

# **Besucherbefragung zur Landesausstellung**

## **Bayern - Ungarn. Tausend Jahre**

Passau, Oberhausmuseum  
8. Mai 2001 bis 28. Oktober 2001

### **Ergebnisbericht**

Werner Fröhlich  
Joachim Nöthen  
München, Juli 2002

## 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 .....  | 11           |
| 3.1.3 Bildung .....   | 12           |
| 3.1.4 Erwerbstätigkeit und Erwerbsstatus .....  | 13           |
| 3.1.5 Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen .....   | 17           |
| 3.1.6 Interessen und Kenntnisse der Ausstellungsbesucher/innen .....  | 18           |
| 3.1.7 Motivation und Anregung zum Ausstellungsbesuch .....  | 20           |
| 3.1.8 Sozialprofil und Herkunftsregion .....  | 29           |
| 3.1.9 Sozialprofil und Besuchszeitpunkt sowie Ausstellungsort .....   | 33           |
| 3.1.10 Zusammenfassung - Sozialprofil der Ausstellungsbesucher/innen .....                                      | 34           |
| 3.1.11 Cluster der Besuchergruppen .....  | 35           |
| <b>3.2 Einzugsgebiet der Ausstellung</b> .....  | 36           |
| <b>3.3 Besucherverhalten</b> .....  | 36           |
| 3.3.1 Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen .....  | 36           |
| 3.3.2 Erst- und Wiederholungsbesucher/innen .....   | 41           |
| 3.3.3 Die Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen .....   | 42           |
| 3.3.4 Teilnahme an Führungen .....  | 47           |
| 3.3.5 Beabsichtigter Erwerb einer Publikation zur Ausstellung .....   | 48           |
| 3.3.6 Aufnahme von Informationen über Ausstellungstexte .....   | 53           |
| 3.3.7 Intensität des Ausstellungsbesuchs .....  | 60           |
| <b>3.4 Wahrnehmung und Bewertung der Ausstellungsinhalte</b> .....  | 66           |
| 3.4.1 Bewertung der einzelnen Ausstellungsabteilungen .....   | 66           |
| 3.4.2 Einflussfaktoren auf die Bewertungen der Besucher/innen .....   | 68           |
| 3.4.2.1 Bewertung der Ausstellung und Alter der Besucher/innen .....  | 68           |
| 3.4.2.2 Bewertung der Ausstellung und Geschlecht der Besucher/innen .....                                       | 69           |
| 3.4.2.3 Bewertung der Ausstellung und Interessen/Kenntnisse der Besucher/innen .....                            | 70           |
| 3.4.2.4 Bewertung der Ausstellung und Informationsaufnahme über die Texte .....                                 | 70           |
| 3.4.2.5 Bewertung der Ausstellung und Kaufabsicht einer Publikation .....                                       | 71           |
| 3.4.3 Interessanteste Abteilung der Ausstellung .....   | 72           |
| 3.4.4 Eindrucksvollstes Exponat der Ausstellung .....   | 77           |
| 3.4.5 Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung .....  | 80           |
| 3.4.6 Über die Ausstellung vermittelte Informationen .....  | 82           |
| 3.4.7 Vorstellung über Ungarn nach dem Ausstellungsbesuch .....   | 83           |
| 3.4.8 Bewertung der Ausstellungstexte .....   | 85           |
| 3.4.9 Bewertung der Führungen .....   | 88           |
| 3.4.10 Kenntnisnahme und Nutzung des Kinderpfads .....  | 89           |
| <b>3.5 Infrastrukturelle Einrichtungen, Serviceleistungen und die Erreichbarkeit des Ausstellungsorts</b> ..... | 89           |
| 3.5.1 Bewertung der Infrastruktur und Serviceleistungen .....   | 89           |
| 3.5.2 Bewertung der geplanten Zugangswege zum Oberhaus Museum .....   | 92           |
| <b>3.6 Die Bedeutung verschiedener Informationsquellen</b> .....  | 93           |
| <b>3.7 Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte</b> .....   | 99           |
| <b>3.8 Die Nutzung neuer Medien in Museen und Ausstellungen</b> .....   | 103          |
| 3.8.1 Bewertung der eingesetzten neuen Medien in der Ausstellung .....  | 103          |
| 3.8.2 Nutzung der installierten Hörstationen in der Ausstellung .....   | 105          |

|  | <b>Seite</b> |
|--|--------------|
| <b>3.9 Touristisches Potenzial für den Ausstellungsort</b> .....   | 106          |
| <b>3.10 Interesse der Besucher/innen an weiteren Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte</b> .....     | 107          |
| 3.10.1 Interesse an den Ausstellungsthemen "Kaiser Heinrich II" und "Kardinal Karl Albrecht von Brandenburg" ..... | 107          |
| 3.10.2 Besuchsabsicht der Ausstellung zu Kardinal Karl Albrecht.....   | 109          |
| <b>4. Zusammenfassung</b> .....  | 111          |
| <b>Literaturverzeichnis</b> .....  | 124          |

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

Die Begleitung der Landesausstellung 2001 „Bayern – Ungarn. Tausend Jahre“ 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 sechsseitigen Fragebogens, der einschließlich des soziodemographischen Abschnitts 37 Fragen umfasste. Der Fragebogen wurde in seiner Gestaltung möglichst einfach gehalten, um von einem breiten Personenkreis problemlos beantwortet werden zu können. Auf Filterführungen wurde daher fast gänzlich verzichtet. Die Skalen zur Bewertung der Serviceleistungen und Infrastruktur orientierten sich am Schulnotensystem. Die einzelnen Fragen ließen teilweise Einfachantworten und zum Teil Mehrfachantworten zu.

## 2.1 Auswahlverfahren

Die zu befragenden Ausstellungsbesucher/innen wurden nach einem Zufallsverfahren ausgewählt. Etwa jede(r) achte Besucher/in wurde vor dem Verlassen der Ausstellungsräume von einer Interviewerin bzw. einem Interviewer angesprochen und gebeten, sich an einer kurzen Befragung zur Ausstellung zu beteiligen. Bei Verweigerungen wurden zwei Personen übersprungen und der nächstfolgende Besucher bzw. die nächstfolgende Besucherin befragt.

Die Befragung erfolgte in drei Wellen von jeweils einer Woche. Die erste Befragungswelle wurde vom 6. bis 12. August 2001 in der Haupturlaubszeit durchgeführt, die zweite Welle vom 17. bis 23. September 2001 kurz nach den bayerischen Sommerferien und die dritte Befragungswelle vom 15. bis 21. Oktober 2001 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 Werkstage 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 8. Mai bis zum 28. Oktober 2001 haben insgesamt 123.701 Personen die Ausstellung "Bayern - Ungarn" besucht. Befragt wurden im Rahmen dieser Untersuchung insgesamt 1.152 Personen, wobei 47 Fragebögen so unvollständig ausgefüllt wurden, dass sie nicht in die Untersuchung eingehen konnten. Für die Auswertung standen damit die Daten von insgesamt 1.105 befragten Ausstellungsbesucher/innen zur Verfügung.

Insgesamt haben sich 61% der angesprochenen Besucher/innen an der Befragung beteiligt, was für Untersuchungen dieser Art als sehr 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 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, 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 1.105 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 1.152 Befragten sind im ganzen 727 Verweigerungen festzuhalten. Von den Interviewer/innen wurden somit während der Befragung insgesamt 1.879 Ausstellungsbesucher/innen angesprochen. Wie bereits erwähnt haben sich damit zwei von drei Angesprochenen an der Untersuchung beteiligt. Häufigste Begründungen für Verweigerungen waren: "keine Zeit" (46%), "keine Lust" (13%) und "kein Interesse" (10%). Die Verweigerungen aufgrund sprachlicher Probleme (die aufgrund der Vermutung, dass auch einige ungarische Besucher/innen zur Ausstellung gekommen sein dürften, durchaus angebracht war), hielten sich mit 10% in Grenzen.

In der nachfolgenden Tabelle sind die täglichen Besucherzahlen während der drei Befragungswellen, die täglich befragten Besucher/innen und die Befragungsquoten angegeben. Daraus wird ersichtlich, dass die durchschnittliche Befragungsquote pro Tag bei ca. 8% lag.

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

| <b>1. Welle<br/>06.08. - 12.08.</b> | <b>Besucher/innen<br/>insgesamt</b> | <b>Angesprochene<br/>Besucher/innen</b> | <b>Verweige-<br/>rungen</b> | <b>Befragte<br/>Besucher/innen</b> | <b>Befragungs-<br/>quote<sup>1</sup></b> |
|-------------------------------------|-------------------------------------|---|-----------------------------|------------------------------------|--|
| Mo                                  | 436                                 | 92                                      | 26                          | 66                                 | 15,1%                                    |
| Di                                  | 721                                 | 106                                     | 32                          | 74                                 | 10,3%                                    |
| Mi                                  | 719                                 | 83                                      | 23                          | 60                                 | 8,3%                                     |
| Do                                  | 802                                 | 86                                      | 21                          | 65                                 | 8,1%                                     |
| Fr                                  | 780                                 | 116                                     | 41                          | 75                                 | 9,6%                                     |
| Sa                                  | 717                                 | 84                                      | 30                          | 54                                 | 7,5%                                     |
| So                                  | 928                                 | 108                                     | 42                          | 66                                 | 7,1%                                     |
| <b>2. Welle<br/>17.09. – 23.09.</b> |                                     |   |                             |                                    |  |
| Mo                                  | 345                                 | 85                                      | 32                          | 53                                 | 15,4%                                    |
| Di                                  | 702                                 | 80                                      | 33                          | 47                                 | 6,7%                                     |
| Mi                                  | 658                                 | 71                                      | 42                          | 29                                 | 4,4%                                     |
| Do                                  | 611                                 | 91                                      | 51                          | 40                                 | 6,5%                                     |
| Fr                                  | 376                                 | 90                                      | 49                          | 41                                 | 10,9%                                    |
| Sa                                  | 1.161                               | 136                                     | 55                          | 81                                 | 7,0%                                     |
| So                                  | 1.054                               | 110                                     | 44                          | 66                                 | 6,2%                                     |
| <b>3. Welle<br/>15.10. – 21.10.</b> |                                     |   |                             |                                    |  |
| Mo                                  | 382                                 | 51                                      | 11                          | 40                                 | 10,5%                                    |
| Di                                  | 632                                 | 115                                     | 48                          | 67                                 | 10,6%                                    |
| Mi                                  | 459                                 | 54                                      | 24                          | 30                                 | 6,5%                                     |
| Do                                  | 555                                 | 63                                      | 19                          | 44                                 | 7,9%                                     |
| Fr                                  | 512                                 | 64                                      | 11                          | 53                                 | 10,4%                                    |
| Sa                                  | 1.286                               | 90                                      | 42                          | 48                                 | 3,7%                                     |
| So                                  | 1.379                               | 104                                     | 51                          | 53                                 | 3,8%                                     |
| <b>Insgesamt</b>                    | <b>14.665</b>                       | <b>1.879</b>                            | <b>727</b>                  | <b>1.152</b>                       | <b>7,9%</b>                              |


 Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2000

<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 soziodemographischen Merkmale wie Alter, Geschlecht, Bildung und Erwerbsstatus in der Stichprobe kurz beschrieben. Mit Hilfe dieses so gewonnenen Sozialprofils lassen sich dann Aussagen darüber treffen, welche spezifischen Bevölkerungsgruppen die Ausstellung hauptsächlich besucht haben 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 zeigt sich (*Grafik 1*), dass im Vergleich zur bundesdeutschen Bevölkerung vor allem die Altersgruppen der 45- bis 59-Jährigen bzw. der 60- bis 74-Jährigen überproportional vertreten waren (29% bzw. 24% in der Stichprobe gegenüber 23% bzw. 17% in der Gesamtbevölkerung). Deutlich schwächer repräsentiert waren dagegen die Altersgruppe der 30- bis 44-Jährigen (19% in der Stichprobe gegenüber 28% in der Gesamtbevölkerung) und die Gruppe der über 75-jährigen mit 2% im Unterschied zu 8% in der Gesamtbevölkerung. 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

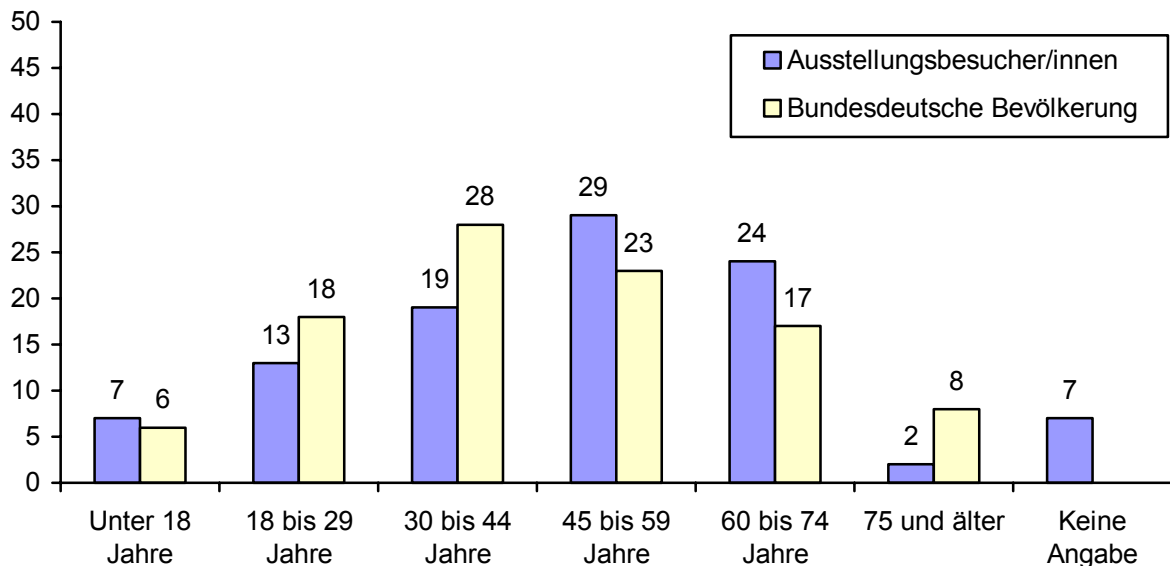
---

<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.



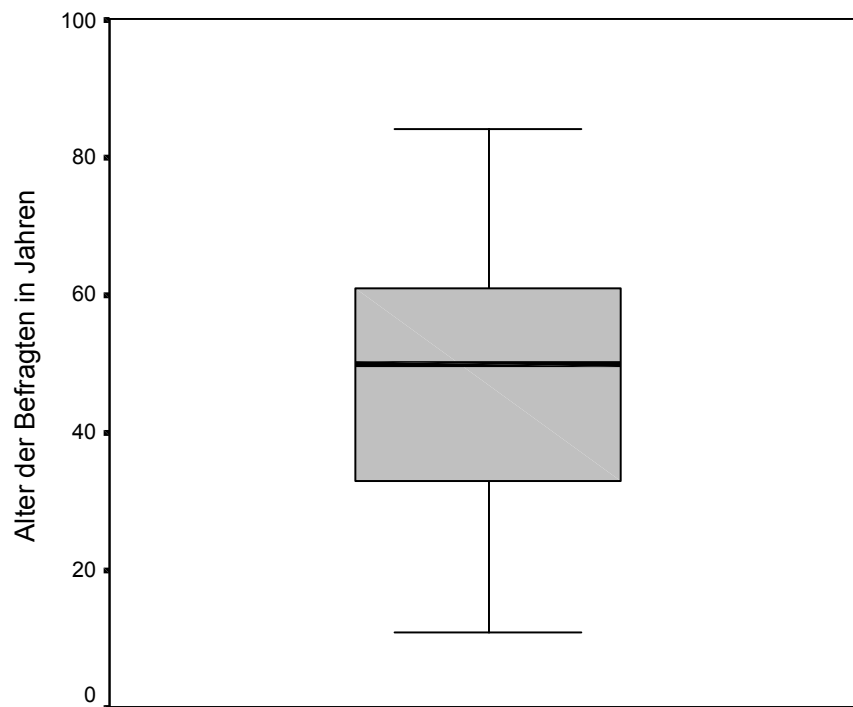
teilnehmenden Rentner und Pensionäre, denen von der Erwerbstätigkeit entbunden ausreichend freie Zeit zur Verfügung steht.

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



Erwähnenswert ist an dieser Stelle, dass das Durchschnittsalter der Befragten bei 47 Jahren lag. Es zeigt sich, dass jeweils die Hälfte der Ausstellungsbesucher/innen jünger bzw. älter als 50 Jahre war (*Grafik 2*). Ein Viertel des befragten Publikums war unter 33 Jahre alt, weitere 25% waren zwischen 61 und 84 Jahren alt. Die jüngste befragte Besucherin war 11 Jahre, der älteste Befragungsteilnehmer war 84 Jahre alt. Insgesamt ist die altersspezifische Streuung der erfassten Haushaltsmitglieder allerdings relativ gering; die Standardabweichung liegt bei etwa 17 Jahren. Das Alter der Besucher/innen der Landesausstellung 2001 ist nicht normalverteilt.

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

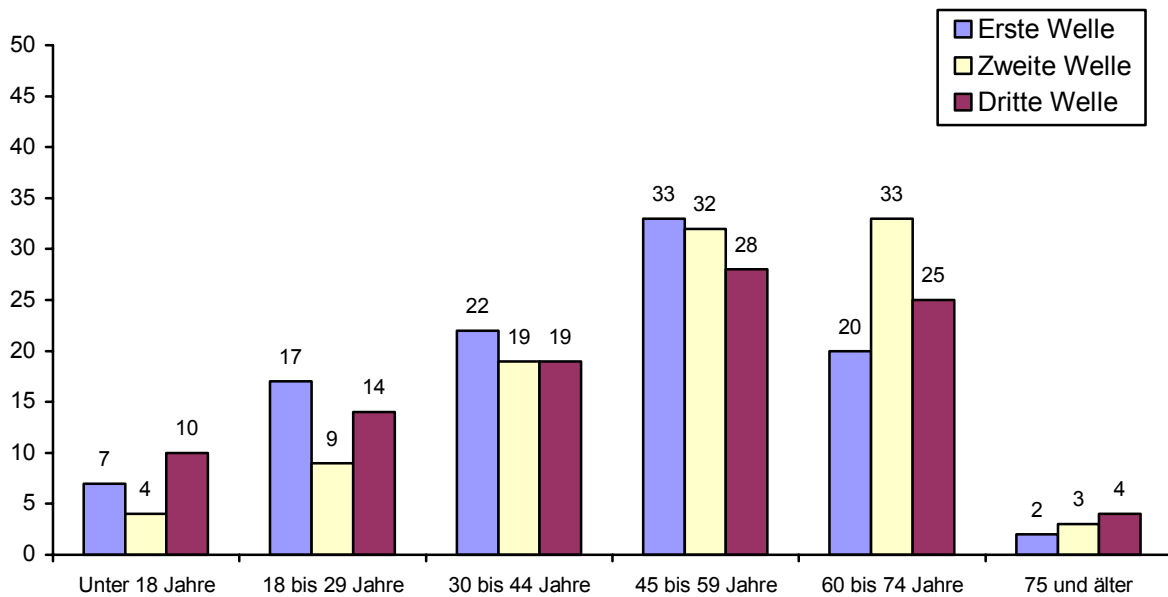


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

Da die Befragung zu drei verschiedenen Zeitpunkten stattgefunden hat, ist es von Interesse zu ermitteln, inwieweit sich Unterschiede hinsichtlich der Altersstruktur in Bezug auf diese drei Befragungswellen feststellen lassen.

Beim Vergleich der Altersverteilung der drei Befragungswellen (*Grafik 3*) lässt sich vor allem ein signifikanter Unterschied in den Altersgruppen bis 29 Jahre aufzeigen, die mit 24% in der ersten und dritten Welle (gegenüber nur 13% in der zweiten Welle) überproportional vertreten sind. Umgekehrt zeigt sich, dass die älteren Besucher/innen zwischen 60 und 74 Jahren in der zweiten Befragungswoche (Haupturlaubszeit) signifikant häufiger die Ausstellung besuchten (33% gegenüber 20% in der ersten und 25% in der dritten Welle). Diese Ergebnisse werden noch einmal verdeutlicht, wenn man das Durchschnittsalter der Befragten in Abhängigkeit des Untersuchungszeitpunkts betrachtet: Das Durchschnittsalter der befragten Personen betrug in der ersten Welle 44 Jahre und in der dritten Welle 45 ½ Jahre gegenüber 51 Jahre in der zweiten Welle.

**Grafik 3: Altersverteilung der Ausstellungsbesucher/innen und Befragungswelle (Angaben in Prozent; N = 1.027)<sup>3</sup>**



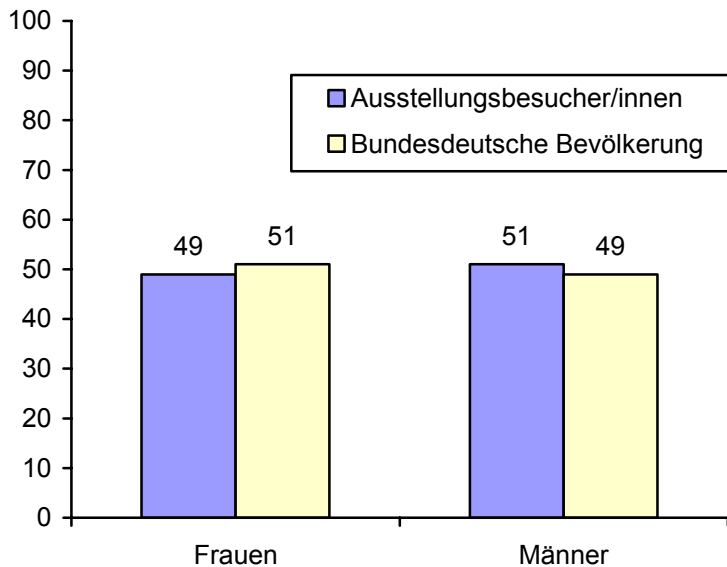
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

### 3.1.2 Geschlecht

Die Verteilung von männlichen und weiblichen Besuchern in der Stichprobe zeigt (*Grafik 4*), 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. Die Betrachtung getrennt nach den Befragungswellen ergibt, dass der Anteil der Besucher/innen zwischen den drei Wellen geschlechtsspezifisch kaum variiert.

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

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



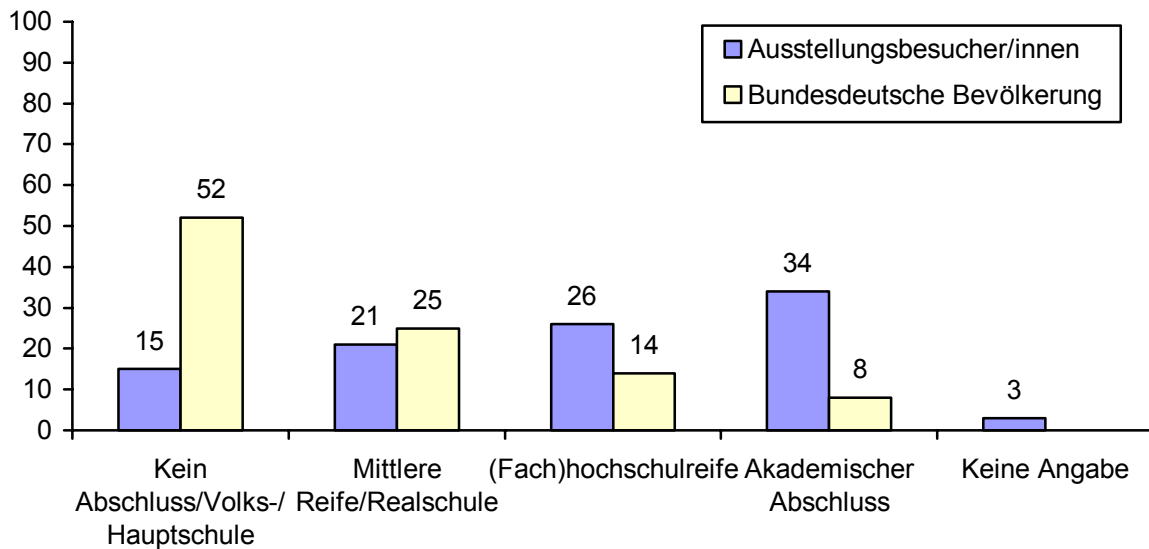
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

### 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 5*), dass die Höhergebildeten (Abitur, Hochschule) im Vergleich zur Gesamtbevölkerung überproportional vertreten sind (26% gegenüber 14% bei Abiturienten bzw. 34% zu 8% bei Personen mit einem akademischen Abschluss). Umgekehrt sind vor allem Personen ohne bzw. mit einem niedrigen Abschluss schwächer repräsentiert (15% 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.

**Grafik 5: Bildungsniveau der Ausstellungsbesucher/innen im Vergleich zum Bildungsniveau der bundesdeutschen Bevölkerung (Statistisches Jahrbuch 2000; Angaben in Prozent)**



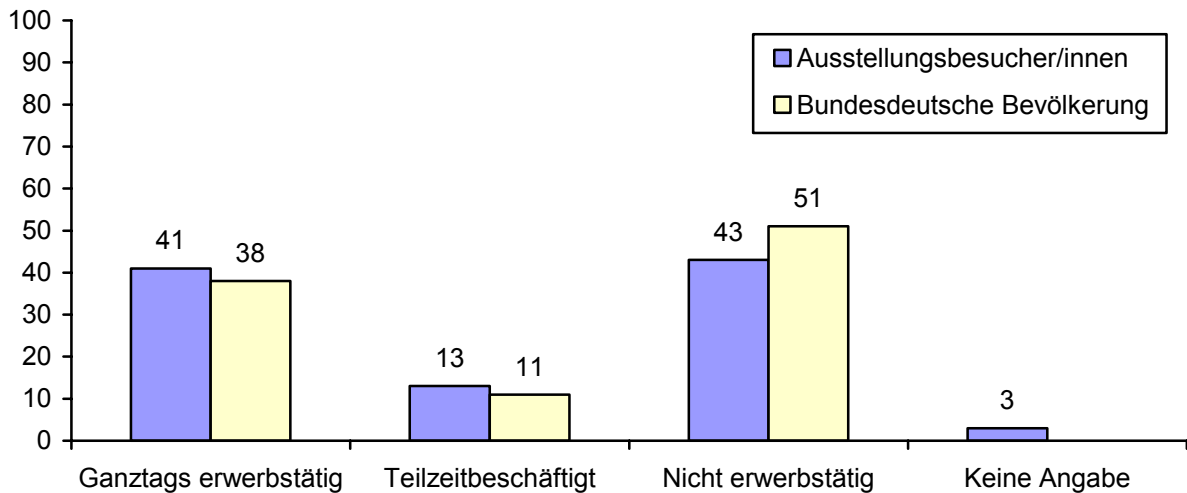
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

Untersucht man das Bildungsniveau der Ausstellungsbesucher/innen getrennt nach den drei Befragungszeiträumen, so zeigen sich nur sehr geringe Unterschiede in der Verteilung.

### 3.1.4 Erwerbstätigkeit und Erwerbsstatus

Aussagen über die „Sozialschicht-bezogene“ Zusammensetzung der Ausstellungsbesucher/innen lassen sich auch über die Erwerbstätigkeit und den Erwerbsstatus treffen. Betrachtet man die Erwerbstätigkeit (*Grafik 6*), ergibt sich im Vergleich mit der bundesdeutschen Bevölkerung, dass der Anteil der Vollzeitbeschäftigten mit 41% leicht höher ist, während vor allem der Anteil der nicht erwerbstätigen Personen mit 43% deutlich niedriger ist als in der bundesdeutschen Gesamtbevölkerung.

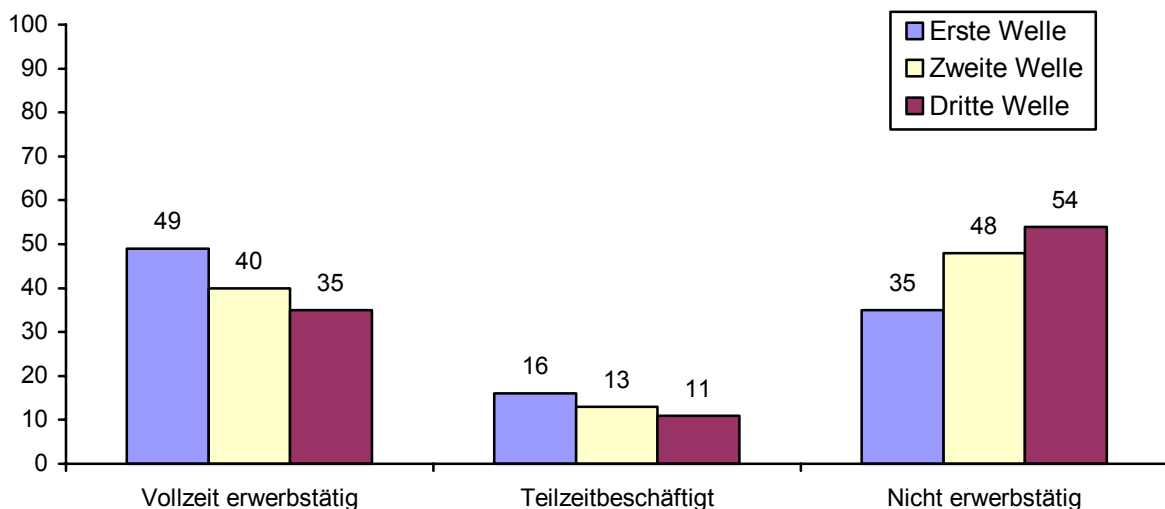
**Grafik 6: Erwerbstätigkeit der Ausstellungsbesucher/innen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Stat. Jahrbuch 2000; Angaben in Prozent)**



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

Vergleicht man die Erwerbstätigkeit der Befragten in Abhängigkeit der jeweiligen Befragungswelle (Grafik 7), so zeigen sich deutliche Unterschiede: Der Anteil der nicht erwerbstätigen Ausstellungsbesucher/innen nimmt von der ersten Befragungswelle bis zur dritten Welle kontinuierlich um fast zwanzig Prozentpunkte zu (von 35% auf 54%), wohingegen der Anteil der Voll- und Teilzeiterwerbstätigen entsprechend abgenommen hat.

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

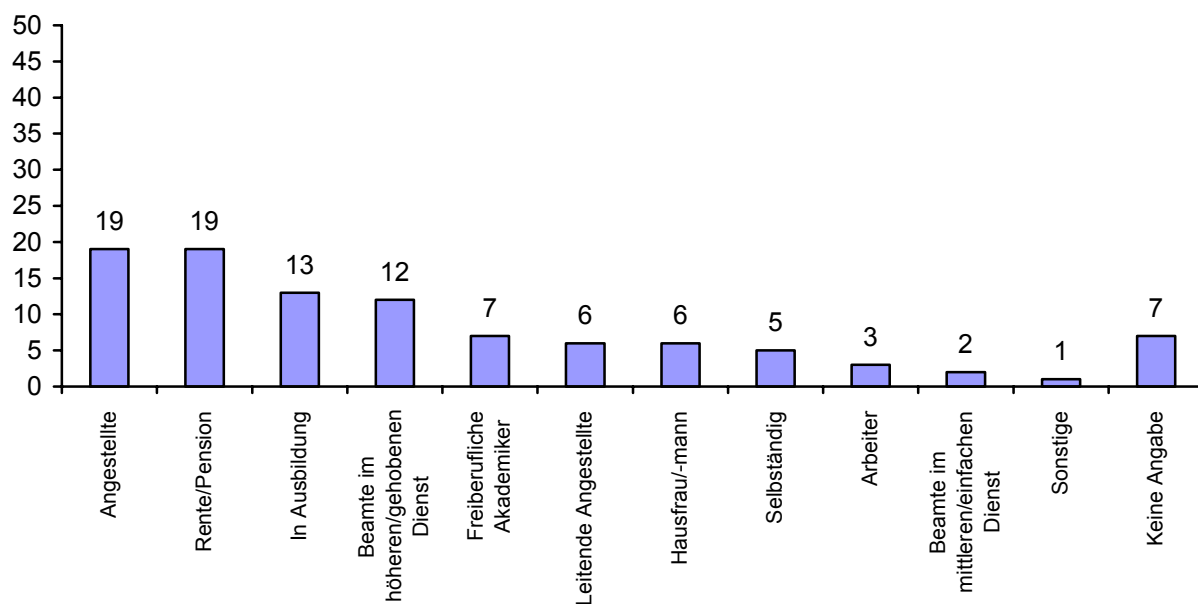


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

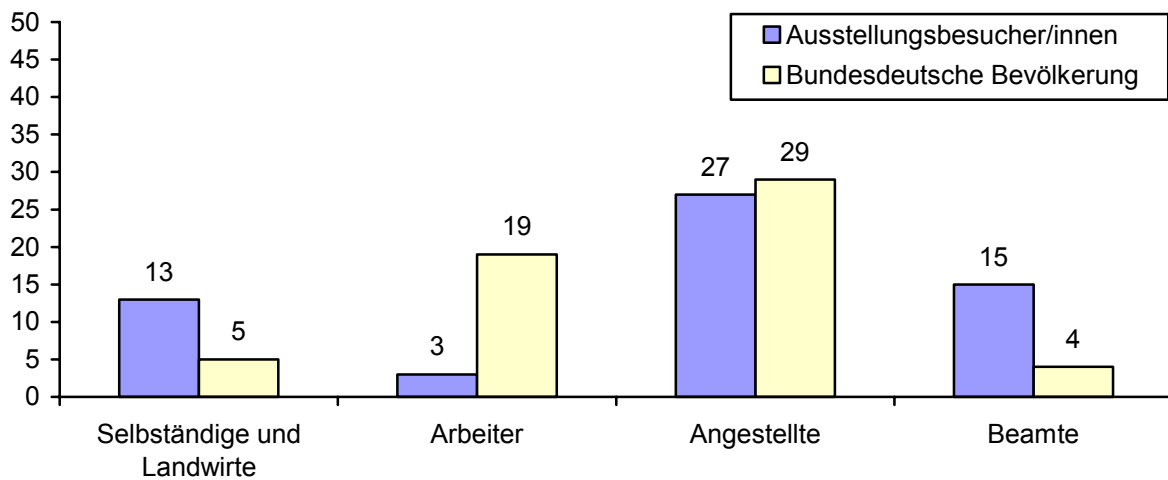
Neben der Erwerbstätigkeit wurde in der Befragung auch der Erwerbsstatus als weiterer wichtiger Indikator zur Bestimmung der Schichtzusammensetzung der Ausstellungsbesucher/innen erfasst (*Grafik 8*). Die beiden größten Gruppen bilden mit jeweils 19% die einfachen und mittleren Angestellten sowie die Rentner und Pensionäre, gefolgt von der Gruppe der Personen in Ausbildung mit 13% und den Beamten im höheren bzw. gehobenen Dienst mit 12%. Das Schlusslicht markieren die Arbeiter und die Beamten des mittleren bzw. einfachen Dienstes mit 3% bzw. 2%.

Zu einem deutlichen Ergebnis gelangt man auch, wenn man den Erwerbsstatus der Ausstellungsbesucher mit dem Erwerbsstatus der bundesdeutschen Bevölkerung vergleicht (*Grafik 9*). Hier zeigt sich, dass der Anteil der Arbeiter unter den Ausstellungsbesuchern/innen mit 3% deutlich geringer ist als in der bundesdeutschen Gesamtbevölkerung mit 19%. Umgekehrt ist der Anteil der Beamten bzw. der Selbständigen unter den Ausstellungsbesuchern mit 19% bzw. 13% gegenüber 4% bzw. 5% in der Gesamtbevölkerung besonders hoch.

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



**Grafik 9: Erwerbsstatus der erwerbstätigen Ausstellungsbesucher/innen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (ALLBUS<sup>4</sup>; Angaben in Prozent; N = 1.024)<sup>5</sup>**



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

Vergleicht man die nichterwerbstätigen Besucher/innen mit der Zusammensetzung der Nichterwerbstätigen in der Gesamtbevölkerung (*Grafik 10*), so zeigt sich ebenfalls ein deutliches Bild: Mit 14% gegenüber 4% in der Gesamtbevölkerung ist der Anteil der Personen, die sich in einer Ausbildung befinden, unter den Ausstellungsbesuchern auffallend hoch. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass ganze Schulklassen geschlossen die Ausstellung besucht haben.

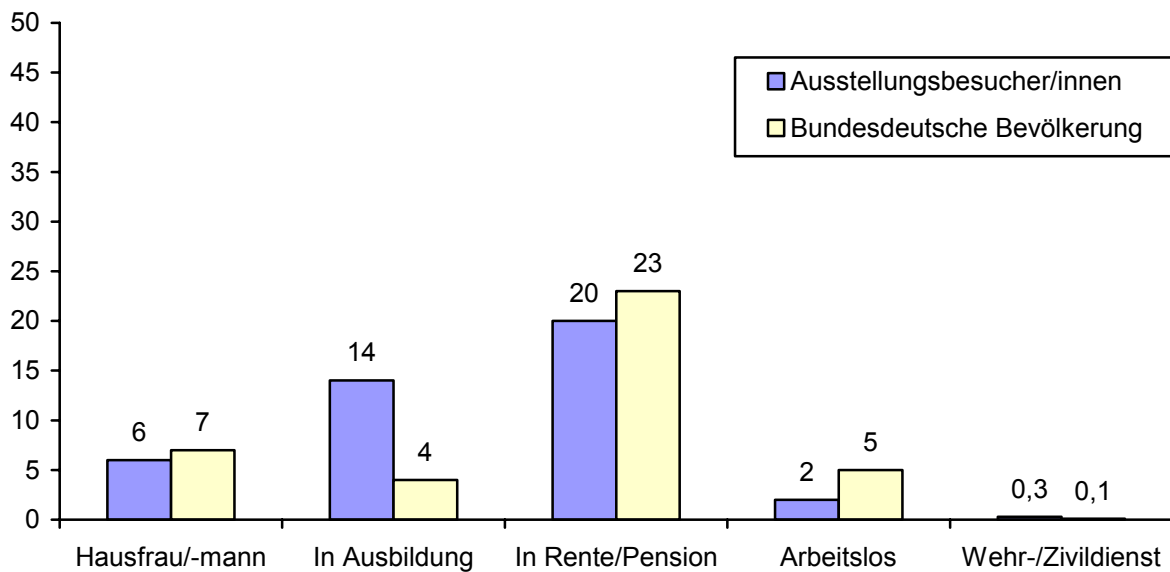
Betrachtet man die gewonnenen Zahlen zusammenfassend, so zeigt sich, dass der Anspruch auch „breitere Kreise“ der Gesellschaft anzusprechen und zu einem Besuch der Ausstellung zu gewinnen nur in geringem Maße gelungen ist. Personen mit niedrigem Bildungsniveau, Arbeiter, einfache und mittlere Beamte und auch Arbeitslose bleiben unter den Ausstellungsbesuchern unterrepräsentiert.

<sup>4</sup> Die 100%-Basis zur Berechnung der Anteile in den Grafiken 9 und 10 bilden Erwerbstätige und Nichterwerbstätige zusammen.

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



**Grafik 10: Status der nichterwerbstätigen Ausstellungsbesucher/innen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (ALLBUS; Angaben in Prozent)**



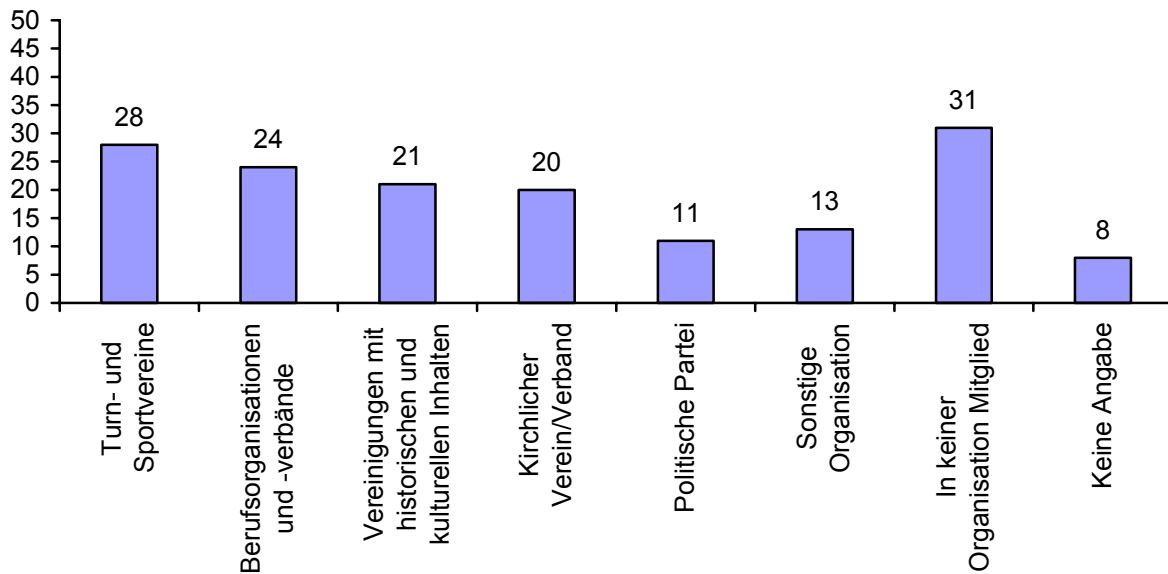
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

### 3.1.5 Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen

Als weiteres soziodemographisches Merkmal wurde in der vorliegenden Untersuchung die Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen erhoben. Es ergab sich (*Grafik 11*), dass 31% der Befragten keiner Organisation (Gewerkschaften, Parteien, Vereine usw.) angehören.<sup>6</sup> Mit 28% ist der größte Anteil der Befragten Mitglied in einem Turn- und Sportverein, 24% gehören einer beruflichen Organisation an, gefolgt von rund 21% der Befragten, die in einer Vereinigung mit historischen und kulturellen Inhalten Mitglied sind. Das Schlusslicht der explizit aufgeführten Organisationsformen bilden die politischen Parteien mit 11%.

<sup>6</sup> Der Organisationsgrad der Befragten ist damit etwas geringer als bei den Besucher/innen anderer Landesausstellungen.

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



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

Alle Befragten, welche die Kategorie „sonstige Organisation/Verein“ angegeben haben, hatten die Möglichkeit, diese Angabe in Form einer offenen Frage zu spezifizieren. Dabei wurde von den Befragten ein breites Spektrum an Vereinen und Organisationen angegeben, in denen sie Mitglied sind. Unter anderem wurden der „ADAC“, unterschiedliche „Bürgervereine“, der „Bund Naturschutz“, diverse „Freiwillige Feuerwehren“, der „Lions Club“ und verschiedene wissenschaftlich-kulturelle Vereinigungen genannt.

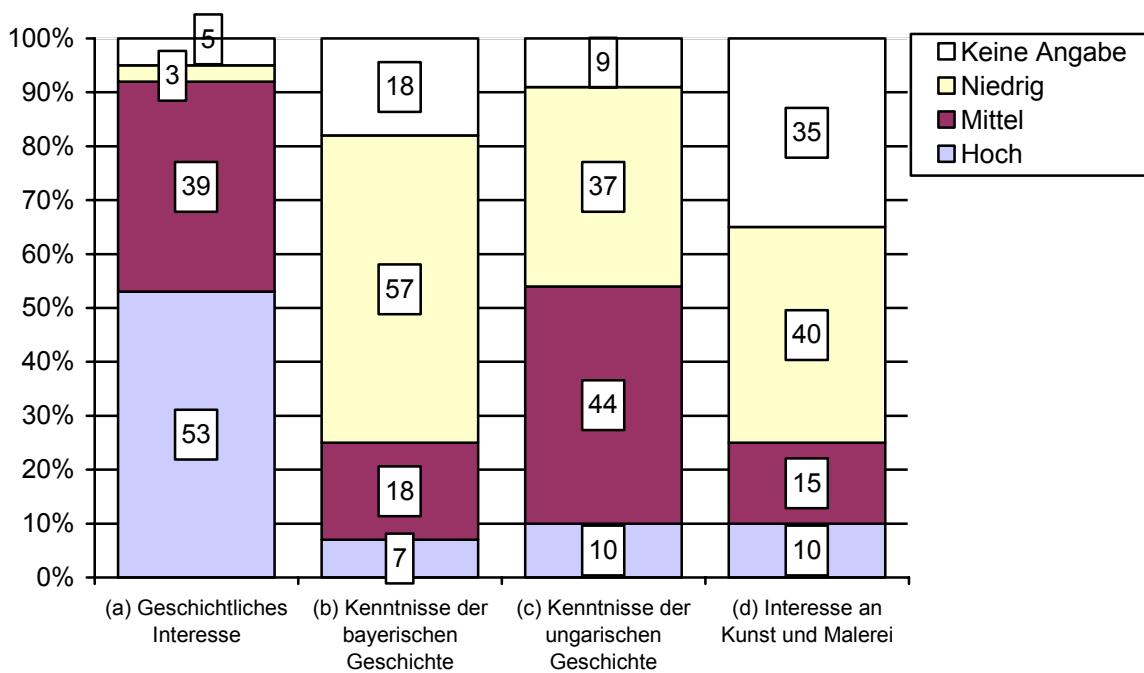
### 3.1.6. Interessen und Kenntnisse der Ausstellungsbesucher/innen

In der Befragung konnten die Besucher/innen anhand einer Skala „niedrig-mittel-hoch“ ihre (a) historischen Interessen, (b) ihre Kenntnisse der bayerischen Geschichte, (c) ihre Kenntnisse der ungarischen Geschichte und (d) ihr Interesse an Kunst und Malerei selbst einstufen. Hieraus konnten die folgenden Erkenntnisse über die Ausstellungsbesucher/innen gewonnen werden (*Grafik 12*).

Das Interesse der Befragten an Geschichte wurde erwartungsgemäß von 53% der Befragten als hoch eingeschätzt gegenüber 3% der Befragten, die ihr historisches Interesse als niedrig bewerteten. Bei der Frage nach den Kenntnissen der bayerischen

Geschichte gaben jedoch nur noch 18% an, dass ihre Kenntnisse hoch seien. Die Mehrheit der Befragten stufte dagegen ihre Kenntnisse der Geschichte Bayerns als „mittel“ ein, ebenfalls 18% bezeichneten sie als niedrig. Noch geringer bewerten die Ausstellungsbesucher/innen ihre Kenntnisse der ungarischen Geschichte: Nur 9% sind der Meinung, ihre Kenntnisse auf diesem Gebiet seien hoch, während 44% der Befragten sie selbst als „niedrig“ bezeichnen. Betrachtet man die persönliche Einschätzung des Interesses an Kunst und Malerei, so bringen die diesbezüglichen Angaben im Vergleich zu den Werten zum geschichtlichen Interesse bzw. zu den Kenntnissen der bayerischen und ungarischen Geschichte eine Mittelposition zum Ausdruck. 35% der Befragten stufen ihr Interesse an Kunst und Malerei als „hoch“ ein.

