

Wirkungsbericht über die Umsetzung des
Kulturgesetzes im Kanton Aargau

Schlussbericht zuhanden der Abteilung Kultur des Kan-
tons Aargau

Luzern, den 28. April 2016

IMPRESSUM

Autorinnen und Autoren

Dr. Stefan Rieder (Projektleitung)

Marc Spörri, lic. phil.

Vera Hertig, MA Public Management and Policy

Zilla Roose, MSc in Psychology

INTERFACE

Politikstudien Forschung Beratung

Seidenhofstrasse 12

CH-6003 Luzern

Tel +41 (0)41 226 04 26

interface@interface-politikstudien.ch

www.interface-politikstudien.ch

Auftraggeber

Abteilung Kultur

Departement für Bildung, Sport und Kultur des Kantons Aargau

Laufzeit

Oktober 2015 bis April 2016

Datenerhebungsperiode

November 2015 bis Februar 2016

Zitiervorschlag

Rieder, Stefan; Spörri, Marc; Hertig, Vera; Roose, Zilla (2016): Wirkungsbericht über die Umsetzung des Kulturgesetzes im Kanton Aargau. Bericht zuhanden der Abteilung Kultur des Kantons Aargau, Interface Politikstudien Forschung Beratung, Luzern.

Projektreferenz

Projektnummer: 15-31

1 BEVÖLKERUNGSBEFRAGUNG „KULTURKANTON AARGAU“

Die telefonische Bevölkerungsbefragung 2015 bietet einen vertieften Einblick in die Zufriedenheit der Aargauer Bevölkerung mit dem kulturellen Angebot des Kantons und gibt Aufschluss über Interesse, Nutzung und Bekanntheitsgrad der kulturellen Institutionen. Gegenüber der Bevölkerungsbefragung aus dem Jahr 2009 wurden zusätzlich Fragen zu den neun Institutionen von kantonaler Bedeutung – den sogenannten kulturellen Leuchttürmen¹ – in den Fragenkatalog aufgenommen. Neu wurden die Befragten im Jahr 2015 auch zu ihrer Einstellung zum Denkmalschutz und zum Schutz archäologischer Fundstücke befragt.

Befragungsmethode, Erhebungszeitraum und Stichprobenumfang

Die Bevölkerungsbefragung im Kanton Aargau fand vom 30. November bis zum 9. Dezember 2015 statt. Es wurden 500 Personen befragt. Die Bevölkerungsbefragung 2015 ist – so weit möglich – eine Wiederholung der im Jahr 2009 von Isopublic durchgeführten Umfrage zum Thema „Kulturkanton Aargau“.² Der damalige Umfang von zirka 500 befragten Personen und die Stichprobenmethode blieben bestehen, sodass Vergleiche mit den Umfrageergebnissen aus dem Jahr 2009 möglich sind.³

Die Datenerhebung wurde in Form von CATI-Interviews (Computer Assisted Telephone Interviewing) realisiert. Die Befragten wurden nach einer Quotenstichprobe ermittelt. Das heisst, nach einer regionalen Vorschichtung wurden die zu befragenden Personen anhand einer repräsentativen Quote (Geschlecht, Alter) zufällig ermittelt. Die Stichprobe ist entsprechend der effektiven Struktur der Grundgesamtheit im Kanton Aargau⁴ gewichtet

¹ Bei den neun sogenannten kulturellen Leuchttürmen handelt es sich um das Schweizer Kindermuseum Baden, das Museum Langmatt Baden, das Stapferhaus Lenzburg, tanz&kunst königsfelden, argovia philharmonic, Kultur in der Futterfabrik (KiFF), dem Künstlerhaus Boswil, Murikultur sowie Fantoche Baden.

² Isopublic (2009): Kulturkanton Aargau, Bevölkerungsbefragung.

³ Aufgrund der Insolvenz von Isopublic besteht kein Zugriff auf die Rohdaten aus dem Jahr 2009. Der Vergleich mit der Auswertung von 2009 stützt sich auf die publizierten Zahlen im Bericht von Isopublic (2009): Kulturkanton Aargau, Bevölkerungsbefragung. Der Bericht umfasst die wesentlichen Ergebnisse, ein Vergleich mit 2009 ist daher für die meisten Fragestellungen gewährleistet.

⁴ Quelle: Eidgenössische Volkszählung 2000 des Bundesamtes für Statistik (Fortbeschreibung DemoSCOPE STATPOP 2010).

und ist der folgenden Darstellung D 1.1 zu entnehmen.⁵ Die etwas unterrepräsentierte Anzahl Befragter aus der Altersgruppe der 15- bis 34-Jährigen sowie die leicht überrepräsentierte Gruppe der über 54-Jährigen wurden so der Verteilung der Grundgesamtheit gemäss nach oben beziehungsweise nach unten korrigiert. Die Stichprobenstruktur entspricht somit jener der Grundgesamtheit. Die Ergebnisse sind repräsentativ und können verallgemeinert werden.

⁵ Über die Abbruchquote wurde gemäss dem Befragungsinstitut DemoSCOPE keine Statistik geführt. Es sei allerdings sehr selten, dass ein laufendes Interview abgebrochen würde.

