

# **Besucherbefragung zur Landesausstellung**

Kaiser Heinrich II. 1002 - 1024

Bamberg  
9. Juli 2002 bis 20. Oktober 2002

## **Ergebnisbericht**

Werner Fröhlich  
Joachim Nöthen  
München, Juli 2003

## Inhaltsverzeichnis

	<b>Seite</b>
<b>1. Themen und Fragestellungen der Untersuchung</b> .....	4
<b>2. Untersuchungsmethode und Erhebungsinstrument</b> .....	4
2.1 Auswahlverfahren.....	5
2.2 Stichprobe und Repräsentativität .....	5
2.3 Befragungssituation und Antwortverhalten.....	6
<b>3. Untersuchungsergebnisse</b> .....	8
<b>3.1 Sozialprofil der Ausstellungsbesucher/innen</b> .....	8
3.1.1 Alter .....	8
3.1.2 Geschlecht .....	10
3.1.3 Bildung .....	11
3.1.4 Erwerbstätigkeit und Erwerbsstatus .....	12
3.1.5 Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen.....	15
3.1.6 Interessen und Kenntnisse der Ausstellungsbesucher/innen.....	17
3.1.7 Motivation und Anregung zum Ausstellungsbesuch.....	18
3.1.8 Zusammenfassung - Sozialprofil der Ausstellungsbesucher/innen .....	27
3.1.9 Cluster der Besuchergruppen .....	28
<b>3.2 Besucherverhalten</b> .....	29
3.2.1 Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen.....	29
3.2.2 Erst- und Wiederholungsbesucher/innen .....	33
3.2.3 Die Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen .....	35
3.2.4 Teilnahme an Führungen .....	40
3.2.5 Kauf einer Publikation oder Medien zur Ausstellung.....	42
3.2.6 Aufnahme von Informationen über Ausstellungstexte.....	47
3.2.7 Intensität des Ausstellungsbesuchs .....	49
3.2.8 Besuchsmöglichkeit an mehreren Tagen und Einteilung in fünf .....	57
Ausstellungsbereiche	
<b>3.3 Wahrnehmung und Bewertung der Ausstellungsinhalte</b> .....	62
3.3.1 Bewertung der fünf Ausstellungsbereiche.....	62
3.3.2 Interessanteste Teile der Ausstellung .....	67
3.3.3 Eindrucksvollstes Exponat der Ausstellung.....	75
3.3.4 Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung.....	82
3.3.5 Über die Ausstellung vermittelte Informationen.....	85
3.3.6 Vorstellungen über Heinrich und Kunigunde.....	89
3.3.7 Bewertung der Ausstellungstexte .....	91
3.3.8 Bewertung der Führungen.....	97
3.3.9 Nutzung des Audiosystems .....	98
3.3.10 Nutzung des Informationssystems .....	102
3.3.11 Nutzung des Kinderprogramms.....	107
<b>3.4 Bewertung der Infrastruktur und Serviceleistungen</b> .....	108

<b>3.5</b>	<b>Die Bedeutung verschiedener Informationsquellen .....</b>	<b>112</b>
<b>3.6</b>	<b>Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte .....</b>	<b>118</b>
<b>3.7</b>	<b>Bewertung der eingesetzten neuen Medien in der Ausstellung .....</b>	<b>125</b>
<b>3.8</b>	<b>Touristisches Potenzial für den Ausstellungsort.....</b>	<b>129</b>
<b>3.9</b>	<b>Interesse der Besucher/innen an weiteren Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte .....</b>	<b>132</b>
3.9.1	Interesse an den Ausstellungsthemen „Das Rätsel Grünewald“ und "Der Winterkönig" .....	132
3.9.2	Besuchsabsicht der Ausstellung zu Grünewald .....	135
<b>4.</b>	<b>Zusammenfassung.....</b>	<b>137</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>		<b>154</b>

## **1. Themen und Fragestellungen der Untersuchung**

Die Begleitung der Landesausstellung 2002 „Kaiser Heinrich II.“ 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 achtseitigen Fragebogens, der einschließlich des soziodemografischen Abschnitts 54 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 einzelnen Fragen ließen zum Teil Mehrfachantworten zu.

## 2.1 Auswahlverfahren

Die zu befragenden Ausstellungsbesucher/innen wurden nach einem Zufallsverfahren ausgewählt. Etwa jede(r) zwanzigste Besucher/in wurde von einer Interviewerin bzw. einem Interviewer angesprochen und gebeten, sich an einer kurzen Befragung zur Ausstellung zu beteiligen. Um eine möglichst umfassende Bewertung der Ausstellung zu erhalten, waren die Interviewer/innen angewiesen, über ein Screening möglichst nur solche Besucher/innen anzusprechen, die bereits einen Großteil der Ausstellung gesehen hatten. Dieses Verfahren erklärt auch die im Vergleich zu anderen Besucherbefragungen von Landesausstellungen des HdBG geringere Befragungsquote.

Die Befragung erfolgte in drei Wellen von jeweils einer Woche. Die erste Befragungswelle wurde vom 26. August bis zum 1. September 2002 in der Haupturlaubszeit durchgeführt, die zweite Welle vom 23. bis 29. September 2002 kurz nach den bayerischen Sommerferien und die dritte Befragungswelle vom 7. bis 13. Oktober 2002 kurz vor Ende der Ausstellung. 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 9. Juli bis zum 20. Oktober 2002 haben insgesamt 205.920 Personen die Ausstellung „Kaiser Heinrich II.“ besucht. Befragt wurden im Rahmen dieser Untersuchung insgesamt 1.023 Personen, wobei 83 Fragebögen so unvollständig ausgefüllt wurden, dass sie nicht in die Untersuchung eingehen konnten. Für die Auswertung standen damit die Daten von insgesamt 940 befragten Ausstellungsbesucher/innen zur Verfügung.

Insgesamt haben sich 44% der angesprochenen Besucher/innen an der Befragung beteiligt, was für Untersuchungen dieser Art als noch gute Ausschöpfungsquote zu bezeichnen ist.

Mit gewissen Einschränkungen kann somit davon ausgegangen werden, dass die Befragung eine realistische Abbildung der Einschätzungen aller Ausstellungsbesucher/innen ergeben hat.

### 2.3 Befragungssituation und Antwortverhalten

Die Fragebögen wurden im Ausgangsbereich der Ausstellung nach einem Zufallsverfahren 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 und 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 940 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%.

Verständlicherweise gab es am Ende des Besuchs dieser umfangreichen Ausstellung auch Verweigerungen. Bei einer Anzahl von 1.023 Befragten sind im ganzen 1.311 Verweigerungen festzuhalten. Von den Interviewer/innen wurden somit während der Befragung insgesamt 2.334 Ausstellungsbesucher/innen angesprochen. Wie bereits erwähnt, haben sich damit rund die Hälfte der Angesprochenen an der Untersuchung beteiligt. Häufigste Begründungen für Verweigerungen waren: "keine Zeit", "keine Lust" und "kein Interesse".

Im Folgenden sind die täglichen Besucherzahlen während der drei Befragungswellen, die täglich befragten Besucher/innen und die Befragungsquoten angegeben (*Tabelle 1*). Daraus wird ersichtlich, dass die durchschnittliche Befragungsquote pro Tag etwas über 2% lag.

**Tabelle 1: Besucher/innen, Befragungen und Befragungsquoten**

<b>1. Welle 26.08. – 01.09.</b>	<b>Besucher/innen insgesamt</b>	<b>Angesprochene Besucher/innen</b>	<b>Verweige- rungen</b>	<b>Befragte Besu- cher/innen</b>	<b>Befragungs- quote<sup>1</sup></b>
Mo	1.065	68	27	41	3,9%
Di	1.517	98	37	61	4,0%
Mi	1.792	91	23	68	3,8%
Do	1.444	98	34	64	4,4%
Fr	1.532	92	37	55	3,6%
Sa	2.408	88	35	53	2,2%
So	2.163	92	41	51	2,4%
<b>2. Welle 23.09. – 29.09.</b>					
Mo	1.047	60	25	35	3,3%
Di	1.875	71	36	35	1,9%
Mi	1.742	68	32	36	2,1%
Do	1.862	89	41	48	2,6%
Fr	1.632	74	27	47	2,9%
Sa	3.103	105	52	53	1,7%
So	3.231	97	34	63	1,9%
<b>3. Welle 07.10. – 13.10.</b>					
Mo	1.562	136	106	30	1,9%
Di	1.893	159	118	41	2,2%
Mi	2.542	195	135	60	2,4%
Do	2.100	117	81	36	1,7%
Fr	2.603	146	100	46	1,8%
Sa	5.551	188	139	49	0,9%
So	3.554	202	151	51	1,4%
<b>Insgesamt</b>	<b>46.218</b>	<b>2.334</b>	<b>1.311</b>	<b>1.023</b>	<b>2,2%</b>


 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

<sup>1</sup> Die Befragungsquote errechnet sich aus dem Verhältnis von befragten Personen und Besucher/innen insgesamt.

### 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 Aussagen darüber treffen, welche spezifischen Bevölkerungsgruppen die Ausstellung hauptsächlich besucht haben und wie sich diese in ihrer Zusammensetzung von der Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik Deutschland unterscheiden. Als Vergleichszahlen wurden die Daten der amtlichen Statistik und des ALLBUS<sup>2</sup> herangezogen.

##### 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.

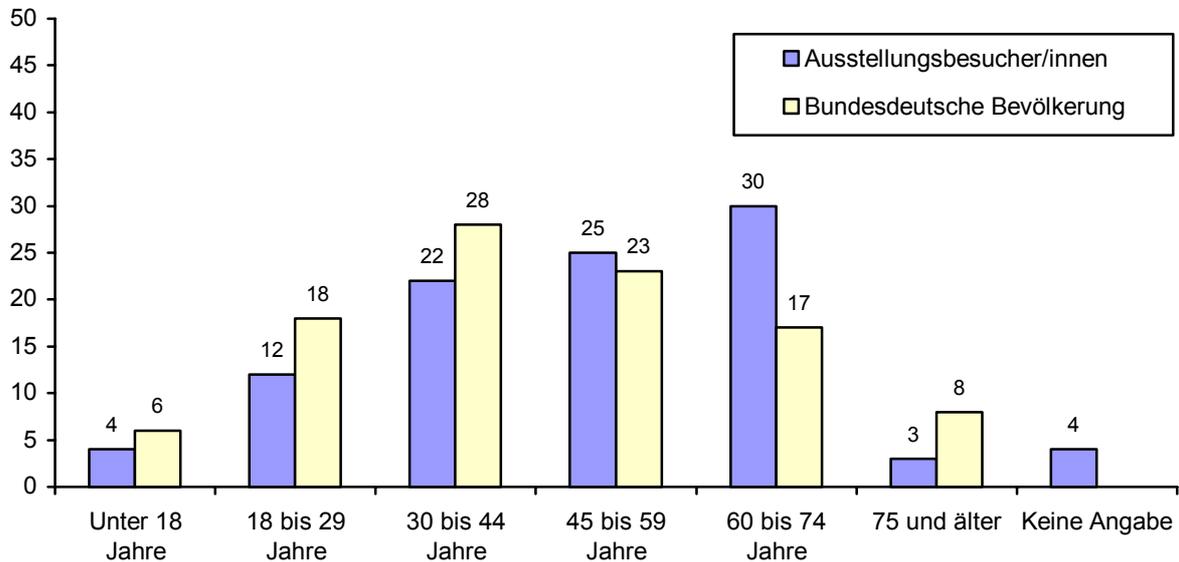
Hinsichtlich der Altersverteilung der befragten Ausstellungsbesucher/innen zeigt sich (*Grafik 1*), dass im Vergleich zur bundesdeutschen Bevölkerung vor allem die Altersgruppen der 60- bis 74-Jährigen überproportional vertreten waren (30% in der Stichprobe gegenüber 17% in der Gesamtbevölkerung). Deutlich schwächer repräsentiert waren dagegen die Altersgruppe der 30- bis 44-Jährigen und die Gruppe der über 74-jährigen. Letzteres lässt sich darauf zurückführen, dass es häufig gesundheitliche Probleme sind, die in dieser Altersgruppe die Mobilität und damit auch die Möglichkeit Ausstellungen zu besuchen deutlich einschränkt.

Vor allem der hohe Anteil der 60- bis 74-Jährigen wird erklärlich, wenn man den Zeitaufwand berücksichtigt, der mit einem Museumsbesuch verbunden ist. So befinden sich in der Gruppe der 60- bis 74-Jährigen die meisten noch am Gesellschaftsleben teilnehmenden Rentner und Pensionäre, denen von der Erwerbstätigkeit entbunden ausreichend freie Zeit zur Verfügung steht.

---

<sup>2</sup> Der ALLBUS ist die „Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften“ und wird in zweijährigem Abstand durchgeführt. Seine Ergebnisse gelten als repräsentativ für die bundesdeutsche Bevölkerung.

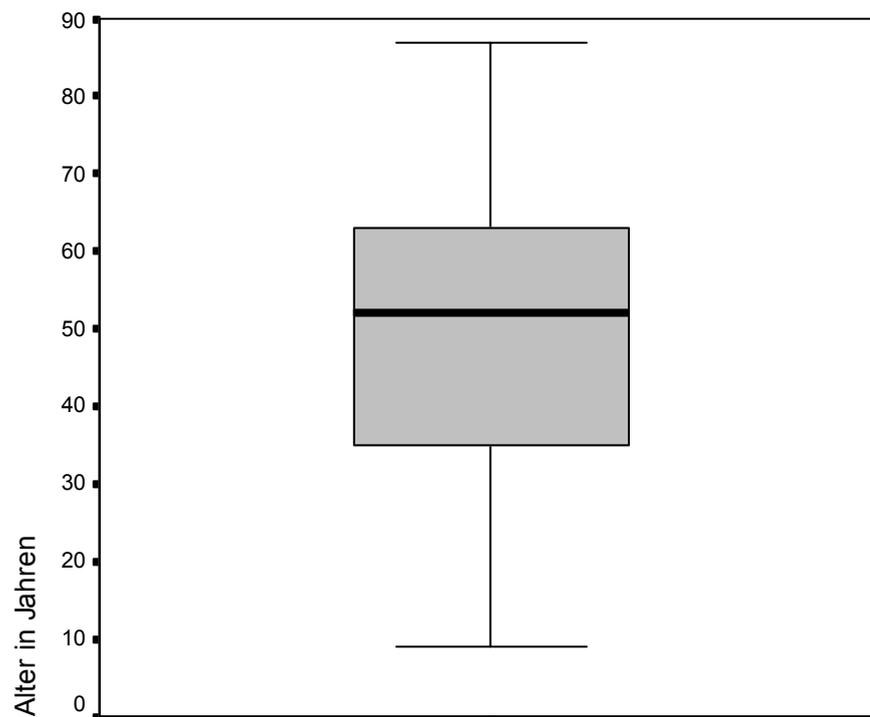
**Grafik 1: Altersverteilung der Ausstellungsbesucher/innen im Vergleich mit der bundesdeutschen Bevölkerung (Statistisches Jahrbuch 2000; Angaben in Prozent)**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Erwähnenswert ist an dieser Stelle, dass das Durchschnittsalter der Befragten bei 49 Jahren lag. Es zeigt sich, dass jeweils die Hälfte der Ausstellungsbesucher/innen jünger bzw. älter als 52 Jahre war (*Grafik 2*). Ein Viertel des befragten Publikums war unter 35 Jahre alt, weitere 25% waren zwischen 63 und 87 Jahren alt. Die jüngste befragte Besucherin war 9 Jahre, der älteste Befragungsteilnehmer war 87 Jahre alt. Insgesamt ist die altersspezifische Streuung der erfassten Haushaltsmitglieder allerdings relativ gering; die Standardabweichung liegt bei etwa 17 Jahren.

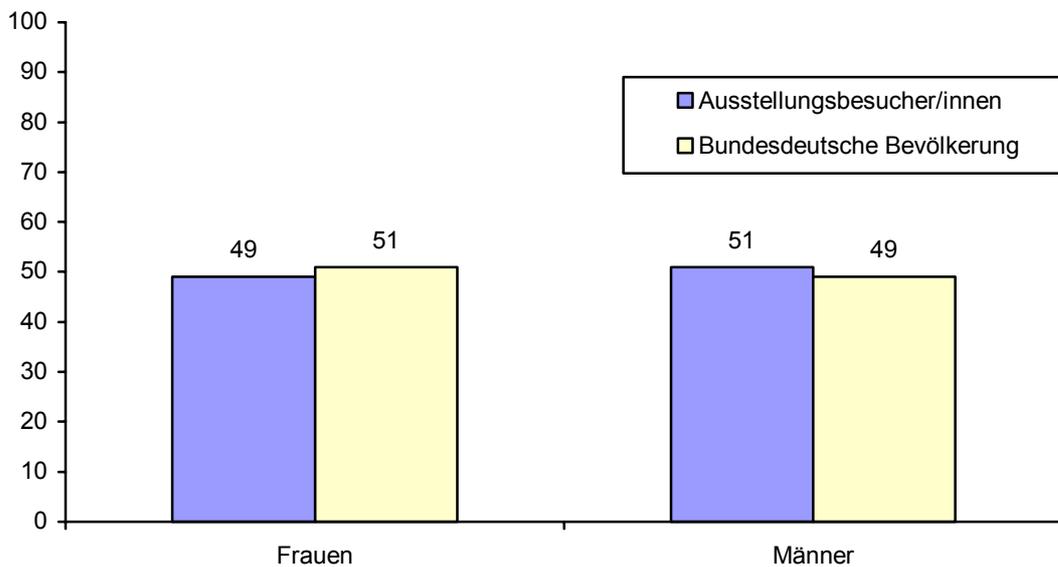
**Grafik 2: Alter der Ausstellungsbesucher/innen (Boxplot)**



### 3.1.2 Geschlecht

Die Verteilung von männlichen und weiblichen Besuchern in der Stichprobe zeigt (*Grafik 3*), dass mit 51% gegenüber 49% etwas mehr Männer als Frauen die Ausstellung besucht haben. Im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung waren die Männer im Ausstellungspublikum damit nur unwesentlich stärker vertreten, so dass die Stichprobe der Untersuchung bezüglich dieses Besuchermerkmals eine repräsentative Auswahl abbildet.

**Grafik 3: Geschlecht der Ausstellungsbesucher/innen im Vergleich mit der bundesdeutschen Bevölkerung (Statistisches Jahrbuch 2000; Angaben in Prozent)<sup>3</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

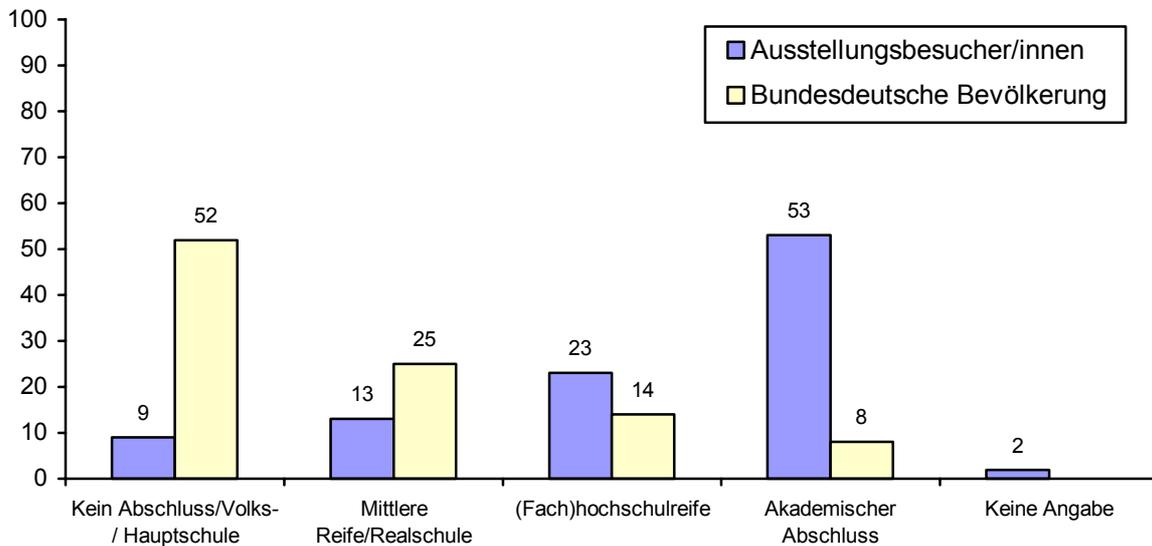
### 3.1.3 Bildung

Das Haus der Bayerischen Geschichte fühlt sich dem „demokratischen Bildungsauftrag“ verpflichtet, der darin besteht, möglichst „breite Kreise“ der Bevölkerung anzusprechen und für den 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.

Dabei zeigt sich ganz deutlich (*Grafik 4*), dass die Höhergebildeten (Abitur, Hochschule) im Vergleich zur Gesamtbevölkerung überproportional vertreten waren. Umgekehrt waren vor allem Personen ohne bzw. mit einem niedrigen Abschluss deutlich schwächer repräsentiert (9% gegenüber 52%). Nimmt der Anteil der Personen mit höherem Bildungsniveau in der Gesamtbevölkerung je nach Höhe prozentual stetig ab, so zeigt sich für das Bildungsniveau der Ausstellungsbesucher/innen genau die umgekehrte Verteilung.

<sup>3</sup> Die Befragten, die keine Angabe zu ihrem Geschlecht machten, wurden aus der Analyse ausgeschlossen

**Grafik 4: Bildungsniveau der Ausstellungsbesucher/innen im Vergleich zum Bildungsniveau der bundesdeutschen Bevölkerung (Statistisches Jahrbuch 2000; Angaben in Prozent)**

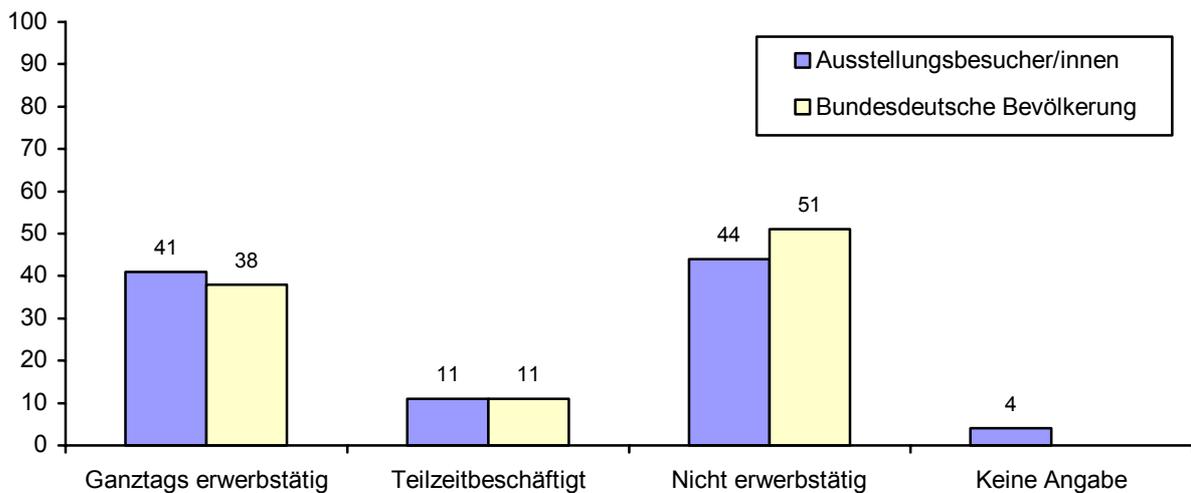


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

### 3.1.4 Erwerbstätigkeit und Erwerbsstatus

Aussagen über die „Sozialschicht-bezogene“ Zusammensetzung der Ausstellungsbesucher/innen lassen sich auch über die Erwerbstätigkeit und die berufliche Stellung treffen. Betrachtet man die Erwerbstätigkeit (*Grafik 5*), ergibt sich im Vergleich mit der bundesdeutschen Bevölkerung, dass der Anteil der Vollzeitbeschäftigten mit 41% leicht höher lag, während der Anteil der nicht erwerbstätigen Personen mit 44% niedriger war als in der bundesdeutschen Gesamtbevölkerung.

**Grafik 5: Erwerbstätigkeit der Ausstellungsbesucher/innen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Stat. Jahrbuch 2000; Angaben in Prozent)**

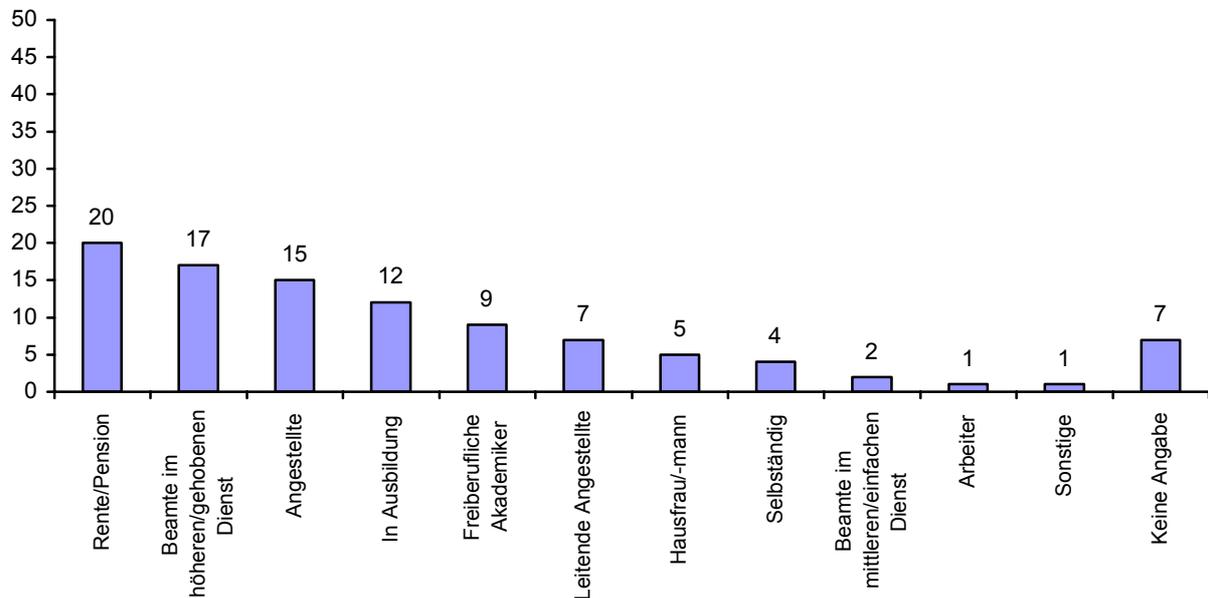


 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Neben der Erwerbstätigkeit wurde in der Befragung auch die berufliche Stellung als weiterer wichtiger Indikator zur Bestimmung der Schichtzusammensetzung der Ausstellungsbesucher/innen erfasst (*Grafik 6*). Die beiden größten Gruppen bildeten mit 20% die Rentner und Pensionäre und mit 17% die Beamten im höheren und gehobenen Dienst, gefolgt von den Angestellten mit 15% und den sich noch in Ausbildung befindenden Personen mit 12%. Das Schlusslicht markierten die Beamten des mittleren bzw. einfachen Dienstes und die Arbeiter mit 2% bzw. 1%.

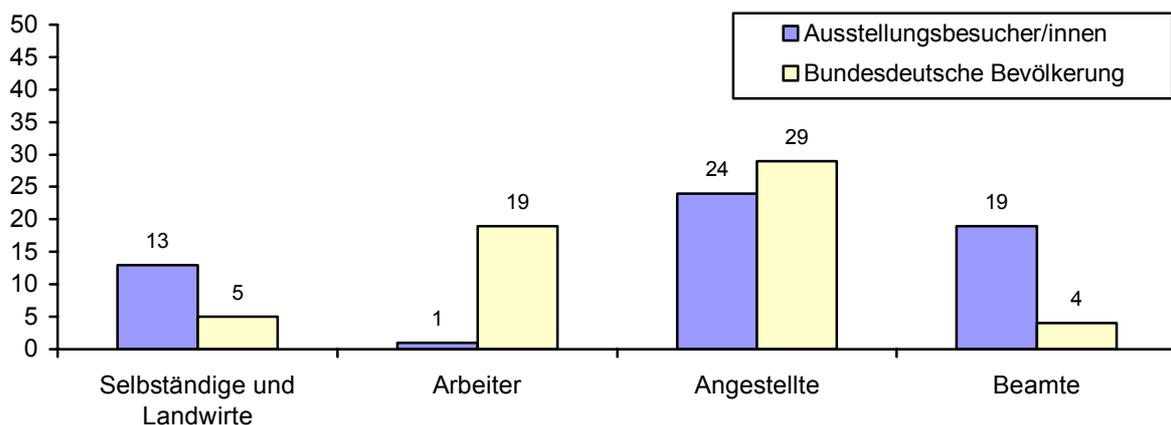
Ein Vergleich der beruflichen Stellung der Ausstellungsbesucher mit derjenigen der bundesdeutschen Bevölkerung zeigt (*Grafik 7*), dass der Anteil der Arbeiter unter den Ausstellungsbesuchern/innen deutlich geringer war als in der bundesdeutschen Gesamtbevölkerung. Umgekehrt war der Anteil der Beamten und der Selbständigen unter den Ausstellungsbesuchern im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung besonders hoch.

**Grafik 6: Berufliche Stellung der Ausstellungsbesucher/innen im Beruf (Angaben in Prozent)**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

**Grafik 7: Berufliche Stellung: Erwerbstätige Ausstellungsbesucher/innen und Gesamtbevölkerung (ALLBUS<sup>4</sup>; Angaben in Prozent)<sup>5</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

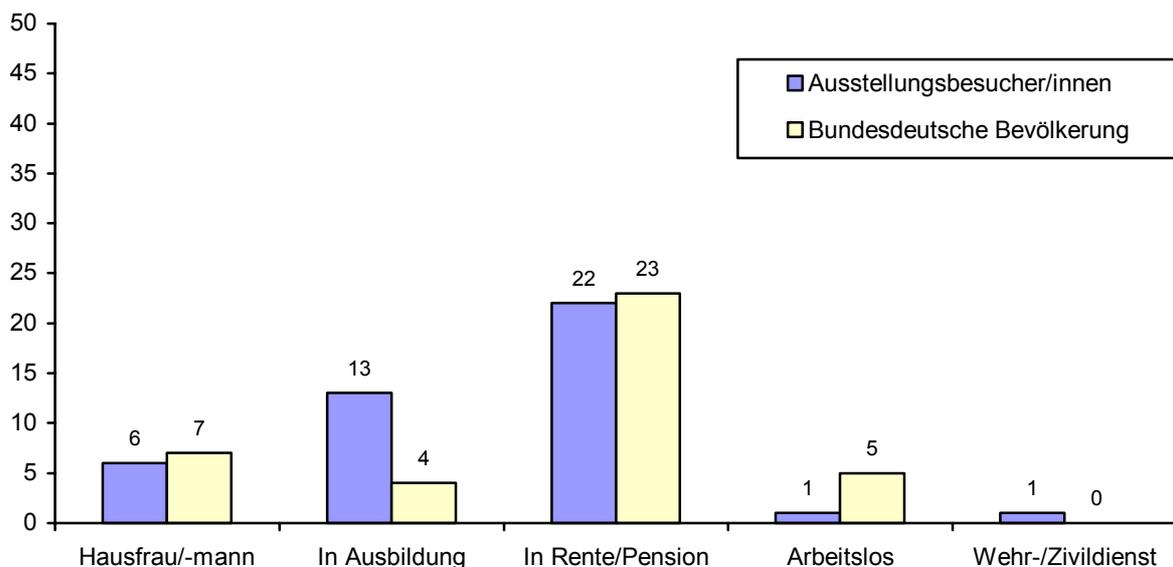
<sup>4</sup> Die 100%-Basis zur Berechnung der Anteile in den Grafiken 8 und 9 bilden Erwerbstätige und Nicht-erwerbstätige zusammen.

<sup>5</sup> Die Befragten, die keine Angabe zu ihrer beruflichen Stellung machten, wurden aus der Analyse ausgeschlossen.

Vergleicht man den Status der nichterwerbstätigen Besucher/innen mit demjenigen der Gesamtbevölkerung (*Grafik 8*), so zeigt sich folgender erwähnenswerter Unterschied: Gegenüber der Gesamtbevölkerung war der Anteil der Personen, die sich in einer Ausbildung befinden, unter den Ausstellungsbesuchern auffallend hoch. Dies ist wohl darauf zurückzuführen, dass viele Schulklassen die Ausstellung besucht haben.

Betrachtet man diese Ergebnisse zusammenfassend, so zeigt sich, dass der Versuch, auch „breitere Kreise“ der Gesellschaft anzusprechen und zu einem Besuch der Ausstellung zu gewinnen, nur in geringem Maße gelungen ist. Personen mit niedrigem Bildungsniveau, Arbeiter, einfache und mittlere Beamte etc. blieben unter den Ausstellungsbesuchern unterrepräsentiert.

**Grafik 8: Status der nichterwerbstätigen Ausstellungsbesucher/innen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (ALLBUS; Angaben in Prozent)<sup>6</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

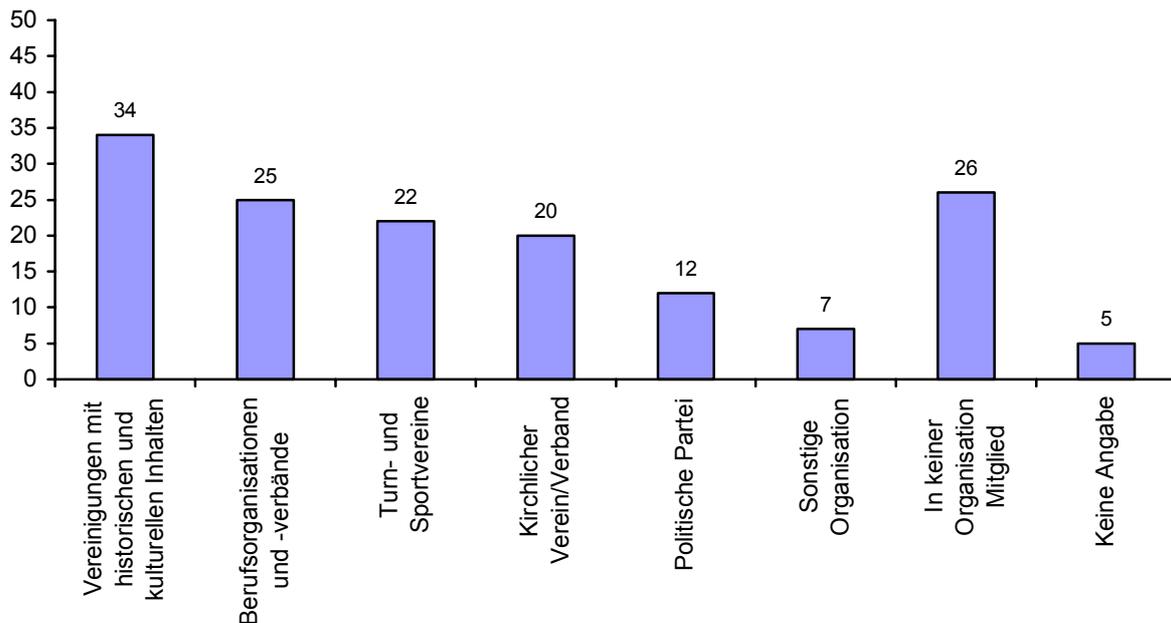
### 3.1.5 Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen

Als weiteres soziodemografisches Merkmal wurde in der vorliegenden Untersuchung die Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen erhoben. Es ergab sich (*Grafik 9*), dass 26% der Befragten keiner der genannten Organisationen (Gewerkschaften,

<sup>6</sup> Die Befragten, die keine Angabe zu ihrer beruflichen Stellung machten, wurden aus der Analyse ausgeschlossen.

Parteien, Vereine usw.) angehörten.<sup>7</sup> Die meisten Befragten (34%) waren Mitglied in Vereinigungen mit historischen und kulturellen Inhalten, 25% gehörten einer beruflichen Organisation an, gefolgt von rund 22% der Befragten, die in einem Sportverein Mitglied waren. Das Schlusslicht bildeten die politischen Parteien mit 12%.

**Grafik 9: Mitgliedschaft der Ausstellungsbesucher/innen in Organisationen und Vereinen (Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich)**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Alle Befragten, welche die Kategorie „sonstige Organisation/Verein“ angegeben haben (7%), hatten die Möglichkeit, diese Angabe in Form einer offenen Frage zu spezifizieren. Dabei wurde von den Befragten ein breites Spektrum an Vereinen und Organisationen genannt, in denen sie Mitglied sind, wobei am häufigsten Gesang- bzw. Musikvereinigungen (17%) und Naturschutzverbände (16%) angegeben wurden. Unter anderem wurden hier z.B. „Greenpeace“, die „deutsch-französische Gesellschaft“, der „Seniorenverein“, die „Europa-Union“, der „Botanische Garten München“, der „Musik- und Schützenverein“ und der „Obst- und Gartenbauverein“ erwähnt.

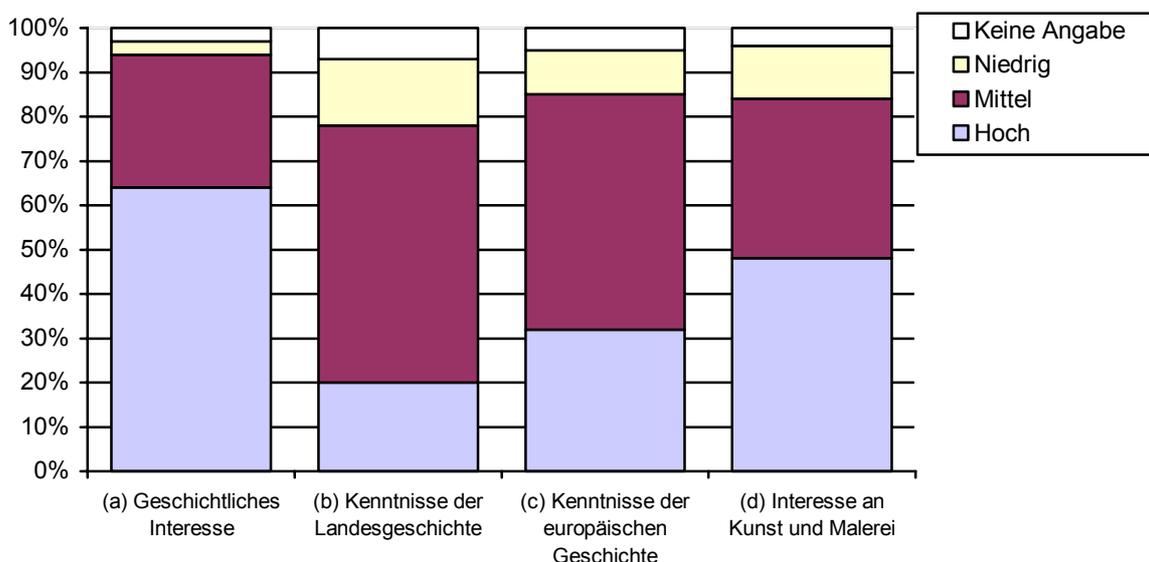
### 3.1.6. Interessen und Kenntnisse der Ausstellungsbesucher/innen

<sup>7</sup> Der Organisationsgrad der Befragten ist damit etwas geringer als bei den Besucher/innen anderer Landesausstellungen.

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 10*).

Das Interesse der Befragten an Geschichte allgemein wurde „erwartungsgemäß“ von rund zwei Drittel der Befragten als hoch eingeschätzt. Bei der Frage nach den Kenntnissen der Landesgeschichte gaben dagegen nur noch 20% an, dass ihre Kenntnisse hoch seien. Die Mehrheit der Befragten stufte dagegen ihre Kenntnisse der Geschichte Bayerns als „mittel“ ein, 15% bezeichneten sie als niedrig. Etwas besser bewerteten die Ausstellungsbesucher/innen dagegen ihre Kenntnisse der europäischen Geschichte: Jede(r) dritte Befragte war der Meinung, die eigenen Kenntnisse auf diesem Gebiet seien hoch. Die Mehrheit von 53% bezeichnete aber auch diese Kenntnisse als „mittel“ und 10% waren der Meinung, sie seien „niedrig“. Die persönliche Einschätzung des Interesses an Kunst und Malerei erstaunt insofern, als hier fast die Hälfte der Befragten ihr eigenes Interesse als „hoch“ einstufte.

**Grafik 10: Selbsteinschätzung der Interessen und Kenntnisse der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)**

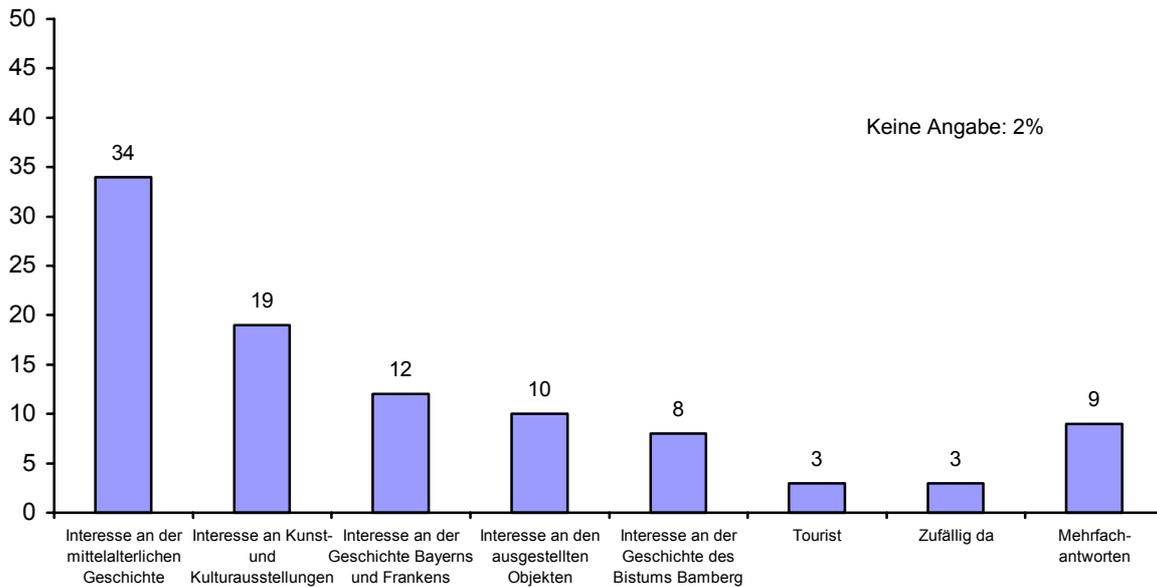


### 3.1.7 Motivation und Anregung zum Ausstellungsbesuch

Ein weiterer wichtiger Indikator, mit dessen Hilfe sich gerade auch im Zusammenhang mit anderen soziodemografischen Faktoren ein tiefergreifendes Bild des Ausstellungspublicums zeichnen lässt, ist die Motivation und Anregung zum Ausstellungsbesuch. In der Untersuchung wurde der jeweils wichtigste Besuchsgrund erfasst.

Für die meisten Besucher war das "Interesse an der mittelalterlichen Geschichte" der Hauptgrund für ihren Besuch der Ausstellung (*Grafik 11*). An zweiter Stelle wurde mit 19% das „Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen“ genannt, gefolgt von dem „Interesse an der Geschichte Bayerns und Frankens“ mit 12%. 9% der Befragten gaben mehr als nur eine Antwort an, obwohl dies bei dieser Frage ausdrücklich nicht gewünscht war. Dabei kombinierten die meisten Befragten entweder das „Interesse an der mittelalterlichen Geschichte“ mit dem „Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen“ bzw. mit dem „Interesse an den ausgestellten Objekten“ oder gaben zugleich das „Interesse an der mittelalterlichen Geschichte“, das „Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen“ und das „Interesse an der Geschichte Bayerns und Frankens“ an. Mit jeweils 3% der Befragten war der Anteil der Touristen und Befragten, die zufällig in der Ausstellung waren, eher gering. Es zeigt sich also, dass größtenteils ein interessenorientiertes Publikum in der Ausstellung anzutreffen war.

**Grafik 11: Wichtigste Anregung zum Besuch der Ausstellung (Angaben in Prozent)**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Die Annahme, dass es sich bei den zufälligen Ausstellungsbesuchern/innen um Gelegenheitsbesucher/innen handelt, lässt sich überprüfen, indem man die Motivationsgründe mit der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen vergleicht. Im Folgenden wird dabei zwischen den interessegeleiteten (Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen, Geschichtliches Interesse<sup>8</sup>; Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg, Interesse an den ausgestellten Objekten) und nicht interessegeleiteten (Eher zufällig da; Tourist) Gründen unterschieden.

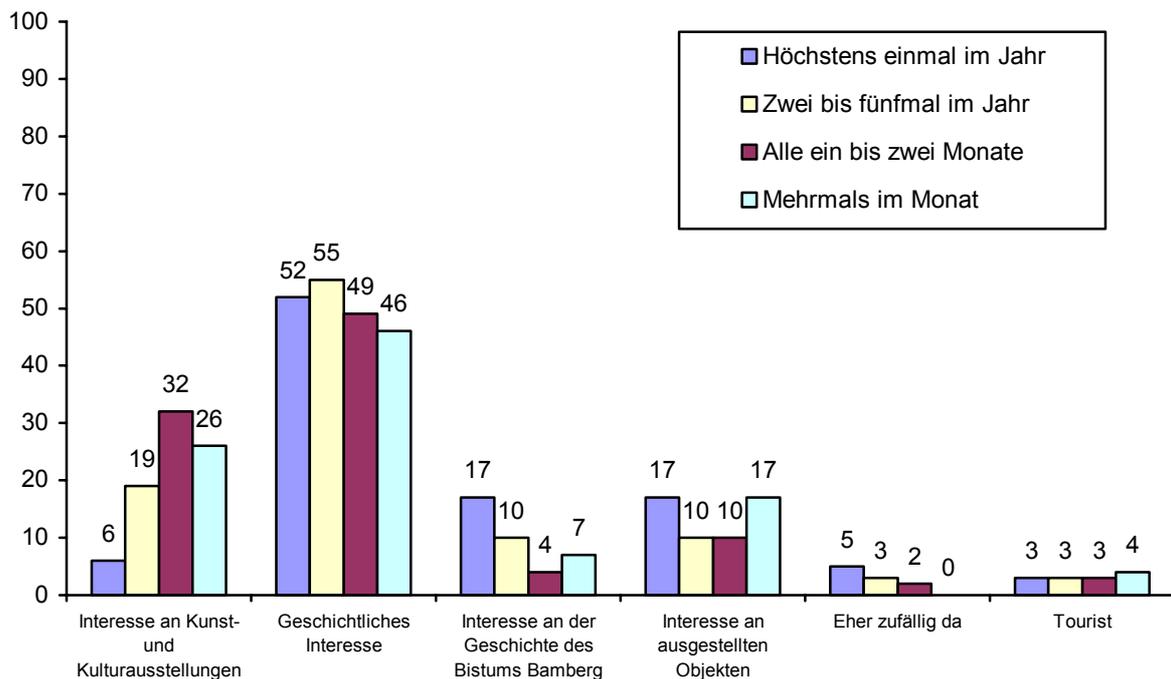
Es zeigt sich (*Grafik 12*), dass von den Personen, die höchstens einmal im Jahr eine Ausstellung besuchen, überproportional viele Befragte angaben (5%), dass sie eher zufällig in der Ausstellung sind. Demgegenüber war der Anteil derjenigen Befragten unter den zufälligen Ausstellungsbesuchern/innen, die häufiger eine Ausstellung besuchen, deutlich geringer. Umgekehrt verhielt es sich bei den Personen, die angaben, Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen zu besitzen: Ihr Anteil stieg mit der Häufigkeit, mit der sie im Allgemeinen Ausstellungen besuchen.

Eine Ausnahme stellten die „interessegeleiteten“ Befragten dar, die angaben, dass sie die Ausstellung vor allem aus Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg besucht haben. Sie waren mit 17% überproportional in der Gruppe der Befragten

<sup>8</sup> Unter der Kategorie „geschichtliches Interesse“ werden im Folgenden „Interesse an der mittelalterlichen Geschichte“ und „Interesse an der Geschichte Bayerns und Frankens“ sowie die relevanten Angaben bei den Mehrfachantworten zusammengefasst.

vertreten, die höchstens einmal im Jahr eine Ausstellung besuchen. Diese Befragten, die zum größten Teil aus Bamberg und seiner Umgebung kamen,<sup>9</sup> wurden aufgrund eines spezifischen Interesses an der Geschichte Bambergs zum Besuch der Ausstellung motiviert. Sie waren somit nicht generell interessegeleitet und ähnelten hinsichtlich ihres Sozialprofils den nicht interessegeleiteten Besuchern (siehe Tabelle 2).

**Grafik 12: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und allgemeine Ausstellungsbesuchshäufigkeit<sup>10</sup> (Angaben in Prozent)**



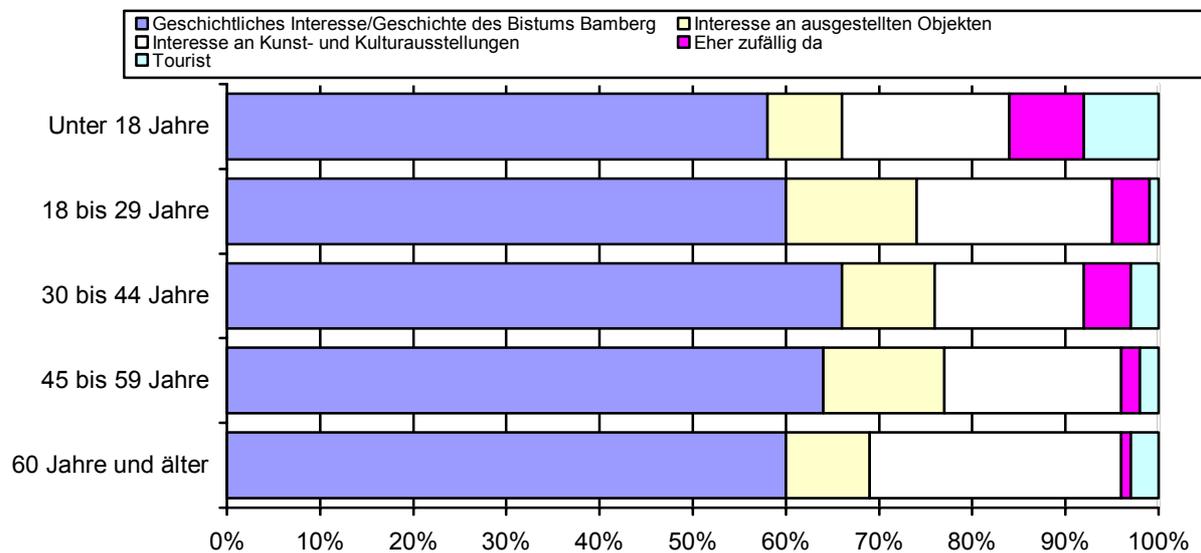
Es ist weiterhin von Interesse zu erfahren, ob der Motivationsgrund für den Ausstellungsbesuch von bestimmten soziodemografischen Faktoren abhängt. Deshalb wird die Motivation für den Besuch der Ausstellung im Folgenden auf Zusammenhänge mit dem Alter, dem Geschlecht und der formalen Bildung der Ausstellungsbesucher/innen untersucht.

<sup>9</sup> Mit nur 27% ist auch der Anteil der Touristen in der Gruppe der an der Geschichte Bambergs interessierten im Verhältnis zu den anderen Interessengruppen am geringsten (Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen: 64%, Interesse an der Geschichte Bayerns und Frankens: 63%, Interesse an den ausgestellten Objekten: 49% - Sign.: 0.000;  $\chi^2 = 57,179$ )

<sup>10</sup> Sign.: 0.000;  $\chi^2 = 41,285$ .

Dabei können zunächst altersspezifische Unterschiede festgestellt werden. Es zeigt sich (*Grafik 13*), dass die Befragten der „mittleren“ Jahrgänge zwischen 30 und 59 Jahren (66% bzw. 64%) häufiger als jüngere Ausstellungsbesucher/innen angaben, die Ausstellung aus geschichtlichen Interessen besucht zu haben. Eher zufällig waren dagegen eher jüngere Befragte in der Ausstellung anzutreffen: 8% der unter 18-Jährigen, aber nur 1% der 60-Jährigen und älteren waren eher zufällig in der Ausstellung.

**Grafik 13: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und Alter der Ausstellungsbesucher/innen<sup>11</sup> (Angaben in Prozent)**

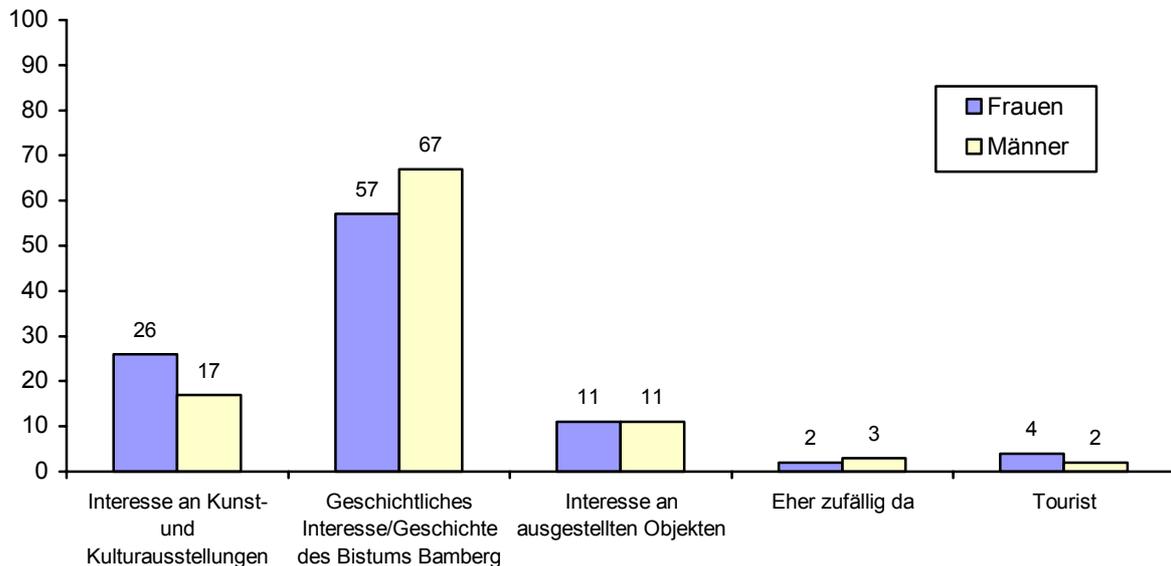


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Ein signifikantes Ergebnis zeigt sich auch in der geschlechtsspezifischen Motivationslage (*Grafik 14*). Deutlich mehr Frauen als Männer (26% gegenüber 17%) haben die Ausstellung aus „Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen“ besucht. Umgekehrt war häufiger bei Männern als bei Frauen (67% gegenüber 57%) ein geschichtliches Interesse der Grund für ihren Ausstellungsbesuch.

<sup>11</sup> Sign.: 0.020; Chi<sup>2</sup> = 29,686.

**Grafik 14: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und Geschlecht der Ausstellungsbesucher/innen<sup>12</sup>**  
(Angaben in Prozent)

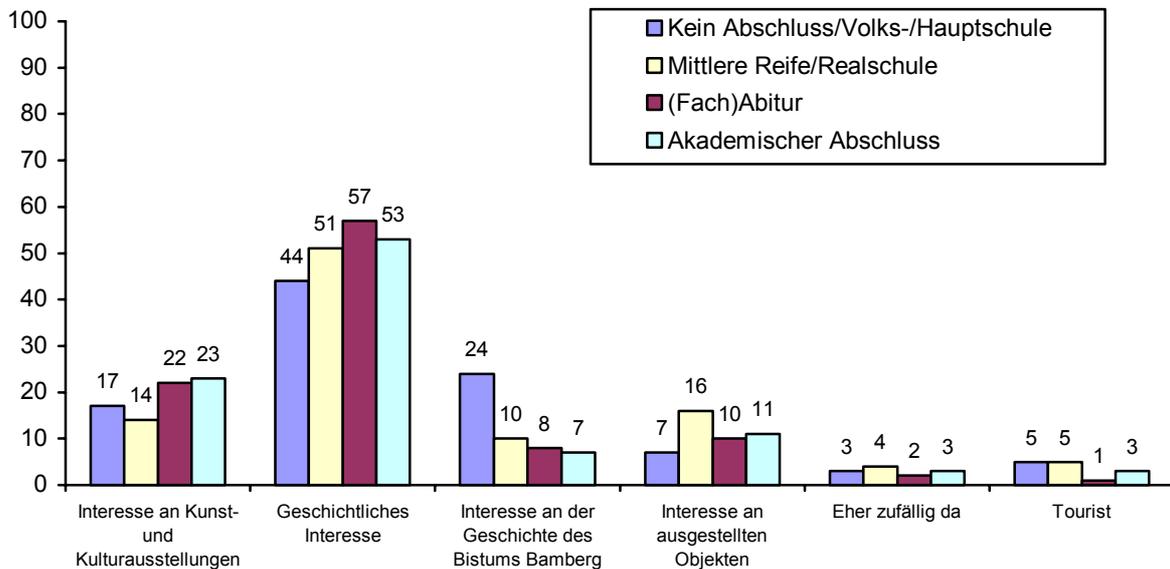


Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

Weitere interessante Ergebnisse zeigen sich bei der Betrachtung der Motivationsgründe hinsichtlich der formalen Bildung der Befragten (*Grafik 15*). Erwartungsgemäß wurde ein Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen bzw. ein geschichtliches Interesse häufiger von den Befragten mit höheren Bildungsabschlüssen angegeben. Besonders auffällig ist jedoch, dass von den Befragten, die als Grund für den Ausstellungsbesuch die Geschichte des Bistums Bamberg angaben, die meisten Befragten (24%) über keinen bzw. nur einen Volks- oder Hauptschule verfügten. Zeigen sich normalerweise eher die höher Gebildeten interessegeleitet, so macht dieses Ergebnis erneut deutlich, dass aufgrund der sehr engen Verbundenheit der Thematik der Landesausstellung mit der Geschichte Bambergs Personen aus der Region (mit spezifischem geschichtlichem Interesse) zu einem Ausstellungsbesuch bewegt wurden.

<sup>12</sup> Sign.: 0.011; Chi<sup>2</sup> = 13,022.

