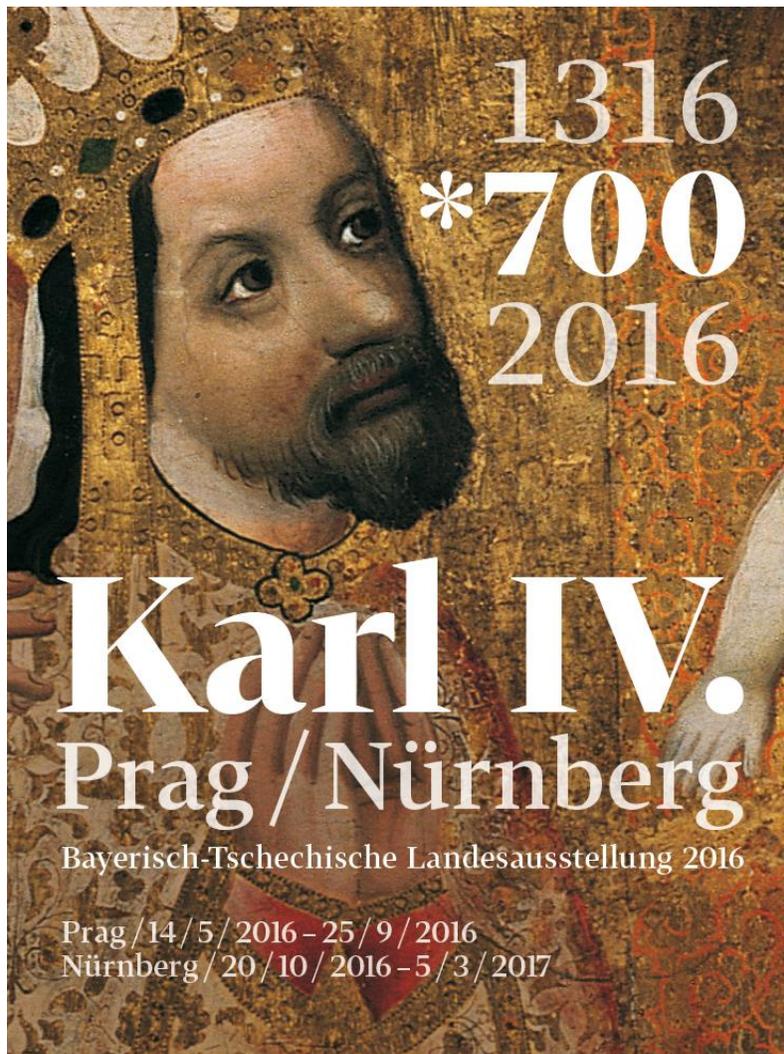


Besucherbefragung der Bayerisch-Tschechischen Landesausstellung 2016/2017



Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	4
Gesamtzufriedenheit.....	5
Bewertung einzelner Bereiche.....	7
Information über die Ausstellung und über das HdBG.....	9
Anreise und Aufenthalt in Nürnberg	10
Sozio-demographische Angaben.....	14

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Verteilung der Gesamtzufriedenheit	5
Abbildung 2: Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf	5
Abbildung 3: Zufriedenheit mit einzelnen Bereichen der Ausstellung.....	7
Abbildung 4: Wie viele Wandtafeln haben Sie gelesen?	8
Abbildung 5: Verständlichkeit und Lesbarkeit von Wandtafeln und Objektschildern.....	8
Abbildung 6: Wie sind die Besucher auf die Ausstellung aufmerksam geworden?	9
Abbildung 7: Bekanntheit des HdBG	10
Abbildung 8: Einzelbesucher vs. Gruppe	10
Abbildung 9: Grund des Besuchs Nürnberg	11
Abbildung 10: Anreise zur Ausstellung.....	11
Abbildung 11: Dauer des Besuchs	12
Abbildung 12: Unterstützung des Standort Nürnberg	12
Abbildung 13: Ausgaben in Nürnberg	13
Abbildung 14: Geschlechterverteilung der Besucher	14
Abbildung 15: Altersverteilung der Besucher	14

Abbildung 16: Schulabschluss der Besucher	15
Abbildung 17: Ausstellungsbesuche im Jahr	15
Abbildung 18: Herkunftsland.....	16
Abbildung 19: Herkunft der Besucher nach Postleitzahlen.....	16

Einleitung

Vom 20. Oktober 2016 bis zum 05. März 2017 fand die Bayerisch-Tschechische Landesausstellung 2016/2017 mit dem Titel „Karl IV.“ statt. Nachdem die Ausstellung bereits zwischen Mai und September 2016 in Prag gezeigt wurde, bezog sie im Oktober ihren neuen Schauplatz in den Räumlichkeiten des Germanischen Nationalmuseums in Nürnberg.

Die Besucher der Ausstellung wurden in diesem Jahr bereits zum dritten Mal in Folge anhand digitaler Feedback Tablets der Firma SayWay befragt. Über zwei Geräte, welche die Besucher über den gesamten Ausstellungszeitraum nutzen konnten, wurde insgesamt ca. 7.160 Besuchermeinungen eingeholt.

Der Fragebogen erlaubt den Besuchern verschiedene Parameter der Ausstellung zu bewerten. Zudem erfolgen Angaben über die Anreise und den Besuch, wie man auf die Landesausstellung aufmerksam wurde, ob und wie viel Geld in Nürnberg ausgegeben wurde, sowie einige demographische Angaben. Der Fragebogen orientiert sich weitestgehend an dem der letzten Jahre. Für die optimierte Darstellung auf dem Tablet wurden einige Fragen jedoch gekürzt oder gestrichen. Außerdem bestand die Möglichkeit, die Fragen auf Tschechisch zu beantworten, so dass auch tschechischsprachige Besucher in ihrer Landessprache Feedback hinterlassen konnten.

