

Besucherbefragung zur Landesausstellung

Edel und Frei. Franken im Mittelalter

Forchheim
11. Mai 2004 bis 24. Oktober 2004

Ergebnisbericht

Werner Fröhlich
Joachim Nöthen
München, Januar 2005

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Themen, Fragestellungen, Untersuchungsmethode und Erhebungsinstrument der Untersuchung	4
2.1 Auswahlverfahren.....	5
2.2 Stichprobe und Repräsentativität.....	5
2.3 Befragungssituation und Antwortverhalten.....	6
2. Untersuchungsergebnisse.....	8
2.1 Sozialprofil der AusstellungsbesucherInnen	8
2.1.1 Alter	8
2.1.2 Geschlecht.....	11
2.1.3 Bildung	12
2.1.4 Erwerbstätigkeit und Erwerbsstatus	13
2.1.5 Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen.....	17
2.1.6 Staatsangehörigkeit der Befragten und Einzugsgebiet der Ausstellung	
2.1.7 Interessen und Kenntnisse der AusstellungsbesucherInnen.....	18
2.1.8 Motivation und Anregung zum Ausstellungsbesuch	20
2.1.9 Zusammenfassung - Sozialprofil der AusstellungsbesucherInnen.....	34
2.1.10 Cluster der Besuchergruppen	35
2.2 Besucherverhalten	36
2.2.1 Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen.....	36
2.2.2 Erst- und WiederholungsbesucherInnen	41
2.2.3 Die Sozialität der AusstellungsbesucherInnen	42
2.2.4 Teilnahme an Führungen	47
2.2.5 Kauf einer Publikation oder von Medien zur Ausstellung.....	48
2.2.6 Intensität des Ausstellungsbesuchs.....	60
2.3 Wahrnehmung und Bewertung der Ausstellungsinhalte.....	66
2.3.1 Bewertung der einzelnen Ausstellungsabteilungen	66
2.3.2 Einflussfaktoren auf die Bewertungen der BesucherInnen.....	68
2.3.2.1 Bewertung der Ausstellung und Besuchergruppen.....	68
2.3.2.2 Bewertung der Ausstellungsinhalte und anderer Merkmale der Ausstellung.....	69
2.3.2.3 Bewertung der Ausstellung und Kauf einer Publikation	71
2.3.3 Eindrucksvollstes Exponat der Ausstellung.....	72
2.3.4 Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung	80
2.3.5 Über die Ausstellung vermittelte Informationen.....	82
2.3.6 Vorstellungen über Franken nach dem Ausstellungsbesuch.....	83
2.3.7 Bewertung der Ausstellungstexte	85
2.3.8 Bewertung der Führungen	88
2.3.9 Nutzung der Medienstationen	89
2.4 Interesse an und Bewertung der Ausstellungsthematik und –gestaltung.....	
2.4.1 Bewertung der Ausstellungsinszenierung der Landesausstellung	
2.4.2 Bewertung einzelner Merkmale der Ausstellungsobjekte	

	Seite
2.5	Infrastrukturelle Einrichtungen und Serviceleistungen..... 89
2.6	Die Bedeutung verschiedener Informationsquellen 93
2.7	Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte..... 99
2.8	Besuch von Begleitausstellungen und KulTour-Pfad-Orten..... 103
2.9	Touristisches Potenzial für den Ausstellungsort 106
2.10	Interesse der BesucherInnen an weiteren Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte 107
3.	Zusammenfassung..... 111
	Literaturverzeichnis 124

1. Themen, Fragestellungen, Untersuchungsmethode und Erhebungsinstrument der Untersuchung

Die Landesausstellung 2004 „Edel und frei. Franken im Mittelalter“ wurde wie viele andere Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte durch eine Besucherbefragung begleitet, die vom  Sozialwissenschaftliches Institut München zusammen mit dem Haus der Bayerischen Geschichte konzipiert und durchgeführt wurde. Der vorliegende Bericht dokumentiert die wichtigsten Ergebnisse dieser Befragung.

Die Befragung erfolgte in schriftlicher Form mittels eines siebenseitigen Fragebogens, der 42 Fragen umfasste. Der Fragebogen wurde in seiner Gestaltung möglichst einfach gehalten, um von einem breiten Personenkreis problemlos beantwortet werden zu können. Auf Filterführungen wurde daher fast gänzlich verzichtet. Die einzelnen Fragen ließen zum Teil Mehrfachantworten zu.

1.1 Auswahlverfahren

Die zu befragenden AusstellungsbesucherInnen wurden nach einem Zufallsverfahren ausgewählt. Etwa jede(r) vierzehnte BesucherIn wurde von einer Interviewerin bzw. einem Interviewer angesprochen und gebeten, sich an einer kurzen Befragung zur Ausstellung zu beteiligen.

Die Befragung erfolgte in drei Wellen und umfasste insgesamt zwei volle Ausstellungswochen. Die erste Befragungswelle wurde vom 12. bis 15. Juli 2004 durchgeführt, die zweite Welle vom 16. bis 22. August 2004 in der Haupturlaubszeit und die dritte Befragungswelle vom 8. bis 10. Oktober 2004 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 sollte die Untersuchung von Veränderungen im Ausstellungsverlauf ermöglichen. Außerdem wurde bei der Wahl der Befragungszeitpunkte davon ausgegangen, dass während der Werktage ein anderes Publikum in die Ausstellung kommt als während der Wochenenden. Schließlich wurde 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.

1.2 Stichprobe und Repräsentativität

Im Zeitraum vom 11. Mai bis zum 24. Oktober 2004 haben insgesamt knapp 200.000 Personen die Ausstellung "Edel und Frei. Franken im Mittelalter" besucht. Befragt wurden im Rahmen dieser Untersuchung insgesamt 988 Personen, wobei 36 Fragebögen so unvollständig ausgefüllt wurden, dass sie nicht in die Untersuchung eingehen konnten. Für die Auswertung standen damit die Daten von insgesamt 952 befragten AusstellungsbesucherInnen zur Verfügung.

Insgesamt haben sich 69% der angesprochenen BesucherInnen 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 ein realistisches Abbild der Einschätzungen aller AusstellungsbesucherInnen ergeben hat.

1.3 Befragungssituation und Antwortverhalten

Die Fragebögen wurden im Ausgangsbereich nach einem Zufallsverfahren an ausgewählte BesucherInnen verteilt, die diese an Ort und Stelle ausfüllen sollten. Die Bearbeitung eines Fragebogens nahm zwischen 15 und 25 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 liegt im Großen und Ganzen im erwarteten Rahmen und ist insgesamt eher 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 952 nicht immer erreicht wird.

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

Verständlicherweise gab es am Ende des Besuchs dieser umfangreichen Ausstellung auch Verweigerungen. Bei einer Anzahl von 988 Befragten sind im ganzen 450 Verweigerungen festzuhalten. Von den InterviewerInnen wurden somit während der Befragung insgesamt 1.438 AusstellungsbesucherInnen angesprochen. Wie bereits erwähnt haben sich damit rund zwei Drittel der Angesprochenen an der Untersuchung beteiligt. Häufigste Begründungen für Verweigerungen waren: "keine Zeit", "keine Lust" und "kein Interesse".

In der nachfolgenden Tabelle sind die täglichen Besucherzahlen während der drei Befragungswellen, die täglich befragten BesucherInnen und die Befragungsquoten angegeben. Daraus wird ersichtlich, dass die durchschnittliche Befragungsquote pro Tag 5% betrug, das heißt, jede(r) zwanzigste BesucherIn wurde befragt.

Tabelle 1: BesucherInnen, Befragungen und Befragungsquoten

1. Welle 12.07. – 15.07.	BesucherInnen insgesamt	Angesprochene BesucherInnen	Verweigerungen	Befragte BesucherInnen	Befragungsquote ¹
Mo	691	62	28	34	4,9%
Di	1.136	109	59	50	4,4%
Mi	1.169	114	61	53	4,5%
Do	1.447	140	83	57	3,9%
2. Welle 16.08. – 22.08.					
Mo	686	76	16	60	8,7%
Di	1.195	94	18	76	6,4%
Mi	1.180	90	18	72	6,1%
Do	1.241	94	21	73	5,9%
Fr	1.338	98	25	73	5,5%
Sa	1.380	101	28	73	5,3%
So	2.273	127	29	98	4,3%
3. Welle 08.10. – 10.10.					
Fr	1.155	93	28	65	5,6%
Sa	2.048	118	19	99	4,8%
So	2.993	122	17	105	3,5%
Insgesamt	19.932	1.438	450	988	5,0%

¹ Die Befragungsquote errechnet sich aus dem Verhältnis von befragten Personen und BesucherInnen insgesamt.

2. Untersuchungsergebnisse

2.1 Sozialprofil der AusstellungsbesucherInnen

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

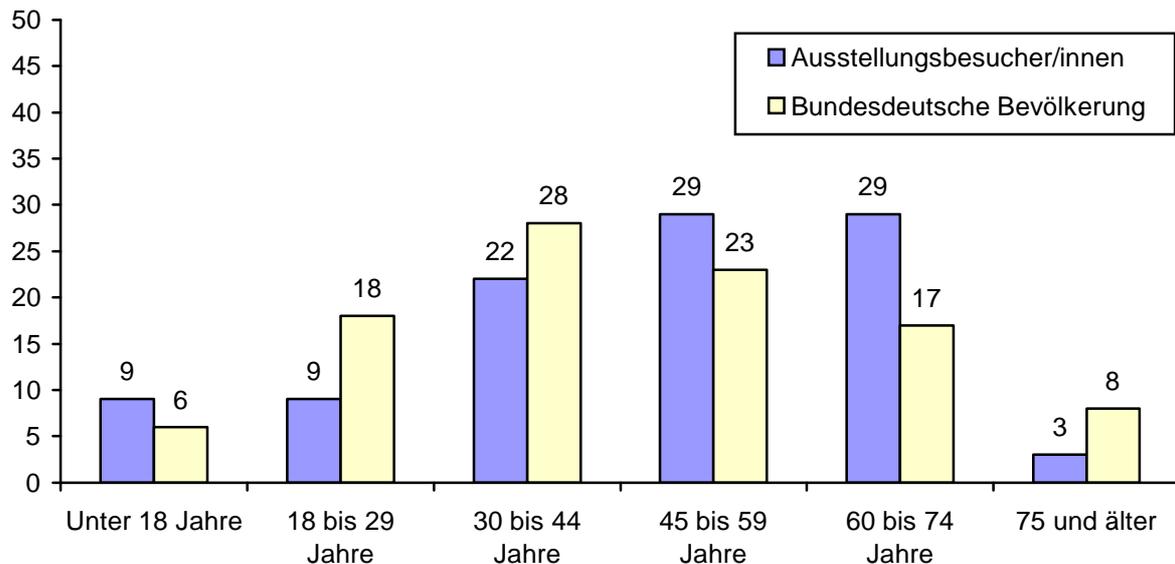
2.1.1 Alter

Die Untersuchung der Altersstruktur der befragten AusstellungsbesucherInnen ist deshalb besonders interessant, weil dazu bereits Daten aus sehr vielen anderen Studien aus den achtziger und 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 BesucherInnen ermittelt werden konnte, wird dagegen ein neues Stereotyp vom „jungen Museumsbesucher“ propagiert.

Hinsichtlich der Altersverteilung der befragten AusstellungsbesucherInnen zeigt sich (*Grafik 1*), dass im Vergleich zur bundesdeutschen Bevölkerung vor allem die Altersgruppe der 60- bis 74-Jährigen überproportional vertreten war (29% in der Stichprobe gegenüber 17% in der Gesamtbevölkerung). Schwächer repräsentiert waren dagegen die Altersgruppen der 18- bis 29-Jährigen, der 30- bis 44-Jährigen und der über 74-jährigen. Letzteres lässt sich darauf zurückführen, dass es häufig gesundheitliche Probleme sind, die in dieser Altersgruppe die Mobilität und damit auch die Möglichkeit Ausstellungen zu besuchen deutlich einschränkt. Mit drei Prozentpunkten ist auch der Anteil der unter 18-Jährigen bei dieser Ausstellung etwas höher als in der Gesamtbevölkerung, was damit zusammenhängt, dass die Ausstellung von vielen Schulklassen besucht wurde.

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

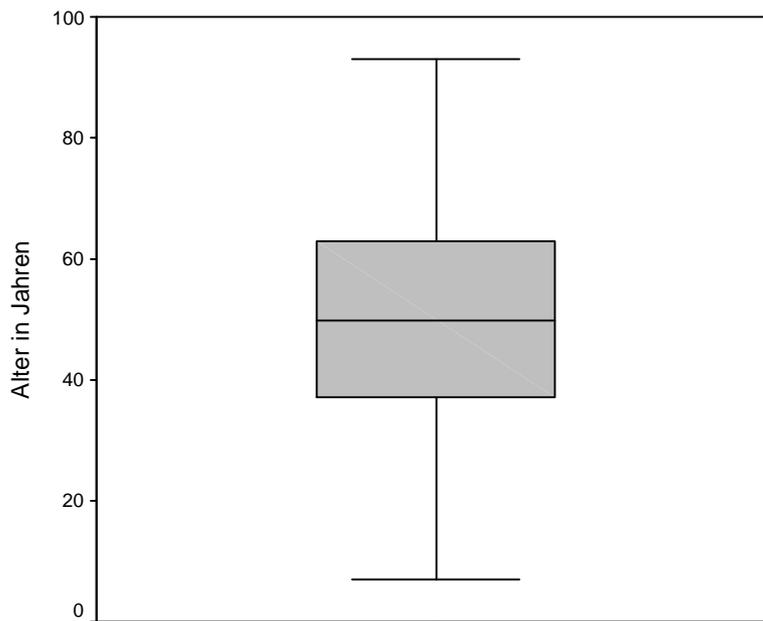
Grafik 1: Alter der AusstellungsbesucherInnen im Vergleich mit der bundesdeutschen Bevölkerung (Statistisches Jahrbuch 2000; Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Erwähnenswert ist an dieser Stelle, dass das Durchschnittsalter der Befragten bei 48 Jahren lag. Es zeigt sich, dass jeweils die Hälfte der AusstellungsbesucherInnen jünger bzw. älter als 50 Jahre war (*Grafik 2*). Ein Viertel des befragten Publikums war unter 37 Jahre alt, weitere 25% waren über 63 Jahre alt. Die jüngste befragte Besucherin war 7 Jahre, der älteste Befragungsteilnehmer war 93 Jahre alt. Insgesamt ist die altersspezifische Streuung der erfassten Personen allerdings relativ gering; die Standardabweichung liegt bei etwa 18 Jahren.

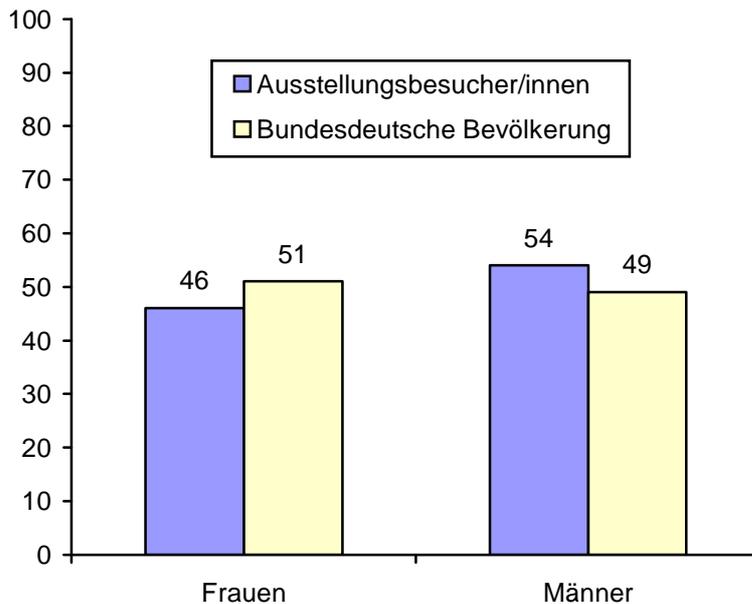
Grafik 2: Alter der AusstellungsbesucherInnen (Boxplot)



2.1.2 Geschlecht

Die Verteilung von männlichen und weiblichen Besuchern in der Stichprobe zeigt (*Grafik 3*), dass mit 54% gegenüber 46% deutlich mehr Männer als Frauen die Ausstellung besucht haben. Im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung waren die Männer im Ausstellungspublikum damit etwas stärker vertreten, dennoch kann davon ausgegangen werden, dass die Stichprobe der Untersuchung bezüglich dieses Besuchermerkmals repräsentativ ist.

Grafik 3: Geschlecht der AusstellungsbesucherInnen im Vergleich mit der bundesdeutschen Bevölkerung (www.destatis.de/basis/d/bevoe/bevoetab4.php vom 07.01.05; Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

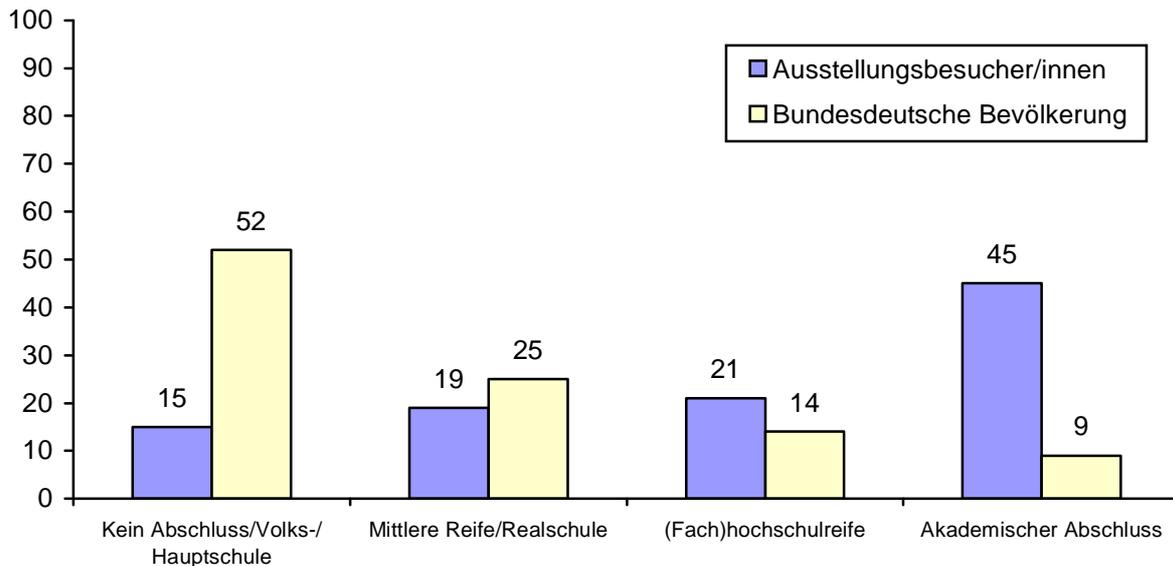
2.1.3 Bildung

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, wurden das Bildungsniveau und die Stellung im Beruf als Indikatoren herangezogen.

Dabei zeigt sich ganz deutlich (*Grafik 4*), dass die Höhergebildeten (Abitur, Hochschule) im Vergleich zur Gesamtbevölkerung überproportional vertreten waren. Umgekehrt waren vor allem Personen ohne bzw. mit einem niedrigen Abschluss deutlich schwächer repräsentiert (15% gegenüber 52%).² Nimmt der Anteil der Personen mit höherem Bildungsniveau in der Gesamtbevölkerung je nach Höhe prozentual stetig ab, so zeigt sich für das Bildungsniveau der AusstellungsbesucherInnen genau die umgekehrte Verteilung.

² Es gilt hier zu berücksichtigen, dass sich in der Gruppe der Befragten „Ohne Abschluss“ auch die Schüler/innen befinden, die noch über keinen Abschluss verfügen.

Grafik 4: Bildungsniveau der AusstellungsbesucherInnen im Vergleich zum Bildungsniveau der bundesdeutschen Bevölkerung (Statistisches Jahrbuch 2000; Angaben in Prozent)

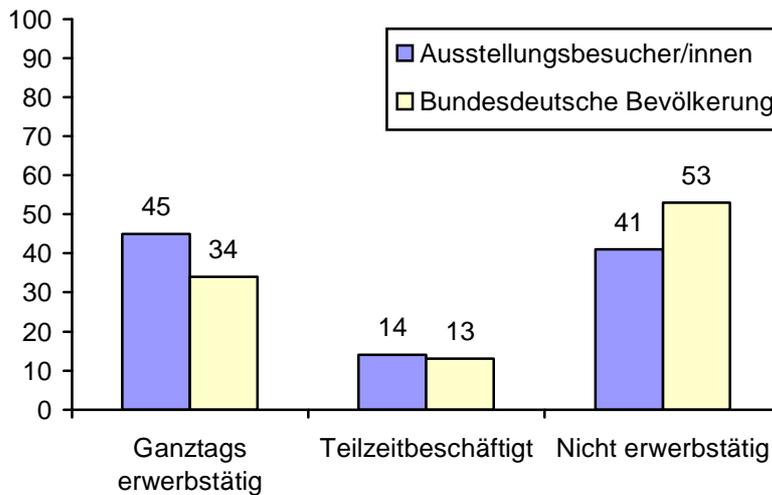


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

2.1.4 Erwerbstätigkeit und Erwerbsstatus

Aussagen über die „Sozialschicht-bezogene“ Zusammensetzung der AusstellungsbesucherInnen lassen sich auch über die Erwerbstätigkeit und die berufliche Stellung treffen. Betrachtet man die Erwerbstätigkeit (*Grafik 5*), ergab sich im Vergleich mit der bundesdeutschen Bevölkerung, dass der Anteil der Vollzeitbeschäftigten mit 45% höher war, während der Anteil der nicht erwerbstätigen Personen mit 41% niedriger war als in der bundesdeutschen Gesamtbevölkerung.

Grafik 5: Erwerbstätigkeit der AusstellungsbesucherInnen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (www.destatis.de/basis/d/erwerb/erwerbtabelle2.php vom 07.01.05; Angaben in Prozent)

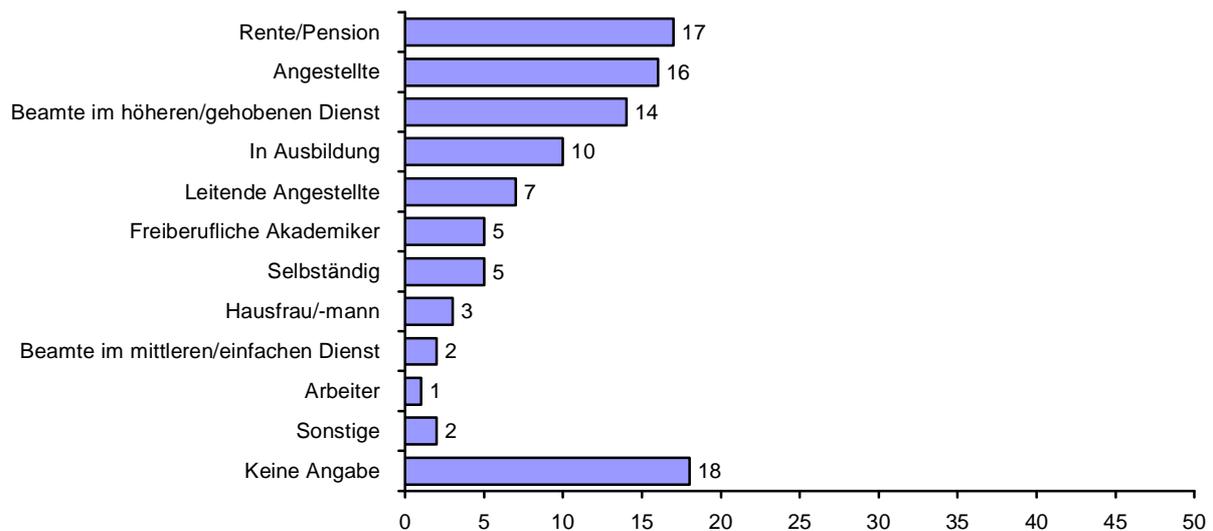


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Neben der Erwerbstätigkeit wurde in der Befragung auch die berufliche Stellung als weiterer wichtiger Indikator zur Bestimmung der Schichtzusammensetzung der AusstellungsbesucherInnen erfasst (*Grafik 6*). Die beiden größten Gruppen bildeten mit 17% die Rentner und Pensionäre und mit 16% die Angestellten, gefolgt von den Beamten im höheren und gehobenen Dienst mit 14% und den sich noch in Ausbildung befindenden Personen mit 10%. Das Schlusslicht markierten die Beamten des mittleren bzw. einfachen Dienstes und die Arbeiter mit 2% bzw. 1%.

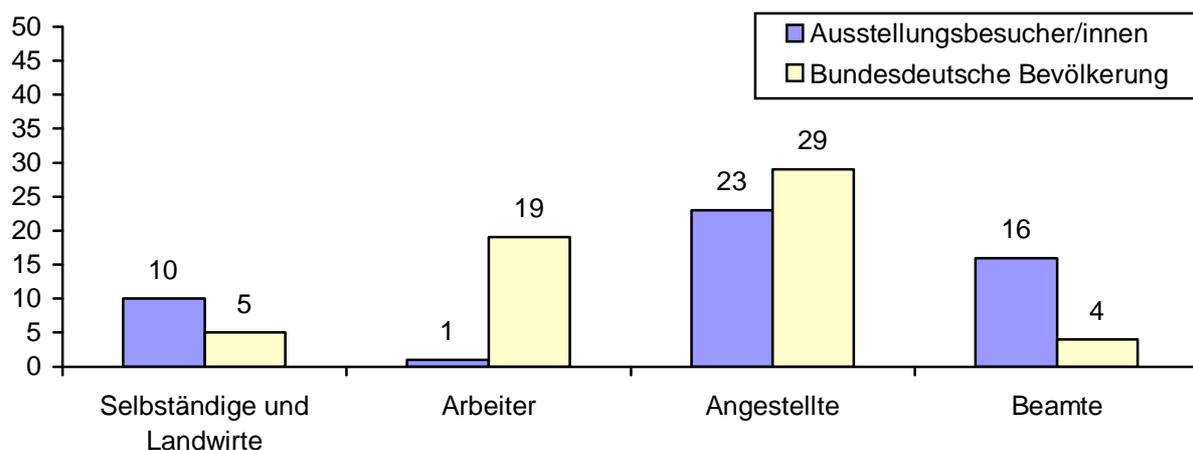
Ein Vergleich der beruflichen Stellung der AusstellungsbesucherInnen mit derjenigen der bundesdeutschen Bevölkerung zeigt (*Grafik 7*), dass der Anteil der Arbeiter beim Ausstellungspublikum deutlich geringer war als in der bundesdeutschen Gesamtbevölkerung. Umgekehrt war der Anteil der Beamten und der Selbständigen im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung besonders hoch.

