



Ganz genau!

Soziokulturelle Zentren in Zahlen 2017



Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V.







7



8



9



10



Vorwort

Soziokultur ist eine unverzichtbare Stütze der Demokratie.

Seit der Herausgabe des vorigen statistischen Datenmaterials im Jahr 2015 sind wir Zeugen tiefgehender Konflikte. Die Flucht aus Kriegsgebieten, Integrationsdefizite aus früheren Jahrzehnten, der ungerechte Umgang mit den Risiken und Gewinnen der Globalisierung sowie Spannungen in der Europäischen Union haben Angriffe auf die Grundordnung unserer Gesellschaft zur Folge. Nationalistische und religiös begründete Gewaltakte bedrohen das friedliche Zusammenleben in Kommunen und Metropolen. Darauf bedarf es nachhaltiger zivilgesellschaftlicher Antworten.

Für die soziokulturellen Zentren stellen Interkultur, Integration, Toleranz und Teilhabe wichtige Schwerpunkte und Prinzipien ihrer Arbeit dar. Sie begegnen den Herausforderungen an die Demokratie mit hoher politischer Sensibilität und mit Engagement – indem sie sich täglich mit den konkreten Anliegen ihrer Aktiven und Besucher/-innen befassen. Demokratie wird wesentlich dort beschädigt, wo Sprachlosigkeit herrscht. Die 530 Mitgliedseinrichtungen der Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V. (BuSZ) kommunizieren in einem breiten Spektrum von kulturellen, künstlerischen und Bildungsangeboten gegen eben diese Sprachlosigkeit an.

Die aktuell erhobenen Fakten weisen darauf hin, dass ihre Leistungen gewachsene Anerkennung von politischen Entscheidungsträgern erfuhren, dass auch Kritiken unserer Mitgliedseinrichtungen im Hinblick

auf die Rahmenbedingungen ihrer Arbeit stärkeres Gehör geschenkt wurde. Das zeigt sich insbesondere in einem leichten Anstieg der insgesamt durch die Kommunen, Länder, den Bund und die Europäische Union bereitgestellten Fördermittel und darin, dass sich der Anteil der institutionellen Förderung gegenüber dem der Projektförderung ebenfalls leicht erhöht hat. Allerdings weisen die Daten auch einen sehr ungleichen Umgang mit Soziokultur in den Ländern und Kommunen aus, ebenso einen hohen Anteil von Mitgliedseinrichtungen, die nach wie vor unter äußerster Anstrengung mit viel zu geringen Ressourcen arbeiten müssen.

Unser herzlichster Dank geht an die 255 Einrichtungen und Initiativen, die viel Mühe in die Zusammenstellung des empirischen Basismaterials investiert haben, weiterhin an Herrn Dr. Christoph Mager für die statistische Bearbeitung und nicht zuletzt an die Arbeitsgruppe Statistik für die inhaltliche Bewertung der Befunde.

Leserinnen und Leser bitten wir um konstruktive Anregungen, um kritische Hinweise und auch um Unterstützung dafür, dass die positiven Entwicklungen unserer Rahmenbedingungen fortgesetzt und beschleunigt werden.



Ellen Ahbe
Bundesgeschäftsführerin

Inhalt

Extrakt	5
1 Rolle	9
2 Angebote	17
3 Akteure	25
4 Finanzen	35
5 Räume	45

Methodik

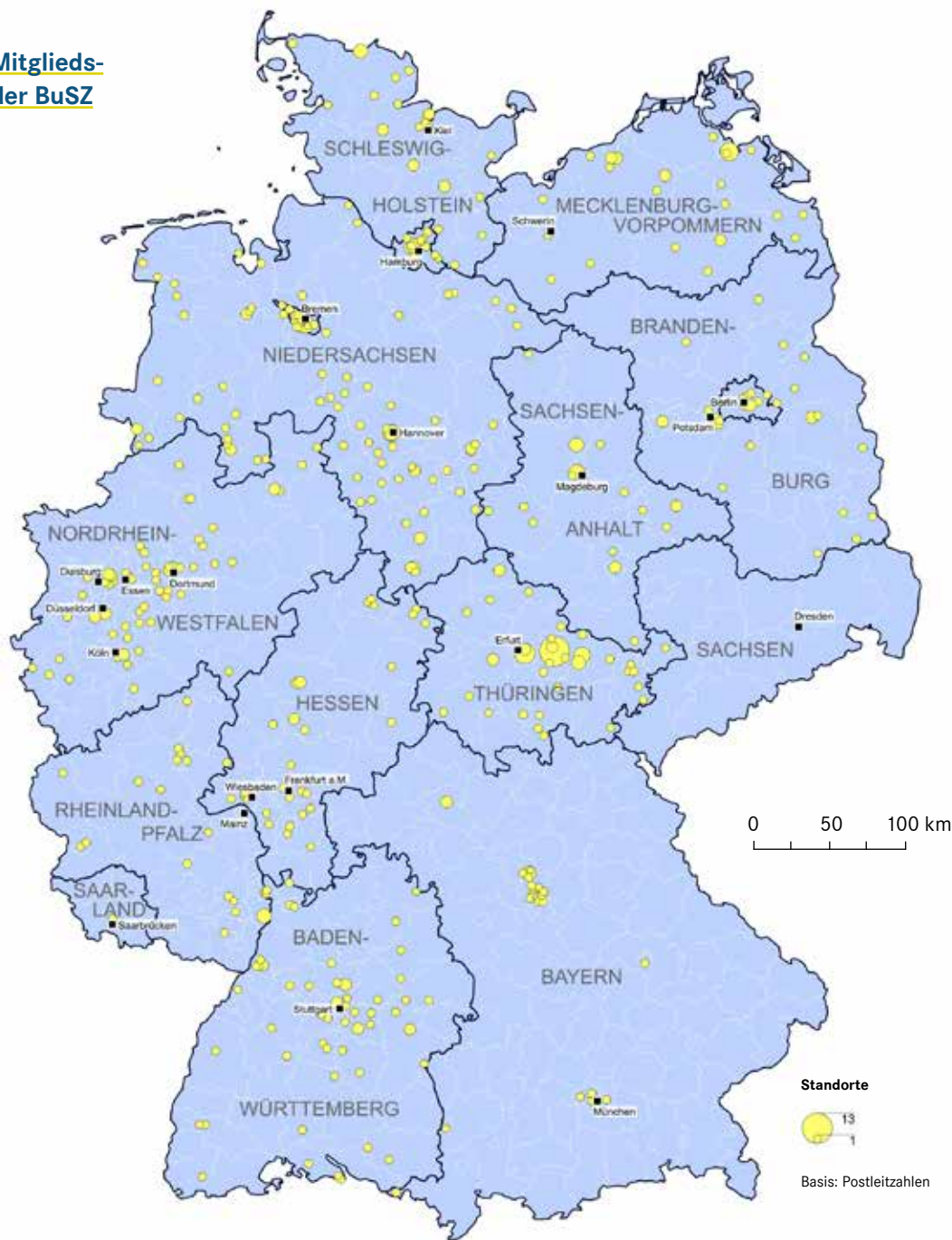
Seit 1992 erhebt die Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V. (BuSZ) in regelmäßigen Abständen Daten zu Situation und Perspektiven ihrer Mitgliedseinrichtungen. Die gewonnenen Informationen ermöglichen es einerseits, Rahmenbedingungen und Leistungen soziokultureller Arbeit im Sinne einer Evaluation zu erfassen, zu bewerten und Handlungsoptionen zu identifizieren. Andererseits dienen die erhobenen Daten der Außendarstellung gegenüber Medien, Politik und Öffentlichkeit sowie der Formulierung von kulturpolitischen Forderungen gegenüber Kommunen, den Ländern und dem Bund.

Das hier vorgestellte empirische Material beruht auf Daten, die sich auf das Haushaltsjahr 2015 beziehen und zum Stichtag 15. Oktober 2016 erhoben wurden. Ein Teil der Fragestellungen orientierte sich an vorangegangenen Erhebungen, um eine Betrachtung von Entwicklungen im Zeitverlauf zu ermöglichen. So standen auch dieses Mal die inhaltlichen Schwerpunkte der Veranstaltungen und Angebote, die Merkmale der Nutzer/-innen der Einrichtungen, die Situation der Beschäftigten und Engagierten sowie die finanziellen und materiellen Rahmenbedingungen der Kulturarbeit im Mittelpunkt. Einzelne Fragen wurden überarbeitet und um neue Aspekte ergänzt. Somit konnten diesmal auch soziokulturelle Initiativen an der Befragung teilnehmen. Außerdem waren die Mitgliedseinrichtungen aufgefordert, gesonderte Angaben zum Thema Digitalisierung der Gesellschaft zu machen.

Von den 530 angefragten Mitgliedseinrichtungen beantworteten 255 aus 15 Bundesländern den Fragebogen. Der Rücklauf von 48 Prozent lag im Bereich der Quoten der vergangenen Befragungen (2014: 46 Prozent, 2012: 54 Prozent). Um Aussagen über alle Mitgliedseinrichtungen treffen zu können, wurden die erzielten Befragungsergebnisse, wo möglich, mit Hilfe eines Gewichtungsfaktors hochgerechnet. Dabei wurde die Einnahmesituation der Zentren im Jahr 2015 zugrunde gelegt. Auf der einen Seite wurde zwischen Projekt-, Bau- und Personalförderung unterschieden, auf der anderen Seite wurden die Mittel berücksichtigt, die von den Zentren selbst erwirtschaftet worden sind. Dabei erfolgte eine Staffelung nach Jahresgesamteinnahmen bis 50.000 Euro, bis 250.000 Euro, bis 1 Million Euro sowie über 1 Million Euro. Für die räumliche Differenzierung der Ergebnisse wurde auf Erkenntnisse der laufenden Raumb Beobachtung des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung zurückgegriffen.

Konzipiert wurde die Befragung in Zusammenarbeit mit Dr. Christoph Mager vom Lehrstuhl für Humangeographie des Karlsruher Instituts für Technologie, an dem auch die statistische Auswertung der Daten vorgenommen wurde. Zum Einsatz kamen Methoden der Regionalanalyse sowie der beschreibenden und schließenden Statistik.