D 1.1: Stichprobenstruktur 2015

	15- bis 34-Jährige	35- bis 54-Jährige	55- bis 99-Jährige
	Effektiv erfragt (Gewichtungsvariable)	Effektiv erfragt (Gewichtungsvariable)	Effektiv erfragt (Gewichtungsvariable)
Männer	61 (78)	93 (94)	92 (79)
Frauen	60 (72)	97 (91)	97 (86)
Gesamt	121 (150)	190 (185)	189 (165)

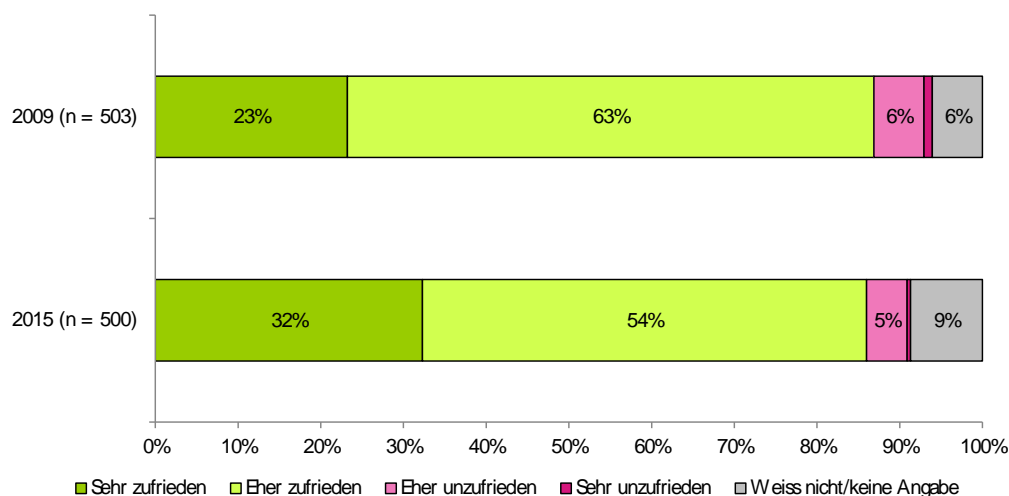
Quelle: eigene Darstellung. Anmerkung: Die GewichtungsvARIABLE (Zahl in Klammer) entspricht der repräsentativen Anzahl Personen aus diesem Segment bei einem Stichprobenumfang von 500 Personen.

Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung 2015 dargelegt und - soweit möglich - mit den Ergebnissen aus dem Jahr 2009 verglichen.

1.1 ALLGEMEINE ZUFRIEDENHEIT MIT DEM KULTURELLEN ANGEBOT

Die allgemeine Zufriedenheit mit dem kulturellen Angebot im Kanton Aargau ist hoch, wie die Darstellung D 1.2 verdeutlicht. Der Anteil derjenigen Personen, welche mit dem kulturellen Angebot des Kantons Aargau sehr zufrieden oder eher zufrieden sind, ist auf hohem Niveau konstant geblieben (86% im Jahr 2009 und 2015).

D 1.2: Zufriedenheit mit dem kulturellen Angebot



Quelle: Bevölkerungsbefragungen November/Dezember 2009 und Dezember 2015.

Im Jahr 2015 hat sich zusätzlich der Anteil der Personen, welche sich sehr zufrieden mit dem kulturellen Angebot zeigen, von 23 auf 32 Prozent erhöht. Auch der Anteil der sehr Unzufriedenen ist von 1 Prozent im Jahr 2009 auf 0,4 Prozent im Jahr 2015 gesunken. Die positive Zunahme auf Seiten der sehr zufriedenen Stimmen und die gleichzeitige Reduktion der sehr unzufriedenen Stimmen spricht dafür, dass das revidierte Kulturgesetz 2010 eine positive Wirksamkeit entfaltet und die Akzeptanz des kulturellen Angebots im Kanton Aargau gestärkt hat.

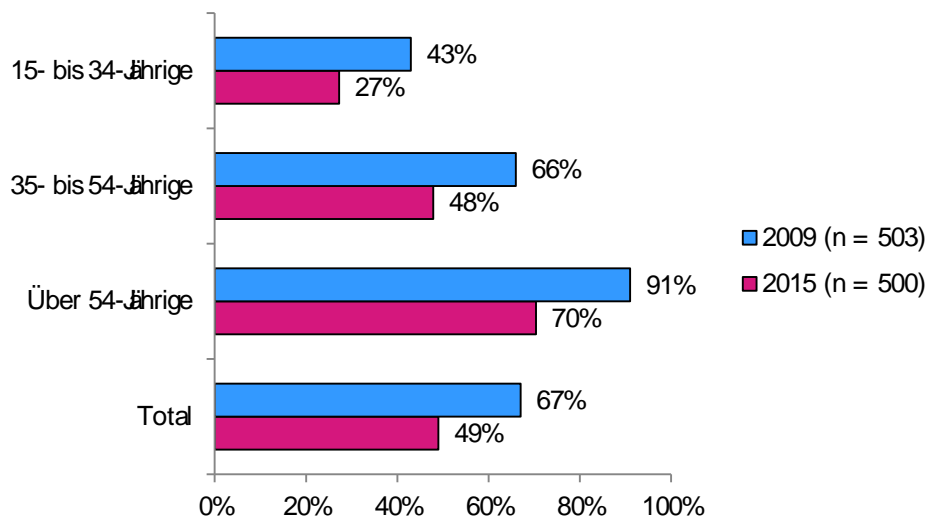
Auf die Frage, was sich die Befragten zusätzlich noch vom Aargauer Kulturangebot wünschen, gaben 45 Prozent an, dass es an nichts fehlt (2009: 35%), weitere 15 Prozent konnten keine Angaben machen (2009: 26%). Dass beinahe die Hälfte der Befragten findet, es fehle an nichts, kann als positives Votum für das Aargauer Kulturangebot interpretiert werden.

Von den genannten Anregungen und Wünschen gab es keine, die sich systematisch wiederholten. Am häufigsten wurde der Wunsch nach mehr Angeboten für Jugendliche (von 4% der Befragten) sowie nach Musicals genannt. Auch wenn der Vergleich mit 2009 mit Vorsicht zu interpretieren ist, so fällt auf, dass der im Jahr 2009 mit 8 Prozent am stärksten geäußerte Wunsch nach einem breiteren Musikangebot nach Meinung der Befragten heute offenbar nicht mehr besteht: Im Jahr 2015 gaben nur noch 2 Prozent der Befragten an, es brauche ein breiteres Musikangebot. Auch der Wunsch nach mehr Grossveranstaltungen (Festivals, Openairs), welcher im Jahr 2009 noch von 4 Prozent der Befragten geäußert wurde, hat sich auf 1,3 Prozent reduziert.

