



Ausgewählte Umfrageergebnisse zur zugehörigen Publikation

Teil

2



Welche Rolle sollen private Kulturförderer in unserer Gesellschaft einnehmen? Die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung (79%) antwortet, dass sich die Unternehmen hier nicht aus ihrer Verantwortung stehlen dürfen. Auch sie müssen sich engagieren und dürfen die Aufgabe nicht einfach am Staat hängen lassen. Gleichzeitig erhielt die Kultur für die Menschen hierzulande einen hohen (50%) bis sehr hohen (22%) Stellenwert. Dabei steht für zwei Drittel nicht Unterhaltung im Zentrum des Kulturgenusses, sondern das Bedürfnis, etwas zu lernen.

Zwei grosse Umfragen aus dem Jahr 2013 zeigen den hohen Stellenwert, den die Kultur für die Schweizer Bevölkerung hat. In der ersten, durchgeführt von der Firma RCG Consulting im Frühling 2013, wurden mit 42 Exponentinnen und Exponenten aus Politik, Wirtschaft, Medien und der schweizerischen Kulturszene Expertengespräche zu ihrem Gegenwarts- und Zukunftsverständnis der Kulturförderung im Allgemeinen und zur Rolle des Migros-Kulturprozent im Besonderen geführt.

In einer zweiten, von der Firma ISO-PUBLIC AG im Sommer 2013 durchgeführten repräsentativen Umfrage, wurden 4048 Personen aus der gesamten Schweiz mittels Fragebogen zu ihrem Kulturverständnis, ihrem Kulturkonsum und ihren Kenntnissen des Migros-Kulturprozent befragt.

Dieses vorliegende Booklet stellt ausgewählte Ergebnisse der beiden Umfragen zur Verfügung. Die zugehörige Publikation «Migros-Kulturprozent. Eine Kultur des Kulturförderns» sowie weitere Materialien stehen unter www.migros-kulturprozent.ch/umfragekultur kostenlos zur Verfügung.

3 Teil 1

Ausgewählte Ergebnisse der Expertenbefragung

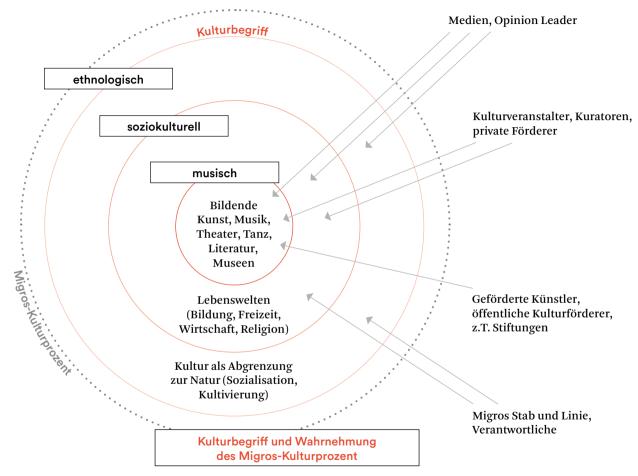
- 6 Teil 2

 Ausgewählte Ergebnisse
 der Bevölkerungsumfrage
- 24 Teil 3

 Zahlen und Fakten

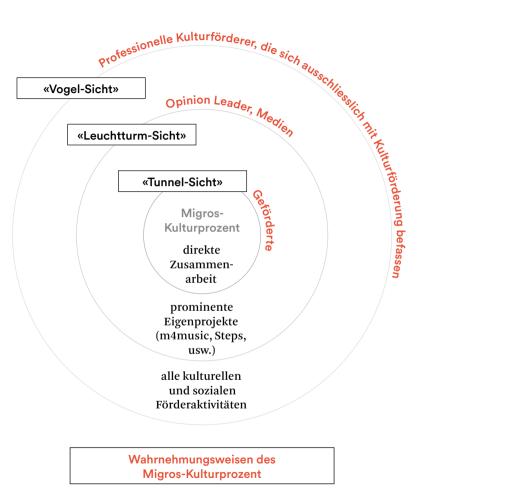
 Migros-Kulturprozent

Teil 1 Ausgewählte Ergebnisse der Expertenbefragung



Das Migros-Kulturprozent wird als einzige Förderinstitution wahrgenommen, die alle Kulturbegriffe abdeckt.