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



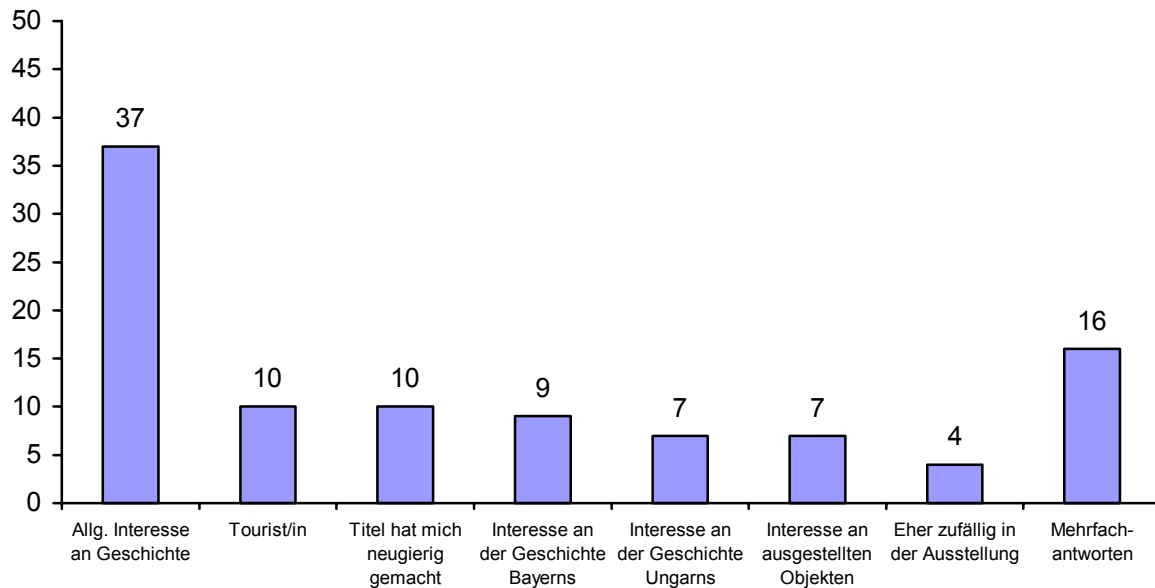
### 3.1.7 Motivation und Anregung zum Ausstellungsbesuch

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

Dabei ergab sich (*Grafik 13*), dass mit 37% die meisten Besucher das "allgemeine Interesse an der Geschichte" als ihren Hauptbesuchsgrund angaben. An zweiter Stelle, aber mit 10% bereits von deutlich weniger Befragten genannt, wurde der Titel der Ausstellung, der sie neugierig gemacht hat. Bemerkenswert ist, dass 10% der Befragten die Ausstellung besucht haben, weil sie als Touristen in Passau oder Umgebung waren. Bei dieser Gruppe ist zum einen davon auszugehen, dass es sich um Personen handelt, die normalerweise eher selten in Ausstellungen bzw. Museen anzutreffen sind. Zum zweiten zeigt sich hier, dass die Wahl des Ausstellungsortes für die Landesausstellung 2001 positive Ausstrahlungseffekte hatte. Alle anderen möglichen Antwortoptionen wurden dagegen von jeweils weniger als 10% der Befragten angegeben.

Hier ist jedoch zu berücksichtigen, dass das spezifische Interesse an der Geschichte Bayerns und Ungarns zusammen für 16% der Besucher eine Rolle bei der Anregung zum Besuch der Ausstellung spielte. Dieser Anteil dürfte noch höher anzusetzen sein, wenn man berücksichtigt, dass 16% der Befragten, obwohl dies hier ausdrücklich nicht gewünscht war, mehrere Gründe für den Ausstellungsbesuch angaben. Die überwiegende Mehrheit dieser Personen gab zwei Gründe an, wobei der größte Teil davon das „spezifische Interesse an der Geschichte Bayerns“ und das „spezifische Interesse an der Geschichte Ungarns“ gleichzeitig anführten. Erwähnenswert ist außerdem, dass in Passau nur 4% der Befragten die Ausstellung rein zufällig besucht haben, also ein größtenteils interessenorientiertes Publikum in der Ausstellung war.

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



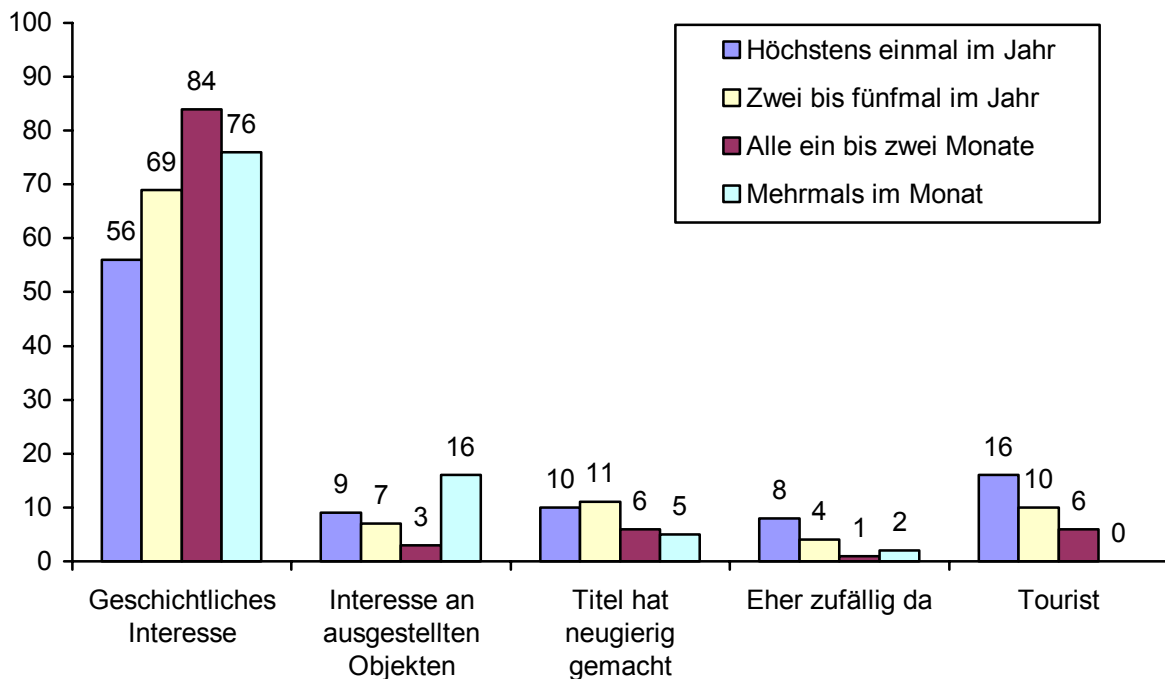
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

Die Annahme, dass es sich bei den zufälligen Ausstellungsbesuchern/innen um Gelegenheitsbesucher handelt lässt sich mittels eines Vergleichs der Motivationsgründe mit der ebenfalls ermittelten allgemeinen Häufigkeit eines Ausstellungsbesuchs eindeutig bestätigen. Im Folgenden wird dabei zwischen den interessegeleiteten (Geschichtliches Interesse<sup>7</sup>; Interesse an Exponaten) und nicht interessegeleiteten (Titel hat neugierig gemacht; eher zufällig da; Tourist) Gründen unterschieden.

Es zeigt sich (*Grafik 14*), dass von den Personen, die höchstens einmal im Jahr eine Ausstellung besuchen, mit 8% überproportional viele Befragte angaben, dass sie eher zufällig in der Ausstellung sind. Demgegenüber ist der Anteil derjenigen Befragten unter den zufälligen Ausstellungsbesuchern/innen, die häufiger eine Ausstellung besuchen, deutlich geringer. Umgekehrt verhält es sich bei den Befragten, die angaben, ein geschichtliches Interesse zu besitzen: Der Anteil der geschichtlich interessierten Besucher/innen steigt mit der Häufigkeit, mit der diese im Allgemeinen Ausstellungen besuchen.

<sup>7</sup> Unter der Kategorie „geschichtliches Interesse“ werden im Folgenden „Allgemeines Interesse an der Geschichte“, „Spezifisches Interesse an der Geschichte Bayerns“, „Spezifisches Interesse an der Geschichte Ungarns“ und die relevanten Angaben bei den Mehrfachantworten zusammengefasst.

**Grafik 14: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und allgemeine Ausstellungsbesuchshäufigkeit<sup>8</sup> (Angaben in Prozent)**

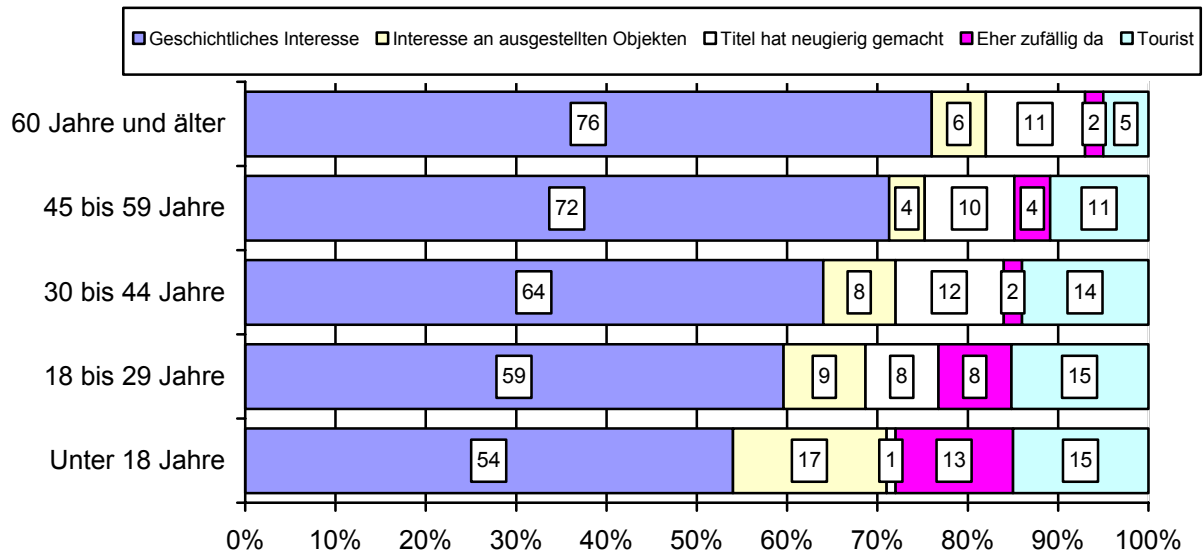


Es ist weiterhin von Interesse zu erfahren, ob der Motivationsgrund für den Ausstellungsbesuch von soziodemographischen Faktoren mitbestimmt wird. Deshalb wird der Motivationsgrund für den Besuch der Ausstellung im Folgenden mit dem Alter, dem Geschlecht und der formalen Bildung der Ausstellungsbesucher verglichen.

Dabei können für die genannten Motive altersspezifische Unterschiede festgestellt werden. Es zeigt sich (*Grafik 15*), dass ältere Personen (76%) häufiger als jüngere Ausstellungsbesucher/innen angaben, die Ausstellung aus geschichtlichen Interessen besucht zu haben.

<sup>8</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 46,599.

**Grafik 15: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und Alter der Ausstellungsbesucher/innen<sup>9</sup> (Angaben in Prozent)**

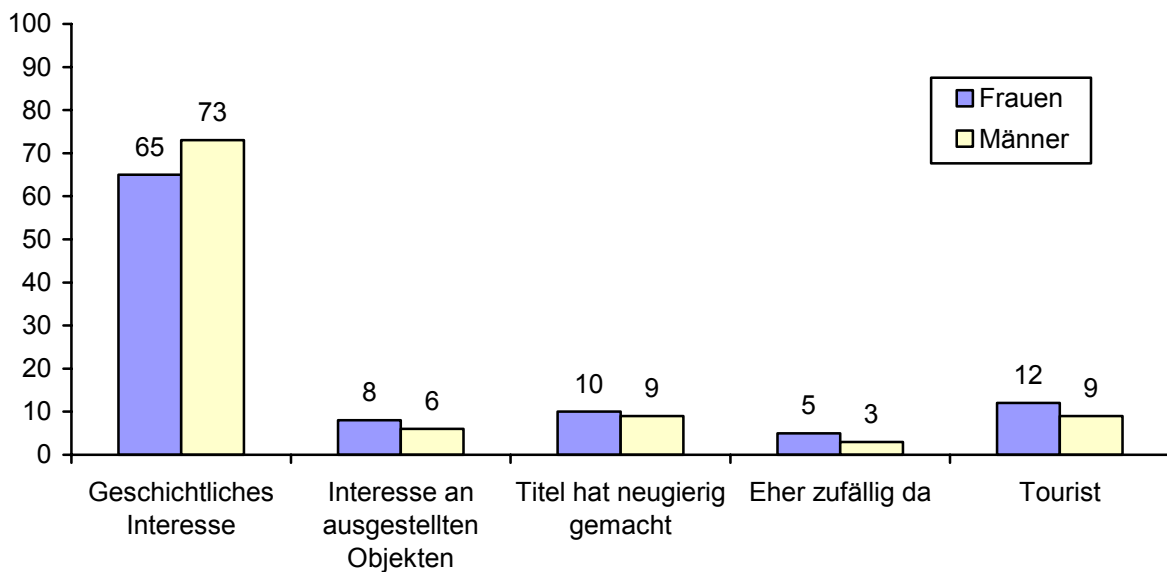


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

Ein signifikantes Ergebnis zeigt auch der Vergleich zwischen den Motivationsgründen und dem Geschlecht der Ausstellungsbesucher/innen (*Grafik 16*). Etwas mehr Frauen als Männer haben die Ausstellung aus nichtinteressegeleiteten Gründen besucht. Zufällig waren es 5% gegenüber 3%, aufgrund der durch den Titel erweckten Neugier waren es 10% gegenüber 9% und als Tourist/in waren es 12% gegenüber 9%. Fasst man die Motivationsgründe „geschichtliches Interesse“ und „Interesse an ausgestellten Objekten“ unter der Kategorie „interessegeleitete Gründe“ zusammen und unterscheidet sie damit von den übrigen „nichtinteressegeleiteten Gründen“, so wird der festgestellte Zusammenhang etwas deutlicher: 79% der Männer haben die Ausstellung aus interessegeleiteten Gründen besucht., wohingegen es bei den Frauen nur 73% waren.

<sup>9</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 71,811.

**Grafik 16: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und Geschlecht der Ausstellungsbesucher/innen<sup>10</sup> (Angaben in Prozent)**



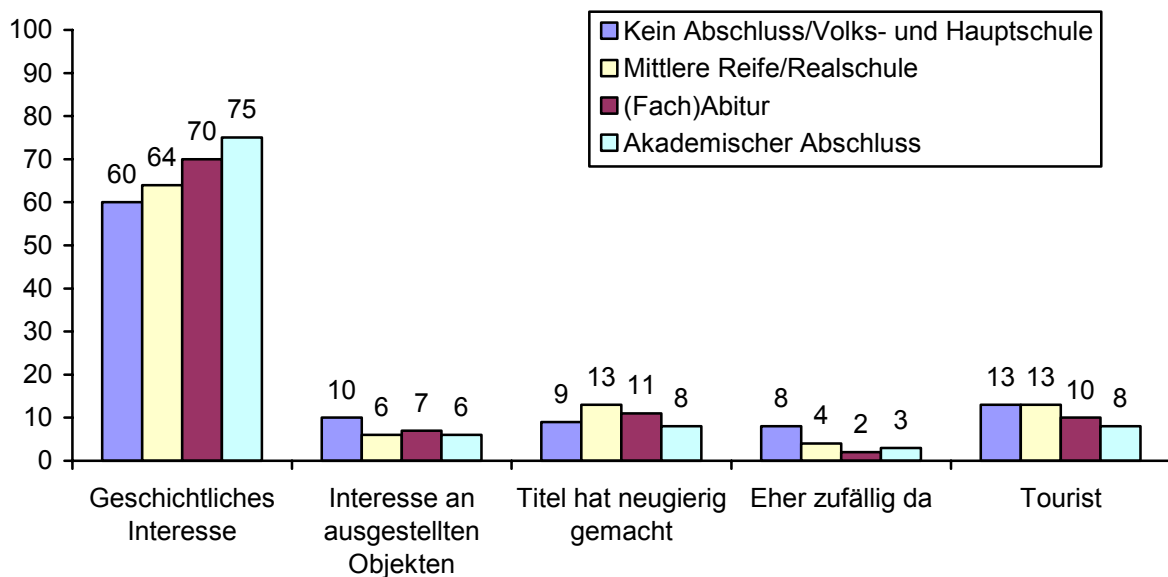
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

Weitere interessante Ergebnisse zeigen sich beim Vergleich des Motivationsgrunds und der formalen Bildung der Befragten (*Grafik 17*). So haben Personen mit niedrigerem Bildungsniveau mit einem Anteil von 8% die Ausstellung häufiger zufällig besucht als Personen mit höherem Bildungsniveau. Andererseits nimmt mit steigendem Bildungsniveau der Anteil derjenigen Befragten zu, die angaben, die Ausstellung aus geschichtlichem Interesse besucht zu haben. Das Interesse an den ausgestellten Objekten als Motivationsgrund wird dagegen von Personen häufiger angegeben, die über niedrige Bildungsabschlüsse verfügen. Dies könnte damit zusammenhängen, dass Personen mit niedrigerem Bildungsniveau eher von konkreten als von abstrakten Tatsachen angesprochen werden. Durch die Hervorhebung von spektakulären Ausstellungsgegenständen bereits im Vorfeld der Ausstellung (entsprechende Werbemaßnahmen) ließe sich möglicherweise der Anteil der Besucher/innen mit niedrigerem Bildungsniveau am Ausstellungspublikum erhöhen.

<sup>10</sup> Sign.: 0.036; Chi<sup>2</sup> = 10,250.



**Grafik 17: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und Bildungsniveau der Ausstellungsbesucher/innen<sup>11</sup>**  
(Angaben in Prozent)

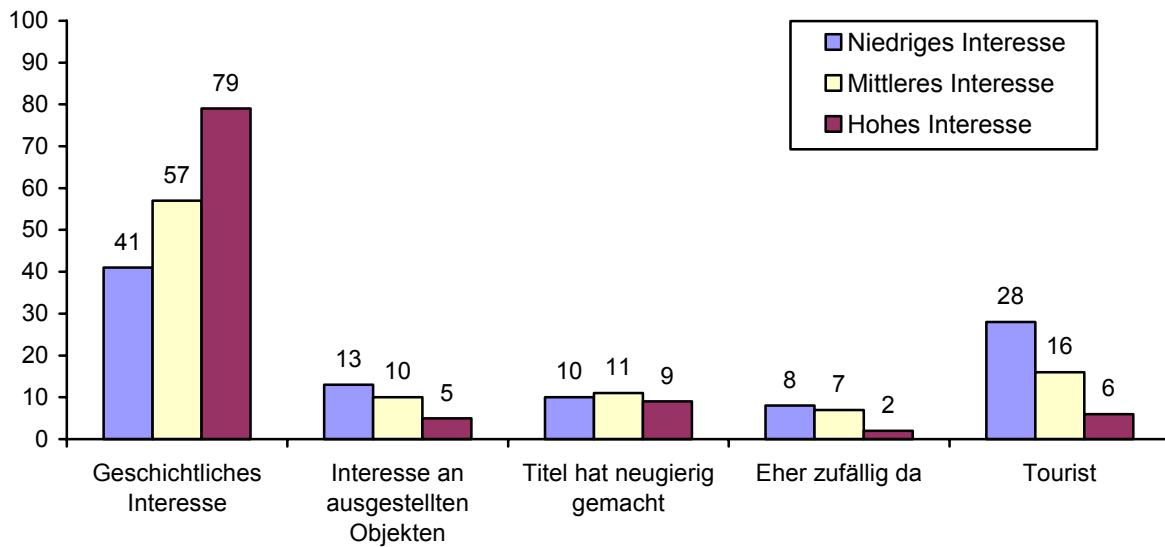


Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
München, 2001

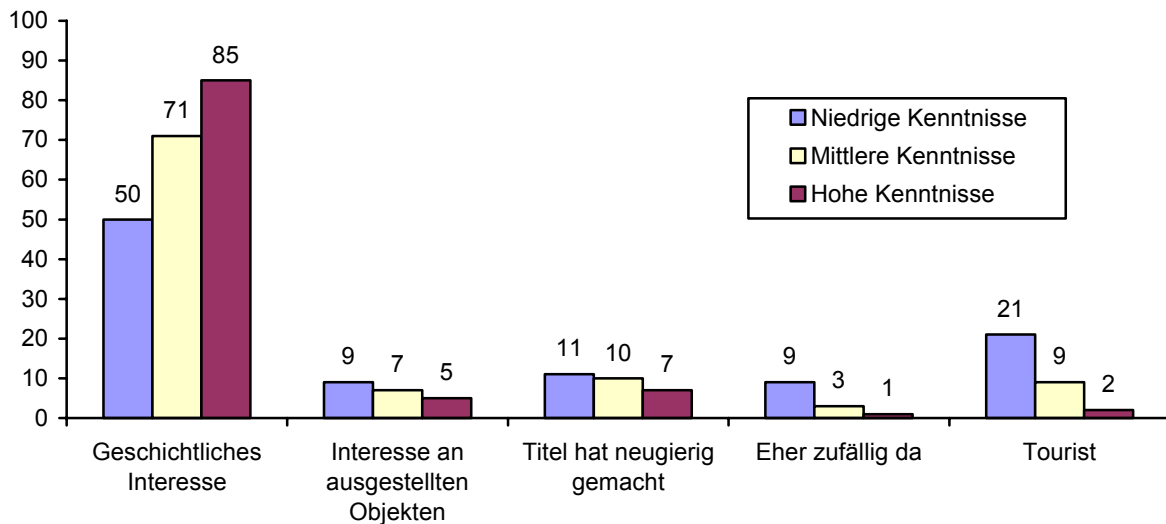
Die Motivation zum Ausstellungsbesuch ist schließlich abhängig von der Selbsteinschätzung der eigenen historischen und Kunstinteressen bzw. der vorhandenen Kenntnisse zur bayerischen und ungarischen Geschichte. Wie zu erwarten (*Grafik 18a*), ist für Befragte, die ein hohes geschichtliches Interesse besitzen, dieses auch sehr viel häufiger Hauptmotivationsgrund als für die anderen Befragten (79% gegenüber 41%). Unter den Befragten, die ihr geschichtliches Interesse eher niedrig einschätzen, sind folglich öfter Besucher/innen zu finden, die eher zufällig in der Ausstellung sind oder weil sie als Touristen in Passau sind.

Beim Vergleich der Besuchsmotive mit den Kenntnissen der bayerischen (*Grafik 18b*) und der ungarischen Geschichte (*Grafik 18c*) zeigt sich der aufgewiesene Zusammenhang in ähnlicher Weise. Hervorzuheben ist hier jedoch, dass die Besucher/innen mit hohen Kenntnissen ungarischer Geschichte im Gegensatz zu den eben geschilderten Ergebnissen häufiger in der Ausstellung waren, weil sie als Touristen in Passau waren. Dies zeigt in diesem Fall jedoch eindrücklich, dass das Thema „Bayern – Ungarn“ wohl eine gewisse Anziehungskraft für Personen hatte, die mit der ungarischen Historie gut vertraut sind.

<sup>11</sup> Sign.: 0.009; Chi<sup>2</sup> = 26,704.

**Grafik 18a: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und geschichtliches Interesse<sup>12</sup> (Angaben in Prozent)**


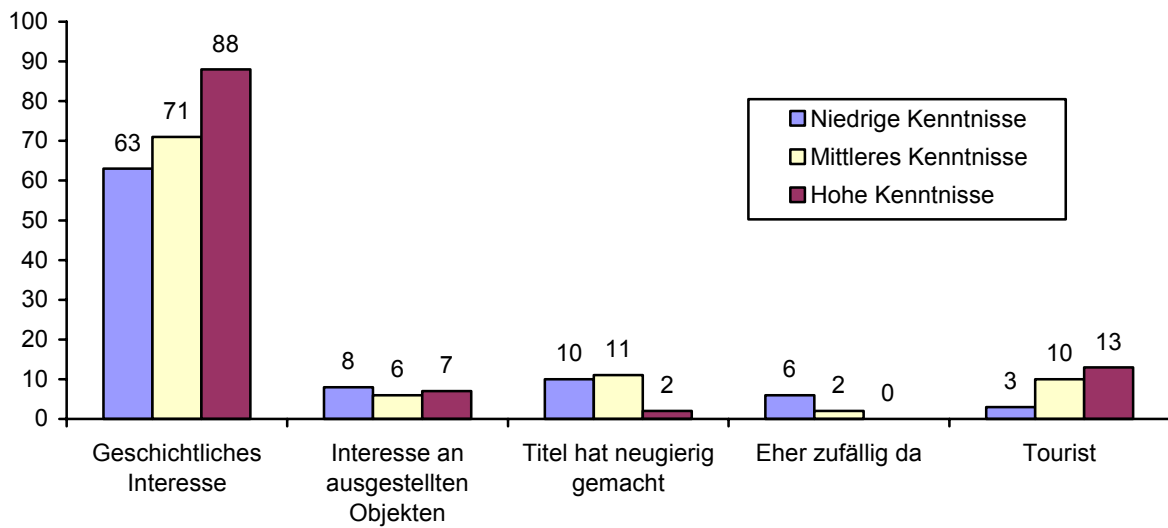
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

**Grafik 18b: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und Kenntnisse der bayerischen Geschichte<sup>13</sup> (Angaben in Prozent)**


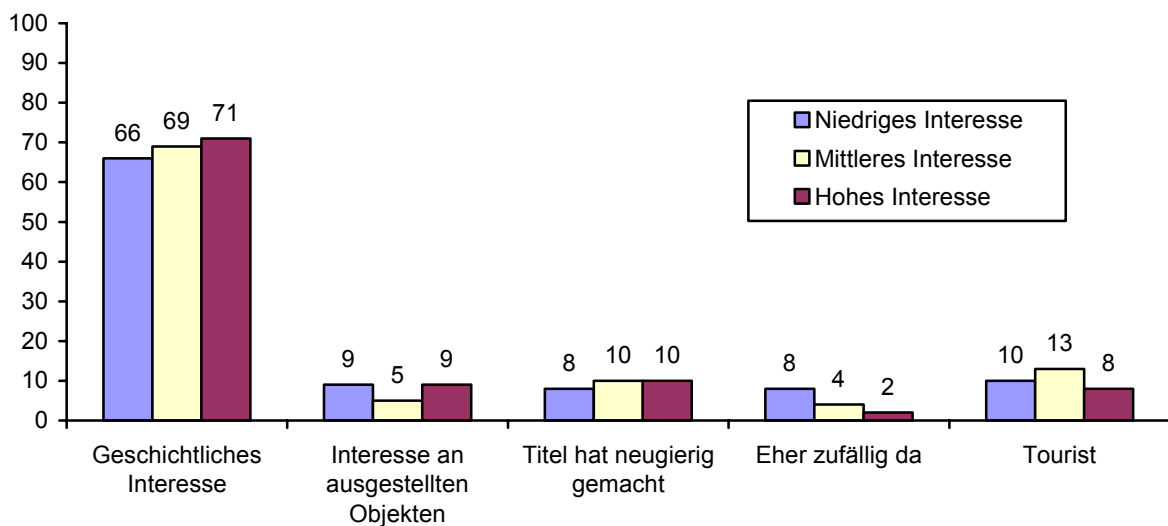
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

<sup>12</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 83,477.

<sup>13</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 80,502.

**Grafik 18c: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und Kenntnisse der ungarischen Geschichte<sup>14</sup> (Angaben in Prozent)**


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

**Grafik 18d: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und Interesse an Kunst und Malerei<sup>15</sup> (Angaben in Prozent)**


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

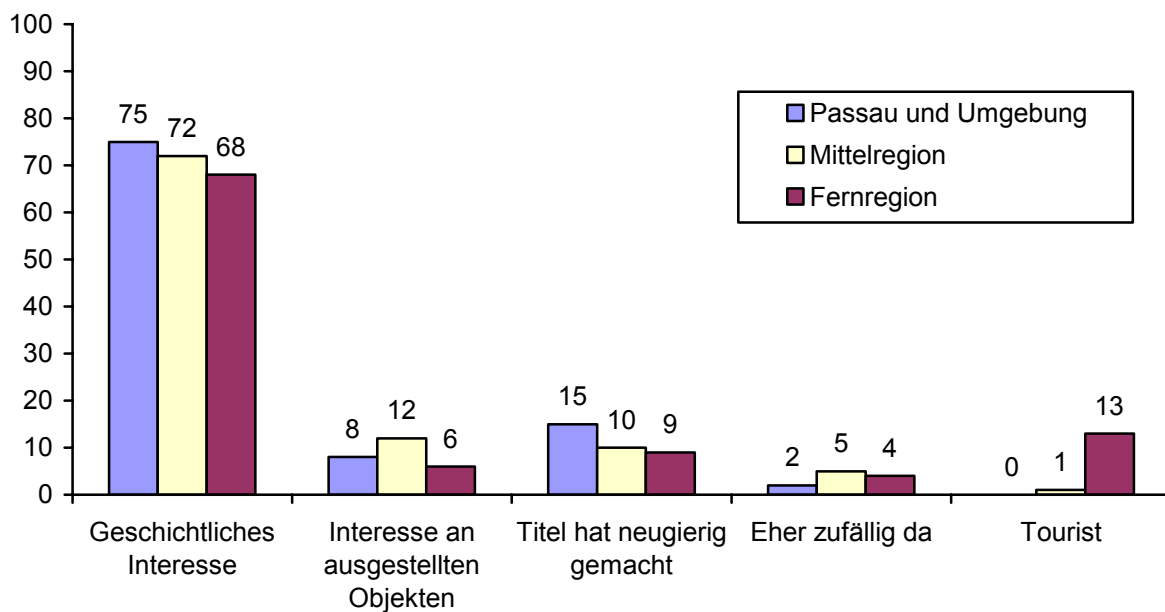
<sup>14</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 38,410.

<sup>15</sup> Sign.: 0.016; Chi<sup>2</sup> = 18,849.

Auch bei der Betrachtung der Besuchsmotive in Abhängigkeit von den vorhandenen Interessen an Kunst und Malerei zeigen sich schließlich wiederum ähnliche Ergebnisse wie bei den historischen Interessen und Kenntnissen der Befragungsteilnehmer/innen (*Grafik 18d*).

Unterschiede in der Motivation zum Ausstellungsbesuch stehen auch in Abhängigkeit von der Distanz zum Wohnort. So zeigt sich (*Grafik 19*), dass Befragte, die aus Passau und Umgebung kommen häufiger als Befragte aus der Fernregion durch ihr eigenes geschichtliches Interesse zum Ausstellungsbesuch motiviert wurden (75% gegenüber 68%). Demgegenüber ist bei den Personen aus der Fernregion erwartungsgemäß der Anteil der Touristen mit 13% besonders hoch.<sup>16</sup>

**Grafik 19: Anregung/Motivation für den Besuch der Ausstellung und Herkunftsregion der Ausstellungsbesucher/innen<sup>17</sup>**  
(Angaben in Prozent)



<sup>16</sup> Zur genaueren Bestimmung der Herkunftsregionen, siehe Abschnitt 3.1.8, insbesondere Anmerkung 18.

<sup>17</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 36,779

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 soziodemographischen Daten**

|                           | Alter            | Geschlecht | Bildung | Geschichtliche Interessen und Kenntnisse |
|---------------------------|------------------|------------|---------|--|
| Geschichtliches Interesse | Ältere Personen  | Männlich   | Hoch    | Hoch                                     |
| Zufälliges Interesse      | Jüngere Personen | Weiblich   | Niedrig | Niedrig                                  |



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

### 3.1.8 Sozialprofil und Herkunftsregion

Eine interessante Frage im Zusammenhang mit der Durchführung von Ausstellungen ist, welche Personen und Menschen man generell damit erreicht. Welches Publikum die Ausstellung in Passau angesprochen hat, ist in den vorangehenden Abschnitten dargestellt worden. Hier soll nun die Frage beantwortet werden, ob es soziodemographische Unterschiede zwischen Nah- und Fernbesuchern gibt.

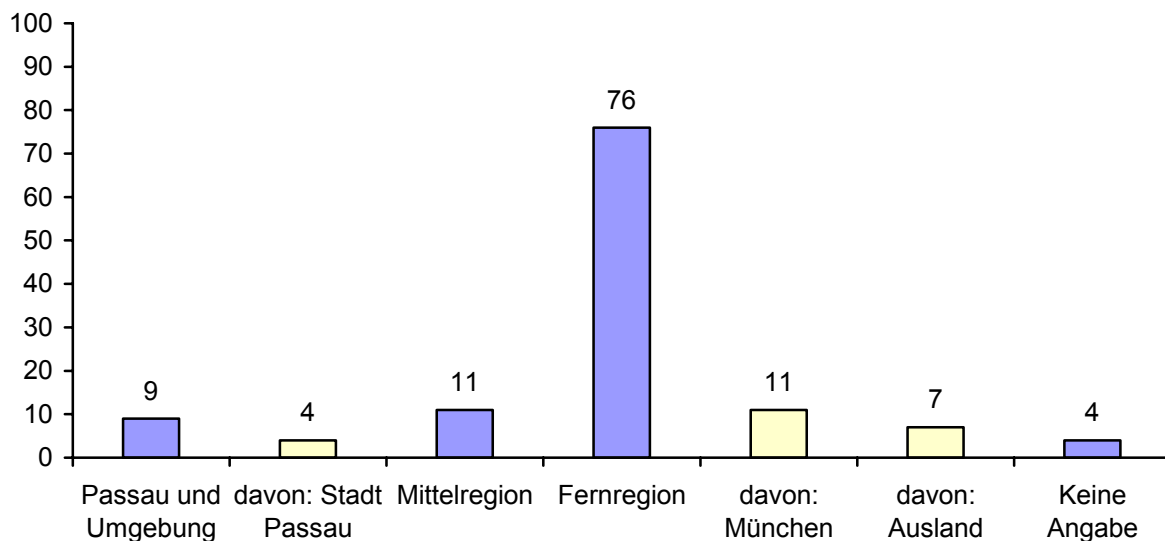
Für die folgenden Untersuchungen wird der Wohnort der Befragten in eine von drei Regionen eingeordnet. Die erste Region umfasst die Stadt Passau und ihre nähere Umgebung, die zweite Region ("Mittelregion") umfasst einen Bereich, der etwa einer Anfahrtszeit bis zu einer Stunde entspricht, die dritte Region ("Fernregion") umfasst schließlich das übrige Bundesgebiet und das Ausland.<sup>18</sup>

Insgesamt verteilen sich die Befragten wie folgt auf die drei Einzugsregionen (*Grafik 20*): Etwa jede(r) zehnte Besucher/in kommt aus Passau und Umgebung. Ein ähnlich hoher Anteil reiste aus der sog. „Mittelregion“ zur Ausstellung an (11%). Der überwiegende Teil des Publikums kam in Passau jedoch aus der Fernregion (76%). Der Anteil der Fernbesucher/innen war damit bei der Landesausstellung 2001 des Hauses

<sup>18</sup> Für die Berechnung wurden die ursprünglich angegebenen Postleitzahlen zur Kategorie "Herkunftsregion" wie folgt zusammengefasst: "Passau und Umgebung" = 94000 bis 94169; "Mittelregion" = 84120 bis 84189, 84300 bis 84339, 84340 bis 84389, 84400 bis 84439, 84440 bis 84579, 94200 bis 94269, 94300 bis 94379, 94400 bis 94439 und 94440 bis 94579; Fernregion = alle anderen Postleitzahlen.

der Bayerischen Geschichte wesentlich höher als bei anderen Ausstellungen. Die Wahl des Ausstellungsortes, der ein touristisches Zentrum in Ostbayern darstellt und des Weiteren aufgrund seiner Grenzlage zu Österreich auch viele österreichische Besucher anlockt, hat für die Landesausstellung 2001 positive Effekte: Zum einen ist der Anteil der ausländischen Besucher/innen und derjenigen, die aus größerer Entfernung zur Ausstellung anreisen sehr viel höher als bei den anderen Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte. Der Anteil der Besucher/innen mit nicht deutscher Staatsangehörigkeit an der Ausstellung betrug 10%. Davon waren 5% Österreicher und 2% Ungarn. Zum zweiten dürften die sich in Passau und Umgebung aufhaltenden Touristen die Besucherzahl der Ausstellung insgesamt positiv beeinflusst haben.

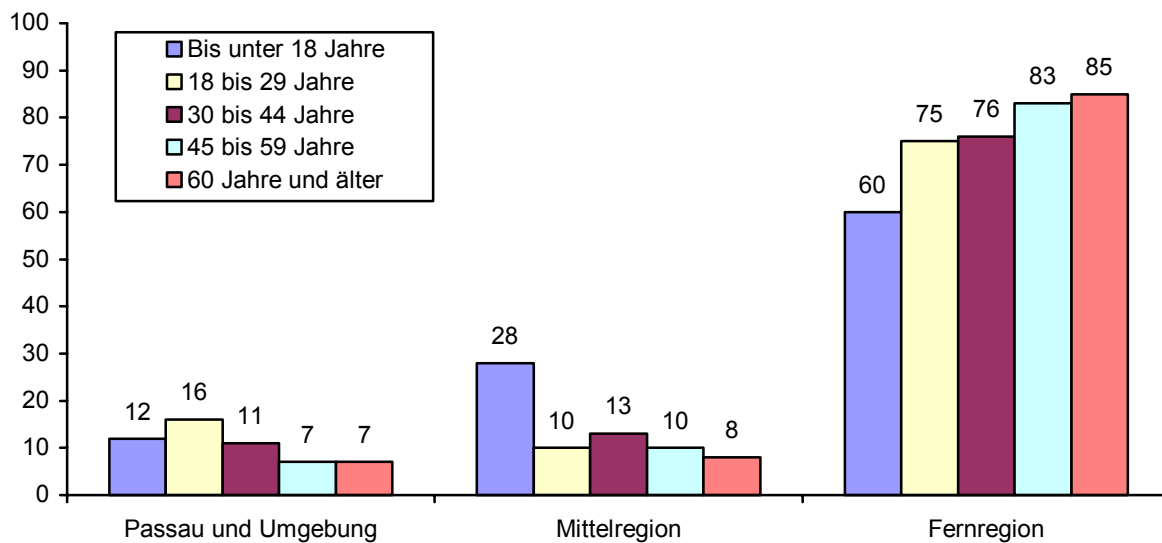
**Grafik 20: Herkunftsregion der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)**



Vergleicht man die Herkunftsregionen mit der Altersstruktur der Befragten, so zeigt sich ein eindeutiger Zusammenhang (*Grafik 21*): Die jüngeren Befragten stammen zwar nicht signifikant häufiger aus Passau und Umgebung als die älteren Ausstellungsbesucher/innen, kommen jedoch öfter aus der Mittelregion als die älteren Befragten. So wohnen 28% der unter 18-Jährigen in der Mittelregion gegenüber 8% der 60-Jährigen und Älteren. Der Anteil der unter 18-Jährigen, die aus der Fernregion stammen, beträgt 60%, während er demgegenüber bei den 60-Jährigen und älteren Besucher/innen bei 85% liegt. Der hohe Anteil der unter 18-Jährigen aus der Mittelre-

gion ist zum Teil darauf zurückzuführen, dass viele Schulklassen die Ausstellung besucht haben, die häufig von Schulen aus der Region kommen. Diese Annahme wird zumindest tendenziell bestätigt, wenn man die Herkunftsregion mit der beruflichen Stellung der Besucher/innen in Beziehung setzt. Hierbei ergibt sich, dass ein Anteil von 18% der Befragten, die noch in Ausbildung sind, aus Passau und Umgebung sowie der Mittelregion kommen, gegenüber 13% Auszubildenden aus der Fernregion.

**Grafik 21: Herkunftsregion der Ausstellungsbesucher/innen und Alter (Angaben in Prozent)<sup>19</sup>**



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

Des Weiteren lässt sich ein bildungsspezifischer Effekt hinsichtlich der Distanz des Wohnorts der Ausstellungsbesucher/innen zum Ausstellungsort feststellen. So stammen 12% bzw. 16% der Befragten mit niedrigerem Abschluss aus Passau und Umgebung bzw. der Mittelregion, aber nur 5% bzw. 9% der Akademiker/innen. Bei diesen kommen dagegen 86% aus der Fernregion, während es bei den niedrig gebildeten Befragten „nur“ 72% sind.<sup>20</sup>

Von Interesse ist es weiterhin zu erfahren, ob die hoch interessierten und versierten Ausstellungsbesucher eher unter den Fernbesuchern oder den Personen aus dem Nahbereich zu finden sind. Erwartungsgemäß müsste der Anteil der habituellen Aus-

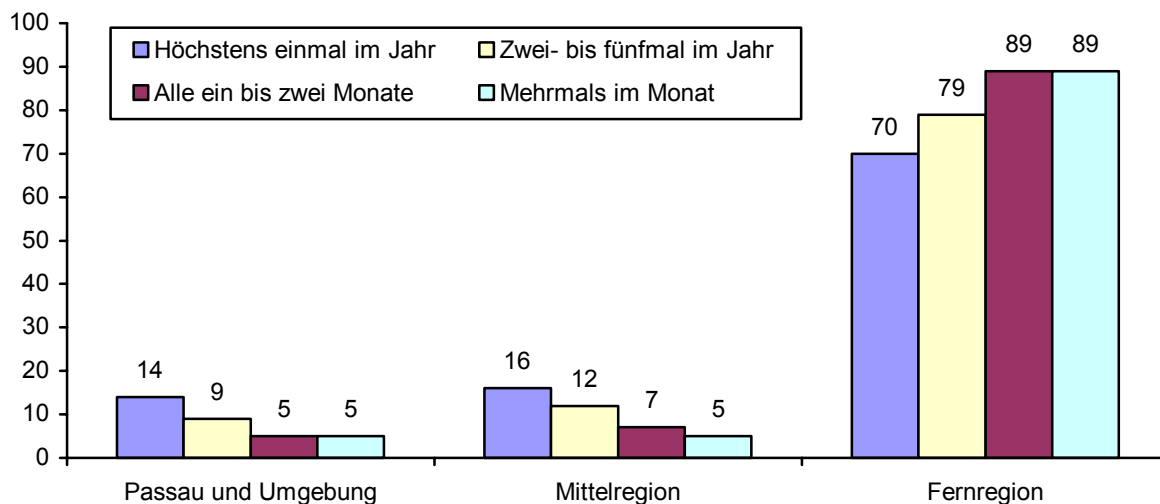
<sup>19</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 37,600.

<sup>20</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 31,278.

stellungsbesucher/innen unter den Fernbesuchern besonders hoch sein, da ein höheres Interesse am Thema wohl als Voraussetzung dafür betrachtet werden kann, eine längere Anreise auf sich zu nehmen. Diese Annahme kann überprüft werden, indem man die Herkunftsregion und das allgemeine Interesse an Geschichte miteinander vergleicht. Hierbei zeigt sich, dass im Vergleich zu den anderen Landesausstellungen des HdBG für die Anreise der Besucher/innen zur Ausstellung weder das allgemeine geschichtliche Interesse noch die spezifischen Kenntnisse der bayerischen oder ungarischen Geschichte eine Rolle spielt. Die räumliche Verteilung der Befragten ist als unabhängig von ihren Interessen oder Kenntnissen.

Der Vergleich zwischen der Herkunftsregion und der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen bestätigt die Annahme, dass die versierten Ausstellungsbesucher/innen häufiger unter den Fernbesuchern zu finden sind. So zeigt sich (*Grafik 22*), dass unter den Befragten aus der Fernregion häufiger habituelle Ausstellungsbesucher als Gelegenheitsbesucher anzutreffen sind (89% gegenüber 70%). Von den Ausstellungsbesuchern/innen, die aus Passau oder Umgebung und der Mittelregion stammen, sind demgegenüber 14% bzw. 16% Gelegenheitsbesucher, aber nur jeweils 5% habituelle Ausstellungsbesucher.

**Grafik 22: Herkunftsregion der Ausstellungsbesucher/innen und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (Angaben in Prozent)<sup>21</sup>**



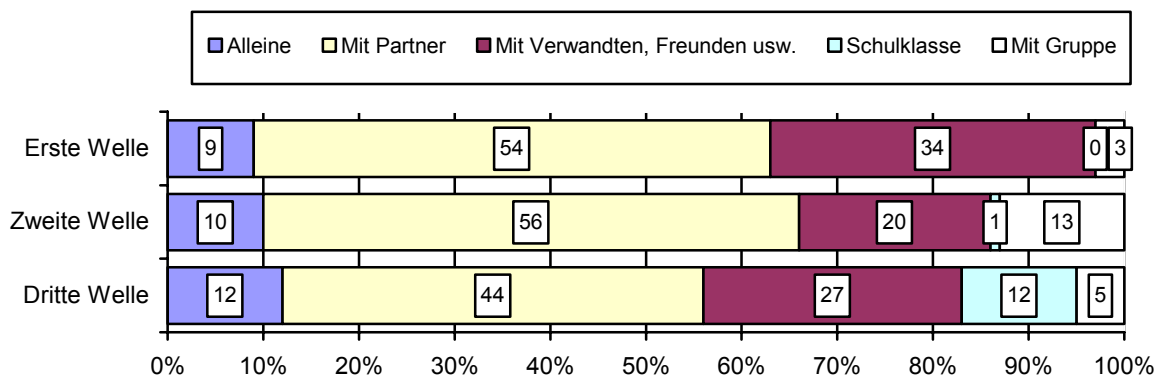
<sup>21</sup> Sign.: 0.003; Chi<sup>2</sup> = 19,668.