1.2 BEKANNTHEIT DES SLOGANS „KULTURKANTON AARGAU“

Darstellung D 1.3 zeigt, dass der Slogan „Kulturkanton Aargau“ im Jahr 2009 der Aargauer Bevölkerung noch weitaus geläufiger war als 2015. 67 Prozent der befragten Personen kannten den Begriff im Jahr 2009. Im Jahr 2015 kannte nur noch knapp die Hälfte der befragten Personen (49%) den Slogan. Dabei zeigt sich, dass der Slogan „Kulturkanton Aargau“ vor allem den über 55-Jährigen ein Begriff ist: 2009 kannten ihn 91 Prozent der über 55-Jährigen und 2015 70 Prozent.

D 1.3: Bekanntheit des Slogans „Kulturkanton Aargau“ 2009 und 2015

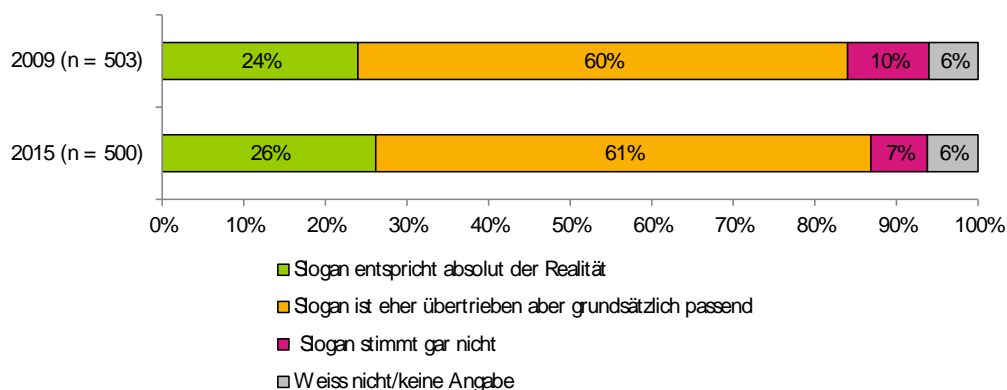


Quelle: Bevölkerungsbefragungen November/Dezember 2009 und Dezember 2015.

Die abnehmende Bekanntheit des Slogans „Kulturkanton Aargau“ ist auch ein Indiz dafür, dass der Slogan weniger stark propagiert wird als in früheren Jahren. Dieser Eindruck wurde durch das Interview mit den Verantwortlichen des Aargauer Kuratoriums bestätigt. Demgemäss hat der Slogan heute nicht mehr dieselbe Bedeutsamkeit.

Der folgenden Darstellung D 1.4 ist zu entnehmen, dass im Jahr 2009 wie auch im Jahr 2015 nur knapp ein Viertel der Befragten findet, dass der Slogan absolut der Realität entspricht. Wirklich ablehnend stehen dem Slogan 7 Prozent der Befragten (bzw. 10% im Jahr 2009) gegenüber.

D 1.4: Stimmigkeit des Slogans „Kulturkanton Aargau“ 2009 und 2015



Quelle: Bevölkerungsbefragungen November/Dezember 2009 und Dezember 2015.

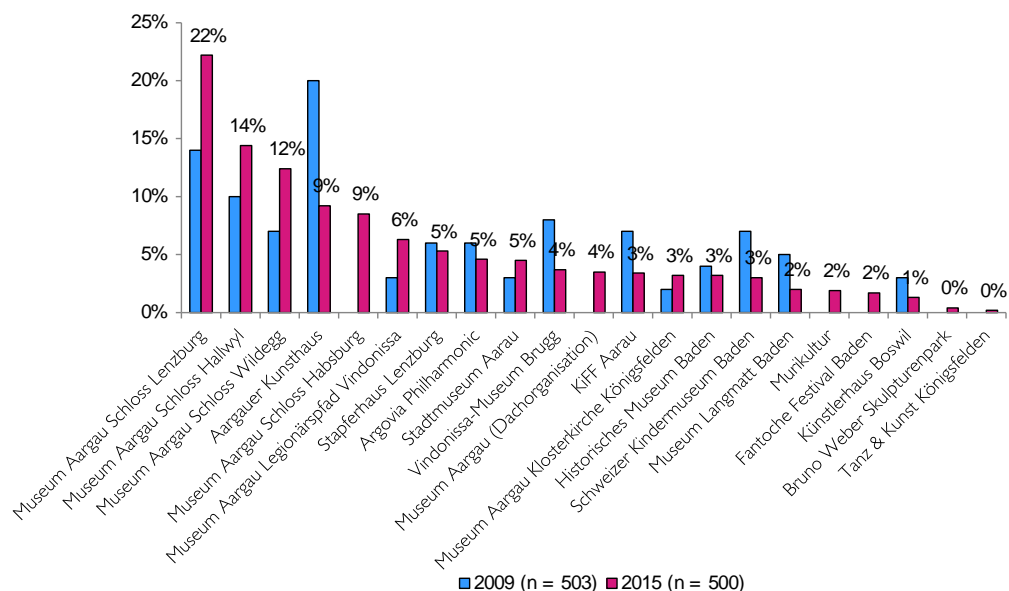
1.3 BEKANNTHEIT UND BESUCHERHÄUFIGKEIT DER KULTURINSTITUTIONEN

Die Bekanntheit der Kulturinstitutionen wurde in einem ersten Schritt ungestützt erfragt: Die Befragten wurden gebeten, spontan Kulturinstitutionen im Aargau zu nennen. In der anschließenden zweiten Frage wurden den Befragten zufällig zehn kulturelle Institutionen vorgelesen und gefragt, ob sie die jeweilige Institution kennen (gestützte Befragung). War eine Institution bekannt, wurde erfragt, wann die jeweilige Institution zuletzt besucht worden ist und wie oft dies in den letzten drei Jahren der Fall war. Abschliessend wurde die Frage gestellt, welche Aargauer Kulturinstitution ihrer Meinung nach in der Schweiz die grösste Ausstrahlung hat.