Damit trägt das Migros-Kulturprozent zur Identitätsstiftung auf allen Ebenen bei.



Zielgruppenbezogen können drei differente Wahrnehmungsweisen unterschieden werden.

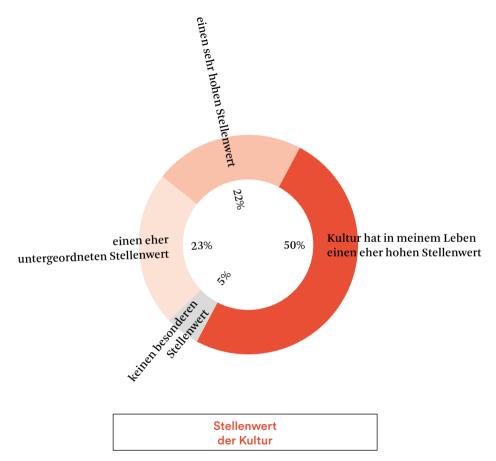
Teil 2 Ausgewählte Ergebnisse der Bevölkerungsumfrage

Unter Kultur verstehen wir alle möglichen Stilrichtungen: vom traditionellen Brauchtum bis hin zur modernen Kunst. Dabei schliessen wir in unserer Definition alle möglichen Ausdrucksformen der einzelnen Kultur-Stilrichtungen wie Literatur, Film, Musik, Theater, Tanz, Ausstellungen und Museen mit ein. Ausgeschlossen sind in unserem Kulturbegriff Sport, Essen, Trinken und Religion.

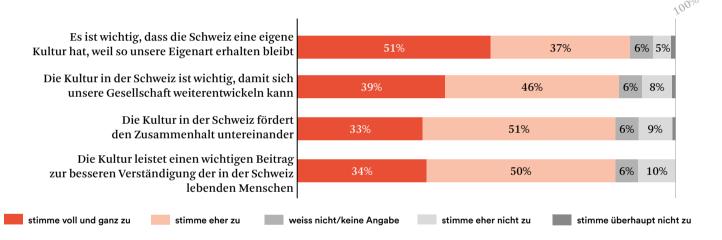
Definition des Kulturbegriffs

Region *	24.2%	D-CH W-CH I-CH	Haushalts- führung	50.5%	Ja, alleine Zusammen Nein
Geschlecht*	47.4% 52.6%	Männer Frauen		20.9% 37.6%	1 Person 2 Personen
Alter*	33.7% 40.5% 25.8%	15 – 29 Jahre 30 – 49 Jahre 50 – 74 Jahre	Haushaltsgrösse	16.2% 17.3% 8.0%	3 Personen 4 Personen 5 und mehr Personen
	1.5% 4.2%	Primarschule Sekundar-/Real-/Bezirksschule	Kinder im Haushalt	28.8% 71.2%	Ja Nein
Schulbildung	41.5% 15.3% 18.1% 19.4%	Berufsschule Mittelschule (Gymnasium/Seminar) Fachhochschule, HWV, Technikum Universität (Hochschule/ETH)	Haupteinkaufs- geschäft	26.8% 20.0%	Migros Coop andere
Berufstätigkeit	43.3 30.1 26.6%	Vollzeit (90% und mehr) Teilzeit Nicht berufstätig	Migros- Genosschenschafter	30.9% 3.3%	Ja Nein Ich weiss nicht Schweiz
Haushalts- einkommen	16.1% 24% 17.6% 13.9% 7.1% 5.2%	weniger als 4500 4500 bis 6999 7000 bis 8999 9000 bis 11999 12000 bis 14999 15000 und mehr	In welchem Land aufgewachsen	90.4% 3.2% 0.5% 5.9%	Deutschland Österreich Anderes
	16.1%	Antwort verweigert			* Quoten