**Standorte der Mitglieds-
einrichtungen der BuSZ
(2016)**



Extrakt

Vor fast genau zehn Jahren verabschiedete die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ ihren Schlussbericht. Sie empfahl den Ländern und Kommunen, „soziokulturelle Zentren als eigenständigen Förderbereich in der Kulturpolitik zu identifizieren, zu institutionalisieren und weiterzuentwickeln.“ Sie hob in diesem Zusammenhang die „besonderen Erfahrungen soziokultureller Zentren [...] im Hinblick auf Interkulturalität, Teilhabechancen und Einfluss auf die Lebensqualität“ hervor. Inzwischen stellen und stellen komplexe Konfliktlagen nicht nur Staaten und Regierungen, sondern vor allem Zivilgesellschaften auf die Probe.

Die Anforderungen an die Soziokultur und der Bedarf an ihren Angeboten und Leistungen haben zugenommen. Im Erhebungszeitraum verzeichneten unsere Mitgliedseinrichtungen 12 Millionen Besuche. Zwei Drittel davon sind Besuche von Veranstaltungen, ein Drittel betreffen kontinuierliche Angebote.

Die Bindungen an die soziokulturellen Zentren und Initiativen vertiefen sich und ihre Bedeutung für das Umfeld wächst, vor allem

dort, wo besonders schwierige interkulturelle und integrative Aufgaben zu lösen sind.

Viele Kommunen messen den Leistungen der Soziokultur einen hohen Stellenwert zu. Für deren institutionelle Förderung wandten sie 7,5 Millionen Euro und damit 17,5 Prozent mehr auf als im vorigen Berichtszeitraum. Insgesamt erhöhte sich die Förderung der Soziokultur durch die Länder. Allerdings geht dies hauptsächlich auf Schleswig-Holstein, Baden-Württemberg und Brandenburg zurück. Hamburg gibt seit Jahren viel für Soziokultur aus. Doch nicht einmal hier genügt die Förderung dem Inflationsausgleich.

Die deutliche Erhöhung der institutionellen Förderung gegenüber der Projektförderung ist ein Schritt in die richtige Richtung. So erhalten die Zentren höhere Planungssicherheit. Dieser Weg muss beschleunigt fortgesetzt werden. Bislang beteiligen sich aber die meisten Länder mit geringen oder Null-Beträgen an der institutionellen Förderung von Soziokultur. Im Blick auf die Personalkostenzuschüsse wurde 2015 bei gestiegenen Leistungen der Stand von 2011 um fast 700.000 Euro verfehlt. 2015 wurden nur noch 39 Prozent der Angestellten in Anlehnung an den TVöD vergütet. Das sind sieben Prozent weniger als noch 2013 und 2011. Es alarmiert, dass etwa 80 Prozent der hauptamtlich Beschäftigten untertariflich bezahlt werden.

Ebenso besorgniserregend entwickelten sich die Zuschüsse für Bau und technische Investitionen. Mit dem aktuellen Betrag von knapp 4,4 Millionen Euro wird gegenüber 2013 ein Rückgang um 6,8 Millionen Euro festgestellt, gegenüber 2011 sogar um 12,7 Millionen Euro. Erstmals

erhobene Daten zur digitalen Ausstattung und Kompetenz zeigen aber dringenden Bedarf. Um mit modernen Kommunikations- und Kunstformen mithalten und nachwachsende Generationen überhaupt ansprechen zu können, braucht die Soziokultur entsprechende Investitionen.

Ähnliches gilt für die räumliche Situation unserer Mitgliedseinrichtungen. Noch immer erweist sie sich nur für unter zwei Drittel der Zentren als bedarfsdeckend oder wenigstens knapp ausreichend. Für kleine Zentren, die in Gebieten mit schwacher Infrastruktur besonders dringend als Anlaufpunkte für Kommunikation und bürgerschaftliches Engagement gebraucht werden, stellt das ein großes Problem dar.

Soziokulturelle Zentren leisten gesellschaftlich unverzichtbare Arbeit. Sie benötigen dafür mehr öffentliche Unterstützung als bisher. Das heißt:

- ⇒ **Größeres Engagement der Länder**
- ⇒ **Stärkere institutionelle Förderung**
- ⇒ **Personalkostenzuschüsse**
- ⇒ **Zuschüsse für Bau und Investitionen**





1_Rolle

- 50 % der soziokulturellen Zentren und Initiativen arbeiten mit Kindern und Jugendlichen, 45 % mit älteren Menschen.
- 66 % haben einen interkulturellen Schwerpunkt.
- 100 % der Einrichtungen in ländlichen Räumen arbeiten mit Methoden der kulturellen Bildung.

Text: Thomas Putz, Mitarbeiter für Projekte der Landes-
arbeitsgemeinschaft Soziokultur Thüringen e.V.

Seismografen für gesellschaftliche Entwicklungen

Soziokulturelle Einrichtungen sind in der Lage, auf gesellschaftliche Entwicklungen rasch zu reagieren und entsprechende Themen in ihre Angebotsstruktur aufzunehmen. So hat sich die Relevanz von kultureller Bildung und interkulturellem Austausch deutlich erhöht und spielt in fast allen Zentren und Initiativen eine herausragende Rolle. Dabei sind die Unterschiede zwischen Einrichtungen in Großstädten und solchen in ländlichen Räumen geringer als erwartet. Weit über die Hälfte der Einrichtungen richtet ihre Angebote an Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene – fast die Hälfte aber auch an Senior/-innen. Daneben bilden Geflüchtete und Migrant/-innen eine starke Zielgruppe.

Soziokulturelle Praxis ist eng mit gesellschaftlicher Bewegung verknüpft. Die Einrichtungen und Initiativen können aufgrund ihrer offenen Ausrichtung und Methodenvielfalt schnell auf aktuelle → Themen und Entwicklungen reagieren. So verwundert es kaum, dass inzwischen für zwei Drittel der Einrichtungen interkultureller Austausch als eines der großen Themen unserer Zeit eine herausragende Rolle spielt – und das sowohl im städtischen als auch im ländlichen Raum. Vor zwei Jahren waren es noch 20 Prozent weniger. Die soziokulturellen Einrichtungen fungieren damit weiterhin als Seismograf für gesellschaftliche Entwicklungen.

Das für fast alle Zentren und Initiativen zentrale Thema ist jedoch das der kulturellen Bildung. Fast 90 Prozent der Einrichtungen sehen Bildungsangebote zur kulturellen Teilhabe als ein prägendes Element ihrer Praxis an – im ländlichen Raum sind es sogar 100 Prozent. Damit wird kulturelle Bildung zur vorherrschenden Methode in den Zentren. Zwar sind Angebote zur kulturellen Teilhabe schon immer ein wesentlicher Teil der Soziokultur gewesen, durch die politische Diskussion und die Förderpolitik der letzten Jahre ordnet man sie nun dem Begriff kulturelle Bildung zu.

Weitere wichtige Themen sind regionale Vernetzung (63 Prozent) und Partizipation (58 Prozent), wobei Letztere in Städten und ihrem Umland eine weitaus größere Rolle spielt als im ländlichen Raum.

Darüber hinaus sehen weit über die Hälfte der Einrichtungen bürgerschaftliches Engagement als zentrales Thema in ihrer Arbeit an. Hier gilt: Je kleiner die Einrichtungen, desto wichtiger ist die Einbindung der freiwillig und ehrenamtlich Engagierten.

Generell zeigt sich, dass es bezüglich der relevanten Themen überraschend wenig Unterschiede zwischen den Einrichtungen in Großstädten und in ländlichen Räumen gibt. Mehr noch: Sie positionieren sich inhaltlich deutlicher als die Einrichtungen im verdichteten und ländlichen Umland (siehe Tabelle 1 auf Seite 14).

An welche → Zielgruppen richten sich die Angebote der soziokulturellen Zentren und Initiativen? Zunächst kann festgehalten werden: Soziokultur ist für viele Einrichtungen noch immer „Kultur für alle“. Die Zentren sind Orte, die für jeden und jede zugänglich sind – unabhängig von sozialem Status, kulturellem Hintergrund, Mobilität oder Geschlecht. Generell richten sich die Angebote entsprechend an die Menschen aus dem lokalen und regionalen Umfeld. Auf der anderen Seite stehen Angebote für Gruppen und Personen mit ganz spezifischen Hintergründen und Problemlagen im Fokus der Arbeit. Hier reicht die Spanne von Arbeitssuchenden und Armen über Menschen mit Behinderungen bis hin zu Opfern häuslicher Gewalt. Ein besonderes Augenmerk liegt auch hier auf Geflüchteten beziehungsweise Asylsuchenden (43 Prozent) sowie

auf Migrant/-innen (37 Prozent). Hier zeigt sich: Je größer die Zentren, desto stärker richten sich Angebote an diese beiden Gruppen.

Nimmt man das Alter als Maßstab, so sind bei weit über der Hälfte der Einrichtungen Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene Hauptzielgruppen der Angebote. Das steht dem generationsübergreifenden Ansatz vieler Zentren jedoch keineswegs entgegen: Bei 45 Prozent stehen Senior/-innen im Fokus der Arbeit (siehe Tabelle 2 auf Seite 15).

Tabelle 1

**Schwerpunkte
der Arbeit,
Veranstaltungen
und Angebote
nach zusammen-
gefassten Kreis-
typen**

	Zusammengefasste Kreistypen (in Prozent)				Gesamt
	Großstädte	Verdichtetes Umland	Ländliches Umland	Ländlicher Raum	
Kulturelle Bildung	88	86	87	100	89
Interkultureller Austausch	73	58	55	71	66
Regionale Vernetzung	66	60	55	69	63
Partizipation	64	60	42	49	58
Bürgerschaftliches Engagement	50	67	51	46	54
Politisches Engagement	46	32	36	46	41
Stadtteilarbeit	62	12	23	26	37
Inklusion	36	22	32	31	31
Umweltbewusstsein/Ökologie	25	29	29	29	27
Gleichstellung der Geschlechter	29	26	16	23	26
Intergenerationaler Dialog	22	25	32	29	25
Internationale Aktivitäten	24	20	19	26	22
Wiederbelebung von Erbe und Geschichte	14	8	16	23	14
Auseinandersetzung mit den Auswirkungen der Digitalisierung	14	7	0	6	9

Tabelle 2

Zielgruppen nach Einnahme- klassen

	Einnahmeklassen (in Prozent)					Gesamt
	keine Angabe	bis unter 50.000	50.000 bis unter 250.000	250.000 bis unter 1 Mio.	1 Mio. und mehr	
Junge Erwachsene (18–27 Jahre)	67	48	69	73	78	66
Kinder (bis 13 Jahre)	67	48	56	73	39	58
Jugendliche (14–17 Jahre)	56	34	53	55	56	49
Senior/-innen	56	37	48	45	44	45
Geflüchtete, Asylsuchende	67	27	45	46	56	43
Migrant/-innen	78	19	35	45	50	37
Menschen im ländlichen Raum	22	63	31	17	11	33
Menschen mit Behinderung	33	14	23	30	44	24
Unbegleitete minderjährige Geflüchtete	11	12	18	21	6	16
Ethnische Minderheiten	11	3	14	13	33	12
Arme	22	17	6	14	17	12
LGBTQI (lesbain, gay, transgender, bisexual, queer, intersexual)	11	3	12	8	17	10
Arbeitssuchende	33	7	9	8	11	10
Opfer von (häuslicher) Gewalt	0	2	2	4	0	2
Strafgefangene	0	0	1	3	0	1



2_Angebote

- Mehr als 294.000 Veranstaltungen in soziokulturellen Einrichtungen verzeichnen jährlich 12 Mio. Besuche.
- 78.000 Einzelveranstaltungen verbuchen zwei Drittel der Gesamtbesuche.
- 216.000 kontinuierliche und offene Angebote werden stärker nachgefragt.

