



Besucherbefragung zur Landesausstellung

Das Rätsel Grünewald

Aschaffenburg, Schloss Johannisburg
30. November 2002 bis 28. Februar 2003

Ergebnisbericht

Werner Fröhlich
Joachim Nöthen
München, September 2003

INHALTSVERZEICHNIS

1.	THEMEN UND FRAGESTELLUNGEN DER UNTERSUCHUNG	4
2.	UNTERSUCHUNGSMETHODE UND ERHEBUNGSINSTRUMENT	4
2.1	Auswahlverfahren	5
2.2	Stichprobe und Repräsentativität.....	5
2.3	Befragungssituation und Antwortverhalten	6
3.	UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE.....	6
3.1	Sozialprofil der Ausstellungsbesucher/innen.....	6
3.1.1	Alter.....	7
3.1.2	Geschlecht	10
3.1.3	Bildung	10
3.1.4	Erwerbstätigkeit und Erwerbsstatus	11
3.1.5	Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen	16
3.1.6	Interessen und Kenntnisse der Ausstellungsbesucher/innen.....	17
3.1.7	Motivation und Anregung zum Ausstellungsbesuch	18
3.1.8	Staatsangehörigkeit der Befragten	21
3.1.9	Sozialprofil und Herkunftsregion.....	22
3.1.10	Sozialprofil und Besuchszeitpunkt.....	23
3.1.11	Zusammenfassung – Sozialprofil der Ausstellungsbesucher/innen.....	24
3.1.12	Cluster der Besuchergruppen	25
3.2	Einzugsgebiet der Ausstellung	27
3.3	Besucherverhalten	27
3.3.1	Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen.....	27
3.3.2	Erst- und Wiederholungsbesucher/innen	32
3.3.3	Die Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen	33
3.3.4	Teilnahme an Führungen.....	37
3.3.5	Kauf einer Publikation oder Medien zur Ausstellung.....	38
3.3.6	Aufnahme von Informationen über Ausstellungstexte.....	41
3.3.7	Kenntnisnahme der Objektbeschriftungen	42
3.3.8	Intensität des Ausstellungsbesuchs	44
3.4	Wahrnehmung und Bewertung der Ausstellungsinhalte	47
3.4.1	Bewertung der einzelnen Ausstellungsabteilungen.....	47
3.4.2	Einflussfaktoren auf die Bewertungen der Besucher/innen	48
3.4.3	Bewertung der beiden Grünwald-Ausstellungen.....	51
3.4.4	Eindrucksvollstes Exponat der Ausstellung	52
3.4.5	Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung.....	54
3.4.6	Über die Ausstellung vermittelte Informationen.....	55
3.4.7	Vorstellung über Grünwald nach dem Ausstellungsbesuch.....	56
3.4.8	Bewertung der Ausstellungstexte.....	57
3.4.9	Bewertung der Objektbeschriftungen.....	59

3.4.10	Bewertung der Führungen.....	61
3.5	Interesse und Bewertung der Ausstellungsthematik und -gestaltung.....	62
3.5.1	Vermittlung der künstlerischen Bedeutung Grünewalds	62
3.5.2	Hauptinteresse am Maler Grünewald.....	67
3.5.3	Besichtigung der Stuppacher Madonna im Original	68
3.5.4	Besichtigung des Isenheimer Altars in Colmar.....	70
3.5.5	Einschätzung des Versicherungswerts der Ausstellung.....	73
3.6	Infrastrukturelle Einrichtungen, Serviceleistungen und die Erreichbarkeit des Ausstellungsortes	76
3.6.1	Bewertung der Infrastruktur und Serviceleistungen.....	76
3.6.2	Erreichbarkeit des Ausstellungsorts.....	82
3.7	Die Bedeutung verschiedener Informationsquellen	82
3.8	Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte	85
3.9	Die Nutzung neuer Medien in Museen und Ausstellungen	88
3.9.1	Bewertung der eingesetzten neuen Medien in der Ausstellung	88
3.9.2	Nutzung des installierten Informationssystems in der Ausstellung	90
3.10	Touristisches Potenzial für den Ausstellungsort	92
3.11	Interesse an den Ausstellungsthemen "Der Winterkönig" und "Franken 500 bis 1500"	95
4.	ZUSAMMENFASSUNG.....	96
	LITERATURVERZEICHNIS	109

1. Themen und Fragestellungen der Untersuchung

Die Begleitung der Landesausstellung 2002/2003 „Das Rätsel Grünwald“ durch eine Besucherbefragung ist eingebettet in eine Langzeitstudie, die vom Sozialwissenschaftlichen Institut München zusammen mit dem Haus der Bayerischen Geschichte konzipiert wurde. Diese Langzeitstudie soll zum einen die lückenhaften Kenntnisse über Museums- und Ausstellungsbesucher/innen in komparativ-systematischer Weise verbessern. Zweitens sollen Informationen über das Ausstellungspublikum gewonnen werden und drittens geht es darum festzustellen, wie die Ausstellung vom breiten Publikum aufgenommen wird und welche neuen Informationen die Ausstellung vermitteln kann.

In erster Linie sollen Art und Stärke der Unterschiede von Besucherstrukturen in Abhängigkeit von Ausstellungsthemen und -orten erfasst und Gründe bzw. Verursachungsfaktoren für eventuell auftretende Abweichungen aufgezeigt werden. Des Weiteren geht es im Rahmen dieser Konzeption darum, für verschiedene Orte und Themenbereiche Daten zu erheben, die in ihren Fragestellungen, Kategorisierungen usw. konsistent sind, um die entsprechenden Befunde auf eine für die komparativ-systematische Analyse notwendige vergleichbare Basis zu stellen. Schließlich sollen die von den Besuchern vorgenommenen Bewertungen dazu dienen, die Konzeption der jeweiligen Ausstellung in ihrer Gesamtheit, aber auch die Ausgestaltung der Texte und der eingesetzten pädagogischen und didaktischen Elemente zu überprüfen und für zukünftige Ausstellungsgestaltungen fruchtbar zu machen.

2. Untersuchungsmethode und Erhebungsinstrument

Die Befragung erfolgte in schriftlicher Form mittels eines siebenseitigen Fragebogens, der einschließlich des soziodemographischen Abschnitts 52 Fragen umfasste. Der Fragebogen wurde in seiner Gestaltung möglichst einfach gehalten, um von einem breiten Personenkreis problemlos beantwortet werden zu können. Auf Filterführungen wurde daher fast gänzlich verzichtet. Die Skalen zur Bewertung der Serviceleistungen und Infrastruktur orientierten sich am Schulnotensystem. Die einzelnen Fragen ließen teilweise Einfachantworten und zum Teil Mehrfachantworten zu.

2.1 Auswahlverfahren

Die zu befragenden Ausstellungsbesucher/innen sollten ursprünglich nach einem Zufallsverfahren ausgewählt und von einer Interviewerin bzw. einem Interviewer angesprochen und gebeten werden, sich an einer kurzen Befragung zur Ausstellung zu beteiligen. Nachdem sich zu Beginn der Befragung herausstellte, dass die meisten Besucher/innen eine Beteiligung an der Befragung verweigerten, wurde dazu übergegangen möglichst viele Personen anzusprechen, um so die Ausschöpfungsquote der Befragung zu erhöhen.

Die Befragung sollte in drei Wellen von jeweils einer Woche erfolgen. Die erste Befragungswelle war vom 16. bis 22. Dezember 2002 geplant, die zweite Welle sollte vom 20. bis 26. Januar 2003 nach den bayerischen Winterferien und die dritte Befragungswelle vom 10. bis 16. Februar 2003 durchgeführt werden. Aufgrund der Tatsache, dass die Interviewerin, die die erste Befragungswelle durchführen sollte, erkrankte und damit nur an der Hälfte der sieben geplanten Tage befragt werden konnte sowie der sehr hohen und für die Besucherbefragungen bei den Landesausstellungen untypischen Ausfallraten wurde schließlich eine weitere Befragungswoche vom 17. bis 23. Februar 2003 eingeschoben. Insgesamt wurde damit an 25 Tagen befragt. Sowohl die Wahl der Befragungszeitpunkte als auch der einzelnen Befragungszeiträume erfolgte aufgrund bestimmter Überlegungen hinsichtlich der Repräsentativität der Auswahl. Die Durchführung von drei Befragungswellen soll die Untersuchung von Veränderungen im Ausstellungsverlauf, etwa beim Ausstellungspublikum oder bei der Bedeutung verschiedener Informationswege und -medien ermöglichen. Außerdem wird bei der Wahl der Befragungszeitpunkte davon ausgegangen, dass während der Werktage ein anderes Publikum in die Ausstellung kommt als während der Wochenenden. Schließlich wird auch durch die Wahl der täglichen Befragungszeiten versucht, möglichst das ganze Spektrum der täglichen Öffnungszeiten abzudecken, weil auch hier davon ausgegangen werden kann, dass in den späteren Nachmittags- und Abendstunden ein anderes Publikum in die Ausstellung kommt als tagsüber.

2.2 Stichprobe und Repräsentativität

Im Zeitraum vom 30. November 2002 bis zum 28. Februar 2003 haben insgesamt 81.840 Personen die Ausstellung "Das Rätsel Grünwald" besucht. Befragt wurden im Rahmen dieser Untersuchung insgesamt 291 Personen, wobei 67 Fragebögen so

unvollständig ausgefüllt wurden, dass sie nicht in die Untersuchung eingehen konnten. Für die Auswertung standen damit die Daten von insgesamt 224 befragten Ausstellungsbesucher/innen zur Verfügung.

2.3 Befragungssituation und Antwortverhalten

Die Fragebögen wurden im Ausgangsbereich an ausgewählte Besucher/innen verteilt, die diese an Ort und Stelle ausfüllen sollten. Die Bearbeitung eines Fragebogens nahm zwischen zehn und zwanzig Minuten in Anspruch, wobei der Großteil der Befragten mit dem Ausfüllen der Bögen keine Schwierigkeiten hatte. Abbrüche kamen kaum vor, der überwiegende Teil der Fragebögen wurde vollständig ausgefüllt. Die Quote der fehlenden Angaben ist insgesamt gering. Es ist zu beachten, dass diejenigen Befragten, die eine Frage nicht beantwortet haben bzw. nicht beantworten konnten, in den Tabellendarstellungen und Grafiken in der Regel nicht berücksichtigt sind, so dass die Gesamtzahl von 224 nicht immer erreicht wird.

Bei der Darstellung der Ergebnisse wurde auf die Angabe von Dezimalstellen verzichtet. Aufgrund der entsprechenden Rundungen summieren sich die Prozentwerte in den Grafiken und Tabellen nicht immer auf 100%.

3. Untersuchungsergebnisse

3.1 Sozialprofil der Ausstellungsbesucher/innen

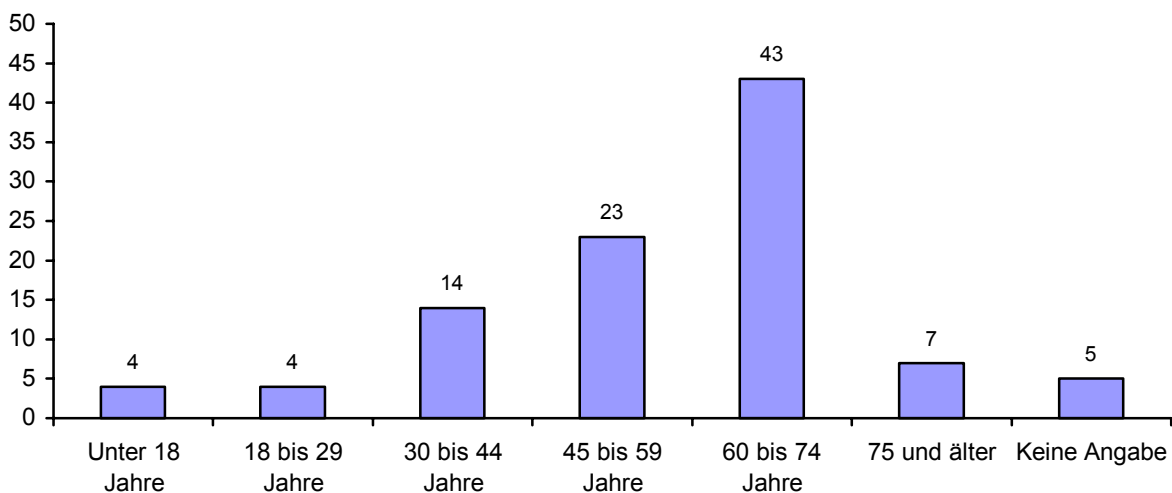
Im Folgenden wird die Verteilung der wichtigsten soziodemografischen Merkmale wie Alter, Geschlecht, Bildung und Erwerbsstatus in der Stichprobe kurz beschrieben. Mit Hilfe dieses so gewonnenen Sozialprofils lassen sich dann Aussagen darüber treffen, welche spezifischen Bevölkerungsgruppen die Ausstellung hauptsächlich besucht haben.

3.1.1 Alter

Die Untersuchung der Altersstruktur der befragten Ausstellungsbesucher/innen ist deshalb besonders interessant, weil dazu bereits Daten aus sehr vielen anderen Studien aus den achtziger und frühen neunziger Jahren vorliegen, die das Bild des typischen Museumsbesuchers als eine „in sich gekehrte, ernste Person“ mittleren bis höheren Alters geprägt haben. Durch neuere Studien unterstützt, in denen vor allem ein hoher Anteil der 20- bis 30-Jährigen Besucher/innen ermittelt werden konnte, wird dagegen ein neues Stereotyp vom „jungen Museumsbesucher“ propagiert.

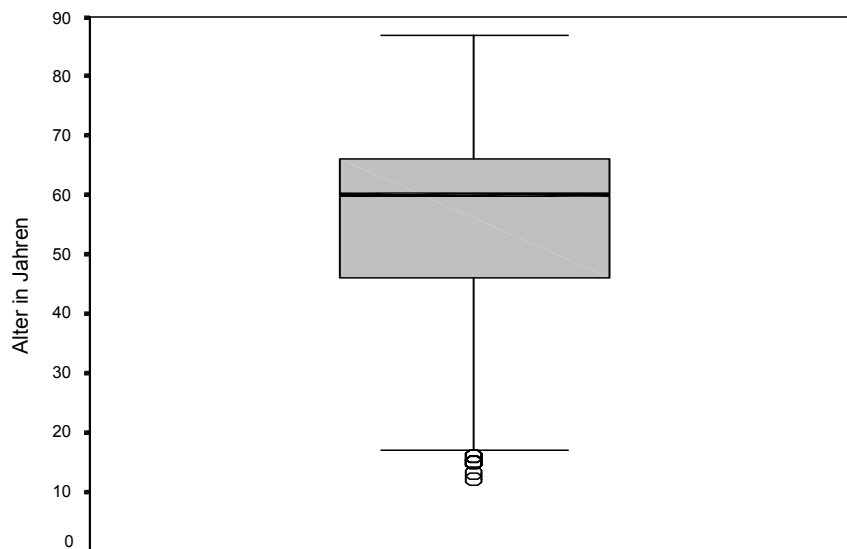
Betrachtet man zunächst die Altersverteilung in der Stichprobe (*Grafik 1*), so fällt auf, dass die Besucher/innen relativ alt waren. Der Anteil der 60- bis 74-Jährigen betrug 43%. Vergleichsweise lag dieser Anteil bei der Landesausstellung 2001 „Bayern – Ungarn. Tausend Jahre“ in Passau mit nur 24% deutlich darunter. 7% der Befragten waren sogar 75 Jahre und älter. Der Anteil jüngerer Besucher/innen bis 29 Jahre war dementsprechend relativ gering. Nur 8% der Befragten gehörten dieser Altersgruppe an. Für die Landesausstellung 2002/03 in Aschaffenburg lässt sich das Stereotyp des jungen Museumsbesuchers also in keiner Weise bestätigen.

Grafik 1: Altersverteilung der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)



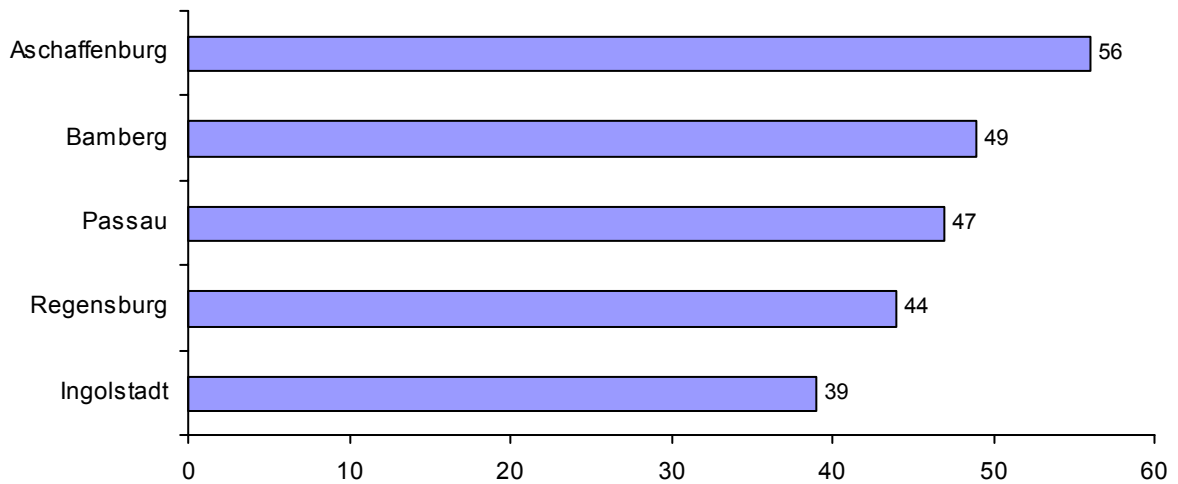
Das durchschnittliche Alter der befragten Besucher/innen betrug 56 Jahre, der Median des Alters 60 Jahre. Das bedeutet, dass die Hälfte der Befragten älter als 60 Jahre war (*Grafik 2*). 25% der Besucher/innen waren jünger als 46 Jahre, weitere 25% älter als 66 Jahre. Die jüngste befragte Person war 12 Jahre alt, die älteste 87 Jahre. Die Streuung des Alters kann als eher gering eingestuft werden, sie betrug 16 Jahre.

Grafik 2: Altersverteilung der Ausstellungsbesucher/innen (Boxplot)



Wie bereits erwähnt, war das Alter der Besucher/innen im Vergleich zu anderen Landesausstellungen auffällig hoch. Dies zeigt auch ein Vergleich des Durchschnittsalters mit anderen Landesausstellungen (*Grafik 3*).

Grafik 3: Durchschnittsalter der Befragten der verschiedenen Landesausstellungen (Angaben in Jahren)

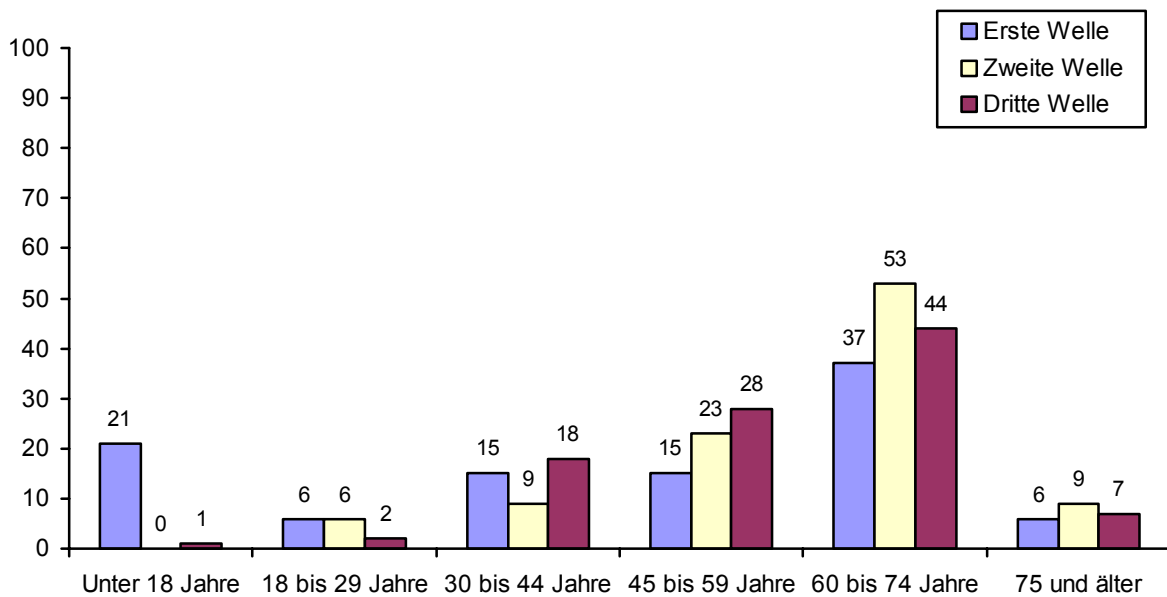


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Die Altersverteilung war in den drei Befragungswellen sehr unterschiedlich (*Grafik 4*). So waren in der ersten Befragungswelle 27% höchstens 29 Jahre alt, während in der dritten Welle nur noch 3% der Befragten in diese Gruppe fielen. Dies kann damit erklärt werden, dass zum Zeitpunkt der ersten Befragungswelle Schüler einen recht hohen Anteil an den Befragten ausmachten.¹ In der zweiten Erhebungswelle war der Anteil der 60- bis 74-Jährigen mit 53% besonders hoch. So betrug in dieser Welle auch das mittlere Alter 60 Jahre, während es in der ersten Welle bei 46 Jahren und in der dritten bei 56 Jahren lag.

¹ 27% der Befragten gaben in dieser Welle an, dass sie mit einer Schulklasse gekommen sind.

Grafik 4: Altersverteilung der Ausstellungsbesucher/innen nach Befragungswellen (Angaben in Prozent)²



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung „Grünwald“
 München, 2003

3.1.2 Geschlecht

Jeweils die Hälfte der Besucher/innen war männlich oder weiblich (je 107 Nennungen), wobei 10 Personen keine Angabe zum Geschlecht machten. Zwischen den drei Befragungswellen gab es eher geringe Unterschiede. In der ersten Welle wurden jeweils 50% Frauen und Männer befragt, in der zweiten Welle lag der Anteil der Männer mit 55% höher als der der Frauen, während in der dritten Welle die Frauen (52%) gegenüber den Männern (48%) leicht überwogen.

3.1.3 Bildung

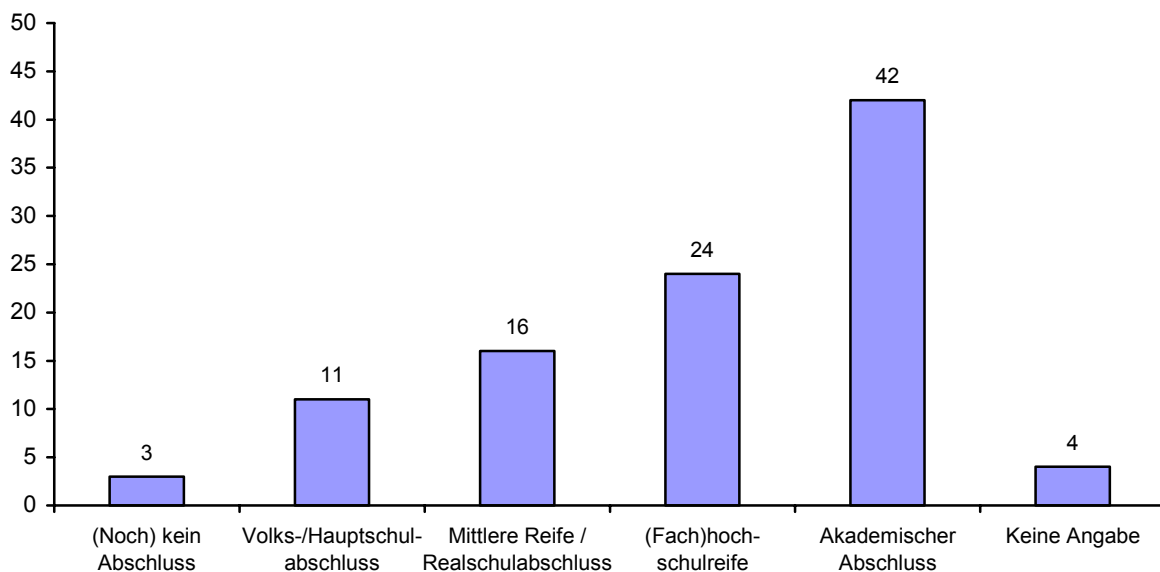
Das Haus der Bayerischen Geschichte fühlt sich einem „demokratischen Bildungsauftrag“ verpflichtet, der darin besteht, möglichst „breite Kreise“ der Bevölkerung anzusprechen und für einen Ausstellungsbesuch zu interessieren. Um zu ermitteln, inwieweit weitere Kreise der Bevölkerung Zugang zur Ausstellung gefunden haben, werden das Bildungsniveau und die Stellung im Beruf als Indikator herangezogen.


Höhergebildete mit einem akademischen Abschluss bildeten die größte Gruppe der Ausstellungsbesucher/innen. Sie machten 42% der Befragten aus (*Grafik 5*). Im Vergleich mit früheren Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte liegt die-

² Befragte, die keine Angabe zum Alter machten, wurden hier aus der Analyse ausgeschlossen.

ser Wert im oberen Bereich, wenn auch nicht an der Spitze.³ Bei den Personen ohne Abschluss handelt es sich ausschließlich um die oben angesprochenen Schüler. Sie waren nicht älter als 16 Jahre, so dass man annehmen kann, dass diese Befragten evtl. noch einen Abschluss auf einer weiterführenden Bildungseinrichtung erwerben werden. Somit verbleibt nur eine relativ kleine Gruppe mit niedrigen bzw. mittleren Bildungsabschlüssen.

Grafik 5: Bildungsniveau der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)



 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Während die erste Befragungswelle bezüglich der Bildungsabschlüsse der Befragten aus bereits erwähnten Gründen (hoher Anteil von Schülern) deutlich von den beiden anderen abwich, waren zwischen der zweiten und dritten Welle die Unterschiede weniger groß.

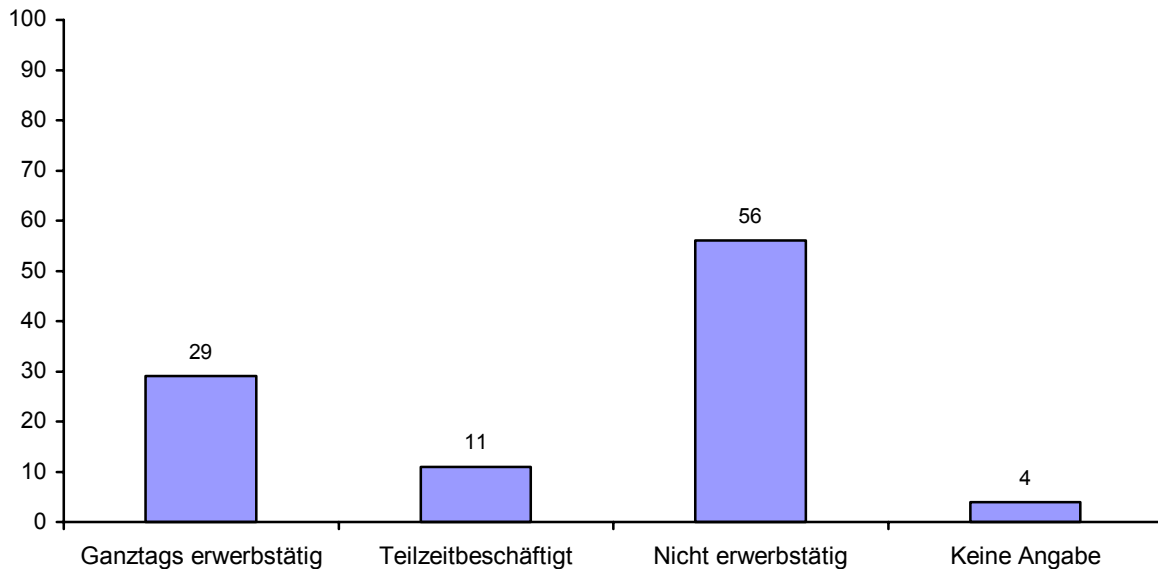
3.1.4 Erwerbstätigkeit und Erwerbsstatus

Neben dem Bildungsgrad erlaubt die Betrachtung von Erwerbstätigkeit und Erwerbsstatus Aussagen über die soziale Zusammensetzung der Besucher/innen (*Grafik 6*). Mehr als die Hälfte der Befragten waren nicht erwerbstätig, was mit dem hohen Alter vieler Befragter erklärt werden kann. Im Vergleich mit bisherigen Ausstellungen war

³ So betrug dieser Anteil bei der Ausstellung „Ein Herzogtum und viele Kronen. Coburg in Bayern und Europa“ im Jahr 1997 nur 32%, bei der Ausstellung „Kaiser Heinrich II“ in Bamberg 2002 dagegen außergewöhnlich hohe 53%.

der Anteil nicht erwerbstätiger Personen relativ hoch. Ein knappes Drittel der Ausstellungsbesucher/innen gab an, ganztags erwerbstätig zu sein.

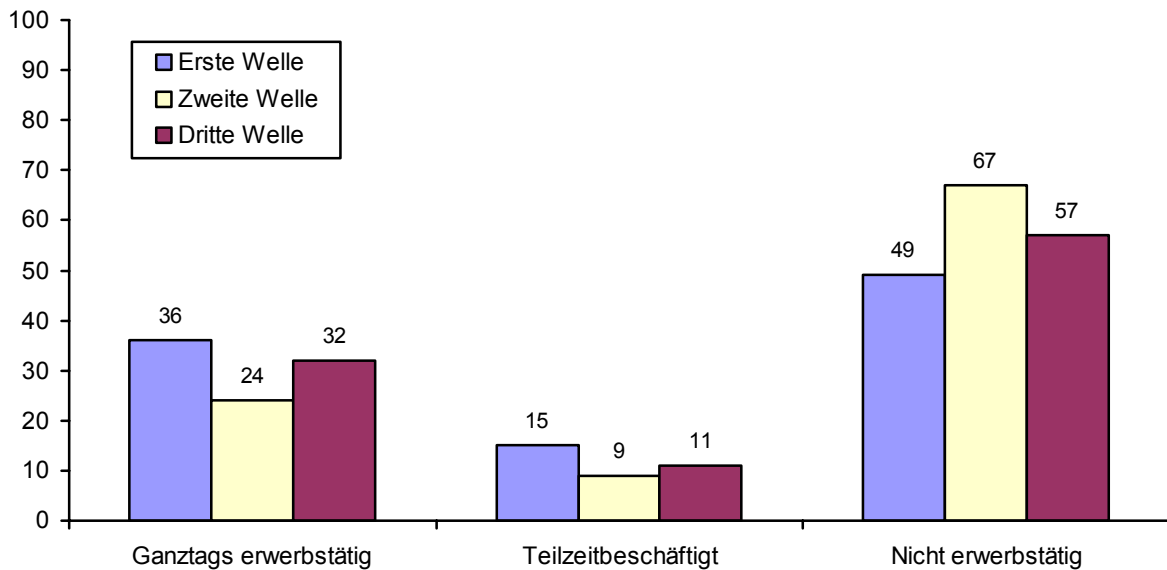
Grafik 6: Erwerbstätigkeit der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)



In Abhängigkeit von der Erhebungswelle zeigen sich deutliche Unterschiede in der Erwerbstätigkeit der Befragten (*Grafik 7*). So fällt der Anteil ganztags Erwerbstätiger zunächst von 36% auf 24%, steigt dann aber wieder auf 32% an. Auch der Anteil Teilzeitbeschäftigter fällt zuerst von 15% auf 9% und steigt dann wieder leicht an (11%).

Dementsprechend verhält es sich bei den nicht erwerbstätigen Personen genau umgekehrt: Liegt ihr Anteil in der ersten Welle noch relativ niedrig bei 49%, so steigt er um 20 Prozentpunkte auf 67% in der zweiten Welle (in der, wie gezeigt, auch das mittlere Alter am höchsten ist), um dann wieder auf 57% zu sinken.

Grafik 7: Erwerbstätigkeit der Ausstellungsbesucher/innen nach Befragungswelle (Angaben in Prozent)⁴



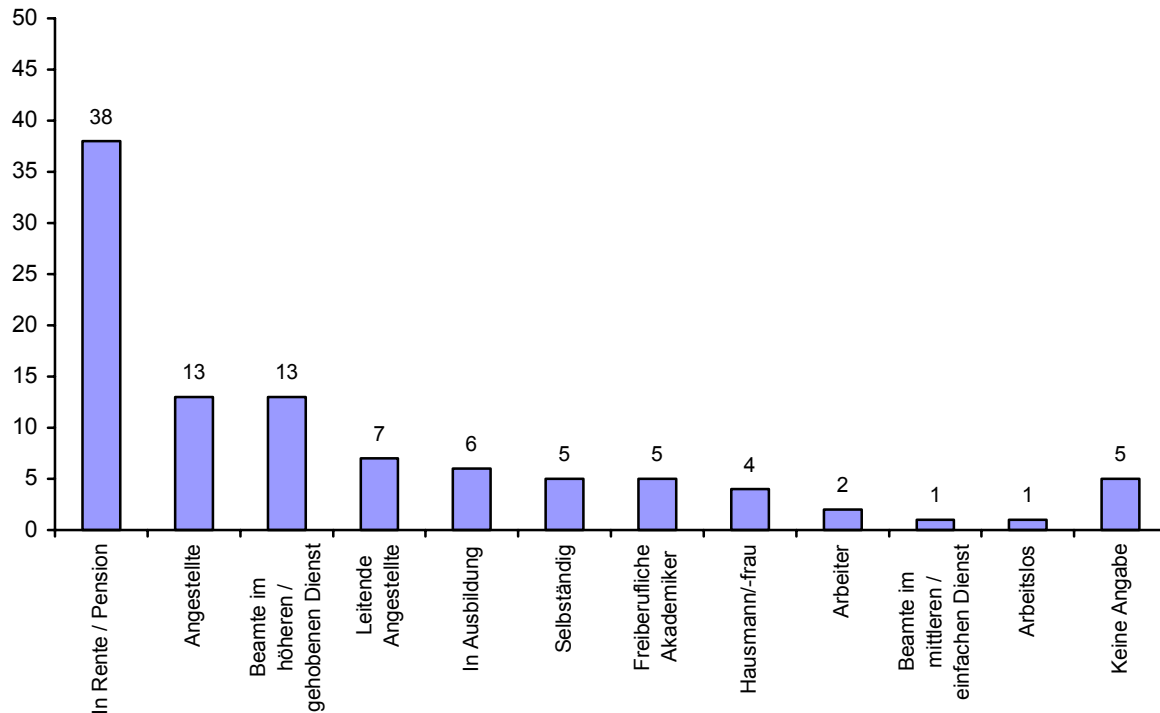
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Wie bereits erwähnt ist der hohe Anteil nicht erwerbstätiger Personen mit dem hohen Alter der Besucher/innen zu erklären. So sind 38% der Befragten in Rente oder Pension (*Grafik 8*). Dies ist auch im Vergleich zu bisherigen Ausstellungen ein ausgesprochen hoher Wert.

An nächster Stelle folgen einfache und mittlere Angestellte und Beamte im höheren oder gehobenen Dienst mit einem Anteil von jeweils 13%. Die kleinsten Gruppen bilden Beamte im einfachen oder mittleren Dienst und arbeitlose Personen, die nur mit jeweils 1% unter den Befragten anzutreffen sind.

⁴ Befragte, die keine Angabe zur Erwerbstätigkeit machten, wurden hier aus der Analyse ausgeschlossen.

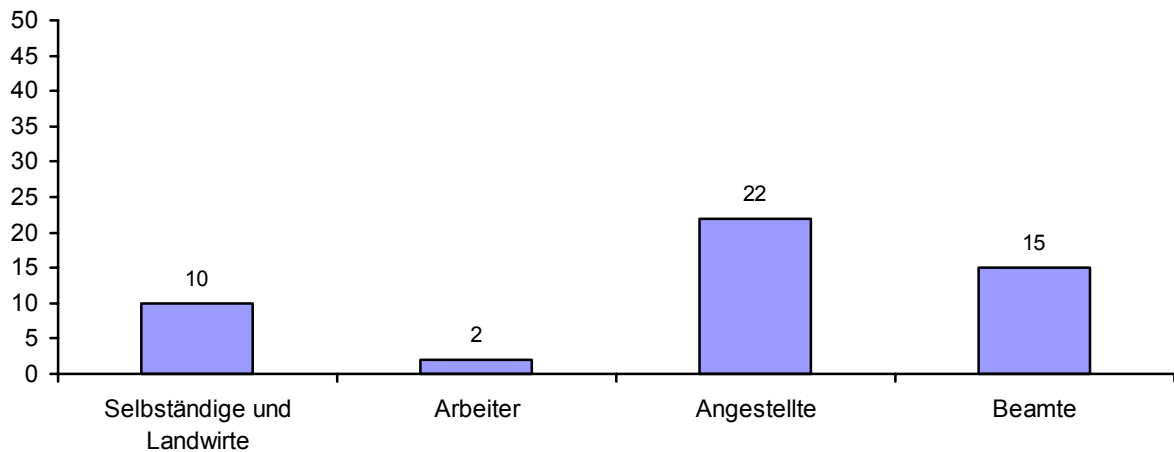
Grafik 8: Stellung der Ausstellungsbesucher/innen im Beruf (Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

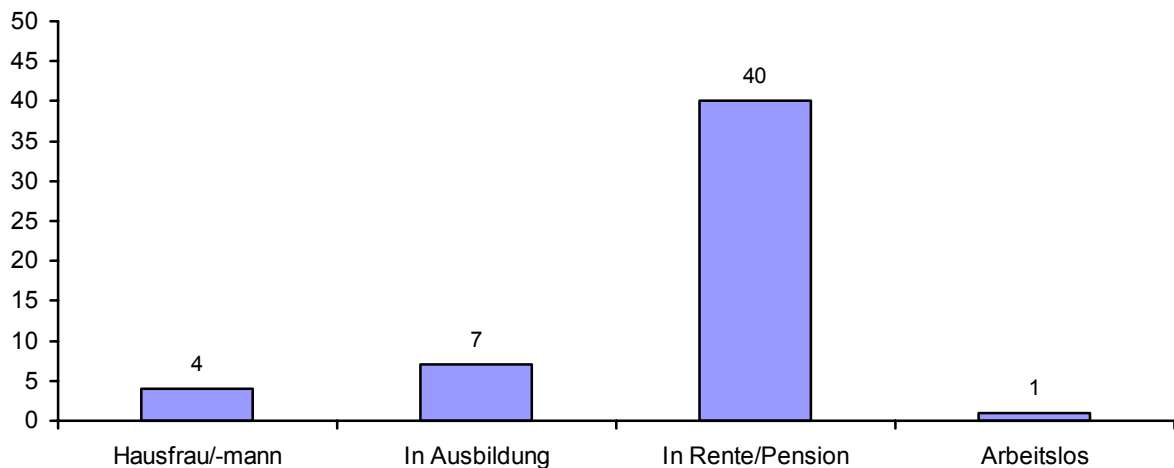
Betrachtet man den Erwerbsstatus der erwerbstätigen Befragten, zeigt sich ein deutliches Übergewicht von Angestellten und Beamten (*Grafik 9*). Im Vergleich zu bisherigen Ausstellungen lag der Anteil der Angestellten eher im unteren Bereich, der der Beamten im Mittelfeld. Auch beim Anteil der Arbeiter/innen zeigt sich kein systematischer Unterschied zu bisherigen Ausstellungen, so dass man feststellen kann, dass es abermals kaum gelungen ist, „breite Kreise der Gesellschaft“ anzusprechen, wie es das Ziel des Hauses der Bayerischen Geschichte ist.

Grafik 9: Erwerbsstatus der erwerbstätigen Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)⁵



Der größte Teil der nicht erwerbstätigen Besucher/innen war in Rente oder Pension (*Grafik10*). Personen, die in Ausbildung sind, Hausfrauen und –männer und Arbeitslose bildeten dagegen nur kleine Gruppen.

Grafik 10: Status der nicht erwerbstätigen Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)⁶

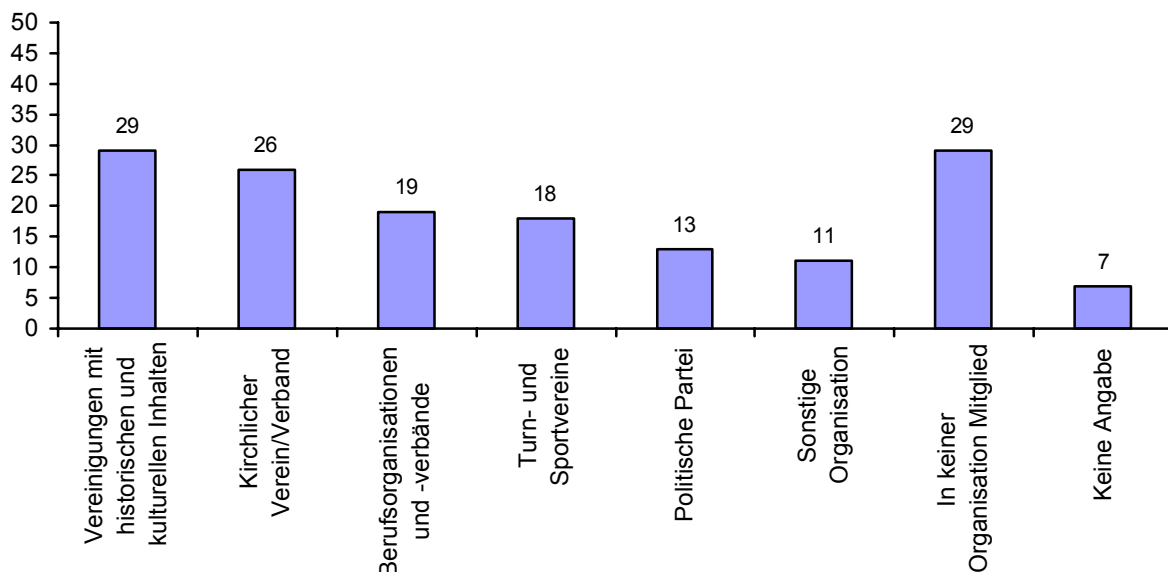


⁵ Die 100%-Basis zur Berechnung der Anteile in Grafik 9 bilden Erwerbstätige und Nichterwerbstätige zusammen. Befragte, die keine Angabe zu ihrer beruflichen Stellung machten, wurden aus der Analyse ausgeschlossen.