Stichprobenstruktur

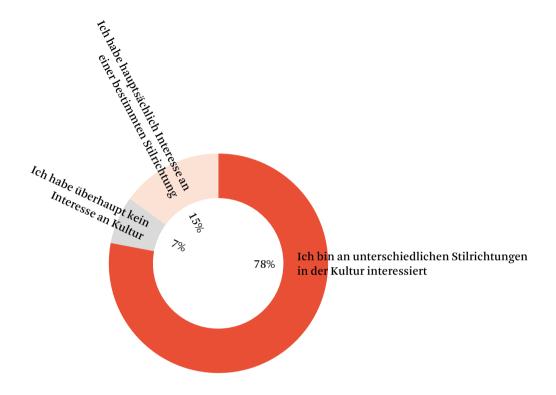


Bezogen auf das definierte Kulturverständnis: Welchen Stellenwert nimmt die Kultur in Ihrem Leben ein?



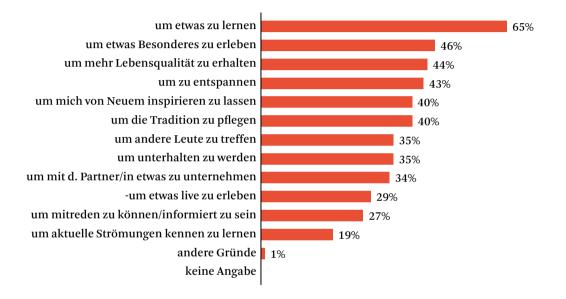
Mögliche Bedeutung der Kultur

Nachfolgend sind einige Aussagen zur Förderung der Kultur durch den Staat bzw. Unternehmen aufgeführt. Geben Sie bitte an, wie sehr Sie den Aussagen zustimmen.

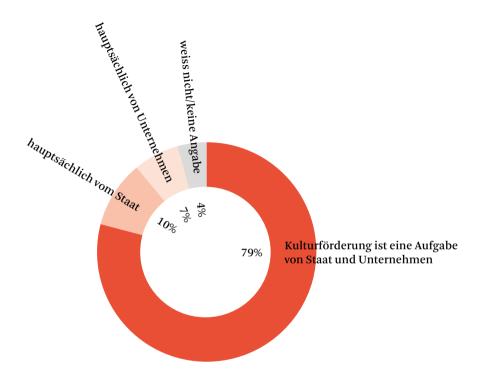


Interesse an bestimmten oder verschiedenen Stilrichtungen der Kultur

Es gibt Leute, die sich hauptsächlich für eine bestimmte Stilrichtung in der Kultur interessieren, und andere, die Interesse an ganz verschiedenen Stilrichtungen haben. Zu welcher Personengruppe zählen Sie sich?