Text: Thomas Putz, Mitarbeiter für Projekte der Landes-
arbeitsgemeinschaft Soziokultur Thüringen e.V.

Vielfältige Veranstaltungsformate mit steigender Resonanz

Die Bedeutung von Soziokultur spiegelt sich auch in den Zahlen wider: Bei 294.000 Veranstaltungen und Angeboten werden 12 Millionen Besuche im Erhebungszeitraum verzeichnet. Das sind durchschnittlich 800 Veranstaltungen und 33.000 Besuche pro Tag! Dabei kommen zwei Drittel zu Einzelveranstaltungen wie Konzerten, Lesungen oder Theateraufführungen. Diese machen jedoch nur ein Viertel aller Angebote der Zentren aus: Drei Viertel sind kontinuierliche und offene Angebote. Der überwiegende Teil der Veranstaltungen und Projekte wird selbst organisiert oder gemeinsam mit Partner/-innen durchgeführt. Das zeigt: Ein soziokulturelles Angebot ist nichts von der Stange.

Soziokulturelle Einrichtungen bieten Raum für ein vielfältiges Programm. Im Jahr der Erhebung wurden über 294.000 Veranstaltungen gezählt. 78.000 (26 Prozent) davon waren Einzelveranstaltungen, also Konzerte, Lesungen, Theateraufführungen, Tanzveranstaltungen oder spartenübergreifende Formate. Mit einer Anzahl von 216.000 machen jedoch den weitaus größeren Teil (74 Prozent) kontinuierliche und offene Angebote aus, die auf eine aktive Beteiligung der Besucher/-innen ausgerichtet sind, wie etwa Kurse, Workshops, offene Treffs oder Beratungen.

Insgesamt verzeichneten die Veranstaltungen und Angebote der soziokulturellen Einrichtungen 12 Millionen Besuche. Fast 8 Millionen davon fallen auf die 78.000 → Einzelveranstaltungen, das ist ein Schnitt von mehr als 100 Besucher/-innen pro Veranstaltung. Damit ist die Anzahl der Einzelveranstaltungen im Vergleich zur letzten Erhebung zwar leicht gefallen, die Anzahl der → Besuche erhöhte sich aber seit 2012 um 1,3 Millionen. Gründe hierfür können in den immer knapper werdenden Ressourcen der Zentren gesehen werden, die eine Angebotsreduzierung oder eine stärkere Ausrichtung auf wirtschaftlich einträglichere Veranstaltungsformate nach sich ziehen (siehe hierzu das Kapitel „Finanzen“). Mit 14.500 waren knapp ein Fünftel der Einzelveranstaltungen Einmietungen beziehungsweise Fremdveranstaltungen – ein weiterer Beleg für die wichtige Funktion der Zentren als Raumgeber für externe Kulturakteure.

Bei den → **kontinuierlichen und offenen Angeboten** setzt sich der Trend der letzten Erhebungen fort: Die Zahl der Teilnehmenden stieg von 3,8 Millionen (2014) auf über 4 Millionen, während sich die Zahl der Angebote mit 216.000 weiter verringerte (2014: 248.500). Die durchschnittliche Zahl der Teilnehmenden beträgt damit 18 (2014: 15 Personen). Erhöht hat sich die Anzahl der Nutzer/-innen mit Migrationshintergrund: von 22 Prozent (2014) auf nun 30 Prozent, was mit der verstärkten interkulturellen Ausrichtung der Zentren korrespondiert (siehe vorheriges Kapitel).

Die Veranstaltungen in den soziokulturellen Zentren werden dem Kommerzialisierungsdruck zum Trotz weiterhin sehr häufig selbst oder in Kooperation mit anderen Akteuren konzipiert und durchgeführt. Das belegen die Zahlen: 43 Prozent der Einzelveranstaltungen (ohne Fremdveranstaltungen) waren → **selbst konzipierte** Formate oder eigene Produktionen, 16 Prozent wurden in Kooperation realisiert. Somit waren fast 60 Prozent keine „eingekauften“ Formate. Wobei hier der Anteil bei kleineren Zentren deutlich höher liegt als bei größeren, die offenbar verstärkt auf gebuchte Veranstaltungen setzen müssen – auch um „sichere“ Einnahmen zu erzielen.

37 Prozent der befragten Einrichtungen verfügen über eine Gastronomie. Pro Woche besuchen durchschnittlich 2,75 Millionen Gäste die gastro-

nomischen Angebote. Für die Zentren haben sie eine wichtige Funktion: Sie sind offene Kommunikationsorte und ermöglichen einen ersten Zugang. Oft sind sie auch mit inhaltlichen Angeboten verknüpft.

Der Altersdurchschnitt der Besucher/-innen hat sich seit 2012 zwar nur leicht, dafür aber kontinuierlich erhöht. Das legt den Schluss nahe, dass es offenbar gelingt, Besuchergruppen längerfristig an die Zentren zu binden. Knapp die Hälfte der Besucher/-innen ist unter 40 Jahre alt. Die demografische Entwicklung der Gesellschaft spiegelt sich damit auch in der Altersstruktur der Zentren wider. Gleichzeitig kann angemerkt werden, dass immer wieder junge Vereine und Initiativen mit einer entsprechenden Publikumsausrichtung das Feld der Soziokultur betreten.

Diagramm 1
Altersstruktur der
Besucher/-innen (2016)

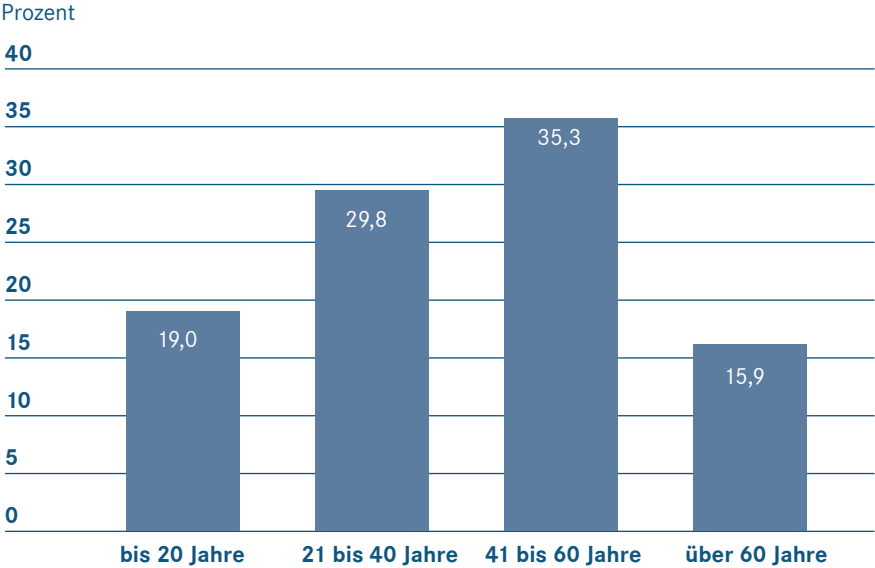
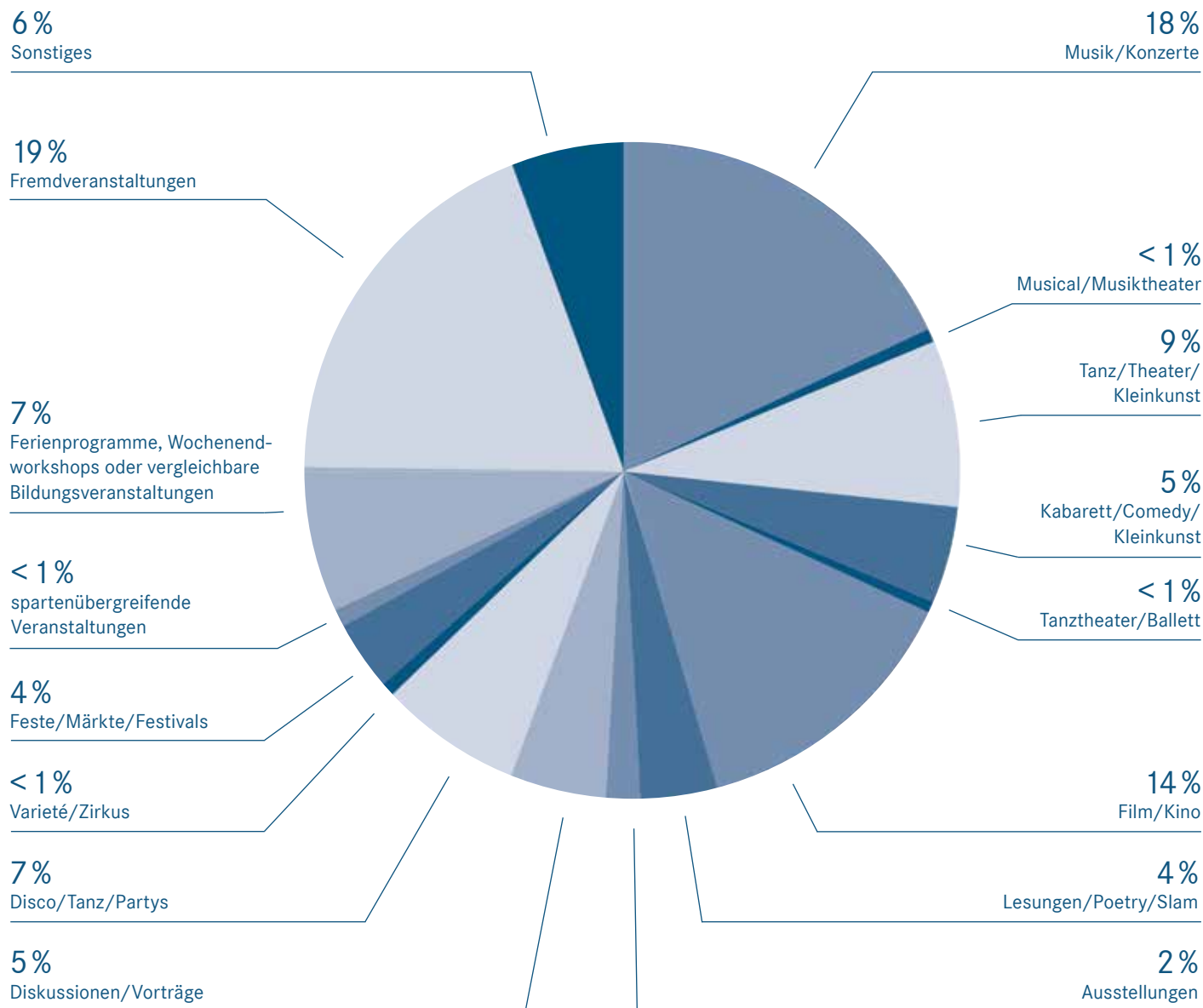


