


Ausgewählte Ergebnisse der Besucherforschung des Hauses der Bayerischen Geschichte

Das Haus der Bayerischen Geschichte führt seit mehreren Jahren zusammen mit dem  Sozialwissenschaftliches Institut München (www.sim-sozialforschung.de) Besucherbefragungen für seine Landesausstellungen durch. Diese sind damit quasi eingebettet in eine Langzeitstudie, die zum einen die lückenhaften Kenntnisse über Museums- und Ausstellungsbesucher/innen in komparativ-systematischer Weise verbessern soll. Zweitens sollen dadurch Informationen über das Ausstellungspublikum der Landesausstellungen gewonnen werden und drittens geht es darum zu ermitteln, wie die einzelnen Ausstellungen vom breiten Publikum aufgenommen werden und inwieweit es gelungen ist, den Besucher/innen zum jeweiligen Ausstellungsthema neue Informationen zu vermitteln.

In erster Linie sollen diese Untersuchungen Art und Stärke der Unterschiede von Besucherstrukturen in Abhängigkeit von Ausstellungsthemen und –orten ermitteln. 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 und letztlich dienen die von den Besucherinnen und Besuchern vorgenommenen Bewertungen dazu, 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 die Gestaltung zukünftiger Ausstellungen fruchtbar zu machen.

Einer der Fragenkomplexe der Untersuchungen versucht, zu erfassen, welches Publikum mit der jeweiligen Ausstellung erreicht werden konnte und mit welchen Mitteln der Öffentlichkeitsarbeit bestimmte Personengruppen besonders anzusprechen sind. Die Ergebnisse dieses Themenbereiches und damit im wesentlichen das Sozialprofil und andere wichtige individuelle Merkmale der Besucher/innen der Landesausstellungen sollen im folgenden im Vordergrund stehen.

Insgesamt lässt sich das Ausstellungspublikum der Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte wie folgt charakterisieren

- Die Besucher/innen sind im Vergleich zur bundesdeutschen Bevölkerung überdurchschnittlich hoch gebildet. Der Anteil dieser hochgebildeten Besucherinnen und Besucher liegt bei den meisten Landesausstellungen zwischen 64 % und 70 % und ist damit mehr als dreimal so hoch wie der Anteil der Personen mit Abitur in der Bundesrepublik insgesamt. Eine Erklärung für dieses Phänomen ist sicher darin zu sehen, dass Höhergebildete, wie unsere Untersuchungen bestätigen, ganz allgemein häufiger in Ausstellungen gehen. Gegenüber diesen Zahlen fallen die Landesausstellungen „Salz Macht Geschichte“ und „Ein Herzogtum und viele Kronen“ mit rund 56 % hochgebildeten Be-

sucher/innen zumindest ein wenig ab. Mit jeweils etwa einem Fünftel der Befragten besuchten diese beiden Ausstellungen teilweise doppelt so viele Personen mit niedrigen Bildungsabschlüssen wie die anderen Landesausstellungen (siehe Tabelle 2). Unsere Untersuchungen zeigen jedoch auch, dass das Nahbereichspublikum aus der unmittelbaren Umgebung des Ausstellungsortes bezüglich des Bildungsniveaus durchaus eine breitere Streuung aufweist und damit der Anteil der Besucher/innen mit niedrigen oder mittleren Bildungsabschnitten höher ist als im Durchschnitt der Besucher/innen insgesamt. In der Ausstellungsregion selbst haben die Ausstellungen also zweifellos eine gewisse Breitenwirkung.