**Grafik 15: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und Bildungsniveau der Ausstellungsbesucher/innen<sup>13</sup>**  
(Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

Die Motivation zum Ausstellungsbesuch ist schließlich abhängig von der Selbsteinschätzung der eigenen historischen und Kunstinteressen bzw. der vorhandenen Kenntnisse der Landesgeschichte und der europäischen Geschichte. Wie zu erwarten (*Grafik 16a*), ist für Befragte, die ein hohes geschichtliches Interesse besitzen, dieses auch sehr viel häufiger Hauptmotivationsgrund als für die anderen Befragten (61% gegenüber 32%). Unter den Befragten, die ihr geschichtliches Interesse eher niedrig einschätzen, waren folglich öfter Besucher/innen zu finden, die eher zufällig in der Ausstellung sind oder weil sie als Touristen in Bamberg sind. Auffällig ist auch hier wieder, dass unter den Befragten, die ihr geschichtliches Interesse eher niedrig einstufen, mit 20% gegenüber 6% bzw. 16% auch häufiger Besucher/innen zu finden sind, die aufgrund ihres Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg in der Ausstellung sind. Dies bestätigt erneut die Annahme, dass Besucher/innen aus der Region, aufgrund des engen Zusammenhangs des Ausstellungsthemas mit der Geschichte Bambergs zum Ausstellungsbesuch motiviert wurden.

Beim Vergleich der Besuchsmotive mit den Kenntnissen der Landesgeschichte (*Grafik 16b*) zeigt sich umgekehrt, dass sich unter den Befragten, die über hohe Kenntnisse der Landesgeschichte verfügen, häufiger durch das Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg motivierte Besucher/innen befinden als unter den Befragten

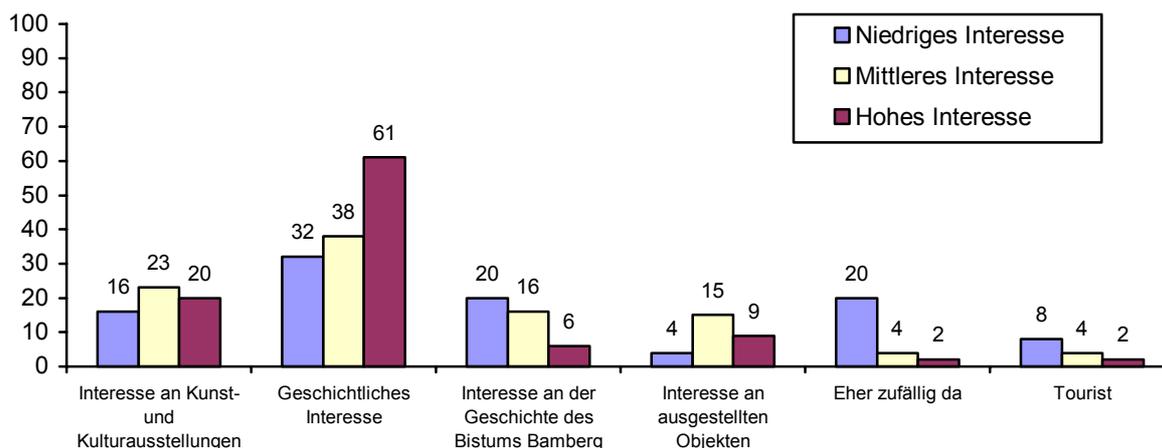
<sup>13</sup> Sign.: 0.002 Chi<sup>2</sup> = 35,646.

mit niedrigen und mittleren Kenntnissen (14% gegenüber 7% bzw. 9%). Dies macht erneut deutlich, dass es dieses spezifische Interesse an Geschichte des Bistums Bamberg ist, das häufiger als alle anderen Motivationsgründe Gelegenheitsbesucher/innen aus der Region zum Ausstellungsbesuch motiviert hat.

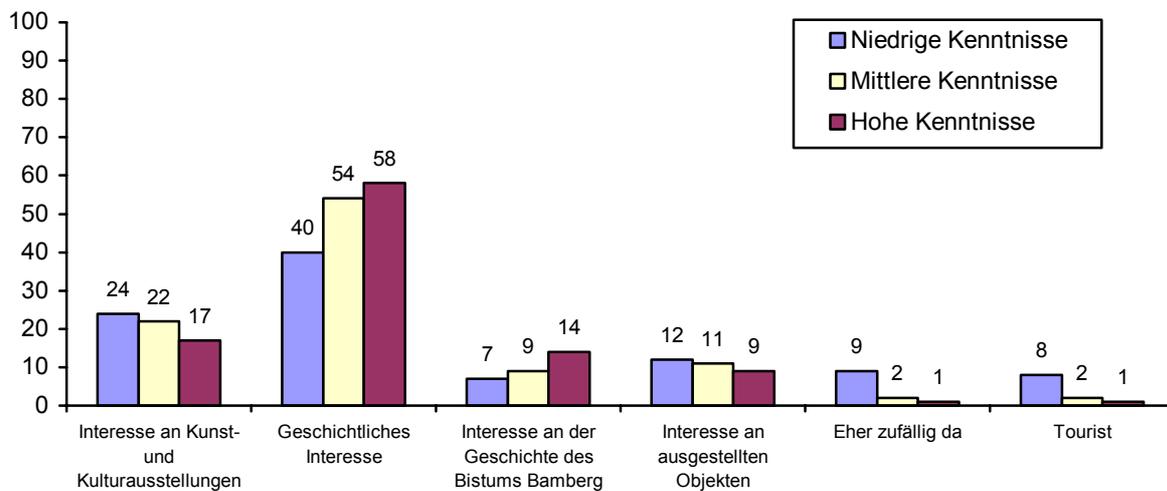
Beim Vergleich der Besuchsmotive mit den Kenntnissen der europäischen Geschichte (*Grafik 16c*) zeigt sich ein ähnliches Bild. Auch hier sind unter den Befragten, die ihre Kenntnisse der europäischen Geschichte eher niedrig einstufen, (15% gegenüber 5% bzw. 11%) häufiger Besucher/innen zu finden, die aufgrund ihres Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg in der Ausstellung sind.

Die Analyse der Besuchsmotive hinsichtlich des Interesses an Kunst und Malerei zeigt erwartungsgemäß (*Grafik 16d*), dass Befragte mit hohen Interessen häufiger aufgrund eines allgemeinen Interesses an Kunst- und Kulturausstellungen in der Ausstellung sind, als Befragte mit niedrigen und mittleren Interessen (30% gegenüber 7% bzw. 15%). Umgekehrt befanden sich unter den Befragten mit hohen Interessen an Kunst und Malerei weniger oft Befragte, die aufgrund eines allgemeinen historischen Interesses (49% gegenüber 58% bzw. 55%) bzw. des Interesses an der Geschichte des Bistums Bamberg (5% gegenüber 16% bzw. 14%) zum Ausstellungsbesuch motiviert wurden.

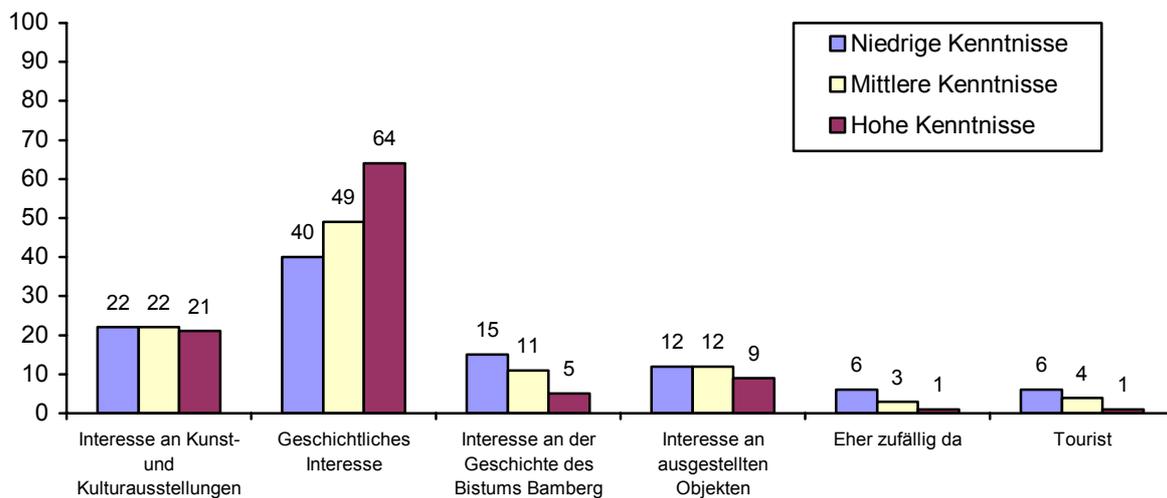
**Grafik 16a: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und geschichtliches Interesse<sup>14</sup> (Angaben in Prozent)**



<sup>14</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 82,206.

**Grafik 16b: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und Kenntnisse der Landesgeschichte<sup>15</sup> (Angaben in Prozent)**


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

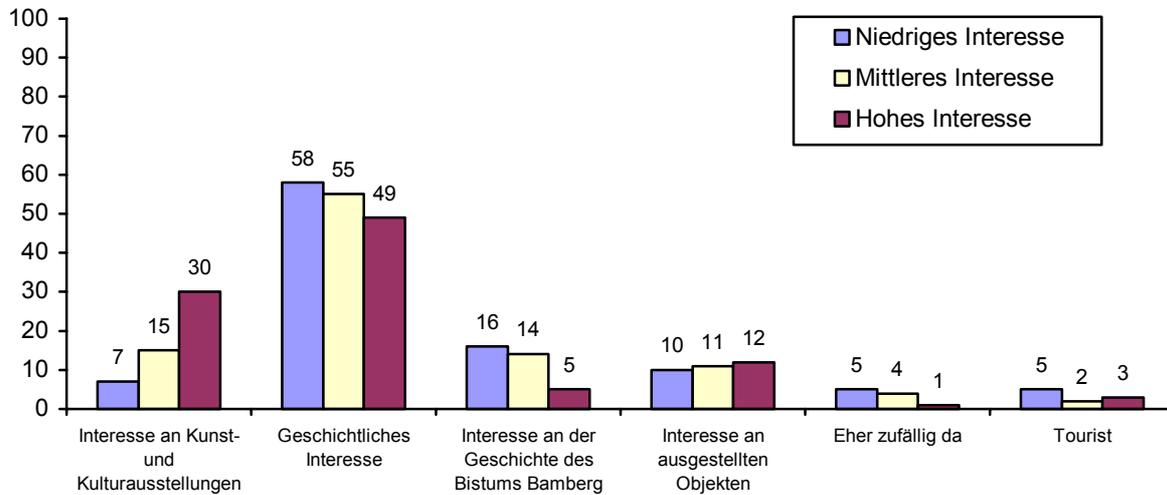
**Grafik 16c: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und Kenntnisse der europäischen Geschichte<sup>16</sup> (Angaben in Prozent)**


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

<sup>15</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 50,006.

<sup>16</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 39,317.

**Grafik 16d: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und Interesse an Kunst und Malerei<sup>17</sup> (Angaben in Prozent)**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Zusammenfassend kann man festhalten, dass ein deutlicher Zusammenhang zwischen Motivationsgrund und bestimmten Besuchermerkmalen besteht (*Tabelle 2*).

**Tabelle 2: Zusammenfassende Ergebnisse des Vergleichs des Motivationsgrundes und der verschiedenen soziodemografischen Daten**

	Alter	Geschlecht	Bildung	Interesse an Geschichte allgemein	Kenntnisse der Landesgeschichte
Generell Interessengeleitet	Mittlere Jahrgänge ( $\bar{x}$ = 48 Jahre)	Männlich	Hoch	Hoch	Hoch
Spezifisch Interessengeleitet (Stadt Bamberg)	Mittlere Jahrgänge ( $\bar{x}$ = 48 Jahre)	Männlich	Niedrig	Niedrig	Hoch
Nicht Interessengeleitet	Jüngere Personen ( $\bar{x}$ = 42 Jahre)	Männlich/ Weiblich	Mittel	Niedrig	Niedrig

Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

### 3.1.8 Zusammenfassung – Sozialprofil der Ausstellungsbesucher/innen

<sup>17</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 58,119.

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

- Das Durchschnittsalter der Befragten lag bei 49 Jahren. Damit hatte diese Landesausstellung eine ähnliche Altersstruktur wie der Großteil der bisher vom Sozialwissenschaftlichen Institut München durch eine Besucherbefragung begleiteten Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.
- Die Verteilung von Frauen und Männern in der Stichprobe zeigt im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung nur geringfügige Abweichungen.
- Das Publikum dieser Ausstellung ist sehr hoch gebildet: 23% der Besucher/innen verfügen über die (Fach-)Hochschulreife und über die Hälfte 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 fällt auf, dass Beamte beim befragten Publikum deutlich stärker vertreten waren als in der bundesdeutschen Bevölkerung; die größten Gruppen innerhalb der Nichterwerbstätigen stellten mit 22% der Befragten die Rentner bzw. mit 13% sich in Ausbildung befindende Personen.
- Ihr geschichtliches Interesse bewerteten 64% der Befragten als hoch, die Kenntnisse der Landesgeschichte und der europäischen Geschichte wurden dagegen etwas geringer eingeschätzt: 20% bzw. 32% schätzten diese jeweils als hoch ein. Ihr Interesse an Kunst und Malerei bezeichneten schließlich 48% der Befragten als hoch. Die Ausstellungsbesucher/innen der Landesausstellung in Bamberg waren somit besonders geschichtlich und an bildender Kunst interessiert, verfügten aber über weniger hohe Kenntnisse der Landes- und europäischen Geschichte.
- Rund jede(r) vierte Befragte gab an, mindestens alle ein bis zwei Monate eine Ausstellung zu besuchen, und kann damit als „versierte(r) Ausstellungsbesucher/in“ bezeichnet werden.
- Sehr hoch (34 %) war unter den Befragten auch der Anteil derer, die Mitglied in einer Vereinigung mit historischen oder kulturellen Inhalten sind.

### 3.1.9 Cluster der Besuchergruppen

Im Folgenden wurde versucht über eine Clusteranalyse aus den Besucher/innen der Landesausstellung 2002 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.<sup>18</sup>

Es wurden folgende Eigenschaften der Besucher/innen in die Clusteranalyse eingeschlossen: die Motivation zum Ausstellungsbesuch nach den beiden Ausprägungen „interessegeleitet“ und „nicht interessegeleitet“, die Sozialität, die Besuchsdauer, die allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen, das geschichtliche Interesse, die Kenntnisse der Landesgeschichte und der europäischen Geschichte, das Bildungsniveau und das Alter. Insgesamt 761 der 940 Befragten konnten eindeutig einem Cluster zugewiesen werden. Es ergaben sich drei Cluster (homogene Gruppen) von Besuchern – im Folgenden als "Ältere Gelegenheitsbesucher", „Jüngere Gelegenheitsbesucher“ und "Habituelle Besucher" bezeichnet, die jeweils vorwiegend durch folgende Eigenschaften gekennzeichnet sind (*Tabelle 3*)<sup>19</sup>.

<sup>18</sup> Zum genauen mathematischen Vorgehen und Hintergrund der Clusteranalyse vgl. etwa Backhaus, K. u.a. (1996, 8. Aufl.), S. 261 ff.

<sup>19</sup> 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.

**Tabelle 3: Besuchergruppen der Landesausstellung 2002 (Clusteranalyse)**

Variable	Cluster 1 (N = 216) Ältere Gelegenheitsbesucher	Cluster 2 (N = 171) Jüngere Gelegenheitsbesucher	Cluster 3 (N = 374) Habituelle Besucher
Bildungsniveau	Hoch	Mittel	Sehr hoch
Durchschnittsalter	50 Jahre	30 Jahre	53 Jahre
Motivationsstruktur	Teils interessegeleitet	Interessegeleitet	Hoch interessegeleitet
Allgemeines geschichtliches Interesse	Mittel	Hoch	Sehr hoch
Kenntnisse der Landes-Geschichte	Mittel	Mittel – Hoch	Mittel - Hoch
Kenntnisse der europäischen Geschichte	Mittel	Mittel – Hoch	Hoch
Sozialität	Einzelbesucher	Familienbesucher	Gruppenbesucher
Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen	Eher selten Gelegenheitsbesucher	Eher selten Gelegenheitsbesucher	Eher häufig Habituelle Besucher
Durchschnittliche Besuchsdauer	170 Minuten	140 Minuten	200 Minuten

 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Neben den habituellen Besuchern, die sich durch sehr hohe Bildung und ein großes geschichtliches Interesse auszeichnen, und die als eine zentrale Besuchergruppe in allen bisherigen Landesausstellungen anzutreffen sind, konnten für die Landesausstellung 2002 zwei weitere Besuchergruppen ermittelt werden. Dabei handelt es sich zum einen um ältere Gelegenheitsbesucher/innen, welche die Ausstellung mit einer mittleren Aufenthaltsdauer eher allein besichtigen. Zum anderen handelt es sich um jüngere Gelegenheitsbesucher/innen, die mit ihrer Familie in der Ausstellung sind und sich deutlich weniger lang in der Ausstellung aufhalten.

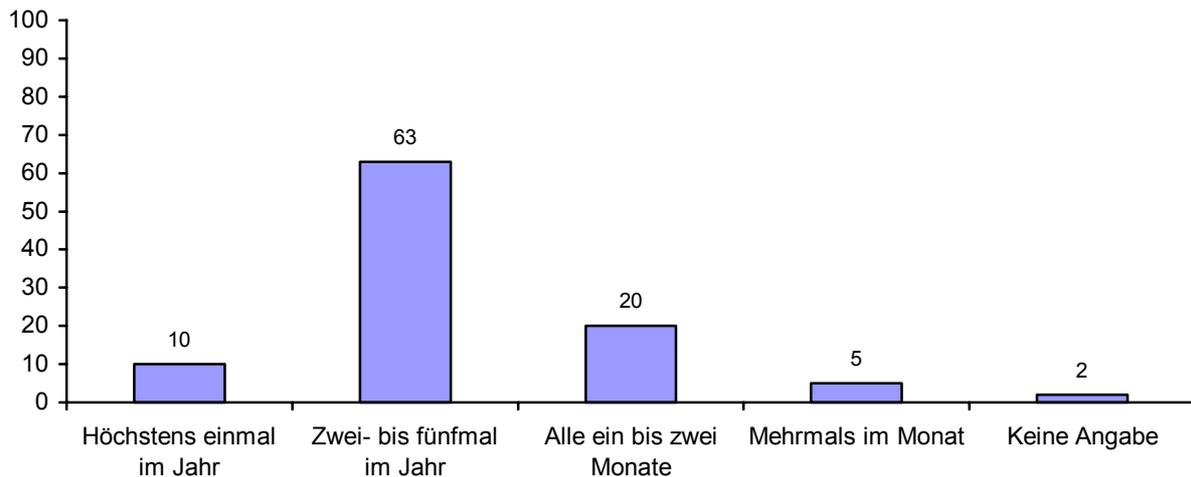
## 3.2 Besucherverhalten

### 3.2.1 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 17*), dass rund zwei Drittel der Befragten zwei- bis fünfmal im Jahr eine Ausstellung besuchen, gefolgt von 20% 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“ zusammen, so ergibt sich, dass nur jede(r) vierte Besucher/in

als „versierte(r) Besucher/in“ bezeichnet werden kann. Mit diesem Ergebnis liegt der Anteil der versierten Besucher/innen deutlich unter dem, der in anderen Studien gemessen wurde. Für kunsthistorische Ausstellungen wurden zum Teil sogar Anteile von 60% und mehr für versierte Ausstellungsbesucher ermittelt.<sup>20</sup>

**Grafik 17: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (Angaben in Prozent)**



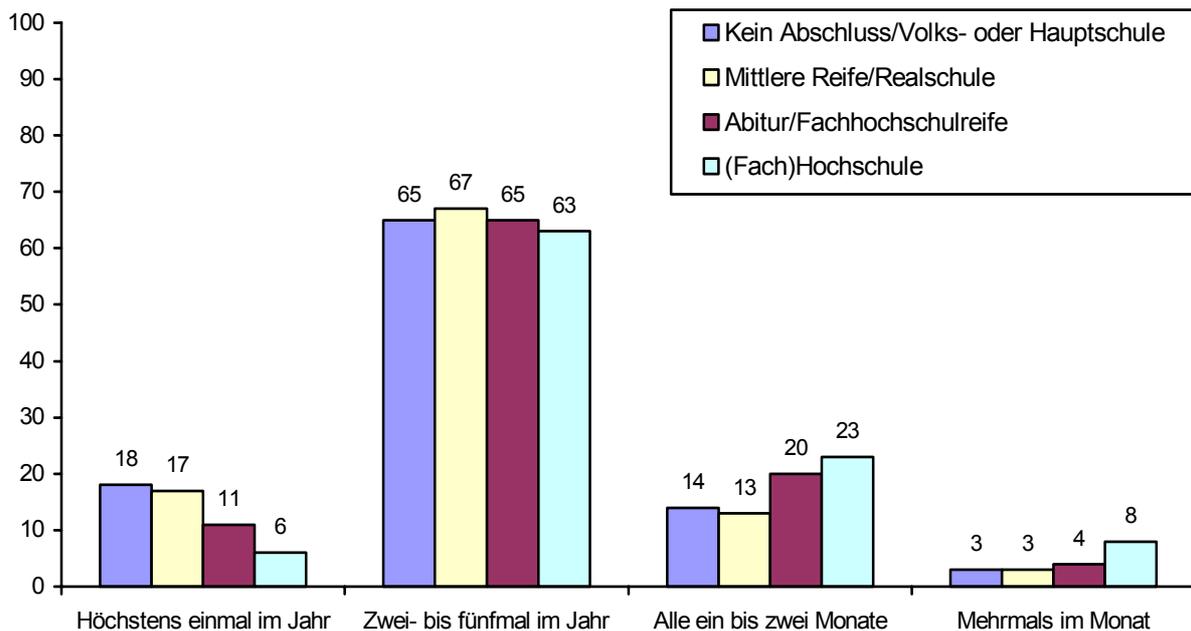
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Mit einem Anteil von 10% bei den Befragten, die nur gelegentlich in Ausstellungen anzutreffen sind, hat die Landesausstellung in Bamberg ein ähnliches Ergebnis erreicht wie die anderen untersuchten Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.

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. Es zeigt sich etwa (*Grafik 18*), dass die „versierten Ausstellungsbesucher“ hauptsächlich Höhergebildete sind, während die Gelegenheitsbesucher/innen eher niedrige Bildungsabschlüsse aufweisen: So besuchen 31% der Akademiker alle ein bis zwei Monate bzw. mehrmals im Monat eine Ausstellung, während der entsprechende Anteil bei den niedrig gebildeten Personen lediglich 17% beträgt. Umgekehrt gehen 18% der Befragten mit niedrigen Bildungsabschlüssen höchstens einmal im Jahr in eine Ausstellung, während es bei den Akademikern hier nur 6% sind.

<sup>20</sup> Vgl. etwa Klein, H.-J. (1984), S.140 ff. und Klein, H.-J. (1990), S. 302 ff.

**Grafik 18: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Bildung (Angaben in Prozent)<sup>21</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Der Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des Ausstellungsbesuchs und den Motivationsgründen wurde bereits weiter oben aufgezeigt (siehe Grafik 12).

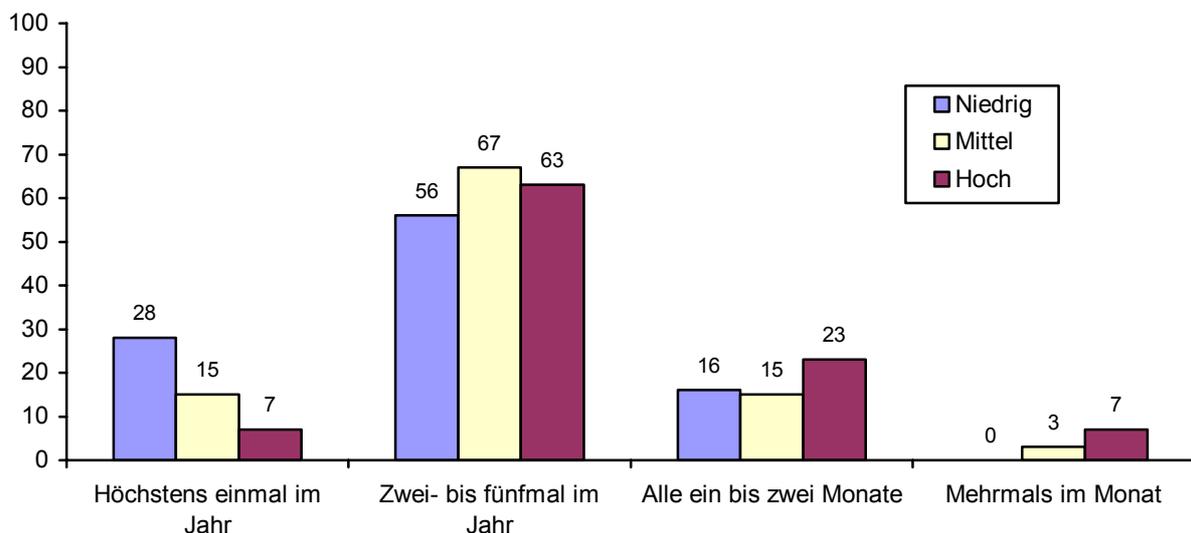
Des Weiteren ist davon auszugehen, dass ein Zusammenhang zwischen der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und den geschichtlichen und kunsthistorischen Interessen und Kenntnissen besteht. Vermutlich werden Personen mit einer ausgeprägten Affinität zu historischen und künstlerischen Gegenstandsbereichen häufiger Ausstellungen besuchen. Diese Annahme kann durch die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung bestätigt werden. So zeigt sich (Grafik 19), dass Personen, die höchstens einmal im Jahr eine Ausstellung besuchen, viel häufiger in der Gruppe der Befragten mit niedrigem geschichtlichem Interesse anzutreffen waren, als in der Gruppe der Befragten, die über ein hohes geschichtliches Interesse verfügen (28% gegenüber 7%). Umgekehrt waren Personen, die mindestens alle zwei Monate eine Ausstellung besuchen mit 30% deutlich häufiger in der Gruppe der Befragten mit hohem geschichtlichen Interesse zu finden (23% besuchen ein bis zweimal im Monat und 7% mehrmals im Monat eine Ausstellung).

<sup>21</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 36,322.

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.<sup>22</sup>

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.<sup>23</sup>

**Grafik 19: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und geschichtliches Interesse (Angaben in Prozent)<sup>24</sup>**




 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

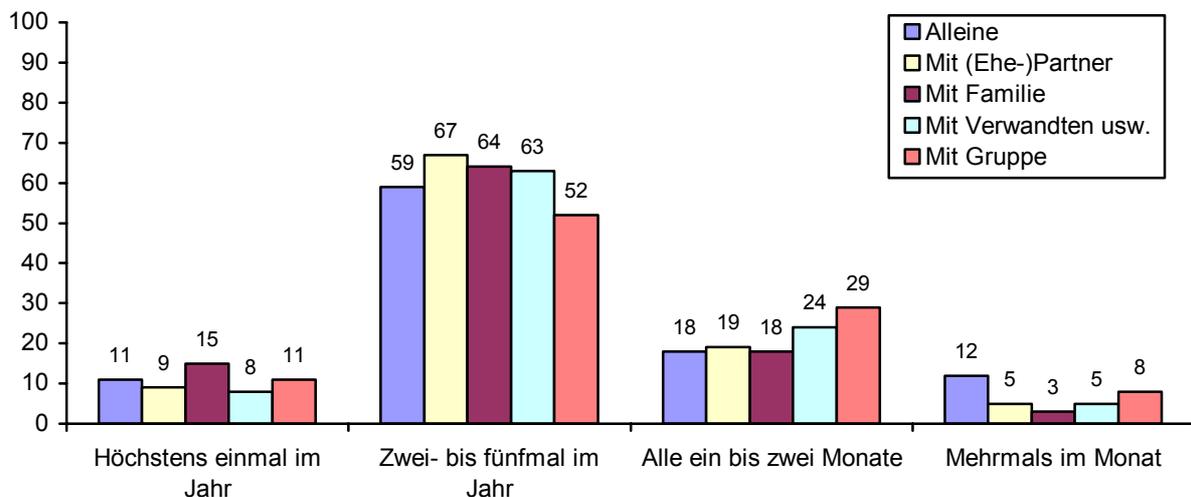
<sup>22</sup> Pearson`s r = 0,198, Sign.: 0.000.

<sup>23</sup> Pearson`s r = 0,321, Sign.: 0.000.

<sup>24</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 37,571.

Die Besuchshäufigkeit steht auch in einem Zusammenhang mit der Sozialität der Befragten (*Grafik 20*): So fanden sich unter den Befragten, die mehrmals im Monat eine Ausstellung besuchen, häufiger Einzelbesucher/innen (12%) als Besucher/innen einer anderen Sozialität (3% bis 8%). Die Landesausstellung in Bamberg zeichnet sich jedoch auch dadurch aus, dass unter den „versierten Besuchern“ viele Gruppenbesucher/innen zu finden waren. So besuchten 37% der Gruppenbesucher/innen mindestens einmal alle zwei Monate eine Ausstellung.

**Grafik 20: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Sozialität der Besucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>25</sup>**



### 3.2.2 Erst- und Wiederholungsbesucher/innen

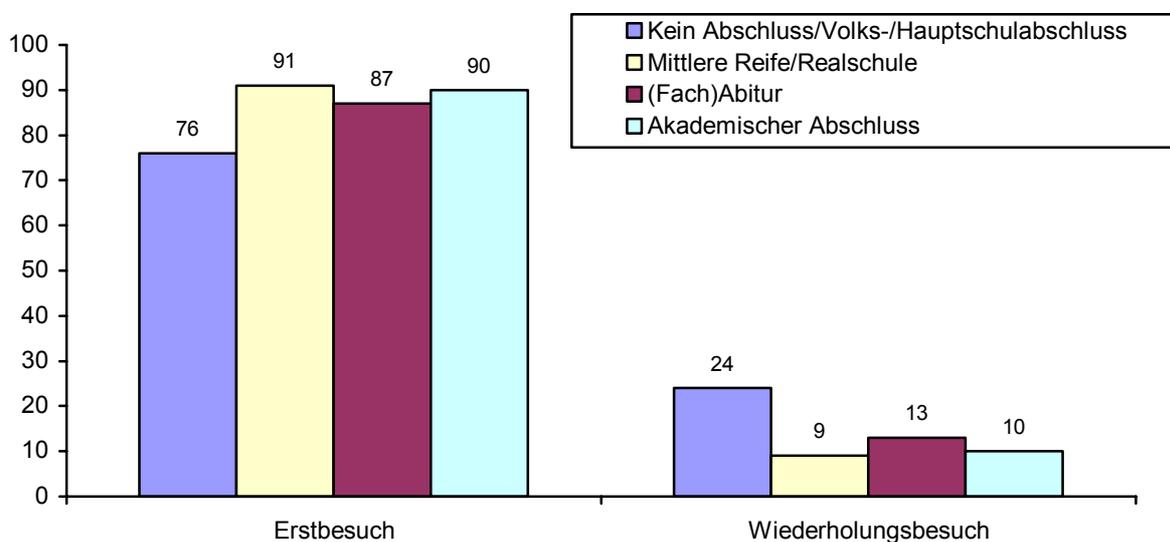
Neben der allgemeinen Häufigkeit des Besuchs von Ausstellungen wurde auch ermittelt, ob es sich bei dem Besuch um einen Erst- oder Wiederholungsbesuch gehandelt hat. Dabei zeigt sich, dass 82% der Befragten die Ausstellung zum ersten Mal besucht haben, wohingegen 11% der Befragten angaben, dass sie zum wiederholten Male in der Ausstellung waren. 7% der Befragten machten hierzu keine Angaben.

Die Wiederholung des Ausstellungsbesuchs ist vom Bildungsniveau der Befragten abhängig. So waren 24% der Befragten, die (noch) keinen Abschluss bzw. einen Volks- oder Hauptschulabschluss haben, „Wiederholungsbesucher“ gegenüber nur

<sup>25</sup> Sign.: 0.029; Chi<sup>2</sup> = 22,864.

10% bei den Akademikern (*Grafik 21*). Dieses Ergebnis mag zunächst überraschen, insofern zu erwarten gewesen wäre, dass die höher Gebildeten, die zugleich auch die geschichtlich Interessierteren sind,<sup>26</sup> eine Ausstellung eher zum wiederholten Male besuchen würden. Das Ergebnis wird aber verständlich, wenn man annimmt, dass sich unter den Wiederholungsbesuchern mit niedrigem Bildungsabschluss zu einem großen Teil die Besucher/innen aus der Region befinden, die aufgrund ihres spezifischen Interesses an der Geschichte des Bistums Bamberg (*siehe oben*) in der Ausstellung sind.

**Grafik 21: Erst- und Wiederholungsbesucher/innen und Bildung der Besucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>27</sup>**



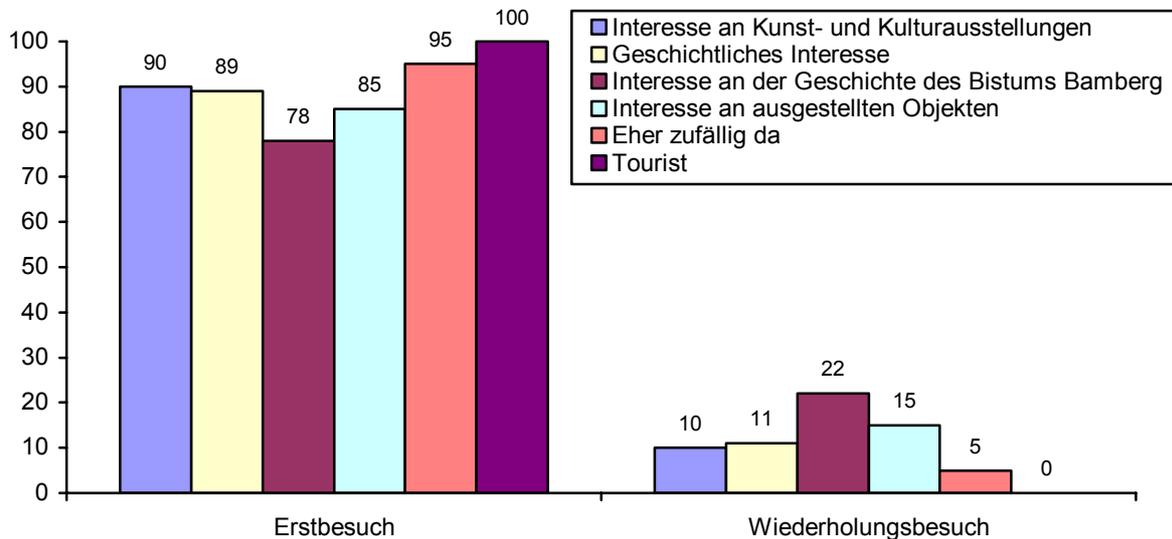
Betrachtet man den Zusammenhang zwischen wiederholtem Ausstellungsbesuch und Motivation für den Ausstellungsbesuch, so lässt sich diese Annahme bestätigen. Denn es zeigt sich (*Grafik 22*), dass von den durch das Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg zum Besuch der Ausstellung motivierten Befragten 22% „Wiederholungsbesucher“ sind gegenüber nur 10% bzw. 11% bei den Befragten mit allgemeinen historischen Interessen bzw. Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen.

<sup>26</sup> Die Höhe der Bildung korreliert signifikant positiv mit der Höhe des Interesses für Geschichte (Pearson's  $r = 0,249$ , Sign.: 0.000) bzw. des Interesses für Kunst und Malerei (Pearson's  $r = 0,278$ , Sign.: 0.000).

<sup>27</sup> Sign.: 0.004;  $\chi^2 = 13,598$ .

Schließlich verbrachten die Wiederholungsbesucher/innen auch mehr Zeit in der Ausstellung. Durchschnittlich waren sie bei ihrem aktuellen Besuch 205 Minuten in der Ausstellung gegenüber 175 Minuten bei den Erstbesuchern.<sup>28</sup>

**Grafik 22: Erst- und Wiederholungsbesucher/innen und Motivation der Besucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>29</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

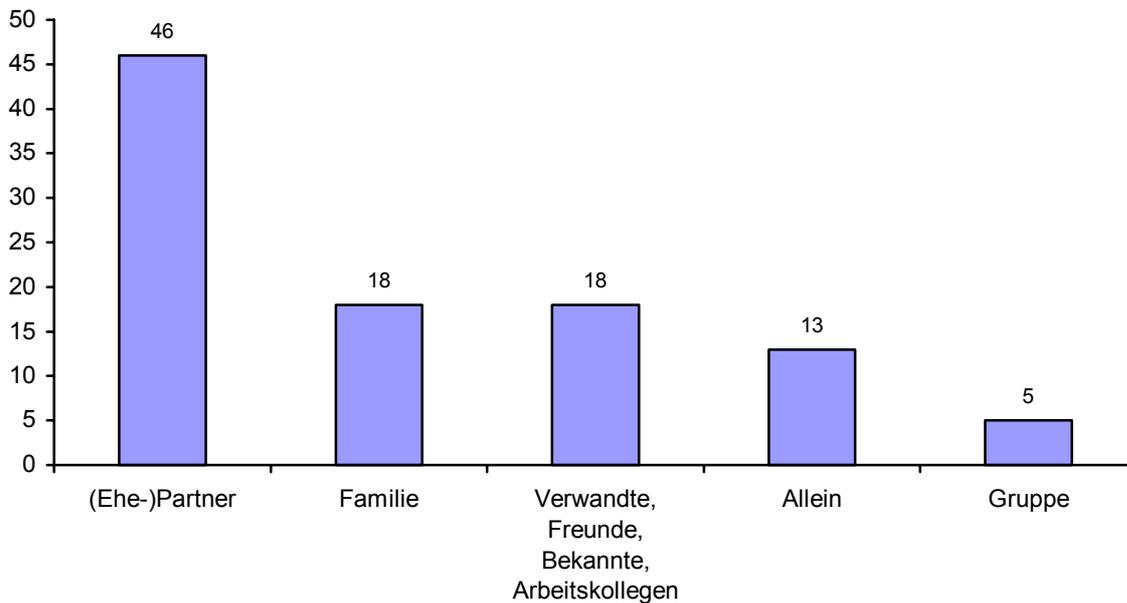
### 3.2.3 Die Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen

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 die Ausstellung besucht haben. Dabei ergab sich (*Grafik 23*), dass der überwiegende Teil der Befragten die Ausstellung zusammen mit dem (Ehe-)Partner besucht hat (46%). Jeweils 18% der Befragten gaben an, mit der Familie bzw. mit Verwandten oder Bekannten zur Ausstellung gekommen zu sein. Der Anteil der Gruppenbesucher/innen (vorwiegend Schulklassen, Reisegruppen, Kulturvereine usw.) betrug rund 5%. Mehr als ein Zehntel der Befragten haben die Ausstellung alleine besucht. Der Anteil der Besucher/innen, die alleine in die Ausstellung kamen, lag damit im Bereich vieler anderer Landesausstellungen.

<sup>28</sup> Sign.: 0.001; F = 10,431.

<sup>29</sup> Sign.: 0.022; Chi<sup>2</sup> = 13,166.

**Grafik 23: Die Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen  
(Angaben in Prozent)**

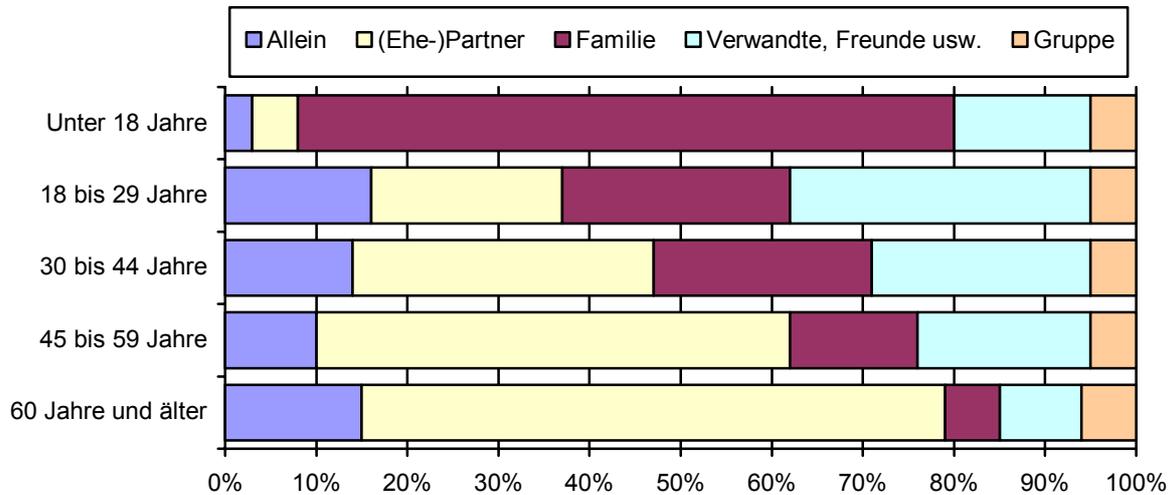


Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

Von Interesse ist nun hauptsächlich, 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 Unterschiede in der Sozialität festgestellt werden (*Grafik 24*). So kamen Personen unter 18 Jahren viel häufiger mit ihrer Familie zur Ausstellung als die älteren Besucher/innen. Umgekehrt gaben Befragte, die 30 Jahre oder älter waren, häufiger an, dass sie mit Partner/in die Ausstellung besucht haben. Der Anteil derer, die mit Verwandten, Freunden und Arbeitskollegen zur Ausstellung kamen, war in der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen mit 33% am höchsten 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 37 Jahre alt, während diejenigen, die mit Partner/innen oder mit Gruppen in der Ausstellung waren, ein Durchschnittsalter von 55 bzw. 51 Jahren hatten.<sup>30</sup>

<sup>30</sup> Sign.: 0,000; F = 43,814.

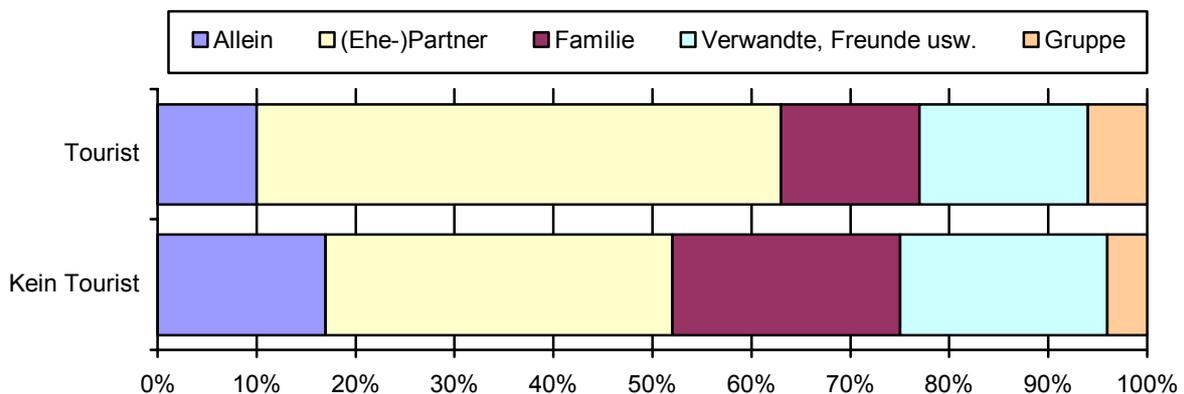
**Grafik 24: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Alter<sup>31</sup>**  
(Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

Als weiteres Ergebnis zeigt sich (*Grafik 25*), dass die Touristen, die in der Ausstellung waren, häufiger mit Partner/in kamen als die anderen Besucher/innen. Demgegenüber waren die nichttouristischen Befragten häufiger vor allem allein und mit ihrer Familie in der Ausstellung als die Touristen.

**Grafik 25: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Touristenstatus<sup>32</sup>**  
(Angaben in Prozent)



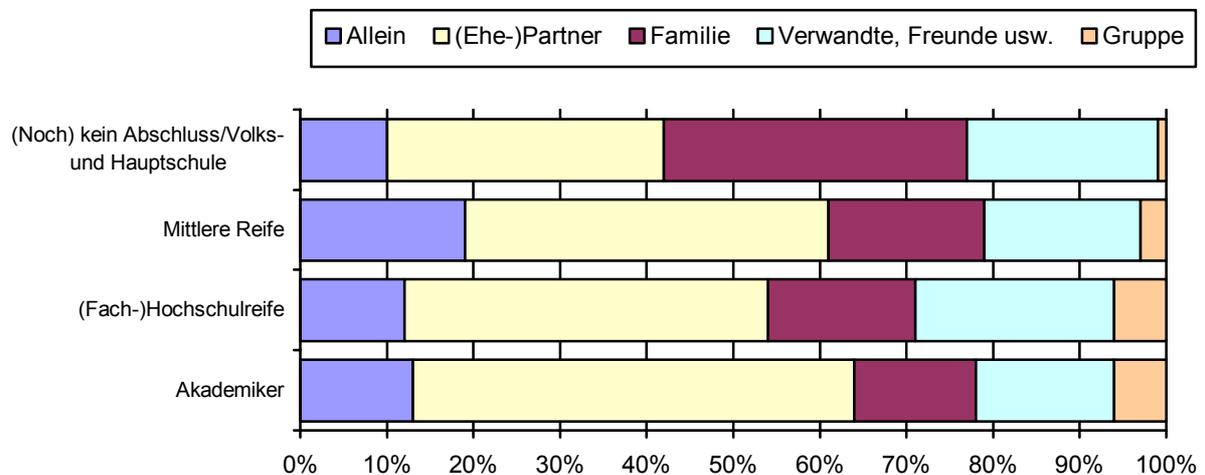
Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

<sup>31</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 196,392.

<sup>32</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 36,093.

Hinsichtlich der Sozialität zeigen sich auch signifikante bildungsspezifische Zusammenhänge (*Grafik 26*). Im Unterschied zu entsprechenden Ergebnissen anderer Landesausstellungen waren jedoch hier unter den Hochgebildeten weniger Alleinbesucher zu finden. Stattdessen nahm mit zunehmendem Bildungsgrad der Anteil derer zu, die mit Partner/in in der Ausstellung waren. Auch Gruppenbesucher/innen waren unter den Höhergebildeten häufiger zu finden als bei den Befragten mit niedrigen Bildungsabschlüssen (6% bei den Akademikern gegenüber 1% in der Gruppe ohne bzw. mit Volks-/Hauptschulabschluss).

**Grafik 26: Sozialität und Bildung der Ausstellungsbesucher/innen<sup>33</sup>**  
(Angaben in Prozent)

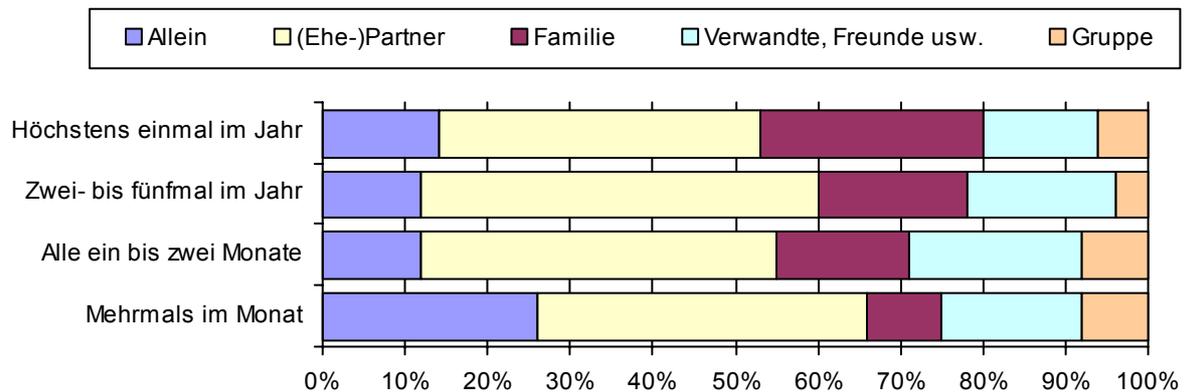


Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

Ein weiteres interessantes Ergebnis ergibt eine Untersuchung der Sozialität hinsichtlich der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen. Hier zeigt sich deutlich (*Grafik 27*), dass die Befragten, die selten Ausstellungen besuchen, sehr viel häufiger mit ihrer Familie zur Ausstellung kamen als versierte Besucher/innen (27% gegenüber 9%). Diese wiederum waren öfter alleine in der Ausstellung als die Gelegenheitsbesucher/innen (26% gegenüber 14%).

<sup>33</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 38,142.

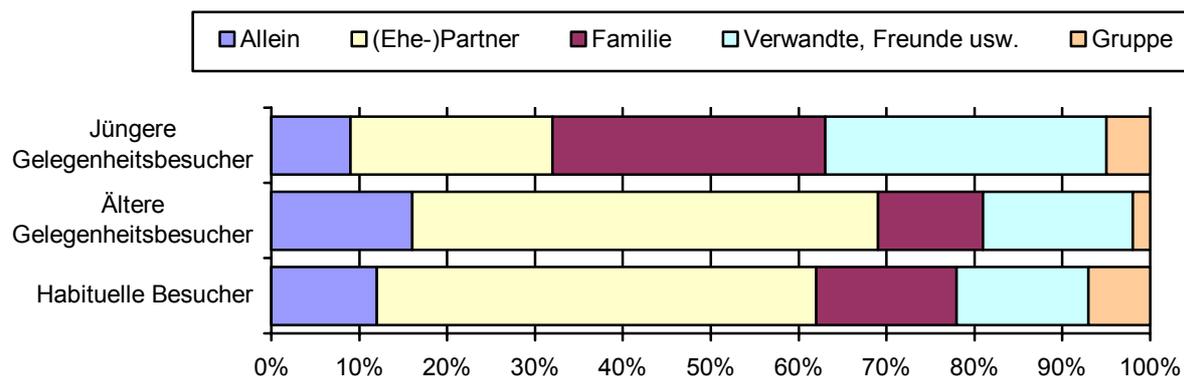
**Grafik 27: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen<sup>34</sup> (Angaben in Prozent)**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Deutliche Zusammenhänge der Sozialität der Befragten zeigen sich auch mit den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen (*Grafik 28*). Sowohl die „Habituellen Besucher“ (12%) als auch die „Älteren Gelegenheitsbesucher“ (16%) waren häufiger als die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ allein in der Ausstellung. Die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ waren dagegen öfter als die Befragten der anderen beiden Besuchergruppen mit ihrer Familie bzw. mit Verwandten, Freunden und Arbeitskollegen in der Ausstellung.

**Grafik 28: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Besuchergruppen<sup>35</sup> (Angaben in Prozent)**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

### 3.2.4 Teilnahme an Führungen

<sup>34</sup> Sign.: 0.029; Chi<sup>2</sup> = 22,864.

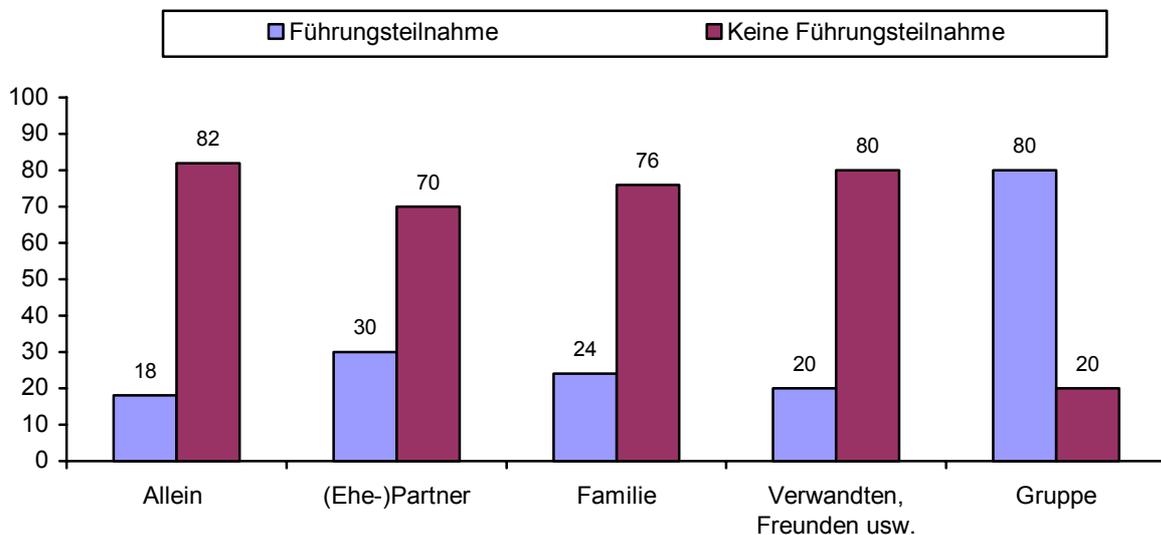
<sup>35</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 74,294.

28% aller Befragten haben an einer Führung teilgenommen. Im Folgenden soll untersucht werden, ob sich die Personen, die an einer Führung teilgenommen haben, in ihren soziodemografischen Merkmalen von den Befragten unterscheiden, die keine Führung in Anspruch genommen haben.

Zunächst ist festzustellen, dass die Befragten, die an einer Führung teilgenommen haben, mit 51 Jahren im Durchschnitt etwas älter waren als die Befragten, die ohne Führung die Ausstellung besucht haben ( $\bar{x} = 48$  Jahre).<sup>36</sup>

Zwischen der Teilnahme an Führungen und der Sozialität der Befragten besteht ein signifikanter Zusammenhang (*Grafik 29*). 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 Einzelbesuchern ausgeprägt.

**Grafik 29: Teilnahme an einer Führung und Sozialität der Befragten (Angaben in Prozent)**<sup>37</sup>

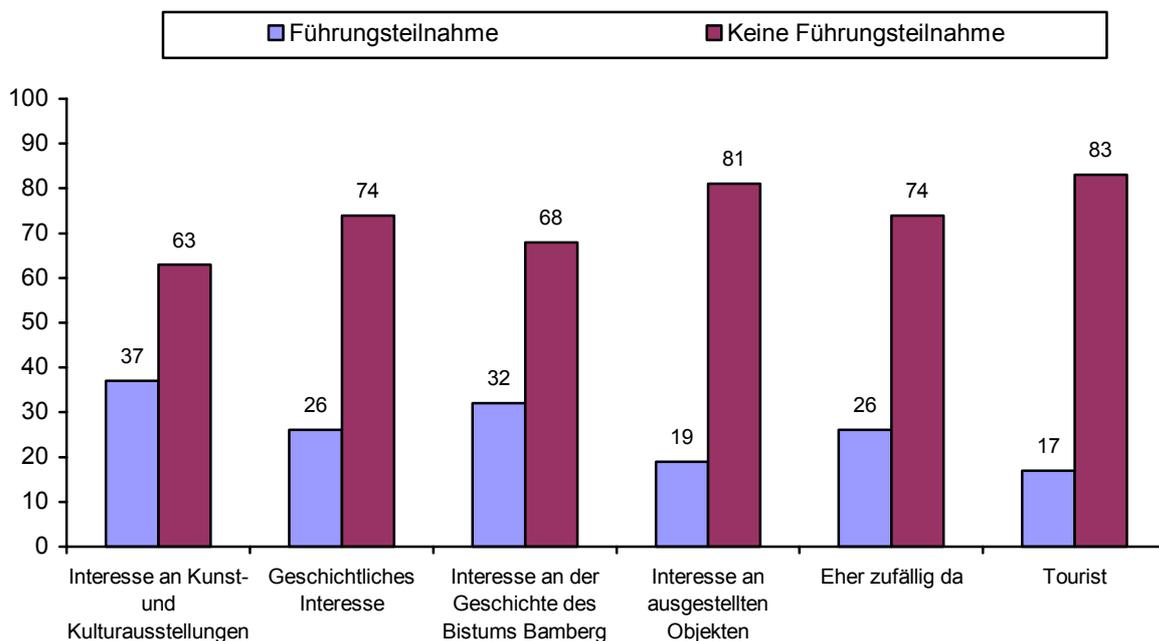


<sup>36</sup> Sign.: 0.016; F = 5,791.

<sup>37</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 78,486.

Als weiteres Ergebnis lässt sich festhalten, dass die Teilnahme an einer Führung von der Motivation der Befragten abhängt (Grafik 30). So nahmen die interessegeleiteten Befragten häufiger an einer Führung teil als die nicht interessegeleiteten Befragten. Besonders häufig nahmen im Vergleich zu den anderen Interessengruppen die Befragten an einer Führung teil, die sich für Kunst- und Kulturausstellungen interessieren (37%).

**Grafik 30: Teilnahme an einer Führung und Motivation der Befragten (Angaben in Prozent)<sup>38</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Schließlich hielten sich – wie nicht anders zu erwarten - die geführten Befragten (210 Minuten) deutlich länger in der Ausstellung auf als die Befragten, die nicht an einer Führung teilnahmen ( $\bar{x}$  = 170 Minuten).<sup>39</sup>

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 Bamberger Ausstellung nicht nachgewiesen werden.

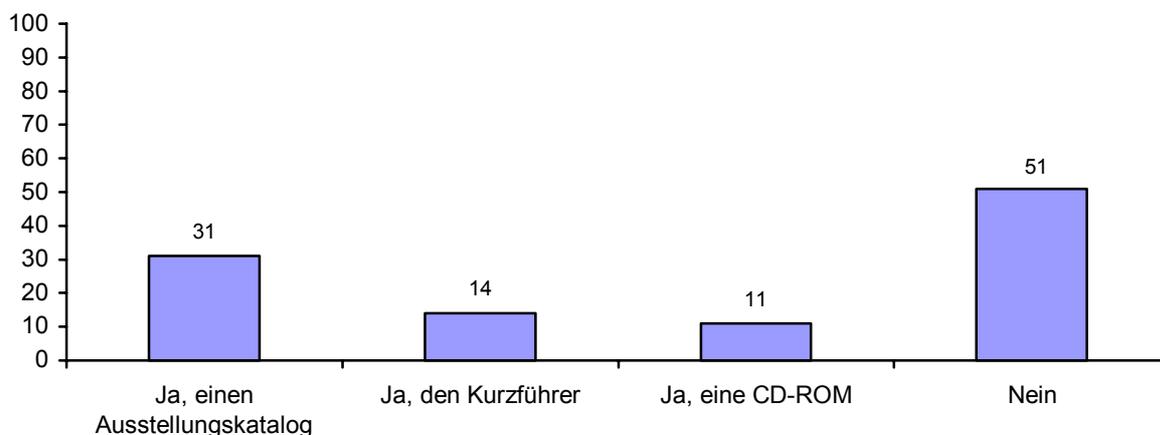
<sup>38</sup> Sign.: 0.023; Chi<sup>2</sup> = 13,028.