### 3.1.9 Sozialprofil und Besuchszeitpunkt

Von Interesse ist in Zusammenhang mit der vorliegenden Untersuchung unter anderem, ob sich die Besucher/innen der drei Befragungswellen in wichtigen soziodemographischen und anderen individuellen Besuchermerkmalen signifikant unterscheiden. Mit anderen Worten: War in der Haupturlaubszeit in den bayerischen Sommerferien ein anderes Publikum in der Ausstellung als gegen Ende der Landesausstellung im Oktober? Neben den bereits berichteten Unterschieden im Bildungsniveau zwischen den drei Befragungswellen zeigen die Ergebnisse der Befragung lediglich in zwei Bereichen wichtige Unterschiede: Zunächst ist festzuhalten, dass unter den Besucher/innen, die unmittelbar nach den Sommerferien in der Ausstellung waren, signifikant häufiger Gruppenbesucher/innen zu finden sind (*Grafik 23*). Mitte Oktober, das heißt, während der dritten Befragungswelle beobachtet man zudem einen im Vergleich mit den anderen beiden Wellen deutlich höheren Anteil an Schulklassen.

**Grafik 23: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Befragungswelle (Angaben in Prozent)<sup>22</sup>**



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

Des Weiteren sind in der ersten Welle sehr viel öfter Ausstellungsbesucher/innen zu finden, die sich als Touristen in Passau und Umgebung befinden (68%) als in der zweiten (61%) und dritten Befragungswelle (56%).<sup>23</sup> Hier zeigt sich nochmals der Effekt der Urlaubszeit während der ersten und zweiten Befragungswelle.

<sup>22</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 120,382.

<sup>23</sup> Sign.: 0.004; Chi<sup>2</sup> = 11,022.

### 3.1.10 Zusammenfassung – Sozialprofil der Ausstellungsbesucher/innen

Das Sozialprofil der Besucher/innen der Landesausstellung 2001 stellt sich zusammenfassend folgendermaßen dar:

- Das Durchschnittsalter der Befragten lag bei 47 Jahren. Damit hatte diese Landesausstellung neben den Landesausstellungen in Ingolstadt und Regensburg die jüngsten Besucher/innen aller 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: Fast zwei Drittel der Besucher/innen verfügen über die (Fach-)Hochschulreife und 34% haben einen (Fach-)Hochschulabschluß. Der Anteil der Hochgebildeten liegt 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 sind als in der bundesdeutschen Bevölkerung; die größten Gruppen innerhalb der Nichterwerbstätigen stellen mit 20% der Befragten die Rentner bzw. mit 14% sich in Ausbildung befindende Personen.
- Ihr geschichtliches Wissen bewerten 53% der Befragten als hoch, die Kenntnisse der bayerischen und ungarischen Geschichte wurden dagegen deutlich bescheidener eingeschätzt: Nur 18% bzw. 9% schätzten diese jeweils als hoch ein. Ihr Interesse an Kunst und Malerei bezeichneten schließlich 35% der Befragten als hoch.
- Rund jede(r) sechste Befragte gab an, mindestens alle ein bis zwei Monate eine Ausstellung zu besuchen, und kann damit als „versierte(r) Ausstellungsbesucher/in“ bezeichnet werden.
- Hoch (25 %) ist unter den Befragten auch der Anteil derer, die Mitglied in einer Vereinigung mit historischen oder kulturellen Inhalten sind.

### 3.1.11 Cluster der Besuchergruppen

Im Folgenden haben wir versucht mit dem Verfahren der Clusteranalyse aus den Besucher/innen der Landesausstellung 2001 homogene Gruppen zu bilden, um für die Analysen 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>24</sup>

Es wurden folgende Eigenschaften der Besucher/innen in die Clusteranalyse eingeschlossen: die Motivation zum Ausstellungsbesuch, die Sozialität, die Besuchsdauer, die allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen, das geschichtliche Interesse, die Kenntnisse der bayerischen und ungarischen Geschichte, das Bildungsniveau und das Alter. Insgesamt 889 der 1.105 Befragten konnten eindeutig einem Cluster zugewiesen werden. Es ergaben sich zwei Cluster (homogene Gruppen) von Besuchern – im Folgenden als "jüngere, niedrig interessierte Gruppenbesucher" und "ältere, hoch interessierte Einzelbesucher" bezeichnet, die jeweils vorwiegend durch folgende Eigenschaften gekennzeichnet sind (*Tabelle 3*)<sup>25</sup>.

**Tabelle 3: Besuchergruppen der Landesausstellung 2001 (Clusteranalyse)**

| Variable                                       | Cluster 1 (N = 705)<br>Jüngere, niedrig interessierte<br>Gruppenbesucher | Cluster 2 (N = 184)<br>Ältere, hoch interessierte<br>Einzelbesucher |
|--|--|---|
| Bildungsniveau                                 | Niedrig bis mittel   | Hoch  |
| Durchschnittsalter                             | 43 Jahre   | 52 ½ Jahre  |
| Motivationsstruktur                            | Nicht interessengeleitet   | Interessengeleitet  |
| Allgemeines geschichtliches Interesse          | Niedrig bis mittel   | Hoch  |
| Kenntnisse der bayerischen Geschichte          | Niedrig  | Hoch  |
| Kenntnisse der ungarischen Geschichte          | Niedrig  | Hoch  |
| Sozialität                                     | Gruppenbesucher  | Einzelbesucher  |
| Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen | Eher selten<br>Gelegenheitsbesucher                                      | Eher häufig<br>Habitueller Besucher                                 |
| Durchschnittliche Besuchsdauer                 | 95 Minuten   | 174 Minuten   |

<sup>24</sup> Zum genauen mathematischen Vorgehen und Hintergrund der Clusteranalyse vgl. etwa Backhaus, K. u.a. (1996, 8. Aufl.), S. 261 ff.

<sup>25</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.

### 3.2 Einzugsgebiet der Ausstellung

In der Befragung wurde auch der Herkunfts- bzw. Wohnort der Besucher erhoben. Damit lassen sich das Einzugsgebiet der Ausstellung sowie die Anteile der Nah- und Fernbesucher darstellen. Mehr als jeder vierte Ausstellungsbesucher (28%) kam nicht aus Bayern. Mit der Passauer Landesausstellung konnte also ein überregionales Publikum angesprochen werden, wobei besonders der im Vergleich zu anderen Landesausstellungen hohe Anteil ausländischer Besucher/innen hervorzuheben ist, der sich allerdings zum großen Teil aus der Grenzlage Passaus zu Österreich erklärt. Die folgende Tabelle gibt Aufschluss über die Lage der Wohnorte der befragten Besucher.

**Tabelle 4: Lage der Wohnorte der befragten Ausstellungsbesucher**

| Lage des Wohnorts der befragten Besucher/innen | Anzahl Besucher N | Anteil an Befragten |
|--|-------------------|---------------------|
| Passau und Umgebung                            | 96                | 9%                  |
| München  | 107               | 10%                 |
| Restliches Bayern                              | 538               | 49%                 |
| Bundesrepublik ohne Bayern                     | 232               | 21%                 |
| Ausland  | 81                | 7%                  |
| Keine Angabe                                   | 51                | 4%                  |



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

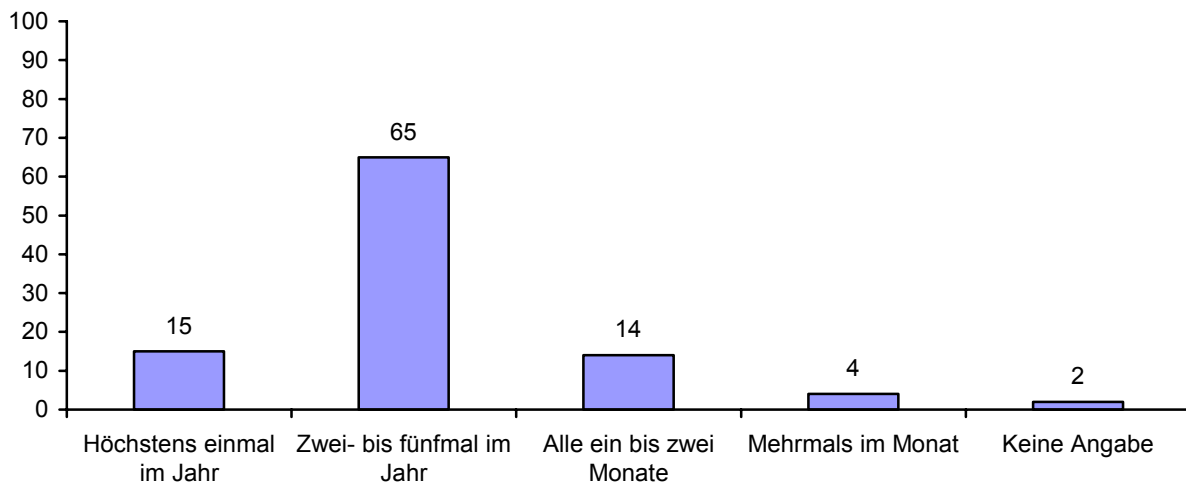
### 3.3 Besucherverhalten

#### 3.3.1 Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen

Im Folgenden soll ermittelt werden, inwieweit es sich bei den Besuchern der Ausstellung eher um sogenannte „Gelegenheitsbesucher“ handelt oder um „versierte Besucher“, die häufig in Ausstellungen anzutreffen sind. Die vorliegende Untersuchung thematisiert deshalb, wie oft im Jahr die Befragten in Ausstellungen gehen. Dabei zeigt sich (*Grafik 24*), dass 65% der Befragten zwei- bis fünfmal im Jahr eine Ausstellung besuchen, gefolgt von 15% der Befragten, die höchstens einmal im Jahr in einer Ausstellung sind. Der Anteil der „versierten Besucher“ liegt mit 14% (alle ein bis zwei Monate) und 4% (mehrmals im Monat) deutlich niedriger. Nur etwa jede(r) fünfte Besucher kann somit als versierter oder sogenannter „habitueLLer Besucher/in“ be-

zeichnet werden. Mit diesem Ergebnis liegt der Anteil der habituellen Besucher noch 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>26</sup>

**Grafik 24: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (Angaben in Prozent)**



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

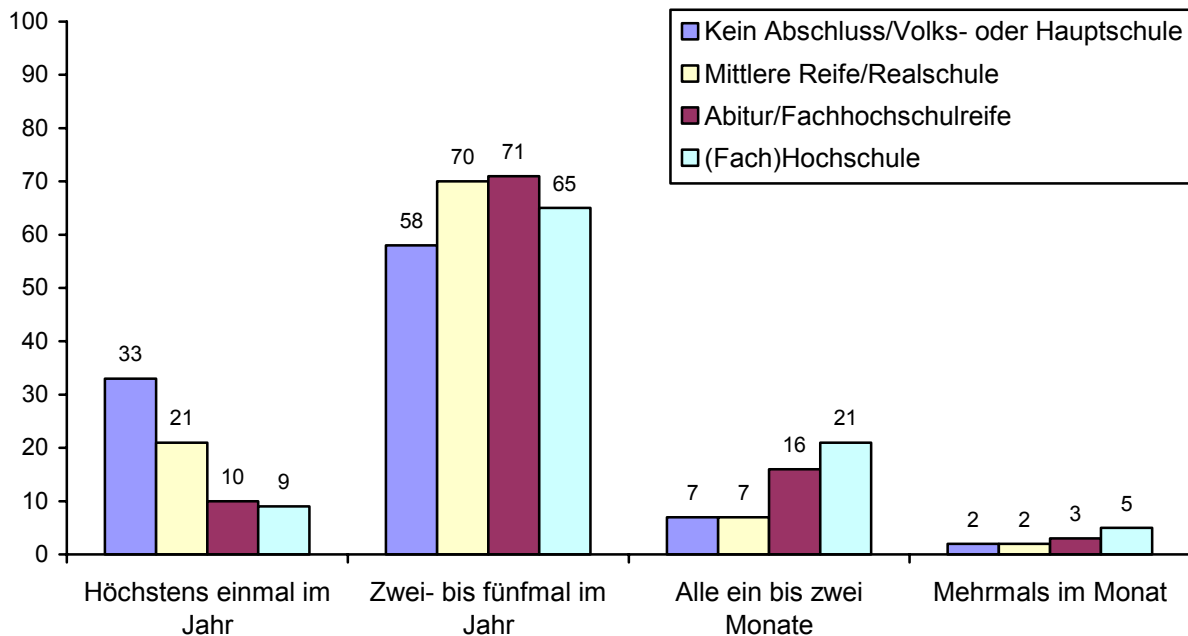
Mit einem Anteil von 15% bei den Gelegenheitsbesuchern hat die Landesausstellung in Passau ein ähnliches Ergebnis erreicht wie die anderen untersuchten Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte. Mit etwa einem Fünftel der Besucher/innen ist inzwischen ein konstanter Anteil von Gelegenheitsbesuchern/innen bei den entsprechenden Ausstellungen anzutreffen.

Im Folgenden wird schon aufgrund der Tatsache, dass auch die allgemeine Besuchshäufigkeit in die Berechnung der Cluster der Besuchergruppen eingegangen ist, davon ausgegangen, dass sie mit bestimmten soziodemographischen Merkmalen zusammenhängt. Ein Vergleich mit dem Bildungsniveau der Besucher/innen zeigt (*Grafik 25*), dass die „versierten Ausstellungsbesucher“ sich hauptsächlich aus den höhergebildeten Befragten rekrutieren, während die „Gelegenheitsbesucher/innen“ eher niedrige Bildungsabschlüsse aufweisen: So besuchen 26% der Akademiker alle ein bis zwei Monate bzw. mehrmals im Monat eine Ausstellung, während der entsprechende Anteil bei den niedrig gebildeten Personen lediglich 9% beträgt. Umgekehrt gehen 33% der Befragten, die (noch) keinen oder Hauptschulabschlüsse haben

<sup>26</sup> Vgl. etwa Klein, H.-J. (1984), S.140 ff. und Klein, H.-J. (1990), S. 302 ff.

höchstens einmal im Jahr in eine Ausstellung, während es bei den Akademikern hier nur 9% sind.

**Grafik 25: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Bildung (Angaben in Prozent)<sup>27</sup>**



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

Der Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des Ausstellungsbesuchs und des Motivationsgrunds wurde bereits weiter oben aufgezeigt. Dabei ergab sich, dass die „habituellen Besucher/innen“ die Ausstellung eher aus interessegeleiteten Motiven besucht haben, wohingegen die Gelegenheitsbesucher - wie zu erwarten - eher zufällig in der Ausstellung waren.

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 26a*), dass Personen, die höchstens einmal im Jahr eine Ausstellung besuchen, viel häufiger in der Gruppe der Befragten mit einem niedrigen geschichtlichem Interesse anzutreffen sind, als in der

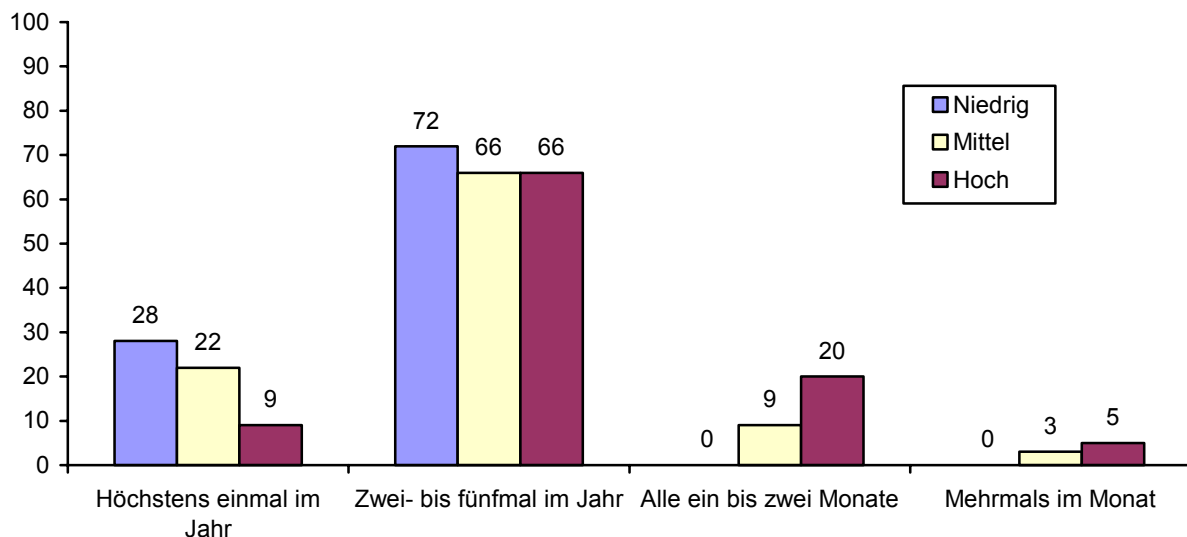
<sup>27</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 89,121.

Gruppe der Befragten, die über ein hohes geschichtliches Interesse verfügen (28% gegenüber 9%) Umgekehrt sind die Personen, die mindestens einmal im Monat eine Ausstellung besuchen mit 25% deutlich häufiger in der Gruppe der Befragten mit hohem geschichtlichen Interesse zu finden (20% besuchen ein bis zweimal im Monat und 5% mehrmals im Monat eine Ausstellung).

Die allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen korreliert darüber hinaus ebenfalls positiv mit den Kenntnissen der Besucher über die bayerische und ungarische Geschichte: In beiden Fällen besuchen Befragte im allgemeinen häufiger Ausstellungen und Museen, je höher ihre jeweiligen Kenntnisse sind.<sup>28</sup>

Die „Versiertheit“ der Besucher/innen hängt schließlich hoch signifikant mit ihren Interessen an Kunst und Malerei zusammen (*Grafik 26b*). Auch hier weist der Effekt in die gleiche Richtung wie schon für die historischen Interessen und Kenntnisse: Die Befragten besuchen im Allgemeinen häufiger Ausstellungen, je höher ihr Interesse an Kunst und Malerei ist. So besuchen 35% derjenigen mit hohem Interesse mindestens alle zwei Monate eine Ausstellung, während der entsprechende Anteil bei den wenig Interessierten lediglich 7% beträgt.

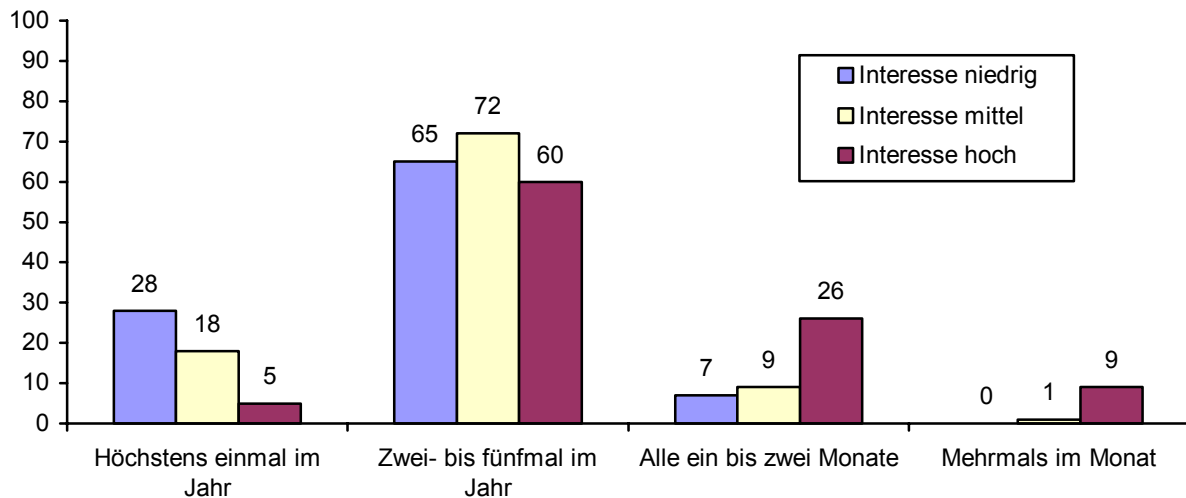
**Grafik 26a: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und geschichtliches Interesse (Angaben in Prozent)**<sup>29</sup>



<sup>28</sup> Kenntnisse bayerischer Geschichte: Pearson's  $r = 0,126$ , Sign.: 0,000; Kenntnisse ungarischer Geschichte: Pearson's  $r = 0,090$ , Sign.: 0,005.

<sup>29</sup> Sign.: 0.000;  $\chi^2 = 62,145$ .

**Grafik 26b: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Interesse an Kunst und Malerei (Angaben in Prozent)<sup>30</sup>**



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

Bezüglich der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen ist des Weiteren eine altersspezifische Differenzierung zu beobachten: Sie korreliert schwach positiv mit dem Alter der Befragten, das heißt, dass die Besucher/innen umso häufiger in Ausstellungen und Museen gehen, desto älter sie sind.<sup>31</sup>

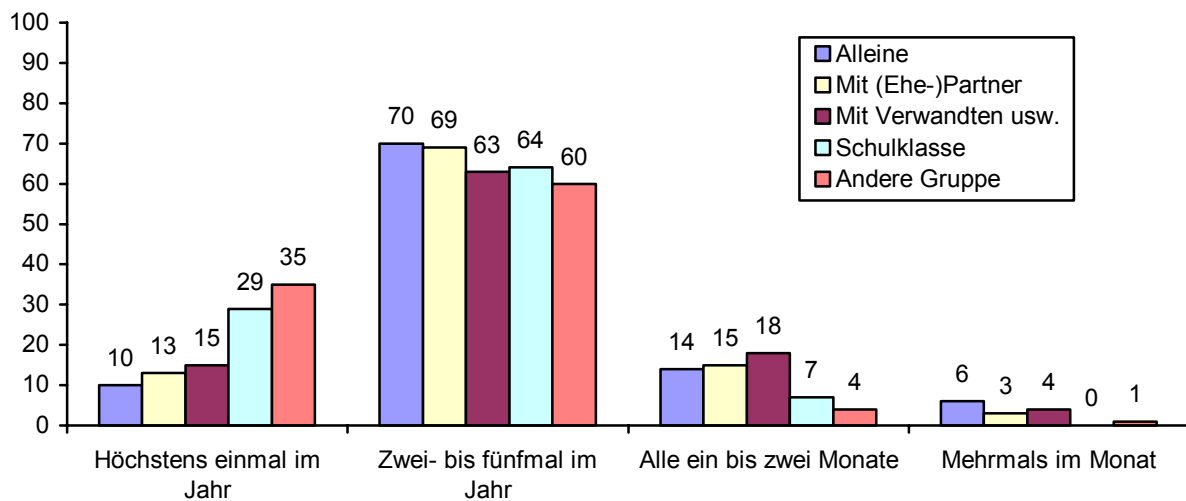
Außerdem unterscheiden sich habituelle und Gelegenheitsbesucher/innen hinsichtlich ihrer Sozialität (*Grafik 27*): „Einzelbesucher/innen“ gehen unabhängig von der Tatsache, ob sie ganz alleine oder mit Partnern die diesjährige Landesausstellung besucht haben, öfter in Museen als Gruppenbesucher (Reisegruppen oder Schulklassen).

<sup>30</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 134,461.

<sup>31</sup> Pearson's r = 0,064, Sign.: 0,040



**Grafik 27: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Sozialität der Besucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>32</sup>**



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

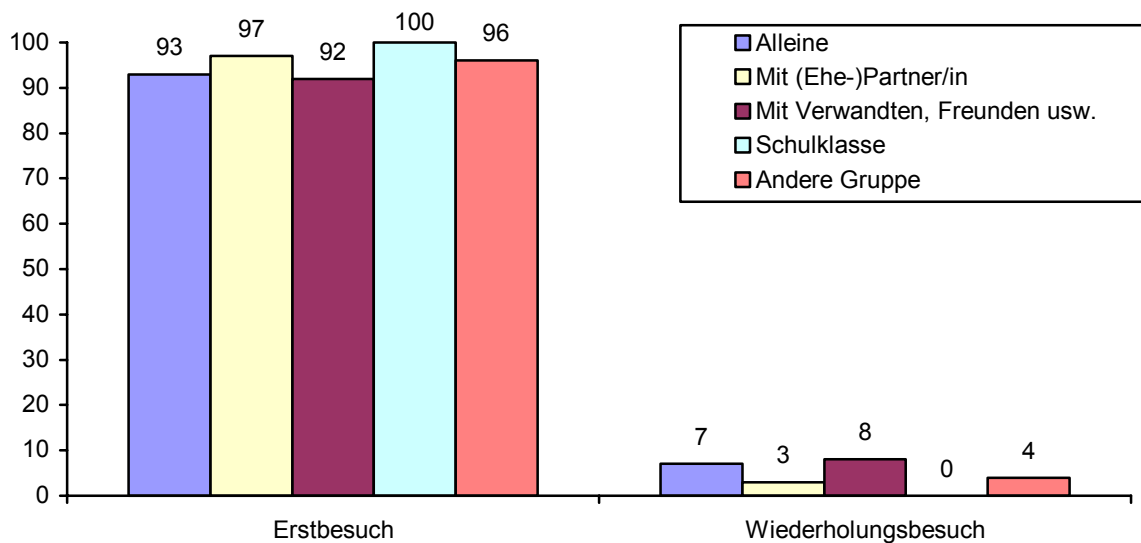
### 3.3.2 Erst- und Wiederholungsbesucher/innen

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 95% der Befragten die Ausstellung zum ersten Mal besucht haben, wohingegen 5% der Befragten angaben, dass sie zum wiederholten Male in der Ausstellung sind.

Die Häufigkeit des Besuchs der Landesausstellung ist entgegen den Ergebnissen der Befragungen zu anderen Landesausstellungen lediglich abhängig von der Sozialität der Besucher/innen. So sind 7% der Besucher/innen, die allein in der Ausstellung waren und 8% derjenigen, die mit Freunden usw. kamen unter den „Wiederholungsbesuchern“ zu finden (*Grafik 28*), aber nur 3% derjenigen Befragten, die mit dem (Ehe-)Partner in die Ausstellung gingen und 4% der Gruppenbesucher.

<sup>32</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 134,461.

**Grafik 28: Erst- und Wiederholungsbesucher/innen und Sozialität der Besucher/innen (Angaben in Prozent)<sup>33</sup>**

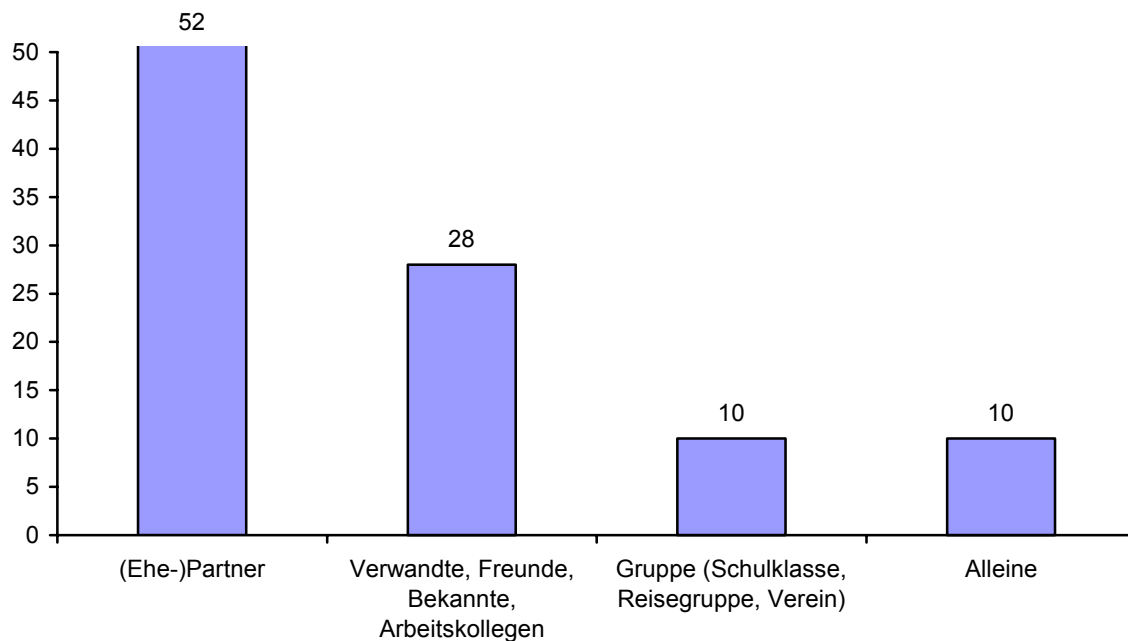


### 3.3.3 Die Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen

Außerhäusliche Kulturaktivitäten – wie Ausstellungsbesuche erfolgen meistens in geselliger Art und Weise, d.h. in Begleitung anderer Personen. In der Untersuchung wurde erfasst, mit wem die Befragten die Ausstellung besucht haben. Dabei ergab sich (*Grafik 29*), dass mit 52% der überwiegende Teil der Befragten die Ausstellung zusammen mit dem (Ehe-)Partner besucht hat. 28% der Befragten gaben an, mit Verwandten bzw. Bekannten zur Ausstellung gekommen zu sein. Der Anteil der Gruppenbesucher/innen (vorwiegend Schulklassen, Reisegruppen, Kulturvereine usw.) beträgt rund 10%. Ebenfalls 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>33</sup> Sign.: 0.010; Chi<sup>2</sup> = 13,373.

**Grafik 29: Die Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen  
(Angaben in Prozent)**

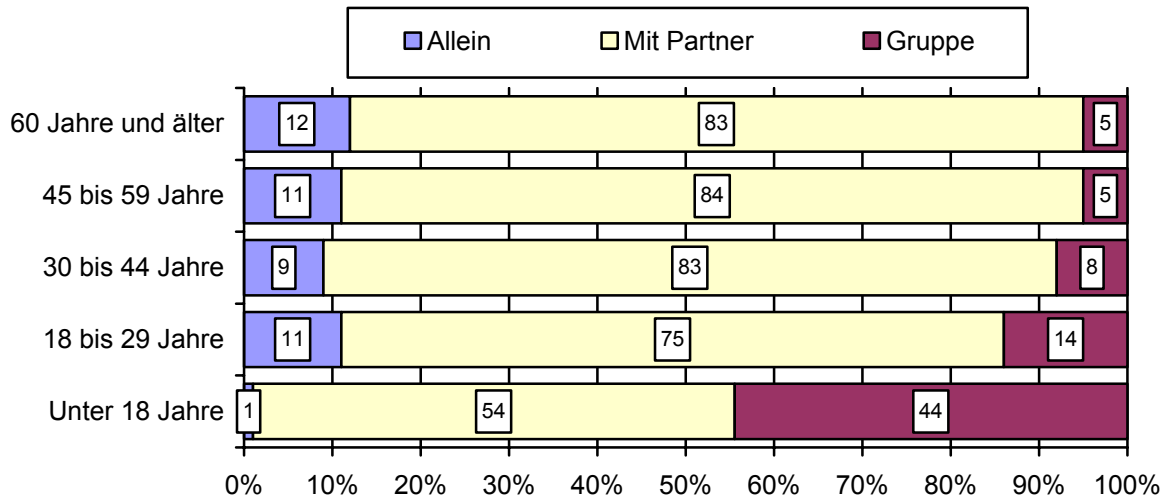


Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
München, 2001

Von Interesse ist hauptsächlich, ob sich die Sozialität der Besucher in soziodemographischen 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. Für die entsprechenden Untersuchungen wurden die Kategorien "(Ehe)Partner" und "Verwandte, Freunde, Bekannte usw." zur Kategorie "Mit Partner" und die Kategorien "Schulklasse" und "Andere Gruppe" zur Kategorie "Gruppe" zusammengefasst. Zunächst wurde diese neu gebildete Variable mit dem Alter der Befragten verglichen, wobei eindeutige altersspezifische Unterschiede in der Sozialität festgestellt werden konnten (*Grafik 30*). So kamen Personen unter 18 Jahren viel häufiger in einer Gruppe zur Ausstellung als die älteren Besucher/innen. Umgekehrt gaben Befragte, die 30 Jahre oder älter waren, häufiger an, dass sie mit einem Partner die Ausstellung besucht haben. Auch der Anteil derjenigen, die alleine zur Ausstellung kamen, liegt in diesen Altersgruppen höher als in den Vergleichsgruppen. Erkennbar wird dieser Zusammenhang auch, wenn man das Durchschnittsalter vergleicht: Besucher/innen, die alleine zur Ausstellung kamen, waren im Schnitt 50 ½ Jahre alt, während diejenigen, die mit Partner/innen oder mit Gruppen in der Ausstellung waren ein Durchschnittsalter von 48 bzw. 34 Jahren hatten.<sup>34</sup>

<sup>34</sup> Sign.: 0,000; F = 34,201.

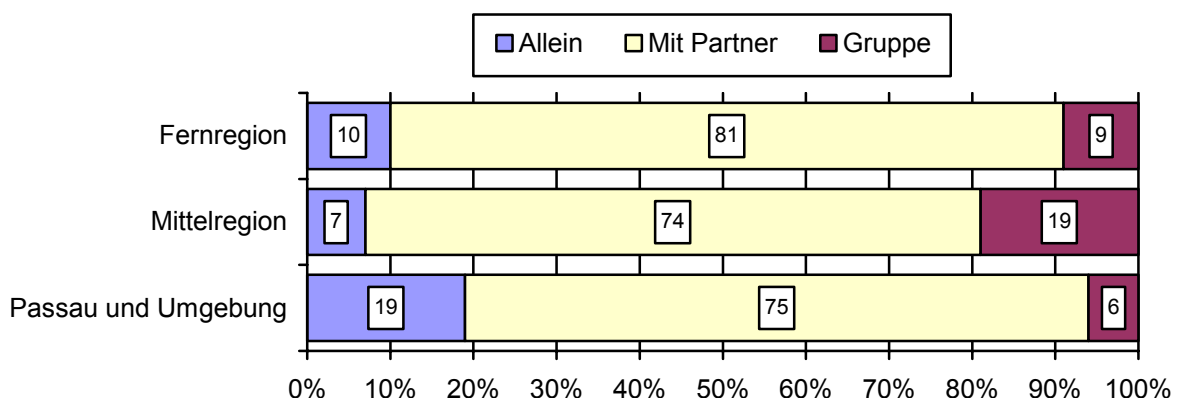
**Grafik 30: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Alter<sup>35</sup>**  
(Angaben in Prozent)



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

Als weiteres Ergebnis zeigt sich (*Grafik 31*), dass die Personen, die aus Passau und Umgebung kamen häufiger alleine in der Ausstellung waren als die Besucher/innen aus den anderen Regionen. Demgegenüber sind vor allem die Befragten aus der Mittelregion, aber auch diejenigen aus der Fernregion, erwartungsgemäß öfter unter den Gruppenbesuchern zu finden.

**Grafik 31: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Herkunftsregion<sup>36</sup>**  
(Angaben in Prozent)



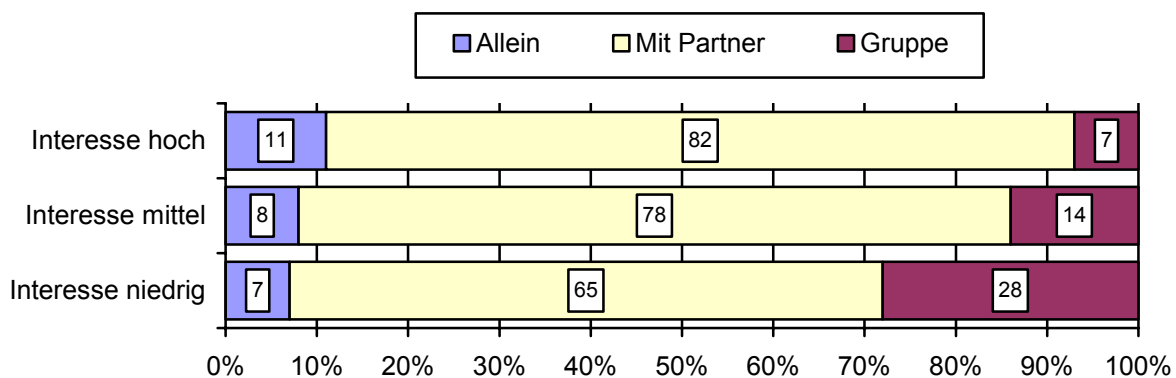
Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
München, 2001

<sup>35</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 120,917.

<sup>36</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 22,123.

In der Folge wird weiterhin davon ausgegangen, dass die Sozialität von Ausstellungsbesuchern/innen im Zusammenhang mit ihren Interessen steht. So ist zu erwarten, dass jemand, der historisch interessiert ist und eine Affinität zu geschichtlichen Themen hat, öfter alleine in eine Ausstellung geht, weil er sich so eingehender mit den Ausstellungsgegenständen auseinandersetzen kann, als dies in Begleitung möglich ist. Umgekehrt kann man davon ausgehen, dass weniger interessierte Besucher unter anderem deshalb in Begleitung eine Ausstellung besuchen, weil dadurch die „Schwellenangst“ gemeinsam bewältigt werden kann oder weil ein Ausstellungsbesuch hier eher den Charakter einer „gemeinsamen Unternehmung“ hat. Eine Analyse bestätigt für die Interessensdimension „geschichtliches Interesse“ die vermuteten Zusammenhänge. Es zeigt sich (*Grafik 32*), dass Befragte mit hohem geschichtlichem Interesse häufiger alleine in die Ausstellung kommen als diejenigen Befragten mit niedrigerem Interesse (11% gegenüber 7%). Besonders deutlich wird der angesprochene Zusammenhang aber bei der Betrachtung der Befragten, die in einer Gruppe die Ausstellung besucht haben: Mit 28% gegenüber 7% kommen viermal so häufig Personen mit niedrigem geschichtlichen Interesse in einer Gruppe zur Ausstellung als Personen mit einem hohen geschichtlichen Interesse.

**Grafik 32: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und allgemeines geschichtliches Interesse<sup>37</sup> (Angaben in Prozent)**

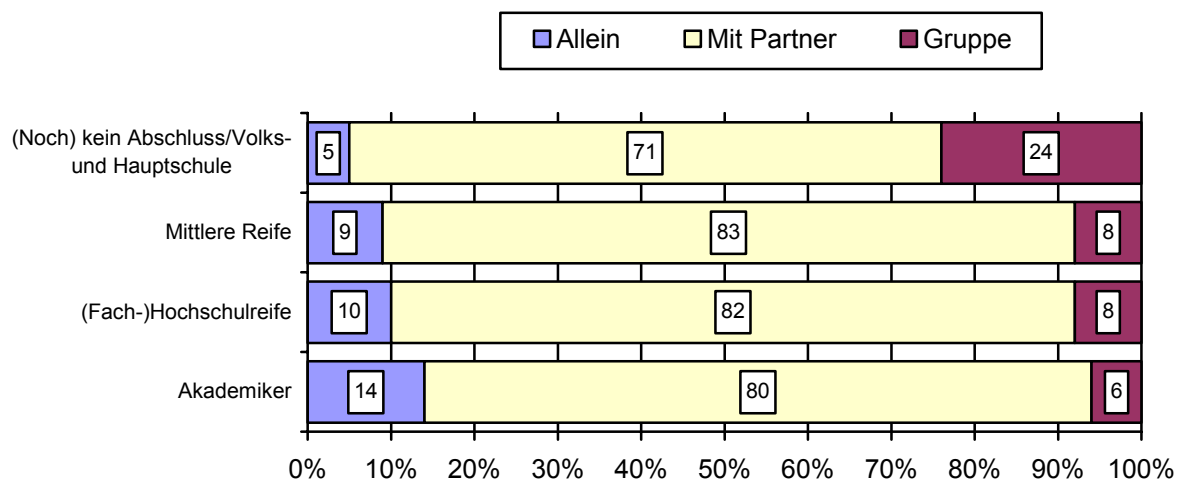


Aus den oben angeführten Gründen ist zu erwarten, dass auch hochgebildete Personen ein Museum bzw. eine Ausstellung öfter alleine besuchen. Die Ergebnisse der Befragung lassen eine bildungsspezifische Abhängigkeit der Sozialität des Ausstellungsbesuches erkennen. So ergibt sich (*Grafik 33*), dass hochgebildete Personen häufiger alleine (14% gegenüber 5% bei den Personen ohne bzw. Hauptschulab-

<sup>37</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 28,340.

schluss) oder mit Partner (80% gegenüber 71%) die Ausstellung besichtigen, wohingegen die niedrig gebildeten Befragten mit 24% gegenüber 6% bei den Akademikern die Ausstellung als Angehöriger einer Gruppe besucht haben. Hier zeigt sich, dass ein Gruppenbesuch die bei vielen niedrig gebildeten Menschen vorhandene Schwellenangst vor kulturellen Institutionen herabsetzen kann.

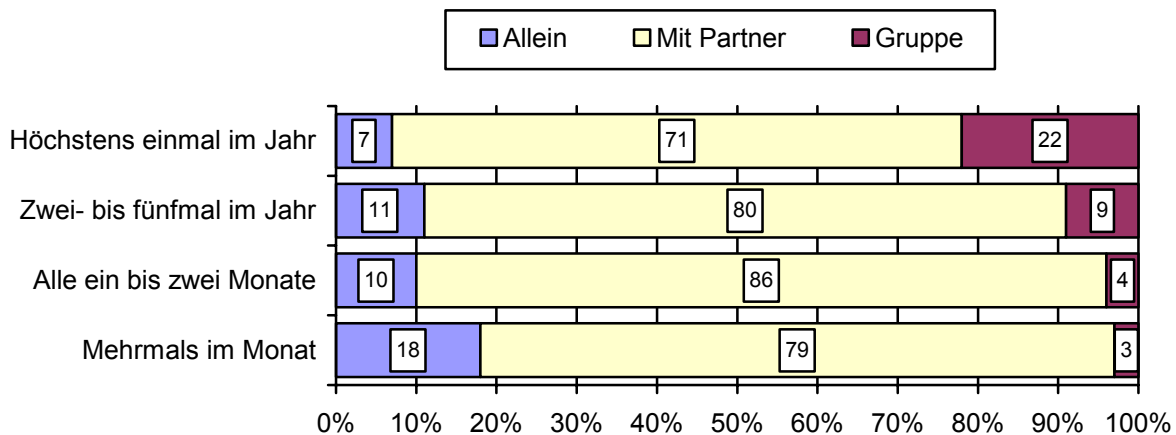
**Grafik 33: Sozialität und Bildung der Ausstellungsbesucher/innen<sup>38</sup>**  
(Angaben in Prozent)



Ein weiteres interessantes Ergebnis ergibt der Vergleich zwischen der Sozialität und der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen. Hier zeigt sich deutlich (*Grafik 34*), dass die Gelegenheitsbesucher/innen im Vergleich mit den habituellen Besucher/innen sehr viel häufiger mit einer Gruppe zur Ausstellung kommen (22% gegenüber 3%). Die versierten Ausstellungsbesucher/innen sind wegen der eingangs genannten Gründe öfter alleine in der Ausstellung als die Gelegenheitsbesucher (18% gegenüber 7%).

<sup>38</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 52,268.

**Grafik 34: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen<sup>39</sup> (Angaben in Prozent)**



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

### 3.3.4 Teilnahme an Führungen

Von den Befragten haben insgesamt 15% an einer Führung teilgenommen. Im folgenden soll untersucht werden, ob sich die Personen, die an einer Führung teilgenommen haben, in ihren soziodemographischen Merkmalen von den Befragten unterscheiden, die keine Führung in Anspruch genommen haben.

Zunächst ist ein Zusammenhang zwischen der Teilnahme an Führungen und den eigenen Kenntnissen der bayerischen Geschichte festzustellen: Die Befragten, die mit lediglich niedrigen oder mittleren Kenntnissen nehmen mit 16% bzw. 17% signifikant häufiger an einer Führung teil als Befragte, die ihre eigenen Kenntnisse hier als hoch einschätzen (9%).<sup>40</sup>

Als weiteres Ergebnis der Untersuchung lässt sich festhalten, dass Befragte, die während der zweiten bzw. dritten Welle die Ausstellung besuchten, öfter Führungen in Anspruch genommen haben als Besucher/innen der ersten Welle (17% bzw. 18% gegenüber 11%).<sup>41</sup>

Bei dem Merkmal "Führungsteilnahme" kommt auch ein regionalspezifischer Aspekt zum Tragen. So haben prozentual weniger Befragte aus der Mittel- und Fernregion

<sup>39</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 37,148.

<sup>40</sup> Sign.: 0.044; Chi<sup>2</sup> = 6,257.

<sup>41</sup> Sign.: 0.010; Chi<sup>2</sup> = 9,284.

(jeweils 14%) an einer Führung teilgenommen als Befragte aus Passau und Umgebung (26%).

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 Passauer Ausstellung nicht nachgewiesen werden.

### 3.3.5 Beabsichtigter Erwerb einer Publikation zur Ausstellung

Etwa jede(r) fünfte Befragte hatte die Absicht, sich nach dem Besuch der Ausstellung einen Katalog zur Ausstellung zu kaufen, 17% der Befragten wollten einen Kurzführer erwerben und 1% der Besucher/innen gab an, sich sowohl Katalog als auch Kurzführer kaufen zu wollen. Mit einem Anteil von 62% liegt der Anteil der Personen, die nicht die Absicht hatten, sich eine Publikation zu kaufen in einem für Ausstellungen dieser Art üblichen Wertebereich.<sup>42</sup>

Signifikante Zusammenhänge ergeben sich zunächst für die geclusterten homogenen Besuchergruppen. So äußern die Personen, die aufgrund ihrer individuellen Merkmale der Gruppe der "älteren, hoch interessierten Einzelbesucher" zuzurechnen sind, signifikant häufiger die Absicht, sich eine Publikation kaufen zu wollen als diejenigen Befragten, die der entsprechenden Vergleichsgruppe ("jüngere, niedrig interessierte Gruppenbesucher") angehören (52% gegenüber 32%).<sup>43</sup> Diese für die beiden Besuchergruppen vorliegenden Ergebnisse bestätigen sich - wie nachfolgend dargestellt - deutlich für die jeweiligen Einzelmerkmale.