Grafik 6: Berufliche Stellung der AusstellungsbesucherInnen im Beruf (Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Grafik 7: Berufliche Stellung: Erwerbstätige AusstellungsbesucherInnen und Gesamtbevölkerung (ALLBUS³; Angaben in Prozent)⁴



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

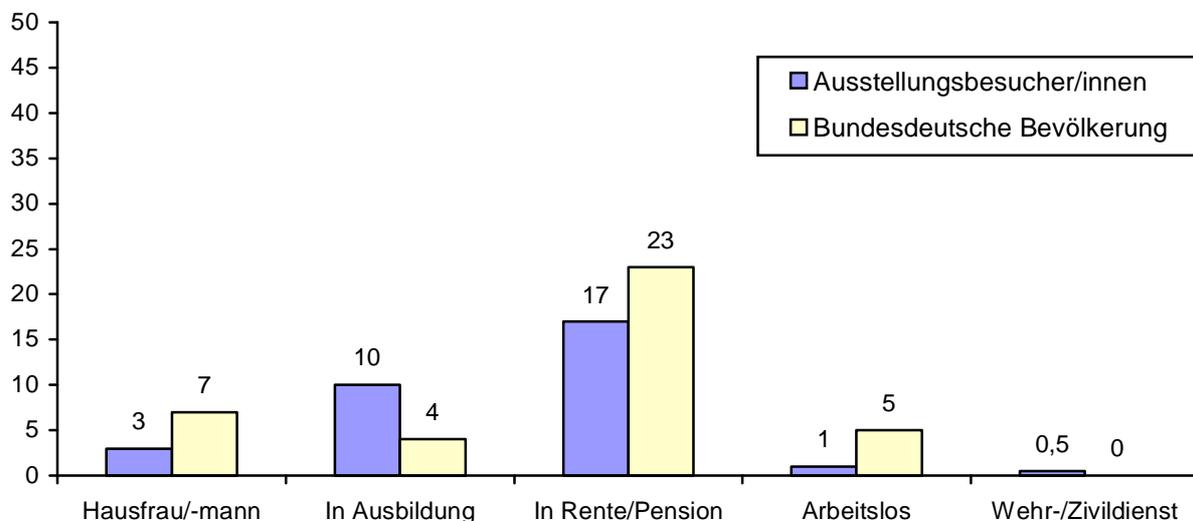
³ Die 100%-Basis zur Berechnung der Anteile in den Grafiken 7 und 8 bilden Erwerbstätige und Nichterwerbstätige zusammen.

⁴ Die Befragten, die keine Angabe zu ihrer beruflichen Stellung machten wurden aus der Analyse ausgeschlossen.

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

Betrachtet man diese Ergebnisse 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 etc. bleiben unter den AusstellungsbesucherInnen unterrepräsentiert.

Grafik 8: Status der nichterwerbstätigen AusstellungsbesucherInnen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (ALLBUS; Angaben in Prozent)⁵

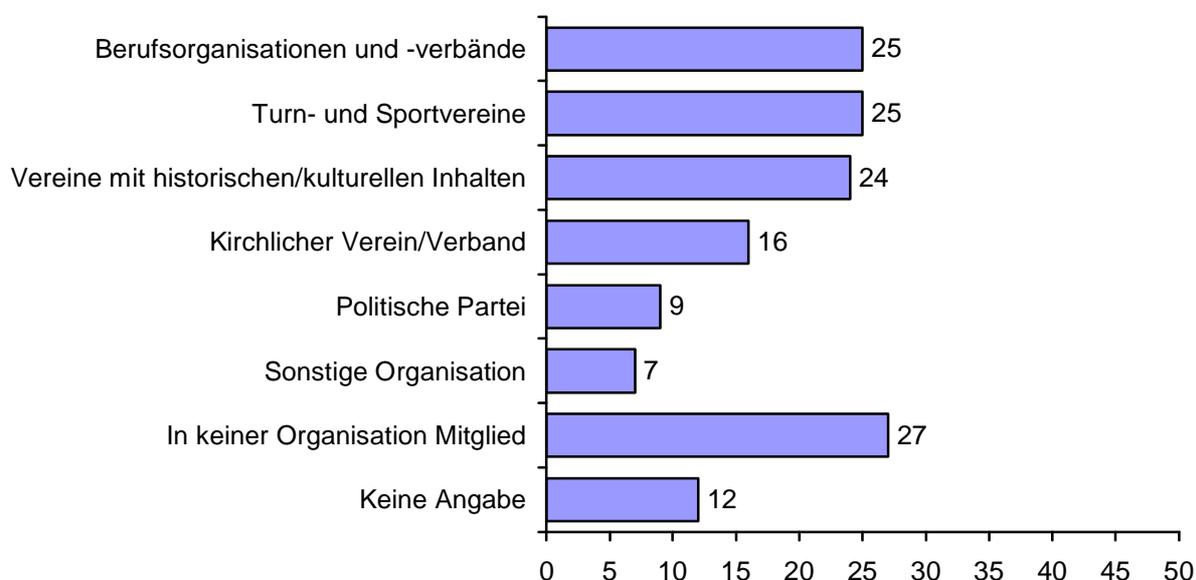


⁵ Die Befragten, die keine Angabe zu ihrer beruflichen Stellung machten wurden aus der Analyse ausgeschlossen.

2.1.5 Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen

Als weiteres soziodemografisches Merkmal wurde in der vorliegenden Untersuchung die Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen erhoben. Es ergab sich (Grafik 9), dass 27% der Befragten keiner der genannten Organisationen (Gewerkschaften, Parteien, Vereine usw.) angehörten.⁶ Mit einem Anteil von jeweils etwa einem Viertel sind die meisten Befragten Mitglied einer beruflichen Organisation, eines Turn- und Sportvereins bzw. einer Vereinigung mit historischen und kulturellen Inhalten. Das Schlusslicht bilden die politischen Parteien mit 9%.

Grafik 9: Mitgliedschaft der AusstellungsbesucherInnen in Organisationen und Vereinen (Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich)



⁶ Der Organisationsgrad der Befragten ist damit etwas geringer als bei den BesucherInnen anderer Landesausstellungen.

2.1.6 Staatsangehörigkeit der Befragten und Einzugsgebiet der Ausstellung

91% der Befragten hatten die deutsche und 1% eine andere Staatsangehörigkeit; 8% gaben ihre Nationalität nicht an..

In der Befragung wurde der Herkunfts- bzw. Wohnort der BesucherInnen erhoben, um das Einzugsgebiet der Ausstellung näher beschreiben zu können. Nahezu jede(r) fünfte AusstellungsbesucherIn (19%) kam nicht aus Bayern (*Tabelle 2*). Mit der Forchheimer Landesausstellung konnte also auch ein überregionales Publikum angesprochen werden. Erwähnenswert ist ebenfalls, dass jeweils rund ein Fünftel der AusstellungsbesucherInnen aus Forchheim und Umgebung bzw. aus dem Großraum Nürnberg kam.

Tabelle 2: Lage der Wohnorte der befragten AusstellungsbesucherInnen

Lage des Wohnorts der befragten BesucherInnen	Anzahl BesucherInnen	Anteil an Befragten
Forchheim und Umgebung ⁷	166	18%
Großraum Nürnberg	151	16%
München	32	3%
Restliches Bayern	361	38%
Übrige Bundesrepublik ohne Bayern	174	18%
Ausland	14	1%
Keine Angabe	54	6%



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Für die weiteren Auswertungen wurden der Übersichtlichkeit halber die Regionen in Nah-, Mittel- und Fernbereich zusammengefasst, wobei der Nahbereich Forchheim und Umgebung umfasst. Den Mittelbereich bilden Wohnorte, die etwa ein bis eineinhalb Stunden Anreise zum Ausstellungsort hatten, während die restlichen BesucherInnen der Kategorie „Fernbereich“ zugeordnet wurden.

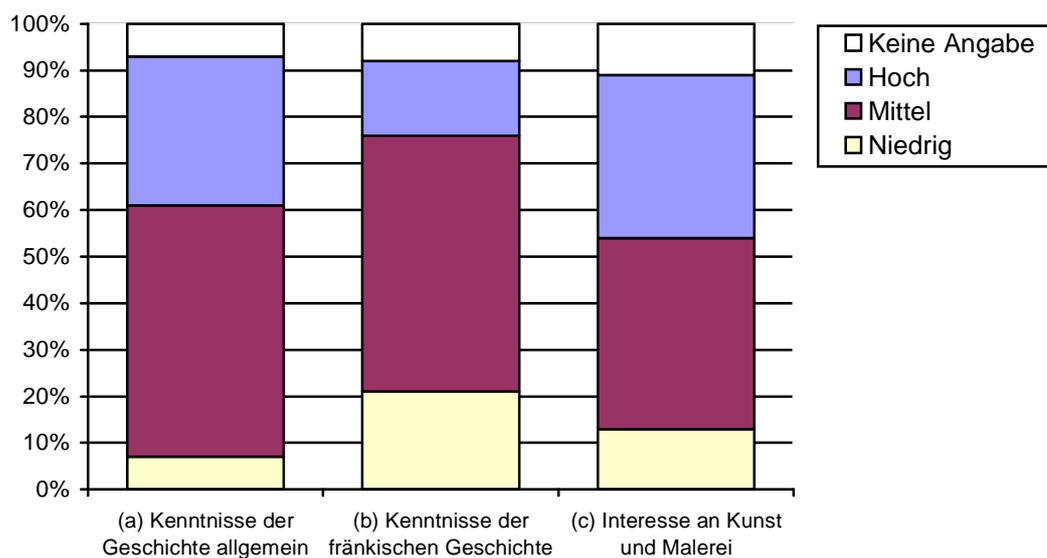
⁷ Die Region Forchheim und umliegende Landkreise wurde durch die Postleitzahlenbereiche 91000 – 91099, 91190 – 91369 und 96000 – 96199 definiert.

2.1.7 Interessen und Kenntnisse der AusstellungsbesucherInnen

Für die Einschätzung und Bewertung von Ausstellungskonzepten spielen die Interessen und Kenntnisse, also das Vorwissen der BesucherInnen eine wesentliche Rolle. In der Befragung sollten die BesucherInnen deshalb anhand einer Skala „niedrig-mittel-hoch“ ihre (a) Kenntnisse der Geschichte allgemein, (b) ihre Kenntnisse der fränkischen Geschichte und (c) ihr Interesse an Kunst und Malerei selbst einstufen. Hieraus konnten die folgenden Erkenntnisse über die AusstellungsbesucherInnen gewonnen werden (Grafik 10).

Die eigenen Kenntnisse der Geschichte allgemein wurden von rund einem Drittel der Befragten als hoch eingeschätzt. Bei der Frage nach den Kenntnissen der fränkischen Geschichte gaben indes nur noch 16% an, ihre Kenntnisse seien hoch. Das Interesse an Kunst und Malerei wurde dagegen wieder von über einem Drittel der Befragten als „hoch“ eingestuft. Das Ausstellungspublikum verfügte also insgesamt über gute allgemeine Geschichtskenntnisse und war an bildender Kunst und Malerei interessiert, während die Kenntnisse der fränkischen Geschichte dagegen weniger ausgeprägt waren.

Grafik 10: Selbsteinschätzung der Interessen und Kenntnisse der AusstellungsbesucherInnen (Angaben in Prozent)

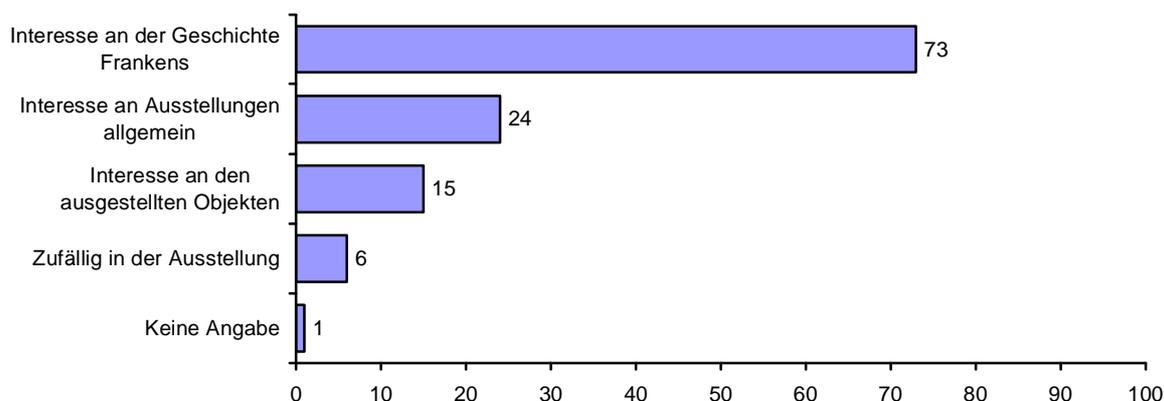


2.1.8 Motivation und Anregung zum Ausstellungsbesuch

Ein weiterer wichtiger Indikator, mit dessen Hilfe sich gerade auch im Zusammenhang mit anderen soziodemografischen Faktoren ein differenzierteres Bild des Ausstellungspublikums zeichnen lässt, ist die Motivation und Anregung zum Ausstellungsbesuch. In der Untersuchung wurden deshalb die wichtigsten Besuchsgründe erfasst.

Fast drei Viertel der BesucherInnen gaben das „Interesse an der Geschichte Frankens“ als Hauptgrund für den Besuch der Ausstellung an (*Grafik 11*). Demgegenüber ist der Anteil der Befragten, die zufällig in der Ausstellung waren, eher gering (6%). Es zeigt sich also, dass größtenteils ein interessenorientiertes Publikum in der Ausstellung anzutreffen war, wobei ein stark regionalgeschichtlich orientierter Bezug vorlag.

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

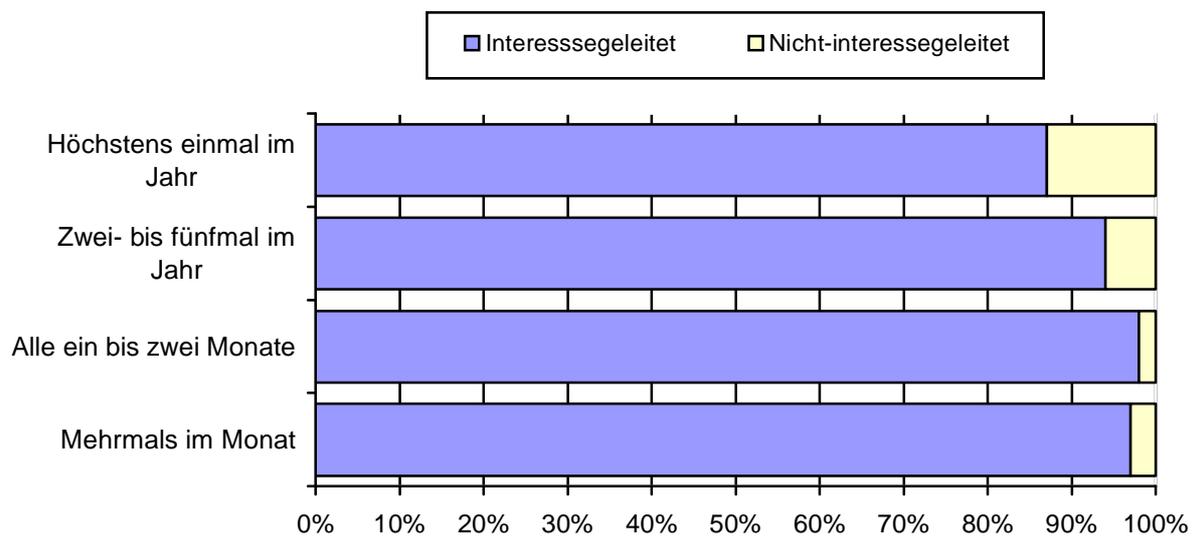


Die Annahme, dass es sich bei den ZufallsbesuchernInnen tatsächlich um GelegenheitsbesucherInnen handelt, lässt sich überprüfen, indem man die Motivationsgründe mit der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen vergleicht. Im Folgenden wird dabei zwischen den interessegeleiteten (Interesse an den ausgestellten Objekten, Interesse an Ausstellungen allgemein, Interesse an der Geschichte Frankens) und nicht interessegeleiteten (zufällig in der Ausstellung) Gründen unterschieden.

Es zeigt sich (*Grafik 12*), dass von den Personen, die höchstens einmal im Jahr eine Ausstellung besuchen, überproportional viele Befragte angaben (13%), dass sie eher zufällig und damit

nicht-interessegeleitet in der Ausstellung waren. Demgegenüber ist der Anteil derjenigen Befragten unter den nicht-interessegeleiteten AusstellungsbesucherInnen, die häufiger eine Ausstellung besuchen, deutlich geringer. Umgekehrt verhält es sich bei den Personen, die interessegeleitet in der Ausstellung waren: Ihr Anteil steigt eher mit der Häufigkeit, mit der sie im Allgemeinen Ausstellungen besuchen.

Grafik 12: Motivation für den Besuch der Ausstellung und allgemeine Ausstellungsbesuchshäufigkeit (Angaben in Prozent)⁸



 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Ähnliche Ergebnisse zeigt auch der Vergleich zwischen der Ausstellungsmotivation der Befragten und der Verweildauer in der Ausstellung. So waren die interessegeleiteten Befragten mit durchschnittlich 124 Minuten deutlich länger in der Ausstellung als die nicht-interessegeleiteten Befragten, die im Durchschnitt nur 93 Minuten in der Ausstellung verweilten.⁹

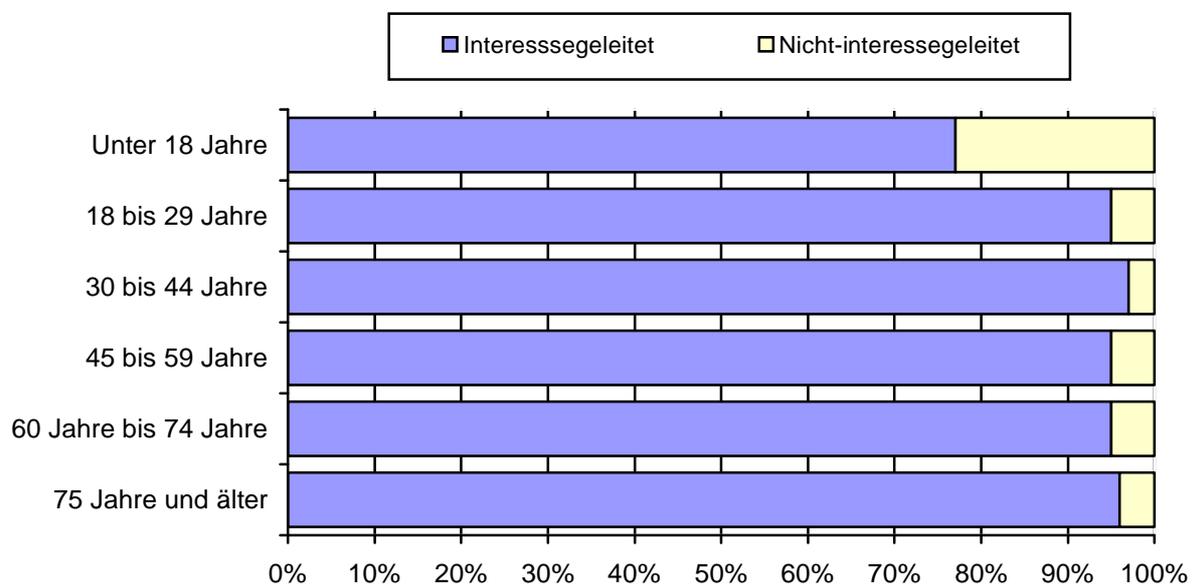
Es ist weiterhin von Interesse zu erfahren, ob die Motivation für den Ausstellungsbesuch mit bestimmten soziodemografischen Faktoren zusammenhängt. Dabei können zunächst altersspezifische Unterschiede festgestellt werden. Während bei allen Altersgruppen ab 18 Jahren das Verhältnis zwischen den interessegeleiteten und nicht-interessegeleitenden Befragten mit einem Anteil der interessegeleiteten Befragten von über 90% annähernd gleich ist (Grafik 13),

⁸ Chi² = 12,641; Sign.: 0.005.

⁹ F = 19,712; Sign.: 0.000.

finden sich in der Altersgruppe der unter 18 Jährigen mit etwa einem Viertel deutlich mehr nicht-interessegeleitete Befragte. Dieser hohe Anteil der nicht-interessegeleiteten Befragten in dieser Altersgruppe ist auf die SchülerInnen zurückzuführen, für die der Ausstellungsbesuch eine Pflichtveranstaltung darstellte. Die altersspezifische Differenz zeigt sich auch bei Betrachtung des Durchschnittsalters. So waren die interessegeleiteten Befragten durchschnittlich 49 Jahre alt und die nicht-interessegeleiteten 40 Jahre und damit deutlich jünger.¹⁰

Grafik 13: Motivation für den Besuch der Ausstellung und Alter der AusstellungsbesucherInnen¹¹ (Angaben in Prozent)



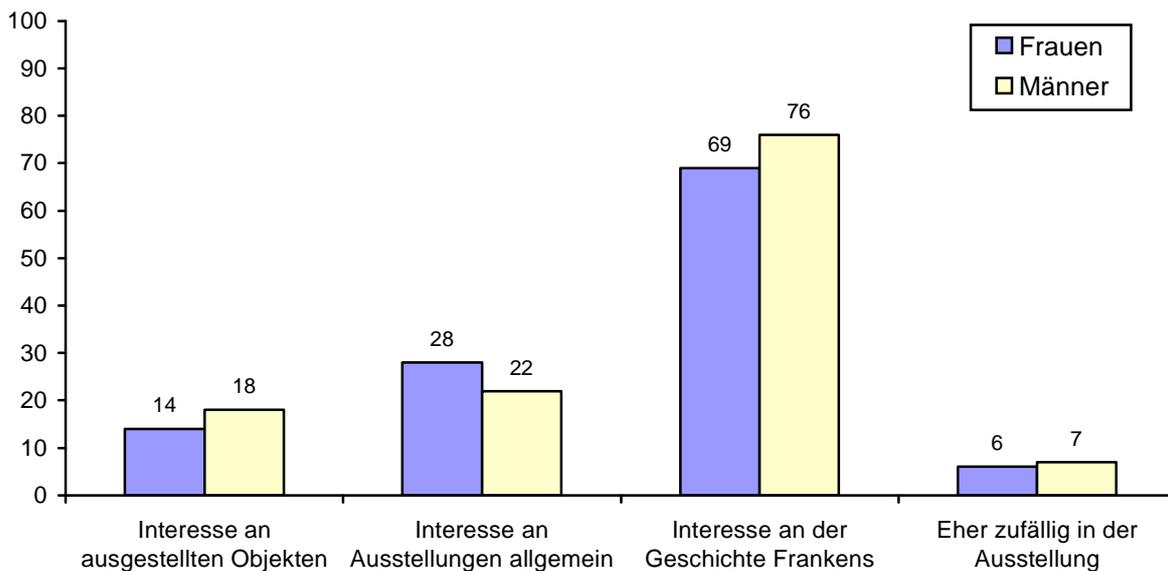
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Des Weiteren zeigen sich geschlechtsspezifische Effekte in der Motivationslage (*Grafik 14*), wenn man die einzelnen Motive getrennt für sich betrachtet. So gaben mehr Männer als Frauen an, dass sie über das Interesse an der Geschichte Frankens zum Ausstellungsbesuch motiviert wurden. Umgekehrt war bei den Frauen häufiger das Interesse an Ausstellungen allgemein Grund für den Besuch der Ausstellung.

¹⁰ $F = 13,728$; Sign.: 0.000.

¹¹ $\chi^2 = 41,546$; Sign.: 0.000.

Grafik 16: Motivation für den Besuch der Ausstellung und Geschlecht der AusstellungsbesucherInnen (Angaben in Prozent)¹²

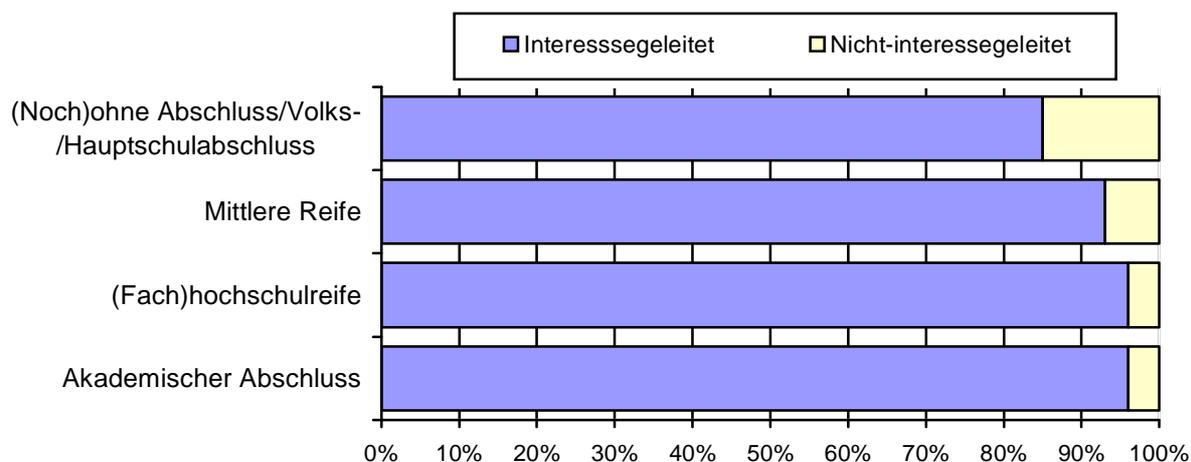


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Weitere interessante Ergebnisse zeigen sich bei der Betrachtung der Motivationsgründe hinsichtlich der formalen Bildung der Befragten (*Grafik 15*). Auch hier spiegelt das Ergebnis erneut den Tatbestand wider, dass unter den nicht-interessegeleiteten BesucherInnen vorrangig SchülerInnen anzutreffen sind: Mit 15% verfügten die meisten nicht-interessegeleiteten Befragten über (noch) keinen Abschluss bzw. nur über einen Volks- oder Hauptschulabschluss.