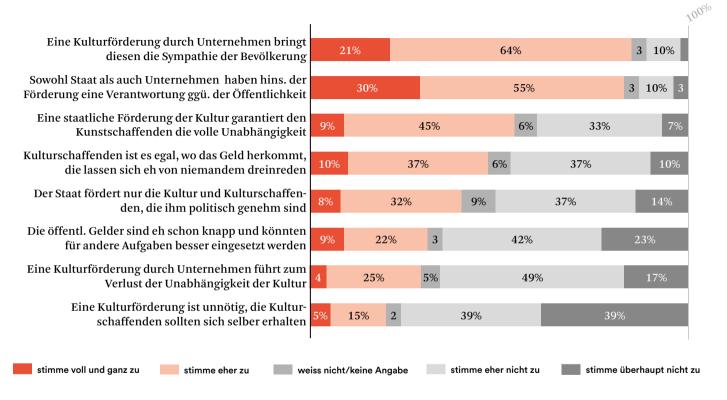


Gründe für den Kulturkonsum



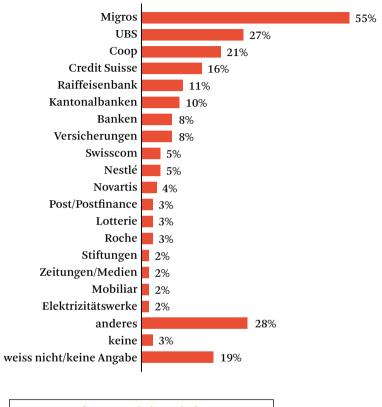
Förderung durch Staat oder Unternehmen

Ist aus Ihrer Sicht die Förderung der Kultur eine Aufgabe, die a) praktisch ausschliesslich vom Staat, b) sowohl vom Staat als auch von Unternehmen oder c) hauptsächlich nur von Unternehmen geleistet werden sollte?



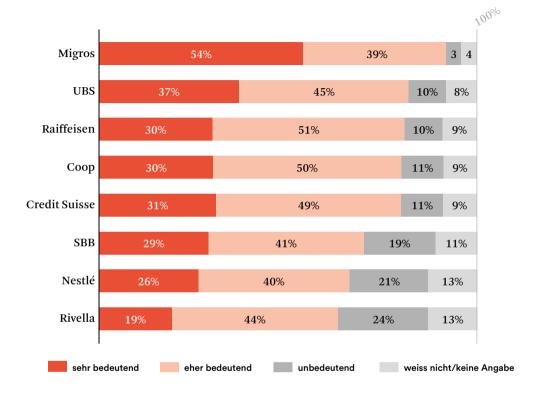
Zustimmung zur Förderung der Kultur durch den Staat bzw. Unternehmen

Nachfolgend sind einige Aussagen zur Förderung der Kultur durch den Staat bzw. Unternehmen aufgeführt. Geben Sie bitte an, wie sehr Sie den Aussagen zustimmen.



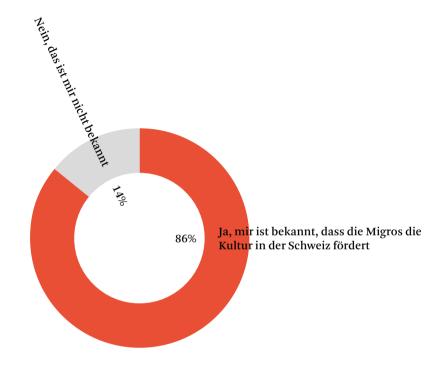
Spontane Bekanntheit Kulturförderin Migros

Kennen Sie Unternehmen, welche in der Schweiz die Kultur finanziell unterstützen?



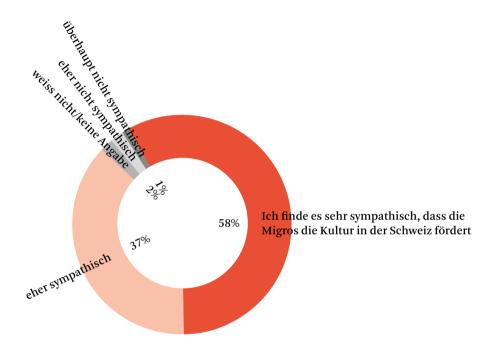
Bedeutung der Unternehmen als Kulturförderer in der Schweiz

Handelt es sich bei den folgenden Unternehmen um a) sehr bedeutende, b) eher bedeutende oder c) unbedeutende Förderer der Kultur in der Schweiz?



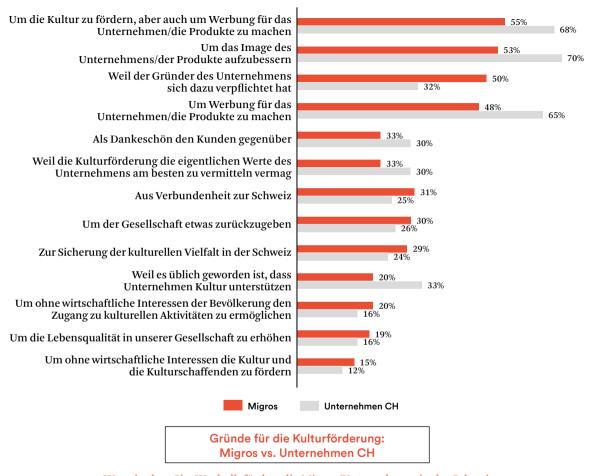
Bekanntheit der Migros als Kulturförderin

Ist Ihnen bekannt, dass die Migros die Kultur in der Schweiz fördert?