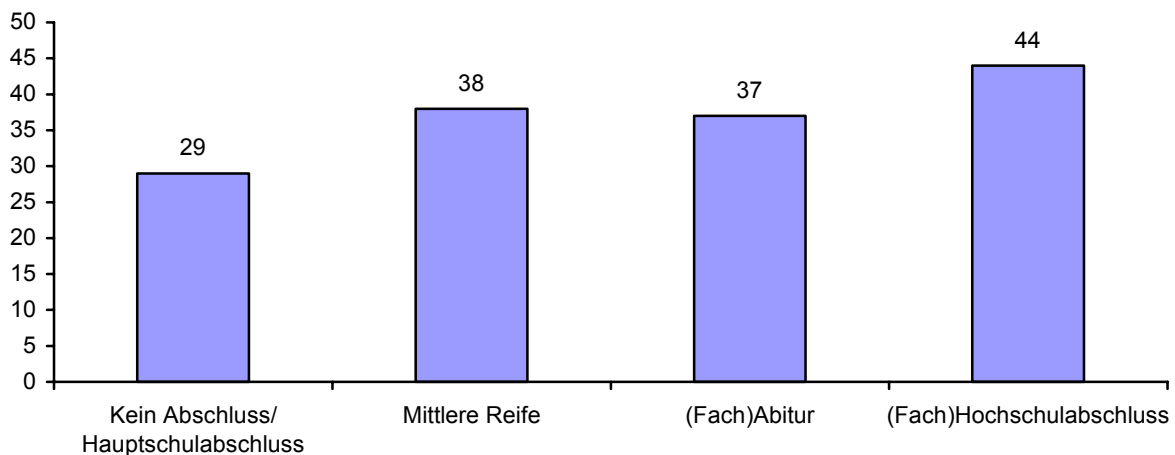
Die Neigung zum Kauf eines Ausstellungskatalogs bzw. des Kurzführers<sup>44</sup> hängt signifikant mit dem formalen Bildungsniveau der befragten Personen zusammen. So zeigt sich (*Grafik 35*), dass Ausstellungsbesucher/innen mit einem höheren Bildungsabschluss häufiger die Absicht haben, eine Publikation zu erwerben als solche mit einer niederen formalen Bildung.

<sup>42</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>43</sup> Sign.: 0.010; Chi<sup>2</sup> = 25,601.

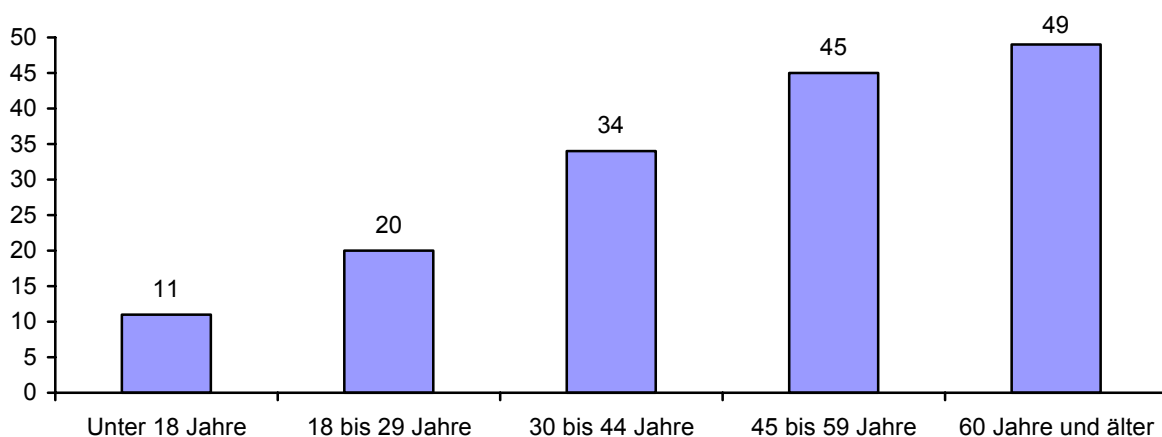
<sup>44</sup> Für die folgenden Berechnungen werden die Kategorien „ja, einen Ausstellungskatalog“ und „ja, den Kurzführer“ zur neuen Kategorie „Absicht Publikation zu kaufen“ zusammengefasst.



**Grafik 35: Kauf einer Publikation und Bildung<sup>45</sup> (Angaben in Prozent)**


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

Des Weiteren kann man einen altersspezifischen Effekt der Kaufabsicht festhalten (*Grafik 36*): Die Kaufabsicht nimmt mit dem Alter der Befragten zu. So wollen nur 11% der unter 18-Jährigen eine Publikation kaufen, aber 49% der Besucher/innen, die 60 Jahre und älter sind. Deutlich wird dieser Zusammenhang ebenfalls, wenn man berücksichtigt, dass sich Besucher/innen, welche die Absicht hatten, sich eine Publikation zu kaufen im Schnitt 52 Jahre alt waren, während die Befragten, die sich keine Publikation kaufen wollten, durchschnittlich lediglich 43 Jahre alt waren.<sup>46</sup>

**Grafik 36: Kauf einer Publikation und Alter<sup>47</sup> (Angaben in Prozent)**


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

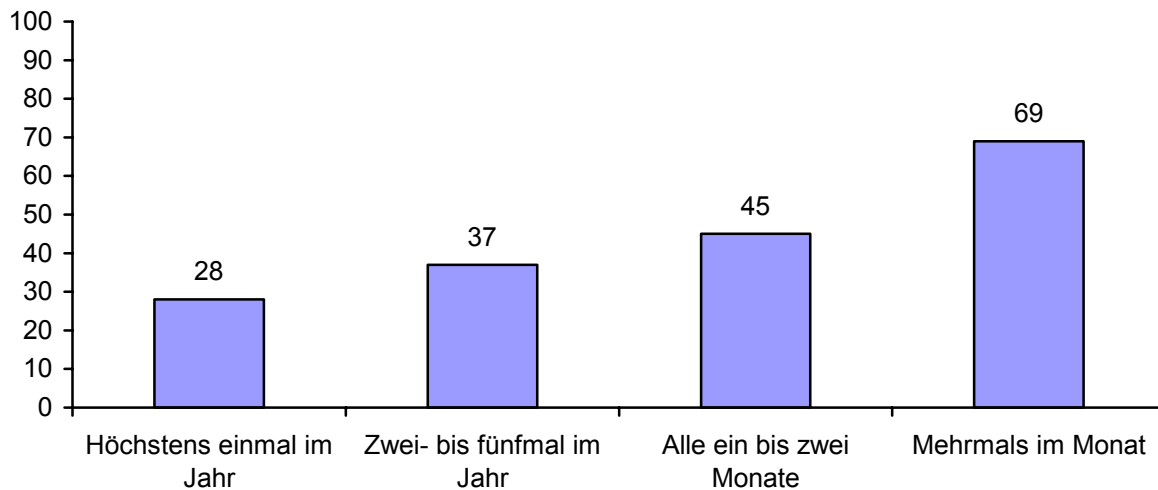
<sup>45</sup> Sign.: 0.023; Chi<sup>2</sup> = 19,285.

<sup>46</sup> Sign.: 0.000; F = 69,192.

<sup>47</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 63,771.

Signifikante Zusammenhänge ergeben sich auch hinsichtlich der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (*Grafik 37*). So erwerben die Personen, die häufiger eine Ausstellung besuchen, auch öfter eine Publikation als diejenigen Befragten, die relativ selten in Ausstellungen sind.

**Grafik 37: Kauf einer Publikation und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen<sup>48</sup> (Angaben in Prozent)**

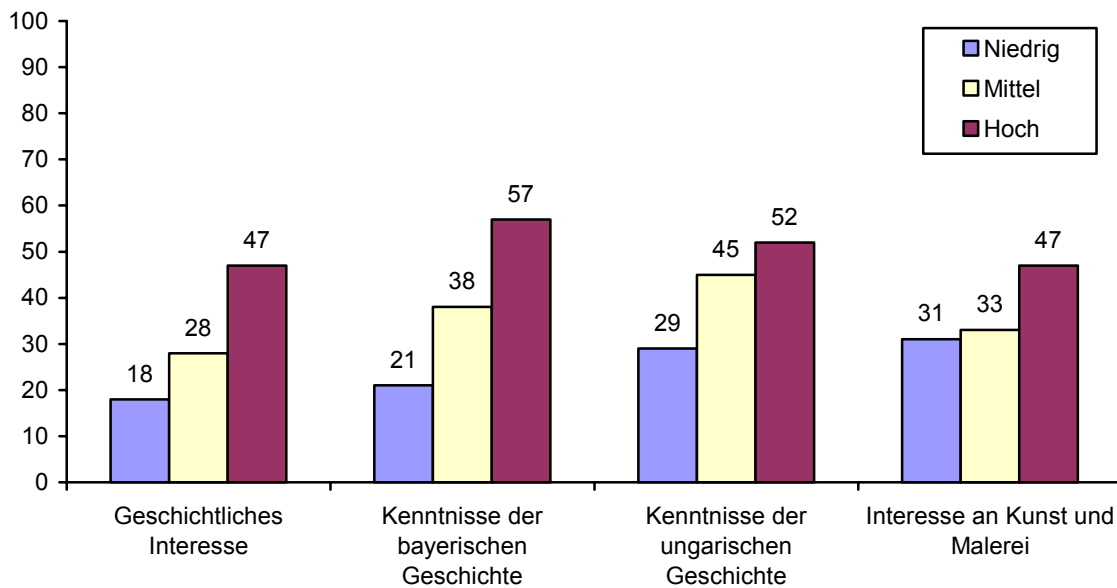



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

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. Dabei zeigt sich deutlich (*Grafik 38*), dass Befragte, die ihre Interessen bzw. Kenntnisse der Geschichte "hoch" einstufen häufiger die Absicht äußern, eine Publikation erwerben zu wollen, als Befragte, die ihre diesbezüglichen Interessen und Kenntnisse als "niedrig" einschätzen. Für die Befragten mit kunsthistorischen Interessen lassen sich die angegebenen Zusammenhänge nicht nachweisen.

<sup>48</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 30,655.

**Grafik 38: Kauf einer Publikation und Interessen sowie Kenntnisse der Besucher/innen<sup>49</sup> (Angaben in Prozent)**



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

Dieses Ergebnis wird untermauert durch den Zusammenhang zwischen der Absicht eine Publikation zur Ausstellung zu erwerben und der Motivationsstruktur der Besucher/innen: Mit 44% äußern mehr als doppelt so viele interessengeleitet motivierte Befragte die Absicht eine Publikation zur Ausstellung kaufen zu wollen als Besucher/innen, deren Anreizstruktur zum Besuch der Ausstellung nicht interessengeleitet war (21%).<sup>50</sup>

Es ist weiterhin davon auszugehen, dass versierte und interessierte Ausstellungsbesucher/innen mit größerer Wahrscheinlichkeit allein, etwas länger und mit einem Katalog ausgestattet durch die Ausstellung gehen. Die diesbezüglichen Untersuchungen ergeben für die Kaufabsicht von Publikationen sowohl bezüglich der Sozialität als auch der Aufenthaltsdauer in der Ausstellung signifikante Zusammenhänge. So wollen sich Personen, die alleine die Ausstellung besuchen, im Anschluss an den Ausstellungsbesuch häufiger eine Publikation kaufen (49%) als Befragte, die mit Partnern (38%) oder Gruppen (24%) in der Ausstellung waren. Dieses eindeutige Ergebnis wird zum Teil verständlich, wenn man berücksichtigt, dass die Befragten, wel-

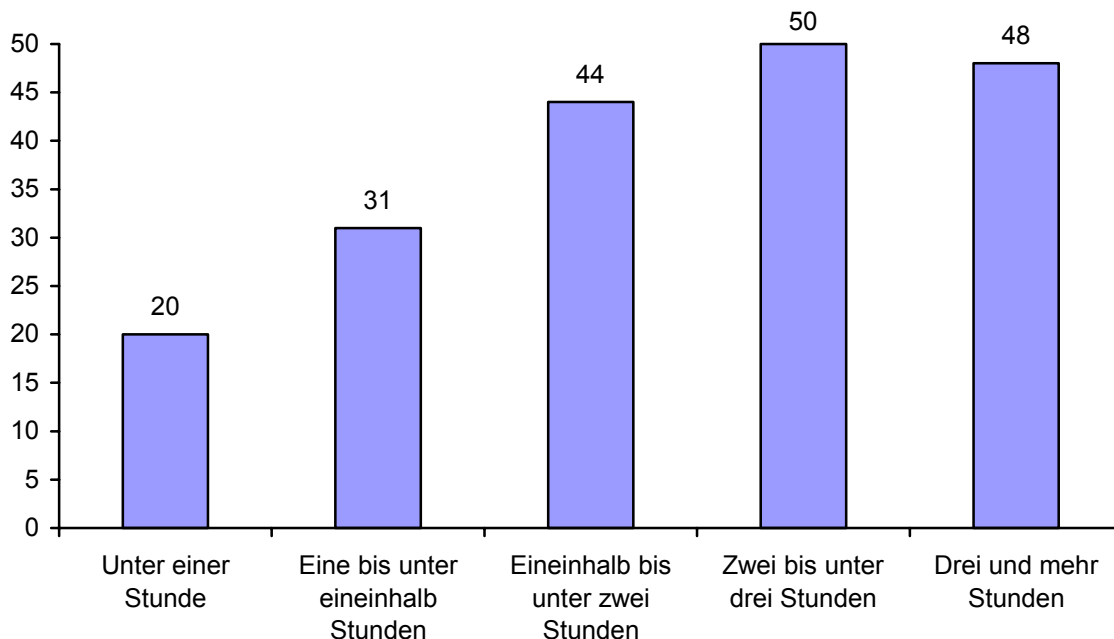
<sup>49</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 50,918 (geschichtliches Interesse); Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 69,847 (Kenntnisse der bayerischen Geschichte); Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 33,209 (Kenntnisse der ungarischen Geschichte); Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 22,872 (Interesse an Kunst und Malerei).

<sup>50</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 43,284.

che die Ausstellung ohne Begleitung besucht haben, das Ausstellungserlebnis nicht unmittelbar mit einer anderen Person teilen können und deshalb den Katalog auch zur Wiedererinnerung und Auffrischung des Erlebten nutzen.<sup>51</sup>

Ebenso bestätigt sich der vermutete Zusammenhang zwischen der Aufenthaltsdauer in der Ausstellung und dem Kauf einer Publikation. Es ergibt sich (*Grafik 39*), dass Personen, die länger in der Ausstellung verweilen, häufiger eine Publikation erworben haben (48% bei den Personen, die sich drei und mehr Stunden in der Ausstellung aufgehalten haben, gegenüber 20% bei den Personen, die unter einer Stunde in der Ausstellung waren). Deutlich wird dieser Zusammenhang ebenfalls, wenn man berücksichtigt, dass sich Besucher/innen, welche die Absicht hatten, sich eine Publikation zu kaufen im Schnitt 122 Minuten in der Ausstellung aufhielten, während die Befragten, die sich keine Publikation kaufen wollten durchschnittlich lediglich 105 Minuten in der Ausstellung waren.<sup>52</sup>

**Grafik 39: Kauf einer Publikation und Aufenthaltszeit der Besucher/innen<sup>53</sup>**  
(Angaben in Prozent)<sup>54</sup>



<sup>51</sup> Sign.: 0.001;  $\chi^2 = 13,778$ .

<sup>52</sup> Sign.: 0.000;  $F = 45,290$ .

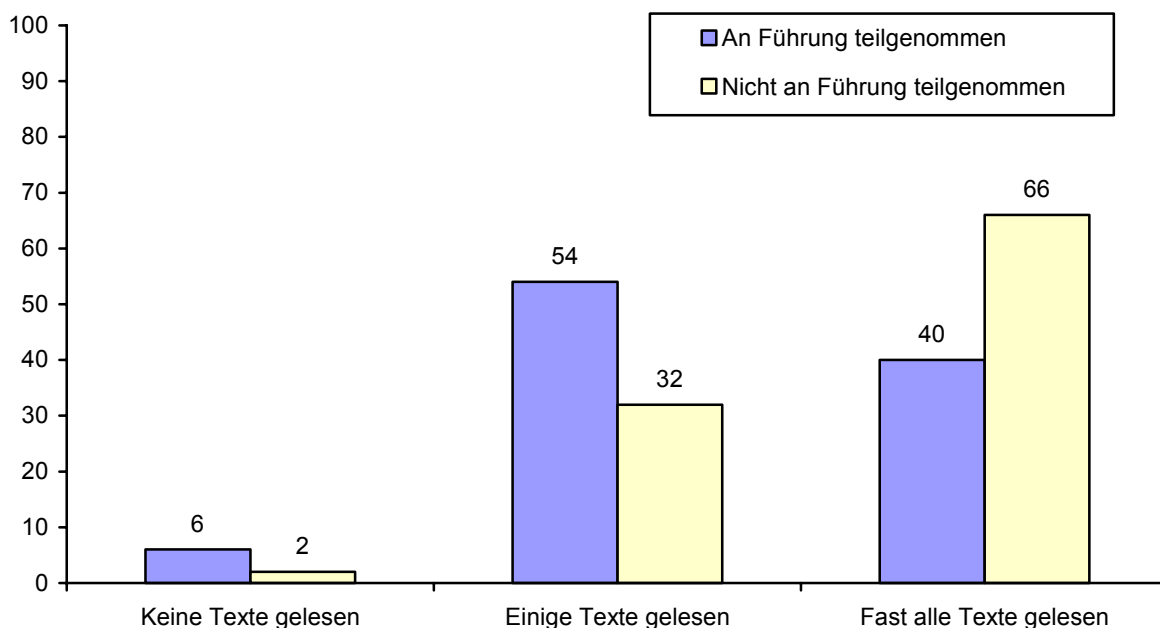
<sup>53</sup> Sign.: 0.000;  $\chi^2 = 68,823$ .


<sup>54</sup> Im Fragebogen wurde die genaue Aufenthaltszeit in Minuten erhoben und dann entsprechend der 5 Kategorien "Unter einer Stunde", "Eine bis unter eineinhalb Stunden", "Eineinhalb bis unter zwei Stunden", "Zwei bis unter drei Stunden" und "Drei und mehr Stunden" zusammengefasst.

### 3.3.6 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 62% der Besucher/innen fast alle, 35% einige und nur 3% keinen der zur Verfügung gestellten Texte gelesen haben. Erwartungsgemäß wurden die Texte eher von denjenigen Befragten gelesen, die nicht an einer Führung teilgenommen haben (*Grafik 40*). So haben zwei Drittel der Befragten, die nicht an einer Führung teilgenommen haben, fast alle Texte gelesen gegenüber 40% der Befragten, die geführt durch die Ausstellung gingen.

**Grafik 40: Interesse an den Texten und Teilnahme an einer Führung<sup>55</sup>**  
(Angaben in Prozent)

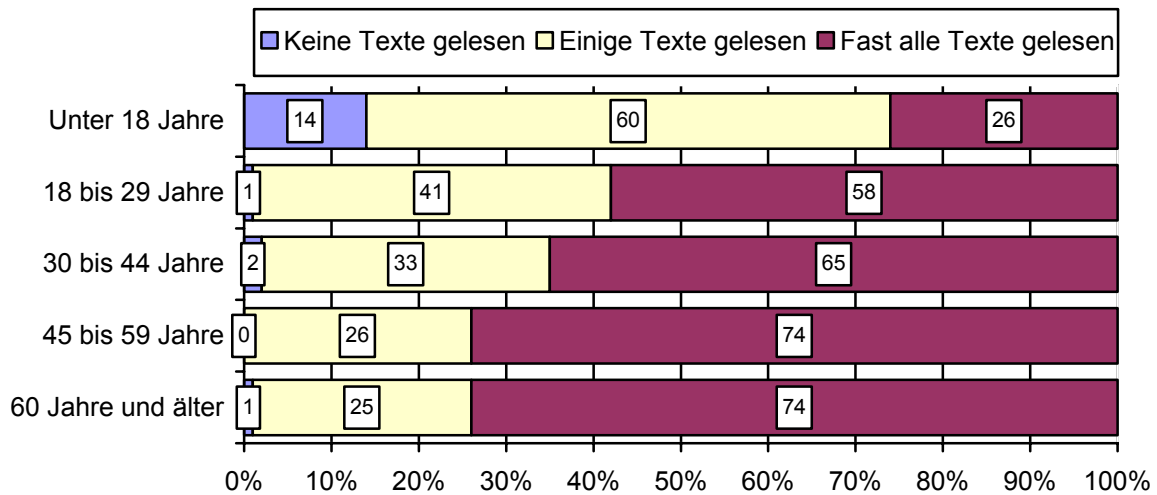


 Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
München, 2001

Im Folgenden werden allein die 927 Befragten, die nicht an einer Führung teilgenommen haben und dementsprechend eher die Texte teilweise oder ganz gelesen haben hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen Textinteresse und soziodemographischer Zusammensetzung untersucht. Zunächst können wir festhalten (*Grafik 41*), dass das Interesse an Ausstellungstexten mit dem Alter zusammenhängt. Mit zunehmendem Alter nimmt die Bereitschaft, fast alle Texte zu lesen eindeutig zu (von 26% bei den unter 18-Jährigen zu 74% bei den über 60-Jährigen). Auffallend ist der hohe Wert bei den unter 18-Jährigen, die angaben, keinen der Texte gelesen zu haben (14%).

<sup>55</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 37,197.

**Grafik 41: Interesse an den Texten und Alter<sup>56</sup>**  
 (nur Besucher/innen ohne Führung; Angaben in Prozent; N = 927)

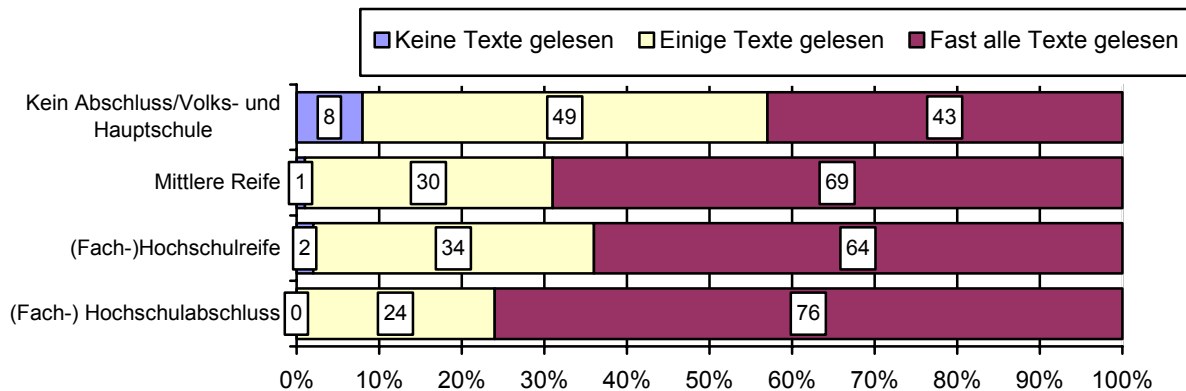


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

Das Interesse an den Texten ist auch von der Bildung der Befragten abhängig: Je höher die Bildung, desto häufiger werden fast alle Texte gelesen (*Grafik 42*). So geben die akademisch gebildeten Ausstellungsbesucher/innen mit 76% gegenüber 43% bei den Befragten ohne Abschluss bzw. mit Volks-/Hauptschulabschluss deutlich häufiger an, dass sie fast alle Texte gelesen haben. Mit 8% haben auch die Befragten ohne Abschluss bzw. mit Volks-/Hauptschulabschluss am häufigsten keinen einzigen der Ausstellungstexte zur Kenntnis genommen.

<sup>56</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 100,963.

**Grafik 42: Interesse an den Texten und Bildung<sup>57</sup>**  
 (nur Besucher/innen ohne Führung; Angaben in Prozent; N = 927)

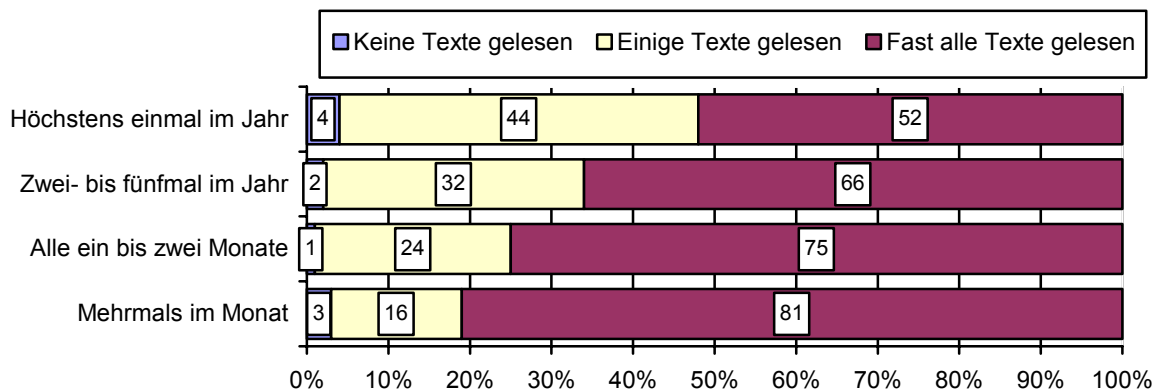


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

Es ist ebenfalls davon auszugehen, dass die sogenannten "versierten Ausstellungsbesucher/innen" häufiger die Texte der Ausstellung lesen als die sogenannten "Gelegenheitsbesucher/innen". In diesem Sinne zeigt sich (*Grafik 43*), dass die Befragten, die mehrmals im Jahr Ausstellungen besuchen, mit 81% deutlich häufiger die Texttafeln gelesen haben, als die Befragten, die höchstens einmal im Jahr eine Ausstellung besichtigen (52%). Dies ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass die habituellen Besucher/innen gerade aufgrund ihrer häufigeren Museumsbesuche mit begleitenden Texten generell besser vertraut sind als die Befragten, die nur selten in eine Ausstellung gehen. Zum anderen bestehen hier Zusammenhänge mit anderen Merkmalen der Besucher/innen. So sind, wie bereits gezeigt, die versierten Besucher/innen öfter unter den höhergebildeten Befragten zu finden, die ebenfalls mehr Interesse an den Texten zeigen.

<sup>57</sup> Sign.: 0.014; Chi<sup>2</sup> = 65,099.

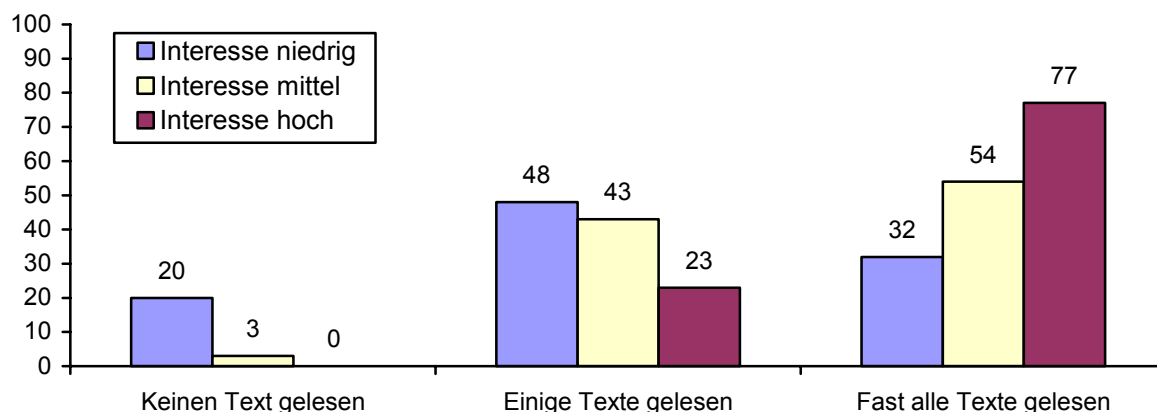
**Grafik 43: Interesse an den Texten und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen<sup>58</sup>**  
 (nur Besucher/innen ohne Führung; Angaben in Prozent; N = 927)



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

Wie zu erwarten war, hängt das Interesse an den Texten mit dem allgemeinen geschichtlichen Interesse, den Kenntnissen der bayerischen und ungarischen Geschichte und dem Interesse an Kunst und Malerei zusammen (*Grafik 44a-d*). Je höher das eigene Interesse an historischen Gegebenheiten bzw. die Kenntnisse der bayerischen oder ungarischen Geschichte sind, desto eher wurden alle Texttafeln gelesen. Entsprechende Ergebnisse erhält man auch bezüglich des Interesses an Kunst und Malerei.

**Grafik 44a: Interesse an den Texten und geschichtliches Interesse<sup>59</sup>**  
 (nur Besucher/innen ohne Führung; Angaben in Prozent; N = 927)



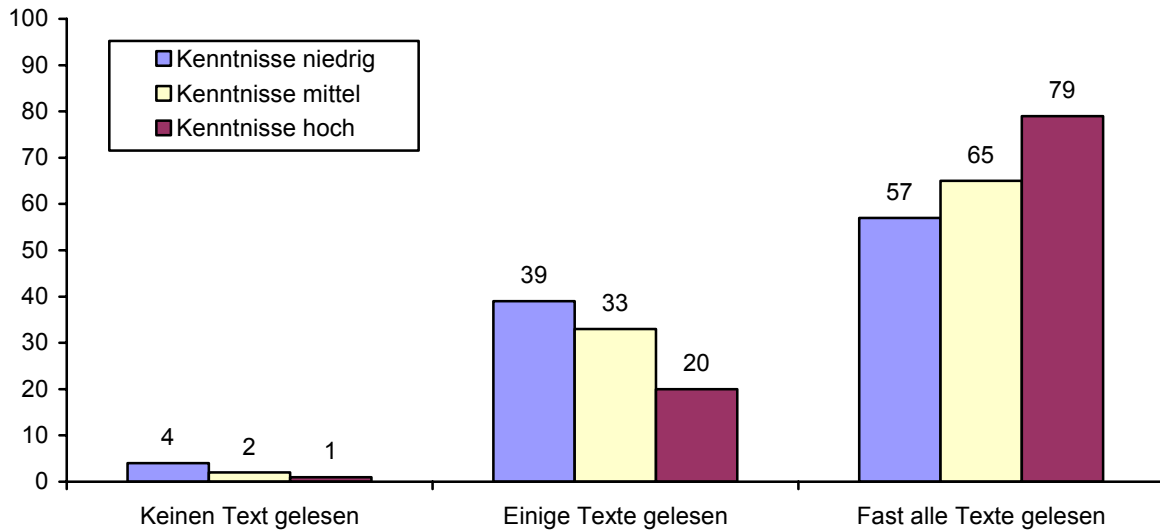
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

<sup>58</sup> Sign.: 0.003; Chi<sup>2</sup> = 20,153.

<sup>59</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 107,496.

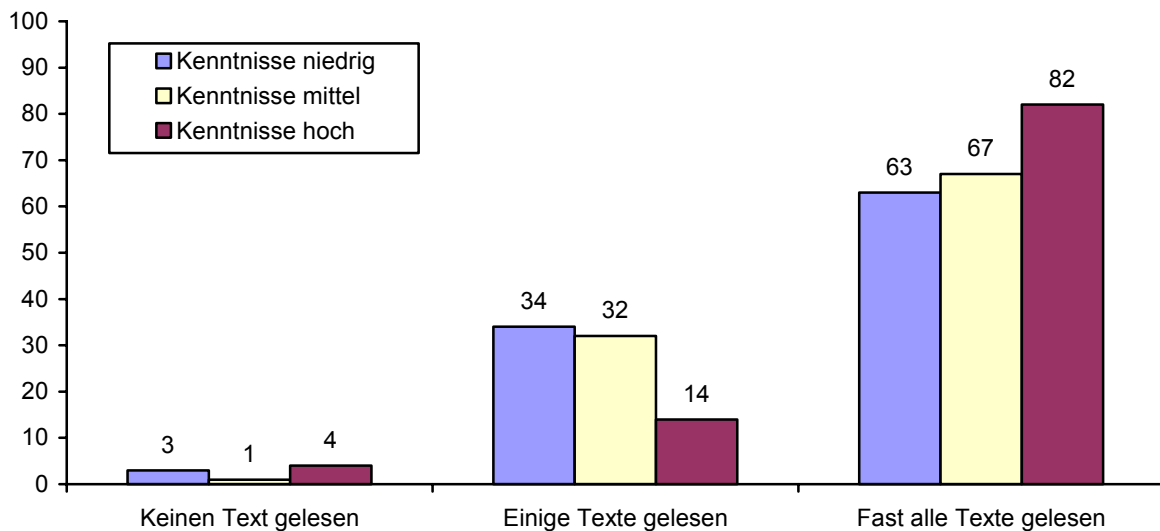


**Grafik 44b: Interesse an den Texten und Kenntnisse der bayerischen Geschichte<sup>60</sup>**  
 (nur Besucher/innen ohne Führung; Angaben in Prozent; N = 927)



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

**Grafik 44c: Interesse an den Texten und Kenntnisse der ungarischen Geschichte<sup>61</sup>**  
 (nur Besucher/innen ohne Führung; Angaben in Prozent; N = 927)

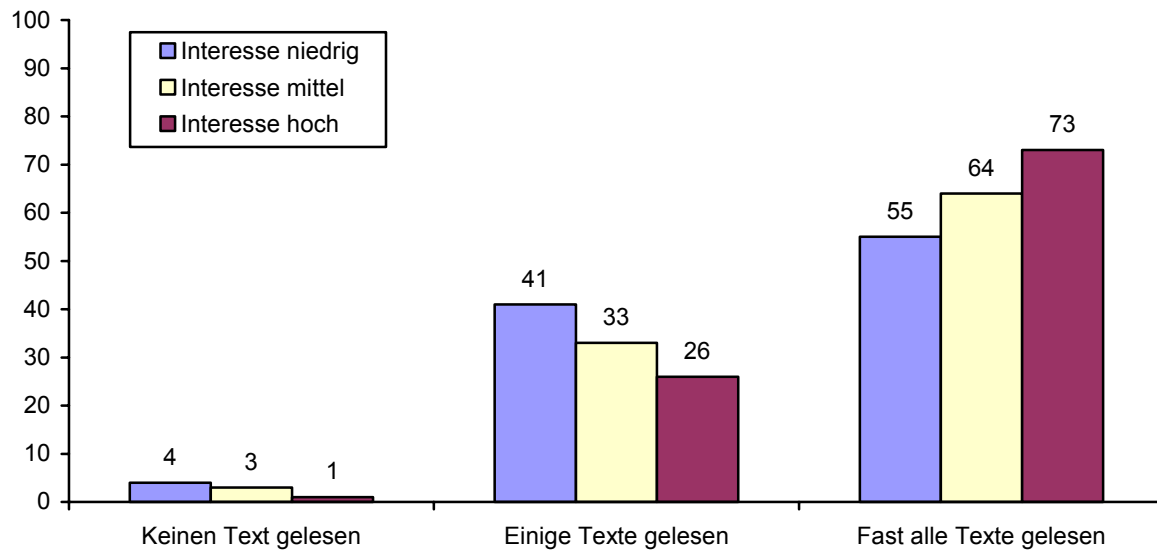


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

<sup>60</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 22,611.

<sup>61</sup> Sign.: 0.002; Chi<sup>2</sup> = 16,507.

**Grafik 44d: Interesse an den Texten und Interesse an Kunst und Malerei<sup>62</sup>**  
 (nur Besucher/innen ohne Führung; Angaben in Prozent; N = 927)

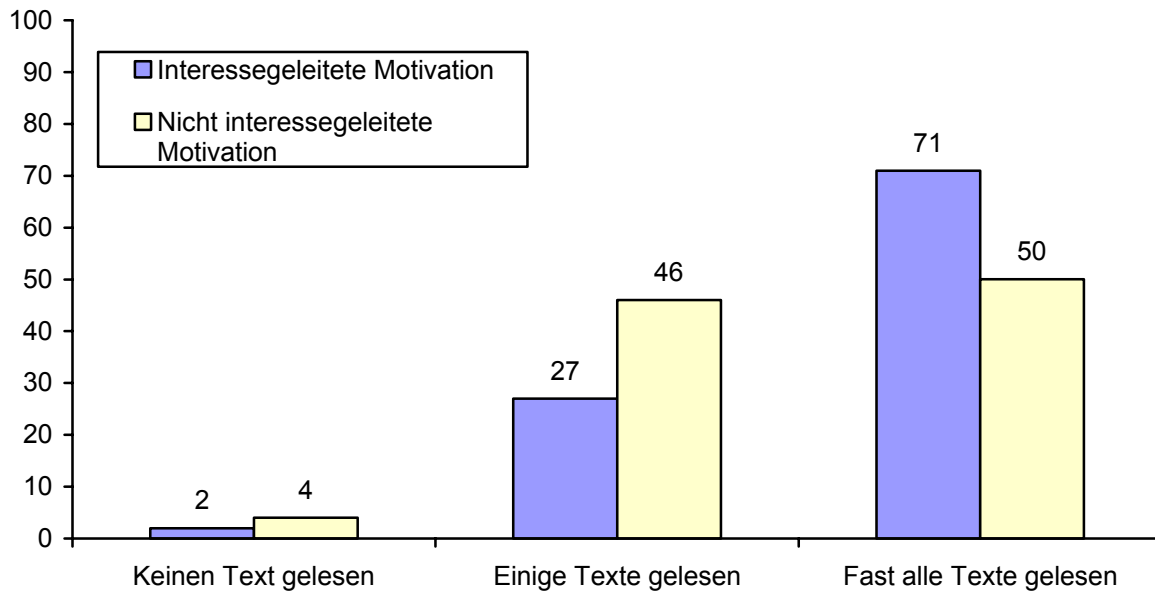


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

Gestützt wird dieses Ergebnis der interessenabhängigen Informationsaufnahme durch die Abhängigkeit von der Motivationsstruktur der Besucher/innen (*Grafik 45*). So haben Befragte mit einer interessegeleiteten Motivation gegenüber den nicht interessegeleiteten Befragten fast alle Texttafeln deutlich öfter gelesen (71% gegenüber 50%).

<sup>62</sup> Sign.: 0.005; Chi<sup>2</sup> = 15,060.

**Grafik 45: Interesse an den Texten und Motivationsstruktur<sup>63</sup>**  
 (nur Besucher/innen ohne Führung; Angaben in Prozent; N = 927)



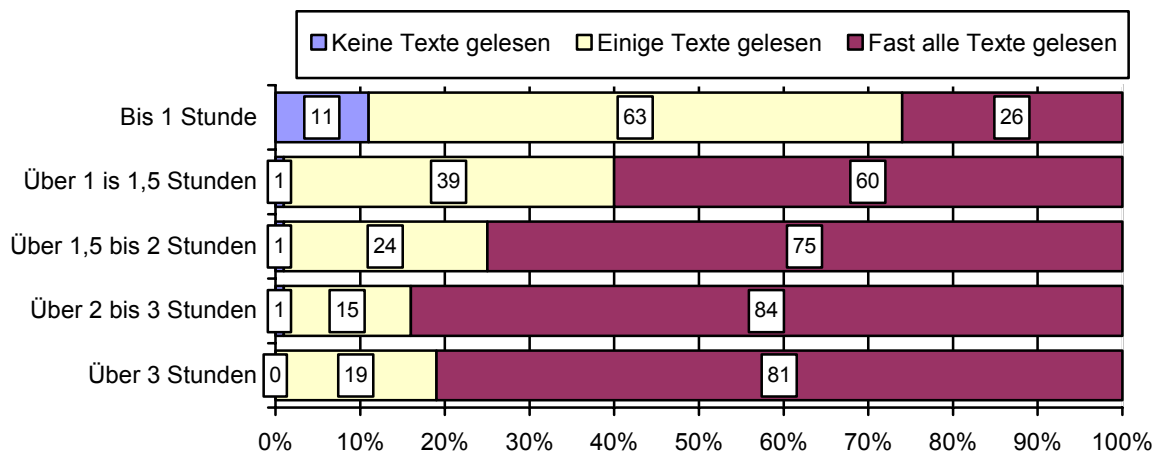
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

Die Informationsaufnahme über Ausstellungstexte ist des Weiteren von der Dauer des Ausstellungsaufenthalts abhängig. Es zeigt sich (*Grafik 46*), dass Personen, die sich länger in den Ausstellungsräumen aufhielten, wesentlich häufiger auch die vorhandenen Texttafeln gelesen haben (81% bei den Befragten, die drei Stunden und länger in der Ausstellung waren gegenüber 26% bei den Befragten, die eine Besuchszeit von unter einer Stunde hatten).<sup>64</sup>

<sup>63</sup> Sign.: 0.000;  $\chi^2 = 33,530$ .

<sup>64</sup> Dieses Ergebnis muss jedoch insoweit relativiert werden, als beide Variablen sich gegenseitig bedingen. Eine intensive Aufnahme von Texten ist nur dann möglich, wenn man genügend Zeit in der Ausstellung verbringt.

**Grafik 46: Interesse an den Texten und Aufenthaltsdauer in der Ausstellung<sup>65</sup>  
(nur Besucher/innen ohne Führung; Angaben in Prozent; N = 549)<sup>66</sup>**



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

Zusammenfassend bestätigt auch hier die Clusterzugehörigkeit die vorher dargestellten Einzelergebnisse zu einem überwiegenden Teil. Die "älteren, hoch interessierten Einzelbesucher" nehmen signifikant mehr Informationen über die Texttafeln auf, als die "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesucher". So haben 87% der "älteren, hoch interessierten Einzelbesucher" fast alle Texttafeln in der Ausstellung gelesen, aber nur 61% der Besucher/innen aus der Vergleichsgruppe.<sup>67</sup>

### 3.3.7 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.

95% der Befragten waren zum Zeitpunkt der Untersuchung zum ersten Mal in der Ausstellung, d.h. andererseits, dass nur jeder zwanzigste Befragte bereits vorher

<sup>65</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 157,246.

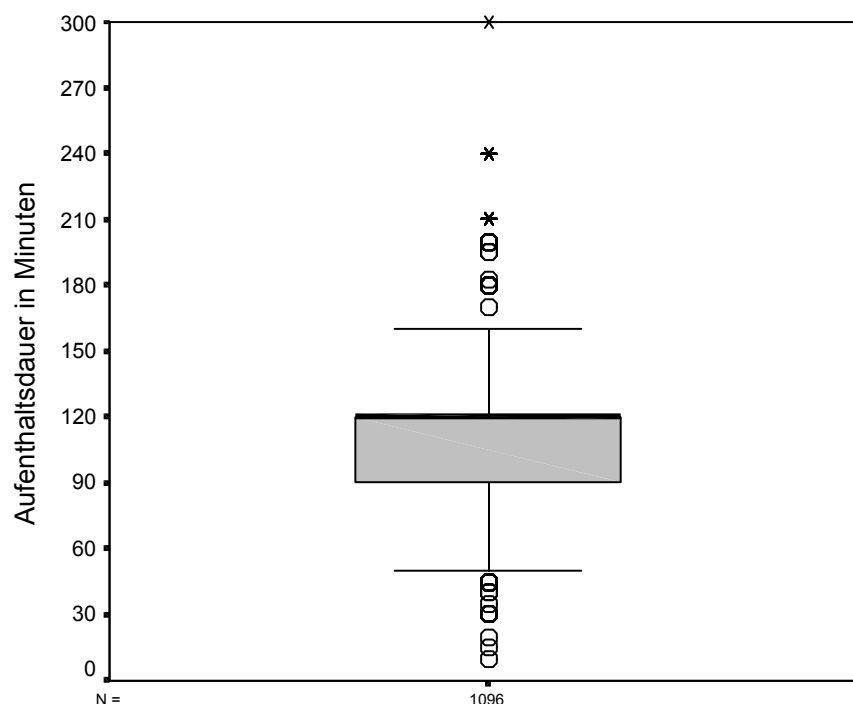
<sup>66</sup> Im Fragebogen wurde die genaue Aufenthaltszeit in Minuten erhoben und dann entsprechend der 5 Kategorien "Unter einer Stunde", "Eine bis unter eineinhalb Stunden", "Eineinhalb bis unter zwei Stunden", "Zwei bis unter drei Stunden" und "Drei und mehr Stunden" zusammengefasst.

<sup>67</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 35,980.

schon einmal die Ausstellung besucht hat. Die Häufigkeit des Besuchs der Landesausstellung ist entgegen den Befragungsergebnissen anderer Landesausstellungen lediglich abhängig von der Sozialität der Besucher/innen.

In der Ausstellung verbrachten die Befragten im Durchschnitt 110 Minuten. Es zeigt sich, dass jeweils die Hälfte der Ausstellungsbesucher/innen länger bzw. kürzer als 120 Minuten in den Ausstellungsräumen waren (*Grafik 47*). Ein Viertel des Publikums blieb nur bis zu 90 Minuten. Die kürzeste Besuchszeit betrug 10 Minuten, die längste Aufenthaltsdauer lag bei 300 Minuten. Insgesamt ist die Streuung der Aufenthaltsdauer allerdings relativ gering; die Standardabweichung beträgt etwa 40 Minuten. Die Dauer des Aufenthaltes der Besucher/innen in den Räumen der Landesausstellung 2001 ist nicht normalverteilt.

**Grafik 47: Aufenthaltszeit der Besucher/innen (Boxplot)**

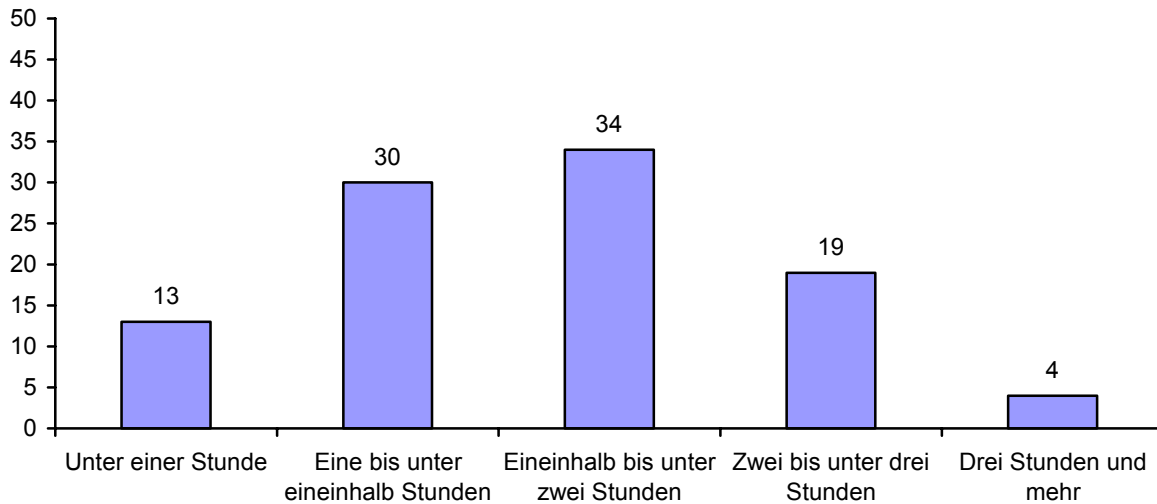


Fast man die Besuchszeiten zusammen<sup>68</sup>, so zeigt sich, dass ein Drittel der Befragten (*Grafik 48*) die Ausstellung zwischen eineinhalb und zwei Stunden besuchten, 30% blieben eine bis eineinhalb Stunden und 19% zwischen zwei und drei Stunden.