Bekanntheit der Kulturinstitutionen: ungestützte Befragung

Wie die Darstellung D 1.5 zeigt, sind die Institutionen des Museum Aargau 2015 am bekanntesten.

D 1.5: Bekanntheitsgrad der Aargauer Kulturinstitutionen (ungestützte Befragung)



Quelle: Bevölkerungsbefragungen November/Dezember 2009 und Dezember 2015. Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich.

Das Aargauer Kunsthaus wurde von 9 Prozent der Befragten spontan genannt (gegenüber 20% im Jahr 2009). Dem Museum Aargau scheint es gelungen zu sein, seine Institutionen bekannter zu machen: So wurde das Schloss Lenzburg spontan von mehr als ei-

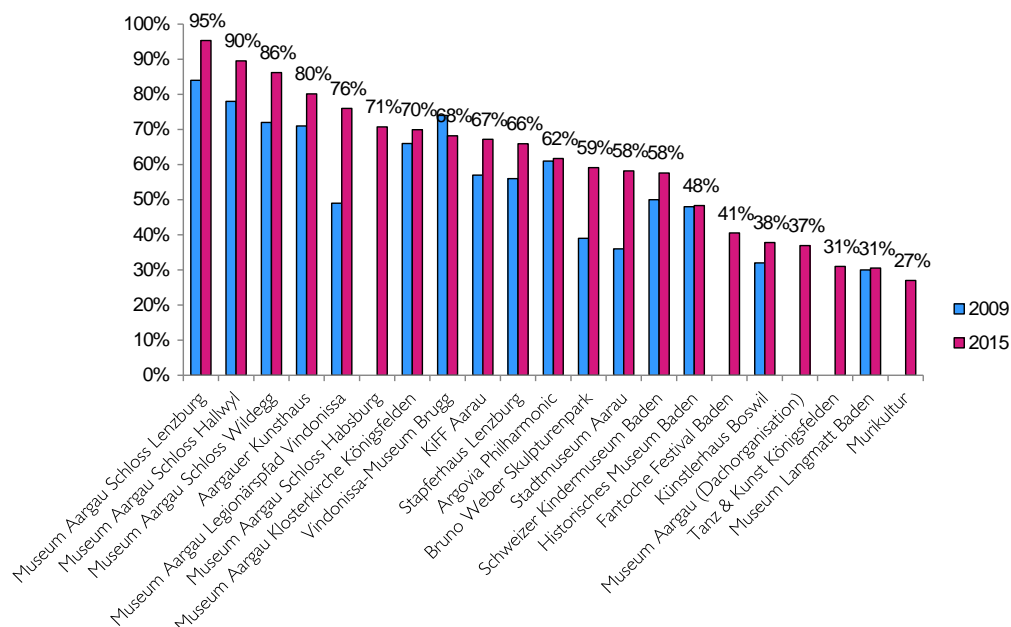
nem Fünftel der Befragten (22%) als Kulturinstitution genannt (2009 waren es noch 14%), das Schloss Hallwyl von 14 Prozent (2009: 10%) und das Schloss Wildegg von 12 Prozent (2009: 7%). Dieses positive Ergebnis könnte gemäss dem Interview mit dem Leistungsgruppenverantwortlichen des Museum Aargau auf die verstärkte Kulturvermittlung beim Museum Aargau zurückzuführen sein.

Im Vergleich zur Umfrage 2009 haben das Vindonissa-Museum Brugg (von 8% auf 4%) sowie die kulturellen Leuchttürme KiFF Aarau (von 7% auf 3%), Schweizer Kindermuseum Baden (ebenfalls von 7% auf 3%) und Museum Langmatt Baden (von 5% auf 2%) an spontaner Bekanntheit verloren. Die Gründe hierfür lassen sich aus der Umfrage nicht ermitteln.

Bekanntheit der Kulturinstitutionen: gestützte Befragung

Wird die Bevölkerung direkt nach der Bekanntheit bestimmter Kulturinstitutionen befragt, so zeigt sich ein sehr positives Bild (vgl. Darstellung D 1.6): Beinahe alle Aargauer Kulturinstitutionen haben gegenüber dem Jahr 2009 – teilweise markant – an Bekanntheit dazugewonnen.

D 1.6: Bekanntheitsgrad der Aargauer Kulturinstitutionen (gestützte Befragung)



Quelle: Bevölkerungsbefragungen November/Dezember 2009 und Dezember 2015. Anmerkungen: Pro Person wurden zufällig 10 Institutionen erfragt. Das n variiert pro Institution zwischen 190 und 268. Mehrfachnennungen sind möglich. Institu-

tionen, welche nur einen Wert für das Jahr 2015 aufweisen, wurden in der Umfrage 2009 noch nicht berücksichtigt.

Auch in der gestützten Befragung fällt auf, dass die Institutionen des Museum Aargau ihren hohen Bekanntheitsgrad noch steigern konnten: Das Schloss Lenzburg ist im Jahr 2015 19 von 20 befragten Personen im Kanton Aargau ein Begriff und auch die Schlösser Hallwyl und Wildegg sowie insbesondere der Legionärspfad Vindonissa konnten gegenüber dem Jahr 2009 stark an Bekanntheit zulegen.