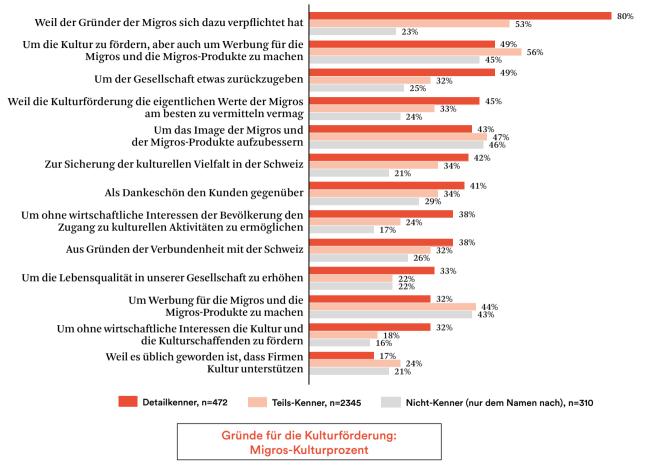


Sympathie zur Kulturförderung der Migros

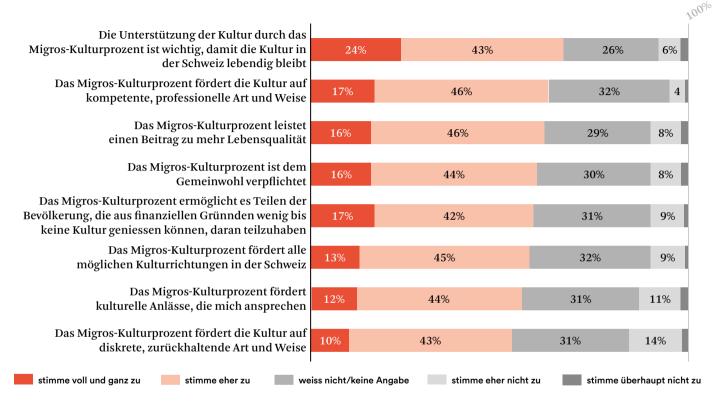
Als wie sympathisch empfinden Sie es, dass die Migros die Kultur in der Schweiz fördert?



Was glauben Sie: Weshalb fördert die Migros/Unternehmen in der Schweiz Ihrer Meinung nach die Kultur in der Schweiz?

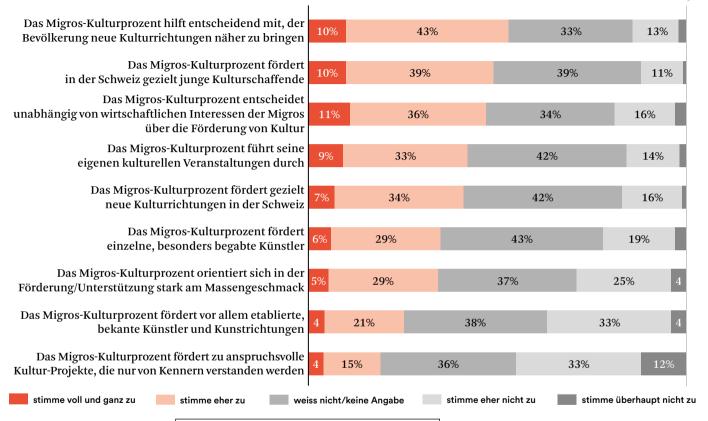


Was glauben Sie: Weshalb fördert das Migros-Kulturprozent Ihrer Meinung nach die Kultur in der Schweiz?