3.1.5 Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen

Bei der Frage nach der Mitgliedschaft in Vereinen und Organisationen, die weiteren Aufschluss über die soziodemografische Zusammensetzung des Ausstellungspublikums gibt, zeigt sich, dass 29% der Befragten in keiner der angegebenen Organisationen Mitglied waren (*Grafik 11*). Die meisten Befragten, die Mitglied in einer Organisation waren, gehörten einer Vereinigung mit historischem oder kulturellem Inhalt an. An zweiter Stelle folgten kirchliche Vereine und Verbände (26%), vor den Berufsorganisationen und -verbänden (19%). Relativ gering war in dieser Ausstellung der Anteil derer, die in Turn- oder Sportvereinen sind. Dies hängt vermutlich wieder damit zusammen, dass ein großer Teil der Befragten relativ alt war und somit wahrscheinlich aus gesundheitlichen Gründen nur noch eingeschränkt in der Lage ist, Sport zu treiben. In einer politischen Partei waren die wenigsten Besucher/innen tätig.

Grafik 11: Mitgliedschaft der Ausstellungsbesucher/innen in Organisationen und Vereinen (Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)



Neben den im Fragebogen genannten Organisationen konnten die Befragten in einer offenen Frage auch weitere Mitgliedschaften angeben. Von dieser Möglichkeit wurde 22 mal Gebrauch gemacht, wobei fast jede Organisation jeweils nur einmal genannt

⁶ Die 100%-Basis zur Berechnung der Anteile in Grafik 10 bilden Erwerbstätige und Nichterwerbstätige zusammen. Befragte, die keine Angabe zu ihrer beruflichen Stellung machten, wurden aus der Analyse ausgeschlossen.

wurde. Natur- und Tierschutzvereine bildeten einen gewissen Schwerpunkt, zwei Personen gaben „eigenes Museum“ an.

3.1.6 Interessen und Kenntnisse der Ausstellungsbesucher/innen

Für die Einschätzung und Bewertung von Ausstellungskonzepten spielen die Interessen und Kenntnisse, also das Vorwissen der Besucher/innen eine nicht zu unterschätzende Rolle. In der Befragung sollten die Besucher/innen deshalb anhand einer Skala „niedrig-mittel-hoch“ ihr (a) geschichtliches Interesse, (b) ihre Kenntnisse der Landesgeschichte, (c) ihre Kenntnisse der europäischen Geschichte und (d) ihr Interesse an Kunst und Malerei selbst einstufen. Hieraus konnten die folgenden Erkenntnisse über die Ausstellungsbesucher/innen gewonnen werden (*Grafik 12*).

Nach ihren allgemeinen Geschichtskenntnissen befragt, gab ein Drittel der Befragten an, diese seien hoch, 53% stufen sie als „mittel“ ein. Nur 7% sahen ihre Geschichtskenntnisse als „niedrig“ an.

Bei den Kenntnissen der Landesgeschichte lag dieser Anteil fast dreimal so hoch, 20% stufen diese als „niedrig“ ein. Der Anteil derer, die hier mittlere Kenntnisse angaben, lag zwar mit 52% fast gleich hoch wie bei den allgemeinen Geschichtskenntnissen, aber der Anteil derer, die sich selbst hohe Kenntnisse der Landesgeschichte zuwiesen, war mit 15% deutlich niedriger.

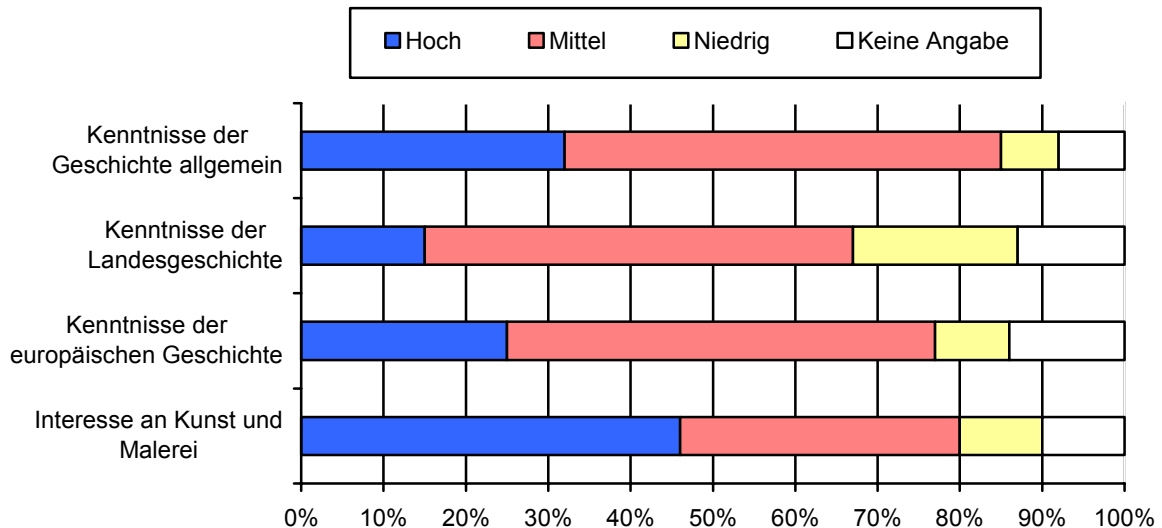
Wieder etwas höher war dieser Anteil bei den Kenntnissen der europäischen Geschichte, er betrug 25%. Der Anteil der Personen mit mittleren Kenntnissen war identisch mit dem bei den Kenntnissen der Landesgeschichte (52%). 9% gaben an, ihre Kenntnisse der europäischen Geschichte seien niedrig.

Ein relativ hoher Anteil von 46% gab an, ein hohes Interesse an Kunst und Malerei zu haben, was in Anbetracht des Themas der Ausstellung nicht verwundert. Weitere 34% standen sich ein mittleres Interesse zu und nur 10% hatten ein niedriges Interesse.

Insgesamt war das Ausstellungspublikum damit hoch interessiert an Kunst und Malerei, während die geschichtlichen Kenntnisse nicht so ausgeprägt waren. Damit unterscheiden sich die Besucher/innen der Landesausstellung in Aschaffenburg bis zu einem gewissen Grad von den Besucher/innen anderer Ausstellungen des HdBG, für

die in der Regel höhere geschichtliche Kenntnisse als ein ausgeprägtes Interesse an Kunst und Malerei festgestellt werden konnten.

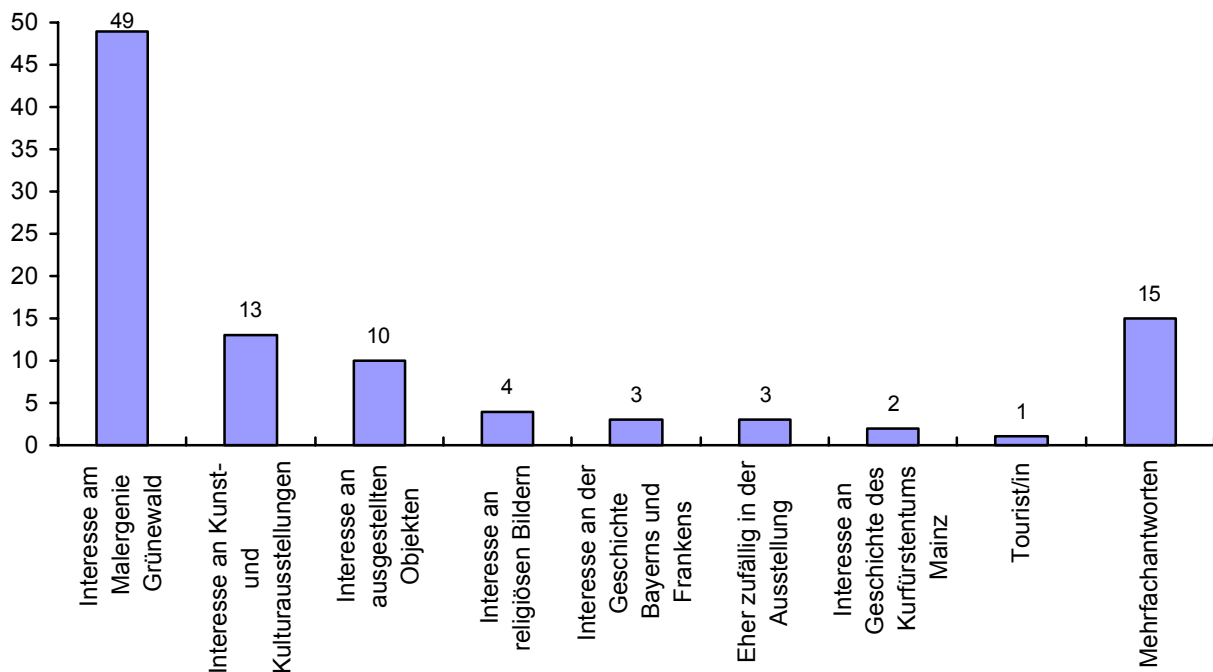
Grafik 12: Selbsteinschätzung der Interessen und Kenntnisse der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)



3.1.7 Motivation und Anregung zum Ausstellungsbesuch

Der ganz überwiegende Teil der Ausstellungsbesucher/innen war interessegeleitet motiviert (*Grafik 13*). Dabei war das spezifische Interesse am Malergenie Grünewald Hauptmotiv für den Besuch der Ausstellung, es wurde von fast der Hälfte der Befragten als wichtigste Anregung für den Ausstellungsbesuch genannt. Danach folgten das Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen (13%) vor dem Interesse an den ausgestellten Objekten (10%). Alle anderen Besuchsmotive wurden von weniger als 5% der Befragten genannt. Insbesondere machten die Angaben „Ich bin eher zufällig in der Ausstellung“ und „Ich bin als Tourist hier“ nur 4% der Nennungen aus, so dass man feststellen kann, dass fast ausschließlich interessegeleitete Besucher/innen die Ausstellung gesehen haben. Entgegen der ausdrücklichen Anweisung im Fragebogen hatten 15% der Befragten bei der Frage nach der Anregung zum Ausstellungsbesuch mehr als eine Antwort angekreuzt. Von diesen Personen gab die überwiegende Mehrheit, nämlich 79%, zwei Motive an. Hier war in der Regel zumindest eines (oft aber auch beide) der genannten Motive ein Interessegeleitetes.

Grafik 13: Wichtigste Anregung zum Besuch der Ausstellung (Angaben in Prozent)



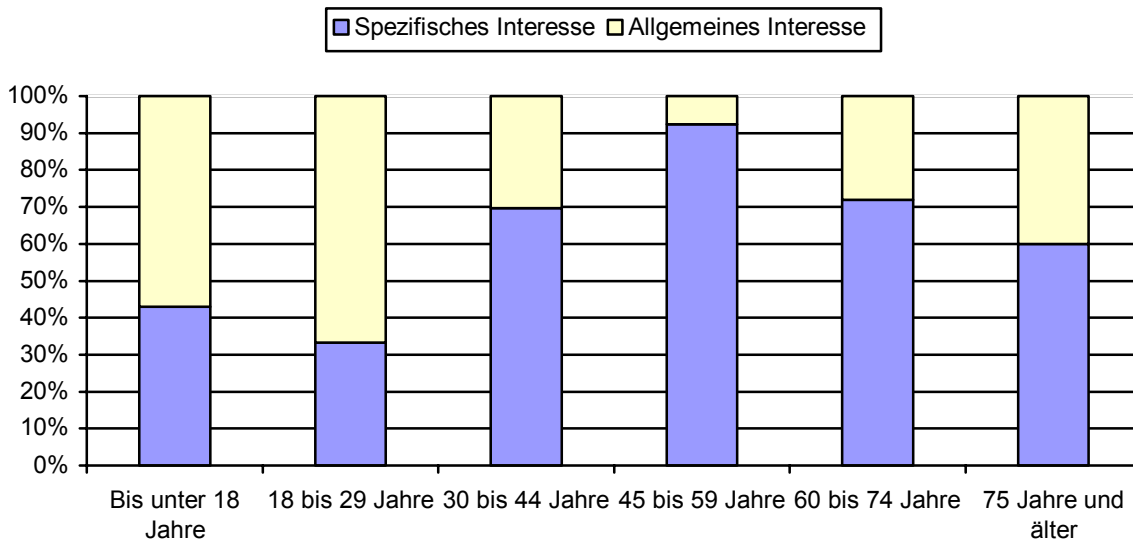
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung „Grünewald“
 München, 2003

Da wie erwähnt nur ein sehr geringer Teil der Befragten als nicht interessegeleitet gelten kann, nämlich nur neun Personen, wurden die Besucher/innen für die folgenden Analysen in zwei Gruppen eingeteilt. Die erste Gruppe umfasst die Personen, die ein spezifisches Interesse an der Ausstellung hatten (Angaben „Interesse an den ausgestellten Objekten“ und „Interesse an dem Malergenie Grünewald“), während die zweite Gruppe eher aus einem allgemein definierten Interesse in die Ausstellung kamen (Nennungen „Interesse an religiösen Bildern“, „Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen“, „Interesse an der Geschichte Bayerns und Frankens“ und „Interesse an der Geschichte des Kurfürstentums Mainz“). Der ersten Gruppe konnten 122 Personen zugeordnet werden, der zweiten 47 Personen. Die übrigen Befragten wurden aus den folgenden Analysen ausgeschlossen.

Es ist von Interesse zu erfahren, inwieweit die Motivation zum Ausstellungsbesuch von soziodemografischen Faktoren beeinflusst wird. Bezüglich der Motivation der Befragten zeigt sich ein signifikanter altersspezifischer Zusammenhang (*Grafik 14*). Dieser Zusammenhang kann am ehesten als umgekehrt u-förmig bezeichnet werden. So war in den jungen und alten Besucher/innengruppen der Anteil derer mit allgemeinem Interesse relativ groß, während in den mittleren Altersgruppen mehr Personen mit spezifischem Interesse zu finden waren. Dies kann zum Teil dadurch erklärt werden, dass sich in den Altersgruppen der 30- bis 74-Jährigen besonders viele

Personen mit akademischer Ausbildung befanden. Vor allem erklärt sich wohl aber dadurch, dass in der Gruppe der 30- bis 44-Jährigen verhältnismäßig viele Personen Mittlere Reife hatten. Diese wiederum gaben öfter an, die Ausstellung aus spezifischem Interesse besucht zu haben.

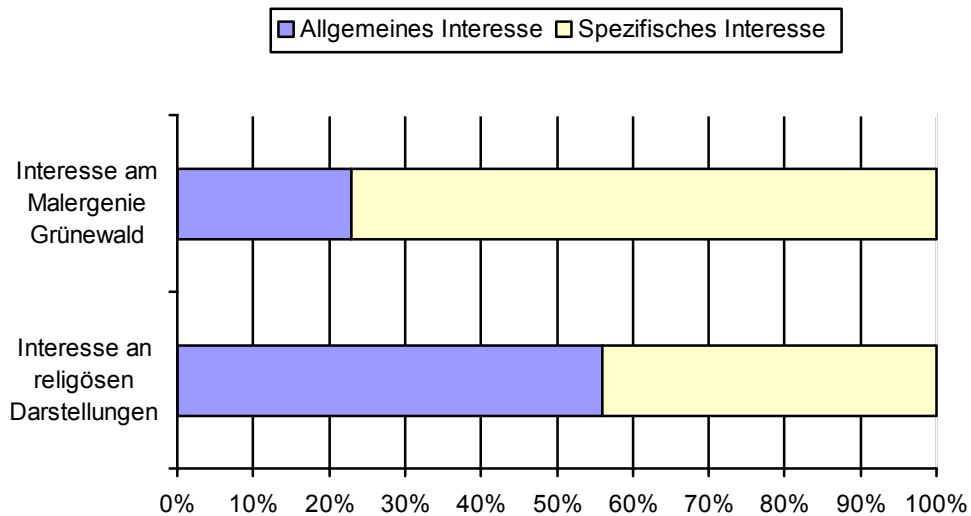
Grafik 14: Anregung für den Besuch der Ausstellung und Alter der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)⁷



Ein interessanter Zusammenhang zeigt sich zwischen dem Hauptinteresse am Maler Grünwald und der Motivation der Befragten (*Grafik 15*). So hatten die Befragten, die vor allem ein Interesse am Malergenie Grünwald bekundeten, häufiger ein spezifisches Interesse an der Ausstellung als die Befragten, die eher ein Interesse an den religiösen Darstellungen hatten (77% gegenüber 44%).

⁷ Sign.: 0.006, Chi² = 16,473.

Grafik 15: Anregung für den Besuch der Ausstellung und Hauptinteresse am Maler Grünwald (Angaben in Prozent)⁸



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Landesausstellung in Aschaffenburg fast nur interessengeleitete Besucher/innen anzog. Zwischen Personen, die ein spezifisches Interesse an der Ausstellung hatten und solchen, die sie eher aus allgemeinem Interesse besuchten, zeigten sich statistisch signifikante Effekte nur bezüglich einiger Bereiche.

3.1.8 Staatsangehörigkeit der Befragten

94% der Befragten waren erwartungsgemäß Deutsche. 4% der Besucher/innen besaßen eine andere Staatsbürgerschaft und 2% der Befragten machten hierzu keine Angaben. Von den acht Befragten, die nicht die deutsche Staatsangehörigkeit besaßen, waren die meisten Österreicher (drei Nennungen) und Griechen (zwei Nennungen).

⁸ Sign.: 0.001; Chi² = 11,349.

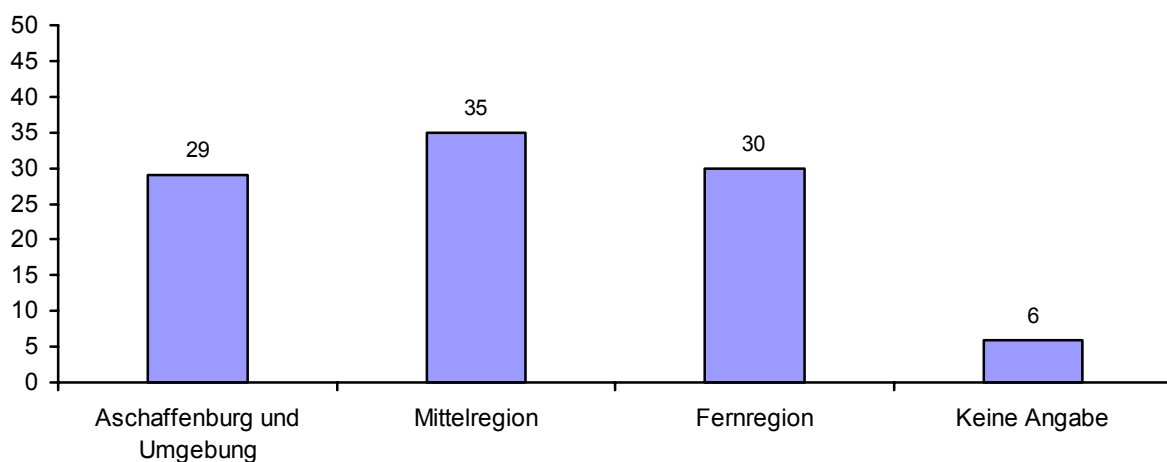
3.1.9 Sozialprofil und Herkunftsregion

Die Wahl des Ausstellungsortes kann den Erfolg einer solchen Veranstaltung mit beeinflussen. So ist zu erwarten, dass in einem Ort, an dem sich viele Touristen aufhalten, diese auch verstärkt die Ausstellung besuchen werden. Findet die Ausstellung dagegen in einer touristisch wenig erschlossenen Region statt, ist der Besucherkreis von vornherein eingeschränkter. Es ist daher von Interesse, Informationen darüber zu erfahren, aus welcher Region die Besucher/innen der Ausstellung stammten. Im Fragebogen wurden die Befragten deshalb gebeten, die Postleitzahl ihres Wohnortes anzugeben. Diese Angaben wurden für die weiteren Auswertungen zu drei Regionen zusammengefasst.

Die erste Region umfasst dabei Aschaffenburg und die nähere Umgebung, die zweite Region („Mittelregion“) umfasst eine Region, die ca. 90 Minuten Anfahrtszeit entspricht, und die dritte Region umfasst schließlich das übrige Bundesgebiet und das Ausland.

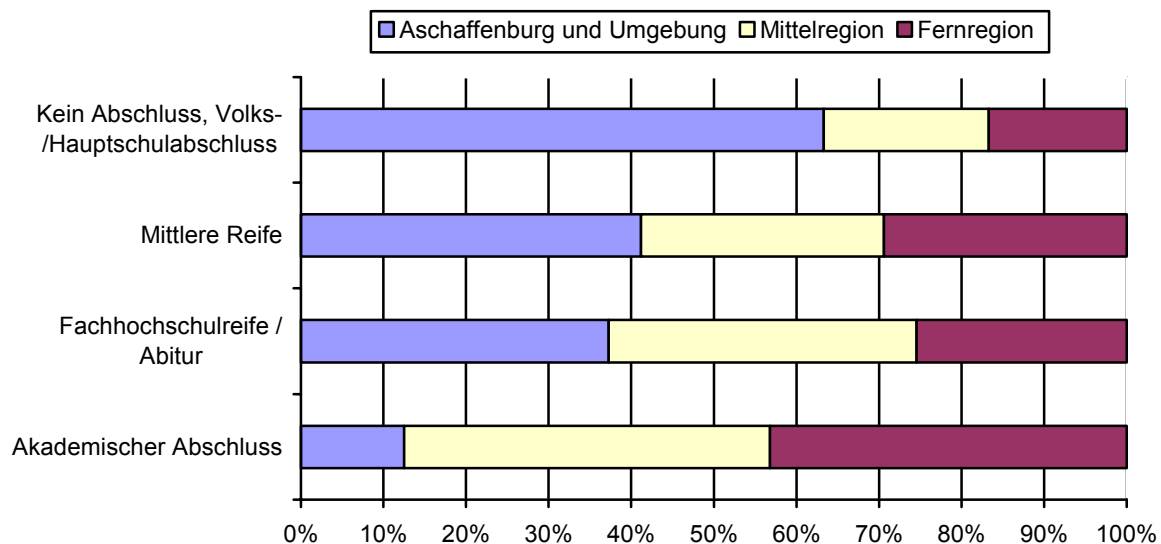
Die Besucher/innen verteilten sich fast gleich auf die drei Regionen, wobei aber die Mittelregion ein leichtes Übergewicht zeigte (*Grafik 16*): 35% der Befragten kamen aus diesem Gebiet. An zweiter Stelle lag die Fernregion, aus der 30% der Besucher/innen angereist waren. Mit 29% kamen die wenigsten Besucher aus Aschaffenburg selbst oder der näheren Umgebung.

Grafik 16: Herkunftsregion der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)



Es zeigt sich hinsichtlich der Herkunftsregion der Befragten ein hoch signifikanter bildungsspezifischer Effekt (*Grafik 17*). Der Anteil der Besucher/innen aus Aschaffenburg und Umgebung nahm mit steigender formaler Bildung der Befragten deutlich ab (von 63% auf 13%), während der Anteil der Personen mit weiterer Anreise anstieg (von 17% auf 43%). Dies könnte mit dem größeren Interesse und damit der ausgeprägteren Reisebereitschaft der höher gebildeten zusammenhängen. Da aber der Zusammenhang zwischen Bildung und Motivation nur sehr schwach ist, liegt die Vermutung nahe, dass unter Umständen auch finanzielle Erwägungen die Niedriggebildeten an einer weiteren Anreise hindern.

Grafik 17: Herkunftsregion der Ausstellungsbesucher/innen und Bildung (Angaben in Prozent)⁹



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

3.1.10 Sozialprofil und Besuchszeitpunkt

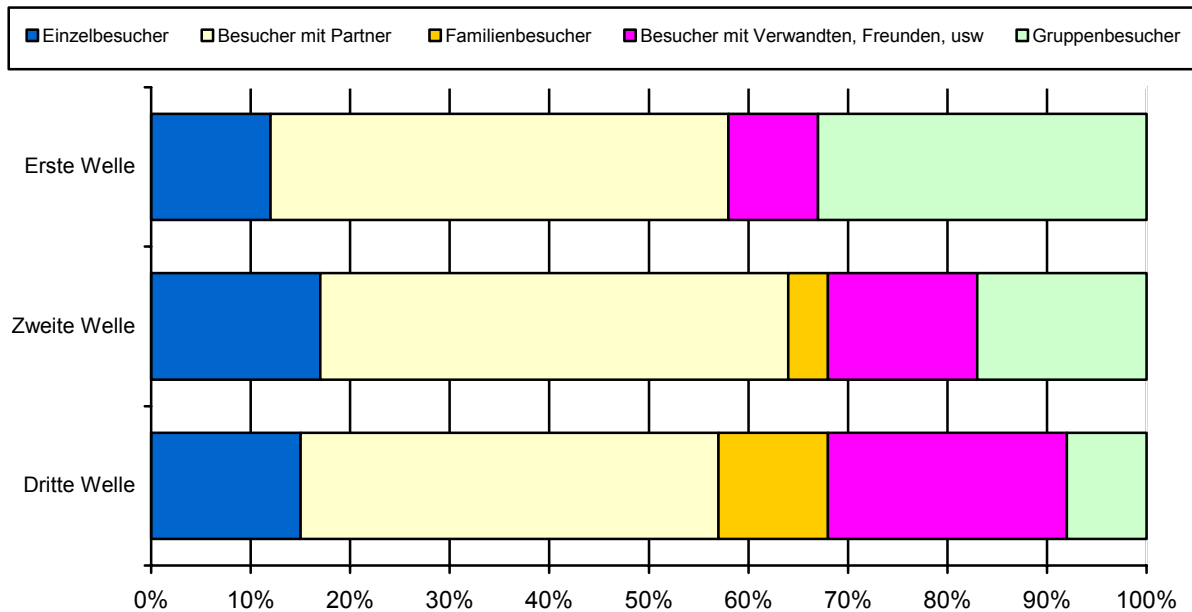
Im Zusammenhang mit der vorliegenden Untersuchung war von Interesse zu erfahren, ob sich die Besucher/innen der drei Befragungswellen in wichtigen soziodemografischen und anderen individuellen Besuchermerkmalen signifikant unterscheiden.

Neben den bereits erwähnten Zusammenhängen zwischen dem Besuchszeitpunkt und dem Alter, der Bildung und der Erwerbstätigkeit der Befragten (*siehe oben*), ist

⁹ Sign.: 0.000, $\chi^2 = 32,053$

auch ein Effekt hinsichtlich der Sozialität der Befragten festzuhalten (Grafik 18). So waren in der ersten Welle häufiger Gruppenbesucher/innen zu finden (33%) als in der zweiten (17%) und dritten Welle (8%). Umgekehrt nahm der Anteil der Befragten, die mit ihrer Familie bzw. mit Verwandten in der Ausstellung waren, von der ersten zur dritten Welle hin zu.

Grafik 18: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Befragungswelle (Angaben in Prozent)¹⁰



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung „Grünwald“
 München, 2003

3.1.11 Zusammenfassung – Sozialprofil der Ausstellungsbesucher/innen

Das Sozialprofil der Besucher/innen der Landesausstellung 2002/03 stellt sich zusammenfassend folgendermaßen dar:

- Das Durchschnittsalter der Befragten lag bei 56 Jahren. Damit hatte diese Landesausstellung die älteste Altersstruktur der bisher vom Sozialwissenschaftlichen Institut München durch eine Besucherbefragung begleiteten Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.
- Das Publikum dieser Ausstellung war sehr hoch gebildet: 24% der Besucher/innen verfügen über die (Fach-)Hochschulreife und 42% haben einen (Fach-)Hochschulabschluss. Der Anteil der Hochgebildeten lag damit bei dieser Lan-

¹⁰ Sign.: 0.004, Chi² = 22,446.

desausstellung zum Teil noch über demjenigen der anderen Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.

- Für die Gruppe der Erwerbstätigen fällt auf, dass Beamte beim befragten Publikum deutlich stärker vertreten waren als in der bundesdeutschen Bevölkerung; die größten Gruppen innerhalb der Nichterwerbstätigen stellten mit 40% der Befragten die Rentner bzw. mit 7% sich in Ausbildung befindende Personen.
- Ihre allgemeinen geschichtlichen Kenntnisse bewertete ein Drittel der Befragten als hoch, die Kenntnisse der Landesgeschichte und der europäischen Geschichte wurden dagegen etwas geringer eingeschätzt: 15% bzw. 25% schätzten diese jeweils als hoch ein. Ihr Interesse an Kunst und Malerei bezeichneten schließlich 46% der Befragten als hoch. Die Ausstellungsbesucher/innen der Landesausstellung in Aschaffenburg waren somit besonders an bildender Kunst und Malerei interessiert, verfügten aber über weniger hohe Kenntnisse der Landes- und europäischen Geschichte.
- Der überwiegende Teil der Ausstellungsbesucher/innen war interessegeleitet motiviert. Dabei war mit 49% das spezifische Interesse am Malergenie Grünwald Hauptmotiv für den Besuch der Ausstellung.
- Die meisten Ausstellungsbesucher/innen stammten mit 29% aus der Mittelregion.
- Fast ein Drittel der Befragten gab an, mindestens alle ein bis zwei Monate eine Ausstellung zu besuchen, und kann damit als „versierte(r) Ausstellungsbesucher/in“ bezeichnet werden.
- Hoch (29 %) war unter den Befragten auch der Anteil derer, die Mitglied in einer Vereinigung mit historischen oder kulturellen Inhalten sind.

3.1.12 Cluster der Besuchergruppen

Im Folgenden wurde versucht über eine Clusteranalyse aus den Besucher/innen der Landesausstellung 2003 homogene Gruppen zu bilden, um für die weiteren Auswertungen Gruppenvergleiche vornehmen zu können. Die Clusteranalyse fasst ausgehend von bestimmten Eigenschaften der Personen die einzelnen Individuen zu Gruppen zusammen. Die Mitglieder einer Gruppe sollen dabei eine weitgehend verwandte Eigenschaftsstruktur aufweisen, d.h. sich möglichst ähnlich sein. Zwischen den Gruppen sollen demgegenüber möglichst keine Ähnlichkeiten bestehen, wobei zur Gruppenbildung gleichzeitig alle vorliegenden Eigenschaften herangezogen werden.¹¹

¹¹ Zum genauen mathematischen Vorgehen und Hintergrund der Clusteranalyse vgl. etwa Backhaus, K. u.a. (1996, 8. Aufl.), S. 261 ff.

Es wurden folgende Eigenschaften der Besucher/innen in die Clusteranalyse eingeschlossen: die Sozialität, die Besuchsdauer, die allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen, das geschichtliche Interesse, das Bildungsniveau und das Alter. Aufgrund der hohen Vorselektion ergab sich, dass die Ausstellungsbesucher/innen in ihrer überwiegenden Mehrheit interesseorientiert in der Ausstellung waren. Deshalb wurde die Motivationsstruktur der Ausstellungsbesucher/innen diesmal nicht in die Clusteranalyse einbezogen. Insgesamt 181 der 224 Befragten konnten eindeutig einem Cluster zugewiesen werden. Es ergaben sich zwei Cluster (homogene Gruppen) von Besuchern – im Folgenden als „Jüngere Gelegenheitsbesucher“ und „Ältere Habituelle Besucher“ bezeichnet, die jeweils vorwiegend durch folgende Eigenschaften gekennzeichnet sind (*Tabelle 1*)¹².

Tabelle 1: Besuchergruppen der Landesausstellung 2002/03 (Clusteranalyse)

Variable	Cluster 1 (N = 63) Jüngere Gelegenheitsbesucher	Cluster 2 (N = 118) Ältere Habituelle Besucher
Bildungsniveau	Mittel - Hoch	Sehr hoch
Durchschnittsalter	48 Jahre	59 Jahre
Allgemeines geschichtliches Interesse	Mittel	Mittel - Hoch
Sozialität	Gruppenbesucher bzw. mit Verwandten/Freunden/Bekanntem	Einzelbesucher bzw. mit Partner oder Familie
Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen	Eher selten Gelegenheitsbesucher	Eher häufig Habituelle Besucher
Durchschnittliche Besuchsdauer	103 Minuten	120 Minuten



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Neben den „Älteren habituellen Besuchern“, die sich durch eine sehr hohe Bildung, ein großes geschichtliches Interesse sowie eine längere Aufenthaltsdauer in der Ausstellung auszeichnen, und die als eine zentrale Besuchergruppe in allen bisherigen Landesausstellungen angetroffen werden konnten, wurde für die Landesausstellung 2002/03 eine weitere Besuchergruppe ermittelt. Dabei handelt es sich um „Jüngere Gelegenheitsbesucher“ mit mittlerer bis hoher Bildung und mittlerem geschichtlichen Interesse, welche die Ausstellung mit einer kürzeren Aufenthaltsdauer eher mit Gruppe oder mit Verwandten, Freunden oder Bekannten besichtigten.

¹² Dies heißt nicht, dass diese Merkmale jeweils ausschließlich bei den Personen vorhanden sind, die dem jeweiligen Cluster zugeordnet sind. Es handelt sich hier vielmehr jeweils um die vorherrschenden Merkmalseigenschaften, die das entsprechende Cluster und seine Individuen auszeichnen.

3.2 Einzugsgebiet der Ausstellung

In der Befragung wurde auch der Herkunfts- bzw. Wohnort der Besucher erhoben (*Tabelle 2*). Damit lassen sich das Einzugsgebiet der Ausstellung sowie die Anteile der Nah- und Fernbesucher darstellen. Mehr als jeder dritte Ausstellungsbesucher (39%) kam nicht aus Bayern, wobei jedoch zu berücksichtigen ist, dass davon ein großer Anteil aus dem angrenzenden Bundesland Hessen stammte. Mit der Aschaffener Landesausstellung konnte also ein überregionales Publikum angesprochen werden

Tabelle 2: Lage der Wohnorte der befragten Ausstellungsbesucher

Lage des Wohnorts der befragten Besucher/innen	Anzahl Besucher N	Anteil an Befragten
Stadt Aschaffenburg, LK Aschaffenburg, LK Miltenberg	51	23%
München	8	3%
Restliches Bayern	60	27%
Bundesrepublik ohne Bayern	87	39%
Ausland	4	2%
Keine Angabe	14	6%



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'
 München, 2001

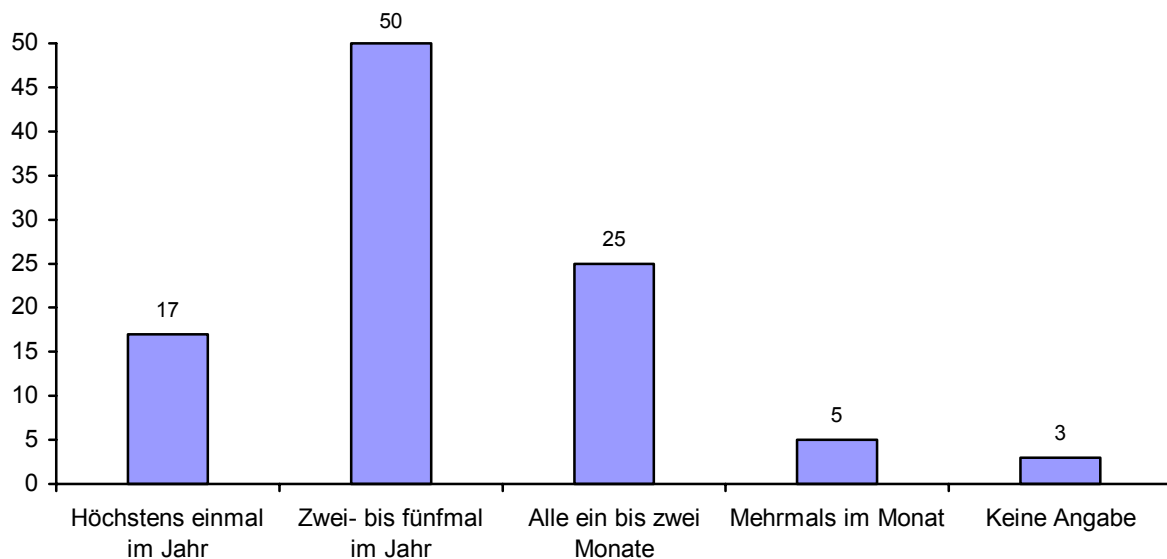
3.3 Besucherverhalten

3.3.1 Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen

Im Folgenden soll ermittelt werden, wie häufig die Befragten in Ausstellungen anzutreffen sind. Als Bezugszeitraum wurde dabei die Besuchshäufigkeit innerhalb eines Jahres gewählt. Hierbei zeigt sich (*Grafik 19*), dass die Hälfte der Befragten zwei- bis fünfmal im Jahr eine Ausstellung besuchen, gefolgt von 25% der Befragten, die alle ein bis zwei Monate in einer Ausstellung sind. Nur 5% der Befragten sind mehrmals im Monat in einer Ausstellung anzutreffen. Fasst man die Befragten, die alle ein bis zwei Monate und die mehrmals im Monat eine Ausstellung besuchen als „versierte

Besucher/in“ zusammen, so ergibt sich, dass etwas jede(r) dritte Besucher/in als „versierte(r) Besucher/in“ bezeichnet werden kann. Mit diesem Ergebnis liegt der Anteil der versierten Besucher/innen unter dem, der in anderen Studien gemessen wurde. Für kunsthistorische Ausstellungen wurden zum Teil sogar Anteile von 60% und mehr für versierte Ausstellungsbesucher/innen ermittelt.¹³

Grafik 19: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (Angaben in Prozent)



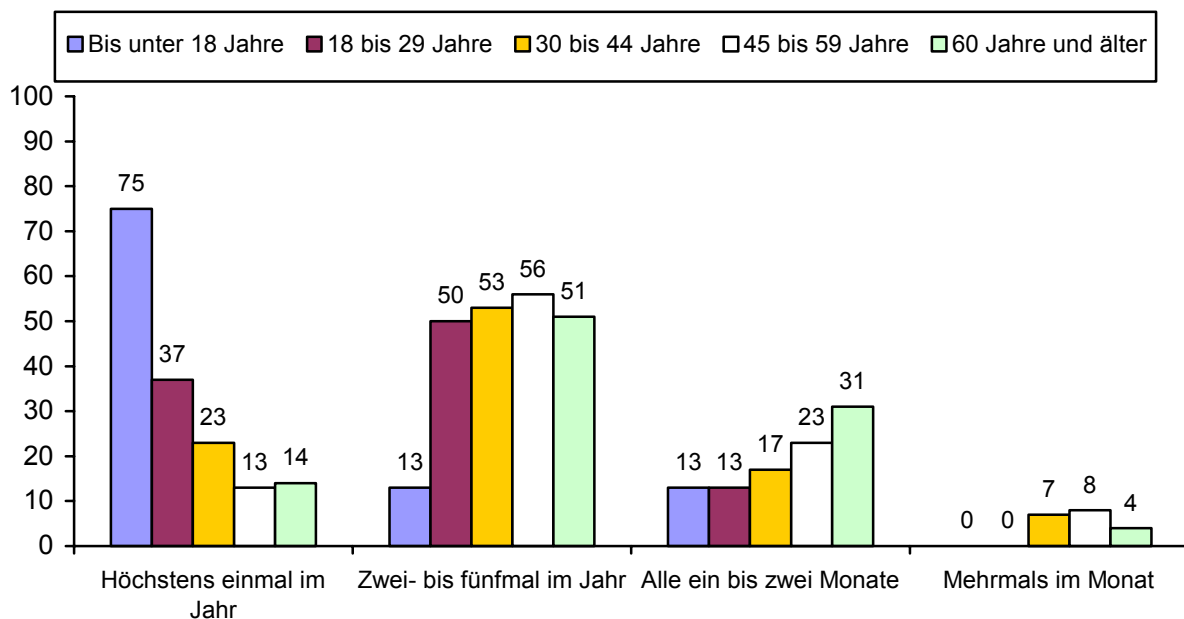
Mit einem Anteil von 17% bei den Befragten, die nur gelegentlich in Ausstellungen anzutreffen sind, hat die Landesausstellung in Aschaffenburg ein ähnliches Ergebnis erreicht wie die anderen untersuchten Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte. Mit etwa einem Fünftel der Besucher/innen ist inzwischen ein konstanter Anteil von Gelegenheitsbesuchern bei den entsprechenden Ausstellungen anzutreffen.

Im Folgenden wird schon aufgrund der Tatsache, dass auch die allgemeine Besuchshäufigkeit in die Berechnung der Cluster der Besuchergruppen eingegangen ist, davon ausgegangen, dass sie mit bestimmten soziodemografischen Merkmalen zusammenhängt. So zeigt sich (*Grafik 20*), dass die „versierten Ausstellungsbesucher/innen“ hauptsächlich ältere Befragte waren, während die Gelegenheitsbesu-

¹³ Vgl. etwa Klein, H.-J. (1984), S.140 ff. und Klein, H.-J. (1990), S. 302 ff.

cher/innen eher unter den jüngeren Befragten anzutreffen waren. 4% der Befragten, die 60 Jahre und älter waren, besuchen mehrmals im Monat eine Ausstellung gegenüber jeweils keinem in der Gruppe der unter 18-Jährigen und der Gruppe der 18- bis 29-Jährigen. Umgekehrt gaben 75% der Befragten, die unter 18 Jahre alt waren, an, höchstens einmal im Jahr in eine Ausstellung zu gehen, während es bei den 60-Jährigen und älteren nur 14% waren.

Grafik 20: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Alter¹⁴
(Angaben in Prozent)

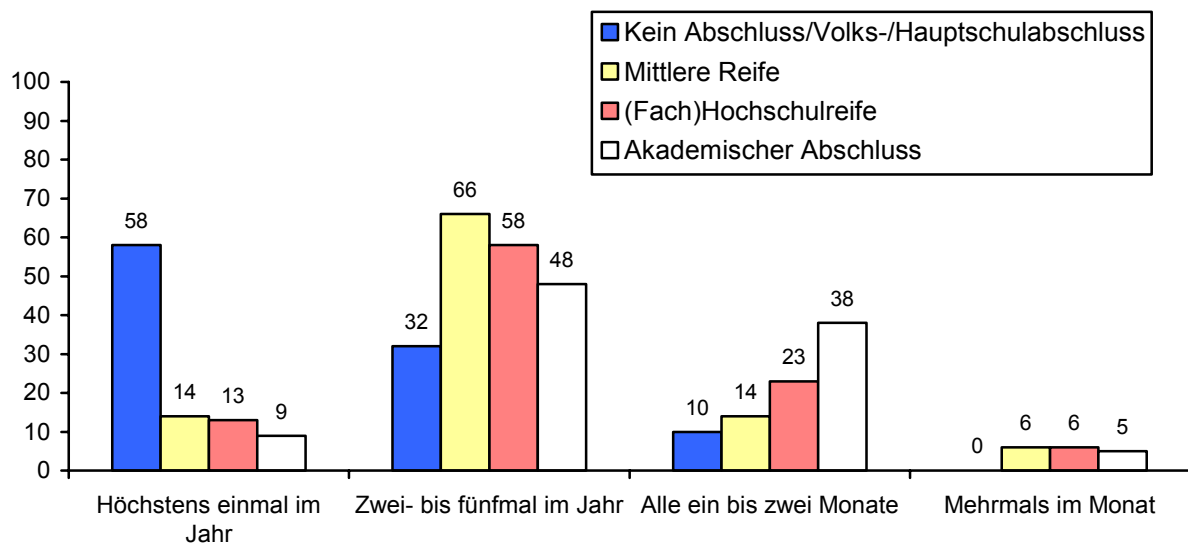


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Neben altersspezifischen Aspekten spielen für die Besuchshäufigkeit von Ausstellungen auch bildungsspezifische Effekte eine Rolle (*Grafik 21*). So rekrutierten sich die „versierten Ausstellungsbesucher/innen“ hauptsächlich aus den mittel- und höhergebildeten Befragten (5% bei den Akademikern bzw. jeweils 6% bei den (Fach)Abiturienten bzw. bei den mittleren Abschlüssen gegenüber keinem der Befragten ohne bzw. mit Volks-/Hauptschulabschluss), während die „Gelegenheitsbesucher/innen“ eher niedrige Bildungsabschlüsse aufwiesen (58% bei den Personen ohne Abschluss bzw. mit Volks-/Hauptschulabschluss gegenüber 9% bei den Akademikern).