Die gestützte Befragung bestätigt den vergleichsweise tiefen Bekanntheitsgrad des Museums Langmatt Baden aus der ungestützten Befragung (vgl. Darstellung D 1.5). Das Museum steigerte seinen Bekanntheitsgrad in den vergangenen sechs Jahren lediglich um einen Prozentpunkt auf 31 Prozent. Dies ist insofern bemerkenswert, als dass es sich beim Museum Langmatt um eine der neun Institutionen von kantonaler Bedeutung handelt (kultureller Leuchtturm), welche seit dem revidierten Kulturgebiet 2010 eine gezielte Förderung erfahren haben.

Als einzige Institution hat das *Vindonissa-Museum Brugg* einen Rückgang im Bekanntheitsgrad zu verzeichnen: Im Jahr 2009 war das Vindonissa-Museum noch 74 Prozent der befragten Personen ein Begriff und rangierte hinter den bekannten Schlossmuseen Lenzburg und Hallwyl an dritter Stelle. Im Jahr 2015 ist das Vindonissa-Museum dagegen nur noch 68 Prozent der befragten Personen bekannt. Der hohe Wert für 2009 könnte auf die damalige Renovation des Hauses und die Neueröffnung der Dauerausstellung zurückzuführen.

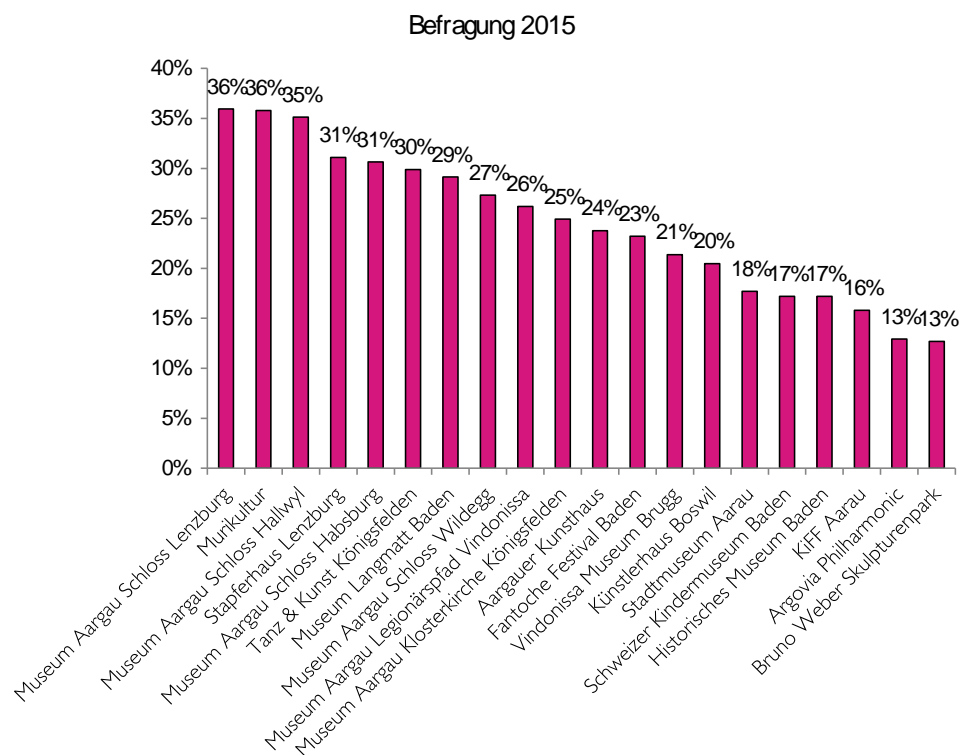
Das Aargauer Kunsthaus, aber auch die kulturellen Leuchttürme KiFF Aarau und das Schweizer Kindermuseum Baden schneiden bei der Bekanntheit dagegen in der gestützten Befragung – anders als noch in der ungestützten – wesentlich besser ab.

Besucheranteile

Die folgende Darstellung D 1.7 zeigt den Anteil derjenigen Personen, welche die entsprechende Institution gekannt und in den letzten drei Jahren auch besucht haben.⁶

⁶ Aufgrund fehlender Vergleichswerte im Bericht von „Isopublic (2009): Kulturkanton Aargau, Bevölkerungsbefragung“ ist ein Vergleich mit dem Jahr 2009 nicht möglich.

D 1.7: Besucheranteile in den letzten drei Jahren



Quelle: Bevölkerungsbefragung Dezember 2015. Anmerkung: Es haben nur diejenigen Personen die Frage beantwortet, welche die Institution gekannt haben. Das n variiert pro Institution zwischen 72 und 202.

Bei der Betrachtung der Besucheranteile sticht abermals das gute Abschneiden der Institutionen des Museum Aargau hervor. Deren Attraktivität für breite Bevölkerungsschichten wird bestätigt. Auch die kulturellen Leuchttürme Murikultur (36%), Tanz & Kunst Königsfelden (30%) und Museum Langmatt (29%) sowie das Stapferhaus Lenzburg (31%) wurden in den letzten drei Jahren von zirka jeder dritten Person, die die Institution kannte, frequentiert. Dies spricht dafür, dass das Angebot dieser kleineren, weniger bekannten Institutionen von Kennern/-innen gut genutzt wird.

Der mit knapp einem Viertel (24%) vergleichsweise tiefe Besucheranteil des Aargauer Kunsthauses zeigt dagegen, dass das Kunsthaus zwar vier Fünfteln der Befragten bekannt ist (vgl. Darstellung D 1.6), letztlich aber von einer eher spezifischen Klientel besucht wird.