<sup>39</sup> Sign.: 0.000; F = 44,88.

### 3.2.5 Kauf einer Publikation oder Medien zur Ausstellung

Etwa jede(r) dritte Befragte hat einen Katalog zur Ausstellung gekauft (*Grafik 31*). 14% der Befragten kauften einen Kurzführer und 11% eine CD-ROM zum „Perikopenbuch“, zum „Evangeliar“ bzw. zur „Reise“. Mit einem Anteil von 51% lag der Anteil der Personen, die keine Publikation gekauft haben, in einem für Ausstellungen dieser Art üblichen Wertebereich.<sup>40</sup>

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



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

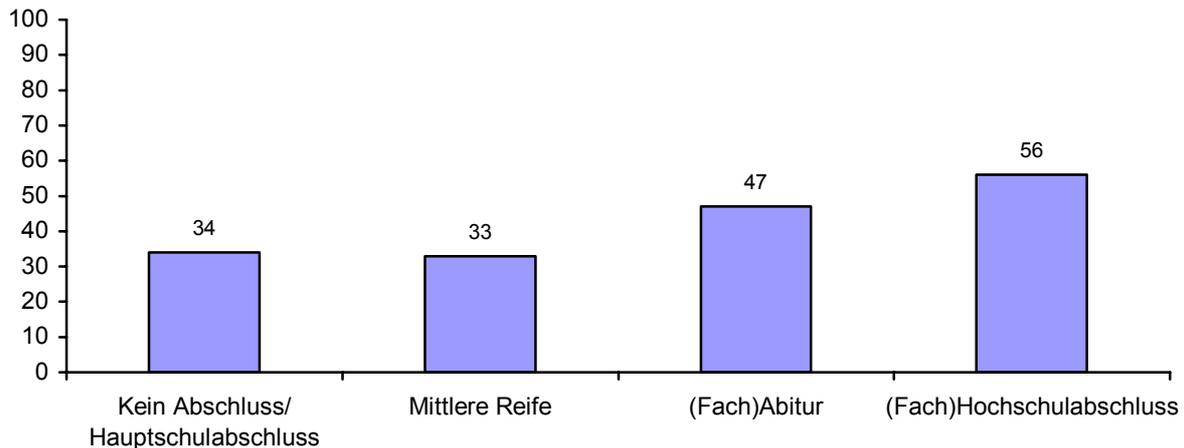
Signifikante Zusammenhänge ergeben sich zunächst für die geclusterten homogenen Besuchergruppen. So gaben die Personen, die aufgrund ihrer individuellen Merkmale der Gruppe der "Habituellen Besucher" zuzurechnen sind, signifikant häufiger an, eine Publikation erworben zu haben (59%) als diejenigen Befragten, die den entsprechenden Vergleichsgruppen ("Jüngere Gelegenheitsbesucher: 34%; „Ältere Gelegenheitsbesucher“: 38%) angehören.<sup>41</sup> Diese für die drei Besuchergruppen vorliegenden Ergebnisse bestätigen sich - wie nachfolgend dargestellt - deutlich für die jeweiligen Einzelmerkmale.

<sup>40</sup> Für die Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte ist der Anteil der Nichtkäufer eher am unteren Wertebereich einzuordnen. In der Regel äußern mehr Personen, keine Publikation gekauft zu haben oder sich kaufen zu wollen.

<sup>41</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 41,754.

Der Kauf einer Publikation<sup>42</sup> hängt signifikant mit dem formalen Bildungsniveau der befragten Personen zusammen (*Grafik 32*): So haben Ausstellungsbesucher/innen mit einem höheren Bildungsabschluss häufiger eine Publikation gekauft als solche mit einer niederen formalen Bildung.

**Grafik 32: Kauf einer Publikation und Bildung<sup>43</sup> (Angaben in Prozent)**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

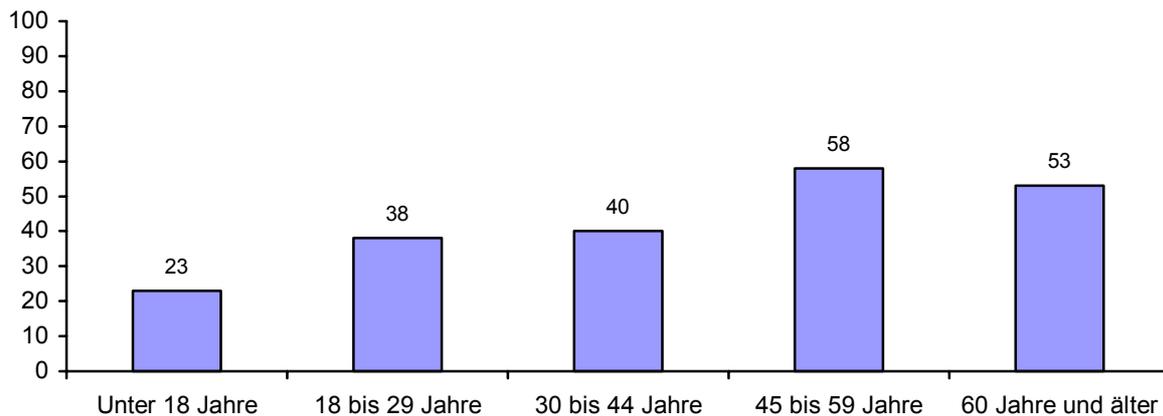
Des Weiteren kann man einen altersspezifischen Effekt hinsichtlich des Publikations- und Medienkaufs festhalten (*Grafik 33*): Der Kauf einer Publikation nimmt mit dem Alter der Befragten zu. So haben nur 23% der unter 18-Jährigen eine Publikation gekauft, aber 58% der Besucher/innen, die 45 bis 59 Jahre alt sind. Deutlich wird dieser Zusammenhang ebenfalls, wenn man berücksichtigt, dass Besucher/innen, die eine Publikation gekauft haben, im Schnitt 51 Jahre alt waren, während die Befragten, die keine Publikation erworben haben, durchschnittlich lediglich 46 Jahre alt waren.<sup>44</sup>

<sup>42</sup> Für die folgenden Berechnungen wurden die Kategorien „Ja, einen Ausstellungskatalog“, „Ja, den Kurzführer“ und „Ja, eine CD-ROM“ zur neuen Kategorie „Publikation gekauft“ zusammengefasst.

<sup>43</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 29,158.

<sup>44</sup> Sign.: 0.000; F = 24,453.

**Grafik 33: Kauf einer Publikation und Alter<sup>45</sup> (Angaben in Prozent)**

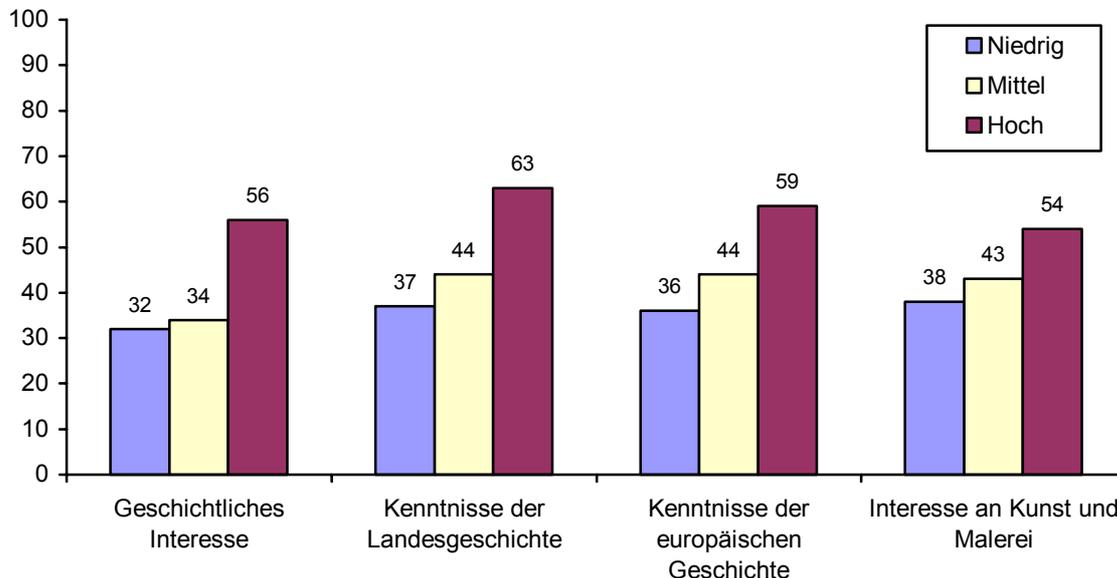


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Es ist außerdem anzunehmen, dass der Kauf einer Publikation vom Interesse der Besucher/innen am Ausstellungsthema an sich oder vom generellen Interesse an historischen oder künstlerischen Themen abhängt. Hier zeigt sich eindeutig (*Grafik 34*), dass Befragte, die ihre entsprechenden Interessen bzw. Kenntnisse "hoch" einstufen, häufiger eine Publikation gekauft haben, als Befragte mit eher niedrigen Interessen und Kenntnissen.

<sup>45</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 32,651.

**Grafik 34: Kauf einer Publikation und Interessen sowie Kenntnisse der Besucher/innen<sup>46</sup> (Angaben in Prozent)**



 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Dieses Ergebnis wird untermauert durch den Zusammenhang zwischen dem Kauf einer Publikation zur Ausstellung und der Motivationsstruktur der Besucher/innen: Mit 49% gaben deutlich mehr interessengeleitet motivierte Befragte an, dass sie eine Publikation gekauft haben als Besucher/innen, deren Anreizstruktur zum Besuch der Ausstellung nicht interessengeleitet war (30%).<sup>47</sup>

Des Weiteren zeigt sich eine Abhängigkeit hinsichtlich der Sozialität der Befragten. Befragte, die mit einer Gruppe oder mit Partner/in die Ausstellung besuchten, haben häufiger eine Publikation erworben (jeweils 54%) als Befragte, die mit ihrer Familie (36%) oder mit Verwandten, Freunden bzw. Arbeitskollegen (38%) in der Ausstellung waren.

Dieses Ergebnis wird zum Teil verständlich, wenn man berücksichtigt, dass unter den Gruppenbesuchern häufiger versierte Ausstellungsbesucher zu finden sind, wel-

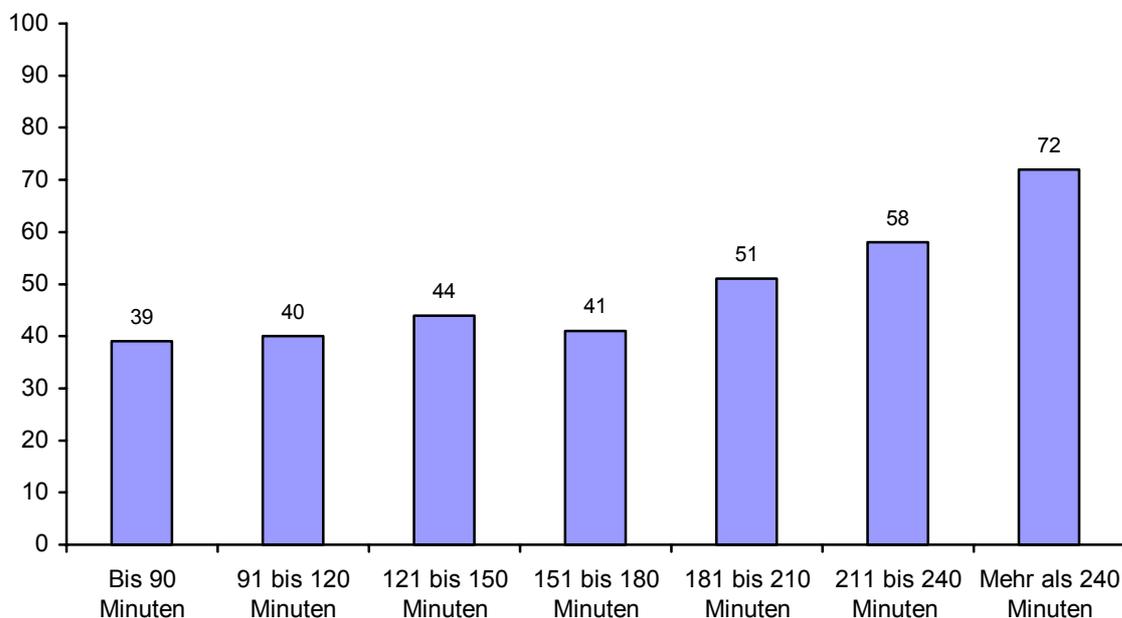
<sup>46</sup> Sign.: 0.000;  $\chi^2 = 38,967$  (geschichtliches Interesse); Sign.: 0.000;  $\chi^2 = 26,551$  (Kenntnisse der Landesgeschichte); Sign.: 0.000;  $\chi^2 = 21,782$  (Kenntnisse der europäischen Geschichte); Sign.: 0.001;  $\chi^2 = 14,549$  (Interesse an Kunst und Malerei).

<sup>47</sup> Sign.: 0.007;  $\chi^2 = 6,665$ .

che die Ausstellung besonders interessiert erleben und den Katalog zur Wiedererinerung und Auffrischung des Erlebten nutzen.<sup>48</sup>

Ebenso zeigt sich ein Zusammenhang zwischen der Dauer des Ausstellungsbesuchs und dem Kauf einer Publikation (*Grafik 35*): Personen, die länger in der Ausstellung verweilen, haben häufiger eine Publikation erworben. Umgekehrt gilt auch, dass sich Besucher/innen, die eine Publikation gekauft haben im Schnitt 197 Minuten in der Ausstellung aufhielten, während Befragte, die keine Publikation gekauft haben, durchschnittlich lediglich 162 Minuten in der Ausstellung waren.<sup>49</sup>

**Grafik 35: Kauf einer Publikation und Aufenthaltszeit der Besucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>50</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

<sup>48</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 24,978.

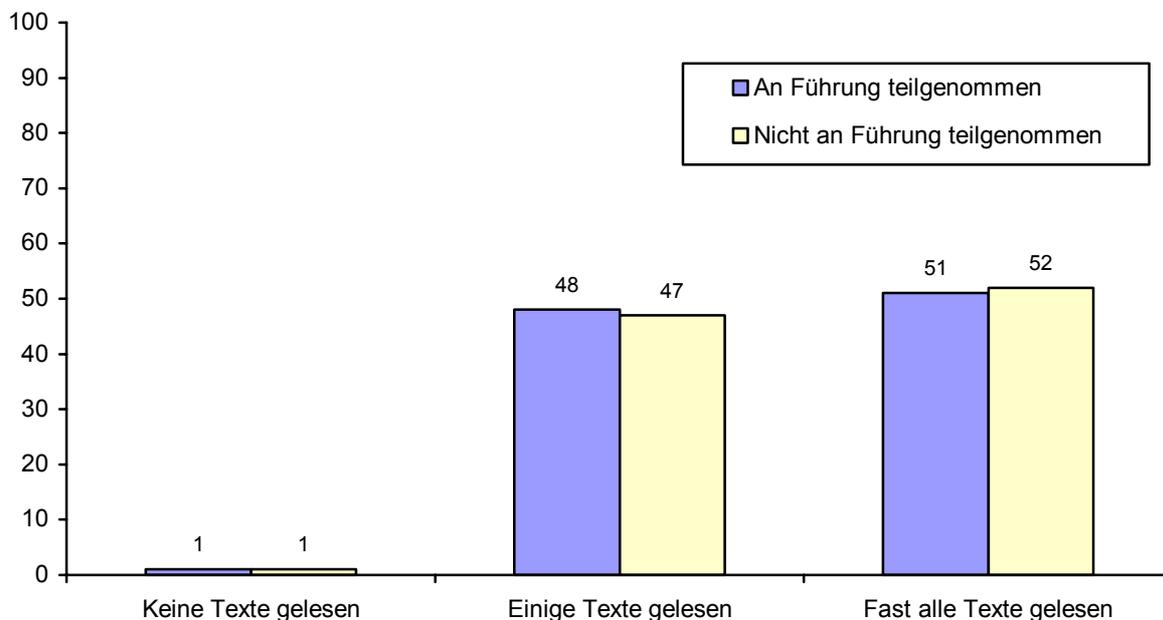
<sup>49</sup> Sign.: 0.000; F = 39,107.

<sup>50</sup> Im Fragebogen wurde die genaue Aufenthaltszeit in Minuten erhoben und dann entsprechend der 8 Kategorien "Bis 60 Minuten", "61 bis 90 Minuten", "91 bis 120 Minuten", "121 bis 150 Minuten", "151 bis 180 Minuten", "181 bis 210 Minuten", "211 bis 240 Minuten", "Mehr als 240 Minuten" zusammengefasst. Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 43,444.

### 3.2.6 Aufnahme von Informationen über Ausstellungstexte

In der Befragung wurde ermittelt, ob die Ausstellungsbesucher/innen die Texttafeln in den Ausstellungsräumen gelesen haben. Dabei ergab sich, dass 51% der Besucher/innen fast alle, 46% einige und nur 1% keinen der zur Verfügung gestellten Texte gelesen haben.<sup>51</sup> Im Unterschied zu allen bisherigen Untersuchungen des Besucherverhaltens bei Landesausstellungen zeigt sich diesmal kein signifikanter Zusammenhang zwischen der Kenntnisnahme der Texte und der Teilnahme an einer Führung (*Grafik 36*). Die Annahme, dass ein großer Teil der Texte häufiger von den Befragten gelesen werden, die nicht an einer Führung teilnehmen, konnte nicht bestätigt werden (52% gegenüber 50%).

**Grafik 36: Interesse an den Texten und Teilnahme an einer Führung (Angaben in Prozent)<sup>52</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

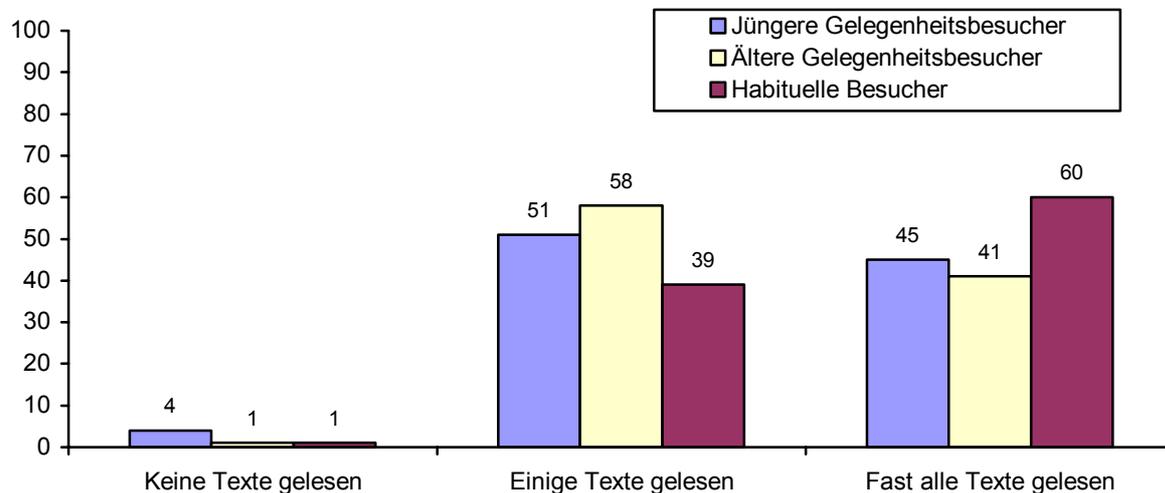
Im Unterschied zu den Auswertungen der anderen Landesausstellungen werden deshalb im Folgenden alle Befragten in die Analyse der Textrezeption eingeschlossen. Es zeigt sich (*Grafik 37*), dass die über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen, die Texte in unterschiedlicher Weise nutzen: So lesen die „Habituellen

<sup>51</sup> 2% der Befragten machten zu dieser Frage keine Angabe.

<sup>52</sup> Sign.: 0.855; Chi<sup>2</sup> = 0,313.

Besucher“ (60%) alle Texte häufiger als die „Älteren Gelegenheitsbesucher“ (41%) und die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ (45%).

**Grafik 37: Interesse an den Texten und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)<sup>53</sup>**



Signifikante Zusammenhänge zwischen der Aufnahme der Ausstellungstexte und soziodemografischer Merkmale der Befragten, zeigen sich auch für die meisten in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale.

- **Alter:** Befragte unter 18 Jahre haben im Vergleich zu allen anderen Altersgruppen häufiger keinen Text zur Kenntnis genommen.<sup>54</sup>
- **Bildung:** Höhergebildete Befragte haben häufiger als Befragte mit mittleren und niedrigen Abschlüssen alle Texte gelesen.<sup>55</sup>
- **Motivation:** Interessegeleiteten Befragte haben öfter alle Texte gelesen als die nicht interessegeleiteten Ausstellungsbesucher/innen (53% gegenüber 35%).<sup>56</sup>

<sup>53</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 31,779.

<sup>54</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 50,989.

<sup>55</sup> Sign.: 0.002; Chi<sup>2</sup> = 20,743.

<sup>56</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 27,020.

- **Sozialität:** Befragte, die allein bzw. mit ihrer Partnerin/ihrer Partner in der Ausstellung waren, haben die Texte häufiger genutzt als Befragte mit anderen Sozialitäten.<sup>57</sup>
- **Interessen und Kenntnisse:** Ausstellungsbesucher/innen mit hohem geschichtlichem Interesse (58%), hohem Interesse an Kunst und Malerei (55%), hohen Kenntnissen der Landesgeschichte (61%) und hohen Kenntnissen der europäischen Geschichte (58%) haben öfter alle Texte gelesen als Befragte mit jeweils niedrigen Interessen und Kenntnissen.<sup>58</sup>
- **Aufenthaltsdauer:** Je länger die Besucher/innen sich in der Ausstellung aufhielten, so häufiger haben sie alle Text gelesen.<sup>59</sup>

### 3.2.7 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.

82% der Befragten waren zum Zeitpunkt der Untersuchung zum ersten Mal in der Ausstellung (*siehe oben*).

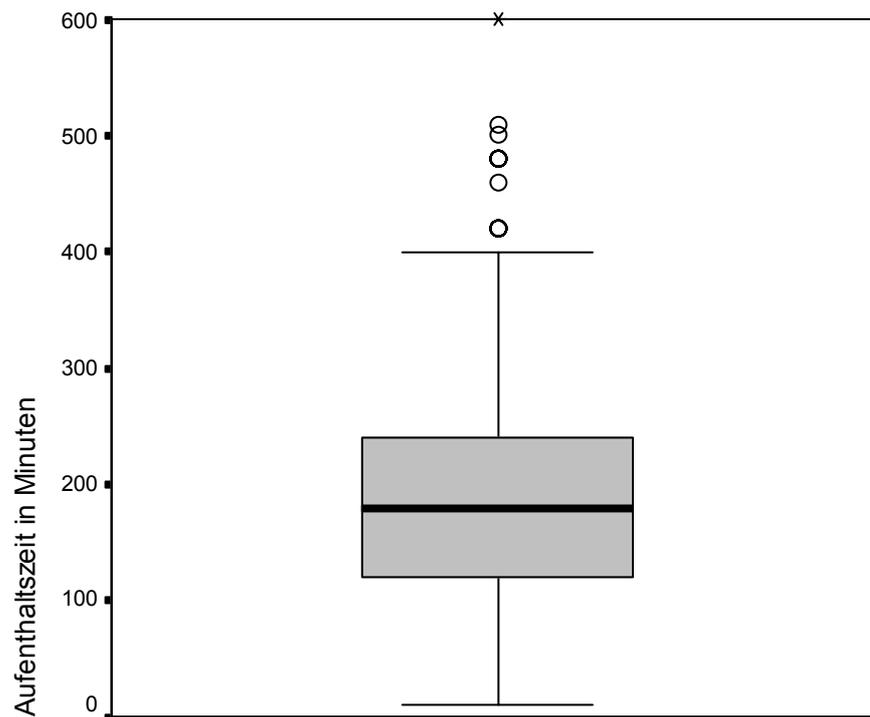
In der Ausstellung verbrachten die Befragten im Durchschnitt 180 Minuten, jeweils die Hälfte der Ausstellungsbesucher/innen war länger bzw. kürzer als 180 Minuten in den Ausstellungsräumen (*Grafik 38*). Ein Viertel des Publikums blieb nur bis zu 120 Minuten, das obere Viertel blieb über 240 Minuten. Die kürzeste Besuchszeit betrug 10 Minuten, die längste Aufenthaltsdauer lag bei 600 Minuten. Insgesamt ist die Streuung der Aufenthaltsdauer allerdings relativ gering; die Standardabweichung beträgt etwa 80 Minuten.

#### **Grafik 38: Aufenthaltszeit der Besucher/innen (Boxplot)**

<sup>57</sup> Sign.: 0.000,  $\text{Chi}^2 = 35,009$ .

<sup>58</sup> Geschichtliches Interesse: Sign.: 0.000;  $\text{Chi}^2 = 31,623$ ; Kenntnisse der Landesgeschichte: Sign.: 0.003;  $\text{Chi}^2 = 15,840$ ; Kenntnisse der europäischen Geschichte: Sign.: 0.000;  $\text{Chi}^2 = 20,033$ ; Interesse an Kunst und Malerei: Sign.: 0.005;  $\text{Chi}^2 = 14,837$ .

<sup>59</sup> Pearson's  $r = 0,227$ ; Sign.: 0.000.

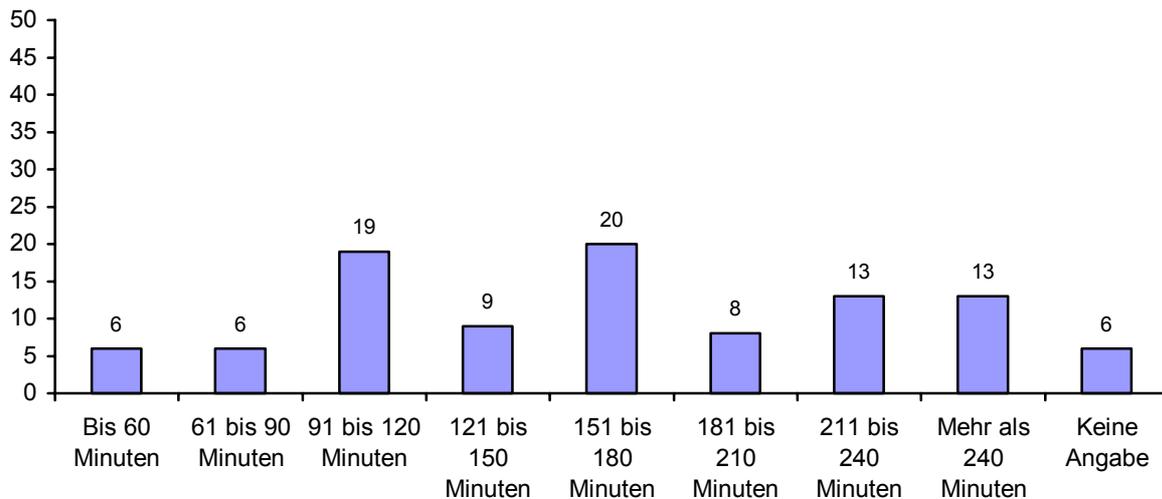


 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

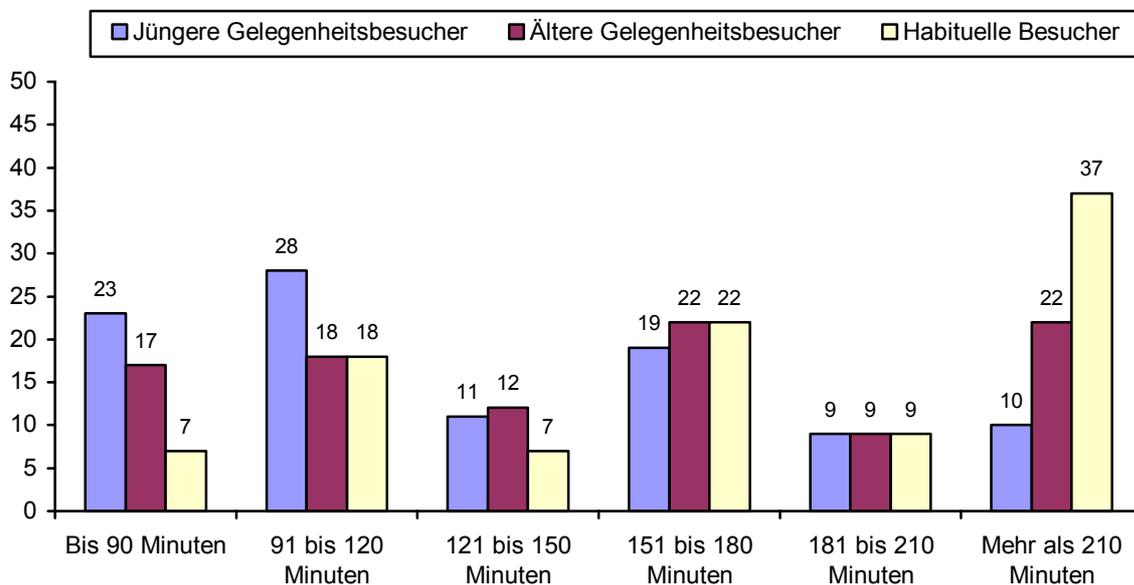
Fasst man die Besuchszeiten zusammen<sup>60</sup>, so zeigt sich (*Grafik 39*), dass rund 30% der Befragten bis zu zwei Stunden in der Ausstellung blieben, ein ähnlich hoher Anteil zwischen zwei und drei Stunden und jeweils knapp 20% hielten sich zwischen drei und vier Stunden bzw. über 4 Stunden in der Ausstellung auf.

Untersucht man die Aufenthaltszeit der Besucher/innen bezüglich der drei über die Clusteranalyse gewonnenen Besuchergruppen, so zeigt sich (*Grafik 40*), dass die habituellen Besucher/innen deutlich länger in der Ausstellung blieben als die Befragten der beiden anderen Besuchergruppen. 37% der habituellen Besucher/innen waren länger als 210 Minuten in der Ausstellung gegenüber nur 10% der jüngeren Gelegenheitsbesucher/innen.

<sup>60</sup> Im Fragebogen wurde die genaue Aufenthaltszeit in Minuten erhoben und dann entsprechend der 8 Kategorien "Bis 60 Minuten", "61 bis 90 Minuten", "91 bis 120 Minuten", "121 bis 150 Minuten", "151 bis 180 Minuten", "181 bis 210 Minuten", "211 bis 240 Minuten", "Mehr als 240 Minuten" zusammengefasst.

**Grafik 39: Aufenthaltszeit der Besucher/innen (Angaben in Prozent)**


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

**Grafik 40: Aufenthaltszeit der Besucher/innen und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)<sup>61</sup>**


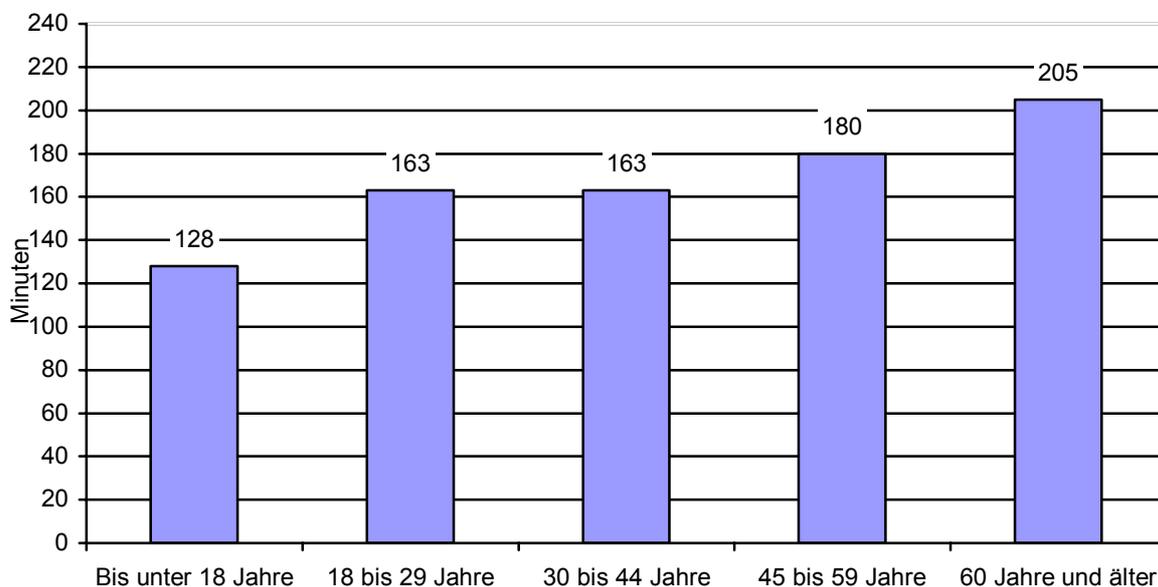
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

<sup>61</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 69,554.

Betrachtet man die durchschnittlichen Aufenthaltszeiten in der Ausstellung gesondert nach dem formalen Bildungsgrad, so ergibt sich, dass die Besucher/innen mit mittleren und hohen Bildungsabschlüssen (Mittlere Reife: 180 Minuten; Abiturienten: 173 Minuten; Akademiker: 186 Minuten) mehr Zeit in der Ausstellung verbrachten als die Befragten mit niedrigem Abschluss (157 Minuten).<sup>62</sup>

Des Weiteren korreliert die Dauer des Besuches der Ausstellung signifikant positiv mit dem Alter der Befragten: Die Besucher/innen blieben umso länger in der Ausstellung, desto älter sie sind (*Grafik 41*).<sup>63</sup>

**Grafik 41: Durchschnittliche Aufenthaltszeit in Minuten und Alter der Besucher/innen**<sup>64</sup>



Auch die Besucher/innen, deren Motivation interessegeleitet ist, blieben mit durchschnittlich 180 Minuten deutlicher länger in der Ausstellung als diejenigen Befragten, die eine nicht interessegeleitete Motivationsstruktur aufwiesen (rund 135 Minuten).<sup>65</sup>

Ein ähnliches Ergebnis zeigt sich auch hinsichtlich des Grades des geschichtlichen und künstlerischen Interesses bzw. der Kenntnisse der europäischen Geschichte

<sup>62</sup> Sign.: 0.019; F = 3,345.

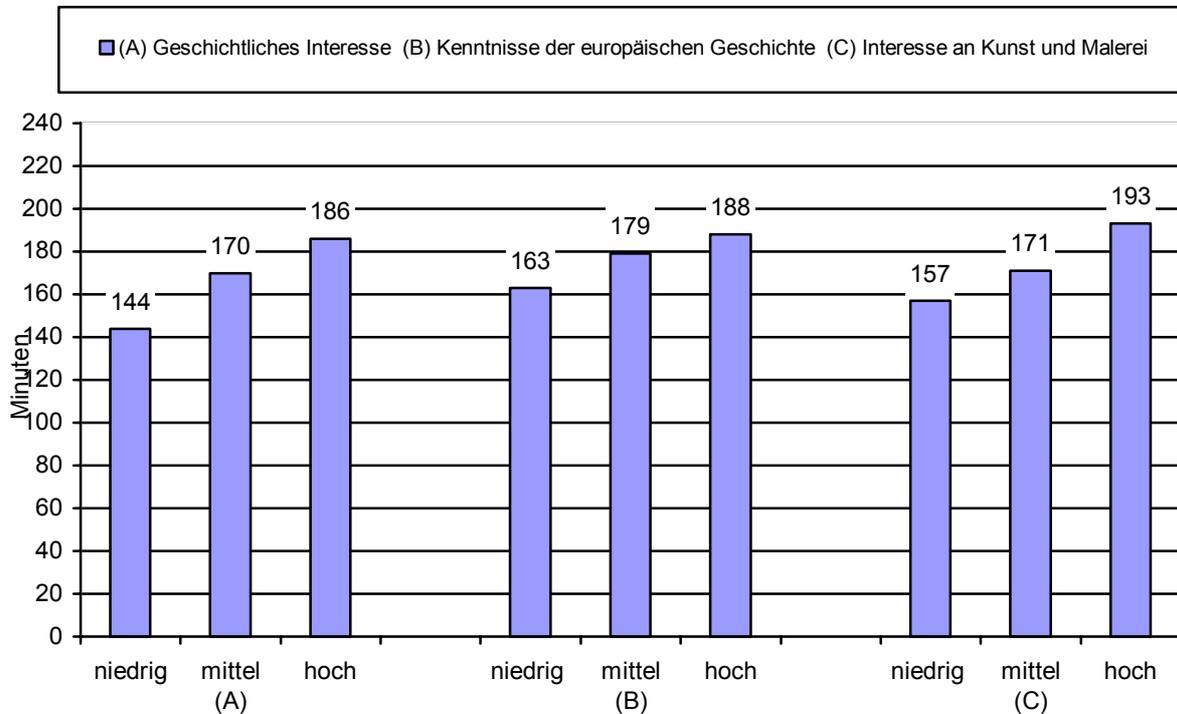
<sup>63</sup> Pearson's r = 0,229; Sign.: 0.000.

<sup>64</sup> Sign.: 0.000; F = 14,013.

<sup>65</sup> Sign.: 0.000; F = 13,236.

(Grafik 42): Je höher die Interessen bzw. Kenntnisse, umso länger verweilen die Befragten in der Ausstellung.

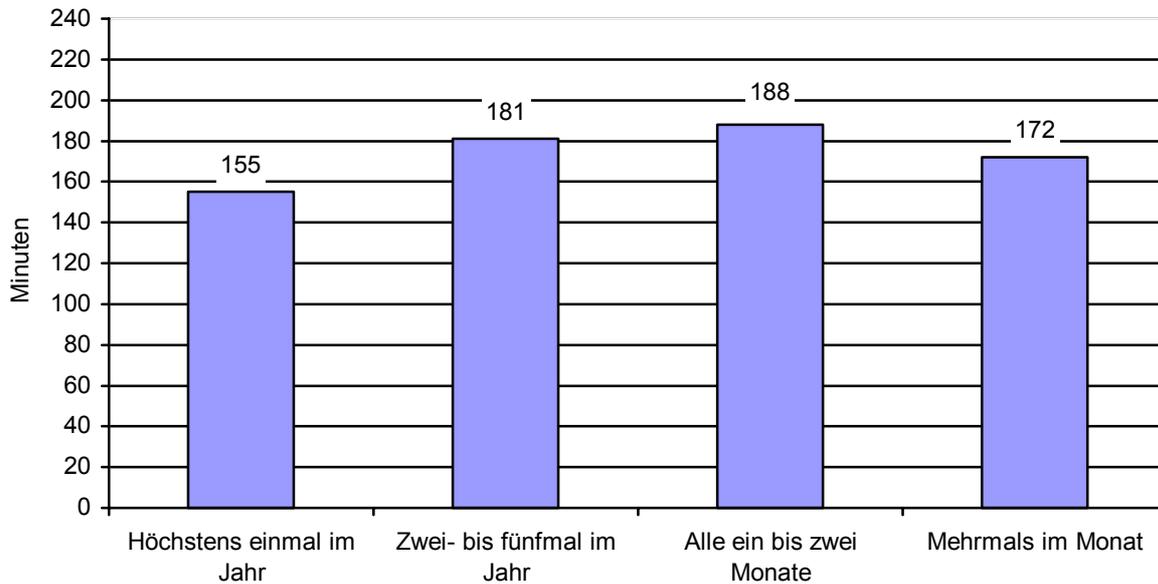
**Grafik 42: Durchschnittliche Aufenthaltszeit in Minuten und Interessen und Kenntnisse der Besucher/innen<sup>66</sup>**



Schließlich besteht ein Zusammenhang zwischen der durchschnittlichen Aufenthaltszeit und der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (Grafik 43): Befragte, die höchstens einmal im Jahr in einer Ausstellung sind, hielten sich am kürzesten in der Ausstellung auf (155 Minuten).

<sup>66</sup> Sign.: 0.003; F = 5,804 (geschichtliches Interesse); Sign.: 0.047; F = 3,072 (Kenntnisse der europäischen Geschichte; Sign.: 0.000; F = 11,523 (Interesse an Kunst und Malerei)

**Grafik 43: Durchschnittliche Aufenthaltszeit in Minuten und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen<sup>67</sup>**

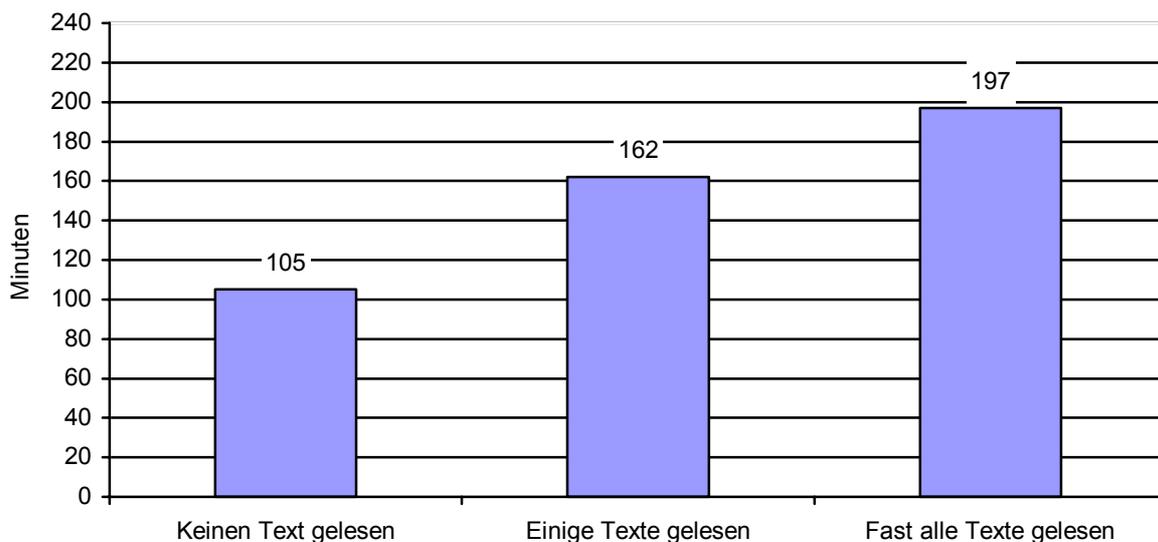


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

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 44*), dass die Besucher/innen umso länger in der Ausstellung waren, je umfangreicher sie die textlichen Informationen in Anspruch nahmen. Befragte, die keinen Text gelesen haben, blieben durchschnittlich nur 105 Minuten in der Ausstellung im Unterschied zu den Personen, die angeben, fast alle Texte gelesen zu haben (197 Minuten).<sup>68</sup>

<sup>67</sup> Sign.: 0.023; F = 3,187.

<sup>68</sup> Hier ist nochmals darauf hinzuweisen, dass sich Aufenthaltsdauer und quantitative Nutzung der Texte in einem erheblichen Ausmaß gegenseitig bedingen.

**Grafik 44: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Minuten und Textnutzung<sup>69</sup>**


 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Schließlich lässt sich auch ein Zusammenhang zwischen der Verweildauer in der Ausstellung und der Sozialität der Besucher/innen nachweisen. So blieben Gruppenbesucher/innen mit durchschnittlich 206 Minuten und Befragte, die mit Partner/in die Ausstellung besuchten (192 Minuten), deutlich länger als Befragte, die mit Verwandten, Freunden und Arbeitskollegen (167 Minuten) bzw. allein (169 Minuten) kamen.<sup>70</sup> Die längeren Verweilzeiten bei Gruppenbesuchern/innen hängen hier vermutlich damit zusammen, dass sich unter den Gruppenbesuchern sehr viele habituelle Besucher/innen befinden (vgl. *Tabelle 3*), die aufgrund ihres erhöhten Interesses länger als die anderen Besucher/innen in der Ausstellung verweilen.<sup>71</sup>

Aufgrund der Aufteilung der Ausstellung in fünf Ausstellungsbereiche war es von Interesse zu erfahren, ob, wann und wie lange die Befragten während ihres Besuchs eine Pause eingelegt haben. 53% der Befragten gaben an, eine Pause gemacht zu haben, 45% pausierten nicht und 2% machten hierzu keine Angaben. Von den 496 Befragten, die eine Pause machten, gaben 463 Befragte an, nach welchem Ausstellungsabschnitt sie diese Pause einlegten (*Grafik 45*). Über die Hälfte der Befragten

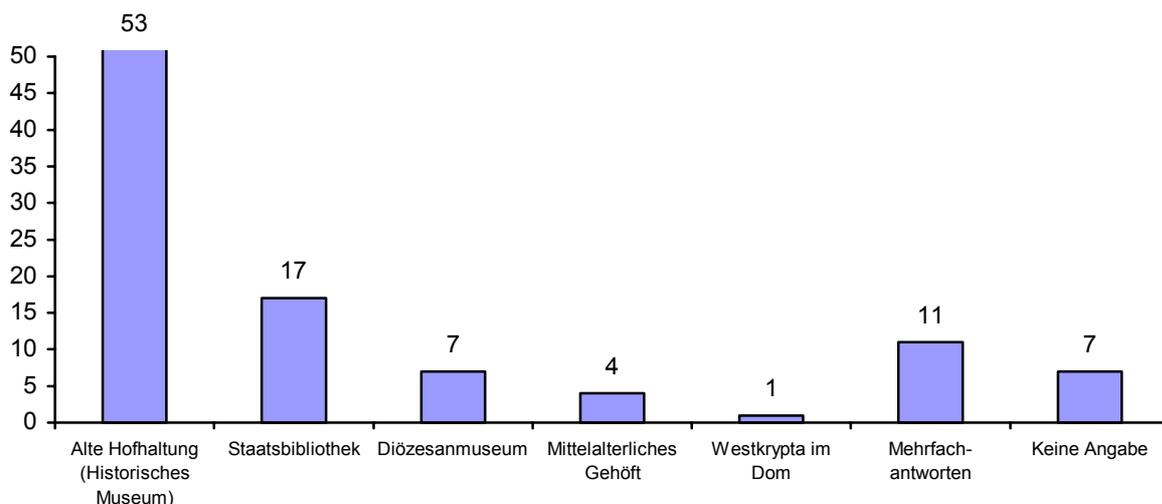
<sup>69</sup> Sign.: 0.000; F = 23,902.

<sup>70</sup> Sign.: 0.000; F = 7,417.

<sup>71</sup> Die geäußerte Vermutung lässt sich bestätigen, wenn man die über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen in die Analyse miteinbezieht. So blieben die Gruppenbesucher, die den „Habituellen Besuchern“ zuzurechnen sind, mit 258 Minuten deutlich länger in der Ausstellung als die Gruppenbesucher der anderen beiden Besuchergruppen (Ältere Gelegenheitsbesucher: 135 Minuten; Jüngere Gelegenheitsbesucher: 129 Minuten; F = 37,418; Sign.: 0.000).

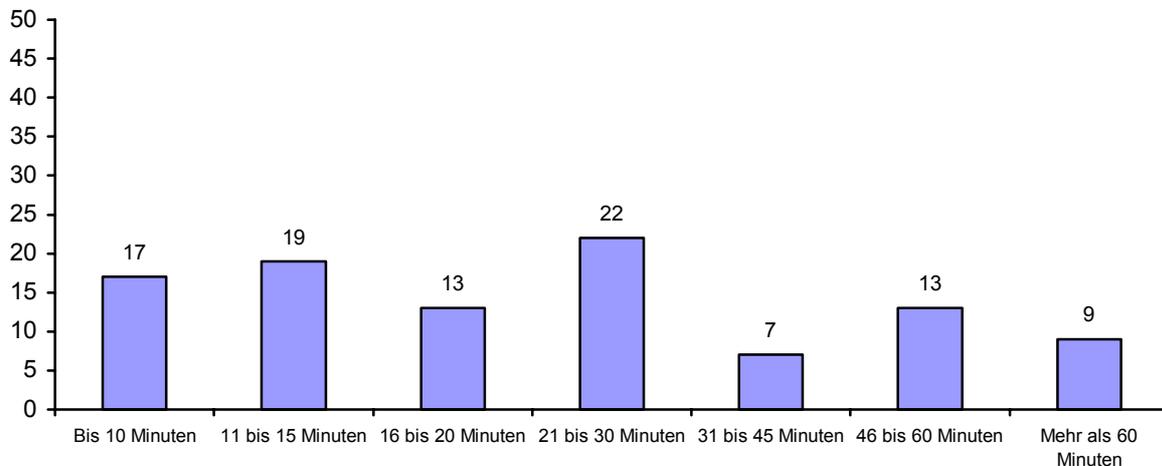
hat nach dem Ausstellungsbereich „Alte Hofhaltung“ eine Pause eingelegt, gefolgt von der „Staatsbibliothek“ mit 17%. Obwohl bei dieser Frage nicht vorgesehen, machten 11% der Befragten Mehrfachantworten, wobei am häufigsten angegeben wurde, dass sowohl nach Besichtigung der „Alten Hofhaltung“ als auch nach dem Ausstellungsbereich „Staatsbibliothek“ (3%) eine Pause gemacht wurde.

**Grafik 45: Ausstellungsbesuch, nach welchem eine Pause eingelegt wurde (Angaben in Prozent; Nur Befragte, die eine Pause gemacht haben; N = 496)**



Befragt nach der Pausenlänge, gaben die meisten Befragten an (22%), dass sie eine Pause zwischen 21 und 30 Minuten eingelegt haben (*Grafik 46*). Die durchschnittliche Pausenlänge betrug 35 Minuten.

**Grafik 46: Pausenlänge (Angaben in Prozent; Nur Befragte, die eine Pause gemacht haben; Ohne „Keine Angabe“; N = 422)**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

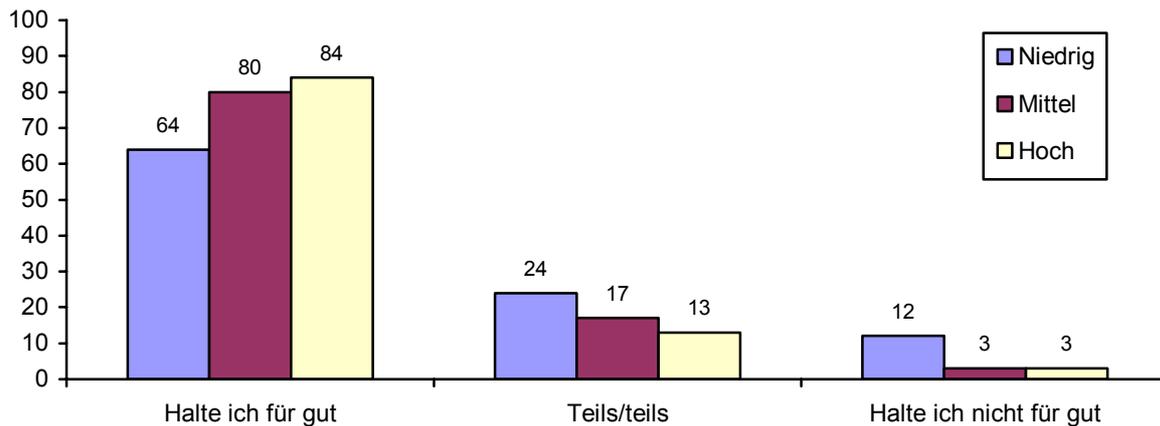
### 3.2.8 Besuchsmöglichkeit an mehreren Tagen und Einteilung in fünf Ausstellungsbereiche

In der Landesausstellung 2002 in Bamberg wurde den Ausstellungsbesucher/innen die Möglichkeit eingeräumt, die Ausstellung an mehreren Tagen zu besuchen. Außerdem war die Ausstellung in fünf getrennte Ausstellungsbereiche aufgeteilt. Von Interesse war es nunmehr zu erfahren, wie die Möglichkeit, die Ausstellung an mehreren Tagen besuchen zu können, von den Ausstellungsbesuchern bewertet wurde. Die überwältigende Mehrheit (81%) hielt diese Möglichkeit für gut, 14% fanden es teilweise gut und nur 3% waren der Meinung, dieses Konzept sei nicht gut, 2% machten hierzu keine Angaben.

Es ist zu erwarten, dass insbesondere Personen mit hohem geschichtlichen Interesse, die Möglichkeit an mehreren Tagen die Ausstellung zu besuchen, eher begrüßen als Befragte mit niedrigen bzw. mittleren Interessen, da sie sich so noch intensiver mit den Ausstellungsgegenständen beschäftigen und das Ausstellungsangebot vollständiger nutzen können. Diese Vermutung kann tatsächlich für das geschichtliche Interesse (*Grafik 47*) und das Interesse an Kunst und Malerei (*Grafik 48*) bestätigt werden. So bewerteten 84% der Befragten mit hohem geschichtlichen Interesse die Besuchsmöglichkeit an mehreren Tagen positiv, wohingegen es bei den Befragten mit niedrigen Interessen nur 64% waren. Umgekehrt schätzten 12% der Niedrig-

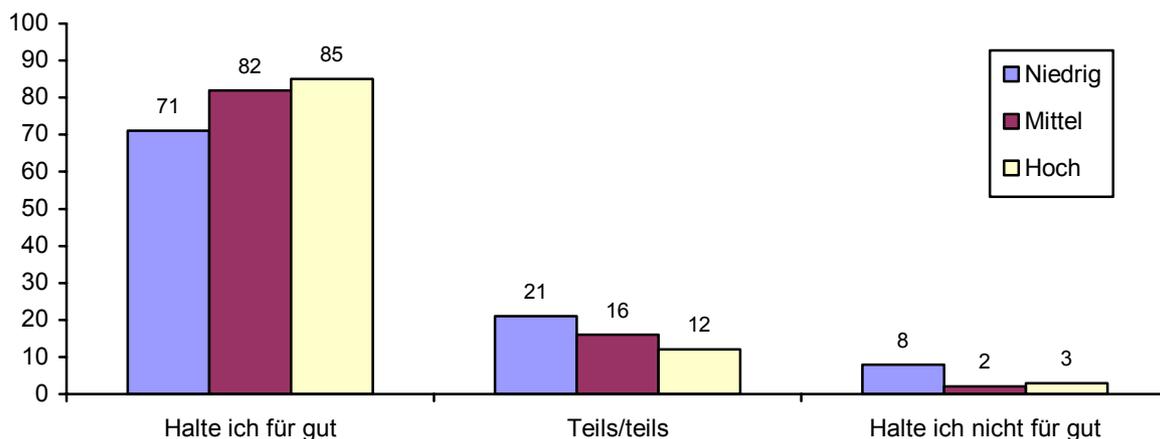
interessierten die Besuchsmöglichkeit an mehreren Tagen negativ ein, wohingegen es bei den Hochinteressierten nur 3% waren. Für den Zusammenhang zwischen der Bewertung der Besuchsmöglichkeit an mehreren Tagen und dem Interesse an Kunst und Malerei zeigen sich ähnliche Ergebnisse.

**Grafik 47: Bewertung der Besuchsmöglichkeit an mehreren Tagen und geschichtliches Interesse (Angaben in Prozent)<sup>72</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

**Grafik 48: Bewertung der Besuchsmöglichkeit an mehreren Tagen und Interesse an Kunst und Malerei (Angaben in Prozent)<sup>73</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

Von Interesse war es auch zu erfahren, warum die Befragten es vorteilhafter fanden, wenn sie die Ausstellung an mehreren Tagen besuchen können. Insgesamt wurden

<sup>72</sup> Sign.: 0.023; Chi<sup>2</sup> = 11,343.

<sup>73</sup> Sign.: 0.002; Chi<sup>2</sup> = 16,443.

dazu 607 Nennungen abgegeben (*Tabelle 4*). Die meisten Befragten (22%) betonten vor allem die bessere Zeiteinteilung und die ausreichender zur Verfügung stehende Zeit, die sich aufgrund eines auf mehrere Tage verteilten Ausstellungsbesuchs ergibt, gefolgt von dem Aspekt einer Verbesserung der Aufnahmefähigkeit und Konzentration (17%).

**Tabelle 4: Positive Gründe für die Verteilung des Ausstellungsbesuchs auf mehrere Tage (Mehrfachantworten möglich; N = 607)**

	Positive Gründe	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Mehr Zeit, bessere Zeiteinteilung, mehr Ruhe	131	22
2.	Besser Aufnahmefähigkeit und Konzentration	102	17
3.	Aufteilung, Schwerpunktsetzung, Wahrnehmung von Ausstellungsdetails besser möglich	73	12
4.	Bessere Informationsverarbeitung	68	11
5.	Verhinderung von Informationsüberflutung	54	9
6.	Bessere und intensivere Information möglich	34	6
7.	Vertiefter Eindruck möglich	33	5
8.	Ausstellung ist sehr umfangreich	30	5
9.	Sonstiges	82	13

Negative Aspekte der Besuchsmöglichkeit an mehreren Tagen wurden insgesamt von den Befragten mit 94 Nennungen angegeben (*Tabelle 5*). Mit 27% bestand für die meisten Befragten das Problem, dass sie einen Tagesausflug gemacht haben bzw. von auswärts angereist waren und so das Angebot der Verteilung des Ausstellungsbesuchs auf mehrere Tage nicht nutzen konnten.

**Tabelle 5: Negative Gründe für die Verteilung des Ausstellungsbesuchs auf mehrere Tage (Mehrfachantworten möglich; N = 94)**

	Negative Gründe	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Tagesausflug, Anreise von auswärts	25	27
2.	Anreise zu lang und umständlich (Parkplatzsuche)	14	15
3.	Zu wenige bzw. zu wenig interessante Informationen	10	10
4.	Ausstellung ist an einem Tag zu bewältigen	9	10
5.	Zeitaufwand bzw. Kosten sind zu hoch	9	10
6.	„Roter Faden“ geht verloren	6	6
7.	Sonstiges	21	22



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Interessant ist es auch zu erfahren, wie die Ausstellungsbesucher/innen die Einteilung der Ausstellung in fünf Ausstellungsbereiche bewertet haben. Die überwältigende Mehrheit von 78% hielt dieses Konzept für gut, 16% fanden es teilweise gut und nur 3% waren der Meinung, es sei nicht gut, 3% machten hierzu keine Angaben. Soziodemografische Unterschiede hinsichtlich der Bewertung dieses Konzepts konnten nicht festgestellt werden.