Diagramm 2

Veranstaltungsspektrum (2016)





3_Akteure



- 25.000 Akteure übernehmen Aufgaben in der Soziokultur.
- 15.000 von ihnen engagieren sich verlässlich und verantwortungsvoll in ihrer Freizeit in soziokulturellen Zentren und Initiativen.
- 2.500 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze stellen die strukturelle Grundlage.

Text: Ilona Trimborn-Bruns, Geschäftsführerin der Landesarbeits-
gemeinschaft der Kulturinitiativen und Soziokulturellen Zentren
in Baden-Württemberg e.V.

Soziokulturelle Akteure kommen aus allen gesellschaftlichen Gruppen

Durchschnittlich nur zehn Prozent der **Akteure** in einem soziokulturellen Zentrum haben eine sozialversicherungspflichtige **Beschäftigung**, 61 Prozent arbeiten rein ehrenamtlich und 24 Prozent sind als zusätzliche Kräfte im Honorar- oder geringfügig bezahlten Bereich aktiv. Fünf Prozent arbeiten in der Gastronomie. In 27 Prozent aller Einrichtungen werden die gesellschaftlichen und kulturellen Angebote rein ehrenamtlich organisiert. 83 Prozent der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze sind unbefristet – eine Zunahme um 23 Prozent. **Teilhabe** zeigt sich in Bezug auf Gender, Integration von Menschen mit Migrationshintergrund und Alter. 54 Prozent in der Soziokultur sind Frauen. Etwas mehr als die Hälfte der entscheidungsbefugten Personen sind ebenfalls Frauen. 13 Prozent der Akteure in Zentren haben einen Migrationshintergrund. Hinsichtlich der **Altersstruktur** verteilen sich 85 Prozent aller Aktiven paritätisch auf die Gruppen der 21- bis 40-Jährigen und 41- bis 60-Jährigen. Die restlichen 15 Prozent gehören zu den Altersgruppen der bis 20-Jährigen und der über 60-Jährigen im Verhältnis zwei zu drei.

Nur jede/-r Zehnte der → Akteure in einem soziokulturellen Zentrum hat ein sozialversicherungspflichtiges Arbeitsverhältnis. Jede/-r Vierte arbeitet als Honorarkraft, geringfügig Beschäftigte/-r oder in einem Freiwilligendienst beziehungsweise einem Praktikum. Die größte Gruppe wird von Ehrenamtlichen gebildet. 20 Prozent engagieren sich in verantwortungsvollen Positionen und 40 Prozent helfen in ihrer Freizeit. Knapp fünf Prozent arbeiten in der Gastronomie.

Damit sich viele Menschen ehrenamtlich in den Zentren engagieren können, sind verlässliche Kernstrukturen und die Tätigkeit der Festangestellten eine wichtige Grundlage. Erfreulich ist, dass junge Menschen wieder mehr Arbeitsplätze in der Soziokultur finden, in denen sie in der Veranstaltungstechnik, in der Verwaltung, in der Öffentlichkeitsarbeit oder im Kulturmanagement mitarbeiten können. Im Vergleich zu 2014 stieg die Rate der Bundesfreiwilligendienstleistenden und der Praktikant/-innen um annähernd 29 Prozent. Es nahmen 14 Prozent weniger Jugendliche am Freiwilligen Sozialen Jahr (FSJ) Kultur teil. In den Einrichtungen kann verstärkt eine Möglichkeit geboten werden, den soziokulturellen Alltag eines Zentrums kennenzulernen und sich zu engagieren. Etwa zehn Prozent mehr jungen, motivierten Mitarbeiter/-innen konnten attraktive Lehr-, Lern- und Praktikumsplätze zur Verfügung gestellt werden.

Angehörige aller Bevölkerungsgruppen finden in soziokulturellen Zentren Aktivitäts- und Arbeitsmöglichkeiten. In allen Zentren, gleich welcher Größe, arbeiten sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Etwa 27 Prozent der Zentren werden ausschließlich von Ehrenamtlichen

betrieben. Dies sind verstärkt kleine Zentren bis 50.000 Euro Jahreseinnahmen. In 82 Prozent aller Zentren mit einem mittleren Haushaltsvolumen (bis 250.000 Euro) und bis zu 100 Prozent aller Zentren mit einem großen Haushaltsvolumen (über 250.000 Euro) sind sozialversicherungspflichtig → **Beschäftigte** tätig. 83 Prozent dieser Beschäftigten haben einen unbefristeten Arbeitsvertrag. Insgesamt ist die Summe der sozialversicherungspflichtigen Mitarbeiter/-innen um 22 Prozent gestiegen. Knapp jede/-r Dritte hat eine Vollzeitstelle, von den Übrigen arbeitet mehr als die Hälfte in Teilzeit mit mehr als 50 Prozent der wöchentlich geregelten Arbeitszeit und nur knapp jeder Zweite mit weniger als 50 Prozent. Die Einrichtungen übernehmen ihre Verantwortung als Arbeitgeber, indem sie die Zahl der unbefristeten Stellen um 23 Prozent auf 83 Prozent aller sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungen erhöht haben. Die Arbeitsverhältnisse in der Gastronomie sind etwa unverändert geblieben.

39 Prozent der Zentren mit Festangestellten bezahlen ihre Mitarbeiter/-innen in Anlehnung an den TVöD. Das sind sieben Prozent weniger als bei den Befragungen 2013 und 2011. Gerade bei den großen Zentren zeigt sich deutlich eine zunehmende Tendenz zu Haustarifen oder sonstigen Vereinbarungen, die um 13 Prozent von 29 Prozent auf 44 Prozent stiegen. Alle drei Vergütungskategorien bedeuten gemessen am TVöD oftmals für die Einzelnen niedrigere Tarifgruppen, geringere Tarifstufen innerhalb dieser Gruppen, keinen Überstunden-, Nacht- oder Sondertarif, kaum Einmalzahlungen, zum Beispiel Weihnachts- oder Urlaubsgeld.

Soziokulturelle Arbeit zeichnet sich durch gelebte → **Teilhabe** aus. Es besteht eine große Diversität bei Geschlecht, Herkunft und Alter. Der Anteil von Frauen beträgt 54 Prozent. Entscheidungen werden diesem Genderverhältnis entsprechend getroffen. 13 Prozent der Aktiven sind Menschen mit Migrationshintergrund und knapp fünf Prozent derjenigen, die Entscheidungen fällen, haben ebenfalls einen Migrationshintergrund. Die Anzahl der Personen mit Entscheidungsbefugnissen hat um 14 Prozent zugenommen. Entscheidungen werden zunehmend auf mehrere Personen verteilt.

Die → **Altersstruktur** der sozialversicherungspflichtigen Mitarbeiter/-innen zeigt einen Anstieg um 1,5 Prozent auf 58,5 Prozent der Gruppe der über 40-Jährigen. Die Aktiven in den Freiwilligendiensten, in den Ausbildungsverhältnissen/Praktika, als geringfügig Beschäftigte und mit Honorartätigkeiten sind hauptsächlich in der Gruppe der bis 40-Jährigen zu finden und verzeichnen einen vierprozentigen Zuwachs gegenüber 2014 auf 54 Prozent. Die Gruppe der ehrenamtlich und freiwillig Engagierten lässt sich zu 37,2 Prozent den 21- bis 40-Jährigen und zu 41,7 Prozent den 41- bis 60-Jährigen zuschreiben.

Soziokulturelle Wirklichkeit ist nach wie vor gekennzeichnet durch ein sehr hohes Maß an bürgerschaftlichem Engagement, durch gelebte Diversität und durch finanzielle Einbußen bei der Bezahlung der Festangestellten gegenüber einer vergleichbaren Tätigkeit im Öffentlichen Dienst oder in der Privatwirtschaft.

