mit dem München-Pass

**Kosten:** kostenfrei

**Besonderheiten:** Kulturpat\*innen können als Begleitung gebucht werden; Schirmpat\*innen aus prominenter Münchener Kunstszene; im Eintritt.Frei-Kalender finden alle interessierten Münchner\*innen Kulturveranstaltungen; MixMuc Team (Menschen engagieren sich für kulturelle Vielfalt und Inklusion); LiteraturRaum (Literaturkreis); GästeSpiel (Kulturevent vom Verein)

**Kurzbeschreibung:** KulturKinder vermittelt kostenfreie Karten für Kulturerlebnisse an Kinder. Rund 70 Münchner Kulturveranstalter stellen dazu regelmäßig kostenlos Tickets für Kinderkonzerte, Kinderkino, Kindertheater u. v. m. zur Verfügung. Daneben werden partizipative Workshops und Ferienkurse zu Themenbereichen wie Trickfilm, Fotografie, bildende Kunst, Tanz, Theater oder Zirkus angeboten.

Ehrenamtliche Mitarbeiter\*innen kontaktieren die Familien, um Karten für Veranstaltungen aus ihren Wunschkategorien zur Verfügung zu stellen. Kinder können mit ihren Eltern die Veranstaltungen besuchen oder mit einem\*r ehrenamtlichen Pat\*in. Die Karten sind an der Tageskasse auf ihren Namen hinterlegt. Alle Gäste können eine zweite Karte erhalten und

jemanden aus der Familie oder dem Freundeskreis mitnehmen. Nach Möglichkeit können Familien je Veranstaltung so viele Karten wie erforderlich erhalten.

**Zielgruppenansprache/Werbung:** Website, Flyer

**Finanzierung:** Die Kulturpartner stellen kostenfrei Karten für unterschiedliche Veranstaltungen zur Verfügung, u. a. für Konzerte, Theater, Rock/Pop, Kabarett, Kino und Lesungen. Die Sozialpartner informieren die von ihnen betreuten Bürger\*innen über das Angebot und sind bei der Anmeldung behilflich. Der Verein KulturRaum wird (hier Angaben aus dem Jahr 2020) finanziert durch öffentliche Mittel aus dem Sozialreferat und dem Kulturreferat (80 Prozent), aus Stiftungen und Vereinen, z. B. Aktion Mensch (16 Prozent) und Eigenmittel wie Mitgliedsbeiträge, Spenden, Freunde des Vereins (4 Prozent).

**Kontakt:** KulturRaum München, (089) 55 26 71 83, [info@kulturraum-muenchen.de](mailto:info@kulturraum-muenchen.de)



**KulturRaum München e. V., Kulturkinder:** [www.kulturraum-muenchen.de/kartenvermittlung/kulturkinder/](http://www.kulturraum-muenchen.de/kartenvermittlung/kulturkinder/)

### KulturKick-Klubkarte

**Gründung:** 2014

**Träger:** KulturRaum München e. V.

**Zielgruppe:** kulturinteressierte Jugendliche im Alter von 14 bis 21 Jahren, Azubis, Freiwillige im FSJ, Jugendliche aus kooperierenden Einrichtungen und Kinder von KulturGästen

**Ziele:** eigenständig und unabhängig von den finanziellen Möglichkeiten der Eltern sollen Jugendliche die Vielfalt der Münchner Kulturlandschaft selbstbestimmt und im außerschulischen Kontext erkunden

**Angebote und Vergünstigungen:** einmal monatlich kostenloser Besuch einer Veranstaltung, zweite Karte für Begleitperson möglich

**Sparten:** interdisziplinär

**Anmeldung:** Online-Anmeldeformular, dann persönlicher Zugang zu einem Online-Konto

**Kosten:** kostenfrei

**Besonderheiten:** Anmeldeanleitung, Berichte über Veranstaltungsbesuche auf der Videoplattform YouTube

**Kurzbeschreibung:** Einmal angemeldet, erhalten Jugendliche die KulturKick-Klubkarte und können selbstständig auf der Website bis zu

zwei Karten pro Event buchen und auf Wunsch eine Begleitperson kostenlos mitnehmen.

**Zielgruppenansprache/Werbung:** Website, Flyer, Ansprache über soziale Einrichtungen, Schulen, Jugendeinrichtungen, Betreuungsstellen oder Bildungseinrichtungen, WhatsApp-Gruppe, Facebook, Instagram

**Erfolge:** Insgesamt sind 60 Personen für die KulturKick-Klubkarte angemeldet, die regelmäßig Karten buchen. 1.800 Tickets wurden seit dem Start von KulturKick vergeben

**Finanzierung:** Die Kulturpartner stellen kostenfrei Karten für unterschiedliche Veranstaltungen zur Verfügung, u. a. für Konzerte, Theater, Rock/Pop, Kabarett, Kino und Lesungen. Die Sozialpartner informieren die von ihnen betreuten Bürger\*innen über das An-

gebot und sind bei der Anmeldung behilflich. Der Verein KulturRaum wird (hier Angaben aus dem Jahr 2020) finanziert durch öffentliche Mittel aus dem Sozialreferat und dem Kulturreferat (80 Prozent), aus Stiftungen und Vereinen, z. B. Aktion Mensch (16 Prozent) und Eigenmittel wie Mitgliedsbeiträge, Spenden, Freunde des Vereins (4 Prozent).

**Kontakt:** KulturRaum München, (089) 55 26 71 83, [info@kulturraum-muenchen.de](mailto:info@kulturraum-muenchen.de)



---

**KulturRaum München e. V., KulturKick-Klubkarte:**  
[www.kultur-kick.de](http://www.kultur-kick.de)

---

### **KulturRaum München e. V. stellt die eigenen Angebote für kulturelle Teilhabe vor**

KulturRaum München ist ein Verein, der sich für kulturelle Teilhabe einsetzt. Das heißt, wir bekommen Karten für kulturelle Veranstaltungen von den Veranstaltern gespendet und die vermitteln wir dann an bedürftige Menschen weiter.

„KulturKick“ ist das Jugendprogramm vom Kulturamt München, das ich betreue. Hier können sich Jugendliche von 14 bis 23 Jahren anmelden – alle Jugendlichen, eben auch aus schwierigen Einkommensverhältnissen stammende Schüler, Auszubildende, Bundesfreiwilligendienstleistende, FSJler oder auch Kinder und Jugendliche von unseren sogenannten KulturGästen aus der Erwachsenen-Vermittlung oder eben diejenigen, die bei sozialen Partnern angemeldet sind.

Beim KulturRaum München, also bei der Erwachsenen-Vermittlung, ist es so, dass alle Gäste angerufen werden. Dafür haben wir ehrenamtliche Vermittler, die vom Büro bei uns oder von sich zu Hause aus, im Turnus von vier bis sechs Wochen die Gäste anrufen und ihnen nach ihren Interessen Karten vermitteln, sei es für Theater, Museen, Kino. Bei den Jugendlichen ist das Prinzip anders: Sie bekommen nach ihrer Registrierung Zugangsdaten. Mit diesen können sie sich anmelden und selbstständig auf der KulturKick-Website schauen, was ihnen an kulturellen Veranstaltungen gefallen würde und sich dafür dann zwei Karten ca. zwölf Mal im Jahr, also alle vier Wochen, selbstständig buchen. Das heißt, sie können immer jemanden mitnehmen, der nicht zwangsläufig bei uns angemeldet sein muss.

Milena Velasquez, KulturRaum München (00:17:37:16–00:18:06:16)

### 3 Kufti – Das Kultur- und Freizeitticket, Frankfurt am Main

**Gründung:** 2019

**Träger:** Stadt Frankfurt und Medienpartner VGF

**Zielgruppe:** Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren mit Wohnsitz, Schule oder Kindertagesstätte in Frankfurt am Main und aus Haushalten mit einem monatlichen Nettoeinkommen von unter 4.500 Euro

**Ziele:** kulturelle Teilhabe in der Stadt von klein auf

**Anmeldung:** Online über die KUFTI-Website, Einkommensnachweise müssen nicht hochgeladen werden, die Angaben werden stichprobenartig kontrolliert

**Angebote und Vergünstigungen:** freier Eintritt in Frankfurter Museen, ermäßigter Eintritt in den Zoo Frankfurt

**Sparte:** Museum

**Kosten:** kostenfrei, 29,00 Euro jährlich für Personen außerhalb dieser Einkommens- und geografischen Grenze

**Kurzbeschreibung:** Mit dem KUFTI können Kinder und Jugendliche kostenlos 35 Frankfurter Museen und den Zoo besuchen. Ob allein, mit der Familie, der Kita-Gruppe oder der

ganzen Schulklasse. Das Kultur- und Freizeitticket ist Teil eines von Magistrat und Stadtverordnetenversammlung beschlossenen Pakets für Mieter\*innen, Familien mit Kindern und zur ökologischen Stadtentwicklung.

**Zielgruppenansprache/Werbung:** Website, Presseberichte

**Erfolge:** Bereits seit 2017 ist der Eintritt in die städtischen Museen für junge Besucher\*innen frei. Seit der Einführung konnte die Besucherzahl verdoppelt werden, von 47.400 im Jahr 2016 auf 95.400 im Jahr 2019. Insgesamt 5.600 Anträge für das Ticket „KUFTI“ sind seit dem Start des Projekts im Kulturamt in Frankfurt am Main eingegangen.

**Finanzierung:** Die Eintritte werden in den Häusern automatisch erfasst und die ausfallenden Eintrittsgelder den Museen in voller Höhe von der Stadt Frankfurt am Main durch Steuergelder ersetzt.

**Kontakt:** Stadt Frankfurt am Main/Kulturamt, (069) 21 24 05 96, [kufti.kulturamt@stadt-frankfurt.de](mailto:kufti.kulturamt@stadt-frankfurt.de)



Stadt Frankfurt am Main/Kulturamt, KUFTI – Kultur- und Freizeitticket: [www.kufti.de](http://www.kufti.de)

#### Kulturamt Frankfurt am Main stellt die eigenen Angebote für kulturelle Teilhabe vor

Das Kultur- und Freizeitticket ist im Jahr 2019 von der Kulturdezernentin Dr. Ina Hartwig eingeführt worden. Es geht darum, freien Eintritt für alle Kinder und Jugendlichen unter 18 Jahren in alle städtischen Museen, darüber hinaus noch in circa 17 weitere Museen sowie den Zoo zu gewähren. Dieses Angebot ist kostenlos, für die Familien, deren Nettoeinkommen unter 4.500 Euro monatlich liegt, die in Frankfurt wohnen oder deren Kind eine Kita oder Schule in Frankfurt besucht. Alle Familien, deren Einkommen darüber liegt oder die nicht in Frankfurt wohnen, können dieses Kultur- und Freizeitticket, kurz KUFTI genannt, käuflich erwerben für 29,00 Euro im Jahr.