- Der Großteil der Besucher/innen der Landesausstellungen ist mittleren bis höheren Alters. Im Vergleich mit der bundesdeutschen Bevölkerung sind vor allem die 45-jährigen und älteren Personen überdurchschnittlich oft unter dem Ausstellungspublikum zu finden. Beträgt der Anteil dieser Personengruppe in der Bevölkerung rund 48 %, so sind es bei den Landesausstellungen zwischen 56 % und 69 %. Eine Ausnahme bildet hier die Landesausstellung zur „Geschichte der Frauen in Bayern“ in Ingolstadt, die im Vergleich dazu ein sehr junges Publikum anlockte. Hier waren nur 36 % der Besucher/innen 45 Jahre oder älter. Dies zeigt sich auch, wenn wir das Durchschnittsalter der Besucher/innen der Landesausstellungen betrachten. Es liegt in der Regel zwischen 47 und 51 Jahren; demgegenüber war das Publikum der Ingolstädter Ausstellung im Durchschnitt „nur“ 38,5 Jahre alt (siehe Tabelle 1).
- Die geschlechtsspezifische Verteilung des Publikums entspricht im allgemeinen derjenigen in der Bevölkerung insgesamt. Ausnahmen hiervon sind für die Ingolstädter Ausstellung und die Landesausstellung „Bayern & Preußen & Bayerns Preußen“ in Kulmbach festzuhalten. Während die Ausstellung in Ingolstadt – sicher auch aufgrund ihres Themas – von überdurchschnittlich vielen Frauen besucht wurde, waren bei der Kulmbacher Landesausstellung eindeutig die Männer in der Mehrzahl (siehe Grafik 1).
- Von der beruflichen Stellung her bilden fast immer Angestellte (21% bis 32 %), Beamte (13 % bis 18%), in Ausbildung befindliche Personen (11% bis 24 %) und Rentner (22 % bis 28 %) die stärksten Besuchergruppen. Ausnahmen sind auch hier für einzelne Landesausstellungen zu beobachten. Hervorzuheben ist der relativ geringe Anteil von Rentnern bei der Landesausstellung „Geschichte der Frauen in Bayern“ sowie der geringe Anteil der sich in Ausbildung befindlichen Befragten bei der Ausstellung „Salz Macht Geschichte“ (siehe Tabellen 4 und 5).
- Es ist davon auszugehen, dass viele Besucher/innen, die zu den Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte kommen, mit einem hohen allgemeinen geschichtlichen Interesse ausgestattet sind. Für einen Großteil der untersuchten Landesausstellungen liegt der Anteil der Besucher/innen, die nach eigener Einschätzung über ein hohes geschichtliches Interesse ganz allgemein verfügen bei 44 % bis 54 %. Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang die Ausstellung „Salz Macht Geschichte“, die mit rund 74 % sehr viele geschichtlich interessierte Besucher/innen aufwies. In dieser Landesausstellung trafen wir auch diejenigen Besucher/innen an, die im Vergleich mit den anderen untersuchten Ausstellungen über relativ gute Kenntnisse der bayerischen Geschichte verfügten (48 % im Gegensatz zu 6 % bis 23 %). Ähnlich hoch ist -

mit wenigen Ausnahmen - das Interesse des Publikums an Kunst und Malerei (38 % bis 56 %). Die Landesausstellungen zeichnen sich also durch ein geschichtlich und an Kunst interessiertes Publikum aus, das darüber hinaus bis zu einem gewissen Grad sogar über sehr detaillierte Kenntnisse bayerischer bzw. fränkischer Geschichte verfügt (siehe Tabelle 6).

- Auch die Motivationslage spiegelt die Interessiertheit des Publikums wider. So kommt ein überwiegender Teil der Besucher/innen der Landesausstellungen entweder aus einem allgemeinen (kunst-)geschichtlichen Interesse oder aus einem speziellen Interesse am jeweiligen Thema oder an den Exponaten zu den Ausstellungen. Obwohl diese interessengeleiteten Motivationsstrukturen eindeutig im Vordergrund stehen, ist es mit den Landesausstellungen aber auch gelungen, einige Personen zu einem Besuch zu bewegen, die normalerweise nicht in Museen oder Ausstellungen anzutreffen sind. So bekunden - mit Ausnahme der kunsthistorischen Ausstellung zur Buchmalerei im Kloster Seeon - 5 % bis 10 % der Besucher/innen „eher zufällig in der Ausstellung“ zu sein (siehe Tabelle 7).
- Ein weiteres wichtiges Merkmal, das in vielen Studien zur Beschreibung von Besucherstrukturen herangezogen wird, ist die allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen. Man unterscheidet dabei zwischen sogenannten „habituellen bzw. versierten Besuchern“ mit mindestens sechs Museumsbesuchen pro Jahr und Gelegenheitsbesuchern. Die Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte zeichnen sich im allgemeinen dadurch aus, dass etwa ein Viertel des Publikums den „versierten Ausstellungsbesuchern“ zuzurechnen ist. Ausnahmen bildeten hier die Ausstellungen in Coburg und Kulmbach, bei denen für die habituellen Besucher lediglich Anteile von etwa 16 % zu verzeichnen sind. Der Anteil der Gelegenheitsbesucher/innen mit höchstens einem Ausstellungsbesuch pro Jahr bewegt sich für die untersuchten Ausstellungen im allgemeinen zwischen 14 % und 23 %; für die Ausstellung zur Buchmalerei in Seeon liegt er bei „nur“ 8 %. Man kann schließlich festhalten, dass der Anteil der habituellen Besucher/innen bei den Landesausstellungen unter demjenigen liegt, der in verschiedenen Untersuchungen für die Bundesrepublik bezüglich unterschiedlichster Museumstypen erhoben wurde. Die entsprechenden Anteile betragen hier 60 % und mehr. Die Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte sind also augenscheinlich nicht nur für die Gruppe der „versierten Besucher/innen“ von Interesse und damit auf eine sehr spezifische Gruppe zugeschnitten, sondern werden in einem größeren Umfang als andere Ausstellungen oder Museen auch von Besucherinnen und Besuchern frequentiert, die eher dem „gemäßigten Ausstellungspublikum“ zuzurechnen sind (siehe Tabelle 8).
- Außerhäusliche Kulturaktivitäten wie Museums- oder Ausstellungsbesuche erfolgen zum Großteil in Begleitung von anderen Personen. Dies zeigt sich auch für die Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte. Der Anteil der Einzelbesucher/innen lag hier für alle untersuchten Ausstellungen lediglich zwischen 7 % und 19 %. Ein überwiegender Teil des Publikums kam mithin in Begleitung durch den oder die Partner/in oder Freunde, Bekannte bzw. in Gruppen, seien es nun Schulklassen, Reisegruppen oder Vereine, in die jeweilige Ausstellung (siehe Tabelle 10)