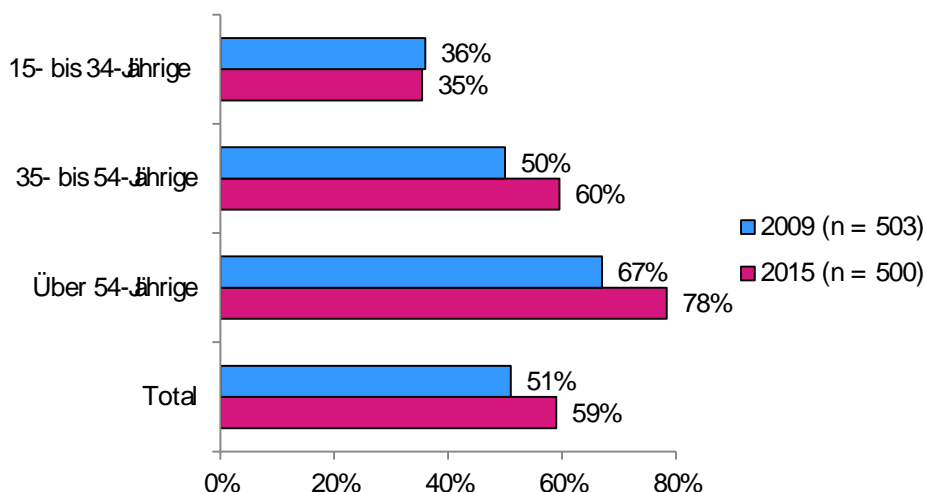
Abschliessend wurden alle Befragten nach der Institution mit der ihrer Meinung nach grössten ausserkantonalen Ausstrahlung gefragt. Hierbei schnitt das Museum Aargau Schloss Lenzburg mit Abstand am besten ab. Fast ein Fünftel der Befragten (18,2%)

erachtet das Schloss Lenzburg als die Aargauer Kulturinstitution mit der grössten ausserkantonalen Ausstrahlung. Auf Platz zwei folgt das Aargauer Kunsthaus mit 6,9 Prozent und auf dem dritten Platz der Legionärspfad Vindonissa des Museum Aargau (5,2%). Die vergleichsweise tiefen Prozentwerte erklären sich dadurch, dass die Frage ungestützt gestellt wurde und die Antworten somit eine grosse Streuung mit diversen kleineren und lokalen Kulturvereinen und -institutionen aufweisen.

1.4 BEKANNTHEIT DES AARGAUER KURATORIUMS

Die folgende Darstellung D 1.8 zeigt, dass sich die Bekanntheit des Aargauer Kuratoriums bei der Aargauer Bevölkerung gegenüber dem Jahr 2009 um beachtliche 8 Prozentpunkte erhöht hat. Im Jahr 2015 war das Aargauer Kuratorium 59 Prozent aller Befragten ein Begriff. Wir führen das darauf zurück, dass Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation stärker stattfinden als noch vor dem Jahr 2010. Hinweise darauf ergaben sich aus dem Interview mit den Verantwortlichen des Aargauer Kuratoriums.

D 1.8: Bekanntheitsgrad des Aargauer Kuratoriums nach Altersgruppen



Quelle: Bevölkerungsbefragungen November/Dezember 2009 und Dezember 2015.

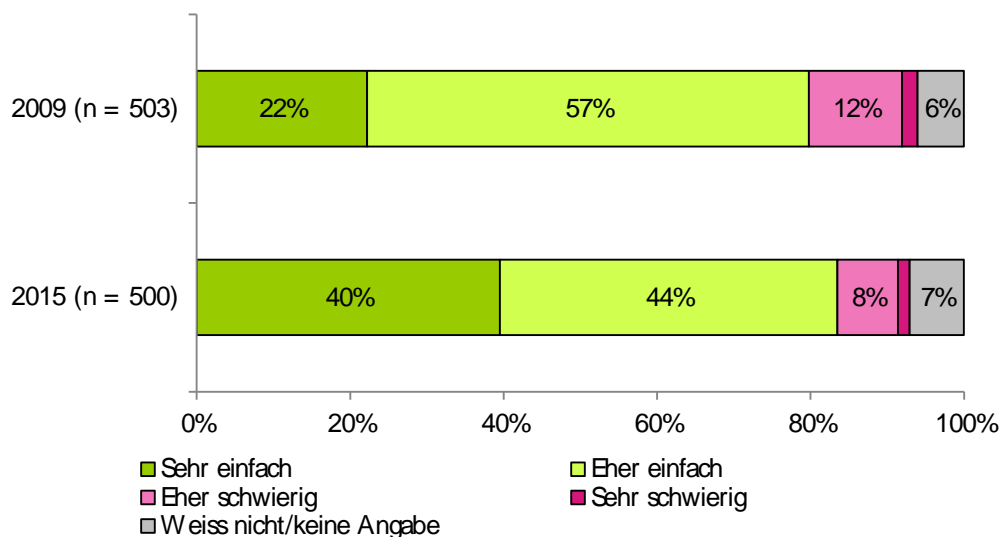
Die bessere Bekanntheit des Aargauer Kuratoriums zeigt sich aber nicht bei allen Altersgruppen gleichermassen. Bei den Altersgruppen der 35- bis 54-Jährigen und den über 55-Jährigen ist der Bekanntheitsgrad des Aargauer Kuratoriums massiv gestiegen. Allerdings ist das Aargauer Kuratorium lediglich rund einem Drittel (35%) der 15- bis 34-Jährigen bekannt. Gegenüber dem Jahr 2009 bedeutet das gar eine Verschlechterung um 1 Prozentpunkt in diesem Alterssegment.

Wir stellen des Weiteren fest, dass von den 59 Prozent, welchen das Aargauer Kuratorium ein Begriff ist, maximal ein Drittel die Aufgaben des Aargauer Kuratoriums kennt. Umgekehrt bedeutet das auch, dass bei zwei Dritteln der Kenner/-innen des Aargauer Kuratoriums in Frage gestellt werden muss, ob sie die Aufgaben des Kuratoriums kennen: Von 52 Prozent der Kenner/-innen wissen wir mit Sicherheit, dass ihnen die Aufgaben des Aargauer Kuratoriums nicht bekannt sind, da sie die Frage mit „weiss nicht“ beantworteten.