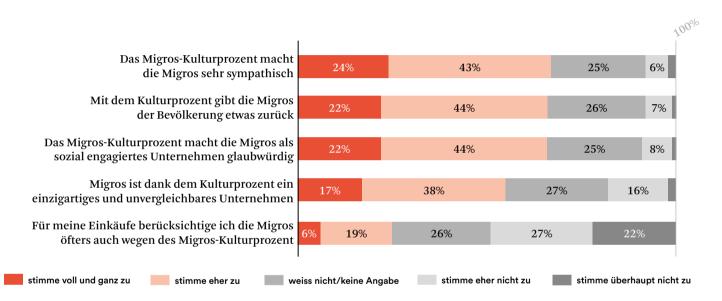
Bewertung der Kulturförderung durch das Migros-Kulturprozent (1)

Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen über das Migros-Kulturprozent. Wie sehr stimmen Sie den einzelnen Aussagen zu?



Bewertung der Kulturförderung durch das Migros-Kulturprozent (2)

Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen über das Migros-Kulturprozent. Wie sehr stimmen Sie den einzelnen Aussagen zu?



Auswirkung des Migros-Kulturprozent auf die Migros

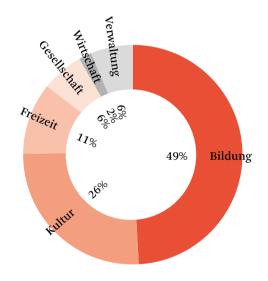
Die Migros stellt dem Migros-Kulturprozent finanzielle Mittel für die Förderung von Kultur zur Verfügung. Nachfolgend sind einige Aussagen über mögliche Auswirkungen dieser Massnahme auf das Unternehmen Migros aufgeführt. Wie sehr stimmen Sie zu?

Teil 3 Zahlen und Fakten Migros-Kulturprozent

Das Migros-Kulturprozent wurde 1957 von Gottlieb Duttweiler als eigenständiger Geschäftszweck in den Migros-Statuten festgeschrieben – gleichberechtigt neben der Vermittlung von günstigen Waren und Dienstleistungen. Damit wurde die gesellschaftliche Verantwortung nachhaltig und unabhängig vom Konzerngewinn tief im Bewusstsein des Unternehmens verankert. Der Migros-Genossenschafts-Bund und die zehn regionalen Genossenschaften verpflichten sich zu einem jährlichen Beitrag, der sich auf der Grundlage des Umsatzes berechnet und auch bei rückläufigem Geschäftsgang ausgerichtet wird.

Das vielfältige Engagement des Migros-Kulturprozent gliedert sich in die Bereiche Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft. Tragende Säulen sind seine schweizweiten und regionalen Institutionen und Projekte, die breite Bevölkerungskreise ansprechen, vom Migros-Museum für Gegenwartskunst bis zur Grossmütterrevolution, von den vier Parks «im Grünen» bis zum Roboterwettbewerb für Jugendliche, von der Klubschule Migros bis zur individuellen Förderung begabter Nachwuchstalente. Zentrales Anliegen ist es, den Menschen den Zugang zu aktuellen künstlerischen Ausdrucksformen zu vermitteln und sie zu befähigen, am sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Wandel der Gesellschaft teilzunehmen.

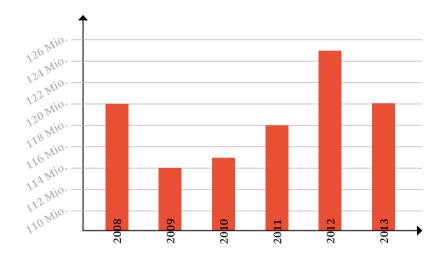
Seit 1957 ist das Migros-Kulturprozent zu einer der wichtigsten Förderinstitutionen in der Schweizer Kulturlandschaft geworden. Es prägt die Kultur und wird von ihr geprägt, ebenso wirkt es aber auch auf die Praxis der Kulturförderung ein, sei dies nun in privatwirtschaftlicher oder in staatlicher Hinsicht. Entstanden sind nicht nur zahlreiche «eigene» Projekte und noch viel mehr unterstützte und geförderte Initiativen, entstanden ist auch eine eigene «Kultur des Kulturförderungslandschaft ebenso wenig wegzudenken ist wie aus der Unternehmenskultur der Migros.