Soweit die wichtigsten Ergebnisse zum Sozialprofil und anderen wichtigen individuellen Merkmalen der Ausstellungsbesucher/innen des Hauses der Bayerischen Geschichte. Abschließend soll nun noch kurz ein Ergebnis unserer Untersuchungen berichtet werden, das unter dem Gesichtspunkt des Museumsmarketings interessant erscheint, nämlich die unterschiedlichen Informationsquellen über die Ausstellungen:

- Ein für das Marketing und die Werbung wichtiger Bereich ist die Wirkung verschiedener Informationsquellen, die für den Ausstellungsbesuch verantwortlich waren. Für die Landesausstellungen ergibt sich ganz generell eine Zweiteilung von Informationskanälen. Auf der einen Seite spielen Berichte in den Printmedien, Plakate und die „Mund-zu-Mund-Propaganda“ durch Freunde usw. mit unterschiedlicher Gewichtung bei den einzelnen Ausstellungen die größte Rolle. Auf der anderen Seite kann man festhalten, dass sowohl Berichte in Rundfunk und Fernsehen als auch allgemeine Veranstaltungsprogramme und der Freundeskreis des Hauses der Bayerischen Geschichte als Informationsquellen nur eine untergeordnete Rolle spielen (siehe Tabelle 9). Ganz allgemein sollte man berücksichtigen, dass – wie unsere Untersuchungen zeigen - die Printmedien eher von den hochgebildeten Besucher/innen der Landesausstellungen als Informationsquellen genutzt werden, während die „Mund-zu-Mund-Propaganda“ als Informationskanal eher bei den Personen mit niedriger oder mittlerer Bildung zu verorten ist.