¹² Da es sich um eine Kreuztabelle mit einem Mehrfachantwortenset handelt, werden keine Signifikanzwerte berechnet.

Grafik 15: Motivation für den Besuch der Ausstellung und Bildungsniveau der AusstellungsbesucherInnen (Angaben in Prozent)¹³

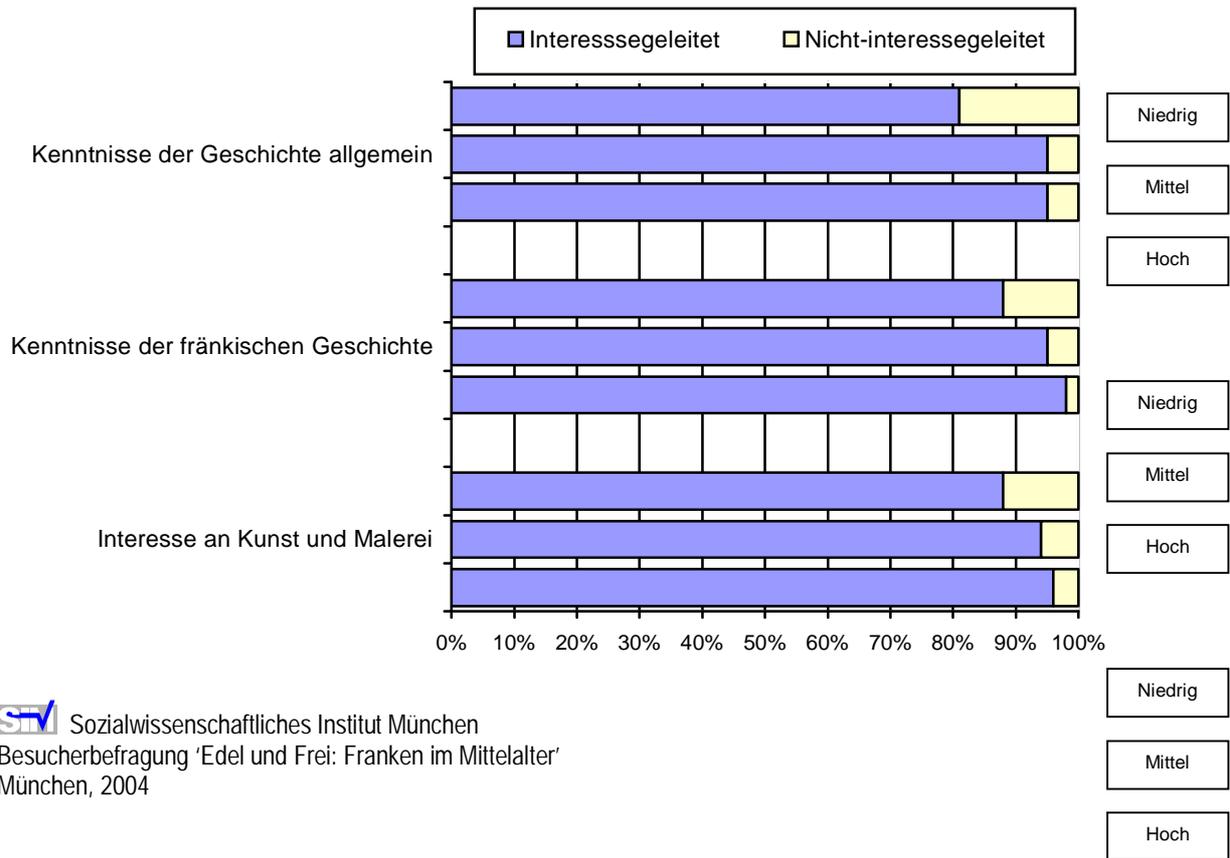


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Die Motivation zum Ausstellungsbesuch ist schließlich abhängig von der Selbsteinschätzung der eigenen historischen Kenntnisse und Kunstinteressen. Wie zu erwarten, waren Befragte, die hohe geschichtliche Kenntnisse besitzen, häufiger interessegeleitet in der Ausstellung als Befragte mit niedrigen allgemeinen Geschichtskennntnissen (*Grafik 16*). Unter den Befragten, die ihr geschichtliches Interesse eher niedrig einschätzen, sind folglich öfter BesucherInnen zu finden, die eher zufällig (nicht-interessegeleitet) in der Ausstellung waren. Entsprechende Ergebnisse zeigt auch der Vergleich zwischen der Motivation für den Ausstellungsbesuch und den Kenntnissen der fränkischen Geschichte bzw. dem Interesse an Kunst und Malerei.

¹³ Chi² = 21,750; Sign.: 0.000.

Grafik 16: Motivation für den Besuch der Ausstellung und Kenntnisse und Interessen der AusstellungsbesucherInnen (Angaben in Prozent)¹⁴



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Zusammenfassend kann man festhalten, dass ein deutlicher Zusammenhang zwischen der Motivation zum Ausstellungsbesuch und bestimmten Besuchermerkmalen besteht (Tabelle 3).

Tabelle 3: Zusammenfassende Ergebnisse des Vergleichs des Motivationsgrundes und der verschiedenen soziodemografischen Daten

	Alter	Bildung	Kenntnisse und Interessen	Allgemeine Besuchshäufigkeit	Verweildauer
Interessegeleitet	Mittlere Jahrgänge (ø = 49 Jahre)	Hoch	Hoch/Mittel	Häufig	Etwa zwei Stunden
Nicht-interessegeleitet	Jüngere Personen (ø = 40 Jahre)	Mittel	Niedrig	Selten	Etwa eineinhalb Stunden

Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

¹⁴ Kenntnisse der Geschichte allgemein: Chi² = 23,245; Sign.: 0.000; Kenntnisse der fränkischen Geschichte: Chi² = 19,120; Sign.: 0.000; Interesse an Kunst und Malerei: Chi² = 8,871; Sign.: 0.012.

2.1.9 Zusammenfassung – Sozialprofil der AusstellungsbesucherInnen

Das Sozialprofil der BesucherInnen der Landesausstellung 2004 stellt sich zusammenfassend folgendermaßen dar:

- Das Durchschnittsalter der Befragten lag bei 48 Jahren. Damit hatte diese Landesausstellung eine ähnliche Altersstruktur wie der Großteil der anderen Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.
- Die Verteilung von Frauen und Männern in der Stichprobe zeigt im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung geringfügige Abweichungen.
- Das Publikum dieser Ausstellung war sehr hoch gebildet: 21% der BesucherInnen verfügten über die (Fach-)Hochschulreife und 45% waren AkademikerInnen. Der Anteil der Hochgebildeten lag damit bei dieser Landesausstellung ebenfalls im Rahmen der meisten anderen Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.
- Für die Gruppe der Erwerbstätigen fällt auf, dass Beamte deutlich stärker vertreten waren als in der bundesdeutschen Bevölkerung. Die größte Gruppe stellten hier die nichtleitenden Angestellten mit 16% dar. Innerhalb der Nichterwerbstätigen bildeten die RentnerInnen (17%) bzw. die sich in Ausbildung befindenden Personen (10%) die beiden größten Gruppen.
- Ihre allgemeinen geschichtlichen Kenntnisse bewerteten 32% der Befragten als hoch. Demgegenüber wurden die Kenntnisse der fränkischen Geschichte nur von 16% als hoch eingestuft, während das Interesse an Kunst und Malerei schließlich wieder ein Drittel der Befragten als hoch bezeichnete. Die AusstellungsbesucherInnen der Landesausstellung in Forchheim verfügten also über hohe allgemeine Geschichtskennntnisse und ein hohes Interesse an Kunst und Malerei, waren aber über die Geschichte Frankens deutlich weniger informiert.
- 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.
- Relativ hoch (24 %) war unter den Befragten auch der Anteil derer, die Mitglied in einer Vereinigung mit historischen oder kulturellen Inhalten sind.

2.1.10 Cluster der Besuchergruppen

Im Folgenden wurde versucht über eine Clusteranalyse homogene Besuchergruppen zu bilden, um für die weiteren Auswertungen Gruppenvergleiche vornehmen zu können. Die Clusteranalyse fasst ausgehend von bestimmten Eigenschaften der Personen die einzelnen Individuen zu Gruppen zusammen. Die Mitglieder einer Gruppe sollen dabei eine weitgehend verwandte Eigenschaftsstruktur aufweisen, d.h. sich möglichst ähnlich sein. Zwischen den Gruppen sollen demgegenüber möglichst keine Ähnlichkeiten bestehen, wobei zur Gruppenbildung gleichzeitig alle vorliegenden Eigenschaften herangezogen werden.¹⁵

Insgesamt 687 der 952 Befragten konnten eindeutig einem Cluster zugewiesen werden.¹⁶ Es ergaben sich drei Cluster (homogene Gruppen) von Besuchern, im Folgenden als "Jüngere, nicht-interessegeleitete GelegenheitsbesucherInnen", „Interessegeleitete GelegenheitsbesucherInnen“ und "Älteren, habituelle BesucherInnen" bezeichnet, die jeweils vorwiegend durch folgende Eigenschaften gekennzeichnet sind (Tabelle 4)¹⁷.

Tabelle 4: Besuchergruppen der Landesausstellung 2004 (Clusteranalyse)

Variable	Cluster 1 (N = 41) Jüngere, nicht-interessegeleitete GelegenheitsbesucherInnen	Cluster 2 (N = 386) Interessegeleitete GelegenheitsbesucherInnen	Cluster 3 (N = 260) Ältere, habituelle BesucherInnen
Bildungsniveau	Mittel	Mittel bis Hoch	Sehr hoch
Durchschnittsalter	39 Jahre	45 Jahre	53 Jahre
Motivationsstruktur	Nicht-interessegeleitet	Hoch-interessegeleitet	Hoch-interessegeleitet
Allgemeine geschichtliche Kenntnisse	Niedrig bis Mittel	Mittel	Sehr hoch
Kenntnisse fränkischer Geschichte	Niedrig bis Mittel	Niedrig bis Mittel	Mittel bis Hoch
Sozialität	Gruppenbesucher	Partner/Familienbesucher	Partner/Familienbesucher
Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen	Eher selten Gelegenheitsbesucher	Eher selten Gelegenheitsbesucher	Eher häufig Habituelle Besucher
Durchschnittliche Besuchsdauer	94 Minuten	118 Minuten	136 Minuten



¹⁵ Zum genauen mathematischen Vorgehen und Hintergrund der Clusteranalyse vgl. etwa Backhaus, K. u.a. (1996, 8. Aufl.), S. 261 ff.

¹⁶ Folgende Eigenschaften der BesucherInnen wurden in die Clusteranalyse eingeschlossen: die Motivation zum Ausstellungsbesuch nach den beiden Ausprägungen „interessegeleitet“ und „nicht interessegeleitet“, die Sozialität, die Besuchsdauer, die allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen, die allgemeinen geschichtlichen Kenntnisse und die Kenntnisse der fränkischen Geschichte, das Bildungsniveau und das Alter.

¹⁷ 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.

Neben den „Älteren, habituellen BesucherInnen“, die sich durch sehr hohe Bildung und ein großes geschichtliches Interesse auszeichnen und die als eine zentrale Besuchergruppe in allen bisherigen Landesausstellungen anzutreffen war, konnten für die Landesausstellung 2004 zwei weitere Gelegenheitsbesuchergruppen ermittelt werden, die sich vor allem darin unterscheiden, dass die eine Gruppe (in dieser Gruppe befinden sich die meisten SchülerInnen)¹⁸ nicht-interessegeleitet und die andere interessegeleitet in der Ausstellung war. Bezogen auf die meisten anderen soziodemografischen Merkmale nehmen die „Interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ eine Mittelposition zwischen den anderen beiden Gruppen ein.

2.2 Besucherverhalten

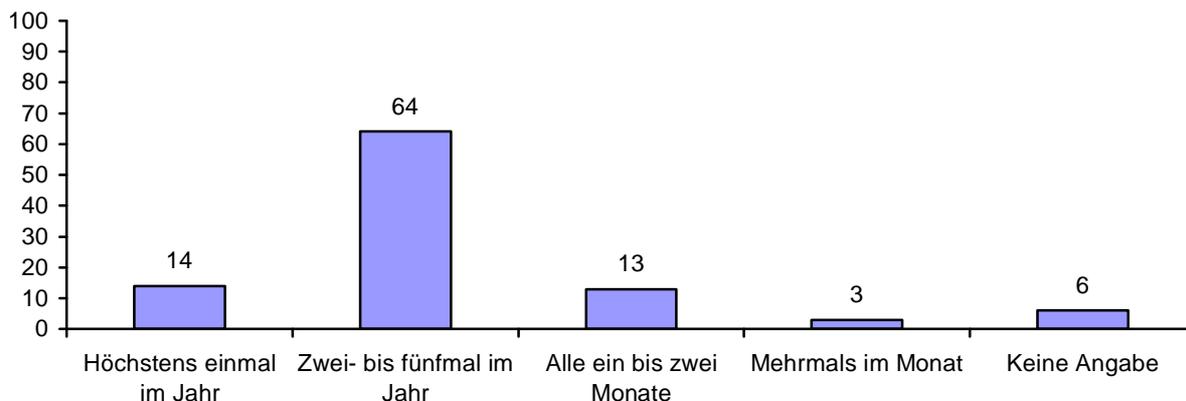
2.2.1 Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen

Im Folgenden soll ermittelt werden, wie häufig die Befragten in Ausstellungen anzutreffen sind. Als Bezugszeitraum wurde dabei die Besuchshäufigkeit innerhalb eines Jahres gewählt. Hierbei zeigt sich (*Grafik 17*), dass rund zwei Drittel der Befragten zwei- bis fünfmal im Jahr eine Ausstellung besuchen. Nur 3% der Befragten sind mehrmals im Monat in einer Ausstellung anzutreffen. Fasst man die Befragten, die alle ein bis zwei Monate und die mehrmals im Monat eine Ausstellung besuchen als „versierte BesucherInnen“ zusammen, so ergibt sich, dass nur jede(r) sechste BesucherIn als „versierte(r) BesucherIn“ bezeichnet werden kann. Der Anteil der versierten BesucherInnen liegt damit deutlich unter demjenigen, der in anderen Studien erhoben wurde.¹⁹

Der Anteil von 14% bei den Befragten, die nur gelegentlich in Ausstellungen anzutreffen sind, war bei der Landesausstellung in Forchheim dagegen ähnlich hoch wie bei den anderen Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.

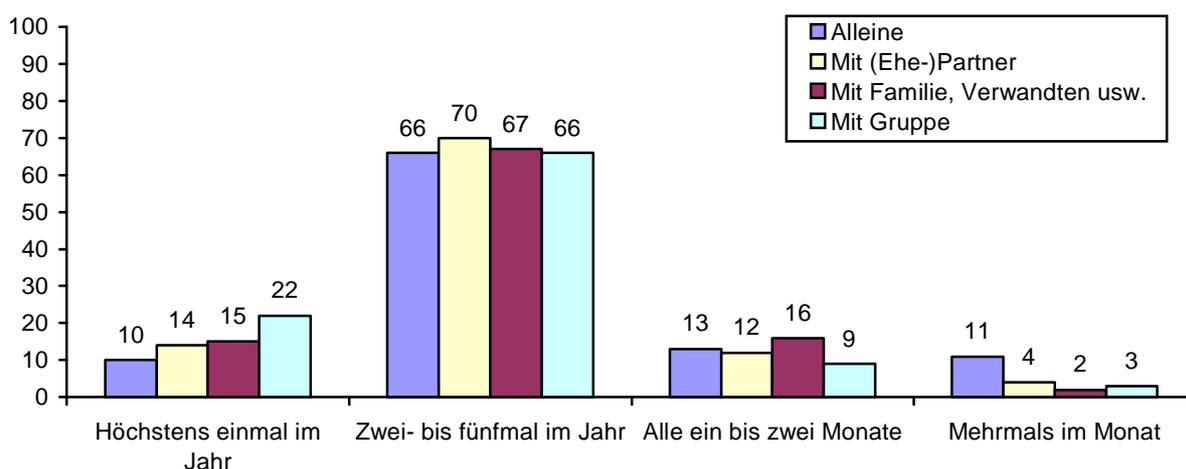
¹⁸ 32% der „Jüngeren, nicht-interessegeleiteten BesucherInnen“ gaben an, dass sie über keinen Abschluss verfügen, gegenüber 9% in der Gruppe der „Interessegeleiteten GelegenheitsBesucherInnen“ und keinem Befragten in der Gruppe der „Älteren, interessegeleiteten habituellen BesucherInnen“ ($\text{Chi}^2 = 128,353$; Sign.: 0.000).

¹⁹ Vgl. etwa Klein, H.-J. (1984), S.140 ff. und Klein, H.-J. (1990), S. 302 ff.

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


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Die Besuchshäufigkeit, die als ein individuelles Merkmal der BesucherInnen Bestandteil der gebildeten Cluster ist, steht auch in einem Zusammenhang mit der Sozialität der Befragten (*Grafik 18*): So fanden sich unter den Befragten, die mehrmals im Monat eine Ausstellung besuchen häufiger EinzelbesucherInnen (11%), während die GelegenheitsbesucherInnen öfter mit einer Gruppe in der Ausstellung waren.

Grafik 18: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Sozialität der BesucherInnen (Angaben in Prozent)²⁰


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

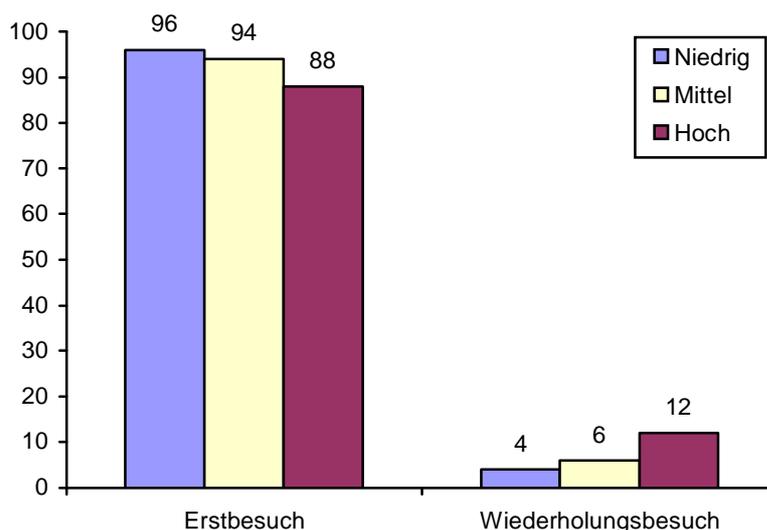
²⁰ Chi² = 19,269; Sign.: 0.023.

2.2.2 Erst- und WiederholungsbesucherInnen

Neben der allgemeinen Häufigkeit des Besuchs von Ausstellungen wurde ermittelt, ob es sich bei dem Besuch um einen Erst- oder Wiederholungsbesuch gehandelt hat. Dabei zeigt sich, dass 91% der Befragten die Ausstellung zum ersten Mal besucht haben, wohingegen 7% der Befragten angaben, zum wiederholten Male in der Ausstellung zu sein. 2% der Befragten machten hierzu keine Angaben.

Die Wiederholung des Ausstellungsbesuchs zeigt sich bei der Landesausstellung 2004 im Unterschied zu den Ergebnissen früherer Landesausstellungen nicht von der Besuchergruppe (Cluster) und vom Bildungsniveau abhängig. Interessant ist jedoch, dass ein Zusammenhang zwischen einem wiederholten Ausstellungsbesuch und den Kenntnissen der Befragten zur fränkischen Geschichte besteht (*Grafik 19*). So haben vor allem diejenigen Befragten die Ausstellung wiederholt besucht, die über hohe Kenntnisse der fränkischen Geschichte verfügten (12% gegenüber 4%). Bezogen auf die allgemeinen geschichtlichen Kenntnisse und das Interesse an Kunst und Malerei besteht dieser Zusammenhang indes nicht, so dass auch hier nochmals das starke regional orientierte Interesse der BesucherInnen deutlich wird.

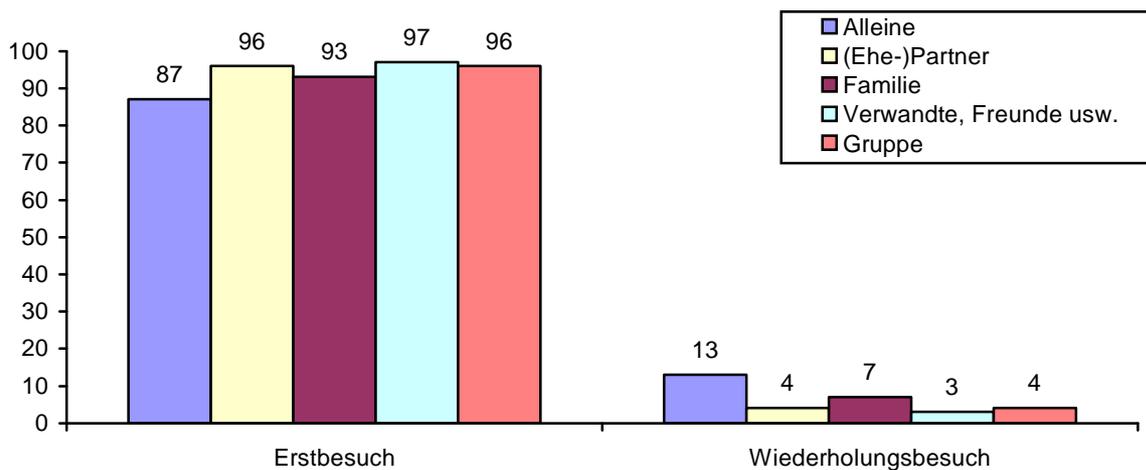
Grafik 19: Erst- und WiederholungsbesucherInnen und Kenntnisse der fränkischen Geschichte (Angaben in Prozent)²¹



²¹ Chi² = 7,919; Sign.: 0.019.

Des Weiteren handelte es sich bei den WiederholungsbesucherInnen meistens um solche Befragte, die alleine zur Ausstellung kamen: 13% der befragten Personen, die zum wiederholten Male in der Ausstellung waren, haben diese alleine besucht (*Grafik 20*).

Grafik 20: Erst- und WiederholungsBesucherInnen und Sozialität der BesucherInnen (Angaben in Prozent)²²



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

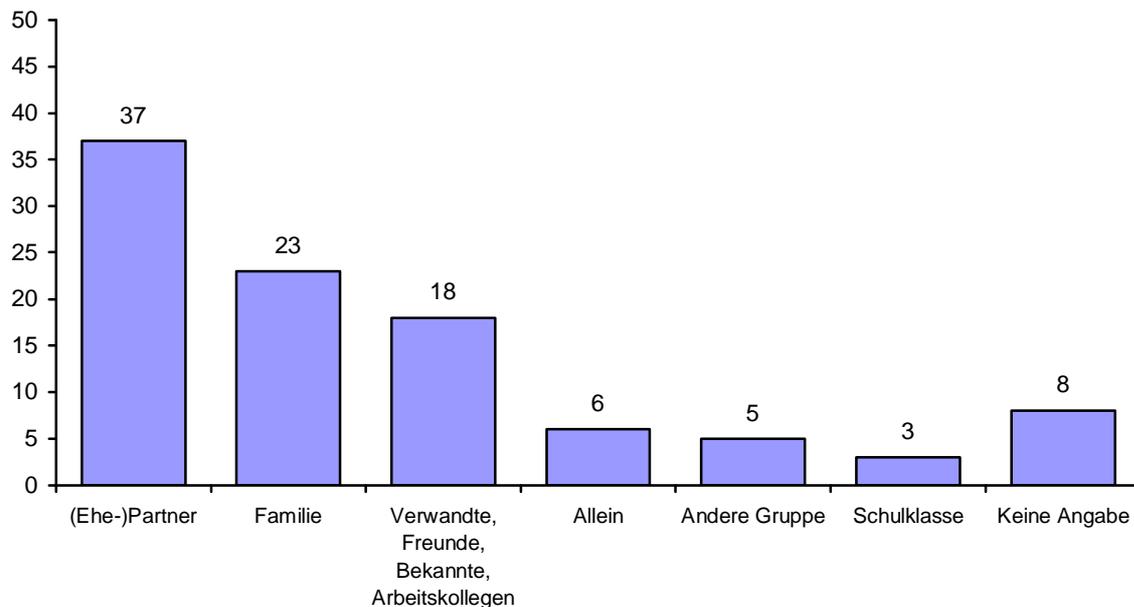
Schließlich verbrachten die WiederholungsbesucherInnen auch mehr Zeit in der Ausstellung: Durchschnittlich waren sie bei ihrem aktuellen Besuch 136 Minuten in der Ausstellung gegenüber 122 Minuten bei den ErstbesucherInnen.²³

2.2.3 Die Sozialität der AusstellungsbesucherInnen

Außerhäusliche Kulturaktivitäten, wie Ausstellungsbesuche, erfolgen meistens in geselliger Art und Weise, also in Begleitung anderer Personen. In der Untersuchung wurde erfasst, mit wem die Befragten die Ausstellung besucht haben. Dabei ergab sich (*Grafik 21*), dass der überwiegende Teil der Befragten die Ausstellung zusammen mit der (Ehe-)Partnerin oder dem (Ehe-)Partner besucht hat (37%). An zweiter Stelle folgten die FamilienbesucherInnen. Demgegenüber hat nur jede(r) zwanzigste Befragte die Ausstellung alleine besucht. Der Anteil der EinzelbesucherInnen war damit bei dieser Landesausstellung deutlich geringer als bei früheren Landesausstellungen. Jede(r) fünfte Befragte war zudem mit Kindern in der Ausstellung.