¹⁴ Sign.: 0.012, Chi² = 25,669.

Grafik 21: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Bildung¹⁵
(Angaben in Prozent)



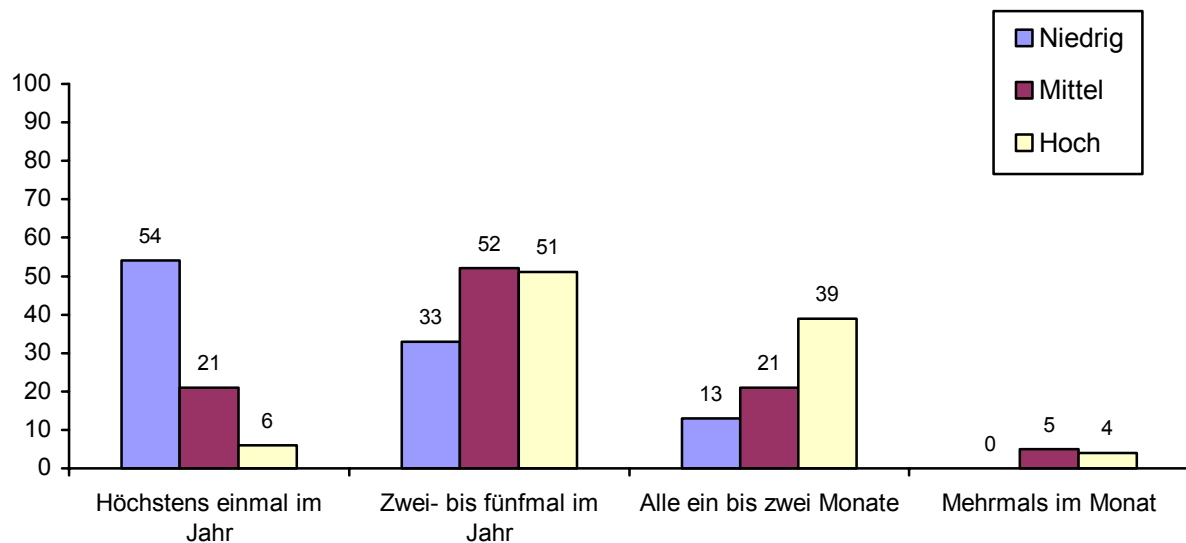
Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung ‚Grünwald‘
München, 2003

Des Weiteren ist davon auszugehen, dass ein Zusammenhang zwischen der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und den geschichtlichen und kunsthistorischen Interessen und Kenntnissen besteht. Vermutlich werden Personen mit einer ausgeprägten Affinität zu historischen und künstlerischen Gegenstandsbereichen häufiger Ausstellungen besuchen. Diese Annahme kann durch die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung bestätigt werden. So zeigt sich (*Grafik 22*), dass Personen, die höchstens einmal im Jahr eine Ausstellung besuchen, viel häufiger ein niedriges geschichtliches Interesse haben als ein hohes geschichtliches Interesse (54% gegenüber 6%). Umgekehrt sind Personen, die mindestens alle zwei Monate eine Ausstellung besuchen, deutlich häufiger Befragte mit hohem geschichtlichem Interesse. Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Befragten umso häufiger Ausstellungen und Museen besuchen, je höher ihr allgemeines geschichtliches Interesse ist.¹⁶

¹⁵ Sign.: 0.000, Chi² = 49,452.

¹⁶ Pearson's r = 0,277, Sign.: 0.000.

Grafik 22: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und geschichtliches Interesse¹⁷ (Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Die allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen korreliert darüber hinaus signifikant positiv mit den Kenntnissen über die europäische Geschichte: Die Befragten besuchen insgesamt häufiger Ausstellungen und Museen, je höher ihre diesbezüglichen Kenntnisse sind.¹⁸

Die „Versiertheit“ der Besucher/innen hängt schließlich hoch signifikant mit ihren Interessen an Kunst und Malerei zusammen. Auch hier weist der Effekt in die gleiche Richtung wie schon für die historischen Interessen und Kenntnisse: Die Befragten besuchen desto häufiger Ausstellungen, je höher ihr Interesse an Kunst und Malerei ist.¹⁹

¹⁷ Sign.: 0.000, Chi² = 24,384.

¹⁸ Pearson's r = 0,274, Sign.: 0.000.

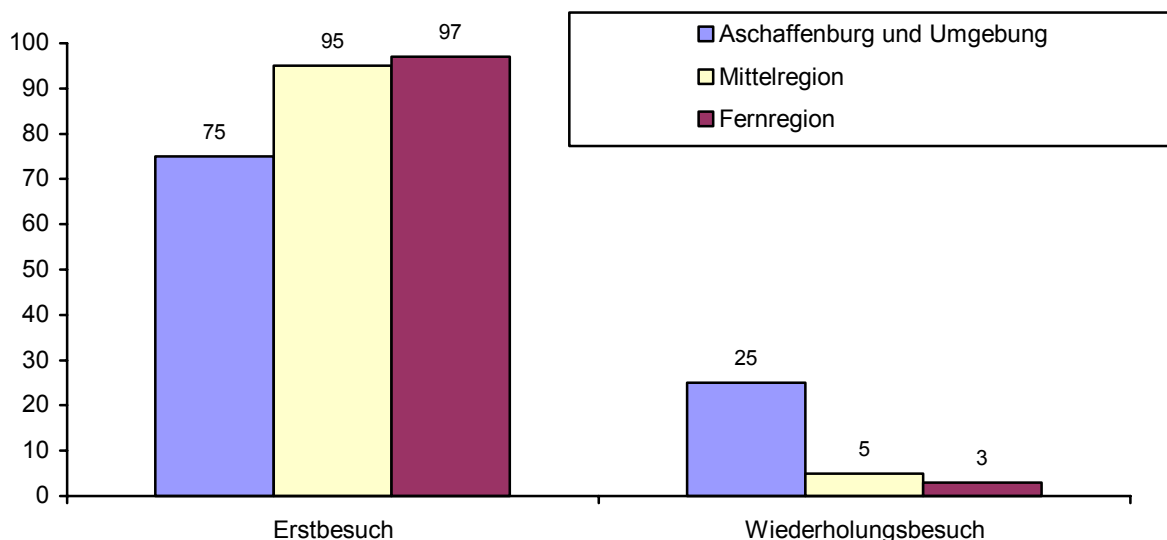
¹⁹ Pearson's r = 0,429, Sign.: 0.000.

3.3.2 Erst- und Wiederholungsbesucher/innen

Neben der Häufigkeit des Besuchs von Ausstellungen insgesamt wurde auch ermittelt, ob es sich bei dem Besuch der Landesausstellung um einen Erst- oder Wiederholungsbesuch gehandelt hat. Dabei zeigt sich, dass 87% der Befragten die Ausstellung zum ersten Mal besucht haben, wohingegen 10% der Befragten angaben, dass sie zum wiederholten Male in der Ausstellung waren. 3% der Befragten machten hierzu keine Angaben.

Erwartungsgemäß hängt ein wiederholter Ausstellungsbesuch von der Herkunftsregion der Befragten ab (*Grafik 23*). So kamen die Wiederholungsbesucher/innen häufiger aus Aschaffenburg und Umgebung als aus der Mittel- und Fernregion.

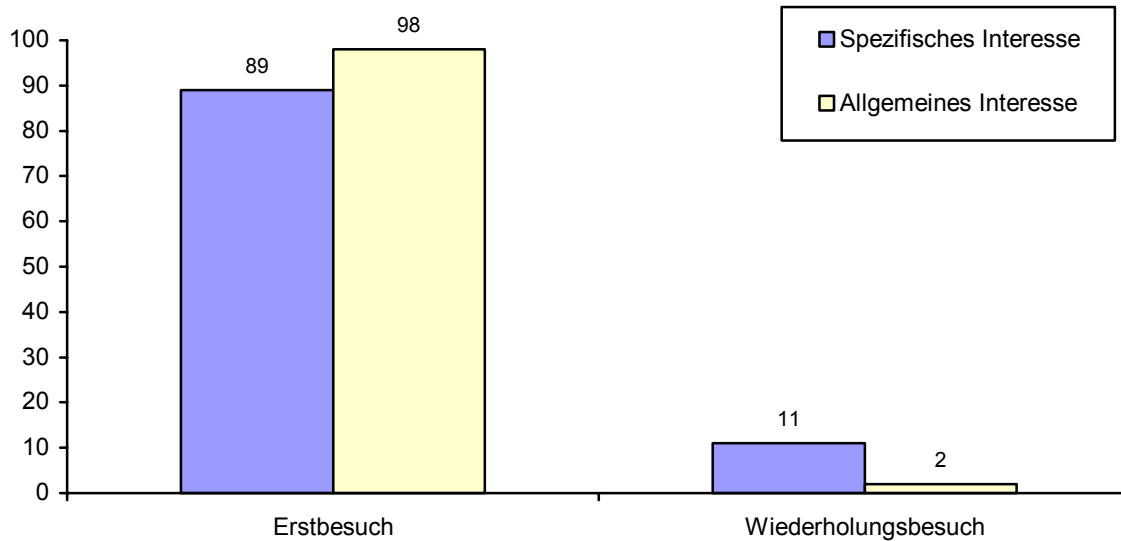
Grafik 23: Erst- und Wiederholungsbesucher/innen und Herkunftsregion²⁰
(Angaben in Prozent)



Tendenziell zeigt sich auch, dass die Wiederholungsbesucher/innen deutlich häufiger Befragte mit einem spezifischen geschichtlichen Interesse waren als Befragte, die eher ein allgemeines Interesse an Geschichte hatten (*Grafik 24*).

²⁰ Sign.: 0.000 Chi² = 19,968.

Grafik 24: Erst- und Wiederholungsbesucher/innen und Art des geschichtlichen Interesse²¹ (Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

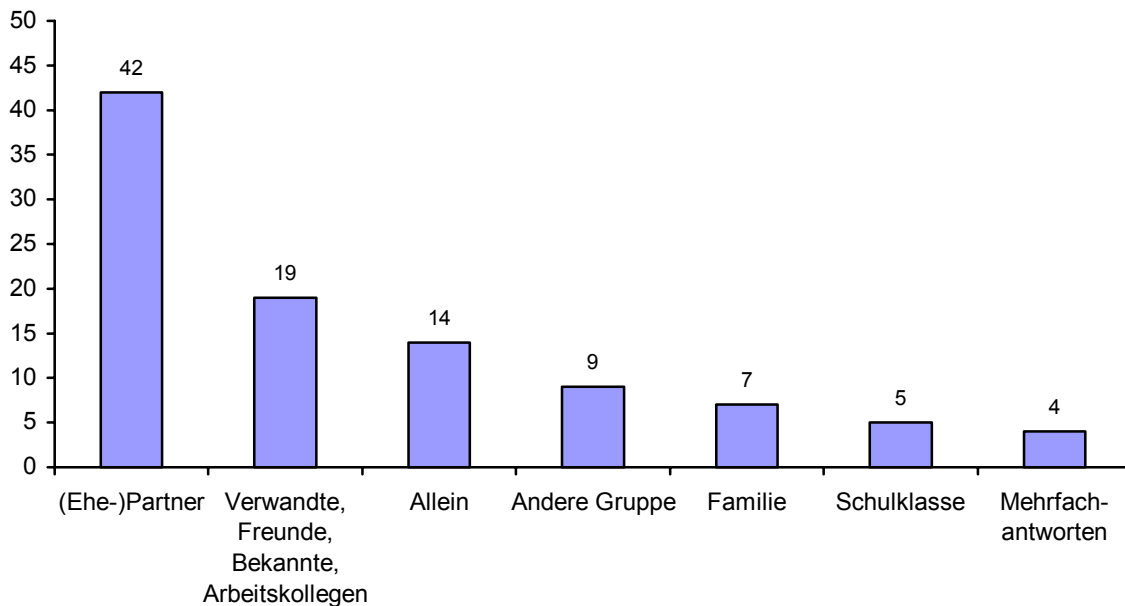
3.3.3 Die Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen

Außerhäusliche Kulturaktivitäten – wie Ausstellungsbesuche erfolgen meistens in geselliger Art und Weise, d.h. in Begleitung anderer Personen. In der Untersuchung wurde erfasst, mit wem die Befragten zur Ausstellung kamen. Dabei ergab sich (*Grafik 25*), dass der überwiegende Teil der Befragten die Ausstellung zusammen mit dem (Ehe-)Partner besucht hat (42%). 19% der Befragten gaben an, mit Verwandten oder Bekannten zur Ausstellung gekommen zu sein und jeweils 14% waren Gruppen- (vorwiegend Schulklassen, Reisegruppen, Kulturvereine usw.) oder Einzelbesucher/innen. Der Anteil der Besucher/innen, die alleine in die Ausstellung kamen, lag damit im Bereich vieler anderer Landesausstellungen.

88% der Befragten sind ohne Kinder in der Ausstellung und 5% besuchten sie mit Kindern, 7% machten hierzu keine Angaben.

²¹ Sign.: 0.056 Chi² = 3,3333.

Grafik 25: Die Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)



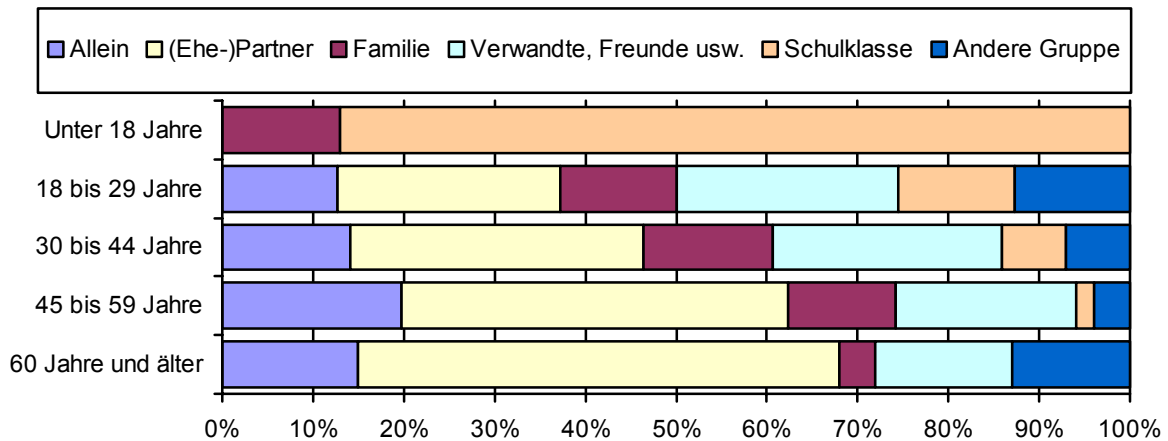
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung „Grünewald“
 München, 2003

Von Interesse ist nun zu erfahren, ob sich die Sozialität der Besucher/innen in soziodemografischen Merkmalen unterscheidet. Dies dürfte aufgrund der Tatsache, dass die Sozialität des Publikums in die Clusteranalyse Eingang gefunden hat, für die meisten Besuchermerkmale der Fall sein.

Zunächst konnten eindeutige altersspezifische Effekte festgestellt werden (*Grafik 26*). So kamen Personen unter 18 Jahren erwartungsgemäß am häufigsten mit einer Schulklasse zur Ausstellung (87%). Mit zunehmendem Alter waren die Befragten häufiger mit ihrem Partner in der Ausstellung (25% bei 18- bis 29-Jährigen gegenüber 53% bei den Befragten, die 60 Jahre und älter waren). Der Anteil derer, die mit Verwandten, Freunden und Arbeitskollegen zur Ausstellung kamen, war in der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen und 30- bis 44-Jährigen am größten (jeweils 25%) und nahm in den höheren Altersgruppen stetig ab. Erkennbar wird dieser Zusammenhang auch, wenn man das Durchschnittsalter der einzelnen Gruppen vergleicht: Besucher/innen, die mit ihrer Familie zur Ausstellung kamen, waren im Schnitt 48 Jahre alt, während diejenigen, die alleine oder mit Partner/innen in der Ausstellung waren, ein Durchschnittsalter von 58 bzw. 59 Jahren hatten. Bei den Besucher/innen, die die Ausstellung mit einer Kultur- oder Reisegruppe besuchten, lag das Durchschnittsalter mit 61 Jahren am höchsten.²²

²² Sign.: 0,000; F = 13,351.

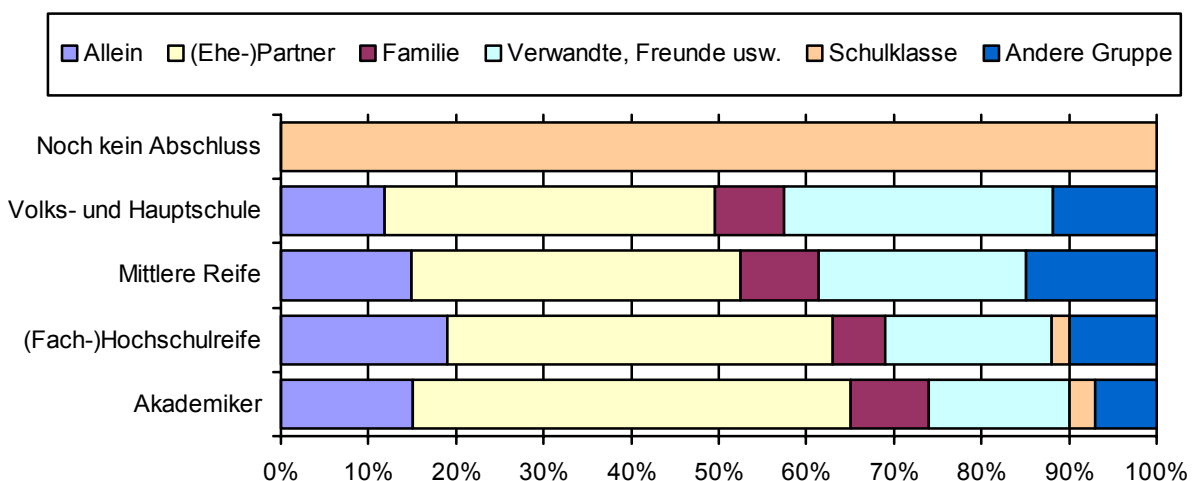
Grafik 26: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Alter²³
(Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung ‚Grünwald‘
München, 2003

Hinsichtlich der Sozialität zeigen sich zudem bildungsspezifische Zusammenhänge (Grafik 27). Alle Befragten, die noch keinen Abschluss besitzen, haben die Ausstellung erwartungsgemäß mit einer Schulklasse besucht. Darüber hinaus nahm mit zunehmendem Bildungsgrad der Anteil derer zu, die mit Partner/in in der Ausstellung waren. Umgekehrt fanden sich unter den Niedriggebildeten häufiger Befragte, die mit ihren Verwandten, Freunden und Bekannten in der Ausstellung waren (Volks- bzw. Hauptschulabschluss: 31%; Akademiker: 16%).

Grafik 27: Sozialität und Bildung der Ausstellungsbesucher/innen²⁴
(Angaben in Prozent)



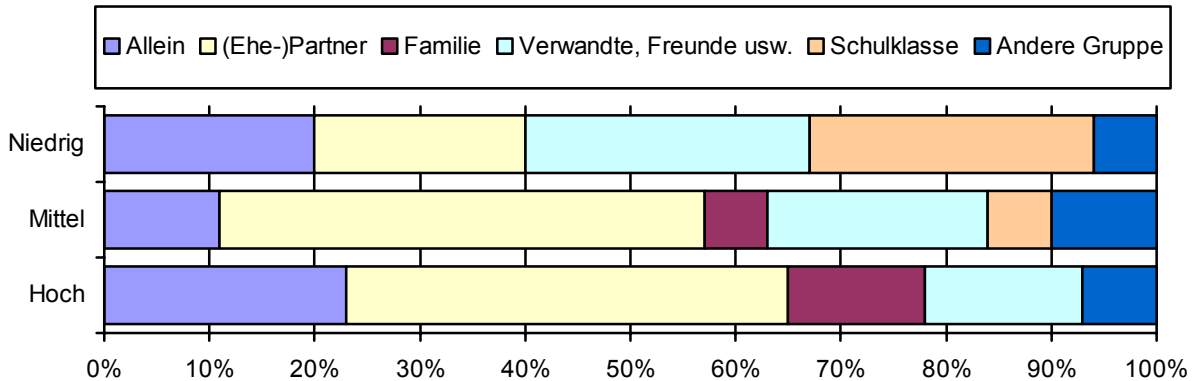
Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung ‚Grünwald‘
München, 2003

²³ Sign.: 0.000; Chi² = 128,355.

²⁴ Sign.: 0.000; Chi² = 128,751

Ähnliche Ergebnisse zeigen sich auch hinsichtlich des allgemeinen geschichtlichen Interesses (*Grafik 28*). So fanden sich unter den Niedriginteressierten häufiger Befragte, die mit einer Schulklasse in der Ausstellung waren, als unter den Mittel- und Hochinteressierten. Der Anteil der Befragten, die die Ausstellung alleine besuchten, war dagegen bei den Hochinteressierten am größten.

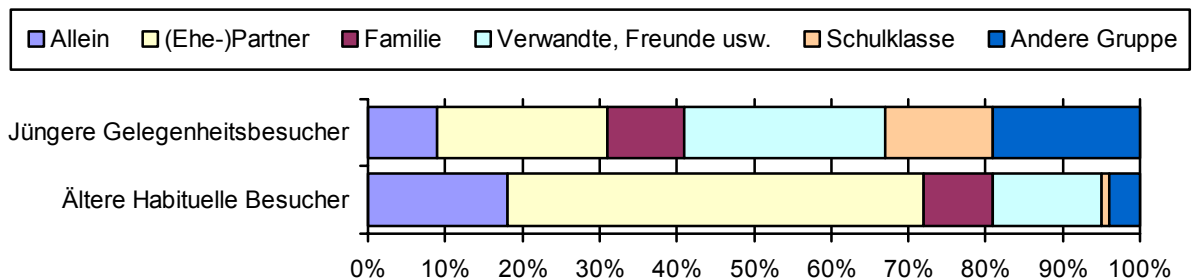
Grafik 28: Sozialität und geschichtliches Interesse der Ausstellungsbesucher/innen²⁵ (Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Deutliche Effekte zeigen sich auch mit den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen (*Grafik 29*). So waren die „Älteren Habituellen Besucher“ häufiger als die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ allein oder mit ihrem Partner in der Ausstellung. Die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ waren dagegen öfter als die Befragten der Vergleichsgruppe mit Verwandten, Freunden und Arbeitskollegen oder mit einer anderen Gruppe in der Ausstellung.

Grafik 29: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Besuchergruppen²⁶ (Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

²⁵ Sign.: 0.002; Chi² = 28,110.

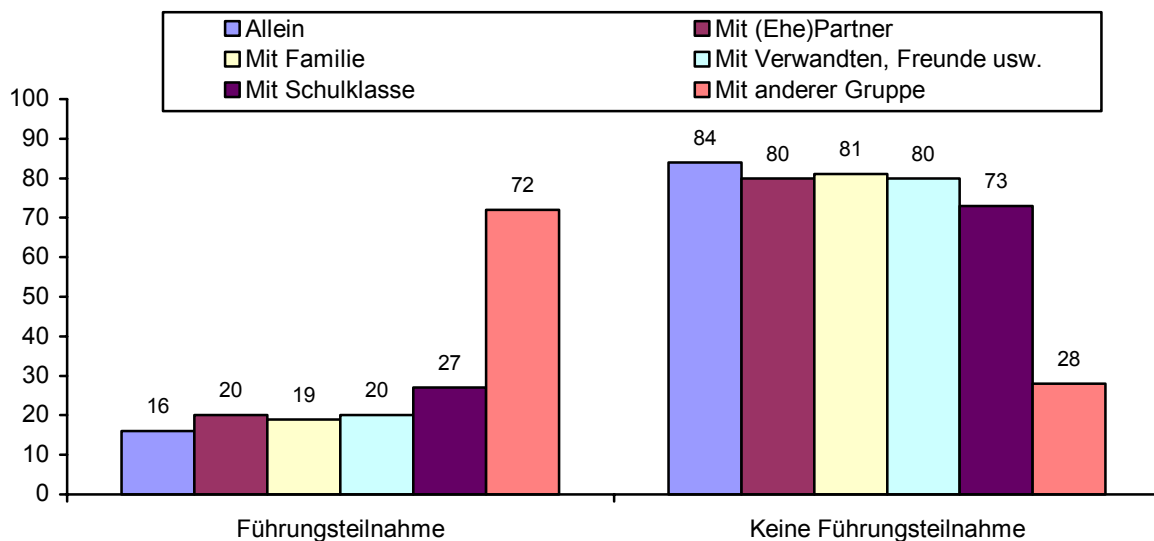
²⁶ Sign.: 0.000; Chi² = 36,151.

3.3.4 Teilnahme an Führungen

25% aller Befragten haben an einer Führung teilgenommen. Im Folgenden soll untersucht werden, ob sich die geführten Personen in ihren soziodemografischen Merkmalen von den Befragten unterscheiden, die keine Führung in Anspruch genommen haben.

Ein signifikanter Zusammenhang besteht z.B. zwischen der Teilnahme an Führungen und der Sozialität der Befragten (*Grafik 30*). So nahmen die Gruppenbesucher/innen deutlich häufiger an einer Führung teil als alle anderen Befragten. Am geringsten war die Bereitschaft an einer Führung teilzunehmen bei den Befragten, die alleine oder mit ihrer Familie in der Ausstellung waren.

Grafik 30: Teilnahme an einer Führung und Sozialität der Befragten²⁷ (Angaben in Prozent)



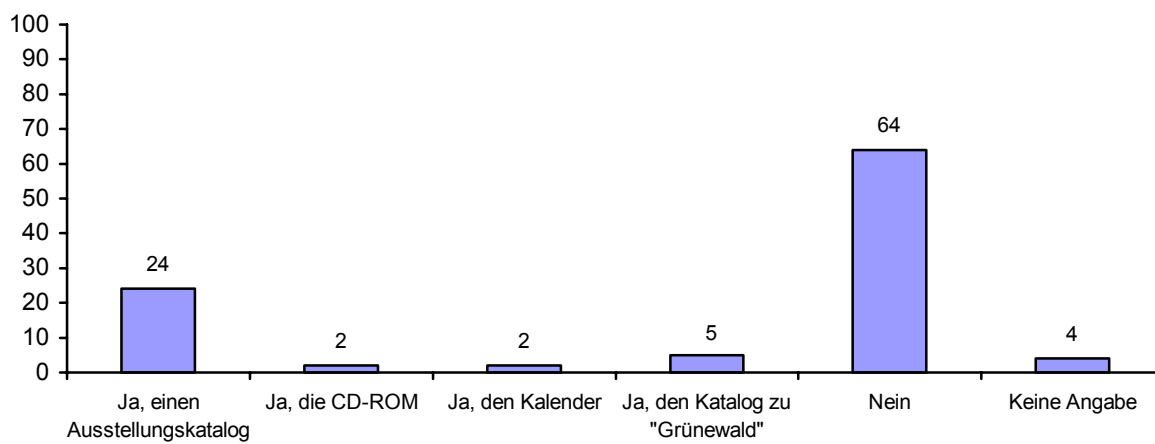
Die in den anderen Untersuchungen zu unterschiedlichen Landesausstellungen beobachteten bildungs- und geschlechtsspezifischen Zusammenhänge sowie die Abhängigkeit der Führungsteilnahme von der Versiertheit der Besucher/innen konnte für die Aschaffener Ausstellung nicht nachgewiesen werden.

²⁷ Sign.: 0.000; Chi² = 25,448.

3.3.5 Kauf einer Publikation oder Medien zur Ausstellung

Etwa jede(r) vierte Befragte hat einen Ausstellungskatalog gekauft (*Grafik 31*). 5% der Befragten erwarben den Katalog zur Ausstellung „Grünewald in der Moderne“ und jeweils 2% kauften einen Kurzführer oder eine CD-ROM. Mit einem Anteil von 64% lag der Anteil der Personen, die keine Publikation gekauft haben, in einem für Ausstellungen dieser Art üblichen Wertebereich.

Grafik 31: Kauf einer Publikation (Angaben in Prozent; Mehrfachantworten)

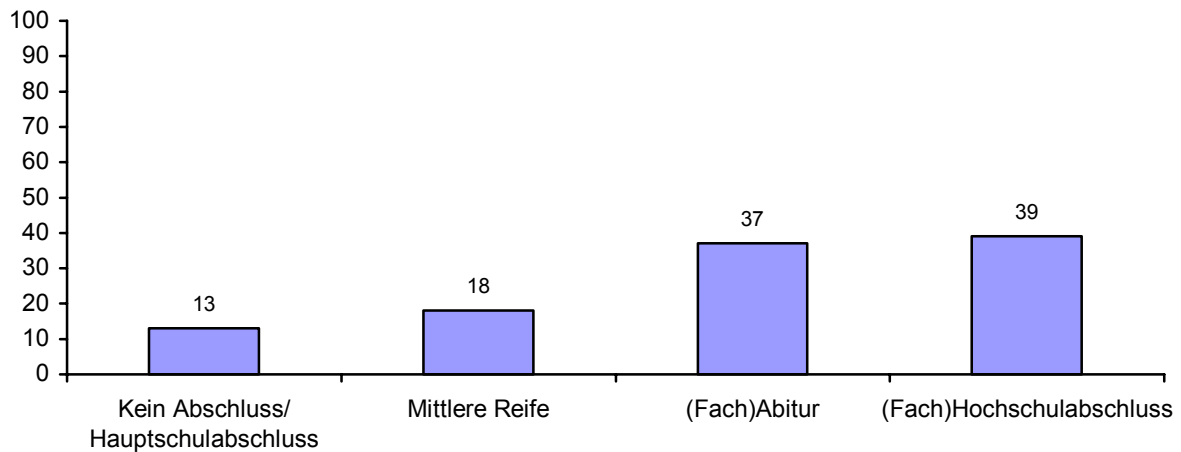


Signifikante Zusammenhänge ergeben sich zunächst für die geclusterten homogenen Besuchergruppen. So gaben die Personen, die aufgrund ihrer individuellen Merkmale der Gruppe der "Älteren Habituellen Besucher" zuzurechnen sind, signifikant häufiger an, eine Publikation erworben zu haben (40%), als die "Jüngeren Gelegenheitsbesucher" (15%).²⁸ Diese für die beiden Besuchergruppen vorliegenden Ergebnisse bestätigen sich - wie nachfolgend dargestellt - für die jeweiligen Einzelmerkmale.

Der Erwerb einer Publikation²⁹ hängt signifikant mit dem formalen Bildungsniveau der befragten Personen zusammen (*Grafik 32*): So haben die Höhergebildeten häufiger eine Publikation gekauft als Befragte mit einer niederen formalen Bildung.

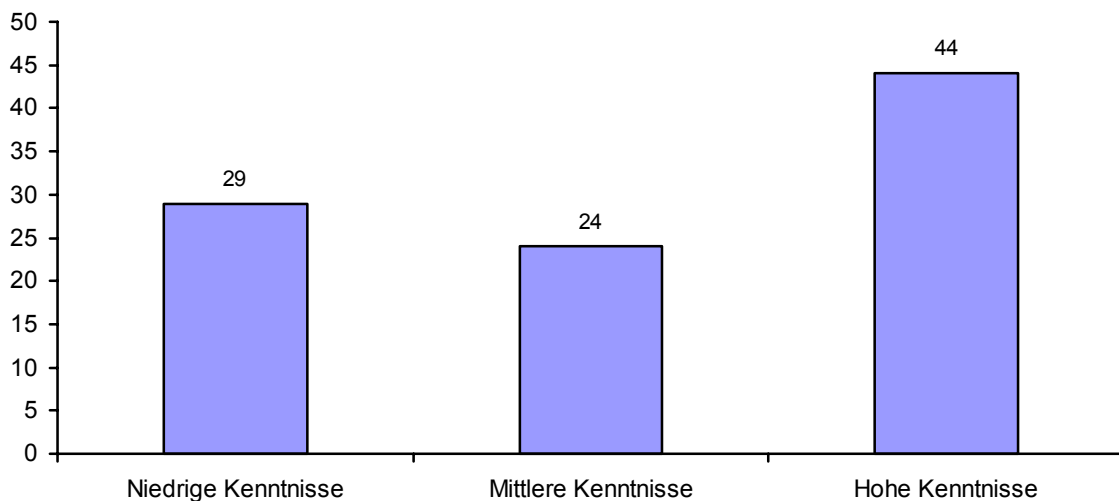
²⁸ Sign.: 0.001; $\chi^2 = 11,761$.

²⁹ Für die folgenden Berechnungen wurden die Kategorien „Ja, einen Ausstellungskatalog“, „Ja, die CD-Rom“, „Ja, den Kalender“ und „Ja, den Katalog zur Ausstellung „Grünewald in der Moderne““ zur neuen Kategorie „Publikation gekauft“ zusammengefasst.

Grafik 32: Kauf einer Publikation und Bildung³⁰ (Angaben in Prozent)


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Es ist außerdem anzunehmen, dass der Kauf einer Publikation vom Interesse der Besucher/innen am Ausstellungsthema selbst oder von den generellen geschichtlichen Kenntnissen abhängt. Hier zeigt sich eindeutig (*Grafik 33*), dass solche Befragte, die ihre geschichtliche Kenntnisse als "hoch" einstufen, häufiger eine Publikation gekauft haben, als diejenigen mit eher niedrigen Kenntnissen.

Grafik 33: Kauf einer Publikation und geschichtliche Kenntnisse der Besucher/innen³¹ (Angaben in Prozent)


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

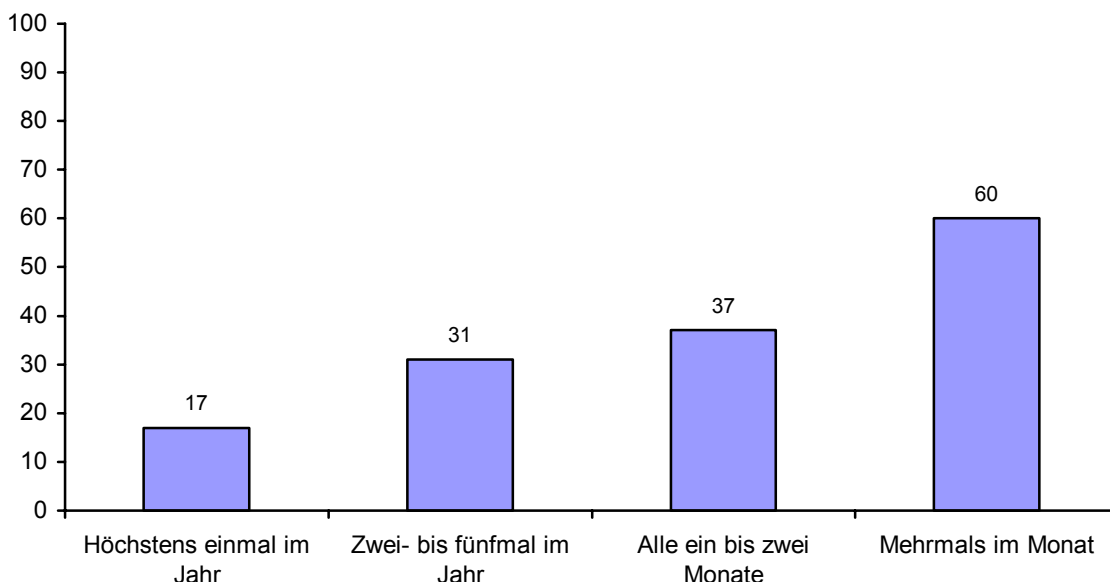
³⁰ Sign.: 0.015; Chi² = 10,460.

³¹ Sign.: 0.017; Chi² = 8,129.

Des Weiteren zeigt sich eine Abhängigkeit hinsichtlich der Sozialität der Befragten. Befragte, die allein in der Ausstellung waren, haben häufiger eine Publikation erworben (48%) als Befragte, die mit Partner bzw. Familie (35%) die Ausstellung besucht haben. Am seltensten haben bei dieser Landesausstellung die Gruppenbesucher/innen eine Publikation gekauft (3%). Dies wird verständlich, wenn man berücksichtigt, dass sich unter den Gruppenbesucher/innen viele Schüler/innen befanden, deren geschichtliche Interessen und Motivation zum Ausstellungsbesuch weniger ausgeprägt sind.

Darüber hinaus zeigten sich Effekte bezüglich der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (*Grafik 34*): Versierte Besucher/innen haben häufiger eine Publikation erworben als Gelegenheitsbesucher.

Grafik 34: Kauf einer Publikation und Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen³² (Angaben in Prozent)

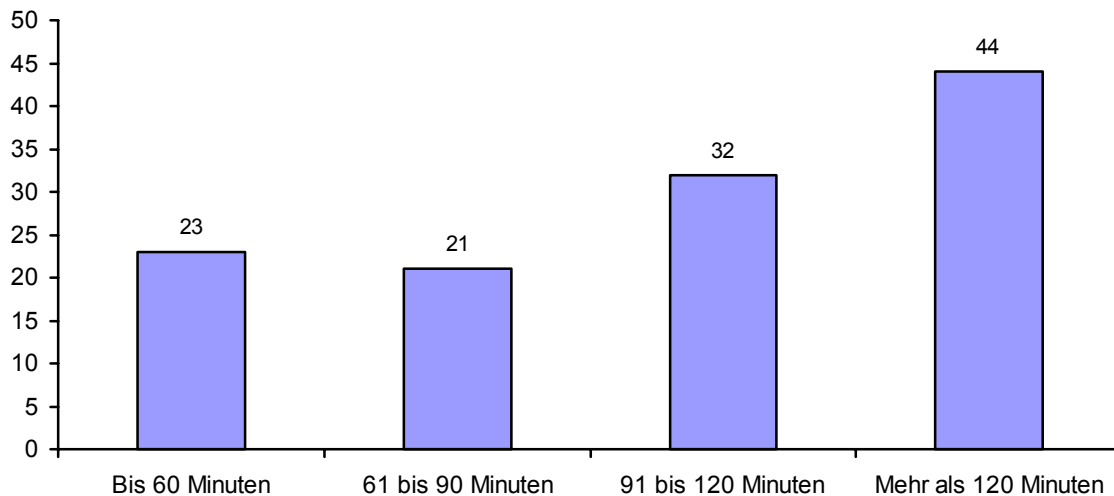


Schließlich zeigt sich ein Zusammenhang mit der Dauer des Ausstellungsbesuchs (*Grafik 35*): Personen, die länger in der Ausstellung verweilten, haben häufiger eine Publikation erworben. Umgekehrt gilt auch, dass sich Besucher/innen, die eine Publikation gekauft haben im Schnitt 132 Minuten in der Ausstellung aufhielten, während Befragte, die keine Publikation gekauft haben, durchschnittlich lediglich 108 Minuten in der Ausstellung waren.³³

³² Sign.: 0.044; Chi² = 8,100.

³³ Sign.: 0.004; F = 8,692.

Grafik 35: Kauf einer Publikation und Aufenthaltszeit der Besucher/innen³⁴
(Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung ‚Grünwald‘
München, 2003

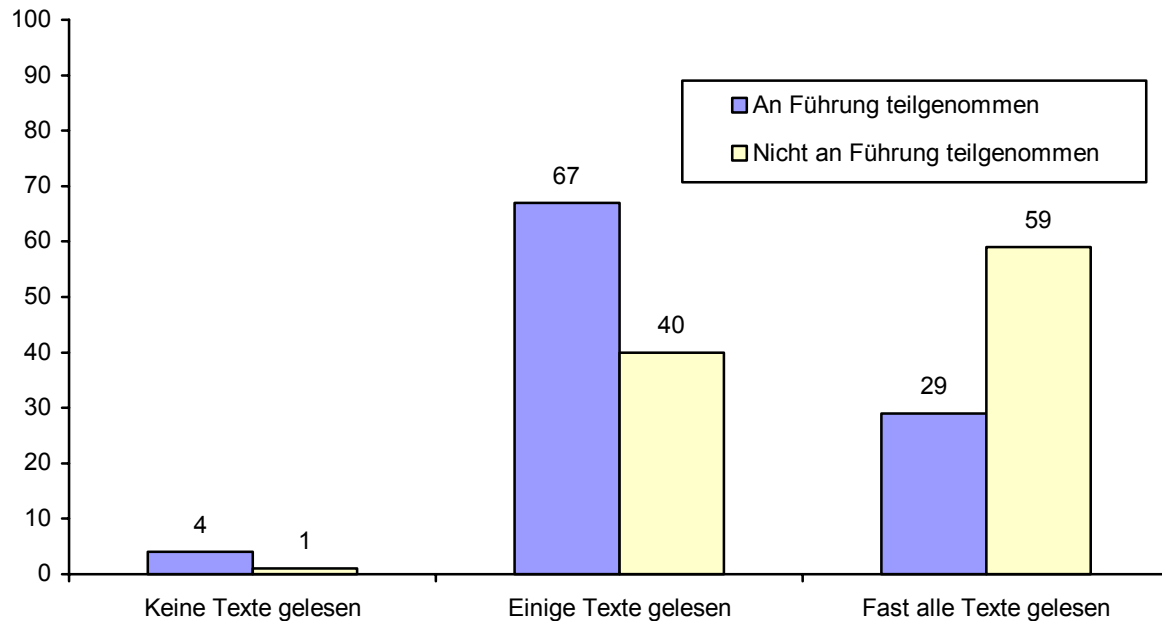
3.3.6 Aufnahme von Informationen über Ausstellungstexte


Die Texte zu Exponaten usw. spielen bei der Wissensvermittlung über die reine Informationsweitergabe hinaus eine große Rolle. Deshalb war es Ziel der Untersuchung, Erkenntnisse über die in der Ausstellung verwendeten Texttafeln zu gewinnen. Die Befragung sollte daher zunächst ermitteln, ob die Texttafeln in den Ausstellungsräumen von den Besucher/innen gelesen wurden. Dabei ergab sich, dass 50% der Besucher/innen fast alle, 44% einige und nur 1% keinen der zur Verfügung gestellten Texte gelesen haben.³⁵ Erwartungsgemäß wurden die Texte eher von denjenigen Befragten gelesen, die nicht an einer Führung teilgenommen haben (*Grafik 36*). So haben 59% der Befragten, die nicht an einer Führung teilgenommen haben, fast alle Texte gelesen gegenüber 30% der Befragten, die geführt durch die Ausstellung gingen.