Sybille Linke, Stadt Frankfurt am Main/Kulturamt (00:00:27.920)

## 4 Kinder-Kulturpass Rhein-Neckar

**Gründung:** 2014

**Träger:** Kulturparkett Rhein-Neckar e. V.

**Zielgruppe:** Kinder und Jugendliche bis 18 Jahre in Mannheim, Heidelberg, Schwetzingen/Oftersheim, Ludwigshafen, Speyer, die Leistungen aus dem Bildungs- und Teilhabe-Paket beziehen oder deren Eltern Inhaber\*innen des Kulturpasses sind

**Ziele:** Alle sollen am reichhaltigen Kulturleben in der Region teilnehmen können, unabhängig von den finanziellen Möglichkeiten

**Angebote und Vergünstigungen:** kostenfreier Eintritt zu Kulturveranstaltungen

**Sparten:** interdisziplinär

**Anmeldung:** in Kulturparkett-Büros

**Kosten:** Karte und Angebote sind kostenfrei

**Kurzbeschreibung:** Mit dem Kulturpass können alle im Veranstaltungskalender angebotenen Kulturveranstaltungen in der Rhein-Neckar-Region besucht werden. Der Verein

sammelt gesponserte Karten sowie Frei- und Restkarten von Kultureinrichtungen. Auf der Internetseite wird dann das aktuelle Kartenangebot aufgelistet. Die Tickets können telefonisch reserviert und unter Vorlage des Kulturpasses an der Abendkasse abgeholt werden. Der Verein arbeitet eng mit dem Kulturamt der Stadt Mannheim und dem Fachbereich Arbeit und Soziales zusammen.

**Zielgruppenansprache/Werbung:** Website, Newsletter

**Finanzierung:** Fördergelder der beteiligten Städte, Mitgliedsbeiträge

**Kontakt:** Kulturparkett Rhein-Neckar e. V., Kulturpass-Büro Mannheim, (0621) 44 59 95 50, [info@kulturparkett-rhein-neckar.de](mailto:info@kulturparkett-rhein-neckar.de)



---

Kulturparkett Rhein-Neckar e. V., Kinder-Kulturpass:  
[www.kulturparkett-rhein-neckar.de/kulturpass/](http://www.kulturparkett-rhein-neckar.de/kulturpass/)

---

### Kulturparkett Rhein-Neckar e. V. stellt die eigenen Angebote für kulturelle Teilhabe vor

Der Kulturpass Mannheim bzw. im Rhein-Neckar-Kreis hat eigentlich den Dreh- und Angelpunkt, dass wir kostenfreie Tickets und Eintritte ermöglichen, nicht wie teilweise in anderen Städten mit 1-Euro-Lösungen. Wir nehmen Angebote, die mit einem gewissen Entgelt verbunden sind, nicht auf, um also keine finanzielle Hürde zu haben. Wobei wir natürlich auch wissen, dass es auch andere Hürden gibt.

Harald Heinze, Kulturparkett Rhein Neckar e. V. (00:00:14:04–00:00:41:21)

## 4.2 Kulturkarten-Fallbeispiele im Verhältnis zu ähnlichen Unterstützungsangeboten der Kommune

Die meisten Kommunen verfügen über unterstützende Angebote für Menschen mit geringem Einkommen. Häufig werden auch diese als „Unterstützungskarte“ bzw. Pass (z. B. München-Pass, Osnabrück-Pass) organisiert und im Zusammenhang mit der Beantragung der Sozialhilfe ausgestellt. Daher stellt sich die Frage, inwiefern sich die Kulturkarten-Fallbeispiele mit diesen Maßnahmen verzahnen?

**Osnabrück:** Der durch den Fachbereich Soziales und Gesundheit der Stadt ausgestellte „Osnabrück-Pass“ ermöglicht finanziell schwach gestellten Osnabrücker Bürger\*innen zahlreiche Ermäßigungen und einige kostenlose Angebote (Stadt Osnabrück o. J.). Vor Einführung der Kunst- und Kultur-Unterstützungs-Karte „KUKUK“ durch KAOS e. V. waren auch Kulturangebote in diesem Sozialpaket enthalten. Allerdings waren diese Möglichkeiten nicht so übersichtlich aufbereitet und wesentlich teurer. Mit Einführung der „KUKUK“ wurde das Kulturangebot aus dem Osnabrück-Pass entfernt.

**München:** Der „München-Pass“ (Landeshauptstadt München o. J.) ermöglicht eine Vielzahl von Vergünstigungen bei städtischen und nicht städtischen Einrichtungen (z. B. Museen, Sportstätten, Schwimmbädern, Kinos, Theater, Tierpark etc.). Im Unterschied zur Kartenvermittlung durch KulturRaum München sind die Kulturangebote zwar vergünstigt, jedoch weiterhin mit Kosten verbunden. KulturRaum hingegen stellt die Eintrittskarten komplett kostenlos zur Verfügung und bietet damit einen niederschwelligeren Zugang zu Kulturangeboten. KulturRaum München wird durch die Stadt München finanziell unterstützt.

**Frankfurt am Main:** In Frankfurt existiert parallel zum Kultur- und Freizeitticket „KUFTI“ ein durch den Verein „Kultur für ALLE e. V.“ (o. J. b) getragener Kulturpass, der mit dem oben beschriebenen Osnabrücker Modell der Kulturunterstützungskarte (KUKUK) vergleichbar ist. Auch dieser Pass kostet für Erwachsene und Jugendliche 1,00 Euro, für Kinder bis 13 Jahre 0,50 Euro und ermöglicht Zugang zu über 200 Kulturinstitutionen. Kultur für ALLE e. V. informiert die Kulturpassinhaber\*innen regelmäßig über die Website [www.kulturpass.net](http://www.kulturpass.net) über Angebote.

Im Rahmen von „Kultur für Alle Kids“ (Kultur für alle o. J. a) bietet der Verein Kindern für 0,50 Euro Zugang zu einem reichhaltiges Kulturprogramm wie z. B. Museen, Popkonzerte, Kindertheater, Zirkus, Film, Sport, Karneval und Workshops. Auch hier besteht der Unterschied zum Kultur- und Freizeitticket KUFTI darin, dass dieses kostenlosen Zugang bietet. Allerdings ist das Angebot, das ausschließlich Museen und den Zoo umfasst, im Vergleich nicht so vielfältig wie das Angebot vom Verein Kultur für Alle.

## 4.3 Modelle der Ticketvermittlung im Vergleich

Drei der vier untersuchten Kulturkarten-Fallbeispiele werden durch Vereine in freier Trägerschaft umgesetzt: KUKUK e. V. Osnabrück, KulturRaum München e. V. und Kulturparkett Rhein-Neckar e. V. Dem gegenüber steht das Kultur- und Freizeitticket (KUFTI) aus Frankfurt am Main, das in kommunaler Trägerschaft umgesetzt wird. Zudem beschränkt sich das Frankfurter „KUFTI“-Modell auf freien Eintritt in Museen sowie den Zoo, sodass keine Vermittlung von Eintrittskarten stattfindet.

Dementsprechend lassen sich lediglich die Ticketvermittlungen durch die drei Vereine vergleichen. Diesbezüglich verfahren die drei Vereine nach jeweils unterschiedlichen Modellen: Das Verfahren der selbstständigen (digitalen) Ticketbuchung als kostenpflichtiges „Kassensystem“ (Osnabrück), das Verfahren des aktiven Anbietens und Verteilens von kostenlosen Eintrittskar-

ten durch Ehrenamtliche (München) sowie die Vermittlung von kostenlosen Karten im Rahmen fester Kulturbüro-Sprechstunden (Rhein-Neckar).

#### 4.3.1 Selbstständige Ticketbuchung für einen geringen Beitrag im „Kassensystem“

Die sogenannten „Kassensysteme“ werden in Städten wie Frankfurt am Main, Esslingen, Stuttgart und Osnabrück praktiziert (vgl. Max Ciolek 2022, 00:41:01:19–00:41:21:23). Laut Max Ciolek vom Verein KAOS in Osnabrück organisiert die Mehrheit der Kulturkarten-Initiativen die Vergabe der Eintrittskarten allerdings wie der KulturRaum München durch persönliche Vermittlung mit Hilfe von Ehrenamtlichen.

Das Modell der selbstständigen Buchung von Kulturveranstaltungen setzt voraus, dass die zur Auswahl stehenden Angebote gut zugänglich auf einer Plattform aufbereitet sind. Beispielhaft dafür ist das Osnabrücker Kulturkarten-Modell unter [www.kukuk.de](http://www.kukuk.de).

##### **Pro-Argumente für das Modell der selbstständigen Ticket-Buchung**

- Empowerment: Durch selbstständiges digitales Buchen wird Eigeninitiative gefördert.
- freie Wahlmöglichkeit der Veranstaltungen: Kulturkarten-Inhaber\*innen können aus dem bestehenden Angebot frei wählen, wo und wie oft sie Kulturveranstaltungen besuchen.

Ich möchte den Leuten gerne eine Möglichkeit geben, dass sie frei wählen können, wo sie hingehen. Und ich möchte, dass sie so oft gehen können, wie sie wollen und nicht darauf angewiesen sind, dass sie angerufen werden.

Max Ciolek, KAOS e. V. (00:07:36:14–00:07:51:22)

##### **Contra-Argumente gegen das Modell der selbstständigen Ticketbuchung**

- Finanzielle Hürde: Tickets sind nicht kostenfrei, ein geringer Beitrag muss bezahlt werden (1,00 bzw. 0,50 Euro).
- Stigmatisierung: Kulturkarten-Inhaber\*innen werden an der Kasse als „bedürftig geoutet“, dies kann als beschämend und ausgrenzend empfunden werden und so eine Hemmschwelle darstellen.

##### **Gelingsbedingungen**

- Klar strukturierte, übersichtliche Aufbereitung der Angebote und einfaches Buchungssystem, in dem die Angebote nicht „mühsam zusammengesucht“ werden müssen.
- Einheitliches Buchungssystem mit einheitlichen Zugangsvoraussetzungen (alle Veranstaltungen kosten 1,00 Euro).
- Sensibilität und Diskretion der Mitarbeitenden im Eintrittsbereich der Kulturhäuser, um beschämende Situationen für Kulturkarten-Inhaber\*innen zu vermeiden.

Wir machen es den Leuten sehr komfortabel.

Max Ciolek, KAOS e. V. (00:26:13:20–00:26:28:1)

Durch diese Einheitlichkeit und dieses einfache System ist, glaube ich, die Akzeptanz sehr groß, weil wir seitdem ungefähr zweieinhalbtausend Kulturbesuche pro Jahr mit der KUKUK bei den Veranstaltern haben.

Max Ciolek, KAOS e. V. (00:11:16:03–00:11:27:22)

#### 4.3.2 Aktive Vermittlung kostenloser Tickets durch Ehrenamtliche

Bei diesem Kulturkarten-Modell vermittelt ein Team aus Haupt- und Ehrenamtlichen die zur Verfügung stehenden Tickets persönlich an die Kulturkarten-Inhaber\*innen. Beispielhaft hierfür ist KulturRaum München e. V., der für die Organisation dieses Verfahrens ein spezielles digitales Vermittlungssystem nutzt. In der Art der persönlichen Vermittlung geht Kulturraum München dabei je nach Zielgruppen unterschiedlich vor: Erwachsenen Kulturkarten-Inhaber\*innen sowie Familien werden die Tickets per Telefon angeboten, Jugendlichen digital über die Website und über eine WhatsApp-Gruppe.