²² Chi² = 10,396; Sign.: 0.034.

²³ F = 4,491; Sign.: 0.034.

Grafik 21: Sozialität der AusstellungsbesucherInnen (Angaben in Prozent)


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

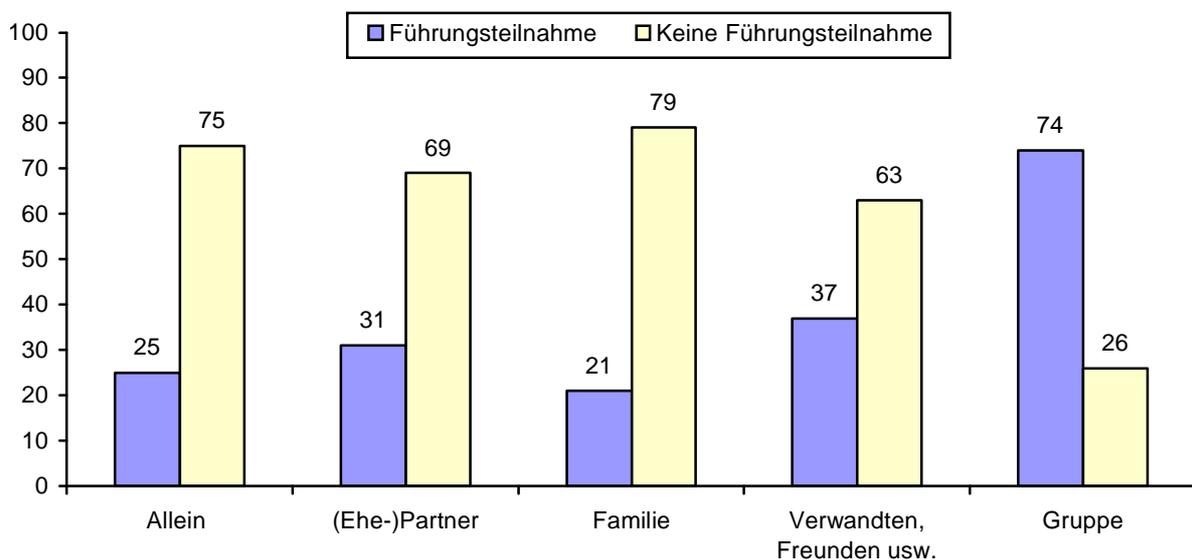
Von Interesse ist nun hauptsächlich, ob sich die Sozialität der BesucherInnen in soziodemografischen Merkmalen unterscheidet. Aufgrund der Tatsache, dass die Sozialität des Publikums als Variable in die Clusteranalyse Eingang gefunden hat, war dies für die meisten Besuchermerkmale in der erwarteten Form und Richtung der Fall; die Ergebnisse sollen deshalb im Einzelnen an dieser Stelle nicht berichtet werden.

2.2.4 Teilnahme an Führungen

32% aller Befragten haben an einer Führung teilgenommen. Im Folgenden soll untersucht werden, ob sich Personen, die an einer Führung teilgenommen haben, in ihren soziodemografischen Merkmalen von den Befragten unterscheiden, die keine Führung in Anspruch genommen haben. Nachdem sich hinsichtlich der über die Clusteranalyse generierten Besuchergruppen hier keine signifikanten Unterschiede ergaben, wurden wichtige individuelle Merkmale, die mit der Führungsteilnahme in Zusammenhang stehen können, detailliert analysiert.

Zunächst ist hier festzustellen, dass die geführten Befragten mit 51 Jahren im Durchschnitt etwas älter waren als die Befragten, die ungeführt durch die Ausstellung gingen ($\bar{x} = 46$ Jahre).²⁴ Zwischen der Teilnahme an Führungen und der Sozialität der Befragten besteht ebenfalls ein signifikanter Zusammenhang (*Grafik 22*). So nahmen die GruppenbesucherInnen deutlich häufiger an einer Führung teil als alle anderen Befragten. Am geringsten war die Führungsteilnahme bei den Befragten, die mit ihrer Familie in der Ausstellung waren.

Grafik 22: Teilnahme an einer Führung und Sozialität der Befragten (Angaben in Prozent)²⁵

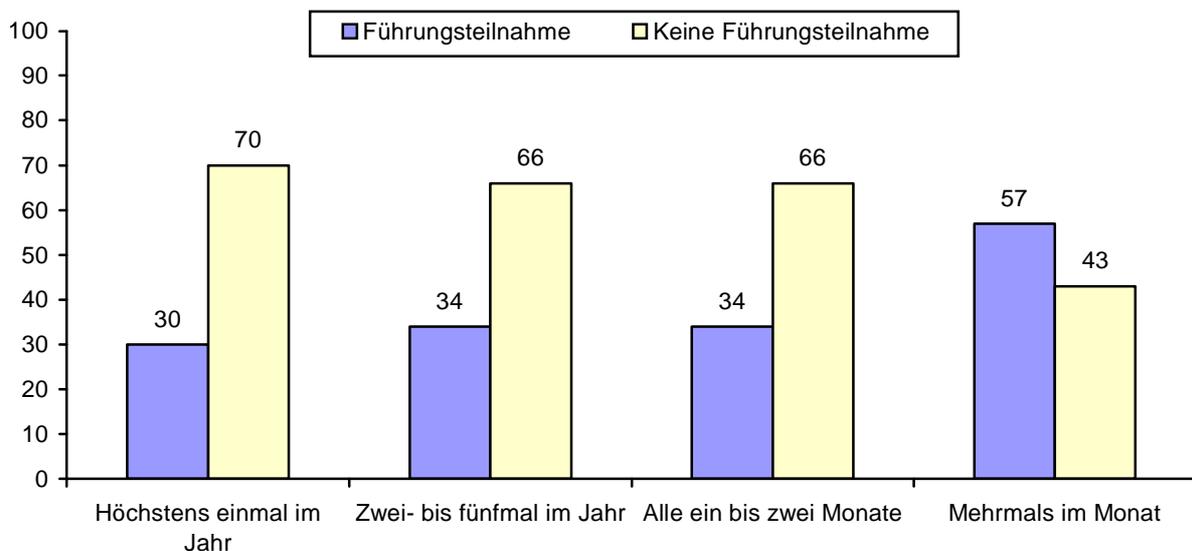


Ein weiterer Zusammenhang besteht mit der Häufigkeit eines Ausstellungsbesuchs (*Grafik 23*): Die versierten BesucherInnen nahmen bei der Landesausstellung 2004 in Forchheim häufiger an einer Führung teil als die GelegenheitsbesucherInnen.

²⁴ $F = 15,262$; Sign.: 0.000.

²⁵ $\chi^2 = 73,212$; Sign.: 0.000.

Grafik 23: Teilnahme an einer Führung und Besuchshäufigkeit von Ausstellungen der Befragten (Angaben in Prozent)²⁶



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Schließlich hielten sich, wie nicht anders zu erwarten, die geführten Befragten (\bar{x} = 131 Minuten) länger in der Ausstellung auf als die Befragten, die nicht an einer Führung teilnahmen (\bar{x} = 118 Minuten).²⁷

2.2.5 Kauf einer Publikation oder von Medien zur Ausstellung

Rund 40% der Befragten haben mindestens eine Publikation zur Ausstellung gekauft: Etwa jede(r) fünfte Befragte hat einen Katalog zur Ausstellung gekauft, 10% der Befragten erwarben einen Kurzführer, 5% den wissenschaftlichen Begleitband und 4% eine CD-ROM.²⁸

Signifikante Zusammenhänge ergeben sich zunächst für die geclusterten homogenen Besuchergruppen. So gaben die Personen, die aufgrund ihrer individuellen Merkmale der Gruppe der "Älteren, habituellen BesucherInnen" zugewiesen wurden, signifikant häufiger an, eine Publikation erworben zu haben (44%) als die Befragten der entsprechenden Vergleichsgruppen

²⁶ $\chi^2 = 8,052$; Sign.: 0.045.

²⁷ $F = 12,552$; Sign.: 0.000.

²⁸ 7% der BesucherInnen haben diese Frage nicht beantwortet.

(„Jüngere, nicht-interessengeleitete GelegenheitsbesucherInnen: 13%; „Interessengeleitete GelegenheitsbesucherInnen“: 25%).²⁹ Diese für die drei Besuchergruppen vorliegenden Ergebnisse bestätigen sich, wie nicht anders zu erwarten, deutlich für die jeweiligen Einzelmerkmale der Befragten.

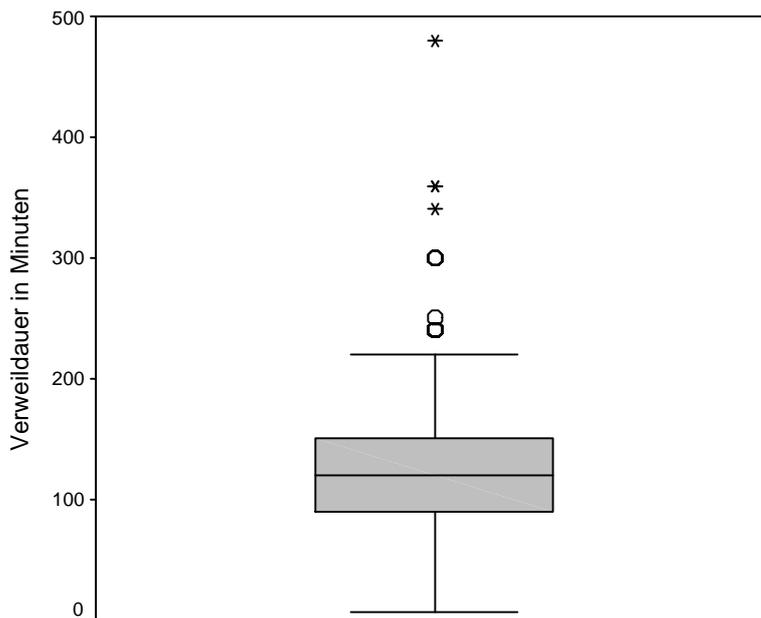
2.2.6 Intensität des Ausstellungsbesuchs

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

91% der Befragten waren zum Zeitpunkt der Untersuchung zum ersten Mal in der Ausstellung (*siehe oben*). Sie verbrachten im Durchschnitt 123 Minuten in der Ausstellung, wobei jeweils die Hälfte der BesucherInnen länger bzw. kürzer als 120 Minuten in den Ausstellungsräumen war (*Grafik 24*). Ein Viertel des Publikums blieb nur bis zu 90 Minuten, das obere Viertel war über 150 Minuten in der Ausstellung. Die kürzeste Besuchszeit betrug sieben Minuten, die längste Aufenthaltsdauer lag bei 480 Minuten. Insgesamt ist die Streuung der Aufenthaltszeit allerdings relativ gering; die Standardabweichung beträgt etwa 50 Minuten.

²⁹ Chi² = 31,488; Sign.: 0.000.

Grafik 24: Aufenthaltszeit der BesucherInnen (Boxplot)

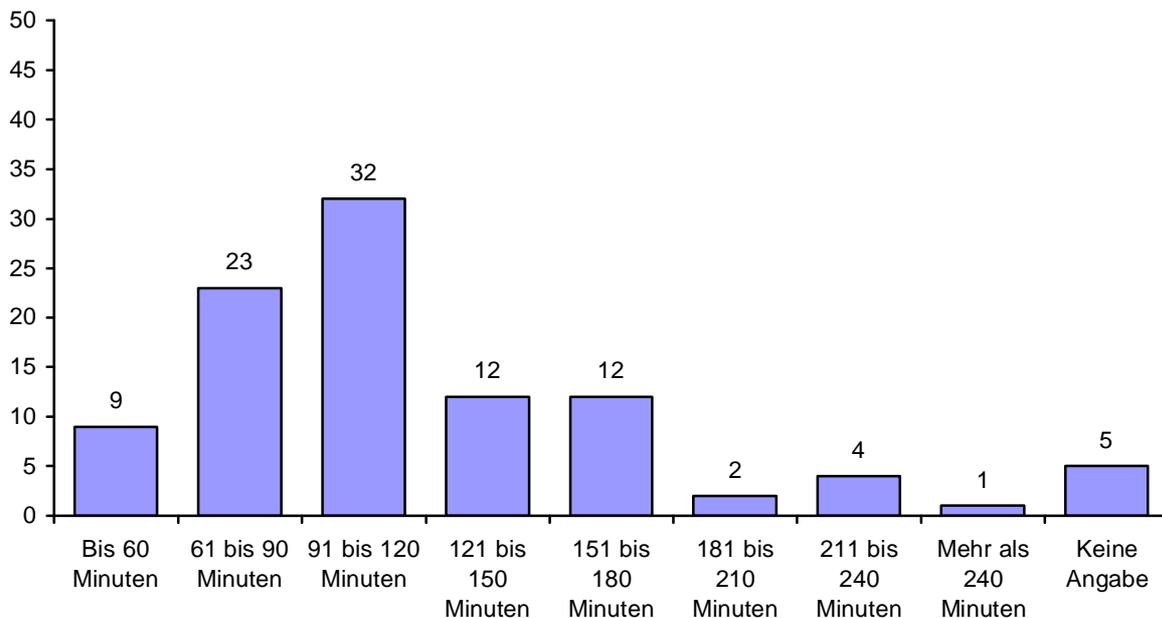


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Fasst man die Besuchszeiten zusammen³⁰, so zeigt sich, dass rund ein Drittel der Befragten (Grafik 25) bis zu eineinhalb Stunden in der Ausstellung war, etwa ein weiteres Drittel zwischen eineinhalb und zwei Stunden und das letzte Drittel schließlich über zwei Stunden, wobei insgesamt nur ein Prozent der BesucherInnen länger als vier Stunden in der Ausstellung war.

³⁰ Im Fragebogen wurde die genaue Aufenthaltszeit in Minuten erhoben und zu den Kategorien "Bis 60 Minuten", "61 bis 90 Minuten", "91 bis 120 Minuten", "121 bis 150 Minuten", "151 bis 180 Minuten", "181 bis 210 Minuten", "211 bis 240 Minuten", "Mehr als 240 Minuten" zusammengefasst.

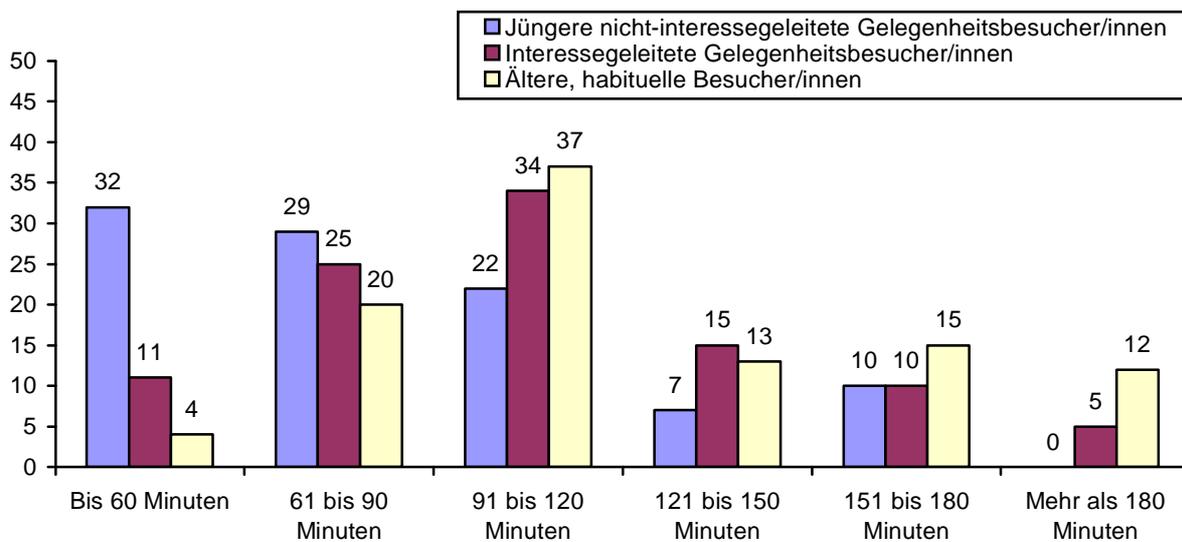
Grafik 25: Aufenthaltszeit der BesucherInnen (Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Untersucht man die Aufenthaltszeit der BesucherInnen bezüglich der drei über die Clusteranalyse gewonnenen Besuchergruppen, so zeigen sich auf Grund der Tatsache, dass die Verweildauer als Merkmal in die Clusteranalyse einging natürlich deutliche Zusammenhänge mit diesen drei Gruppen (*Grafik 26*): Die „älteren, habituellen BesucherInnen“ blieben deutlich länger in der Ausstellung als die Befragten der beiden anderen Besuchergruppen. 12% der „älteren, habituellen BesucherInnen“ waren länger als 180 Minuten in der Ausstellung, wohingegen aus der Gruppe der „jüngeren, nicht-interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ keiner länger als 180 Minuten in der Ausstellung verbracht hat.

Grafik 26: Aufenthaltszeit der BesucherInnen und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)³¹



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Ein Mittelwertvergleich bestätigt dieses Ergebnis ebenfalls: Die „älteren, habituellen BesucherInnen“ blieben durchschnittlich 136 Minuten in der Ausstellung und damit signifikant länger als die „Interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ (118 Minuten) und die „jüngeren, nicht-interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ (94 Minuten).³²

2.3 Wahrnehmung und Bewertung der Ausstellungsinhalte

2.3.1 Bewertung der einzelnen Ausstellungsabteilungen

Auch bei dieser Besucherbefragung war es eine zentrale Aufgabe festzustellen, wie die BesucherInnen das Ausstellungskonzept und die Inszenierung der unterschiedlichen Ausstellungsbe-
 reiche aufnehmen und wie sie diese bewerten. Um ein differenzierteres Bild zu erhalten, wurde das Ausstellungspublikum aufgefordert, die fünf Ausstellungsbereiche mit Schulnoten zu bewert-
 en. Insgesamt lässt sich festhalten, dass alle Abteilungen positiv bewertet werden. Fasst man die Bewertungskategorien "sehr gut" und "gut" zusammen, so ergibt sich, dass in Forchheim zwischen 70% („Abteilung über die Reichsstädte“) und etwa 84% („Die ersten Franken“) der befragten BesucherInnen die abgefragten Abteilungen sehr positiv beurteilten. Negative Bewer-

³¹ Chi² = 55,424; Sign.: 0.000.

³² F = 19,486; Sign.: 0.000.

tungen („mangelhaft“ oder „ungenügend“) vergaben lediglich 1 bis 2% der Befragten, was einen auch im Vergleich mit anderen Landesausstellungen sehr geringen Wert darstellt. Die Durchschnittsnoten ergeben eine eindeutige Rangfolge (Tabelle 5).³³ Am besten schnitt die Abteilung „Die ersten Franken (Ausgrabungen)“ ab. Für diese Abteilung vergaben jeweils über 40% der befragten AusstellungsbesucherInnen die Note „sehr gut“ bzw. „gut“. Mit einer Durchschnittsnote von 2,03 im Vergleich am schlechtesten bewertet wurde die Abteilung über die Reichsstädte.

Tabelle 5: Bewertung der Ausstellungsabteilungen

	1 sehr gut	2 gut	3 befriedigend	4 ausreichend	5 mangelhaft	6 ungenügend	Nicht besucht	Keine Angabe	Mittelwert
Die ersten Franken (Ausgrabungen)	412 43%	388 41%	81 9%	11 1%	3 0%	5 1%	3 0%	49 5%	1,69
Frankonia sacra: Kirchen und Klöster	229 24%	472 49%	143 15%	25 3%	5 1%	4 0%	7 1%	67 7%	1,99
Mittelalterliche Musik	423 44%	291 31%	119 12%	15 2%	4 0%	6 1%	28 3%	66 7%	1,72
Urkunden zur fränkischen Geschichte	337 35%	387 41%	122 13%	20 2%	8 1%	2 0%	11 1%	65 7%	1,84
Abteilung über die Reichsstädte	225 24%	440 46%	138 14%	36 4%	7 1%	5 1%	21 2%	80 8%	2,03
Gesamtbewertung	1626 34%	1978 42%	603 13%	107 2%	27 1%	22 0%	70 1%	327 7%	1,85



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

2.3.2 Einflussfaktoren auf die Bewertungen der BesucherInnen

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.³⁴ Diesen Fragen ist auch im Rahmen der vorliegenden Untersuchung nachgegangen worden.

³³ Siehe hierzu die Spalte „Mittelwert“ in Tabelle XX.

³⁴ Vgl. die Ergebnisbereiche des Sozialwissenschaftlichen Instituts München. Im Folgenden wurden die Werte der Bewertung der einzelnen Abteilungen summativ zur neuen Variablen „Gesamtbewertung“ zusammengefasst.

Überprüft werden hier zunächst die Zusammenhänge mit den gebildeten homogenen Besuchergruppen. Ergaben sich hier keine signifikanten Effekte, wurden des Weiteren alle theoretisch sinnvollen Beziehungen hinsichtlich der einzelnen individuellen Merkmale der BesucherInnen analysiert, wobei an dieser Stelle nur jene Ergebnisse dokumentiert werden, die auf einen Zusammenhang zwischen den genannten Einflussfaktoren bzw. Besuchermerkmalen und den Bewertungen hinweisen.

2.3.2.1 Bewertung der Ausstellung und Besuchergruppen

Erwartungsgemäß zeigt sich ein Zusammenhang zwischen der Gesamtbewertung der Ausstellung und den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen. So bewerten die „jüngeren, nicht-interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ (durchschnittliche Gesamtbewertung: 2,31) die Ausstellung insgesamt deutlich schlechter als die beiden anderen Besuchergruppen (durchschnittliche Gesamtbewertung: jeweils 1,83).^{35 36}

2.3.2.2 Bewertung der Ausstellungsinhalte und anderer Merkmale der Ausstellung

Die über die Bewertung der Abteilungen hergestellte Gesamtbewertung der Ausstellung kann als die Grundeinstellung interpretiert werden, die die Ausstellungsbesucherin bzw. der Ausstellungsbesucher der Ausstellung entgegenbringt. In diesem Sinne ist davon auszugehen, dass die Befragten, die die Ausstellung insgesamt positiv bewerten auch bei anderen Bewertungen eher zu einer positiven Einschätzung neigen. Umgekehrt ist zu erwarten, dass diejenigen, die die Ausstellung insgesamt eher negativ bewerten, auch gegenüber anderen die Ausstellung betreffenden Merkmalen eher zu einer kritischen Haltung neigen. Dieser Zusammenhang ließ sich in der Tat deutlich für die Zufriedenheit mit der Verständlichkeit und Ausführlichkeit der Texte, der Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung sowie der Beurteilung des Einsatzes von Informationssystemen nachweisen (*Grafik 28*).³⁷

³⁵ $F = 9,716$; Sign.: 0.000.

³⁶ Ein entsprechendes Ergebnis zeigt sich natürlich auch im Hinblick auf viele andere individuelle Merkmale, die in die Clusteranalyse einbezogen wurden, wenn man diese spezifischen Merkmale jeweils einzeln auf ihren Zusammenhang mit der Motivation der Befragten hin untersucht.

³⁷ Ähnliche Ergebnisse zeigen sich auch für die Bewertung der Ausstellungsinszenierung bezüglich der Wirkung (Kendall's tau = 0,326; Sign.: 0.000) und der Information (Kendall's tau = 0,306; Sign.: 0.000).