Nach den Gründen befragt, warum sie die Aufteilung positiv bewerteten, gaben die meisten Befragten an (16%), dass sie hierin eine bessere Möglichkeit der Pausengestaltung sehen, gefolgt von 14% der Befragten, welche die durch die Aufteilung entstandene größere Abwechslung begrüßten (*Tabelle 6*).

**Tabelle 6: Positive Gründe für die Verteilung der Ausstellung auf fünf Ausstellungsbereiche (Mehrfachantworten möglich; N = 575)**

	Positive Gründe	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Bessere Pausenmöglichkeiten, Frische Luft, Bewegung	93	16
2.	Mehr Abwechslung und Lebendigkeit	80	14
3.	Bessere Verteilung der Besucherströme; Entzerrung	70	12
4.	Bessere Strukturierung und thematische Gliederung	63	11
5.	Verbesserung der Aufnahmefähigkeit und Reflexionsmöglichkeit, Vermeidung von Reizüberflutung	55	10
6.	Mehr Klarheit, Übersichtlichkeit und Platz	41	7
7.	Konzentration auf Teilaspekte, Interessenschwerpunkte	34	6
8.	Einbezug der Umgebung und Berücksichtigung des historischen Bezugs	31	5
9.	Zeitaufteilung und -ersparnis; Verteilung des Besuchs auf mehrere Tage	27	5
10.	Wahrnehmung der Gebäude und der Umgebung	22	4
11.	Auflockerung der Gesamtausstellung	18	3
12.	Ausstellungsbereiche liegen nahe beieinander	16	3
13.	Sonstiges	25	4



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Nach den Gründen befragt, warum sie das Konzept von fünf Ausstellungsbereichen nur teilweise positiv bewerteten oder ablehnten, gaben die meisten Befragten an (15%), dass sie hinter der Aufteilung ein klares Konzept vermissen bzw. Orientierungsschwierigkeiten haben (*Tabelle 7*).

**Tabelle 7: Negative Gründe für die Verteilung der Ausstellung auf fünf Ausstellungsbereiche (Mehrfachantworten möglich; N = 93)**

	Negative Gründe	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Kein Konzept erkennbar; Unübersichtlichkeit	14	15
2.	Orientierungsprobleme, Wahl der Besuchsreihenfolge ist schwierig	14	15
3.	Die Ausstellung wird zu sehr zerrissen	11	12
4.	Die Wege sind zu lang und schlecht begehbar	10	11
5.	Für Gehbehinderte und Ältere ungeeignet	8	9
6.	Zeitverlust	6	7
7.	Reiseprobleme insbesondere für Tagesausflügler	4	4
8.	Die Räumlichkeiten sind zu klein bzw. zu eng	3	3
9.	Unvorteilhaft bei schlechtem Wetter (Kälte, Regen)	3	3
10.	Sonstiges	20	21



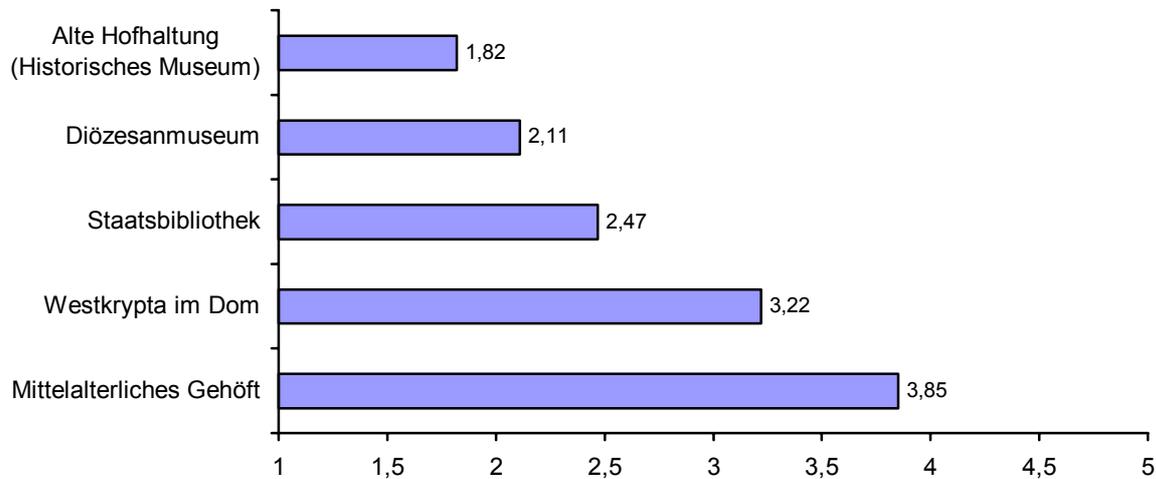
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

### 3.3 Wahrnehmung und Bewertung der Ausstellungsinhalte

#### 3.3.1 Bewertung der fünf Ausstellungsbereiche

Auch bei dieser Besucherbefragung war es eine zentrale Aufgabe festzustellen, wie die Besucher/innen das Ausstellungskonzept und die Inszenierung der unterschiedlichen Ausstellungsbereiche aufnehmen und wie sie diese bewerten. Um ein differenzierteres Bild zu erhalten, wurde das Ausstellungspublikum aufgefordert, die fünf Ausstellungsbereiche in eine Rangfolge zu bringen. Dabei zeigt sich (*Grafik 49*), dass die „Alte Hofhaltung (Historisches Museum)“ mit einem mittleren Rangwert von 1,82 am besten bewertet wurde, gefolgt vom „Diözesanmuseum“ (2,11) und der „Staatsbibliothek“ (2,47). Den letzten Rang nimmt das „Mittelalterliche Gehöft“ ein (3,85).

**Grafik 49: Durchschnittliche Rangwerte der fünf Ausstellungsbereiche (Mittelwerte)**



 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

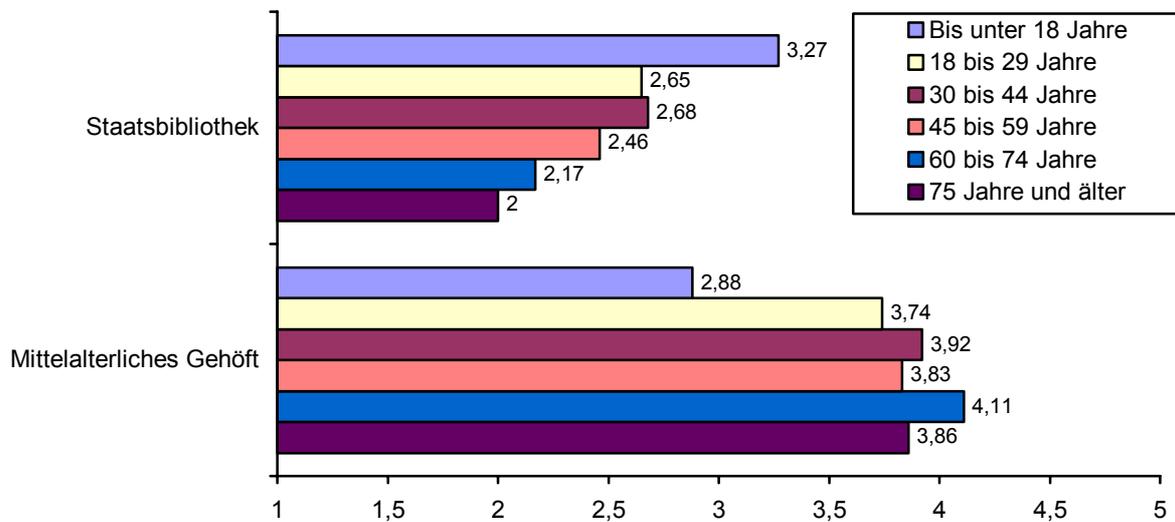
Die Konzeption der Ausstellung war so angelegt, dass in den einzelnen Ausstellungsbereichen zum Teil unterschiedliche Exponate und Ausstellungskonzepte präsentiert wurden, so dass gewisse Unterschiede in der Bewertung im Zusammenhang mit Besuchermerkmalen zu erwarten waren.

Wie sich zeigte, hängt die Einschätzung der fünf Ausstellungsbereiche auch mit bestimmten soziodemografischen Merkmalen zusammen. So gefiel etwa das „Mittelalterliche Gehöft“ den weiblichen Befragten etwas besser als den männlichen (3,73 gegenüber 3,97).<sup>74</sup>

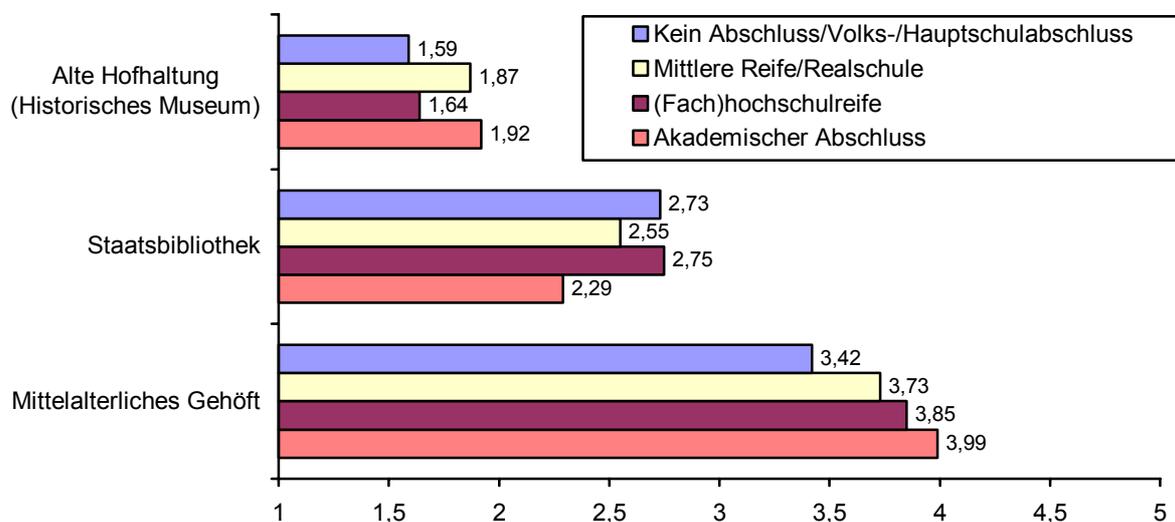
Hinsichtlich der Alterstruktur zeigt sich (*Grafik 50*), dass das „Mittelalterliche Gehöft“ von den Befragten unter 18 Jahre einen deutlich besseren Rang erhielt als von allen anderen Altersgruppen. Umgekehrt wurde die „Staatsbibliothek“ umso besser bewertet, je älter die Befragten waren.

Vergleicht man die mittleren Rangwerte mit der formalen Bildung der Befragten, so ergibt sich (*Grafik 51*), dass die „Alte Hofhaltung (Historisches Museum)“ von den Befragten ohne bzw. mit Hauptabschluss am besten bewertet wurde (1,59), wohingegen die „Staatsbibliothek“ von den Akademikern den Vorzug erhielt (2,29). Das „Mittelalterliche Gehöft“ bekam einen umso höheren Rangplatz zugeteilt, je niedriger der Bildungsabschluss der Befragten war.

<sup>74</sup> Sign.: 0.013; F = 6,231.

**Grafik 50: Durchschnittliche Rangwerte und Alter (Mittelwerte)<sup>75</sup>**


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

**Grafik 51: Durchschnittliche Rangwerte und Bildung (Mittelwerte)<sup>76</sup>**


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Ein ähnliches Ergebnis zeigt auch der Vergleich der mittleren Rangwerte der fünf Ausstellungsbereiche mit dem Interesse der Besucher/innen an Kunst und Malerei. So gefiel den Niedriginteressierten häufiger die „Alte Hofhaltung“ (1,62 gegenüber

<sup>75</sup> Sign.: 0.000; F = 7,650 (Staatsbibliothek); Sign.: 0.000; F = 6,175 (Mittelalterliches Gehöft).

<sup>76</sup> Sign.: 0.006; F = 4,228 (Alte Hofhaltung); Sign.: 0.000; F = 7,989 (Staatsbibliothek); Sign.: 0.003; F = 4,644 (Mittelalterliches Gehöft).

1,96)<sup>77</sup>, wohingegen die „Staatsbibliothek“ eher von den Hochinteressierten bevorzugt wurde (2,21 gegenüber 3,08).<sup>78</sup>

Deutlich fällt auch das Ergebnis hinsichtlich der Motivation der Befragten und der Rangzuordnung für die „Staatsbibliothek“ und die „Alte Hofhaltung“ aus. So erhielt die „Staatsbibliothek“ von den Befragten, die Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen (2,21) bzw. an der Geschichte Bayerns (2,55) haben einen höheren Rang zugesprochen als von den Befragten, die nicht interesseorientiert in der Ausstellung sind.<sup>79</sup> Die „Alte Hofhaltung (Historisches Museum)“ wurde demgegenüber vor allem von den Befragten mit Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg am besten bewertet (1,58).<sup>80</sup>

Hinsichtlich der Sozialität der Befragten zeigt sich, dass den Besucher/innen, die allein in der Ausstellung waren, die „Staatsbibliothek“ besonders gut gefiel (2,32).<sup>81</sup> Das „Mittelalterliche Gehöft“ fand demgegenüber häufiger bei den Befragten Anklang, die die Ausstellung mit ihrer Familie besuchten (3,47).<sup>82</sup>

Auch die Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen hat einen Einfluss auf die Beurteilung der fünf Ausstellungsbereiche (*Grafik 52*). So wiesen die Gelegenheitsbesucher/innen der „Alten Hofhaltung (Historisches Museum)“ und dem „Mittelalterlichen Gehöft“ im Schnitt höhere Ränge zu, wohingegen die habituellen Besucher/innen der „Staatsbibliothek“ den Vorzug gaben.

Schließlich besteht auch ein Zusammenhang zwischen der Rangvergabe und der Aufenthaltsdauer in der Ausstellung (*Grafik 53*). Das „Mittelalterliche Gehöft“ erhielt von den Befragten einen umso schlechteren Rang, je länger sie in der Ausstellung waren. Umgekehrt mochten die Befragten die „Staatsbibliothek“ umso lieber, je länger sie sich in der Ausstellung aufhielten.

---

<sup>77</sup> Sign.: 0.001; F = 6,911.

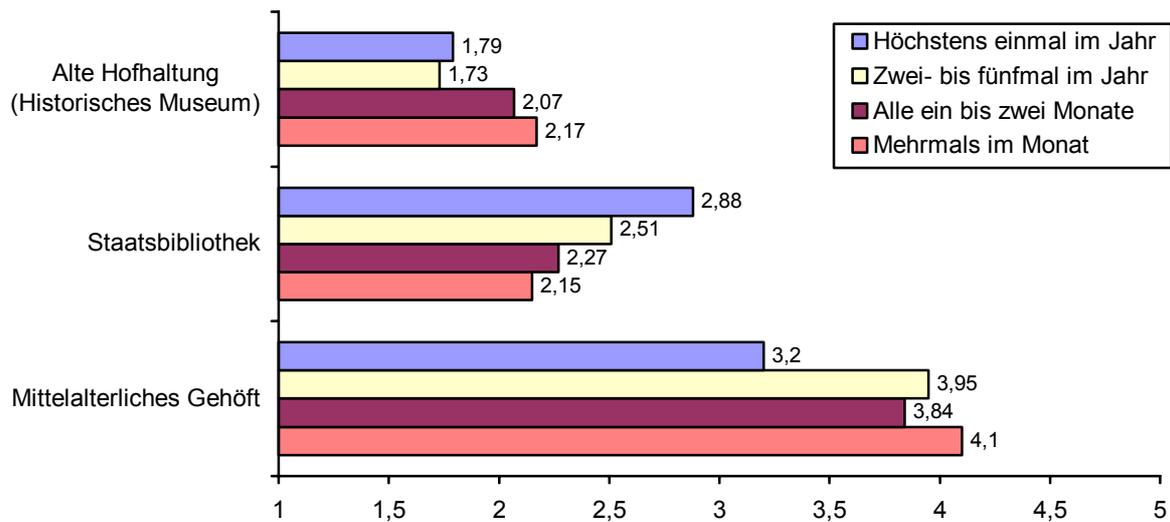
<sup>78</sup> Sign.: 0.000; F = 26,202.

<sup>79</sup> Sign.: 0.001; F = 4,141.

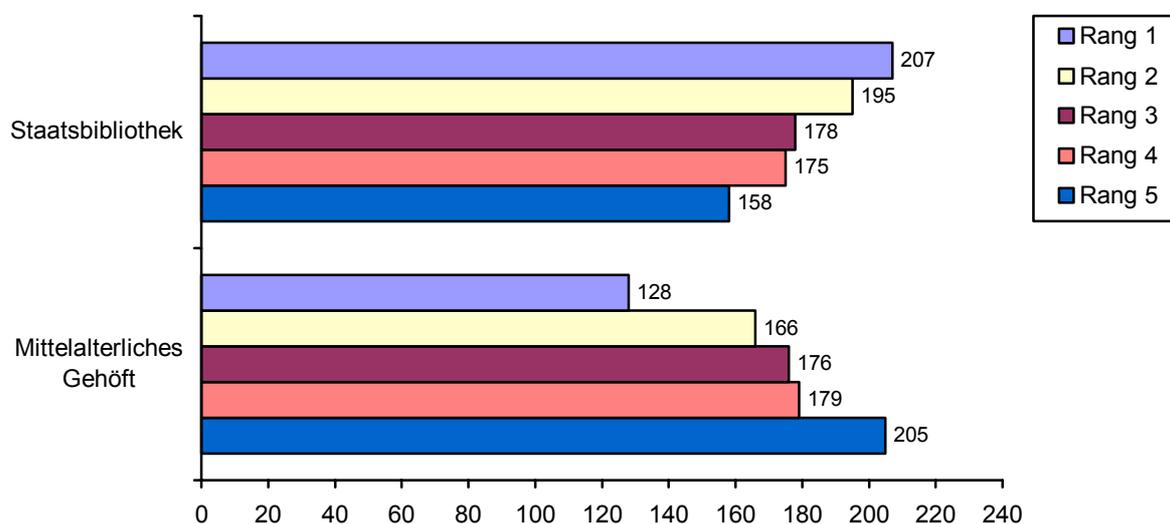
<sup>80</sup> Sign.: 0.003; F = 3,697.

<sup>81</sup> Sign.: 0.010; F = 3,375.

<sup>82</sup> Sign.: 0.003; F = 4,120.

**Grafik 52: Durchschnittliche Rangwerte und Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (Mittelwerte)<sup>83</sup>**


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

**Grafik 53: Rangpositionen und Aufenthaltsdauer (Angabe in Minuten)<sup>84</sup>**


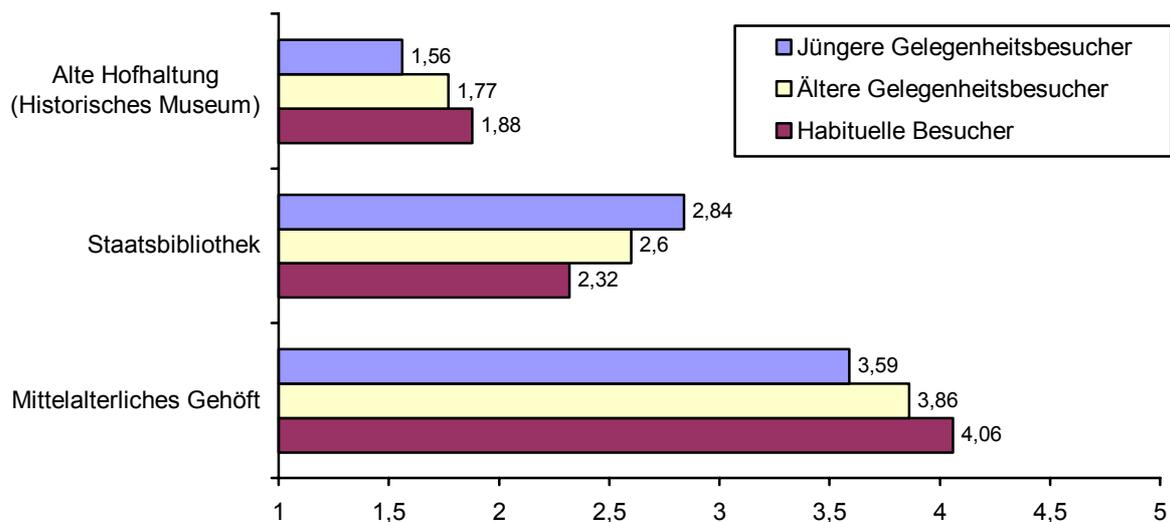
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

<sup>83</sup> Sign.: 0.001; F = 5,631 (Alte Hofhaltung); Sign.: 0.001; F = 5,633 (Staatsbibliothek); Sign.: 0.000; F = 8,662 (Mittelalterliches Gehöft).

<sup>84</sup> Sign.: 0.000; F = 6,594 (Mittelalterliches Gehöft); Sign.: 0.001; F = 4,573 (Staatsbibliothek).

Insgesamt lässt sich festhalten, dass insbesondere das „Mittelalterliche Gehöft“ (jüngere, niedrig gebildete, Familien- und Gelegenheitsbesucher mit kurzer Aufenthaltszeit) und die „Staatsbibliothek“ (ältere, hoch gebildete, Einzel- und habituelle Besucher mit langer Aufenthaltszeit) in ihren soziodemografischen Merkmalen gegensätzliche Besucher/innen ansprechen. Dies zeigt auch der Vergleich zwischen der Rangverteilung der fünf Ausstellungsbereiche mit den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen (*Grafik 54*).

**Grafik 54: Durchschnittliche Rangwerte und Besuchergruppen (Mittelwerte)<sup>85</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

### 3.3.2 Interessanteste Teile der Ausstellung

Von Interesse war es auch zu erfahren, welchen Teil der Ausstellung die Besucher/innen am Interessantesten fanden. Damit erhalten die Ausstellungsplaner eine Rückmeldung über die „Qualität“ der Ausstellungskonzeption.

Von den Besucher/innen gaben 82% in einer offenen Frage den Teil der Ausstellung an, der sie besonders angesprochen hat (*Tabelle 8*). Jede(r) fünfte von diesen 153 Befragten nannte die „Alte Hofhaltung“ als interessantesten Ausstellungsteil, gefolgt von den „Papst- und Kaisermänteln“ mit 86 Nennungen (11%) und dem „Diözesanmuseum“ mit 83 Nennungen (11%). 3% der Befragten gaben ausdrücklich an, dass sie alle Teile der Ausstellung interessant fanden und 9% der Besucher/innen mach-

<sup>85</sup> Sign.: 0.009; F = 4,729 (Alte Hofhaltung); Sign.: 0.001; F = 7,454 (Mittelalterliches Gehöft); Sign.: 0.000; F = 10,293 (Staatsbibliothek).

ten sonstige Angaben zum interessantesten Ausstellungsteil. Diese reichten von den „abgebrannten Hütten“, den „Herrscherdarstellungen“, der „Mittelalterlichen Beutekunst“, den „Schachfiguren“ bis zur „Wissenschaft im Mittelalter“.

**Tabelle 8: Interessanteste Ausstellungsteile  
(Mehrfachantworten möglich; N = 772)**

	Ausstellung mit besonderem Interesse	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Alte Hofhaltung	153	20
2.	Papst- und Kaisermäntel	86	11
2.	Diözesanmuseum	83	11
4.	Leben Heinrichs II./Machtergreifung	80	11
5.	Staatsbibliothek	72	9
6.	Handschriften/Evangeliar	64	7
7.	Bücher/Buchmalerei	54	6
8.	Historisches Museum	31	4
9.	Dom/Westkrypta/Gehöft	28	4
10.	Alltagsleben im Mittelalter	22	3
11.	Geschichtliche Zusammenhänge allgemein	13	2
12.	Alle Teile interessant	20	3
13.	Sonstiges	66	9

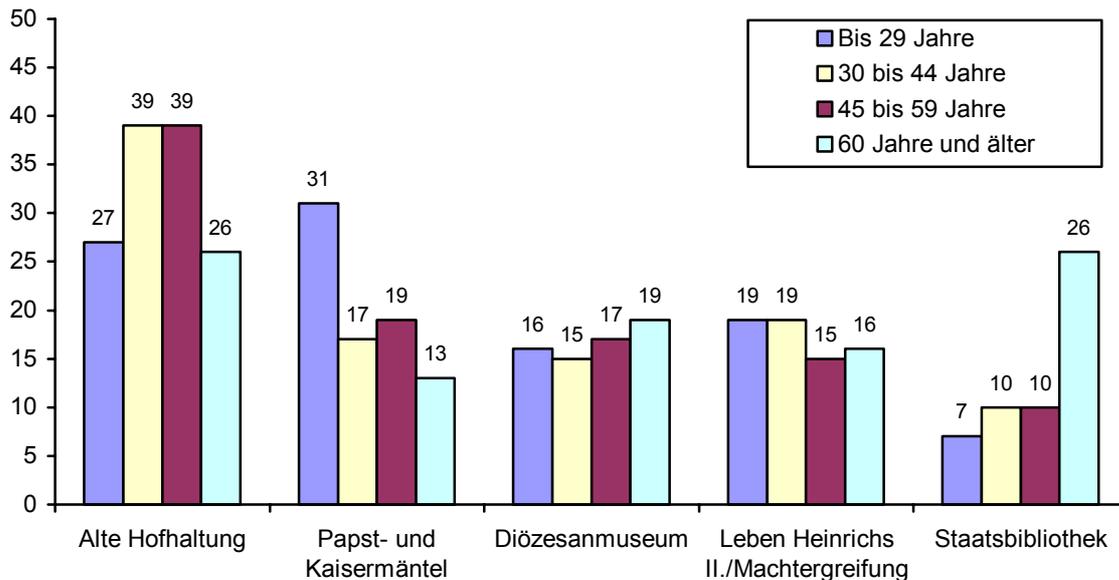
 Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

Es ist anzunehmen, dass die Angabe interessanter Ausstellungsteile mit soziodemografischen und anderen wichtigen Merkmalen der Besucher/innen zusammenhängen. Im Folgenden wird deshalb untersucht, inwieweit das Interesse für die fünf am häufigsten genannten Ausstellungsteile („Alte Hofhaltung“, „Papst- und Kaisermäntel“, „Diözesanmuseum“, „Leben Heinrichs II./Machtergreifung“ und „Staatsbibliothek“) von solchen Besuchermerkmalen abhängt.

Zunächst zeigt sich ein signifikanter altersspezifischer Zusammenhang (*Grafik 55*): Vor allem die „Papst- und Kaisermäntel“ wurden häufiger von den jüngeren Befragten hervorgehoben als von den Älteren. Demgegenüber lag die „Staatsbibliothek“ in der Gunst der älteren Befragten häufiger vorne. Dieses Ergebnis wird auch durch die Durchschnittswerte bestätigt: So waren die Befragten, welche die „Staatsbibliothek“ als den interessantesten Ausstellungsteil angaben, im Durchschnitt 56 Jahre alt, die

Ausstellungsbesucher/innen, welche die „Alte Hofhaltung“ bzw. das „Diözesanmuseum“ bevorzugten, durchschnittlich 49 Jahre, die Befragten, die das „Leben Heinrich II.“ für am interessantesten hielten im Schnitt 48 Jahre und die Besucher/innen, welche den „Papst- und Kaisermänteln“ eine besondere Beachtung geschenkt haben, durchschnittlich 45 Jahre.<sup>86</sup>

**Grafik 55: Interessantester Ausstellungsteil und Alter der Besucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>87</sup>**

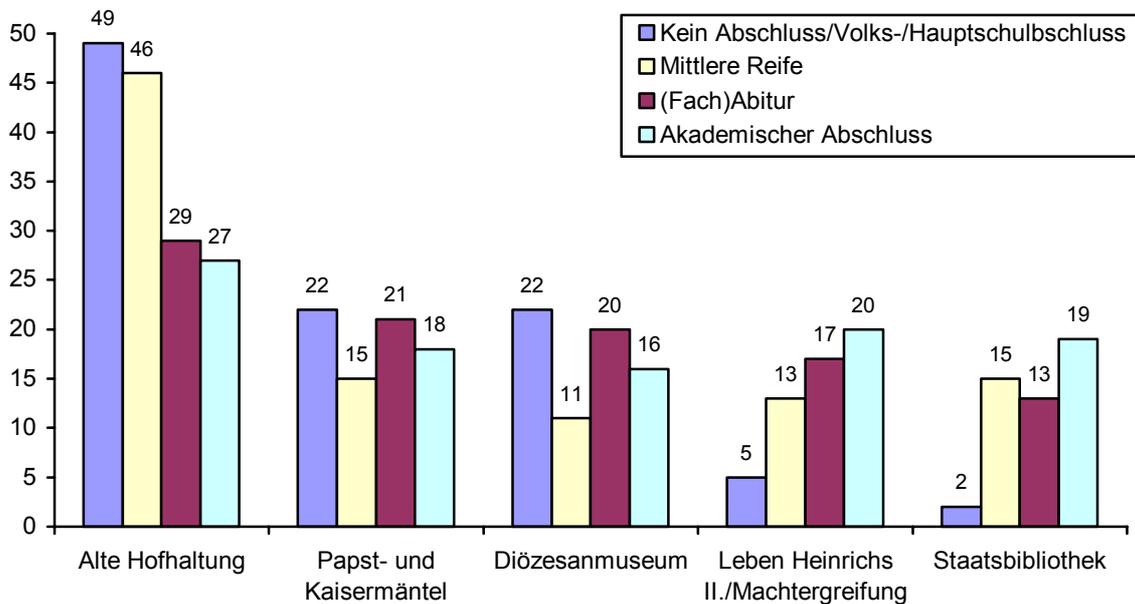


Zudem ergibt sich ein bildungsspezifischer Zusammenhang hinsichtlich des interessantesten Ausstellungsteils (*Grafik 56*). So wurde die „Alte Hofhaltung“ besonders häufig von den Befragten mit niedrigen und mittleren Bildungsabschlüssen als der interessanteste Ausstellungsteil genannt. Umgekehrt fanden das „Leben Heinrichs II.“ und die „Staatsbibliothek“ insbesondere bei den höher Gebildeten ein größeres Interesse.

<sup>86</sup> Sign.: 0.001; F = 4,962.

<sup>87</sup> Sign.: 0.001, Chi<sup>2</sup> = 33,435.

**Grafik 56: Interessantester Ausstellungsteil und Bildung der Besucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>88</sup>**

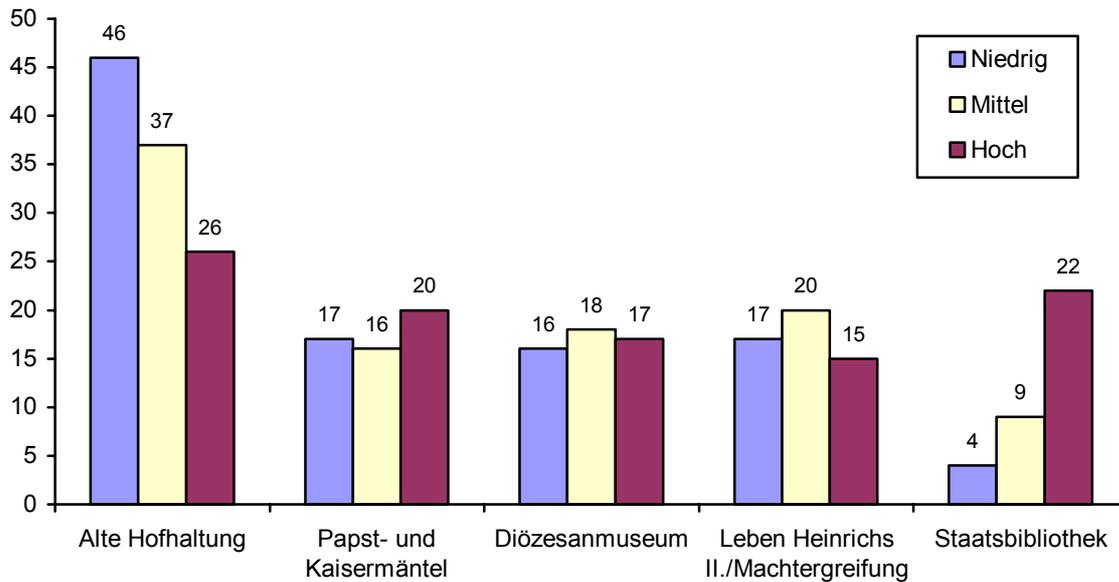


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Ein ähnliches Bild hinsichtlich der Einschätzung der „Alten Hofhaltung“ und der „Staatsbibliothek“ zeigt sich auch beim allgemeinen Interesse an Kunst und Malerei (Grafik 57). Auch hier wurde die „Alte Hofhaltung“ eher von den niedrig Interessierten bevorzugt und die „Staatsbibliothek“ umgekehrt eher von den höher Interessierten.

<sup>88</sup> Sign.: 0.014, Chi<sup>2</sup> = 25,076.

**Grafik 57: Interessantester Ausstellungsteil und Interesse an Kunst und Malerei der Besucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>89</sup>**




 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

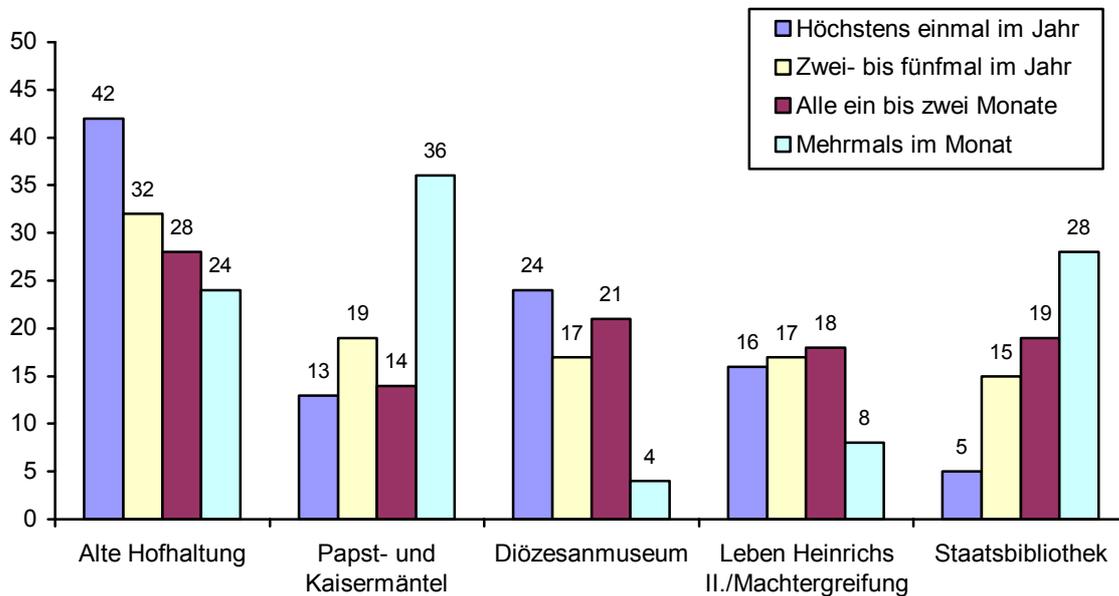
Insgesamt lässt sich feststellen, dass die „Alte Hofhaltung“ eher von den Gelegenheitsbesuchern mit niedriger Bildung und niedrigen Interessen bevorzugt wurde, wohingegen die „Staatsbibliothek“ hauptsächlich für die höher gebildeten versierten Besucher/innen von Interesse war. Gelegenheitsbesucher/innen hielten die „Alte Hofhaltung“ häufiger für den interessantesten Ausstellungsteil als die Befragten, die häufiger Ausstellungen besuchen (*Grafik 58*). Andererseits wurde die „Staatsbibliothek“ öfter von den versierten Ausstellungsbesucher/innen als interessantester Teil der Ausstellung angegeben. Auffällig ist darüber hinaus, dass auch die „Papst- und Kaisermäntel“ häufiger von den Befragten bevorzugt wurden, die mehrmals im Monat in einer Ausstellung sind.

Insgesamt lassen diese Ergebnisse klar erkennen, dass die unterschiedlichen Besuchergruppen von jeweils anderen Ausstellungsteilen angesprochen wurden.<sup>90</sup> Dementsprechend können über die Auswahl und Gestaltung der Ausstellungsteile gezielt bestimmte Besuchertypen angesprochen und zu einem Ausstellungsbesuch angeregt werden.

<sup>89</sup> Sign.: 0.001, Chi<sup>2</sup> = 26,051.

<sup>90</sup> So präferierte auch die über die Clusteranalyse gewonnene Besuchergruppe der „Habituellen Besucher“ deutlich häufiger die „Staatsbibliothek“ (Habituelle Besucher: 18%; Ältere Gelegenheitsbesucher: 10%, Jüngere Gelegenheitsbesucher: 9%).

**Grafik 58: Interessantester Ausstellungsteil und Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (Angaben in Prozent)<sup>91</sup>**

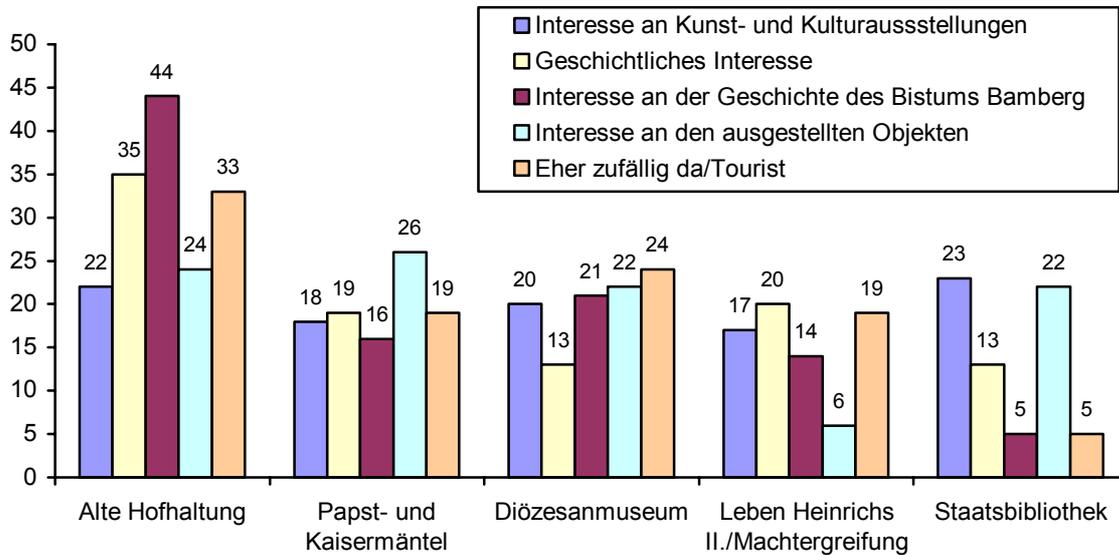


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

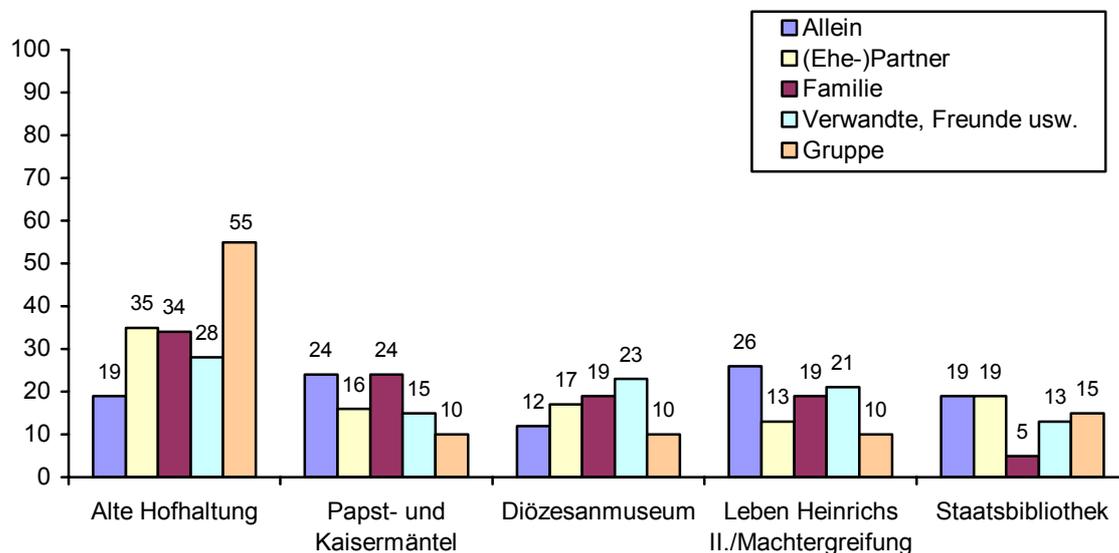
Weitere signifikante Zusammenhänge zeigen sich hinsichtlich der Motivation der Befragten (*Grafik 59*). Auffällig ist vor allem, dass die „Alte Hofhaltung“ häufig von den Befragten als besonders interessant eingestuft wurde, die über das Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg zum Ausstellungsbesuch motiviert wurden (44%). Die „Papst- und Kaisermäntel“ wurden von denjenigen Befragten bevorzugt, die ein Interesse an den ausgestellten Objekten haben.

Die Einschätzung des interessantesten Ausstellungsteils ist auch abhängig von der Sozialität der Befragten (*Grafik 60*). So wurde etwa die „Alte Hofhaltung“ sehr deutlich von den Gruppenbesuchern bevorzugt. Das „Leben Heinrichs II.“ und die „Papst- und Kaisermäntel“ fanden dagegen bei den Einzelbesuchern häufiger Anklang.

<sup>91</sup> Sign.: 0.040, Chi<sup>2</sup> = 21,753.

**Grafik 59: Interessantester Ausstellungsteil und Motivation der Besucher/-innen (Angaben in Prozent)<sup>92</sup>**


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

**Grafik 60: Interessantester Ausstellungsteil und Sozialität der Besucher/-innen (Angaben in Prozent)<sup>93</sup>**


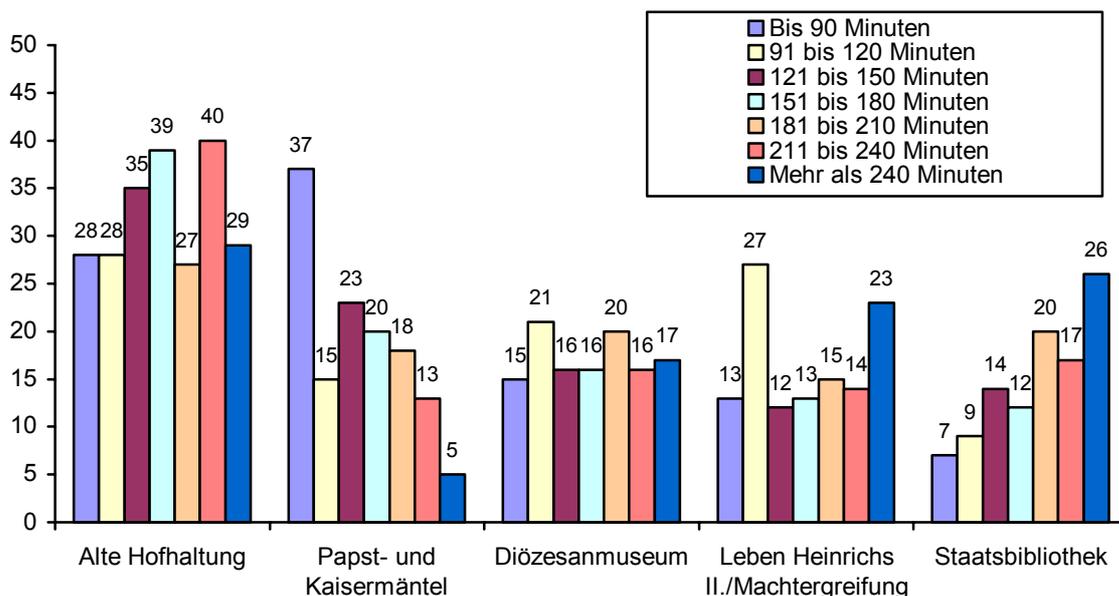
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

<sup>92</sup> Sign.: 0.019, Chi<sup>2</sup> = 35,306. Bei den Prozentwerten für die zusammengefasste Kategorie "Eher zufällig da/Tourist" ist zu beachten, dass die Fallzahlen sehr gering sind (N = 21).

<sup>93</sup> Sign.: 0.011, Chi<sup>2</sup> = 31,733.

Des Weiteren zeigt sich auch ein Zusammenhang zwischen der Benennung des interessantesten Ausstellungsteils und der Verweildauer in der Ausstellung (*Grafik 61*). Insbesondere die „Staatsbibliothek“ wurde häufiger von denjenigen Befragten als besonders interessanter Ausstellungsteil bewertet, die länger in der Ausstellung waren (26% bei den Befragten, die sich länger als vier Stunden in der Ausstellung aufhielten gegenüber 7% bei den Befragten, die bis 90 Minuten in der Ausstellung waren). Umgekehrt wurden die „Papst- und Kaisermäntel“ häufiger von denjenigen Befragten bevorzugt, die nur kurz in der Ausstellung waren (37% bei den Befragten, die bis 90 Minuten in der Ausstellung verweilten gegenüber 5% bei den Befragten, die über vier Stunden in der Ausstellung waren). Dieser Zusammenhang zeigt sich auch, wenn man die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrachtet: Sie lag für die „Staatsbibliothek“ bei 209 Minuten, für die „Alte Hofhaltung“ bei 188 Minuten, für den Ausstellungsteil „Leben Heinrich II.“ bei 181 Minuten, für das „Diözesanmuseum“ bei 180 Minuten und für die „Papst- und Kaisermäntel“ bei 155 Minuten.<sup>94</sup>

**Grafik 61: Interessantester Ausstellungsteil und Verweildauer in der Ausstellung (Angaben in Prozent)<sup>95</sup>**

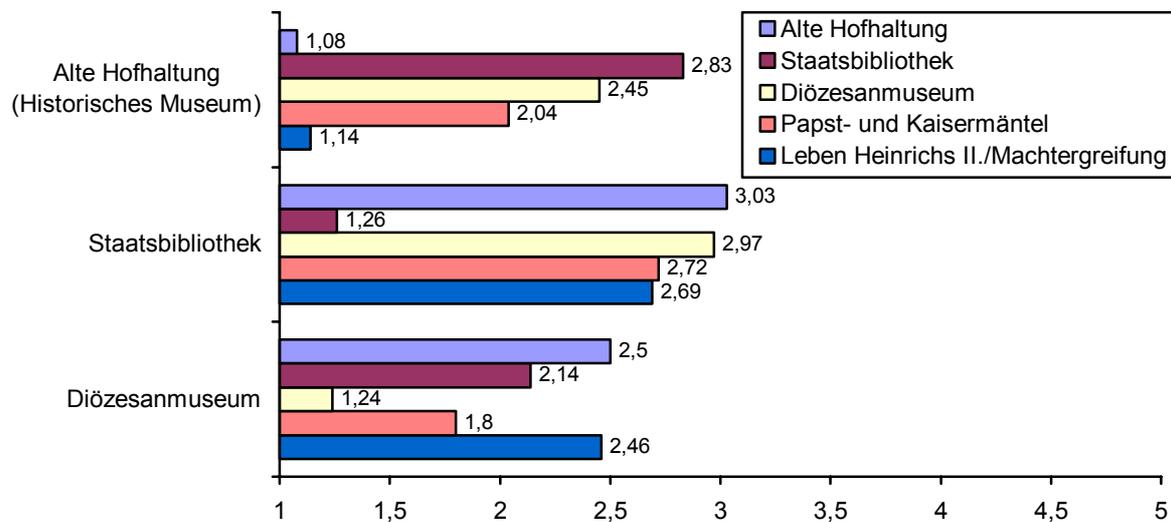


<sup>94</sup> Sign.: 0.002; F = 4,424.

<sup>95</sup> Sign.: 0.017, Chi<sup>2</sup> = 40,821.

Schließlich ist es auch von Interesse zu erfahren, ob ein Zusammenhang besteht zwischen der Rangvergabe der fünf Ausstellungsbereiche und dem interessantesten Ausstellungsteil. Für die Alte Hofhaltung, die Staatsbibliothek und das Diözesanmuseum lassen sich entsprechende Zusammenhänge feststellen (*Grafik 62*). So hielten die Befragten, die jeweils an einen dieser drei Ausstellungsbereiche einen entsprechend hohen Rangplatz vergaben, auch die entsprechenden Ausstellungsteile für besonders interessant.

**Grafik 62: Durchschnittliche Rangwerte und interessantester Ausstellungsteil (Mittelwerte)<sup>96</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

### 3.3.3 Eindrucksvollstes Exponat der Ausstellung

Ein weiteres Ziel der Besucherbefragung war es, von den Besucher/innen zu erfahren, welches Exponat der Ausstellung sie am eindrucksvollsten fanden. Damit erhalten die Ausstellungsplaner ergänzend zur Bewertung der einzelnen Ausstellungsteile 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?).

76% aller Befragten haben ein Exponat angegeben, das sie nachhaltig beeindruckt hat (*Tabelle 9*). Jeweils etwa jede(r) vierte dieser insgesamt 714 Besucher/innen

<sup>96</sup> Sign.: 0.000; F = 77,736 (Alte Hofhaltung); Sign.: 0.000; F = 36,424 (Diözesanmuseum); Sign.: 0.000; F = 52,508 (Staatsbibliothek).

fand den „Sternenmantel“ am eindrucksvollsten. Mit etwa 10% der Nennungen folgten die „Papstgewänder und Gewänder allgemein“ und mit 9% „Beide Kaisermäntel“. Die „Bücher, Bucheinbände und Buchmalereien“ wurden mit 8% am vierthäufigsten genannt. Erwähnenswert ist, dass 2% der Befragten ausdrücklich betonten, dass alle bzw. viele Exponate sie sehr beeindruckt haben. Ebenfalls 2% fanden keines der gezeigten Exponate besonders eindrucksvoll bzw. konnten sich nicht entscheiden. 14% der Besucher/innen machten sonstige Angaben, die vom „Basler Altar“, dem „Modell des Doms“, dem „kleinen Mönchskopf“, der „goldenen Bulle“ bis zur „Tageschau im Mittelalter“ reichten.

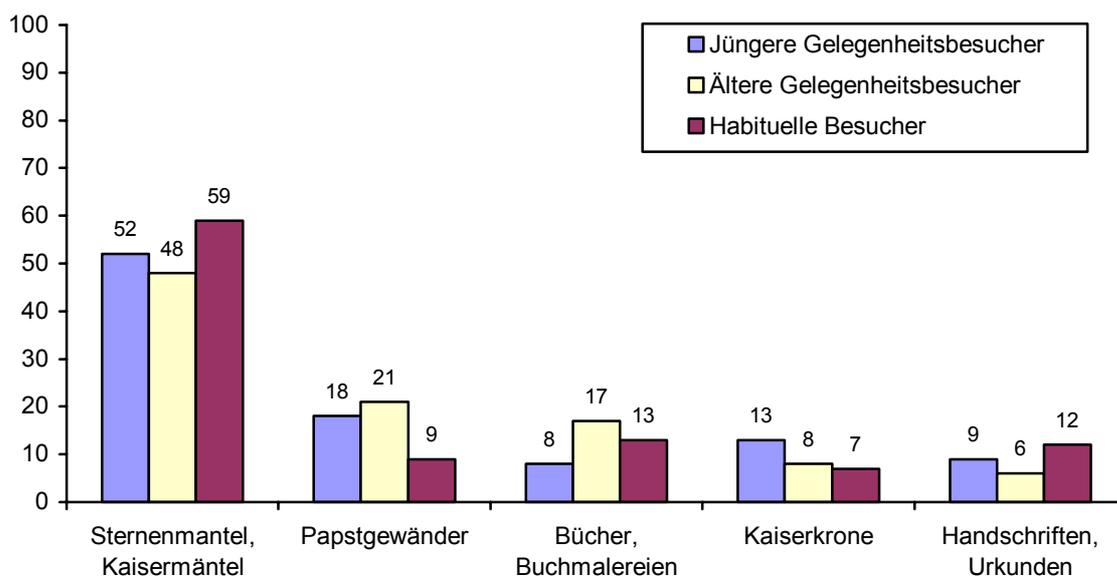
**Tabelle 9: Eindruckvollste Ausstellungsobjekte  
(Mehrfachantworten möglich; N = 714)**

	Eindruckvollstes Ausstellungsobjekt	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Sternenmantel	182	26
2.	Papstgewänder, Gewänder allgemein	68	10
3.	Beide Kaisermäntel	62	9
4.	Bücher, Bucheinbände, Buchmalereien	59	8
5.	Kaiserkrone	45	6
6.	Handschriften, Urkunden	41	6
7.	Elfenbeinschnitzereien, Regensburger Sakramentar	30	4
8.	Reliquien Heinrich II., Reliquien allgemein	23	3
9.	Evangeliare	16	2
10.	Bamberger Apokalypse	11	2
11.	Perikopenbuch	10	2
12.	Domkreuz	9	1
13.	Reichslanze	8	1
14.	Kaisergrab, Grabbeilagen	6	1
15.	Ritterrüstung, Schwerter, Helme	6	1
16.	Alle bzw. viele Exponate	22	2
17.	Kein Favorit, Weiß nicht	14	2
18.	Sonstiges	102	14

Untersucht man die Einschätzung der fünf am häufigsten genannten Ausstellungsobjekte („Sternenmantel, Kaisermäntel“, „Papstgewänder“, „Bücher, Buchmalereien“,

„Kaiserkrone“ und „Handschriften, Urkunden“)<sup>97</sup> im Hinblick auf spezifische Besuchermerkmale, so lassen sich auch hier signifikante Unterschiede feststellen. Es zeigt sich zunächst ein Zusammenhang zwischen den genannten Ausstellungsobjekten und den über die Clusteranalyse gewonnenen drei Besuchergruppen (*Grafik 63*). Insbesondere die „Kaisermäntel“ und die „Handschriften, Urkunden“ wurden mit 59% bzw. 12% häufiger von den „Habituellen Besuchern“ als von den anderen beiden Besuchergruppen genannt. Die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ beeindruckte demgegenüber die Kaiserkrone häufiger (13% gegenüber 8% bzw. 7%) als die anderen beiden Gruppen und bei den „Älteren Gelegenheitsbesucher“ blieben häufiger die „Papstgewänder“ (21% gegenüber 18% bzw. 9%) und die „Bücher und Buchmalereien“ (17% gegenüber 8% bzw. 13%) im Gedächtnis.

**Grafik 63: Eindrucksvollstes Ausstellungsobjekt und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)<sup>98</sup>**

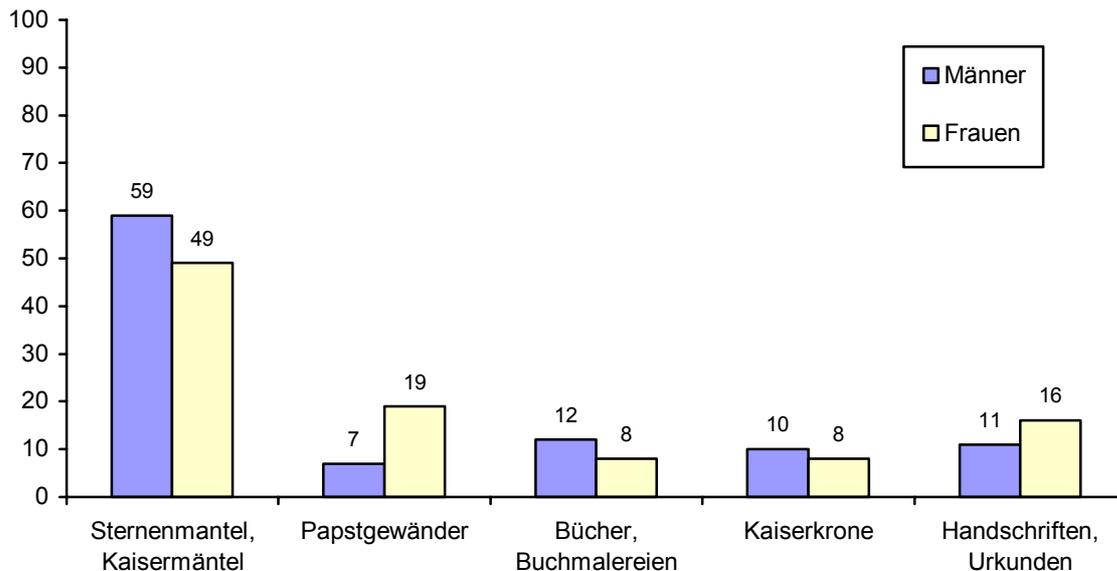


<sup>97</sup> Für die folgenden Berechnungen wurden die Kategorien „Sternenmantel“ und „Beide Kaisermäntel“ zur neuen Kategorie „Sternenmantel, Kaisermäntel“ zusammengefasst.

<sup>98</sup> Sign.: 0.024, Chi<sup>2</sup> = 17,672.

Männer beeindruckten häufiger die „Sternenmantel, Kaisermäntel“ (59% gegenüber 49%), wohingegen Frauen häufiger als Männer die „Papstgewänder“ (19% gegenüber 7%) und „Handschriften, Urkunden“ (16% gegenüber 11%) als eindrucksvolle Exponate bezeichneten (*Grafik 64*).