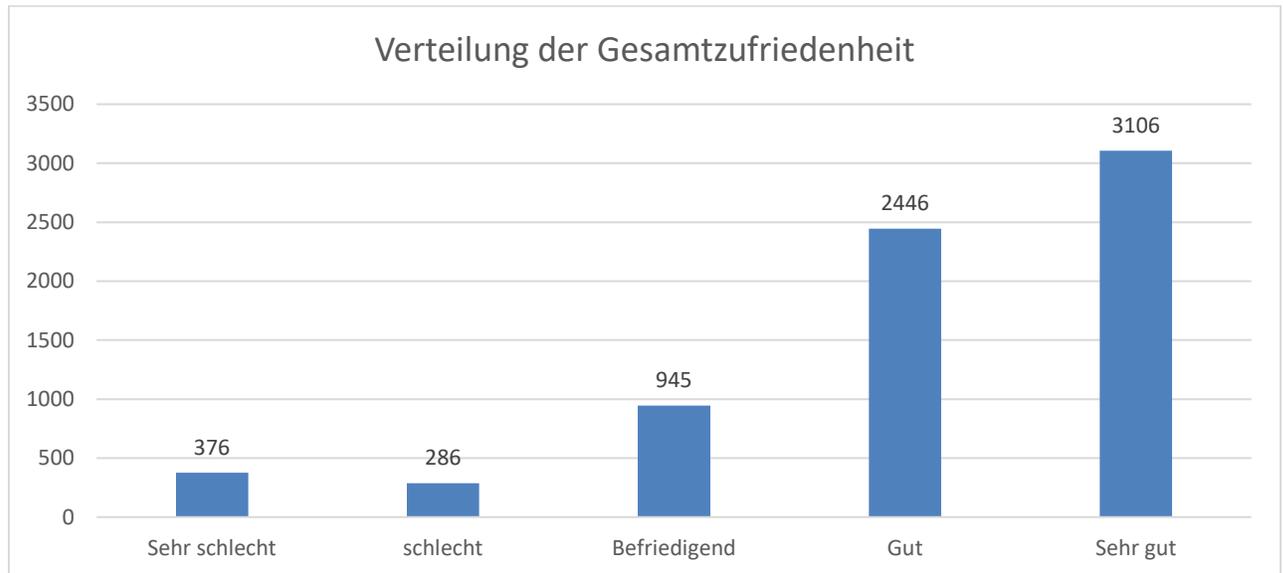
Im Folgenden werden die Ergebnisse der Besucherbefragung 2016/2017 dargestellt. Dabei wird zunächst auf die Gesamtzufriedenheit eingegangen. Es folgt die Bewertung einzelner Aspekte und Bereiche der Ausstellung. Nach den Wertungsfragen wird darauf eingegangen, wie sich die Besucher über die Ausstellung informiert haben und wie die Anreise und der Aufenthalt in Nürnberg erfolgt sind. Zuletzt werden einige sozio-demographische Eigenschaften der Besucher analysiert.

In Ergänzung zu diesem Bericht sind weitere Auswertungen, insbesondere die Filterungen der Ergebnisse nach individuellen Zeiträumen über das Reporting von SayWay auf <https://report.sayway.com> verfügbar. Außerdem gibt es dort Einsicht in viele Hundert Nachrichten der Besucher aus der offenen Texteingabe.

Für alle Fragen zum Bericht steht der Autor gerne zur Verfügung.

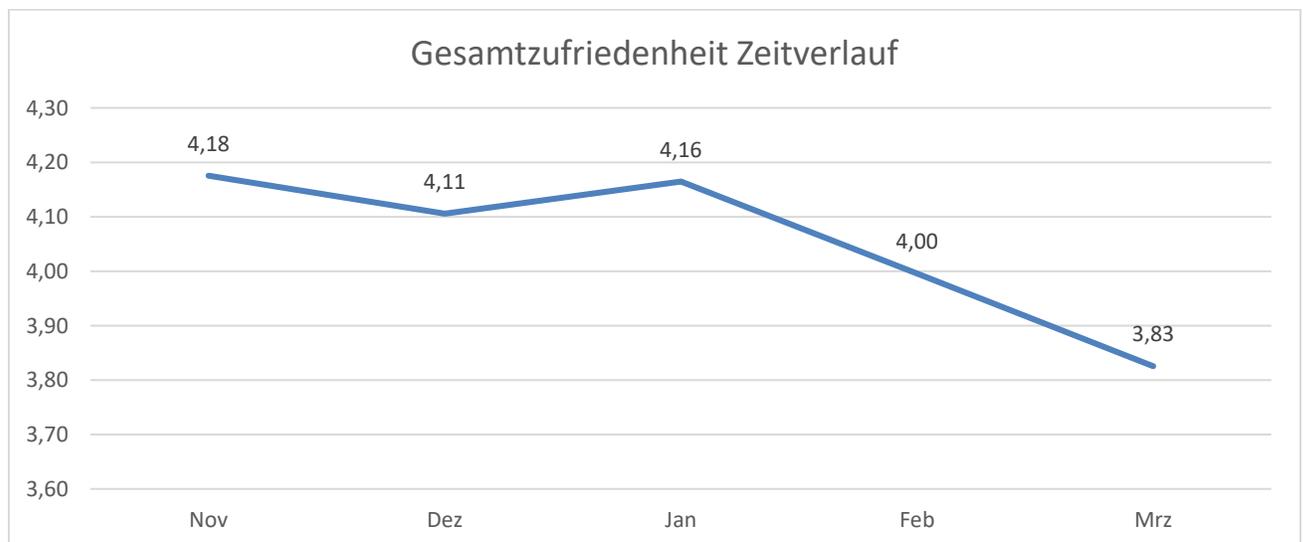
Gesamtzufriedenheit

Abbildung 1: Verteilung der Gesamtzufriedenheit



Insgesamt wurde die Bayerisch- Tschechische Landesausstellung 2016/2017 gut bewertet. Auf einer Skala von 1 (sehr schlecht) bis 5 (sehr gut) bewerten die Besucher die Ausstellung im Durchschnitt mit 4,1 Punkten. Umgerechnet auf das Schulnotensystem entspricht dieser Wert einer 1,9. Die Ausstellung „Karl I.V.“ wäre aber im Vergleich zu der vorherigen Ausstellung „Bier in Bayern“ schlechter bewertet worden. Dennoch ist die bestmögliche Bewertung die mit großem Abstand am häufigsten vergebene Bewertung, ähnlich zu den Bewertungen der Vorjahre.

Abbildung 2: Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf

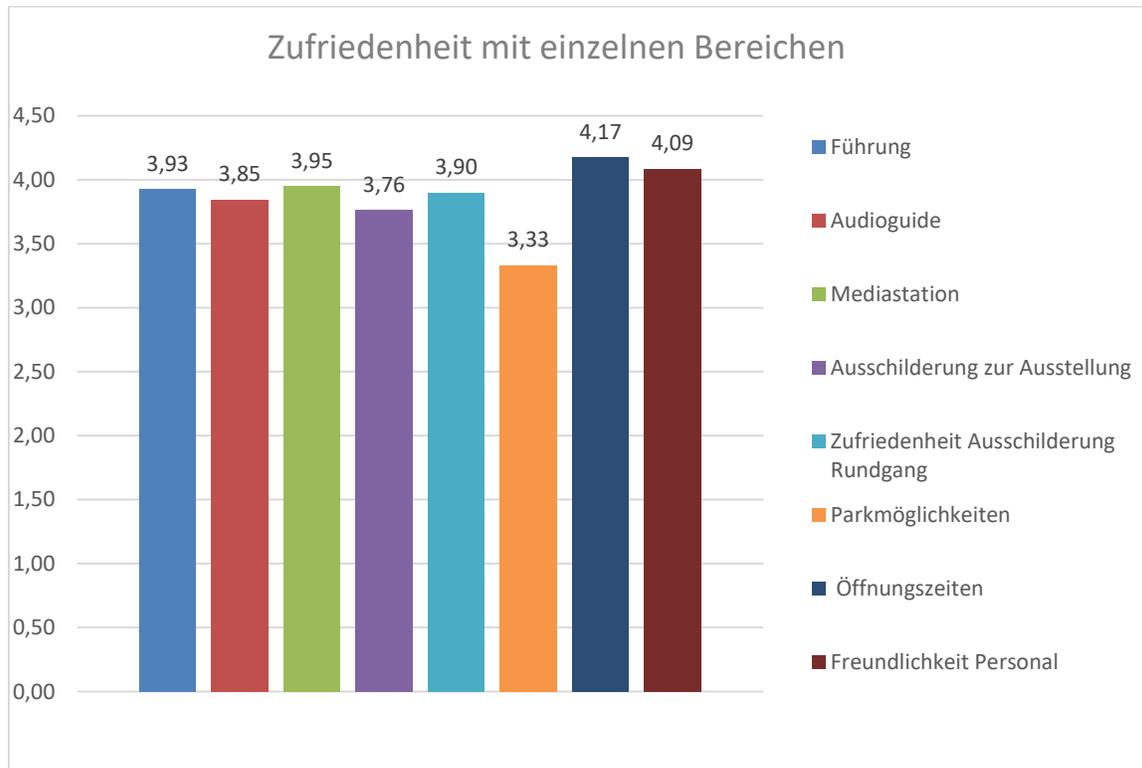


Betrachtet man die Gesamtzufriedenheit im Laufe der Monate, so sieht man eine leichte Veränderung im Zeitverlauf. Der Monat November, der mit 4,18 Punkten am besten bewertet wurde, hebt sich mit nur 0,35 Punkten von dem am schlechtesten bewerteten Monat März (3,83