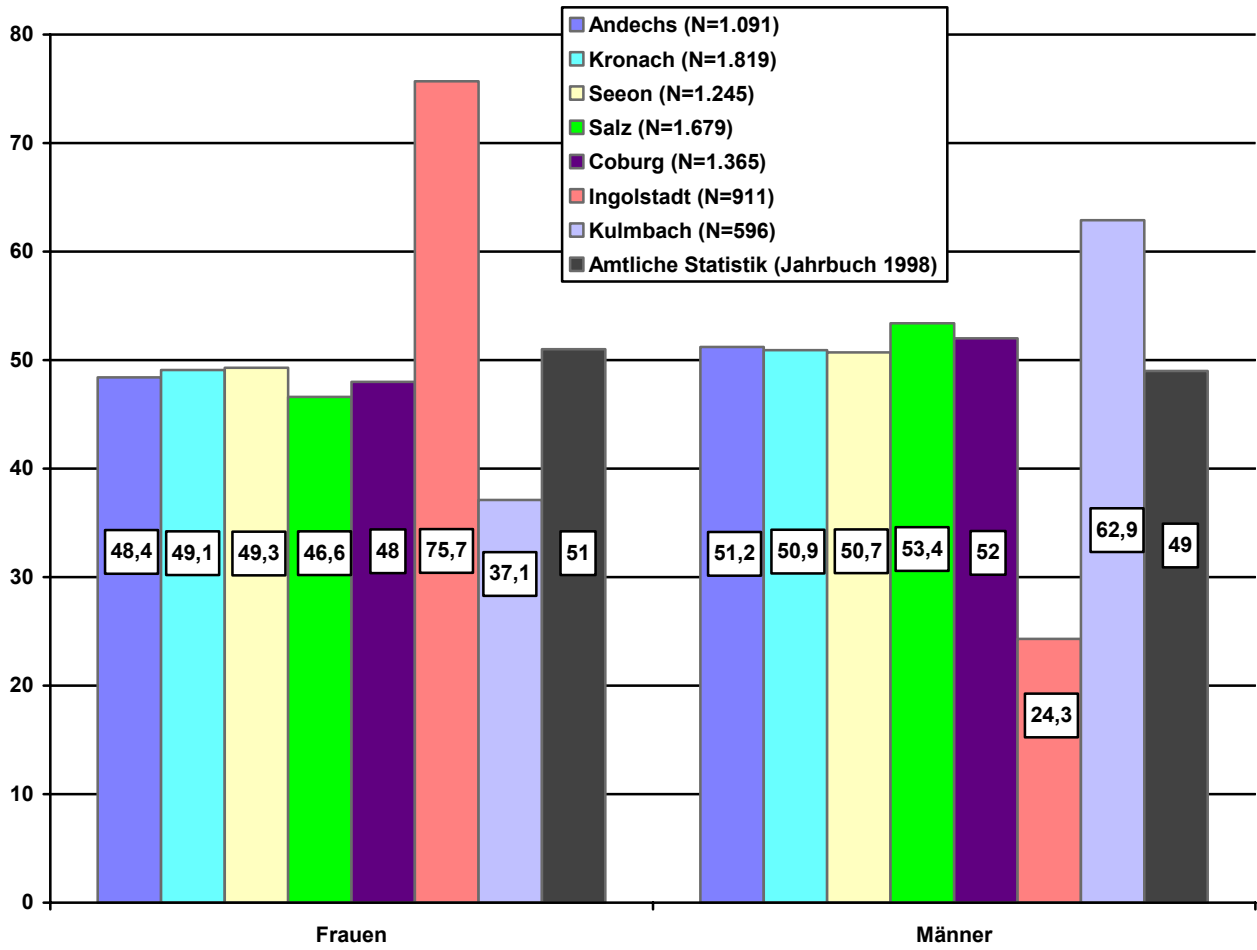
Tabelle 1: Alter der Befragten (Angaben in v.H.)

	Bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 bis 74 Jahre	75 Jahre und älter	Durchschnittsalter in Jahren
ANDECHS (N = 1.091)	20,1	17,4	35,4	30,1	3,3	48,5
KRONACH (N = 1.819)	18,3	19,1	35,7	24,0	2,9	48,0
SEEON (N = 1.245)	14,6	18,5	34,5	27,2	5,2	50,0
SALZ (N = 1.679)	11,1	25,0	33,2	23,6	7,1	50,0
COBURG (N = 1.365)	20,9	23,1	28,8	23,9	3,3	46,5
INGOLSTADT (N = 911)	31,4	32,9	22,5	12,8	0,3	38,5
KULMBACH (N = 569)	14,7	21,1	27,4	33,7	4,2	51,0
Amtliche Statistik (Stat. Jahrb. 1998)	24,1	28,0	23,0	16,9	8,0	- -



Sozialwissenschaftliches Institut München
Quelle: Eigene Erhebungen

Grafik 1: Geschlecht der Befragten (Angaben in v.H.)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Quelle: Eigene Erhebungen

Tabelle 2: Bildungsniveau der Befragten (Angaben in v.H.)

	Kein Abschluss u. Volks-/Haupt- schulabschluss	Mittlere Reife	Fachhoch- schulreife und Abitur	Akademischer Abschluss
ANDECHS (N = 1.091)	13,1	19,5	26,7	40,2
KRONACH (N = 1.819)	10,7	19,3	27,1	42,8
SEEON (N = 1.245)	14,5	20,1	21,1	44,3
SALZ (N = 1.679)	19,3	24,5	21,8	34,4
COBURG (N = 1.365)	17,7	24,8	25,1	32,4
INGOLSTADT (N = 911)	10,0	26,2	28,0	35,9
KULMBACH (N = 596)	9,5	21,1	26,3	44,2
Amtliche Statistik (Stat. Jahrbuch 1998)	52,4	25,1	14,4	8,1



Sozialwissenschaftliches Institut München

Quelle: Eigene Erhebungen

Tabelle 3: Erwerbstätigkeit der Befragten (Angaben in v.H.)