³⁴ Im Fragebogen wurde die genaue Aufenthaltszeit in Minuten erhoben und dann entsprechend der 4 Kategorien „Bis 60 Minuten“, „61 bis 90 Minuten“, „91 bis 120 Minuten“, „Mehr als 120 Minuten“ zusammengefasst. Sign.: 0.052; $\chi^2 = 7,721$.

³⁵ 5% der Befragten machten zu dieser Frage keine Angabe.

Grafik 36: Interesse an den Texten und Teilnahme an einer Führung (Angaben in Prozent)³⁶




 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

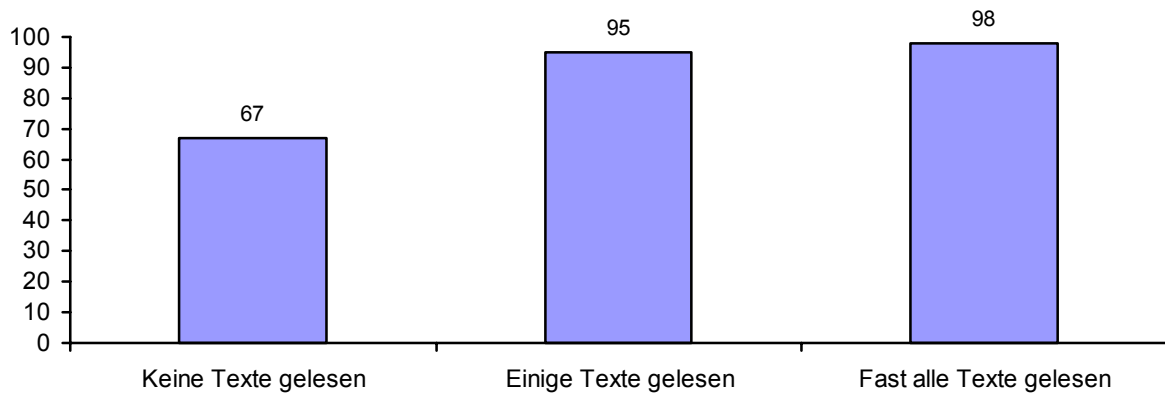
Im Folgenden wurden nur die 164 Befragten untersucht, die nicht an einer Führung teilgenommen haben und die Texte daher in großem Umfang teilweise oder ganz gelesen hatten. Im Unterschied zu den Ergebnissen der bisherigen Landesausstellungen zeigten sich diesmal keine signifikanten Zusammenhänge zwischen Textinteresse und individuellen Merkmalen der Besucher/innen.

3.3.7 Kenntnisnahme der Objektbeschriftungen

Neben den Texten stellen auch die Objektbeschriftungen eine wichtige Möglichkeit dar, um Informationen über die Ausstellungsgegenstände zu erhalten. Eine überwältigende Mehrheit (93%) der Befragten hat die Objektbeschriftungen gelesen, lediglich 4% haben die Objektbeschriftungen nicht zur Kenntnis genommen und 3% machten hierzu keine Angabe. Dabei zeigt sich ein deutlicher Zusammenhang mit der Nutzung der Ausstellungstexte (*Grafik 37*). Befragte, die einige oder alle Texte gelesen haben, haben auch häufiger die Objektbeschriftungen zur Kenntnis genommen als diejenigen, die keine Texte gelesen haben.

³⁶ Sign.: 0.000; Chi² = 15,507.

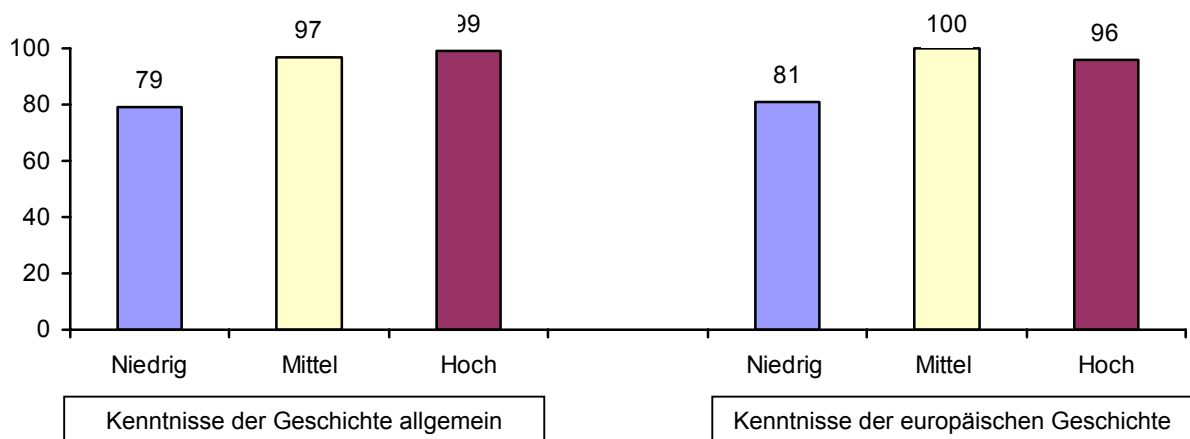
Grafik 37: Kenntnisnahme der Objektbeschriftungen und Interesse an den Texten (Angaben in Prozent)³⁷



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Die Wahrnehmung der Objektbeschriftungen ist zudem abhängig von bestimmten Besuchermerkmalen. So haben deutlich mehr Befragte unter 18 Jahren keine Objektbeschriftungen gelesen als alle anderen Altersgruppen (38% gegenüber 4% in der Gruppe der 60-Jährigen und älteren).³⁸ Ebenso haben öfters die Befragten mit mittleren und hohen Kenntnissen der Geschichte allgemein bzw. der europäischen Geschichte die vorhandenen Exponatbeschriftungen gelesen als die Vergleichsgruppe mit den niedrigen Kenntnissen (*Grafik 38*).

Grafik 38: Kenntnisnahme der Objektbeschriftungen und Kenntnisse der Geschichte allgemein bzw. der europäischen Geschichte (Angaben in Prozent)³⁹



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

³⁷ Sign.: 0.012; Chi² = 8,870.

³⁸ Sign.: 0.000; Chi² = 26,672.

³⁹ Kenntnisse der Geschichte allgemein: Sign.: 0.001; Chi² = 14,443; Kenntnisse der europäischen Geschichte: Sign.: 0.000; Chi² = 20,956.

Untersucht man schließlich noch die beiden über die Clusteranalyse gewonnenen Besuchergruppen, so zeigt sich, dass die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ häufiger keine Objektbeschriftungen gelesen haben als die „Älteren Habituellen Besucher“ (10% gegenüber 1%).⁴⁰

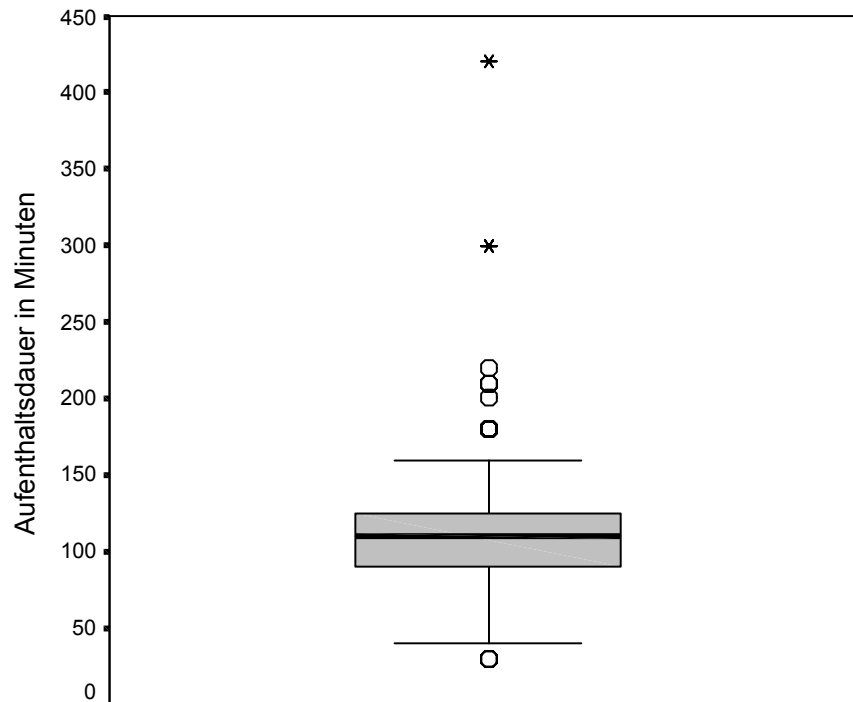
3.3.8 Intensität des Ausstellungsbesuchs

Die Rezeption einer Ausstellung ist unter anderem davon abhängig, wie intensiv die Ausstellungsbesucher/innen sich mit ihr befassen. In der vorliegenden Untersuchung ist diese Intensität über zwei Dimensionen ermittelt worden. Zum einen wurden die befragten Ausstellungsbesucher/innen gebeten, anzugeben, ob sie „das erste Mal“ in der Ausstellung sind, bzw. ob sie die Ausstellung vorher schon einmal besucht haben. Zum anderen wurden die Besucher/innen nach der Dauer ihres Aufenthaltes in der Ausstellung befragt.

87% der Befragten waren zum Zeitpunkt der Untersuchung zum ersten Mal in der Ausstellung (*siehe 3.3.2*).

In der Ausstellung verbrachten die Befragten im Durchschnitt 115 Minuten, jeweils die Hälfte der Ausstellungsbesucher/innen war länger bzw. kürzer als 110 Minuten in den Ausstellungsräumen (*Grafik 39*). Ein Viertel des Publikums blieb nur bis zu 90 Minuten, das obere Viertel blieb über 125 Minuten. Die kürzeste Besuchszeit betrug 30 Minuten, die längste Aufenthaltsdauer lag bei 420 Minuten. Insgesamt ist die Streuung der Aufenthaltsdauer allerdings relativ gering; die Standardabweichung beträgt rund 50 Minuten.

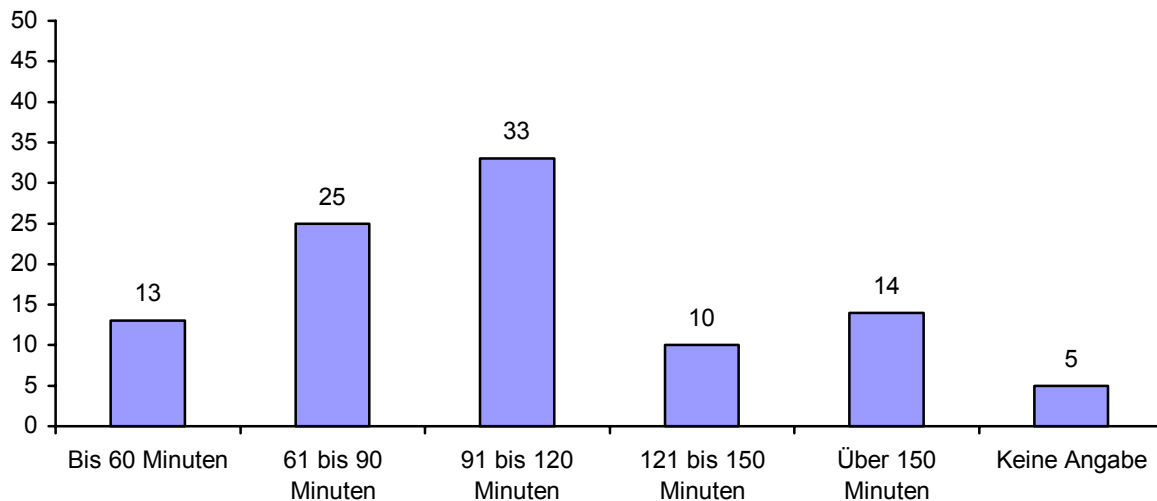
⁴⁰ Sign.: 0.003; Chi² = 9,095.

Grafik 39: Aufenthaltszeit der Besucher/innen (Boxplot)


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Fasst man die Besuchszeiten zusammen⁴¹, so zeigt sich, dass 38% der Befragten (Grafik 40) bis zu eineinhalb Stunden in der Ausstellung blieben, ein etwas geringerer Anteil von 33% zwischen eineinhalb und zwei Stunden und etwa ein Viertel der Befragten hielten sich über zwei Stunden in der Ausstellung auf.

⁴¹ Im Fragebogen wurde die genaue Aufenthaltszeit in Minuten erhoben und dann entsprechend der 5 Kategorien "Bis 60 Minuten", "61 bis 90 Minuten", "91 bis 120 Minuten", „121 bis 150 Minuten“ „Über 150 Minuten“ zusammengefasst.

Grafik 40: Aufenthaltszeit der Besucher/innen (Angaben in Prozent)⁴²


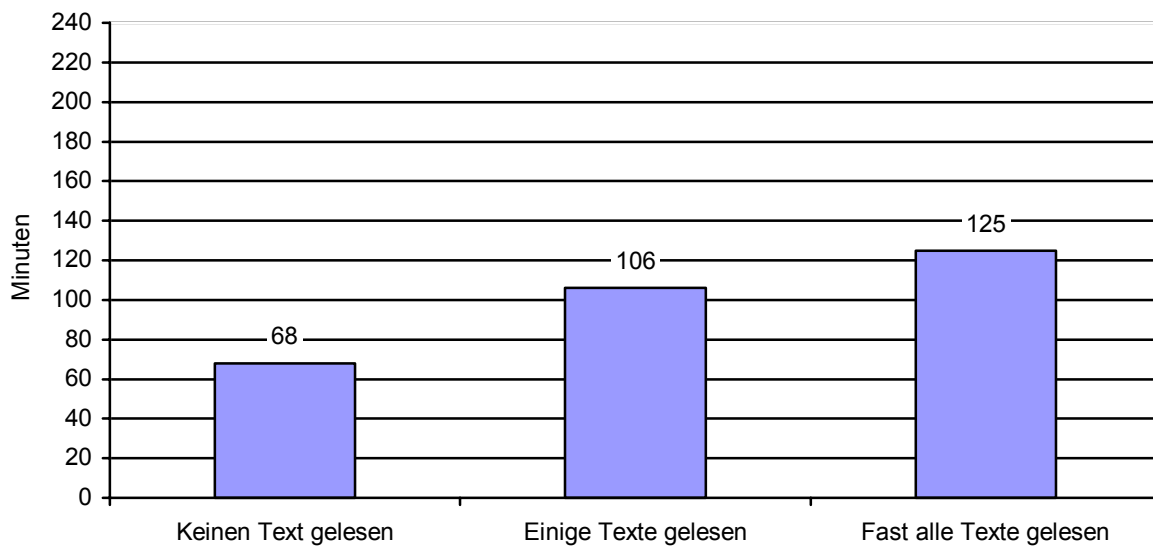
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Untersucht man die Aufenthaltszeit der Besucher/innen bezüglich der beiden über die Clusteranalyse gewonnenen Besuchergruppen, so zeigt sich, dass die „Älteren Habituellen Besucher“ länger in der Ausstellung blieben als die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ (120 Minuten gegenüber 103 Minuten).⁴³

Im Folgenden wird außerdem davon ausgegangen, dass Besucher/innen, welche die Ausstellung intensiv rezipieren, indem sie z.B. fast alle Texte lesen, sehr viel mehr Zeit in der Ausstellung verbringen als solche Besucher/innen, die das zusätzliche Informationsangebot nicht oder weniger nutzen. Diese Annahme konnte bestätigt werden. Es zeigt sich (*Grafik 41*), dass die Besucher/innen umso länger in der Ausstellung sind, je umfangreicher sie die textlichen Informationen in Anspruch nehmen.

⁴² Im Fragebogen wurde die genaue Aufenthaltszeit in Minuten erhoben und dann entsprechend der 5 Kategorien „Bis 60 Minuten“, „61 bis 90 Minuten“, „91 bis 120 Minuten“, „121 bis 150 Minuten“, „Mehr als 120 Minuten“ zusammengefasst.

⁴³ Sign.: 0.018; F = 5,719.

Grafik 41: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Minuten und Textnutzung⁴⁴


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Weiterhin lässt sich ein Zusammenhang zwischen dem Wiederholungsbesuch und der in der Ausstellung verbrachten Zeit feststellen. So waren die Befragten, welche die Ausstellung zum wiederholten Male besuchten, deutlich länger in der Ausstellung als die Befragten, die zum erstenmal in der Ausstellung waren (135 Minuten gegenüber 110 Minuten).⁴⁵

3.4 Wahrnehmung und Bewertung der Ausstellungsinhalte

3.4.1 Bewertung der einzelnen Ausstellungsabteilungen

Auch bei dieser Besucherbefragung war es eine zentrale Aufgabe festzustellen, wie die Besucher/innen das Ausstellungskonzept und die Inszenierung der unterschiedlichen Ausstellungsbereiche aufnahmen und wie sie diese bewerteten. Um ein differenziertes Bild zu erhalten, wurde das Ausstellungspublikum aufgefordert, die einzelnen Abteilungen der Ausstellung nach dem Schulnotensystem zu benoten.

⁴⁴ Sign.: 0.010; F = 4,744.

⁴⁵ Sign.: 0.007; F = 7,369.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass alle Abteilungen positiv bewertet werden. Fasst man die Kategorien „sehr gut“ und „gut“ zusammen, so ergibt sich, dass zwischen etwa 55% („Passionen und Reliquien: Das Neue Stift Halle“) und ca. 71% („Spurensuche: Zur Person Grünwalds“) der Besucher/innen die abgefragten Abteilungen positiv beurteilen. Negative Bewertungen („mangelhaft“ oder „ungenügend“) vergeben lediglich 2% („Spurensuche: Zur Person Grünwalds“) bis 7% („Holdselig und correct: Grünwalds Bilder“) der Befragten. Die Durchschnittsnoten ergeben eine eindeutige Rangfolge (Tabelle 3).⁴⁶ Am besten beurteilt wurde die Abteilung „Spurensuche: Zur Person Grünwalds“, die von über einem Drittel der Befragten die Note „sehr gut“ und von einem weiteren Drittel die Note „gut“ erhielt. Im Vergleich am schlechtesten, aber immer noch gut bewertet wurde die Abteilung „Passionen und Reliquien: Das Neue Stift Halle“.

Tabelle 3: Bewertung der Ausstellungsabteilungen

	1 sehr gut	2 gut	3 befriedigend	4 ausreichend	5 mangelhaft	6 ungenügend	Keine Angabe	Mittelwert
Spurensuche: Zur Person Grünwalds	87 38,8%	71 31,7%	23 10,3%	3 1,3%	3 1,3%	1 0,4%	36 16,1%	1.76
„Holdselig und correct“: Grünwalds Bilder	79 35,3%	68 30,4%	16 7,1%	5 2,2%	7 3,1%	8 3,6%	41 18,3%	2.00
Stiftungen für das Seelen- heil: Heller-Altar und Maria-Schnee-Altar	61 27,2%	77 34,4%	24 10,7%	6 2,7%	5 2,2%	4 1,8%	47 21,0%	2.03
Passionen und Reliquien: Das Neue Stift Halle	56 25%	66 29,5%	36 16,1%	5 2,2%	4 1,8%	4 1,8%	53 23,7%	2.11
Gesamtbewertung	283 31,6%	282 31,5%	99 11,0%	19 2,1%	19 2,1%	17 1,9%	177 19,8%	1.98



Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung ‚Grünwald‘
München, 2003

3.4.2 Einflussfaktoren auf die Bewertungen der Besucher/innen

In mehreren vorausgegangenen Besucherbefragungen für das Haus der Bayerischen Geschichte wurde analysiert, welche Faktoren - wie etwa eine Führungsteilnahme, der Kauf eines Ausstellungskataloges usw. - und welche individuellen Merkmale und Eigenschaften (Alter, Bildungsniveau usw.) die Bewertung der Ausstellung beeinflussen.⁴⁷ Diesen Fragen ist auch im Rahmen der vorliegenden Untersuchung nachgegangen worden.

⁴⁶ Siehe hierzu die Spalte „Mittelwert“ in Tabelle 2.

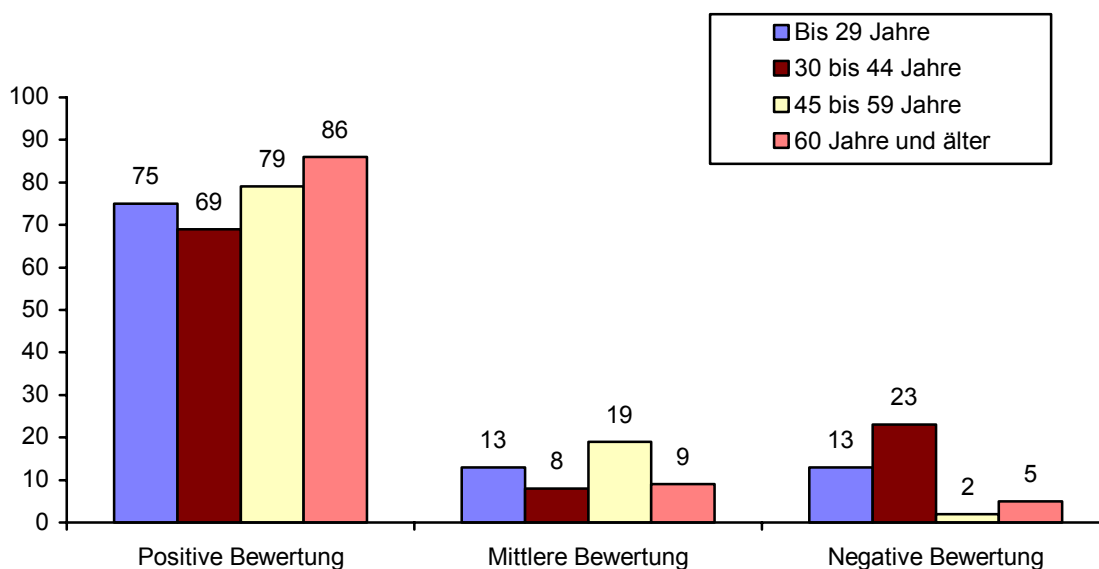
⁴⁷ Vgl. die Ergebnisberichte des Sozialwissenschaftlichen Instituts München.

Überprüft werden hier alle theoretisch sinnvollen Beziehungen, wobei an dieser Stelle nur jene Ergebnisse dokumentiert werden, die auf einen signifikanten Zusammenhang zwischen den genannten Einflussfaktoren bzw. Besuchermerkmalen und den Bewertungen hinweisen.

3.4.2.1 Bewertung der Ausstellung und Alter der Besucher/innen

Die Ergebnisse der Besucherbefragung zur Landesausstellung 2002/03 zeigen nur hinsichtlich der Bewertung der Abteilung „Holdselig und correct: Grünwalds Bilder“ einen Zusammenhang mit dem Alter der Befragten (*Grafik 42*). Diese Ausstellungsabteilung wird von den älteren Befragten deutlich positiver eingeschätzt als von den jüngeren.

Grafik 42: Bewertung der Abteilung „Holdselig und correct“ und Alter der Besucher/innen (Angaben in Prozent)⁴⁸

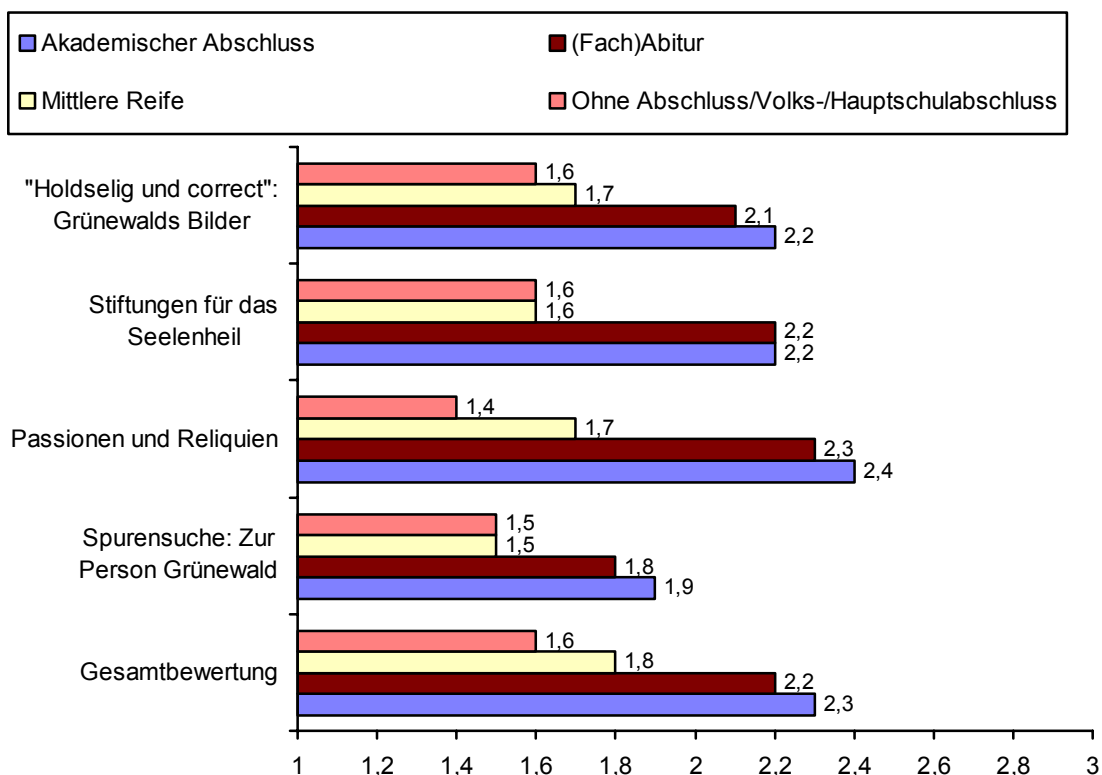


⁴⁸ Für diese Berechnung wurden die Kategorien der Ursprungsvariablen zur Bewertung der einzelnen Ausstellungsabteilungen zusammengefasst: Sehr gut und gut = positive Bewertung, befriedigend und ausreichend = mittlere Bewertung, mangelhaft und ungenügend = negative Bewertung. Sign.: 0.022; Chi² = 14,796.

3.4.2.2 Bewertung der Ausstellung und Bildung der Besucher/innen

Für die Bewertung der Ausstellung spielt auch die formale Bildung der Befragten eine Rolle. So wird die Ausstellung umso besser bewertet, je niedriger der Bildungsstand der Befragten ist.⁴⁹ Im Durchschnitt beurteilen die Akademiker die Ausstellung nur mit 2,3, wohingegen die Befragten ohne Abschluss bzw. mit Volks-/Hauptschulabschluss im Schnitt die Note 1,6 vergaben (*Grafik 43*).⁵⁰

Grafik 43: Bewertung der Ausstellung bzw. Ausstellungsabteilungen und Bildung der Besucher/innen (Mittelwerte)⁵¹



⁴⁹ Pearson's: 0,298; Sign.: 0.000.

⁵⁰ Die hier und für die folgenden Analysen angegebenen Mittelwerte bilden den Gesamtindex aus der Bewertung aller Ausstellungsabteilungen ab. Zur Berechnung des Gesamtindex wurden die jeweiligen Einzelbewertungen summiert und durch die Gesamtanzahl der Abteilungen dividiert. Die so erhaltenen Werte wurden schließlich entsprechend der Bewertungen von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend gerundet.

⁵¹ "Holdselig und correct": Sign.: 0.063; Chi² = 2,473; Stiftungen für das Seelenheil: Sign.: 0.004; Chi² = 4,563; Passionen und Reliquien: Sign.: 0.000; Chi² = 6,488; Spurensuche: Zur Person Grünwald: Sign.: 0.025, Chi² = 3,179; Gesamtbewertung: Sign.: 0.002; F = 5,196.

3.4.2.3 Bewertung der Ausstellung und Interessen/Kenntnisse der Besucher/innen

Ein Zusammenhang zwischen den Bewertungen der Ausstellung und der Selbsteinschätzung der eigenen Kenntnisse und Interessen ergibt sich in Bezug auf die Kategorie "Kenntnisse der Geschichte allgemein". Diejenigen Besucher/innen, die diese Kenntnisse als „hoch“ bzw. „mittel“ (2,3 bzw. 2,0) einschätzten, bewerteten die Landesausstellung 2002/03 signifikant schlechter als diejenigen Befragten, die diese Kenntnisse selbst lediglich als „niedrig“ bezeichneten (1,4).⁵²

Hinsichtlich der Bewertung der einzelnen Ausstellungsabteilungen zeigen sich ähnliche Ergebnisse für den Zusammenhang zwischen den allgemeinen Geschichtskenntnissen und der Bewertung der Abteilung „Passionen und Reliquien: Das Neue Stift Hall“. Auch diesen Ausstellungsbereich benoten die Befragten mit „hohen“ bzw. „mittleren“ allgemeinen Geschichtskenntnissen (2,3 bzw. 2,1) im Schnitt schlechter als die Befragten mit „niedrigen“ Kenntnissen (1,2).⁵³ Vergleichbare Ergebnisse zeigen sich weiterhin hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen den Kenntnissen der europäischen Geschichte und der Bewertung der Abteilung „Stiftungen für das Seelenheil“ („niedrig“: 1,5; „mittel“: 2,0; „hoch“: 2,3).⁵⁴

3.4.3 Bewertung der beiden Grünwald-Ausstellungen

Neben der Landesausstellung 2002/03 des HdBG in Aschaffenburg zu Grünwald fand parallel eine Ausstellung mit dem Thema „Grünwald in der Moderne“ in der Städtischen Galerie statt. Von Interesse war es zu erfahren, welche Ausstellung den Besuchern besser gefallen hat und inwieweit soziodemografische Unterschiede dabei eine Rolle spielten.

Insgesamt haben 49 Befragte (22%) beide Ausstellungen besucht und 152 Befragte waren nur in der Landesausstellung (68%)⁵⁵, wobei 68% der Befragten angaben, dass sie die Ausstellung in der Städtischen Galerie noch besuchen möchten.

Von den Befragten, die beide Ausstellungen besucht haben, gab eine Mehrheit von fast zwei Drittel der Befragten an, dass ihnen die Ausstellung „Das Rätsel Grünwald“ besser gefallen hat als die Ausstellung „Grünwald in der Moderne“.⁵⁶

⁵² Sign.: 0.024; F = 3,839.

⁵³ Sign.: 0.013; F = 4,472.

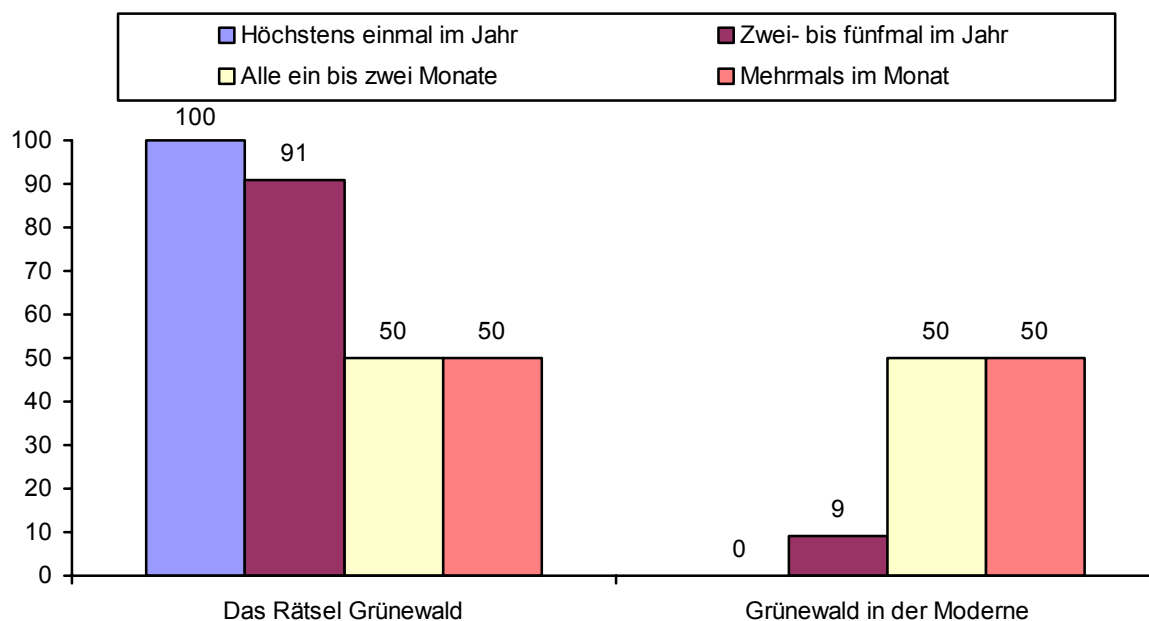
⁵⁴ Sign.: 0.037; F = 3,371.

⁵⁵ 10% der Befragten machten hierzu keine Angaben.

⁵⁶ 18% der Befragten machten hierzu keine Angaben.

Aufgrund der geringen Fallzahl (nur insgesamt acht Befragte gaben an, dass ihnen die Ausstellung „Grünwald in der Moderne“ besser gefallen hat als die Ausstellung „Das Rätsel Grünwald“) konnten keine signifikanten Zusammenhänge mit bestimmten Besuchermerkmalen festgestellt werden. Allein eine Abhängigkeit der Ausstellungspräferenz von der Besuchshäufigkeit ließ sich nachweisen (Grafik 44). So scheint die Ausstellung „Grünwald in der Moderne“ häufiger von den versierten Besuchern als von den Gelegenheitsbesuchern bevorzugt zu werden.

Grafik 44: Ausstellungspräferenz der Ausstellungsbesucher/innen und Ausstellungshäufigkeit (Nur Befragte, die beide Ausstellungen besucht haben; Angaben in Prozent; N = 39)⁵⁷



3.4.4 Eindrucksvollstes Exponat der Ausstellung

Ein weiteres Ziel der Besucherbefragung war es, von den Besucher/innen zu erfahren, welches Exponat der Ausstellung sie am eindruckvollsten fanden. Damit erhalten die Ausstellungsplaner ergänzend zur Bewertung der einzelnen Ausstellungsabteilungen eine weitere Rückmeldung über die „Qualität“ ihrer Ausstellungsstücke sowie über die Konzeption der Ausstellung (was blieb am nachhaltigsten beim Publikum hängen bzw. welche Breite nimmt diese Erinnerung ein?).

⁵⁷ Sign.: 0.024; Chi² = 9,450

61% aller Befragten haben ein Exponat angegeben, das sie nachhaltig beeindruckt hat (*Tabelle 4*). Jeweils etwa jede(r) zehnte dieser insgesamt 137 Besucher/innen findet die "Beweinung Christi" am eindrucksvollsten. Mit etwa 9% der Nennungen folgt der "Isenheimer Altar" und mit jeweils 8% der „Perlenaltar von Plock“ und die „Zeichnungen und Originalbilder“. Die „Stuppacher Madonna“ wurde mit 7% am fünfthäufigsten genannt. Erwähnenswert ist, dass 4% der Befragten ausdrücklich betonten, dass sie alle bzw. viele Exponate sehr beeindruckend fanden. 23% der Besucher/innen machten sonstige Angaben: diese reichen vom "Röntgenbild" über das "Reliquienbuch Albrechts" bis zur "kleinen Sonnenuhr".

Tabelle 4: Eindruckvollste Ausstellungsobjekte (Mehrfachantworten möglich; N = 137)

	Eindrucksvollstes Ausstellungsobjekt	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Beweinung Christi	18	13
2.	Isenheimer Altar	13	9
3.	Perlenaltar von Plock	11	8
3.	Zeichnungen und Originalbilder	11	8
5.	Stuppacher Madonna	10	7
6.	Heller Altar	8	6
7.	Maria Schnee Alter	5	4
8.	Plock-Bibel	5	4
9.	Pudella aus der Stiftskirche	5	4
10.	Bildpräsentationen	5	4
11.	Jonas und der Wal	3	2
11.	Kreuzigung und Kreuzgang	3	2
13.	Kruzifix von Grünwald	2	2
14.	Mehrere, Viele, Alles	6	4
15.	Sonstige Nennungen	32	23

3.4.5 Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung

Ein weiteres Ziel der Befragung war es, zu erfahren, wie die optische Präsentation der Ausstellung bei den Besucher/innen ankam. Es zeigt sich, dass die überwiegende Mehrheit der Befragten, das äußere Erscheinungsbild der Ausstellung positiv einschätzten; die Durchschnittsnote betrug 2,1. Dabei fanden 35% der Befragten die optische Präsentation "sehr gut" und 41% "gut". Nur 4% der Befragten waren mit ihr nicht zufrieden (jeweils 2% bewerteten sie als "mangelhaft" bzw. "ungenügend").

Vergleicht man die Bewertung der optischen Präsentation mit der Gesamtbewertung der Ausstellung, so lässt sich ein eindeutiger Zusammenhang feststellen: Die Ausstellung wird insgesamt umso besser bewertet, je besser den Befragten die optische Präsentation der Ausstellung gefällt und umgekehrt.⁵⁸ Entsprechend zeigt sich, dass diejenigen Befragten, welche das äußere Erscheinungsbild der Ausstellung positiv bewerten auch die einzelnen Abteilungen positiv beurteilen.⁵⁹

Ähnliches gilt für das Verhältnis zwischen der Bewertung der Textverständlichkeit bzw. der Objektbeschriftungen und der Beurteilung der optischen Präsentation. Diese wird um so positiver eingeschätzt, je positiver die Verständlichkeit der Texte bzw. der Objektbeschriftungen bewertet wird.⁶⁰

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Besucher/innen der Ausstellung einen gewissen "Gesamteindruck" der Ausstellung entwickeln, der sich auf die Bewertung der einzelnen Kriterien eher positiv oder eher negativ auswirkt. Dabei ist zu erwarten, dass es nur bei einer deutlichen Abweichung von diesem gewonnenen Gesamteindruck zu einer differenzierteren Bewertung kommt. Für die Landesausstellung in Aschaffenburg lassen sich in diesem Sinne keine "Ausreißer" feststellen. Insgesamt vermittelt die Ausstellung ein harmonisches Gesamtbild.

Bei der Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung zeigen sich außerdem bildungsspezifische Effekte und Abhängigkeiten vom künstlerischen Interesse der Befragten: Die optische Präsentation der Ausstellung wird dabei umso schlechter

⁵⁸ Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,677.

⁵⁹ „Holdselig und correct: Grünwalds Bilder“: Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,653; „Stiftungen für das Seelenheil: Heller-Altar und Maria-Schnee-Altar: Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,654, „Passionen und Reliquien: Das Neue Stift Halle“: Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,524; „Spurensuche: Zur Person Grünwalds“: Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,506.

⁶⁰ Textverständlichkeit: Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,362; Verständlichkeit der Objektbeschriftungen: Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,343.

bewertet, je höher gebildet die Befragten sind⁶¹ bzw. je höher das Interesse der Befragten an Kunst und Malerei ist.⁶² Dieses Ergebnis wird verständlich, wenn man davon ausgeht, dass Höhergebildete und -interessierte insgesamt kritischer mit ihrer Umwelt umgehen und dementsprechend generell zu negativeren Bewertungen tendieren.

3.4.6 Über die Ausstellung vermittelte Informationen

Von Interesse war es auch zu erfahren, ob es gelang, mit der Ausstellung neue Informationen zu vermitteln. Dazu konnten die Befragten in Stichworten angeben, welche Informationen für sie neu waren. Insgesamt wurden von den Befragten 124 Angaben gemacht (*Tabelle 5*). An erster Stelle stehen mit 17 Nennungen (13%) Informationen über „Grünwald als Maler und Künstler und seine Beziehungen zu den anderen Künstlern“ seiner Zeit, gefolgt vom Thema „Grünwald und seine Zeit“ allgemein mit 14 Nennungen (11%). An dritter Stelle wurde „das Leben Grünwalds allgemein“ mit 12 Nennungen (10%) genannt. Dass das „Rätsel Grünwald“ nach wie vor besteht, wurde als neue Information von 9% der Befragten an vierter Stelle genannt. 3% der Besucher/innen gaben unspezifisch an, „viele“ neue Informationen gewonnen zu haben. Neben den kategorisierten Angaben wurden 30 Nennungen als "sonstige neue Informationen" zusammengefasst. Unter diesen Statements befinden sich Aussagen wie "Von Hans Plock wusste ich vorher nichts", "Stellung Aschaffenburgs um 1500" und "Reise nach Colmar". Nur 6% der Befragten führten explizit an, die Ausstellung habe ihnen keine neuen Informationen geliefert. Dies ist jedoch ein im Vergleich zu anderen Ausstellungen üblicher Wert.⁶³

⁶¹ Sign.: 0.000; Pearson`s r = 0,261.

⁶² Sign.: 0.003; Pearson`s r = 0,215.

⁶³ So waren in der Besucherbefragung zur Landesausstellung "Geschichte der Frauen in Bayern" in Ingolstadt für 11% der Befragten keine Informationen neu. In der Besucherbefragung zur Landesausstellung "Bavaria – Germania – Europa. Geschichte auf Bayerisch" gaben 6% an, dass sie keine neuen Informationen erhalten haben und in der Besucherbefragung zur Landesausstellung „Kaiser Heinrich II. 1002 – 1024“ in Bamberg waren es 9%.

Tabelle 5: Neue über die Ausstellung vermittelte Informationen (Mehrfachantworten möglich; N = 124)

	Neue Informationen	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Grünewald als Maler und Künstler; Bezug zu anderen Künstlern	17	13
2.	Grünewald und seine Zeit	14	11
3.	Das Leben Grünewalds allgemein	12	10
4.	Das Rätsel „Grünewald“ bleibt bestehen	11	9
5.	Auffrischung und Erweiterung von Geschichtskennnissen	7	6
6.	Geschichtliche Zusammenhänge; Geschichte allg.	7	6
7.	Bezug zu Albrecht von Brandenburg	7	6
8.	Verschiedene Berufe Grünewalds	6	5
9.	Sonstige neue Informationen	30	24
10.	Einige neue Informationen bzw. Detailkenntnisse	3	2
11.	Alle bzw. viele Informationen sind neu	4	3
12.	Keine bzw. wenige neue Informationen	6	5



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünewald‘
 München, 2003

3.4.7 Vorstellung über Grünewald nach dem Ausstellungsbesuch

Der Fragebogen sollte weiterhin erfassen, welche Vorstellungen von Grünewald nach dem Besuch der Ausstellung vorhanden waren (*Tabelle 6*). Von Interesse war dabei, zu erfahren, ob und inwieweit die Ausstellungsinhalte zu einer Erweiterung oder Veränderung dieser Vorstellungen geführt haben.

Insgesamt wurden dazu von den Befragten 115 Angaben gemacht. Dabei gaben nur 5% der Befragten an, dass sich ihre Vorstellungen nach dem Ausstellungsbesuch nicht verändert haben.