So wurde die Verständlichkeit der Texte umso besser beurteilt, je besser die Ausstellung insgesamt bewertet wurde.³⁸ Entsprechend bewerteten diejenigen Befragten auch die Ausstellung insgesamt am besten, die die Textausführlichkeit als angemessen einschätzten.³⁹ Für die Bewertung der optischen Präsentation zeigt sich dasselbe Bild: Je positiver die Bewertung der optischen Präsentation ausfiel, desto positiver wurde auch die Ausstellung insgesamt eingeschätzt.⁴⁰ Ähnliches gilt auch für die Beurteilung des Einsatzes von Informationssystemen. Wer diesen für gut hielt, bewertete die Ausstellung insgesamt positiver als die Befragten, die den Einsatz von Informationssystemen ablehnten bzw. ihm indifferent gegenüberstanden.⁴¹

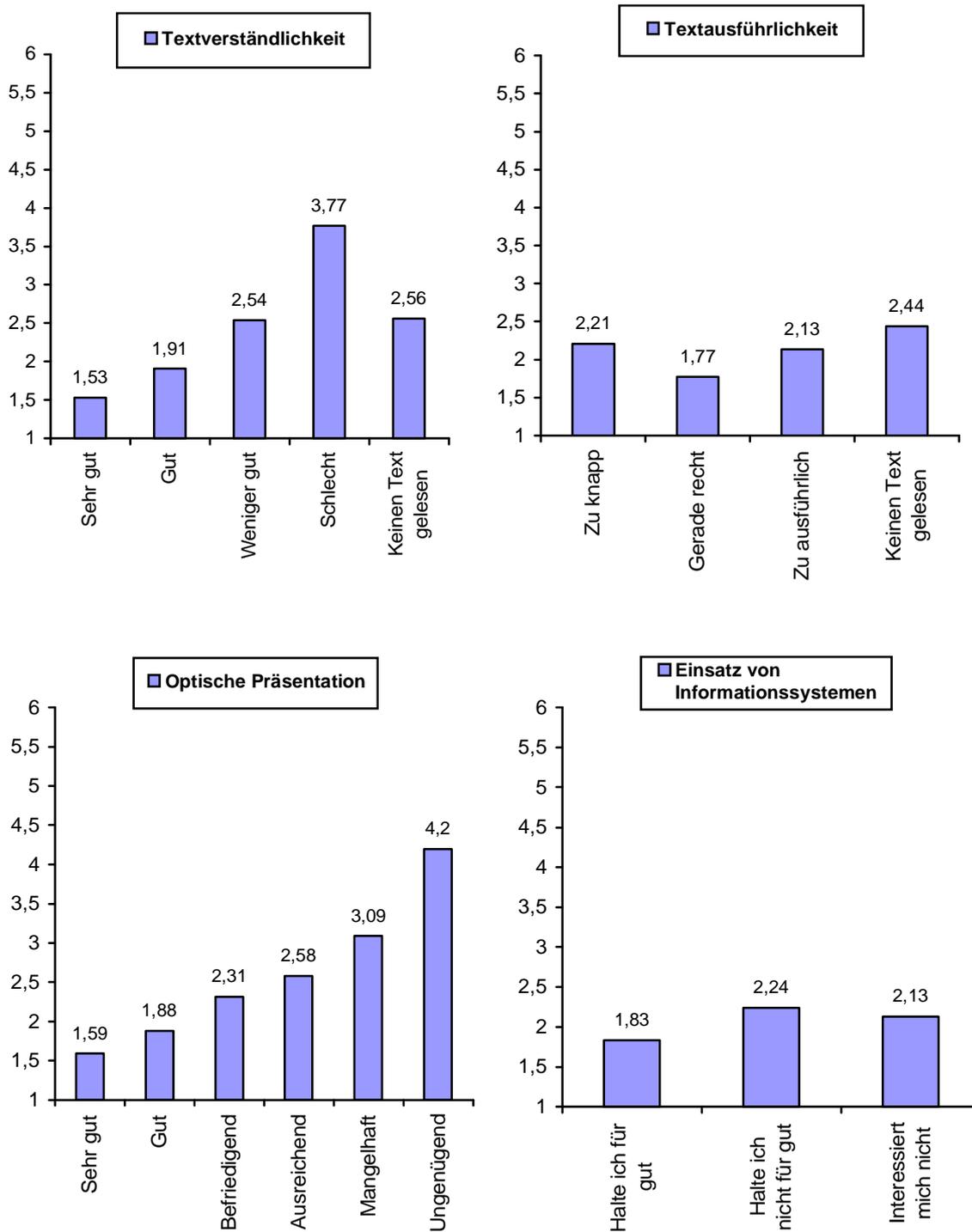
³⁸ Kendall's tau = 0,369; Sign.: 0,000.

³⁹ F = 28,558; Sign.: 0,000.

⁴⁰ Kendall's tau = 0,383; Sign.: 0,000.

⁴¹ F = 9,634; Sign.: 0,000.

Grafik 28: Bewertung der Ausstellung und Verständlichkeit bzw. Ausführlichkeit der gelesenen Texte, optische Präsentation sowie der Einsatz von Informationssystemen (Mittelwerte)



2.3.2.3 Bewertung der Ausstellung und Kauf einer Publikation

Erwähnenswert ist schließlich, dass die Bewertung der Landesausstellung in Zusammenhang mit dem Kauf von Publikationen steht. So zeigt sich eine sehr gute Gesamtbewertung am häufigsten bei den Befragten, die eine Publikation gekauft haben: Sie haben die Ausstellung insgesamt etwas besser bewertet als die Befragten, die keine Publikation erworben haben (durchschnittliche Gesamtbewertung von 1,74 gegenüber 1,90).⁴²

2.3.3 Eindrucksvollstes Exponat der Ausstellung

Ein weiteres Ziel der Besucherbefragung war es, von den BesucherInnen zu erfahren, welches Exponat der Ausstellung sie am eindrucksvollsten fanden. Damit erhalten die Ausstellungsplaner eine 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?).

70% aller Befragten haben ein Exponat angegeben, das sie nachhaltig beeindruckt hat (*Tabelle 6*). Jeweils etwa jede(r) zehnte dieser insgesamt 666 BesucherInnen fanden den „Deckelbecher“ am eindrucksvollsten. Mit etwa 10% der Nennungen folgten die „Alten Bücher, Buchmale-reien, die Bibel, Evangeliar“ und mit 8% „Kammergrab, Grabbeilegungen, Ausgrabungen“. Die „Kunigundenkrone“ wurde mit 6% am vierthäufigsten genannt. Erwähnenswert ist, dass 3% der Befragten ausdrücklich betonten, dass alle bzw. viele Exponate sie sehr beeindruckt haben. Nur 1% fand keines der gezeigten Exponate besonders eindrucksvoll. 18% der BesucherInnen machten sonstige Angaben, die vom „Plumpsklo mit den Fledermäusen“, dem „Ritter mit Pferd“, dem „Silberaltar“, der „Burg aus Holz“ bis zum „Ausstellungsort“ selbst reichten.

⁴² F = 12,988; Sign.: 0.000.

Tabelle 6: Eindruckvollste Ausstellungsobjekte (Mehrfachantworten möglich; N = 666)

	Eindruckvollstes Ausstellungsobjekt	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Deckelbecher, Pettstadter Becher	75	11
2.	Alte Bücher, Buchmalereien, die Bibel, Evangeliar	64	10
3.	Kammergrab, Grabbeilegungen, Ausgrabungen	52	8
4.	Kunigundenkrone, Krone	41	6
5.	Ritterkopf	40	6
6.	Schriften, Urkunden, Verträge, Sigena-Urkunde	39	6
7.	Dampfkochtopf	37	5
8.	Zauberharfe, Musikinstrumente, Mittelalterliche Musik	31	5
9.	Handschriften, Schriften	25	4
10.	Waffen, Helme, Rüstungen	21	3
11.	Franziska, Beile, Axt, Schwerter	18	3
12.	Edelsteinbesetzte Fibeln	18	3
13.	Verletzte Schädel	14	2
14.	Elfenbeinsattel	13	2
15.	Trachten, Kleidung	12	2
16.	Bamberger Psalter	10	1
17.	Monstranz	10	1
18.	Mehrere, Viele, Alles	23	3
19.	Keine	4	1
20.	Sonstiges	119	18

 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

2.3.4 Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung

Ein weiteres Ziel der Befragung war es, zu erfahren, wie die optische Präsentation der Ausstellung bei den BesucherInnen ankam. Es zeigt sich, dass die überwiegende Mehrheit der Befragten die Präsentation der Ausstellung positiv einschätzten. 35% der Befragten fanden die optische Präsentation "sehr gut" und 47% "gut". Nur 2% der Befragten waren mit ihr nicht zufrieden (1,5% bewertete sie als "mangelhaft" und 0,5% als "ungenügend"). Im Durchschnitt wird die optische Präsentation der Ausstellung mit 1,84 bewertet.

Die Bewertung der optischen Präsentation korreliert erwartungsgemäß mit anderen Bewertungsdimensionen. Insbesondere wurde ja bereits gezeigt, dass die optische Präsentation mit der Gesamtbewertung der Ausstellung zusammenhängt (*siehe oben*). Entsprechend zeigen sich auch hoch signifikant positive Zusammenhänge mit den meisten anderen Merkmalen der Ausstellung, die von den AusstellungsbesucherInnen bewertet wurden (*Tabelle 7*).

Tabelle 7: Signifikant positive Zusammenhänge zwischen der optischen Präsentation der Ausstellung und anderen bewerteten Merkmalen

	Bewertungsmerkmal	Kendall's tau	Signifikanz
1.	Abteilung: Die ersten Franken (Ausgrabungen)	0,331	0.000
2.	Abteilung: Frankonia sacra: Kirchen und Klöster	0,304	0.000
3.	Abteilung: Mittelalterliche Musik	0,279	0.000
4.	Abteilung: Urkunden zur fränkischen Geschichte	0,257	0.000
5.	Abteilung über die Reichsstädte	0,300	0.000
6.	Textverständlichkeit	0,352	0.000
7.	Ausstellungsinszenierung: Wirkung	0,409	0.000
8.	Ausstellungsinszenierung: Informationen	0,302	0.000
9.	Bewertung des Mediensystems	0,292	0.000
10.	Bewertung der Führung	0,283	0.000



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Bei der Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellungsinhalte ergibt sich kein Zusammenhang hinsichtlich der geclusterten Besuchergruppen. Auch die für die Clusteranalyse herangezogenen individuellen Merkmale zeigen überwiegend keine Zusammenhänge mit der Beurteilung der optischen Präsentation. Lediglich die Motivation der Befragten spielte hier eine Rolle. So bewerteten die interessegeleiteten Befragten die optische Präsentation deutlich positiver als die Nicht-interessegeleiteten (1,81 gegenüber 2,24).⁴³

⁴³ F = 13,209; Sign.: 0.000.

2.3.5 Über die Ausstellung vermittelte Informationen

Von Interesse war ebenfalls, zu erfahren, ob es gelang, mit der Ausstellung neue Informationen zu vermitteln. Dazu konnten die Befragten in Stichworten angeben, welche Informationen für sie neu waren, wobei hier insgesamt 522 Angaben gemacht wurden (*Tabelle 8*). An erster Stelle standen dabei Informationen zur „fränkischen Geschichte bzw. zu Franken allgemein“ (15%), gefolgt von der Thematik „Herkunft der Franken bzw. die Trojanische Herkunft der Franken“ (7%) sowie die Herstellung „geschichtlicher Zusammenhänge“ allgemein (7%). Für 9% der BesucherInnen waren viele bzw. alle Informationen neu. Dagegen gaben 7% der Befragten an, dass sie über die Ausstellung nur wenig bzw. keine neuen Informationen gewinnen konnten. Dieser Wert entspricht den bei anderen Landesausstellungen gemessenen Anteilen.⁴⁴ Teilweise handelt es sich bei diesen Befragten um Personen, die beruflich mit dem Thema „Geschichte“ zu tun bzw. Geschichte studiert haben und dies auch dezidiert angaben. Neben den genau kategorisierten Angaben wurden 86 Nennungen unter der Kategorie „Sonstiges“ zusammengefasst. Unter diesen Statements befinden sich Aussagen wie „Das Ende der Ritter“, „Miltenberg als jüdisches „Hochzentrum“ im Mittelalter“, „Wie schwer eine Rüstung ist“, „Raumnavigation“ und die „Bedeutung Würzburgs“.

⁴⁴ 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 8: Neue über die Ausstellung vermittelte Informationen
(Mehrfachantworten möglich; N = 522)

	Neue Informationen	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Fränkische Geschichte, Franken allgemein	76	15
2.	Herkunft der Franken, Trojanische Herkunft, Pontius Pilatus	35	7
3.	Geschichtliche Zusammenhänge, Besseres Geschichtsverständnis, Geschichtlicher Überblick	35	7
4.	Besiedelung und Ausdehnung Frankens	33	6
5.	Geschichtliches Detailwissen, neue geschichtliche Informationen, Vertiefung von Geschichtswissen	28	6
6.	Entstehung und Entwicklung des fränkischen Reiches	22	4
7.	Informationen zur Musik und Musikgeschichte	22	4
8.	Auffrischung von Geschichtswissen allgemein	18	3
9.	Leben der Franken, Mode	18	3
10.	Karlsgraben, Fossa Carolina	17	3
11.	Gräber, Grabriten, Glauben	12	2
12.	Königshäuser, Herrscher, Königswahl	11	2
13.	Bedeutung der Franken	10	2
14.	Waffenentwicklung	9	2
15.	Glaserherstellung, Schmuck, technischer Fortschritt	9	2
16.	Vieles, Alles	47	9
17.	Keine, Wenige	34	7
18.	Sonstiges	86	16



Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
München, 2004

2.3.6 Vorstellungen über Franken nach dem Ausstellungsbesuch

Die Befragung sollte weiterhin erfassen, welche Vorstellungen mit Franken das Publikum nach dem Besuch der Ausstellung verband (*Tabelle 9*). Von Interesse war dabei, zu erfahren, ob und inwieweit die Ausstellungsinhalte zu einer Erweiterung oder Veränderung der Vorstellungen über diesen Landesteil Bayerns geführt haben.

Hierzu wurden von den Befragten insgesamt 515 Angaben gemacht. Davon gaben nur 5% deziidiert an, ihre Vorstellungen hätten sich durch den Ausstellungsbesuch nicht verändert; 1% der BesucherInnen konnte zudem überhaupt keine Vorstellungen entwickeln.

Viele Befragte (15%) hatten den Eindruck gewonnen, dass Franken ein altes Kulturland sei bzw. brachten nach dem Besuch der Ausstellung Franken mit dem Begriff „Kultur“ in Verbindung. 9% der Befragten assoziierten mit Franken die Vorstellung einer langen geschichtlichen Tradition. Jeweils 6% der BesucherInnen hielten Franken nach dem Ausstellungsbesuch für interessant bzw. waren stolz und glücklich, selbst Franke zu sein. Neben den kategorisierten Angaben wurden 126 Nennungen unter "Sonstiges" zusammengefasst. Diese Kategorie beinhaltet Aussagen wie "Attraktives Urlaubsangebot", „Ausgeprägte Kunsthandwerker“, „Cool“, „Die große Unbekannte“, „Ein Land der Individualisten“, „Erinnerung an den Schulunterricht“ und „Franken waren sehr erfinderisch“.

Tabelle 9: Vorstellungen über Franken nach dem Ausstellungsbesuch
(Mehrfachantworten möglich; N = 515)

	Vorstellung über Franken	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
1.	Altes Kulturland, Kultur	75	15
2.	Lange geschichtliche Tradition, geschichtsträchtig	48	9
3.	Interessant	29	6
4.	Stolz und glücklich Franke zu sein, Liebe zu Franken	29	6
5.	Heimat	23	5
6.	Abgrenzung Frankens gegen Bayern	22	4
7.	Bin aus Franken, ich bin Franke	18	4
8.	Europäisches Zentrum, zentrale Bedeutung	17	3
9.	Vielfalt	14	3
10.	Bistümer, Kirchen und Klöster	12	2
12.	Kriegerisch	11	2
13.	Damals bedeutender als heute	11	2
14.	Einen Besuch wert, schönes Land	10	2
15.	Frank und Frei, Freiheitsbewusstsein	8	2
16.	Es gibt noch viel zu entdecken, Wunsch nach mehr	8	2
17.	Fleckenteppich	7	1
18.	Ritter und Rittertum	7	1
19.	Besser informiert als vorher	7	1
20.	Die gleiche Vorstellung wie vorher	28	5
21.	Keine Vorstellung	5	1
22.	Sonstiges	126	24

Neben dieser offenen Frage konnten die AusstellungsbesucherInnen anhand einer Skala von „1 = Stimme voll und ganz zu“ bis „5 = Stimme überhaupt nicht zu“ ihren Zustimmungsggrad zu drei konkreten Aussagen über Franken äußern. Dabei zeigt sich, dass der überwiegende Teil der Befragten den drei vorgegebenen Aussagen sehr deutlich zustimmte (*Tabelle 10*). Die größte Zustimmung erhielt dabei die Aussage „Franken ist besonders reich an Kulturdenkmälern“: Über 80% der Befragten stimmen dieser Aussage voll und ganz bzw. eher zu.

Tabelle 10: Zustimmung zu verschiedenen Aussagen über Franken

	1 Stimme voll und ganz zu	2 Stimme eher zu	3 Teils/teils	4 Stimme eher nicht zu	5 Stimme überhaupt nicht zu	Keine Angabe
Franken ist besonders reich an Kulturdenkmälern	584 61%	205 22%	55 6%	11 1%	3 0%	94 10%
Franken ist ein außerordentlich kulturschöpferisches Land	384 41%	269 28%	138 15%	21 2%	4 0%	136 14%
Es ist zu wenig bekannt, dass Franken über außerordentliche Kulturschätze verfügt	420 44%	237 25%	108 11%	56 6%	24 3%	107 11%

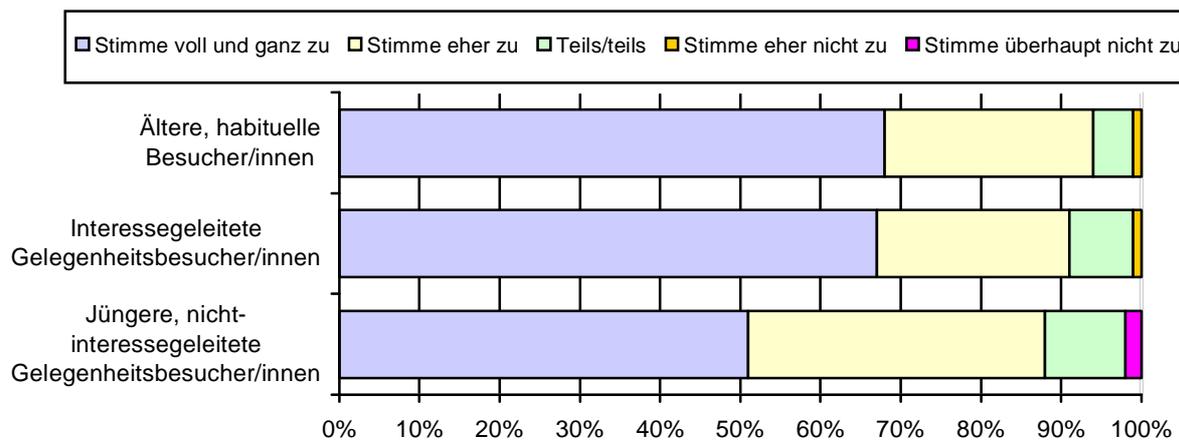


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Ein deutlicher Zusammenhang lässt sich zwischen der Zustimmung zu den ersten beiden Aussagen über Franken und den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen feststellen (*Grafiken 29a und 29b*), während sich die Zustimmungstendenz bezüglich der dritten Aussage kaum unterscheidet. So stimmen die „Älteren, habituellen BesucherInnen“ eher diesen beiden Aussagen zu als die „Jüngeren, nicht-interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ (67% gegenüber 51% bzw. 45% gegenüber 28%).⁴⁵

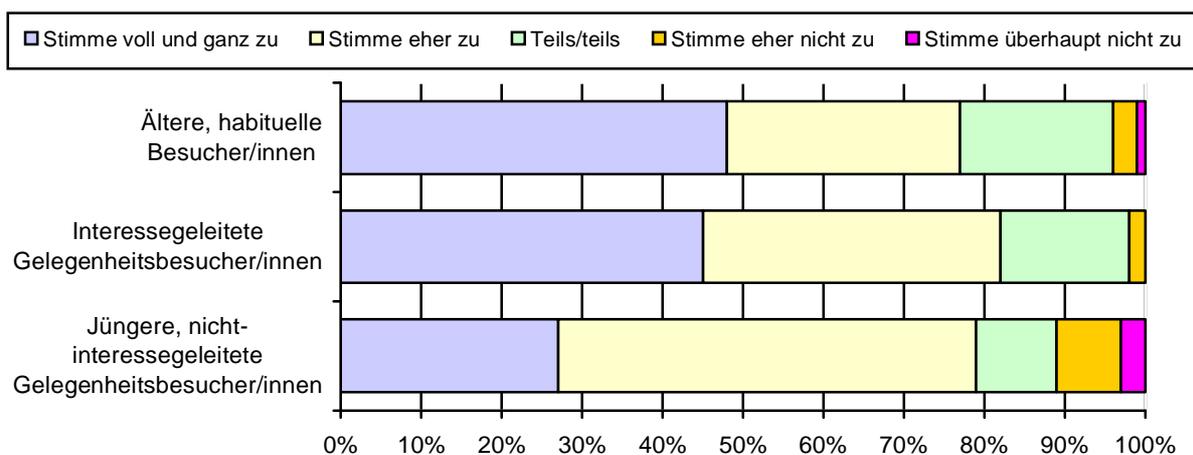
⁴⁵ Bei der Berechnung wurden die Befragten, die keine Angabe gemacht haben, nicht berücksichtigt, so dass im Einzelfall die Prozentwerte für die Zustimmung zu den einzelnen Aussagen höher liegen können als die Prozentwerte der Häufigkeitsauszählung.

Grafik 29a: Zustimmung zu der Aussage „Franken ist besonders reich an Kulturdenkmälern“ und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)⁴⁶



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Grafik 29b: Zustimmung zu der Aussage „Franken ist ein außerordentlich kulturschöpferisches Land“ und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)⁴⁷



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

⁴⁶ Chi² = 21,228; Sign.: 0.007.

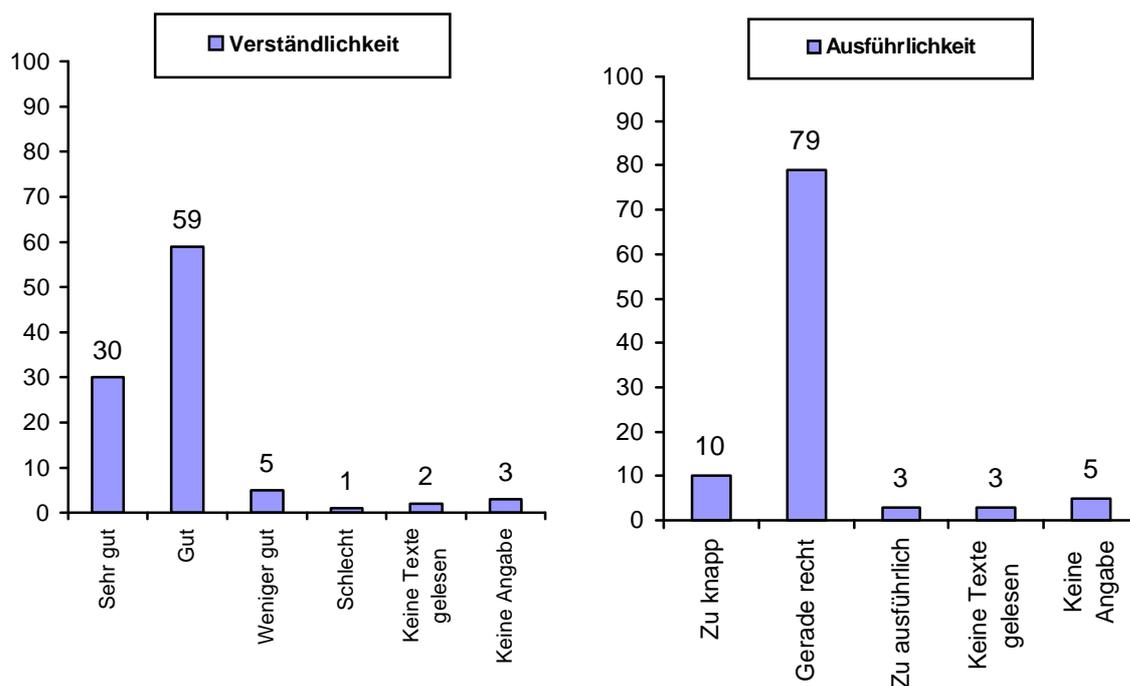
⁴⁷ Chi² = 21,150; Sign.: 0.007.

Die Zustimmung zu den Aussagen „Franken ist besonders reich an Kulturdenkmälern“ und „Franken ist ein außerordentlich kulturschöpferisches Land“ steht natürlich auch mit den meisten der in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmalen in Zusammenhang: Hier zeigen sich vor allem alters-, bildungs-, motivations-, interessens- und sozialitätsspezifische Effekte in der jeweilig erwarteten Richtung.

2.3.7 Bewertung der Ausstellungstexte

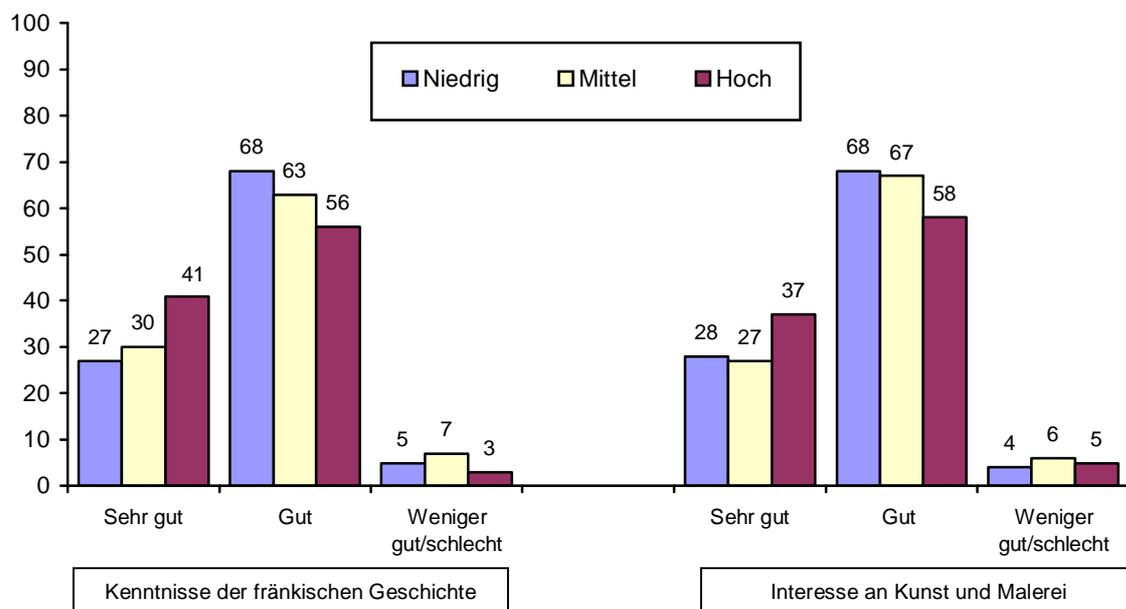
Die Bewertung der Texte zur Ausstellung wurde unter zwei Gesichtspunkten erfasst: der Verständlichkeit und der Ausführlichkeit. Dabei zeigt sich (*Grafik 30*), dass von den Befragten die überwiegende Mehrheit (89%) die Verständlichkeit sehr gut bzw. gut bewertete und ihre Ausführlichkeit mit 79% als angemessen empfand.