Punkte) ab. Die Ausstellung wurde über den gesamten Erhebungszeitraum also grundsätzlich eher positiv von den Besuchern bewertet.

Bewertung einzelner Bereiche

Abbildung 3: Zufriedenheit mit einzelnen Bereichen der Ausstellung



Die Ausstellung Karl IV. schneidet in allen abgefragten Teilbereichen überdurchschnittlich gut ab. Am zufriedensten zeigten sich die Besucher mit den Öffnungszeiten des Museums (4,17 Skalenpunkte) und der Freundlichkeit des Personals (4,09 Skalenpunkte). Die Zufriedenheit mit den Führungen, den Mediastationen und der Ausschilderung des Rundganges liegen zwischen den Werten 3,95 und 3,90, wohingegen der Audioguide und die Ausschilderung zur Ausstellung nur geringfügig schlechter bewertet wurden (zwischen 3,85 und 3,76 Skalenpunkten). Am wenigsten zufrieden waren die Besucher mit den Parkmöglichkeiten vor Ort. Hier bleibt allerdings zu sagen, dass sich ein Wert von 3,3 Skalenpunkten immer noch im guten Mittelfeld bewegt.

Abbildung 4: Wie viele Wandtafeln haben Sie gelesen?

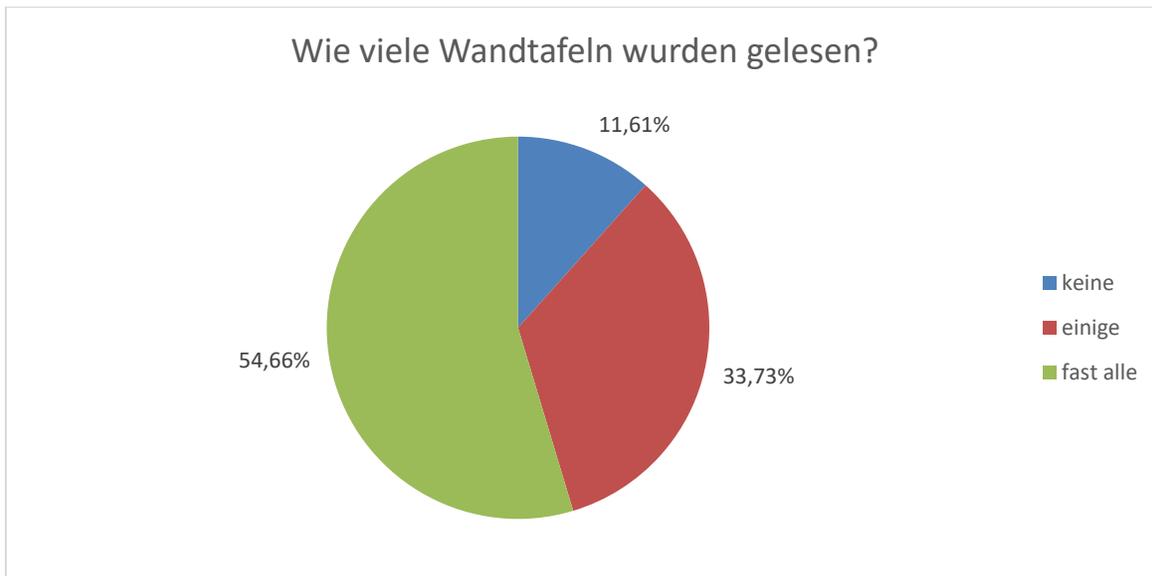
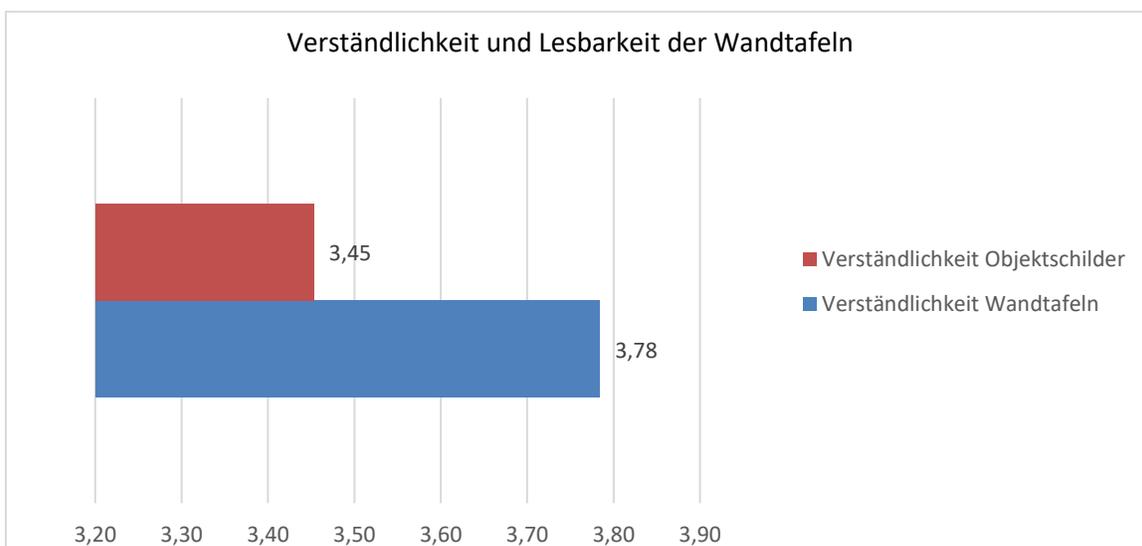


Abbildung 4 zeigt, dass insgesamt ca. 55% der Befragten beinahe alle Wandtafeln gelesen haben, 34% der Befragten zumindest einige und circa 12% gar keine. Um dieser Bedeutung gerecht zu werden, wird in Abbildung 5 nach der Verständlichkeit und Lesbarkeit der Wandtafeln gefragt, und zudem auch nach Verständlichkeit und Lesbarkeit der Objektschilder.