##### **Pro-Argumente für persönliche Vermittlung der Tickets**

- Die stigmatisierende Situation an der Kasse wird vermieden, weil die Personen auf der „Gästeliste des Kulturamts“ stehen oder die Karten im Vorfeld per Post zugeschickt bekommen.
- Der persönliche Kontakt zur Zielgruppe macht es leichter, Informationen zu Interessen und Bedarfen der Zielgruppe zu generieren.

##### **Contra-Argumente gegen persönliche Vermittlung der Tickets**

- Die Kulturkarten-Inhaber\*innen können sich nicht selbstständig einen Überblick über Angebote verschaffen, dadurch sind die Wahlmöglichkeiten eingeschränkt.
- Eigeninitiative wird weniger gefördert.

##### **Gelingsbedingung**

Gute und wertschätzende Zusammenarbeit mit Ehrenamtlichen: Für KulturRaum München e. V. stellt die Zusammenarbeit mit den ehrenamtlichen Vermittler\*innen die Grundlage des Konzeptes dar.

Die Zusammenarbeit mit unseren Ehrenamtlichen ist natürlich sehr wichtig. Das heißt auch, dass sich die Ehrenamtlichen, wenn sie zu uns kommen, einfach wohlfühlen sollen. Sie sollen nicht das Gefühl haben, dass sie nur abarbeiten und dann wieder gehen, sondern dass es wirklich eine sehr wichtige Aufgabe ist. Sie machen den Hauptteil unserer Vermittlungsarbeit aus.

Milena Velasquez, KulturRaum München e. V. (00:32:19:21–00:33:04:16)

### 4.3.3 Vermittlung kostenloser Tickets durch Ehrenamtliche in persönlichen Sprechstunden

Diese Variante stellt eine Mischvariante des eigeninitiativen „Kassensystems“ und der aktiven Vermittlung durch Ehrenamtliche dar. Voraussetzung für die kostenlose Teilhabe an Kulturveranstaltungen ist hier eine aktive Kontaktaufnahme der Kulturkarten-Inhaber\*innen mit den entsprechenden Büros. Dort findet dann eine persönliche Beratung und Vermittlung durch Ehrenamtliche vor Ort oder per Telefon statt.

#### **Pro-Argumente für die persönliche Beratung in Sprechstunden**

- Persönlicher Kontakt und individuelle Beratung: Die Karten-Inhaber\*innen können unter Berücksichtigung von persönlichen Interessen und Lebenssituationen bei der Auswahl von Kulturveranstaltungen unterstützt werden.
- Eigeninitiative wird gefördert, weil die Karten-Inhaber\*innen proaktiv auf das Kulturbüro zugehen müssen. „... aber wir machen die Vermittlung im Wesentlichen am Telefon und dann kann ich am Telefon den Leuten natürlich auch sagen: ‚Hier, jetzt probiere doch mal dieses oder jenes‘ und das funktioniert. Ich sage mal so zwei bis fünf Mal im Jahr kriegt man Leute, die noch nie was gemacht haben“ (Harald Heinze 2022, 00:10:33:06–00:11:04:05).

#### **Contra-Argument für die persönliche Beratung in Sprechstunden**

- Die aktive Kontaktaufnahme zum Büro stellt eine Hürde dar, weil sie für viele Personen Überwindung kostet und schambehaftet ist „und in dem Moment outen sie sich ja auch, sie ist dann nicht mehr die anonyme Frau Meier in der Liste, sondern sie ist dann die Frau Meier, die sich gemeldet hat“ (Harald Heinze 2022, 00:16:10:14–00:16:19:10).
- Die Einrichtung und Organisation von Sprechstunden in Büros ist aufwändig und setzt das Engagement zahlreicher Ehrenamtlicher voraus.

## 4.4 Bündelung der identifizierten Gelingensbedingungen

### 4.4.1 Unterstützung der Kommune

#### **Ideeller Rückenwind**

Eine Unterstützung der Kulturkarte durch die Kommune sollte grundsätzlich gegeben sein. Ist die Kommune selbst Träger des Instruments, so spielt die ideelle Unterstützung „von oben“, z. B. durch den\*die Kulturdezernent\*in, eine wichtige Rolle. So wurde in Frankfurt am Main die Kulturkarte von der Kulturdezernentin selbst initiiert. Auch die Akzeptanz und Unterstützung anderer Ressorts, z. B. des Sozialamtes, ist wichtig für die erfolgreiche Implementierung. Und auch wenn die Kulturkarte durch einen Verein getragen wird, ist dieser Verein auf eine gute Kooperation mit den relevanten Ämtern angewiesen. Und kommunalpolitischer Support wirkt sich auch auf die von Vereinen getragene Kulturkarten positiv aus. So betont Max Ciolek in Bezug auf die Kulturkarte in Osnabrück, das Kulturamt und die Leiterin des Fachbereichs Kultur hätten das Vorhaben von Beginn an unterstützt und so zur erfolgreichen Implementierung beigetragen. So hätte die Leiterin des Fachbereichs Kultur mit den Worten „Meinen Segen haben Sie. Ich helfe Ihnen, wo ich kann.“ (Max Ciolek 2022, 00:05:32:06–00:05:46:20) dem Initiator nach eigener Beschreibung den entscheidenden Rückenwind gegeben, seine Idee in die Tat umzusetzen und auf die ersten Kulturveranstalter zuzugehen.

#### **Kulturelle Teilhabe als Teil der kommunalen Strategieentwicklung**

In Frankfurt am Main passte das Vorhaben der Kulturkarte inhaltlich und strategisch in ein Maßnahmenpaket für die Zukunftsfähigkeit der Stadt, in dem es darum ging, „virulente Themen der Stadtgesellschaft“ (Sybille Linke 2022, 00:02:20.850) anzugehen. Darunter fielen Ziele wie bezahlbarer

Wohnraum, Klimawandel, Verkehrswende und auch die Sicherstellung des sozialen Zusammenhalts. „Das war sozusagen die Grundlage“, so Kulturamtsleiterin Sybille Linke (ebd.). Kulturkarten eignen sich also als Teilstrategie kommunaler Steuerung und Planung, z. B. im Rahmen einer Kulturentwicklungsplanung.

#### **Einbindung von „Stakeholdern“ aus der Kommune**

Ein gutes Beispiel, wie die Einbindung relevanter Stakeholder gelingen kann, beschreibt Max Ciolek aus Osnabrück: So veranstaltete der Verein KAOS zum Auftakt der Kulturkarte eine öffentlichkeitswirksame Kick-Off-Veranstaltung, in die Kulturpolitiker\*innen, Stadtrat, sowie Kulturveranstalter\*innen eingebunden waren. Eine zukunftsweisende Orientierung, was das Instrument der Kulturkarte bewirken kann, veranschaulichte in der Rolle des „Pioniers“ Götz Wörner aus Frankfurt am Main als Begründer der Initiative „Kultur für Alle“ (o. J. b). So wurde deutlich, dass sich die Osnabrücker Kulturkarte an einem bereits erfolgreichen Konzept orientiert und Skeptiker\*innen konnte ein bereits erfolgreich umgesetztes Modell präsentiert werden (Max Ciolek 2022, 00:08:05:21–00:08:18:00).

#### **Finanzielle Unterstützung**

Auch die finanzielle Unterstützung durch die Stadt stellt für das Gelingen von Kulturkarten eine wichtige Grundlage dar. So stellt die Stadt Frankfurt am Main Gelder für Verwaltung und Öffentlichkeitsarbeit, für die Erstattung der Eintrittsgelder sowie Personalstellen für die Kulturkarte zur Verfügung. Die Bereitstellung von Haushaltsmitteln wird von Sybille Linke in diesem Zusammenhang als wichtigste Gelingensbedingung bezeichnet (Sybille Linke 2022, 00:41:03.420). Um Nachhaltigkeit zu gewährleisten sei es wichtig, dass die Mittel insbesondere für Personalstellen möglichst fest im Haushalt verankert sind. Während die kommunale Förderung für die städtisch getragene Kulturkarte in Frankfurt am Main also die Grundlage bildet, setzt sich die Finanzierung der Karten in freier Trägerschaft (München, Osnabrück) aus verschiedenen Quellen zusammen. Neben Spenden spielen in München auch kommunale Fördermittel eine Rolle, in Osnabrück wird eine institutionelle Förderung durch die Stadt angestrebt.

Und auch Drittmittel können für die Finanzierung von Kulturkarten eine Rolle spielen. So hatte Osnabrück zu Beginn des Vorhabens einen Preis der Stiftung Niedersachsen gewonnen. Das Preisgeld bot dem Verein die Möglichkeit, im ersten Jahr für die Aufbauarbeit eine Volontärin mit einer Halbtagsstelle einzustellen, die bspw. die Kontakte zu Sozialpartnern wie Diakonie, Caritas oder Jobcenter aufgebaut hat.

#### **4.4.2 Begleitende Formate**

Aus der Motivation heraus, die Schwellen zur kulturellen Teilhabe, über die finanzielle Unterstützung hinaus, durch niedrighschwellige Angebote noch weiter zu senken, haben einige der befragten Träger von Kulturkarten spezifische Formate entwickelt.

**Das „Reisende Museum“, Frankfurt am Main:** In diesem Projekt, das im Rahmen der Kulturkarte „KUFTI“ entwickelt wurde, gehen aktuell sechs Frankfurter Museen auf die Reise in Stadtteilbüchereien sozial benachteiligter Stadtgebiete. Die Kooperationen ermöglichen den Museen, in Stadtteilen aktiv zu werden und dort Zielgruppen anzusprechen. Sybille Linke begründet diesen weiteren Schritt wie folgt: „Das sind Maßnahmen, die wir in die Wege geleitet haben, weil wir gemerkt haben, wir müssen da noch nachlegen. Damit das Kultur- und Freizeitticket nicht einfach nur da ist, sondern damit auch klar wird, was man damit machen kann“ (Sybille Linke 2022, 00:08:22.050).