Grafik 30: Verständlichkeit und Ausführlichkeit der gelesenen Texte (Angaben in Prozent)



Hinsichtlich der Verständlichkeit der Texte zeigen sich für die Landesausstellung 2004 in Forchheim keine Zusammenhänge mit den durch die Clusteranalyse generierten drei Besuchergruppen. Betrachtet man die Einzelmerkmale der Befragten ergeben sich auch keine alters-, bildungs- und geschlechtsspezifischen Zusammenhänge. Es zeigt sich jedoch, dass die Bewertung der Textverständlichkeit von den Kenntnissen und Interessen der Befragten abhängt. So bewerteten diejenigen Befragten die Verständlichkeit der Texte häufiger als sehr gut, die sich hohe Kenntnisse der fränkischen Geschichte zuschrieben (41% gegenüber 27% bzw. 30%).⁴⁸ Ebenso beurteilten die Befragten mit einem hohen Interesse an Kunst und Malerei die Verständlichkeit der Texte signifikant besser als die Befragten mit niedrigem bzw. mittlerem Interesse (Grafik 31).

Grafik 31: Verständlichkeit der gelesenen Texte und Kenntnisse der fränkischen Geschichte bzw. Interesse an Kunst und Malerei (Nur Befragte, die Texte gelesen haben, Angaben in Prozent, n = 841 bzw. n = 810)⁴⁹



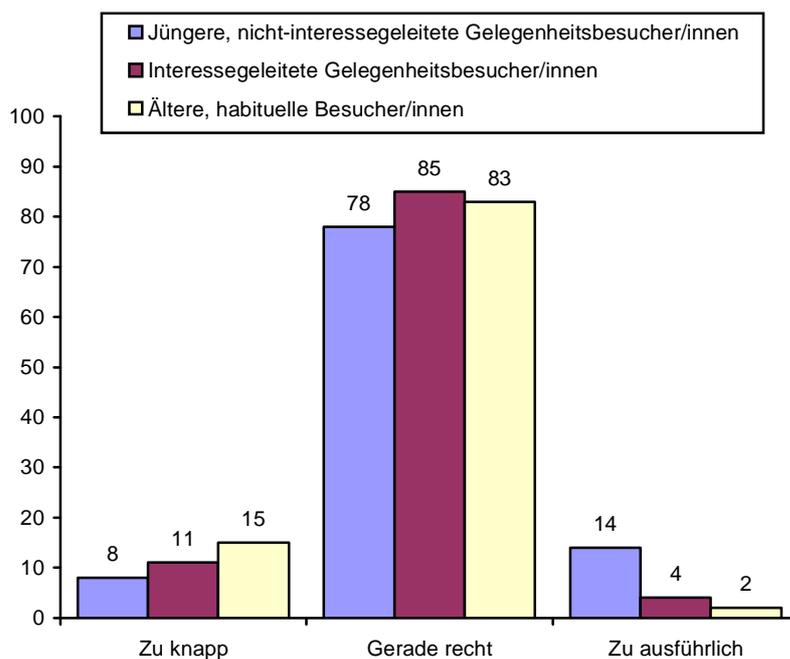
⁴⁸ Für die folgenden Berechnungen wurden aufgrund der geringen Fallzahlen die beiden Kategorien „weniger gut“ und „schlecht“ zusammengefasst.

⁴⁹ Kenntnisse der fränkischen Geschichte: $\chi^2 = 10,554$; Sign.: 0.032; Interesse an Kunst und Malerei: $\chi^2 = 10,777$; Sign.: 0.029

Erwartungsgemäß wurde die Verständlichkeit der Texte schließlich umso besser bewertet, je länger sich jemand in der Ausstellung aufhielt und umgekehrt, wobei dieser Zusammenhang zwar statistisch signifikant, aber nicht besonders stark ist.⁵⁰ Schließlich schätzten auch diejenigen Befragten, die eine Publikation gekauft haben, die Textverständlichkeit häufiger als sehr gut ein als die Befragten, die keine Publikation erworben haben (37% gegenüber 29%).⁵¹

Deutlichere Zusammenhänge zeigen sich hinsichtlich der Bewertung der Ausführlichkeit der Texte. So wird die Ausführlichkeit der Texte von den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen unterschiedlich bewertet. Die „Interessengeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ halten die Ausführlichkeit der Texte häufiger für angemessen als die Befragten der anderen beiden Besuchergruppen (*Grafik 32*). Die „Jüngeren, nicht-interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ gaben dagegen öfter an, dass sie die Texte für zu ausführlich halten (14%), wohingegen die „Älteren, habituellen BesucherInnen“ die Texte häufiger als die Befragten der anderen beiden Gruppen für zu knapp hielten (15%).

Grafik 32: Ausführlichkeit der gelesenen Texte und Besuchergruppen
(Nur Befragte, die Texte gelesen haben, Angaben in Prozent, n = 649)⁵²



⁵⁰ Kendall's tau = -0,083; Sign.: 0.004.

⁵¹ Chi² = 7,290; Sign.: 0.026, n = 849.

⁵² Chi² = 15,232; Sign.: 0.004.

Die Besuchergruppen unterscheiden sich also hinsichtlich der Bewertung der Textausführlichkeit deutlich voneinander, was vor allem auf ihre Interessengeleitetheit zurückzuführen ist. Dies zeigt sich auch, wenn man den Zusammenhang zwischen der Bewertung der Textausführlichkeit und der Motivation für den Ausstellungsbesuch betrachtet. So schätzten die interessengeleiteten Befragten die Informationen deutlich häufiger als die Nicht-Interessengeleiteten als zu knapp ein (12% gegenüber 6%), wohingegen die Nicht-Interessengeleiteten die Informationen häufiger für zu ausführlich hielten (10% gegenüber 3%).⁵³ Das heißt, interessegeleitete Befragte möchten möglichst viele und ausführliche Informationen über die ausgestellten Objekte erhalten, wohingegen nicht-interessegeleitete Befragte nur das Wichtigste über ein Exponat erfahren wollen. Zusätzliche Informationen werden dann als störend empfunden, da sie die Trennung der zentralen Information über ein Objekt – die man wissen möchte - von der darüber hinausgehenden Zusatzinformation eher erschweren.

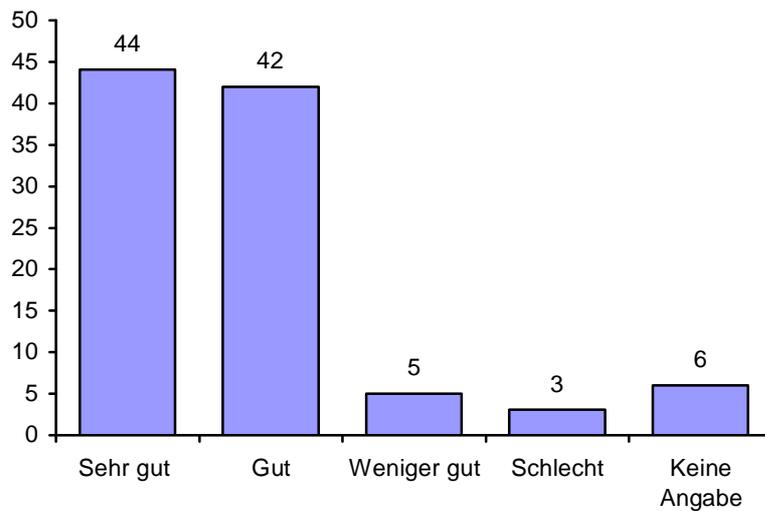
Zusammenhänge der Textausführlichkeit mit soziodemografischen Merkmalen lassen sich auch für die meisten in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale nachweisen; da die Richtung der Zusammenhänge derjenigen entspricht, die von den Clustern her zu erwarten ist, soll auf sie an dieser Stelle deshalb nicht näher eingegangen werden.

2.3.8 Bewertung der Führungen

Die Bewertung der Führungen ist in der Regel abhängig von der Qualität der einzelnen Führungen, also von ihren inhaltlichen Schwerpunkten und ihrer Darstellung 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 312 Befragten (33%), 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 33*), dass die große Mehrheit (86%) die Qualität der jeweiligen Führung als sehr gut oder gut beurteilte. 5% der Befragten fanden die Führung dagegen weniger gut und von 3% wurde sie als schlecht eingeschätzt. 6% machten hierzu keine Angabe.

⁵³ Chi² = 8,943; Sign.: 0.011, n = 875.

Grafik 33: Beurteilung der Qualität der Führung (Nur Befragte, die an einer Führung teilgenommen haben; Angaben in Prozent; N = 312)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Die Bewertung der Führung steht vor allem in Zusammenhang mit alters- und bildungsspezifischen Aspekten sowie der Motivation der Befragten. So bewerteten die älteren FührungsteilnehmerInnen die Führung deutlich besser als die jüngeren. 60% der 60-Jährigen und älteren gaben der Führung eine sehr gute Note gegenüber nur 25% bei den unter 18-Jährigen.⁵⁴

Hinsichtlich der Bildung der Befragten zeigt sich, dass die Volks- bzw. Hauptschulabschlussabsolventen die Führung am besten bewerteten. 68% dieser Befragten vergaben die Note sehr gut gegenüber nur 23% der Befragten, die (noch) über keinen Abschluss verfügen.⁵⁵

Schließlich spielt auch die Motivation der Befragten für die Bewertung der Führung eine Rolle. So bewerteten die interessegeleiteten Befragten die Führung häufiger mit sehr gut (47%) als die Nicht-Interessegeleiteten (31%).⁵⁶

⁵⁴ $\chi^2 = 31,098$; Sign.: 0.002, n = 272.

⁵⁵ $\chi^2 = 36,660$; Sign.: 0.000, n = 279.

⁵⁶ $\chi^2 = 18,111$; Sign.: 0.000 n = 288.

2.3.9 Nutzung der Medienstationen

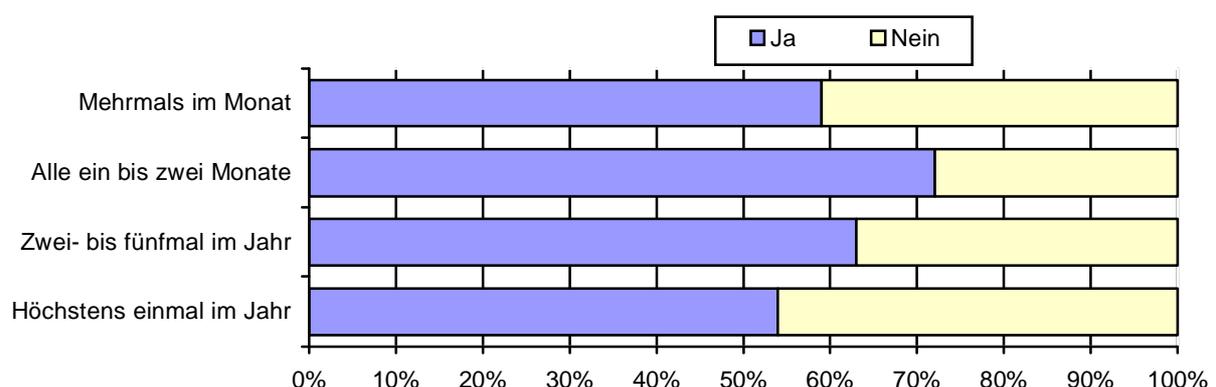
In der Ausstellung wurden verschiedene Medien wie Computer oder Hörstationen eingesetzt. Eine Mehrheit von 560 Befragten (59%) hat das Mediensystem als Informationsquelle verwendet. Die Nutzung der Medienstationen ist abhängig von den allgemeinen geschichtlichen Kenntnissen der Befragten, von der Sozialität der Befragten, der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und der Verweildauer in der Ausstellung.

Die Befragten, die ihre geschichtlichen Kenntnisse als niedrig einschätzen (50%), nutzten die Medienstationen seltener als die Befragten mit mittleren (68%) und hohen Kenntnissen (61%).⁵⁷

Im Zusammenhang mit der Sozialität der Befragten zeigt sich, dass die GruppenbesucherInnen die Medienstationen seltener nutzten als die anderen BesucherInnen (47% im Vergleich zu jeweils 67% bei den Befragten, die mit ihren (Ehe-)PartnerInnen bzw. ihrer Familie in der Ausstellung waren).⁵⁸

Eine Abhängigkeit der Nutzung der Medienstationen zeigt sich auch von der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (*Grafik 34*). So wurde das Mediensystem eher von denjenigen Befragten verwendet, die mit einer „mittleren“ Häufigkeit Ausstellungen frequentieren.

Grafik 34: Nutzung der Medienstationen und Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (Angaben in Prozent)⁵⁹



⁵⁷ Chi² = 9,744; Sign.: 0.008; n = 831.

⁵⁸ Chi² = 12,551; Sign.: 0.014; n = 818.

⁵⁹ Chi² = 8,610; Sign.: 0.035; n = 845.

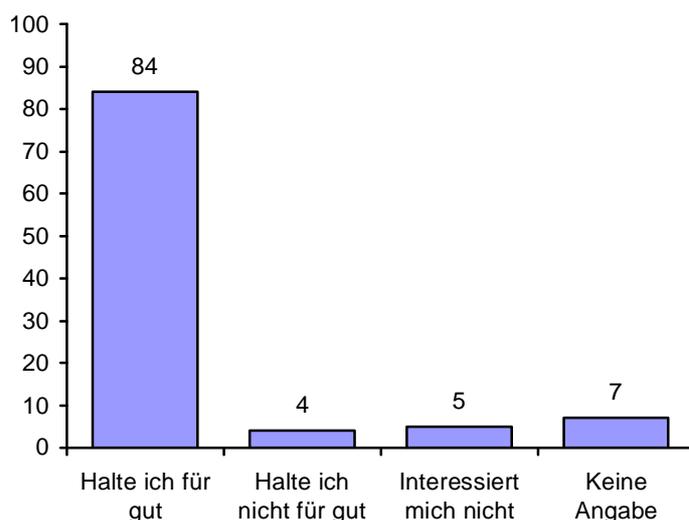
Schließlich hielten sich die NutzerInnen des Mediensystems im Schnitt länger in der Ausstellung auf (128 Minuten) als die Befragten, die die Medienstationen nicht verwendet haben (113 Minuten).⁶⁰

Bei der Beurteilung der über die Medienstationen gewonnenen Informationen zeigt sich, dass die deutliche Mehrheit der 560 NutzerInnen diese für angemessen hielt (81%). 6% der Befragten hätten sich dagegen detailliertere Informationen gewünscht, für 4% der BesucherInnen waren die über das Mediensystem vermittelten Informationen zu ausführlich und 9% der befragten Personen äußerten sich hierzu überhaupt nicht.

Die Beurteilung der über das Mediensystem gewonnenen Informationen steht in keinem signifikanten Zusammenhang mit den Besuchergruppen bzw. mit einzelnen individuellen Merkmalen des Ausstellungspublikums.

Des Weiteren konnten die Befragten angeben, ob sie den Einsatz von Informationssystemen in Ausstellungen und Museen generell begrüßen oder eher ablehnen. Dabei zeigt sich, dass die überwiegende Mehrheit der Befragten den Einsatz von Informationssystemen für gut hält. Nur ein geringer Teil der Befragten findet den Einsatz nicht gut und jeder zwanzigste Befragte hat kein Interesse an derartigen Informationssystemen (*Grafik 35*).

Grafik 35: Beurteilung des Einsatzes von Informationssystemen (Angaben in Prozent)



⁶⁰ F = 27,092; Sign.: 0.000; n = 874.

Die Beurteilung des Einsatzes von Informationssystemen hängt im Wesentlichen mit dem Alter und der Sozialität der Befragten zusammen. So hielten Befragte im Alter zwischen 18 und 29 Jahren den Einsatz häufiger für gut (97%) als Personen, die zum Zeitpunkt der Befragung 60 Jahre und älter waren (85%).⁶¹

Hinsichtlich der Sozialität der Befragten zeigt sich, dass vor allem die BesucherInnen, die mit ihrer Familie in der Ausstellung waren, den Einsatz von Informationssystemen häufiger positiv finden (97%) als etwa GruppenbesucherInnen (85%).⁶²

2.4 Interesse und Bewertung der Ausstellungsthematik und –gestaltung

2.4.1 Bewertung der Ausstellungsinszenierung der Landesausstellung

Anhand einer Skala von „1 = Deutlich besser“ bis „5 = Deutlich schlechter“ konnten die AusstellungsbesucherInnen bei der Befragung zur Landesausstellung 2004 in Forchheim die Ausstellungsinszenierung im Vergleich zu herkömmlichen Museen sowohl hinsichtlich ihrer Wirkung als auch hinsichtlich ihres Informationsgehalts bewerten (*Tabelle 11*). Zwei Drittel der Befragten schätzten die Wirkung der Ausstellungsinszenierung der Landesausstellung im Vergleich zu herkömmlichen Museen als deutlich bzw. etwas besser ein. Der Informationsgehalt wurde im Vergleich zu den anderen Museen ebenfalls positiver eingeschätzt. Auch hier sah eine Mehrheit von 54% die Landesausstellung besser.

Tabelle 11: Bewertung der Ausstellungsinszenierung der Landesausstellung im Vergleich zu herkömmlichen Museen

	1 Deutlich besser	2 Etwas besser	3 Teils/teils	4 Etwas schlechter	5 Deutlich schlechter	Keine An- gabe
Wirkung der Ausstellungs- inszenierung	405 43%	208 22%	236 25%	14 2%	10 1%	79 8%
Informationen der Ausstellungs- inszenierung	250 26%	271 28%	265 28%	17 2%	10 1%	139 15%

⁶¹ Die Befragten, die keine Angabe machten, wurden aus der Analyse ausgeschlossen. Deshalb liegen die Prozentwerte hier höher als für die Berechnung der Beurteilung der Informationssysteme insgesamt; $\chi^2 = 17,014$; Sign.: 0.030.

⁶² $\chi^2 = 22,089$; Sign.: 0.005.

Die Bewertung der Wirkung der Ausstellungsinszenierung hängt lediglich von der Bildung und der Häufigkeit des Ausstellungsbesuchs ab. So bewerteten die Höhergebildeten die Wirkung der Ausstellungsinszenierung besser als die Befragten mit niedrigeren Bildungsabschlüssen. Etwa drei Viertel der AkademikerInnen gaben an, dass die Inszenierung der Landesausstellung im Vergleich zu herkömmlichen Museen besser sei (53% deutlich besser, 22% etwas besser). Bei den Befragten, die über einen Volks- bzw. Hauptschulabschluss verfügen, waren es indes nur knapp zwei Drittel (43% deutlich besser, 20% etwas besser).⁶³

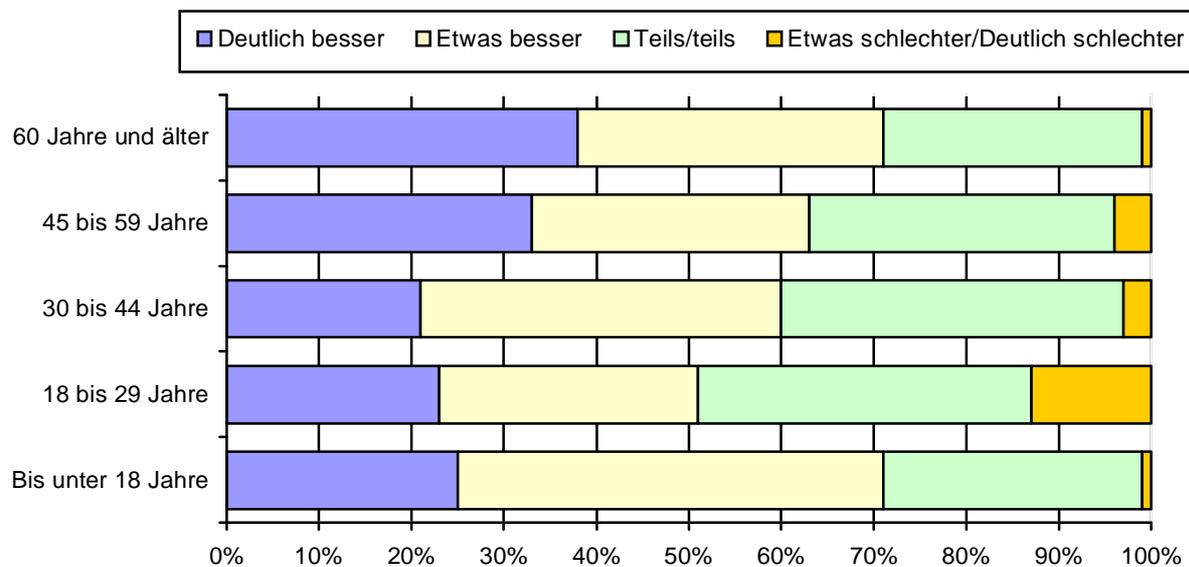
Betrachtet man den Zusammenhang zwischen der Einschätzung der Wirkung der Ausstellungsinszenierung und der Besuchshäufigkeit, so lässt sich feststellen, dass die Befragten, die alle ein bis zwei Monate in einer Ausstellung sind, die Wirkung der Inszenierung der Landesausstellung im Vergleich zu anderen Museen besser beurteilen als die Befragten, die höchstens einmal im Jahr bzw. mehrmals im Monat in einer Ausstellung sind (Bewertung deutlich besser: 54% gegenüber 41% bzw. 44%).⁶⁴

Der informationelle Gehalt der Ausstellungsinszenierung wurde vor allem von den älteren Befragten etwas bzw. deutlich besser bewertet. So gaben 38% der 60-Jährigen und älteren an, dass sie den Gehalt der Informationen der Ausstellungsinszenierung deutlich besser als in herkömmlichen Museen fanden, wohingegen unter den jüngeren Befragten nur 21% bis 25% zu dieser Einschätzung neigten (*Grafik 36*).

⁶³ Chi² = 24,677; Sign.: 0.016.

⁶⁴ Chi² = 18,301; Sign.: 0.032.

Grafik 36: Bewertung der Informationen der Ausstellungsinszenierung und Alter (Angaben in Prozent)⁶⁵



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Ein interessantes Ergebnis zeigt sich hinsichtlich der Bewertung der Ausstellungsinszenierung und dem Kauf einer Publikation. So fanden die Befragten, die eine Publikation gekauft haben deutlich häufiger als die Befragten, die keine Publikation erworben haben, sowohl die Wirkung (54% gegenüber 43%) als auch den Informationsgehalt der Ausstellungsinszenierung (37% gegenüber 29%) im Verhältnis zu herkömmlichen Museen deutlich besser.⁶⁶ Dies deutet erneut auf eine „Gesamtstimmung“ bezogen auf die Ausstellung hin, die in den einzelnen Bewertungen zum Ausdruck kommt. Denn es ist davon auszugehen, dass diejenigen Befragten, die bereits vor Besuch der Ausstellung eine Publikation gekauft haben, der Landesausstellung gegenüber positiver eingestellt sind, als diejenigen, die dies nicht getan haben (*siehe oben*).

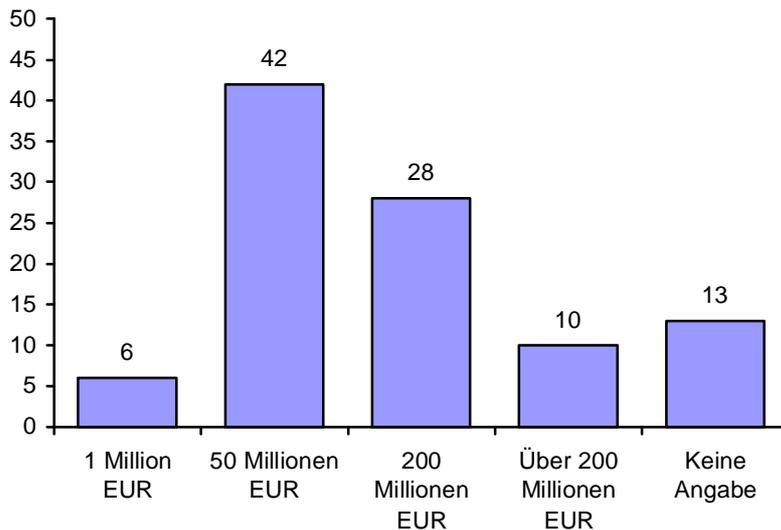
Um die Einstellung der Befragten zur Ausstellung darüber hinaus zu ermitteln, wurden die Befragten gebeten, den Versicherungswert der gesamten Ausstellung zu schätzen. Die Einschätzung des Versicherungswerts der Ausstellung dient indirekt dazu, etwas darüber in Erfahrung zu bringen, was die Befragten über die Qualität der Exponate denken und wie sie somit den „Wert“ der Ausstellung insgesamt beurteilen. Dabei zeigt sich, dass die meisten Befragten (42%) glaubten, dass die Ausstellung im Wert von etwa 50 Millionen Euro versichert war (*Grafik*

⁶⁵ $\chi^2 = 43,576$; Sign.: 0.000.

⁶⁶ Wirkung der Ausstellungsinszenierung: $\chi^2 = 12,438$; Sign.: 0.006; Informationen der Ausstellungsinszenierung: $\chi^2 = 8,570$; Sign.: 0.036

37). Nur 10% der Befragten schätzten indes, dass der Versicherungswert der Ausstellung über 200 Millionen Euro liegen müsse. Interessant ist auch, dass etwa jede(r) siebte BesucherIn keine Angabe zum Versicherungswert machte, was darauf schließen lässt, dass keinerlei Vorstellung darüber vorhanden ist, welchen „Wert“ eine solche Ausstellung präsentiert.

Grafik 37: Geschätzter Versicherungswert der gesamten Ausstellung (Angaben in Prozent)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

2.4.2 Bewertung einzelner Merkmale der Ausstellungsobjekte

Um Informationen darüber zu erhalten, was den AusstellungsbesucherInnen im einzelnen hinsichtlich der ausgestellten Objekte wichtig war bzw. was sie daran besonders interessierte, konnten die Befragten wiederum anhand einer Skala von „1 = Stimme voll und ganz zu“ bis „5 = Stimme überhaupt nicht zu“ ihr Urteil zu bestimmten Aussagen abgeben (*Tabelle 12*). Am wichtigsten war dem Ausstellungspublikum, dass die Exponate gut erläutert waren: 87% stimmten der diesbezüglichen Aussage voll und ganz bzw. eher zu. Die historischen Zusammenhänge waren für die meisten Befragten ebenfalls ein zentrales Kriterium (85% Zustimmung). Die Qualität der ausgestellten Objekte stand stattdessen nicht im Mittelpunkt des Interesses der Befragten: Hier stimmten nur 44% der Aussage zu „Mich interessiert vor allem die Qualität der Exponate“. Im Vordergrund standen insgesamt also eher didaktisch-methodischen Aspekte als ästhetisch-qualitative Gesichtspunkte.