Mit 17 Nennungen (15%) antworteten die meisten Befragten, dass sie Grünewald für ein „Genie bzw. einen genialen Künstler“ halten. 12% der Besucher/innen verbanden mit Grünewald vor allem seine „Vielseitigkeit“. An dritter Stelle folgen mit jeweils 9% die Vorstellung von Grünewald als einer „rätselhaften Persönlichkeit“ bzw. als „fortschrittlich und seiner Zeit voraus.“ Neben den kategorisierten Angaben wurden 38 Nennungen als "Sonstige Nennungen" zusammengefasst. Unter diesen Statements befinden sich Aussagen wie "er hat Lichtblicke geschaffen in der dunkelsten Zeit des

älteren Mittelalters“, „Hat sich gelohnt“, „Etwas weniger rätselhaft als zuvor“, „Einblicke in die Zeit um 1500“, „Ich liebe und verehere ihn noch mehr“ und „Völlig an Grünwald vorbei“.

Tabelle 6: Vorstellungen über Grünwald nach dem Ausstellungsbesuch (Mehrfachantworten möglich; N = 115)

	Vorstellung über Grünwald	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Genie, genialer Künstler	17	15
2.	Vielseitigkeit	14	12
3.	Räselhafte Persönlichkeit	10	9
4.	Fortschrittlich, seiner Zeit voraus	10	9
5.	Großer Maler bzw. Meister des Mittelalters	9	8
6.	Ausdrucksstark, ausdrucksstarke Bilder	6	5
7.	Verkannter Künstler	5	4
8.	Keine neue Vorstellung	6	5
9.	Sonstige Nennungen	38	33

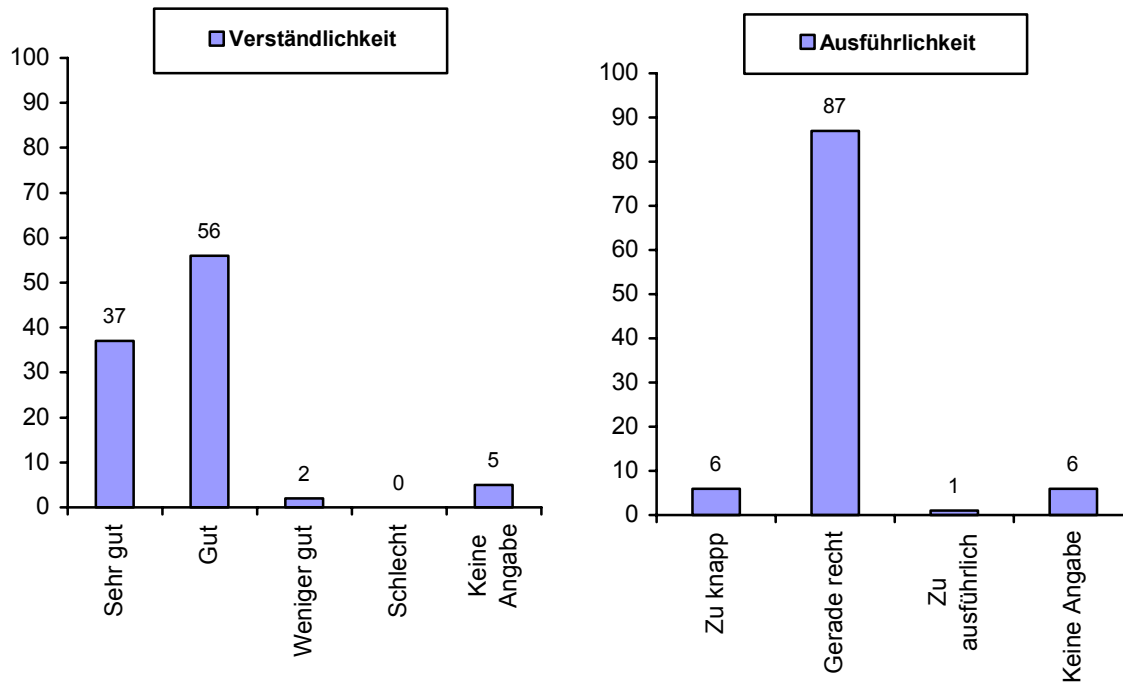


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

3.4.8 Bewertung der Ausstellungstexte

Die Bewertung der Texte zur Ausstellung wurde unter zwei Gesichtspunkten erfasst: der Verständlichkeit und der Ausführlichkeit. Dabei zeigt sich (*Grafik 45*), dass von den Befragten, welche die Texte zumindest teilweise gelesen haben, die überwiegende Mehrheit (93%) die Verständlichkeit sehr gut bzw. gut bewertete und ihre Ausführlichkeit als angemessen empfand (87%).

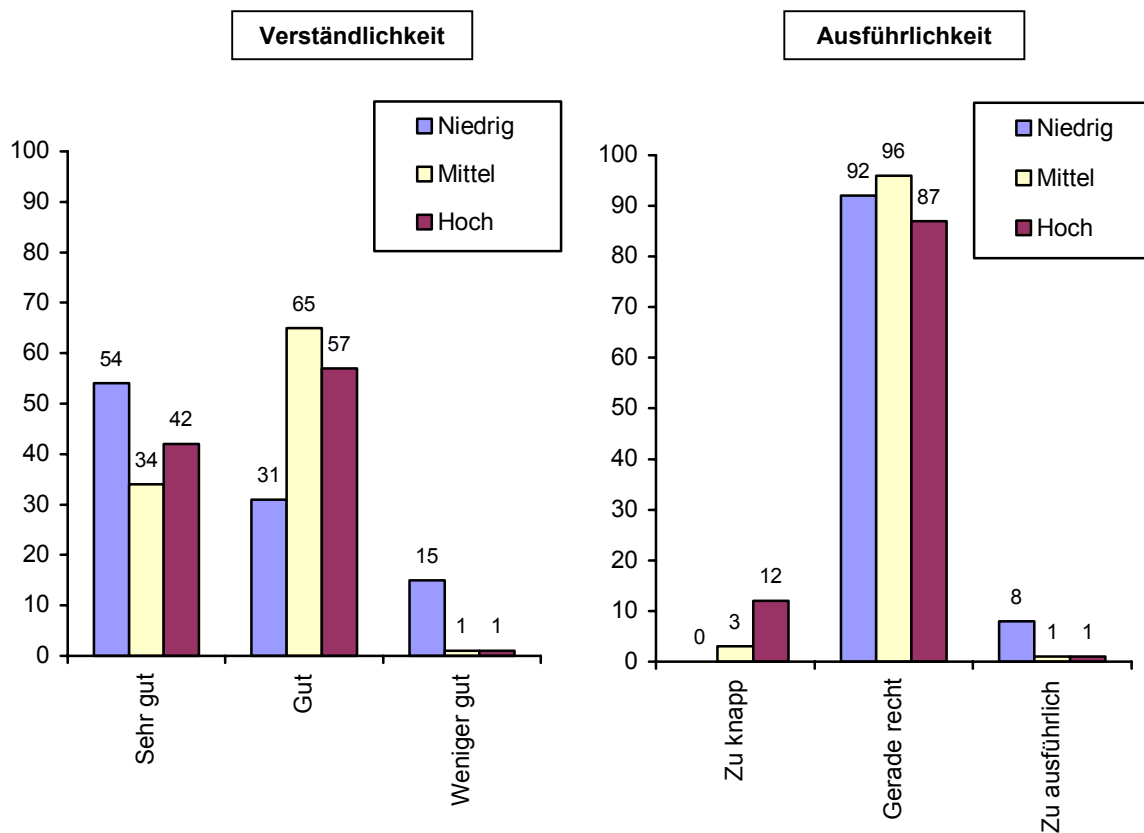
Grafik 45: Verständlichkeit und Ausführlichkeit der gelesenen Texte (Befragte, die Texte gelesen haben; Angaben in Prozent; N = 221)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Sowohl die Bewertung der Verständlichkeit als auch der Ausführlichkeit der Texte ist abhängig von der Einschätzung der allgemeinen Geschichtskennntnisse (*Grafik 46*). So beurteilten die Befragten mit niedrigen Geschichtskennntnissen die Textverständlichkeit häufiger als sehr gut als die Befragten mit mittleren und hohen Kennntnissen. Als zu knapp werden die Texte öfters von den Befragten mit hohen Kennntnissen der Geschichte eingeschätzt als von den Befragten mit mittleren und niedrigen Kennntnissen.

Grafik 46: Verständlichkeit und Ausführlichkeit der gelesenen Texte und Kenntnisse der Geschichte allgemein (Befragte, die Texte gelesen haben; Angaben in Prozent; N = 195)⁶⁴

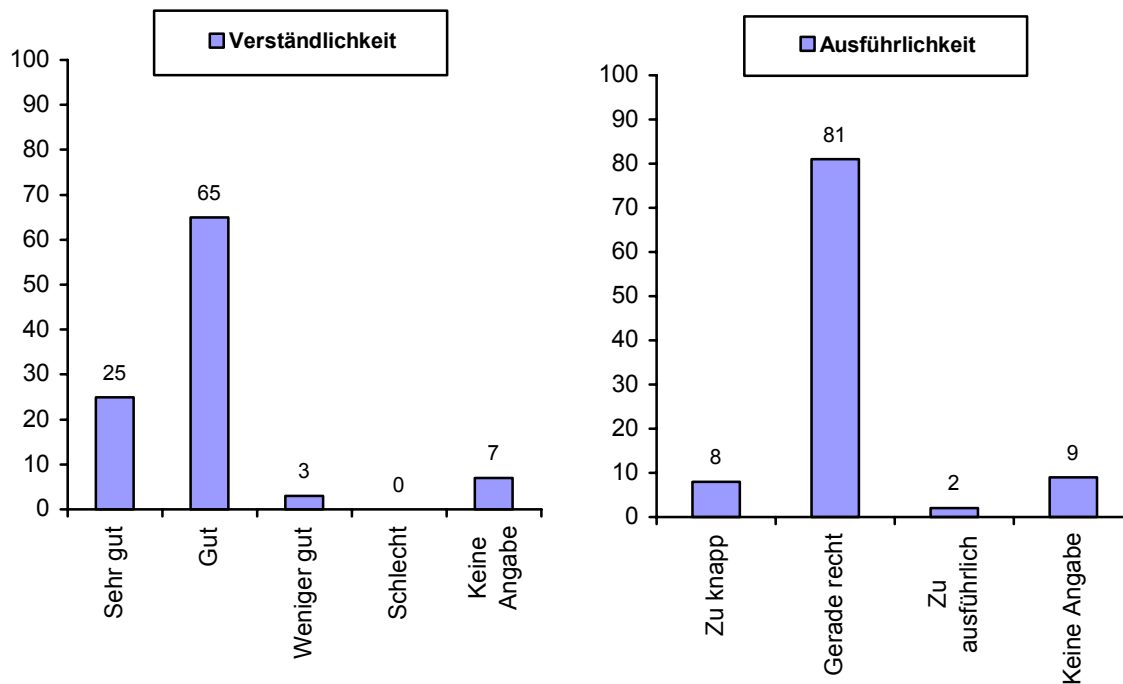



3.4.9 Bewertung der Objektbeschriftungen

Die Bewertung der Objektbeschriftungen wurde ebenfalls unter den zwei Gesichtspunkten der Verständlichkeit und der Ausführlichkeit erfasst (*Grafik 47*). Dabei zeigt sich, dass auch von den Befragten, welche die Objektbeschriftungen gelesen haben, die überwiegende Mehrheit (90%) die Verständlichkeit sehr gut bzw. gut bewertete und ihre Ausführlichkeit als angemessen empfand (81%).

⁶⁴ Verständlichkeit und geschichtliche Kenntnisse: Sign.: 0.003; $\chi^2 = 16,265$; Ausführlichkeit und geschichtliche Kenntnisse: Sign.: 0.025; $\chi^2 = 11,104$

Grafik 47: Verständlichkeit und Ausführlichkeit der Objektbeschriftungen (Befragte, die Texte gelesen haben; Angaben in Prozent; N = 216)



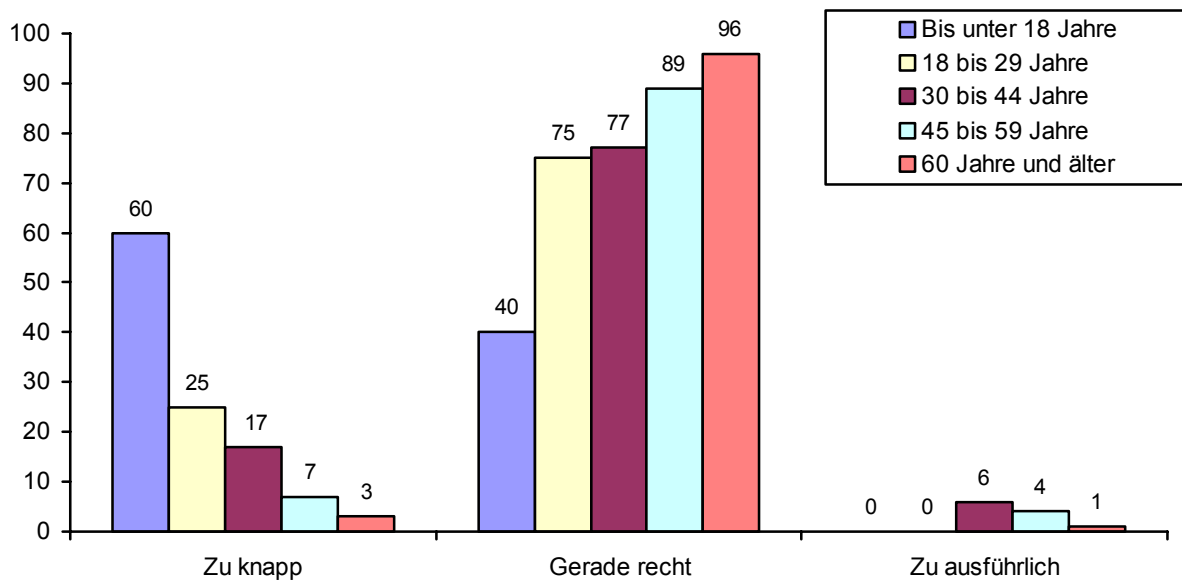

 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Erwartungsgemäß korreliert die Beurteilung der Textverständlichkeit hoch signifikant positiv mit der Verständlichkeit der Objektbeschriftungen: Die Objektbeschriftungen wurden umso verständlicher bewertet, je verständlicher auch die Texte beurteilt wurden.⁶⁵

Die Beurteilung der Ausführlichkeit der Objektbeschriftungen zeigt sich abhängig vom Alter der Befragten (*Grafik 48*). So wurden die Objektbeschriftungen von den älteren Befragten häufiger für angemessen gehalten als von den jüngeren.

⁶⁵ Sign.: 0.000; Pearson`s r = 0,436.

Grafik 48: Ausführlichkeit der Objektbeschriftungen und Alter der Befragten (Angaben in Prozent)⁶⁶

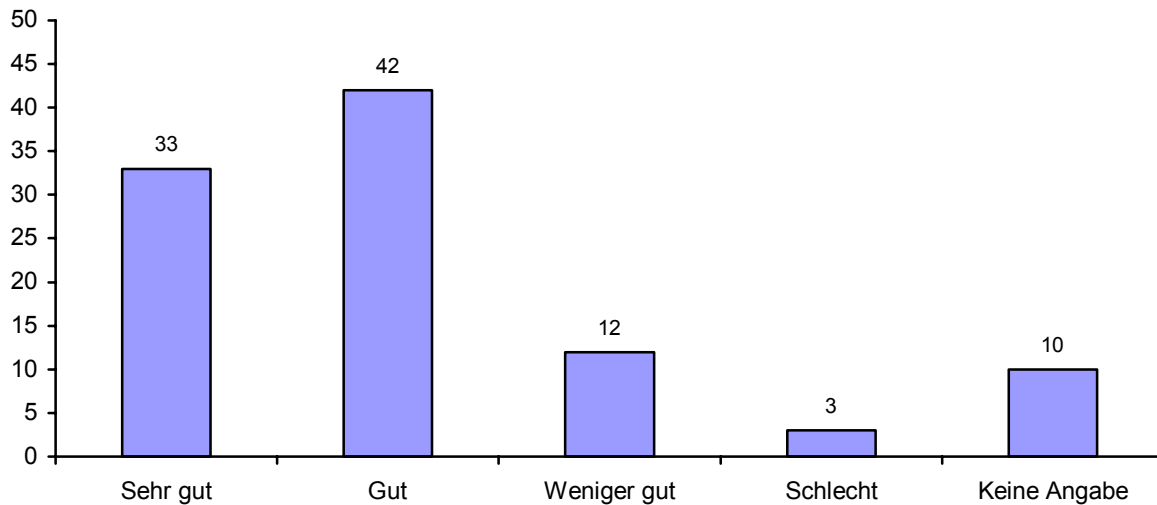



3.4.10 Bewertung der Führungen

Die Bewertung der Führungen ist in der Regel abhängig von der Qualität der einzelnen Führungen, also von ihren inhaltlichen Schwerpunkten und ihrer Darstellung durch das jeweilige Führungspersonal. Ein pauschales Urteil über die Qualität der Führungen in einer Ausstellung kann deshalb nicht problemlos getroffen werden. Dennoch wurde versucht zu erfahren, wie die 56 Befragten (25%), die an einer Führung teilgenommen haben, diese einschätzten (*Grafik 49*). Dabei ergab sich, dass die Qualität der Führung von einer deutlichen Mehrheit (75%) als sehr gut oder gut beurteilt wurde. 12% fanden die Führung jedoch weniger gut und 3% schlecht.

⁶⁶ Sign.: 0.000; Chi² = 30,035.

Grafik 49: Beurteilung der Qualität der Führung
 (Nur Befragte, die an einer Führung teilgenommen haben;
 Angaben in Prozent; N = 56)




 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

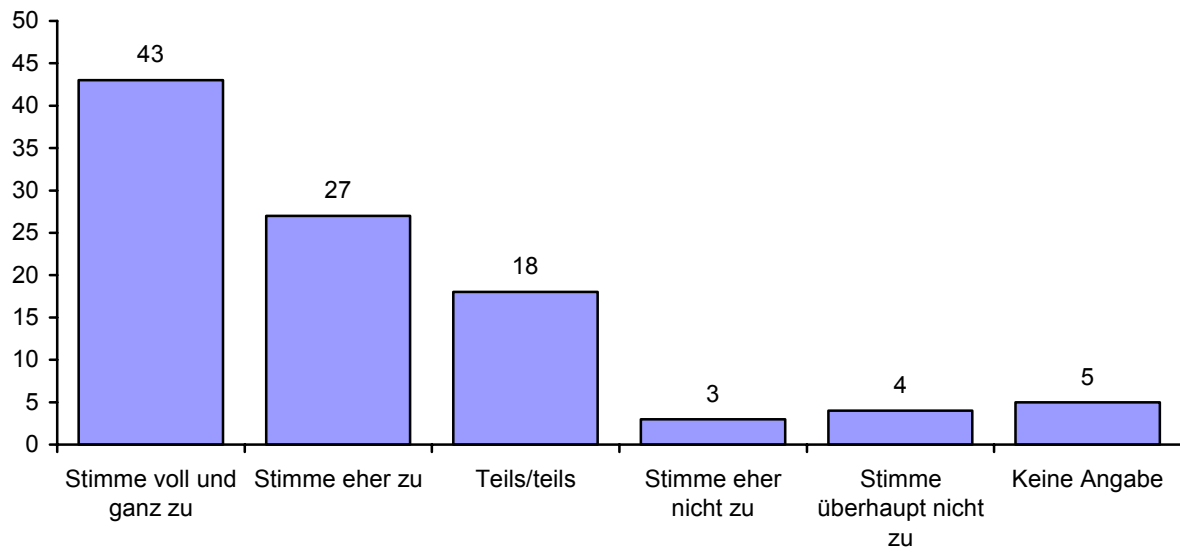
3.5 Interesse und Bewertung der Ausstellungsthematik und -gestaltung

3.5.1 Vermittlung der künstlerischen Bedeutung Grünewalds

In der Landesausstellung 2002/03 wurden nur wenige Originalbilder von Grünwald gezeigt. Deshalb war es von Interesse zu erfahren, ob es trotz dieser Beschränkung gelungen ist, einen Eindruck des Malers Grünwald und seiner Bedeutung zu vermitteln.

Es zeigt sich, dass eine deutliche Mehrheit (70%) einen Eindruck von der künstlerischen Bedeutung Grünewalds vermittelt bekam, obwohl nur wenige Originale von Grünwald gezeigt wurden. Nur 7% der Befragten sahen dies nicht so und stimmten der entsprechenden Aussage eher nicht oder überhaupt nicht zu (*Grafik 50*). Im Mittel wurde die Vermittlungsleistung mit einem Wert von 1,9 gut bewertet.

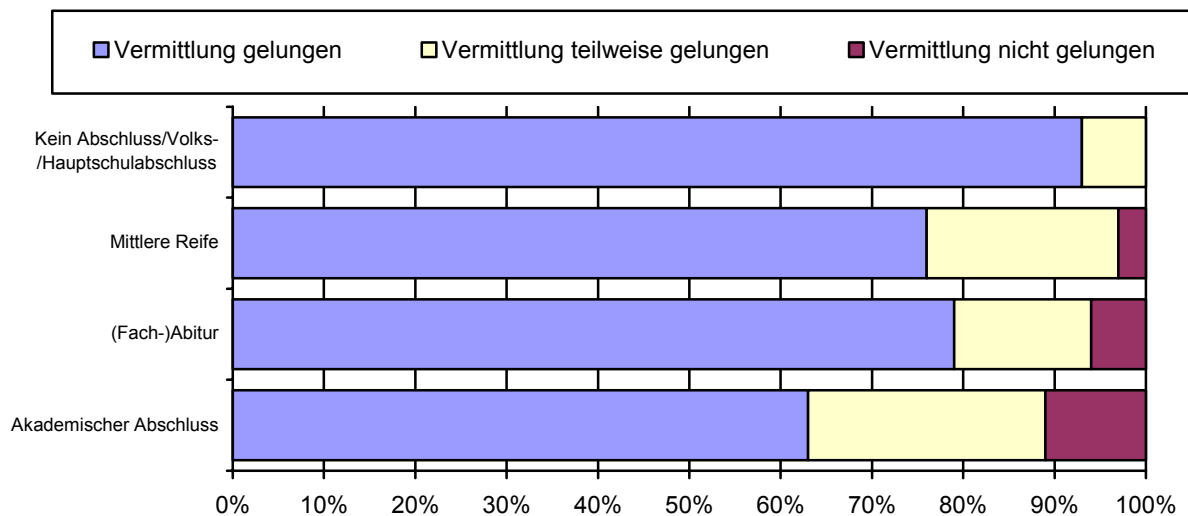
Grafik 50: Einschätzung der Vermittlung der künstlerischen Bedeutung von Grünwald über die Ausstellung (Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Im Folgenden wurde untersucht, inwieweit die Vermittlung der künstlerischen Bedeutung von Grünwald von bestimmten individuellen Merkmalen der Besucher/innen abhängt. Dabei zeigt sich zunächst ein deutlicher bildungsspezifischer Zusammenhang (*Grafik 51*). So halten die Akademiker häufiger als alle anderen Befragten die Vermittlung für misslungen. Demgegenüber ist die Zustimmung bei den Befragten, die über keinen bzw. einen Haupt-/Volksschulabschluss verfügen am größten (93%).

Grafik 51: Einschätzung der Vermittlung der künstlerischen Bedeutung von Grünwald über die Ausstellung und Bildung (Angaben in Prozent)^{67,68}



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung „Grünwald“
 München, 2003

Daneben ergibt sich ein Zusammenhang mit den Kenntnissen der Befragten zur Geschichte allgemein bzw. der europäischen Geschichte. Wiederum gaben die Befragten mit den höheren Kenntnissen in beiden Bereichen deutlich häufiger an, die Vermittlung sei nicht gelungen als die Befragten mit den jeweils niedrigen Kenntnissen (14% bzw. 13% bei den Befragten mit hohen Kenntnissen gegenüber jeweils keinem Befragten mit niedrigen Kenntnissen).⁶⁹

Auch die Einschätzung der Vermittlungsleistung hat einen Einfluss auf die Verweildauer in der Ausstellung. Je länger die Befragten in der Ausstellung blieben, desto besser schätzten sie deren Vermittlungsleistung ein (*Grafik 52*).⁷⁰

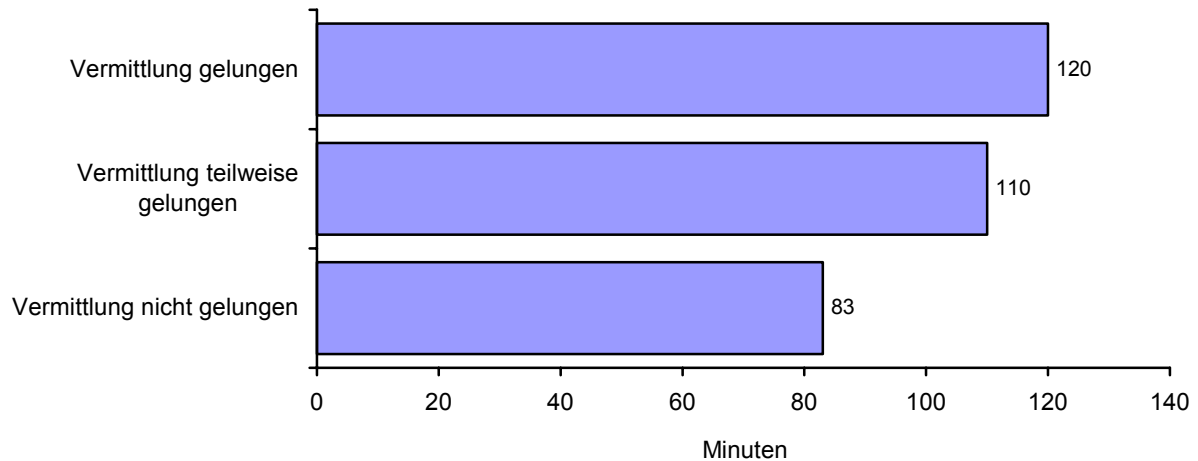
⁶⁷ Für die Berechnungen wurde die Variable zur „Einschätzung der Vermittlung der künstlerischen Bedeutung von Grünwald“ folgendermaßen zusammengefasst: Die beiden Kategorien „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“ zur neuen Kategorie „Vermittlung gelungen“ und die beiden Kategorien „Stimme eher nicht zu“ und „Stimme überhaupt nicht zu“ zur neuen Kategorie „Vermittlung nicht gelungen“. Die Kategorie „Teils/teils“ wurde unbenannt in „Vermittlung teilweise gelungen“.

⁶⁸ Sign.: 0.042; $\chi^2 = 13,080$.

⁶⁹ Geschichtliche Kenntnisse allgemein: Sign.: 0.018; $\chi^2 = 11,958$; Kenntnisse der europäischen Geschichte: Sign.: 0.048; $\chi^2 = 9,610$.

⁷⁰ Sign.: 0.007; Pearson's $r = -0,188$.

Grafik 52: Einschätzung der Vermittlung der künstlerischen Bedeutung von Grünwald über die Ausstellung und Verweildauer in der Ausstellung (Mittelwerte)^{71,72}



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Hoch signifikante Effekte zeigen sich des Weiteren im Zusammenhang mit der Bewertung der optischen Präsentation bzw. der Gesamtbewertung der Ausstellung.⁷³ Die Vermittlungsleistung wird umso besser beurteilt, je besser die optische Bewertung bzw. die Gesamtbewertung der Ausstellung ausfällt.⁷⁴ Die Befragten, welche die Vermittlungsleistung für gelungen hielten bewerteten im Schnitt auch die optische Präsentation und die Ausstellung insgesamt besser als die Befragten, die mit der Vermittlungsleistung nicht zufrieden waren (*Grafik 53*).

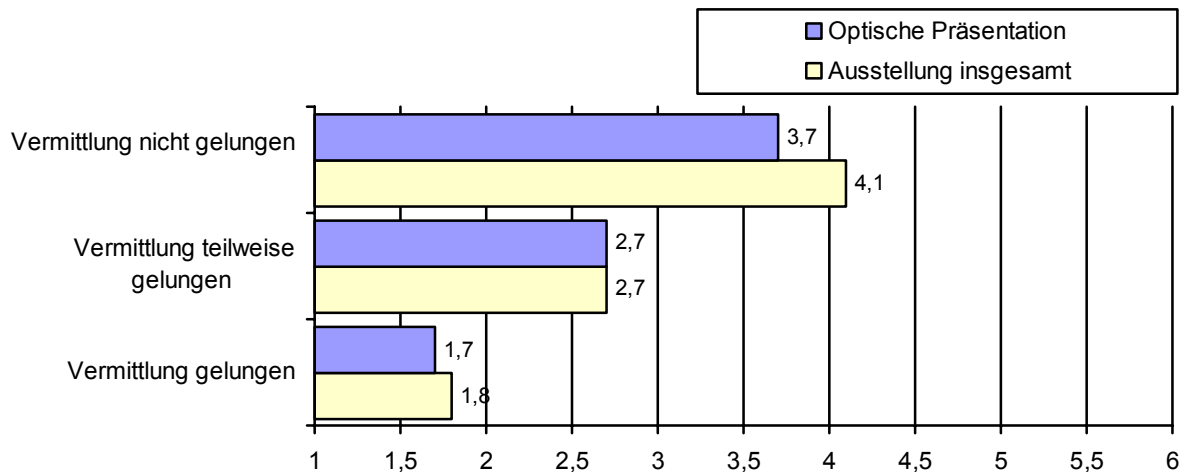
⁷¹ Für die Berechnungen wurde die Variable zur „Einschätzung der Vermittlung der künstlerischen Bedeutung von Grünwald“ folgendermaßen zusammengefasst: Die beiden Kategorien „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“ zur neuen Kategorie „Vermittlung gelungen“ und die beiden Kategorien „Stimme eher nicht zu“ und „Stimme überhaupt nicht zu“ zur neuen Kategorie „Vermittlung nicht gelungen“. Die Kategorie „Teils/teils“ wurde unbenannt in „Vermittlung teilweise gelungen“.

⁷² Sign.: 0.031; $\chi^2 = 3,518$.

⁷³ Die hier und für die folgenden Analysen angegebenen Mittelwerte bilden den Gesamtindex aus der Bewertung aller Ausstellungsabteilungen ab. Zur Berechnung der Gesamtbewertung wurden die jeweiligen Einzelbewertungen summiert und durch die Gesamtanzahl der Abteilungen (4) dividiert. Die so erhaltenen Werte wurden schließlich entsprechend der Bewertungen von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend gerundet.

⁷⁴ Optische Präsentation und Vermittlungsleistung: Sign.: 0.000; Pearson's $r = 0,578$; Gesamtbewertung und Vermittlungsleistung: Sign.: 0.000; Pearson's $r = 0,700$

Grafik 53: Einschätzung der Vermittlung der künstlerischen Bedeutung von Grünwald über die Ausstellung und Bewertung der optischen Präsentation bzw. der Gesamtbewertung der Ausstellung (Mittelwerte)⁷⁵

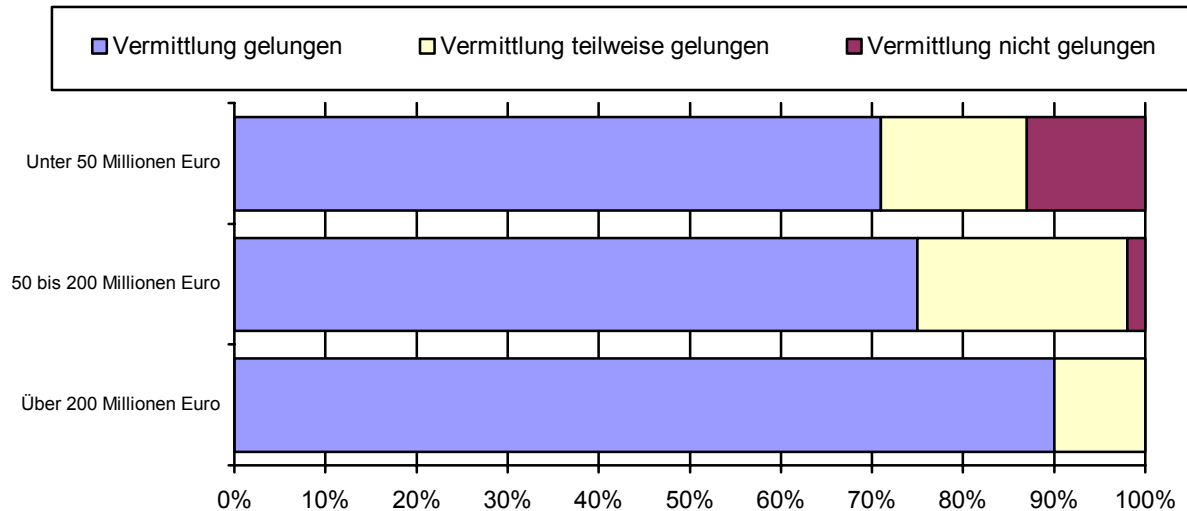


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Ein weiterer Zusammenhang zeigt sich bezüglich der Einschätzung des Versicherungswerts der gesamten Ausstellung (*Grafik 54*). Die Befragten, die den Versicherungswert der Ausstellung eher niedrig einschätzten und damit auch den Wert der Ausstellung selbst, waren auch häufiger mit der Vermittlungsleistung der Ausstellung nicht zufrieden. So waren 13% der Befragten, welche die Versicherungsleistungen eher gering eingeschätzt haben, mit der Vermittlungsleistung nicht zufrieden, wohingegen es unter den Befragten, die die Versicherungssumme hoch einschätzten, niemand war. Umgekehrt waren 91% der Befragten, die eine Versicherungssumme von über 200 Millionen Euro vermuteten, mit der Vermittlungsleistung zufrieden.

⁷⁵ Optische Präsentation der Ausstellung: Sign.: 0.000; F = 40,286; Gesamtbewertung der Ausstellung: Sign.: 0.000; F = 53,162.

Grafik 54: Einschätzung der Vermittlung der künstlerischen Bedeutung von Grünwald über die Ausstellung und Versicherungswert (Angaben in Prozent)^{76, 77}



3.5.2 Hauptinteresse am Maler Grünwald

Des Weiteren war es von Interesse zu erfahren, welches Hauptinteresse die Befragten am Maler Grünwald hatten. Dabei zeigte sich, dass fast drei Viertel der Befragten vor allem am Malergenie Grünwald interessiert waren, 15% interessierten sich dagegen mehr für die religiösen Darstellungen und 11% machten hierzu keine Angaben. Bei der Analyse dieses Hauptinteresses zeigt sich lediglich ein motivationsspezifischer Effekt.

Vergleicht man das Hauptinteresse an Grünwald mit der Motivation der Befragten, so ergibt sich, dass die spezifisch Interessierten häufiger ein Interesse am Malergenie Grünwald zeigten als die Befragten mit einem allgemeinen Interesse an der Ausstellung (89% gegenüber 67%).⁷⁸

⁷⁶ Siehe Anmerkung 70.

⁷⁷ Sign.: 0.042; Chi² = 13,080.

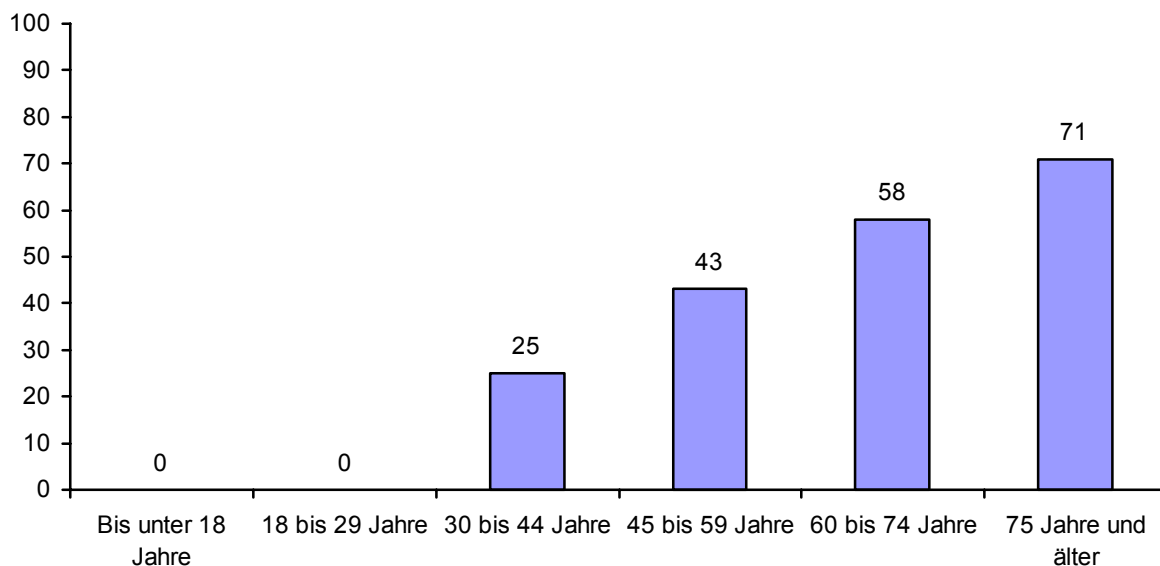
⁷⁸ Sign.: 0.002; Chi² = 11,349.

3.5.3 Besichtigung der Stuppacher Madonna im Original

45% der Befragten gaben an, dass sie die Stuppacher Madonna bereits im Original gesehen haben, 52% noch nicht und 3% machten hierzu keine Angaben. Von den Befragten, welche die Stuppacher Madonna noch nicht im Original gesehen haben, gab eine Mehrheit von 62% an, dass sie vorhaben, sich das Original der Stuppacher Madonna noch anzuschauen, 26% wollen dies nicht tun und 12% machten hierzu keine Angaben.

Analysiert man diesen Aspekt mit den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen, so zeigt sich erwartungsgemäß, dass die „Älteren Habituellen Besucher“ häufiger als die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ die Stuppacher Madonna bereits gesehen haben (53% gegenüber 34%).⁷⁹ Inwieweit die Befragten die Stuppacher Madonna bereits besichtigt haben, hängt dabei insbesondere vom Alter der Befragten ab (Grafik 55). So hatten die Befragten das Original umso häufiger gesehen, je älter sie waren⁸⁰, wobei am häufigsten die 75-Jährigen und älteren die Stuppacher Madonna bereits besichtigt haben (71%).

Grafik 55: Besichtigung der Stuppacher Madonna und Alter (Angaben in Prozent)⁸¹



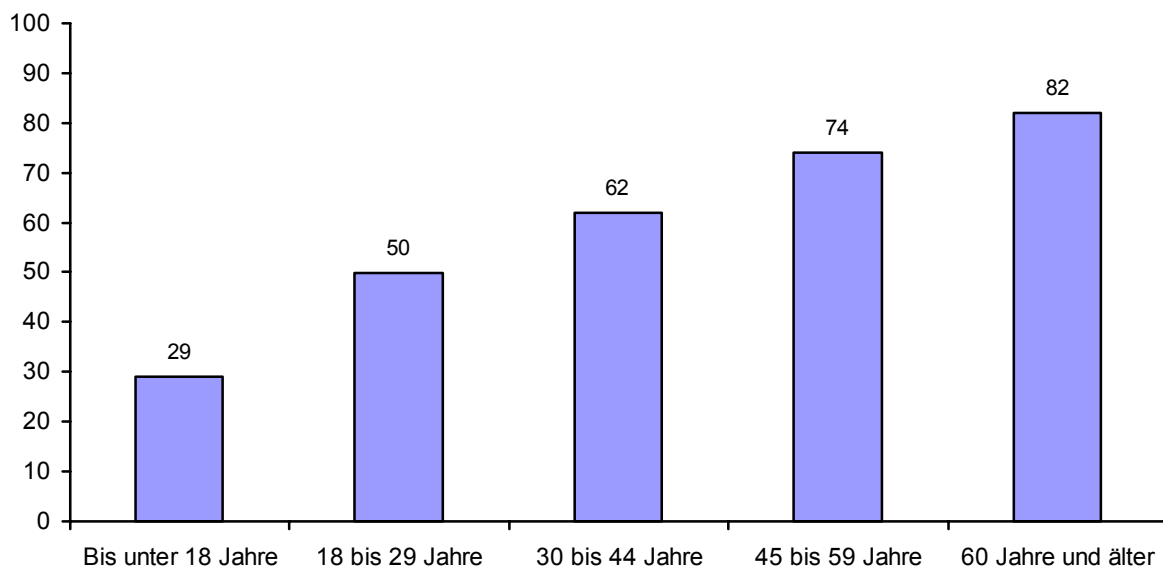
⁷⁹ Sign.: 0.018; Chi² = 5,958.

⁸⁰ Sign.: 0.000; Pearson's r = 0,397.

⁸¹ Sign.: 0.000; Chi² = 28,183.

Auch hinsichtlich der geäußerten Besuchsabsicht der Stuppacher Madonna zeigen sich Zusammenhänge mit soziodemografischen Merkmalen. „Ältere Habituelle Besucher“ äußern den Besuchswunsch häufiger als die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ (80% gegenüber 55%).⁸² Dabei spielt das Alter wiederum eine wesentliche Rolle (*Grafik 56*): So gaben die Befragten umso öfter an, dass sie die Stuppacher Madonna im Original noch besuchen möchten, je älter sie waren.⁸³

Grafik 56: Besuchsabsicht der Stuppacher Madonna und Alter (Nur Befragte, die die Stuppacher Madonna noch nicht gesehen haben; Angaben in Prozent; N = 102)⁸⁴



Die Besuchsabsicht hängt außerdem vom Interesse der Befragten an Kunst und Malerei ab. So gaben die Höherinteressierten deutlich häufiger als die Niedriginteressierten an, dass sie die Stuppacher Madonna noch im Original besichtigen möchten (82% gegenüber 29%).⁸⁵

Schließlich hat auch die Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen insgesamt einen Einfluss auf diese Besuchsabsicht. Die Befragten, die generell häufiger in Ausstellungen anzutreffen sind, gaben häufiger an, dass sie die Stuppacher Madonna noch im Original besichtigen möchten als die Gelegenheitsbesucher (*Grafik 57*).