	Vollzeit erwerbstätig	Teilzeit erwerbstätig	Nicht erwerbstätig
ANDECHS (N = 1.091)	44,6	8,5	46,9
KRONACH (N = 1.819)	45,3	8,8	45,9
SEEON (N = 1.245)	43,3	6,4	50,3
SALZ (N = 1.679)	51,8	7,4	40,9
COBURG (N = 1.365)	45,2	6,8	48,0
INGOLSTADT (N = 911)	39,5	15,4	45,0
KULMBACH (N = 596)	42,1	7,4	50,5
Amtliche Statistik (Stat. Jahrbuch 1998)	37,3	7,4	55,3



Sozialwissenschaftliches Institut München

Quelle: Eigene Erhebungen

Tabelle 4: Berufliche Stellung der erwerbstätigen Befragten (Angaben in v.H.) ¹

	Landwirt/in	Selbständige(r)	Arbeiter/in	Angestellte(r)	Beamtin/ Beamter
ANDECHS (N = 1.091)	- -	- -	- -	- -	- -
KRONACH (N = 1.819)	0,6	9,4	1,9	24,9	17,9
SEEON (N = 1.245)	0,7	7,3	1,7	22,4	18,2
SALZ (N = 1.679)	0,5	8,2	4,7	32,1	13,3
COBURG (N = 1.365)	0,5	7,0	3,7	28,1	12,7
INGOLSTADT (N = 911)	0,6	6,8	2,3	29,3	15,8
KULMBACH (N = 596)	- -	7,0	3,0	21,0	17,0



Sozialwissenschaftliches Institut München
Quelle: Eigene Erhebungen

Tabelle 5: Berufliche Stellung der nicht erwerbstätigen Befragten (Angaben in v.H.)

	Hausfrau/- mann	In Ausbildung	Rente/Pension	Arbeitslos	Mith. Familien- mitglieder oder Wehr-/Zivild.
ANDECHS (N = 1.091)	- -	- -	- -	- -	- -
KRONACH (N = 1.819)	9,2	12,4	21,5	1,2	1,2
SEEON (N = 1.245)	11,7	9,5	26,9	0,4	1,2
SALZ (N = 1.679)	10,6	4,6	21,5	1,4	0,9
COBURG (N = 1.365)	5,8	13,8	22,9	3,7	1,9
INGOLSTADT (N = 911)	7,5	23,7	9,1	1,2	1,3
KULMBACH (N = 596)	7,0	11,0	28,0	1,0	1,0



Sozialwissenschaftliches Institut München
Quelle: Eigene Erhebungen

¹ Die Basis der Berechnung der Anteile in den Tabellen 4 und 5 bilden die insgesamt befragten Ausstellungsbesucher/innen. Daraus folgt, daß sich die Anteile in den einzelnen Tabellenzeilen nicht auf 100 % aufaddieren.

Tabelle 6: Interessen und Kenntnisse der Befragten (Angaben in v.H.)

	Geschichtliches Interesse			Kenntnisse der baye- rischen (fränkischen) Ge- schichte			Interesse an Kunst und Ma- lerei		
	Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig	Mittel	Hoch
ANDECHS (N = 1.091)	4,2	41,5	54,2	22,7	54,8	22,5	17,6	43,4	39,0
KRONACH (N = 1.819)	4,7	47,3	48,0	44,6	45,1	10,3	5,7	44,5	49,8
SEEON (N = 1.245)	4,4	45,1	50,5	24,8	57,3	17,9	5,5	44,1	50,4
SALZ (N = 1.679)	5,8	20,7	73,5	20,7	31,7	47,6	20,7	22,8	56,4
COBURG (N = 1.365)	5,8	50,4	43,8	36,8	49,7	13,5	19,6	47,9	32,5
INGOLSTADT (N = 911)	6,5	48,1	45,4	64,5	29,8	5,7	11,3	51,2	37,5
KULMBACH (N = 596)	7,2	46,8	47,0	34,4	50,5	15,1	19,0	48,7	32,3