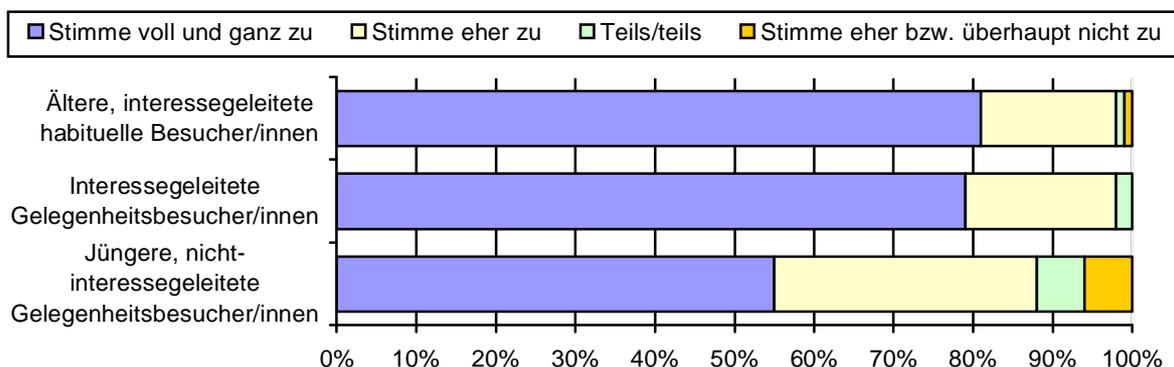
Tabelle 12: Zustimmung zu verschiedenen Aussagen über die ausgestellten Objekte

	1 Stimme voll und ganz zu	2 Stimme eher zu	3 Teils/teils	4 Stimme eher nicht zu	5 Stimme überhaupt nicht zu	Keine An- gabe
Es kommt mir darauf an, dass die ausgestellten Objekte gut erläutert sind	667 70%	158 17%	22 2%	6 1%	2 0%	97 10%
Eine Präsentation sollte das ausgestellte Objekt für sich wirken lassen	359 38%	204 22%	166 17%	74 8%	13 1%	136 14%
Mich interessieren die historischen Zusammenhänge	645 68%	161 17%	58 6%	4 0%	2 0%	82 9%
Mich interessiert vor allem die Qualität der Exponate	181 19%	231 25%	267 28%	106 11%	21 2%	146 15%



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Hinsichtlich der beiden Aspekte, die bei den BesucherInnen im Vordergrund standen (Interesse an einer guten Erläuterung der Exponate und Interesse an historischen Zusammenhängen) zeigen sich Beziehungen mit den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen (*Grafiken 38a und 38b*).⁶⁷ So stimmten beiden Aussagen am häufigsten die „Älteren, habituellen BesucherInnen“ zu (81% bzw. 86%), wohingegen die „Jüngeren, nicht-interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ beiden Aussagen die wenigste Zustimmung entgegenbrachten (55% bzw. 44%).

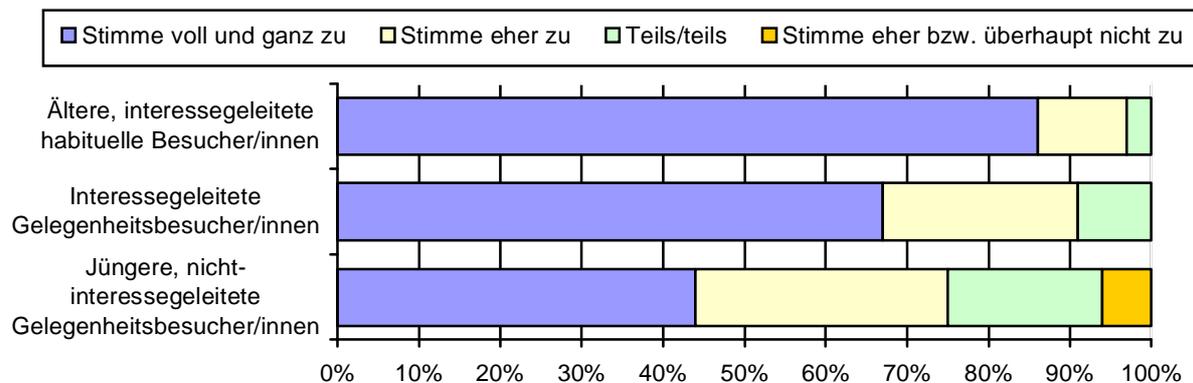
 Grafik 38a: Zustimmung zur Aussage „Es kommt mir darauf an, dass die ausgestellten Objekte gut erläutert sind“ und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)⁶⁸


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

⁶⁷ Für die folgenden Berechnungen wurden die beiden Kategorien „stimme eher nicht zu“ und „stimme überhaupt nicht zu“ aufgrund der geringen Fallzahlen zusammengefasst.

⁶⁸ $\chi^2 = 20,329$; Sign.: 0.002.

Grafik 38b: Zustimmung zur Aussage „Mich interessieren die historischen Zusammenhänge“ und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)⁶⁹




 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Die Zustimmung zu den einzelnen Aussagen über die ausgestellten Objekte stand folglich auch in Zusammenhang mit einigen der in die Clusteranalyse eingegangenen Merkmale. Hier zeigten sich im Wesentlichen alters- und bildungsspezifische Effekte.

2.5 Infrastrukturelle Einrichtungen und Serviceleistungen

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

Von den abgefragten Infrastruktureinrichtungen und Serviceleistungen (*Tabelle 13*) wurden die Wartezeiten an den Eingängen am besten bewertet. Am schlechtesten bei der Beurteilung schnitten die Parkmöglichkeiten ab.

⁶⁹ $\chi^2 = 58,898$; Sign.: 0.000.

Tabelle 13: Bewertung von Infrastruktureinrichtungen und Serviceleistungen

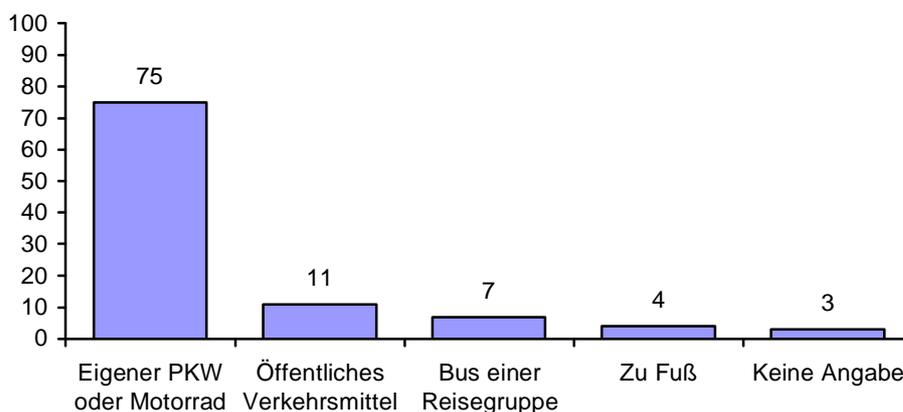
	1 sehr gut	2 gut	3 befriedi- gend	4 aus- reichend	5 mangel- haft	6 ungenü- gend	Weiß nicht	Keine Angabe	Mittel- wert
Ausschilderung zur Aus- stellung	333 35%	373 39%	101 11%	32 3%	30 3%	12 1%	8 1%	63 7%	2,0
Wartezeiten an den Ein- gängen	411 43%	343 36%	73 8%	20 2%	14 1%	6 0%	8 1%	77 9%	1,7
Ausschilderung des Rundgangs	309 32%	439 46%	96 10%	22 2%	5 1%	5 1%	5 1%	71 7%	1,9
Parkmöglichkeiten	129 14%	308 32%	157 17%	79 8%	41 4%	20 2%	94 10%	124 13%	2,5
Öffnungszeiten	254 27%	474 50%	62 6%	22 2%	8 1%	3 0%	38 4%	91 10%	1,9
Mediensystem (Compu- ter, Hörstationen)	296 31%	341 36%	79 8%	18 2%	4 0%	6 1%	84 9%	124 13%	1,8



Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
München, 2004

Die meisten Befragten haben die Ausstellung mit ihrem eigenen PKW bzw. Motorrad erreicht (75%), gefolgt von 11% der Befragten, die ein öffentliches Verkehrsmittel benutzt haben (*Grafik 39*).

Grafik 39: Zur Anreise benutztes Verkehrsmittel (Angaben in Prozent)



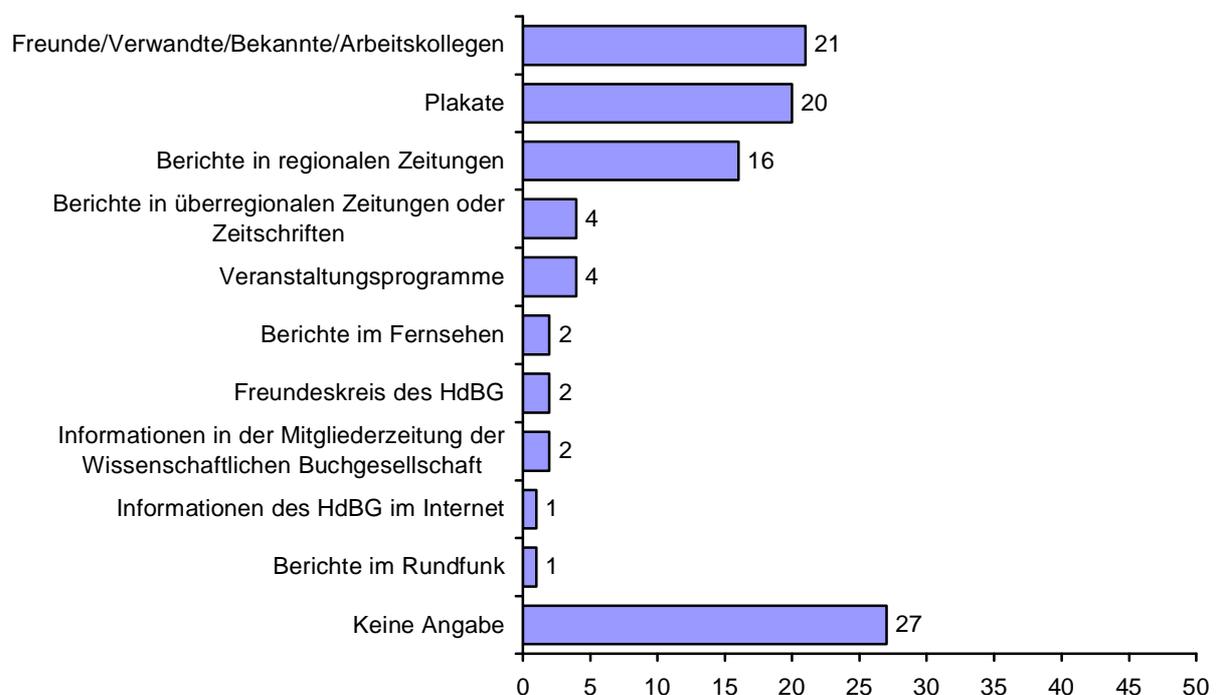
Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
München, 2004

2.6 Die Bedeutung verschiedener Informationsquellen

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

Dabei zeigt sich (*Grafik 40*), dass die meisten Befragten durch Freunde, Verwandte, Bekannte und Arbeitskollegen (21%) von der Ausstellung erfahren haben, gefolgt von den BesucherInnen, die sich durch Plakate zum Besuch der Ausstellung motivieren ließen (20%). Für 16% der Befragten spielten die Berichte zur Ausstellung in den regionalen Zeitungen eine entscheidende Rolle. Alle anderen Informationsquellen hatten eher eine untergeordnete Bedeutung.

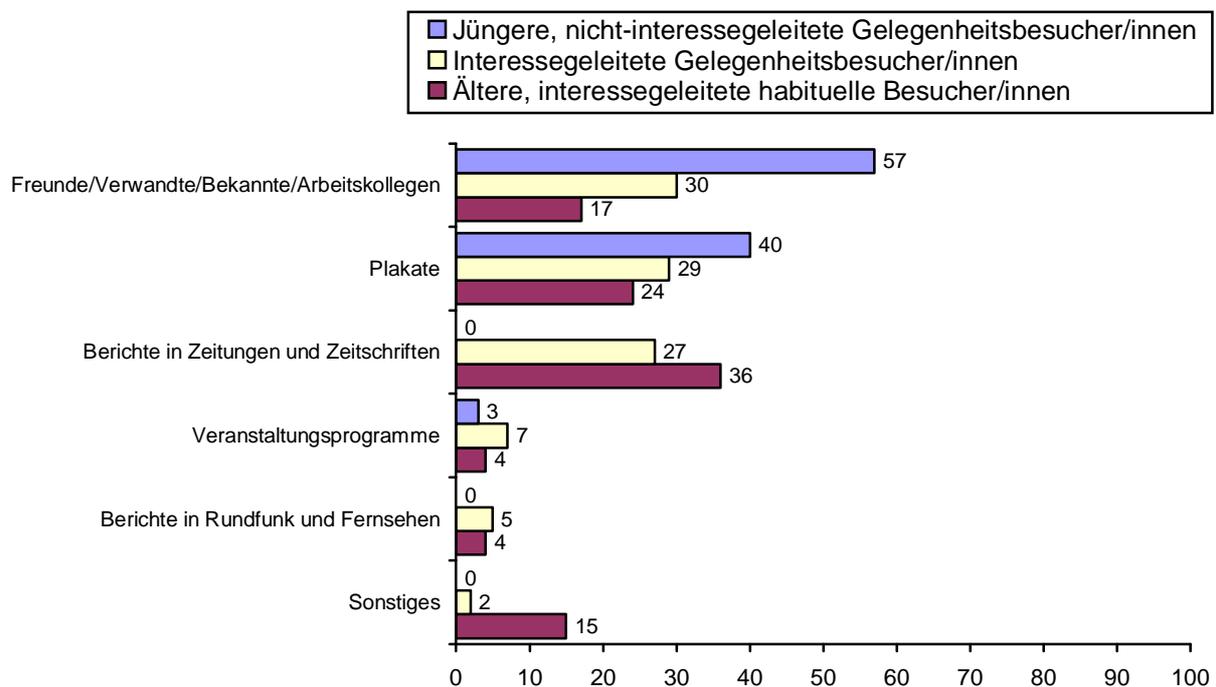
Grafik 40: Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch (Angaben in Prozent)



Es ist zu erwarten, dass einzelne Informationsquellen für verschiedene Besuchergruppen von unterschiedlicher Bedeutung sind. So zeigt sich (*Grafik 41*), dass für die „Jüngeren, nicht-interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ fast ausschließlich das direkte soziale Umfeld (Freunde, Verwandte usw.; 57%) bzw. Plakate (40%) als Informationsquelle relevant waren. Im

Unterschied dazu haben sich die „Interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ (27%) und die „Älteren, habituellen BesucherInnen“ (36%) häufiger über Berichte in Zeitungen und Zeitschriften über die Ausstellungstermine informiert. Informationen über das Internet, den Freundeskreis des Hauses der Bayerischen Geschichte und über die Mitgliederzeitung der Wissenschaftlichen Buchgesellschaft (hier unter der Kategorie „Sonstige“ zusammengefasst)⁷⁰ spielten fast ausschließlich für die „Älteren, habituellen BesucherInnen“ eine Rolle.

Grafik 41: Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)⁷¹



Die Bedeutung der verschiedenen Informationsquellen für bestimmte Besuchergruppen zeigt sich zudem wieder, wenn man die Wichtigkeit dieser Informationsquellen hinsichtlich der in die Clusteranalyse eingegangenen individuellen Merkmale der Befragten analysiert. Für die meisten dieser individuellen Merkmale ergeben sich in der Einzelanalyse die erwarteten Effekte.

⁷⁰ Für die folgenden Berechnungen wurden die Kategorien „Berichte in regionalen Zeitungen“ und „Berichte in überregionalen Zeitungen und Zeitschriften“ zur Kategorie „Berichte in Zeitungen und Zeitschriften“ zusammengefasst. Die Kategorien „Berichte im Fernsehen“ und „Berichte im Rundfunk“ wurden ebenfalls in eine Kategorie umgewandelt. Die Kategorien „Informationen des Hauses der Bayerischen Geschichte im Internet“, „Information in der Mitgliederzeitung der Wissenschaftlichen Buchgesellschaft“ und „Der Freundeskreis des Hauses der Bayerischen Geschichte“ bilden die Kategorie „Sonstige“.

⁷¹ Chi² = 72,990; Sign.: 0.000.

Ein weiteres interessantes Ergebnis zeigt sich bei der Analyse der Informationsquellen in Abhängigkeit des Kaufs einer Publikation. So bevorzugten die Befragten, die eine Publikation gekauft haben, häufiger Zeitungen und Zeitschriften als Informationsmedium als diejenigen, die keine Publikation zur Ausstellung erstanden haben (34% gegenüber 25%). Des Weiteren nutzten sie häufiger andere schriftliche Informationsquellen, wie das Internet oder die Mitgliederzeitung der Wissenschaftlichen Buchgesellschaft (zusammengenommen 10% gegenüber 2%).⁷²

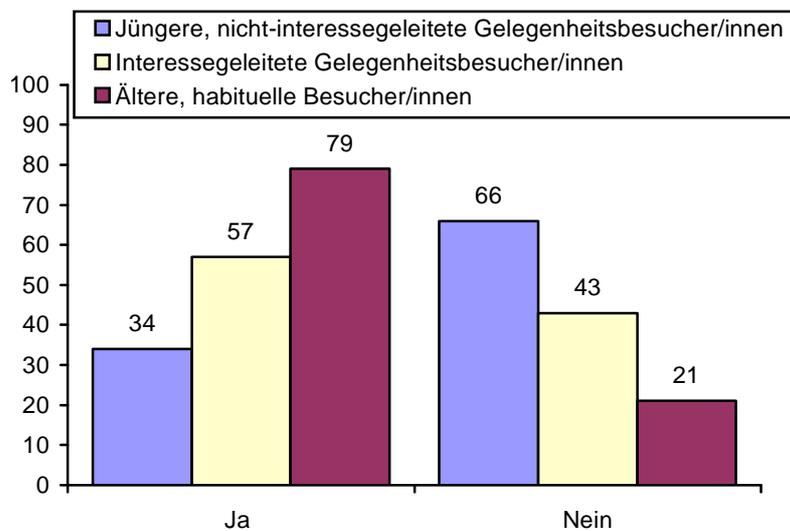
Zusammenfassend kann somit festgehalten werden, dass sich das Informationsverhalten der BesucherInnen vor allem an den Printmedien und dem unmittelbaren persönlichen Umfeld differenziert. So werden Zeitungsberichte häufiger von den älteren, historisch interessierten und habituellen Ausstellungsbesuchern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

2.7 Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte

Die Untersuchung sollte auch den Bekanntheitsgrad des Veranstalters (Haus der Bayerischen Geschichte) erfassen. 582 Befragte (61%) gaben an, dass sie früher schon einmal vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört haben, 32% kannten das Haus der Bayerischen Geschichte noch nicht und 7% der Befragten machten hierzu keine Angabe. In der Folge ist davon auszugehen, dass der Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte hinsichtlich wichtiger individueller Merkmale der BesucherInnen stark variiert. Dabei zeigen sich bereits deutliche Unterschiede hinsichtlich des Bekanntheitsgrads des Hauses der Bayerischen Geschichte bei den über die Clusteranalyse gebildeten verschiedenen Besuchergruppen (*Grafik 42*). Den „Älteren, habituellen BesucherInnen“ war das Haus der Bayerischen Geschichte häufiger bekannt (79%) als den anderen beiden Besuchergruppen. Dieses Ergebnis bestätigt sich für die Einzelmerkmale der Befragten in den meisten Fällen.

⁷² Chi² = 37,744; Sign.: 0.000. Die Kategorie „Sonstige“ wurde für diese Berechnung nur aus den beiden Kategorien „Informationen des Hauses der Bayerischen Geschichte im Internet“ und der Kategorie „Informationen in der Mitgliederzeitung der Wissenschaftlichen Buchgesellschaft“ gebildet. Alle anderen Kategorien blieben unverändert bestehen.

Grafik 42: Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)⁷³



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Mit Hilfe einer binären logistischen Regression wurde daher untersucht, welche Publikumsmerkmale den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte am deutlichsten bestimmen (*Tabelle 14*). Dabei zeigt sich der Bekanntheitsgrad vor allem abhängig vom Alter, den Kenntnissen der fränkischen Geschichte, dem Interesse an Kunst und Malerei und der Motivation der Befragten: Die Wahrscheinlichkeit, dass jemand das Haus der Bayerischen Geschichte kennt nimmt mit dem Alter, der Höhe der Kenntnisse der fränkischen Geschichte und des Interesses an Kunst und Malerei sowie bei einer nicht am Interesse orientierten Motivation zum Ausstellungsbesuch zu.

⁷³ $\text{Chi}^2 = 49,653$; Sign.: 0.000.

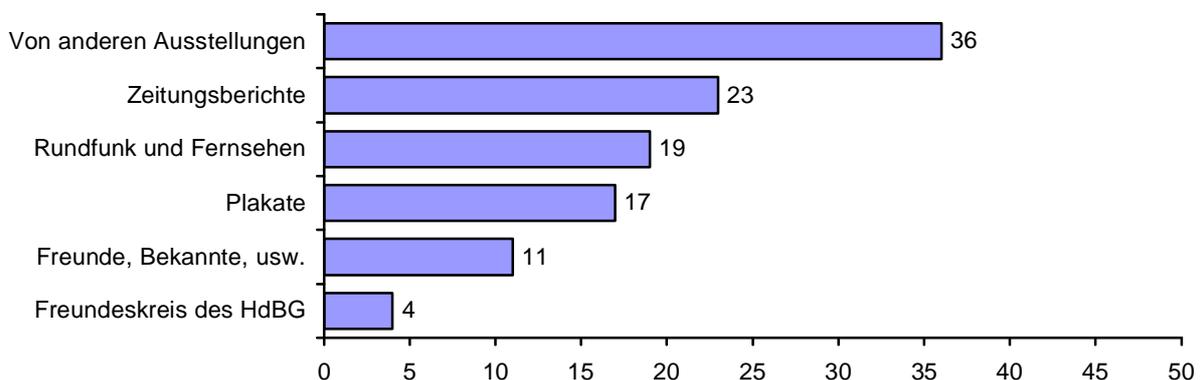
Tabelle 14: Binäre logistische Regression der den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayeri-

Merkmal	Regressions- koeffizient	Wald	Signifikanz
Geschlecht (1 = männlich)	0,267	2,165	0,141
Alter in Jahren	0,056	4,753	0,029
Bildung (1 = Fachabitur, Abitur, Akademiker)	0,149	0,578	0,447
Kenntnisse der allgemeinen Geschichte (1 = hoch)	0,365	2,926	0,087
Kenntnisse der fränkischen Geschichte (1 = hoch)	0,591	4,154	0,042
Interesse an Kunst und Malerei (1 = hoch)	0,388	3,811	0,050
Motivation zum Ausstellungsbesuch (1 = interessegeleitet)	- 0,940	7,331	0,007
Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (1 = Alle ein bis zwei Monate/Mehrmals im Monat)	0,018	0,005	0,942
Konstante	- 1,542	8,884	0,003

 schen Geschichte beeinflussenden Variablen⁷⁴

 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

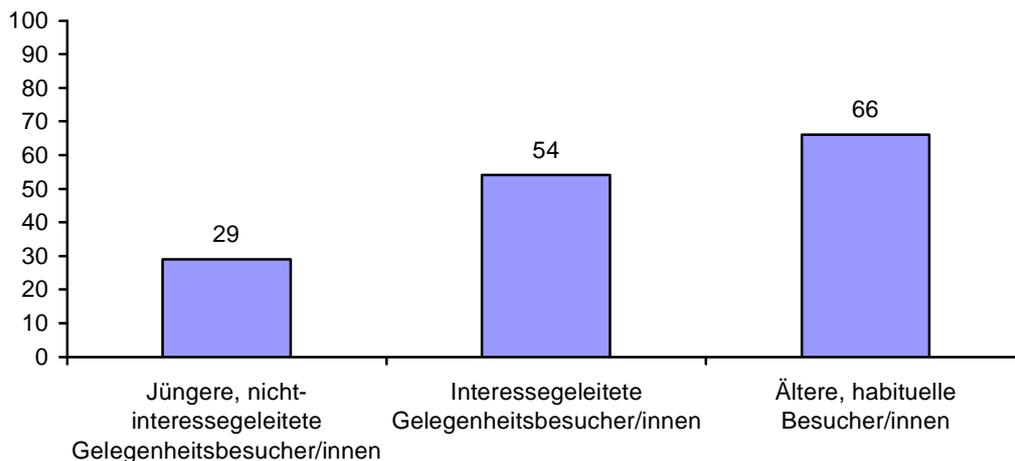
Um die allgemeine Frage nach der Bekanntheit zu spezifizieren, wurden die AusstellungsbesucherInnen gebeten anzugeben, woher sie vom Haus der Bayerischen Geschichte erfahren haben. Dabei zeigt sich (*Grafik 43*), dass man es vor allem von Ausstellungen her kennt (36%). Eine weitere, allerdings weniger wichtige Rolle, spielen Zeitungsberichte mit 23%, sowie Rundfunk und Fernsehen mit 19%.

 Grafik 43: Bedeutung von verschiedenen Aspekten für den Bekanntheitsgrad
 (Mehrfachantworten möglich; Angaben in Prozent; N = 582)

 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

⁷⁴ Nagelkerkes $R^2 = 0,146$

Zusammenhänge zeigen sich mit den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen vor allem für die Bekanntheit über andere Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte (Grafik 44): Die „Älteren, habituellen BesucherInnen“ gaben im Vergleich mit den beiden anderen Besuchergruppen deutlich häufiger diesen Aspekt an.