1.5 INFORMATIONSVERHALTEN

Die Aargauer Bevölkerung empfindet den Zugang zu Informationen über kulturelle Angebote im Jahr 2015 etwas einfacher als noch 2009. Wie die Darstellung D 1.9 zeigt, finden im Jahr 2015 84 Prozent der Befragten den Informationszugang sehr einfach oder eher einfach. Das ist eine Erhöhung um 5 Prozentpunkte gegenüber 2009 (79%). Gleichzeitig hat sich der Anteil derjenigen, welche es sehr schwierig oder eher schwierig finden, sich über kulturelle Angebote zu informieren, reduziert.

D 1.9: Zugang zu Informationen über kulturelle Angebote

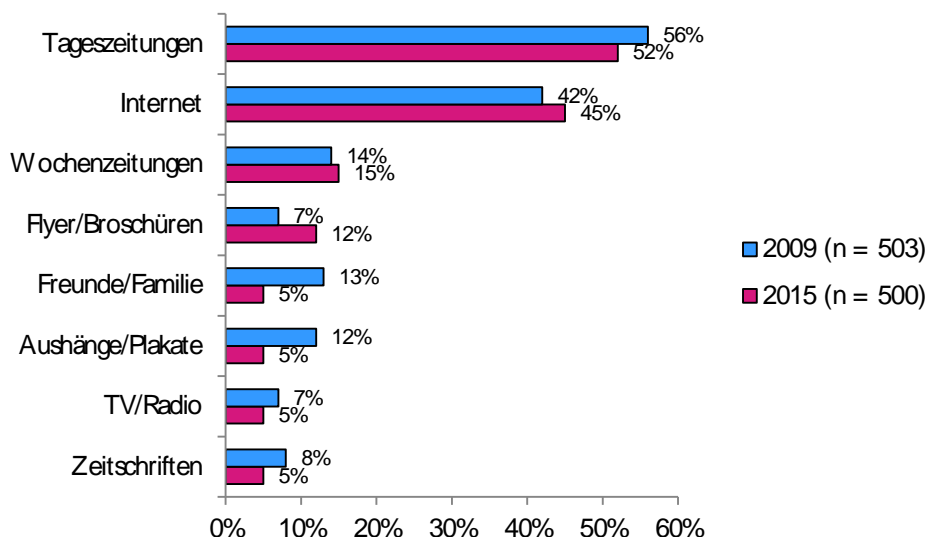


Quelle: Bevölkerungsbefragungen November/Dezember 2009 und Dezember 2015.

Die folgende Darstellung D 1.10 über die genutzten Informationskanäle bestätigt, dass Tageszeitungen – wenn auch mit leicht rückläufiger Tendenz – im Jahr 2015 weiterhin der wichtigste Informationskanal für kulturelle Angebote bleiben. Mehr als die Hälfte der Befragten (52%) nutzt Tageszeitungen (2009 waren es noch 56%). Zweitwichtigste Quelle bleibt mit 45 Prozent das Internet, dessen Nutzung gegenüber 2009 (42%) leicht zugenommen

hat. Wie auch schon im Jahr 2009 werden Wochenzeitungen (2015: 15%; 2009: 14%) sowie Zeitschriften (2015: 5%; 2009: 8%) und TV/Radio (2015: 5%; 2009: 7%) wesentlich weniger genutzt, um sich über kulturelle Angebote zu informieren.

D 1.10: Genutzte Informationskanäle bei der Aargauer Bevölkerung



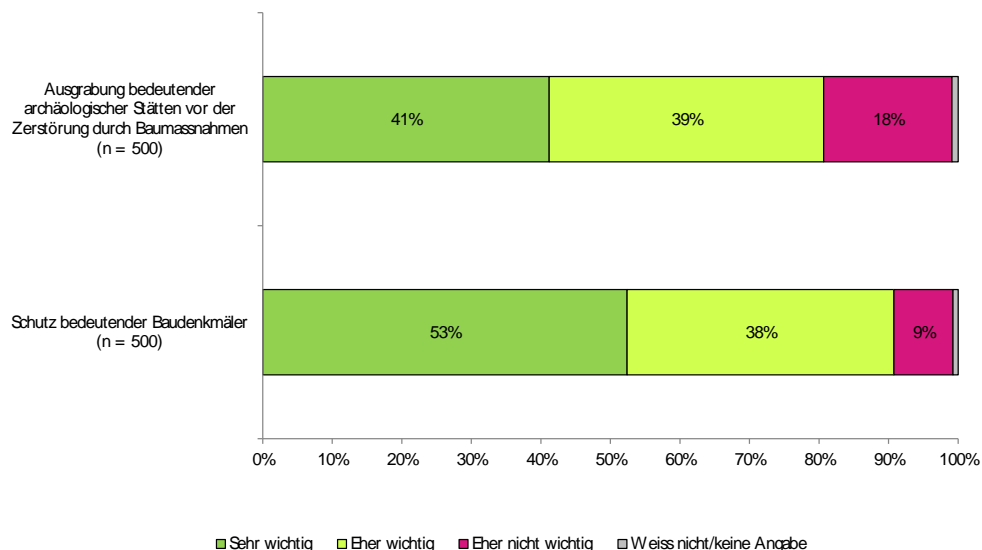
Quelle: Bevölkerungsbefragungen November/Dezember 2009 und Dezember 2015.