<sup>68</sup> Im Fragebogen wurde die genaue Aufenthaltszeit in Minuten erhoben und dann entsprechend der 5 Kategorien "Unter einer Stunde", "Eine bis unter eineinhalb Stunden", "Eineinhalb bis unter zwei Stunden", "Zwei bis unter drei Stunden" und "Drei und mehr Stunden" zusammengefasst.

13% gaben an, nur bis zu einer Stunde in der Ausstellung gewesen zu sein und lediglich 4% der Befragten waren über drei Stunden in der Ausstellung. Mit 28% wurde von den Befragten eine Verweildauer von 120 Minuten am häufigsten genannt, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug ca. 110 Minuten.

**Grafik 48: Aufenthaltszeit der Besucher/innen (Angaben in Prozent)**



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

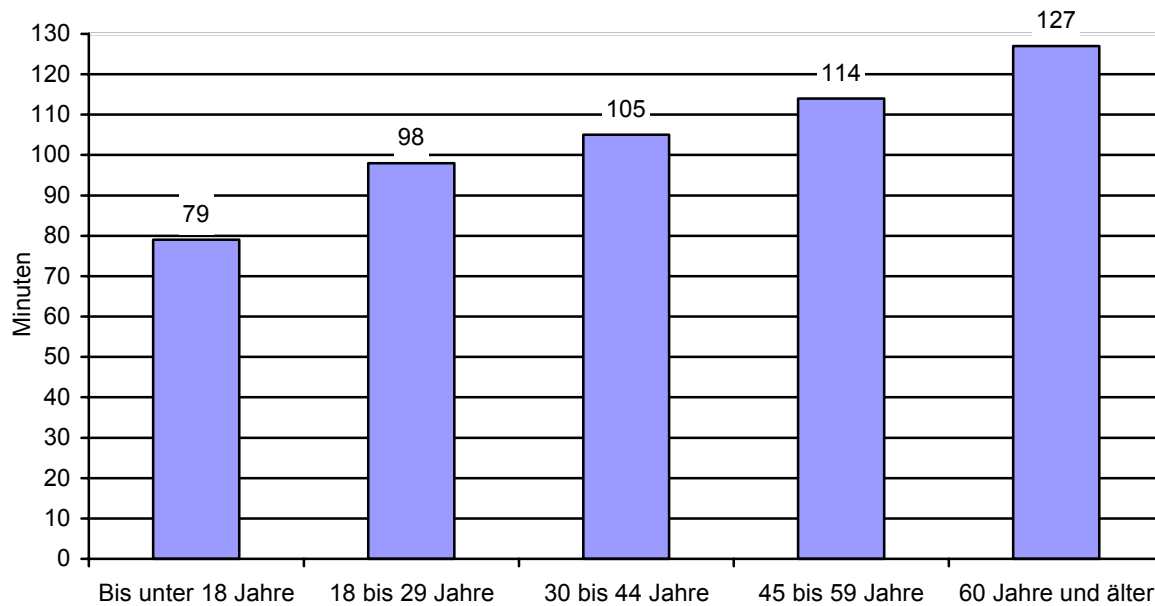
Betrachtet man die durchschnittlichen Aufenthaltszeiten in der Ausstellung gesondert nach dem formalen Bildungsgrad, so ergibt sich, dass die Besucher/innen mit mittleren und hohen Bildungsabschlüssen (Mittlere Reife: 113 Minuten; Abiturienten: 112 Minuten; Akademiker: 116 Minuten) mehr Zeit in der Ausstellung verbringen als die Befragten mit niedrigem Abschluss (99 Minuten).<sup>69</sup>

Des Weiteren korreliert die Dauer des Besuches der Ausstellung positiv mit dem Alter der Befragten: Die Besucher/innen bleiben umso länger in der Ausstellung, desto älter sie sind (*Grafik 49*).<sup>70</sup> Die unter 18-Jährigen blieben mit durchschnittlich 79 Minuten deutlich kürzer in der Ausstellung als die älteren Befragten.

<sup>69</sup> Sign.: 0,000; F = 7,531.

<sup>70</sup> Pearsons' s r = 0,331; Sign.: 0,000.

**Grafik 49: Durchschnittliche Aufenthaltszeit in Minuten und Alter der Besucher/innen<sup>71</sup>**



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

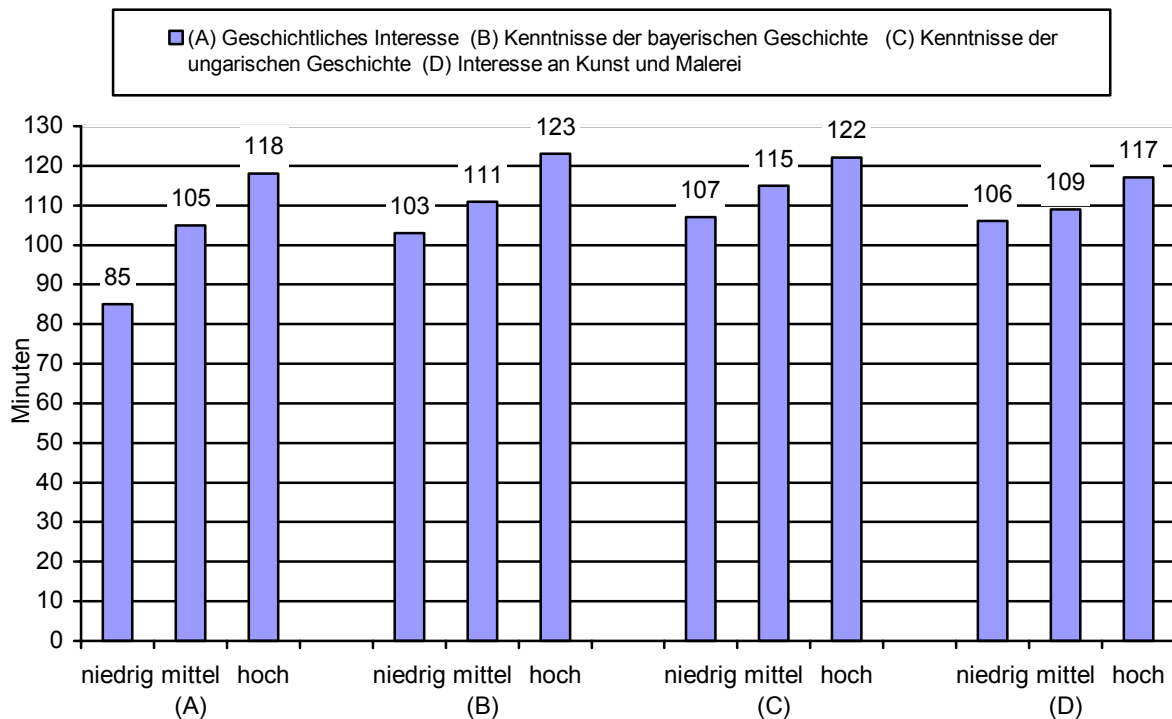
Auch die Besucher/innen, deren Motivation interessen­geleitet ist, bleiben mit durchschnittlich 115 Minuten deutlicher länger in der Ausstellung als diejenigen Befragten, die eine nicht interessen­geleitete Motivationsstruktur aufweisen; bei diesen liegt die durchschnittliche Verweildauer nur bei rund 100 Minuten.<sup>72</sup>

Ein ähnliches Ergebnis zeigt auch der Vergleich der durchschnittlichen Verweildauer mit dem Grad des geschichtlichen und künstlerischen Interesses bzw. den Kenntnissen der bayerischen und ungarischen Geschichte. Hier ergibt sich deutlich (*Grafik 50*), dass die Befragten um so länger in der Ausstellung verweilen, je höher ihre Interessen bzw. Kenntnisse sind.

<sup>71</sup> Sign.: 0.000; F = 24,297.

<sup>72</sup> Sign.: 0.013; F = 21,586.

**Grafik 50: Durchschnittliche Aufenthaltszeit in Minuten und Interessen und Kenntnisse der Besucher/innen<sup>73</sup>**



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

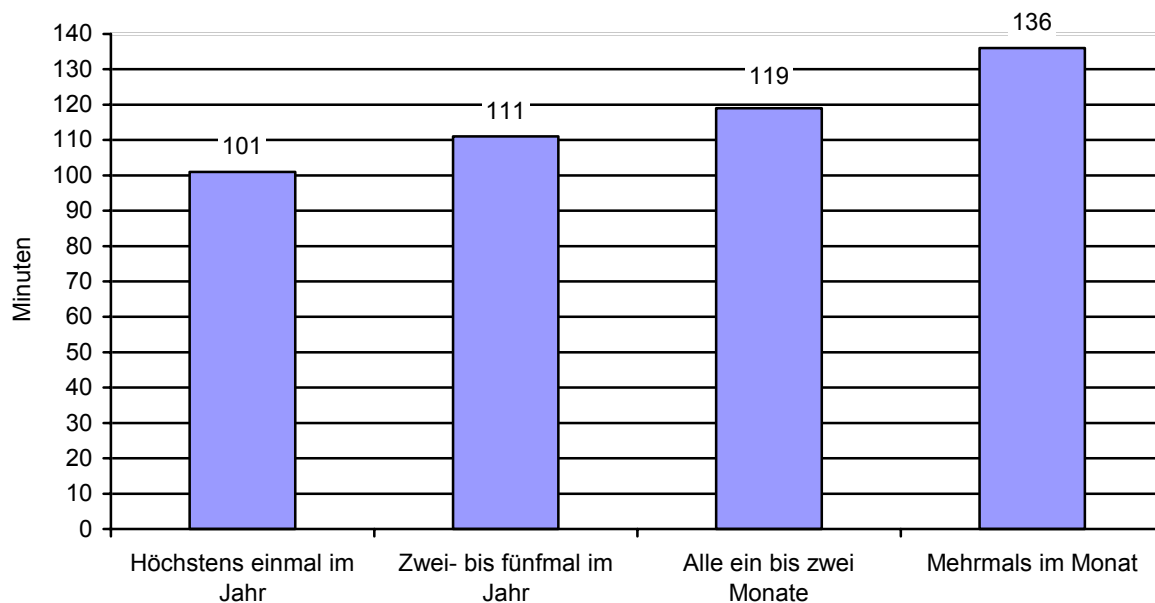
Die durchschnittliche Aufenthaltszeit in der Ausstellung korreliert zudem positiv mit der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen: Die Besucher/innen blieben umso länger in der Ausstellung, desto häufiger sie im allgemeinen Ausstellungen und Museen besuchen (*Grafik 51*).<sup>74</sup> Die nachfolgende Grafik zeigt diesen Zusammenhang nochmals deutlich auf: Die sogenannten „habituellen“ Ausstellungsbesucher haben sich mit 136 Minuten im Durchschnitt deutlich länger in der Ausstellung aufgehalten als die Gelegenheitsbesucher, die durchschnittlich 101 Minuten in der Ausstellung blieben.

<sup>73</sup> Sign.: 0.000; F = 23,590 (geschichtliches Interesse); Sign.: 0.000; F = 13,023 (Kenntnisse der bayerischen Geschichte); Sign.: 0.000; F = 8,465 (Kenntnisse der ungarischen Geschichte); Sign.: 0.005; F = 5,386 (Interesse an Kunst und Malerei)

<sup>74</sup> Pearson's r = 0,160; Sign.: 0,000.



**Grafik 51: Durchschnittliche Aufenthaltszeit in Minuten und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen<sup>75</sup>**

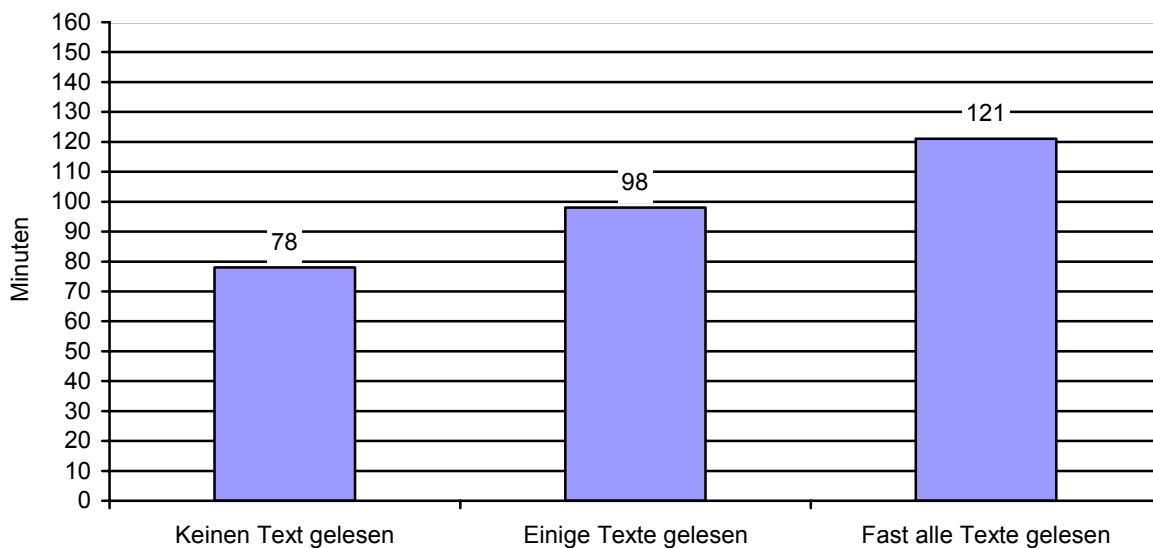



Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

Es wird im Folgenden 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. So zeigt sich (*Grafik 52*), dass die Besucher/innen umso länger in der Ausstellung verweilen, je umfangreicher sie die textlichen Informationen in Anspruch nehmen. Befragte, die keinen Text gelesen haben blieben durchschnittlich nur 78 Minuten in der Ausstellung im Unterschied zu den Personen, die angeben, fast alle Texte gelesen zu haben (121 Minuten).<sup>76</sup>

<sup>75</sup> Sign.: 0.000; F = 9,730.

<sup>76</sup> Hier ist nochmals darauf hinzuweisen, dass sich Aufenthaltsdauer und quantitative Nutzung in einem erheblichen Ausmaß gegenseitig bedingen.

**Grafik 52: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Minuten und Textnutzung<sup>77</sup>**


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

Schließlich lässt sich auch ein Zusammenhang zwischen der Verweildauer in der Ausstellung und der Sozialität der Besucher/innen nachweisen. So blieben Befragte, die allein in der Ausstellung sind mit durchschnittlich 114 Minuten bzw. Befragte, die mit einem Partner die Ausstellung besuchten mit 115 Minuten, deutlich länger in der Ausstellung als Befragte, die in einer Gruppe die Ausstellung besuchten (77 Minuten).<sup>78</sup> Diese kürzeren Verweilzeiten bei Gruppenbesuchern/innen hängen vermutlich damit zusammen, dass diese in der Regel ein zeitlich begrenztes Besuchsprogramm haben und der Druck der Gruppe bzw. der Gruppenleitung, diesen einzuhalten, in der Regel relativ hoch ist.

### 3.4 Wahrnehmung und Bewertung der Ausstellungsinhalte

#### 3.4.1 Bewertung der einzelnen Ausstellungsabteilungen

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

<sup>77</sup> Sign.: 0.000; F = 54,367.

<sup>78</sup> Sign.: 0.000; F = 46,035.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass alle Abteilungen positiv bewertet werden. Im Gegensatz zu den meisten anderen Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte sind sich die Besucher/innen bei der Landesausstellung 2001 in ihrer Beurteilung allerdings nicht so einig. Fasst man die Bewertungskategorien "sehr gut" und "gut" zusammen, so ergibt sich, dass hier in Passau zwischen rund 47% (Abteilung VII "Sissi und die ungarische Malerei") und etwa 72% (Abteilung I "Kreuz und Krone") der befragten Besucher/innen die abgefragten Abteilungen positiv beurteilen. Negative Bewertungen („mangelhaft“ oder „ungenügend“) vergeben lediglich ca. 2% (Abteilung II "Nachbarn, Feinde, Freunde") bis fast 7% (Abteilung VIII "Das 20. Jahrhundert") der Befragten. Die durchschnittlichen Benotungen ergeben eine eindeutige Rangfolge (Tabelle 5).<sup>79</sup> Am besten beurteilt wurde die Abteilung „Kreuz und Krone“. Für diese Abteilung vergab ein Drittel der befragten Ausstellungsbesucher/innen die Note „sehr gut“ und weitere 39% bewerteten die mit der Note „gut“. Mit einer eher zu „befriedigend“ tendierenden Note im Vergleich am schlechtesten benotet wurde die Abteilung „Sissi und die ungarische Malerei“.

**Tabelle 5: Bewertung der Ausstellungsabteilungen**

|   | 1<br>sehr gut  | 2<br>gut       | 3<br>befriedigend | 4<br>ausreichend | 5<br>mangelhaft | 6<br>ungenügend | Keine Angabe   | Mittelwert |
|---|----------------|----------------|-------------------|------------------|-----------------|-----------------|----------------|------------|
| I Kreuz und Krone:<br>Stephan und Gisela  | 369<br>33,4%   | 426<br>38,6%   | 135<br>12,2%      | 28<br>2,5%       | 12<br>1,1%      | 16<br>1,4%      | 119<br>10,8%   | 1.92       |
| II Nachbarn, Feinde<br>Freunde            | 304<br>27,5%   | 458<br>41,4%   | 155<br>14,0%      | 28<br>2,5%       | 6<br>0,5%       | 14<br>1,3%      | 140<br>12,7%   | 1.98       |
| III Wirtschaftsbeziehungen                | 306<br>27,7%   | 385<br>34,8%   | 185<br>16,7%      | 34<br>3,1%       | 16<br>1,4%      | 10<br>0,9%      | 169<br>15,3%   | 2.04       |
| IV Schwert und Buch:<br>König Corvinus    | 324<br>29,3%   | 381<br>34,5%   | 166<br>15,0%      | 32<br>2,9%       | 16<br>1,4%      | 12<br>1,1%      | 174<br>15,7%   | 2.00       |
| V Die Türkenzeit                          | 300<br>27,1%   | 387<br>35,0%   | 177<br>16,0%      | 59<br>5,3%       | 17<br>1,5%      | 12<br>1,1%      | 153<br>13,8%   | 2.10       |
| VI Die Auswanderung<br>nach Ungarn        | 294<br>26,6%   | 417<br>37,7%   | 182<br>16,5%      | 37<br>3,3%       | 18<br>1,6%      | 11<br>1,0%      | 146<br>13,2%   | 2.06       |
| VII Sissi und die unga-<br>rische Malerei | 220<br>19,9%   | 301<br>27,2%   | 252<br>22,8%      | 122<br>11,0%     | 33<br>3,0%      | 23<br>2,1%      | 154<br>13,9%   | 2.49       |
| VIII Das 20. Jahrhundert                  | 314<br>28,4%   | 318<br>28,8%   | 162<br>14,7%      | 87<br>7,9%       | 38<br>3,4%      | 34<br>3,1%      | 152<br>13,8%   | 2.29       |
| Gesamtbewertung                           | 2.431<br>27,5% | 3.073<br>34,8% | 1.414<br>16,0%    | 427<br>4,8%      | 156<br>1,8%     | 132<br>1,5%     | 1.207<br>13,7% | 2.11       |

<sup>79</sup> Siehe hierzu die Spalte „Mittelwert“ in Tabelle 5.

### 3.4.2 Einflussfaktoren auf die Bewertungen der Besucher/innen

In mehreren vorausgegangenen Besucherbefragungen für das Haus der Bayerischen Geschichte wurde analysiert, welche Faktoren - wie etwa eine Führungsteilnahme, der Kauf eines Ausstellungskataloges usw. - und welche individuellen Merkmale und Eigenschaften (z.B. Alter, Bildungsniveau usw.) die Bewertung der Ausstellung beeinflussen.<sup>80</sup> Diesen Fragen ist auch im Rahmen der vorliegenden Untersuchung nachgegangen worden.

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

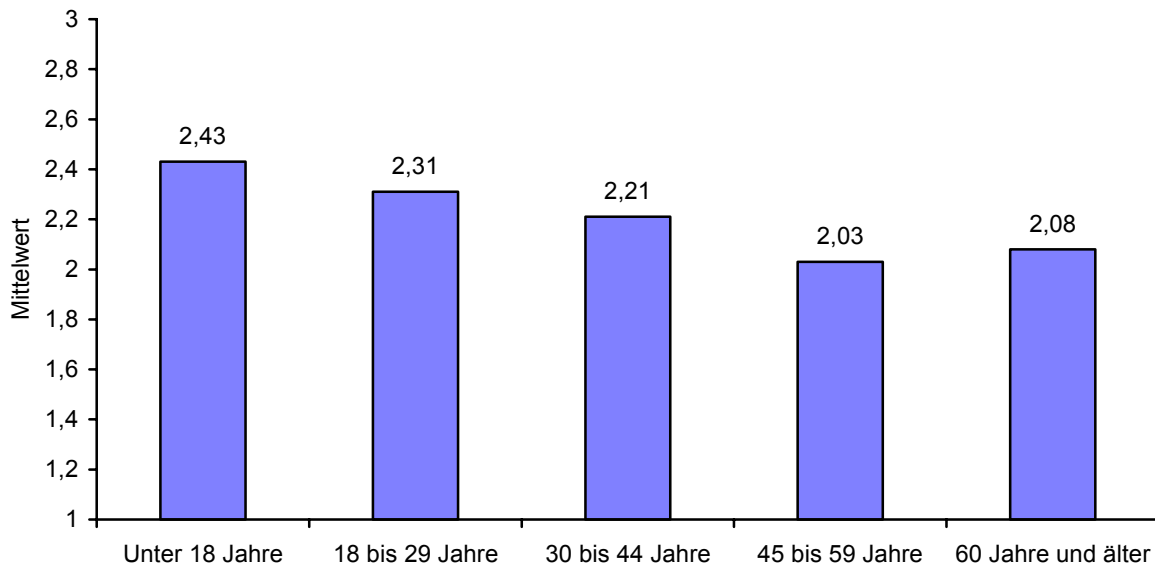
#### 3.4.2.1 Bewertung der Ausstellung und Alter der Besucher/innen

Die Ergebnisse der Besucherbefragung zur Landesausstellung 2001 zeigen zunächst, dass die Bewertung der Ausstellung mit dem Alter der Befragten signifikant positiv korreliert: Die Ausstellung wurde insgesamt umso besser bewertet, je älter die Befragten waren (*Grafik 53*).<sup>81</sup> Die unter 18-Jährigen bewerteten die Ausstellung insgesamt mit einer Durchschnittsnote von 2,43 deutlich schlechter als die Besucher/innen, die zum Zeitpunkt der Erhebung 60 Jahre und älter waren (Durchschnittsnote: 2,08). Erwähnenswert ist hier, dass die beiden Abteilungen, die in der Bewertung am schlechtesten abschnitten (Abteilung VII „Sissi und die ungarische Malerei“ und Abteilung VIII „Das 20. Jahrhundert“), von den älteren Befragten kritischer bewertet wurden als von den jüngeren Besucher/innen, während alle anderen Abteilungen jeweils bessere Noten von den älteren als von den jüngeren Befragten erhielten.

<sup>80</sup> Vgl. die Ergebnisbereiche des Sozialwissenschaftlichen Instituts München.

<sup>81</sup> Pearson's  $r = -0,144$ ; Sign.: 0,000.

**Grafik 53: Bewertung der Ausstellung und Alter der Besucher/innen (Mittelwerte)<sup>82</sup>**



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

### 3.4.2.2 Bewertung der Ausstellung und Geschlecht der Besucher/innen

Für die Landesausstellung 2001 in Passau ergibt sich, dass die weiblichen Befragten (Mittelwert des Gesamtindex: 2,05) die Ausstellung insgesamt deutlich besser bewerteten als die männlichen Besucher (Mittelwert: 2,26).<sup>83</sup> Erwähnenswert ist an dieser Stelle, dass die differenzierte Analyse der Beurteilung der einzelnen Ausstellungsabteilungen zeigt, dass Frauen (im Gegensatz zu den vorher dokumentierten Ergebnissen bezüglich des Alters der Befragten) die zu bewertenden Abteilungen durchweg besser benoten als Männer, wobei die signifikantesten und größten Unterschiede in der Bewertung bei den beiden insgesamt am schlechtesten benoteten Abteilungen sichtbar werden. Die Abteilungen „Sissi und die ungarische Malerei“ bzw. „Das 20. Jahrhundert“ wurden von den befragten Frauen durchschnittlich mit 2,24 bzw. 2,17 bewertet, während die männlichen Besucher sie mit 2,74 bzw. 2,40 benoteten.<sup>84</sup>

<sup>82</sup> Die hier und für die folgenden Analysen angegebenen Mittelwerte bilden den Gesamtindex aus der Bewertung aller Ausstellungsabteilungen ab. Zur Berechnung des Gesamtindex wurden die jeweiligen Einzelbewertungen summiert und durch die Gesamtanzahl der Abteilungen (8) dividiert. Die so erhaltenen Werte wurden schließlich entsprechend der Bewertungen von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend gerundet. Sign.: 0.000; F = 5,172.

<sup>83</sup> Sign.: 0.000; F = 14,359.

<sup>84</sup> Sign.: 0.000; F = 42,906 (Sissi und die ungarische Malerei); Sign.: 0.009; F = 6,928 (Das 20. Jahrhundert).

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

Ein Zusammenhang zwischen den Bewertungen der Ausstellung und der Selbsteinschätzung der eigenen Kenntnisse und Interessen ergibt sich in Bezug auf die Kategorien "Kenntnisse der ungarischen Geschichte" und "Interesse an Kunst und Malerei". Diejenigen Besucher/innen, die ihre Kenntnisse der ungarischen Geschichte als „hoch“ bzw. „mittel“ (2,13 bzw. 2,06) einschätzen, bewerten die Landesausstellung 2001 des Hauses der Bayerischen Geschichte signifikant besser als diejenigen Befragten, die ihre Kenntnisse selbst lediglich als „niedrig“ bezeichnen (2,27).<sup>85</sup> Entsprechend bewerten auch diejenigen Befragten, die ein hohes bzw. mittleres Interesse an Kunst und Malerei besitzen (2,07 bzw. 2,17), die Ausstellung insgesamt signifikant besser als diejenigen Besucher/innen, die nur über ein niedriges Interesse an Kunst und Malerei verfügen (2,39).<sup>86</sup>

### 3.4.2.4 Bewertung der Ausstellung und Informationsaufnahme über die Texte

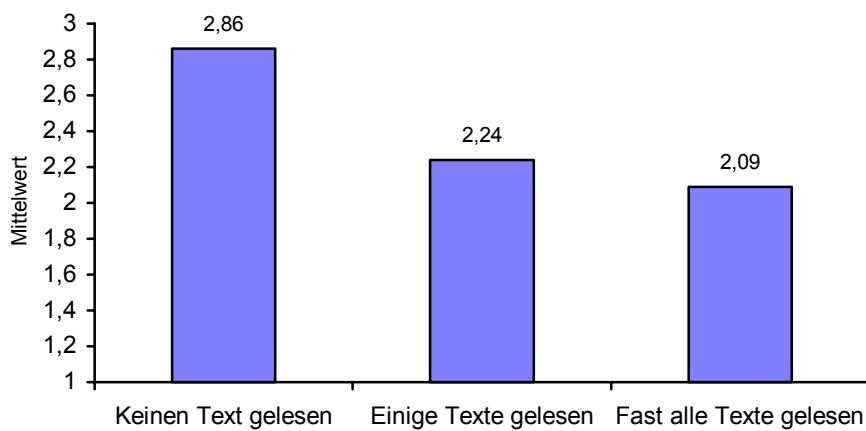
Des Weiteren wird untersucht, ob die Besucher/innen die Ausstellung anders bewerten, wenn sie die zusätzliche Information zu bestimmten Ausstellungsthemen über die angebotenen Texte intensiver nutzen. Eine Überprüfung ergibt, dass die Befragten, die die Ausstellung insgesamt umso besser bewerten, je mehr Texte sie in der Ausstellung gelesen haben (*Grafik 54*).

---

<sup>85</sup> Sign.: 0.027; F = 3,629.

<sup>86</sup> Sign.: 0.002; F = 6,366.

**Grafik 54: Bewertung der Ausstellung und Informationsaufnahme über (Raumeinführungs-)Texte (Mittelwerte)<sup>87</sup>**



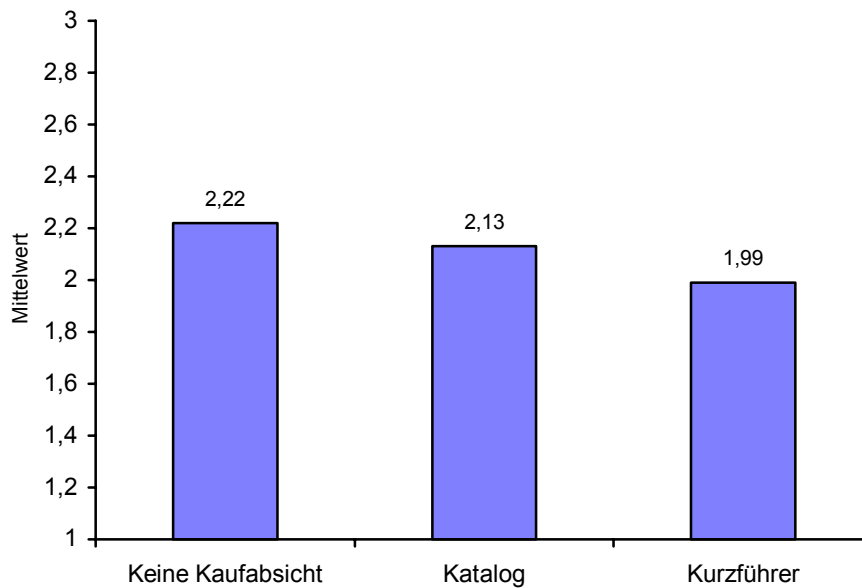
Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

### 3.4.2.5 Bewertung der Ausstellung und Kaufabsicht einer Publikation

Interessant und erwähnenswert ist, dass die Bewertung der Landesausstellung in Zusammenhang mit der Kaufabsicht von Publikationen steht. Besucher/innen, die einen Kurzführer oder einen Katalog zu erwerben beabsichtigen, benoten die Ausstellung signifikant besser als die entsprechende Vergleichsgruppe (*Grafik 55*). Dieses Ergebnis bringt zum Ausdruck, dass Besucher/innen, die interessiert die Ausstellung besuchen, diese in der Regel - wie auch andere Besucherbefragungen zeigen - besser bewerten.

<sup>87</sup> Hier angegeben ist wiederum der Gesamtindex aus der Bewertung aller Ausstellungsabteilungen (vgl. Anmerkung 82). Die Mittelwerte selbst berechnen sich aus den Bewertungen von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend; Sign.: 0.000; F = 13,708.

**Grafik 55: Bewertung der Ausstellung und Kaufabsicht von Publikationen; Mittelwerte<sup>88</sup>**



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

### 3.4.3 Interessanteste Abteilung der Ausstellung

Von Interesse ist es auch zu erfahren, welche Abteilung der Ausstellung die Besucher/innen am interessantesten finden. Damit erhalten die Ausstellungsplaner eine Rückmeldung über die „Qualität“ der Ausstellungskonzeption.

Von den Besucher/innen gaben 69% eine Abteilung an, die sie besonders interessant gefunden haben (*Tabelle 6*). Die Abteilung I "Kreuz und Krone: Stephan und Gisel" wurde von diesen insgesamt 762 Befragten mit 18% am häufigsten genannt, gefolgt von der Abteilung II "Nachbarn, Feinde, Freunde: Bayern und Ungarn im 10. Jahrhundert" und der Abteilung VIII "Das 20. Jahrhundert" mit jeweils 15%. 8% der Befragten gaben dezidiert an, dass ihnen alle Abteilungen gleichermaßen gefallen haben.

<sup>88</sup> Hier angegeben ist wiederum der Gesamtindex aus der Bewertung aller Ausstellungsabteilungen (vgl. Anmerkung 82). Die Mittelwerte berechnen sich aus den Bewertungen von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend; Sign.: 0.008; F = 4,799.



**Tabelle 6: Interessanteste Ausstellungsabteilungen  
(Mehrfachantworten möglich; N = 762)**

|    | <b>Ausstellung mit besonderem Interesse</b>                        | <b>Anzahl der Nennungen</b> | <b>Anteil in %</b> |
|----|--|-----------------------------|--------------------|
| 1. | I Kreuz und Krone: Stephan und Gisela                              | 138                         | 18                 |
| 2. | II Nachbarn, Feinde, Freunde: Bayern und Ungarn im 10. Jahrhundert | 114                         | 15                 |
| 2. | VIII Das 20. Jahrhundert   | 114                         | 15                 |
| 4. | III Wirtschaftsbeziehungen   | 86                          | 11                 |
| 5. | V Die Türkenzeit   | 74                          | 10                 |
| 6. | IV Schwert und Buch: Die Zeit des Königs Corvinus                  | 69                          | 9                  |
| 7. | VII Sissi und die ungarische Malerei                               | 61                          | 8                  |
| 8. | VI Die Auswanderung nach Ungarn                                    | 45                          | 6                  |
| 9. | Alle Abteilungen interessant                                       | 61                          | 8                  |



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

Vergleicht man die Ausstellungsbewertung insgesamt mit der genannten interessantesten Ausstellungsabteilung, so zeigt sich, dass die Befragten, die ausdrücklich angaben, dass sie alle Abteilungen gleichermaßen interessant finden, die Ausstellung insgesamt mit im Schnitt 1,70 auch deutlich am positivsten bewerten, gefolgt von den Befragten, welche die Abteilung V "Die Türkenzeit" und die Abteilung VII "Sissi und die ungarische Malerei" am interessantesten finden mit jeweils einer Benotung von durchschnittlich 2,05 bzw. 2,08. Die schlechteste Gesamtbewertung mit im Mittel „nur“ 2,36 zeigt sich bei denjenigen Befragten, welche die Abteilung VI "Die Auswanderung nach Ungarn" am interessantesten gefunden haben.<sup>89</sup>

Es ist anzunehmen, dass die Angabe bestimmter Abteilungen mit gewissen soziodemographischen und anderen wichtigen Merkmalen der Besucher/innen zusammenhängt. So kann z.B. vermutet werden, dass für männliche bzw. weibliche Besucher jeweils andere Ausstellungsabteilungen interessant sind. Tatsächlich lassen sich deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede in der Bewertung der einzelnen Abteilungen feststellen. Insbesondere die Abteilung VII "Sissi und die ungarische Malerei" wird mit 16% gegenüber 2% deutlich häufiger von den weiblichen Befragten als interessanteste Abteilung genannt. Mit 18% gegenüber 15% wird auch die Abteilung VIII

<sup>89</sup> Sign.: 0.001; F = 3,235.

"Das 20. Jahrhundert" etwas häufiger von Frauen bevorzugt. Demgegenüber sind die Abteilungen II "Nachbarn, Feinde, Freunde: Bayern und Ungarn im 10. Jahrhundert" (19% gegenüber 14%), IV "Schwert und Buch: Die Zeit des Königs Corvinus" (12% gegenüber 8%) und V "Die Türkenzeit" (13% gegenüber 9%) bei den männlichen Befragten beliebter als bei den weiblichen.<sup>90</sup>

Betrachtet man den Zusammenhang zwischen der interessantesten Abteilung und dem Alter der Befragten, so lassen sich ebenfalls signifikante Unterschiede feststellen. Sowohl die Abteilung VIII "Das 20. Jahrhundert" (31% bei den unter 18-Jährigen gegenüber 11% bei den 60-Jährigen und Älteren) als auch die Abteilung VII "Sissi und die ungarische Malerei" (23% bei den unter 18-Jährigen gegenüber 3% bei den 60-Jährigen und Älteren) finden die jüngeren Befragten häufiger interessant als die Älteren. Umgekehrt werden die Abteilung I "Kreuz und Krone: Stephan und Gisela" (25% bei den 60-Jährigen und Älteren gegenüber 15% bei den unter 18-Jährigen) und die Abteilung II "Nachbarn, Feinde, Freunde: Bayern und Ungarn im 10. Jahrhundert" (22% bei den 60-Jährigen und Älteren gegenüber 4% bei den unter 18-Jährigen) häufiger von den älteren Befragten als besonders interessant eingeschätzt.<sup>91</sup>

Die interessanteste Abteilung ist auch von der Bildung der Befragten abhängig. So werden vor allem die Abteilungen I "Kreuz und Krone" und II "Nachbarn, Feinde, Freunde" häufiger von den Akademikern für besonders interessant gehalten (24% bzw. 17% gegenüber 20% bzw. 8% bei den Befragten ohne Abschluss bzw. Hauptschulabschluss). Die Abteilung VII "Sissi und die ungarische Malerei" findet demgegenüber bei den Akademikern das geringste Interesse (5% gegenüber 18% bei den Befragten ohne Abschluss bzw. Hauptschulabschluss).<sup>92</sup>

Untersucht man den Zusammenhang zwischen dem Interesse für bestimmte Ausstellungsabteilungen und den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen, so zeigt sich, dass vor allem die Abteilung VII "Sissi und die ungarische Malerei" mit sechs Prozentpunkten Unterschied (10% gegenüber 4%) und die Abteilung I "Kreuz und Krone" mit vier Prozentpunkten Unterschied (20% gegenüber 16%) von den "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesuchern" im Verhältnis zu den "älteren, hoch interessierten Einzelbesuchern" als interessanter befunden werden, wohingegen sich die "älteren, hoch interessierten Einzelbesucher" im Verhältnis zur Vergleichsgruppe mehr für die Abteilungen II "Nachbarn, Feinde, Freunde" mit neun Prozentpunkten Unterschied (24% gegenüber 15%) und die Abteilung VI "Die Auswanderung nach

<sup>90</sup> Sign.: 0.000;  $\chi^2 = 43,846$  (Analyse unter Ausschluss der Kategorie "Alle Abteilungen interessant").

<sup>91</sup> Sign.: 0.000;  $\chi^2 = 73,178$  (Analyse unter Ausschluss der Kategorie "Alle Abteilungen interessant").

<sup>92</sup> Sign.: 0.027;  $\chi^2 = 35,212$  (Analyse unter Ausschluss der Kategorie "Alle Abteilungen interessant").

Ungarn" mit sieben Prozentpunkten Unterschied (12% gegenüber 5%) interessieren.<sup>93</sup>

Ein klarer Zusammenhang besteht auch zwischen dem Interesse für bestimmte Abteilungen der Ausstellung und dem allgemeinen Geschichtsinteresse. So werden von den Befragten mit hohem geschichtlichem Interesse vor allem die Abteilung I "Kreuz und Krone" (21% gegenüber 17% bei den Niedriginteressierten), die Abteilung II "Nachbarn, Feinde, Freunde" (19% gegenüber 6% bei den Niedriginteressierten), die Abteilung III "Wirtschaftsbeziehungen" (13% gegenüber 6% bei den Niedriginteressierten) und die Abteilung IV "Schwert und Buch" (11% gegenüber 0% bei den Niedriginteressierten) als interessanteste Abteilung hervorgehoben. Die Befragten mit niedrigem historischem Interesse bevorzugen demgegenüber die Abteilung VI "Die Auswanderung nach Ungarn" (28% gegenüber 5% bei den Hochinteressierten), die Abteilung V "Die Türkenzeit" (22% gegenüber 10% bei den Hochinteressierten) und die Abteilung VII "Sissi und die ungarische Malerei" (11% gegenüber 5% bei den Hochinteressierten).<sup>94</sup>

Deutlich häufiger wird die Abteilung I "Kreuz und Krone" auch von den Befragten, die ihre bayerischen Geschichtskennnisse als hoch einschätzen, als die interessanteste Abteilung genannt (29% gegenüber 18% bei den Befragten mit niedrigen bayerischen Geschichtskennnissen). Umgekehrt bezeichnen die Befragten, die über eher niedrige Kennnisse der bayerischen Geschichte verfügen, die Abteilung VIII "Das 20. Jahrhundert" am häufigsten als die interessanteste Abteilung (29% gegenüber 11% bei den Befragten mit hohen bayerischen Geschichtskennnissen).<sup>95</sup>

Die Abteilungen I und II, die sich mit der Frühzeit Ungarns befassen, stoßen insgesamt auch eher bei den interessegeleiteten Besucher/innen auf Beachtung (*Tabelle 7*). So geben 19% bzw. 16% der interessegeleiteten Befragten gegenüber 15% bzw. 11% der nicht interessegeleiteten Befragten an, dass sie die Abteilung I "Kreuz und Krone" bzw. die Abteilung II "Nachbarn, Feinde, Freunde" am interessantesten finden. Demgegenüber werden die beiden Abteilungen, die sich mit den letzten beiden Jahrhunderten der ungarischen Geschichte beschäftigen, deutlich häufiger von den nicht interessegeleiteten Besucher/innen bevorzugt. So geben 23% bzw. 13% der nicht interessegeleiteten Befragten gegenüber 12% bzw. 7% der interessegeleiteten Befragten an, dass sie die Abteilung VIII "Das 20. Jahrhundert" bzw. die Abteilung VII "Sissi und die ungarische Malerei" am interessantesten finden.

<sup>93</sup> Sign.: 0.012;  $\chi^2 = 18,028$  (Analyse unter Ausschluss der Kategorie "Alle Abteilungen interessant").

<sup>94</sup> Sign.: 0.000;  $\chi^2 = 40,347$  (Analyse unter Ausschluss der Kategorie "Alle Abteilungen interessant").

<sup>95</sup> Sign.: 0.001;  $\chi^2 = 35,016$  (Analyse unter Ausschluss der Kategorie "Alle Abteilungen interessant").

**Tabelle 7: Interessanteste Ausstellungsabteilungen und Motivation (Mehrfachantworten möglich; N = 760)<sup>96</sup>**

|    | Ausstellung mit besonderem Interesse                               | Interessengeleitet | Nicht interessengeleitet |
|----|--|--------------------|--------------------------|
| 1. | I Kreuz und Krone: Stephan und Gisela                              | 19                 | 15                       |
| 2. | II Nachbarn, Feinde, Freunde: Bayern und Ungarn im 10. Jahrhundert | 16                 | 11                       |
| 3. | VIII Das 20. Jahrhundert   | 12                 | 23                       |
| 4. | III Wirtschaftsbeziehungen   | 11                 | 12                       |
| 5. | V Die Türkenzeit   | 10                 | 9                        |
| 6. | IV Schwert und Buch: Die Zeit des Königs Corvinus                  | 9                  | 9                        |
| 7. | VII Sissi und die ungarische Malerei                               | 7                  | 13                       |
| 8. | VI Die Auswanderung nach Ungarn                                    | 6                  | 5                        |
| 9. | Alle Abteilungen interessant                                       | 10                 | 3                        |



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

Dieses Ergebnis ist insofern verständlich, als die nicht interessegeleiteten Besucher/innen in den Abteilungen, die sich mit der neueren Zeit beschäftigen am ehesten Anknüpfungspunkte zu ihren "Alltagsinteressen" finden, wohingegen die interessegeleiteten Besucher mehr nach ergänzenden Informationen zu ihrem schon vorhandenen Wissensbestand suchen, die sie häufiger in den speziell historischen Abteilungen finden. Allgemein kann vermutet werden, dass die nicht interessegeleiteten Befragten eher von der "Wiederentdeckung" des bereits allgemein Bekannten ("Sissi") angesprochen werden, wohingegen die interessegeleiteten Besucher/innen eher an neuem Wissen interessiert sind und besonders auf Exponate aufmerksam werden, denen ein "Seltenheitswert" zukommt bzw. Exponate, die noch nicht häufig in Ausstellungen zu sehen waren.<sup>97</sup> Die interessengeleiteten Befragten sind aufgrund ihres schon vorhandenen Hintergrundwissens auch besser als die nicht interessegeleiteten Besucher/innen dazu in der Lage, die Bedeutung der gezeigten Exponate einzuschätzen.

<sup>96</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 34,552.

<sup>97</sup> Dementsprechend wird "Sissis Kleid" mit 10% gegenüber 4% deutlich häufiger von den nicht interessegeleiteten Besucher/innen als von den interessegeleiteten als das beeindruckendste Exponat angegeben. Die Kategorie "Sonstige", unter der u.a. nur jeweils von einem Besucher/in angegebene Exponate subsumiert sind, wird dementsprechend mit 34% gegenüber 29% häufiger von den interessegeleiteten Befragten genannt; Sign.: 0,038, Chi<sup>2</sup> = 29,972.

### 3.4.4 Eindrucksvollstes Exponat der Ausstellung

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

63% aller Befragten haben ein Exponat angegeben, das sie nachhaltig beeindruckt hat (*Tabelle 8*). Jeweils etwa jede(r) fünfte dieser insgesamt 701 Besucher/innen findet das "Schwert Christophs des Starken" am eindruckvollsten. Mit jeweils etwa 7% der Nennungen folgt die "Reliquienbüste des Königs Stephan" und mit 6% "Sissis Kleid". Die Bücher aus der Bibliothek des Königs Corvinus wurden mit 5% am vierthäufigsten genannt. Von 3% der Befragten wurden allgemein die in der Ausstellung gezeigten Waffen als besonders beeindruckend hervorgehoben. Ebenso viele Besucher/innen wurden vor allem von dem Krönungsmantel von König Stephan, den Goldschmiedearbeiten und den in der Abteilung VIII "20. Jahrhundert" gezeigten Filmen, Videos und der Computersimulation angesprochen. Erwähnenswert ist, dass 5% der Befragten ausdrücklich betonten, dass sie alle bzw. viele Exponate sehr beeindruckend fanden. 32% der Besucher/innen machten sonstige Angaben zum eindruckvollsten Ausstellungsobjekt. Diese reichen vom "St. Godehartstab" über die "Tartlauer Kirchenburg" bis zur "türkischen Reiterausstattung".