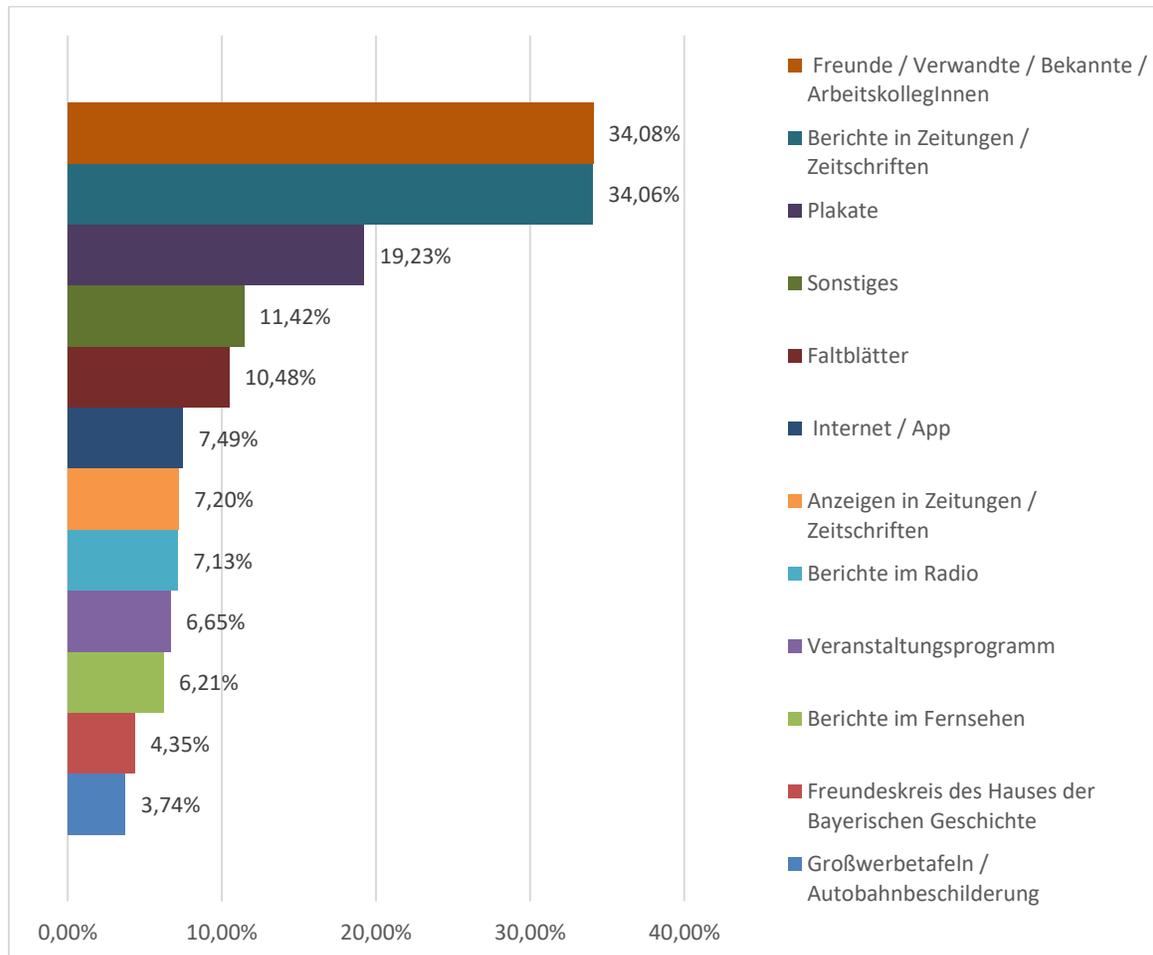
Abbildung 5: Verständlichkeit und Lesbarkeit von Wandtafeln und Objektschildern.



Die Bewertung beider Texttypen findet sich insgesamt eher im sehr guten Mittelfeld wieder, wobei die Verständlichkeit der Wandtafeln die Verständlichkeit der Objektschilder mit einem Wert von ca. 3,8 Punkten um 0,3 Skaleneinheiten übertrifft.

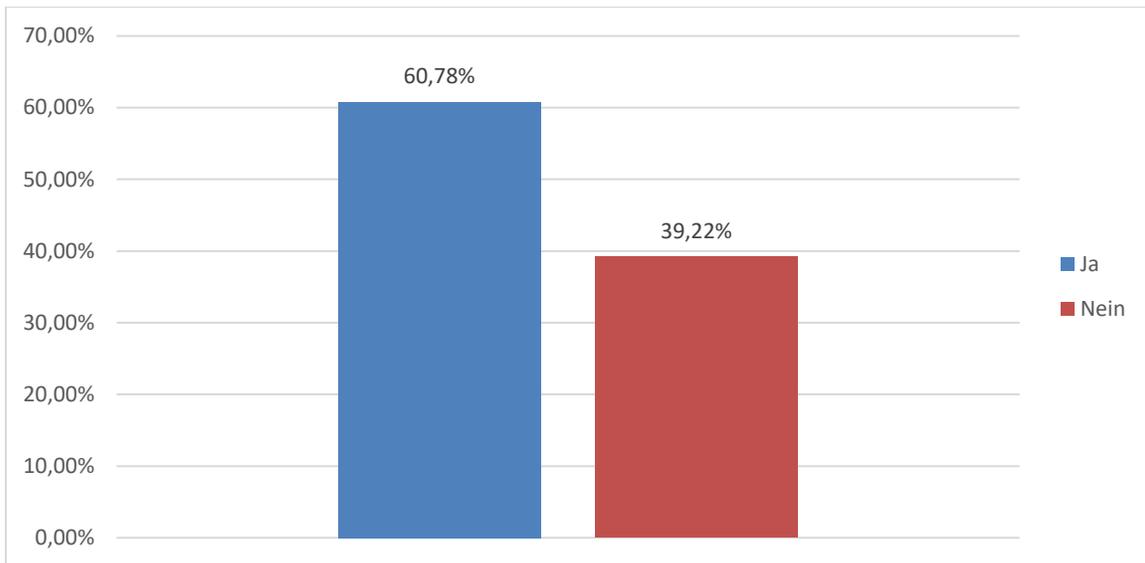
Information über die Ausstellung und über das HdBG

Abbildung 6: Wie sind die Besucher auf die Ausstellung aufmerksam geworden?



Die meisten Besucher sind durch Bekannte, Verwandte und Freunde oder Berichte in Zeitungen und Zeitschriften (beides zu ca. 34%) auf die Bayerisch- Tschechische Landesausstellung aufmerksam geworden. Mehr als zwei Drittel der Besucher hat auf diesem Wege von der Ausstellung „Karl IV“ erfahren. Darauf folgen als Informationsquelle die öffentlichen Plakate mit rund 19%. Am schlechtesten schneiden die beiden Informationsquellen Freundeskreis des Hauses der Bayerischen Geschichte und Großwerbetafeln/ Autobahnbeschriftung ab (4,35% und 3,74%). Die restlichen Antwortoptionen schwanken zwischen 4% und 12%.