Diagramm 3

Akteure

	Anzahl	Prozent
Ehrenamtliche	6.195	25
Freiwillig Engagierte	9.083	36
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	2.480	10
450-Euro-Kräfte	1.312	5
Bundesfreiwilligendienst	173	< 1
Freiwilliges Soziales/Kulturelles Jahr	108	< 1
Praktikant/-innen	405	2
Auszubildende	178	< 1
Freie Honorarkräfte	3.907	16
Gastronomiemitarbeiter/-innen	1.127	5
gesamt	24.968	100

10 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (2.480)

5 %
450-Euro-Kräfte (1.312)

5 %
Gastronomie-
mitarbeiter/-innen (1.127)

< 1 %
Auszubildende(178)

< 1 %
BFD (173)

< 1 %
FSJ/K (108)

2 %
Praktikant/-innen (405)

16 %
Freie Honorarkräfte (13.907)

36 %
Freiwillig Engagierte (9.083)

25 %
Ehrenamtliche (6.195)

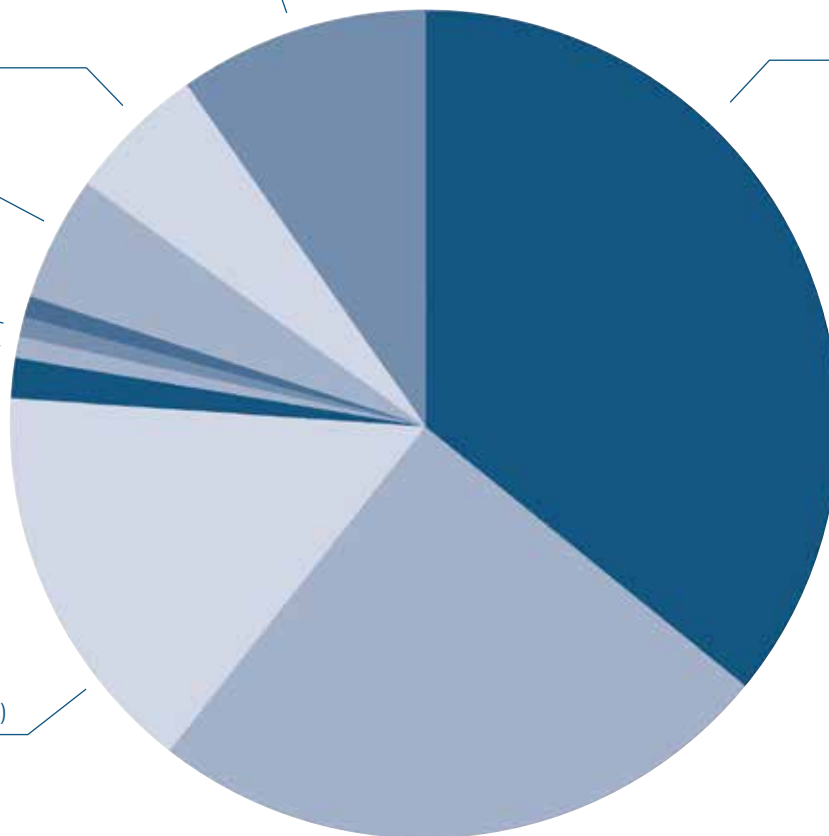


Diagramm 4

Beschäftigungsverhältnisse der Festangestellten

	Anzahl	Prozent
unbefristet	2.048	83
befristet	432	17
gesamt	2.480	100

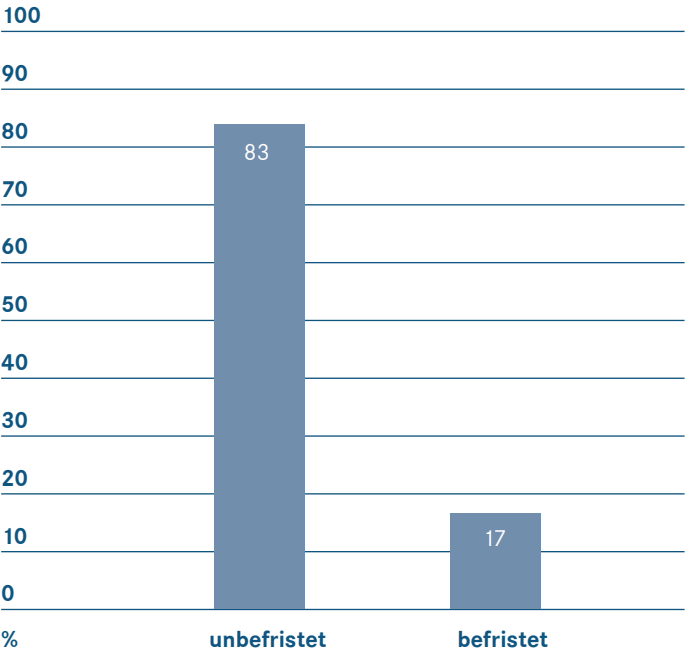


Diagramm 5

**Stundenumfang der sozialversicherungs-
pflichtig Beschäftigten**

	Anzahl	Prozent
Vollzeit	710	29
mehr als 50%-Stelle	1.401	57
weniger als 50%-Stelle	330	14
gesamt	2.441	100

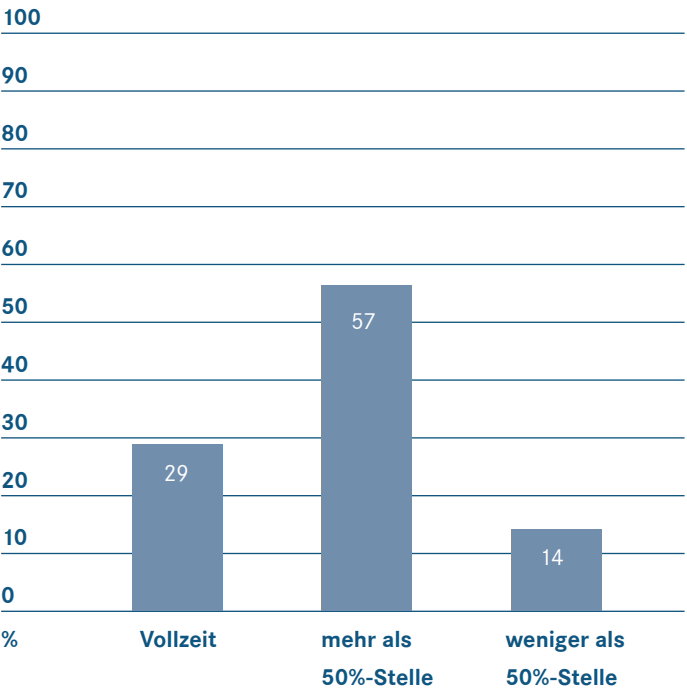
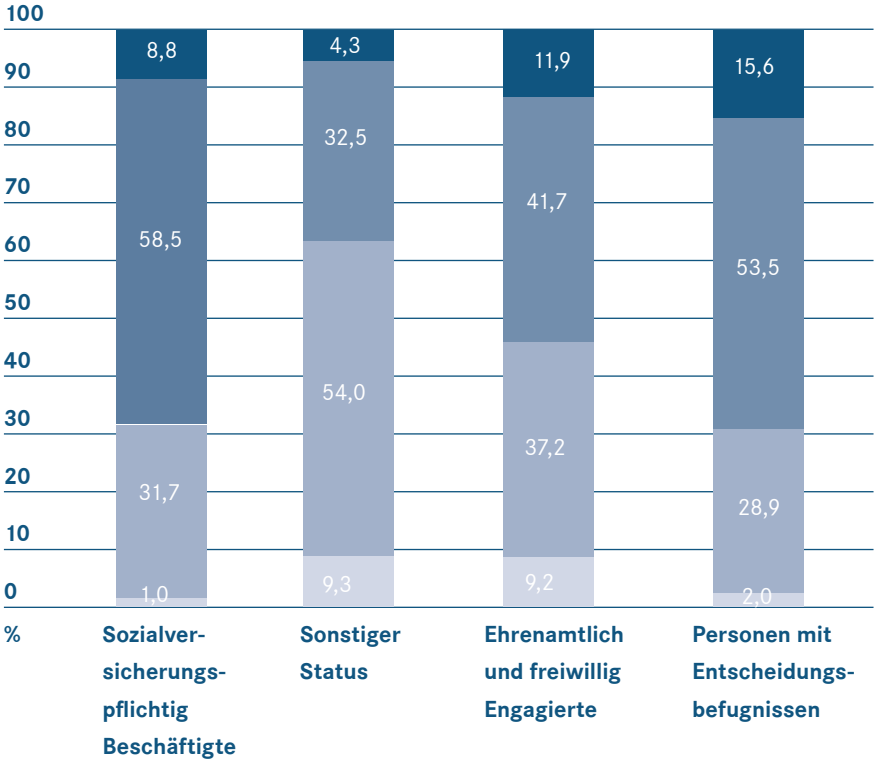
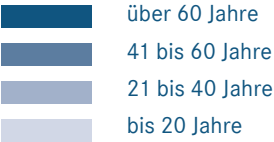


Diagramm 6

**Altersverteilung aller Akteure
eines soziokulturellen Zentrums**





4_Finanzen

- 49 % ihres Finanzbedarfs erwirtschaften soziokulturelle Zentren selbst.
- 36 % der Einnahmen stehen ihnen als institutionelle Förderung zur Verfügung.
- Etwa 80 % der hauptamtlich Beschäftigten werden untertariflich bezahlt.

Text: Gerd Dallmann, Geschäftsführer der Landes-
arbeitsgemeinschaft Soziokultur Niedersachsen e.V.

Soziokultur erwirtschaftet einen hohen Anteil der Finanzen selbst

Die **Eigeneinnahmen** der soziokulturellen Zentren betragen 2015 insgesamt 82,7 Millionen Euro. Die **Gesamteinnahmen** betragen inklusive Förderung 170,5 Millionen Euro. Die Eigeneinnahmen machen davon knapp 49 Prozent aus (gegenüber 48 Prozent vor zwei Jahren). Öffentliche Zuschüsse für die kontinuierliche Arbeit – **institutionelle Förderung** – betragen insgesamt 61,5 Millionen Euro; das entspricht 36 Prozent der Gesamteinnahmen. Sie stammen überwiegend von den Kommunen. Die weiteren Zuschüsse in Höhe von 26,3 Millionen Euro sind als **Projektförderung** zweckgebunden für einzelne Aktivitäten oder Investitionen geflossen. Sie stammen von Kommunen, Ländern, Bund, EU ... und aus unterschiedlichen Töpfen (Kultur, Bildung, Jugend, Soziales ...). Die **Ausgaben** der soziokulturellen Zentren in Höhe von insgesamt 166,1 Millionen Euro verteilen sich auf Personalkosten, Veranstaltungsausgaben, Betriebskosten, investive Ausgaben und Gemeinkosten.

→ **Eigeneinnahmen**

Die Einnahmen aus Eintrittsgeldern betragen insgesamt 34,7 Millionen Euro. Sie waren immer schon der stärkste Posten bei den Eigeneinnahmen, sind allerdings gegenüber 2013 um 4,7 Millionen Euro gesunken. Dies konnte insbesondere durch höhere Gastronomieerlöse wettgemacht werden, sodass der Gesamtbetrag der Eigeneinnahmen von 82,2 auf 82,7 Millionen Euro anstieg.