**Tabelle 8: Eindrucksvollste Ausstellungsobjekte  
(Mehrfachantworten möglich; N = 701)**

|     | <b>Eindrucksvollstes Ausstellungsobjekt</b>             | <b>Anzahl der Nennungen</b> | <b>Anteil in %</b> |
|-----|---|-----------------------------|--------------------|
| 1.  | Schwert Christophs des Starken                          | 134                         | 19                 |
| 2.  | Reliquienbüste König Stephans                           | 46                          | 7                  |
| 3.  | Sissis Kleid  | 39                          | 6                  |
| 4.  | Bücher aus der Bibliothek des Königs Corvinus           | 33                          | 5                  |
| 5.  | Waffen  | 22                          | 3                  |
| 6.  | Krönungsmantel König Stephans                           | 21                          | 3                  |
| 7.  | Goldschmiedearbeiten; Bronzerelief; Schlacht bei Mohács | 20                          | 3                  |
| 8.  | Film/Video/Computersimulationen (20. Jh.)               | 18                          | 3                  |
| 9.  | Schifffahrt; Kettensperre über der Donau                | 18                          | 3                  |
| 10. | Bilder; Dürer-Portrait                                  | 14                          | 2                  |
| 11. | Kelche und Pokale                                       | 12                          | 2                  |
| 12. | Pfeil und Bogen   | 12                          | 2                  |
| 13. | Handschriften, Nibelungenlied                           | 11                          | 1                  |
| 14. | Schmuck, Schmuckkassette                                | 10                          | 1                  |
| 15. | Zwei Skelette im Glassarg                               | 10                          | 1                  |
| 16. | Königskrone; Kronen                                     | 9                           | 1                  |
| 17. | Bamberger Reiter  | 8                           | 1                  |
| 18. | Alle bzw. viele Exponate                                | 35                          | 5                  |
| 19. | Sonstige Nennungen                                      | 229                         | 32                 |

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

Untersucht man die Einschätzung der Ausstellungsobjekte im Hinblick auf spezifische soziodemographische Merkmale, so lassen sich auch hier signifikante Unterschiede feststellen.<sup>98</sup> So wird "Sissis Kleid" viel häufiger von Frauen als von Männern als das eindrucksvollste Ausstellungsobjekt genannt (10% gegenüber 1%).<sup>99</sup> Auch die jüngeren Befragten bevorzugten "Sissis Kleid" deutlich häufiger als die Älteren (16% bei den unter 18-Jährigen gegenüber 0% bei den 60-Jährigen und Älteren).

<sup>98</sup> Für die folgenden Analysen wurden alle außer den sieben häufigst genannten Ausstellungsobjekten (Schwert Christophs des Starken, Reliquienbüste König Stephans, Sissis Kleid, Bücher aus der Bibliothek des König Corvinus, Waffen, Krönungsmantel König Stephans und die Goldschmiedearbeiten) unter der Kategorie "Sonstige" subsumiert.

<sup>99</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 31,274.

Das "Schwert Christophs des Starken" wurde ebenfalls häufiger von den jüngeren Besucher/innen als von älteren als besonderes beeindruckend bewertet (35% bei den unter 18-Jährigen gegenüber 14% bei den 60-Jährigen und Älteren).<sup>100</sup>

Hinsichtlich des Einflusses einer bildungsspezifischen Komponente zeigt sich, dass sowohl das "Schwert Christophs des Starken" (23% gegenüber 15% bei den Akademikern) als auch "Sissis Kleid" (10% gegenüber 2% bei den Akademikern) sowie die in der Ausstellung gezeigten Waffen (6% gegenüber 2%) häufiger von den Befragten mit niedrigen Bildungsabschlüssen als interessanteste Exponate genannt wurden.<sup>101</sup>

Ein ähnliches Ergebnis zeigt der Vergleich zwischen dem von den Befragten genannten eindrucksvollsten Ausstellungsobjekt und den über die Clusteranalyse gebildeten zwei Besuchergruppen. So werden auch hier das "Schwert Christophs des Starken" (20% gegenüber 15%), "Sissis Kleid" (8% gegenüber 2%) und die in der Ausstellung gezeigten Waffen (4% gegenüber 2%) von den "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesuchern" häufiger genannt als von den "älteren, hoch interessierten Einzelbesuchern".<sup>102</sup>

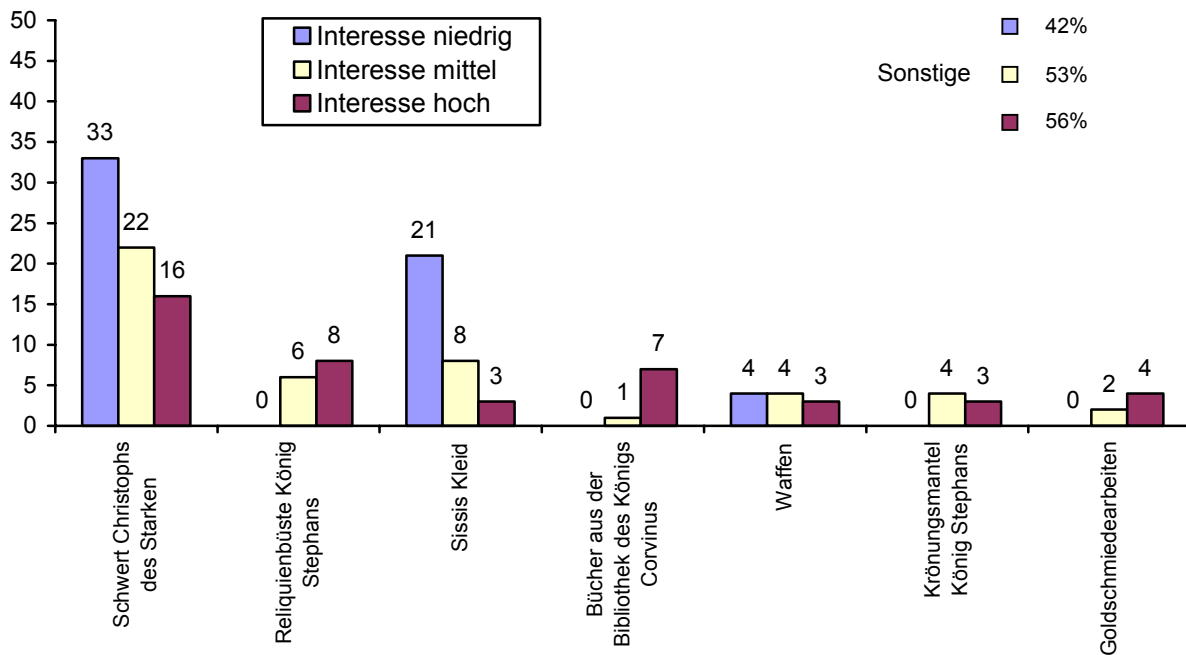
Entsprechende Zusammenhänge zeigen sich auch zwischen dem eindrucksvollsten Ausstellungsobjekt und dem geschichtlichen Interesse der Befragten (*Grafik 56*): Das "Schwert Christophs des Starken" (33% gegenüber 16%) und "Sissis Kleid" (21% gegenüber 3%) werden häufiger von den Niedriginteressierten als besonders eindrucksvoll angeführt, wohingegen die geschichtlich Hochinteressierten vor allem die Reliquienbüste König Stephans (8% gegenüber 0%) und die Bücher aus der Bibliothek von König Corvinus (7% gegenüber 0%) beeindruckten.

<sup>100</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 98,993.

<sup>101</sup> Sign.: 0.018; Chi<sup>2</sup> = 36,832.

<sup>102</sup> Sign.: 0,047; Chi<sup>2</sup> = 14,237.

**Grafik 56: Eindrucksvollstes Ausstellungsobjekt und geschichtliches Interesse (Angaben in Prozent; N = 683)<sup>103</sup>**



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

Schließlich ergibt sich eine Abhängigkeit der eindrucksvollsten Exponate vom allgemeinen Interesse an Kunst und Malerei. Wiederum beeindruckten dabei das "Schwert Christophs des Starken" (24% gegenüber 19% bei den Hochinteressierten), "Sissis Kleid" (8% gegenüber 2% bei den Hochinteressierten) und die in der Ausstellung gezeigten Waffen (7% gegenüber 1% bei den Hochinteressierten) die Befragten mit einem eher niedrigen Interesse an Kunst und Malerei häufiger.<sup>104</sup>

### 3.4.5 Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung

Ein weiteres Ziel der Befragung war es, zu erfahren, wie die optische Präsentation der Ausstellung bei den Besucher/innen ankam. Es zeigt sich, dass die überwiegende Mehrheit der Befragten, das äußere Erscheinungsbild der Ausstellung positiv einschätzten. 33% der Befragten fanden die optische Präsentation "sehr gut" und 55% "gut". Nur 2% der Befragten waren mit ihr nicht zufrieden (jeweils 1% bewertete sie als "mangelhaft" bzw. "ungenügend"). Im Durchschnitt wird die optische Präsentation der Ausstellung mit 1,82 bewertet.

<sup>103</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 48,672.

<sup>104</sup> Sign.: 0.013; Chi<sup>2</sup> = 28,320.



Vergleicht man die Bewertung der optischen Präsentation mit der Gesamtbewertung der Ausstellung, so lässt sich ein eindeutiger Zusammenhang feststellen: Die Ausstellung wird insgesamt umso besser bewertet, je besser den Befragten die optische Präsentation der Ausstellung gefällt.<sup>105</sup> Entsprechend zeigt sich, dass diejenigen Befragten, welche das äußere Erscheinungsbild der Ausstellung positiv bewerten auch die jeweiligen Abteilungen positiv beurteilen.<sup>106</sup>

Ähnliches gilt für das Verhältnis zwischen der Bewertung der Textverständlichkeit und der Bewertung der optischen Präsentation. Diese wird um so positiver eingeschätzt, je positiver die Verständlichkeit der Texte beurteilt wird.<sup>107</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 Passau lassen sich in diesem Sinne keine "Ausreißer" feststellen. Insgesamt vermittelt die Ausstellung ein harmonisches Gesamtbild.

Bei der Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung zeigen sich außerdem geschlechtsspezifische Unterschiede: Frauen bewerten die optische Präsentation im Verhältnis zu den männlichen Befragten durchschnittlich etwas besser (1,77 gegenüber 1,87).<sup>108</sup>

Signifikante alters- bzw. bildungsspezifische Differenzen lassen sich jedoch hinsichtlich der Einschätzung der optischen Bewertung der Ausstellung nicht feststellen.

<sup>105</sup> Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,415.

<sup>106</sup> Abteilung I "Kreuz und Krone: Stephan und Gisela": Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,344; Abteilung II "Nachbarn, Feinde, Freunde: Bayern und Ungarn im 10. Jahrhundert": Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,329; Abteilung III "Wirtschaftsbeziehungen": Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,304; Abteilung IV "Schwert und Buch: Die Zeit des Königs Corvinus": Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,337; Abteilung V "Die Türkenzeit": Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,288; Abteilung VI "Die Auswanderung nach Ungarn": Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,293; Abteilung VII "Sissi und die ungarische Malerei": Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,302; Abteilung VIII "Das 20. Jahrhundert": Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,225.

<sup>107</sup> Sign.: 0,000; Pearson`s r = 0,356.

<sup>108</sup> Sign.: 0,039; F = 4,267.

### 3.4.6 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 sind bzw. waren. Insgesamt wurden von den Befragten 840 Angaben gemacht (*Tabelle 9*). An erster Stelle stehen Informationen über die Beziehungen zwischen Bayern und Ungarn sowie die Auffrischung und Vertiefung allgemein geschichtlicher Kenntnisse mit jeweils 17%. Für 11% der entsprechenden Befragten bot die Ausstellung vor allem neue allgemeine Informationen über die ungarische und bayerische Geschichte. Als "Einzelinformation" war vor allem die Abstammung Dürers neu und interessant; sie wurde von 4% der Befragten ausdrücklich erwähnt. 4% der Besucher/innen geben unspezifisch an, „viele“ neue Informationen gewonnen zu haben. Neben den kategorisierten Angaben wurden 147 Nennungen als "sonstige neue Informationen" zusammengefasst. Unter diesen Statements befinden sich Aussagen wie "12-Uhr-läuten", "Adligen-Immigration im 11./12. Jahrhundert", "Bayerische Dialekte in Ungarn", "Besitzverhältnisse des Landes" und "geographische Informationen". Erwähnenswert ist schließlich, dass nur 3% der Befragten explizit anführen, die Ausstellung habe ihnen keine neuen Informationen geliefert. Dies ist ein im Vergleich zu anderen Ausstellungen deutlich geringerer Wert.<sup>109</sup>

---

<sup>109</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%.

**Tabelle 9: Neue über die Ausstellung vermittelte Informationen (Mehrfachantworten möglich; N = 840)**

|     | Neue Informationen  | Anzahl der Nennungen | Anteil in % |
|-----|---|----------------------|-------------|
| 1.  | Beziehungen zwischen Bayern und Ungarn  | 145                  | 17          |
| 2.  | Auffrischung und Vertiefung von allg. Geschichtswissen; geschichtl. Zusammenhänge | 142                  | 17          |
| 3.  | Allg. Wissen über ungarische und bayerische Geschichte                            | 89                   | 11          |
| 4.  | Handels- und Wirtschaftsbeziehungen   | 60                   | 7           |
| 5.  | Auswanderung nach Ungarn; Besiedelung   | 50                   | 6           |
| 6.  | Albrecht Dürers Abstammung  | 37                   | 4           |
| 7.  | Entstehung und Entwicklung Ungarns; Herkunft der Ungarn                           | 28                   | 3           |
| 8.  | Fugger und Ungarn   | 21                   | 3           |
| 9.  | Türkenzeit; Panduren-Begriff; Siebenbürgener Religionsfriede                      | 16                   | 2           |
| 10. | Ungarn im 20. Jahrhundert; Aufstand von 1956                                      | 14                   | 2           |
| 11. | Ochsen- und Viehhandel  | 13                   | 2           |
| 12. | Die Zeit des Königs Corvinus  | 12                   | 1           |
| 13. | Sonstige neue Informationen   | 147                  | 17          |
| 14. | Alle Informationen sind neu   | 8                    | 1           |
| 15. | Viele neue Informationen  | 34                   | 4           |
| 16. | Keine bzw. wenige neue Informationen  | 24                   | 3           |



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

### 3.4.7 Vorstellungen über Ungarn nach dem Ausstellungsbesuch

Der Fragebogen sollte weiterhin erfassen, welche Vorstellungen mit Ungarn die Ausstellungsbesucher/innen nach dem Besuch der Ausstellung verbanden (*Tabelle 10*). Von Interesse ist dabei zu erfahren, ob und inwieweit die Ausstellungsinhalte zu einer Erweiterung oder Veränderung der Vorstellungen über Ungarn geführt haben.

Insgesamt wurden dazu von den Befragten 791 Angaben gemacht. Dabei gaben nur 8% der Befragten an, dass sich ihre Vorstellungen nach dem Ausstellungsbesuch nicht verändert haben. 4% der Befragten kommen selbst aus Ungarn oder haben enge verwandtschaftliche Beziehungen zu Ungarn und fühlen sich deshalb von der Frage nach den neu gewonnenen Vorstellungen über ihr Heimatland nicht angesprochen.

Mit 114 Nennungen (14%) geben die meisten der Befragten an, dass sie Ungarn für ein verwandtes und eng mit uns verbundenes Land halten. 10% der Befragten verbinden mit Ungarn die Vorstellung eines kulturellen Landes mit einer langen und traditionsreichen Geschichte. Für 8% hat sich nach der Ausstellung eine positive Einstellung zu Ungarn und seinen Bewohnern gebildet oder verfestigt. Für 7% der Befragten handelt es sich bei Ungarn vor allem um ein besuchenswertes Land. Ein Teil der Befragten fühlt sich durch die Ausstellung sogar zu einem Ungarnbesuch motiviert. Ebenfalls 7% der Befragten erkennen in Ungarn ein westlich orientiertes Land und Teil Mitteleuropas. Neben den kategorisierten Angaben wurden 222 Nennungen als "Sonstige Nennungen" zusammengefasst. Unter diesen Statements befinden sich Aussagen wie "Christianisierung", "Donau", "ein Land mit Zukunft, das sich sicher zu seiner einstigen Blüte zurückschwingen wird", "ich sehe Ungarn jetzt umfassender", "Erhellung der persönlichen Herkunft als Halb-ungar/Halb-bayer", "eine völlig neue geschichtliche Vorstellung" und "es gibt mehr als nur Sissi-kitsch".

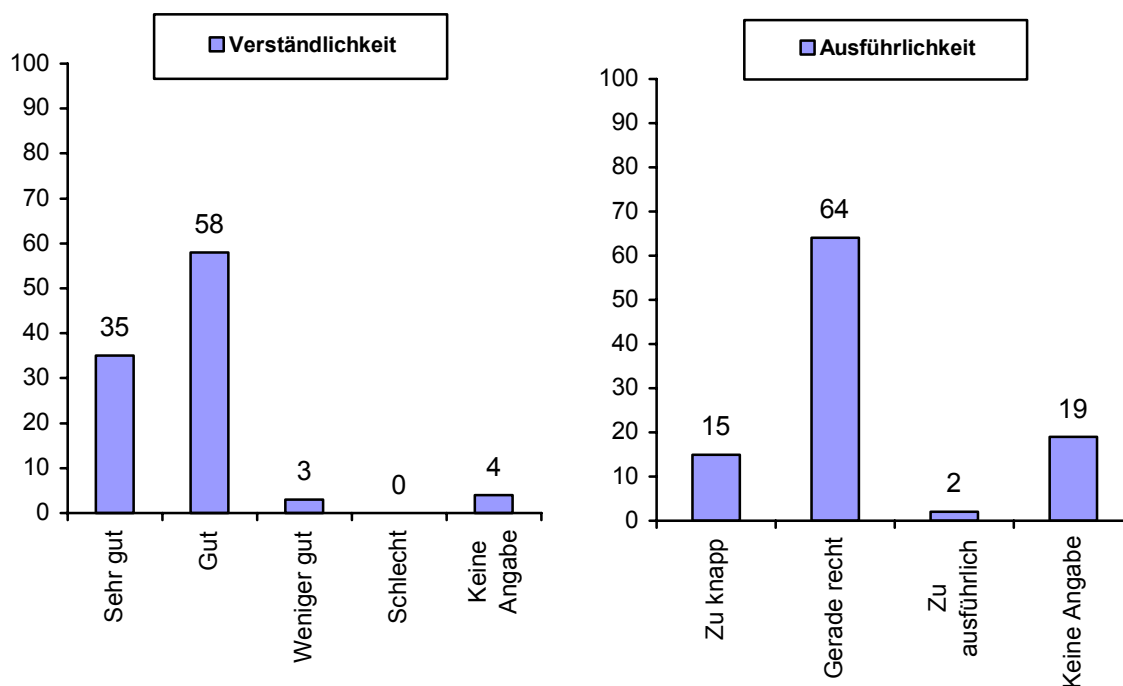
**Tabelle 10: Vorstellungen über Ungarn nach dem Ausstellungsbesuch (Mehrfachantworten möglich; N = 791)**

|     | Vorstellung über Ungarn   | Anzahl der Nennungen | Anteil in % |
|-----|---|----------------------|-------------|
| 1.  | Ein verwandtes und eng mit uns verbundenes Land                                 | 114                  | 14          |
| 2.  | Ein kulturelles Land mit kultureller Vielfalt und einer langen Geschichte       | 76                   | 10          |
| 3.  | Positive Einstellung zu Ungarn; freundschaftliche Vorstellungen; nette Menschen | 63                   | 8           |
| 4.  | Ein besuchenswertes Land (Besuch in Ungarn geplant)                             | 57                   | 7           |
| 5.  | Ein westlich orientiertes Land und Teil Mitteleuropas                           | 53                   | 7           |
| 6.  | Ein interessantes Land mit einer interessanten Geschichte                       | 50                   | 6           |
| 7.  | Ein historisch geplagtes, unterdrücktes und rückschrittliches Land              | 21                   | 3           |
| 8.  | Ein liberales, freiheitsliebendes und weltoffenes Land                          | 15                   | 2           |
| 9.  | Ein Handelsvolk   | 9                    | 1           |
| 10. | Ein kriegerisches Volk  | 9                    | 1           |
| 11. | Heimaterinnerungen  | 7                    | 1           |
| 12. | Sonstige Nennungen  | 222                  | 28          |
| 13. | Vorstellungen sind unverändert; Kenne Ungarn bereits                            | 67                   | 8           |
| 14. | Bin selbst aus Ungarn; verwandtschaftliche Beziehungen zu Ungarn                | 28                   | 4           |

### 3.4.8 Bewertung der Ausstellungstexte

Die Bewertung der Texte zur Ausstellung wurde unter zwei Gesichtspunkten erfasst: der Verständlichkeit und der Ausführlichkeit. Dabei zeigt sich (*Grafik 76*), dass von den Befragten, welche die Texte zumindest teilweise gelesen haben, die überwiegende Mehrheit (93%) die Verständlichkeit sehr gut bzw. gut bewertete und ihre Ausführlichkeit mit 64% als angemessen empfand.

**Grafik 57: Verständlichkeit und Ausführlichkeit der gelesenen Texte (Befragte, die Texte gelesen haben; Angaben in Prozent; N = 1073)**

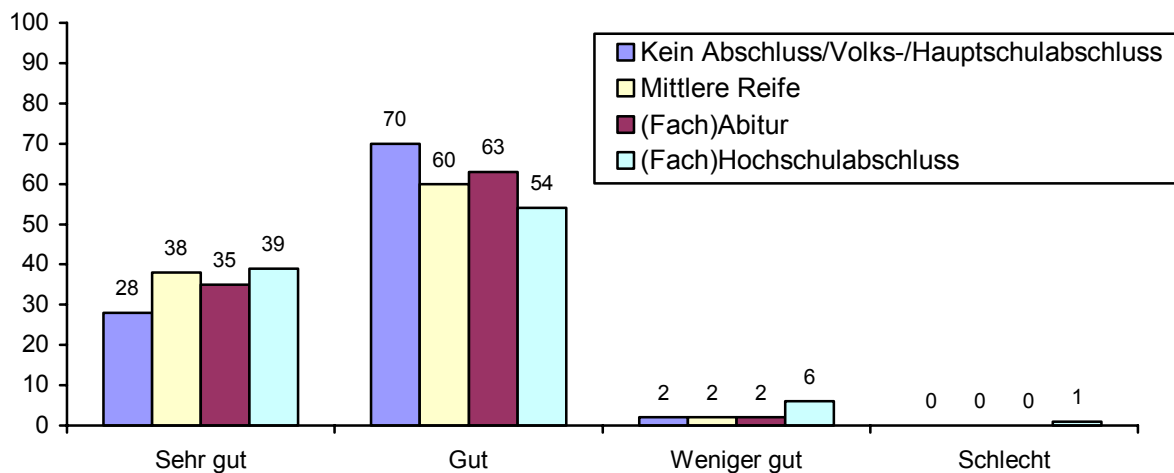


Hinsichtlich der Ausführlichkeit der Texte lassen sich eindeutige altersspezifische Unterschiede nachweisen. Sie wird insbesondere von den mittleren Jahrgängen der 18- bis 44-Jährigen am kritischsten bewertet. Jeweils 30% der 18- bis 29-Jährigen und der 30- bis 44-Jährigen geben an, dass sie die Texte für zu wenig ausführlich halten. In der Gruppe der unter 18-Jährigen werden die Texte dagegen nur von 13% und in der Gruppe der über 60-Jährigen nur von 10% als zu wenig ausführlich einge-

schätzt.<sup>110</sup> Für die Älteren ist das Lesen der Texte vermutlich oft zu mühsam, deshalb werden von Ihnen kürzere Textpassagen bevorzugt.

Ebenso lässt sich ein bildungsspezifischer Effekt in Bezug auf die Beurteilung der Textqualität feststellen (*Grafik 58*). So wird die Verständlichkeit der Texte von den Akademikern insgesamt etwas schlechter bewertet. 6% der Akademiker geben an, dass die Verständlichkeit der Texte weniger gut ist. In der Gruppe der Volks- und Hauptschulabsolventen sind dagegen nur 2% mit der Verständlichkeit der Texte weniger zufrieden.

**Grafik 58: Verständlichkeit der gelesenen Texte und Bildungsgrad der Ausstellungsbesucher/innen (Nur Befragte, die Texte gelesen haben; Angaben in Prozent; N = 998)<sup>111</sup>**



Weitere Zusammenhänge ergeben sich, wenn man die Beurteilung der Texte mit dem allgemeinen Interesse für Geschichte vergleicht. Hier zeigt sich, dass die Ausführlichkeit der Texte umso negativer bewertet wird, desto größer das historische Interesse der Befragten ist: Von den sehr interessierten Ausstellungsbesucher/innen gaben insgesamt 23% an, dass sie die Texte zu knapp finden, wohingegen es in der Gruppe der wenig Interessierten nur 8% sind.<sup>112</sup> Die geschichtlich Interessierten möchten vermutlich mehr als die wenig Interessierten an zusätzliche Hintergrundinformationen über die Exponate und ihren Kontext gelangen, deshalb wird die Aus-

<sup>110</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 57,176.

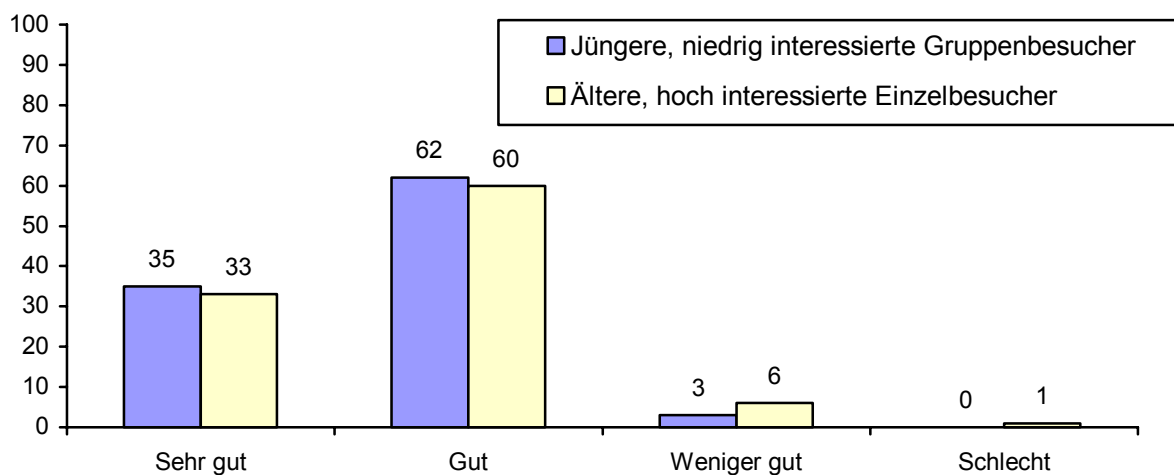
<sup>111</sup> Sign.: 0.010; Chi<sup>2</sup> = 21,666.


<sup>112</sup> Sign.: 0.038; Chi<sup>2</sup> = 10,142.

föhrlichkeit der Texte von ihnen kritischer eingeschätzt als von den wenig Interessierten.

Ein weiterer interessanter Zusammenhang zeigt sich, wenn man die Textverständlichkeit hinsichtlich der geclusterten Besuchertypen untersucht (*Grafik 59*). Die Verständlichkeit der Texte wird von den "älteren, hochinteressierten Einzelbesuchern" schlechter bewertet als von den "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesuchern". Ein möglicher Grund für diese kritischere Bewertung durch die "älteren, hochinteressierten Einzelbesuchern" liegt vermutlich darin, dass diese aufgrund ihres Vorwissens ein größeres Anspruchsniveau gegenüber der Textqualität entwickelt haben als die "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesucher".

**Grafik 59: Verständlichkeit der gelesenen Texte und Besuchertyp (Nur Befragte, die Texte gelesen haben; Angaben in Prozent; N = 833)<sup>113</sup>**




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

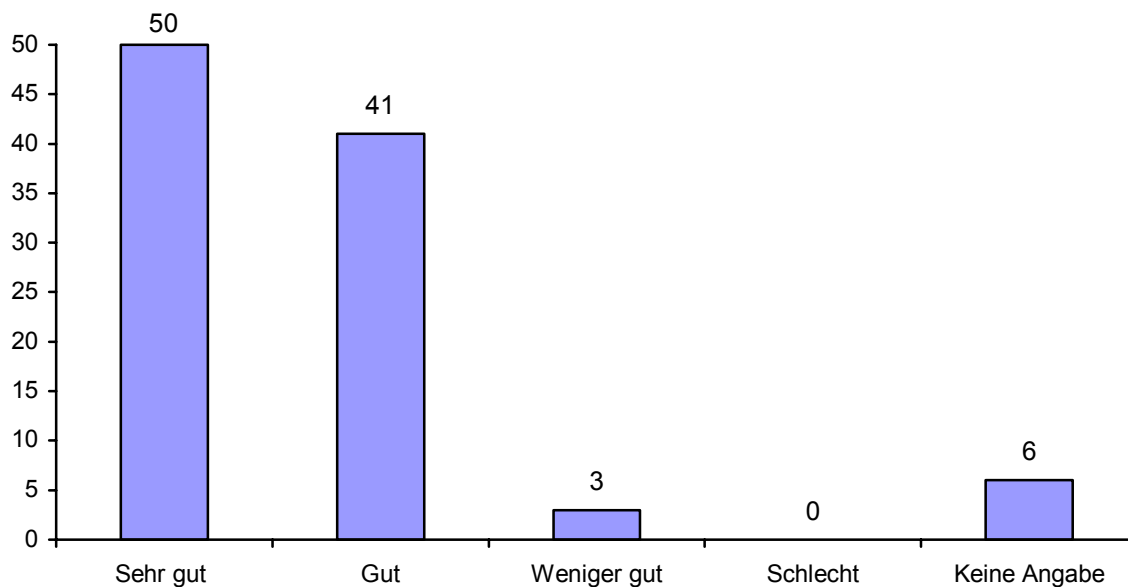
<sup>113</sup> Sign.: 0.003; Chi<sup>2</sup> = 13,743.

### 3.4.9 Bewertung der Führungen

Die Bewertung der Führungen ist in der Regel abhängig von der Qualität der einzelnen Führungen, also von ihren inhaltlichen Schwerpunkten und ihrer Darstellung durch das jeweilige Führungspersonal. Ein pauschales Urteil über die Qualität der Führungen in einer Ausstellung ist deshalb problematisch. Es wurde dennoch versucht zu erfahren, wie die 163 Befragten (15%), 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 60*), dass die überwältigende Mehrheit (91%) die Qualität der Führung sehr gut oder gut beurteilt. Nur 3% der Befragten fanden dagegen die Führung weniger gut. Die Führung wurde von niemandem als schlecht eingeschätzt.

Die Informationen der Führung werden ebenfalls von einer großen Mehrheit von 68% als "gerade recht" eingestuft. Dagegen fanden 5% die Informationen "zu ausführlich" und 7% "zu knapp". 20% der Befragten machten zum Informationsgehalt der Führung keine Angabe.

**Grafik 60: Beurteilung der Qualität der Führung (Nur Befragte, die an einer Führung teilgenommen haben; Angaben in Prozent; N = 163)**





### 3.4.10 Kenntnisnahme und Nutzung des Kinderpfads

In der Ausstellung war ein sogenannter "Kinderpfad" integriert. Dabei war es von Interesse zu erfahren, ob dieser Kinderpfad von den Besucher/innen wahrgenommen und gegebenenfalls genutzt wurde. Mit 79% hat die überwiegende Mehrheit der Befragten den Kinderpfad zur Kenntnis genommen, 14% der Befragten ist der Kinderpfad nicht aufgefallen und 7% machten keine Angaben. Von den Besucher/innen, die mit Kindern in der Ausstellung waren – insgesamt 222 Nennungen – gaben 71% an, dass sie dem Kinderpfad auch gefolgt sind.

Im Sinne einer "interessengeleiteten" Wahrnehmung ist der Kinderpfad häufiger den weiblichen als den männlichen Befragten aufgefallen (90% gegenüber 82%).<sup>114</sup> Entsprechendes gilt auch für die altersspezifische Komponente in der Kenntnisnahme des Kinderpfades. Hier sind es vor allem die Befragten, die zwischen 30 und 44 Jahre alt sind (das ist die Altersgruppe, die vermutlich am häufigsten mit Kindern die Ausstellung besucht hat), denen der Kinderpfad aufgefallen ist (92% gegenüber jeweils 81% bei den unter 18-Jährigen und den 60-Jährigen und Älteren).<sup>115</sup>

## 3.5 Infrastrukturelle Einrichtungen, Serviceleistungen und die Erreichbarkeit des Ausstellungsortes

### 3.5.1 Bewertung der Infrastruktur und Serviceleistungen

Den Ausstellungsbesuchern wurde im Rahmen der Besucherbefragung auch die Möglichkeit geboten, einige der Serviceleistungen und Infrastrukturen nach einer Schulnotenskala von "sehr gut" bis "ungenügend" zu bewerten. Neben den Aspekten, die vor allem mit der Anreise zum Ausstellungsort zusammenhängen, wie etwa die Ausschilderung zur Ausstellung und die Parkmöglichkeiten, wurde auch nach der Zufriedenheit mit den Öffnungs- und Wartezeiten gefragt. Daneben wurde insbesondere noch die Behindertengerechtigkeit 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.

<sup>114</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 15,591.

<sup>115</sup> Sign.: 0.008; Chi<sup>2</sup> = 13,865.

Von den angegebenen Infrastruktureinrichtungen und Serviceleistungen (*Tabelle 11*) wurde mit einer Durchschnittsnote von 1,5 die Wartezeit am Eingang der Ausstellung am besten bewertet. Mit einer Durchschnittsnote von jeweils 1,7 wurden auch die Ausschilderung des Rundgangs und die Öffnungszeiten noch gut bewertet, gefolgt von den Parkmöglichkeiten und dem eingesetzten Pendelbus mit jeweils 1,9. Demgegenüber schlechter mit einer "mittleren" Bewertung von nur 2,3 schneidet die "Ausschilderung zur Ausstellung" ab.

**Tabelle 11: Bewertung von Infrastruktureinrichtungen und Serviceleistungen**

|                                | 1<br>sehr gut | 2<br>gut   | 3<br>befriedigend | 4<br>ausreichend | 5<br>mangelhaft | 6<br>ungenügend | Keine<br>Angabe | Mittelwert | Median |
|--------------------------------|---------------|------------|-------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------|--------|
| Ausschilderung zur Ausstellung | 336<br>30%    | 387<br>35% | 120<br>11%        | 64<br>6%         | 56<br>5%        | 60<br>5%        | 82<br>8%        | 2,3        | 2      |
| Wartezeiten                    | 626<br>57%    | 293<br>26% | 40<br>4%          | 8<br>1%          | 6<br>0%         | 7<br>1%         | 125<br>11%      | 1,5        | 1      |
| Ausschilderung Rundgang        | 471<br>43%    | 406<br>37% | 81<br>7%          | 15<br>1%         | 8<br>1%         | 8<br>1%         | 116<br>10%      | 1,7        | 2      |
| Parkmöglichkeiten              | 381<br>34%    | 299<br>27% | 90<br>8%          | 24<br>2%         | 18<br>2%        | 17<br>2%        | 276<br>25%      | 1,9        | 2      |
| Pendelbus                      | 186<br>17%    | 205<br>19% | 50<br>4%          | 11<br>1%         | 6<br>0%         | 10<br>1%        | 637<br>58%      | 1,9        | 2      |
| Öffnungszeiten                 | 379<br>34%    | 429<br>39% | 49<br>4%          | 11<br>1%         | 15<br>1%        | 7<br>1%         | 215<br>20%      | 1,7        | 2      |

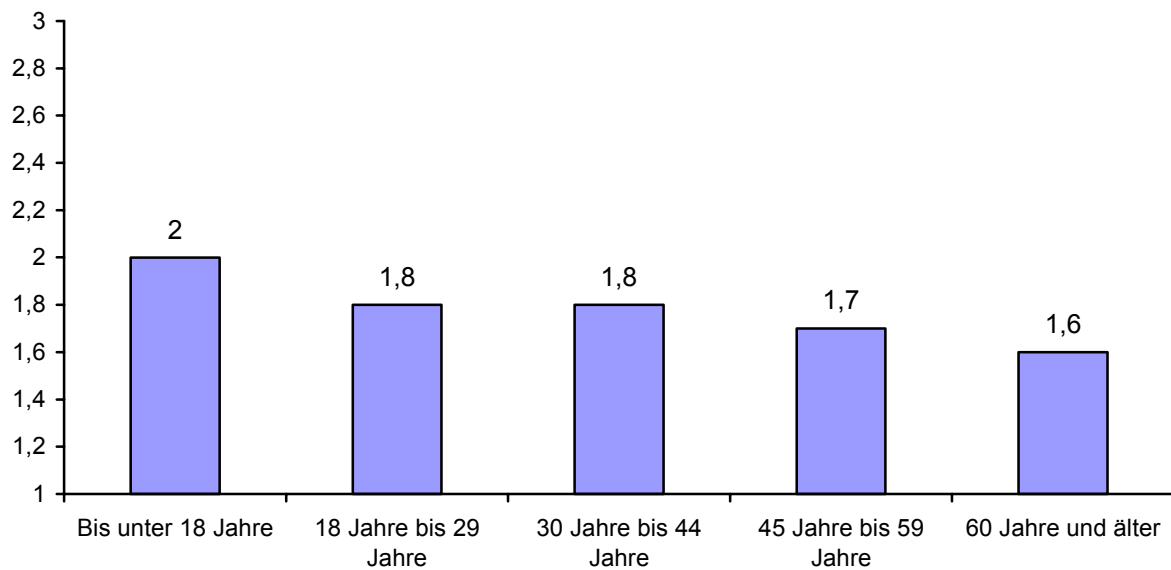


Sozialwissenschaftliches Institut München  
Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
München, 2001

Sowohl hinsichtlich der Parkmöglichkeiten als auch der Öffnungszeiten lassen sich altersspezifische Unterschiede feststellen. So werden die Parkmöglichkeiten von den Befragten unter 18 Jahren mit einer durchschnittlichen Bewertung von 2,2 gegenüber 1,8 bei den 60-Jährigen und Älteren deutlich schlechter benotet.<sup>116</sup> Das gleiche gilt auch für die Bewertung der Öffnungszeiten. Hier zeigt sich (*Grafik 61*), dass mit zunehmendem Alter die Öffnungszeiten immer besser benotet werden.

<sup>116</sup> Sign.: 0.003; F = 4,116.

**Grafik 61: Bewertung der Öffnungszeiten und Alter der Ausstellungsbesucher/innen (Mittelwerte)<sup>117</sup>**



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

Auch von den weiblichen Befragten werden die infrastrukturellen Einrichtungen und Serviceleistungen durchschnittlich etwas besser beurteilt als von den befragten Männern. Dies zeigt sich insbesondere bei der Bewertung der Ausschilderung der Ausstellung (2,18 gegenüber 2,43)<sup>118</sup>, der Bewertung der Ausschilderung des Rundgangs (1,60 gegenüber 1,77)<sup>119</sup> und hinsichtlich der Beurteilung der Öffnungszeiten (1,67 gegenüber 1,80).<sup>120</sup>

Von Interesse ist es auch zu erfahren, wie die Befragten der verschiedenen Herkunftsregionen die Infrastruktur und hier insbesondere die Ausschilderung zur Ausstellung und die Parkmöglichkeiten einschätzen. Dabei lassen sich jedoch keine signifikanten Unterschiede feststellen.

<sup>117</sup> Sign.: 0.006; F = 3,611.

<sup>118</sup> Sign.: 0.005; F = 7,932.

<sup>119</sup> Sign.: 0.002; F = 10,001.

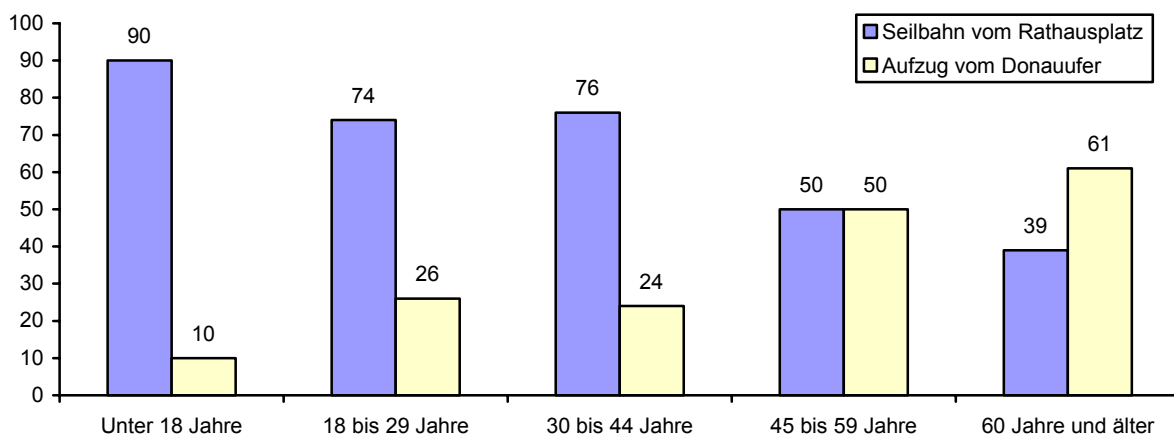
<sup>120</sup> Sign.: 0.034; F = 4,516.

### 3.5.2 Bewertung der geplanten Zugangswege zum Oberhaus Museum

Als neue Möglichkeit, um das Oberhaus Museum zu erreichen, sind ein Aufzug vom Donauufer oder eine Seilbahn vom Rathausplatz in der Diskussion. Es war daher interessant zu erfassen, welchen Weg die Ausstellungsbesucher/innen selbst bevorzugen würden. Von den Befragten gaben 45% an, dass sie generell eine der beiden Möglichkeiten genutzt hätten, 35% hätten keinen der beiden Zugangswege gewählt, 16% wussten es nicht und 4% machten keine Angaben. Von den 494 Befragten, die eine der beiden geplanten Möglichkeiten gewählt hätten, bevorzugten 54% die Seilbahn vom Rathausplatz und 39% den Aufzug vom Donauufer. 7% machten keine Angaben. Bei den weiblichen Befragten fällt die Vorliebe für den Zugangsweg über die Seilbahn deutlicher aus als bei den männlichen Befragten (66% gegenüber 51%).<sup>121</sup>

Vergleicht man die Präferenzen für einen der beiden Zugangswege zum Oberhaus Museum mit dem Alter der Befragten, so zeigt sich, dass vor allem die jüngeren Besucher/innen die Seilbahn vom Rathausplatz favorisieren (*Grafik 62*). Besonders deutlich zeigt sich dies für die Altersgruppe der unter 18-Jährigen, wo 90% der Befragten angeben, dass sie lieber mit der Seilbahn als mit dem Aufzug zum Ausstellungsort gelangen möchten. Insgesamt betrachtet wird in fast allen Altersgruppen der Seilbahn vom Rathausplatz der Vorrang gegeben.

**Grafik 62: Bevorzugter Zugangsweg und Alter**  
 (Nur Befragte, die einen der beiden Zugangswege nutzen würden;  
 Angaben in Prozent; N = 438)<sup>122</sup>



<sup>121</sup> Sign.: 0.001; Chi<sup>2</sup> = 10,840.

<sup>122</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 54,498.

Von Interesse ist es weiterhin zu erfahren, ob zwischen dem gewünschten Zugangsweg zum Ausstellungsort und der Herkunftsregion ein Zusammenhang besteht. 49% der Befragten aus der Fernregion gegenüber 42% aus Passau und Umgebung hätten eine der beiden vorgeschlagenen Zugangsmöglichkeiten zur Ausstellung gewählt. Befragte aus der Mittelregion hätten sich demgegenüber nur zu 33% für einen der beiden Wege entschieden. In dieser Gruppe befinden sich aber auch die meisten unentschiedenen (21% gegenüber 11% aus Passau und Umgebung).<sup>123</sup>

Tendenziell lässt sich außerdem festhalten, dass die Ausstellungsbesucher/innen aus Passau und Umgebung die Seilbahn vom Rathausplatz etwas häufiger präferieren als die Befragten aus der Mittel- und Fernregion (Passau und Umgebung: 72%, Mittelregion: 69%, Fernregion: 55%).<sup>124</sup>

### 3.6 Die Bedeutung verschiedener Informationsquellen

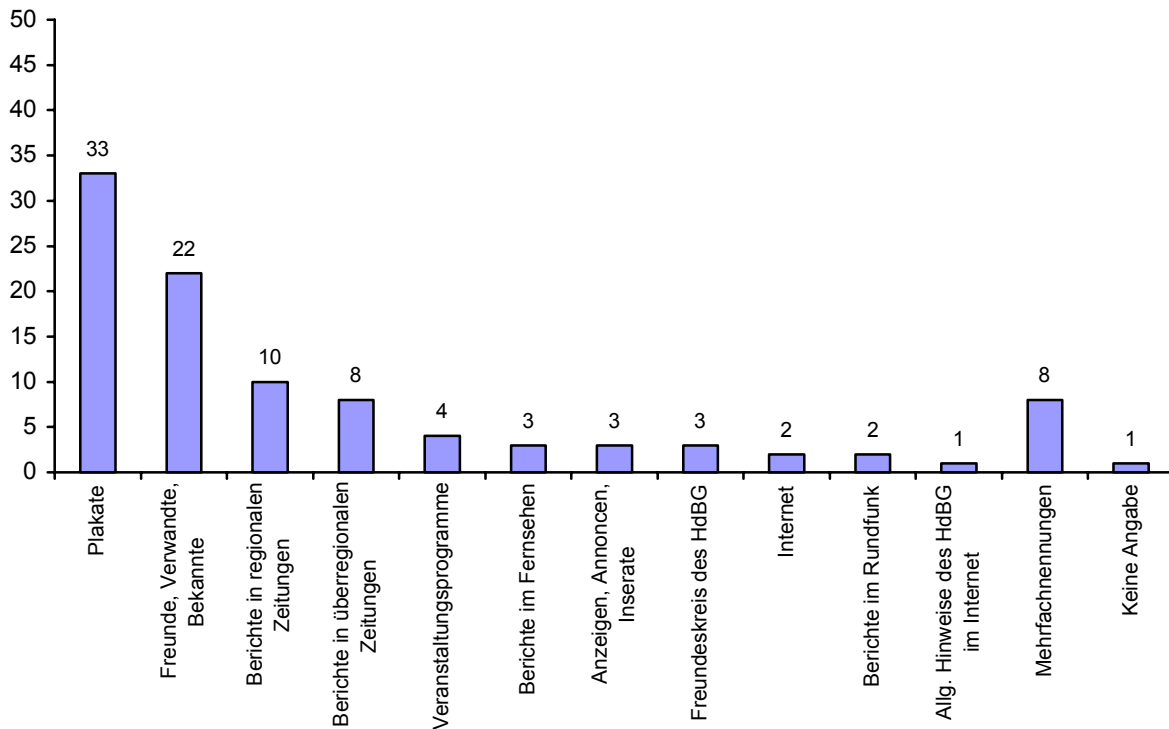
Ebenfalls Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist die Frage, welches Medium die Besucher/innen auf die Ausstellung aufmerksam gemacht hat bzw. welche Informationsquelle für sie am wichtigsten war.