Sozialwissenschaftliches Institut München
Quelle: Eigene Erhebungen

Tabelle 7: Motive der Befragten zum Ausstellungsbesuch (Angaben in v.H.);
bei Andechs, Kronach und Salz waren Mehrfachantworten möglich

	Spezielles Interesse am Thema oder an den Objekten	Allgemeines In- teresse an der (Kunst-)Geschichte	Tourist/in	Eher zufällig in der Ausstellung
ANDECHS (N = 1.091)	89,5	18,5	22,1	8,5
KRONACH (N = 1.819)	108,5	38,5	32,4	6,5
SEEON (N = 1.245)	33,1	38,1	25,1	3,7
SALZ (N = 1.679)	103,8	63,9	54,2	7,4
COBURG (N = 1.365)	82,8	- -	23,4	- -
INGOLSTADT (N = 911)	77,4	hier: Titel hat neu- gierig gemacht 9,0	2,4	11,2
KULMBACH (N = 596)	34,5	48,5	12,0	5,0



Sozialwissenschaftliches Institut München
Quelle: Eigene Erhebungen

Tabelle 8: Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen im allgemeinen (Angaben in v.H.)

	Höchstens einmal im Jahr	Zwei- bis fünfmal im Jahr	Alle ein bis zwei Monate	Mehrmals im Monat
ANDECHS (N = 1.091)	13,6	62,3	16,4	7,6
KRONACH (N = 1.819)	15,4	58,9	18,4	7,3
SEEON (N = 1.245)	8,2	62,6	22,9	6,3
SALZ (N = 1.679)	19,3	58,5	17,7	4,5
COBURG (N = 1.365)	22,9	61,1	12,2	3,8
INGOLSTADT (N = 911)	17,5	60,7	17,8	4,0
KULMBACH (N = 596)	16,3	67,3	12,2	4,2



Sozialwissenschaftliches Institut München
Quelle: Eigene Erhebungen

Tabelle 9: Hauptinformationsquelle der Befragten für den Ausstellungsbesuch (Angaben in v.H.); bei Andechs waren Mehrfachantworten möglich

	Freunde, Verwandte usw.	Plakate	Berichte in Zeitungen	Berichte in Rundfunk / Fernsehen	Prospekte/ Veranstaltungsprogr.	Freundeskreis des HdBG
ANDECHS (N = 1.091)	34,8	32,6	22,1	18,0	- -	- -
KRONACH (N = 1.819)	27,5	20,6	40,0	8,0	- -	3,9
SEEON (N = 1.245)	27,0	30,7	24,4	13,1	- -	4,8
SALZ (N = 1.679) *)	RO: 21,2 BR: 26,3 TS: 26,7	RO: 38,0 BR: 40,7 TS: 32,9	RO: 13,1 BR: 18,7 TS: 31,4	RO: 17,2 BR: 12,1 TS: 17,5	RO: 24,4 BR: 11,9 TS: 16,5	RO: 6,8 BR: 5,8 TS: 7,1
COBURG (N = 1.365)	30,6	31,6	26,6	10,8	5,8	4,1
INGOLSTADT (N = 911)	42,2	21,1	25,1	3,8 (+ Internet: 4,5)	4,9	2,2
KULMBACH (N = 596)	23,7	28,0	32,3	6,5	7,5	3,2

*) Drei Ausstellungsorte: RO = Rosenheim, BR = Bad Reichenhall und TS = Traunstein



Sozialwissenschaftliches Institut München
Quelle: Eigene Erhebungen

Tabelle 10: Begleitung zum Ausstellungsbesuch (Angaben in v.H.);
bei Andechs waren Mehrfachantworten möglich

	Ich bin alleine gekommen	(Ehe-)Partner	Freunde usw.	Schulklasse	Andere Grup- pe
ANDECHS (N = 1.091)	14,0	- -	82,2	2,8	1,0
KRONACH (N = 1.819)	14,7	- -	74,9	3,3	7,1
SEEON (N = 1.245)	11,5	- -	80,4	0,8	7,3
SALZ (N = 1.679)	18,5	- -	70,3	- -	11,2
COBURG (N = 1.365)	6,7	51,6	32,4	- -	9,3
INGOLSTADT (N = 911)	12,0	27,8	34,1	16,9	9,1
KULMBACH (N = 596)	13,0	48,5	30,5	5,2	3,8



Sozialwissenschaftliches Institut München
Quelle: Eigene Erhebungen