**Grafik 64: Eindrucksvollstes Ausstellungsobjekt und Geschlecht (Angaben in Prozent)<sup>99</sup>**



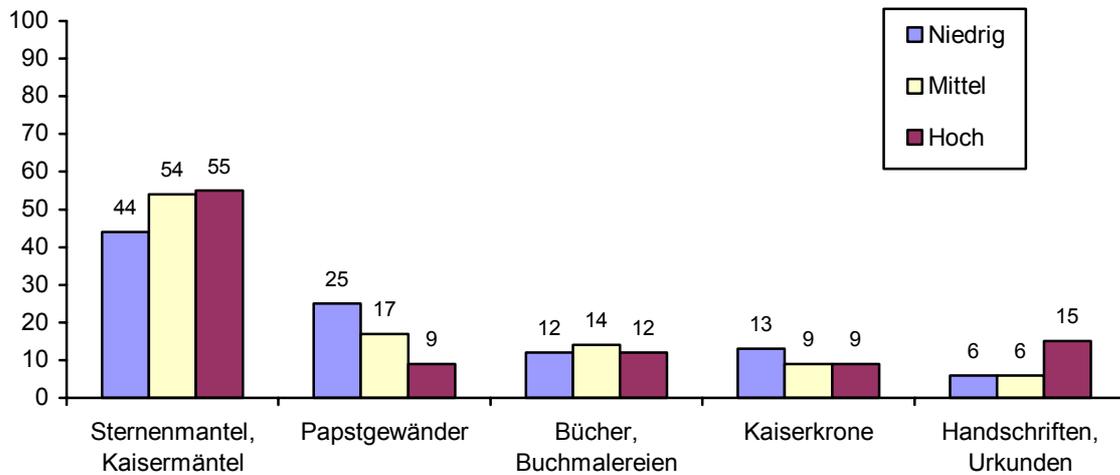
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Weitere Zusammenhänge zeigen sich auch mit den Kenntnissen der europäischen Geschichte (*Grafik 65*). Deutlich häufiger wurden die „Handschriften, Urkunden“ von denjenigen Befragten genannt, die ihre Kenntnisse der europäischen Geschichte als hoch einschätzten (15% gegenüber jeweils 6%). Demgegenüber wurden die „Papstgewänder“ (25% gegenüber 17% bzw. 9%) und die „Kaiserkrone“ (13% gegenüber jeweils 9%) von den Befragten häufiger als eindrucksvoll bezeichnet, die nur über geringe Kenntnisse der europäischen Geschichte verfügen.

Ähnliche Ergebnisse zeigen sich beim Interesse der Ausstellungsbesucher/innen an Kunst und Malerei (*Grafik 66*).

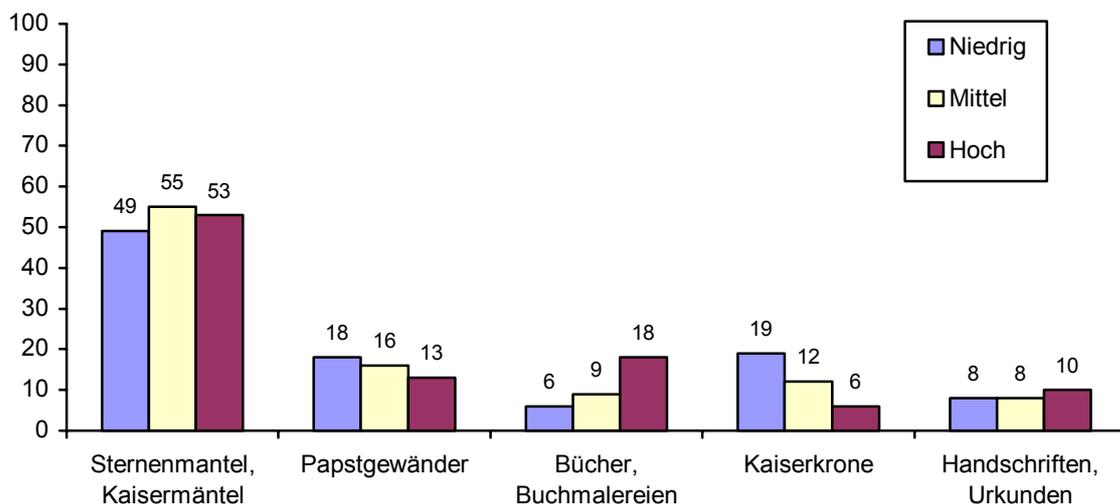
<sup>99</sup> Sign.: 0.002, Chi<sup>2</sup> = 17,505.

**Grafik 65: Eindrucksvollstes Ausstellungsobjekt und Kenntnisse der europäischen Geschichte der Besucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>100</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

**Grafik 66: Eindrucksvollstes Ausstellungsobjekt und Interesse an Kunst und Malerei der Besucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>101</sup>**



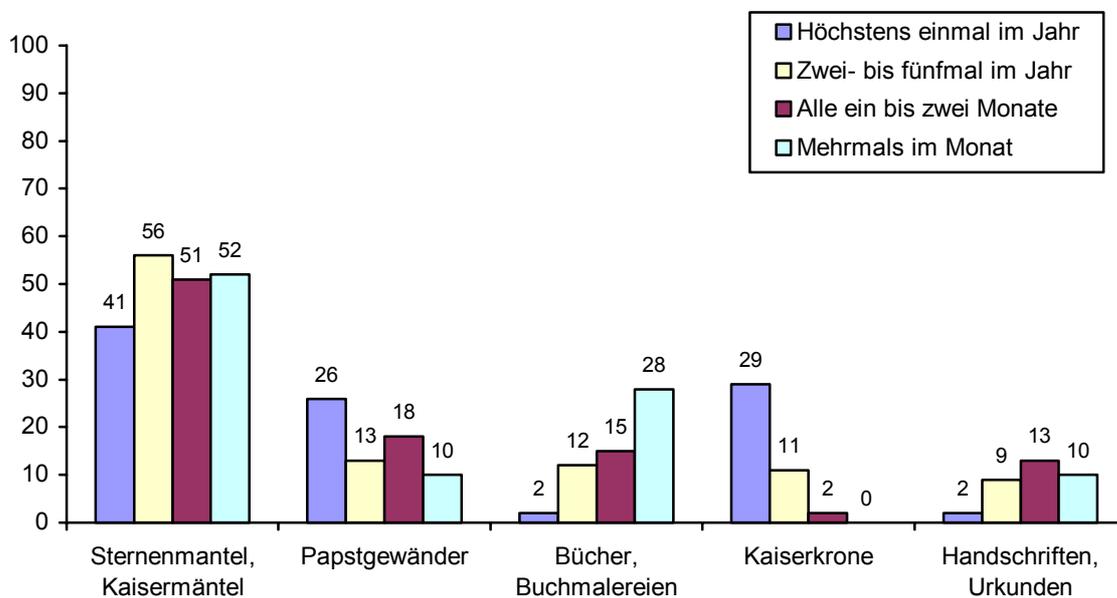
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

<sup>100</sup> Sign.: 0.021, Chi<sup>2</sup> = 17,991.

<sup>101</sup> Sign.: 0.014, Chi<sup>2</sup> = 19,169.

Es ergibt sich des Weiteren ein deutlicher Zusammenhang mit der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (*Grafik 67*). „Bücher, Buchmalereien“ wurden von den Befragten öfter angeführt, die häufiger Ausstellungen besuchen (28% bei den Befragten, die mehrmals im Monat in einer Ausstellung sind gegenüber 2% bei den Befragten, die höchstens einmal im Jahr eine Ausstellung besuchen). Umgekehrt wurde die „Kaiserkrone“ häufiger von denjenigen Befragten bevorzugt, die selten in einer Ausstellung sind (29% bei den Befragten, die höchstens einmal im Jahr ein Ausstellung besuchen gegenüber keinem Befragten, die mehrmals im Monat in einer Ausstellung sind).

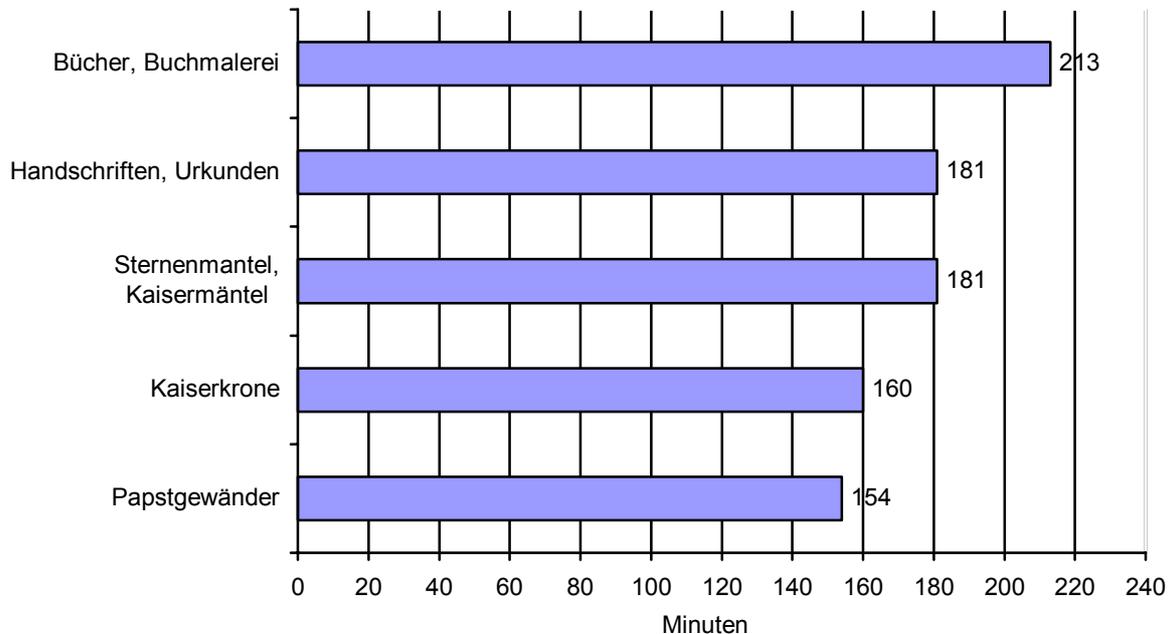
**Grafik 67: Eindrucksvollstes Ausstellungsobjekt und Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (Angaben in Prozent)<sup>102</sup>**



Weiterhin hängt die Angabe des eindrucksvollsten Ausstellungsstücks auch von der in der Ausstellung verbrachten Zeit ab (*Grafik 68*). Am längsten waren diejenigen Befragten in der Ausstellung, die sich vor allem für die „Bücher, Buchmalereien“ interessierten (213 Minuten). Dies ist verständlich, wenn man bedenkt, dass die Betrachtung der Bücher Lesezeit in Anspruch nimmt und deshalb im Unterschied zur Besichtigung anderer Objekte generell etwas mehr Zeit braucht.

<sup>102</sup> Sign.: 0.000, Chi<sup>2</sup> = 44,836.

**Grafik 68: Eindrucksvollstes Ausstellungsobjekt und Besuchsdauer (Angaben in Minuten)<sup>103</sup>**

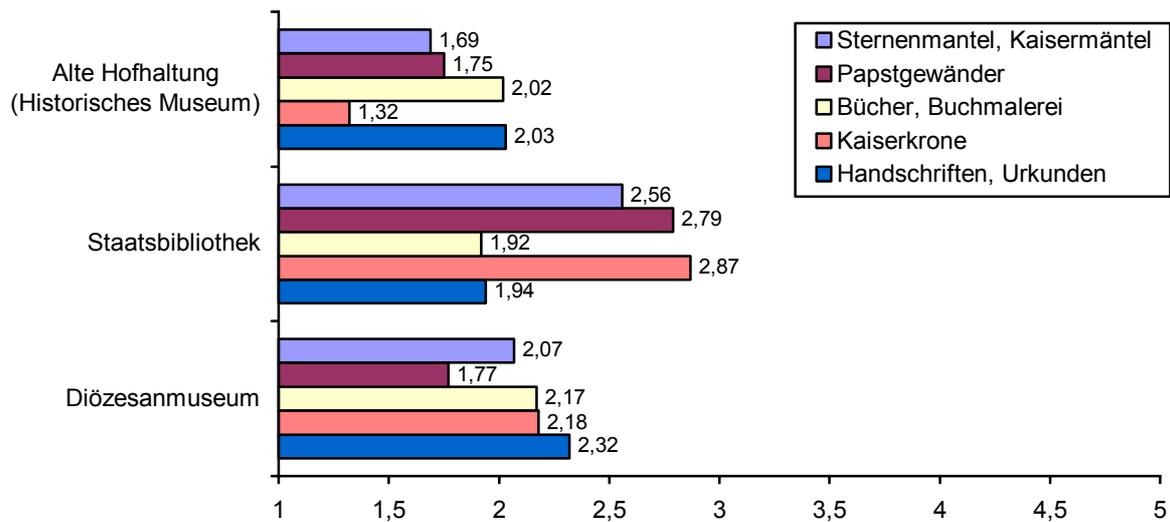


 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Schließlich ist es auch von Interesse zu erfahren, ob ein Zusammenhang besteht zwischen der Rangvergabe der fünf Ausstellungsbereiche und dem eindrucksvollsten Ausstellungsobjekt. Für die „Alte Hofhaltung“, die „Staatsbibliothek“ und das „Diözesanmuseum“ lassen sich entsprechende Zusammenhänge feststellen (*Grafik 69*). So hielten die Befragten, die die „Alte Hofhaltung (Historisches Museum)“ besonders hoch bewerten (1,32), häufiger die „Kaiserkrone“ für ein besonders beeindruckendes Exponat. Die Besucher/innen, die der „Staatsbibliothek“ einen hohen Rangplatz verliehen haben (1,92), zeigten sich erwartungsgemäß vor allem an „Büchern und Buchmalereien“ interessiert. Demgegenüber wurden von den Befragten, die das „Diözesanmuseum“ bevorzugten (1,77), die „Papstgewänder“ als besonders eindrucksvoll hervorgehoben.

<sup>103</sup> Sign.: 0.000, F = 5,607.

**Grafik 69: Durchschnittliche Rangwerte und eindrucksvollstes Ausstellungsobjekt (Mittelwerte)<sup>104</sup>**



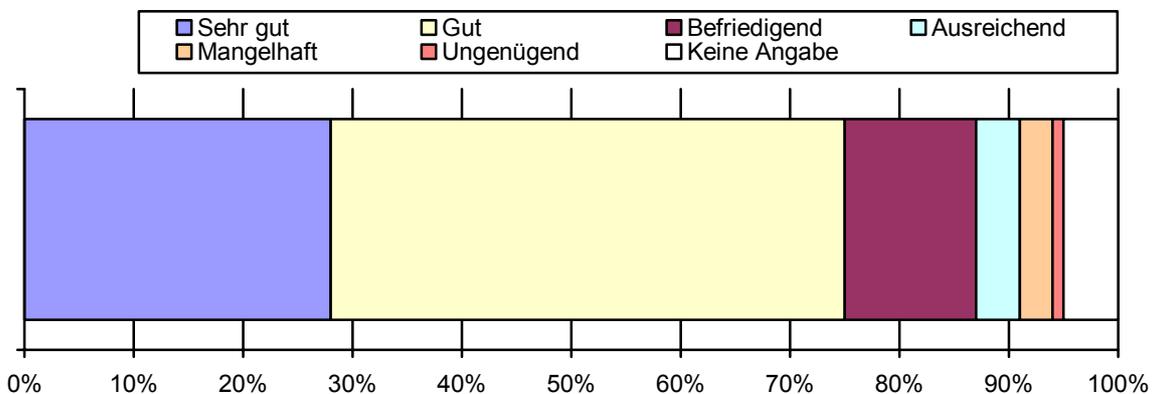
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

### 3.3.4 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 die Präsentation der Ausstellung positiv einschätzte (Grafik 70). 28% der Befragten fanden die optische Präsentation "sehr gut" und 47% "gut". 4% der Befragten waren mit ihr nicht zufrieden (3% bewertete sie als "mangelhaft" und 1% als "ungenügend"). Im Durchschnitt wurde die optische Präsentation der Ausstellung mit 2,08 bewertet.

<sup>104</sup> Sign.: 0.006; F = 3,652 (Alte Hofhaltung); Sign.: 0.017; F = 3,056 (Diözesanmuseum); Sign.: 0.000; F = 8,699 (Staatsbibliothek).

**Grafik 70: Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung (Angaben in Prozent)**




 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Die Bewertung der optischen Präsentation korreliert erwartungsgemäß mit anderen Bewertungsdimensionen. Es zeigt sich z.B. ein hoch signifikant positiver Zusammenhang mit der Bewertung der Textverständlichkeit: Je positiver die Verständlichkeit der Texte beurteilt wurde, umso besser bewerteten die Befragten auch die optische Präsentation.<sup>105</sup>

Ähnliche Ergebnisse erhält man hinsichtlich der Beurteilung der Führung, der Bewertung des Audiosystems und der Benotung des Informationssystems. Die optische Präsentation wurde auch hier umso positiver bewertet, je positiver die Führung, das Audiosystem bzw. das Informationssystem eingeschätzt wurden.<sup>106</sup>

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 Bamberg lassen sich in diesem Sinne keine "Ausreißer" feststellen. Insgesamt vermittelt die Ausstellung ein harmonisches Gesamtbild.

<sup>105</sup> Pearson's  $r = 0,368$ ; Sign.: 0.000.

<sup>106</sup> Beurteilung der Führung: Pearson's  $r = 0,419$ ; Sign.: 0.000; Bewertung des Audiosystems: Pearson's  $r = 0,269$ ; Sign.: 0.000; Benotung des Informationssystems: Pearson's  $r = 0,468$ ; Sign.: 0.000.

Bei der Analyse der optischen Präsentation der Ausstellung zeigen sich auch alters- und bildungsspezifische Effekte. So schätzten die „mittleren“ Jahrgänge die Optik der Ausstellung etwas negativer als die übrigen Altersgruppen ein (2,16 bei den 30- bis 44-Jährigen gegenüber 1,82 bei den Befragten unter 18 Jahren bzw. 1,97 bei den Befragten, die 60 Jahre und älter sind).<sup>107</sup> Befragte, mit niedrigen und mittleren Abschlüssen bewerteten die optische Präsentation im Vergleich zu den Höhergebildeten durchschnittlich besser (1,65 bei den Befragten ohne bzw. mit Volks- oder Hauptschulabschluss gegenüber 2,19 bei den Akademikern).<sup>108</sup>

Die Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung hängt überdies eng mit der Einschätzung der eigenen Kenntnisse der europäischen Geschichte zusammen. Befragte, die ihre Kenntnisse eher als gering oder mittelmäßig bezeichnen, bewerteten die optische Präsentation etwas besser (2,09) als die Befragten, die über hohe Kenntnisse verfügen (2,26).<sup>109</sup>

Betrachtet man den Zusammenhang zwischen der Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung und dem allgemeinen Interesse an Geschichte zeigt sich jedoch ein umgekehrtes Ergebnis. Hier gaben die Befragten, die ein hohes Interesse an Geschichte haben (2,08) durchschnittlich eine bessere Note ab als die Befragten mit niedrigem geschichtlichem Interesse (2,65).<sup>110</sup>

In eine ähnliche Richtung weist das Ergebnis, das in Zusammenhang mit der Motivation zur Ausstellung steht. Auch hier gaben die eher interessegeleiteten Befragten eine etwas bessere Bewertung ab (1,95) als die Befragten, die eher zufällig oder als Touristen in der Ausstellung sind (2,25).<sup>111</sup>

Insgesamt zeigt sich bei der Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung ein bildungs- und interessenspezifisch gegenläufiges Bild. So scheinen die Befragten mit hoher Bildung und hohen Kenntnissen die optische Präsentation der Ausstellung im Vergleich zu den Befragten mit niedriger Bildung und geringen Kenntnissen eher negativ zu bewerten, wohingegen die Befragten mit hohen geschichtlichen Interessen im Verhältnis zu den Befragten mit entsprechenden geringen Interessen eher zu einer positiveren Bewertung der Ausstellungspräsentation neigen.

Weiterhin bewerteten die versierten Besucher/innen (2,50) die optische Präsentation schlechter als die Gelegenheitsbesucher/innen (höchstens ein Ausstellungsbesuch

<sup>107</sup> Sign.: 0.035; F = 2,605.

<sup>108</sup> Sign.: 0.000; F = 6,743.

<sup>109</sup> Sign.: 0.001; F = 6,560.

<sup>110</sup> Sign.: 0.022; F = 3,827.

<sup>111</sup> Sign.: 0.040; F = 2,337.

im Jahr: 2,01).<sup>112</sup> Die versierten Ausstellungsbesucher/innen, die aufgrund ihres häufigeren Ausstellungsbesuchs bessere Vergleichsmöglichkeiten haben und eventuell auch mehr auf Details der Präsentation achten und diese dann in ihre Bewertung mit einfließen lassen, beurteilen die optische Präsentation der Ausstellung also kritischer als die Befragten, die nur gelegentlich in einer Ausstellung sind.

Da man normalerweise erwartet, dass sich die versierten Befragten länger in Ausstellungen aufhalten, scheint der analysierte Zusammenhang zwischen der Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung und der Verweildauer gegen diese Vermutung zu sprechen. Denn die optische Präsentation wurde umso positiver bewertet, desto länger sich die Befragten in der Ausstellung aufhielten.<sup>113</sup> Berücksichtigt man aber, dass sich in der Landesausstellung 2002 auch die „Älteren Gelegenheitsbesucher“ aufgrund ihres spezifischen Interesses länger in der Ausstellung aufhielten, so wird das Ergebnis verständlich.

Schließlich zeigt sich ein statistisch signifikanter Zusammenhang zwischen der Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung und der Rangvergabe der fünf Ausstellungsteile. Je höher die Besucher/innen die „Alte Hofhaltung“ bewerteten, desto besser beurteilten sie die optische Präsentation der Ausstellung.<sup>114</sup> Umgekehrt bewerteten die Befragten die optische Präsentation umso schlechter, je mehr sie die Westkrypta im Dom mochten.<sup>115</sup>

### 3.3.5 Über die Ausstellung vermittelte Informationen

Von Interesse ist es auch zu erfahren, ob es gelungen ist, mit der Ausstellung neue Informationen zu vermitteln. Dazu konnten die Befragten in Stichworten angeben, welche Informationen für sie neu waren wobei hier insgesamt 666 Angaben gemacht wurden (*Tabelle 10*). An erster Stelle standen Informationen über das „Leben und die Geschichte Heinrichs II. allgemein“ (17%), gefolgt von der Thematik „Alltag und Leben im Mittelalter“ (15%) sowie die Herstellung „geschichtlicher Zusammenhänge“ allgemein (10%). 2% der Befragten gaben an, dass ihnen neue Details vermittelt wurden, ohne diese jedoch konkret zu benennen. Für 4% der Besucher/innen waren viele bzw. alle Informationen neu. Neben den genau kategorisierten Angaben wurden 137 Nennungen unter der Kategorie "Sonstiges" zusammengefasst. Unter diesen Statements befanden sich Aussagen wie „Der umfangreiche Buchbesitz in Bam-

<sup>112</sup> Sign.: 0.000, F = 9,683.

<sup>113</sup> Pearson's r = - 0,151; Sign.: 0.000

<sup>114</sup> Pearson's r = 0,261; Sign.: 0.000.

<sup>115</sup> Pearson's r = - 0,129; Sign.: 0.007.

berg“, „Die Handschriften im Original zu sehen“, „Die Kriege mit Bolschewisten“, „Die sieben freien Künste“, „Globalisierung vor 1000 Jahren“, „Mehr Kenntnisse zur Romantik“ und die „Sprachentwicklung“. Erwähnenswert ist schließlich, dass immerhin 9% der Befragten explizit anführen, die Ausstellung habe ihnen keine oder nur wenige neue Informationen geliefert. Dieser Wert entspricht den bei anderen Landesausstellungen gemessenen Werten.<sup>116</sup>

**Tabelle 10: Neue über die Ausstellung vermittelte Informationen (Mehrfachantworten möglich; N = 666)**

	Neue Informationen	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Leben und Geschichte Heinrichs II. allgemein	112	17
2.	Alltag und Leben im Mittelalter	101	15
3.	Geschichtliche Zusammenhänge	66	10
4.	Auffrischung/Erweiterung von Geschichtskennntnissen	55	8
5.	Reisetätigkeit und Machtergreifung Heinrich II.	26	4
6.	Verbindung von Kaiser und Kirche	25	4
7.	Bamberg und seine geschichtliche Bedeutung	22	3
8.	Buchmalerei und ihre Symbolik	10	1
9.	Heinrich II. als fragwürdige Persönlichkeit	7	1
10.	Informationen zu den Kaiser- und Papstgewändern	7	1
11.	Einige neue Detailkenntnisse	12	2
12.	Viele bzw. alle Informationen sind neu	26	4
13.	Keine bzw. nur wenige neue Informationen	60	9
14.	Sonstiges	137	21



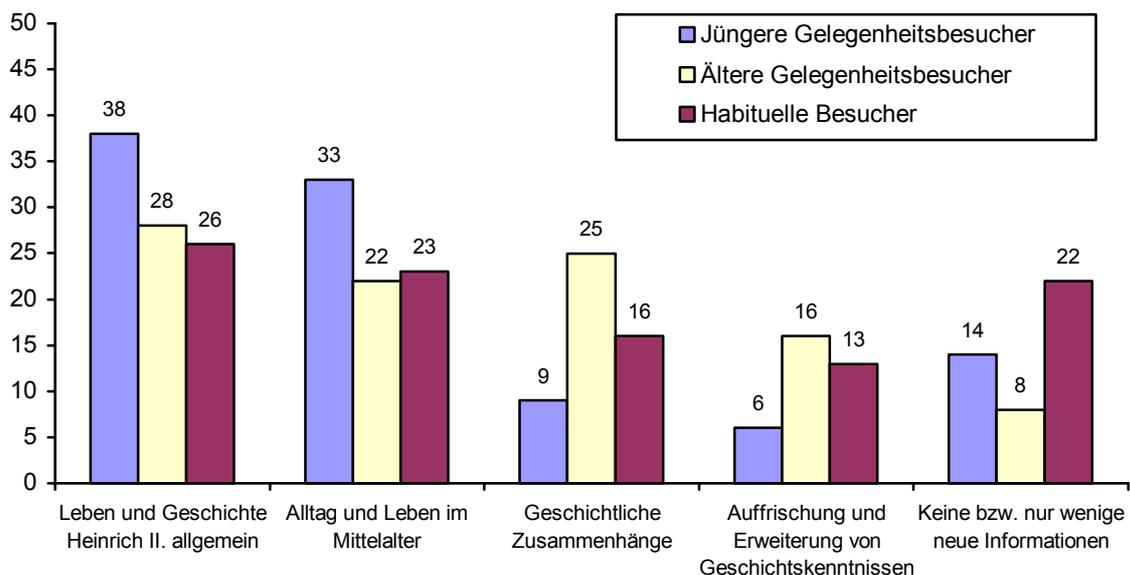
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Untersucht man die fünf häufigsten Aussagen („Leben und Geschichte Heinrichs II.“, „Alltag und Leben im Mittelalter“, „Geschichtliche Zusammenhänge“, „Auffrischung und Erweiterung von Geschichtskennntnissen“ und „Keine bzw. nur wenige neue Informationen“) im Hinblick auf spezifische soziodemografische Merkmale, so lassen sich auch hier signifikante Unterschiede feststellen. Es zeigt sich etwa ein deutlicher Zusammenhang mit den über die Clusteranalyse gewonnenen drei Besuchergruppen (*Grafik 71*). Erwartungsgemäß gaben die „Habituellen Besucher“, die ja häufig Aus-

<sup>116</sup> So gaben in der Besucherbefragung zur Landesausstellung "Geschichte der Frauen in Bayern" in Ingolstadt 11% der Befragten an, dass sie keine neuen Informationen erhalten haben. In der Besucherbefragung zur Landesausstellung "Bavaria – Germania – Europa. Geschichte auf Bayerisch" waren es 6%.

stellungen besuchen und bereits ein hohes geschichtliches Wissen mit bringen, im Verhältnis zu den anderen beiden Besuchergruppen am häufigsten an, dass sie keine oder nur wenige neue Informationen erhalten haben (22% gegenüber 14% bei den „Jüngeren Gelegenheitsbesuchern“ und 8% bei den „Älteren Gelegenheitsbesuchern“). Die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“, deren geschichtliches Interesse nicht so hoch ist, gaben häufiger als die anderen beiden Besuchergruppen an, dass sie neue Informationen zu „Leben und Geschichte Heinrichs II. allgemein“ (38% gegenüber 28% bei den „Älteren Gelegenheitsbesuchern“ und 26% bei den „Habituellen Besuchern“) und zum „Alltag und Leben im Mittelalter“ (33% gegenüber 22% und 23%) erhielten. Demgegenüber gaben die „Älteren Gelegenheitsbesucher“ und die „Habituellen Besucher“ häufiger als die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ an, dass für sie die Herstellung geschichtlicher Zusammenhänge und die Auffrischung und Erweiterung von Geschichtskennntnissen über die Ausstellung gelungen ist.

**Grafik 71: Neue über die Ausstellung vermittelte Informationen und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)<sup>117</sup>**




 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Signifikante Unterschiede bei der Vermittlung neuer Informationen zeigen sich auch für die meisten in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale.

<sup>117</sup> Sign.: 0.006, Chi<sup>2</sup> = 21,678.

- **Alter:** Jüngere Befragte gaben häufiger als die älteren an, dass sie neue Informationen über das „Leben und die Geschichte Heinrich II. allgemein“ gewonnen haben (55% bei den Befragten unter 18 Jahren gegenüber 18% bei den Befragten, die 60 Jahre und älter sind). Demgegenüber stand insbesondere für die 60-Jährigen und Älteren die Auffrischung von Geschichtskennnissen (25% gegenüber 6% bei den unter 18-Jährigen) und die Herstellung geschichtlicher Zusammenhänge (20% gegenüber 11% bei den unter 18-Jährigen) im Vordergrund.<sup>118</sup>
- **Bildung:** Neue Informationen über das „Leben und die Geschichte Heinrich II. allgemein“ hat die Ausstellung besonders häufig den niedrig gebildeten Befragten vermittelt (47% der Befragten ohne bzw. mit Volks-/Hauptschulabschluss gegenüber 28% bei den Akademikern). Für die Befragten mit mittleren Abschlüssen waren deutlich häufiger als für die restlichen Befragten Informationen über das „Leben und den Alltag im Mittelalter“ neu (38% gegenüber 22% bei den Akademikern). Die Akademiker/innen konnten durch die Ausstellung dagegen erwartungsgemäß am häufigsten nur wenige neue Informationen gewinnen (19% gegenüber 3% bei den Befragten ohne Abschluss bzw. Volks-/Hauptschulabschluss).<sup>119</sup>
- **Interesse:** Befragte mit niedrigem geschichtlichem Interesse konnten häufiger als die anderen Befragten über die Ausstellung eine Auffrischung ihrer Geschichtskennnisse (33% gegenüber 13% bei den Hochinteressierten) bzw. geschichtliche Zusammenhänge (33% gegenüber 15% bei den Hochinteressierten) herstellen. Neue Informationen über das „Leben und Geschichte Heinrich II. allgemein“ vermittelte demgegenüber die Ausstellung öfter Befragten mit mittlerem geschichtlichem Interesse (35% gegenüber 22% bei den Niedriginteressierten). Am häufigsten keine oder nur wenige neue Informationen erhielten erwartungsgemäß die Hochinteressierten (19% gegenüber keinem Niedriginteressierten).<sup>120</sup>

<sup>118</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 41,996.

<sup>119</sup> Sign.: 0.010; Chi<sup>2</sup> = 26,138.

<sup>120</sup> Sign.: 0.034; Chi<sup>2</sup> = 16,680.

### 3.3.6 Vorstellungen über Heinrich und Kunigunde

Die Befragung sollte weiterhin erfassen, welche Vorstellungen mit Heinrich und Kunigunde das Publikum nach dem Besuch der Ausstellung verbanden (*Tabelle 10*). Von Interesse war dabei, zu erfahren, ob und inwieweit die Ausstellungsinhalte zu einer Erweiterung oder Veränderung der Vorstellungen über diese beiden Personen geführt haben.

Hierzu wurden von den Befragten insgesamt 628 Angaben gemacht (*Tabelle 11*). Davon gaben nur 6% der Befragten dezidiert an, dass sich ihre Vorstellungen nach dem Ausstellungsbesuch nicht verändert haben. Jeweils 3% konnten über die Ausstellung weder eine Vorstellung entwickeln bzw. fanden die Informationen allgemein zu einseitig.

Mit 61 Nennungen (10%) gaben die meisten der Befragten an, dass sie den Eindruck gewonnen haben, dass Heinrich II. vor allem „machtbewusst, machtpolitisch, machtbesessen“ war. 8% der Befragten halten Heinrich und Kunigunde für „geschichtlich bedeutend“ und 6% der Befragten gaben an, dass sie über die Ausstellung eine Vorstellung über das Verhältnis zwischen „Politik und Kirche“ bzw. die Bistumsgründung entwickeln konnten. Neben den kategorisierten Angaben wurden 149 Nennungen unter "Sonstiges" zusammengefasst. Diese Kategorie fasst Aussagen wie "Die letzten Ottonen", „Erbauer des Doms“, „Großes Reich“, „High society“, „Meine Wertschätzung ist noch gestiegen“ und „Wir waren zu Besuch bei „tollen Typen““ zusammen.

**Tabelle 11: Vorstellungen über Heinrich und Kunigunde nach dem Ausstellungsbesuch (Mehrfachantworten möglich; N = 628)**

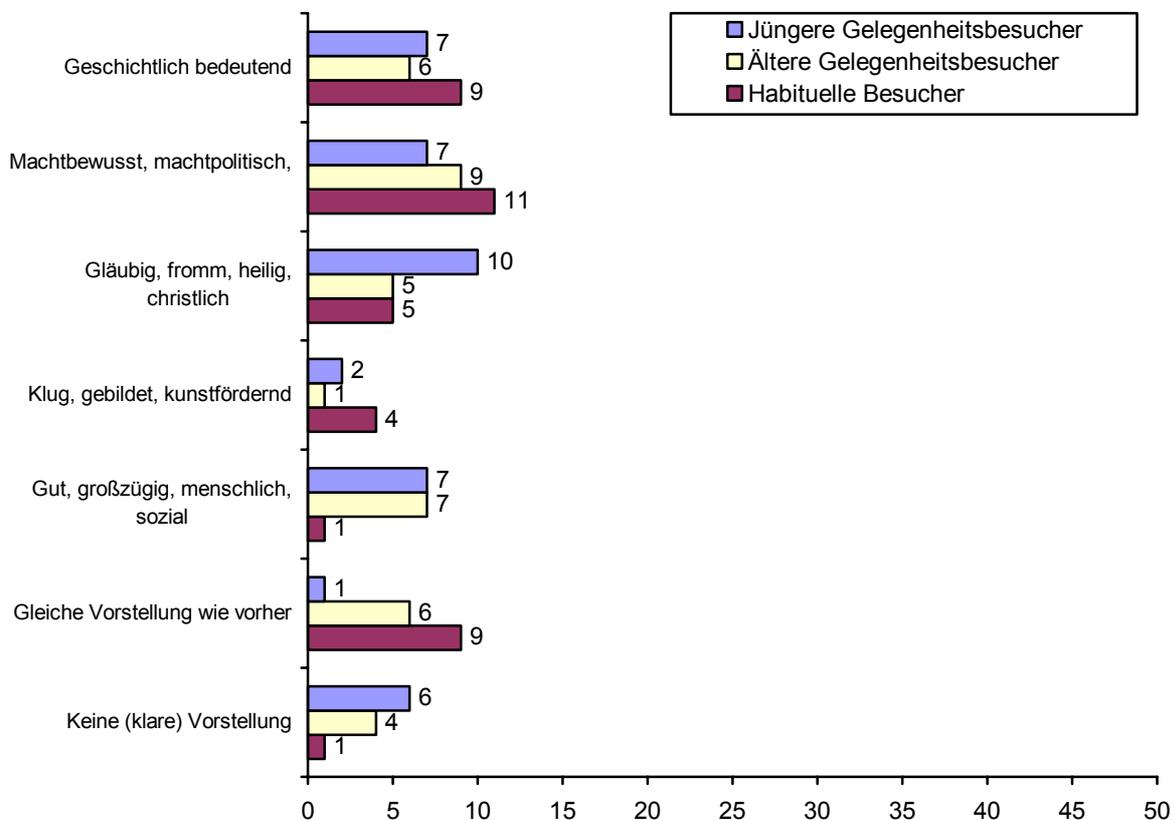
	Vorstellung über Heinrich und Kunigunde	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Machtbewusst, machtpolitisch, machtbesessen	61	10
2.	Geschichtlich bedeutend	49	8
3.	Verbindung Politik – Kirche, Bistumsgründer	40	6
4.	Gläubig, fromm, heilig, christlich	38	6
5.	Heinrich war kein Heiliger	28	3
6.	Starke Persönlichkeit, starkes Herrscherpaar	27	4
7.	Verlogen, zwiespältig, raffiniert, grausam	23	4
8.	Gut, großzügig, menschlich, sozial, harmonisch	22	4
9.	Klug, gebildet, kunst- und wissenschaftsfördernd	22	4
10.	Eindrucksvoll, beeindruckend, interessant	21	3
12.	Modern, fortschrittlich, diplomatisch, geschickt	19	3
13.	Bedeutsam für Bamberg, Bezug zu Bamberg	14	2
14.	Typische Vertreter mittelalterlicher Herrscher	10	1
15.	Neue bzw. genauere Vorstellungen allgemein	17	3
16.	Lebendigere, anschaulichere, bessere Vorstellungen	18	3
17.	Gleiche Vorstellung wie vorher	39	6
18.	Keine bzw. keine klare Vorstellung	16	3
19.	Informationen allgemein zu einseitig / unzureichend	15	3
20.	Sonstiges	149	24



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Vergleicht man die über Heinrich und Kunigunde nach dem Ausstellungsbesuch gewonnenen Vorstellungen mit den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen (*Grafik 72*), so zeigt sich, dass die „Habituellen Besucher“ häufiger als die anderen beiden Besuchergruppen (11% gegenüber 7% bzw. 9%) nach dem Ausstellungsbesuch Heinrich II. für einen „machtbewussten, machtpolitischen, machtbesessenen“ Mensch hielten. Auch die „geschichtliche Bedeutsamkeit“ wurde von den „Habituellen Besuchern“ häufiger hervorgehoben (9% gegenüber 7% bzw. 6%). Umgekehrt sahen die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ in Heinrich II. häufiger als die anderen beiden Besuchergruppen einen „gläubigen, frommen, heiligen, christlichen“ Menschen. Schließlich gaben die „Habituellen Besucher“ häufiger an, keine neue Vorstellung entwickelt zu haben (9% gegenüber 1% bzw. 6%).

**Grafik 72: Vorstellungen über Heinrich und Kunigunde nach dem Ausstellungsbesuch und Besuchergruppen (Angaben in Prozent; ausgewählte Kategorien)<sup>121</sup>**



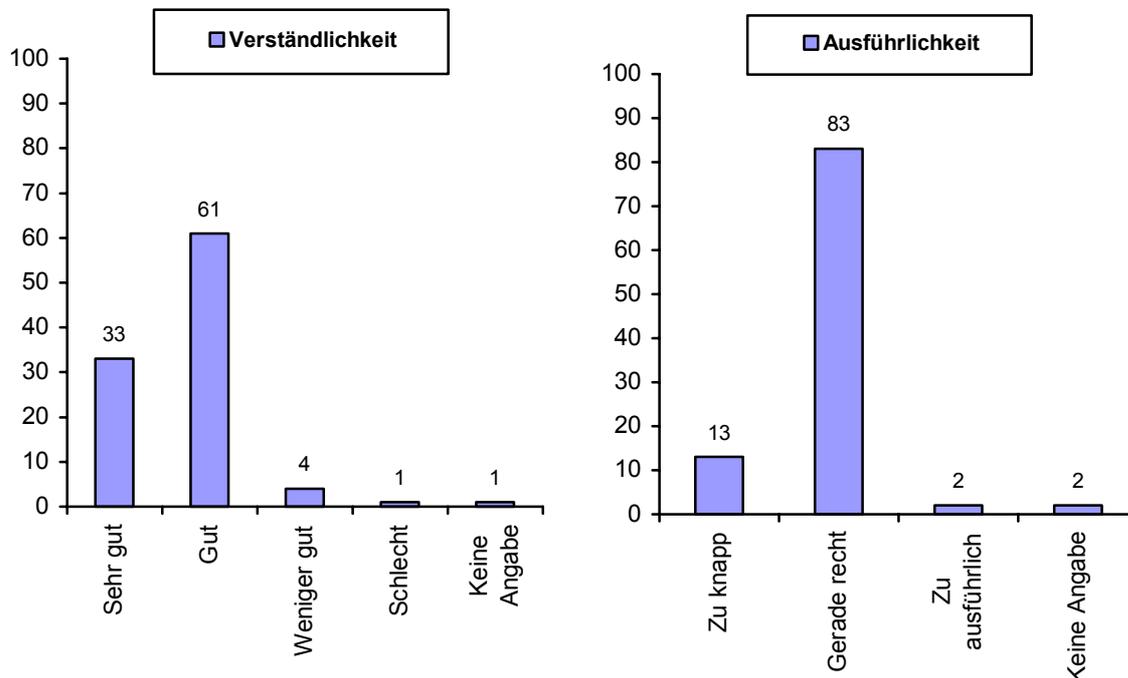
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

### 3.3.7 Bewertung der Ausstellungstexte

Die Bewertung der Texte zur Ausstellung wurde unter zwei Gesichtspunkten erfasst: der Verständlichkeit und der Ausführlichkeit. Dabei zeigt sich (*Grafik 73*), dass von den Befragten, welche die Texte zumindest teilweise gelesen haben, die überwiegende Mehrheit (94%) die Verständlichkeit sehr gut bzw. gut bewertete und ihre Ausführlichkeit mit 83% als angemessen empfand.

<sup>121</sup> Sign.: 0.001; Chi<sup>2</sup> = 69,737.

**Grafik 73: Verständlichkeit und Ausführlichkeit der gelesenen Texte (Befragte, die Texte gelesen haben; Angaben in Prozent; N = 930)**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

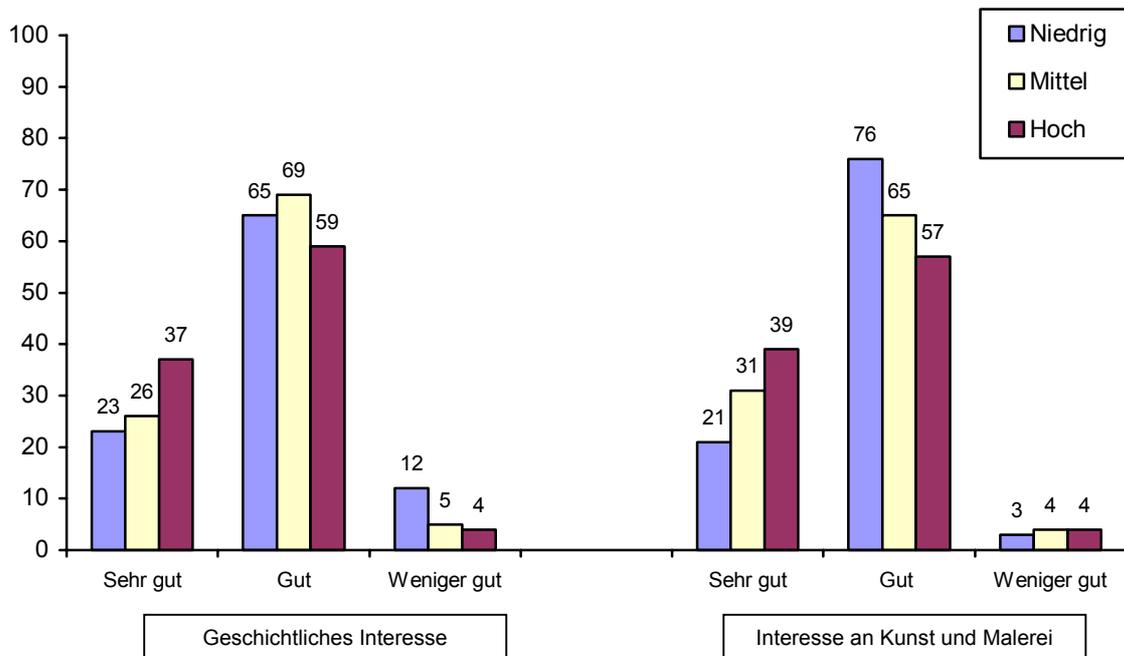
Die Verständlichkeit der Texte hängt von verschiedenen soziodemografischen Merkmalen der Befragten ab. So bewerteten die weiblichen Befragten die Texte etwas besser als die männlichen. 38% der Frauen gegenüber 31% der Männer schätzten die Verständlichkeit der Texte als sehr gut ein, wohingegen nur 3% der weiblichen Befragten gegenüber 5% der männlichen die Texte hinsichtlich ihrer Verständlichkeit als weniger gut bzw. schlecht beurteilten.<sup>122, 123</sup>

Ebenso bewerteten die Befragten mit einem hohen Interesse an Geschichte bzw. an Kunst und Malerei die Verständlichkeit der Texte häufiger besser als die Befragten mit niedrigem bzw. mittlerem Interesse (*Grafik 74*).

<sup>122</sup> Für die folgenden Berechnungen wurden aufgrund der geringen Fallzahlen die beiden Kategorien „weniger gut“ und „schlecht“ zusammengefasst.

<sup>123</sup> Sign.: 0.039; Chi<sup>2</sup> = 6,493; N = 881.

**Grafik 74: Verständlichkeit der gelesenen Texte und geschichtliches Interesse bzw. Interesse an Kunst und Malerei (Befragte, die Texte gelesen haben; Angaben in Prozent)<sup>124</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

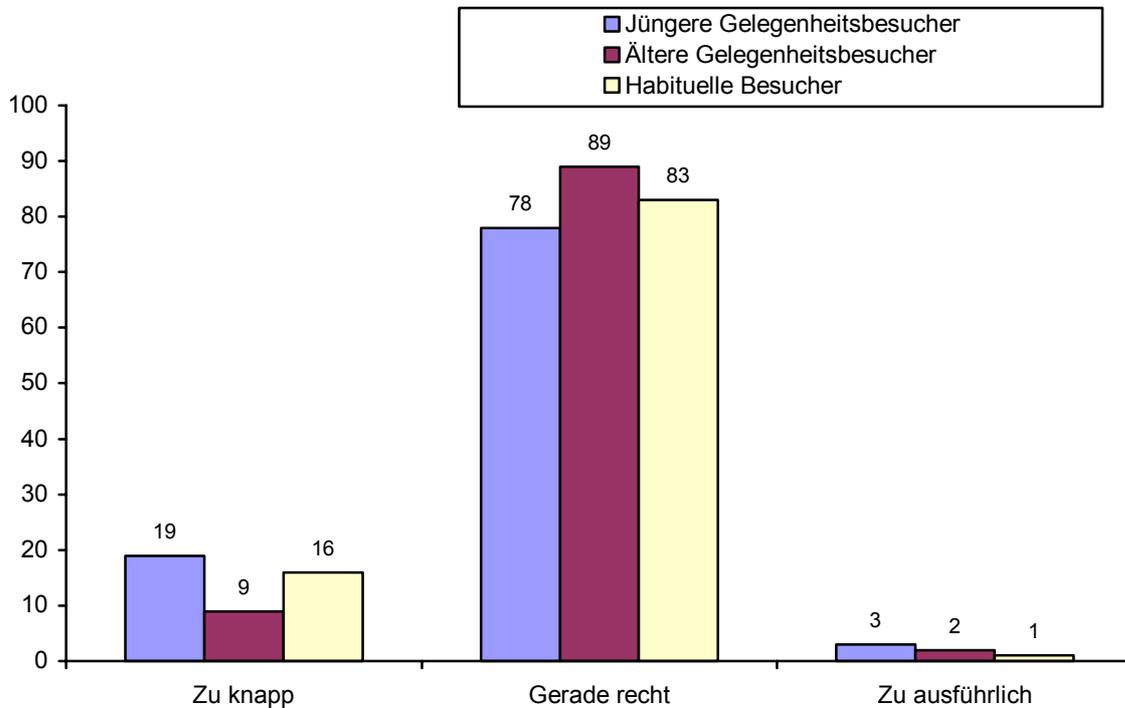
Erwartungsgemäß wurde die Verständlichkeit der Texte schließlich umso besser bewertet, je länger sich jemand in der Ausstellung aufhielt.<sup>125</sup>

Hinsichtlich der Einschätzung der Ausführlichkeit der Texte und bestimmter soziodemografischer Merkmale lassen sich ebenfalls Zusammenhänge feststellen. So wurde die Ausführlichkeit der Texte von den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen unterschiedlich bewertet (*Grafik 75*). Die „Älteren Gelegenheitsbesucher“ hielten mit 89% die Ausführlichkeit der Texte häufiger für angemessen als die Befragten der anderen beiden Besuchergruppen. Die „Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ waren dagegen am wenigsten zufrieden mit der Textausführlichkeit und schätzten im Verhältnis zu den anderen beiden Besuchergruppen die Texte häufiger als zu knapp (19%) oder als zu ausführlich (3%) ein.

<sup>124</sup> Geschichtliches Interesse: Sign.: 0.004;  $\chi^2 = 15,197$ ; N = 895; Interesse an Kunst und Malerei: Sign.: 0.005;  $\chi^2 = 14,952$ ; N = 882.

<sup>125</sup> Pearson's r = - 0,115; Sign.: 0.001

**Grafik 75: Ausführlichkeit der gelesenen Texte und Besuchergruppen (Befragte, die Texte gelesen haben; Angaben in Prozent; N = 739)<sup>126</sup>**



 Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

Hinsichtlich der Ausführlichkeit der Texte lassen sich eindeutige altersspezifische Unterschiede nachweisen.<sup>127</sup> Sie wurde insbesondere von den Jahrgängen der 18- bis 44-Jährigen am kritischsten bewertet. 29% der 18- bis 29-Jährigen und 20% der 30- bis 44-Jährigen gaben an, dass sie die Texte für zu wenig ausführlich halten. In der Gruppe der unter 18-Jährigen wurden die Texte dagegen nur von 6% und in der Gruppe der über 60-Jährigen nur von 7% als zu knapp eingeschätzt. Vor allem für die Älteren ist das Lesen der Texte vermutlich oft zu mühsam, weshalb von Ihnen wahrscheinlich kürzere Textpassagen bevorzugt würden.

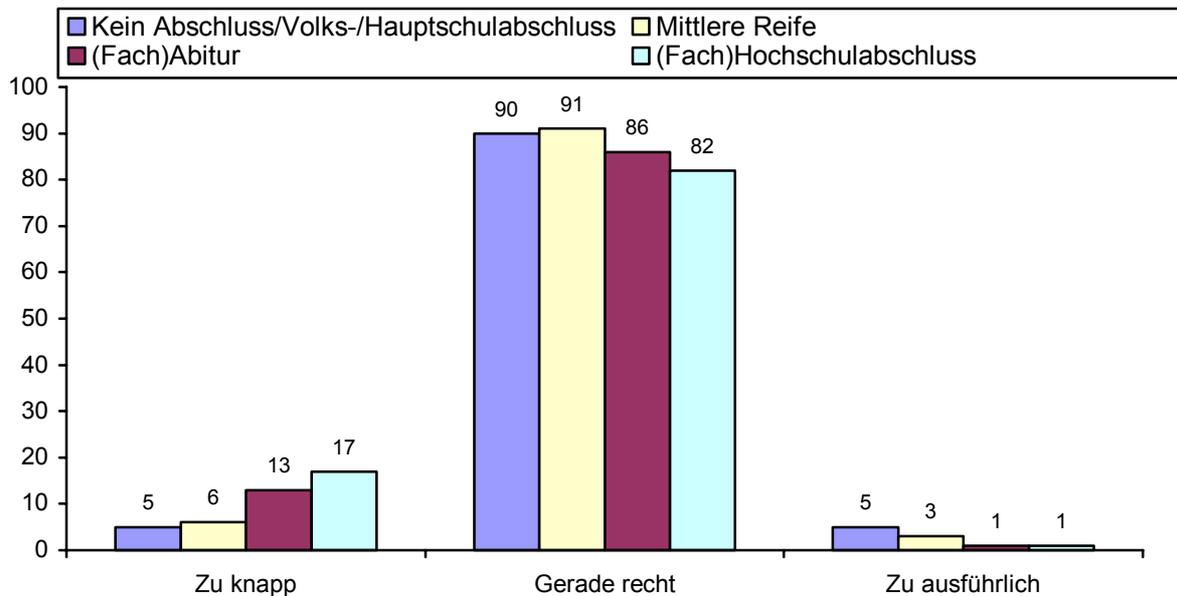
Ebenso lässt sich ein bildungsspezifischer Effekt in Bezug auf die Beurteilung der Textausführlichkeit feststellen (*Grafik 76*). Sie wurde von den Akademikern insgesamt etwas schlechter bewertet. 17% der Akademiker gaben an, dass sie die Texte

<sup>126</sup> Sign.: 0.029; Chi<sup>2</sup> = 10,771.

<sup>127</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 62,981; N = 877.

für zu knapp halten. In der Gruppe der Volks- und Hauptschulabsolventen fanden dagegen nur 5% die Texte zu wenig ausführlich.

**Grafik 76: Ausführlichkeit der gelesenen Texte und Bildungsgrad der Ausstellungsbesucher/innen (Nur Befragte, die Texte gelesen haben; Angaben in Prozent; N = 891)<sup>128</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

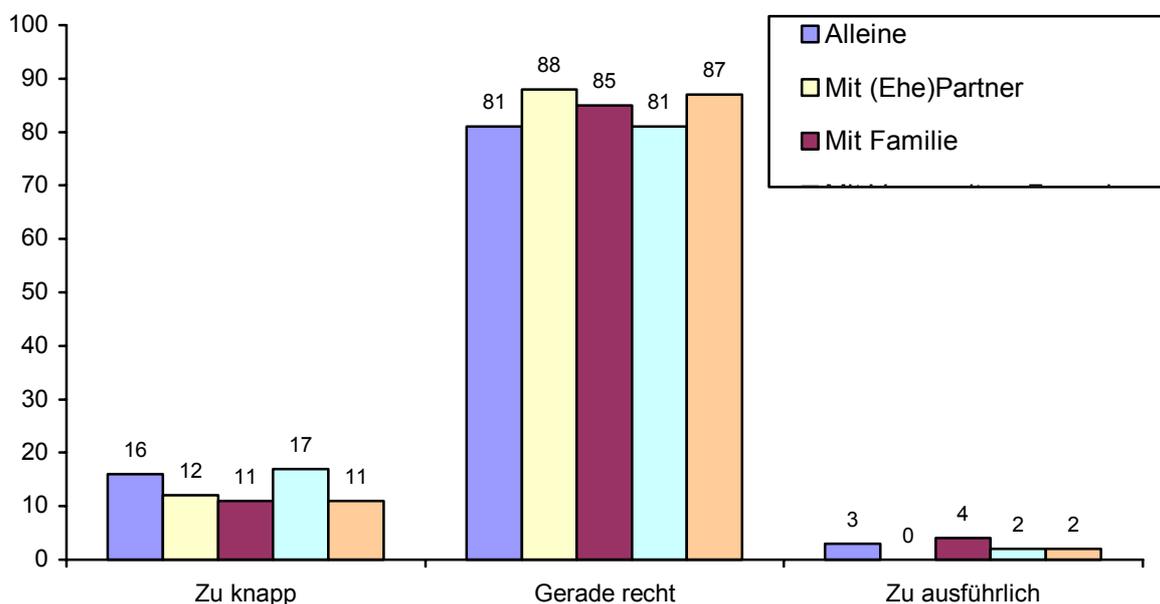
Weitere Unterschiede in der Beurteilung der Texte ergeben sich im Hinblick auf das allgemeine Interesse für Geschichte und die Kenntnisse der europäischen Geschichte. Hier zeigt sich, dass die Ausführlichkeit der Texte häufiger von denjenigen Befragten negativ bewertet wurde, die ein größeres historisches Interesse bzw. höhere Kenntnisse der europäischen Geschichte besitzen. Von den sehr interessierten Ausstellungsbesucher/innen bzw. den Befragten mit hohen Kenntnissen der europäischen Geschichte gaben insgesamt 16% bzw. 19% an, dass sie die Texte zu knapp finden, wohingegen es in der Gruppe der wenig Interessierten nur 8% bzw. 10% sind.<sup>129</sup> Die geschichtlich Interessierten verlangen also mehr zusätzliche Hintergrundinformationen über die Exponate und ihren Kontext, weshalb sie die Ausführlichkeit der Texte kritischer einschätzen als die wenig Interessierten.

<sup>128</sup> Sign.: 0.001; Chi<sup>2</sup> = 21,906.

<sup>129</sup> Geschichtlich Interesse: Sign.: 0.039; Chi<sup>2</sup> = 10,115.; N = 885; Kenntnisse der europäischen Geschichte: Sign.: 0.006; Chi<sup>2</sup> = 14,334; N = 866.

Die Bewertung der Ausführlichkeit der Texte ist weiterhin abhängig von der Sozialität der Befragten (*Grafik 77*). So gaben die Einzelbesucher/innen (16%) und die Befragten, die mit Verwandten, Freunden oder Arbeitskollegen in der Ausstellung waren (17%), häufiger an, die Texte seien zu knapp. Ein Grund dafür kann zumindest für die Einzelbesucher/innen darin liegen, dass ihnen mehr Zeit für die Textwahrnehmung zur Verfügung steht, und sie deshalb gerne mehr Informationen geliefert bekommen.

**Grafik 77: Ausführlichkeit der gelesenen Texte und Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen (Nur Befragte, die Texte gelesen haben; Angaben in Prozent; N = 908)<sup>130</sup>**



 Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

Schließlich ist die Einschätzung der Ausführlichkeit der Texte von der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen abhängig. So wurden die Texte von den Befragten, die öfters in Ausstellungen sind, häufiger für zu knapp gehalten als von den Befragten, die nur selten eine Ausstellung besuchen (28% bei den Befragten, die mehrmals im Monat in einer Ausstellung sind gegenüber 11% bei den Befragten, die höchstens einmal im Jahr eine Ausstellung besuchen).<sup>131</sup>

### 3.3.8 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

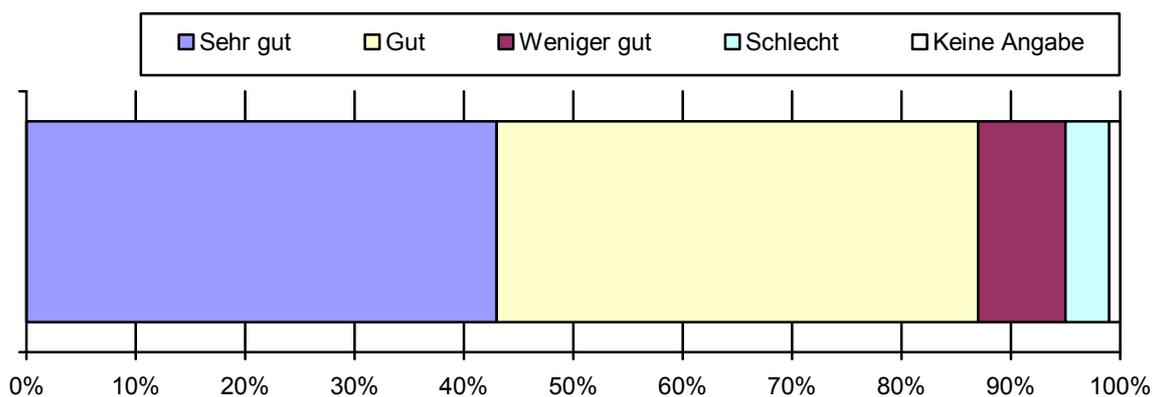
<sup>130</sup> Sign.: 0.025; Chi<sup>2</sup> = 17,556.