Dabei zeigt sich (*Grafik 63*), dass die meisten Befragten durch Plakate (33%) von der Ausstellung erfahren haben, gefolgt von den Besucher/innen, die sich durch Freunde, Verwandte, Bekannte und Arbeitskollegen zum Besuch der Ausstellung motivieren ließen (22%). Nimmt man Berichte in regionalen und überregionalen Zeitungen (18%) zusammen, so ist auch diese Informationsquelle wichtig. Alle anderen Informationsquellen spielen eine eher untergeordnete Rolle.

<sup>123</sup> Sign.: 0.001;  $\chi^2 = 17,605$ .

<sup>124</sup> Sign.: 0.055;  $\chi^2 = 5,791$ .

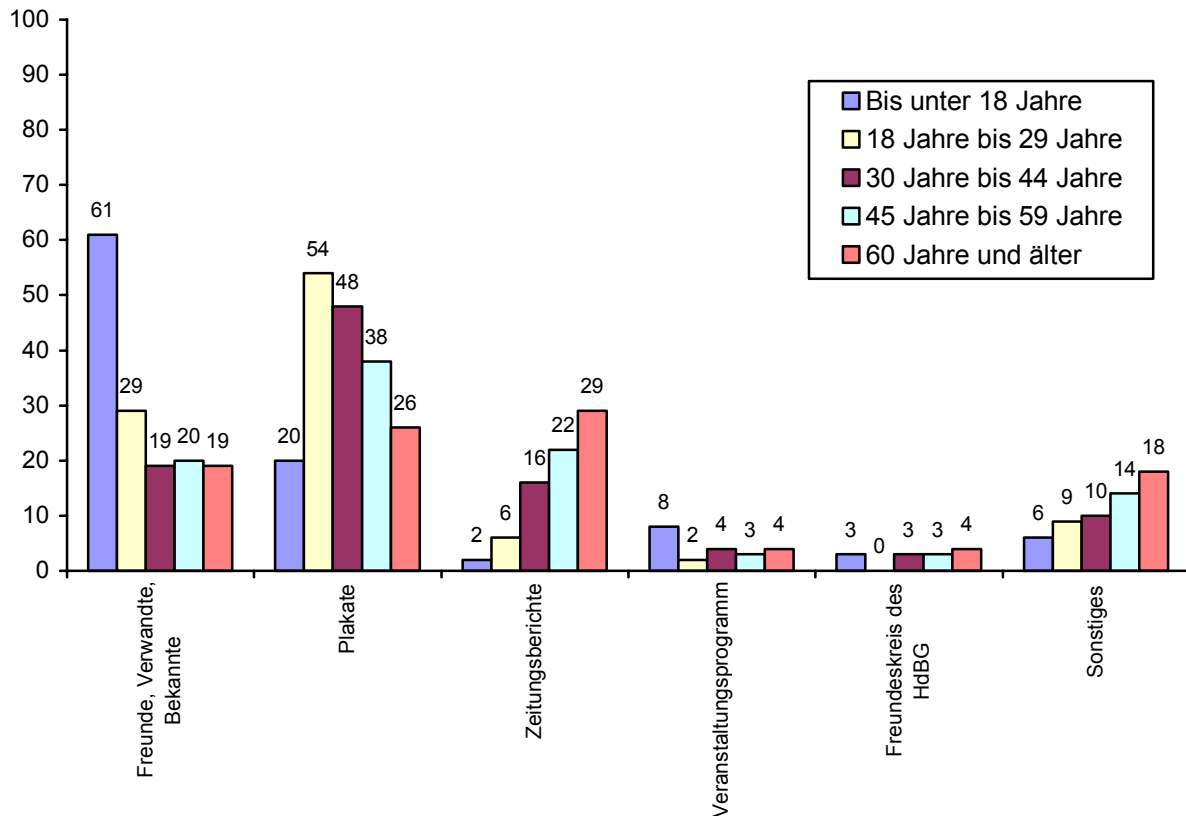
**Grafik 63: Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch (Angaben in Prozent)**



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

Es ist zu erwarten, dass einzelne Informationsquellen für verschiedene Besuchergruppen von unterschiedlicher Bedeutung sind. So werden in Abhängigkeit vom Alter der Befragten unterschiedliche Informationsquellen bevorzugt. Es zeigt sich (*Grafik 64*), dass die Gruppe der unter 18-Jährigen am häufigsten von Freunden, Bekannten, Verwandten und Arbeitskollegen zum Besuch der Ausstellung animiert wurde. Mit zunehmendem Alter nimmt die Bedeutung dieser Informationsquelle immer mehr ab. Umgekehrt geben die älteren Besucher/innen häufiger an, dass sie über Zeitungsberichte von der Ausstellung erfahren haben. Die Bedeutung dieser Informationsquelle spielt mit zunehmendem Alter eine immer größere Rolle.

**Grafik 64: Bedeutung von Informationsquellen und Alter der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in Prozent)**<sup>125 126</sup>



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

Die Wahl der Informationsquellen hängt nicht nur vom Alter der Befragten ab, sondern auch von ihrem Bildungsstand. So ist die Bedeutung, die Freunde und Bekannte als Informationsquelle einnehmen, umso geringer, desto gebildeter die Befragten sind. Von den niedrig Gebildeten geben 34% an, dass sie von Freunden, Bekannten usw. von der Ausstellung erfahren haben, wohingegen es bei den Akademikern nur 22% sind. Andererseits nimmt mit der Höhe der Bildung der Einfluss von Zeitungsberichten als Informationsquelle zu (24% gegenüber 10%).<sup>127</sup>

Ein ähnliches Ergebnis zeigt sich auch beim geschichtlichen Interesse der Befragten: Die Bedeutung von Freunden, Bekannten usw. nimmt als Informationsquelle mit zu-

<sup>125</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 134,897.

<sup>126</sup> Die Ursprungsvariable wurde für die Berechnung wie folgt zusammengefasst: "Berichte in regionalen Zeitungen" und "Berichte in überregionalen Zeitungen" zur neuen Variablen "Zeitungsberichte"; "Berichte im Rundfunk", "Berichte im Fernsehen", "Anzeigen, Annoncen, Inserate in Zeitungen", "Allgemeine Hinweise des Hauses der Bayerischen Geschichte im Internet", Spezielle Informationen über die Ausstellung im Internet" zur neuen Variablen "Sonstiges".

<sup>127</sup> Sign.: 0.002; Chi<sup>2</sup> = 35,350.

nehmendem historischem Interesse ab, während die Bedeutung von Zeitungsberichten als Informationsquelle größer wird. So gaben 64% der Befragten mit niedrigem Geschichtsinteresse gegenüber 18% mit hohem Interesse an Geschichte Freunde, Bekannte, usw. als wichtigste Informationsquelle an. Dagegen wurden die Berichte in Zeitungen von den "Hochinteressierten" häufiger als bedeutsames Informationsmittel genannt (23% gegenüber 3%). Auch die Plakate werden als Informationsquelle häufiger von den höher Interessierten als von den niedrig Interessierten (40% gegenüber 17%) genannt<sup>128</sup>

Der gleiche Zusammenhang ergibt sich auch hinsichtlich der Kenntnisse der bayerischen Geschichte (*Grafik 65*). So wurden 30% der Befragten mit geringen bayerischen Geschichtskennntnissen über Freunde und Bekannte usw. informiert gegenüber 17% bei den Besucher/innen mit hohen Kenntnissen, die wiederum mit 24% gegenüber 9% das Kommunikationsmedium Zeitung als Informationsquelle bevorzugen. Auffällig ist weiterhin der mit 7% hohe Prozentsatz bei den Befragten mit umfassenden Kenntnissen der bayerischen Geschichte, die den Freundeskreis des Hauses der bayerischen Geschichte als Informationsquelle nutzen.

Ein interessantes Ergebnis zeigt sich schließlich bei der Plakatwerbung. So werden sowohl Befragte mit niedrigen Kenntnissen in bayerischer Geschichte als auch mit geringeren Interessen an Kunst und Malerei eher von Plakaten zum Ausstellungsbesuch motiviert als Ausstellungsbesucher/innen, die über entsprechend höhere Kenntnisse bzw. Interessen verfügen (43% gegenüber 34% bzw. 33% gegenüber 22%).<sup>129</sup> Umgekehrt werden jedoch die Befragten mit höheren Kenntnissen in ungarischer Geschichte eher als die Befragten mit niedrigen Kenntnissen in ungarischer Geschichte von der Plakatwerbung zum Ausstellungsbesuch angeregt (43% gegenüber 38%).<sup>130</sup>

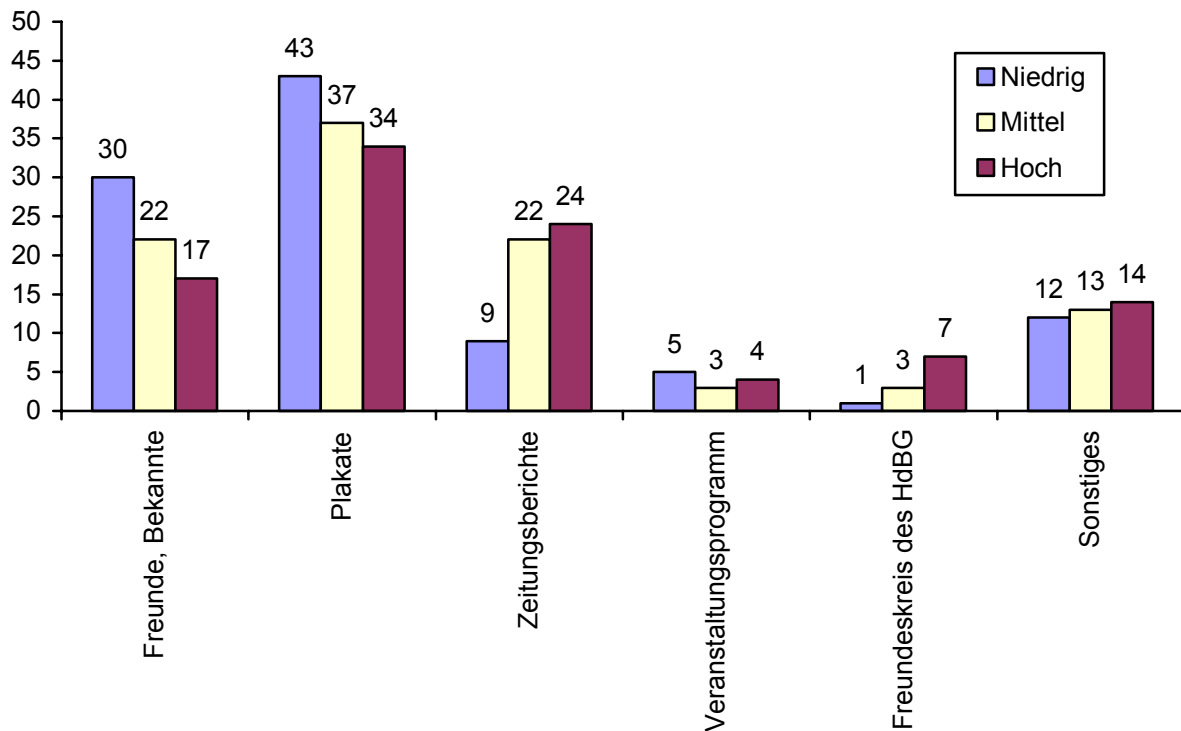
<sup>128</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 54,165.

<sup>129</sup> Sign.: 0.001; Chi<sup>2</sup> = 30,659 (Interesse an Kunst und Malerei).

<sup>130</sup> Sign.: 0.004; Chi<sup>2</sup> = 26,093 (Kenntnisse der ungarischen Geschichte).



**Grafik 65: Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch und Kenntnisse der bayerischen Geschichte (Angaben in Prozent)<sup>131</sup>**

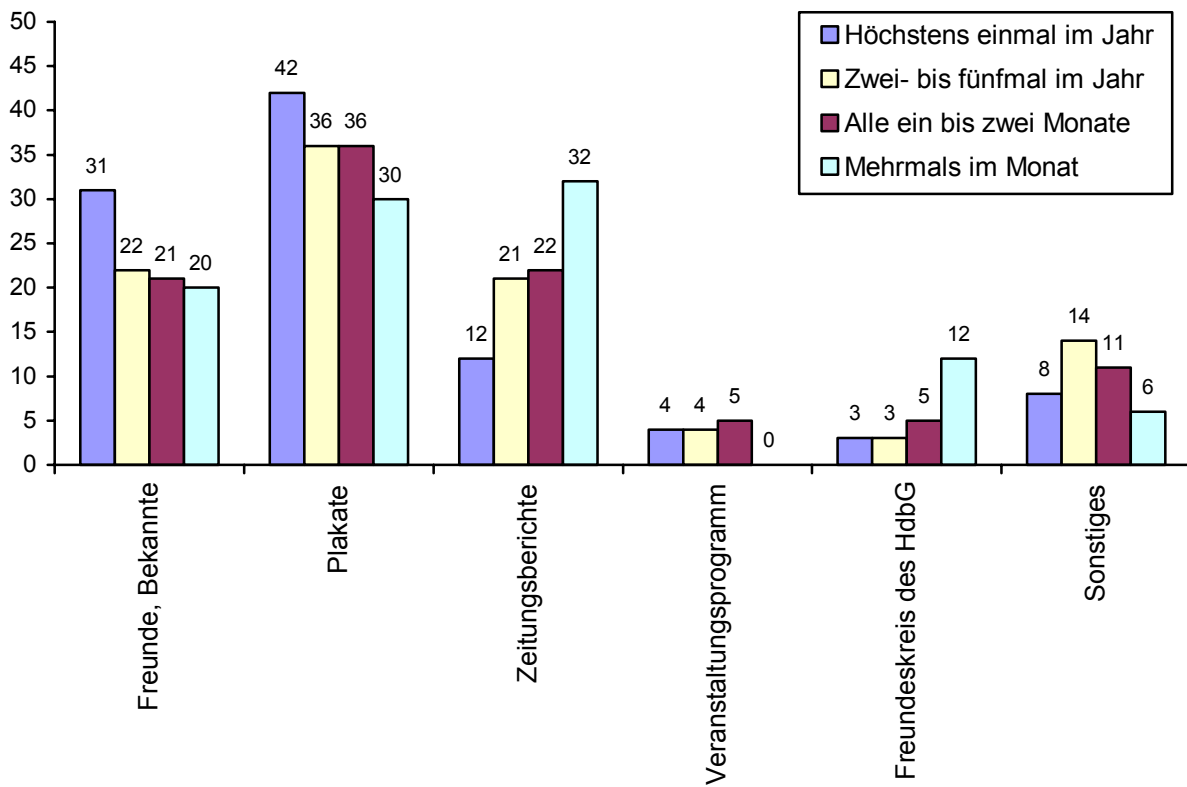


Sozialwissenschaftliches Institut München  
 Besucherbefragung 'Bayern - Ungarn'  
 München, 2001

Es scheint somit also gelungen zu sein über die Plakatwerbung teilweise auch einen Personenkreis zum Ausstellungsbesuch motiviert zu haben, der aufgrund seiner Interessenlage normalerweise nicht in Ausstellungen dieser Art zu finden ist. Diese Annahme wird durch den Vergleich zwischen der Bedeutung der Informationsquelle und der Ausstellungsbesuchshäufigkeit der Befragten bestätigt, insofern die versierten Ausstellungsbesucher/innen, d.h. Personen, die mehrmals im Monat eine Ausstellung besuchen, die Plakate als Informationsquelle weniger oft nutzen als die Gelegenheitsbesucher (*Grafik 66*). Bei den versierten Besucher/innen fällt vor allem der vergleichsweise hohe Anteil auf, der die Zeitungsberichte und den Freundeskreis des Hauses der Bayerischen Geschichte als Informationsmedium nutzt. Demgegenüber spielen bei den Gelegenheitsbesuchern die Freunde und Bekannten als Informationsquelle eine größere Rolle.

<sup>131</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 35,134.

**Grafik 66: Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch und Besuchshäufigkeit von Ausstellungen allgemein (Angaben in Prozent)<sup>132</sup>**



Die eben geschilderten Ergebnisse werden durch eine Analyse des Informationsverhaltens in Abhängigkeit der Clusterzugehörigkeit der Befragten zum großen Teil bestätigt. So werden Zeitungsberichte signifikant öfter von den Personen aus der Gruppe der "älteren, hoch interessierten Einzelbesucher" genutzt (27% gegenüber 17%), wohingegen das unmittelbare soziale Umfeld für die Besucher/innen, die aufgrund der oben dargestellten Eigenschaften zu den "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesuchern" gehören, häufiger ausschlaggebend ist als für die Vergleichsgruppe (25% gegenüber 16%). Ebenso spielt die Plakatwerbung für die "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesucher" eine größere Rolle als für die "älteren, hoch interessierten Einzelbesucher" (42% gegenüber 33%)<sup>133</sup>.

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,

<sup>132</sup> Sign.: 0.006; Chi<sup>2</sup> = 32,271.

<sup>133</sup> Sign.: 0.001; Chi<sup>2</sup> = 19,945.

hochgebildeten, historisch interessierten und versierten Ausstellungsbesuchern genutzt, während das unmittelbare soziale Umfeld für die jüngeren, weniger gebildeten mit geringerem historischem Interesse versehenen Gelegenheitsbesucher/innen ausschlaggebend ist.

### 3.7 Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte

Die Untersuchung sollte auch den Bekanntheitsgrad des Veranstalters (Haus der Bayerischen Geschichte) erfassen. 67% (745 Nennungen) der Befragten gaben an, dass sie früher schon einmal etwas vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört haben. Man kann in der Folge davon ausgehen, dass der Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte hinsichtlich wichtiger individueller Merkmale der Besucher/innen stark variiert. Vorauszuschicken ist hier, dass die Ergebnisse zeigen, dass die Besuchergruppe der "älteren, hoch interessierten Gruppenbesucher" in einem weitaus größerem Umfang bereits vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört hat als die generierte Besuchergruppe der "jüngeren, niedrig interessierten Einzelbesucher" (78% gegenüber 63%)<sup>134</sup>. In der Folge bestätigt sich dieses Ergebnis für die Einzelmerkmale der Besucher/innen in den meisten Fällen.

Insgesamt haben 69% der männlichen Befragten angegeben, dass ihnen das Haus der Bayerischen Geschichte bekannt sei, gegenüber 67% der weiblichen Befragten. Die geschlechtsspezifischen Unterschiede hinsichtlich des Bekanntheitsgrades des Hauses der Bayerischen Geschichte sind also nur geringfügig und nicht signifikant.<sup>135</sup>

Ein eindeutiger Zusammenhang besteht jedoch zwischen dem Bekanntheitsgrad der Einrichtung und dem Alter der Befragten. Mit zunehmendem Alter nimmt der Bekanntheitsgrad signifikant zu.<sup>136</sup> So kennen von den 60-jährigen und älteren Befragten 80% das Haus der bayerischen Geschichte, wohingegen der Bekanntheitsgrad bei den unter 18-Jährigen nur bei 42% liegt.

Erwartungsgemäß lässt sich auch ein bildungsspezifischer Effekt feststellen. So geben 74% der Akademiker an, dass ihnen das Haus bekannt ist, wohingegen bei den Besucher/innen mit einem niedrigen Bildungsabschluss der Bekanntheitsgrad nur bei 57% liegt.<sup>137</sup>

<sup>134</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 14,400.

<sup>135</sup> Sign.: 0.416; Chi<sup>2</sup> = 0,663.

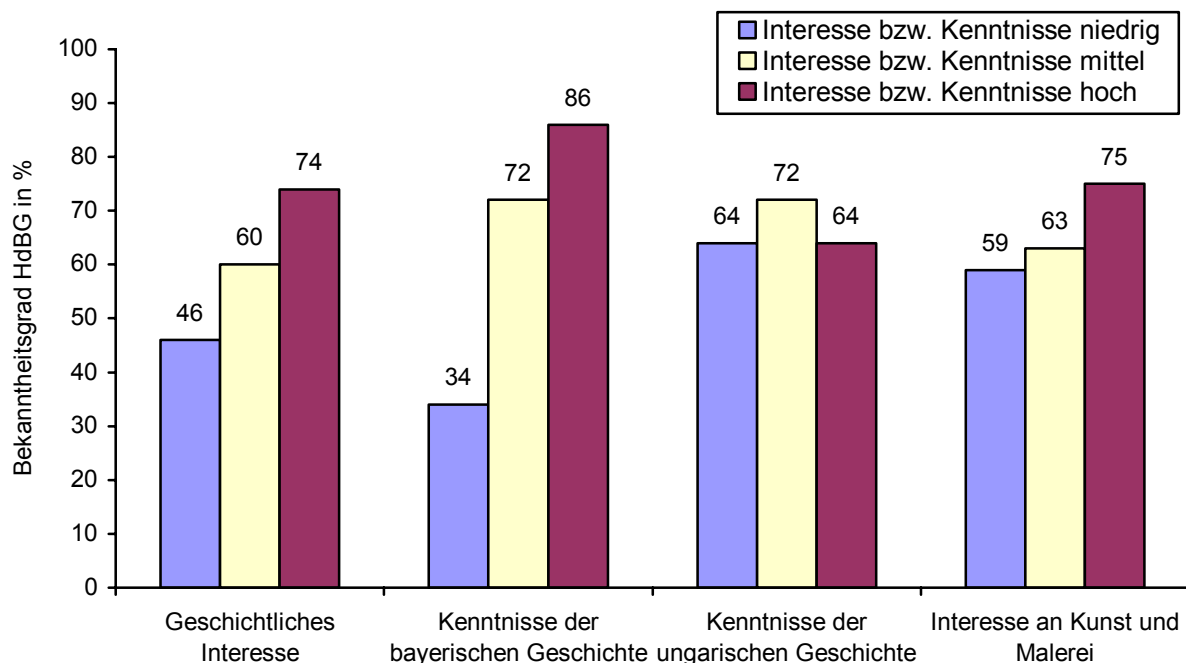
<sup>136</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 85,636.

<sup>137</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 18,034.

Es ist ebenfalls davon auszugehen, dass die Befragten, die häufig Ausstellungen besuchen öfter schon etwas vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört haben, als die sogenannten Gelegenheitsbesucher. Auch dieser Zusammenhang konnte in der vorliegenden Untersuchung deutlich bestätigt werden. So kennen von den Befragten, die mehrmals im Monat eine Ausstellung besuchen, 90% das Haus der Bayerischen Geschichte, wohingegen es bei den Personen, die höchstens einmal im Jahr in einer Ausstellung sind, nur 51% sind.<sup>138</sup>

Als weiteres Ergebnis zeigt sich (*Grafik 67*), dass Befragte, die angeben, ein hohes Interesse an Geschichte bzw. an Kunst und Malerei oder hohe Kenntnisse der bayerischen Geschichte zu haben, sehr viel häufiger vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört haben als die entsprechenden Vergleichsgruppen. Dieser Zusammenhang besteht jedoch nicht für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte und den Kenntnissen der ungarischen Geschichte.

**Grafik 67: Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte und Interessen/Kenntnisse der Besucher (Angaben in Prozent)<sup>139</sup>**

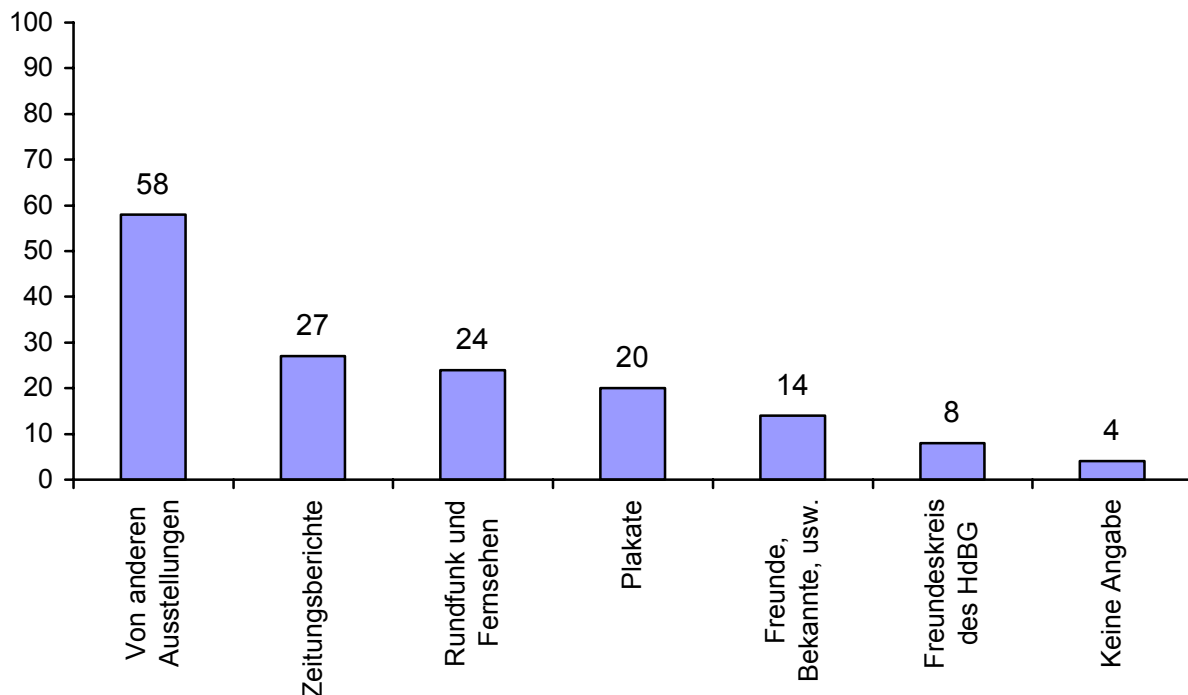


<sup>138</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 37,330.

<sup>139</sup> Geschichtliches Interesse: Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 28,935; Kenntnisse der bayerischen Geschichte: Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 132,769; Kenntnisse der ungarischen Geschichte: Sign.: 0.022; Chi<sup>2</sup> = 7,604; Interesse an Kunst und Malerei: Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 20,336.

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 68*), dass das Haus der Bayerischen Geschichte vor allem im Rahmen anderer Ausstellungen kennen gelernt wurde (58%). Eine weitere allerdings bereits deutlich abgeschwächte Rolle, spielen Zeitungsberichte mit 27%, sowie Rundfunk und Fernsehen mit 24%.

**Grafik 68: Bedeutung von verschiedenen Aspekten für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte (Mehrfachantworten möglich; Angaben in Prozent; N = 745)**



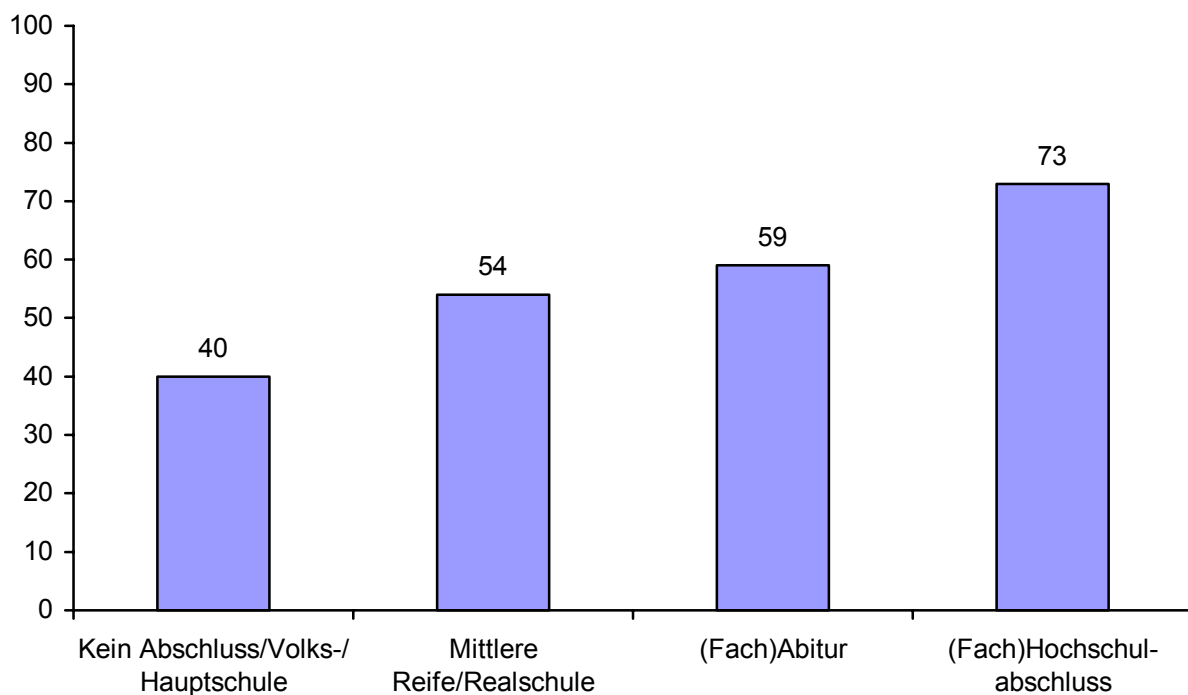
Hinsichtlich der verschiedenen Aspekte, die für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte eine Rolle spielen, lassen sich altersspezifische Unterschiede feststellen. So haben die Besucher/innen unter 18 Jahren seltener über andere Ausstellungen oder Zeitungsberichte vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren als die Besucher/innen aller anderen Altersgruppen.<sup>140</sup> Der Einfluss von Plakaten als bedeutsamer Aspekt für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte ist dagegen insbesondere bei den Besucher/innen die 60 Jahre

<sup>140</sup> Sign.: 0.001;  $\chi^2 = 18,416$  (andere Ausstellungen); Sign.: 0.043;  $\chi^2 = 9,825$  (Zeitungsberichte).

und älter sind geringer als bei den jüngeren Besucher/innen.<sup>141</sup> Über Freunde, Verwandte und Bekannte haben die Besucher/innen ebenfalls um so seltener vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren, je älter sie sind.<sup>142</sup> Dagegen stellt der Freundeskreis des Hauses der Bayerischen Geschichte eine Möglichkeit für die älteren Befragten dar, um das Haus der Bayerischen Geschichte kennen zu lernen.<sup>143</sup>

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. Je gebildeter die Befragten sind, umso häufiger werden andere Ausstellungen im Zusammenhang mit dem Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte genannt (*Grafik 69*).

**Grafik 69: Bedeutung von anderen Ausstellungen für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte und Bildungsgrad (Angaben in Prozent; N = 693)<sup>144</sup>**



<sup>141</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 23,358.

<sup>142</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 37,867.

<sup>143</sup> Sign.: 0.017; Chi<sup>2</sup> = 12,100.

<sup>144</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 35,976.

Betrachtet man schließlich den Zusammenhang zwischen den verschiedenen Aspekten für den Bekanntheitsgrad des HdBG und dem geschichtlichen Interesse der Befragten, so zeigt sich, dass der Aspekt "andere Ausstellungen" mit 67% häufiger bei den "Hoch Interessierten" gegenüber 56% bei den "Niedrig Interessierten" genannt wird.<sup>145</sup> Dies ist insofern plausibel, als zu erwarten ist, dass sehr an Geschichte interessierte Personen insgesamt häufiger in den vom HdBG organisierten Ausstellungen anzutreffen sind.

Entsprechende Ergebnisse liefert auch der Vergleich mit den beiden über die Clusteranalyse generierten Besuchertypen. So haben die Besucher/innen der Gruppe der "älteren, hoch interessierten Einzelbesucher" häufiger über andere Ausstellungen Kenntnis vom Haus der Bayerischen Geschichte erhalten als die Besucher/innen der Gruppe der "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesucher" (73% gegenüber 59%).<sup>146</sup>

### **3.8 Die Nutzung neuer Medien in Museen und Ausstellungen**

#### **3.8.1 Bewertung der eingesetzten neuen Medien in der Ausstellung**

Der Einsatz von neuen Medien im Rahmen von Ausstellungskonzeptionen wird gegenwärtig immer wieder zur Diskussion gestellt. Viele Ausstellungen setzen mittlerweile solche Medien auch verstärkt ein. 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.

Mit 85% wird von der überwiegenden Mehrheit der Befragten der Einsatz der modernen Medien positiv eingeschätzt, jeweils 6% lehnen den Einsatz ab oder verhalten sich gleichgültig gegenüber dem Thema. 3% der Befragten haben sich überhaupt nicht dazu geäußert.

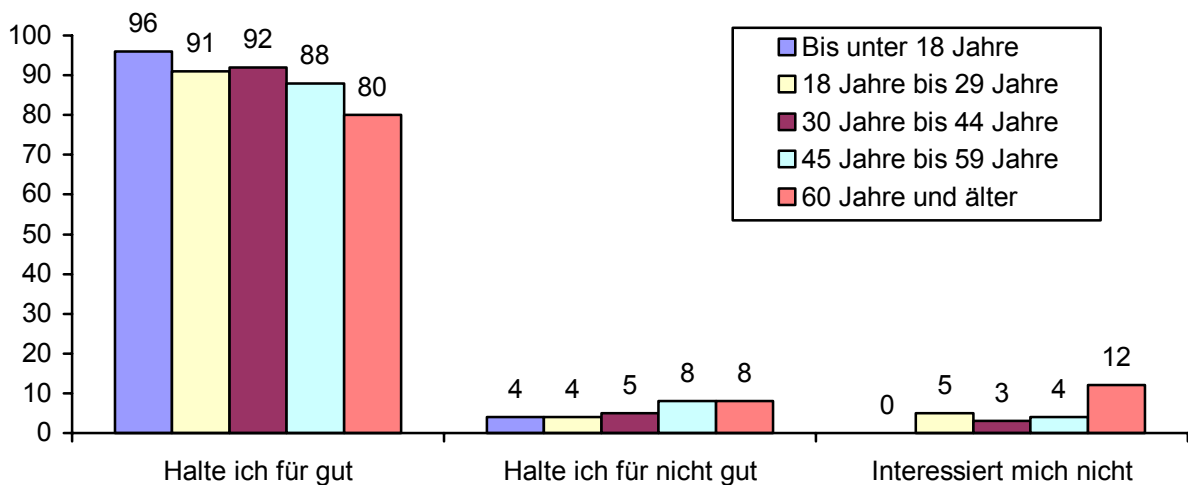
---

<sup>145</sup> Sign.: 0.002; Chi<sup>2</sup> = 12,550.

<sup>146</sup> Sign.: 0.003; Chi<sup>2</sup> = 8,836.

Die weiblichen Besucherinnen bewerten den Einsatz der neuen Medien positiver als die männlichen Besucher (90% gegenüber 84%).<sup>147</sup> Betrachtet man die Bewertung der neuen Medien im Verhältnis zur Altersstruktur der Befragten, so zeigt sich (*Grafik 70*), dass der Einsatz der modernen Medien insbesondere bei den unter 18-Jährigen positiv bewertet wird. Bei den ältesten Befragten ist die Zustimmung zu den neuen Medien hingegen am geringsten (80%) und die Ablehnung am größten (12%).

**Grafik 70: Bewertung des Einsatzes von neuen Medien in der Ausstellung und Alter der Besucher/innen (Angaben in Prozent)**<sup>148</sup>



Untersucht man die Bewertung des Einsatzes von neuen Medien unter bildungsspezifischen Aspekten, ergibt sich, dass die Höhergebildeten die Verwendung der neuen Medien ähnlich positiv bewerten wie die Niedriggebildeten (86% bei den Akademikern gegenüber 88% bei den Befragten mit Hauptschulabschluss). Auffällig ist dabei, dass die Akademiker im Verhältnis zu den anderen Bildungsgruppen besonders häufig angeben, dass sie kein Interesse am Einsatz der neuen Medien haben (10% bei den Akademikern gegenüber 4% bei den Befragten mit Hauptschulabschluss).<sup>149</sup>

Die Befragten, welche die Ausstellung allein besuchten, geben im Verhältnis zu den Gruppenbesuchern besonders häufig an, dass sie die Verwendung der neuen Medien nicht interessiert (11% gegenüber 2%). Dementsprechend wird der Einsatz der

<sup>147</sup> Sign.: 0.022; Chi<sup>2</sup> = 7.642.

<sup>148</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 28,715.

<sup>149</sup> Sign.: 0.003; Chi<sup>2</sup> = 19,918.



neuen Medien in dieser Gruppe auch am wenigsten häufig positiv begrüßt (80% gegenüber 89% bei den Gruppenbesuchern).<sup>150</sup>

### 3.8.2 Nutzung der installierten Hörstationen in der Ausstellung

Neben der allgemeinen Bewertung des Einsatzes der neuen Medien wurde ermittelt, wie häufig die Besucher/innen die in der Ausstellung installierten Hörstationen nutzen. Mit 55% gab die Mehrheit der Befragten an, dass sie die Hörstationen gelegentlich verwendet haben, 23% haben die Hörstationen fast immer genutzt und 21% überhaupt nicht. 1% der Befragten macht hierzu keine Angaben.

Hinsichtlich der Nutzung der Hörstationen lassen sich auch geschlechts- und altersspezifische Unterschiede feststellen. So wurden die Hörstationen von den weiblichen Befragten mit 26% gegenüber 19% häufiger fast immer genutzt als von den männlichen Befragten.<sup>151</sup> Des Weiteren zeigt sich, dass vor allem die Befragten unter 18 Jahren mit 33% die Hörstationen häufiger verwendet haben als die Befragten der anderen Altersgruppen (16% in der Gruppe der 60-Jährigen und Älteren).<sup>152</sup>

Ein deutliches Ergebnis zeigt der Vergleich zwischen der Nutzung der Hörstationen und der über die Clusteranalyse gebildeten beiden Besuchergruppen (*Grafik 71*). So nutzten die "älteren, höher interessierten Einzelbesucher" die Hörstationen mit 39% gegenüber 20% häufiger als die "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesucher".

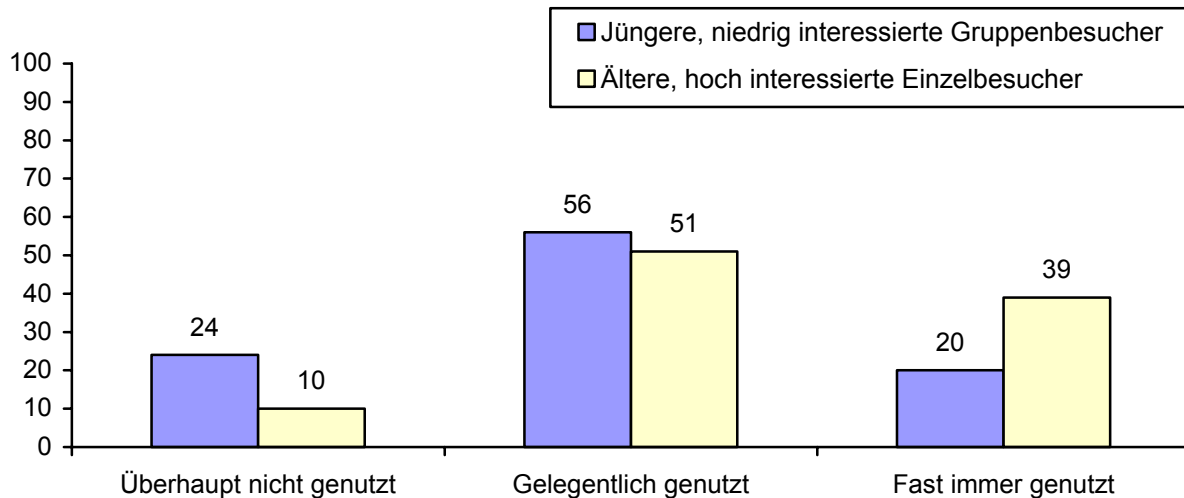
---

<sup>150</sup> Sign.: 0.022; Chi<sup>2</sup> = 11,416.

<sup>151</sup> Sign.: 0.007; Chi<sup>2</sup> = 9,944.

<sup>152</sup> Sign.: 0.010; Chi<sup>2</sup> = 20,198.

**Grafik 71: Nutzung der Hörstationen und Besuchergruppen**  
(Angaben in Prozent)<sup>153</sup>



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

Die Nutzung der Hörstationen hängt auch von den historischen Kenntnissen ab, welche die Befragten bereits in die Ausstellung mitbringen. So werden die Hörstationen von den Befragten umso häufiger fast vollständig genutzt, je höher ihre Kenntnisse der bayerischen (hohe Kenntnisse: 29%, mittlere Kenntnisse: 23%, niedrige Kenntnisse: 17%)<sup>154</sup> bzw. der ungarischen Geschichte (hohe Kenntnisse: 33%, mittlere Kenntnisse: 25%, niedrige Kenntnisse: 20%)<sup>155</sup> sind.

### 3.9 Touristisches Potenzial für den Ausstellungsort

Mit der Befragung sollte auch der Versuch unternommen werden, zu erfassen, welches touristische Potenzial die Ausstellung für den Ausstellungsort Passau hatte. Dabei wurde zum einen explizit danach gefragt, ob sich die Ausstellungsbesucher/innen als Tourist/in in Passau aufhalten. Zum anderen wurden die Befragten gebeten, genau anzugeben, wie viele Tage sie in Passau bzw. seiner Umgebung verbringen werden. Es ist davon auszugehen, dass sich die Tourist/innen, die sich länger in der Gegend aufhalten, auch andere Einrichtungen der Stadt Passau besichtigen werden. Von den Befragten gaben 60% an, dass sie sich als Tourist/in in Passau aufhalten (662 Nennungen). Es zeigt sich (*Grafik 72*), dass die meisten Touristen/innen Tages-

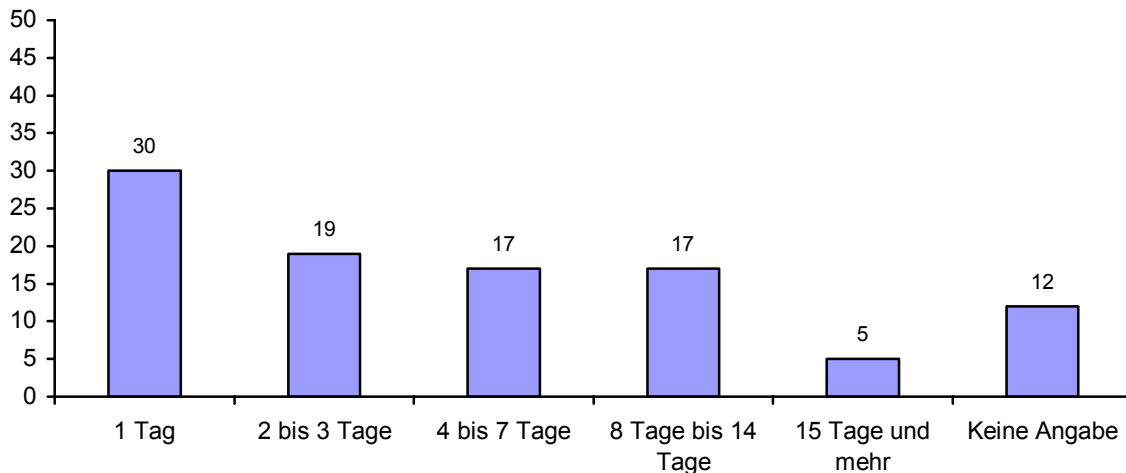
<sup>153</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 35,586.

<sup>154</sup> Sign.: 0.035; Chi<sup>2</sup> = 10,340.

<sup>155</sup> Sign.: 0.008; Chi<sup>2</sup> = 13,849.

ausflügler sind (30%). 19% der Befragten besuchen Passau und seine Umgebung für 2 oder 3 Tage. 17% bleiben bis zu einer Woche und etwa jeder fünfte Befragte verbringt einen längeren Urlaub in der Region und bleibt über eine Woche hier.

**Grafik 72: Aufenthaltstage in Passau und Umgebung (Angaben in Prozent)**



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

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

#### 3.10.1 Interesse an den Ausstellungsthemen "Kaiser Heinrich II" und "Kardinal Karl Albrecht von Brandenburg"

Mit der Besucherbefragung sollte auch ermittelt werden, inwieweit sich die Besucher/innen der Ausstellung für weitere Ausstellungsthemen interessieren. Sie wurden deshalb gebeten, ihr Interesse jeweils für die beiden Themen "Kaiser Heinrich II" und "Matthias Grünewald, Kardinal Karl Albrecht von Brandenburg und Aschaffenburg" einzuschätzen. Dabei zeigt sich, dass das Interesse am Thema "Kaiser Heinrich II" deutlich höher ist als das Interesse am Thema "Kardinal Karl Albrecht". 44% bzw. 29% der Besucher/innen gaben an, dass sie das Thema "Kaiser Heinrich II" sehr bzw. eher interessant finden. 12% der Befragten interessieren sich für dieses Thema weniger und nur 3% der Befragten gaben an, dass sie sich für das Thema "Kaiser Heinrich II" überhaupt nicht interessieren. Allerdings machten zu dieser Frage auch insgesamt 12% der Ausstellungsbesucher/innen keine Angaben.