→ **Gesamteinnahmen**

Die Gesamteinnahmen der Soziokultur sind von 172 Millionen auf 170,5 Millionen Euro gesunken. Der Mix aus Eigeneinnahmen, institutioneller Förderung und Projektförderung hat sich nochmals leicht in Richtung Eigeneinnahmen verschoben und stellt sich 2015 so dar: Eigeneinnahmen 49 Prozent (2013: 48 Prozent), institutionelle Förderung 36 Prozent (2013: 30 Prozent), Projektförderung 15 Prozent (2011: 22 Prozent). Sortiert man die Einnahmen nach Herkunft, ergibt sich folgendes Bild: 82,7 Millionen Euro (49 Prozent) kommen von Mitgliedern und Nutzer/-innen der Einrichtungen, 56,5 Millionen Euro (33 Prozent) tragen die Kommunen bei, 19,5 Millionen Euro (elf Prozent) bringen die Länder auf und insgesamt 11,7 Millionen Euro (sieben Prozent) stellen Bund, EU, Stiftungen und sonstige Förderer zur Verfügung.

→ Institutionelle Förderung

Der überwiegende Teil der institutionellen Förderung von insgesamt 61,5 Millionen Euro stammen auch 2015 von den Kommunen: 51,4 Millionen (2013: 42,9 Millionen). Die Länder steuern 10,1 Millionen Euro zur institutionellen Förderung bei (2013: 8,9 Millionen). Der deutliche Anstieg der Mittel für die institutionelle Förderung ging zu Lasten der Projektförderung, was jedoch den Einrichtungen eine größere Planungssicherheit gibt.

→ Projektförderung

Der größte Teil der zweckgebundenen Projektförderung von insgesamt 26,3 Millionen sind die eigentlichen Projektzuschüsse in Höhe von 18,5 Millionen Euro. Gleichzeitig verzeichnen wir Investitionszuschüsse in Höhe von 4,4 Millionen und Personalkostenzuschüsse (für Arbeitsmarktförderung, Bundesfreiwilligendienst und Freiwilliges Soziales Jahr zum Beispiel) in Höhe von 3,5 Millionen Euro. Dadurch ergibt sich insgesamt ein Rückgang der zweckgebundenen Zuschüsse von 38,1 Millionen im Jahr 2013 (entsprechen 22 Prozent der Gesamteinnahmen) auf 26,3 Millionen Euro im Jahr 2015 (15 Prozent der Gesamteinnahmen). Gleichwohl ist dies nach wie vor ein hochkomplexer Bereich mit einer Vielzahl von Förderern und Töpfen mit unterschiedlichen, zum Teil widersprüchlichen Kriterien und Abrechnungsmodalitäten.

→ Ausgaben

In der Soziokultur wurden 2015 68,2 Millionen Euro an Personalkosten ausgegeben; das entspricht 41 Prozent der Ausgaben. Der weitere große Anteil sind die Veranstaltungskosten mit 50,9 Millionen Euro (31 Prozent der Gesamtausgaben). Geringe Betriebs- und Gemeinkosten (Verwaltung et cetera) mit einem Anteil von 13 beziehungsweise fünf Prozent der Gesamtausgaben weisen darauf hin, dass effektiv und wirtschaftlich gearbeitet wird. 7,8 Millionen Euro fließen als Steuern (Einkommenssteuer, Umsatzsteuer, Ausländersteuer ...) in die öffentlichen Kassen zurück. Das sind neun Prozent der erhaltenen Zuschüsse.

Nach wie vor geben lediglich 21 Prozent der Einrichtungen an, dass sie die Tarifverträge der öffentlichen Hand anwenden. Insbesondere größere Einrichtungen machen Abstriche an der Höhe der Bezahlung; lediglich elf Prozent der Zentren in der Größenklasse von über einer Million bezahlen tarifgerecht.

Diagramm 7
Einnahmenstruktur (2015)
(Hochrechnung)

Beträge in Euro					
	Institutionelle Förderung	Projektförderung	Baukostenförderung	Summe	Prozent
Kommune	51.403.248,00	4.204.388,00	893.711,00	56.501.347,00	33
Land	10.077.742,00	6.443.878,00	2.993.513,00	19.515.133,00	11
Bund		2.897.717,00	31.653,00	2.929.370,00	2
EU		348.687,00	55.593,00	404.280,00	< 1
Stiftungen		2.788.908,00	118.300,00	2.907.208,00	2
Sonstige		1.781.377,00	278.328,00	2.059.705,00	1
Personalkostenförderung (Beschäftigung und Freiwilligendienste)				3.472.746,00	2
Institutionelle Förderung gesamt	61.480.990,00 (36 %)				
Projektförderung (inklusive Bau und Personal) gesamt		26.308.799,00 (15 %)			
Förderung gesamt				87.789.789,00	51
Eigenmittel					
Eintritte				34.708.370,00	20
Kursgebühren				4.359.305,00	3
Vermietungen				8.611.857,00	5
Mitgliedsbeiträge und Spenden				5.082.018,00	3
Werbung und Sponsoring				1.480.368,00	1
Sonstige				11.634.142,00	7
Gastronomie (Verpachtung)				4.722.257,00	3
Gastronomie (Bewirtung)				12.139.825,00	7
Eigenmittel gesamt				82.738.142,00	49
Einnahmen gesamt				170.527.931,00	100
Multiplikatoreffekt		1,94			
gezahlte Steuern		6.949.353,00			
Anteil Steuern an öffentlichen Zuschüssen		8 %			

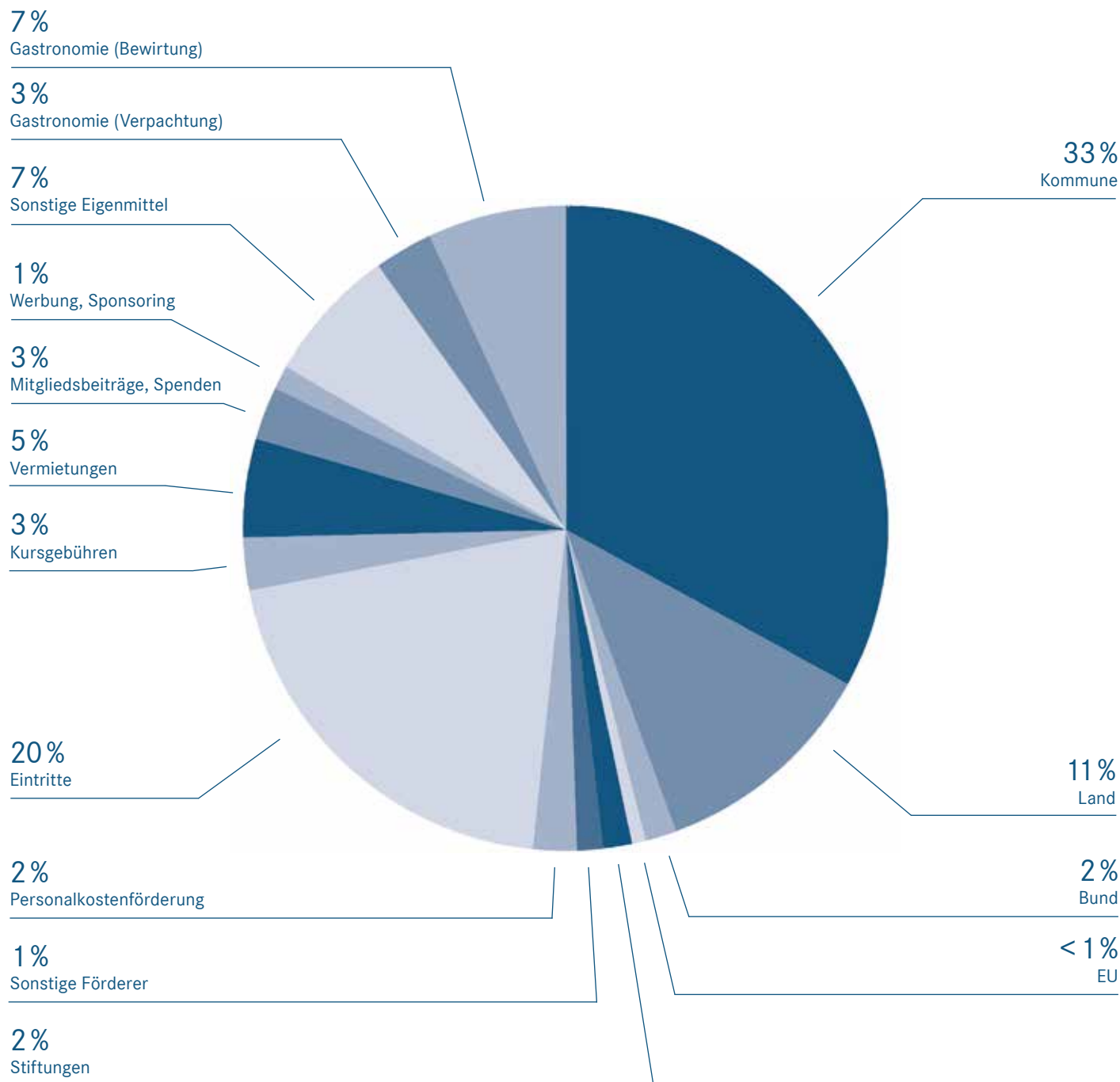
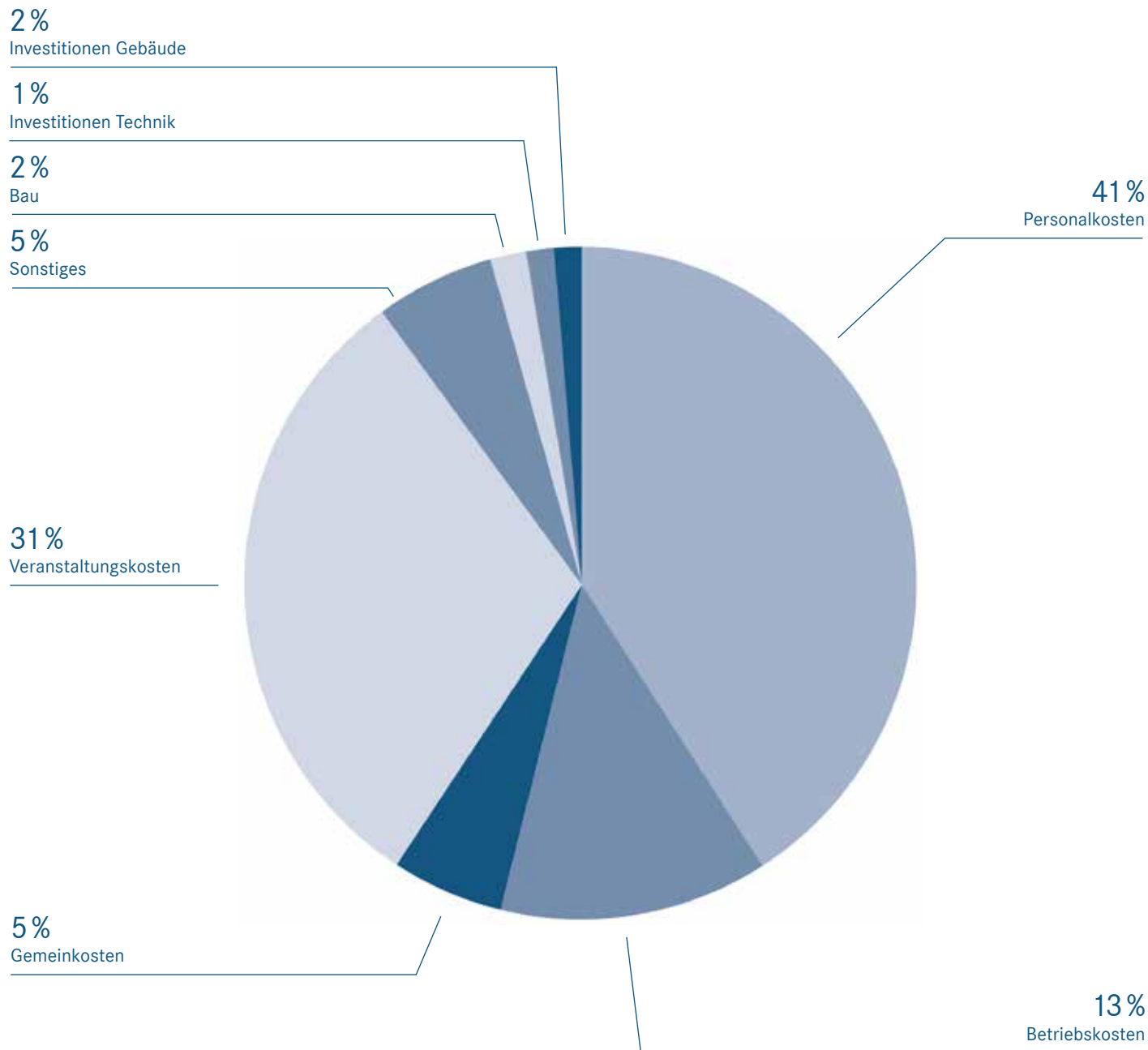