<sup>131</sup> Sign.: 0.006; Chi<sup>2</sup> = 14,334.

durch das jeweilige Führungspersonal. Ein pauschales Urteil über die Qualität der Führungen in einer Ausstellung ist deshalb problematisch. Es wurde dennoch versucht zu erfahren, wie die 262 Befragten (28%), die an einer Führung teilgenommen haben, diese beurteilt haben. Auch hier sollten speziell die über die Führung vermittelten Informationen hinsichtlich ihrer Ausführlichkeit eingeschätzt werden. Dabei ergab sich (*Grafik 78*), dass die überwältigende Mehrheit (87%) die Qualität der Führung sehr gut (43%) oder gut (44%) beurteilte. 8% der Befragten fanden dagegen die Führung weniger gut. Die Führung wurde von 4% als schlecht eingeschätzt.

Die Informationen der Führung wurden ebenfalls von einer großen Mehrheit von 73% als "gerade recht" eingestuft. Dagegen fanden 4% die Informationen "zu ausführlich" und 16% "zu knapp". 7% der Befragten machten zum Informationsgehalt der Führung keine Angabe.

**Grafik 78: Beurteilung der Qualität der Führung (Nur Befragte, die an einer Führung teilgenommen haben; Angaben in Prozent; N = 262)**



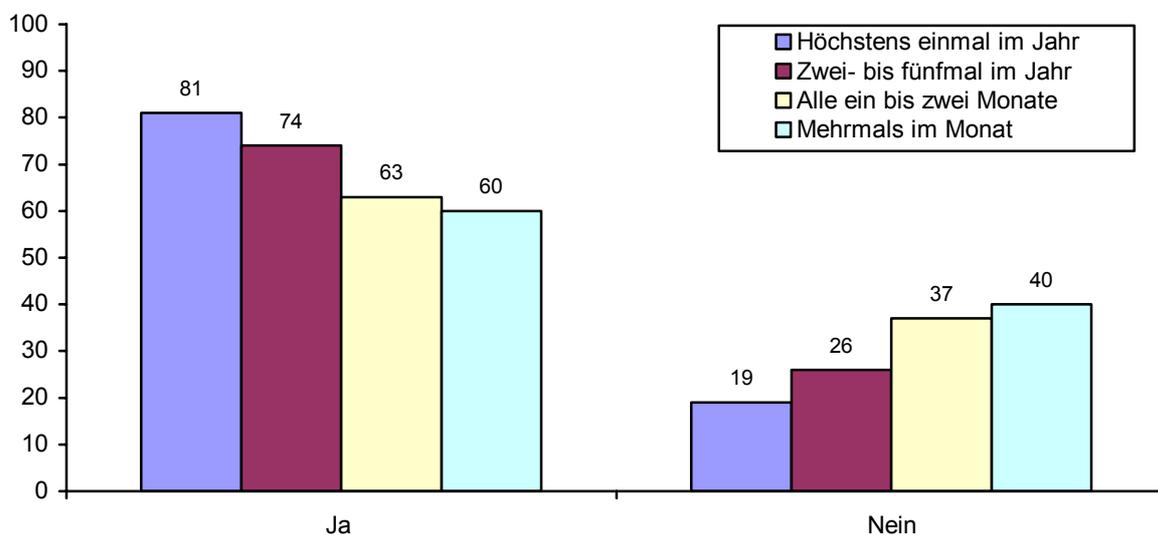
### 3.3.9 Nutzung des Audiosystems

In der Ausstellung wurde ein Audiosystem eingesetzt, das über Kopfhörer genutzt werden konnte. Eine deutliche Mehrheit von 666 Befragten (71%) hat dieses System als Informationsquelle verwendet. Die Nutzung des Audiosystems ist dabei abhängig von der Sozialität der Befragten, der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und der Verweildauer in der Ausstellung.

Insbesondere die Gruppenbesucher/innen und die Ausstellungsbesucher/innen, die mit ihrer Familie in der Ausstellung waren, benutzten das Audiosystem (76%) am häufigsten. Die Befragten, die allein in der Ausstellung waren, verwendeten es dagegen am seltensten (54%).<sup>132</sup>

Deutlich ist auch das Ergebnis hinsichtlich der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (*Grafik 79*). So wurde das Audiosystem eher von denjenigen Befragten verwendet, die nicht so häufig in Ausstellungen zu finden sind. 81% der Befragten, die höchstens einmal im Jahr eine Ausstellung besuchen, haben es genutzt gegenüber nur 60% in der Gruppe der Befragten, die mehrmals im Monat in einer Ausstellung sind.

**Grafik 79: Nutzung des Audiosystems und Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (Angaben in Prozent)**<sup>133</sup>



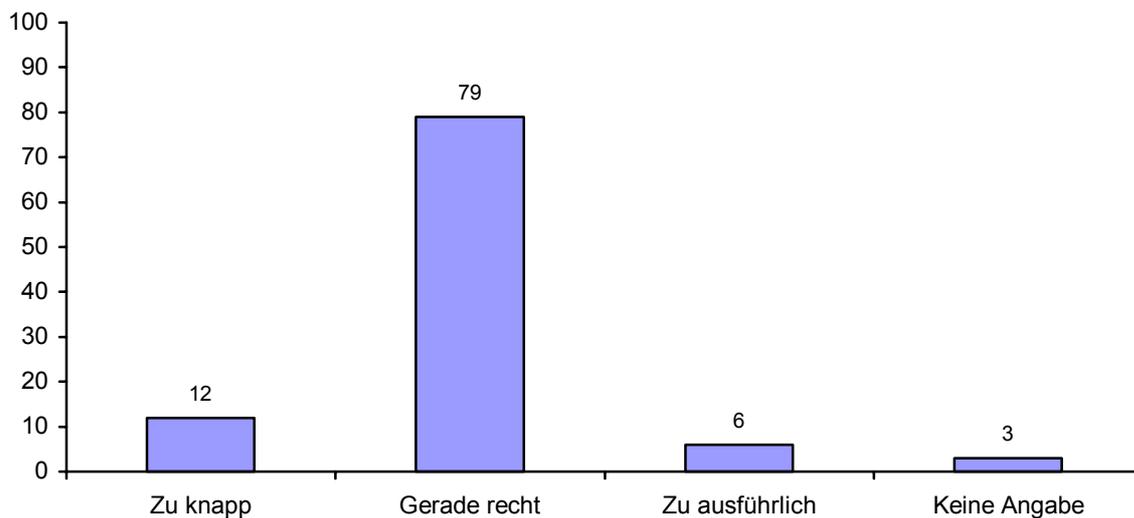
<sup>132</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 22,481.

<sup>133</sup> Sign.: 0.001, Chi<sup>2</sup> = 15,906.

Schließlich hielten sich die Nutzer des Audiosystems im Schnitt länger in der Ausstellung auf (189 Minuten) als die Besucher/innen, die das Audiosystem nicht verwendeten (157 Minuten).<sup>134</sup>

Bei der Beurteilung der über das Audiosystem gewonnenen Informationen zeigt sich (*Grafik 80*), dass die deutliche Mehrheit mit 79% diese für angemessen hielt. 12% der Befragten hätten sich dagegen ausführlichere Informationen gewünscht, für 6% der Besucher/innen waren die über das Audiosystem vermittelten Informationen zu ausführlich.

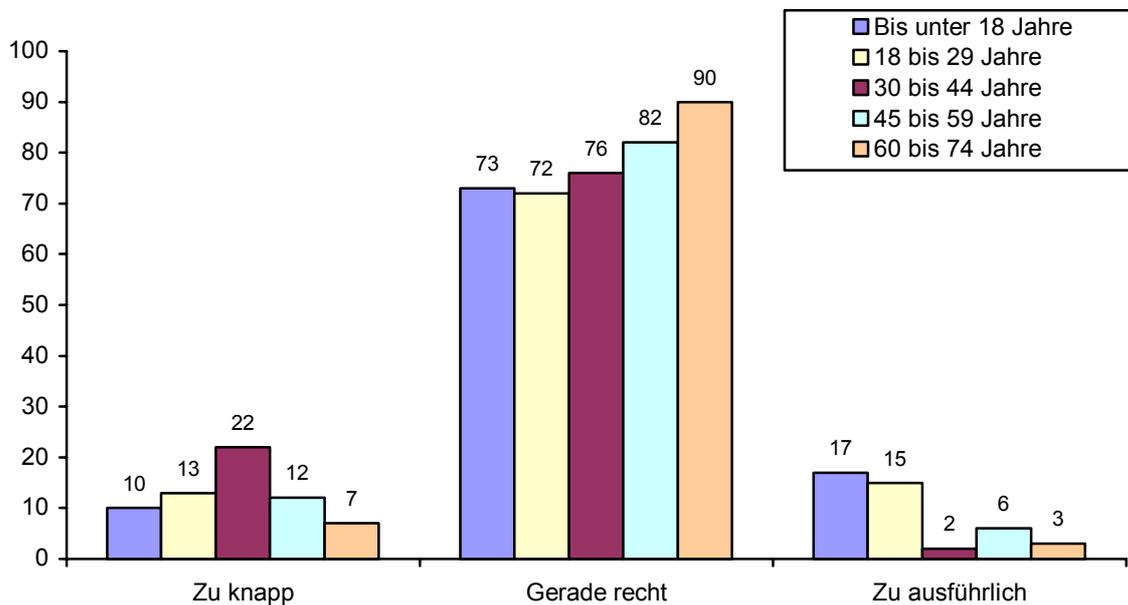
**Grafik 80: Beurteilung der über das Audiosystem vermittelten Informationen (Nur Befragte, die das Audiosystem genutzt haben; Angaben in Prozent; N = 666)**



Die Beurteilung der Informationen des Audiosystems ist sowohl alters- als auch bildungsabhängig. So wurden die Informationen von den älteren Befragten eher als angemessen bewertet als von den jüngeren (*Grafik 81*). 90% der 60-Jährigen und älteren hielten die Informationen für gerade recht, wohingegen es bei den unter 18-Jährigen nur 72% sind. Demgegenüber hielten die jüngeren Befragten die Informationen des Audiosystems häufiger als die älteren für zu umfangreich.

<sup>134</sup> Sign.: 0.000; F = 27,092; N = 874.

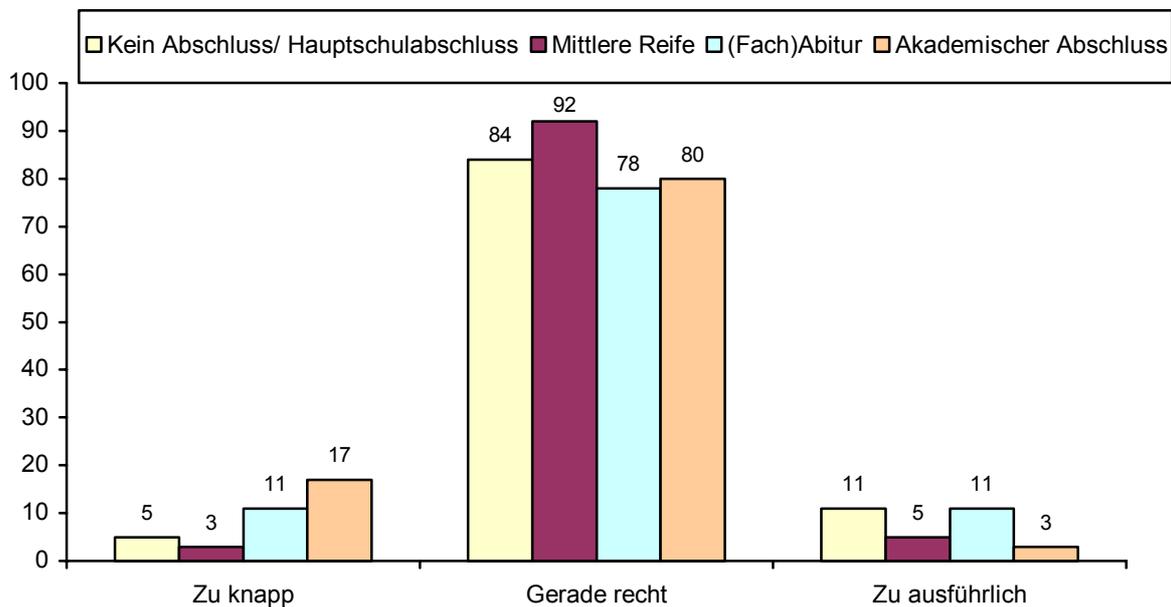
**Grafik 81: Beurteilung der über das Audiosystem vermittelten Informationen und Alter der Befragten (Nur Befragte, die das Audiosystem genutzt haben; Angaben in Prozent; N = 625)<sup>135</sup>**



Die bildungsspezifischen Effekte weisen in folgende Richtung (*Grafik 82*): Die über das Audiosystem gewonnenen Informationen wurden von den Befragten mit niedrigen und mittleren Bildungsabschlüssen etwas besser bewertet als von den Befragten mit hohem Bildungsniveau. So hielten 92% der Befragten mit mittlerer Reife die Informationen für angemessen, wohingegen es unter den Akademikern lediglich 80% sind. Umgekehrt hielten 17% der Akademiker und 11% der Abiturienten die Informationen für zu kurz, wohingegen es bei den Niedriggebildeten nur 5% sind. Es ist auch hier davon auszugehen, dass die Höhergebildeten aufgrund ihrer Vorbildung eher dazu in der Lage sind, mehr Informationen zu verarbeiten.

<sup>135</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 41,840.

**Grafik 82: Beurteilung der über das Audiosystem vermittelten Informationen und Bildung der Befragten (Nur Befragte, die das Audiosystem genutzt haben; Angaben in Prozent; N = 633)<sup>136</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Anhand einer Skala von 1 (= Sehr hilfreich) bis 10 (= Überhaupt nicht hilfreich) konnten die Befragten bewerten, wie nützlich sie das Audiosystem fanden. Im Durchschnitt wurde die Nützlichkeit des Audiosystems mit 2,12 bewertet. Das Audiosystem wurde also von den Befragten als sehr hilfreich eingeschätzt, wobei sich auch hier wieder die erwartbaren soziodemografische Unterschiede in der Einschätzung feststellen lassen.

So spielt vor allem das Alter bei der Einschätzung der Nützlichkeit des Audiosystems eine Rolle. Alter und Bewertung korrelieren hochsignifikant: Je älter die Besucher/innen waren, umso hilfreicher erachteten sie das Audiosystem.<sup>137</sup> Entsprechend wurde in der Gruppe der 60-Jährigen und Älteren das Audiosystem durchschnittlich mit 1,93 bewertet, wohingegen die 18- bis 29-Jährigen im Schnitt nur eine Benotung von 2,77 vergaben.<sup>138</sup>

Des Weiteren lässt sich ein Zusammenhang zwischen der Einschätzung der Nützlichkeit des Audiosystems und der Sozialität der Befragten feststellen. Die Einzel-

<sup>136</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 26,569.

<sup>137</sup> Pearson's r = - 0,144; Sign.: 0.000

<sup>138</sup> Sign.: 0.001; F = 4,699; N = 638.

und Gruppenbesucher/innen bewerteten die Nützlichkeit des Audiosystems mit durchschnittlich 2,40 bzw. 2,45 häufiger etwas schlechter als die Befragten, die mit ihrem Partner (1,92) oder mit ihrer Familie (2,13) in der Ausstellung waren.<sup>139</sup>

Schließlich hängt die Bewertung der Nützlichkeit des Audiosystems von den Kenntnissen der europäischen Geschichte ab. Mit einem Wert von 2,52 hielten die Befragten mit hohen Kenntnissen das Audiosystem für etwas weniger hilfreich als die Befragten mit mittleren (1,89) und niedrigen Kenntnissen (2,24).<sup>140</sup>

Ebenfalls mittels einer Skala von 1 (= Komfortabel) bis 10 (= Unkomfortabel) konnten die Befragten die Bedienung des Audiosystems bewerten. Das „Handling“ wurde mit durchschnittlich 1,88 sehr positiv beurteilt, wobei die Frauen mit 1,74 gegenüber 2,02 bei den Männern die Bedienung etwas besser einschätzten.<sup>141</sup> Sonstige statistisch signifikante soziodemografische Unterschiede hinsichtlich der Bewertung des „Handlings“ des Audiosystems ergaben sich nicht.

### 3.3.10 Nutzung des Informationssystems

Neben dem Audiosystem wurde in der Ausstellung auch ein Informationssystem angeboten, das über Computer genutzt werden konnte. Eine Mehrheit von 532 Befragten (57%) hat dieses System als Informationsquelle verwendet. Die Nutzung zeigt sich dabei vorrangig abhängig von den Kenntnissen der Befragten in europäischer Geschichte und der Verweildauer in der Ausstellung.

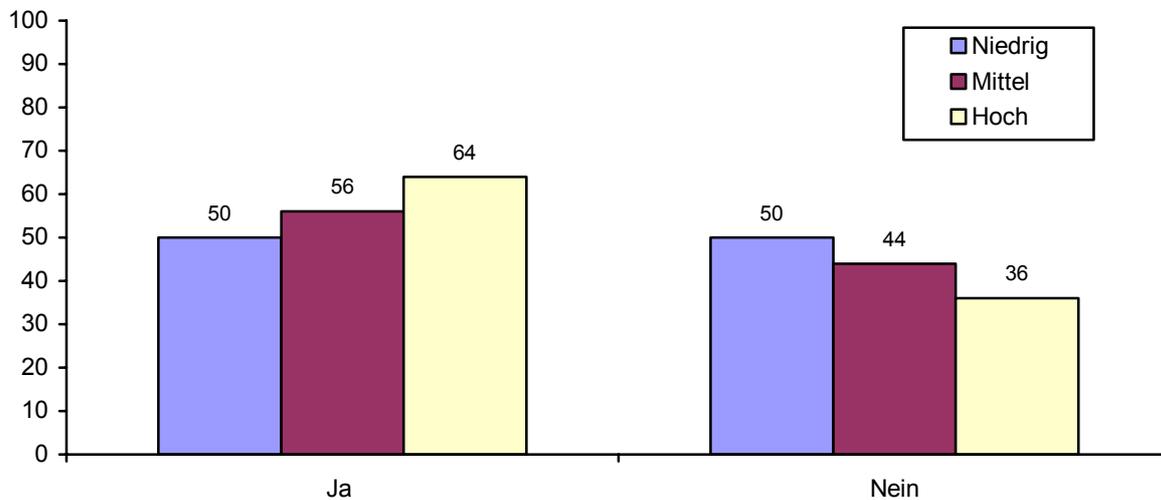
Die Befragten, die über ausgewiesene Kenntnisse in europäischer Geschichte verfügen, haben das Informationssystem häufiger genutzt als die Befragten mit mittleren oder niedrigen Kenntnissen (*Grafik 83*). So gaben 64% der Befragten mit hohen Kenntnissen an, dass sie auf das Informationssystem zurückgegriffen haben, wohingegen es unter den Befragten mit niedrigen Kenntnissen nur 50% waren. Offensichtlich waren die Besucher/innen, die bereits über größere Kenntnisse in europäischer Geschichte verfügen, auch mehr an europäischer Geschichte interessiert und deshalb eher motiviert, sich über das Informationssystem zusätzliche Kenntnisse anzueignen.

<sup>139</sup> Sign.: 0.015; F = 3,090; N = 659.

<sup>140</sup> Sign.: 0.000; F = 10,312; N = 624.

<sup>141</sup> Sign.: 0.012; F = 6,380; N = 629.

**Grafik 83: Nutzung des Informationssystems und Kenntnisse in europäischer Geschichte (Angaben in Prozent)<sup>142</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Des Weiteren blieben die Befragten, welche das Informationssystem genutzt haben, mit durchschnittlich 192 Minuten gegenüber 163 Minuten deutlich länger in der Ausstellung.<sup>143</sup> Die Benutzung des Informationssystems kostet nicht nur mehr Zeit, sondern es ist auch davon auszugehen, dass Befragte, die generell länger in der Ausstellung sind, auch eher das Informationssystem verwenden.

Ein deutlicher Zusammenhang besteht auch zwischen dem Einsatz des Informationssystems und der Nutzung des Audiosystems. Von den Befragten, die das Audiosystem genutzt haben, verwendeten 63% auch das Informationssystem über Computer.<sup>144</sup> Es ist also davon auszugehen, dass die Befragten häufiger eine generelle Bereitschaft mitbringen, sich Informationen zu den Exponaten anzueignen, wozu sie dann verschiedene Möglichkeiten parallel wählen. Insgesamt gesehen wurde jedoch das Audiosystem von den Befragten vermutlich wegen des geringeren Aufwands häufiger genutzt als das Computer-Informationssystem.<sup>145</sup>

<sup>142</sup> Sign.: 0.020; Chi<sup>2</sup> = 7,779.

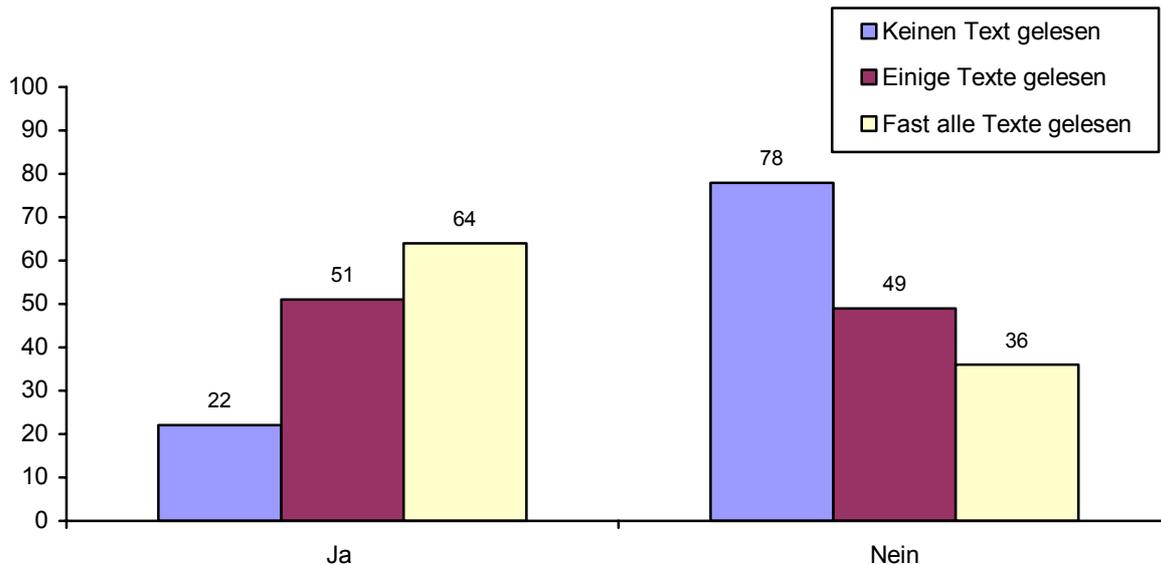
<sup>143</sup> Sign.: 0.000; F = 24,200.

<sup>144</sup> Sign.: 0.000, Chi<sup>2</sup> = 21,914.

<sup>145</sup> 46% der Befragten insgesamt haben beide Systeme genutzt, 27% nur das Audiosystem, 12% nur das Informationssystem und 15% keines der beiden.

Dieser Zusammenhang bestätigt sich auch im Hinblick auf die Kenntnisse der in der Ausstellung angebotenen Texte. So wurde das Audio- und Informationssystem häufiger von den Befragten genutzt, die auch die Texte gelesen haben (*Grafik 84*).

**Grafik 84: Nutzung des Informationssystems und Kenntnisnahme der Texte (Angaben in Prozent)<sup>146</sup>**

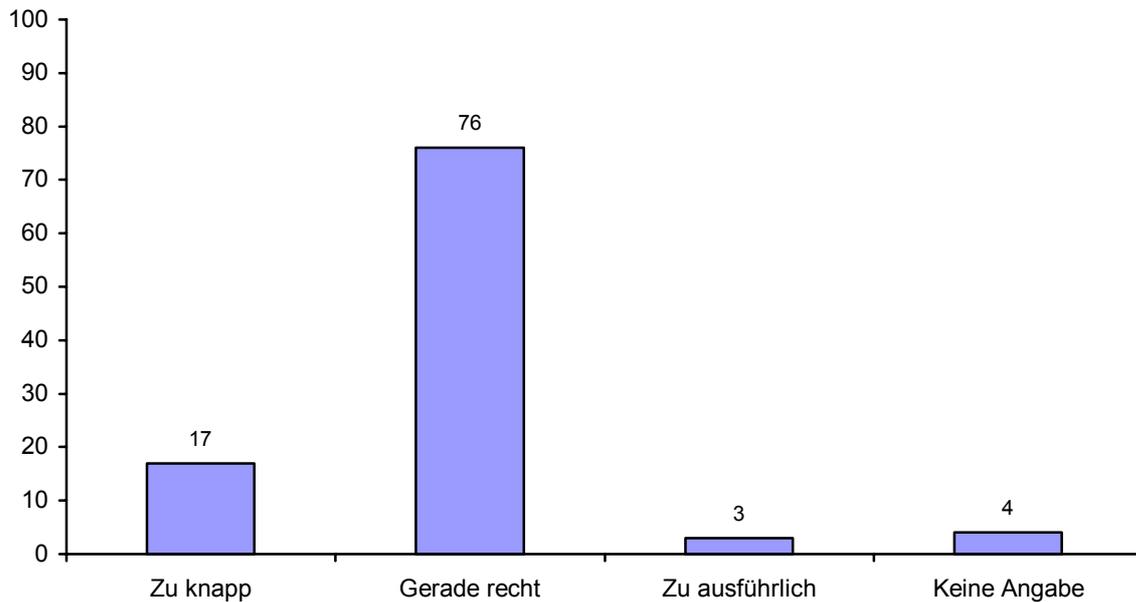


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Bei der Beurteilung der über die Computer gewonnenen Informationen zeigt sich (*Grafik 85*), dass die deutliche Mehrheit diese Informationen für angemessen hält (76%). 17% der Befragten hätte sich dagegen eine ausführlichere Information gewünscht, für 3% der Befragten waren die über das Informationssystem erhaltenen Informationen zu ausführlich.

<sup>146</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 20,822.

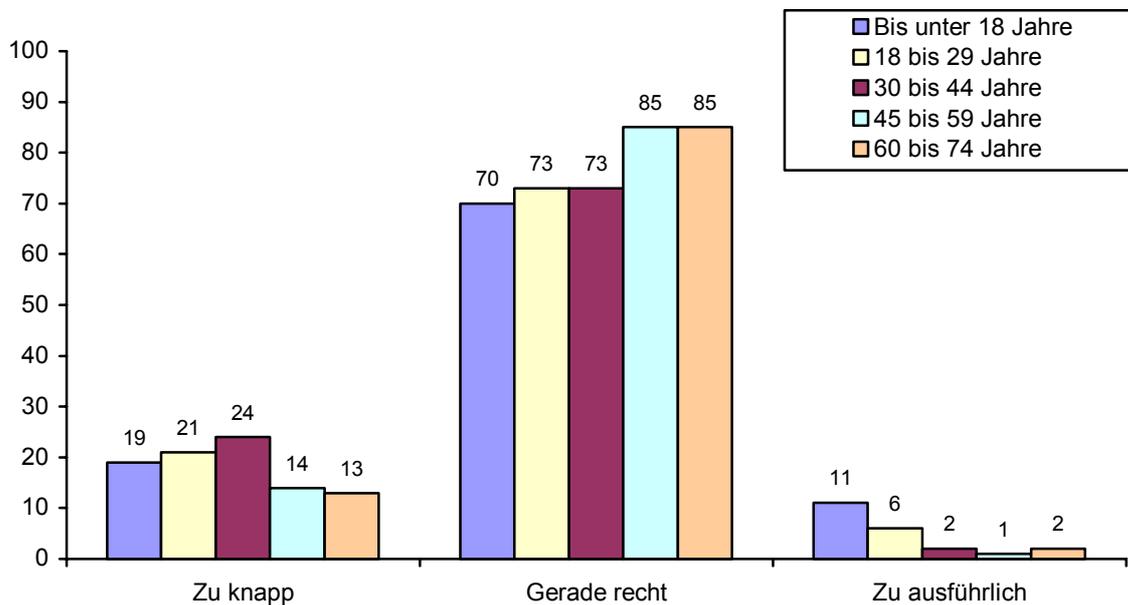
**Grafik 85: Beurteilung der über das Informationssystem vermittelten Informationen (Nur Befragte, die das Informationssystem genutzt haben; Angaben in Prozent; N = 532)**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Die Beurteilung der Informationen durch die Computer ist eindeutig altersabhängig. So wurden die Informationen von den älteren Befragten eher als angemessen bewertet als von den jüngeren (*Grafik 86*). 85% der 60-Jährigen und älteren hielten die Informationen für gerade recht, wohingegen es bei den unter 18-Jährigen nur 70% waren. Demgegenüber waren für die jüngeren Befragten die Informationen des computergestützten Systems häufiger zu umfangreich als für die älteren.

**Grafik 86: Beurteilung der über das Informationssystem vermittelten Informationen und Alter der Befragten (Nur Befragte, die das Informationssystem genutzt haben; Angaben in Prozent; N = 494)<sup>147</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Anhand einer Skala von 1 (= Sehr hilfreich) bis 10 (= Überhaupt nicht hilfreich) konnten die Befragten bewerten, wie nützlich sie das Informationssystem fanden, wobei sie es im Durchschnitt mit 2,81 noch recht gut bewerteten. Das Informationssystem wurde also von den Befragten als hilfreich eingeschätzt – allerdings hinsichtlich seiner Nützlichkeit etwas schlechter bewertet als das Audiosystem. Auch hier zeigen sich typische soziodemografische Unterschiede in der Bewertung.

So spielt vor allem wieder das Alter bei der Einschätzung der Nützlichkeit des Informationssystems eine Rolle. Die Befragten der „mittleren“ Jahrgänge schätzten die Nützlichkeit des Informationssystems am geringsten ein. So wurde in der Gruppe der 18- bis 29-Jährigen das Informationssystem durchschnittlich mit 3,32 bewertet, wohingegen die unter 18-Jährigen im Schnitt eine Benotung von 2,41 vergaben und die 60-Jährigen und Älteren das Informationssystem mit durchschnittlich 2,62 beurteilten.<sup>148</sup>

Bei der Bewertung der Nützlichkeit des Informationssystems kann auch ein bildungsspezifischer Aspekt nachgewiesen werden. So hielten die Höhergebildeten (Akade-

<sup>147</sup> Sign.: 0.011; Chi<sup>2</sup> = 19,871.

<sup>148</sup> Sign.: 0.004; F = 3,841; N = 504.

miker: 3,00; Abiturienten: 2,74) das Informationssystem für weniger hilfreich als die Befragten mit niedrigen und mittleren Bildungsabschlüssen (Kein Abschluss/Hauptschulabschluss: 2,29; Mittlere Reife: 2,44).<sup>149</sup>

Das Informationssystem wurde ebenfalls von den Befragten für weniger hilfreicher gehalten, die ihre Kenntnisse der europäischen Geschichte als hoch einschätzen (3,15 gegenüber 2,63 bzw. 2,61 bei den Befragten mit mittleren und niedrigen Kenntnissen).<sup>150</sup> Die schlechtere Bewertung der Nützlichkeit des Informationssystems durch die Höhergebildeten und die Befragten mit hohen Kenntnissen der europäischen Geschichte hängt vermutlich damit zusammen, dass diese Befragten bereits über so gute Kenntnisse verfügen, dass ihnen das Informationssystem im Verhältnis dazu wenig neues Wissen vermitteln kann. Hier scheinen zwei gegenläufige Tendenzen wirksam zu werden: Zum einen das Bedürfnis nach mehr Informationen bei bereits vorhandenen Kenntnissen<sup>151</sup> – zum anderen die kritischere Einschätzung der angebotenen Informationen hinsichtlich ihrer Exklusivität.<sup>152</sup>

Schließlich konnten die Befragten mittels einer Skala von 1 (= Komfortabel) bis 10 (= Unkomfortabel) noch die Bedienung des Informationssystems bewerten, wobei das „Handling“ mit einer durchschnittlichen Bewertung von 2,61 positiv abschneidet.

### 3.3.11 Nutzung des Kinderprogramms

11% der Befragten waren mit Kindern in der Ausstellung und 46 Befragte (5%) haben das Kinderprogramm genutzt. Diese Besucher/innen konnten anhand einer Skala von 1 (Leicht bzw. Übersichtlich) bis 10 (Schwer bzw. Unübersichtlich) die Aufgaben des Kinderprogramms insgesamt, die Gestaltung des Aufgabenblatts und die praktischen Aufgaben bewerten (*Grafik 87*). Die Aufgabenblattgestaltung wurde von den Nutzern des Kinderprogramms mit durchschnittlich 2,82 als übersichtlich eingestuft. Die praktischen Aufgaben wurden als eher leicht (3,07), die Aufgaben insgesamt als etwas schwieriger (3,39) eingeschätzt.

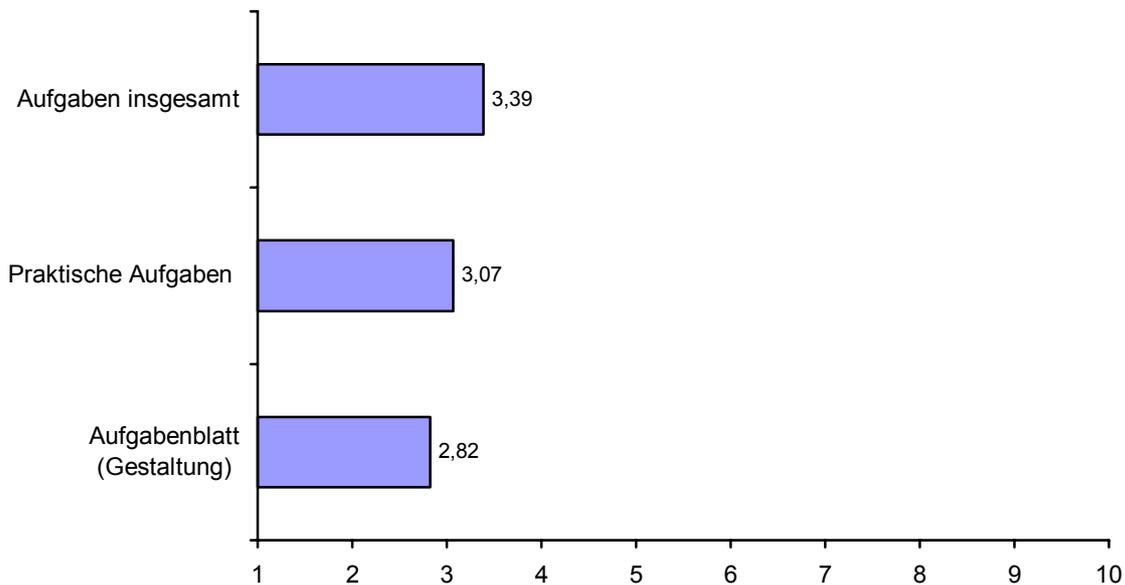
<sup>149</sup> Sign.: 0.027; F = 3,082; N = 510.

<sup>150</sup> Sign.: 0.011; F = 4,546; N = 497.

<sup>151</sup> In diesem Sinne schätzen die nicht-interessegeleiteten Befragten die Nützlichkeit des Informationssystems deutlich schlechter ein als die interessegeleiteten Ausstellungsbesucher/innen (3,77 gegenüber 2,79). Sign.: 0.009; F = 6,803; N = 501.

<sup>152</sup> So schätzen die Befragten, die häufig in Ausstellungen sind, die Nützlichkeit des Informationssystems auch schlechter ein als die Befragten, die nur gelegentlich Ausstellungen besuchen (3,21 bei den Befragten, die mehrmals im Monat in einer Ausstellung sind, gegenüber 2,59 bei den Befragten, die höchstens einmal im Jahr eine Ausstellung besuchen). Sign.: 0.014; F = 4,546; N = 512.

**Grafik 87: Bewertung des Kinderprogramms (Nur Befragte, die das Kinderprogramm genutzt haben; Mittelwerte; N = 46)<sup>153</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

### 3.4 Bewertung der Infrastruktur und Serviceleistungen

Den Ausstellungsbesuchern wurde im Rahmen der Besucherbefragung auch die Möglichkeit geboten, die Infrastruktur und einige der Serviceleistungen mit Schulnoten 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 insbesondere noch das Informationssystem und das Audiosystem 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.

Von den angegebenen Infrastruktureinrichtungen und Serviceleistungen (*Tabelle 12*) wurde mit einer Durchschnittsnote von 1,7 das Audiosystem am besten bewertet. Mit einer Durchschnittsnote von jeweils 2,0 wurden auch die Ausschilderung des Rund-

<sup>153</sup> Die Mittelwerte wurden aus den Skalenwerten (1- 10) berechnet.

gangs und das Informationssystem noch gut bewertet, gefolgt von der Ausschilde-  
 rung zur Ausstellung und den Öffnungszeiten mit jeweils 2,3. Am schlechtesten mit  
 einer Bewertung von nur 3,5 schneiden die Parkmöglichkeiten ab.

**Tabelle 12: Bewertung von Infrastruktureinrichtungen und Serviceleistungen**

	1 sehr gut	2 gut	3 befriedi- gend	4 aus- reichend	5 mangel- haft	6 ungenü- gend	Weiß Nicht	Keine Angabe	Mittel- wert	Median
Ausschilderung zur Ausstellung	200 22%	415 44%	137 15%	51 5%	45 5%	19 2%	22 2%	51 5%	2,3	2
Wartezeiten	268 28%	362 38%	141 15%	43 5%	42 5%	19 2%	7 1%	58 6%	2,2	2
Ausschilderung des Rundgangs	260 28%	442 47%	125 13%	36 4%	9 1%	12 1%	8 1%	48 5%	2,0	2
Parkmöglichkeiten	40 5%	161 17%	130 14%	97 10%	97 10%	75 8%	191 20%	149 16%	3,5	3
Öffnungszeiten	152 16%	455 48%	150 16%	56 6%	29 3%	17 2%	26 3%	55 6%	2,3	2
Informationssystem	205 22%	362 38%	82 9%	26 3%	14 1%	8 1%	95 10%	148 16%	2,0	2
Audiosystem	322 34%	313 33%	54 6%	19 2%	7 1%	5 1%	107 11%	113 12%	1,7	1
Pausen und Verpflegung	82 9%	253 27%	168 18%	73 8%	43 4%	17 2%	176 19%	128 13%	2,7	2



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Die Bewertungen einzelner Serviceleistungen stehen mit verschiedenen soziodemo-  
 grafischen Merkmalen in einem statistisch signifikanten Zusammenhang. So wurde  
 die Ausschilderung zur Ausstellung von den Frauen mit 2,20 gegenüber 2,38 bei den  
 Männern etwas besser bewertet.<sup>154</sup> Ein ähnliches Ergebnis zeigt auch die Bewertung  
 der Ausschilderung des Rundgangs der Ausstellung. Auch hier benoteten die Frauen  
 die Ausschilderung wieder besser als die Männer (1,91 gegenüber 2,12).<sup>155</sup>

Ebenso schätzten die Niedriggebildeten die Ausschilderung häufiger besser ein als  
 die Höhergebildeten (1,92 bei den Befragten ohne Abschluss bzw. mit Hauptschul-  
 abschluss gegenüber 2,38 bei den Akademikern).<sup>156</sup> Ähnliche Ergebnisse zeigen  
 sich auch für die Bewertung der Wartezeiten an den Eingängen<sup>157</sup>, der Ausschilde-

<sup>154</sup> Sign.: 0.028; F = 4,849.

<sup>155</sup> Sign.: 0.002; F = 9,624.

<sup>156</sup> Sign.: 0.015; F = 3,522.

<sup>157</sup> Sign.: 0.014; F = 3,579.

rung des Rundgangs<sup>158</sup>, der Öffnungszeiten<sup>159</sup> und der Bewertung des Informationssystems.<sup>160</sup> Ein Grund für die durchgängige schlechtere Bewertung der Serviceleistungen durch die Höhergebildeten, liegt vermutlich darin, dass diese in ihren Einschätzungen generell kritischer sind als die Niedriggebildeten.

Die Befragten, die aus Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg in der Ausstellung waren, gaben mit durchschnittlich 1,84 der Ausschilderung zur Ausstellung die beste Note. Demgegenüber wurde die Ausschilderung von den Befragten, die zufällig in der Ausstellung waren ( $\bar{x} = 2,50$ ) und den Touristen ( $\bar{x} = 2,57$ ) am negativsten bewertet.<sup>161</sup> Insgesamt lässt sich also festhalten, dass die Ausschilderung zur Ausstellung von den Ortsunkundigen, die allerdings stärker auf die Beschilderung angewiesen sind, schlechter beurteilt wurde als von den Einheimischen.<sup>162</sup>

Ein interessantes Ergebnis zeigt sich schließlich hinsichtlich des Zusammenhangs der Bewertung der Ausschilderung zur Ausstellung und der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen. Die Ausschilderung wurde umso negativer bewertet, je öfter die Befragten in einer Ausstellung sind.<sup>163</sup> So bewerteten die Befragten, die mehrmals im Monat eine Ausstellung besuchen, die Ausschilderung mit 2,57, wohingegen die Besucher/innen, die höchstens einmal im Jahr in einer Ausstellung sind, diese mit durchschnittlich 2,07 benoteten.<sup>164</sup> Die versierten Ausstellungsbesucher/innen legen hinsichtlich der Bewertung der Serviceleistungen aufgrund ihrer bereits gemachten Erfahrungen vermutlich einen strengeren Maßstab an als die Gelegenheitsbesucher/innen. Dies zeigen auch die Ergebnisse bezüglich der Bewertung der anderen Serviceleistungen. So wurden auch die Wartezeiten<sup>165</sup>, die Ausschilderung des Rundgangs<sup>166</sup>, das Informationssystem<sup>167</sup> sowie die Pausen- und Verpflegungsmöglichkeiten<sup>168</sup> von den habituellen Befragten generell negativer bewertet als von den Befragten, die selten eine Ausstellung besuchen.

Insofern sich beim Erscheinen von Gruppen sehr schnell Warteschlangen vor den Eingängen bilden, ist es nicht verwunderlich, dass die Gruppenbesucher/innen mit

<sup>158</sup> Sign.: 0.009; F = 3,879.

<sup>159</sup> Sign.: 0.002; F = 4,889.

<sup>160</sup> Sign.: 0.005; F = 4,251.

<sup>161</sup> Ein ähnliches Ergebnis zeigt sich auch bei der Beurteilung des Informationssystems, das ebenfalls von den nicht-interessegeleiteten Befragten deutlich schlechter als von den interessegeleiteten bewertet wird (Sign.: 0.014; F = 2,888).

<sup>162</sup> Sign.: 0.011; F = 3,009.

<sup>163</sup> Pearson's r = 0,105; Sign.: 0.002

<sup>164</sup> Sign.: 0.024; F = 3,156.

<sup>165</sup> Sign.: 0.008; F = 3,931.

<sup>166</sup> Sign.: 0.001; F = 5,608.

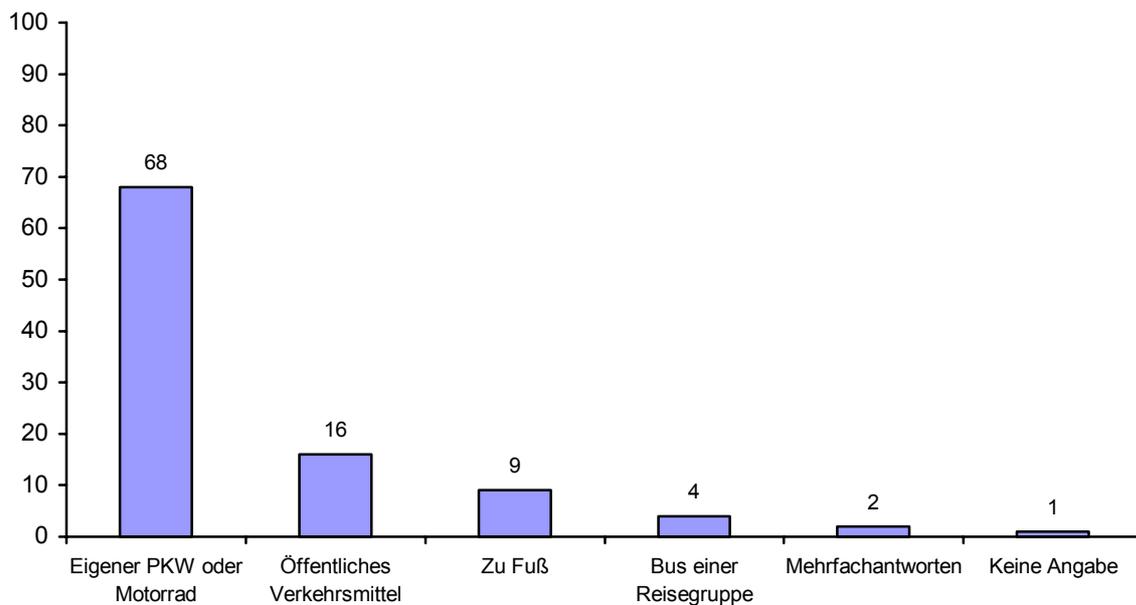
<sup>167</sup> Sign.: 0.000; F = 10,406.

<sup>168</sup> Sign.: 0.002; F = 5,102.

2,78 (gegenüber 2,04 bei den Befragten, die mit ihrer Familie in der Ausstellung waren) die Wartezeiten an den Eingängen deutlich am schlechtesten bewerteten.<sup>169</sup> Ähnlich wurden auch die Pausen- und Verpflegungsmöglichkeiten von den Gruppenbesuchern ( $\bar{x} = 2,91$ ) aber auch von den Befragten, die mit ihren Verwandten bzw. Freunden in der Ausstellung waren ( $\bar{x} = 2,93$ ) negativer eingeschätzt als von den anderen Besucher/innen.<sup>170</sup>

Mit 68% haben die meisten Befragten die Ausstellung mit ihrem eigenen PKW bzw. Motorrad erreicht, gefolgt von 16% der Befragten, die ein öffentliches Verkehrsmittel benutzt haben (*Grafik 88*).

**Grafik 88: Zum Erreichen der Ausstellung benutztes Verkehrsmittel (Angaben in Prozent)**



<sup>169</sup> Sign.: 0.002; F = 4,251.

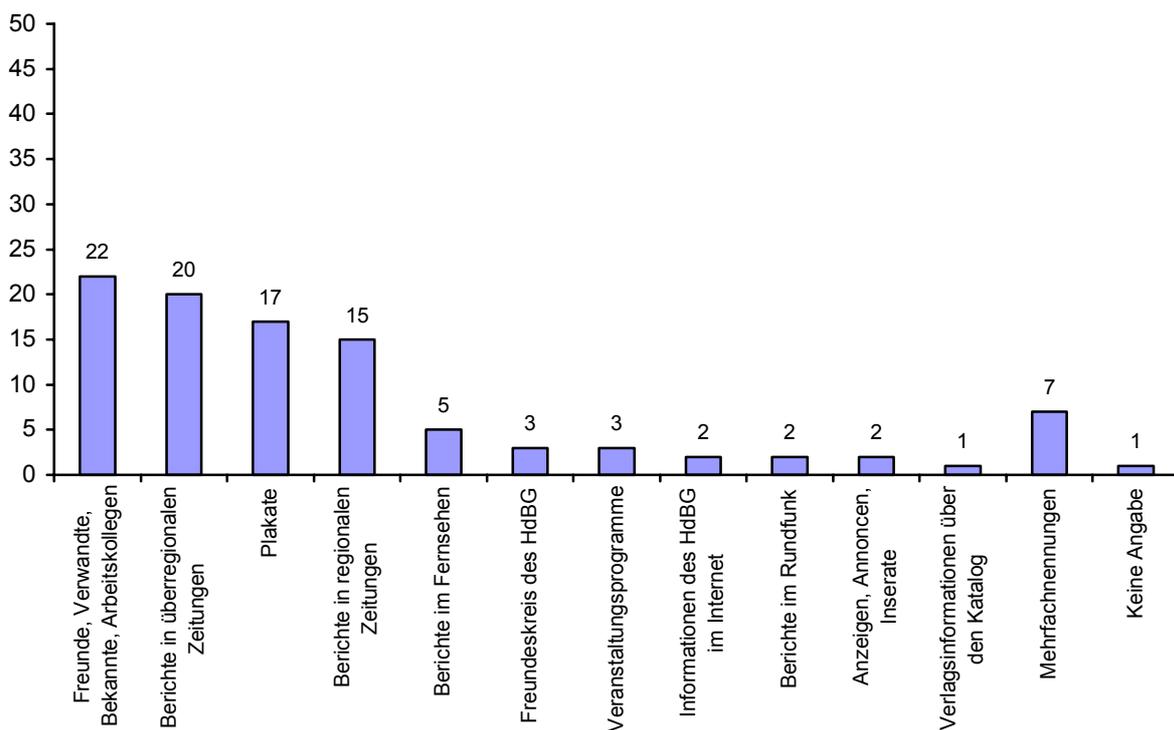
<sup>170</sup> Sign.: 0.017; F = 3,024.

### 3.5 Die Bedeutung verschiedener Informationsquellen

Ebenfalls Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist 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 89*), dass die meisten Befragten durch Freunde, Verwandte, Bekannte und Arbeitskollegen (22%) von der Ausstellung erfahren haben, gefolgt von den Besucher/innen, die sich durch überregionale Zeitungen und Zeitschriften zum Besuch der Ausstellung motivieren ließen (20%). Für 17% der Befragten spielten die Plakate zur Ausstellung eine entscheidende Rolle und an vierter Stelle stehen schließlich mit 15% die regionalen Zeitungen. Alle anderen Informationsquellen hatten eher eine untergeordnete Bedeutung.

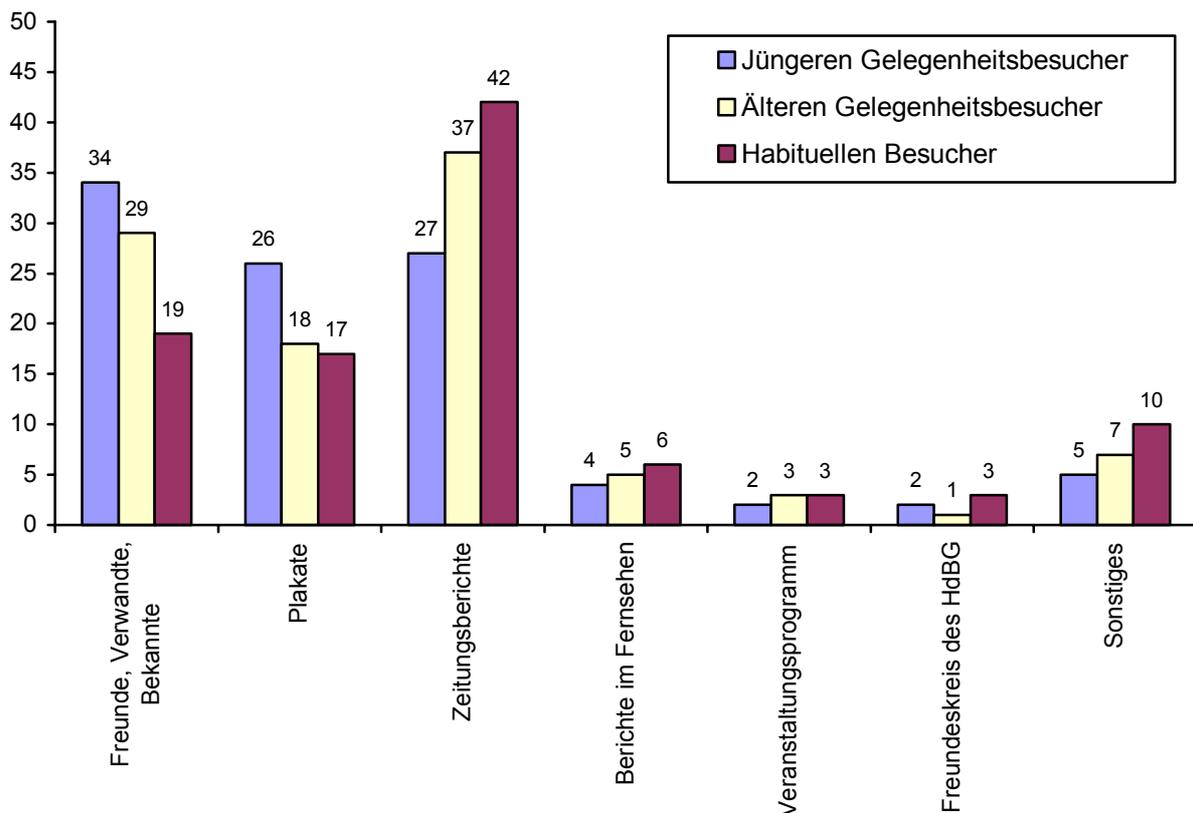
**Grafik 89: Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch (Angaben in Prozent)**



Es ist zu erwarten, dass einzelne Informationsquellen für verschiedene Besuchergruppen von unterschiedlicher Bedeutung sind. So zeigt sich (*Grafik 90*), dass für die

„Jüngeren Gelegenheitsbesucher“ mit 34% bzw. 26% häufiger das direkte soziale Umfeld (Freunde, Verwandte usw.) bzw. Plakate als Informationsquelle eine Rolle spielten als für die beiden anderen Besuchergruppen. Umgekehrt haben sich die „Habituellen Besucher“ häufiger über Zeitungsberichte über die Ausstellungstermine informiert.

**Grafik 90: Bedeutung von Informationsquellen und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)<sup>171 172</sup>**



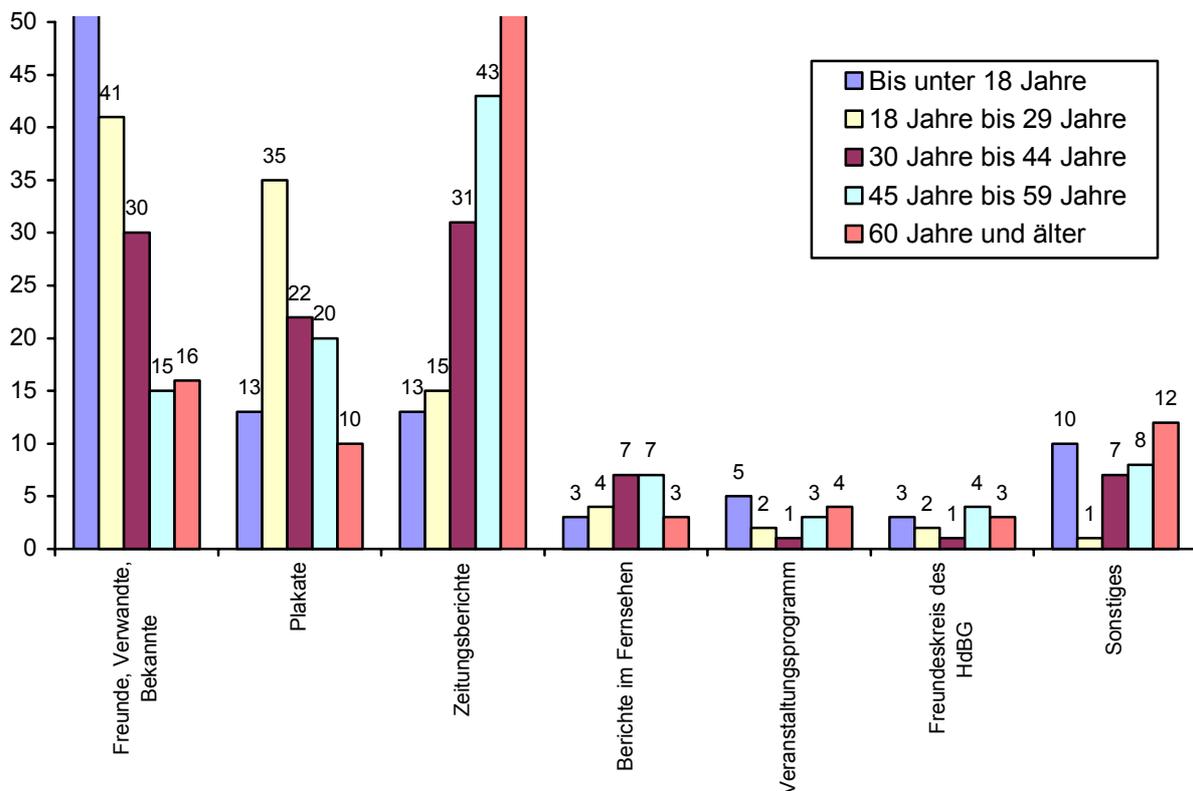
Des Weiteren werden in Abhängigkeit vom Alter der Befragten unterschiedliche Informationsquellen bevorzugt. Es zeigt sich (*Grafik 91*), dass die Gruppe der unter 18-Jährigen am häufigsten von Freunden, Bekannten, Verwandten und Arbeitskollegen

<sup>171</sup> Sign.: 0.003; Chi<sup>2</sup> = 29,865.