**kultur AKTIV!, Osnabrück:** KAOS e. V. bietet über das Projekt „kultur AKTIV!“ (KAOS o. J.) die Möglichkeit der aktiven Teilnahme an kulturellen Angeboten wie z. B. Chören, Tanzgruppen oder Malkursen für alle Altersgruppen. Kooperationen bestehen diesbezüglich bspw. mit der Musik-

und Kunstschule, der Frauenberatungsstelle, verschiedenen Museen oder einer Tanzschule. Zur Wirksamkeit aktiver Kultureller Bildung im Rahmen von „kultur AKTIV!“ schildert Max Ciolek von KAOS e. V. folgendes Beispiel: „Im Jahr 2013 kam ein 12-jähriges Mädchen zu uns, auch auf Anraten der Kunst- und Musikschule, die ja wussten, dass man die KUKUK bei uns haben kann und sagten ihr: ‚Hol dir mal die KUKUK, dann kannst du bei uns anfangen!‘ Das Mädchen wollte Unterricht haben und es ging einfach überhaupt nicht, weil ihre Mutter HartzIV bezog und alleinerziehend war usw. Dann kam das Mädchen und hat sich die KUKUK geholt, hat dann angefangen bei der Musikschule und vor zwei Jahren hat sie beim „Jugend musiziert“-Bundeswettbewerb den ersten Preis im Pop-Gesang abgeräumt“ (Max Ciolek 2022, 00:21:54:09–00:22:29:23).

**Kulturlotsen, Osnabrück:** Im Rahmen des Osnabrücker Projektes „Kulturlotsen“ (KAOS o.J.b) engagieren sich Ehrenamtliche als „Osnabrücker Kulturlotsen“, um gemeinsam mit kulturinteressierten Gästen Hürden zu überwinden. So werden die Kulturkarten-Inhaber\*innen beim Kauf von Eintrittskarten oder der Organisation der Fahrt zum Veranstaltungsort praktisch unterstützt und zum Kulturbesuch begleitet. Dadurch sollen sprachliche, gesundheitliche oder andere Hürden überwunden werden.

Mit einem ähnlichen Angebot richtet sich KulturRaum München e. V. an Menschen mit Behinderung und Geflüchtete.

#### 4.4.3 Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

**Eigene Kanäle – Website, Newsletter und Social Media:** In Bezug auf die digitalen Kanäle wird betont, diese in ansprechender Gestaltung und möglichst übersichtlich und verständlich anzubieten. Die Kommunikation aktueller Informationen zu Kulturveranstaltungen geschieht in erster Linie über diese Kanäle.

Auch in Bezug auf die **lokale Tagespresse** wurde auf die regelmäßige Präsenz der Angebote hingewiesen.

**Ansprechende Gestaltung der Karte:** Aus Osnabrück kommt der Hinweis, die Karte selbst sei ansprechend und „selbstbewusst“ gestaltet, sodass vermittelt wird: „Ich habe ein Menschenrecht auf Kultur“ (Max Ciolek 2022, 00:11:29:22–00:11:59:21).

Die Kulturkarte in **bestehende Kampagnen** der kulturellen Öffentlichkeitsarbeit einbinden: Die Stadt Frankfurt nutzt für die Bewerbung des Kultur- und Freizeittickets „KUFTI“ auch bestehende Kanäle wie z. B. den Kooperationsverbund Museumsufer.

**Kooperationen mit relevanten Partnern:** Hierzu zählen Ämter wie das Jugendamt, das Sozialamt und das Schulamt sowie „Sozialpartner“, z. B. Initiativen, Beratungsstellen, Tafeln und Frauenhäuser. In München werden Stellen wie „die Tafel“ aktiv von Ehrenamtlichen aufgesucht, um für Angebote zu werben und auch bei der Anmeldung zu helfen.

**Zielgruppengerechte Ansprache:** Die Ansprache der Zielgruppe sollte jeweils auf diese abgestimmt erfolgen. Diese gestaltet sich bei KulturRaum München e. V. je nach Altersgruppe sehr unterschiedlich: Zu Jugendlichen wird ein sehr persönlicher Kontakt über eine Gruppe des Messengerdienstes **WhatsApp** gehalten, weil die Erfahrung gezeigt hat, dass telefonische Vermittlung bei dieser Altersgruppe weniger wirksam ist. Durch den persönlichen Kontakt gelingt es, Hemmschwellen zu überwinden in Bezug auf den erstmaligen Besuch von Veranstaltungen und Häusern. Auch Feedback in Form von persönlichen Rückmeldungen wird eingeholt. Jüngere Zielgruppen hingegen werden erreicht, indem auf Kinder von „KulturGästen“ aus dem Erwachsenenprogramm explizit zugegangen wird.

Das Team des Kultur- und Freizeittickets „KUFTI“ aus Frankfurt am Main nutzt u. a. den **Stadt-schülerrat**, um die jugendlichen Zielgruppen zu erreichen. Zudem setzt das KUFTI-Team auf **Vor-Ort-Präsenz**: Mit einem mobilen KUFTI-Stand aus Pappe ziehen die Mitarbeiter\*innen durch die Stadtteile, informieren über die Kulturkarte und bieten Mitmachaktionen an, um mit Kindern und Eltern über Museen ins Gespräch zu kommen.

**Öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen:** Kulturkarten können auch über öffentliche Veranstaltungen publik gemacht werden. So veranstaltete KAOS e. V. in Osnabrück eine große Kick-Off-Veranstaltung für ihre „KUKUK“ unter Einbindung relevanter Stakeholder der Stadt.

#### 4.4.4 Zusammenarbeit mit Kulturpartnern

##### **Rahmenbedingungen**

Kulturanbieter sind die wichtigsten Kooperationspartner für die Umsetzung von Kulturkarten. Auch hier gibt es unterschiedliche Modelle der Zusammenarbeit.

**Erlassene Eintrittsgelder werden durch die Stadt finanziell ausgeglichen:** In Frankfurt am Main werden die erlassenen Eintrittsgelder von der Stadt an die beteiligten Museen erstattet. Dies hat laut Sybille Linke zu einer breiten Akzeptanz und zu großer Bereitschaft bei den Kulturanbietern (Museen) geführt: „Insofern hat man da offene Ohren und Türen für das KUFTI gehabt“ (Sybille Linke 2022, 00:15:28.820).

**Kulturhäuser spenden Restkarten:** In München spenden Kulturanbieter einige Wochen vor der Veranstaltung freiwillig Restkarten an den Verein KulturRaum München. Milena Velasquez formuliert diesbezüglich das Ziel, sich noch mehr hin zu fest eingeplanten Kontingenten mit genügend Vorlaufzeit zu entwickeln. In Osnabrück geben die Kulturanbieter spätestens sechs Wochen vorher bekannt, welche Karten sie zur Verfügung stellen.

**Verbindliche Kooperationsvereinbarungen mit Kulturanbietern:** Im Rahmen der Osnabrücker Kunst- und Kultur-Unterstützungs-Karte „KUKUK“ wurden Kooperationsvereinbarungen mit allen beteiligten Kulturanbietern abgeschlossen. Auch hier speist sich das Kulturkarten-Angebot aus gespendeten Tickets der kooperierenden Kulturhäuser. Jedoch wird Art und Umfang der Kooperationen in Vereinbarungen festgehalten und damit verbindlicher und planbarer.

**Eintrittskarten durch Spendengelder finanzieren:** Punktuell kauft KulturRaum München mit Hilfe von Spendengeldern gezielt Eintrittskarten ein, um das Angebot zielgruppengemäß ausrichten zu können.

##### **Win-Win-Situation herstellen**

Laut Milena Velasquez von KulturRaum München e. V. entstehe durch Kulturkarten eine Win-Win-Situation in der Kulturlandschaft. Denn auch die Kultureinrichtungen profitieren, indem sie unverkaufte Restkarten absetzen und gleichzeitig neue Zielgruppen erreichen können (Milena Velasquez 2022, 00:03:24:06–00:03:53:00). In Osnabrück klingt da so: „Das heißt, es ist ja nicht nur eine Unterstützung für die Leute, die die Karte nutzen. Es ist eigentlich auch eine Unterstützung für die Kultur, die damit nämlich Zielgruppen erreicht, die sonst nicht erreicht wird“ (Max Ciolek 2022, 00:28:29:07– 00:28:49:21). Harald Heinze vom Verein Kulturparkett Rhein-Neckar berichtet, dass die Zusammenarbeit von den Kulturpartnern auch im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit dargestellt wird, z. B. indem in Flyern auf die Kooperation hingewiesen wird. Außerdem erweitere die Verlinkung der Veranstaltungen auf den Seiten der Kulturpartner mit den Seiten des Vereins die Trefferquote in Suchmaschinen und damit den Radius der Öffentlichkeitsarbeit.

### **Kulturelle Teilhabe als gemeinsamer Wert**

Art und Umfang der Beteiligung an Kulturkarten-Projekten hängt auch mit der Haltung von Kultur-Akteur\*innen zusammen, die diese in Bezug auf kulturelle Teilhabe und Zielgruppen zeigen und innerhalb ihrer Häuser leben. So wird von zwei Interviewten beklagt, dass von einzelnen Veranstaltern aus kommerziellen Gründen keine Bereitschaft zur Zusammenarbeit bestünde.

Ein positives Beispiel beschreibt Max Ciolek in Bezug auf einen Osnabrücker Theater-Intendanten, den er mit den Worten „Kultur ist für alle da und darf nicht am Geldbeutel scheitern“ (Max Ciolek 2022, 00:28:49:21–00:29:03:19) zitiert. Auch Harald Heinze vom Kulturparkett Rhein-Neckar beschreibt, der Kulturpass würde auf Seiten der Kulturpartner positiv gesehen und „man schmückt sich damit auch“. Und „ich bin da immer gern gesehener Gesprächspartner, wenn ich mich mit dem Intendanten unterhalte“ (Harald Heinze 2022, 00:27:52:14–00:28:31:18).

### **4.4.5 Zusammenarbeit mit Sozialpartnern**

Harald Heinze vom Verein Kulturparkett Rhein-Neckar bezeichnet die Zusammenarbeit mit Sozialeinrichtungen als den Hauptweg, um die Zielgruppen für den Kulturpass zu erreichen. Für alle Interviewten stellt die Zusammenarbeit mit Anlaufstellen aus dem Sozialbereich eine wichtige Säule dar. In einigen Städten, wie z. B. in Heidelberg, werden die Kulturpässe sogar durch die Bürgerämter oder Sozialämter ausgestellt.

Beispiele von Kooperationspartnern aus dem Sozialbereich<sup>1</sup>:

- Jobcenter
- Bürgerämter
- Sozialämter
- Ämter für Migration und Wohnen
- Wohlfahrtsverbände
- Nachbarschaftstreffs
- Arche
- Tafeln
- Betreutes Wohnen
- Bahnhofsmision
- Psychiatrische Einrichtungen
- Berufsbildungswerke
- Bewährungshilfen
- Suchthilfen
- Religiöse Träger
- Familienzentren
- Kindertagesstätten
- Kinderschutzbund
- Kreisjugendring
- Volkshochschulen
- Kinderheime
- [...]

<sup>1</sup> Exemplarisch für die Vielfalt und Bedeutung der Sozialraumpartner steht die Auflistung der rund 600 Sozialpartner von KulturRaum München e. V.: <https://www.kulturraum-muenchen.de/sozialpartner/> [Zugriff: 16.11.2022].

## 4.4.6 Zielgruppenansprache

### Persönlicher Kontakt

Bei den Jugendlichen ist tatsächlich ein sehr persönlicher und intimer Kontakt.