Auffällig ist, dass der Informationsfluss über Familie oder Freunde von 13 auf 5 Prozent stark abgenommen hat. Ebenfalls fällt auf, dass klassische Kulturbewerbung über Aushänge und Plakate heutzutage wenig beachtet wird: Lediglich 5 Prozent der Befragten informieren sich über Aushänge oder Plakate, 2009 waren es noch 12 Prozent. Hingegen erfreuen sich Flyer und Broschüren wieder grösserer Beliebtheit: 12 Prozent informieren sich über diesen Kanal. Die Nutzung von Flyern und Broschüren hat sich damit gegenüber 2009 (7%) nahezu verdoppelt.

1.6 DENKMALPFLEGE UND KANTONSARCHÄOLOGIE

Der Schutz bedeutender Baudenkmäler im Kanton sowie die Ausgrabung bedeutender archäologischer Stätten sind der Aargauer Bevölkerung durchaus ein Anliegen. Wie die Darstellung D 1.11 zeigt, finden 80 Prozent der befragten Personen die Ausgrabung bedeutender archäologischer Stätten sehr wichtig oder eher wichtig. Noch deutlicher fällt das Ergebnis beim Schutz bedeutender Baudenkmäler aus: Über 90 Prozent der befragten Personen erachten deren Schutz als sehr wichtig oder eher wichtig. Mehr als die Hälfte der befragten Personen (53%) findet den Schutz der bedeutenden Baudenkmäler im Kanton gar sehr wichtig.

D 1.11: Ausgrabung von archäologischen Stätten und Schutz von bedeutenden Baudenkmalern



Quelle: Bevölkerungsbefragung Dezember 2015.

1.7 FAZIT BEVÖLKERUNGSBEFRAGUNG

Aus der Gegenüberstellung der Bevölkerungsbefragungen 2009 und 2015 lassen sich folgende allgemeine Erkenntnisse ableiten:

- *Hohe allgemeine Zufriedenheit:* Die allgemeine Zufriedenheit mit dem kulturellen Angebot im Kanton ist hoch und hat sich gegenüber 2009 nochmals etwas erhöht. Die im Jahr 2009 noch am häufigsten genannten Wünsche - ein breiteres Musikangebot und mehr Grossereignisse wie Openairs und Festivals - wurden 2015 weitaus weniger genannt. Diese Wünsche konnten offenbar befriedigt werden.
- *Bekanntheitszuwachs der Aargauer Kulturinstitutionen:* Mit wenigen Ausnahmen konnten alle kulturellen Institutionen im Kanton Aargau ihren Bekanntheitsgrad bei der Aargauer Bevölkerung gegenüber dem Jahr 2009 - teilweise deutlich - steigern. Das ist ein starkes Indiz für die Breitenwirksamkeit des revidierten Kulturgeetzes.
- *Stark rückläufige Bekanntheit des Slogans Kulturkanton Aargau:* Der Slogan Kulturkanton Aargau ist der Aargauer Bevölkerung gegenüber 2009 deutlich weniger bekannt. Der Slogan wird offenbar weniger propagiert als in früheren Jahren. Auch Verantwortlichen der Kulturförderung scheint er übertrieben und nicht zielführend.

- *Einfacherer Zugang zu Informationen über kulturelle Angebote:* Die Aargauer Bevölkerung findet einfacher Zugang zu Informationen über kulturelle Angebote als im Jahr 2009. Tageszeitungen bleiben auch 2015 - mit leicht rückläufiger Tendenz - für knapp die Hälfte der Befragten wichtigste Informationsquelle, gefolgt vom Internet, das eine steigende Tendenz aufweist.
- *Positive Einstellung hinsichtlich des Schutzes von Baudenkmalern und der Ausgrabung archäologischer Stätten:* Die Aargauer Bevölkerung ist hinsichtlich des Schutzes von Baudenkmalern und von archäologischen Stätten, welche durch Ausgrabungen vor der Zerstörung durch Baumassnahmen bewahrt bleiben, mehrheitlich positiv eingestellt.

Auf der Ebene der Institutionen lässt sich Folgendes festhalten:

- *Aargauer Kuratorium allgemein bekannter, aber nicht bei Jüngeren:* Das Aargauer Kuratorium ist der Aargauer Bevölkerung 2015 besser bekannt als noch 2009. Bei der Altersgruppe der unter 35-Jährigen stagniert allerdings die Bekanntheit des Kuratoriums, hier besteht Handlungsbedarf. Insgesamt ist mehr als der Hälfte derjenigen Personen, welche vom Kuratorium gehört haben, dessen Aufgaben nicht bekannt.
- *Bekannte und gut besuchte Institutionen des Museum Aargau:* Die sechs Institutionen des Museum Aargau sind gegenüber 2009 nochmals bekannter geworden und werden von einem vergleichsweise grossen Anteil der Befragten besucht.
- *Abnehmender Stellenwert des Aargauer Kunsthauses:* Zwar konnte das Aargauer Kunsthaus seinen Bekanntheitsgrad steigern und bleibt auf hohem Niveau bekannt. Im Gegensatz zum Jahr 2009 ist das Aargauer Kunsthaus aber nicht mehr die Kulturinstitution, die spontan am häufigsten genannt wird, und auch nicht die Kulturinstitution, welcher die Aargauer Bevölkerung die grösste kantonale Ausstrahlung beimisst (dies ist mit grossem Abstand das Schloss Lenzburg).
- *Rückläufige Bekanntheit des Vindonissa-Museums:* Das Vindonissa-Museum ist die einzige Kulturinstitution, deren Bekanntheit in der gestützten Befragung gegenüber 2009 abgenommen hat.
- *Potenzial der kulturellen Leuchttürme (Kulturinstitutionen von kantonaler Bedeutung) ausschöpfen:* Die Befragung zeigt, dass die kulturellen Leuchttürme der breiten Bevölkerung zwar weniger bekannt sind, aber von denjenigen, die sie kennen, gut besucht werden.