<sup>172</sup> Die Ursprungsvariable wurde für die Berechnung wie folgt zusammengefasst: "Berichte in regionalen Zeitungen" und "Berichte in überregionalen Zeitungen oder Zeitschriften" zur neuen Variablen "Zeitungsberichte"; "Berichte im Rundfunk", "Anzeigen, Annoncen, Inserate in Zeitungen", "Informationen des Hauses der Bayerischen Geschichte im Internet", „Verlagsinformationen über den Katalog“ zur neuen Variablen "Sonstiges".

zum Besuch der Ausstellung animiert wurde (53%). Mit zunehmendem Alter nimmt die Bedeutung dieser Informationsquelle jedoch immer mehr ab. Umgekehrt gaben 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 91: Bedeutung von Informationsquellen und Alter der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>173</sup>**

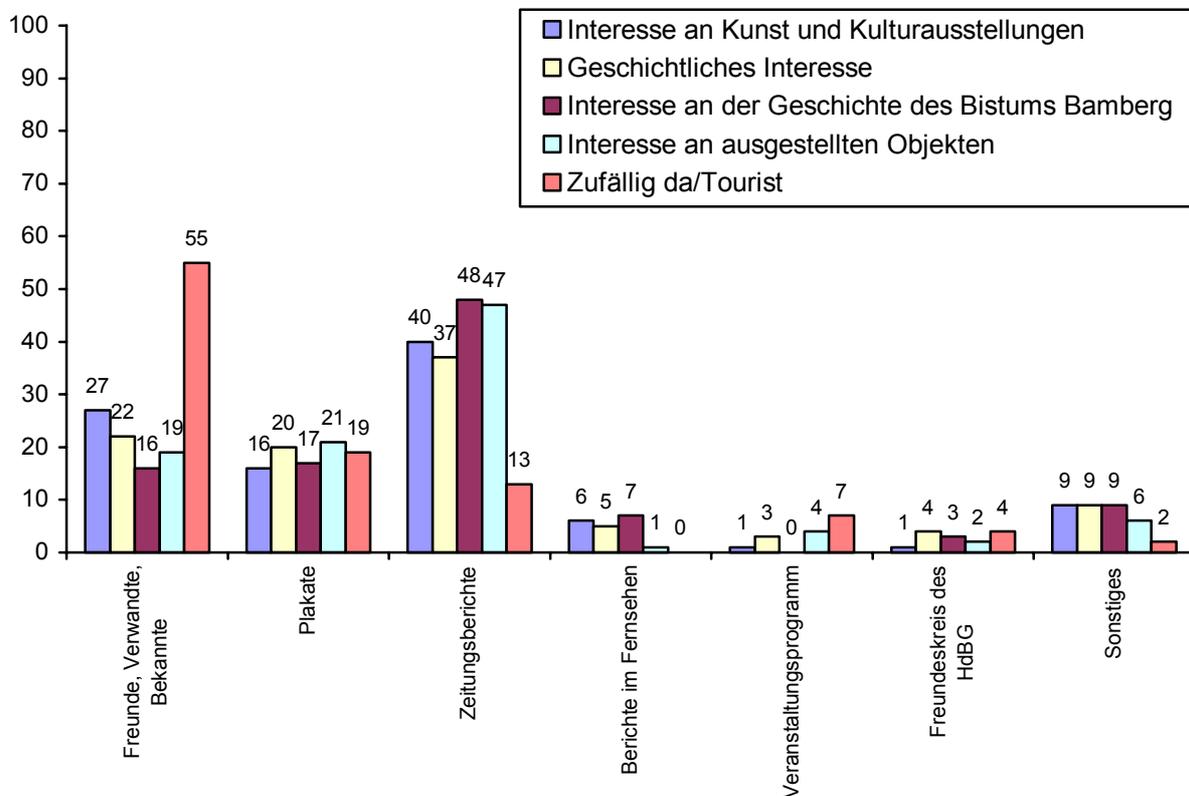


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Ein deutlicher Zusammenhang hinsichtlich des Informationsverhaltens zeigt sich auch mit der Motivation zum Ausstellungsbesuch (*Grafik 92*). Das soziale Netzwerk (Freunde, Verwandte usw.) wurde am häufigsten von denjenigen Befragten als Informationsquelle genutzt, die zufällig bzw. als Touristen in der Ausstellung waren (55%). Die Befragten, die ein besonderes Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg oder an den ausgestellten Objekten haben, bezogen ihre Informationen zur Ausstellung häufiger (48% bzw. 47%) aus Zeitungsberichten.

<sup>173</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 129,214.

**Grafik 92: Bedeutung von Informationsquellen und Motivation der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>174</sup>**

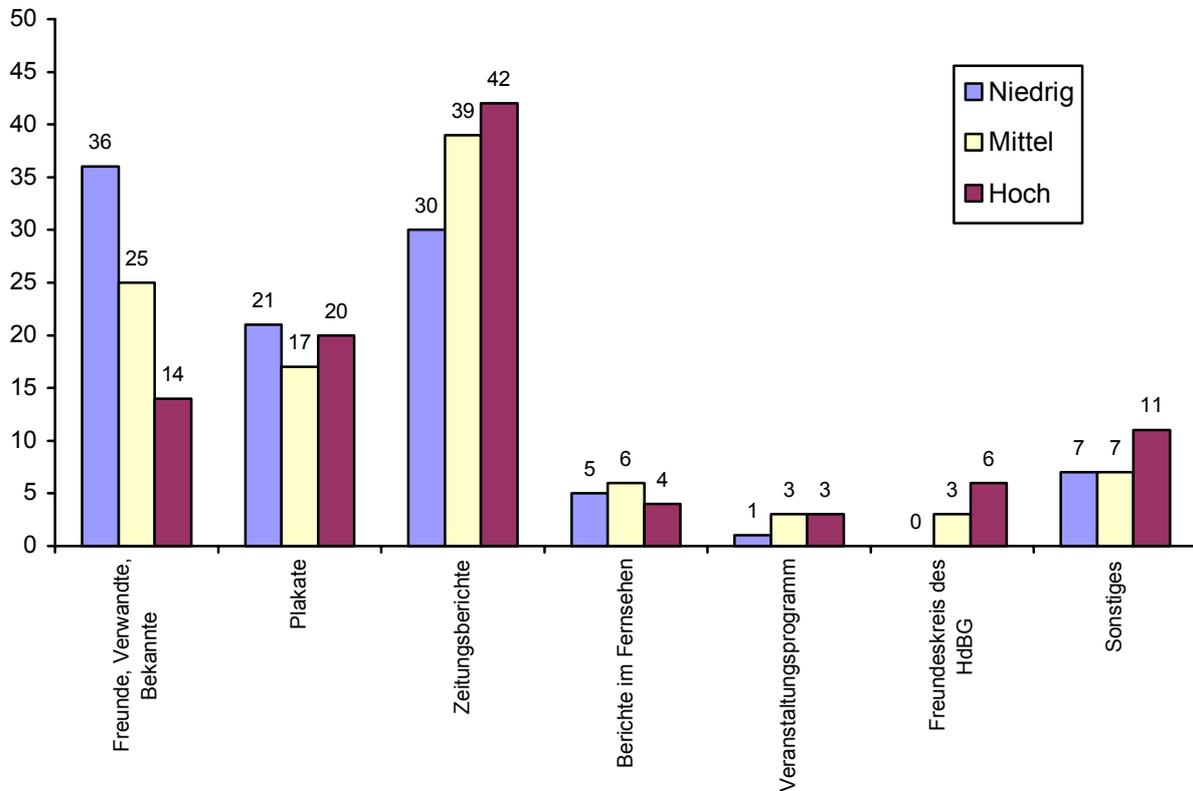


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Die Kenntnisse der Landesgeschichte spielen hinsichtlich des Informationsverhaltens ebenfalls eine Rolle (*Grafik 93*). So wurden von den Befragten, die bereits über hohe Kenntnisse der Landesgeschichte verfügen, Zeitungsberichte (42% gegenüber 30% bei den Befragten mit niedrigen Kenntnissen) und der Freundeskreis des HdBG (6% gegenüber 0% bei den Befragten mit niedrigen Kenntnissen) als Informationsquellen bevorzugt. Demgegenüber ließen sich die Besucher/innen mit niedrigen Kenntnissen der Landesgeschichte häufiger von Freunden, Verwandten und Bekannten zum Ausstellungsbesuch motivieren (36% gegenüber 14% bei den Befragten mit hohen Kenntnissen).

<sup>174</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 54,966. Für die Berechnungen wurden die beiden Kategorien "Eher zu fällig da" und "Tourist" zusammengefasst.

**Grafik 93: Bedeutung von Informationsquellen und Kenntnisse der Landesgeschichte (Angaben in Prozent)<sup>175</sup>**

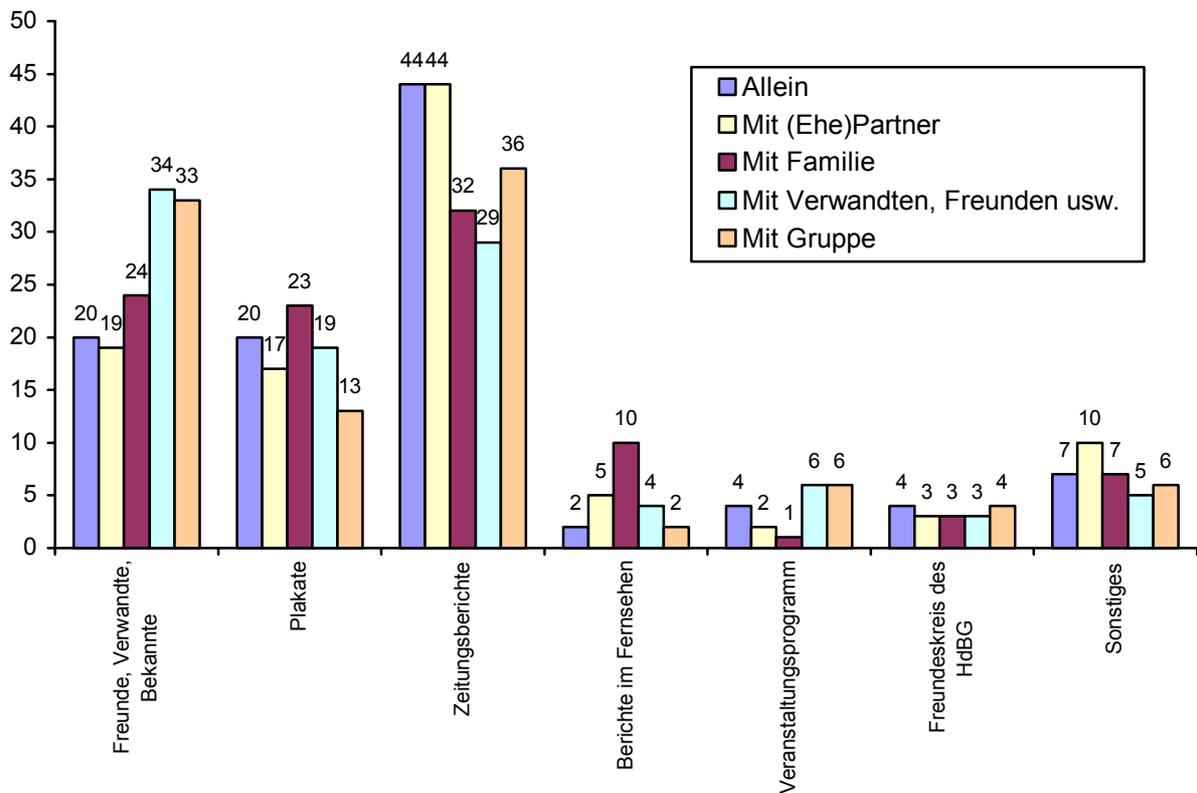



 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Schließlich lässt sich auch ein Zusammenhang zwischen der Bedeutung der verschiedenen Informationsquellen und der Sozialität der Befragten feststellen (*Grafik 94*). So wurden Zeitungsberichte vor allem von Alleinbesuchern und Befragten, die mit ihrem Lebenspartner in der Ausstellung sind, als Informationsquellen herangezogen (jeweils 44%). Das soziale Netzwerk spielte demgegenüber für Befragte, die mit ihren Verwandten, Freunden und Bekannten in der Ausstellung waren nahe liegender Weise eine größere Rolle (34%). Auch die Gruppenbesucher/innen wurden eher über ihr soziales Netzwerk zum Ausstellungsbesuch bewegt (33%). Für die Befragten, die mit ihrer Familie in der Ausstellung waren, war dagegen das Fernsehen als Informationsquelle besonders wichtig (10% gegenüber jeweils 2% bei den Einzel- und Gruppenbesuchern).

<sup>175</sup> Sign.: 0.001; Chi<sup>2</sup> = 33,918.

**Grafik 94: Bedeutung von Informationsquellen und Sozialität der Befragten (Angaben in Prozent)<sup>176</sup>**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Zusammenfassend kann somit festgehalten werden, dass sich das Informationsverhalten der Besucher/innen vor allem an den Printmedien und dem unmittelbaren persönlichen Umfeld differenziert. So werden Zeitungsberichte häufiger von den älteren, historisch interessierten und habituellen Ausstellungsbesuchern genutzt, während das soziale Netzwerk für die jüngeren Gelegenheitsbesucher/innen mit geringerem historischem Interesse ausschlaggebend ist.

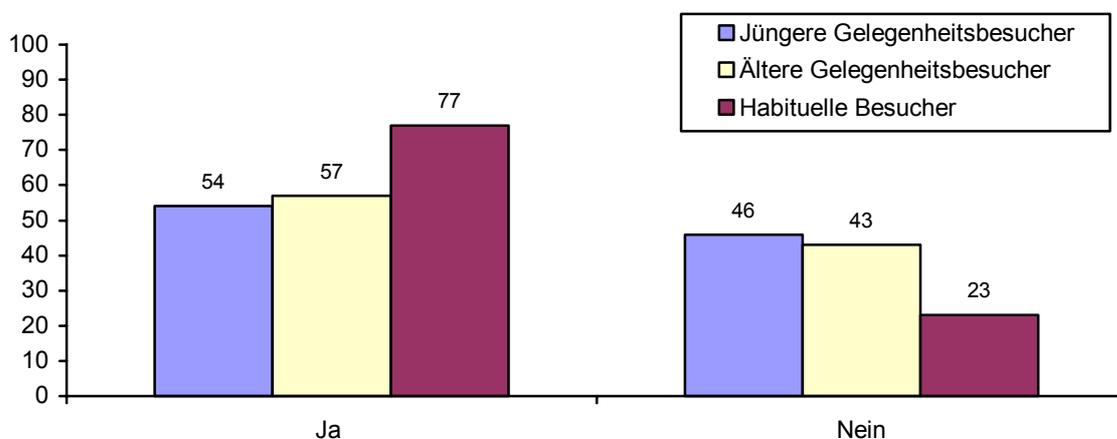
### 3.6 Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte

Die Untersuchung sollte auch den Bekanntheitsgrad des Veranstalters (Haus der Bayerischen Geschichte) erfassen. 599 Befragten (64%) gaben an, dass sie früher schon einmal vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört haben. In der Folge ist wiederum davon auszugehen, dass der Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayeri-

<sup>176</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 54,604.

schen Geschichte hinsichtlich wichtiger individueller Merkmale der Besucher/innen stark variiert. Dabei zeigen sich bereits deutliche Unterschiede hinsichtlich des Bekanntheitsgrads des Hauses der Bayerischen Geschichte bei den über die Clusteranalyse gebildeten verschiedenen Besuchergruppen (Grafik 95). Den „Habituellen Besuchern“ ist das Haus der Bayerischen Geschichte häufiger bekannt (77%) als den anderen beiden Besuchergruppen. In der Folge bestätigt sich dieses Ergebnis für die Einzelmerkmale der Besucher/innen in den meisten Fällen.

**Grafik 95: Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)<sup>177</sup>**



Insgesamt haben 69% der männlichen Befragten angegeben, dass ihnen das Haus der Bayerischen Geschichte bekannt sei, gegenüber 62% der weiblichen Befragten. Geschlechtsspezifische Unterschiede hinsichtlich des Bekanntheitsgrades des Hauses der Bayerischen Geschichte waren bei dieser Ausstellung also durchaus erkennbar.<sup>178</sup>

Ein eindeutiger Zusammenhang besteht auch bezüglich des Alters der Befragten. Mit zunehmendem Alter nimmt der Bekanntheitsgrad signifikant zu. So kannten von den 60-Jährigen und älteren Befragten 74% das Haus der bayerischen Geschichte, wohingegen der Bekanntheitsgrad bei den unter 18-Jährigen nur bei 27% lag.<sup>179</sup>

<sup>177</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 35,855.

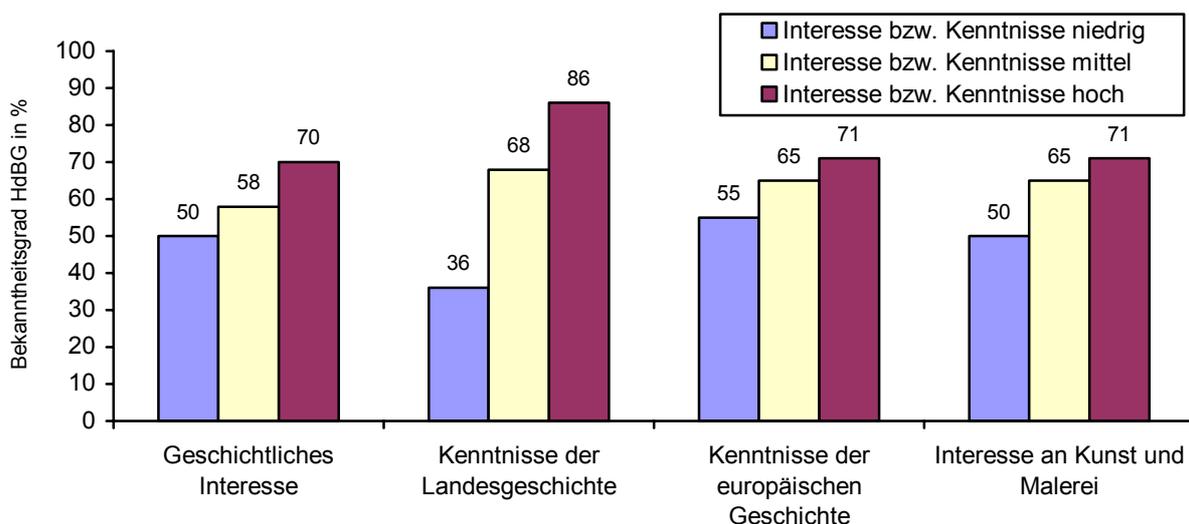
<sup>178</sup> Sign.: 0.021; Chi<sup>2</sup> = 5,354.

<sup>179</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 48,638.

Es ist ebenfalls davon auszugehen, dass die Befragten, die häufig Ausstellungen besuchen, bereits öfter vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört haben als Gelegenheitsbesucher/innen. Auch diesen Zusammenhang konnte vorliegende Untersuchung bestätigen. So kannten von den versierten Besucher/innen 73% das Haus der Bayerischen Geschichte, wohingegen es bei den Personen, die höchstens einmal im Jahr in einer Ausstellung sind, nur 49% waren.<sup>180</sup>

Als weiteres Ergebnis zeigt sich (*Grafik 96*), dass Befragte mit einem hohen Interesse an Geschichte bzw. an Kunst und Malerei oder hohen Kenntnissen der Landes- bzw. europäischen Geschichte sehr viel häufiger vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört haben als die entsprechenden Vergleichsgruppen.

**Grafik 96: Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte und Interessen/Kenntnisse der Besucher/innen (Angaben in Prozent)**<sup>181</sup>



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Des Weiteren ist der Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte abhängig vom Motivationsgrund der Befragten. Diejenigen Besucher/innen, die aufgrund ihres Interesses an der Geschichte des Bistums Bamberg in der Ausstellung waren, haben am häufigsten schon vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört (73%). Demgegenüber war den zufälligen (35%) oder touristischen Besucher/innen (42%) das Haus der Bayerischen Geschichte weniger oft bekannt.<sup>182</sup>

<sup>180</sup> Sign.: 0.001; Chi<sup>2</sup> = 17,003.

<sup>181</sup> Geschichtliches Interesse: Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 17,446; Kenntnisse der Landesgeschichte: Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 87,996; Kenntnisse der europäischen Geschichte: Sign.: 0.016; Chi<sup>2</sup> = 8,212; Interesse an Kunst und Malerei: Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 18,244.

<sup>182</sup> Sign.: 0.002; Chi<sup>2</sup> = 19,090.

Mit Hilfe einer binären logistischen Regression wird im Folgenden untersucht, welche Besuchermerkmale den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte am deutlichsten bestimmen (*Tabelle 13*). Dabei zeigt sich der Bekanntheitsgrad vor allem abhängig vom Alter, den Kenntnissen der Landesgeschichte und dem Interesse für Kunst und Malerei der Befragten.

**Tabelle 13: Binäre logistische Regression der den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte beeinflussenden Variablen**

Merkmal	Regressionskoeffizient	Wald	Signifikanz
Geschlecht	-0,090	0,267	0,605
<b>Alter</b>	<b>0,026</b>	<b>25,086</b>	<b>0,000</b>
Geschichtliches Interesse	0,082	0,201	0,654
<b>Kenntnisse der Landesgeschichte</b>	<b>1,236</b>	<b>58,638</b>	<b>0,000</b>
Kenntnisse der europäischen Geschichte	-0,152	0,874	0,350
<b>Interesse an Kunst und Malerei</b>	<b>0,326</b>	<b>6,269</b>	<b>0,012</b>
Motivation zum Ausstellungsbesuch <sup>183</sup>	-0,447	1,384	0,239
Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen	0,236	3,223	0,073
<i>Konstante</i>	-3,623	21,000	0,000

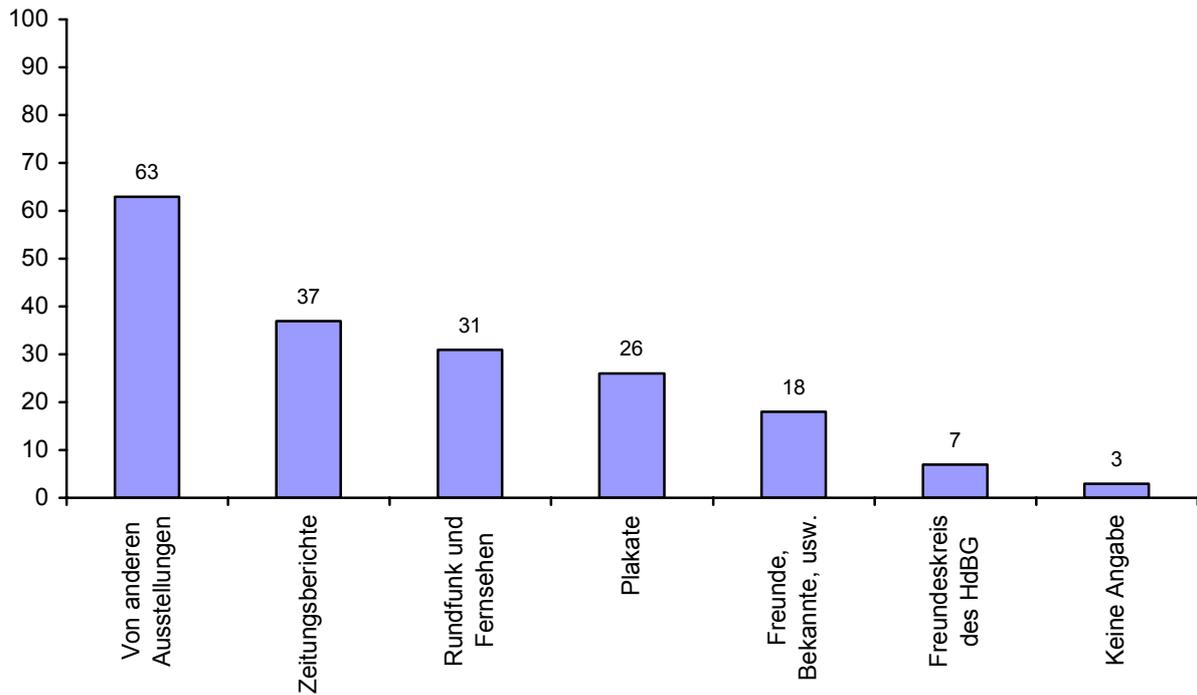


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

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 97*), dass man es vor allem von Ausstellungen her kennt (60%). Eine weitere, allerdings weniger wichtige Rolle, spielen Zeitungsberichte mit 36%, sowie Rundfunk und Fernsehen mit 30%.

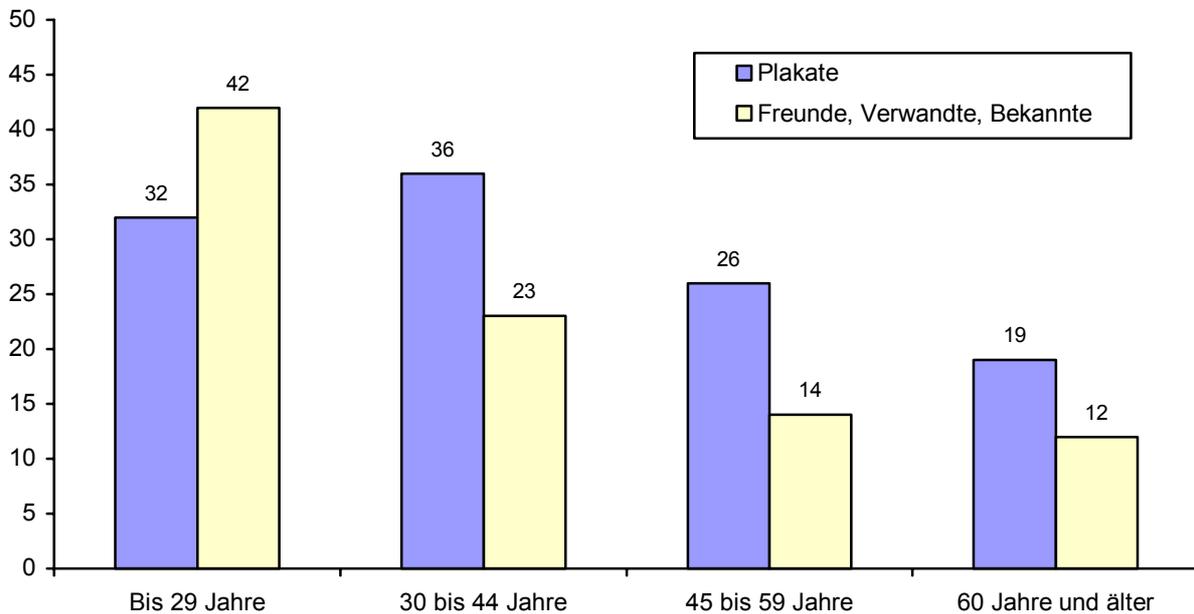
**Grafik 97: Bedeutung von verschiedenen Aspekten für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte (Nur Befragte, die das Haus der Bayerischen Geschichte kennen; Mehrfachantworten möglich; Angaben in Prozent; N = 599)**

<sup>183</sup> Für die folgende Berechnung wurde die Ursprungsvariable in die beiden Kategorien „Interessegeleitet“ (Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen, Geschichtliches Interesse, Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg, Interesse an den ausgestellten Objekten) und „Nicht interessegeleitet (Eher zufällig da; Tourist) dichotomisiert.



Hinsichtlich der verschiedenen Aspekte, die für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte wichtig sind, lassen sich soziodemografische Unterschiede feststellen. So kannten die jüngeren Befragten das Haus der Bayerischen Geschichte häufiger von Plakaten und haben öfter über ihr soziales Umfeld darüber erfahren als die älteren (*Grafik 98*).

**Grafik 98: Bedeutung von Plakaten / Freunden, Verwandten, Bekannten für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte und Alter (Angaben in Prozent)<sup>184</sup>**

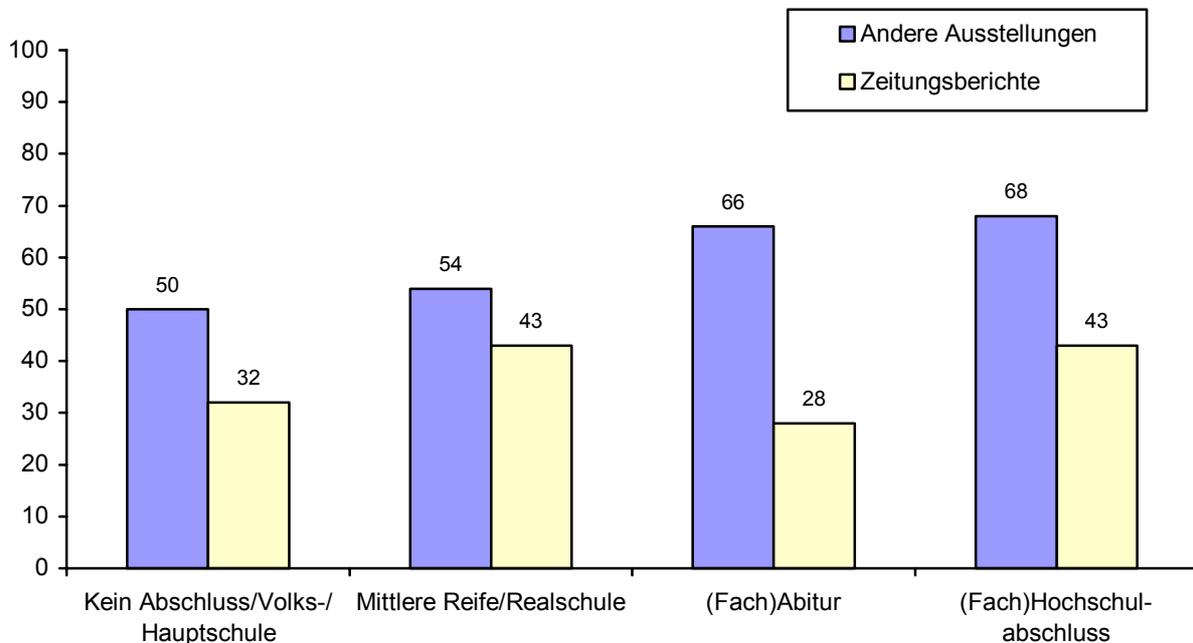


 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Ein klarer Zusammenhang zeigt sich zwischen dem Bildungsgrad der Befragten und den anderen Ausstellungen als wichtigem Aspekt für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte. Im Zusammenhang mit dem Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte wurden umso häufiger andere Ausstellungen genannt, je gebildeter die Befragten waren (*Grafik 99*). Über Zeitungsberichte haben wiederum vor allem die Akademiker und Befragte mit mittleren Bildungsabschlüssen vom Haus der Bayerischen Geschichte Kenntnis genommen (jeweils 43%).

<sup>184</sup> Plakate: Sign.: 0.009; Chi<sup>2</sup> = 11,592; Freunde, Verwandte, Bekannte: Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 36,714.

**Grafik 99: Bedeutung von anderen Ausstellungen / Zeitungsberichten für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte und Bildungsgrad (Angaben in Prozent)<sup>185</sup>**



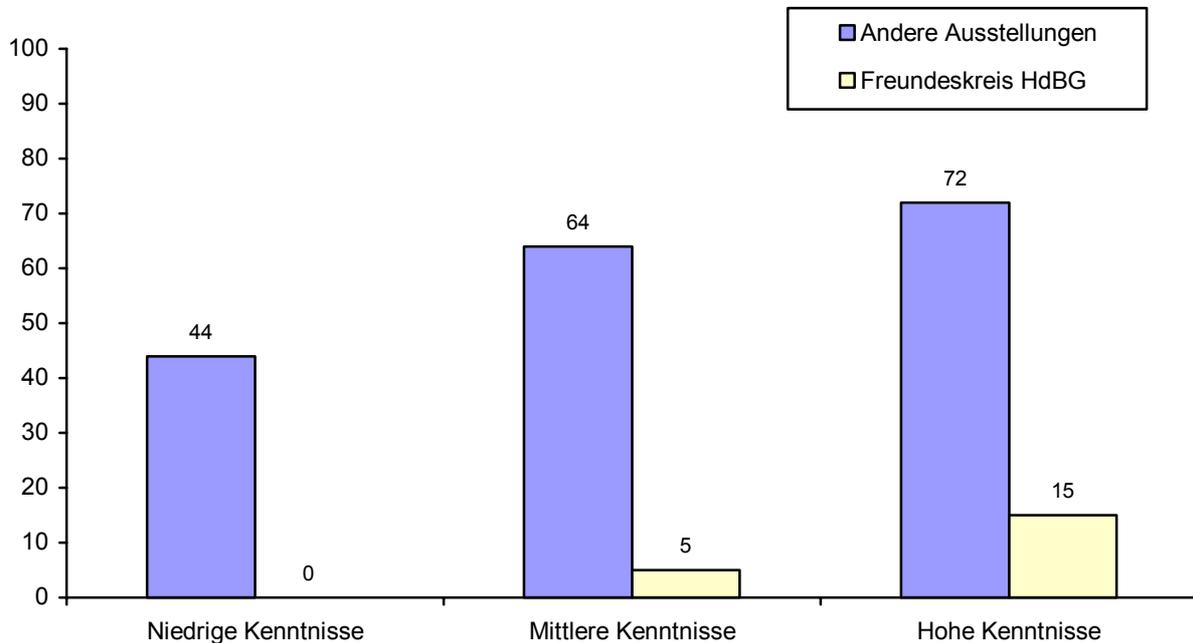
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Betrachtet man schließlich den Zusammenhang zwischen den verschiedenen Aspekten für den Bekanntheitsgrad des HdBG und den Kenntnissen der Landesgeschichte der Befragten (*Grafik 100*), so zeigt sich, dass die Aspekte "andere Ausstellungen" bzw. „Freundeskreis HdBG“ häufiger bei den "Hoch Interessierten" als bei den "Niedrig Interessierten" genannt wurden.<sup>186</sup> Dies ist insofern plausibel, als zu erwarten ist, dass Personen mit hohen Kenntnissen der Landesgeschichte insgesamt häufiger in den vom HdBG organisierten Ausstellungen anzutreffen sind bzw. auch häufiger dem Freundeskreis des HdBG nahe stehen oder diesem selbst angehören.

<sup>185</sup> Andere Ausstellungen: Sign.: 0.027; Chi<sup>2</sup> = 9,147; Zeitungsberichte: Sign.: 0.011; Chi<sup>2</sup> = 11,119.

<sup>186</sup> Sign.: 0.002; Chi<sup>2</sup> = 12,550.

**Grafik 100: Bedeutung von anderen Ausstellungen / Freundeskreis HdBG für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte und Kenntnisse der Landesgeschichte (Angaben in Prozent)<sup>187</sup>**

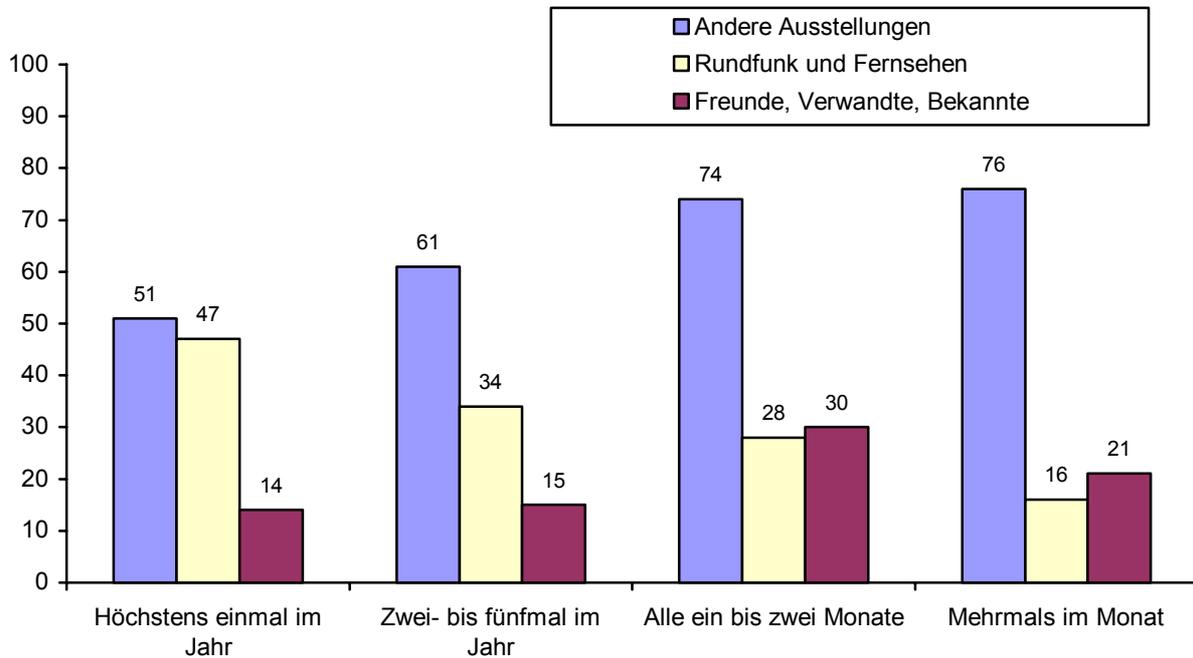


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Erwartungsgemäß besteht schließlich auch ein Zusammenhang zwischen den verschiedenen Aspekten für den Bekanntheitsgrad des HdBG und der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (*Grafik 101*). So gaben die versierten Besucher/innen häufiger an, dass sie über andere Ausstellungen das Haus der Bayerischen Geschichte kennen. Für die Gelegenheitsbesucher/innen spielten stattdessen der Rundfunk und das Fernsehen zur Informationsbeschaffung eine wichtigere Rolle.

<sup>187</sup> Andere Ausstellungen: Sign.: 0.001; Chi<sup>2</sup> = 13,254; Freundeskreis HdBG: Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 19,062.

**Grafik 101: Bedeutung von anderen Ausstellungen / Rundfunk und Fernsehen / Freunde, Verwandte, Bekannte für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte und Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (Angaben in Prozent)<sup>188</sup>**



### 3.7 Bewertung der eingesetzten neuen Medien in der Ausstellung

Der Einsatz von neuen Medien im Rahmen von Ausstellungskonzeptionen wird gegenwärtig immer wieder zur Diskussion gestellt. In vielen Ausstellungen werden mittlerweile solche Medien auch verstärkt eingesetzt. Auch das Haus der Bayerischen Geschichte greift bei seinen Ausstellungen mehr und mehr auf diese Möglichkeit zurück. Es ist 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.

<sup>188</sup> Andere Ausstellungen: Sign.: 0.004; Chi<sup>2</sup> = 13,375; Rundfunk und Fernsehen: Sign.: 0.016; Chi<sup>2</sup> = 10,346; Freunde, Verwandte, Bekannte: Sign.: 0.002; Chi<sup>2</sup> = 14,886.

Mit 81% wurde von der überwiegenden Mehrheit der Befragten der Einsatz der modernen Medien positiv eingeschätzt, 4% lehnten den Einsatz ab und 6% verhielten sich gleichgültig gegenüber dem Thema. 9% der Befragten haben sich überhaupt nicht dazu geäußert.

Die 94 Befragten, die den Einsatz von Informationssystemen ablehnten oder kein Interesse daran hatten, wurden gebeten ihre kritische Haltung gegenüber dem Einsatz der neuen Medien zu begründen (*Tabelle 14*). Mit 17% gaben dabei die meisten an, dass sie Exponate lieber direkt wahrnehmen möchten.

**Tabelle 14: Gründe für die Ablehnung des Einsatzes von Informationssystemen der Ausstellungsbesucher/innen (Ohne keine Angabe; Mehrfachantworten möglich; N = 94)**

	Neue Informationen	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Bevorzugung der direkten Wahrnehmung der Objekte und des Lesens der Texte	16	17
2.	Störung der Mitbesucher (Weg- und Objektspernung)	12	13
3.	Das Audiosystem ist gut, der Computereinsatz allerdings nicht	11	12
4.	Ablenkung und Gängelung durch die Informationssysteme	9	10
5.	Zu wenig bzw. zu oberflächliche Informationen über die Informationssysteme	8	9
6.	Mangelnde Computerkenntnisse; Bedienung zu kompliziert	7	7
7.	Nutzung der Informationssysteme ist zu zeitaufwendig	6	6
8.	Bevorzugung der Führung bzw. des zwischenmenschlichen Kontakts	4	4
9.	Das Lesen im Computer ermüdet bzw. wird zuviel	3	3
10.	Sonstiges	18	19

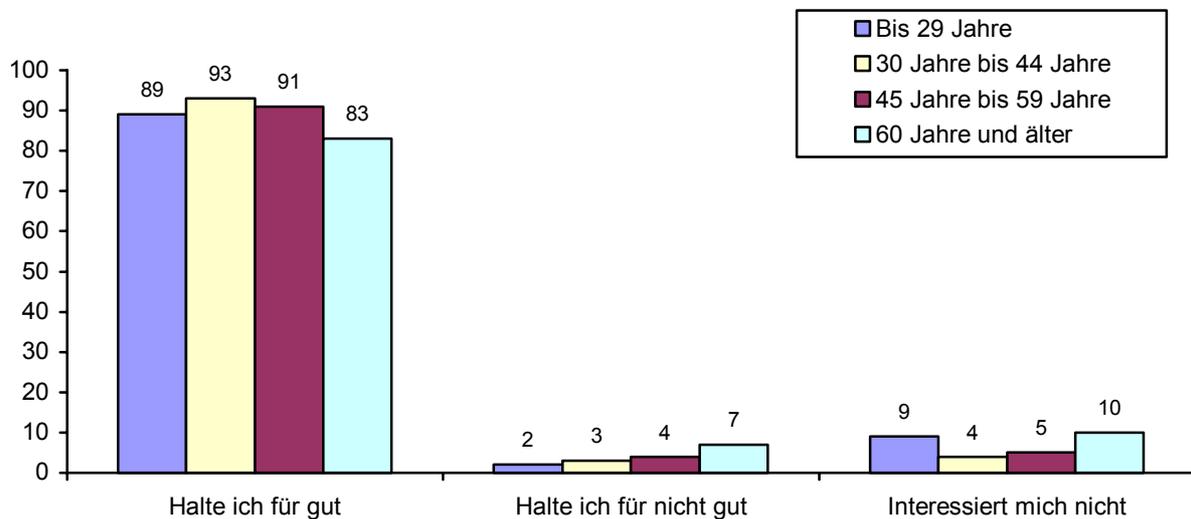
Die Akzeptanz der neuen Medien in der Landesausstellung ist insgesamt also sehr hoch, wobei sich auch hier wieder einige soziodemografische Unterschiede in der Bewertung ergeben.

Im Verhältnis zu den anderen beiden über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen fällt die Akzeptanz bei den „Habituellen Besuchern“ etwas geringer aus. So gaben 93% dieser Befragten an, dass sie dem Einsatz von Informationssystemen

positiv gegenüberstehen, wohingegen es bei den „Älteren Gelegenheitsbesuchern“ 97% und bei den „Jüngeren Gelegenheitsbesuchern“ 98% waren.<sup>189</sup>

Betrachtet man die Bewertung der neuen Medien im Verhältnis zur Altersstruktur der Befragten, so zeigt sich (*Grafik 102*), dass der Einsatz der modernen Medien insbesondere bei den „mittleren Jahrgängen“ positiv bewertet wurde. Bei den ältesten Befragten war die Zustimmung zu den neuen Medien hingegen am geringsten (83%) und die Ablehnung am größten (7%).

**Grafik 102: Bewertung des Einsatzes von Informationssystemen in der Ausstellung und Alter der Besucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>190</sup>**



 Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

Neben dem Alter stellen die Sozialität der Befragten, die Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und die Dauer des Ausstellungsbesuchs die wichtigsten Einflussgrößen dar.

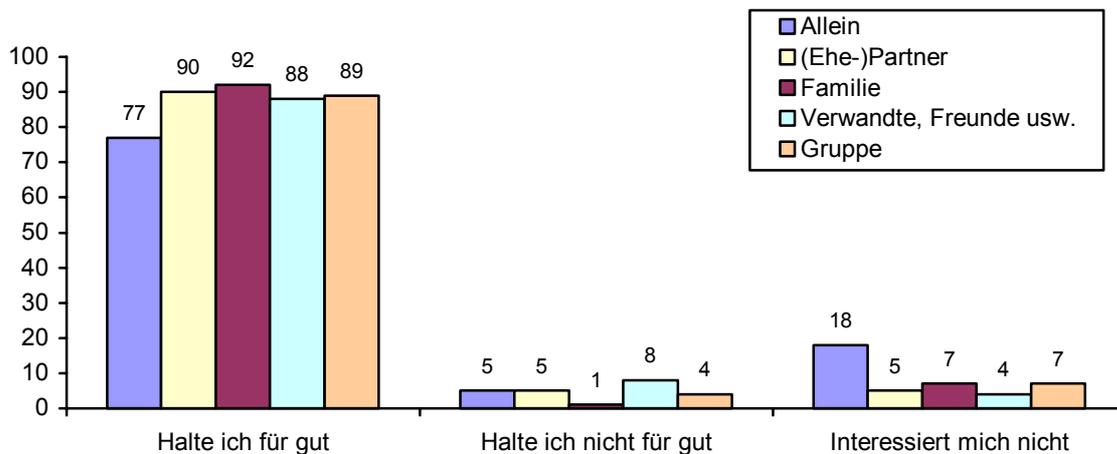
Der bereits aufgezeigte altersspezifische Aspekt steht auch damit in Zusammenhang, dass sich unter den Befragten der „mittleren Jahrgänge“ häufig diejenigen befinden, die mit ihrer Familie in der Ausstellung waren und die deshalb den Einsatz von Informationssystemen begrüßen (*Grafik 103*). 92% dieser Befragten hielten den

<sup>189</sup> Sign.: 0.018;  $\chi^2 = 8,036$ . Für die Berechnung wurde die Variable „Einsatz von Informationssystemen“ dichotomisiert und die Kategorie „Interessiert mich nicht“ dementsprechend aus der Berechnung ausgeschlossen.

<sup>190</sup> Sign.: 0.011;  $\chi^2 = 16,495$ .

Einsatz der Informationssysteme für gut, wohingegen es unter den Einzelbesuchern nur 77% waren. Die besonders hohe Akzeptanz der neuen Medien bei den Befragten, die mit ihrer Familie in der Ausstellung waren, hängt wahrscheinlich damit zusammen, dass diese Informationssysteme auch die Aufmerksamkeit der Kinder wecken können und somit eine gute Möglichkeit bieten, den Ausstellungsbesuch für Kinder abwechslungsreicher und interessanter zu gestalten.

**Grafik 103: Bewertung des Einsatzes von Informationssystemen und Sozialität der Besucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>191</sup>**



Des Weiteren hängt die Bewertung des Einsatzes von Informationssystemen von der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen ab. Die Befragten, die häufiger in Ausstellungen zu finden sind (11% von den Befragten, die alle ein bis zwei Monate eine Ausstellung besuchen), lehnten den Einsatz der Informationssysteme eher ab als die Besucher/innen, die nur selten in einer Ausstellung sind (1% von den Befragten, die höchstens einmal im Jahr in einer Ausstellung sind).<sup>192</sup>

Schließlich hielten sich die Befragten, die den Einsatz der Informationssysteme positiv beurteilen, deutlich länger in der Ausstellung auf ( $\bar{x}$  = 182 Minuten) als die Befragten, die den Einsatz eher ablehnten ( $\bar{x}$  = 160 Minuten) oder kein Interesse daran hatten ( $\bar{x}$  = 152 Minuten).<sup>193</sup>

<sup>191</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 31,387.

<sup>192</sup> Sign.: 0.001; Chi<sup>2</sup> = 21,700.

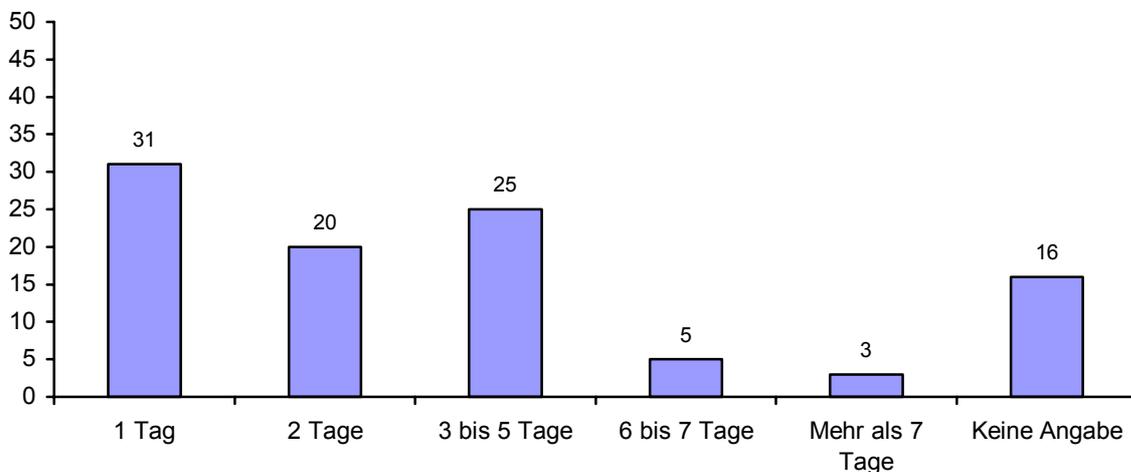
<sup>193</sup> Sign.: 0.014; F = 4,292.

### 3.8 Touristisches Potenzial für den Ausstellungsort

Mit der Befragung sollte auch der Versuch unternommen werden, zu erfassen, welches touristische Potenzial die Ausstellung für den Ausstellungsort Bamberg hatte. Dabei wurde zum einen explizit danach gefragt, ob sich die Ausstellungsbesucher/innen als Tourist/in in Bamberg aufhalten. Zum anderen wurden die Befragten gebeten, genau anzugeben, wie viele Tage sie in Bamberg bzw. seiner Umgebung verbringen und ob sie während ihres Aufenthalts auch die Stadt Bamberg besichtigen werden. Darüber hinaus konnten die Befragten angeben, was ihnen am besten in Bamberg gefallen hat und was sie auf jeden Fall noch besichtigen werden.

Von den Befragten hielten sich 58% als Tourist/in in Bamberg auf (549 Nennungen). Es zeigt sich (*Grafik 104*), dass die meisten Touristen Tagesausflügler waren (31%). 20% der Befragten besuchten Bamberg und seine Umgebung für 2 Tage. Nur 3% der Befragten verbrachten einen längeren Urlaub in der Region und blieben über eine Woche hier. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Touristen in Bamberg betrug 2,7 Tage.

**Grafik 104: Aufenthaltstage in Bamberg und Umgebung  
(Nur Touristen; Angaben in Prozent; N = 549)**



551 Befragte (59%) gaben an, dass sie während ihres Aufenthaltes auch die Stadt Bamberg besichtigt haben oder noch besichtigen möchten. Nachgefragt, was ihnen an der Stadt am besten gefallen hat (*Tabelle 15*), nannten die meisten Befragten den Dom (21%), gefolgt von der Altstadt mit 20% und dem gesamten Stadtensemble mit 15%.

**Tabelle 15: Am besten in der Stadt Bamberg gefallen  
(Ohne keine Angabe; Mehrfachantworten möglich; N = 298)**

	Neue Informationen	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Dom, Domviertel, Domberg	64	21
2.	Altstadt, Innenstadt	59	20
3.	Das gesamte Stadtbild, die ganze Stadt	46	15
4.	Altstadt und Dom	26	8
5.	Rathaus bzw. Rathaus und Dom	19	6
6.	Michaelsberg und Michaelskirche	11	4
7.	Die Landesausstellung	8	3
8.	Kleine Gassen und alter Häuser	8	3
9.	Regnitzufer, Regnitzbrücke	5	2
10	Rosengarten	5	2
11.	Sonstiges	47	16



Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

Weiterhin wurden die Ausstellungsbesucher/innen auch danach gefragt, was sie sich auf jeden Fall noch in Bamberg anschauen möchten (*Tabelle 16*). Insgesamt gab es hierzu 201 Nennungen, wobei die meisten Befragten (22%) sich noch die Altstadt und das Stadtzentrum anschauen wollten. Der Michaelsberg mit der St. Michael Kirche folgt an zweiter Stelle mit 13%.

**Tabelle 16: Weitere Besichtigungsabsicht der Ausstellungsbesucher/innen  
(Ohne keine Angabe; Mehrfachantworten möglich; N = 201)**

	Neue Informationen	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Altstadt, Innenstadt, Stadtzentrum	45	22
2.	Michaelsberg und Michaelskirche	26	13
3.	Dom und Domviertel	16	8
4.	Obere Pfarrkirche, Kirchen allgemein	14	7
5.	Altstadt und Dom	12	6
6.	Stadt allgemein	12	6
7.	Andere Ausstellungen	10	5
8.	Rathaus bzw. Rathaus und Dom	7	4
9.	Alte bzw. neue Residenz	4	2
10.	Umgebung und Region	4	2
11.	Alles, alles andere, möglichst viel	7	4
12.	War schon früher in Bamberg, kenne Bamberg gut	6	3
13.	Sonstiges	38	19



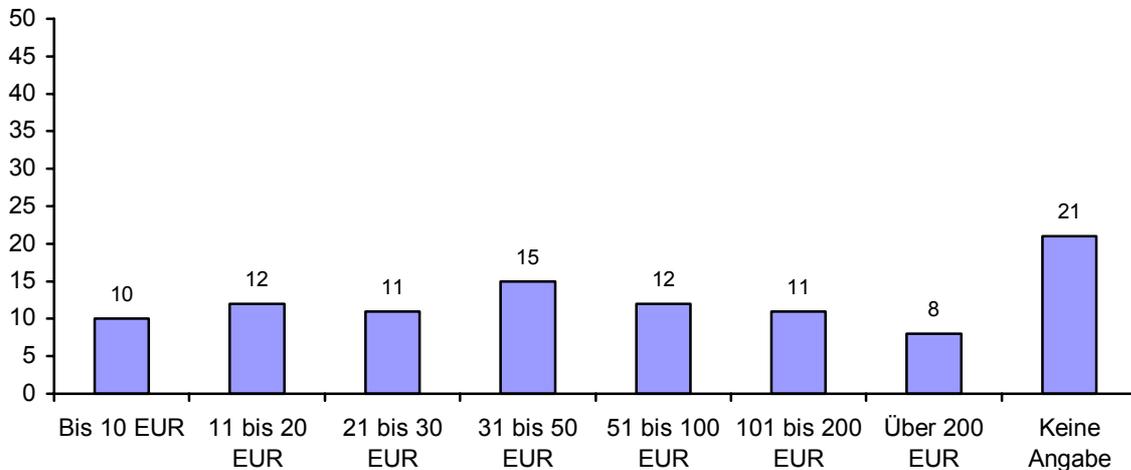
Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

Ein Anliegen der Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte ist nicht zuletzt die wirtschaftliche Förderung der jeweiligen Regionen. Auf die Ausstellungsorte kommen bei der Vorbereitung und Durchführung der Ausstellung zwar auch Investitionskosten zu. Nichtsdestotrotz fließt durch die Besucher/innen der Ausstellung Kaufkraft in einem gewissen Ausmaß zurück. Dieser Kaufkraftzufluss sollte daher zum ersten Mal bei einer Besucherbefragung zumindest annähernd erfasst werden.

Von Interesse war es daher zu erfahren, ob die Ausstellungsbesucher/innen während ihres Aufenthalts in Bamberg etwas gekauft haben oder die örtliche Gastronomie genutzt haben. 644 Befragte (68%) bejahten dies. Im Durchschnitt haben die Befragten 96 EUR während ihres Besuchs ausgegeben. Der am häufigsten genannte Wert (Modus) war mit 65 Nennungen 50 EUR. Der höchste ausgegebene Wert lag bei 2000 EUR. Die meisten Befragten (38%) haben zwischen 21 und 100 EUR ausgegeben (*Grafik 105*).

Geht man von der Gesamtzahl von rund 205.000 Besuchern aus, lässt sich aufgrund der erhobenen Daten von einem Kaufkraftzufluss (ohne Übernachtungen etc.) von rund 1,3 Mio EUR ausgehen.

**Grafik 105: Aufenthaltstage in Bamberg und Umgebung (Nur Touristen, die etwas gekauft haben; Angaben in Prozent; N = 644)**



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

### 3.9. Interesse der Besucher/innen an weiteren Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte

#### 3.9.1 Interesse an den Ausstellungsthemen "Das Rätsel Grönwald" und "Der Winterkönig"

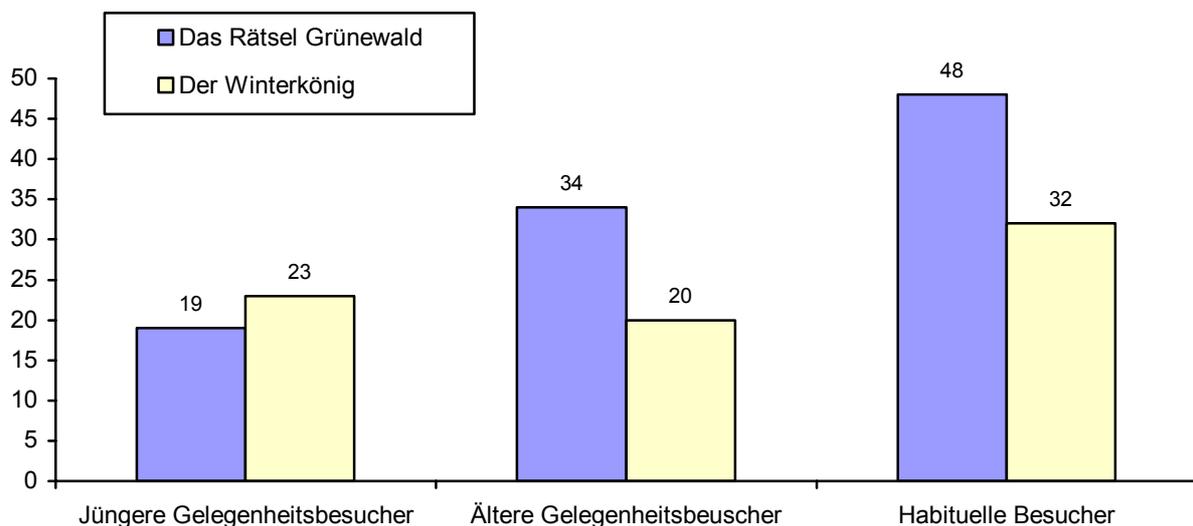
Mit der Besucherbefragung sollte auch ermittelt werden, inwieweit sich die Besucher/innen der Ausstellung für weitere Ausstellungsthemen interessieren. Sie wurden deshalb gebeten, ihr Interesse für die beiden Themen "Das Rätsel Grönwald" und "Der Winterkönig" zu äußern. Dabei zeigt sich, dass das Interesse am Thema "Das Rätsel Grönwald" etwas höher war als das Interesse am Thema "Der Winterkönig". 35% bzw. 28% der Besucher/innen gaben an, dass sie das Thema "Das Rätsel Grönwald" sehr bzw. eher interessant finden. 19% der Befragten interessieren sich für dieses Thema weniger und 7% der Befragten gaben an, dass sie sich für das Thema "Das Rätsel Grönwald" überhaupt nicht interessieren. Allerdings machten zu dieser Frage auch insgesamt 11% der Ausstellungsbesucher/innen keine Angaben.