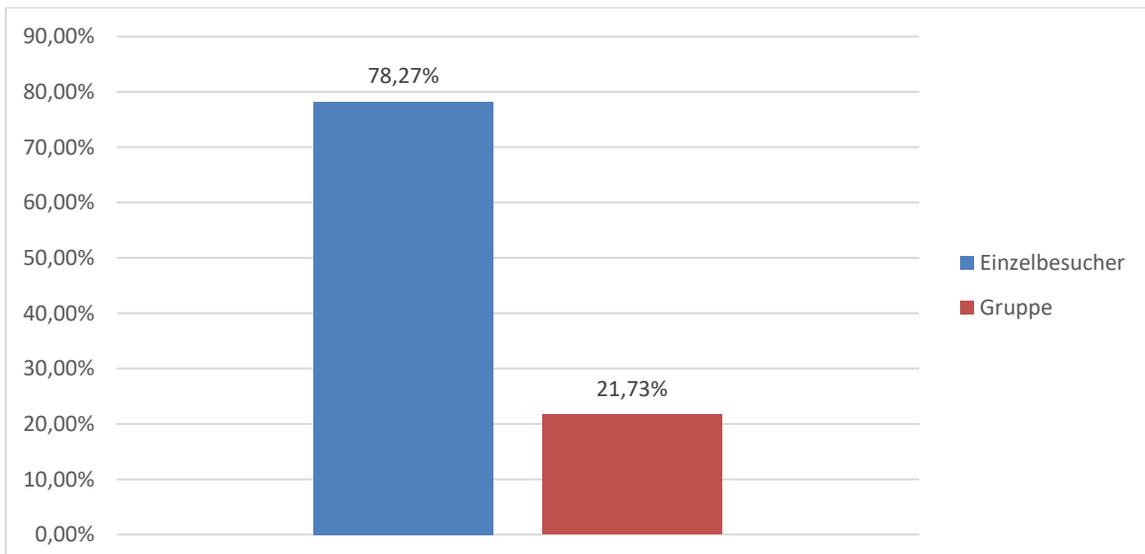
Abbildung 7: Bekanntheit des HdBG



Das Haus der Bayerischen Geschichte selbst ist mehr als der Hälfte der Besucher ein Begriff. Dieser Wert übertrifft den Wert aus dem Vorjahr um fast 10%.

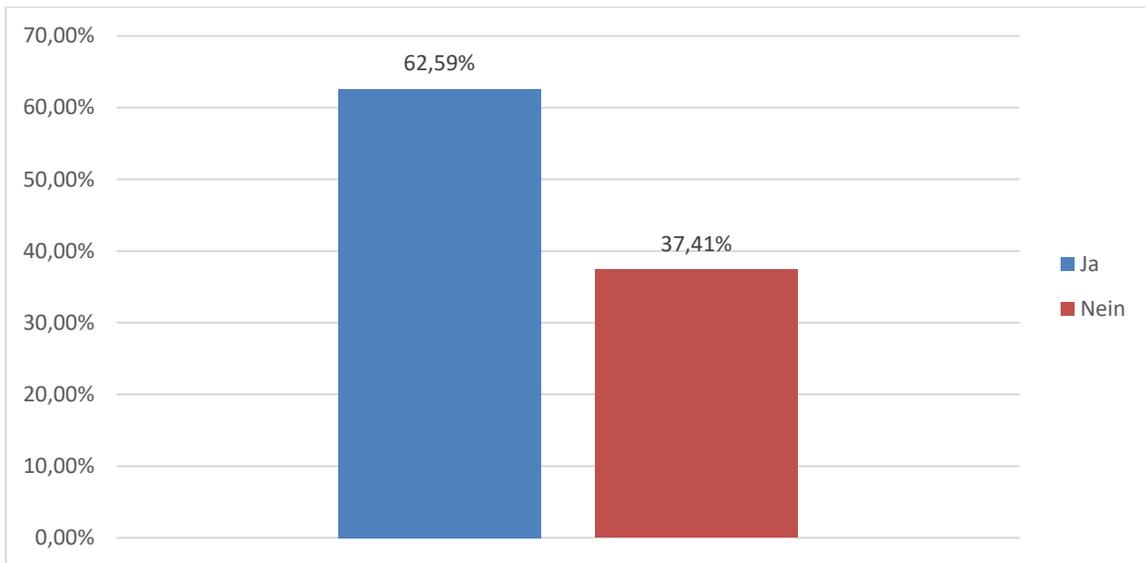
Anreise und Aufenthalt in Nürnberg

Abbildung 8: Einzelbesucher vs. Gruppe



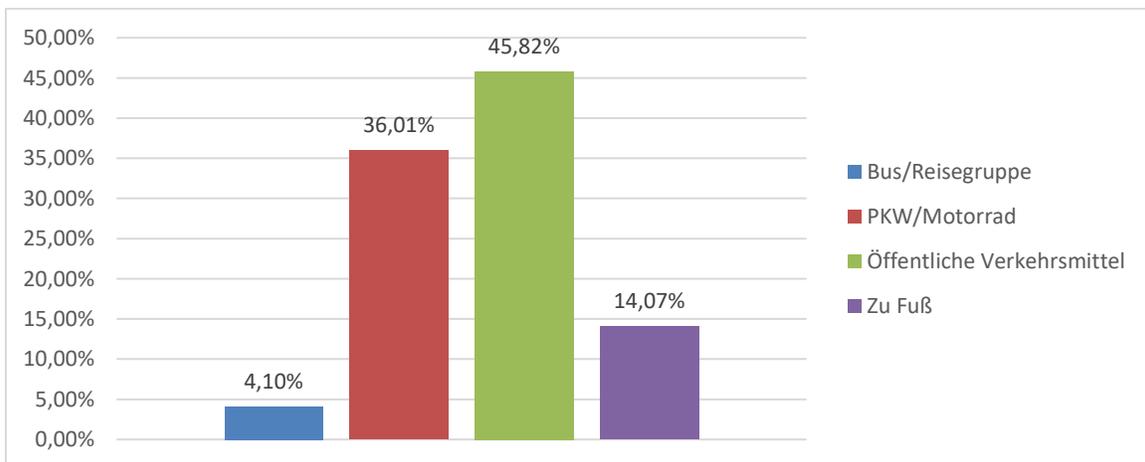
Knapp 78% der Besucher kommen als Einzelbesucher nach Nürnberg. Neben Personen die allein anreisen, umfasst diese Kategorie auch Paare oder Familien. Im Gegenzug dazu sind etwas mehr als 20% der Besucher in einer großen Gruppe, wie etwa einer Reisegruppe oder einer Schulklasse unterwegs.