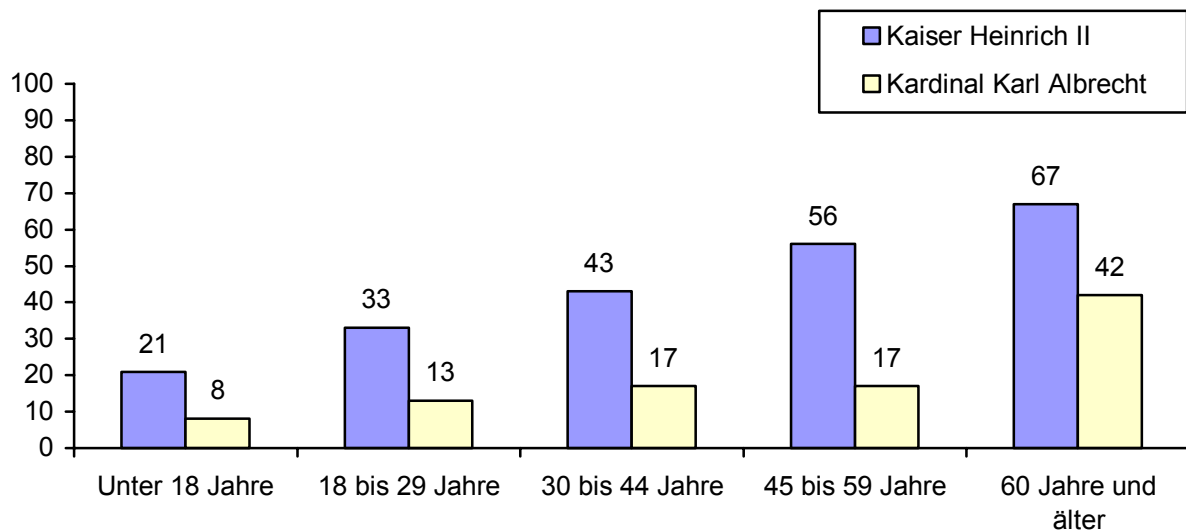
Das Thema "Kardinal Karl Albrecht" finden demgegenüber nur 17% bzw. 22% der Befragten sehr bzw. eher interessant. Die meisten Befragten gaben mit 32% indes

an, dass sie sich für dieses Thema weniger interessieren. 5% der Besucher/innen der Landesausstellung interessieren sich für das Thema "Kardinal Karl Albrecht" überhaupt nicht. Mit 24% ist der auch der Anteil der Besucher/innen recht hoch, die zu dieser Frage keine Angabe machten.

Das Ausstellungsthema "Kaiser Heinrich II" wird mit 53% von den männlichen Befragten häufiger für interessant gehalten als von den weiblichen Befragten mit 47%.<sup>156</sup> Für dieses Ausstellungsthema interessieren sich außerdem die Höhergebildeten häufiger als die Niedriggebildeten. Von den Akademikern geben 57% an, dass sie das Thema "Kaiser Heinrich II" sehr interessant finden, wohingegen es bei den Befragten ohne Abschluss bzw. mit Volks-/Hauptschulabschluss nur 38% sind.<sup>157</sup>

Das Interesse für die beiden Ausstellungsthemen hängt zudem deutlich vom Alter der Befragten ab. Je älter die Befragten sind, desto mehr sind sie an den beiden Ausstellungsthemen interessiert (*Grafik 73*).

**Grafik 73: Interesse am Ausstellungsthema "Kaiser Heinrich II" bzw. "Kardinal Karl Albrecht" und Alter (Nur Kategorie "Sehr interessiert", Angaben in Prozent)<sup>158</sup>**



<sup>156</sup> Sign.: 0.027; Chi<sup>2</sup> = 9,201.

<sup>157</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 36,340.

<sup>158</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 107,059 (Ausstellungsthema: "Kaiser Heinrich II"; N = 916); Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 95,101 (Ausstellungsthema: "Matthias Grünewald"; N = 800).

Vergleicht man das Interesse an den beiden Ausstellungsthemen schließlich mit den beiden über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen, so zeigt dass die "älteren, hoch interessierten Einzelbesucher" mit 64% deutlich häufiger an dem Ausstellungsthema "Kaiser Heinrich II" interessiert sind als die "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesucher" mit 44%.<sup>159</sup> Für das Ausstellungsthema "Kardinal Karl Albrecht" interessieren sich die "älteren, hoch interessierten Einzelbesucher" ebenfalls etwas häufiger als die Vergleichsgruppe. Allerdings ist hier die prozentuale Differenz vergleichsweise geringfügig (22% gegenüber 20%).<sup>160</sup>

### 3.10.2 Besuchsabsicht der Ausstellung zu Kardinal Karl Albrecht

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 Kardinal Karl Albrecht besuchen würden. 31% der Befragten geben an, dass sie die Ausstellung auf jeden Fall besuchen würden, 44% würden die Ausstellung nur dann besuchen, wenn sie in der Nähe ihres Wohnortes wäre und 12% würden nicht in die Ausstellung gehen. 13% der Befragten machten keine Angaben.

Die Besuchsabsicht der Ausstellung über "Kardinal Karl Albrecht" hängt von geschlechts- und altersspezifischen Faktoren ab. Zwar geben Männer und Frauen mit 36% gegenüber 35% nahezu gleichhäufig an, dass sie die Ausstellung auf jeden Fall besuchen möchten. Die weiblichen Befragten machen indes ihre Besuchsabsicht am häufigsten von der Nähe der Ausstellung zu ihrem Wohnort abhängig (54% gegenüber 47%). Dementsprechend geben die Männer mit 17% gegenüber 11% bei den Frauen häufiger an, dass sie die Ausstellung nicht besuchen werden.<sup>161</sup>

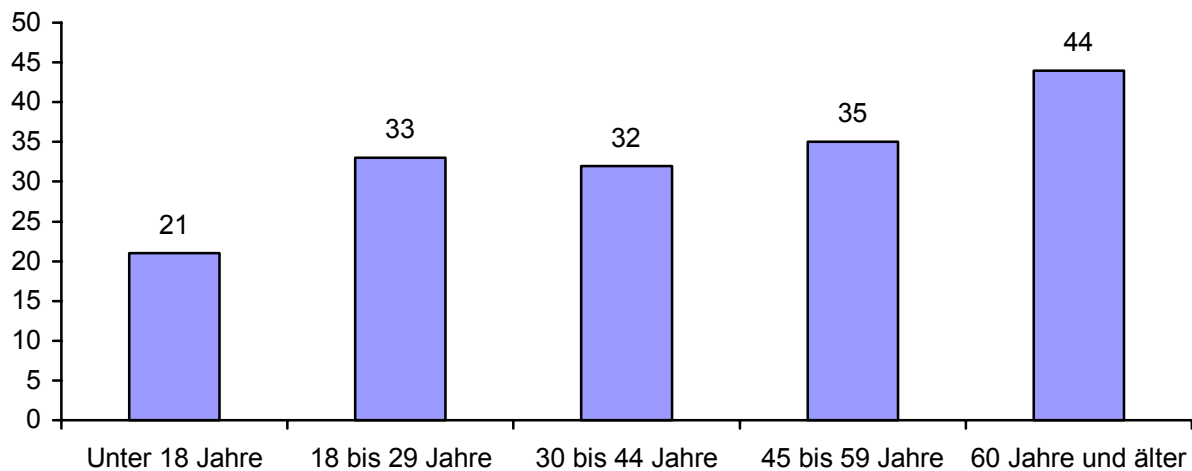
Vergleichbar zur Altersabhängigkeit des Interesses am Ausstellungsthema (*siehe Abschnitt 3.10.1*) wird auch die Besuchsabsicht der Ausstellung zu "Kardinal Karl Albrecht" um so häufiger bekundet, je älter die Befragten sind (*Grafik 74*).

<sup>159</sup> Sign.: 0.000; Chi<sup>2</sup> = 24,278.

<sup>160</sup> Sign.: 0.001; Chi<sup>2</sup> = 17,214.

<sup>161</sup> Sign.: 0.040; Chi<sup>2</sup> = 6,414.

**Grafik 74: Besuchsabsicht der Ausstellung zu Kardinal Karl Albrecht und Alter (Nur Kategorie "Ja, auf jeden Fall", Angaben in Prozent)<sup>162</sup>**



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

Weiterhin zeigt sich auch hier, dass die Befragten der Gruppe der "älteren, hoch interessierten Einzelbesucher" häufiger eine Besuchsabsicht der Ausstellung zu Kardinal Karl Albrecht bekunden als die Befragten der Gruppe der "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesucher" (47% gegenüber 32% geben an, dass sie auf jeden Fall die Ausstellung besichtigen werden).<sup>163</sup> Entsprechende Ergebnisse zeigen sich auch für die in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale. So geben die interessen geleiteten Befragten häufiger als die nicht interessen geleiteten Befragten an, dass sie die Ausstellung auf jeden Fall besuchen werden (39% gegenüber 25%). Immerhin bekunden aber auch die nicht interessen geleiteten Befragten ihre Besuchsabsicht der Ausstellung, insofern sie in der Nähe ihres Wohnortes stattfindet (58%).<sup>164</sup> Ein deutliches Ergebnis zeigt sich erwartungsgemäß beim Vergleich der Besuchsabsicht mit der generellen Besuchshäufigkeit von Ausstellungen. So geben 77% der Befragten, die mehrmals im Monat eine Ausstellung besuchen, an, dass sie auf jeden Fall auch die Ausstellung zu Kardinal Karl Albrecht besuchen werden (gegenüber nur 25% der Befragten, die nur höchstens einmal im Jahr eine Ausstellung besuchen).<sup>165</sup>

<sup>162</sup> Sign.: 0.003;  $\chi^2 = 23,734$ .

<sup>163</sup> Sign.: 0.001;  $\chi^2 = 13,943$ .

<sup>164</sup> Sign.: 0.001;  $\chi^2 = 14,666$ .

<sup>165</sup> Sign.: 0.000;  $\chi^2 = 48,156$ .

#### 4. Zusammenfassung

Die **Befragung** erfolgte in drei Wellen von jeweils einer Woche. Die erste Befragungswelle wurde vom 6. bis 12. August 2001 in der Haupturlaubszeit durchgeführt, die zweite Welle vom 17. bis 23. September 2001 kurz nach den bayerischen Sommerferien und die dritte Befragungswelle vom 15. bis 21. Oktober 2001 kurz vor Ende der Ausstellung. Im Zeitraum vom 8. Mai bis zum 28. Oktober 2001 haben insgesamt 123.701 Personen die Ausstellung "Bayern – Ungarn" besucht. Befragt wurden im Rahmen dieser Untersuchung **1.152 Personen**, wobei für die Auswertung letztendlich 1.105 vollständig ausgefüllte Fragebögen zur Verfügung standen. Insgesamt haben sich 61% der angesprochenen Besucher/innen an der Befragung beteiligt, was für Untersuchungen dieser Art als sehr gute Ausschöpfungsquote zu bezeichnen ist.

Das **Sozialprofil** der Besucher/innen der Landesausstellung 2001 stellt sich wie folgt dar:

- Das **Durchschnittsalter** der Befragten lag bei **47 Jahren**. Damit hatte diese Ausstellung neben der Landesausstellung in Ingolstadt und Regensburg die jüngsten Besucher/innen aller von uns bisher untersuchten 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**: Fast zwei Drittel der Besucher/innen verfügen über die (Fach-)Hochschulreife und über 34% haben einen (Fach-) Hochschulabschluss. Der Anteil der Hochgebildeten liegt 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** sind als in der bundesdeutschen Bevölkerung; die **größten Gruppen** innerhalb der **Nichterwerbstätigen** stellen mit 20% der Befragten die **Rentner** bzw. mit 14% die sich **in Ausbildung** befindenden Besucher/innen.
- Ihr **geschichtliches Wissen** bewerten 53% der Befragten als **hoch**, die Kenntnisse der bayerischen und ungarischen Geschichte wurden dagegen deutlich bescheidener eingeschätzt: Nur 18% bzw. 9% schätzten diese jeweils als hoch ein. Ihr Interesse an Kunst und Malerei bezeichneten schließlich 35% der Befragten als hoch.

- Etwa **jede(r) sechste** Befragte gab an, mindestens alle ein bis zwei Monate eine Ausstellung zu besuchen, und kann damit als „**versierte(r) Ausstellungsbesucher/in**“ bezeichnet werden.
- Hoch (**25%**) ist unter den Befragten auch der Anteil derer, die **Mitglied in einer Vereinigung mit historischen oder kulturellen Inhalten** sind.

Bezogen auf das Sozialprofil zeigt sich in der vorliegenden Untersuchung, dass das **Nahbereichspublikum** bezüglich des Bildungsniveaus eine **breitere Streuung** aufweist als dies bei den Besucher/innen aus dem Mittel- und Fernbereich der Fall ist. Das **Publikum aus der Mittelregion** ist deutlich **jünger** und verfügt insgesamt über ein tendenziell geringeres formales Bildungsniveau, insofern als der Anteil von Personen ohne Abschluss bzw. mit Volks- oder Hauptschulabschluss größer ist als beim Fernbereichspublikum. Bezüglich der Versiertheit der Besucher/innen ergab sich, dass **Gelegenheitsbesucher** häufiger aus dem Nahbereich bzw. der Mittelregion kamen. Habituelle Besucher/innen hingegen stammten überwiegend aus dem Fernbereich.

In der vorliegenden Untersuchung wurde versucht mit dem Verfahren der **Clusteranalyse** aus den Besucher/innen Gruppen zu bilden, um für die weitergehenden Analysen Gruppenvergleiche vornehmen zu können. Es wurden folgende Eigenschaften der Besucher/innen in die Clusteranalyse eingeschlossen: die Motivation zum Ausstellungsbesuch, die Sozialität, die Besuchsdauer, die allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen, das geschichtliche Interesse, die Kenntnisse der bayerischen und ungarischen Geschichte, das Bildungsniveau und das Alter. Insgesamt konnten 889 der 1.105 Befragten eindeutig einem Cluster zugewiesen werden. Es ergaben sich **zwei Cluster (homogene Gruppen) von Besuchern**, die jeweils vorwiegend durch folgende Eigenschaften gekennzeichnet sind (*Tabelle 12*):



**Tabelle 12: Besuchergruppen der Landesausstellung 2001 (Clusteranalyse)**

| Variable  | Cluster 1 (N = 705)<br>Jüngere, niedrig interessierte<br>Gruppenbesucher | Cluster 2 (N = 184)<br>Ältere, hoch interessierte<br>Einzelbesucher |
|---|--|---|
| Bildungsniveau                                      | Niedriges bis mittleres<br>Bildungsniveau                                | Hohes Bildungsniveau<br>(Akademiker/innen)                          |
| Durchschnittsalter                                  | 43 Jahre   | 52 ½ Jahre  |
| Motivationsstruktur                                 | Nicht interessengeleitet   | Interessengeleitet  |
| Allgemeines geschichtliches In-<br>teresse          | Niedrig bis mittel   | Hoch  |
| Kenntnisse der bayerischen Ge-<br>schichte          | Niedrig  | Hoch  |
| Kenntnisse der ungarischen<br>Geschichte            | Niedrig  | Hoch  |
| Sozialität  | Gruppenbesucher<br>(Reisegruppe, Verein, Schule)                         | Einzelbesucher  |
| Allgemeine Häufigkeit von Aus-<br>stellungsbesuchen | Eher selten<br>Gelegenheitsbesucher                                      | Eher häufig<br>Habituelle Besucher                                  |
| Durchschnittliche Besuchsdauer                      | 95 Minuten   | 174 Minuten   |



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

Als bei weitem **bedeutendste Anregung zum Besuch der Ausstellung** wurde von den Befragten mit 37% das Motiv „**Allgemeines Interesse an der Geschichte**“ genannt, gefolgt von den Nennungen "Tourist/in" und "Titel hat mich neugierig gemacht" mit jeweils 10%. Für alle genannten Motive bzw. Anregungen konnten altersspezifische Unterschiede festgestellt werden. Das Motiv „Allgemeines Interesse an Geschichte“ wurde eindeutig von den **älteren Besuchern am häufigsten** als wichtigster Anreiz zum Besuch der Ausstellung genannt. Demgegenüber gaben etwa 17% der unter 18-jährigen Besucher an, vom "Interesse an ausgestellten Objekten" geleitet in die Ausstellung gekommen zu sein. Die Motivation zum Ausstellungsbesuch hängt auch mit dem formalen Bildungsniveau der Besucher/innen zusammen. Das Motiv „Interesse an Geschichte“ spielte bei den **Höhergebildeten eine größere Rolle** als bei den übrigen Befragten. Dagegen wurden das eher unspezifische Motiv „eher zufällig in der Ausstellung“ sowie das "Interesse an ausgestellten Objekten" häufiger von den weniger gebildeten Besuchern als wichtigste Anregung zum Besuch der Ausstellung genannt. Allerdings **überwiegt auch bei den Besuchern mit Hauptschulabschluss** bzw. ohne Schulabschluss das **geschichtliche Interessensmotiv** mit insgesamt 60% (allgemeines bzw. spezifisches Interesse an Geschichte). Die **themenzentrierte Motivation** bzw. Anregung zum Besuch der Ausstellung war auch bei denjenigen Besucher/innen **besonders ausgeprägt**, die über ein ausgesprochen **großes historisches oder kunsthistorisches Interesse** verfügten. Die

Bedeutung der verschiedenen Motive für den Ausstellungsbesuch hängt zum Teil schließlich auch damit zusammen, wie häufig jemand im Allgemeinen in Ausstellungen geht. Man kann festhalten, dass die stärker themenzentrierten Motive häufiger von den Befragten genannt wurden, die **auch allgemein öfter in Ausstellungen gehen**.

Das **Einzugsgebiet der Ausstellung** stellt sich wie folgt dar: Rund 9% der Besucher kamen aus Passau und den umliegenden Landkreisen. Weitere 11% reisten aus der sogenannten "Mittelregion", die einen Bereich umfasst, der etwa einer Anfahrtszeit bis zu einer Stunde entspricht. 76% hatten ihren Wohnsitz im übrigen Bundesgebiet oder im Ausland. Davon gaben wiederum 11% an, dass sie aus dem Großraum München kommen. 4% der Befragten machten keine Angaben zu ihrem Wohnort.

Zur **Begleitung beim Ausstellungsbesuch** lässt sich sagen, dass mit 52% der **überwiegende Teil** der Befragten die Ausstellung zusammen **mit dem (Ehe-)Partner** besucht hat. 28% der Befragten gaben an, mit Verwandten bzw. Bekannten zur Ausstellung gekommen zu sein. Der Anteil der Gruppenbesucher/innen (vorwiegend Schulklassen, Reisegruppen, Kulturvereine usw.) beträgt 10%. Ebenfalls 10% der Befragten haben die Ausstellung alleine besucht. Der Anteil der Besucher/innen, die alleine in die Ausstellung kamen, entsprach damit etwa demjenigen anderer Landesausstellungen. Als einflussreiche Variable hat sich hier das allgemeine historische Interesse herausgestellt, denn es zeigte sich, dass die Besucher/innen **umso häufiger alleine** in die Ausstellung kamen, **je interessierter sie an Geschichte** waren. Einen Einfluss auf die Sozialität der Befragten hat weiterhin das Bildungsniveau der Befragten. So finden sich die **meisten Befragten**, welche **die Ausstellung alleine besucht** haben, unter den **Akademikern**. Auffallend ist auch, dass die „**Einzelgänger**“ **häufiger aus Passau und Umgebung** kamen. Schließlich zeigt sich, dass versierte Ausstellungsbesucher ebenfalls häufiger alleine in der Landesausstellung waren.

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

Von den befragten Personen haben insgesamt 15% an **Führungen** teilgenommen. Ein Zusammenhang zwischen der Neigung zur Teilnahme an Führungen und individuellen Besuchermerkmalen konnte für folgende Variablen festgestellt werden: Die **Befragten**, die während **der zweiten und dritten Welle** die Ausstellung besuchten, nahmen mit 17% bzw. 18% etwas **häufiger an einer Führung** teil als die Befragten der ersten Welle. Auch ließ sich ein Zusammenhang zwischen der Teilnahme an ei-

ner Führung und den Kenntnissen der bayerischen Geschichte dahingehend feststellen, dass die **Befragten mit niedrigen und mittleren Kenntnissen** mit 16% bzw. 17% **häufiger an einer Führung** teilnahmen als die Befragten, die ihre Kenntnisse als hoch einstufen mit 9%. Schließlich zeigt sich beim Merkmal "Führungsteilnahme" ein regionalspezifischer Aspekt: Mit jeweils 14% haben **prozentual weniger Befragte aus der Mittel- und Fernregion** an einer Führung teilgenommen als Befragte aus Passau und Umgebung mit 26%.

Etwa **jede(r) fünfte Befragte** hatte die **Absicht**, sich nach dem Besuch der Ausstellung einen **Ausstellungskatalog zu kaufen**, 17% der Befragten wollten einen Kurzführer erwerben und 1% der Besucher/innen gab an, sich beide Publikationen kaufen zu wollen. Auch bei der geäußerten **Kaufabsicht von Publikationen** zur Ausstellung ergaben sich Zusammenhänge mit soziodemographischen Merkmalen der Besucher/innen. Signifikante Zusammenhänge ergeben sich zunächst für die geclusterten homogenen Besuchergruppen. So äußern die Personen, die aufgrund ihrer individuellen Merkmale der Gruppe der **"älteren, hoch interessierten Einzelbesucher"** zuzurechnen sind, **signifikant häufiger** als die "jüngeren, niedrig interessierten" Befragten, dass sie nach dem Ausstellungsbesuch eine Publikation erwerben möchten. Diese für die beiden Besuchergruppen vorliegenden **Ergebnisse bestätigen sich** wiederum deutlich **für die jeweiligen Einzelmerkmale**. So zeigt sich, dass die Absicht sich Informationsmaterial zu kaufen bei den Akademikern am ausgeprägtesten ist. Ebenso bekundeten die „versierten Ausstellungsbesucher“ signifikant häufiger als die Befragten, die angaben nur relativ selten Ausstellungen zu besuchen, dass sie einen Katalog erwerben möchten. Dasselbe gilt hinsichtlich der jeweiligen Vergleichsgruppen für das Publikum, das angab, hohes geschichtliches Interesse, Interesse an Kunst und Malerei bzw. umfassende Kenntnisse der bayerischen und ungarischen Geschichte zu haben. Die Kaufabsicht einer Publikation hängt auch von der Motivation der Ausstellungsbesucher/innen ab: Mit 44% äußern **mehr als doppelt so viele** Befragte mit einer „**interessegeleiteten**“ **Motivationsstruktur** eine Kaufabsicht als Befragte, die aufgrund einer „nicht interessegeleiteten“ Anregungsstruktur die Ausstellung besuchten (21%). Schließlich ist sich auch ein Zusammenhang mit der Aufenthaltsdauer in der Ausstellung erkennbar: Personen, die länger in der Ausstellung verweilen, geben auch häufiger an, dass sie sich eine Publikation kaufen möchten.

Fast **zwei Drittel** der Befragten haben „**fast alle**“ **Texttafeln** in der Ausstellung **gelesen** und nur 3% haben laut eigener Auskunft gar keine Texte gelesen. Das Lesen der Ausstellungstexte hängt stark davon ab, ob jemand an einer Führung teilgenommen hat: Diejenigen Personen, die an einer Führung teilgenommen haben, schenken den Texttafeln weniger Aufmerksamkeit. Des Weiteren ergaben sich altersspezifische Effekte: **Je älter** die Besucher waren, **desto mehr Ausstellungstexte** haben

sie in der Regel **gelesen**. Weiterhin schenken diejenigen Besucher, die über ein **höheres Bildungsniveau** verfügten, den **Texttafeln mehr Aufmerksamkeit** als Personen, die eher über einen geringen Bildungsgrad verfügten. Signifikante Beziehungen bestehen des Weiteren zwischen dem Interesse an den Texten und der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen. Die „**versierten**“ **Ausstellungsbesucher** haben **häufiger Texte** in dieser Ausstellung **gelesen**, als diejenigen Befragten, die angaben, dass sie relativ selten Museen und Ausstellungen besuchen. Verständlicherweise widmeten sich auch die **interessierten Besucher ausgiebiger** den Texten.

Rund **95%** der Besucher/innen waren zum Zeitpunkt der Befragung **das erste Mal in der Ausstellung**, die restlichen Befragten haben die Ausstellung dementsprechend vorher bereits einmal besucht. Die Ergebnisse unserer Untersuchung zeigen in der Folge, dass die Wiederholungsbesucher/innen hauptsächlich unter den Befragten zu finden sind, die alleine oder mit Verwandten und Freunden die Ausstellung besucht haben.

Über die Hälfte der Befragten hielten sich zwischen einer und zwei Stunde(n) in der Ausstellung auf. 13% der Besucher/innen verließen bereits nach maximal einer Stunde die Ausstellung. 23% aller Befragten schließlich verbrachten mehr als zwei Stunden im Museum. **Durchschnittlich** waren die Besucher/innen **110 Minuten in der Ausstellung**. Auch die Aufenthaltsdauer der Befragten ist abhängig von soziodemographischen Merkmalen. So verbringen die Befragten mit **mittleren und hohen Bildungsabschlüssen mehr Zeit** in der Ausstellung als die Befragten mit niedrigem Abschluss. Ebenso lässt sich feststellen, dass die Befragten umso **länger in der Ausstellung** verweilen, **je älter** sie sind. Ein ähnliches Ergebnis zeigt sich auch für den Zusammenhang zwischen der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer und den Interessen und Kenntnissen der Befragten: Die Befragten waren umso länger in der Ausstellung, je höher ihre geschichtlichen Interessen und Kenntnisse sind. Schließlich verweilen auch die interessegeleiteten oder "habituelle" Ausstellungsbesucher/innen bzw. die Befragten, die fast alle Texte gelesen haben, länger in der Ausstellung,.

Untersucht man die Wahrnehmung und Bewertung der Ausstellungsinhalte, so ergibt sich zunächst, dass die Befragten **alle Abteilungen positiv bewerten**. Die durchschnittlich beste Beurteilung erhält die Abteilung I "Kreuz und Krone", welche von etwa 72% der Befragten als sehr gut bzw. gut eingeschätzt wird.

Die **Gesamtbewertung der Ausstellung** ist wiederum abhängig von spezifischen soziodemographischen Merkmalen. Insgesamt wurde die Ausstellung **umso besser bewertet, je älter die Befragten** waren. Die **weiblichen Befragten bewerteten** die Ausstellung **insgesamt deutlich besser** als die männlichen Befragten. Ein Zusam-

menhang zeigt sich auch zwischen der Ausstellungsbewertung und der Selbsteinschätzung der Interessen an Kunst und Malerei bzw. den Kenntnissen über die ungarische Geschichte. Diejenigen Befragten, die ihre **Kenntnisse an der ungarischen Geschichte** bzw. ihr als **"hoch" bzw. "mittel"** einschätzen, **bewerteten die Ausstellung besser** als diejenigen Befragten, die ihre Kenntnisse selbst lediglich als "niedrig" einstufen. Entsprechend bewerten auch Befragte, die ein **hohes bzw. mittleres Interesse an Kunst und Malerei** haben, die Ausstellung insgesamt besser als Besucher/innen, die nur über ein niedriges Interesse an Kunst und Malerei verfügen. Schließlich wird die Ausstellung von Befragten **besser eingeschätzt**, welche die **Texte der Ausstellung gelesen** haben oder eine **Kaufabsicht für eine Publikation** äußern.

Insgesamt gaben **69%** der Befragten **eine Abteilung** an, die sie **besonders interessant** gefunden haben. Dabei wurde die **Abteilung I "Kreuz und Krone"** mit **18% am häufigsten** genannt, gefolgt von der Abteilung II "Nachbarn, Feinde, Freunde" mit **15%**. Die Bewertung der interessantesten Abteilung ist wiederum abhängig von individuellen Merkmalen. So wird insbesondere die **Abteilung VII "Sissi und die ungarische Malerei"** deutlich **häufiger von den weiblichen Befragten** als von den männlichen für besonders interessant gehalten. Wohingegen die **Abteilung II "Nachbarn, Feinde, Freunde"** **häufiger von den männlichen Befragten** als von den weiblichen bevorzugt wird. Die **Abteilung VIII "Das 20. Jahrhundert"** und die **Abteilung VII "Sissi und die ungarische Malerei"** werden **von den jüngeren Besucher/innen** häufiger als interessante Abteilung genannt als von den älteren. Betrachtet man die bildungsspezifischen Effekte, so zeigt sich, dass die **Akademiker** vor allem die **Abteilung I "Kreuz und Krone"** bzw. die **Abteilung II "Nachbarn, Feinde, Freunde"** für besonders interessant halten. Die beiden über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen präferieren ebenfalls unterschiedliche Ausstellungsabteilungen: So **bevorzugen die "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesucher"** die **Abteilung VII "Sissi und die ungarische Malerei"**, wohingegen die **"älteren, hoch interessierten Einzelbesucher"** der **Abteilung II "Nachbarn, Feinde, Freunde"** den Vorzug geben. Von den Befragten mit einem **hohen allgemeinen Geschichtsinteresse** bzw. mit hohen Kenntnissen der bayerischen Geschichte wird vor allem die **Abteilung I "Kreuz und Krone"** für besonders interessant befunden. Entsprechende Ergebnisse zeigen sich auch bei der Motivation der Befragten. So **bevorzugen die interessengeleiteten Befragten** vor allem die **Abteilung I "Kreuz und Krone"** und die **Abteilung II "Nachbarn, Feinde, Freunde"**, wohingegen die **nicht interessengeleiteten Befragten** eher diejenigen Abteilungen besonders interessant finden, die sich mit der neueren Geschichte beschäftigen (**Abteilung VIII "Das 20. Jahrhundert"** und **Abteilung VII "Sissi und die ungarische Malerei"**).

Insgesamt haben **63%** aller Befragten ein **Exponat** angegeben, das sie für **besonders beeindruckend** halten. An erster Stelle steht dabei mit 19% das "Schwert Christophs des Starken", gefolgt von der "Reliquienbüste König Stephans" mit 7% und "Sissis Kleid" mit 6%. Auch hinsichtlich der Einschätzung des eindrucksvollsten Exponats lassen sich wieder soziodemographische Unterschiede feststellen. So **bevorzugen** die **weiblichen** bzw. **jüngeren Befragten** das **Exponat "Sissis Kleid"** deutlich häufiger als die männlichen bzw. älteren Befragten. Auch wird "Sissis Kleid" neben dem "**Schwert Christophs des Starken**" besonders **häufig** von den Befragten mit **niedrigen Bildungsabschlüssen** bevorzugt. Ein entsprechendes Ergebnis zeigt auch der Vergleich zwischen dem von den Befragten genannten eindrucksvollsten Ausstellungsobjekt und den über die Clusteranalyse gebildeten zwei Besuchergruppen. So wird sowohl das "**Schwert Christophs des Starken**" als auch "**Sissis Kleid**" häufiger von den "**jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesuchern**" bevorzugt. Befragte, die ein eher niedriges Interesse an Geschichte bzw. an Kunst und Malerei haben, bevorzugen diese beiden Exponate ebenfalls häufiger als die Hochinteressierten.

**88%** der Befragten beurteilen die **optische Präsentation der Ausstellung positiv** (sehr gut bzw. gut). Dabei besteht ein enger Zusammenhang zwischen der Bewertung des äußeren Erscheinungsbildes der Ausstellung und der Gesamtbewertung der Ausstellung. So wird die **Ausstellung umso positiver** bewertet, **je besser die optische Präsentation** beurteilt wird. Soziodemographische Aspekte spielen für die Einschätzung der optischen Präsentation der Ausstellung nur eine geringfügige Rolle. Es lässt sich lediglich feststellen, dass die **weiblichen Befragten** das äußere Erscheinungsbild der Ausstellung etwas **besser bewerten** als die männlichen.

Über die Landesausstellung 2001 ist es gelungen neue Informationen zu vermitteln. Dazu wurden von den Befragten 840 Angaben gemacht. Am häufigsten gaben die Befragten an, dass sie **neue Informationen über die engen Beziehungen zwischen Bayern und Ungarn** erhalten haben bzw. eine Auffrischung und Vertiefung von bereits vorhandenen allgemeinen Geschichtskennntnissen erfahren haben (jeweils 17%). An dritter Stelle wurde eine Erweiterung des allgemeinen Wissens über ungarische und bayerische Geschichte genannt (11%).

Neben neuen Informationen konnten über die Ausstellung auch **veränderte Vorstellungen über Ungarn** vermittelt werden. Insgesamt wurden von den Befragten diesbezüglich 791 Angaben gemacht, wobei die meisten Ausstellungsbesucher/innen angaben, dass sie in Ungarn ein "**verwandtes und eng mit uns verbundenes Land**" sehen (14%), gefolgt von der Aussage "ein kulturelles Land mit kultureller Vielfalt und einer langen Geschichte" (10%).



Die **Bewertung der Texte** zur Ausstellung (Verständlichkeit und Ausführlichkeit) fiel **insgesamt sehr positiv** aus. **93%** der Befragten **bewerten die Verständlichkeit sehr gut bzw. gut**. Interessanterweise beurteilen die Akademiker bzw. die "älteren, hoch interessierten Einzelbesucher" die Textverständlichkeit weniger gut als die niedriger Gebildeten bzw. die "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesucher". Die **Ausführlichkeit der Texte** wird von der **überwiegenden Mehrheit** der Befragten **als angemessen** empfunden (**64%**). Am äußern sich hier die Befragten der "mittleren" Altersstufen. Außerdem wird die Ausführlichkeit der Texte umso weniger positiv bewertet, je größer das allgemeine historische Interesse der Befragten ist: 23% der sehr interessierten Besucher/innen finden, dass die Texte zu knapp sind.

Von den 163 Personen, die an einer **Führung** teilgenommen hatten, bewerteten **50%** diese als „**sehr gut**“ und **41%** als „**gut**“. Nur 3% der Befragten waren mit der Führung unzufrieden und vergaben das Urteil „weniger gut“. Die im Rahmen der Führung **vermittelte Information** empfanden **68%** der Befragten als „**gerade recht**“. 7% hätten gerne etwas ausführlichere Informationen bekommen. 5% der Teilnehmer fanden die Führung zu ausführlich und 20% der Befragten machten zum Informationsgehalt der Führung keine Angabe.

Der in der Ausstellung **integrierte Kinderpfad** wurde von **79%** der Befragten **zur Kenntnis genommen**. 14% der Befragten ist der Kinderpfad nicht aufgefallen und 7% machten hierzu keine Angaben. Von den Besucher/innen, die mit Kindern in der Ausstellung waren, gaben 71% an, dass sie dem Kinderpfad gefolgt sind. Der Kinderpfad ist im Sinne einer "interessengeleiteten" Wahrnehmung den weiblichen Befragten häufiger aufgefallen als den männlichen. Außerdem wurde der Kinderpfad in der Altersgruppe der 30- bis 44-Jährigen am häufigsten wahrgenommen.

In der Befragung wurde weiterhin erfasst, wie zufrieden die Besucher mit der **Infrastruktur und den Serviceleistungen** waren. **Am besten** schnitten bei der Bewertung die **Wartezeiten** mit einer Durchschnittsnote von 1,5 ab. **Am unzufriedensten** waren die Besucher mit der **Ausschilderung zur Ausstellung** (2,3). Im Mittelfeld befanden sich die Ausschilderung des Rundgangs und die Öffnungszeiten mit einer Durchschnittsnote von jeweils 1,7. Die infrastrukturellen Einrichtungen und Serviceleistungen werden dabei **von den weiblichen Befragten** insgesamt durchschnittlich **etwas besser beurteilt**. Die Parkmöglichkeiten und Öffnungszeiten werden darüber hinaus umso besser benotet, je älter die Befragten sind.

Als **neue geplante Zugangswege**, um das Oberhaus Museum zu erreichen, sind ein **Aufzug vom Donauufer** oder eine **Seilbahn vom Rathausplatz** in der Diskussion. **45%** der Befragten gaben an, dass sie **eine der beiden Möglichkeiten** genutzt hät-

ten. Von diesen Befragten entscheiden sich dann **54% für die Seilbahn** vom Rathausplatz und **39% für den Aufzug** vom Donauufer, wobei die weiblichen Befragten mit 66% gegenüber 51% die Seilbahn deutlicher bevorzugen als die männlichen. Die **Seilbahn** wird außerdem **eher von den jüngeren Befragten** als Zugangsweg gewünscht. Die Befragten aus der **Fernregion** geben **häufiger** als die Befragten aus Passau und Umgebung an, dass sie **einen der beiden Zugangswege** genutzt hätten, wobei sie die **Seilbahn** vom Rathausplatz mit 55% **tendenziell weniger** präferieren als die Befragten aus Passau und Umgebung mit 72%.

Als **wichtigste Informationsquelle** zum Ausstellungsbesuch wurde von den Befragten die Plakatwerbung genannt. Erst **danach** folgten **mündliche Informationen von Freunden, Verwandten und Bekannten sowie die Berichte in regionalen und überregionalen Zeitungen**. Demgegenüber fielen die anderen Informationsquellen (Veranstaltungsprogramme, Fernsehberichte, Anzeigen, Freundeskreis des HdBG, Internet und Berichte im Rundfunk) weit weniger ins Gewicht. Die jeweils als am bedeutendsten eingeschätzte Informationsquelle hängt mit unterschiedlichen individuellen Merkmalen der Besucher/innen zusammen. So wurden die **unter 18-Jährigen** am häufigsten **von Freunden, Bekannten und Verwandten** zum Besuch der Ausstellung animiert, wohingegen die **älteren Besucher/innen häufiger** über **Zeitungsberichte** von der Ausstellung erfahren haben. Ähnliche Zusammenhänge zeigen sich auch hinsichtlich des Bildungsniveaus der Befragten. So ist die Bedeutung, die **Freunde, Bekannte und Verwandte** als Informationsquelle besitzen, **umso geringer, je gebildeter** oder **weniger historisch interessiert** die Befragten sind. Mit der Höhe der Bildung und des geschichtlichen Interesses nimmt **stattdessen** der **Einfluss von Zeitungsberichten** als Informationsquelle zu. Diese Ergebnisse werden durch eine Analyse des Informationsverhaltens in Abhängigkeit der Clusterzugehörigkeit der Befragten zum großen Teil bestätigt. So werden **Zeitungsberichte signifikant öfter** von den **"älteren, hoch interessierten Einzelbesuchern"** genutzt (27% gegenüber 17%), wohingegen das **unmittelbare soziale Umfeld** für die Besucher/innen, die aufgrund der oben dargestellten Eigenschaften den **"jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesuchern"** zugeordnet sind, **häufiger** ausschlaggebend ist als für die Vergleichsgruppe (25% gegenüber 16%). Zusammenfassend lässt sich damit festhalten, 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, hochgebildeten, historisch interessierten und versierten Ausstellungsbesuchern genutzt, wohingegen das unmittelbare soziale Umfeld für die jüngeren, weniger gebildeten mit geringerem historischem Interesse versehenen Gelegenheitsbesucher/innen ausschlaggebend ist.



Zum gestützten **Bekanntheitsgrad** des Hauses der Bayerischen Geschichte gilt es festzuhalten, dass **67%** der Befragten „**bereits vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört hatten**“. Vorauszuschicken ist hier, dass unsere Ergebnisse zeigen, dass die **"älteren, hoch interessierten Einzelbesucher" in einem weitaus größerem Umfang bereits vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört** haben als die "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesucher (78% gegenüber 63%). In der Folge bestätigt sich dieses Ergebnis für die Einzelmerkmale der Besucher/innen in den meisten Fällen. Der **Anteil** derer, denen das Haus der Bayerischen Geschichte ein Begriff war, **wuchs mit dem Alter** und der **formalen Bildung** der Befragten. Es zeigte sich auch ein **positiver Zusammenhang zum historischen und künstlerischen Interesse** der Befragten. Am größten ist der Bekanntheitsgrad unter den „versierten Besuchern“. **90%** der Befragten, **die mehrmals im Monat in Ausstellungen** und Museen gehen, **kannten das Haus der Bayerischen Geschichte**. Der Großteil derer, die angaben, bereits vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört zu haben, kannte es **von anderen Ausstellungen (58%)**. 27% nannten Zeitungsberichte, in denen sie vom Haus der Bayerischen Geschichte gelesen hatten, 24% haben darüber etwas in Rundfunk oder Fernsehen gehört und 20% kannten es von Plakaten. 14% gaben Freunde, Verwandte usw. als Informationsquelle an und 8% der Befragten wurden schließlich über den Freundeskreis des HdBG auf das Haus der Bayerischen Geschichte aufmerksam gemacht. Hinsichtlich der verschiedenen Aspekte, die für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte eine Rolle spielen, lassen sich alters- und bildungsspezifische Unterschiede feststellen. So haben die Besucher/innen **unter 18 Jahren seltener über andere Ausstellungen oder Zeitungsberichte** vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren als die Befragten aller anderen Altersgruppen. Die **Bedeutung von anderen Ausstellungen** für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte **nimmt** dagegen **mit dem Bildungsgrad der Befragten zu**. Des Weiteren haben die **"älteren, hoch interessierten Einzelbesucher" häufiger über andere Ausstellungen** Kenntnis vom Haus der Bayerischen Geschichte erhalten als die "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesucher".

Die Befragten sollten auch beurteilen, was sie von dem **Einsatz moderner Medien**, z.B. Computern in Ausstellungen halten. Von der überwiegenden Mehrheit der Befragten wird der Einsatz der modernen Medien **positiv** bewertet (**85%**). Jeweils 6% lehnen den Einsatz ab oder verhalten sich gleichgültig gegenüber dem Thema und 3% haben sich überhaupt nicht dazu geäußert. **Frauen** bewerten den Einsatz der neuen Medien **positiver** als Männer. Außerdem zeigt sich, dass **mit zunehmendem Alter** der Anteil derer zunimmt, die den **Einsatz moderner Medien nicht für gut** halten bzw. sich für diese Thematik nicht interessieren. Die **Höhergebildeten** bewerten die Verwendung der neuen Medien **nicht in gleichem Maße positiv** wie die Niedrig-

gebildeten. Der Einsatz der neuen Medien wird des Weiteren von den **Einzelbesuchern negativer** beurteilt als von den Gruppenbesuchern.

**23%** der Befragten gaben an, dass sie die **installierten Hörstationen fast immer genutzt** haben, **55%** verwendeten die Hörstationen gelegentlich und **21%** überhaupt nicht. **1%** der Befragten machte keine Angaben. Die **weiblichen Befragten** nutzten die Hörstationen **häufiger** als die männlichen. Des Weiteren zeigte sich, dass die **unter 18-Jährigen** im Verhältnis zu allen anderen Altersgruppen die Hörstationen **am häufigsten** einsetzten. Darüber hinaus haben die **"älteren, hoch interessierten Einzelbesucher"** die Hörstationen **häufiger genutzt** als die "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesucher". Schließlich werden die Hörstationen von den Besucher/innen der Ausstellung **umso häufiger** verwendet, **je höher** ihre **bayerischen bzw. ungarischen Geschichtskennnisse** sind.

Am Rande sollte mit der Besucherbefragung zur Landesausstellung 2001 auch der Versuch unternommen werden, zu erfassen, welches touristische Potenzial diese Ausstellung für den Ausstellungsort Passau hatte. Zusammengenommen ergibt sich, dass die Landesausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte in Passau auch für den Ausstellungsort selbst ein **nicht zu vernachlässigendes touristischen Potenzial** mobilisieren konnte, dessen ökonomischen Effekte für den Einzelhandel und das Gastgewerbe in der Stadt nicht unwesentlich gewesen sein dürften.

Abschließend ging es darum zu erfahren, ob und inwieweit sich die Besucher der Landesausstellung 2001 auch für **weitere Ausstellungen** des Hauses der Bayerischen Geschichte interessieren. Das **Thema "Heinrich II"** wird von **insgesamt 73%** der Befragten als **interessant** eingeschätzt. **15%** der Befragten interessieren sich für dieses Thema weniger oder überhaupt nicht und **12%** machten keine Angaben. Für das **Thema "Kardinal Karl Albrecht von Brandenburg und Aschaffenburg"** interessieren sich demgegenüber insgesamt nur **39%**, **37%** interessieren sich für dieses Thema weniger oder gar nicht und **24%** machten keine Angaben. Das Ausstellungsthema "Kaiser Heinrich II" wird sowohl von den **männlichen** als auch von den **höher gebildeten** Befragten **häufiger** für **interessant** gehalten als von den Frauen und Befragten mit niedriger formaler Bildung. **Je älter** die Befragten sind, **desto mehr** sind sie **an den beiden Ausstellungsthemen interessiert**. Außerdem interessieren sich die **"älteren, hoch interessierten Einzelbesucher"** **häufiger für die beiden Ausstellungsthemen** als die "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesucher".

Die **geplante Winterausstellung zu "Kardinal Karl Albrecht"** würden **31%** der Befragten **auf jeden Fall besuchen**, **44%** würden sie nur dann besuchen, wenn sie in der Nähe ihres Wohnortes wäre und **12%** würden nicht in die Ausstellung gehen. Die

restlichen 13% der Befragten machten keine Angaben. Die Besuchsabsicht hängt sowohl von geschlechts- als auch altersspezifischen Faktoren ab. So geben die **weiblichen Befragten häufiger** als die männlichen an, dass sie die Ausstellung nur dann besuchen wollen, **wenn sie in der Nähe ihres Wohnortes** stattfindet. Außerdem wird die **Besuchsabsicht umso häufiger** bekundet, **je älter** die Befragten sind. Mit 47% gegenüber 32% geben auch die **"älteren, hoch interessierten Einzelbesucher" häufiger** als die "jüngeren, niedrig interessierten Gruppenbesucher" an, dass sie die Ausstellung **auf jeden Fall besichtigen** möchten. Entsprechende Ergebnisse zeigen sich auch für die in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale. Die **interessegeleiteten und versierten Ausstellungsbesucher** bekunden **häufiger** als die nicht interessengeleiteten Gelegenheitsbesucher, dass sie die **Ausstellung** zu "Kardinal Karl Albrecht" **besuchen** werden.

## 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.
- Eisenstecken, E. (1994): Besucherbefragung zur Ausstellung „Herzöge und Heilige“. Ergebnisbericht. München.
- Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994a): Besucherbefragung zur Ausstellung „München - 'Hauptstadt der Bewegung'“. Ergebnisbericht . München.
- Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994b): Besucherbefragung zur Ausstellung „Lucas Cranach“. Ergebnisbericht. München.
- Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994c): Besucherbefragung zur Ausstellung „Schreibkunst, mittelalterliche Buchmalerei aus dem Kloster Seeon“. Ergebnisbericht. München.
- Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1995): Besucherbefragung zur Ausstellung „Salz Macht Geschichte“. Ergebnisbericht. München.
- Fröhlich, W. (1994): Das Publikum von Ausstellungen. Vortrag gehalten im Rahmen des Kolloquiums des Hauses der Bayerischen Geschichte "Ergebnisse der Cranach-Ausstellung" vom 24. bis 26.11.1994 in Naumburg/Saale.
- Fröhlich, W. (1995): Besucherforschung in Kronach, in: Haus der Bayerischen Geschichte, Bayerische Staatskanzlei (Hg.): Lucas Cranach - Ein Maler-Unternehmer aus Franken. Abschlußbericht und Kolloquium zur Ausstellung. Augsburg, S. 39-46.
- Fröhlich, W. (1999a): Besucherbefragung zur Ausstellung „Ein Herzogtum und viele Kronen“. Ergebnisbericht . München.

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