Das Thema "Der Winterkönig" fanden demgegenüber 23% bzw. 30% der Befragten sehr bzw. eher interessant. Mit 22% ist hier aber der Anteil der Befragten recht hoch, die sich für dieses Thema weniger interessieren. 9% der Besucher/innen der Lan-

desausstellung haben überhaupt kein Interesse am Thema "Der Winterkönig" und 17% der Befragten machten zu dieser Frage keine Angabe.

Die beiden Ausstellungsthemen "Das Rätsel Grünewald" und „Der Winterkönig“ wurden von den „Habituellen Besuchern“ für interessanter gehalten als von den beiden anderen über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen (Grafik 106). So gaben 48% der „Habituellen Besucher“ an, dass sie sich für das Thema „Das Rätsel Grünewald“ sehr interessieren, wobei es bei den „Jüngeren Gelegenheitsbesuchern“ nur 19% waren.

**Grafik 106: Interesse am Ausstellungsthema "Das Rätsel Grünewald" bzw. "Der Winterkönig" und Besuchergruppen (Nur Kategorie "Sehr interessiert", Angaben in Prozent)<sup>194</sup>**



 Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
München, 2003

Dieser Zusammenhang bestätigt sich bezüglich des Interesses am Ausstellungsthema „Das Rätsel Grünewald“ auch für die meisten in die Clusteranalyse eingegangenen soziodemografischen Merkmale:

- **Alter:** So nimmt das Interesse an diesem Thema mit zunehmendem Alter zu: 58% der 60-Jährigen und älteren gegenüber 16% der unter 18-Jährigen waren sehr am Thema „Das Rätsel Grünewald“ interessiert.<sup>195</sup>

<sup>194</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 47,337 (Ausstellungsthema: "Das Rätsel Grünewald"); Sign.: 0.007; Chi<sup>2</sup> = 17,870 (Ausstellungsthema: "Der Winterkönig").

- **Bildung:** Ebenso hängt das Interesse am Ausstellungsthema „Das Rätsel Grünewald“ von der Bildung der Ausstellungsbesucher/innen ab und nimmt mit höherem Bildungsgrad zu. So gaben 44% der Akademiker gegenüber 23% der Befragten ohne Abschluss bzw. mit Hauptschulabschluss an, dass sie das Thema sehr interessiert finden.<sup>196</sup>
- **Motivation:** Die interessegeleiteten Befragten waren eher mehr am Ausstellungsthema interessiert als die Nicht-interessegeleiteten (41% gegenüber 25%).<sup>197</sup>
- **Interessen:** Die Ausstellungsbesucher/innen mit hohem geschichtlichem Interesse (40%) bzw. hohem Interesse an Kunst und Malerei (54%) waren häufiger am Ausstellungsthema „Das Rätsel Grünewald“ interessiert als die Niedriginteressierten (29% bzw. 14%).<sup>198</sup>
- **Besuchshäufigkeit:** Versierte Ausstellungsbesucher/innen haben ein deutlich höheres Interesse am Ausstellungsthema „Das Rätsel Grünewald“ als die Befragten, die nur selten Ausstellungen besuchen. So bekundeten 73% der Befragten, die mehrmals im Monat in einer Ausstellung sind, ein sehr großes Interesse am Thema gegenüber nur 19% der Befragten, die höchstens einmal im Jahr in einer Ausstellung sind.<sup>199</sup>

Für das Ausstellungsthema „Der Winterkönig“ zeigt sich zwar auch eine Abhängigkeit des Interesses am Thema von der Besuchergruppe. Bei den in die Clusteranalyse eingegangenen soziodemografischen Merkmalen lässt sich dieser Zusammenhang aber nur teilweise bestätigen.

- **Motivation:** Die interessegeleiteten Befragten waren etwas mehr am Ausstellungsthema interessiert als die Nicht-interessegeleiteten (28% gegenüber 22%).<sup>200</sup>

---

<sup>195</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 112,100.

<sup>196</sup> Sign.: 0.018; Chi<sup>2</sup> = 19,959.

<sup>197</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 19,400.

<sup>198</sup> Sign.: 0.003; Chi<sup>2</sup> = 20,225 (geschichtliches Interesse); Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 96,378 (Interesse an Kunst und Malerei).

<sup>199</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 62,537.

<sup>200</sup> Sign.: 0.046; Chi<sup>2</sup> = 7,998.

- **Interessen:** Die Ausstellungsbesucher/innen mit hohem Interesse an Kunst und Malerei waren häufiger am Ausstellungsthema „Der Winterkönig“ interessiert als die Niedriginteressierten (32% gegenüber 20%)<sup>201</sup>
- **Kenntnisse:** Die Ausstellungsbesucher/innen mit hohen Kenntnissen der Landesgeschichte bzw. der europäischen Geschichte (jeweils 36%) interessierten sich mehr für das Ausstellungsthema „Der Winterkönig“ als die Befragten mit geringen Kenntnissen (23% bzw. 16%).<sup>202</sup>
- **Besuchshäufigkeit:** Versierte Ausstellungsbesucher/innen haben ein deutlich höheres Interesse am Ausstellungsthema „Der Winterkönig“ als die Befragten, die nur selten Ausstellungen besuchen. So bekundeten 38% der Befragten, die mehrmals im Monat in einer Ausstellung sind, ihr sehr großes Interesse am Thema gegenüber nur 16% der Befragten, die höchstens einmal im Jahr in einer Ausstellung sind.<sup>203</sup>

### 3.9.2 Besuchsabsicht der Ausstellung zu Grünewald

Neben dem Interesse an den beiden Ausstellungsthemen wurden die Besucher/innen auch konkret danach gefragt, ob sie eine vom Haus der Bayerischen Geschichte für die Wintermonate geplante Ausstellung zu Grünewald besuchen würden. 43% der Befragten gaben an, dass sie die Ausstellung auf jeden Fall besuchen würden, 42% würden die Ausstellung nur dann besuchen, wenn sie in der Nähe ihres Wohnortes wäre und 6% würden nicht in die Ausstellung gehen. 9% der Befragten machten keine Angaben.

Auch hinsichtlich der bekundeten Besuchsabsicht zeigen sich für die verschiedenen Besuchergruppen wieder Unterschiede (*Grafik 107*). So wären die „Habituellen Besucher“ am ehesten bereit, die Ausstellung auf jeden Fall zu besuchen (54%).

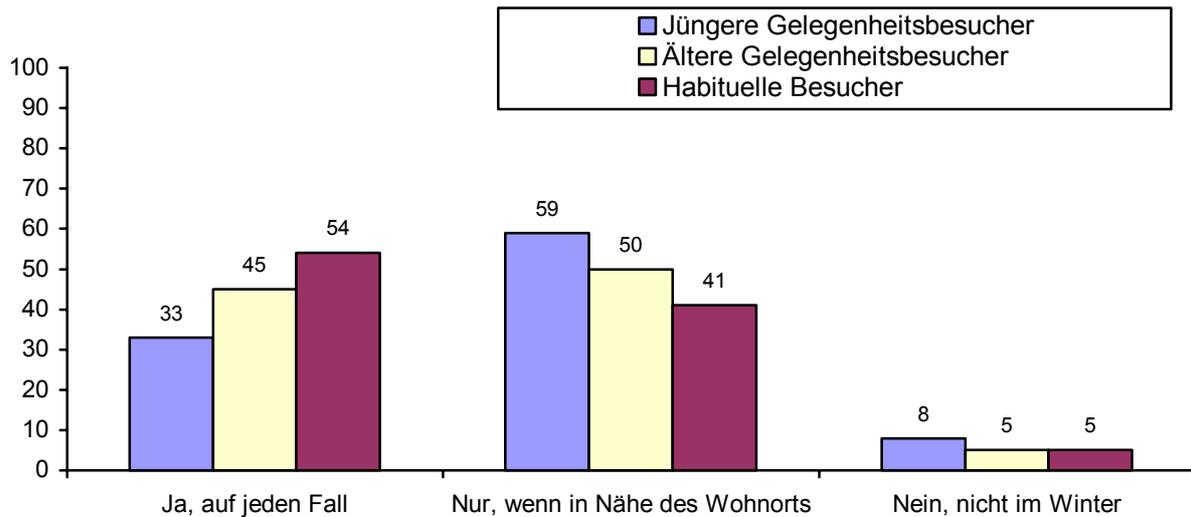
#### **Grafik 107: Besuchsabsicht der Ausstellung zu Grünewald und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)**<sup>204</sup>

<sup>201</sup> Sign.: 0.033; Chi<sup>2</sup> = 13,745.

<sup>202</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 26,453 (Kenntnisse der Landesgeschichte); Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 29,059 (Kenntnisse der europäischen Geschichte).

<sup>203</sup> Sign.: 0.001; Chi<sup>2</sup> = 29,510.

<sup>204</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 47,337 (Ausstellungsthema: "Das Rätsel Grünewald"); Sign.: 0.007; Chi<sup>2</sup> = 17,870 (Ausstellungsthema: "Der Winterkönig").



 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Dieses Ergebnis bestätigt sich auch für die meisten in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale:

- **Alter:** Mit zunehmendem Alter nimmt die Bereitschaft die Ausstellung zu „Grünwald“ zu besuchen zu. 54% der 60-Jährigen und älteren gaben an, dass sie die Ausstellung auf jeden Fall besuchen werden, gegenüber 22% bei den unter 18-Jährigen.<sup>205</sup>
- **Bildung:** Die Höhergebildeten gaben häufiger an, dass sie die Ausstellung auf jeden Fall besuchen werden. So bekundeten 52% der Akademiker ihr Interesse an einem Ausstellungsbesuch gegenüber nur 29% bei den Befragten ohne Abschluss bzw. mit Hauptschulabschluss.<sup>206</sup>
- **Motivation:** Die interessegeleiteten Befragten gaben mit 49% häufiger als die nicht-interessegeleiteten mit 24% an, dass sie die Ausstellung zu „Grünwald“ unbedingt besuchen möchten.<sup>207</sup>
- **Interesse:** Die Ausstellungsbesucher/innen mit hohem Interesse an Kunst und Malerei artikulierten mit 55% gegenüber 31% häufiger die Absicht Besuchs der Ausstellung zu „Grünwald“ als die Niedriginteressierten.<sup>208</sup>

<sup>205</sup> Sign.: 0.004; Chi<sup>2</sup> = 22,704.

<sup>206</sup> Sign.: 0.001; Chi<sup>2</sup> = 23,115.

<sup>207</sup> Sign.: 0.006; Chi<sup>2</sup> = 10,309.

<sup>208</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 38,771.

- **Kenntnisse:** Die Ausstellungsbesucher/innen mit hohen Kenntnissen der europäischen Geschichte gaben mit 50% gegenüber 34% häufiger an, dass sie die Ausstellung zu „Grünwald“ besuchen werden als die Befragten mit niedrigen Kenntnissen.<sup>209</sup>
- **Besuchshäufigkeit:** Versierte Ausstellungsbesucher/innen gaben ebenfalls häufiger an, dass sie die Ausstellung zu „Grünwald“ besuchen werden. So sagen 69% der Befragten, die mehrmals im Monat eine Ausstellung besuchen, dass sie auf jeden Fall dort sein werden gegenüber 33% der Befragten, die nur höchstens einmal im Jahr in einer Ausstellung sind.<sup>210</sup>

#### 4. Zusammenfassung

Die **Befragung** der Besucher/innen der Landesausstellung 2002 erfolgte in drei Wellen von jeweils einer Woche. Die erste Befragungswelle wurde vom 26. August 2002 bis zum 1. September 2003 in der Haupturlaubszeit durchgeführt, die zweite Welle vom 23. bis 29. September 2002 kurz nach den bayerischen Sommerferien und die dritte Befragungswelle vom 7. bis 13. Oktober 2002 kurz vor Ende der Ausstellung. Im Zeitraum vom 9. Juli bis zum 20. Oktober 2002 haben insgesamt 205.920 Personen die Ausstellung "Heinrich II." besucht. Befragt wurden im Rahmen dieser Untersuchung **1.023 Personen**. Insgesamt haben sich 44% der angesprochenen Besucher/innen an der Befragung beteiligt, was für Untersuchungen dieser Art als noch gute Ausschöpfungsquote zu bezeichnen ist.

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

- Das **Durchschnittsalter** der Befragten lag bei **49 Jahren**.
- Die Verteilung von Frauen und Männern in der Stichprobe zeigt im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung kaum Abweichungen.
- Das Publikum dieser Ausstellung ist **sehr hoch gebildet**: 23% der Besucher/innen verfügen über die (Fach-)Hochschulreife und über die Hälfte der Befragten haben einen (Fach-)Hochschulabschluss. Der Anteil der Hochgebildeten lag damit bei dieser Landesausstellung zum Teil noch über demjenigen anderer Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.

<sup>209</sup> Sign.: 0.038; Chi<sup>2</sup> = 10,140.

<sup>210</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 27,845.

- 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 die **Rentner** (22%) bzw. die sich **in Ausbildung** befindenden Besucher/innen (13%).
- Ihr **geschichtliches Interesse** bewerteten 64% der Befragten als **hoch**, die Kenntnisse der Landesgeschichte und der europäischen Geschichte wurden dagegen etwas geringer eingeschätzt: 20% bzw. 32% bezeichneten diese jeweils als hoch. Ihr Interesse an Kunst und Malerei hielten schließlich 48% der Befragten für hoch.
- Etwa **jede(r) vierte** Befragte gab an, mindestens alle ein bis zwei Monate eine Ausstellung zu besuchen, und kann damit als „**versierte(r) Ausstellungsbesucher/in**“ bezeichnet werden.
- Sehr hoch (**34%**) war unter den Befragten auch der Anteil derer, die **Mitglied in einer Vereinigung mit historischen oder kulturellen Inhalten** sind.

In der vorliegenden Untersuchung wurden mit dem Verfahren der **Clusteranalyse** aus den Besucher/innen Gruppen gebildet, um für die weitergehenden Analysen Gruppenvergleiche vornehmen zu können. Dabei wurden folgende Eigenschaften der Besucher/innen in die Clusteranalyse eingeschlossen: die Motivation zum Ausstellungsbesuch nach den beiden Ausprägungen „interessegeleitet“ und „nicht interessegeleitet“, die Sozialität, die Besuchsdauer, die allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen, das geschichtliche Interesse, die Kenntnisse der Landesgeschichte und der europäischen Geschichte, das Bildungsniveau und das Alter. Insgesamt 761 der 940 Befragten konnten eindeutig einem Cluster zugewiesen werden. Es ergaben sich **drei Cluster (homogene Gruppen) von Besuchern**, die jeweils vorwiegend durch folgende Eigenschaften gekennzeichnet sind (*Tabelle 17*):

**Tabelle 17: Besuchergruppen der Landesausstellung 2002 (Clusteranalyse)**

Variable	Cluster 1 (N = 216) Ältere Gelegenheitsbesucher	Cluster 2 (N = 171) Jüngere Gelegenheitsbesucher	Cluster 3 (N = 374) Habituelle Besucher
Bildungsniveau	Hoch	Mittel	Sehr hoch
Durchschnittsalter	50 Jahre	30 Jahre	53 Jahre
Motivationsstruktur	Teils interessegeleitet	Interessegeleitet	Hoch interessegeleitet
Allgemeines geschichtliches Interesse	Mittel	Hoch	Sehr hoch
Kenntnisse der Landesgeschichte	Mittel	Mittel – Hoch	Mittel - Hoch
Kenntnisse der europäischen Geschichte	Mittel	Mittel – Hoch	Hoch
Sozialität	Einzelbesucher	Familienbesucher	Gruppenbesucher
Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen	Eher selten Gelegenheitsbesucher	Eher selten Gelegenheitsbesucher	Eher häufig Habituelle Besucher
Durchschnittliche Besuchsdauer	170 Minuten	140 Minuten	200 Minuten



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Heinrich II.'  
 München, 2003

Die bei weitem **bedeutendste Anregung zum Besuch der Ausstellung** war das „**Interesse an der mittelalterlichen Geschichte**“ (34%), gefolgt vom "Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen" (19%) und dem "Interesse an der Geschichte Bayerns und Frankens" (12%). Dabei zeigte sich, dass **die versierten Besucher/innen**, vor allem vom Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen zum Ausstellungsbesuch animiert wurden. 58% der Befragten, die mindestens einmal alle zwei Monate in einer Ausstellung sind, gaben diesen Motivationsgrund an. Demgegenüber wurde von den Gelegenheitsbesuchern häufiger das Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg als Motiv genannt.

Für die genannten Motive bzw. Anregungen konnten auch altersspezifische Unterschiede festgestellt werden. Insbesondere für die **Besucher der „mittleren“ Jahrgänge** waren ihre geschichtlichen Interessen vordringliches Motiv, wohingegen die Befragten unter 18 Jahren eher zufällig oder als Touristen in der Ausstellung waren. Die Motivation zum Ausstellungsbesuch hängt auch mit dem formalen Bildungsniveau der befragten Besucher/innen zusammen. Die Motive „Geschichtliches Interesse“ und „Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen“ spielten bei den **höhergebildeten Besuchern** eine größere Rolle als bei den übrigen Befragten. Dagegen wurde – eine Besonderheit der Landesausstellung in Bamberg – das Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg von den Befragten ohne Abschluss bzw. mit einem Volks-/Hauptschulabschluss mit 24% gegenüber 7% bei den Akademikern als

wichtigste Anregung zum Besuch der Ausstellung besonders häufig genannt. So überwiegte auch bei den Besuchern mit Hauptschulabschluss bzw. ohne Schulabschluss das geschichtliche Interessensmotiv mit insgesamt 68% (allgemeines bzw. spezifisches Interesse an Geschichte) und lag sogar noch um 8 Prozentpunkte höher als bei den Akademikern. Das **allgemeine geschichtliche Interesse als Motivationsgrund** war auch bei denjenigen Besucher/innen **besonders ausgeprägt**, die über ein ausgesprochen **großes historisches Interesse** bzw. **hohe Kenntnisse der Landesgeschichte und der europäischen Geschichte** verfügten. Entsprechend spielte das Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen für diejenigen Befragten als Beweggrund zum Ausstellungsbesuch eine große Rolle, die ein **hohes Interesse an Kunst und Malerei** besitzen. Bei der Befragung zur Landesausstellung 2002 konnten so **drei unterschiedlich motivierte Interessengruppen** identifiziert werden, die sich hinsichtlich ihrer soziodemografischen Merkmale deutlich voneinander unterscheiden (*Tabelle 18*).

**Tabelle 18: Zusammenfassende Ergebnisse des Vergleichs des Motivationsgrundes und der verschiedenen soziodemografischen Daten**

	Alter	Geschlecht	Bildung	Interesse an Geschichte allgemein	Kenntnisse der Landesgeschichte
Generell Interessegeleitet	Mittlere Jahrgänge ( $\bar{x}$ = 48 Jahre)	Männlich	Hoch	Hoch	Hoch
Spezifisch Interessegeleitet (Stadt Bamberg)	Mittlere Jahrgänge ( $\bar{x}$ = 48 Jahre)	Männlich	Niedrig	Niedrig	Hoch
Nicht Interessegeleitet	Jüngere Personen ( $\bar{x}$ = 42 Jahre)	Männlich/ Weiblich	Mittel	Niedrig	Niedrig

Mit 46% hat der **überwiegende Teil** der Befragten die Ausstellung zusammen **mit dem (Ehe-) Partner** besucht. Jeweils 18% der Befragten gaben an, mit ihrer Familie bzw. mit Verwandten oder Bekannten zur Ausstellung gekommen zu sein. Der Anteil der Gruppenbesucher/innen (vorwiegend Schulklassen, Reisegruppen, Kulturvereine usw.) betrug 5%. 13% der Befragten haben die Ausstellung alleine besucht. Der Anteil der Besucher/innen, die alleine in die Ausstellung kamen, entsprach damit etwa demjenigen anderer Landesausstellungen. Es zeigte sich, dass die Besucher/innen **desto eher mit ihrer Familie** in die Ausstellung kamen, **je jünger sie waren und je**

**seltener sie generell Ausstellungen besuchen.** Einen Einfluss auf die Sozialität der Befragten hat dementsprechend auch das Bildungsniveau der Befragten. So fanden sich die meisten Befragten, welche die Ausstellung mit ihrer Familie besucht haben, unter denjenigen, die (noch) keinen Abschluss bzw. einen Hauptschulabschluss haben. Die **Gruppenbesucher/innen** waren bei dieser Landesausstellung am ehesten **unter den „Habituellen Besuchern“ zu finden.** Sie waren dementsprechend eher hoch gebildet und häufige Ausstellungsbesucher. Die **Einzelbesucher/innen gehörten** demgegenüber öfter **zur Gruppe der „Älteren Gelegenheitsbesucher“.**

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/innen einen Ausstellungskatalog gekauft haben.

Insgesamt **28%** der Befragten haben an **Führungen** teilgenommen. Ein Zusammenhang zwischen der Neigung zur Teilnahme an Führungen und individuellen Besuchermerkmalen konnte für verschiedene Variablen festgestellt werden. Zunächst zeigte sich, dass mit 51 Jahren das **Durchschnittsalter** der Befragten, die an einer Führung teilgenommen haben, **etwas höher** lag als das Durchschnittsalter der Ausstellungsbesucher/innen insgesamt (48 Jahre). Mit 80% haben am häufigsten die **Gruppenbesucher** an einer Führung teilgenommen.

Etwa **jede(r) dritte Befragte** hat einen **Ausstellungskatalog gekauft**, 14% der Befragten erwarben einen Kurzführer und 11% der Besucher/innen kauften eine CD-ROM. Der **Kauf von Publikationen** steht auch mit bestimmten soziodemografischen Merkmalen der Besucher/innen in Zusammenhang. Signifikante Zusammenhänge ergeben sich zunächst für die geclusterten homogenen Besuchergruppen. So äußerten die Personen, die aufgrund ihrer individuellen Merkmale der Gruppe der **„Habituellen Besucher“** zuzurechnen sind, **signifikant häufiger** als die beiden anderen Besuchergruppen, dass sie **eine Publikation erworben** haben. Diese für die jeweiligen Besuchergruppen vorliegenden **Ergebnisse bestätigen sich** wiederum – wie nachfolgend dargestellt – **für viele Einzelmerkmale.** Befragte mit einem höheren Bildungsabschluss haben häufiger als Befragte mit einer niedrigen formalen Bildung eine Publikation gekauft. Entsprechend haben auch die Ausstellungsbesucher/innen, die angaben, dass sie ein hohes geschichtliches Interesse, hohes Interesse an Kunst und Malerei bzw. umfassende Kenntnisse der Landesgeschichte und europäischen Geschichte besitzen, öfters eine Publikation gekauft. Ebenso gaben die älteren Befragten signifikant häufiger als die jüngeren an, dass sie Informationsmaterial erworben haben. Des Weiteren haben deutlich **mehr** Befragte mit einer **„interessegeleiteten“ Motivationsstruktur** eine Publikation zur Ausstellung gekauft als Befragte mit

einer „nicht interessegeleiteten“ Anreizstruktur (49% gegenüber 30%). Außerdem spielt die Sozialität der Befragten für den Kauf einer Publikation eine Rolle. Mit jeweils 54% haben am häufigsten die Befragten eine Publikation gekauft, die mit ihrer Familie oder einer Gruppe in der Ausstellung sind. Schließlich lässt sich auch ein Zusammenhang zwischen der Aufenthaltsdauer in der Ausstellung und der Kaufabsicht einer Publikation nachweisen: Personen, die länger in der Ausstellung verweilten, haben auch häufiger eine Publikation gekauft.

Die **Hälfte** der Befragten hat „**fast alle**“ **Texttafeln** in der Ausstellung **gelesen** und nur 1% hat laut eigener Auskunft gar keine Texte gelesen. Das Lesen der Ausstellungstexte hängt bei dieser Landesausstellung nicht davon ab, ob jemand an einer Führung teilgenommen hat. Deshalb wurden im Unterschied zu den Auswertungen der anderen Landesausstellungen alle Befragten hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen Textinteresse und soziodemografischer Zusammensetzung untersucht. Dabei ergeben sich signifikante Zusammenhänge zunächst für die geclusterten homogenen Besuchergruppen. So äußerten die Personen, die aufgrund ihrer individuellen Merkmale der Gruppe der „**Habituellen Besucher**“ zuzurechnen sind, **signifikant häufiger** als die beiden anderen Besuchergruppen, dass sie **fast alle Texte gelesen** haben. Diese für die jeweiligen Besuchergruppen vorliegenden **Ergebnisse bestätigen sich** wiederum **für viele Einzelmerkmale**. So haben die Befragten unter 18 Jahre im Vergleich zu allen anderen Altersgruppen öfter keinen Text zur Kenntnis genommen. Die **höhergebildeten Befragten** haben **häufiger** als die Befragten mit mittleren und niedrigen Abschlüssen **alle Texte gelesen**. Die **interessegeleiteten Befragten** haben **deutlich häufiger alle Texte gelesen** als die nicht interessegeleiteten Ausstellungsbesucher/innen (53% gegenüber 35%). Befragte, die allein bzw. mit ihrem Partner in der Ausstellung waren, haben die Texte häufiger genutzt als die Befragten mit anderen Sozialitäten. Ausstellungsbesucher/innen mit hohem geschichtlichem Interesse, hohem Interesse an Kunst und Malerei, hohen Kenntnissen der Landesgeschichte und hohen Kenntnissen der europäischen Geschichte haben häufiger alle Texte gelesen als die Befragten mit den entsprechenden niedrigen Interessen und Kenntnissen. Schließlich haben die Ausstellungsbesucher/innen umso häufiger alle Texte gelesen, je länger sie sich in der Ausstellung aufhielten.

Rund **82%** der Besucher/innen waren zum Zeitpunkt der Befragung **das erste Mal in der Ausstellung**, die restlichen Befragten haben die Ausstellung dementsprechend bereits vorher besucht. Die Ergebnisse unserer Untersuchung zeigen in der Folge, dass die Wiederholungsbesucher/innen hauptsächlich unter den Befragten zu finden waren, die aufgrund ihres spezifischen Interesses an der Geschichte des Bistums Bamberg in der Ausstellung waren.

**Durchschnittlich** waren die Besucher/innen **180 Minuten in der Ausstellung**. Dabei verbrachten die Personen, die aufgrund ihrer individuellen Merkmale der Gruppe der „**Habituellen Besucher**“ zuzurechnen sind, **signifikant häufiger** als die beiden anderen Besuchergruppen, **mehr Zeit in der Ausstellung**. Diese für die jeweiligen Besuchergruppen vorliegenden **Ergebnisse bestätigen sich** auch hier teilweise **für die jeweiligen Einzelmerkmale**. Entsprechend blieben die Befragten mit **mittleren und höheren Bildungsabschlüssen länger** in der Ausstellung als Befragte, die über eine formal niedrige Bildung verfügen. Auch die Ausstellungsbesucher/innen, die angaben, dass sie ein hohes geschichtliches Interesse, hohes Interesse an Kunst und Malerei bzw. umfassende Kenntnisse der europäischen Geschichte besitzen, verbrachten mehr Zeit in der Ausstellung als die Befragten mit den entsprechenden niedrigen Interessen und Kenntnissen. Des Weiteren blieben die Befragten umso **länger in der Ausstellung, je älter** sie waren. Schließlich blieben die Gruppenbesucher/innen (206 Minuten) und Befragte, die mit einem Lebens- oder Ehepartner die Ausstellung besuchten (192 Minuten) deutlich länger in der Ausstellung als Befragte, die mit Verwandten, Freunden oder Arbeitskollegen (167 Minuten) bzw. allein (169 Minuten) in der Ausstellung waren.

**53%** der Befragten haben während des Ausstellungsbesuchs eine **Pause gemacht**. Dabei gab **über die Hälfte** der Befragten an, dass sie die Pause **nach** der Besichtigung der „**Alten Hofhaltung**“ eingelegt haben. Die **durchschnittliche Pausenlänge** betrug **35 Minuten**.

Die Landesausstellung 2002 „Heinrich II.“ ermöglichte als Novum den Ausstellungsbesuchern eine **Verteilung ihres Besuchs auf mehrere Tage**. Dies wurde von **81%** der Befragten **für gut gehalten**. Bei dieser Einschätzung spielte vor allem das geschichtliche und das Interesse für bildende Kunst eine große Rolle. So wurde die Besuchsmöglichkeit der Ausstellung an mehreren Tagen häufiger von den jeweils Hochinteressierten begrüßt. Als Begründungen hierfür wurden hauptsächlich der Zeitgewinn und die Verbesserung der Konzentrationsfähigkeit angeführt.

Die Landesausstellung 2002 erstreckte sich über **fünf getrennte Ausstellungsbereiche**. Dies wurde von **78%** der Befragten **positiv aufgenommen**, wobei als Begründungen hierfür vor allem die Verbesserung der Pausengestaltung und der größere Abwechslungsreichtum der Ausstellung genannt wurden.

Die **fünf Ausstellungsbereiche** konnten von den Befragten anhand der **Vergabe von Rangplätzen** bewertet werden. Dabei zeigt sich, dass die „**Alte Hofhaltung (Historisches Museum)**“ mit einem durchschnittlichen Rangwert von 1,82 am **besten beurteilt** wurde, gefolgt vom „Diözesanmuseum“ (2,11). Am schlechtesten wurde das „Mittelalterliche Gehöft“ bewertet (3,85). Die Einschätzung der fünf Ausstellungs-

bereiche hängt auch mit bestimmten soziodemografischen Merkmalen zusammen. So **gefiel** etwa das „**Mittelalterliche Gehöft**“ den **weiblichen Befragten** etwas **besser** als den männlichen. Ebenso erhielt das „**Mittelalterliche Gehöft**“ von den **Befragten unter 18 Jahren** einen deutlich besseren Rang als von allen anderen Altersgruppen, wohingegen die „**Staatsbibliothek**“ **umso besser** bewertet wurde, **je älter** die Befragten waren. Die „**Alte Hofhaltung**“ und das „**Mittelalterliche Gehöft**“ wurden von den Befragten mit **geringerer Bildung am besten** eingeschätzt. Demgegenüber mochten die **Akademiker** und die **an Kunst und Malerei Interessierten** die „**Staatsbibliothek**“ lieber. Die „**Staatsbibliothek**“ wurde auch von den Befragten **bevorzugt**, die ein **Interesse an Kunst- und Kulturausstellungen** haben, wohingegen die „**Alte Hofhaltung**“ vor allem von den Befragten mit **Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg am besten** beurteilt wurde. Hinsichtlich der Sozialität der Befragten lässt sich feststellen, dass den **Einzelbesuchern** die „**Staatsbibliothek**“ **besonders gefiel**. Bei den **Befragten, die mit ihrer Familie in der Ausstellung waren**, fand stattdessen das „**Mittelalterliche Gehöft**“ **häufiger Anklang**. Die **Gelegenheitsbesucher/innen** wiesen der „**Alten Hofhaltung**“ und dem „**Mittelalterlichen Gehöft**“ im Schnitt **höhere Ränge** zu, wohingegen die **habituellen Besucher/innen** der „**Staatsbibliothek**“ **den Vorzug** gaben. Schließlich mochten die Befragten die „**Staatsbibliothek**“ **umso lieber, je länger** sie sich in der **Ausstellung** aufhielten. Insgesamt lässt sich feststellen, dass insbesondere das „**Mittelalterliche Gehöft**“ und die „**Staatsbibliothek**“ in ihren soziodemografischen Merkmalen gegensätzliche Besucher/innen ansprechen.

Insgesamt gaben **82%** der Befragten **einen Teil der Ausstellung** an, den sie **besonders interessant** gefunden haben. Am häufigsten wurde die „**Alte Hofhaltung**“ von etwa jedem fünften Befragten genannt, gefolgt von den „**Papst- und Kaisermänteln**“. Die Bewertung der interessantesten Ausstellungsteile ist wiederum abhängig von bestimmten Besuchermerkmalen. So wurden die „**Papst und Kaisermäntel**“ **häufiger von den jüngeren Befragten** für besonders interessant gehalten. Die „**Staatsbibliothek**“ lag demgegenüber eher in der **Gunst der älteren Befragten**. Betrachtet man die bildungsspezifischen Aspekte, welche die Bewertung der interessantesten Ausstellungsteile beeinflussen, so zeigt sich, dass die **Akademiker** vor allem die „**Staatsbibliothek**“ bzw. das „**Leben Heinrichs II.**“ für besonders interessant hielten, wohingegen die „**Alte Hofhaltung**“ öfters von den Befragten mit **mittleren und niedrigen Bildungsabschlüssen** bevorzugt wurde. Entsprechende Ergebnisse zeigen sich auch beim allgemeinen Interesse an Kunst und Malerei: **Höherinteressierte** favorisierten die „**Staatsbibliothek**“, **Niedriginteressierte** die „**Alte Hofhaltung**“. Auch die Besuchshäufigkeit von Ausstellungen spielt für die Bewertung der Ausstellungsteile eine Rolle. So fanden die **Gelegenheitsbesucher/innen** häufiger die „**Alte Hofhaltung**“ interessant, während die **versierten Besu-**

cher/innen öfters Interesse an der „**Staatsbibliothek**“ und den „**Papst- und Kaisermänteln**“ zeigten. Weitere signifikante Zusammenhänge bestehen mit dem Motivationsgrund für den Ausstellungsbesuch. So wurde die „**Alte Hofhaltung**“ von denjenigen Befragten für interessanter gehalten, die über das **Interesse an der Geschichte des Bistums Bamberg** zum Besuch der Ausstellung motiviert wurden. Auch die Sozialität der Befragten steht mit der Bevorzugung bestimmter Ausstellungsteile in Zusammenhang: Die „**Alte Hofhaltung**“ fand vor allem bei **Gruppenbesuchern** besonderes Interesse, wohingegen die **Einzelbesucher/innen** öfters das „**Leben Heinrichs II.**“ und die „**Papst- und Kaisermäntel**“ präferierten. Weiterhin wurde insbesondere die „**Staatsbibliothek**“ häufiger von denjenigen **Befragten** für interessant eingeschätzt, **die länger in der Ausstellung verweilten**. Schließlich hielten die Befragten, die jeweils der „**Alten Hofhaltung**“, der „**Staatsbibliothek**“ und dem „**Diözesanmuseum**“ einen entsprechend **hohen Rangplatz** vergaben, auch **die entsprechenden Ausstellungsteile für besonders interessant**.

Insgesamt haben **76%** aller Befragten ein **Exponat** angegeben, das sie für **besonders beeindruckend** hielten. An erster Stelle wurde der „**Sternenmantel**“ (26%) genannt, gefolgt von den „**Papstgewändern bzw. Gewändern allgemein**“ (10%). Auch hier lassen sich wieder soziodemografische Unterschiede in der Bewertung feststellen. So **bevorzugten die weiblichen Befragten** die „**Papstgewänder**“ und die „**Handschriften und Urkunden**“ deutlich häufiger als die männlichen Befragten. Auch wurden die „**Handschriften und Urkunden**“ besonders **oft von** den Befragten mit **hohen Kenntnissen der europäischen Geschichte** präferiert. Umgekehrt wurden die „**Papstgewänder**“ und die „**Kaiserkrone**“ eher von den Befragten für besonders interessant gehalten, die **geringe Kenntnisse der europäischen Geschichte** oder ein **niedriges Interesse an Kunst und Malerei** besitzen. Ähnliche Ergebnisse zeigten sich im Zusammenhang mit der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen: **Gelegenheitsbesucher/innen** fanden öfters die „**Papstgewänder**“ und die „**Kaiserkrone**“ beeindruckend, wohingegen, die **versierten Besucher** „**Bücher und Buchmalereien**“ bzw. „**Handschriften und Urkunden**“ bevorzugten. Weiterhin wurden insbesondere „**Bücher und Buchmalereien**“ häufiger von denjenigen **Befragten** für beeindruckend gehalten, **die länger in der Ausstellung verweilten**. Schließlich hielten die Befragten, die die „**Alte Hofhaltung**“ **hoch bewerteten**, häufiger die „**Kaiserkrone**“ für ein besonders beeindruckendes Exponat. Die Besucher/innen, die der „**Staatsbibliothek**“ einen **hohen Rangplatz** verliehen haben, zeigten sich erwartungsgemäß vor allem an „**Büchern und Buchmalereien**“ **interessiert**. Demgegenüber wurden von den Befragten, die das „**Diözesanmuseum**“ **bevorzugten**, die „**Papstgewänder**“ als besonders eindrucksvoll hervorgehoben.

75% der Befragten beurteilten die **optische Präsentation der Ausstellung positiv** (sehr gut bzw. gut), wobei sie umso positiver bewertet wurde, je besser die Verständlichkeit der Texte, die Führung, das Audiosystem bzw. das Informationssystem eingeschätzt wurden. Dieses Ergebnis deutet, darauf hin, dass die Besucher/innen der Ausstellung einen **Gesamteindruck** der Ausstellung entwickeln, der sich auf die Bewertung einzelner Aspekte positiv oder negativ auswirken kann.

Darüber hinaus spielen soziodemografische Merkmale wieder eine Rolle. So zeigt sich, dass die „**mittleren**“ **Jahrgänge** und die **Höhergebildeten** die optische Präsentation der Ausstellung etwas **negativer** als die übrigen Alters- bzw. Bildungsgruppen **bewerteten**. Die **allgemein geschichtlich interessierten** bzw. **interessegeleiteten** Befragten bewerteten jedoch die Optik der Ausstellung **positiver** als die nicht interessegeleiteten. Weiterhin stellte sich für die **versierten Besucher/innen** die optische Präsentation der Ausstellung **schlechter** dar als für die Gelegenheitsbesucher/innen. Schließlich wurde die optische Präsentation der Ausstellung **umso besser** wahrgenommen, **je höher** die „**Alte Hofhaltung**“ bewertet wurde.

Über die Landesausstellung 2002 ist es gelungen neue Informationen zu vermitteln. Dazu wurden von den Befragten 666 Angaben gemacht, wobei am häufigsten **neue Informationen über das Leben und die Geschichte Heinrichs II. allgemein** vermittelt wurden (17%), gefolgt von Informationen über den Alltag und das Leben im Mittelalter (15%). Auch hier gaben etwa Personen, die aufgrund ihrer individuellen Merkmale der Gruppe der „**Habituellen Besucher**“ zuzurechnen sind, **signifikant häufiger** an, dass sie „**keine oder nur wenige neue Informationen**“ erhalten haben. Demgegenüber haben die „**Jüngeren Gelegenheitsbesucher**“ öfters Neues über das „**Leben und die Geschichte Heinrichs II. allgemein**“ bzw. den „**Alltag und das Leben im Mittelalter**“ erfahren, wohingegen für die „**Älteren Gelegenheitsbesucher**“ das Herstellen „**geschichtlicher Zusammenhänge**“ und die „**Auffrischung ihrer Geschichtskennnisse**“ im Vordergrund standen. Diese **Ergebnisse bestätigen sich wiederum für viele Einzelmerkmale**. So gaben die **jüngeren Befragten** häufiger an, dass sie neue Informationen über das „**Leben und die Geschichte Heinrich II. allgemein**“ erhielten, während für die **60-Jährigen und Älteren** die „**Auffrischung von Geschichtskennnissen**“ und die Herstellung „**geschichtlicher Zusammenhänge**“ möglich wurde. Neue Informationen über das „**Leben und die Geschichte Heinrichs II. allgemein**“ wurden besonders häufig den **Niedriggebildeten** vermittelt. **Befragte mit mittleren Abschlüssen** gaben deutlich häufiger als die restlichen Befragten an, dass die Informationen über das „**Leben und den Alltag im Mittelalter**“ neu waren. Die **Akademiker** und **hochinteressierten Besucher/innen** nannten erwartungsgemäß am häufigsten, dass sie „**keine oder nur wenige neue Informationen**“ gewinnen konnten. Befragte mit **niedrigem**

**geschichtlichem Interesse** erhielten häufiger eine „**Auffrischung ihrer Geschichtskennntnisse**“. Neue Informationen zum „**Leben und der Geschichte Heinrichs II. allgemein**“ haben demgegenüber die Befragten mit **mittlerem geschichtlichem Interesse** am häufigsten vermittelt bekommen.

Neben neuen Informationen konnte auch eine **veränderte Vorstellung über Heinrich und Kunigunde** vermittelt werden. Insgesamt wurden von den Befragten diesbezüglich 628 Angaben gemacht, wobei mit einem Anteil von 10% die meisten Ausstellungsbesucher/innen sagten, dass Heinrich II. "**machtbewusst, machtpolitisch, machtbesessen**" sei, gefolgt von der Aussage, er sei "geschichtlich bedeutend" gewesen (8%).

Die **Bewertung der Texte** zur Ausstellung erfolgte sowohl hinsichtlich der Verständlichkeit als auch der Ausführlichkeit und fiel **insgesamt sehr positiv** aus. **94%** der Befragten **bewerteten die Verständlichkeit sehr gut bzw. gut**. Dabei schätzten die **weiblichen Befragten** die Verständlichkeit der **Texte** etwas **besser** ein. Ebenso waren die Befragten mit einem **hohen Interesse an Geschichte** bzw. an **bildender Kunst** mit der Verständlichkeit der **Texte zufriedener** als die Befragten mit niedrigem bzw. mittlerem Interesse. Des Weiteren wurde die Verständlichkeit der **Texte umso besser** bewertet, **je länger** jemand **in der Ausstellung** verweilte. Die **Ausführlichkeit der Texte** wurde von der **überwiegenden Mehrheit** der Befragten **als angemessen** empfunden (83%). Dabei hielten die „**Älteren Gelegenheitsbesucher**“ die Ausführlichkeit der **Texte häufiger für angemessen** als die Befragten der anderen beiden Besuchercluster. Am wenigsten zufrieden waren hier die „**Jüngeren Gelegenheitsbesucher**“: sie schätzten die Texte im Vergleich häufiger als zu knapp oder als zu ausführlich ein. Die Textausführlichkeit wurde – betrachtet man die jeweiligen Einzelmerkmale - insbesondere von den „**mittleren Jahrgängen**“, den **Akademikern** und den **Höherinteressierten negativer** bewertet als von den anderen Alters- und Bildungsgruppen. Auch die **Einzelbesucher/innen** und die **Befragten, die mit Verwandten, Freunden oder Arbeitskollegen** in der Ausstellung waren, waren häufiger der Meinung, dass die **Texte zu knapp** sind. Schließlich wurden die Texte von den **versierten Besuchern** eher für **zu knapp** gehalten als von den Gelegenheitsbesuchern.

Von den 262 Personen, die an einer **Führung** teilgenommen haben, bewerteten **43%** diese als „**sehr gut**“ und **44%** als „**gut**“. 12% der Befragten waren hingegen unzufrieden mit der Führung und vergaben das Urteil „weniger gut“ bzw. „schlecht“. Die im Rahmen der Führung **vermittelten Informationen** empfanden **73%** der Befragten als „**gerade recht**“. 16% hätten gerne ausführlichere Informationen bekommen, während 4% der Teilnehmer die Führung zu ausführlich empfanden.

Die Landesausstellung 2002 stellte ihren Besucher/innen ein **Audiosystem** zur Verfügung, das über Kopfhörer genutzt werden konnte. **71%** der Befragten haben dieses System verwendet, wobei sich die Nutzung in Abhängigkeit von der Sozialität der Befragten zeigt. Insbesondere **Gruppenbesucher/innen** und **Befragte**, die **mit ihrer Familie** in der Ausstellung waren, griffen auf das Audiosystem zu. Die **versierten Besucher/innen** verwendeten es ebenfalls deutlich häufiger als die Gelegenheitsbesucher/innen. Außerdem wurde das Audiosystem eher von den Befragten genutzt, die sich länger in der Ausstellung aufhielten.

Die über das Audiosystem **vermittelten Informationen** wurden von **79%** der Befragten für **angemessen** gehalten. 12% fanden sie seien zu knapp gewesen und für 6% der Befragten waren sie zu ausführlich. Bei dieser Beurteilung zeigen sich sowohl alters- als auch bildungsspezifische Effekte: So wurden die Informationen in ihrer Ausführlichkeit von den **älteren** und **niedrig gebildeten** Befragten **positiver bewertet** als von den jüngeren Befragten und Hochgebildeten.

Das **Audiosystem** wurde von der Mehrheit der Befragten **als hilfreich eingeschätzt**, wobei es etwa **umso nützlicher** beurteilt wurde, **je älter** die Besucher/innen waren. Die **Einzel-** und **Gruppenbesucher/innen** bewerteten die Brauchbarkeit des Audiosystems **etwas kritischer** als die Befragten, die mit Partner oder Familie in der Ausstellung waren. Schließlich hielten die Befragten mit **hohen Kenntnissen der europäischen Geschichte** das Audiosystem für etwas **weniger hilfreich** als die Befragten mit geringeren Kenntnissen.

Die **Benutzerfreundlichkeit des Audiosystems** wurde von den Befragten **sehr positiv bewertet**, wobei die **weiblichen Befragten** das „Handling“ insgesamt **besser einschätzten** als die männlichen.

Neben diesem Audiosystem stand den Besucher/innen der Landesausstellung 2002 auch ein computergesteuertes **Informationssystem** zur Verfügung. **57%** der Befragten haben auch dieses verwendet. Vor allem die Befragten mit **hohen Kenntnissen in europäischer Geschichte** haben während ihres Ausstellungsbesuchs das PC-Informationssystem **eingesetzt**. Die **Nutzer des Informationssystems** fanden sich zudem vor allem unter den Befragten, die **eher länger in der Ausstellung verweilten**. Ein deutlicher Zusammenhang besteht auch zwischen dem Einsatz des Informationssystems und der Nutzung des Audiosystems: Befragte, die das Audiosystem verwendeten, setzten auch häufiger das Informationssystem ein als die Befragten, die das Audiosystem nicht beachteten.

Die über das Computersystem **vermittelten Informationen** bezeichneten **76%** der Befragten als **angemessen**. 17% fanden die Informationen zu knapp, während sich 3% der Befragten weniger ausführlichere Informationen gewünscht hätten. Bei dieser Beurteilung zeigen sich altersspezifische Effekte: Die Ausführlichkeit der Informationen wurde von den **älteren** Befragten **positiver bewertet** als von den jüngeren.

Das **Informationssystem** wurde von den Befragten insgesamt **als hilfreich eingeschätzt** – allerdings hinsichtlich seiner Nützlichkeit etwas schlechter bewertet als das Audiosystem. Auch hierbei zeigen sich typische soziodemografische Unterschiede. Die Befragten der „**mittleren Jahrgänge**“, die **Höhergebildeten** und die Befragten **mit hohen Kenntnissen der europäischen Geschichte** schätzten die Nützlichkeit des Informationssystem **am geringsten** ein. Die **Benutzerfreundlichkeit des Informationssystems** wurde dagegen von allen Befragten einheitlich **positiv bewertet**.

**11%** der Befragten waren **mit Kindern** in der Ausstellung, wobei insgesamt **5%** der Besucher/innen das **Kinderprogramm** genutzt haben. Die Aufgabenblattgestaltung des Kinderprogramms wurde von den Nutzern als übersichtlich eingestuft. Die praktischen Aufgaben selbst wurden als eher leicht und die Aufgaben insgesamt als etwas schwieriger eingeschätzt.

Weiterhin wurde in der Befragung untersucht, wie zufrieden die Besucher/innen mit der **Infrastruktur und den Serviceleistungen** waren. **Am besten** schnitt bei der Bewertung das **Audiosystem** mit einer Durchschnittsnote von 1,7 ab. **Am unzufriedensten** waren die Besucher/innen mit den **Parkmöglichkeiten** (3,5). Noch gut wurden die Ausschilderung des Rundgangs und das Informationssystem beurteilt (jeweils 2,0).

Die meisten Befragten (**68%**) haben die Ausstellung **mit ihrem eigenen PKW bzw. Motorrad** erreicht, gefolgt von 16% der Befragten, die ein öffentliches Verkehrsmittel benutzt haben.

Als **wichtigste Informationsquelle** für den Ausstellungsbesuch erwies sich das **soziale Netzwerk** (Freunde, Verwandte usw.), gefolgt von Berichten in **überregionalen Zeitungen** und der **Plakatwerbung**. Auch die **Berichte in regionalen Zeitungen** hatten als Informationsquelle noch eine größere Bedeutung. Demgegenüber fielen die anderen Informationsquellen (Fernsehberichte, Freundeskreis des HdBG, Veranstaltungsprogramme, Internet, Berichte im Rundfunk, Anzeigen und Verlagsinformationen über den Katalog) weit weniger ins Gewicht. Die jeweils bedeutendste Informationsquelle hängt mit unterschiedlichen individuellen Merkmalen der Be-

sucher/innen zusammen. So haben die „**Jüngeren Gelegenheitsbesucher**“ häufiger als die anderen beiden Besuchergruppen das **soziale Netzwerk** und die **Plakatwerbung** genutzt. Die „**Habituellen Besucher**“ bevorzugten demgegenüber **häufiger Zeitungsberichte**, um sich über die Ausstellungstermine zu informieren. Entsprechend wurden auch in Abhängigkeit vom **Alter** der Befragten unterschiedliche Informationsquellen genutzt. So ließen sich die **unter 18-Jährigen** am häufigsten **von Freunden, Bekannten und Verwandten** zum Besuch der Ausstellung animieren, wohingegen die **älteren Besucher/innen häufiger** über **Zeitungsberichte** von der Ausstellung erfahren haben. Ähnliche Zusammenhänge zeigen sich auch hinsichtlich der **Motivation** der Befragten. So ist die Bedeutung, die **Freunde, Bekannte und Verwandte** als Informationsquelle besitzen, **häufiger** für diejenigen **Befragten** hoch, die **eher zufällig** in der Ausstellung waren, wohingegen die Befragten, die sehr an der **Geschichte des Bistums Bamberg interessiert** sind, **Zeitungsberichte** als Informationsquelle **bevorzugten**. Mit der Höhe des **Interesses an der Landesgeschichte** nimmt der **Einfluss von Zeitungsberichten** als Informationsquelle **zu** und der Einfluss des sozialen Netzwerkes ab. Schließlich lässt sich auch ein Zusammenhang zwischen der Bedeutung der verschiedenen Informationsquellen und der **Sozialität der Befragten** feststellen: **Zeitungsberichte** wurden vor allem von **Alleinbesuchern** und **Befragten**, die **mit ihrem Partner** in der Ausstellung waren, **bevorzugt**, wohingegen das **soziale Netzwerk** als Informationsquelle eher für diejenigen **Befragten** eine größere Rolle spielte, die **mit ihren Verwandten, Freunden und Bekannten** die Ausstellung besuchten. Für die **Befragten mit Familie** stellte schließlich das Fernsehen noch eine wichtige Informationsquelle dar.

Zum gestützten **Bekanntheitsgrad** des Hauses der Bayerischen Geschichte gilt es festzuhalten, dass **64%** der Befragten „**bereits vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört hatten**“. Vorauszuschicken ist hier, dass unsere Ergebnisse zeigen, dass die „**Habituellen Besucher**“ **bereits in einem weitaus größeren Umfang das Haus der Bayerischen Geschichte kannten** als die „**Älteren Gelegenheitsbesucher**“ und die „**Jüngeren Gelegenheitsbesucher**“ (**77%** gegenüber **57%** bzw. **54%**). In der Folge bestätigt sich dieses Ergebnis für die Einzelmerkmale der Besucher/innen in den meisten Fällen. Insgesamt gaben **mehr männliche Befragte** als Frauen an, dass ihnen das Haus der Bayerischen Geschichte **bekannt** sei (**69%** gegenüber **62%**). Der **Anteil** derer, denen das Haus der Bayerischen Geschichte ein Begriff war, **wuchs mit dem Alter** und den **geschichtlichen Interessen und Kenntnisse** der Befragten. Des Weiteren ist der Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte abhängig vom **Motivationsgrund** der Befragten, wobei diejenigen Besucher/innen, die aufgrund ihres **Interesses an der Geschichte des Bistums Bamberg** in der Ausstellung waren, bereits **am häufigsten** vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört haben (**73%**).

Der Großteil derer, die angaben, das Haus der Bayerischen Geschichte zu kennen, kannten es **von anderen Ausstellungen (63%)**. 37% nannten Zeitungsberichte, in denen sie vom Haus der Bayerischen Geschichte gelesen hatten. 31% haben darüber etwas in Rundfunk oder Fernsehen gehört. 26% war es von Plakaten bekannt und 18% gaben Freunde, Verwandte usw. als Informationsquelle an. 7% der Befragten wurden schließlich über den Freundeskreis des HdBG auf das Haus der Bayerischen Geschichte aufmerksam.

Weiterhin sollten die Befragten beurteilen, was sie von dem **Einsatz moderner Medien**, z.B. Computern in Ausstellungen halten. Von der überwiegenden Mehrheit der Befragten wurde der Einsatz der modernen Medien **positiv** bewertet (81%). 4% lehnten den Einsatz ab und 6% verhielten sich gleichgültig gegenüber dem Thema; 9% der Befragten haben sich dazu überhaupt nicht geäußert. Als Grund für eine ablehnende Haltung gegenüber dem Einsatz der modernen Medien wurde von den Befragten vor allem angegeben, dass sie die Exponate lieber direkt wahrnehmen möchten. Die Akzeptanz der neuen Medien in der Landesausstellung hängt wiederum von bestimmten soziodemografischen Merkmalen ab. So fällt im Verhältnis zu den anderen beiden Besucherclustern die **Akzeptanz** bei den „**Habituellen Besuchern**“ etwas **geringer** aus. Es zeigt sich auch, dass der Einsatz der modernen Medien insbesondere **bei den „mittleren Altersjahrgängen“ positiv bewertet** wurde, während bei den **ältesten Befragten** diese Zustimmung dagegen **am geringsten** war. **92%** der **Befragten**, die **mit ihrer Familie** in der Ausstellung waren, hielten den Einsatz der neuen Informationssysteme für gut, wohingegen es unter den **Einzelbesuchern nur 77%** waren. Die **versierten Besucher/innen lehnten den Einsatz** der neuen Medien **eher ab** als die Gelegenheitsbesucher/innen. Schließlich hielten sich die **Befragten**, die den Einsatz der modernen Informationssysteme **positiv beurteilten**, **deutlich länger in der Ausstellung** auf als die Befragten, die den Einsatz eher ablehnen oder kein Interesse daran hatten.

Am Rande sollte mit der Besucherbefragung zur Landesausstellung 2002 auch der Versuch unternommen werden, zu erfassen, welches touristische Potenzial diese Ausstellung für den Ausstellungsort Bamberg hatte. Zusammengefasst ergibt sich, dass die Landesausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte in Bamberg auch für den Ausstellungsort selbst ein **nicht zu vernachlässigendes touristischen Potenzial** mobilisieren konnte, dessen ökonomische Effekte für den Einzelhandel und das Gastgewerbe in der Stadt nicht unwesentlich gewesen sein dürften. Von den Befragten hielten sich **58% als Touristen** in Bamberg auf, wobei die meisten Tagesausflügler waren. **59%** gaben an, dass sie während ihres Aufenthaltes auch die **Stadt Bamberg besichtigt** haben oder noch besichtigen möchten. Den

meisten Befragten haben dabei der **Dom** und die **Altstadt am besten gefallen**. **68%** der Befragten hatten bei ihrem Besuch die örtliche Gastronomie genutzt bzw. **etwas gekauft** und dabei **durchschnittlich 96 EUR ausgegeben**.

Abschließend ging es darum zu erfahren, ob und inwieweit sich die Besucher/innen der Landesausstellung 2002 auch für **weitere Ausstellungen** des Hauses der Bayerischen Geschichte interessieren. Das **Thema "Das Rätsel Grünewald"** wurde von **35% bzw. 28%** der Befragten als **sehr bzw. eher interessant** eingeschätzt. 19% der Befragten interessierten sich für dieses Thema weniger und 7% der Befragten gaben an, dass sie überhaupt nicht interessiert sind. 11% machten keine Angaben. Für das **Thema "Der Winterkönig"** interessierten sich demgegenüber **23% (sehr interessant) bzw. 30% (eher interessant)**, 22% gaben an, dass sie sich für dieses Thema weniger interessieren und 9% der Befragten der Landesausstellung 2002 zeigten überhaupt kein Interesse am Thema "Der Winterkönig"; 17% der Befragten machten hierzu keine Angaben. **Beide** Ausstellungsthemen wurden von den „**Habituellen Besuchern**“ für interessanter gehalten als von den anderen beiden Besuchergruppen. Dieser Zusammenhang bestätigt sich bezüglich des Interesses am Ausstellungsthema „**Das Rätsel Grünewald**“ für die meisten in die Clusteranalyse eingegangenen soziodemografischen Merkmale. So **nimmt** das Interesse am Ausstellungsthema **mit zunehmendem Alter**, der **Höhe der Bildung** und **geschichtlichen Interessen** sowie der **Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen zu**. Hinsichtlich des Ausstellungsthemas „**Der Winterkönig**“ zeigen sich diese Zusammenhänge nicht oder nur in abgeschwächter Form.

Die **geplante Winterausstellung zu "Grünewald"** würden **43%** der Befragten **auf jeden Fall besuchen**, 42% würden die Ausstellung nur dann besuchen, wenn sie in der Nähe ihres Wohnortes wäre und 6% würden nicht in die Ausstellung gehen. 9% der Befragten machten keine Angaben. Hinsichtlich der bekundeten Besuchsabsicht zeigen sich für die verschiedenen Besuchergruppen deutliche Unterschiede. So wären die „**Habituellen Besucher**“ am **ehesten bereit**, die Ausstellung auf jeden Fall zu besuchen. Dieses Ergebnis bestätigt sich auch für die meisten in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale. So **nimmt** die **Bereitschaft** die Ausstellung zu „**Grünewald**“ zu besuchen **mit dem Alter zu**. Die **Höhergebildeten, Interessegeleiteten, an Kunst und Malerei interessierten Befragten mit hohen Kenntnissen der europäischen Geschichte** gaben ebenfalls häufiger an, dass sie die Ausstellung auf jeden Fall besuchen möchten als die Befragten mit entsprechend niedriger Bildung und geringeren Interessen und Kenntnissen. Schließlich bekundeten auch die **versierten Ausstellungsbesucher/innen** häufiger ihr **Interesse am Besuch der Ausstellung zu „Grünewald“** als die Gelegenheitsbesucher/innen.



## Literaturverzeichnis

- Backhaus, K. u.a. (1996<sup>8</sup>): 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.
- Fröhlich, W. (1999b): Besucherbefragungen zu verschiedenen Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte. Vergleich des Sozialprofils und wichtiger anderer Merkmale der Ausstellungsbesucher/innen. Tabellenband. 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.
- Hutzelmann, 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.