Prozentuale Aufwendungen Migros-Kulturprozent 2013

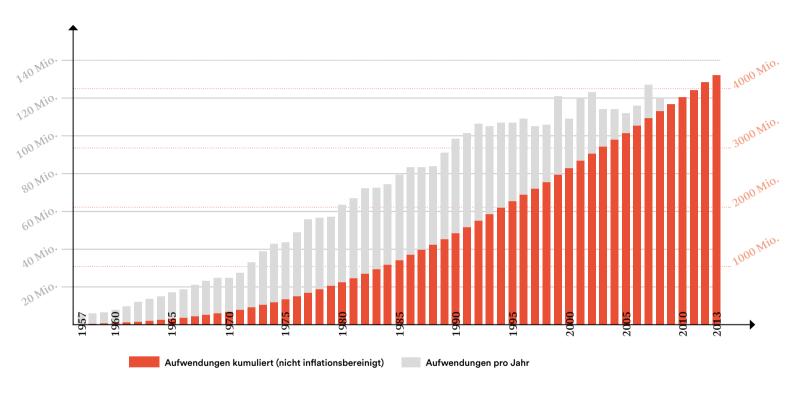
Das Migros-Kulturprozent ist in den Bereichen Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft tätig.

Das Gesamttotal der Auwendungen 2013 beträgt 120 Mio. CHF.



Aufwendungen Migros-Kulturprozent 2008 – 2013

Das Budget des Migros-Kulturprozent ist an den Umsatz der Migros gekoppelt und erreicht jedes Jahr rund 118 Mio. CHF.



Ausgabenentwicklung Migros-Kulturprozent seit 1957

Die kumulierten Aufwendungen betragen 2013 insgesamt 4'121 Mio. CHF.

Nachhaltiger Unternehmenserfolg

Wettbewerbsfähigkeit

Glaubwürdigkeit

Produkt Prozess Ressourceneffizienz Mitarbeiter Ökologische Verantwortung Good Governance Gesellschaftliche Verantwortung Kulturelles Engagement

Migros-Kulturprozent

Kultur, Bildung, Freizeit, Gesellschaft, Wirtschaft

Förderfond Engagement Migros

Design, Kultur (mit Fokus auf kulturelle Ereignisse, kulturellen Auftakt und breites Publikum), Nachhaltigkeit, neue Aktionsfelder

Relevanz des gesellschaftlichen und kulturellen Engagements

Gesellschaftliches Engagement ist ein wesentlicher Treiber für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg.

Impressum

Herausgeber: Migros-Kulturprozent

Idee, Konzept, Realisation: Heinz Altorfer, Hedy Graber, Tobias Gremaud, Basil Rogger, Fabrice Zumbrunnen

Qualitative Umfrage: RCG, Research Consultants AG, Zürich, Expertenbefragung April/Mai 2013, n = 42 / Exponenten aus Politik, Wirtschaft, Medien, Kulturszene in der Schweiz

Quantitative Umfrage: ISOPUBLIC AG, Institut für Markt- und Meinungsforschung, Schwerzenbach, Bevölkerungsumfrage August/September 2013, n = 4'048, Bevölkerungsrepräsentativ Schweiz

Infografik und Layout: Andrea Mettler

Zugehörige Publikation:
Migros-Kulturprozent. Eine Kultur
des Kulturförderns
November 2014, 64 Seiten
Migros-Genossenschafts-Bund, Zürich
Verkaufspreis: CHF 20. – / PDF-Download: kostenlos

ISBN 978-3-033-04749-5 © 2014 by Migros-Kulturprozent

Bezugsadresse:

Migros-Genossenschafts-Bund Direktion Kultur und Soziales Josefstrasse 214, 8031 Zürich

Auf der Webseite des Migros-Kulturprozent stehen die Publikation sowie weitere Materialien kostenlos zum Herunterladen bereit:
www.migros-kulturprozent.ch/umfragekultur