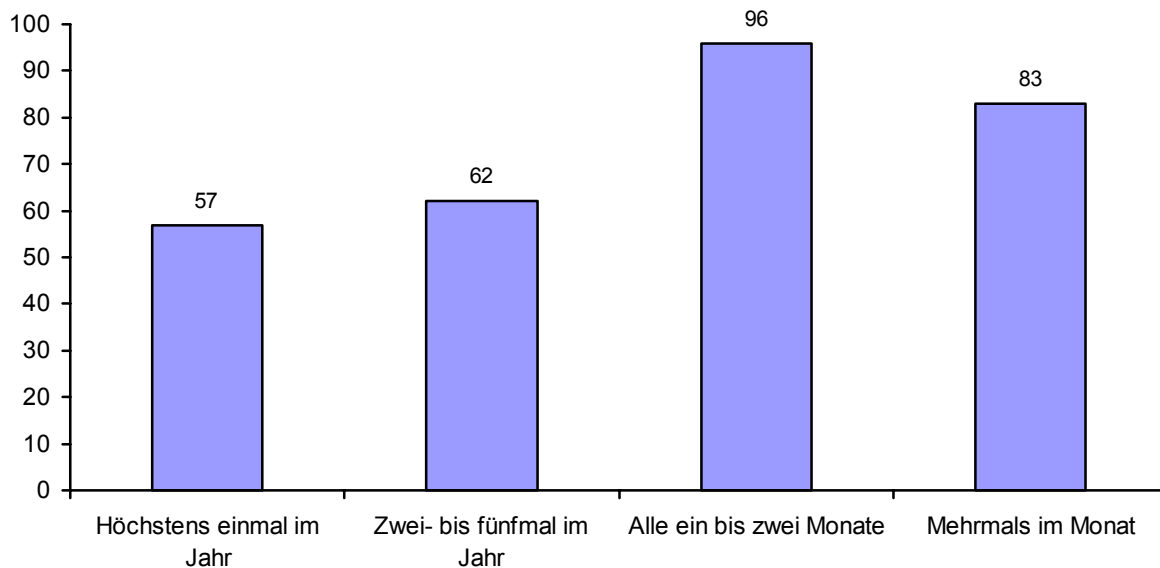
⁸² Sign.: 0.013; Chi² = 6,480; N = 90.

⁸³ Sign.: 0.006; Pearson's r = 0,268.

⁸⁴ Sign.: 0.030; Chi² = 10,724.

⁸⁵ Sign.: 0.000; Chi² = 15,236; N = 101.

Grafik 57: Besuchsabsicht der Stuppacher Madonna und Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (Nur Befragte, die die Stuppacher Madonna noch nicht gesehen haben; Angaben in Prozent; N = 104)⁸⁶



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

3.5.4 Besichtigung des Isenheimer Altars in Colmar

57% der Befragten haben auch den Isenheimer Altar in Colmar bereits gesehen. 40% waren noch nicht in Colmar und 3% machten hierzu keine Angaben. Von den Befragten, welche den Isenheimer Altar noch nicht besucht haben, gab ein Drittel an, dass sie beabsichtigen, sich den Isenheimer Altar in Colmar anzuschauen, 57% wollen dies nicht tun und 10% machten hierzu keine Angaben.

Auch hier besteht ein Zusammenhang mit den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen. Die „Älteren Habituellen Besucher“ haben den Isenheimer Altar deutlich häufiger bereits gesehen als die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ (73% gegenüber 36%).⁸⁷ Dieser Zusammenhang zeigt sich auch für die meisten der in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale.

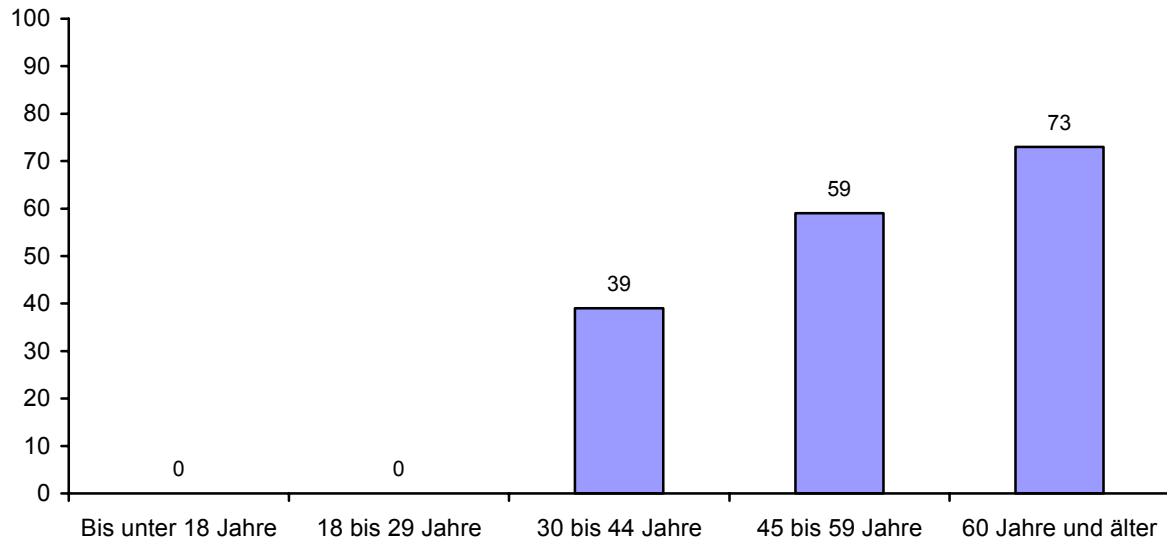
So haben die Befragten den Isenheimer Altar umso öfter bereits gesehen, je älter sie waren (*Grafik 58*).⁸⁸

⁸⁶ Sign.: 0.014; Chi² = 10,614.

⁸⁷ Sign.: 0.000; Chi² = 23,281.

⁸⁸ Sign.: 0.000; Pearson's r = 0,406.

Grafik 58: Besichtigung des Isenheimer Altars und Alter (Angaben in Prozent)⁸⁹



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

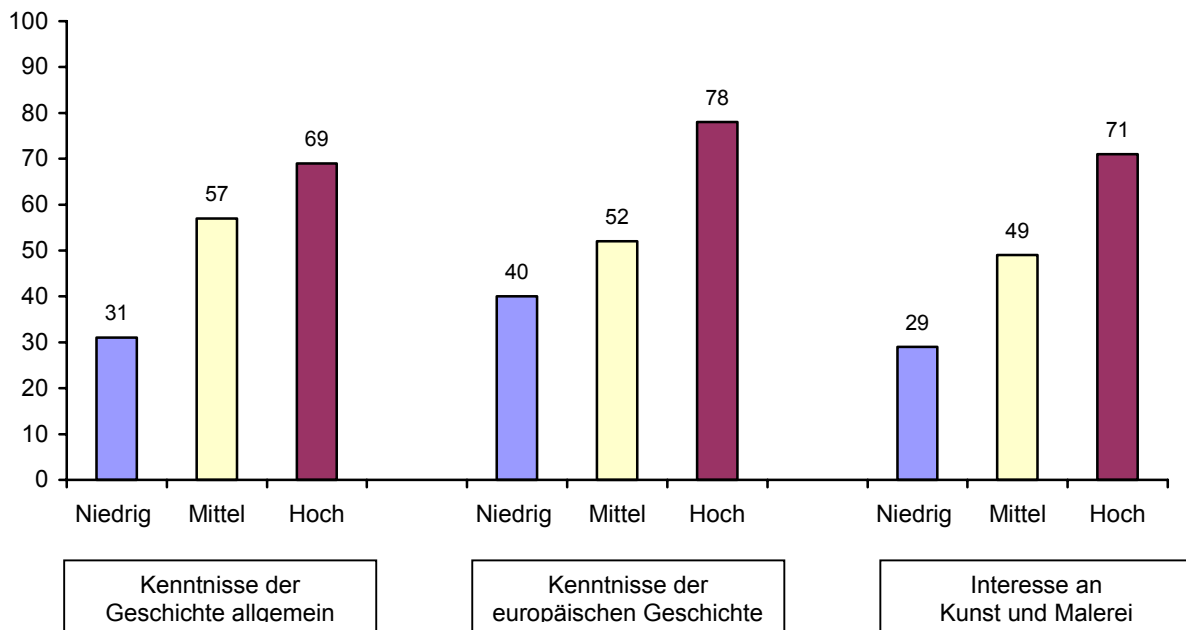
Ein weiterer Zusammenhang zeigt sich mit der Bildung der Befragten. So gaben die Akademiker häufiger als die anderen Befragten an, dass sie den Altar bereits einmal in Colmar gesehen haben (73% gegenüber 28% bei den Befragten ohne bzw. mit Volks-/Hauptschulabschluss).⁹⁰


Entsprechende Ergebnisse ergeben sich auch hinsichtlich der Kenntnisse und Interessen der Befragten (*Grafik 59*). So gaben die jeweils Höherinteressierten häufiger an, dass sie den Isenheimer Altar bereits besucht haben als die Niedriginteressierten.

⁸⁹ Sign.: 0.000; Chi² = 37,620.

⁹⁰ Sign.: 0.000; Chi² = 20,385.

Grafik 59: Besichtigung des Isenheimer Altars und Kenntnisse und Interessen (Angaben in Prozent)⁹¹



 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Des Weiteren zeigt sich, dass die weiblichen Befragten etwas häufiger als die männlichen den Isenheimer Altar besichtigt haben (68% gegenüber 50%).⁹²

Die Befragten aus der Mittel- bzw. der Fernregion haben ebenfalls häufiger den Isenheimer Altar in Colmar gesehen als die Befragten aus Aschaffenburg und Umgebung (65% bzw. 64% gegenüber 45%).⁹³

Schließlich zeigt sich der Besuch des Isenheimer Altars auch von der allgemeinen Besuchshäufigkeit von Ausstellungen abhängig (*Grafik 60*). So haben die Befragten, die häufiger in Ausstellungen sind, auch häufiger bereits den Isenheimer Altar besichtigt als die Gelegenheitsbesucher/innen.⁹⁴

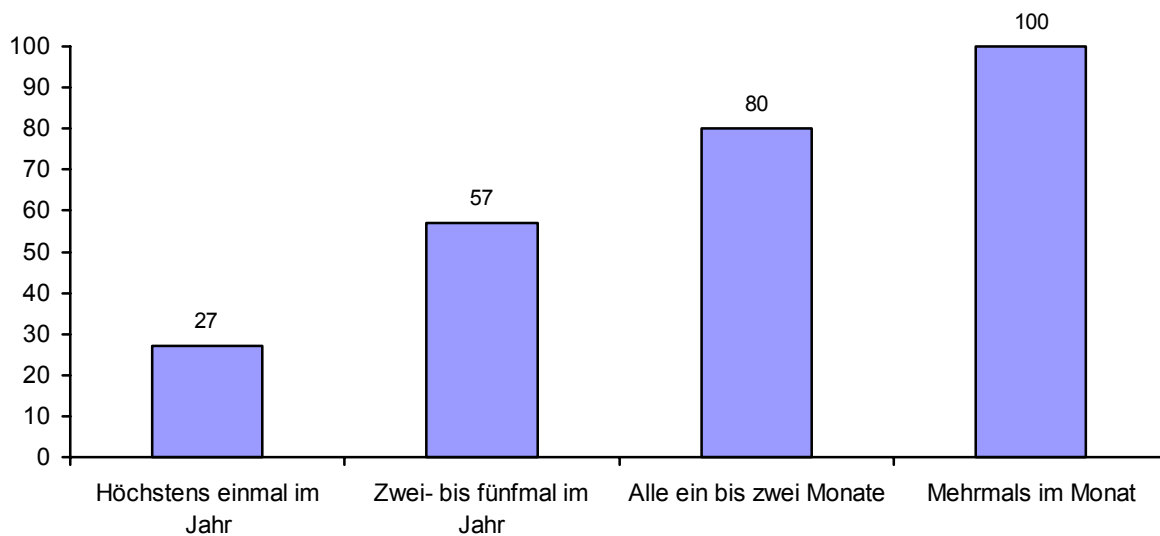
⁹¹ Geschichtliche Kenntnisse allgemein: Sign.: 0.026; Chi² = 7,302; Kenntnisse der europäischen Geschichte: Sign.: 0.001; Chi² = 13,697; Interesse an Kunst und Malerei: Sign.: 0.000; Chi² = 16,377.

⁹² Sign.: 0.011; Chi² = 7,182.

⁹³ Sign.: 0.029; Chi² = 7,071.

⁹⁴ Sign.: 0.000; Chi² = 32,909.

Grafik 60: Besichtigung des Isenheimer Altars und Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (Angaben in Prozent)



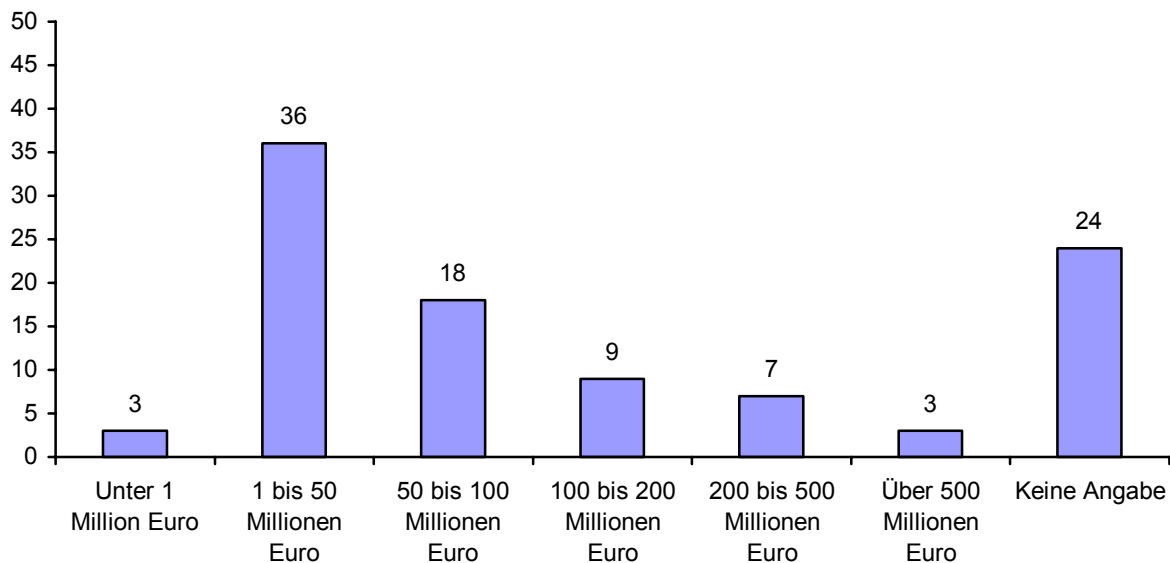
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Hinsichtlich der geäußerten Besuchsabsicht des Isenheimer Altars in Colmar zeigt sich lediglich ein Effekt bezüglich der über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen. So bekundeten die „Älteren Habituellen Besucher“ den Besuchswunsch häufiger als die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ (48% gegenüber 21%).⁹⁵

3.5.5 Einschätzung des Versicherungswerts der Ausstellung

Die Einschätzung des Versicherungswerts der Ausstellung dient indirekt dazu, etwas darüber in Erfahrung zu bringen, was die Befragten über die Qualität der Exponate denken und wie sie somit den „Wert“ der Ausstellung insgesamt beurteilen. Die meisten Befragten (36%) schätzten dabei mit einem Versicherungswert zwischen 1 bis 50 Millionen den Wert der Ausstellungsstücke eher weniger hoch ein (*Grafik 61*). Nur 3% der Befragten glaubten indes, dass der Versicherungswert der Ausstellung über 500 Millionen Euro liegen müsse. Interessant ist auch, dass ein Viertel der Besucher/innen keine Angabe zum Versicherungswert machte, was darauf schließen lässt, dass keinerlei Vorstellung darüber vorhanden ist, welchen „Wert“ eine solche Ausstellung präsentiert.

⁹⁵ Sign.: 0.022; $\chi^2 = 5,740$; N = 69.

Grafik 61: Geschätzter Versicherungswert der Ausstellung


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

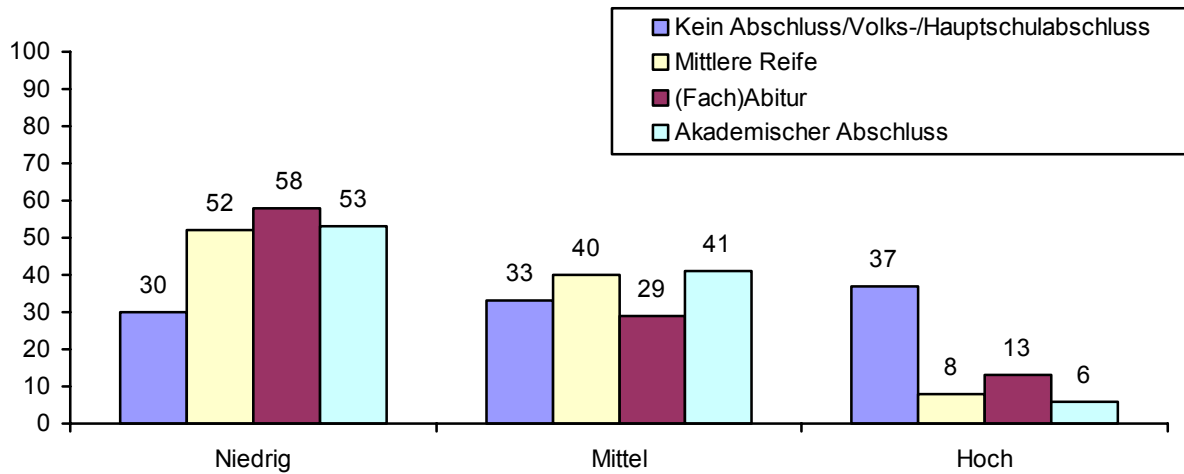
Auch die Einschätzung des Versicherungswerts der Ausstellung steht in Zusammenhang mit vielen soziodemografischen Merkmalen der Befragten. Dabei zeigt sich zunächst deutlich, dass die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ den Versicherungswert der Ausstellung höher schätzten als die „Älteren Habituellen Besucher“: 20% der „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ gaben einen hohen Versicherungswert der Ausstellung an gegenüber nur 7% bei den „Älteren Habituellen Besuchern“.^{96,97} Dieses Ergebnis bestätigt sich auch für einige der in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale.

So zeigt sich (*Grafik 62*), dass die Befragten, die über einen niedrigen Bildungsabschluss verfügen, den Versicherungswert häufiger höher einschätzten als die Höhergebildeten.

⁹⁶ Für die folgenden Berechnungen wurden die Kategorien der Ursprungsvariable „Einschätzung des Versicherungswerts“ folgendermaßen zusammengefasst: „Unter 1 Million Euro“ und „1 bis 50 Millionen Euro“ zur neuen Kategorie „niedrig“, „50 bis 100 Millionen Euro“ und „100 bis 200 Millionen Euro“ zur neuen Kategorie „mittel“ und die Werte „200 bis 500 Millionen Euro“ und „Über 500 Millionen Euro“ zur neuen Merkmalsausprägung „hoch“.

⁹⁷ Sign.: 0.044; $\chi^2 = 6,254$.

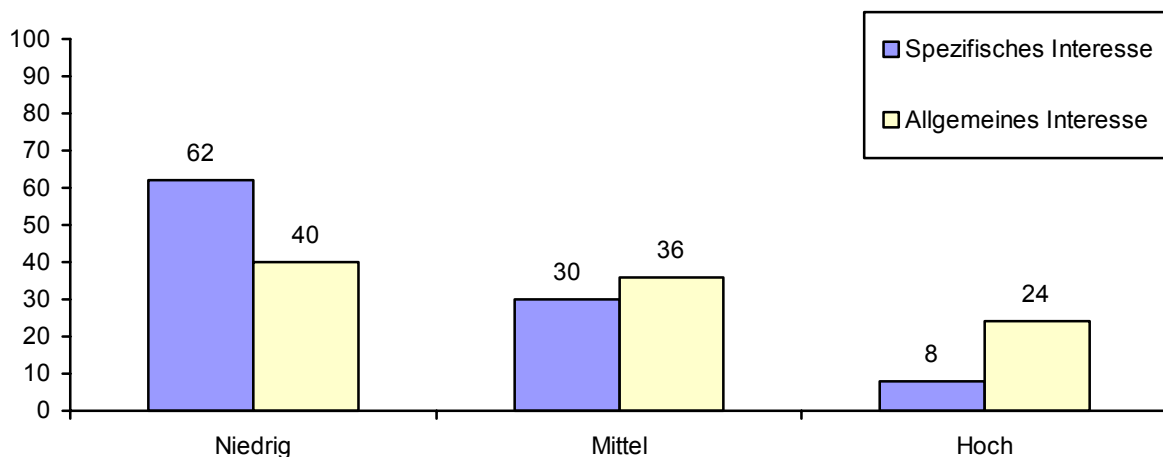
Grafik 62: Einschätzung des Versicherungswerts der Ausstellung und Bildung (Angaben in Prozent)⁹⁸



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Ein weiterer Zusammenhang ergibt sich hinsichtlich der Motivation zum Ausstellungsbesuch (*Grafik 63*). So haben die Befragten, die aufgrund eines spezifischen Interesses in der Ausstellung waren, den Versicherungswert der Ausstellung häufiger niedriger eingeschätzt als die Befragten mit einem allgemeinen Interesse.

Grafik 63: Einschätzung des Versicherungswerts der Ausstellung und Motivation (Angaben in Prozent)⁹⁹



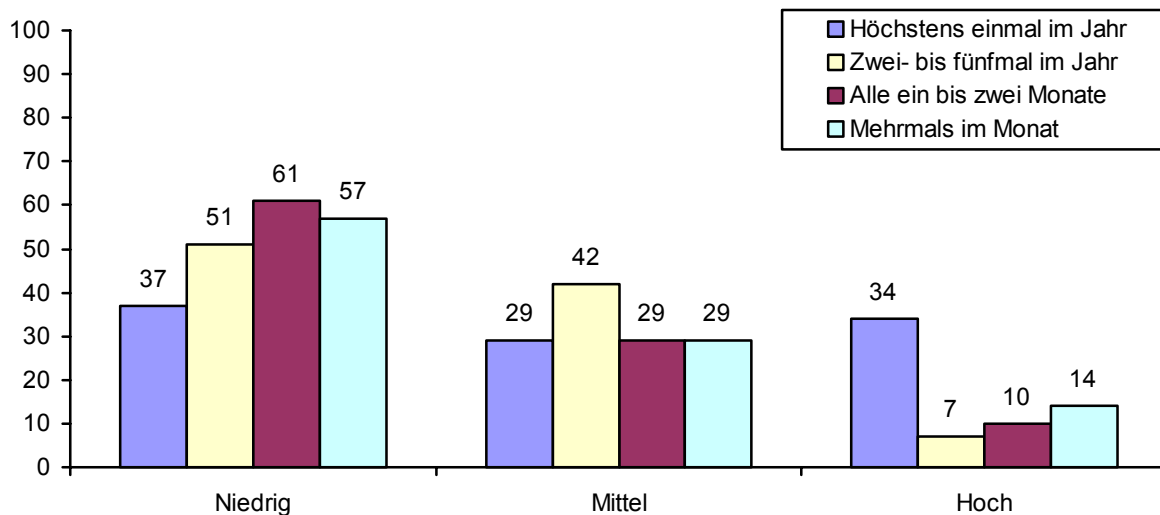
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

⁹⁸ Sign.: 0.003; Chi² = 19,513.

⁹⁹ Sign.: 0.015; Chi² = 8,360.

Schließlich ist die Einschätzung des Versicherungswerts auch abhängig von der Häufigkeit der Ausstellungsbesuche (Grafik 64). Die Gelegenheitsbesucher/innen schätzten diesen deutlich häufiger höher ein als die versierten Besucher/innen.

Grafik 64: Einschätzung des Versicherungswerts der Ausstellung und Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (Angaben in Prozent)¹⁰⁰



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

3.6 Infrastrukturelle Einrichtungen, Serviceleistungen und die Erreichbarkeit des Ausstellungsortes

3.6.1 Bewertung der Infrastruktur und Serviceleistungen

Den Ausstellungsbesuchern wurde im Rahmen der Besucherbefragung auch die Möglichkeit geboten, einige der Serviceleistungen und Infrastrukturen nach einer Schulnotenskala von "sehr gut" bis "ungenügend" zu bewerten. Neben den Aspekten, die vor allem mit der Anreise zum Ausstellungsort zusammenhängen, wie etwa die Ausschilderung zur Ausstellung und die Parkmöglichkeiten, wurde auch nach der Zufriedenheit mit den Öffnungs- und Wartezeiten gefragt. Daneben wurde noch das Informationssystem in die Beurteilungsskala mit aufgenommen. Aufgrund der Tatsache, dass die vorhandene Infrastruktur und der angebotene Service selten umfassend von allen Ausstellungsbesuchern/innen in Anspruch genommen werden, liegen in diesem Bereich meist nur die Bewertungen eines Teils der Befragten vor.

¹⁰⁰ Sign.: 0.005; Chi² = 18,790.

Von den angegebenen Infrastruktureinrichtungen und Serviceleistungen (*Tabelle 7*) wurden mit einer Durchschnittsnote von jeweils 2,0 die Ausschilderung des Rundgangs und die Öffnungszeiten am besten bewertet. Mit einer Durchschnittsnote von jeweils 2,1 wurden auch die Ausschilderung zur Ausstellung und das Informationssystem noch gut bewertet, gefolgt von den Wartezeiten an den Eingängen mit 2,2. Im Vergleich dazu etwas schlechter mit einer voll befriedigenden Bewertung von 2,5 schneiden die „Parkmöglichkeiten“ ab.

Tabelle 7: Bewertung von Infrastruktureinrichtungen und Serviceleistungen

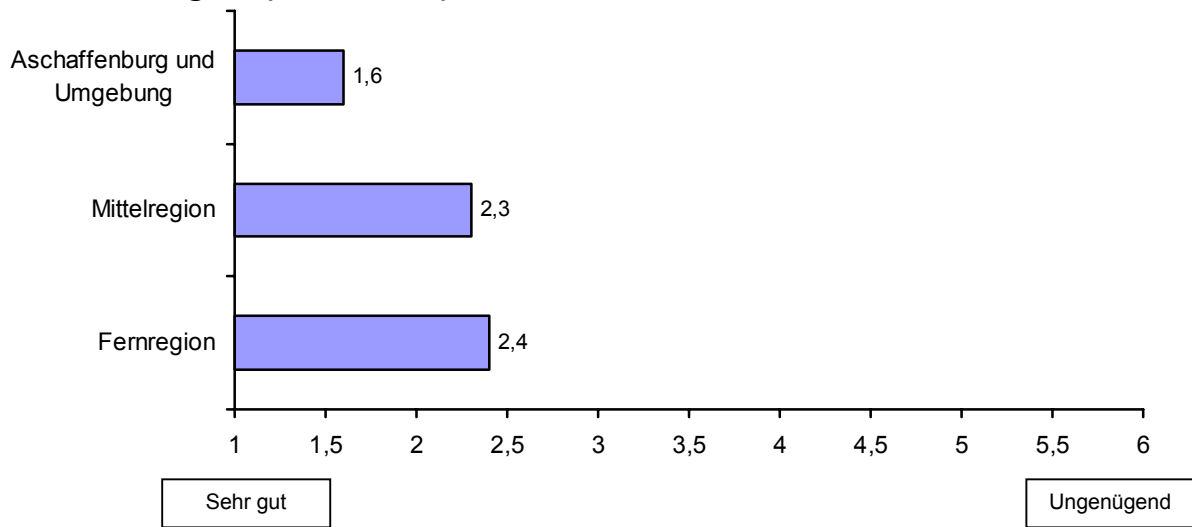
	1 sehr gut	2 gut	3 befriedigend	4 ausreichend	5 mangelhaft	6 ungenügend	Weiß nicht	K.A.	Ø	Medi- an
Ausschilderung zur Ausstellung	58 26%	96 43%	17 8%	8 4%	9 4%	7 3%	3 1%	26 11%	2,1	2
Wartezeiten an den Eingängen	64 28%	67 30%	31 14%	8 4%	8 4%	9 4%	3 1%	34 15%	2,2	2
Ausschilderung Rundgang	52 23%	95 43%	25 11%	7 3%	5 2%	2 1%	1 0%	37 17%	2,0	2
Parkmöglichkeit	28 13%	54 24%	30 13%	12 5%	11 5%	4 2%	20 9%	65 29%	2,5	2
Öffnungszeiten	55 25%	104 47%	20 9%	2 1%	5 2%	3 1%	3 1%	32 14%	2,0	2
Informationssystem	26 12%	72 32%	17 7%	6 3%	4 2%	0 0%	33 15%	66 29%	2,1	2



Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung ‚Grünwald‘
München, 2003

Die Bewertung der Ausschilderung der Ausstellung hängt signifikant von der Herkunftsregion der Befragten ab (*Grafik 65*). So bewerten die Befragten aus der Fern- und Mittelregion die Ausschilderung deutlich negativer als die Befragten aus Aschaffenburg und Umgebung (2,4 bzw. 2,3 gegenüber 1,6). Dieses Ergebnis wird verständlich, wenn man bedenkt, dass die Befragten der Fern- und Mittelregion in der Regel mehr auf die Ausschilderung zur Ausstellung angewiesen sind als die Befragten aus der näheren Umgebung. Diese kennen ja den Weg zur Ausstellung bereits und nutzen deshalb die Ausschilderung lediglich als zusätzliche Orientierung, weshalb sie einen weniger strengen Bewertungsmaßstab an diese Serviceleistung anlegen.

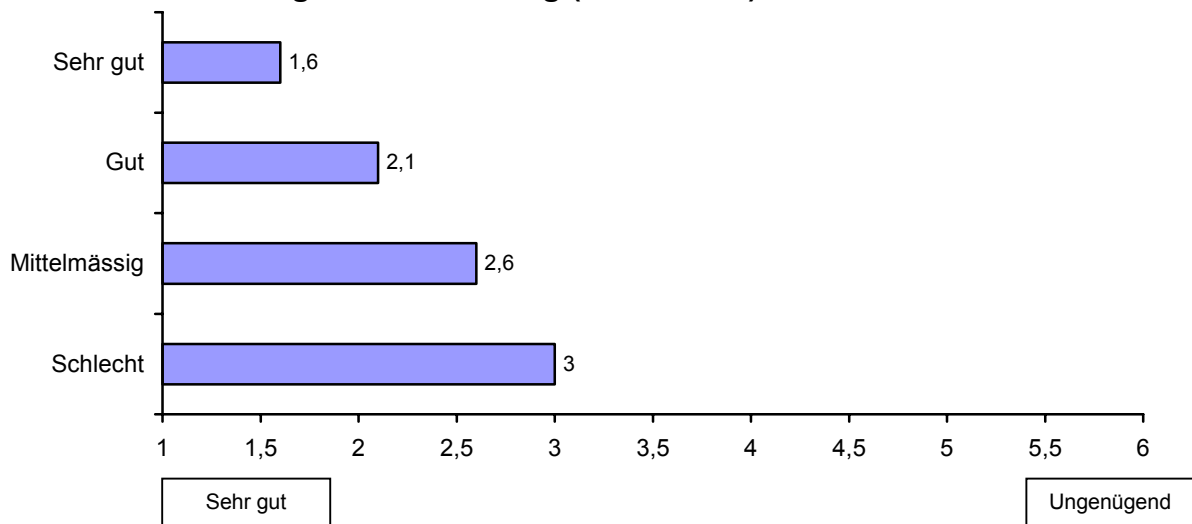
Grafik 65: Bewertung der Ausschilderung zur Ausstellung und Herkunftsregion (Mittelwerte)¹⁰¹



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Des Weiteren zeigt sich die Bewertung der Ausschilderung zur Ausstellung abhängig von der Gesamtbewertung der Ausstellung und wird umso besser beurteilt, je besser auch die Gesamtbewertung ist (*Grafik 66*).

Grafik 66: Bewertung der Ausschilderung zur Ausstellung und Gesamtbewertung der Ausstellung (Mittelwerte)¹⁰²



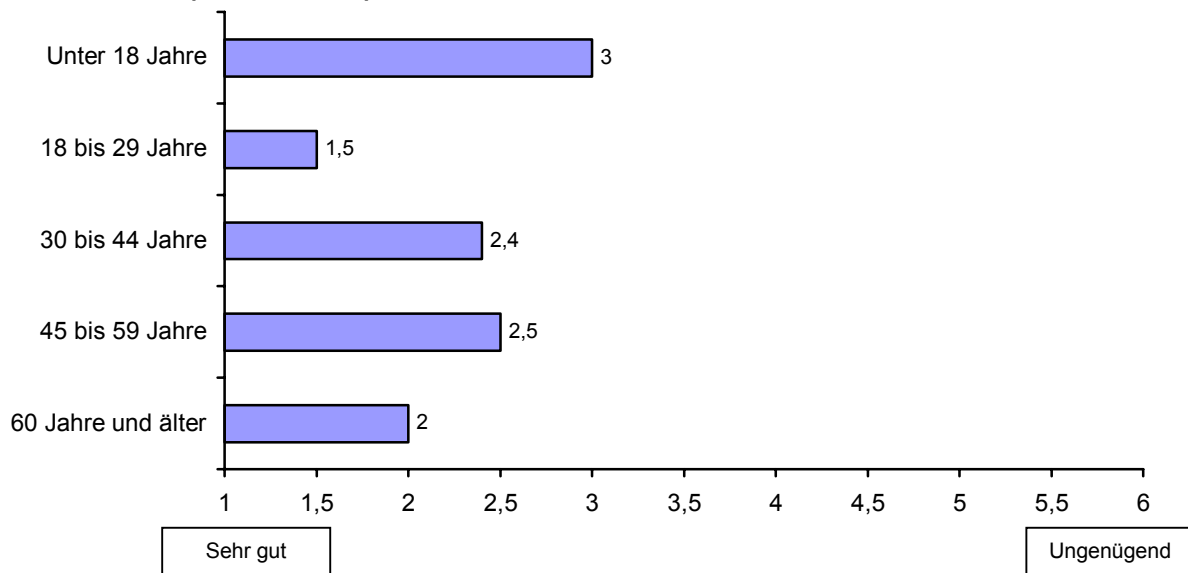
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

¹⁰¹ Sign.: 0,001; F = 7,531.

¹⁰² Sign.: 0,001; F = 7,004; Für die Analyse wurden aufgrund der geringen Fallzahlen die beiden Kategorien „befriedigend“ und „ausreichend“ zur neuen Kategorie „mittelmässig“ zusammengefasst, sowie die beiden Kategorien „mangelhaft“ und „ungenügend“ zur neuen Kategorie „schlecht“.

Die Einschätzung der Wartezeiten an den Eingängen zur Ausstellung ist vom Alter der Befragten abhängig (*Grafik 67*). So sind vor allem die Befragten unter 18 Jahren und die Befragten zwischen 30 und 59 Jahren mit den Wartezeiten unzufrieden.

Grafik 67: Bewertung der Wartezeiten an den Eingängen und Alter (Mittelwerte)¹⁰³



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Des Weiteren zeigt sich bei der Bewertung der Wartezeiten an den Eingängen ein Effekt bezüglich der Gesamtbewertung der Ausstellung: Die Wartezeiten werden umso besser beurteilt, je besser die Gesamtbewertung ist.¹⁰⁴

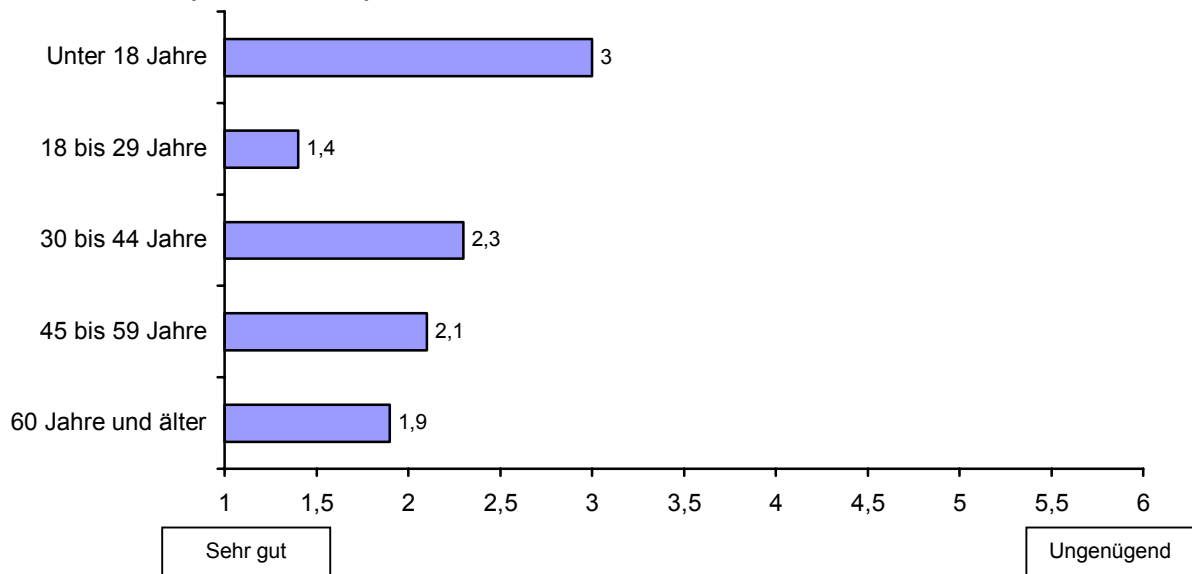
Die Bewertung der Ausschilderung des Rundgangs steht ebenfalls in einem signifikanten Zusammenhang mit dem Alter, der Herkunftsregion und der Gesamtbewertung der Ausstellung.

Auch hier sind es wieder die Befragten unter 18 Jahre, welche die Ausschilderung des Rundgangs besonders schlecht finden (*Grafik 68*). Ein Grund hierfür könnte darin liegen, dass diese Befragten als Teil einer Schulklasse die Ausstellung nicht ganz „freiwillig“ besucht haben und aufgrund einer daraus resultierenden Frustration generell kritisch bis ablehnend mit der Ausstellung insgesamt und ihren Serviceleistungen im Besonderen umgehen.

¹⁰³ Sign.: 0.041; F = 2,556.

¹⁰⁴ Sign.: 0.002; Pearson's r = 0,291.

Grafik 68: Bewertung der Ausschilderung des Rundgangs und Alter (Mittelwerte)¹⁰⁵



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Eine ähnliche kritische Haltung könnte auch die Befragten aus der Fernregion dazu bewegen haben im Sinne einer Generalisierung, neben der Ausschilderung zur Ausstellung auch die Ausschilderung des Rundgangs kritischer als die Befragten der Mittelregion bzw. aus Aschaffenburg und Umgebung zu beurteilen (2,3 gegenüber 1,9 bzw. 1,8).¹⁰⁶

Des Weiteren zeigt sich eine Abhängigkeit dieses Aspekts von der Gesamtbewertung der Ausstellung: Die Ausschilderung des Rundgangs wird umso besser beurteilt, je besser auch die Gesamtbewertung ist.¹⁰⁷

Die Bewertung der Öffnungszeiten hängt wiederum vom Alter und der Sozialität der Befragten sowie der Gesamtbewertung der Ausstellung ab.

Auch hier sind es wieder die Befragten unter 18 Jahre, welche die Öffnungszeiten am schlechtesten bewerteten (2,8), wohingegen die Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen (1,3) am häufigsten mit den Öffnungszeiten zufrieden sind.¹⁰⁸

¹⁰⁵ Sign.: 0.013; F = 3,249.

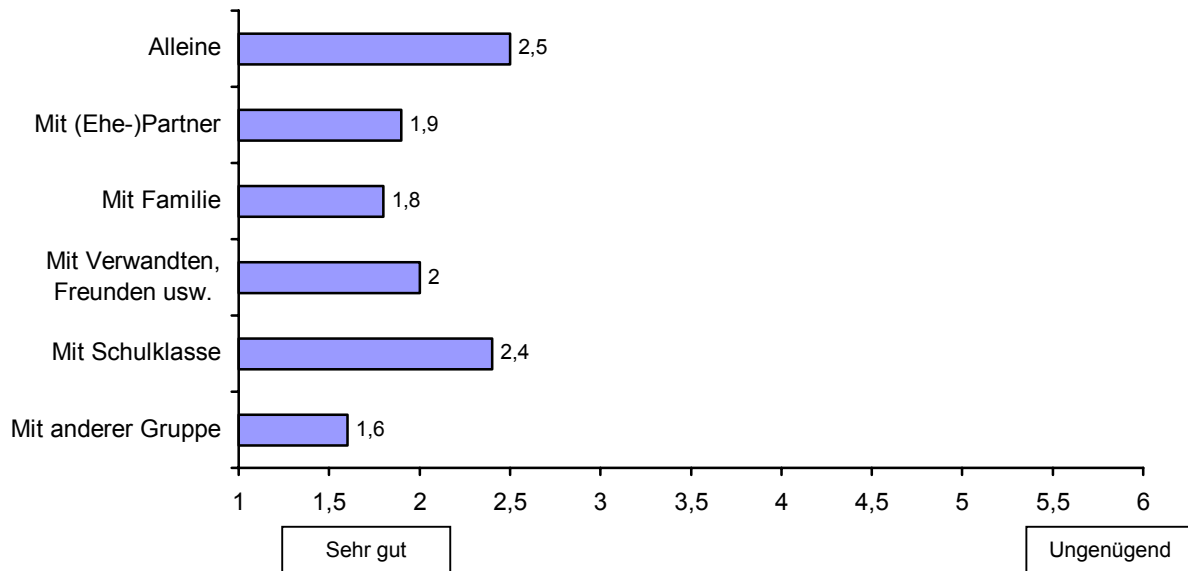
¹⁰⁶ Sign.: 0.013; F = 4,417.

¹⁰⁷ Sign.: 0.000; Pearson's r = 0,298.

¹⁰⁸ Sign.: 0.004; F = 3,994.

Die Befragten, die alleine in die Ausstellung gekommen sind bzw. mit einer Schulklasse die Ausstellung besucht haben, bewerteten die Öffnungszeiten deutlich negativer als die Befragten, die mit Partner, Familie, Verwandten oder mit einer anderen Gruppe die Ausstellung besucht haben. (Grafik 69).

Grafik 69: Bewertung der Öffnungszeiten und Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen (Mittelwerte)¹⁰⁹



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung „Grünwald“
 München, 2003

Des Weiteren zeigt sich auch die Bewertung der Öffnungszeiten abhängig von der Gesamtbewertung der Ausstellung: Die Öffnungszeiten werden umso besser beurteilt, je besser auch die Gesamtbewertung ist.¹¹⁰

Die Bewertung des Informationssystems hängt schließlich wiederum von der Herkunftsregion und der Gesamtbewertung der Ausstellung ab. Auch hier zeigen sich wieder die Befragten aus der Fernregion am kritischsten (2,4) und bewerten dementsprechend das Informationssystem deutlich schlechter als die Befragten der Mittelregion (2,2) bzw. als die Befragten aus Aschaffenburg und Umgebung (1,8).¹¹¹

Auch die Bewertung des Informationssystems ist wieder abhängig von der Gesamtbewertung der Ausstellung: Es wird umso besser beurteilt, je besser auch die Gesamtbewertung ist.¹¹²

¹⁰⁹ Sign.: 0.030; F = 2,549.

¹¹⁰ Sign.: 0.001; Pearson's r = 0,274.