Milena Velasquez, KulturRaum München (00:13:21:10–00:13:53:03)

Milena Velasquez vom Verein KulturRaum München bezeichnet den persönlichen, zwischenmenschlichen Kontakt zur Zielgruppe als wichtigste Gelingensbedingung und stellt diese Art der Kommunikation deutlich über die digitale Kommunikation via Website (Milena Velasquez 2022, 00:35:52:09–00:36:29:23). Den intensiven Kontakt mit den Jugendlichen pflegt sie persönlich über eine Gruppe im Messengerdienst WhatsApp.

In diesem Zusammenhang bieten Kulturkartenmodelle, die persönlich durch Ehrenamtliche vermittelt werden, gute Bedingungen für eine gewisse Art von „Bindungsarbeit“. Diese Komponente wird von Milena Velasquez auch in Bezug auf den Abbau von persönlichen Hemmschwellen der Zielgruppe als besonders hoch bewertet. Für den hohen Einfluss persönlicher Kontakte zur Zielgruppe sprechen auch Modelle wie das KulturScout-Projekt aus Osnabrück, die durch persönliche Begleitung Barrieren abbauen sollen. Auch Frankfurt am Main setzt mit seinen mobilen Informationsständen über „KUFTI“ auf den persönlichen Austausch von potenziellen Nutzer\*innen der Kulturkarten.

### Mehrsprachigkeit

Ein Blick auf die Websites der interviewten Träger von Kulturkarten zeigt, dass die mehrsprachige Ansprache der Zielgruppen eine wichtige Rolle spielt. So können gezielt Personen aus unterschiedlichen Communities angesprochen werden und Menschen, die noch nicht lange in Deutschland leben. KulturRaum München e. V. setzt in der persönlichen Vermittlung darüber hinaus auch auf Ehrenamtliche aus bestimmten Communities.

Abbildung: Kunst- und Kultur-Unterstützungs-Karte „KUKUK“, Osnabrück

KUKUK e «карткою підтримки мистецтва та культури» регіону Оснабрюк. З кольоровою ID-карткою люди з невеликими коштами можуть відвідувати культурні заходи за 1 євро (діти 50 центів). Крім того, картка дає можливість стати активним у майстернях живопису, хорі чи танцювальних курсах за зниженою оплатою.

ОСЬ ЯК ЦЕ ПРАЦЮЄ

KUKUK is the „Kunst-und-Kultur-Unterstützungs-Karte“ („Art-and-culture-support-card“) for the region of Osnabrück. With this colored pass people with little money can visit a cultural event for 1 Euro (children 50 Cent) per person. In addition the pass enables you to attend art workshops, choirs and dance courses for a lower fee.

کوکو کارت پشتیبانی و حمایت از فرهنگ و هنر برای منطقه اوسنابروک است. با کارت شناسایی رنگارنگ شما می‌توانید با پرداخت پول کم از مراسم فرهنگی برای هر نفر ۱ یورو (بچه‌ها ۵۰ سنت) دیدن نمایید. علاوه بر این کارت این فرصت را به شما می‌دهد که با قیمت‌های تخفیفی برای مثال در کلاسهای نقاشی و کر و رقص حضور فعال داشته باشید.

КУКУК - это „Карта поддержки искусства и культуры“ для региона Оснабрюк. С помощью красочной карточки люди с небольшим достатком могут посещать культурные мероприятия за 1 евро (дети - за 50 центов). Кроме того, карта предоставляет возможность заниматься активной деятельностью по сниженным ценам, например, в мастерских живописи, хорах или на танцевальных курсах.

كيفية الحصول

HOW IT WORKS

اینجا را

КАК ЭТО

Quelle: KAOS e. V. o. J. c

### **Digitaler Support**

Für Erwachsene bzw. Familien, die sich wenig im digitalen Raum bewegen und z. B. keine E-Mail-Adresse haben, kann digitale Unterstützung von Seiten der Anbieter Schwellen senken. Diese Rolle können Ehrenamtliche übernehmen, etwa als „KulturScouts“ oder „Kulturlotsen“.

### **Sensibler Umgang des Personals an der Kasse mit Kulturkarteninhaber\*innen**

Um beschämende Situationen oder Stigmatisierungen als „arm“ zu vermeiden, ist ein sensibler und diskreter Umgang des Personals an der Kasse mit den Kulturkarteninhaber\*innen zielführend. Das Kassenspersonal kann hier ungewollt die Rolle von „Gatekeepern“ einnehmen und sollte für diese sensibilisiert werden. Harald Heinze vom Verein Kulturparkett Rhein-Neckar beschreibt das so: „...ich denke, die Hürde bei der Kunsthalle ist da, weil die Leute ja meinen, dass die Kassiererin weiß, warum sie den Kulturpass haben. Viele Kassierer\*innen wissen gar nicht, dass das diesen sozialen Hintergrund hat, aber sie unterstellen das und gehen dann vielleicht nicht hin. Also das gibt es durchaus“ (Harald Heinze 2022, 00:16:10:14–00:16:19:10).

### **Begleitpersonen**

Kulturelle Teilhabe hat auch eine soziale Komponente: Wenn Begleitpersonen von Kulturkarten-Nutzer\*innen, z. B. Eltern, den regulären Eintritt zahlen müssen, kann dies eine Hürde darstellen. Deshalb ermöglicht KulturRaum München e. V. jeweils einer Begleitperson kostenlosen Zugang. Auch das Osnabrücker „Kulturlotsen-Programm“ setzt darauf, durch Begleitpersonen Hemmschwellen abzubauen und bezeichnet kulturelle Teilhabe gleichzeitig auch als soziale Teilhabe.

## 4.4.7 Themen und Inhalte

### **Angebotsvielfalt**

Grundsätzlich gilt: Je breiter das Angebot aufgestellt ist, desto mehr Zielgruppen können erreicht werden. So setzt KulturRaum München e. V. auf ein sehr breites Angebot von freier Szene bis Staatsoper: „Also im Prinzip kann eigentlich jeder bei uns Kulturpartner werden, der kostenfreie Karten an uns spenden möchte. Wir haben die freie Szene ebenso wie große Häuser wie die Bayerische Staatsoper, die uns regelmäßig Karten spenden“ (Milena Velasquez 2022, 00:21:52:13–00:22:39:03). Der Verein steuert die Vielfalt des Programms sogar durch gezielte Zukäufe von Karten durch Spendengelder.

Auch die Osnabrücker Kulturkarte bietet Zugang zu einem breiten Angebot, das über die klassischen Häuser hinaus auch viel freie Szene und Kleinkunst beinhaltet: „Da geht es von Heavy Metal über Klassik bis hin zu Kabarett“ (Max Ciolek 2022, 00:16:50:14–00:17:06:14).

Harald Heinze vom Verein Kulturparkett Rhein-Neckar beschreibt, wie spezifisch die Interessen der Kulturkarten-Nutzer\*innen gelagert sind. So besucht ein Teilnehmerreis ausschließlich klassische Konzerte, eine andere Gruppe nutzt die Karte nur für Veranstaltungen im Bereich Tanz: „...es gibt eine bestimmte Gruppe von Leuten, die besuchen die Tanzveranstaltungen, die gehen aber nicht ins Schauspiel. Wenn sie zum Tanz gehen, dann sehen sie Leute, die sie sonst nie sehen. So ist es bei uns auch. Es gibt bestimmte Vorlieben und da gehen die Leute dann verstärkt auch hin. Und dass die Leute eben verschiedene Sachen parallel nutzen, also Tanz, Oper, Schauspiel, Konzert, das sind ganz wenige Leute“ (Harald Heinze 2022, 00:13:25:14–00:13:52:02).

Auch dieses sehr gezielte Nutzerverhalten spricht dafür, dass ein möglichst breites Angebot für unterschiedliche Interessengruppen vorgehalten werden sollte.

### **Synergien zwischen Kultur, Freizeit und Kommerz**

Die Grenzen der Kultur in den kommerziellen Freizeitbereich verlaufen fließend. Deshalb liegt hier ein großes Potenzial, um Brücken zu bisher nicht erreichten Zielgruppen zu bauen. So beinhaltet das Frankfurter Kultur- und Freizeitticket „KUFTI“ auch den Besuch im Zoo. Dieses

Angebot wird sehr stark angenommen und hat sogar eine Personalaufstockung im Kassenbereich des Zoos im Rahmen von „KUFTI“ nach sich gezogen. Perspektivisch könnte sich daraus, laut Kulturamtsleiterin Sybille Linke (2022), eine noch stärkere inhaltliche Verbindung zwischen Kultur und Naturbeobachtung ergeben. Auch finden im Zoo Informationstage zum KUFTI statt, um auf Museen hinzuweisen.

Milena Velasquez von KulturRaum München e. V. nennt als Beispiel ein großes Konzert in der Olympiahalle, das für viele Personen ein verlockendes Angebot darstellte, um sich anzumelden und die Karte erstmalig zu nutzen. Hier ist es gelungen, über populäre Angebote Hemmschwellen und potenzielle Vorbehalte gegenüber „Kultur“ zu senken.

#### **Neue Wege in Programmatik und Ansprache**

Neue Zielgruppen können auch inhaltlichen Einfluss auf die Programmatik eines Kulturhauses nehmen. Die Beschäftigung mit Themen wie Teilhabe und Barrieren bewirkt eine stärkere Sensibilisierung bei den Fachkräften und wirkt sich dementsprechend auch auf Vermittlungsansätze aus. So berichtet Sybille Linke, dass sich die teilnehmenden Museen schon seit geraumer Zeit mit Zugangsbarrieren ihrer Zielgruppen beschäftigen und ihre Inhalte und ihre Art der Ansprache weiterentwickeln.

## **4.5 Stolpersteine rund um Kulturkarten**

### **4.5.1 Strukturelle Stolpersteine**

#### **Nachteile bei der Festlegung von Einkommensgrenzen**

Einkommensnachweise stellen eine bürokratische Hürde dar, die auf potenzielle Kulturkarten-Nutzer\*innen abschreckend wirken können. Die Überprüfung von Einkommensnachweisen bringt Verwaltungsaufwand in den zuständigen Ämtern mit sich. Zudem ergibt sich aus Einkommensgrenzen die Problematik, dass Geringverdiener, die knapp über der Einkommensgrenze liegen, die Zugänge zu den Unterstützungsangeboten verwehrt bleiben.

#### **Nachteile, wenn nur Kinder und Jugendliche freien Zugang haben**

Kulturkarten oder freie Eintritte nur für Kinder und Jugendliche können eine Hürde darstellen, wenn erwachsene Begleitpersonen Eintritt zahlen müssen und sich diesen nicht leisten können.

#### **Steigende Besucherzahlen erfordern ggf. mehr Personal**

Im Frankfurter Zoo wurde das Personal in Verbindung mit dem Kultur- und Freizeitticket „KUFTI“ aufgestockt.