Abbildung 9: Grund des Besuchs Nürnberg



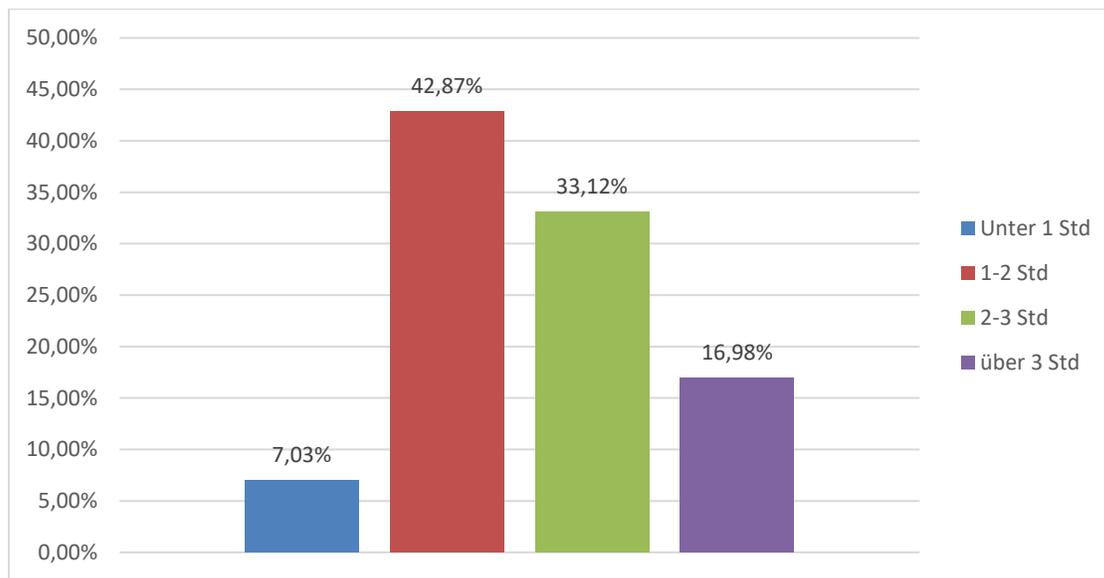
Fast 63% der Besucher sind explizit wegen der Landesausstellung nach Nürnberg gekommen. Dies unterliegt dem Wert aus dem Vorjahr um rund 22%, was durchaus daraus resultieren kann, dass Nürnberg als bekanntes Ausflugsziel genutzt wurde und die Besucher daher nicht bloß für die Ausstellung Karl IV. angereist sind.

Abbildung 10: Anreise zur Ausstellung



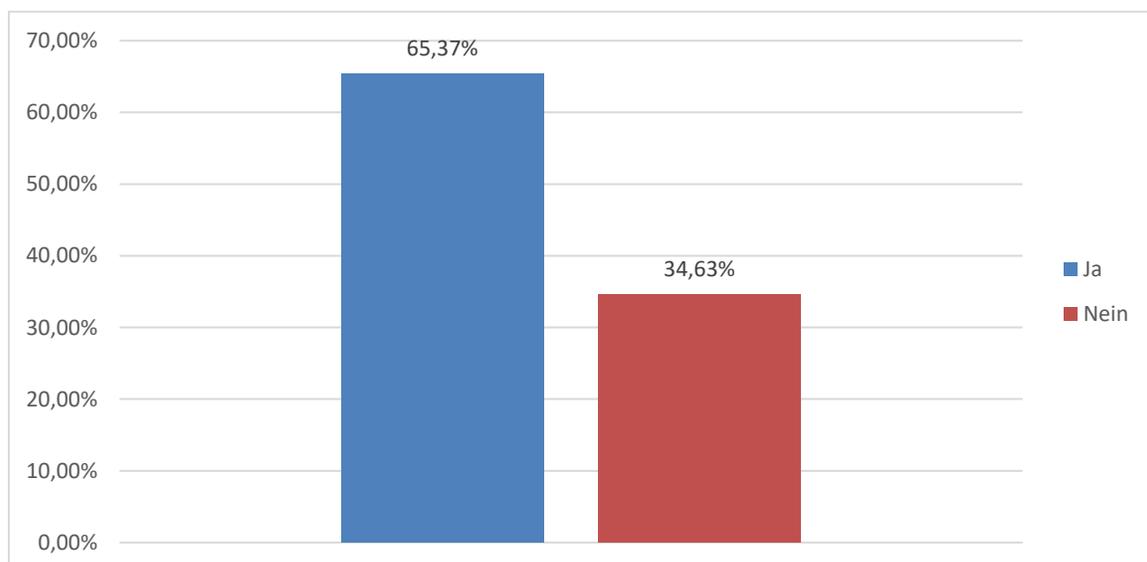
Fast die Hälfte der Besucher ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln angereist. Die restlichen ca. 50% der Besucher teilen sich auf die Kategorien eigener PKW/ Motorrad (ca. 36%), zu Fuß (ca. 14%) und mit dem Bus einer Reisegruppe (ca. 4%) auf.

Abbildung 11: Dauer des Besuchs



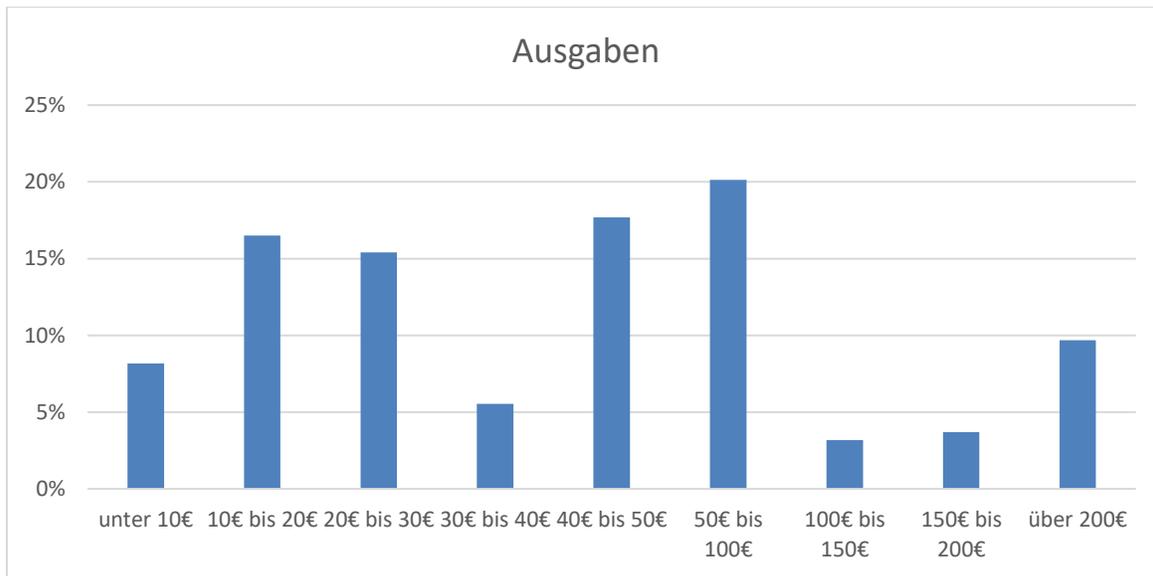
Die Mehrheit der Besucher hat ca. 1-2 Stunden in der Ausstellung verbracht (ca. 43%). Knapp ein weiteres Drittel hat 2-3 Stunden in der Ausstellung verbracht. Circa drei Viertel der Besucher verweilen also zwischen 1 und 3 Stunden in der Ausstellung. Die anderen 25% der Besucher teilen sich auf in eine Besuchsdauer von unter einer Stunde (ca. 7%) und über drei Stunden (ca. 17%).

Abbildung 12: Unterstützung des Standort Nürnberg



65% der Besucher geben an, die heimische Gastronomie oder den Handel in Nürnberg unterstützt zu haben. Dieser Wert entspricht den Werten der vorherigen Befragungen aus den Jahren 2014 und 2015 (60% bis 63%). Und liegt um circa 20% unter dem der Befragung „Bier in Bayern“.