Diagramm 8
Ausgabenstruktur (2015)

	Summe (in Euro)	Prozent
Personalkosten	68.248.924,00	41
Betriebskosten	21.566.329,00	13
Gemeinkosten	8.993.833,00	5
Veranstaltungskosten	50.896.337,00	31
Sonstiges	9.012.115,00	5
Bau	2.530.058,00	2
Investitionen Technik	2.134.198,00	1
Investitionen Gebäude	2.770.886,00	2
gesamt	166.152.680,00	100





5_Räume



85 % stellen ihre Räume anderen Akteuren zur Verfügung.

Mehr als 50 % der soziokulturellen Einrichtungen befinden sich in ländlichen Regionen.

14 % der soziokulturellen Zentren, vor allem kleinere in ländlichen Regionen, befinden sich in eigener Hand.



Text: Margret Staal, Referentin für FSJ Kultur und Jugendkunstschulen beim Kulturbüro Rheinland-Pfalz, Mitglied im Vorstand der Landesarbeitsgemeinschaft Soziokultur und Kulturpädagogik Rheinland-Pfalz e.V. und der Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V.

Kommunikationsorte unter zunehmend erschwerten Bedingungen

Soziokultur war von ihrer Entstehungsgeschichte her zunächst eine urbane Erscheinung, jedoch hat die Entwicklung schon früh auch die ländlichen Räume ergriffen. Mittlerweile sind die soziokulturell Aktiven dort keine Exoten mehr – immerhin über 50 Prozent der 530 im Bundesverband organisierten Einrichtungen sind nicht in Großstädten verortet, sondern im städtischen Umland oder im ländlichen Raum. Vor allem die kleineren, oft rein ehrenamtlich geführten Einrichtungen bewirtschaften in 14 Prozent der Fälle sogar eigene Häuser. Soziokulturelle Zentren bieten vor Ort nicht nur Raum für kulturelle und künstlerische Beteiligung, sondern tragen darüber hinaus zur kulturellen Entwicklung ihrer Region bei. Dabei stellen immerhin 85 Prozent ihre Räume auch anderen Akteuren zur Verfügung und bilden damit einen wichtigen kulturellen und gesellschaftlichen Knotenpunkt.

→ **Ländliche Räume** sind in ihrer „Ländlichkeit“ zu differenzieren. Zu ihnen gehören die „Speckgürtel“ der Städte ebenso wie urbane Wohngegenden, die in einem Umkreis bis zu 30 Kilometern an größere Städte oder Großstädte grenzen und so die Erreichbarkeit der Stadt und ihrer öffentlichen Kultureinrichtungen auch mit dem ÖPNV gewährleisten. Zu ihnen gehören aber auch dünn besiedelte Orte, wie wir sie vor allem in den östlichen Bundesländern, aber auch in einigen westdeutschen Gebieten finden. Neben zahlreichen anderen freien ehrenamtlichen Kulturinitiativen ermöglichen je nach Bundesland zwischen 28 und 90 Prozent der in der Bundesvereinigung zusammengeschlossenen 530 soziokulturellen Zentren die Teilhabe an Kunst und Kultur. Aufgeschlüsselt auf einige ausgewählte Länder ergibt sich folgendes Bild: Niedersachsen 28 Prozent, Schleswig-Holstein fast 40 Prozent, Sachsen-Anhalt knapp 60 Prozent und Mecklenburg-Vorpommern 90 Prozent.

Neben der Möglichkeit der kulturellen Teilhabe geht es in diesen ländlichen Regionen aber auch um den Erhalt beziehungsweise Wiederaufbau von Kommunikationsorten, von Attraktivität und lebendigem Umfeld – nicht zuletzt, um weiteres Ausbluten zu stoppen. Soziokulturelle Zentren halten Angebote und Räume vor – in den ländlichen Regionen oft erworbene Immobilien, die umgenutzt und mit viel Eigenleistung renoviert worden sind. 65 von ihnen (14 Prozent) betreiben eigene Häuser, meist sind es die kleineren Einrichtungen.

Die inhaltlichen Angebote der ländlichen Einrichtungen sind oft vielfältiger und nehmen stärker Bezug auf örtliche Bedingungen und Traditionen, da die Zielgruppe breiter und nicht so ausdifferenziert ist wie in den urbanen Regionen. Sie betrachten sich als Teil der lokalen und regionalen Gesellschaft, verändern und stärken sie.

Aber nicht nur dort, sondern auch im → **städtischen Umland** sind soziokulturelle Einrichtungen wichtige Adressen für kulturelle Möglichkeiten und wohnortnahe Ansprache. Sie bieten → **Raum** und Gelegenheit für eigene kreative Ideen. Akteure in den soziokulturellen Zentren greifen mit ihrer Arbeit örtliche Themen auf, kümmern sich um die Anliegen der Bewohner/-innen und setzen sie gemeinsam mit ihnen und mit professionellen Künstler/-innen in kreativ-künstlerische Aktionen um. So bekommen Kunst und Kultur Bezug zur Lebenswirklichkeit der Menschen. Auch sogenannte Nichtnutzer/-innen finden oft einen Zugang; auch Menschen mit anderen kulturellen Wurzeln fühlen sich angesprochen und machen in den Einrichtungen mit. Soziokulturelle Zentren sind so in der Stadtentwicklung, Regionalförderung, interkulturellen Arbeit und Netzwerkbildung gesellschaftlich aktiv.

Da immer mehr Themen aufgegriffen und damit andere Nutzergruppen angesprochen werden, liegt es auf der Hand, dass zwei Drittel der Einrichtungen über Raumprobleme klagen und ihre räumlichen Möglichkei-

ten als einschränkend erleben. Ein Anstieg um 25 Prozent, der bedeutet, dass eigene Vorhaben nur zum Teil realisiert werden können und es oft nicht mehr möglich ist, den Anfragen anderer Initiativen und Akteure vor Ort stattzugeben, die Räume für eigene Aktivitäten suchen und bisher in den Einrichtungen Platz gefunden haben. Eine weitere Folge dieses Raummangels sind auch geringere Mieteinnahmen, die dann in der Eigenwirtschaftlichkeit fehlen.

Genau von diesen Freiräumen, die immer knapper werden, spricht Davide Brocchi in seinem Impulsreferat am 19. Januar 2017 auf der Kieler Konferenz „Kultur und Nachhaltigkeit“: *„Es braucht mehr Freiräume, die nicht von oben oder gar von fremden Investoren gestaltet werden, sondern von den Bürger/-innen selbst. [...] Hier können Künstler als Katalysatoren sozialer Interaktion wirken und neue Möglichkeitsräume öffnen. [...] denn die kulturelle Vielfalt braucht physische selbstverwaltete Freiräume, um sich zu entfalten, aber genau diese Räume werden immer knapper. Hier sollte die Politik gegensteuern.“*

Karte 2

Soziokulturelle Einrichtungen in den Bundesländern nach Raumordnungskategorien

(zusammengefasste Kreistypen 2008)