#### **Bürokratie in Kommunen**

Die Initiator\*innen der Kulturkarte in Osnabrück hatten sich trotz des Angebots von Seiten der Stadt, die Karte kommunal zu verankern, gegen ein kommunales Modell und stattdessen für eine Vereinsgründung entschieden: „... weil ich gesehen habe, wie mühsam und wie langsam Bürokratie in der Kommune manchmal arbeitet. Und ich habe gedacht, ich glaube, wir sind schneller und direkter bei unserer Zielgruppe“ (Max Ciolek 2020, 00:35:42:04– 00:35:56:11).

#### **Erreichbarkeit und Mobilität in ländlichen Räumen**

Die Erreichbarkeit von Angeboten stellt in ländlichen Räumen generell eine Hürde dar. Deshalb stehen Teilhabekonzepte dort häufig in Verbindung mit Mobilitätskonzepten. Wenn in Verbindung mit einer Kulturkarten-Veranstaltung hohe Fahrtkosten entstehen, stellt dies eine zusätzliche Barriere dar. Die Osnabrücker Kunst- und Kultur-Unterstützungs-Karte „KUKUK“ wird in der Kreisstadt Osnabrück initiiert und umgesetzt, gilt jedoch für den gesamten Landkreis. Da dieser

sehr weitläufig und ländlich geprägt ist, gibt es vergleichsweise weniger Kooperationen mit dortigen Kulturanbietern. Diese ausfindig zu machen und zu kontaktieren, würde im Vergleich zur städtischen Umgebung einen erheblichen Mehraufwand bedeuten.

#### **Weniger Kulturangebote in ländlichen Räumen**

Harald Heinze vom Verein Kulturparkett Rhein-Neckar begründet die Tatsache, dass sich das Kulturkarten-Angebot in Rhein-Neckar auf die urbanen Räume beschränkt, mit dem Umstand, dass es insgesamt weniger Kulturangebote im ländlichen Raum gebe. Darüber hinaus hätten die kleineren Anbieter dort noch größere Probleme kostenfreie Eintritte zu ermöglichen: „Das ist manchmal bei kleinen Museen sogar so, dass sie sagen: Nein, wir brauchen das Geld und machen den Eintritt nicht frei“ (Harald Heinze 2022, 00:03:17:12–00:03:41:14).

#### **Zielgruppen in ländlichen Räumen**

Sowohl Max Ciolek aus Osnabrück als auch Harald Heinze aus dem Rhein-Neckar Gebiet geben an, es sei wesentlich schwerer, Kulturkarten in ländlichen Regionen zu bewerben. Harald Heinze weist darauf hin, dass es auf dem Land insgesamt nicht so viele Menschen gebe, die soziale Leistungen empfangen und in diesem Zusammenhang bestimmte Einrichtungen besuchen, über die Informationen zu Angeboten transportiert werden (Harald Heinze 2022, 00:02:51:04–00:03:16:05).

### **4.5.2 Gesellschaftliche und individuelle Stolpersteine**

#### **Scham und Stigmatisierung**

Scham und die Angst vor öffentlichem Outing als „arm“, bspw. an der Theaterkasse, werden als persönliche Hürde für Kulturkarten immer wieder genannt. So gibt es z. B. die Beschreibung von Situationen, in denen vor einem Ausflug mit der Schulklasse ins Museum abgefragt wird, wer eine Kulturkarte besitzt. Dies kann für die betreffenden Kinder und Jugendlichen eine unangenehme und stigmatisierende Situation im Klassenverband darstellen. Diese Situation lässt sich mit Kulturkarten „für alle“ umgehen. In Frankfurt am Main wird die Tatsache, dass die Einkommensgrenze so hoch liegt, eher positiv und unproblematisch bewertet.

Auch in Bezug auf erwachsene Zielgruppen wird beschrieben, dass die Kommunikation über Einkommensgrenzen schambehaftet ist: „Also manchen Leuten ist es peinlich, dass sie Sozialleistungen bekommen. Ja, und über die Schwelle müssen sie ja auch hinweg. Ja, und sich dann outen: Ich habe den Kulturpass und will jetzt ein Ticket“ (Harald Heinze 2022, 00:15:36:18–00:15:40:21). Er erklärt aber, dass Varianten wie Online-Tickets oder Gästelisten, die diese Form des Outings an der Kasse verhindern würden, für den Verein Kulturparkett Rhein-Neckar aus Gründen der Kapazität organisatorisch zu aufwendig seien.

In Frankfurt am Main ist die Einkommensgrenze zwar auch das Nadelöhr für die Beantragung, aber aus gutem Grund hoch angelegt: „Wenn es um Antragsbedingungen geht, ist die Kommunikation einer Grenze im ersten Moment eine Hemmschwelle. Allerdings ist die Grenze für die Beantragung des kostenfreien Tickets mit 4.500 Euro netto besonders hoch angesetzt worden. Mehr als 80 Prozent der Frankfurter Familien haben Anspruch auf die kostenfreie Variante. Mit dem Hinweis auf diese Zahl können wir die Kommunikation über das Einkommen sogleich wieder entschärfen.“ (Julia Haecker 2022, 00:31:08.770).

Die Zuschreibung von negativen Eigenschaften in Verbindung mit benachteiligenden Lebenslagen wird von Initiator\*innen der Kulturkarten punktuell auch auf Seiten der Kulturveranstalter vermutet. So kann sich Milena Velasquez vom KulturRaum München vorstellen, dass Gäste, die sich Eintrittskarten nicht leisten können, direkt mit negativen Zuschreibungen belegt werden (Milena Velasquez 2022, 00:25:11:02–00:25:36:14).

### **Die Hemmschwelle des ersten Besuchs**

Für viele Jugendliche sei es eine große Überwindung, das erste Mal die Kulturkarte zu nutzen und Häuser wie das Residenztheater zu besuchen: „Das Interesse ist zwar da, aber trotzdem ist die Scheu, so ein Museumsbesuch oder ein Theaterstück, was man nur mit der Schule bisher gemacht hat und was dann doch vielleicht sehr langweilig war, sich das noch mal quasi anzutun, diese Hemmschwelle ist dann doch sehr hoch“ (Milena Velasquez 2022, 00:13:21:10–00:13:53:03). Sei es jedoch gelungen, diesen ersten Besuch zu initiieren, dann gestalte sich die Ansprache danach wesentlich leichter: „Sobald aber ein Jugendlicher, der länger dabei ist und das erste Mal dann doch eine Veranstaltung gefunden hat, die ihm gefällt und dann das Prinzip verstanden hat, diese Karten sind wirklich kostenlos, d. h., du musst wirklich nicht einen Euro bezahlen hinterher und darfst auch den Freund mitnehmen, Sobald sie quasi dieses Theaterblut geleckert haben und gemerkt haben, dass sie diese Gutscheine kostenlos bekommen haben, dann ist das Interesse für sie und diese Hemmschwelle auch niedriger“ (Milena Velasquez 2022, 00:19:37:19–00:20:08:18).

### **Sprachbarrieren**

Sprachbarrieren bestehen in der Regel für alle potenziellen Kartennutzer\*innen, die wenig Deutsch sprechen. Nicht nur die Ansprache und Vermittlung von Kulturkarten gestaltet sich dann erheblich schwieriger, auch das angebotene Kulturprogramm ist für diese Zielgruppe unattraktiver, da die meisten Kulturangebote in deutscher Sprache umgesetzt werden.

### **Körperliche bzw. gesundheitliche Barrieren**

Über die bekannten Hürden in Zusammenhang mit körperlicher Barrierefreiheit hinaus, ist im Zuge der Corona-Pandemie insbesondere für älteres Publikum die Angst vor Ansteckung in vollen Zuschauerräumen erschwerend hinzugekommen.

## 4.5.3 Kommerzielle Stolpersteine

### **Eintrittskarten werden aus kommerziellen Gründen nicht gespendet**

In Verbindung mit der Generierung von Eintrittskarten für Kulturkarteninhaber\*innen werden in den Interviews organisatorische und finanzielle Hürden beschrieben. So berichten zwei Interviewpartner\*innen, einige Kulturanbieter zögen es vor, Karten noch kurzfristig zu verkaufen anstatt mit einem gewissen zeitlichen Vorlauf zu spenden. Dies sei auch der Grund, warum einige Veranstalter Restkarten häufig erst sehr kurzfristig zur Weitervermittlung anböten. Dies wiederum bringt für die Kulturkarten-Anbieter organisatorische Herausforderungen mit sich.

Nach Darstellung von Harald Heinze vom Verein Kulturparkett Rhein-Neckar stößt gerade das Angebot kommerzieller Anbieter auf das Interesse vieler Kulturkartennutzer\*innen, jedoch kommen mit Privatanbietern kaum Kooperationen zustande: „Es gibt Leute, die interessieren sich nur für bestimmte Dinge oder fast nur für bestimmte Dinge wie Oststadt-Theater, also Boulevardtheater. Einige gehen vielleicht dann noch ins Kino wenn sie die Möglichkeit haben, aber sonst gehen sie nirgendwo hin“ (Harald Heinze 2022, 00:12:03:04– 00:12:27:15).

### **Informationsflut erschwert Zielgruppenansprache**

Durch das generell hohe Aufkommen von Werbematerial, z. B. Flyer, ist es schwierig, mit den Kulturkarten-Angeboten zu den potenziellen Nutzer\*innen durchzudringen. Flyer bspw. fänden wenig Beachtung, so Harald Heinze vom Kulturparkett Rhein-Neckar.

# 5. Zusammenfassende Überlegungen zu Kulturkarten als Instrument für kulturelle Teilhabe von Kindern und Jugendlichen

Abschließend sollen die beiden dieser Expertise zugrunde liegenden Ausgangsfragen noch einmal dezidiert in Bezug auf die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen reflektiert werden.

1. Wie kann es Kultureinrichtungen gelingen, Barrieren mit Hilfe von Kulturkarten abzubauen?
2. Welche Strategien und Maßnahmen sind dabei zielführend?

Im Rahmen der Bestandsaufnahme wurde deutlich, dass Kulturkarten überwiegend für die Zielgruppe der Erwachsenen konzipiert und dann häufig auf Kinder- bzw. Familienangebote ausgeweitet werden. Da diese Expertise im Auftrag der Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung (BKJ) verfasst wird, soll die Zielgruppe der jungen Menschen abschließend nochmal stärker in den Blick genommen werden.

## 5.1 Wäre das kulturelle Teilhabeproblem gelöst, wenn in jeder Kommune eine Kulturkarte für Kinder und Jugendliche eingeführt werden würde?

Diese hypothetische Frage soll dabei helfen, Möglichkeitsräume und Grenzen des Instruments Kulturkarte zu reflektieren. Denn auf den ersten Blick lautet die Antwort eindeutig „nein“ und die Begründungen für diese Antwort sind bereits in der fachlichen Einführung dieser Expertise zu finden (siehe Kapitel 2). Finanzielle Barrieren sind lediglich eine Seite der Medaille auf dem Weg zu mehr kultureller Teilhabe. Weitere wichtige Barrieren, allen voran die Barriere „Bildung“, spielen eine wichtige Rolle und setzen dem Instrument der Kulturkarte, das zunächst auf den Abbau monetärer Hürden legt, eindeutige Grenzen. Gleichzeitig eröffnen sich rund um das Instrument konzeptionelle Möglichkeitsräume, die auch weitere Hürden in den Blick nehmen und damit auch die Zugänge der Zielgruppen verbessern.