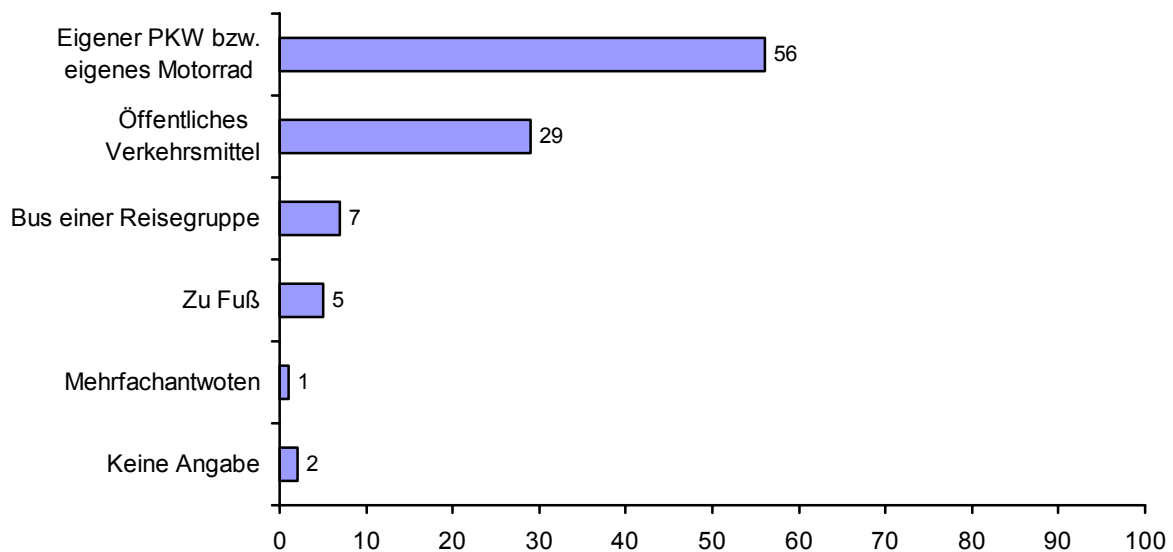
¹¹¹ Sign.: 0.003; F = 5,998.

¹¹² Sign.: 0.000; Pearson's r = 0,392.

3.6.2 Erreichbarkeit des Ausstellungsorts

Über die Hälfte der Befragten (56%) haben den Ausstellungsort mit dem eigenen PKW bzw. Motorrad erreicht, gefolgt von der Benutzung eines öffentlichen Verkehrsmittels (30%). Deutlicher seltener reisten die Besucher/innen demgegenüber mit einem Bus einer Reisegruppe (7%) an oder besuchten die Ausstellung zu Fuß (5%) (*Grafik 70*).

**Grafik 70: Erreichbarkeit des Ausstellungsorts
(Angaben in Prozent)**



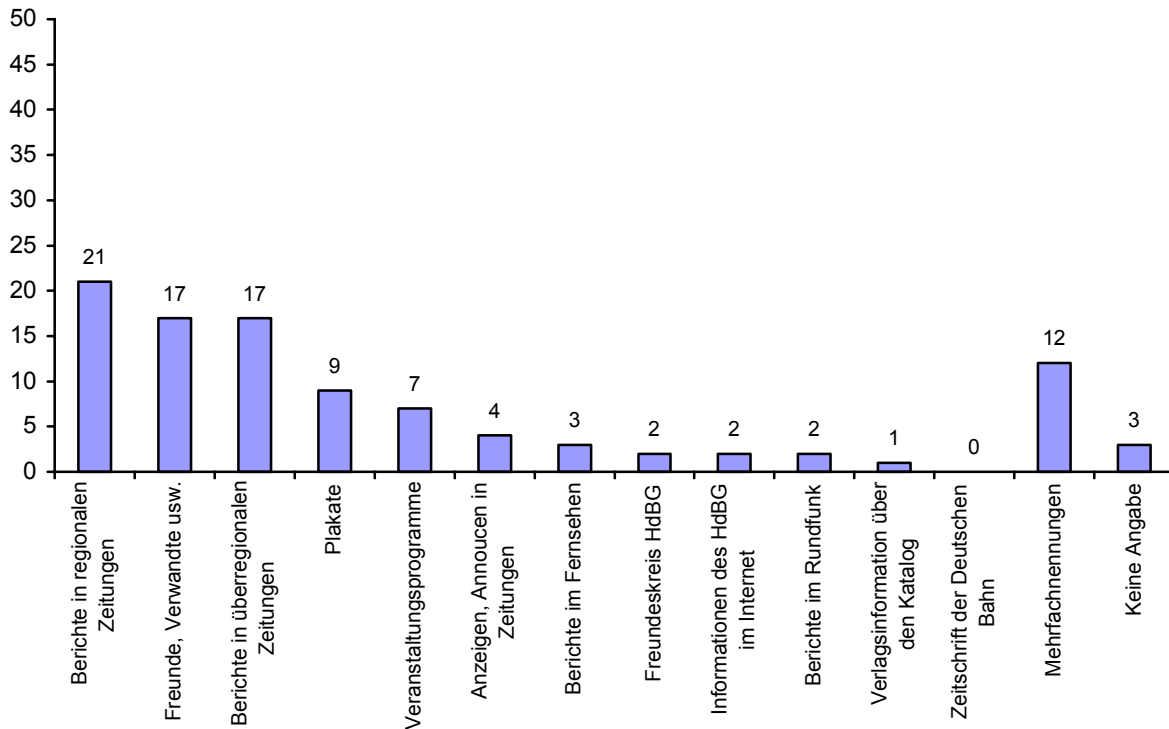
3.7 Die Bedeutung verschiedener Informationsquellen

Ebenfalls Gegenstand der vorliegenden Untersuchung war die Frage, welches Medium die Besucher/innen auf die Ausstellung aufmerksam gemacht hat bzw. welche Informationsquelle für sie am wichtigsten war.

Dabei zeigt sich (*Grafik 71*), dass die meisten Befragten durch Berichte in regionalen Zeitungen (21%) von der Ausstellung erfahren haben, gefolgt von den Besucher/innen, die sich durch Freunde, Verwandte, Bekannte und Arbeitskollegen zum Besuch der Ausstellung motivieren ließen (17%) bzw. die Berichte in überregionalen Zeitungen und Zeitschriften genutzt haben (17%). Zeitungsberichte insgesamt waren

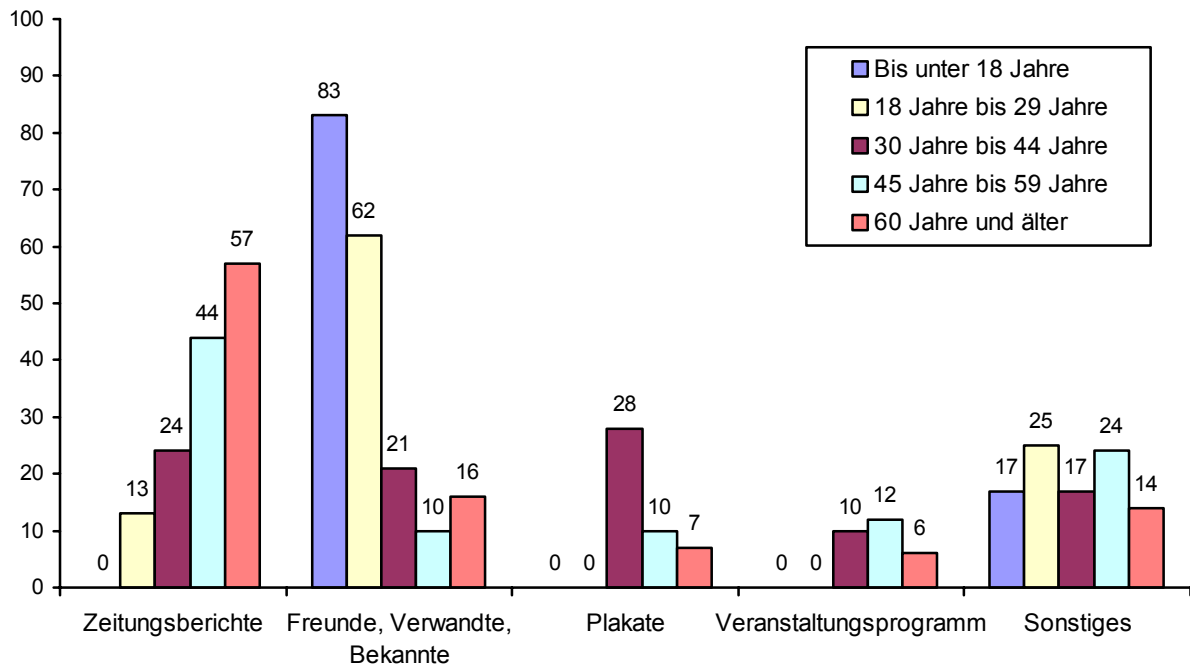
bei dieser Ausstellung damit für fast 40% der Besucher/innen Hauptinformationsquelle.

Grafik 71: Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch (Angaben in Prozent)



Es ist zu erwarten, dass einzelne Informationsquellen für verschiedene Besuchergruppen von unterschiedlicher Bedeutung sind. So werden erfahrungsgemäß in Abhängigkeit vom Alter unterschiedliche Informationsquellen bevorzugt. Es zeigt sich (*Grafik 72*), dass die Gruppe der unter 18-Jährigen am häufigsten von Freunden, Bekannten, Verwandten und Arbeitskollegen zum Besuch der Ausstellung animiert wurde. Mit zunehmendem Alter nimmt die Bedeutung dieser Informationsquelle immer mehr ab. Umgekehrt geben die älteren Besucher/innen häufiger an, dass sie über Zeitungsberichte von der Ausstellung erfahren haben. Die Bedeutung dieser Informationsquelle spielt mit zunehmendem Alter eine immer größere Rolle.

Grafik 72: Bedeutung von Informationsquellen und Alter der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)^{113 114}



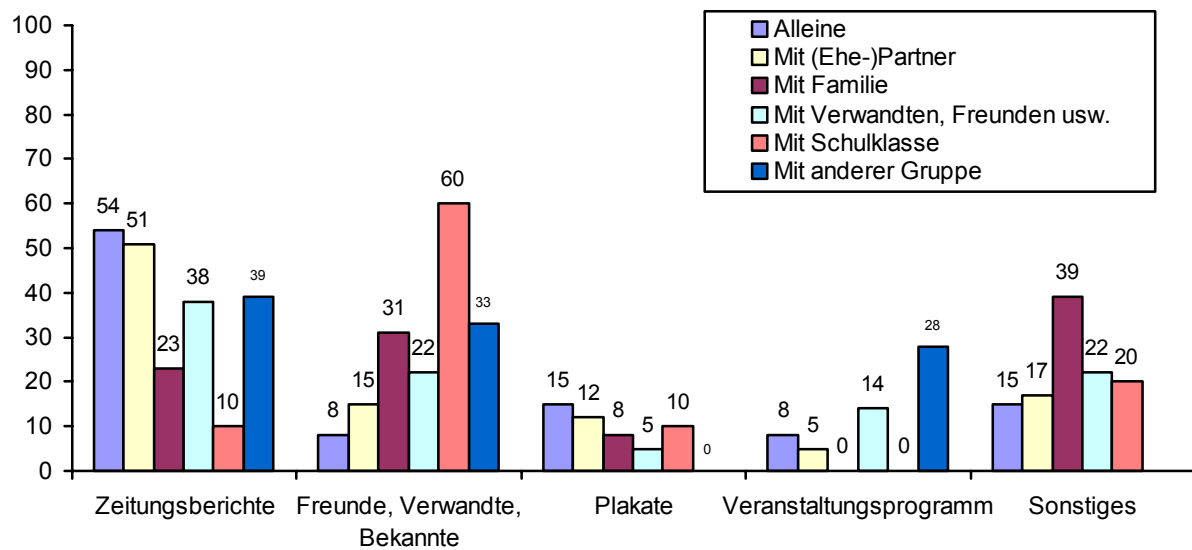
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Die Wahl der Informationsquellen hängt nicht nur vom Alter der Befragten ab, sondern auch von der Sozialität der Befragten (*Grafik 73*). So wurden die Befragten, die alleine oder mit ihrem Lebenspartner in der Ausstellung sind, häufiger über Zeitungsberichte zum Ausstellungsbesuch motiviert. Für die Befragten, die mit ihrer Familie bzw. mit Verwandten oder Freunden in der Ausstellung waren, spielten dagegen Freunde und Verwandte als Informationsquelle eine größere Rolle.

¹¹³ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 47,252$.

¹¹⁴ Die Ursprungsvariable wurde für die Berechnung wie folgt zusammengefasst: „Berichte in regionalen Zeitungen“ und „Berichte in überregionalen Zeitungen und Zeitschriften“ zur neuen Variablen „Zeitungsberichte“; „Berichte im Rundfunk“, „Berichte im Fernsehen“, „Anzeigen, Annoncen, Inserate in Zeitungen“, „Informationen des Hauses der Bayerischen Geschichte im Internet“, „Verlagsinformationen über den Katalog“, „Zeitschrift der Deutschen Bahn AG“, „Der Freundeskreis des Hauses der Bayerischen Geschichte“ zur neuen Variablen „Sonstiges“.

Grafik 73: Bedeutung von Informationsquellen und Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)¹¹⁵



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung „Grünwald“
 München, 2003

3.8 Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte

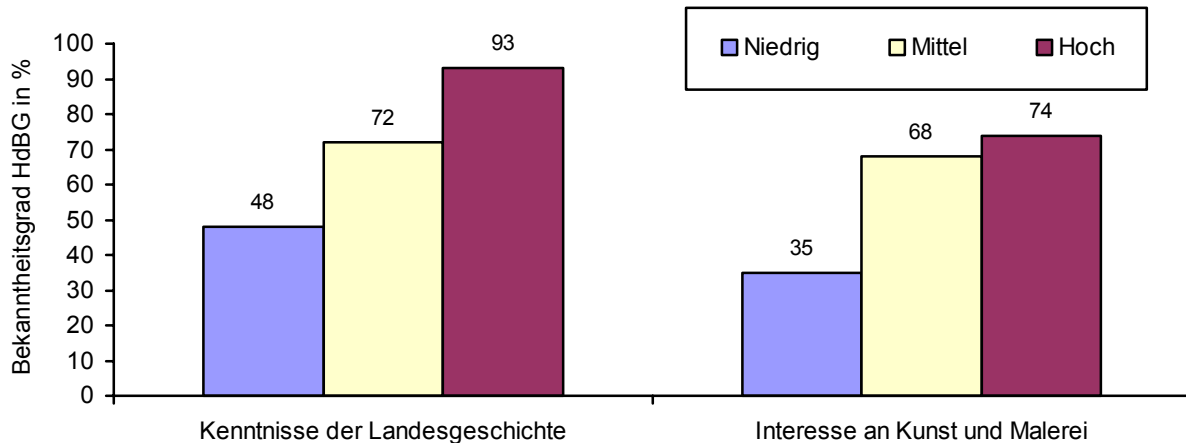
Die Untersuchung sollte auch den Bekanntheitsgrad des Veranstalters (Haus der Bayerischen Geschichte) erfassen. 63% der Befragten gaben an, dass sie früher schon einmal etwas vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört haben.¹¹⁶ Man kann in der Folge davon ausgehen, dass der Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte hinsichtlich wichtiger individueller Merkmale der Besucher/innen stark variiert.

Aufgrund der geringen Fallzahlen lassen sich bei der Landesausstellung 2002/03 nicht die typischen Zusammenhänge zwischen der Kenntnis des Hauses der Bayerischen Geschichte und dem Alter bzw. der Bildung der Befragten feststellen. Als signifikantes Ergebnis zeigte sich allein der Zusammenhang zwischen dem Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte und den Kenntnissen der Landesgeschichte bzw. dem Interesse an Kunst und Malerei (*Grafik 74*). Die Befragten mit den jeweils höheren Kenntnissen und Interessen haben dabei häufiger bereits vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört als die Befragten mit den entsprechenden niedrigen Kenntnissen bzw. Interessen.

¹¹⁵ Sign.: 0.003; Chi² = 41,941.

¹¹⁶ 28% kannten das Haus der Bayerischen Geschichte noch nicht, 9% machten hierzu keine Angaben.

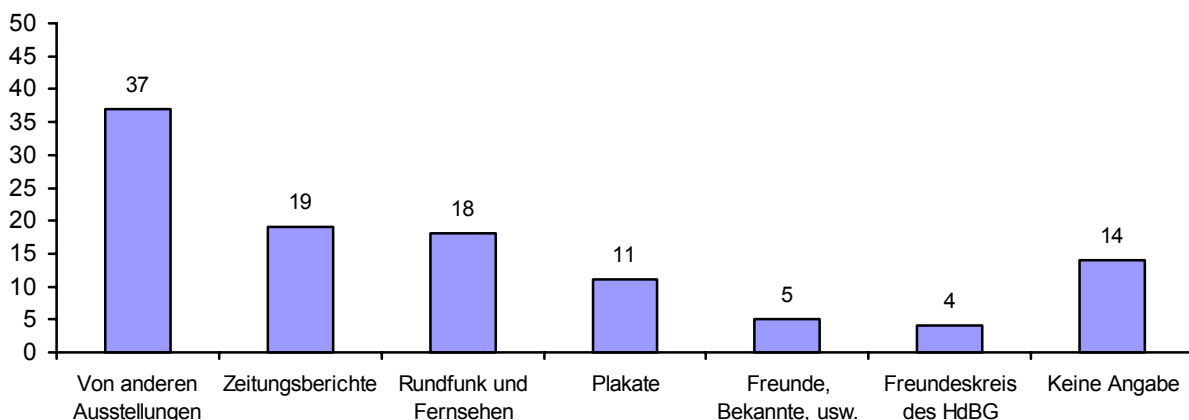
Grafik 74: Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte und Interessen/Kenntnisse der Besucher (Angaben in Prozent)¹¹⁷



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Um die allgemeine Frage nach der Bekanntheit zu spezifizieren, wurden die Ausstellungsbesucher/innen gebeten anzugeben, woher sie vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren haben. Dabei zeigt sich (*Grafik 75*), dass das Haus der Bayerischen Geschichte vor allem im Rahmen anderer Ausstellungen kennen gelernt wurde (37%). Eine weitere allerdings bereits deutlich abgeschwächte Rolle, spielen Zeitungsberichte mit 19%, sowie Rundfunk und Fernsehen mit 18%.

Grafik 75: Bedeutung von verschiedenen Aspekten für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte (Mehrfachantworten möglich; Angaben in Prozent; N = 162)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

¹¹⁷ Kenntnisse der Landesgeschichte: Sign.: 0.000; $\chi^2 = 18,102$; Interesse an Kunst und Malerei: Sign.: 0.006; $\chi^2 = 10,234$.

Hinsichtlich der verschiedenen Aspekte, die für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte eine Rolle spielen, zeigen sich zum Teil deutliche Unterschiede.

So haben vor allem die „Älteren Habituellen Besucher“ häufiger über andere Ausstellungen vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren als die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ (74% gegenüber 44%).¹¹⁸ Dieses Ergebnis bestätigt sich auch für die in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale „Kenntnisse der Landesgeschichte“ und die Besuchshäufigkeit.

Es zeigt sich, dass die Befragten umso öfter über Ausstellungen vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren haben, je höher sie ihre Kenntnisse der Landesgeschichte einschätzten (74% bei den Befragten mit hohen Kenntnissen gegenüber 42% bei den Befragten mit niedrigen Kenntnissen).¹¹⁹

Des Weiteren haben die Befragten, die generell häufiger in Ausstellungen sind, auch häufiger über Ausstellungen vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren als die Befragten, die nur selten eine Ausstellung besuchen (76% bei den Befragten, die alle ein bis zwei Monate in einer Ausstellung sind gegenüber 22% bei den Befragten, die höchstens einmal im Jahr eine Ausstellung besuchen).¹²⁰

Über Plakate haben vor allem die jüngeren Befragten (33% bei den Befragten unter 18 Jahre) vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren. Für die älteren Befragten spielten Plakate als Informationsquelle demgegenüber nur eine geringfügige Rolle (11% bei den Befragten die 60 Jahre und älter sind).¹²¹

Im Unterschied zu der Informationsquelle „andere Ausstellung“, die häufiger von Befragten mit höheren Kenntnissen und Interessen genutzt wird, sind Plakate öfter für Befragte mit niedrigen Kenntnissen bzw. Interessen relevant. Befragte mit niedrigen allgemeinen Geschichtskenntnissen haben häufiger über Plakate vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren als Befragte mit mittleren bzw. hohen Kenntnissen (57% gegenüber 13% bzw. 24%).¹²² Entsprechende Ergebnisse zeigen sich auch bezüglich der Kenntnisse der europäischen Geschichte. Die Befragten mit niedrigen Kenntnissen nutzten häufiger Plakate als Informationsquelle als die Befragten mit mittleren bzw. hohen Kenntnissen (50% gegenüber 15% bzw. 18%).¹²³

¹¹⁸ Sign.: 0.004; Chi² = 9,125.

¹¹⁹ Sign.: 0.053; Chi² = 5,889.

¹²⁰ Sign.: 0.000; Chi² = 21,240.

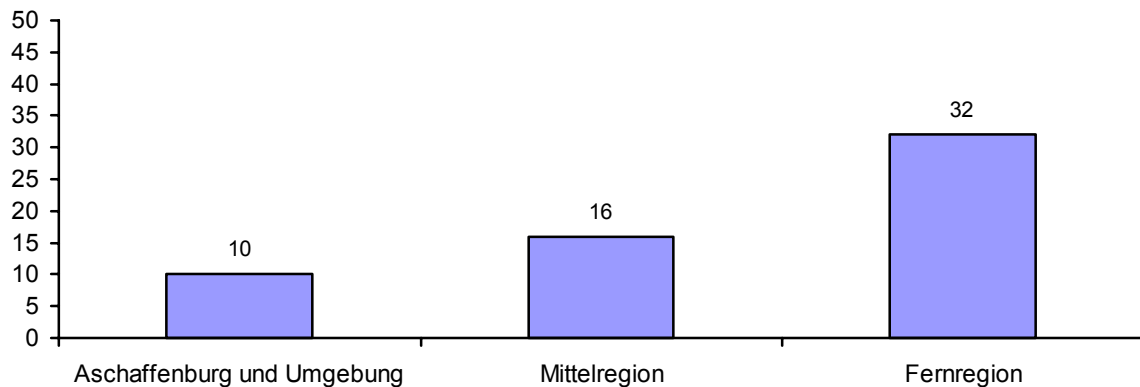
¹²¹ Sign.: 0.018; Chi² = 10,030.

¹²² Sign.: 0.013; Chi² = 8,730.

¹²³ Sign.: 0.016; Chi² = 8,243.

Signifikant ist schließlich der Zusammenhang zwischen der Bedeutung von Plakaten für den Bekanntheitsgrad und der Herkunftsregion (*Grafik 76*): Befragte aus der Fernregion haben häufiger über Plakate vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren als Befragte der beiden anderen Regionen.

Grafik 76: Bedeutung von Plakaten für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte und Herkunftsregion (Angaben in Prozent; N = 123)¹²⁴



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ haben deutlich häufiger als die „Älteren Habituellen Besucher“ über Freunde, Verwandte, Bekannte und Arbeitskollegen vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren (25% gegenüber 4%).¹²⁵ Dieses Ergebnis bestätigt sich auch für die in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale „Alter“ und die „Sozialität“.

3.9 Die Nutzung neuer Medien in Museen und Ausstellungen

3.9.1 Bewertung der eingesetzten neuen Medien in der Ausstellung

Der Einsatz von neuen Medien im Rahmen von Ausstellungskonzeptionen wird gegenwärtig immer wieder zur Diskussion gestellt. Viele Ausstellungen setzen mittlerweile solche Medien dabei verstärkt ein. Auch das Haus der Bayerischen Geschichte greift bei seinen Ausstellungen mehr und mehr auf diese Möglichkeit zurück. Es war

¹²⁴ Sign.: 0.043; Chi² = 6,296.

¹²⁵ Sign.: 0.002; Chi² = 11,096.

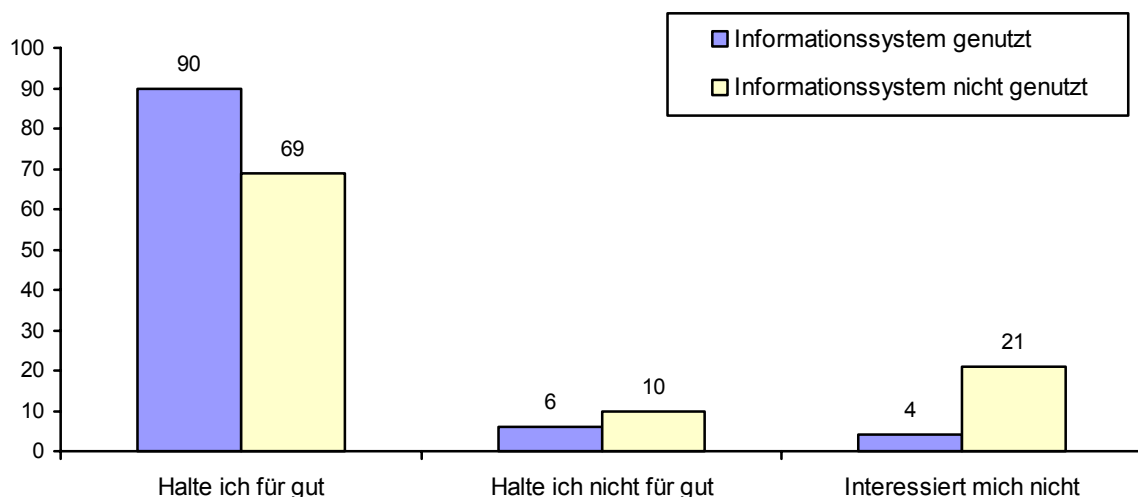
daher von Interesse zu erfahren, wie der Einsatz neuer Medien von den Ausstellungsbesucher/innen bewertet wird. Eine negative Bewertung der neuen Techniken durch die Befragten kann jedoch nicht ohne Einschränkung als Ablehnung der neuen Medien schlechthin interpretiert werden. Zum Teil muss davon ausgegangen werden, dass Befragte den Einsatz der neuen Medien in der Ausstellung deshalb kritisch bewerten, weil die zur Verfügung gestellten Techniken nicht ordnungsgemäß funktionierten.

Mit 69% wird von der Mehrheit der Befragten der Einsatz moderner Medien positiv eingeschätzt, 6% lehnen sie ab und 10% verhalten sich gleichgültig gegenüber dem Thema. 15% der Befragten haben sich überhaupt nicht dazu geäußert.

Im Unterschied zu den Ergebnissen der früheren Landesausstellungen lassen sich für die Ausstellung in Aschaffenburg keine signifikanten Unterschiede hinsichtlich der Bewertung der neuen Medien und bestimmten Besuchergruppen feststellen.

Es lässt sich jedoch ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Bewertung und der Nutzung des Informationssystems feststellen (*Grafik 77*). So halten Befragte, die das Informationssystem genutzt haben, dessen Einsatz öfter für gut als Befragte, die keinen Gebrauch vom Informationssystem gemacht haben (90% gegenüber 69%).

Grafik 77: Bewertung des Informationssystem und Nutzung
(Angaben in Prozent)¹²⁶



¹²⁶ Sign.: 0.001; Chi² = 14,799.

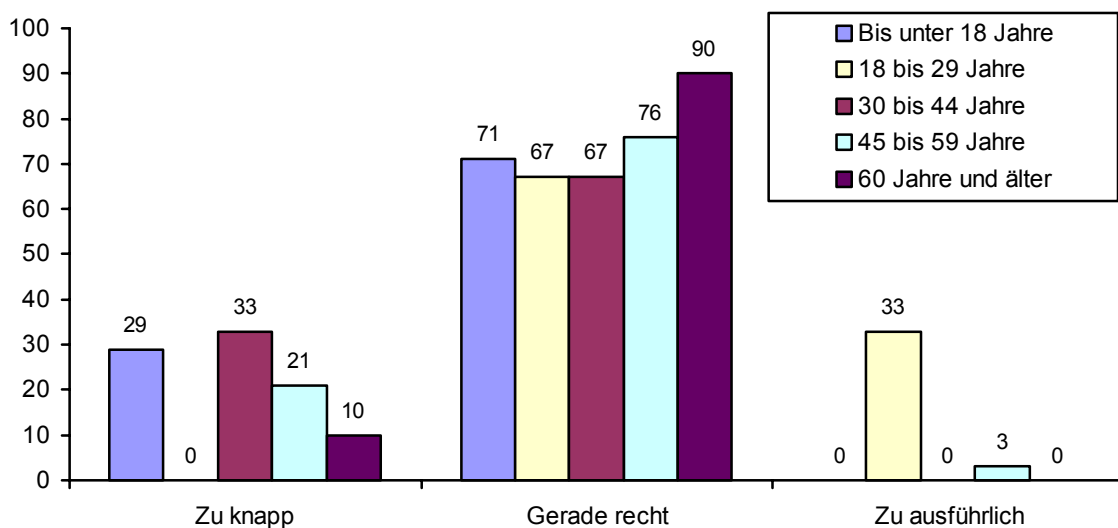
3.9.2 Nutzung des installierten Informationssystems in der Ausstellung

Neben der allgemeinen Bewertung des Einsatzes der neuen Medien wurde ermittelt, ob die Befragten das installierte Informationssystem genutzt haben. Mit 54% gab die Mehrheit der Befragten an, dass sie das Informationssystem verwendet haben, 41% haben das Informationssystem nicht genutzt und 5% machten hierzu keine Angaben.

Die überwiegende Mehrheit fand die über das Informationssystem vermittelten Informationen „gerade recht“ (73%). 15% der Befragten gaben an, dass sie die angebotenen Informationen für zu knapp hielten und für 2% waren die Informationen zu ausführlich. 10% machten hierzu keine Angaben.

Die Bewertung der über das Informationssystem vermittelten Informationen zeigt sich vom Alter (*Grafik 78*) und der Sozialität (*Grafik 79*) der Befragten abhängig. So werden die Informationen von den Befragten, die über 60 Jahre alt sind, am häufigsten für genau richtig eingeschätzt. Die Befragten, die zwischen 18 und 29 Jahre alt sind, hielten demgegenüber die Informationen öfter für zu ausführlich.

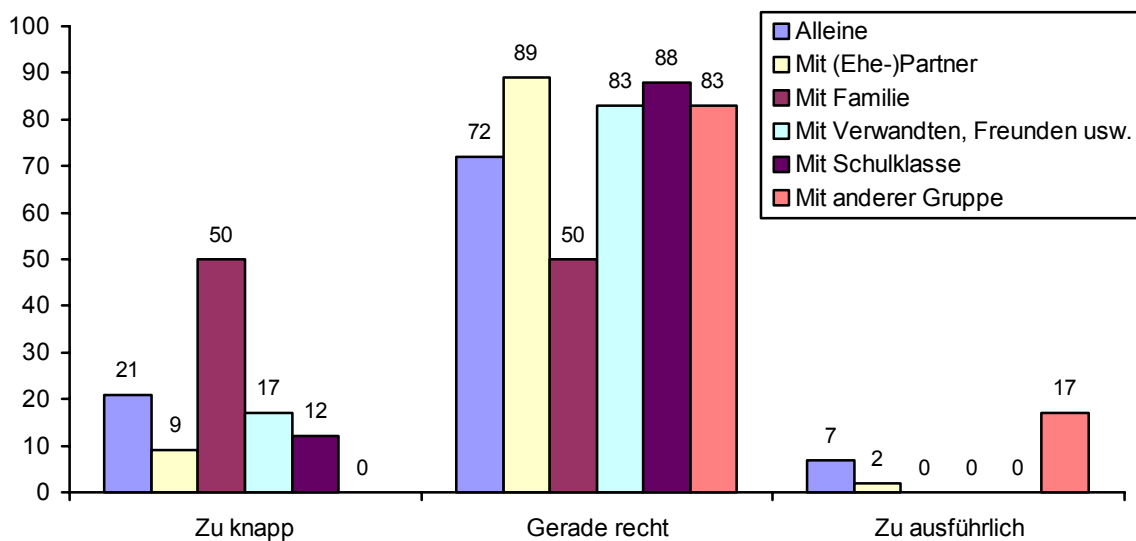
Grafik 78: Bewertung der über das Informationssystem vermittelten Informationen und Alter
 (Nur Befragte, die das Informationssystem genutzt haben;
 Angaben in Prozent; N = 115)¹²⁷



¹²⁷ Sign.: 0.000; Chi² = 30,939.

Hinsichtlich der Sozialität der Befragten zeigt sich, dass vor allem die Gruppenbesucher/innen die Informationen für zu ausführlich hielten. Demgegenüber fanden die Befragten, die mit ihrer Familie in der Ausstellung waren, dass die Informationen zu knapp waren.

Grafik 79: Bewertung der über das Informationssystem vermittelten Informationen und Sozialität
 (Nur Befragte, die das Informationssystem genutzt haben;
 Angaben in Prozent; N = 117)¹²⁸



Anhand einer Skala von 1 bis 10 konnten die Befragten bewerten, inwieweit sie das Informationssystem für hilfreich hielten bzw. inwieweit sie das „Handling“ des Informationssystems komfortabel fanden. Mit einem Durchschnittswert von 3,0 wird das Informationssystem insgesamt für hilfreich gehalten. Das „Handling“ wird ebenfalls positiv eingeschätzt (Mittelwert: 3,0).

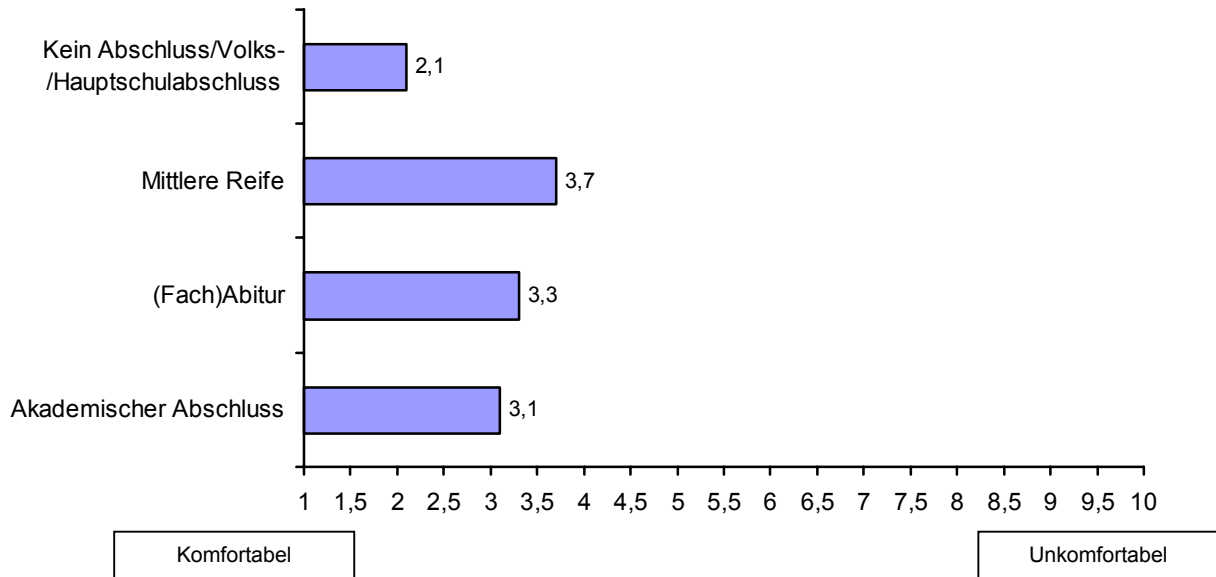
Die Bewertung des Informationssystems korreliert im Sinne der Gewinnung eines Gesamteindrucks, der die Bewertung maßgeblich beeinflusst, hochsignifikant positiv mit der Bewertung der optischen Präsentation. So wird das Informationssystem umso hilfreicher gehalten, desto positiver die optische Präsentation bewertet wird.¹²⁹

¹²⁸ Sign.: 0.026; Chi² = 20,389.

¹²⁹ Sign.: 0.000; Pearson's r = 0,586.

Hinsichtlich der Bewertung der Bedienungsfreundlichkeit des Informationssystems zeigen sich bildungsspezifische Zusammenhänge (*Grafik 80*). So bewerteten die Befragten, die über keinen bzw. einen Volks- bzw. Hauptschulabschluss verfügen, das „Handling“ durchschnittlich am besten.

Grafik 80: Bewertung des „Handlings“ des Informationssystems und Bildung (Nur Befragte, die das Informationssystem genutzt haben; Mittelwerte; N = 110)¹³⁰



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung „Grünwald“
 München, 2003

Die Bewertung des „Handlings“ des Informationssystems korreliert ebenfalls signifikant positiv mit der Bewertung der optischen Präsentation ab. So wird die Bedienung des Informationssystems umso positiver beurteilt, desto positiver die optische Präsentation bewertet wird.¹³¹

3.10 Touristisches Potenzial für den Ausstellungsort

Mit der Befragung sollte auch der Versuch unternommen werden, zu erfassen, welches touristische Potenzial die Ausstellung für den Ausstellungsort Aschaffenburg hatte. Dabei wurde zum einen explizit danach gefragt, ob sich die Ausstellungsbesucher/innen als Tourist/in in Aschaffenburg aufhalten. Zum anderen wurden die Befragten gebeten, genau anzugeben, wie viele Tage sie in Aschaffenburg bzw. seiner

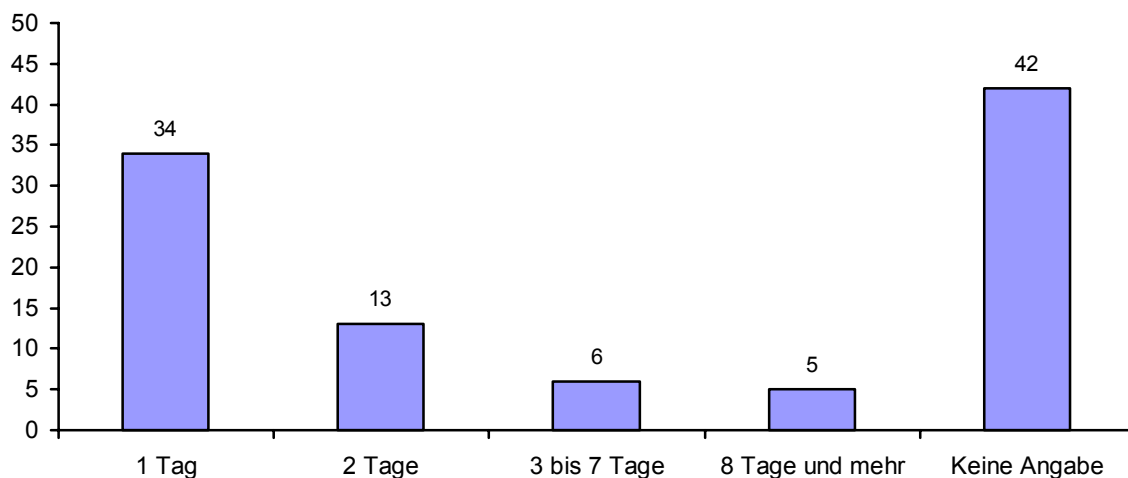
¹³⁰ Sign.: 0.050; F = 2,697.

¹³¹ Sign.: 0.000; Pearson's r = 0,495.

Umgebung verbringen werden und ob sie während ihres Aufenthalts auch die Stadt Aschaffenburg besichtigen werden. Darüber hinaus konnten die Befragten angeben, was ihnen am besten in Aschaffenburg gefallen hat und was sie auf jeden Fall noch besichtigen werden.

Es ist davon auszugehen, dass sich die Tourist/innen, die sich länger in der Gegend aufhalten, auch andere Sehenswürdigkeiten der Stadt Aschaffenburg besichtigen werden. Von den Befragten gaben 31% an, dass sie sich als Tourist/in in Aschaffenburg aufhielten (70 Nennungen). Es zeigt sich (*Grafik 81*), dass die meisten Touristen/innen Tagesausflügler waren (34%). 13% der Befragten besuchten Aschaffenburg und seine Umgebung für 2 Tage. 6% blieben bis zu einer Woche und etwa jeder zwanzigste Befragte verbrachte einen längeren Urlaub in der Region und blieb über eine Woche hier. Durchschnittlich hielten sich die Touristen 2,3 Tage in Aschaffenburg auf. Mit 42% war jedoch auch der Anteil der Befragten recht hoch, die zu ihrer Aufenthaltsdauer keine Angaben machten.

Grafik 81: Aufenthaltstage in Aschaffenburg und Umgebung (Nur Touristen; Angaben in Prozent; N = 113)



96 Befragte (45%) gaben an, dass sie während ihres Aufenthaltes auch die Stadt Aschaffenburg besichtigt haben oder noch besichtigen möchten. Nachgefragt, was ihnen an der Stadt am besten gefallen hat (*Tabelle 8*), nannten 31% die Stiftskirche, gefolgt von der Altstadt mit 27% und dem Schloss Johannisburg mit 23%.

**Tabelle 8: Am besten in der Stadt Aschaffenburg gefallen
(Ohne keine Angabe; Mehrfachantworten möglich; N = 26)**

	Besichtigungsobjekt	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Stiftskirche	8	31
2.	Altstadt	7	27
3.	Schloss Johannisburg	6	23
4.	Die Ausstellung „Grünwald“	2	8
5.	Sonstiges	3	11



Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung ‚Grünwald‘
München, 2003

Weiterhin wurden die Ausstellungsbesucher/innen danach gefragt, was sie sich auf jeden Fall noch in Aschaffenburg anschauen möchten (*Tabelle 9*). Insgesamt gab es hierzu 31 Nennungen, wobei die meisten Befragten wiederum die Stiftskirche nannten (42%).

**Tabelle 9: Weitere Besichtigungsabsicht der Ausstellungsbesucher/innen
(Ohne keine Angabe; Mehrfachantworten möglich; N = 31)**

	Besichtigungsobjekt	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Stiftskirche	13	42
2.	Altstadt, Innenstadt	7	23
3.	Die Ausstellung „Grünwald“	3	10
4.	Sonstiges	6	19
5.	Vieles, Alles	2	6

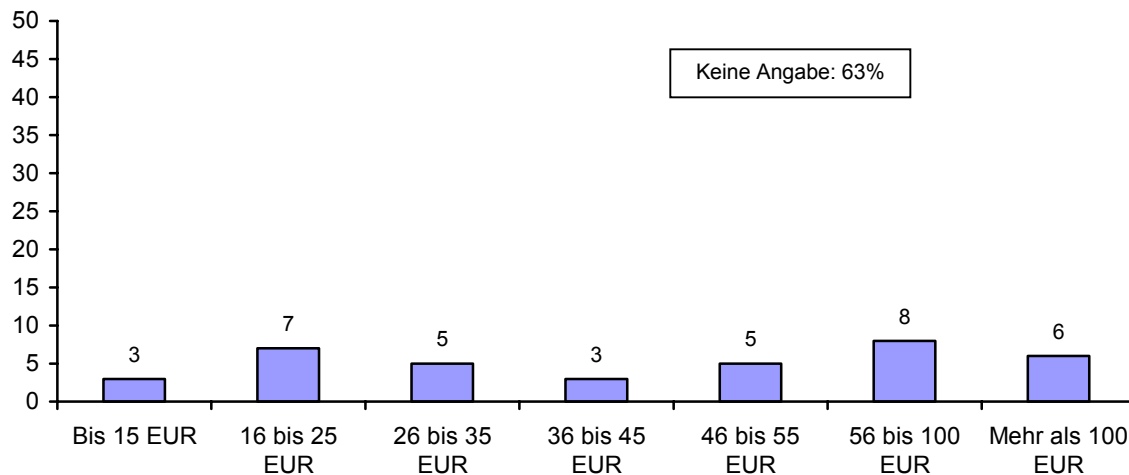


Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung ‚Grünwald‘
München, 2003

Von Interesse war es auch zu erfahren, ob die Ausstellungsbesucher/innen während ihres Aufenthalts in Aschaffenburg etwas gekauft haben oder die örtliche Gastronomie genutzt haben. 121 Befragte (57%) bejahten dies. Im Durchschnitt haben die Befragten 76 EUR während ihres Besuchs ausgegeben. Der höchste ausgegebene Wert lag bei 460 EUR. Die meisten Befragten (8%), die dazu Angaben machten, haben zwischen 56 und 100 EUR ausgegeben (*Grafik 82*).