Raumordnungstypen



Großstädte



verdichtetes Umland



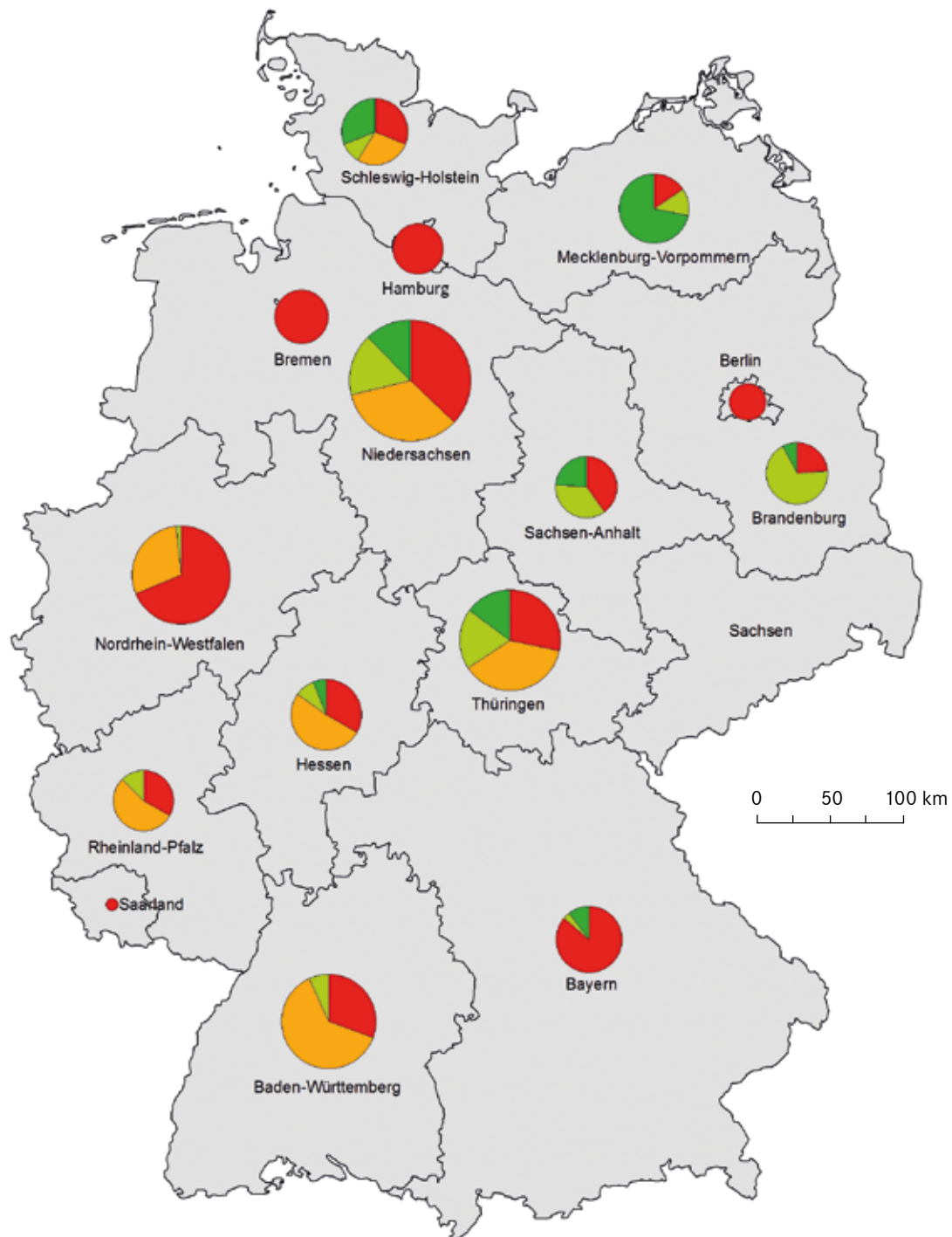
ländliches Umland



ländlicher Raum



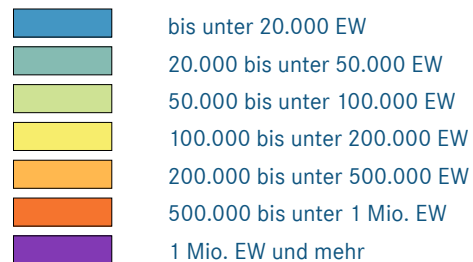
Die abgebildete Kreisgröße entspricht 28 Einrichtungen. Größere beziehungsweise kleinere Kreise bedeuten entsprechend mehr oder weniger Einrichtungen pro Bundesland.



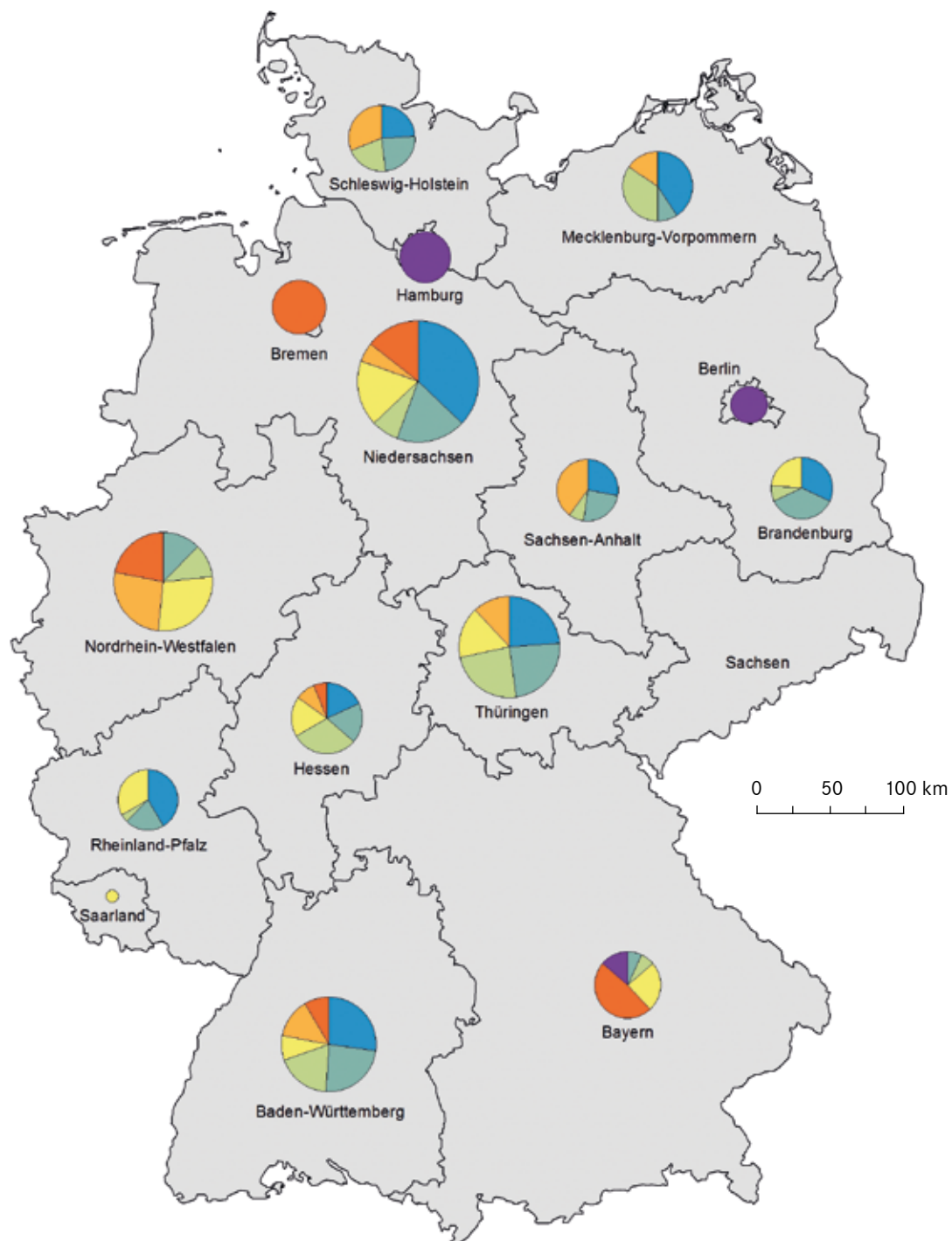
Karte 3

Soziokulturelle Einrichtungen in den Bundesländern nach Ortsgrößenklassen

Ortsgrößenklassen



Die abgebildete Kreisgröße entspricht 28 Einrichtungen. Größere beziehungsweise kleinere Kreise bedeuten entsprechend mehr oder weniger Einrichtungen pro Bundesland.



Impressum

Ganz genau! Soziokulturelle Zentren in Zahlen 2017

Statistischer Bericht der Bundesvereinigung
Soziokultureller Zentren e.V.

Redaktion: Ellen Ahbe (V.i.S.d.P.), Gerd Dallmann,
Thomas Putz, Margret Staal, Ilona Trimborn-Bruns

Auswertung der Daten: Dr. Christoph Mager

Lektorat: Edda Rydzy

Korrektorat: Werner Danneberg

Gestaltung: Ute Fürstenberg

Zeichnungen: Sebastian Strombach

Berlin, Mai 2017

Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V.

Geschäftsstelle:

Lehrter Str. 27–30, 10557 Berlin

T +49 (030) 3 97 44 59-0

F +49 (030) 3 97 44 59-9

E-Mail: bundesvereinigung@soziokultur.de

www.sociokultur.de

Fotos: **1** Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V., Seminar © Angela von Brill | **2** STADT-KULTUR HAMBURG e.V., STADT.KULTUR.SOUND © Jonas Walzberg | **3, 9** Jugendkunstwerkstatt Koblenz e.V., „authentic – junge Kultur made in Koblenz“ © Ann-Sophie Heuer | **4** Bürgerzentrum Schuhfabrik e.V., Ahlen, Kulturfabrik Hoyerswerda e.V., Mauer-Radtour | **5, 21, 24** Gesellschaft für Humanistische Fotografie e.V., „Bridge the Gap“ im Rahmen von „Jugend ins Zentrum!“ © GfHF | **6** Tanz- und Theaterwerkstatt Ludwigsburg e.V., Festival „VielFalten“ © Shana Kappus | **7** Musik-Zentrum Hannover gGmbH, „WeihnachtsRaptorium“ © Sabine Busmann | **8** Sigrid Sandmann, „Wortfindungsamt“, Hamburg © Svenja Maaß | **10** European Network of Cultural Centres, „Travelling academy“ | **11, 12** START – Create Cultural Change“ © Andrea Wilks (11), Angelos Zymaras (12) | **13** Waschhaus Potsdam, „Stadt für eine Nacht“ | **14** Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V., Capoeira Angola e.V. auf der Tagung „Mehr als willkommen!“ © Mona Wetzel | **15** Auerworld Festival e.V. © Raul Boehm | **16** Schlachthof Kassel, „Kunstwerkstätten“ im Rahmen von „Jugend ins Zentrum!“ © Stefan Bast | **17** Soziale Stadt Potsdam e.V./oskar. Das Begegnungszentrum in der Gartenstadt, „StadtSchwung“ im Rahmen von „Jugend ins Zentrum!“ | **18** AlarmTheater e.V., Bielefeld, „Herzrasen – Zeit der Wunde(r)“ © Cornelia Lembke | **19** Kultur Förderverein Lelkendorf e.V. | **20** Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V., Demonstration gegen TTIP | **22** ars popularis e.V., Reichenbach, „Wir bauen uns die Welt – Eine Geschichtensammlung in Bildern und Tönen“ im Rahmen von „Jugend ins Zentrum!“ © Franziska Barth | **23** AsphaltVisionen e.V., Altenkirchen, „Die 5 – Dorf macht Geschichte(n)“ © Joshua Alexander Hoffmann



Die Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien

Gefördert von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und
Medien aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages





15



16



17



18



19



20



21



22