## 5.2 Zehn Thesen zu Kulturkarten als Instrument für mehr kulturelle Teilhabe von Kindern und Jugendlichen

- ➔ Kulturkarten eignen sich für Zielgruppen, die über wenig finanzielles, wohl aber über kulturelles Kapital verfügen.

Die Analyse des Münchener Jugendprogramms von KulturRaum München e. V. zeigt deutlich, dass eine kulturinteressierte jugendliche Zielgruppe erreicht wird, die sich in ihrer aktuellen Lebensphase hohe Eintritte nicht leisten kann. Dies trifft v. a. auf junge Freiwillige und Studierende zu. Eine Zielgruppe also, die in dieser Lebensphase über kaum finanzielles, wohl aber über kulturelles Kapital verfügt. Die Kulturkarte stellt für diese Zielgruppe also eine gelungene Unterstützungsmöglichkeit dar. Gleichzeitig wird die Grenze des Instruments deutlich, solange es ausschließlich auf die Überwindung der finanziellen Barrieren abzielt.

- ➔ Kulturkarten sind ein geeignetes Instrument für Jugendliche, weil diese Lebensphase überwiegend von mangelnden finanziellen Ressourcen geprägt ist.

In den überwiegenden Biografien ist die jugendliche Lebensphase durch knappe finanzielle Ressourcen geprägt. Schule, Ausbildung oder Studium lassen eine finanzielle Unabhängigkeit noch kaum zu – während es gerade im Jugendalter darum geht, Autonomie zu erlangen. Daher scheint es mit Blick auf jugendliche Zielgruppen sinnvoll, die finanziellen Barrieren für Kulturangebote gezielt herabzusenken. Hier liegt ein starkes Argument für die Forderung der Hackathon-Jugendlichen für eine „Kulturkarte für alle Jugendlichen“ (siehe Kapitel 1). Denn Instrumente, die „allen“ zur Verfügung stehen, laufen weniger Gefahr, Stigmatisierungen zu reproduzieren und sind zudem niederschwelliger zugänglich.

- ➔ Mit „erweiterten Kulturkarten-Konzepten“ können die Zielgruppen ausgeweitet werden.

Diese Begrenzung des Instruments auf eine vorwiegend kulturaffine und finanzschwache Zielgruppe wird von Studien aus der Nicht-Besucherforschung gestützt. Wie in Kapitel 2.1 aufgezeigt, eignen sich Preisreduzierungen oder -erlasse nicht dafür, die Gruppe der sogenannten „Nie-Besucher\*innen“ zu erreichen. D. h., um mit Kulturkarten-Initiativen wirklich neue Zielgruppen für die Kultureinrichtungen zu erschließen, sind Konzepte notwendig, die auch weitere Barrieren in den Blick nehmen, allen voran die Barriere „Bildung“.

Wie es gelingen kann, durch erweiterte Kulturkarten-Konzepte Hürden zu überwinden, die nach der Theorie Pierre Bourdieus mit mangelndem kulturellem und sozialem Kapital zusammenhängen, haben die untersuchten Kulturkarten-Beispiele eindrucksvoll gezeigt. So erweisen sich aufsuchende Modelle, wie „Das reisende Museum“ in Frankfurt am Main“ (siehe Kapitel 4.4.2), als sinnvoll, innerhalb der Stadtteile gezielt Zielgruppen zu adressieren. Das „Kulturlotsen“-Modell in Osnabrück setzt auf persönlichen Kontakt zwischen Kulturkarteninhaber\*innen und ehrenamtlichen Scouts, die diese zu Kulturveranstaltungen begleiten und damit helfen, Hemmschwellen zu überwinden.

- ➔ Der persönliche Kontakt von Ehrenamtlichen und Fachkräften zur Zielgruppe kann Hürden abbauen.

Die Osnabrücker Kulturlotsen könnte als konzeptionelle Antwort auf diese Erkenntnis gelesen werden. Denn Hürden wie Bürokratie, Scham und Stigma scheinen den aktiven Gebrauch der Kulturkarten häufig zu verhindern. Diese Hürden, insbesondere die „Hürde des ersten Besuchs“, können v. a. im Rahmen persönlicher Begleitung überwunden werden. Auch die Tatsache, dass in vielen Städten rege ehrenamtliche Vereinsarbeit rund um Kulturkarten existiert, obwohl es in den meisten Städten Teilhabe-Pässe gibt, die auch Preisreduzierungen für Kulturangebote beinhalten, könnte diese These stützen. Der persönliche Kontakt der ehrenamtlichen zur Zielgruppe macht zudem Interessenlagen, Bedarfe und Sorgen der Menschen transparent. Dadurch können die Angebote bedarfsgerecht weiterentwickelt werden.

- ➔ Elternarbeit ist besonders wichtig, um „Nie-Besucher\*innen-Kinder“ zu erreichen.

Der Bildungshintergrund der Eltern gilt als stärkster Faktor für das kulturelle Interesse von Kindern und Jugendlichen (siehe Kapitel 2.2.1). Deshalb sollten Kulturkarten-Konzepte, die jüngere Zielgruppen adressieren, einen Fokus auf Elternarbeit setzen. Und dies betrifft nicht ausschließlich die Kommunikationsstrategie. Insbesondere sollten alle Akteure, die auf kulturelle Teilhabe

von Kindern abzielen, Familienbildung konzeptionell stärker integrieren. Wenn es gelingt über die Kulturkarten positive Kulturerfahrungen zu ermöglichen und so mehr kulturelles Interesse bei Eltern zu wecken, dann könnte dieser Weg langfristig auch bei den Kindern zum Ziel führen.

➔ Kommerzielle Angebote können Brücken zu „Nie-Besucher\*innen“ schlagen.

Die Vertreter\*innen der untersuchten Kulturkarten-Initiativen aus München und Osnabrück begründen ihren Erfolg u. a. damit, dass sie ein sehr breites Kulturangebot vorhalten. Auch die Jugendlichen des BMFSFJ-Hackathons legen Wert auf ein breites Kulturangebot, das z. B. Tech-nofestivals und Konzerte einschließt. Insbesondere für die erstmalige Nutzung einer Kulturkarte scheinen sich kommerzielle Angebote wie Kinobesuche oder eine Zaubershow in der Olympiahalle besonders zu eignen. Das Frankfurter „KUFTI“ erhöht seine Attraktivität durch den freien Eintritt in den Zoo. In Anbetracht dieser Erfahrungen scheint es ratsam, die Grenzen zwischen Kultur und Freizeit sowie zwischen „Hochkultur“ und „Kommerz“ aufzuweichen und das Angebot möglichst interessenorientiert und vielfältig zusammenzustellen.

➔ Kulturkarten könnten sich durch mehr Beteiligung junger Menschen stärker an deren Interessen ausrichten.

Alle hier vorgestellten Modelle weisen durch die Zusammenarbeit mit Sozialpartnern und die starke lokale Expertise der Träger und Kommunen eine hohe Kenntnis der Lebenslagen ihrer Adressat\*innen auf. Dennoch gibt es in der Entwicklung, Implementierung und Umsetzung der Kulturkarten keine systematischen Befragungen junger Menschen nach ihren (kulturellen) Interessen und keine weitergehenden Beteiligungsformate, die es ermöglichen, die Reichweite und Wirksamkeit der Kulturkarten zu erhöhen. Die Träger der Kulturkarten schaffen ein Angebot, das die vorhandenen Kulturstrukturen und -angebote nutzt. Dahinter scheint die Annahme zu stehen, dass diese für alle jungen Menschen attraktiv sind. Die Öffentlichkeitsarbeit der Kulturkarten ist darauf ausgerichtet, dieses Angebot bekannter zu machen. Die Expertise von Jugendlichen bezüglich ihrer Bedarfe findet wenig Raum – nicht zuletzt aufgrund mangelnder Ressourcen.

➔ Kulturkarten eignen sich auch für aktive kulturelle Bildungsangebote.

In Bezug auf das Handlungsfeld der Kulturellen Bildung stellt sich die Frage, inwieweit sich Kulturkarten auch für die aktive Teilhabe an kulturellen Prozessen eignen. Denn die regelmäßige Teilnahme an außerschulischen kulturellen Bildungsangeboten ist häufig mit hohen monatlichen Kosten verbunden und grenzt damit einkommensschwache Zielgruppen aus. Das Osnabrücker „kultur AKTIV!“-Programm, das die kostenfreie Teilnahme bei Institutionen wie der Kunst- und Musikschule ermöglicht, stellt in diesem Zusammenhang ein Good-Practice-Modell für ein „erweitertes Kulturkartenkonzept“ dar. Das schwerpunktmäßig rezeptive Kulturangebot wird durch aktive Kulturelle Bildung erweitert und steht damit für ein besonders holistisches Konzept der kulturellen Teilhabe.

➔ Die Kommune kann ihre Verantwortung für kulturelle Teilhabe durch die Unterstützung von Kulturkarten umsetzen.

Kulturkarten zu ermöglichen, ist Aufgabe der Kommunen. Stadtverwaltungen können Kulturkarten als Träger zahlreicher Kultureinrichtungen auf kurzem Wege selbst umsetzen und damit einen wichtigen Beitrag für mehr kulturelle Teilhabe leisten. Aber auch wenn die Kulturkarten von freien Vereinen getragen werden, ist es wichtig, dass die Kommune ideell und finanziell

unterstützt. So kann die Kommune, wie etwa in Frankfurt am Main, die erlassenen Eintrittsgelder an die Kulturveranstalter erstatten. Auch kann sie die Vereinsarbeit finanziell unterstützen. Zudem sollte die Kommune in der Zusammenführung von Kulturanbietern und Sozialpartnern eine vernetzende und moderierende Rolle einnehmen.

#### ➔ Kulturkarten befördern die Vernetzung von Kultur- und Sozialpartnern.

Die Zusammenarbeit mit Anlaufstellen aus dem Sozialbereich stellt eine wichtige Gelingensbedingung für Kulturkarten dar (siehe Kapitel 4.4.5). Zum einen werden die Kulturkarten in einigen Kommunen von Einrichtungen wie Sozialämtern ausgestellt und vermittelt, weil diese in unmittelbarem Kontakt zur avisierten Zielgruppe stehen und auch die Kontrolle über Bedingungen wie Einkommensgrenzen haben. Zum anderen werden Institutionen wie Essensausgaben und soziale Beratungsstellen als Ort genutzt, um für Kulturkarten-Angebote zu werben. Soziale Einrichtungen sind für Kulturkarten also unerlässliche Kooperationspartner, um die Zielgruppe zu erreichen. Deshalb können Kulturkarten als Motor für die Weiterentwicklung von Netzwerken für kulturelle Teilhabe in Kommunen betrachtet werden.