Geht man von der Gesamtzahl von rund 82.000 Besuchern aus und berücksichtigt zudem die Anzahl der Kinder (ca. 6.600), die die Ausstellung besuchten, lässt sich aufgrund der erhobenen Daten von einem Kaufkraftzufluss (ohne Übernachtungen etc.) von rund 3,25 Mio. EUR ausgehen.

**Grafik 82: Ausgegebener Betrag in Aschaffenburg
(Nur Touristen; Angaben in Prozent; N = 156)**



Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung „Grünewald“
München, 2003

3.11 Interesse an den Ausstellungsthemen "Der Winterkönig" und "Franken 500 bis 1500"

Mit der Besucherbefragung sollte auch ermittelt werden, inwieweit sich die Besucher/innen der Ausstellung für weitere Ausstellungsthemen interessieren. Sie wurden deshalb gebeten, ihr Interesse jeweils für die beiden Themen "Der Winterkönig" und "Franken 500 bis 1500" einzuschätzen. Dabei zeigt sich, dass das Interesse am Thema "Franken 500 bis 1500" deutlich höher ist als das Interesse am Thema "Der Winterkönig". 49% bzw. 27% der Besucher/innen gaben an, dass sie das Thema "Franken 500 bis 1500" sehr bzw. eher interessant finden. 6% der Befragten interessieren sich für dieses Thema weniger und nur 3% der Befragten gaben an, dass sie sich für das Thema "Franken 500 bis 1500" überhaupt nicht interessieren. Allerdings machten zu dieser Frage auch insgesamt 15% der Ausstellungsbesucher/innen keine Angaben.

Das Thema "Der Winterkönig" fanden demgegenüber 30% bzw. 19% der Befragten sehr bzw. eher interessant. 23% der Befragten gaben indes an, dass sie sich für dieses Thema weniger interessieren. 5% der Besucher/innen der Landesausstellung interessieren sich für das Thema "Der Winterkönig" überhaupt nicht. Mit 23% ist der Anteil der Besucher/innen recht hoch, die zu dieser Frage keine Angabe machten.

4. Zusammenfassung

Die **Befragung** sollte in drei Wellen von jeweils einer Woche erfolgen. Die erste Befragungswelle war vom 16. bis 22. Dezember 2002 geplant, die zweite Welle sollte vom 20. bis 26. Januar 2003 nach den bayerischen Winterferien und die dritte Befragungswelle vom 10. bis 16. Februar 2003 durchgeführt werden. Aufgrund der Tatsache, dass die Interviewerin, die die erste Befragungswelle durchführen sollte, erkrankte und damit nur an der Hälfte der sieben geplanten Tage befragt werden konnte sowie der sehr hohen und für die Besucherbefragungen bei den Landesausstellungen untypischen Ausfallraten wurde schließlich eine weitere Befragungswoche vom 17. bis 23. Februar 2003 eingeschoben. Insgesamt wurde damit an 25 Tagen befragt. Im Zeitraum vom 30. November 2002 bis zum 28. Februar 2003 haben insgesamt 81.840 Personen die Ausstellung "Das Rätsel Grünwald" besucht. Befragt wurden im Rahmen dieser Untersuchung **291 Personen**, wobei für die Auswertung letztendlich 224 vollständig ausgefüllte Fragebögen zur Verfügung standen.

Das **Sozialprofil** der Besucher/innen der Landesausstellung 2002/03 stellte sich wie folgt dar:

- Das **Durchschnittsalter** der Befragten lag bei **56 Jahren**. Im Verhältnis zu den anderen Landesausstellungen war das Alter der Besucher/innen damit auffällig hoch.
- Die **Verteilung von Frauen und Männern** in der Stichprobe zeigte im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung nur geringfügige Abweichungen.
- Das Publikum dieser Ausstellung ist **sehr hoch gebildet**: Über zwei Drittel der Besucher/innen verfügen über die (Fach-)Hochschulreife und 42% haben einen (Fach-) Hochschulabschluss. Der Anteil der Hochgebildeten lag damit bei dieser Landesausstellung zum Teil noch über demjenigen der anderen Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.
- Für die Gruppe der **Erwerbstätigen** fiel auf, dass **Beamte** beim befragten Publikum deutlich **stärker vertreten** waren als in der bundesdeutschen Bevölkerung; die **größte Gruppe** innerhalb der **Nichterwerbstätigen** stellten mit 40% der Befragten die **Rentner**.

- Ihre **geschichtlichen Kenntnisse** bewertete ein Drittel der Befragten als **hoch**, die Kenntnisse der bayerischen und europäischen Geschichte wurden dagegen deutlich bescheidener eingeschätzt: Nur 15% bzw. 25% schätzten diese jeweils als hoch ein. Ihr Interesse an Kunst und Malerei bezeichneten schließlich 46% der Befragten als hoch.
- Der ganz überwiegende Teil der Ausstellungsbesucher/innen war **interessegeleitet** in der Ausstellung. Dabei stand vor allem das **Interesse am Malergenie Grünwald** im Vordergrund (49%).
- Die Besucher/innen **verteilten** sich fast **gleich auf die drei Regionen**, wobei aber die Mittelregion ein leichtes Übergewicht zeigte (35% gegenüber 29% bzw. 30%).
- Fast **ein Drittel** der Befragten gab an, **mindestens alle ein bis zwei Monate eine Ausstellung zu besuchen** und kann damit als „versierte(r) Ausstellungsbesucher/in“ bezeichnet werden.
- Hoch (**29%**) ist unter den Befragten auch der Anteil derer, die **Mitglied in einer Vereinigung mit historischen oder kulturellen Inhalten** sind.

In der vorliegenden Untersuchung wurde versucht mit dem Verfahren der **Clusteranalyse** aus den Besucher/innen Gruppen zu bilden, um für die weitergehenden Analysen Gruppenvergleiche vornehmen zu können. Es wurden folgende Eigenschaften der Besucher/innen in die Clusteranalyse eingeschlossen: die Sozialität, die Besuchsdauer, die allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen, das geschichtliche Interesse, das Bildungsniveau und das Alter. Aufgrund der hohen Vorselektion ergab sich, dass die Ausstellungsbesucher/innen in ihrer überwiegenden Mehrheit interesseorientiert in der Ausstellung waren. Deshalb wurde die Motivationsstruktur der Ausstellungsbesucher/innen diesmal nicht in die Clusteranalyse einbezogen. Insgesamt 181 der 224 Befragten konnten eindeutig einem Cluster zugewiesen werden. Es ergaben sich **zwei Cluster** (homogene Gruppen) von Besuchern – im Folgenden als „**Jüngere Gelegenheitsbesucher**“ und „**Ältere Habituelle Besucher**“ bezeichnet, die jeweils vorwiegend durch folgende Eigenschaften gekennzeichnet sind (*Tabelle 10*).

Tabelle 10: Besuchergruppen der Landesausstellung 2002/03 (Clusteranalyse)

Variable	Cluster 1 (N = 63)	Cluster 2 (N = 118)
	Jüngere Gelegenheitsbesucher	Ältere Habituelle Besucher
Bildungsniveau	Mittel - Hoch	Sehr hoch
Durchschnittsalter	48 Jahre	59 Jahre
Allgemeines geschichtliches Interesse	Mittel	Mittel - Hoch
Sozialität	Gruppenbesucher bzw. mit Verwandten/Freunden/Bekanntem	Einzelbesucher bzw. mit Partner oder Familie
Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen	Eher selten Gelegenheitsbesucher	Eher häufig Habituelle Besucher
Durchschnittliche Besuchsdauer	103 Minuten	120 Minuten



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung ‚Grünwald‘
 München, 2003

Das **Einzugsgebiet der Ausstellung** stellt sich wie folgt dar: Rund 23% der Besucher kamen aus Aschaffenburg und den umliegenden Landkreisen, 27% kamen aus dem übrigen Bayern, 3% aus München und 39% aus den anderen Bundesländern. 2% der Befragten kamen aus dem Ausland.

Die **allgemeine Besuchshäufigkeit** von Ausstellungen hängt mit bestimmten soziodemografischen Merkmalen zusammenhängt. So zeigte sich, dass die „**versierten Ausstellungsbesucher/innen**“ hauptsächlich **ältere** Befragte waren. Neben altersspezifischen Aspekten spielten für die Besuchshäufigkeit von Ausstellungen auch bildungsspezifische Effekte eine Rolle. So rekrutierten sich die „versierten Ausstellungsbesucher/innen“ hauptsächlich aus den **mittel- und höhergebildeten** Befragten. Des Weiteren zeigte sich ein Zusammenhang zwischen der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und den geschichtlichen und kunsthistorischen Interessen und Kenntnissen. Personen, die mindestens alle zwei Monate eine Ausstellung besuchen, waren deutlich häufiger Befragte mit **hohen geschichtlichen Kenntnissen** und **hohen Kenntnissen über die europäische Geschichte**. Die „Versiertheit“ der Besucher/innen hängt schließlich hoch signifikant mit ihren Interessen an Kunst und Malerei zusammen. Die Befragten besuchen desto häufiger Ausstellungen, je **höher ihr Interesse an Kunst und Malerei** ist.

87% der Befragten waren zum **ersten Mal in der Ausstellung**, wohingegen 10% der Befragten angaben, dass sie die Ausstellung zum **wiederholten Male** besucht haben. Erwartungsgemäß hängt ein wiederholter Ausstellungsbesuch von der Herkunftsregion der Befragten ab. So kamen die Wiederholungsbesucher/innen **häufiger aus Aschaffenburg** und Umgebung als aus der Mittel- und Fernregion.

Zur **Begleitung beim Ausstellungsbesuch** lässt sich sagen, dass mit 42% der **überwiegende Teil** der Befragten die Ausstellung zusammen **mit dem (Ehe-)Partner** besucht hat. 19% der Befragten gaben an, mit Verwandten bzw. Bekannten zur Ausstellung gekommen zu sein. Der Anteil der Gruppenbesucher/innen (vorwiegend Schulklassen, Reisegruppen, Kulturvereine usw.) beträgt 14%. Ebenfalls 14% der Befragten haben die Ausstellung alleine besucht. Der Anteil der Besucher/innen, die alleine in die Ausstellung kamen, entsprach damit etwa demjenigen anderer Landesausstellungen. Als einflussreiche Variable hat sich hier das Alter und die Bildung herausgestellt, denn es zeigte sich erwartungsgemäß, dass die Besucher/innen unter 18 Jahren bzw. noch ohne Abschluss **häufiger mit einer Schulklasse** in die Ausstellung kamen.

Das Besucherverhalten betreffend wurde in der Befragung erhoben, welche Besucher/innen an einer Führung teilgenommen haben, in welchem Umfang die Texttafeln gelesen und verstanden wurden und ob sich die Besucher einen Ausstellungskatalog gekauft haben.

Von den befragten Personen haben insgesamt **25%** an **Führungen** teilgenommen. Es zeigte sich dabei ein Zusammenhang zwischen der Neigung zur Teilnahme an Führungen und der **Sozialität** der Besucher/innen. So nahmen die **Gruppenbesucher/innen deutlich häufiger** an einer Führung teil als alle anderen Befragten. Am geringsten war die Bereitschaft an einer Führung teilzunehmen bei den Befragten, die alleine oder mit ihrer Familie in der Ausstellung waren.

Etwa **jede(r) vierte Befragte** hat nach dem Besuch der Ausstellung einen **Ausstellungskatalog gekauft**, 5% der Befragten erwarben den Katalog zur Ausstellung und jeweils 2% kauften einen Kurzführer oder eine CD-ROM. Signifikante Zusammenhänge ergeben sich für die geclusterten homogenen Besuchergruppen. So gaben die Personen, die aufgrund ihrer individuellen Merkmale der Gruppe der **"Älteren Habituellen Besucher"** zuzurechnen sind, signifikant **häufiger** an, eine **Publikation erworben** zu haben (40%), als die "Jüngeren Gelegenheitsbesucher" (15%). Der Erwerb einer Publikation hängt darüber hinaus mit dem formalen Bildungsniveau der befragten Personen zusammen. So haben die **Höhergebildeten häufiger** eine Publikation gekauft als Befragte mit einer niederen formalen Bildung. Auch zeigt sich, dass solche Befragte, die ihre **geschichtliche Kenntnisse als "hoch"** einstufen, häufiger eine Publikation gekauft haben, als diejenigen mit eher niedrigen Kenntnissen. Des Weiteren haben Befragte, die **allein in der Ausstellung** waren häufiger eine Publikation erworben als Befragte, die mit Partner bzw. Familie die Ausstellung besuchten. Außerdem zeigten sich Effekte bezüglich der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen. **Versierte Besucher/innen** haben häufiger eine Publikation erwor-

ben als Gelegenheitsbesucher. Schließlich besteht auch ein Zusammenhang mit der Dauer des Ausstellungsbesuchs: Personen, die **länger in der Ausstellung** verweilten, haben häufiger eine Publikation erworben.

Die **Hälfte** der Befragten hat „**fast alle**“ **Texttafeln** in der Ausstellung **gelesen** und nur 1% haben laut eigener Auskunft gar keine Texte gelesen. Das Lesen der Ausstellungstexte hängt stark davon ab, ob jemand an einer Führung teilgenommen hat: Diejenigen Personen, die an einer Führung teilgenommen haben, schenken den Texttafeln weniger Aufmerksamkeit.

93% der Befragten hat die **Objektbeschriftungen gelesen**, lediglich 4% haben die Objektbeschriftungen nicht zur Kenntnis genommen. Befragte, die einige oder alle Texte gelesen haben, nahmen auch öfter die Objektbeschriftungen zur Kenntnis. Darüber hinaus spielten auch das Alter und die Geschichtskennntnisse für die Wahrnehmung der Objektbeschriftungen eine Rolle: Befragte **unter 18 Jahren** haben häufiger **keine Objektbeschriftungen gelesen** als die übrigen Altersgruppen. Befragte, die über **mittlere bzw. hohe Geschichtskennntnisse** verfügen, nahmen die **Objektbeschriftungen häufiger zur Kenntnis** als die Befragten mit niedrigen Kenntnissen.

In der Ausstellung verbrachten die Befragten durchschnittlich 115 Minuten, jeweils die Hälfte der Ausstellungsbesucher/innen war länger bzw. kürzer als 110 Minuten in den Ausstellungsräumen. Ein Viertel des Publikums blieb nur bis zu 90 Minuten, das obere Viertel blieb über 125 Minuten. Die „**Älteren Habituellen Besucher**“ blieben etwas **länger** in der Ausstellung als die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ (120 Minuten gegenüber 103 Minuten). Es zeigt sich außerdem, dass die Besucher/innen umso **länger** in der Ausstellung waren, **je umfangreicher** sie die **textlichen Informationen** in Anspruch nahmen. Darüber hinaus ergab sich, dass sich Befragte, welche die Ausstellung **zum wiederholten Male besuchten**, **deutlich länger** in der Ausstellung aufhielten als die Befragten, die zum erstenmal in der Ausstellung waren (135 Minuten gegenüber 110 Minuten).

Untersucht man die Wahrnehmung und Bewertung der Ausstellungsinhalte, so ergibt sich zunächst, dass die Befragten **alle Abteilungen positiv bewerteten**. Die durchschnittlich beste Beurteilung erhielt die Abteilung „Spurensuche: Zur Person Grünwalds“, welche von etwa 71% der Befragten als sehr gut bzw. gut eingeschätzt wurde.

Die **Bewertung der einzelnen Ausstellungsabteilungen** ist wiederum abhängig von spezifischen soziodemografischen Merkmalen. So wurde die **Abteilung „Holdselig und correct: Grünwalds Bilder“** von den **älteren Befragten** deutlich **positiver** eingeschätzt als von den jüngeren Befragten. **Insgesamt** wurde die Ausstellung **umso besser** bewertet, **je niedriger der Bildungsstand** der Befragten ist. Darüber hinaus besteht ein Zusammenhang zwischen den Bewertungen der Ausstellung und der Selbsteinschätzung der eigenen Kenntnisse und Interessen. Befragte, die ihre **geschichtlichen Kenntnisse allgemein** als „hoch“ bzw. „mittel“ einschätzten, bewerteten die **Ausstellung insgesamt schlechter** als diejenigen Befragten, die diese Kenntnisse selbst lediglich als „niedrig“ bezeichneten. Hinsichtlich der Bewertung der einzelnen Ausstellungsabteilungen zeigen sich **ähnliche Ergebnisse** für den Zusammenhang zwischen den allgemeinen Geschichtskenntnissen und der Bewertung der Abteilung **„Passionen und Reliquien: Das Neue Stift Hall“**. **Vergleichbare Ergebnisse** zeigen sich auch hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen den **Kenntnissen der europäischen Geschichte** und der Bewertung der **Abteilung „Stiftungen für das Seelenheil“: Heller-Altar und Maria-Schnee-Altar“**.

Neben der Landesausstellung 2002/03 zu Grünwald fand parallel eine **Ausstellung** mit dem Thema **„Grünwald in der Moderne“** statt. **22%** der Befragten hatten **beide Ausstellungen** besucht und **68%** gaben an, dass sie die Ausstellung „Grünwald in der Moderne“ **noch besuchen** möchten. Fast **zwei Drittel** der Befragten gab an, dass ihnen die Ausstellung **„Das Rätsel Grünwald“ besser gefallen** hat.

Insgesamt haben **61%** aller Befragten ein **Exponat** angegeben, das sie für **besonders beeindruckend** halten. Jeweils etwa **jede(r) zehnte Befragte** fand die **"Beweinung Christi"** am eindrucksvollsten. Mit etwa **9%** der Nennungen folgt der **"Isenheimer Altar"** und mit **jeweils 8%** der **„Perlenaltar von Plock“** und die **„Zeichnungen und Originalbilder“**. Die **„Stuppacher Madonna“** wurde mit **7%** am fünfthäufigsten genannt.

Die **optische Präsentation der Ausstellung** wurde von **76%** der Befragten als **"sehr gut"** bzw. **"gut"** eingeschätzt. Nur **4%** der Befragten waren mit ihr nicht zufrieden. Dabei wird die optische Präsentation der Ausstellung **umso besser bewertet**, je **besser** den Befragten die **Ausstellung insgesamt** gefällt und umgekehrt. Entsprechend zeigt sich, dass diejenigen Befragten, welche das äußere Erscheinungsbild der Ausstellung positiv bewerteten auch **die einzelnen Abteilungen positiv** beurteilten. Die optische Präsentation der Ausstellung wird auch **um so positiver** eingeschätzt, **je positiver** die **Verständlichkeit der Texte** bzw. der **Objektbeschriftungen** bewertet wird. Schließlich wird die optische Präsentation der Ausstellung

umso schlechter bewertet, **je höher gebildet** die Befragten sind bzw. **je höher das Interesse** der Befragten **an Kunst und Malerei** ist.

Insgesamt wurden von den Befragten **124 Angaben** darüber gemacht, inwieweit sie über die Ausstellung **neue Informationen** erhalten haben. An erster Stelle stehen mit **13%** Informationen über „**Grünwald als Maler und Künstler und seine Beziehungen zu den anderen Künstlern**“ seiner Zeit, gefolgt vom Thema „Grünwald und seine Zeit“ und dem Thema „das Leben Grünewalds allgemein“. Dass das „Rätsel Grünwald“ nach wie vor besteht, wurde als neue Information von den Befragten an vierter Stelle genannt.

Insgesamt wurden von den Befragten **115 Angaben** darüber gemacht, inwieweit sich ihre **Vorstellungen über Grünwald** nach dem Ausstellungsbesuch verändert haben. Nur 5% der Befragten gaben an, dass ihre Vorstellungen nach dem Ausstellungsbesuch gleich geblieben seien. Die meisten Befragten halten Grünwald nach dem Ausstellungsbesuch für ein „**Genie bzw. einen genialen Künstler**“ oder betonen seine „**Vielseitigkeit**“. An dritter Stelle folgen die Vorstellung von Grünwald als einer „**rätselhaften Persönlichkeit**“ bzw. als „**fortschrittlich und seiner Zeit voraus**.“

Die **Bewertung der Texte** zur Ausstellung wurde unter zwei Gesichtspunkten erfasst: der **Verständlichkeit** und der **Ausführlichkeit**. Von den Befragten, welche die Texte zumindest teilweise gelesen haben, beurteilte mit **93%** die überwiegende Mehrheit die **Verständlichkeit sehr gut bzw. gut** und empfand mit **87%** ihre **Ausführlichkeit als angemessen**. Dabei bewerteten die Befragten **mit niedrigen Geschichtskennnissen die Textverständlichkeit häufiger als sehr gut** als die Befragten mit mittleren und hohen Kenntnissen. Als **zu knapp** wurden die Texte öfters von den Befragten **mit hohen Kenntnissen** der Geschichte eingeschätzt als von den Befragten mit mittleren und niedrigen Kenntnissen.

Die **Bewertung der Objektbeschriftungen** wurde ebenfalls unter den zwei Gesichtspunkten der **Verständlichkeit** und der **Ausführlichkeit** erfasst. Dabei zeigt sich, dass auch von den Befragten, welche die Objektbeschriftungen gelesen haben, mit **90%** die überwiegende Mehrheit die **Verständlichkeit sehr gut bzw. gut** bewertete und mit **81%** ihre **Ausführlichkeit als angemessen** empfand. Die Objektbeschriftungen wurden **umso verständlicher** bewertet, **je verständlicher** auch die **Texte** beurteilt wurden. Darüber hinaus wurden die Objektbeschriftungen von den **älteren Befragten häufiger für angemessen** gehalten als von den jüngeren.

Von den Befragten (25%), die an einer Führung teilgenommen haben, beurteilten mit **75%** eine deutliche Mehrheit der Befragten die **Qualität der Führung** als **sehr gut** oder **gut**. 12% fanden die Führung jedoch weniger gut und 3% schlecht.

Mit **70%** bekam eine deutliche Mehrheit der Befragten einen **Eindruck von der künstlerischen Bedeutung Grünewalds** vermittelt, obwohl nur wenige Originale von Grünewald gezeigt wurden. Nur 7% der Befragten sahen dies nicht so und stimmten der entsprechenden Aussage eher nicht oder überhaupt nicht zu. Dabei halten die **Akademiker häufiger** als alle anderen Befragten die **Vermittlung** für **misslungen**. Entsprechend gaben auch die Befragten mit den **höheren Kenntnissen in Geschichte allgemein und europäischer Geschichte** deutlich häufiger an, die **Vermittlung** sei **nicht gelungen** als die Befragten mit den jeweils niedrigen Kenntnissen. Die Einschätzung der Vermittlungsleistung hat des Weiteren einen Einfluss auf die Verweildauer in der Ausstellung. **Je länger** die Befragten **in der Ausstellung** blieben, **desto besser** schätzten sie deren **Vermittlungsleistung** ein. Außerdem wird die Vermittlungsleistung **umso besser** beurteilt, **je besser** die **optische Bewertung** bzw. die **Gesamtbewertung** der Ausstellung ausfällt.

Schließlich waren auch die Befragten, die den **Versicherungswert** der Ausstellung **eher niedrig** einschätzten und damit auch den Wert der Ausstellung selbst, häufiger mit der **Vermittlungsleistung** der Ausstellung **nicht zufrieden**.

Befragt nach dem **Hauptinteresse am Maler Grünewald** zeigt sich, dass fast **drei Viertel** der Befragten vor allem **am Malergenie Grünewald** interessiert waren, wohingegen sich nur 15% mehr für die religiösen Darstellungen interessierten. Vergleicht man das Hauptinteresse an Grünewald mit der Motivation der Befragten, so ergibt sich, dass die **spezifisch Interessierten häufiger** ein Interesse am **Malergenie Grünewald** zeigten als die Befragten mit einem allgemeinen Interesse an der Ausstellung.

45% der Befragten gaben an, dass sie die **Stuppacher Madonna** bereits **im Original** gesehen haben und **62%** der Befragten, welche die Stuppacher Madonna noch nicht gesehen haben, gaben an, dass sie **vorhaben**, sich das Original der **Stuppacher Madonna** noch **anzuschauen**. Die „**Älteren Habituellen Besucher**“ hatten **häufiger** als die „**Jüngeren Gelegenheitsbesucher**“ die **Stuppacher Madonna** bereits **gesehen** und gaben **häufiger** als die „**Jüngeren Gelegenheitsbesucher**“ an, dass sie sich das **Original** der Stuppacher Madonna **noch anschauen möchten**. Auch hatten die Befragten das Original **umso häufiger gesehen** bzw. gaben **umso öfter** an, dass sie die Stuppacher Madonna im Original **noch besuchen möchten**, **je älter** sie waren. Weiterhin gaben auch die **Höherinteressierten** deutlich **häufiger**

als die Niedriginteressierten an, dass sie die Stuppacher Madonna noch im **Original besichtigen möchten**. Ein Einfluss auf diese Besuchsabsicht hat schließlich auch die Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen. So gaben die Befragten, die generell **häufiger in Ausstellungen** anzutreffen sind, auch **häufiger** als die Gelegenheitsbesucher/innen an, dass sie die Stuppacher Madonna noch **im Original besichtigen** möchten.

57% der Befragten haben auch den **Isenheimer Altar in Colmar** bereits **gesehen**. Von den Befragten, welche den Isenheimer Altar noch nicht besucht haben, gab **ein Drittel** an, dass sie **beabsichtigen**, sich den **Isenheimer Altar** in Colmar **anzuschauen**. Die „**Älteren Habituellen Besucher**“ haben den Isenheimer Altar deutlich **häufiger** bereits **gesehen** als die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“. Dieser Zusammenhang zeigt sich auch für die meisten der in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale. So haben die Befragten den Isenheimer Altar **umso öfter** bereits gesehen, **je älter** sie waren. Auch gaben die **Akademiker** und die **Höherinteressierten häufiger** als die anderen Befragten an, dass sie den Altar bereits einmal in Colmar **gesehen** haben. Des Weiteren zeigt sich, dass die **weiblichen Befragten** etwas **häufiger** als die männlichen den Isenheimer Altar **besichtigt** haben. Die Befragten aus der **Mittel-** bzw. der **Fernregion** haben ebenfalls **häufiger** den Isenheimer Altar in Colmar **gesehen** als die Befragten aus Aschaffenburg und Umgebung. Schließlich zeigt sich der Besuch des Isenheimer Altars auch von der allgemeinen Besuchshäufigkeit von Ausstellungen abhängig. So haben die Befragten, die **häufiger in Ausstellungen** sind, auch **häufiger** bereits den Isenheimer Altar **besichtigt** als die Gelegenheitsbesucher/innen. Hinsichtlich der geäußerten Besuchsabsicht des Isenheimer Altars in Colmar zeigt sich lediglich ein Effekt bezüglich der über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen. So bekundeten die „**Älteren Habituellen Besucher**“ den **Besuchswunsch häufiger** als die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“.

Mit **36%** schätzten die meisten Befragten den Wert der Ausstellungsstücke mit einem **Versicherungswert zwischen 1 bis 50 Millionen** eher **weniger hoch** ein. Nur **3%** der Befragten glaubten indes, dass der Versicherungswert der Ausstellung über **500 Millionen Euro** liegen müsse. Interessant ist auch, dass **ein Viertel** der Besucher/innen **keine Angabe zum Versicherungswert** machte, was darauf schließen lässt, dass keinerlei Vorstellung darüber vorhanden ist, welchen „Wert“ eine solche Ausstellung präsentiert. Die „**Jüngeren Gelegenheitsbesucher**“ schätzten den **Versicherungswert** der Ausstellung **höher** als die „**Älteren Habituellen Besucher**“: Dieses Ergebnis bestätigt sich auch für einige der in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale. So schätzten die Befragten, die über einen **niedrigen Bildungsabschluss** verfügen, den **Versicherungswert häufiger höher** ein als die **Höhergebildeten**. Auch gaben die Befragten, die aufgrund eines **spezifischen Interes-**

ses in der Ausstellung waren, **häufiger einen niedrigeren Versicherungswert** der Ausstellung an als die Befragten mit einem allgemeinen Interesse. Schließlich ist die Einschätzung des Versicherungswerts auch abhängig von der Häufigkeit der Ausstellungsbesuche. Die **Gelegenheitsbesucher/innen** schätzten diesen deutlich **häufiger höher** ein als die versierten Besucher/innen.

Von den angegebenen **Infrastruktureinrichtungen** und **Serviceleistungen** wurden mit einer Durchschnittsnote von jeweils 2,0 die **Ausschilderung des Rundgangs** und die **Öffnungszeiten am besten bewertet**. Mit einer Durchschnittsnote von jeweils 2,1 wurden auch die Ausschilderung zur Ausstellung und das Informationssystem noch gut bewertet, gefolgt von den Wartezeiten an den Eingängen mit 2,2. Im Vergleich dazu etwas schlechter mit einer voll befriedigenden Bewertung von 2,5 schneiden die „Parkmöglichkeiten“ ab. Die Befragten aus der **Fern- und Mittelregion** bewerteten die **Ausschilderung zur Ausstellung deutlich negativer** als die Befragten aus Aschaffenburg und Umgebung. Des Weiteren wird die Ausschilderung zur Ausstellung **umso besser** beurteilt, **je besser** auch die **Gesamtbewertung** der Ausstellung ist. Die **Wartezeiten an den Eingängen** wurden vor allem von den Befragten **unter 18 Jahren** und den Befragten **zwischen 30 und 59 Jahren negativ bewertet**. Des Weiteren werden auch die Wartezeiten **umso besser** beurteilt, **je besser die Gesamtbewertung** ist. Die **Bewertung der Ausschilderung des Rundgangs** steht ebenfalls in einem signifikanten Zusammenhang mit dem Alter, der Herkunftsregion und der Gesamtbewertung der Ausstellung. Auch hier sind es wieder die Befragten **unter 18 Jahre** und die Befragten aus der **Fernregion**, welche die Ausschilderung des Rundgangs **besonders schlecht** finden. Des Weiteren wird die Ausschilderung des Rundgangs wiederum **umso besser** beurteilt, **je besser** auch die **Gesamtbewertung** ist. Die **Bewertung der Öffnungszeiten** hängt wiederum vom Alter und der Sozialität der Befragten sowie der Gesamtbewertung der Ausstellung ab. Auch hier sind es wieder die Befragten **unter 18 Jahre**, die **Einzelbesucher/innen** und die Befragten, die **mit einer Schulklasse** die Ausstellung besucht haben, welche die Öffnungszeiten am schlechtesten bewerteten. Des Weiteren werden die Öffnungszeiten **umso besser** beurteilt, **je besser** auch die **Gesamtbewertung** ist. Das **Informationssystem** wird schließlich wiederum von den Befragten aus der **Fernregion deutlich schlechter** als von den Befragten der Mittelregion bzw. aus Aschaffenburg und Umgebung bewertet. Außerdem wird auch das Informationssystem **umso besser** beurteilt, **je besser** auch die **Gesamtbewertung** ist.

Über die Hälfte der Befragten haben den Ausstellungsort **mit dem eigenen PKW bzw. Motorrad** erreicht, gefolgt von einem knappen Drittel der Befragten, die ein öffentliches Verkehrsmittel genutzt haben. Deutlicher seltener reisten die Besu-

cher/innen demgegenüber mit einem Bus einer Reisegruppe an oder erreichten die Ausstellung zu Fuß.

Mit **21%** haben die meisten Befragten durch Berichte in regionalen Zeitungen von der Ausstellung erfahren haben, gefolgt von den Besucher/innen, die sich durch Freunde, Verwandte, Bekannte und Arbeitskollegen zum Besuch der Ausstellung motivieren ließen (17%) bzw. die Berichte in überregionalen Zeitungen und Zeitschriften genutzt haben (17%). Dabei zeigt sich, dass die Gruppe der **unter 18-Jährigen** am **häufigsten von Freunden, Bekannten, Verwandten und Arbeitskollegen** zum Besuch der Ausstellung animiert wurde. Umgekehrt gaben die **älteren Besucher/innen häufiger** an, dass sie über **Zeitungsberichte** von der Ausstellung erfahren haben. Die Wahl der Informationsquellen hängt auch von der Sozialität der Befragten ab. So wurden die Befragten, die **alleine** oder **mit ihrem Lebenspartner** in der Ausstellung sind, **häufiger über Zeitungsberichte** zum Ausstellungsbesuch motiviert. Für die Befragten, die mit ihrer **Familie bzw. mit Verwandten oder Freunden** in der Ausstellung waren, spielten dagegen **Freunde und Verwandte** als Informationsquelle **eine größere Rolle**.

63% der Befragten gaben an, dass sie **früher** schon einmal **etwas vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört** haben. Die Befragten mit den **höheren Kenntnissen der Landesgeschichte** bzw. **dem höheren Interesse an Kunst und Malerei** haben dabei häufiger bereits vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört als die Befragten mit den entsprechenden niedrigen Kenntnissen bzw. Interessen.

Mit **37%** gaben die meisten Befragten an, dass das **Haus der Bayerischen Geschichte** vor allem **im Rahmen anderer Ausstellungen kennen gelernt** wurde. Eine weitere allerdings bereits deutlich abgeschwächte Rolle, spielten Zeitungsberichte sowie Rundfunk und Fernsehen. Die „**Älteren Habituellen Besucher**“ haben dabei **häufiger über andere Ausstellungen** vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren als die „**Jüngeren Gelegenheitsbesucher**“. Es zeigt sich außerdem, dass die Befragten **umso öfter über Ausstellungen** vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren haben, **je höher** sie **ihre Kenntnisse der Landesgeschichte** einschätzten. Des Weiteren haben die Befragten, die generell **häufiger in Ausstellungen** sind, **auch häufiger über Ausstellungen** vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren als die Befragten, die nur selten eine Ausstellung besuchen. Über **Plakate** haben vor allem die **jüngeren** Befragten vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren. Auch waren Plakate als Informationsquelle **öfter** für Befragte mit **niedrigen Kenntnissen bzw. Interessen** relevant. Weiterhin haben die Befragten aus der **Fernregion häufiger** über Plakate vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren als Befragte der beiden anderen Regionen. Schließlich spielten für die „**Jüngeren**

Gelegenheitsbesucher“ deutlich **häufiger** als für die „Älteren Habituellen Besucher“ **Freunde, Verwandte, Bekannte und Arbeitskollegen als Informationsquelle** eine Rolle. Entsprechende Ergebnisse zeigen sich auch für die in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale „**Alter**“ und die „**Sozialität**“.

Mit **69%** wurde von der Mehrheit der Befragten der **Einsatz moderner Medien positiv eingeschätzt**, 6% lehnten sie ab und 10% verhielten sich gleichgültig gegenüber dem Thema. Dabei zeigt sich, dass Befragte, die das **Informationssystem genutzt haben**, dessen **Einsatz öfter für gut** halten als Befragte, die keinen Gebrauch vom Informationssystem gemacht haben.

Mit **54%** gab die Mehrheit der Befragten an, dass sie das **Informationssystem verwendet** haben. Dabei fand mit **73%** die überwiegende Mehrheit die über das Informationssystem vermittelten **Informationen „gerade recht“**. 15% der Befragten gaben an, dass sie die angebotenen Informationen für zu knapp hielten und für 2% waren die Informationen zu ausführlich. Die Informationen wurden von den Befragten, die **über 60 Jahre** alt sind, am **häufigsten** für **genau richtig** eingeschätzt. Hinsichtlich der **Sozialität** der Befragten zeigt sich, dass vor allem die **Gruppenbesucher/innen** die Informationen für **zu ausführlich** hielten. Demgegenüber fanden die Befragten, die **mit ihrer Familie** in der Ausstellung waren, dass die Informationen **zu knapp** waren.

Das **Informationssystem** wurde insgesamt **für hilfreich** gehalten und auch das „**Handling**“ wurde ebenfalls **positiv** eingeschätzt. Dabei wird das Informationssystem **umso hilfreicher** gehalten, **desto positiver die optische Präsentation** bewertet wird. Außerdem bewerteten die Befragten, die über **keinen bzw. einen Volks- bzw. Hauptschulabschluss** verfügen, das „**Handling**“ durchschnittlich **am besten**. Auch die **Bedienung** des Informationssystems wird **umso positiver** beurteilt, **desto positiver die optische Präsentation** bewertet wird.

Von den Befragten gaben **31%** an, dass sie sich als **Tourist/in** in Aschaffenburg aufhielten. Die meisten Touristen/innen waren **Tagesausflügler** waren, 13% der Befragten besuchten Aschaffenburg und seine Umgebung für 2 Tage und 6% blieben bis zu einer Woche. Nur etwa jeder zwanzigste Befragte verbrachte einen längeren Urlaub in der Region und blieb über eine Woche hier. **Durchschnittlich** hielten sich die Touristen **2,3 Tage** in Aschaffenburg auf.

45% der Befragten gaben an, dass sie während ihres Aufenthaltes auch die **Stadt Aschaffenburg besichtigt** haben oder noch besichtigen möchten. Nachgefragt, was ihnen an der Stadt **am besten gefallen** hat, nannten die meisten Befragten die

Stiftskirche, gefolgt von der **Altstadt** und dem **Schloss Johannisburg**. Die **meisten Befragten** gaben darüber hinaus an, dass sie auf jeden Fall noch die **Stiftskirche besuchen möchten**.

57% der Befragten hatten während ihres Aufenthalts in Aschaffenburg **etwas gekauft** bzw. die örtlich **Gastronomie genutzt** haben. Im **Durchschnitt** haben die Befragten dabei **76 EUR** ausgegeben. Der höchste ausgegebene Wert lag bei 460 EUR. Geht man von der Gesamtzahl von rund 82.000 Besuchern aus und berücksichtigt zudem die Anzahl der Kinder (ca. 6.600), die die Ausstellung besuchten, lässt sich aufgrund der erhobenen Daten von einem **Kaufkraftzufluss** (ohne Übernachtungen etc.) von **rund 3,25 Mio. EUR** ausgehen.

Mit der Besucherbefragung sollte auch ermittelt werden, inwieweit sich die Besucher/innen der Ausstellung für **weitere Ausstellungsthemen interessieren**. Das Interesse am Thema **"Franken 500 bis 1500"** war dabei **deutlich höher** als das Interesse am Thema "Der Winterkönig". **76%** der Besucher/innen gaben an, dass sie das **Thema "Franken 500 bis 1500" sehr bzw. eher interessant** finden, wohingegen nur **49%** der Befragten das Thema „Der Winterkönig“ **sehr bzw. eher interessant** finden.

Literaturverzeichnis

Backhaus, K. u.a. (1996⁸): Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. Berlin u.a.: Springer.

Bühl, A. und P. Zöfel (1996): Professionelle Datenanalyse mit SPSS für Windows. Bonn u.a.: Addison-Wesley.

Eisenstecken, E. (1994): Besucherbefragung zur Ausstellung „Herzöge und Heilige“. Ergebnisbericht. München.

Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994a): Besucherbefragung zur Ausstellung „München - 'Hauptstadt der Bewegung'“. Ergebnisbericht . München.

Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994b): Besucherbefragung zur Ausstellung „Lucas Cranach“. Ergebnisbericht. München.

Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994c): Besucherbefragung zur Ausstellung „Schreibkunst, mittelalterliche Buchmalerei aus dem Kloster Seeon“. Ergebnisbericht. München.

Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1995): Besucherbefragung zur Ausstellung „Salz Macht Geschichte“. Ergebnisbericht. München.

Fröhlich, W. (1994): Das Publikum von Ausstellungen. Vortrag gehalten im Rahmen des Kolloquiums des Hauses der Bayerischen Geschichte "Ergebnisse der Cranach-Ausstellung" vom 24. bis 26.11.1994 in Naumburg/Saale.

Fröhlich, W. (1995): Besucherbeforschung in Kronach, in: Haus der Bayerischen Geschichte, Bayerische Staatskanzlei (Hg.): Lucas Cranach - Ein Maler-Unternehmer aus Franken. Abschlußbericht und Kolloquium zur Ausstellung. Augsburg, S. 39-46.

Fröhlich, W. (1999a): Besucherbefragung zur Ausstellung „Ein Herzogtum und viele Kronen“. Ergebnisbericht . München.

- Fröhlich, W. (1999b): Besucherbefragungen zu verschiedenen Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte. Vergleich des Sozialprofils und wichtiger anderer Merkmale der Ausstellungsbesucher/innen. Tabellenband. München.
- Fröhlich, W. und M. Pichlbauer (1996): Schülerbefragung zur Ausstellung "Salz Macht Geschichte". Ergebnisbericht. München.
- Fröhlich, W. und J. Zebisch (2000): Besucherbefragung zur Ausstellung „Bayern & Preußen & Bayerns Preußen“. Ergebnisbericht. München
- Fröhlich, W. und J. Nöthen (2001): Besucherbefragung zur Landesausstellung "Bavaria – Germania – Europa. Geschichte auf Bayerisch". Ergebnisbericht. München
- Haus der Geschichte (1996): Museen und ihre Besucher. Berlin.
- Helm, S. und S. Klar (1997): Besucherforschung und Museumspraxis. München.
- Hofstätter, P. R. (1977): Persönlichkeitsforschung. Stuttgart.
- Hutzemann, R. (o.J.): Museen in der Stadt - Eine Untersuchung über Museen, ihre wirtschaftlichen Auswirkungen sowie die Struktur ihrer Besucher. Bayreuth.
- Klein, H.-J. (1990): Der gläserne Besucher. Publikumsstrukturen einer Museumslandschaft. Berlin.
- Klein, H.-J. (1984): Analyse von Besucherstrukturen an ausgewählten Museen in der Bundesrepublik Deutschland und in Berlin (West). Berlin.
- Klein, H.-J. und M. Bachmayer (1981): Museum und Öffentlichkeit. Berlin.
- Landschaftsverband Rheinland (1997): Das besucherorientierte Museum. Köln.
- Osgood, C. E. et al. (1957): The Measurement of Meaning. Urbana, Ill.
- Rogge, K.-E. (1995) (Hg.): Methodenatlas. Berlin.
- Statistisches Bundesamt (Hg.) (2000). Statistisches Jahrbuch 2000 für die Bundesrepublik Deutschland. Stuttgart.