Abbildung 13: Ausgaben in Nürnberg

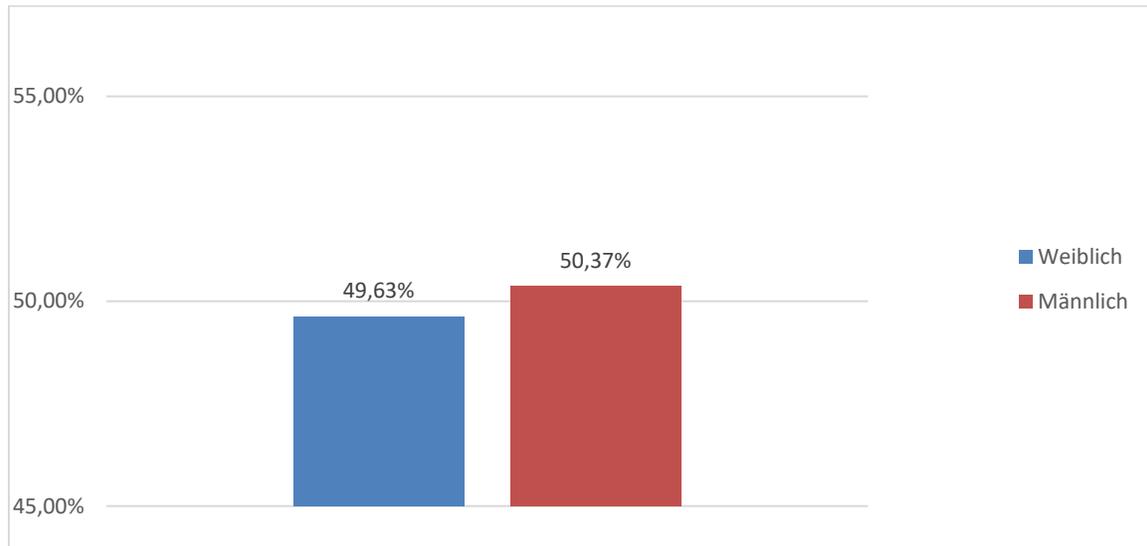


Das arithmetische Mittel der Ausgaben in Nürnberg beträgt streng berechnet 368 Euro. Allerdings wird dieser Wert sehr stark von einigen Angaben beeinflusst, die im vierstelligen Bereich liegen und die nicht unbedingt glaubhaft erscheinen. Eine bessere Annäherung an den „wahren“ Wert bietet daher vermutlich der Median, den Wert den genau 50% der Besucher unterschreiten und 50% überschreiten. Der Median der Ausgaben beträgt 50 Euro.

Schaut man sich die Verteilung der Ausgaben an (Abbildung 14), so sieht man, dass es keine klare Linie gibt, was darauf hindeutet, dass das Publikum äußerst heterogen ist. Die Ausgabengruppen, die am seltensten auftreten, liegen zwischen 100 bis 150 Euro, 150 bis 200 Euro und 30 Euro und 40 und 50 Euro. Die am häufigsten genannte Ausgabengruppe bildet der Bereich zwischen 50 bis 200 Euro.

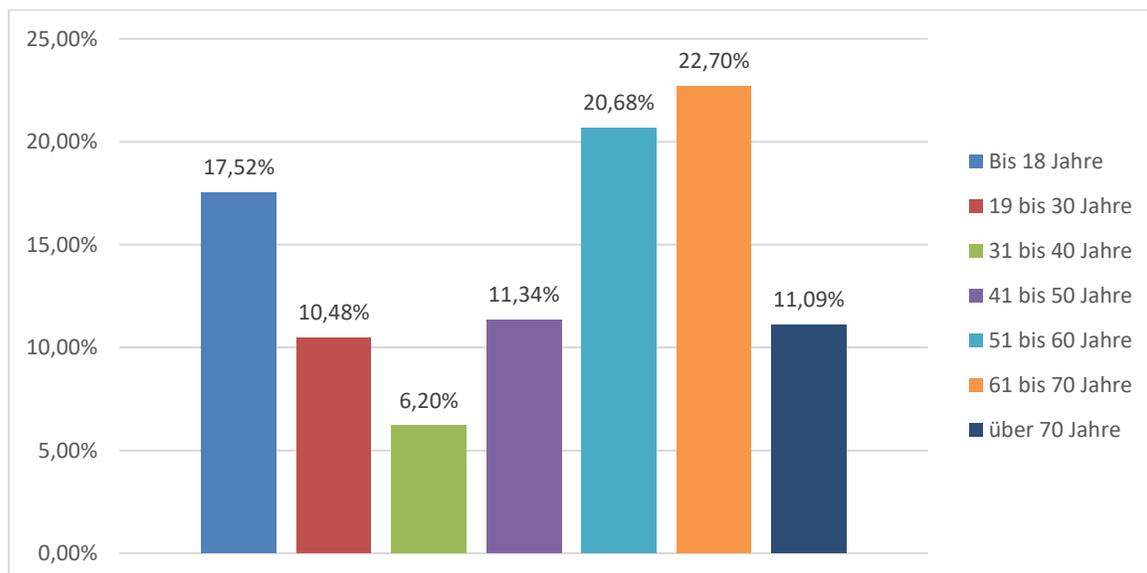
Sozio-demographische Angaben

Abbildung 14: Geschlechterverteilung der Besucher



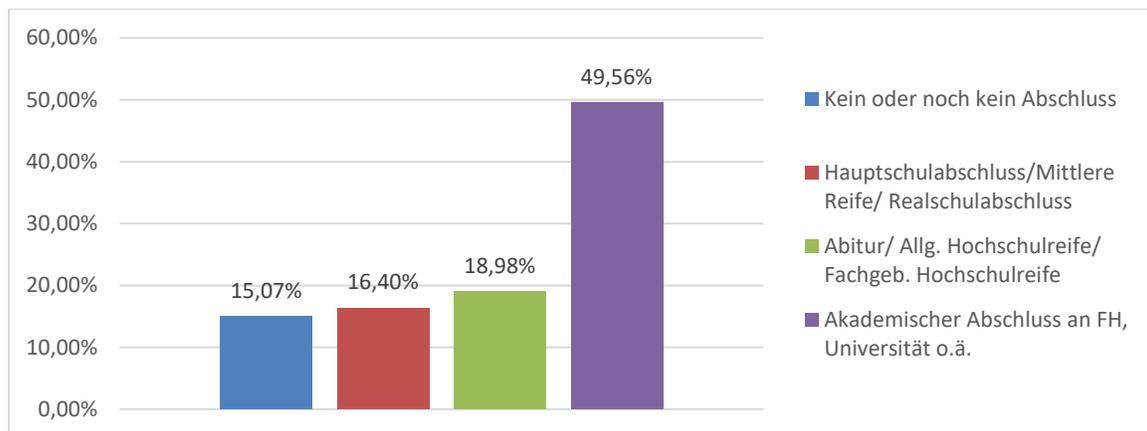
So wie auch in der vorangehenden Ausstellung „Bier in Bayern“, gibt es in Nürnberg etwas mehr männliche als weibliche Besucher. Der Unterschied ist aber geringfügig. Es ist allerdings anzunehmen, dass hier ein Methodeneffekt vorliegen könnte: Die Bedienung eines digitalen Tablets könnte auf Männer ansprechender oder interessanter wirken als auf Frauen, während es bei einer schriftlichen Frage umgekehrt sein könnte.