# Literatur

---

**Autorengruppe Bildungsberichterstattung (2020):**

Bildung in Deutschland kompakt 2020. Ein indikatoren-gestützter Bericht mit einer Analyse zu Bildung in einer digitalisierten Welt. wbv Media GmbH & Co. KG: Bielefeld. <https://www.bildungsbericht.de/de/bildungsberichte-seit-2006/bildungsbericht-2020/pdf-dateien-2020/bbe20-kompakt.pdf> [Zugriff: 19.08.2022].

---

**Bertelsmann Stiftung (Hrsg.) (2021):** Factsheet:

Kinderarmut in Deutschland. Gütersloh. [https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSst/Publikationen/GrauePublikationen/291\\_2020\\_BST\\_Facsheet\\_Kinderarmut\\_SGB-II\\_Daten\\_ID967.pdf](https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSst/Publikationen/GrauePublikationen/291_2020_BST_Facsheet_Kinderarmut_SGB-II_Daten_ID967.pdf) [Zugriff: 16.11.2022].

---

**BKJ – Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung (2021):** Kultur in der Tasche – Wie die „KulturKarte“ den Zugang zu Kultur für Kinder und Jugendliche erleichtern soll. Interview. Website. <https://www.bkj.de/teilhabe/wissensbasis/beitrag/kultur-in-der-tasche-wie-die-kulturkarte-den-zugang-zu-kultur-fuer-kinder-und-jugendliche-erleicht/> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**BKJ – Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung (o. J.):** Über „KulturKarte?“. Website. <https://www.bkj.de/teilhabe/kulturkarte/ueber-kulturkarte/> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**BMFSFJ – Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2021):** Innovative Projekte von Jugendlichen fördern. Aktuelle Meldung v. 09.06.2021. <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/aktuelles/alle-meldungen/innovative-projekte-von-jugendlichen-foerdern-181974> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Bourdieu, Pierre (1987):** Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Suhrkamp: Frankfurt am Main.

---

**Bourdieu, Pierre (1983):** Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Reinhard Kreckel (Hrsg.) (1983): Soziale Ungleichheiten. Soziale Welt Sonderband 2). Göttingen. S. 183–198.

---

**Bundesverband Kulturloge e.V. (o. J.):** Website. <https://www.kulturloge.de/> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Bundesvereinigung Kulturelle Teilhabe (o. J. a):** Mitglieder | Zahlen | Fakten. Website. <https://kulturelleteilhabe.de/mitglieder/> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Bundesvereinigung Kulturelle Teilhabe (o. J. b):** Was wir tun. Website. <https://kulturelleteilhabe.de/was-wir-tun/> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**EACEA – European Education and Culture Executive Agency (2008):** Access of Young People to Culture. Final Report. [https://www.jugendpolitikeneuropa.de/downloads/4-20-2608/accesskulturdoc1790\\_en.pdf](https://www.jugendpolitikeneuropa.de/downloads/4-20-2608/accesskulturdoc1790_en.pdf) [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Fuchs, Max (2012):** Kulturelle Bildung als Menschenrecht? In: Bockhorst, Hildegard/Reinwand-Weiss, Vanessa-Isabelle/Zacharias, Wolfgang (Hrsg.): Handbuch Kulturelle Bildung. kopaed: München. S. 91–94.

---

**Fuchs, Max (2014):** Elfenbeinturm oder menschliches Grundrecht? Kulturnutzung als soziale Distinktion versus Recht auf kulturelle Teilhabe. In: Mandel, Birgit/Renz, Thomas (2014): MIND THE GAP! – Zugangsbarrieren zu kulturellen Angeboten und Konzeptionen niedrigschwelliger Kulturvermittlung, am 09. und 10. Januar 2014 im Deutschen Theater in Berlin. S. 16–21.

---

**Hoffmann, Hilmar (1979):** Kultur für alle. Perspektiven und Modelle. Frankfurt am Main.

---

**KAOS e.V. (o. J. a):** kultur Aktiv! Website. <https://kukuk.de/kultur-aktiv/> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**KAOS e.V. (o. J. b):** Osnabrücker Kulturlotsen. Website. <https://kukuk.de/osnabruecker-kulturlotsen/> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**KAOS e.V. (o. J. c):** Kunst- und Kultur-Unterstützungs-Karte KUKUK. Website. <https://kukuk.de> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Keuchel, Susanne/Larue, Dominic (Zentrum für Kulturforschung) (2012):** Das 2. Jugend-KulturBarometer. Zwischen Xavier Naidoo und Stefan Raab ...; Köln: ARCult Media.

---

**Kultur für Alle e.V. (o. J. a):** Kultur für ALLE Kids in Frankfurt am Main ! Der Kulturpass für Kids ist da. Presstext. [https://www.familienkarte.hessen.de/mm/mm001/Presstext\\_Kultur\\_ALLE\\_Kids\\_02\\_16.pdf](https://www.familienkarte.hessen.de/mm/mm001/Presstext_Kultur_ALLE_Kids_02_16.pdf) [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Kultur für Alle e.V. (o. J. b):** Kulturpassnet. Website. <https://www.kulturpass.net/kulturpass/> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Kulturportal/Stadt Frankfurt am Main – Kulturamt (o. J.):** Kulturpass – Kultur für ALLE. Website. <https://kultur-frankfurt.de/portal/de/Kulturdezernat/ServiceundallgemeineInformationen/1408/1422/0/0/11.aspx> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Landeshauptstadt München (o. J.):** München-Pass. Website. <https://stadt.muenchen.de/service/info/muenchen-pass/1073956/> (Zugriff: 16.11.2022).

---

**Landkreis Osnabrück (2021):** Kulturförderung beim Landkreis Osnabrück und in weiteren Landkreisen im Vergleich. <https://www.landkreis-osnabrueck.de/sites/default/files/2021-06/kulturbericht2021.pdf> [Zugriff: 17.10.2022].

---

**Museen der Stadt Köln (o. J.):** Köln Tag. Website. <https://museenkoeln.de/portal/KoelnTag> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Rat für Kulturelle Bildung (2017):** Eltern/Kinder/Kulturelle Bildung. Horizont 2017. Rat für Kulturelle Bildung: Essen. [https://www.rat-kulturelle-bildung.de/fileadmin/user\\_upload/pdf/RFKB\\_Eltern\\_Kinder\\_Kulturelle\\_Bildung\\_Kurzversion\\_Final.pdf](https://www.rat-kulturelle-bildung.de/fileadmin/user_upload/pdf/RFKB_Eltern_Kinder_Kulturelle_Bildung_Kurzversion_Final.pdf) [Zugriff: 19.08.2022].

---

**Rat für Kulturelle Bildung (2016):** Städte/Geld/Kulturelle Bildung. Horizont 2016. Rat für Kulturelle Bildung: Essen. [https://www.rat-kulturelle-bildung.de/fileadmin/user\\_upload/pdf/2016-12-08\\_RFKB\\_Sta\\_dtebefragung\\_Vollversion\\_WEB\\_FINAL.pdf](https://www.rat-kulturelle-bildung.de/fileadmin/user_upload/pdf/2016-12-08_RFKB_Sta_dtebefragung_Vollversion_WEB_FINAL.pdf) [Zugriff: 19.08.2022].

---

**Rat für Kulturelle Bildung (2015):** Jugend/Kunst/ Erfahrung. Horizont 2015. Rat für Kulturelle Bildung Essen. [https://www.pwc-stiftung.de/wp-content/uploads/2020/12/1\\_Archiv>Weitere-Publ.\\_RFKB\\_Allensbach\\_Studie\\_1307.pdf](https://www.pwc-stiftung.de/wp-content/uploads/2020/12/1_Archiv>Weitere-Publ._RFKB_Allensbach_Studie_1307.pdf) [Zugriff: 30.11.2022].

---

**Renz, Thomas (2016):** Nicht-BesucherInnen öffentlich geförderter Kulturveranstaltungen. Der Forschungsstand zur kulturellen Teilhabe in Deutschland. In: Wissensplattform Kulturelle Bildung Online. <https://www.kubi-online.de/artikel/nicht-besucherinnen-oeffentlich-gefoerderter-kulturveranstaltungen-forschungsstand-zur> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Reinwand-Weiss, Vanessa-Isabelle (2022):** Mehr Teilhabe durch kommunale Vernetzung. Eine Einführung. In: Kelb, Viola; Schönfeld, Franziska (2022): Netzwerke(n) für kulturelle Teilhabe. Ein Prozessleitfaden. Hrsg. v. Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel. [https://www.bundesakademie.de/fileadmin/Download/PDF/220926\\_K2\\_Broschu\\_re\\_WEB\\_02.pdf](https://www.bundesakademie.de/fileadmin/Download/PDF/220926_K2_Broschu_re_WEB_02.pdf) [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Stadtjugendausschuss Karlsruhe (o. J.):** Karlsruher Kinderpass. Website. <https://karlsruher-pass.de/karlsruher-kinderpass> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Stadt Frankfurt am Main (o. J.):** Das reisende Museum. Website. <https://frankfurt.de/service-und-rathaus/verwaltung/aemter-und-institutionen/stadtbuecherei/jungeleserinnen/das-reisende-museum> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Stadt Osnabrück (o. J.):** Osnabrück-Pass. Website. <https://www.osnabrueck.de/soziales/osnabrueck-pass> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Stiftung SPI (o. J.):** Das Jugend-Budget des Bundesjugendministeriums. Website. <https://jugendbudget.de/> [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Wegner, Nora/Schöblier, Tom (2019):** Evaluation des freien Eintritts in Dauerausstellungen für die baden-württembergischen Landesmuseen und das ZKM | Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe. Im Auftrag des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg. [https://mwk.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-mwk/intern/dateien/Anlagen\\_PM/2019/Evaluationsbericht-freier-Eintritt-Landesmuseen\\_MWK-BW-2019.pdf](https://mwk.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-mwk/intern/dateien/Anlagen_PM/2019/Evaluationsbericht-freier-Eintritt-Landesmuseen_MWK-BW-2019.pdf) [Zugriff: 16.11.2022].

---

**Wikipedia (2022):** Kultur für alle. [https://de.wikipedia.org/wiki/Kultur\\_f%C3%BCr\\_alle](https://de.wikipedia.org/wiki/Kultur_f%C3%BCr_alle) [Zugriff: 16.11.2022].

---

## Unveröffentlichte Dokumente

**Max Ciolek (2022):** Audioaufzeichnung und Transkript. Interview mit Max Ciolek, KAOS e. V., 04. März 2022.

---

**Milena Velasquez (2022):** Audioaufzeichnung und Transkript. Interview mit Milena Velasquez, KulturRaum München e. V., 18. März 2022.

---

**Sybille Linke und Julia Haecker (2022):** Audioaufzeichnung und Transkript. Interview mit Sybille Linke und Julia Haecker, Stadt Frankfurt am Main, 8. Juni 2022.

---

**Harald Heinze (2022):** Audioaufzeichnung und Transkript. Interview mit Harald Heinze, Kulturparkett Rhein-Neckar e. V., 13. September 2022.

---