Abbildung 15: Altersverteilung der Besucher



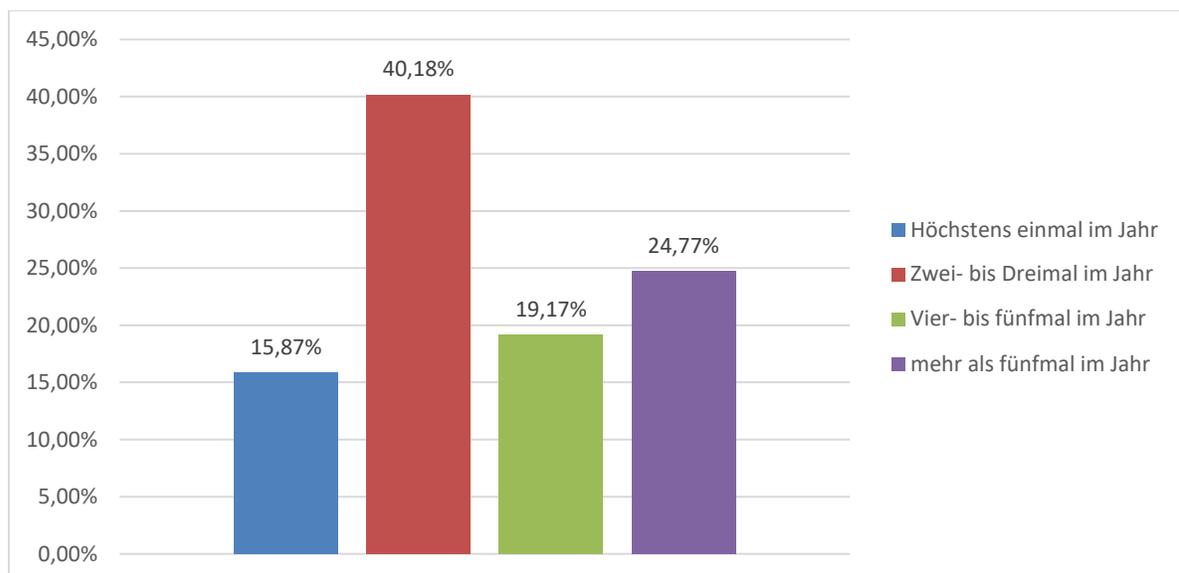
Mit beinahe einem Viertel stellen die 61- bis 70-Jährigen die größte Besuchergruppe dar. Dicht darauf folgt die Gruppe der 51- bis 60-Jährigen mit ca. 21%. Am wenigsten Besucher kommen aus der Altersgruppe der 31- bis 40-Jährigen.

Abbildung 16: Schulabschluss der Besucher



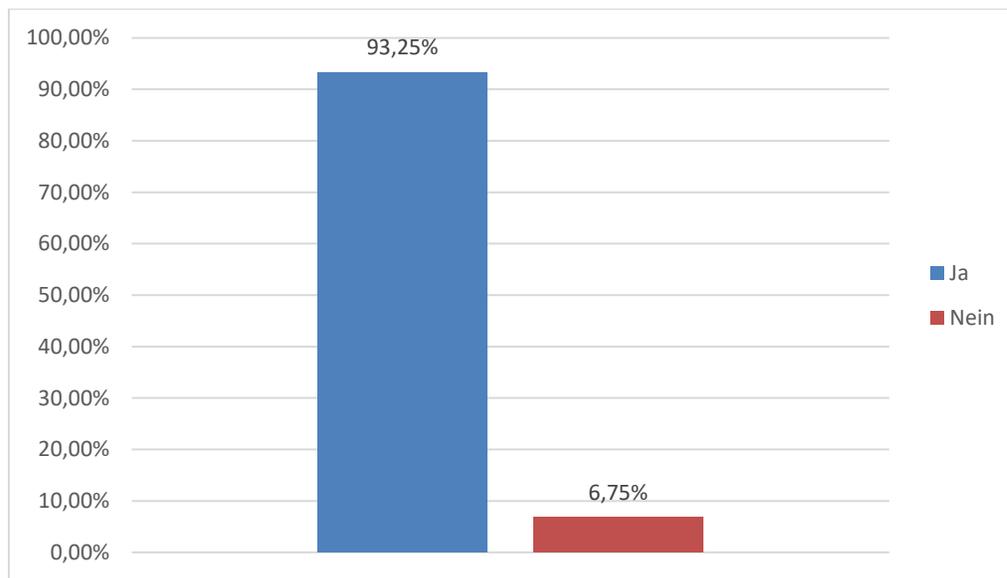
Die Besucher der Landesausstellung verfügen im Schnitt über ein sehr hohes Bildungsniveau. Mit fast 50% stellen die Personen mit akademischem Abschluss die größte Besuchergruppe dar. Die restlichen 50% verteilen sich relativ gleichmäßig auf die anderen Kategorien Kein oder noch kein Abschluss (15%), Hauptschulabschluss/ Mittlere Reife/ Realschulabschluss (16%) und Abitur/Allg. Hochschulreife/ Fachgebundene Hochschulreife (19%).

Abbildung 17: Ausstellungsbesuche im Jahr



Beinahe ein Viertel der Besucher gehen öfter als fünfmal im Jahr in Ausstellungen. Entsprechend dem hohen Bildungsniveau der Besucher, gehen diese auch häufig in andere Ausstellungen. Der Großanteil der Besucher (40%) geht im Jahr lediglich zwei bis drei Mal in eine Ausstellung. Fast 20% der Besucher gehen vier- bis fünfmal im Jahr in Ausstellungen, während 16% maximal einmal im Jahr einen Museumsbesuch vornehmen.

Abbildung 18: Herkunftsland



93% der Besucher kommen aus Deutschland. Lediglich 7% kommen aus dem Ausland.

Abbildung 19: Herkunft der Besucher nach Postleitzahlen

PLZ erste Ziffer	Nennungen	PLZ Bereich 8 und 9	Nennungen
1	81	80	118
2	53	81	140
3	54	82	79
4	62	83	41
5	79	84	33
6	115	85	152
7	124	86	99
8	730	87	21
9	2141	88	21
Gesamtergebnis	3439	89	25
		90	989
		91	541
		92	122
		93	110
		94	62
		95	80
		96	105
		97	116
		98	6
		99	10
		Gesamtergebnis	2870

Erwartungsgemäß kommen die meisten Besucher aus Bayern. 2.870 der 3.439 Nennungen bei den Postleitzahlen kommen aus dem PLZ Bereich 8 oder 9 (linke Seite der Abbildung 19). Schaut man sich diese beiden Bereiche genauer an (rechte Seite der Abbildung 19) sieht man, dass der Bereich 90 mit fast 1.000 Nennungen am stärksten vertreten ist. Dies ist der Bereich in dem auch

Nürnberg selbst liegt. An zweiter Stelle liegt der Bereich 91. Die meisten Besucher kommen also aus der unmittelbaren Nähe. Danach folgen die Bereiche 85, 81, 92 und 80 mit zwischen 152 und 118 Nennungen. Aus den entfernteren Gebieten kommen entsprechend weniger Besucher.