Grafik 44: Bedeutung von anderen Ausstellungen für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte und Besuchergruppen (Angaben in Prozent)⁷⁵



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Weitere signifikante Zusammenhänge zeigen sich in der erwarteten Richtung mit dem Alter der Befragten und der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen

2.8 Besuch von Begleitausstellungen und KulTour-Pfad-Orten

Begleitausstellungen zur Landesausstellung 2004 in Forchheim wurden insgesamt von 150 Befragten (16%) besucht. 78% gaben an, dass sie bislang noch in keiner der angebotenen Begleitausstellungen waren und 6% machten hierzu keine Angabe.

Insgesamt wurden 177 Nennungen zu bereits besuchten Begleitausstellungen abgegeben (Tabelle 15). Am häufigsten wurden das Trachtenmuseum (30%) und das Stadtmuseum (16%) von Forchheim besucht, gefolgt von der Riemenschneiderausstellung in Würzburg (9%). Unter „Sonstiges“ (25%) wurden diejenigen Ausstellungen subsumiert, die nicht so häufig erwähnt

⁷⁵ Chi² = 11,148; Sign.: 0.004

wurden. Hierzu zählen unter anderem das Heimatmuseum sowie die Kirchenburgausstellung in Obernbreit und die Landesausstellung in Thüringen.

Tabelle 15: Besuchte Begleitausstellungen zur Landesausstellung 2004
(Mehrfachantworten, 177 Nennungen)

Orte	Anzahl	Prozent
Forchheim, Trachtenmuseum	54	30
Forchheim, Stadtmuseum	28	16
Würzburg, Riemenschneiderausstellung	16	9
Bamberg, Landesausstellung „Heinrich II“	13	7
Egloffstein	8	5
Amberg, Landesausstellung „Winterkönig“	6	3
Bad Windsheim, Freilandmuseum	5	3
Nürnberg, Verschiedene Museen	3	2
Sonstiges	44	25



Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
München, 2004

Von Interesse war auch zu erfahren, ob die Befragten, die bislang noch keine Begleitausstellung besucht haben, noch einen Besuch beabsichtigen. 61 dieser 802 Befragten (8%) gaben an, dass sie das vor hätten, 59% wollten dies nicht tun und 33% machten hierzu keine Angabe. Dabei zeigt sich ein Zusammenhang mit den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen: Die „Älteren, habituellen AusstellungsbesucherInnen“ gaben häufiger als die beiden anderen Besuchergruppen an, dass sie noch Begleitausstellungen besuchen werden (15% gegenüber 8% der „Interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen und 6% der „Jüngeren, nicht-interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“).⁷⁶

Die Befragten konnten auch die Begleitausstellungen bzw. Orte mit Begleitausstellungen angeben, die sie noch besuchen möchten. Insgesamt gab es hierzu 88 Nennungen (*Tabelle 16*). Am häufigsten wurden die Orte Egloffstein (10%), Bamberg (8%) sowie Würzburg und Nürnberg (mit jeweils 4%) genannt. 13% gaben an, dass sie eventuell Begleitausstellungen besichtigen werden. Unter „Sonstiges“ (45%) wurden diejenigen Begleitausstellungen und Orte zusammengefasst, die nicht so häufig genannt wurden. Hierzu zählen u.a. Abenberg, Annafest, Castell, das Germanische Museum und Heidenheim.

⁷⁶ Chi² = 6,288; Sign.: 0,043.

Tabelle 16: Noch zu besuchende Begleitausstellungen zur Landesausstellung 2004
(Mehrfachantworten, 88 Nennungen)

Orte	Anzahl	Prozent
Egloffstein	9	10
Bamberg	7	8
Würzburg	4	4
Nürnberg	4	4
KulTour-Pfad	4	4
Bad Windsheim	3	3
Eventuell	11	13
Noch nicht festgelegt	7	8
Sonstiges	39	45

 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
 München, 2004

Orte des KulTour-Pfads Franken, der gleichzeitig mit der Landesausstellung eingerichtet wurde, wurden insgesamt von 169 Befragten (18%) besucht. 67% gaben an, bislang noch keine KulTour-Pfad-Orte besichtigt zu haben und 15% machten zu dieser Frage keine Angabe.

Ein deutlicher Zusammenhang lässt sich auch hier wiederum mit den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen feststellen: Die „Älteren, habituellen AusstellungsbesucherInnen“ (32%) haben deutlich häufiger als die beiden anderen Besuchergruppen (Interessegeleitete GelegenheitsbesucherInnen: 14%; Jüngere, nicht-interessegeleitete GelegenheitsbesucherInnen: 10%) bereits KulTour-Pfad-Orte besichtigt.⁷⁷

145 Befragte (86%) haben verschiedene KulTour-Pfad-Orte bereits vor der Landesausstellung besucht. 8% anlässlich der Landesausstellung und 6% machten hierzu keine Angabe.

Insgesamt wurden 244 Nennungen zu bereits besuchten Orten des KulTour-Pfads Franken abgegeben (*Tabelle 17*). Am häufigsten wurden die Orte Bamberg (15%), Würzburg (10%) und Nürnberg (8%) genannt. 7% gaben an, dass sie einige, viele bzw. alle Orte des KulTour-Pfads besichtigt haben. Unter „Sonstige Orte“ (26%) wurden diejenigen Orte zusammengefasst, die jeweils nur ein- bzw. zweimal genannt wurden. Hierzu zählen unter anderem Aub, Bayreuth, Haßfurth und Münnersstadt.

⁷⁷ Chi² = 29,512; Sign.: 0.000.

Tabelle 17: Besuchte Orte des KulTour-Pfads Franken
(Mehrfachantworten, 244 Nennungen)

Orte	Anzahl	Prozent
Bamberg	37	15
Würzburg	24	10
Nürnberg	19	8
Bad Windsheim	12	5
Egloffstein	11	4
Forchheim	8	3
Eichstätt	7	3
Wolframs-Eschenbach	6	2
Aschaffenburg	5	2
Rothenburg	5	2
Kronach	4	2
Schweinfurt	4	2
Weißenburg	4	2
Abenberg	3	1
Amberg	3	1
Coburg	3	1
Heilsbronn	3	1
Thurnau	3	1
Einige, Viele, Alle	16	7
Sonstige Orte	63	26
Sonstiges	4	2



Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
München, 2004

Von Interesse war auch zu erfahren, ob die Befragten, die bislang noch keine(n) KulTour-Pfad-Ort(e) besucht haben, einen Besuch beabsichtigen. 64 dieser 783 Befragten (8%) gaben an, dass sie noch Orte des KulTour-Pfads Franken besichtigen möchten, 46% wollten dies nicht tun und ebenfalls 46% machten hierzu keine Angabe. Auch hier zeigt sich wieder ein schwach signifikanter Zusammenhang mit den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen, wobei auch hier die „Älteren, habituellen AusstellungsbesucherInnen“ (22%) häufiger als die beiden anderen Besuchergruppen (Interessegeleitete GelegenheitsbesucherInnen: 14%; Jüngere, nicht-interessegeleitete GelegenheitsbesucherInnen: 6%) angaben, dass sie noch Orte des KulTour-Pfads Franken besuchen werden.⁷⁸

⁷⁸ Chi² = 6,412; Sign.: 0.041.

Die Befragten konnten hier ebenfalls die jeweiligen Orte angeben, die sie noch besuchen möchten (Tabelle 18). Insgesamt gab es hierzu 142 Nennungen. Am häufigsten wurden die Orte Egloffstein (4%), Würzburg, Bamberg und Nürnberg (jeweils 3%) genannt. 8% gaben an, dass sie einige, viele bzw. alle Orte des KulTour-Pfads besichtigen möchten. Unter „Sonstige Orte“ (22%) wurden wiederum diejenigen Orte zusammengefasst, die jeweils nur ein- bzw. zweimal genannt wurden. Hierzu zählen unter anderem Heidenheim, Pappenheim, Münnerstadt und Kronach. 15% der Befragten gaben an, dass sie möglicherweise weitere Orte des KulTour-Pfads besuchen werden, waren also noch unentschlossen. Ebenfalls 15% der Befragten gaben dezidiert an, dass sie nicht wissen, was der KulTour-Pfad Franken ist.

Tabelle 18: Noch zu besuchende Orte des KulTour-Pfads Franken
(Mehrfachantworten, 142 Nennungen)

Orte	Anzahl	Prozent
Egloffstein	6	4
Würzburg	5	3
Bamberg	5	3
Nürnberg	4	3
Regensburg	3	2
Alle, viele, mehrere	8	6
Sonstige Orte	31	22
Eventuell	22	15
Noch nicht entschieden welche	15	11
Kenne KulTour-Pfad nicht	22	15
Sonstiges	21	15



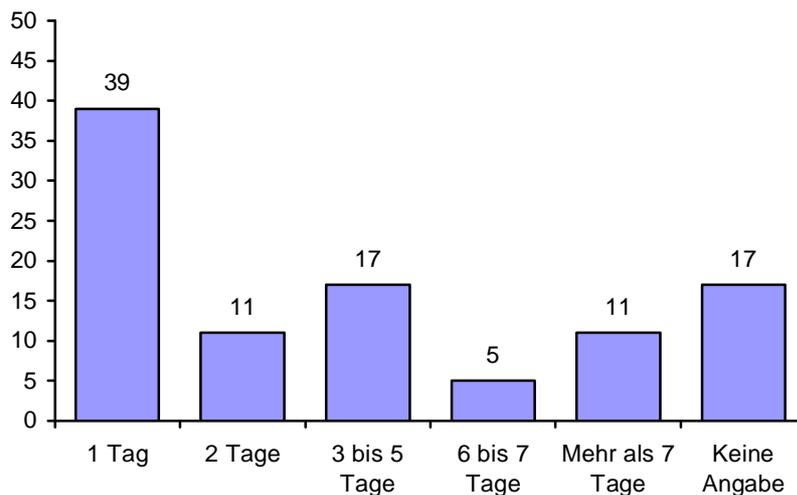
Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung 'Edel und Frei: Franken im Mittelalter'
München, 2004

2.9 Touristisches Potenzial für den Ausstellungsort

Mit der Befragung wurde auch der Versuch unternommen, zu erfassen, welches touristische Potenzial die Ausstellung für den Ausstellungsort Forchheim hatte. Dabei wurde zum einen explizit danach gefragt, ob sich die Befragten als TouristInnen in Forchheim aufhalten. Zum anderen wurden die BesucherInnen gebeten, anzugeben, wie viele Tage sie in Forchheim bzw. seiner Umgebung verbringen und ob sie vorhaben, während ihres Aufenthalts auch die Stadt Forchheim zu besichtigen.

Jede(r) dritte Befragte war als TouristIn in Forchheim. Es zeigt sich (Grafik 45), dass die meisten dieser insgesamt 306 TouristInnen Tagesausflügler waren (39%). Jeweils 11% besuchten Forchheim und seine Umgebung für zwei Tage bzw. verbrachten einen längeren Urlaub in der Region und blieben über eine Woche hier. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der TouristInnen in Forchheim betrug knapp vier Tage.

Grafik 45: Aufenthaltstage in Forchheim und Umgebung (Angaben in Prozent; N = 306)



502 Befragte (53%) gaben an, dass sie während ihres Aufenthaltes auch die Stadt Forchheim besichtigt haben oder noch besichtigen möchten.

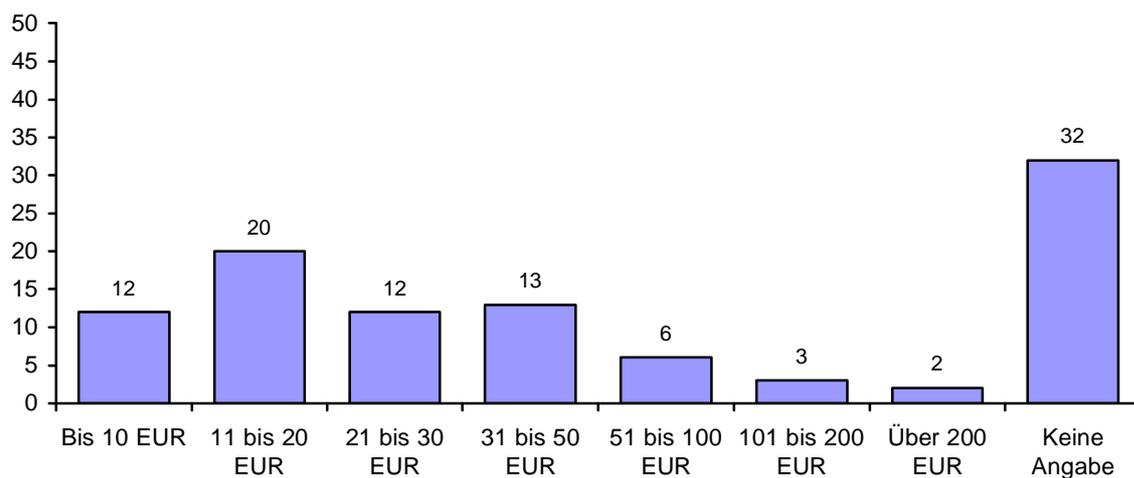
Ein Anliegen der Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte ist nicht zuletzt die wirtschaftliche Förderung der jeweiligen Regionen. Auf die Ausstellungsorte kommen bei der Vorbereitung und Durchführung der Ausstellung zwar auch Investitionskosten zu. Nichtsdestotrotz fließt durch die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

Von Interesse war es auch zu erfahren, ob die AusstellungsbesucherInnen während ihres Aufenthalts in Forchheim etwas gekauft oder die örtliche Gastronomie genutzt haben. 519 Befragte (55%) bejahten dies. Im Durchschnitt gaben die Befragten während ihres Besuchs 45 EUR aus. Der am häufigsten genannte Wert (Modus) war mit 69 Nennungen 20 EUR. Der höchste Wert

lag bei 500 EUR. Die meisten Befragten (45%) haben zwischen 11 und 50 EUR ausgegeben (Grafik 46).

Geht man von der Gesamtzahl von rund 200.000 Besuchern aus, kann man aufgrund der erhobenen Daten, bei konservativer Schätzung (Berücksichtigung der Anzahl der Schulgruppen usw.) von einem Kaufkraftzufluss (ohne Übernachtungen etc.) von rund 3 bis 3,5 Mio. EUR ausgehen, der durch die Landesausstellung zusätzlich für die Stadt Forchheim generiert werden konnte.

Grafik 46: Ausgegebener Geldbetrag (Nur Befragte, die etwas gekauft bzw. die Gastronomie genutzt haben; Angaben in Prozent; N = 519)



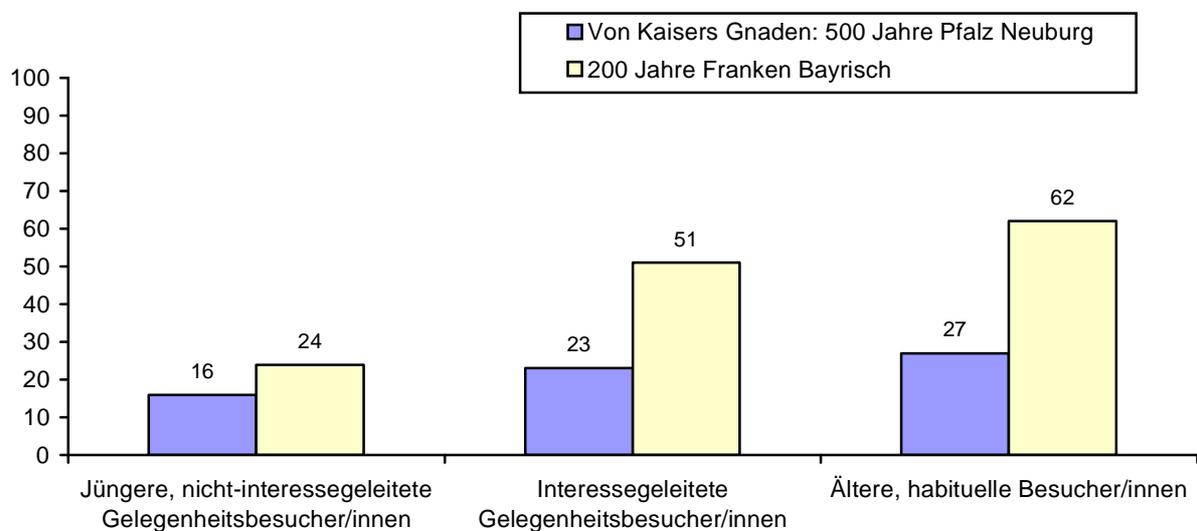
2.10 Interesse der BesucherInnen an weiteren Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte

Mit der Besucherbefragung sollte auch ermittelt werden, inwieweit sich die BesucherInnen der Ausstellung für weitere Ausstellungsthemen interessieren. Sie wurden deshalb gebeten, ihr Interesse für die beiden Themen "Von Kaisers Gnaden: 500 Jahre Pfalz Neuburg" und "200 Jahre Franken bayrisch" zu äußern. Dabei zeigt sich, dass das Interesse am Thema "200 Jahre Franken bayrisch" deutlich höher ist als das Interesse am Thema "Von Kaisers Gnaden: 500 Jahre Pfalz Neuburg": Drei Viertel der BesucherInnen gaben an, dass sie das Thema "200 Jahre Franken bayrisch" sehr bzw. eher interessant finden.

Das Thema "Von Kaisers Gnaden: 500 Jahre Pfalz Neuburg" findet demgegenüber „nur“ die Hälfte der Befragten sehr bzw. eher interessant. Mit 32% ist hier zudem der Anteil der Befragten recht hoch, die sich für dieses Thema weniger interessieren.

Die beiden Ausstellungsthemen "Von Kaisers Gnaden: 500 Jahre Pfalz Neuburg" und „200 Jahre Franken Bayrisch“ werden von den „Älteren, habituellen BesucherInnen“ für interessanter gehalten als von den beiden anderen über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen (Grafik 47): 62% der „Älteren, interessegeleiteten habituellen BesucherInnen“ gaben an, sich für das Thema „200 Jahre Franken bayrisch“ sehr zu interessieren, während es bei den „Jüngeren, nicht-interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ nur 24% sind.

Grafik 47: Interesse am Ausstellungsthema "Von Kaisers Gnaden: 500 Jahre Pfalz Neuburg" bzw. "200 Jahre Franken Bayrisch" und Besuchergruppen (Nur Kategorie "Sehr interessiert", Angaben in Prozent)⁷⁹



Dieser Zusammenhang bestätigt sich in der Folge wiederum für die meisten in die Clusteranalyse eingegangenen soziodemografischen Merkmale.

⁷⁹ Chi² = 19, 544; Sign.: 0.003 (Ausstellungsthema: "Von Kaisers Gnaden: 500 Jahre Pfalz Neuburg"); Chi² = 35,436; Sign.: 0.000 (Ausstellungsthema: "200 Jahre Franken Bayrisch").

4. Zusammenfassung

Die Befragung erfolgte in drei Wellen und umfasste insgesamt zwei volle Ausstellungswochen. Die erste Befragungswelle wurde vom 12. bis 15. Julie 2004 durchgeführt, die zweite Welle vom 16. bis 22. August 2004 in der Haupturlaubszeit und die dritte Befragungswelle vom 8. bis 10. Oktober 2004 kurz vor Ende der Ausstellung. Im Zeitraum vom 11. Mai bis zum 24. Oktober 2004 haben insgesamt knapp 200.000 Personen die Landesausstellung "Edel und Frei. Franken im Mittelalter" besucht. Befragt wurden im Rahmen dieser Untersuchung 988 Personen. Insgesamt haben sich 69% der angesprochenen BesucherInnen an der Befragung beteiligt, was für Untersuchungen dieser Art als sehr gute Ausschöpfungsquote zu bezeichnen ist.

Das Sozialprofil der BesucherInnen der Landesausstellung 2004 stellt sich wie folgt dar:

- Das Durchschnittsalter der Befragten lag bei 48 Jahren. Damit hatte diese Landesausstellung eine ähnliche Altersstruktur wie der Großteil der anderen bisher untersuchten Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.
- Die Verteilung von Frauen und Männern in der Stichprobe zeigte im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung geringfügige Abweichungen.
- Das Publikum dieser Ausstellung war sehr hoch gebildet: 21% der BesucherInnen verfügten über die (Fach-)Hochschulreife und 45% waren AkademikerInnen. Der Anteil der Hochgebildeten lag damit bei dieser Landesausstellung ebenfalls im Rahmen der meisten anderen Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.
- Für die Gruppe der Erwerbstätigen fällt auf, dass Beamte beim befragten Publikum deutlich stärker vertreten waren als in der bundesdeutschen Bevölkerung; die größten Gruppen innerhalb der Nichterwerbstätigen stellten mit 17% der Befragten die Rentner bzw. mit 10% die sich in Ausbildung befindenden BesucherInnen.
- Seine allgemeinen geschichtlichen Kenntnisse bewertete jede(r) dritte Befragte als hoch. Demgegenüber wurden die Kenntnisse der fränkischen Geschichte geringer eingeschätzt: Nur 11% schätzten diese als hoch ein, während das Interesse an Kunst und Malerei schließlich wieder ein Drittel der Befragten als hoch bezeichnete. Die BesucherInnen der Landesausstellung in Forchheim verfügten also über hohe allgemeine Geschichtskennntnisse und ein hohes Interesse an bildender Kunst, waren aber über die Geschichte Frankens deutlich weniger informiert.
- Rund jede(r) sechste Befragte gab an, mindestens alle ein bis zwei Monate eine Ausstellung zu besuchen, und kann damit als „versierte(r) AusstellungsbesucherIn“ bezeichnet werden.

- Relativ hoch (24%), aber geringer als bei anderen Landesausstellungen, war unter den Befragten auch der Anteil derer, die Mitglied in einer Vereinigung mit historischen oder kulturellen Inhalten sind.

In der vorliegenden Untersuchung wurde versucht mit dem Verfahren der Clusteranalyse aus den BesucherInnen Gruppen zu bilden, um für die weitergehenden Analysen Gruppenvergleiche vornehmen zu können. Es wurden folgende Eigenschaften der BesucherInnen in die Clusteranalyse eingeschlossen: die Motivation zum Ausstellungsbesuch nach den beiden Ausprägungen „interessegeleitet“ und „nicht interessegeleitet“, die Sozialität, die Besuchsdauer, die allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen, das geschichtliche Interesse, die Kenntnisse der fränkischen Geschichte, das Bildungsniveau und das Alter. Insgesamt 687 der 952 Befragten konnten eindeutig einem Cluster zugewiesen werden. Es ergaben sich drei Cluster (homogene Gruppen) von Besuchern, die jeweils vorwiegend durch folgende Eigenschaften gekennzeichnet sind (Tabelle 19):

Tabelle 19: Besuchergruppen der Landesausstellung 2004 (Clusteranalyse)

Variable	Cluster 1 (N = 41) Jüngere, nicht-interessegeleitete GelegenheitsbesucherInnen	Cluster 2 (N = 386) Interessegeleitete GelegenheitsbesucherInnen	Cluster 3 (N = 260) Ältere, habituelle BesucherInnen
Bildungsniveau	Mittel	Mittel bis Hoch	Sehr hoch
Durchschnittsalter	39 Jahre	45 Jahre	53 Jahre
Motivationsstruktur	Nicht-interessegeleitet	Hoch-interessegeleitet	Hoch-interessegeleitet
Allgemeine geschichtliche Kenntnisse	Niedrig bis Mittel	Mittel	Sehr hoch
Kenntnisse der fränkischen Geschichte	Niedrig bis Mittel	Niedrig bis Mittel	Mittel bis Hoch
Sozialität	Gruppenbesucher	Partner/Familienbesucher	Partner/Familienbesucher
Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen	Eher selten Gelegenheitsbesucher	Eher selten Gelegenheitsbesucher	Eher häufig Habituelle Besucher
Durchschnittliche Besuchsdauer	94 Minuten	118 Minuten	136 Minuten

Als bei weitem bedeutendste Anregung zum Besuch der Ausstellung wurde von den Befragten das Motiv „Interesse an der Geschichte Frankens“ genannt (73%). Demgegenüber ist der Anteil der BesucherInnen, die zufällig in der Ausstellung waren mit 6% eher gering. Dabei zeigte sich, dass von den Personen, die besonders selten Ausstellungen besuchen

überproportional viele angaben (13%) eher zufällig und damit nicht interessegeleitet in der Ausstellung zu sein. Für die zusammengefassten Motive (Interessegeleitet = Interesse an den ausgestellten Objekten, Interesse an Ausstellungen allgemein und/oder Interesse an der Geschichte Franken; Nicht interessegeleitet = Zufällig in der Ausstellung) konnten auch altersspezifische Unterschiede festgestellt werden. Insbesondere die BesucherInnen unter 18 Jahren waren eher zufällig, also nicht interessegeleitet in der Ausstellung. Der altersspezifische Effekt zeigt sich auch bei Betrachtung des Durchschnittsalters: Die interessegeleiteten BesucherInnen waren im Schnitt 49 Jahre alt, während die nicht-interessegeleiteten mit durchschnittlich 40 Jahren signifikant jünger waren. Die Motivation zum Ausstellungsbesuch hängt auch mit dem formalen Bildungsniveau der befragten BesucherInnen zusammen. Auch hier spiegelt das Ergebnis erneut den Tatbestand wider, dass unter den nicht-interessegeleiteten Befragten vorrangig SchülerInnen anzutreffen waren: Befragte ohne und/oder niedrigen Abschlüssen kamen häufiger als diejenigen mit mittleren oder hohen Schulabschlüssen eher zufällig in die Ausstellung. Das generelle Interesse als Motivationsgrund war auch bei denjenigen BesucherInnen besonders ausgeprägt, die über ein ausgesprochen großes historisches Interesse und Interesse an bildender Kunst sowie hohe Kenntnisse der fränkischen Geschichte verfügten. Bei der Befragung zur Landesausstellung 2004 konnten so unterschiedlich motivierte Interessengruppen identifiziert werden, die sich hinsichtlich ihrer individuellen Merkmale deutlich voneinander unterscheiden (Tabelle 20).

Tabelle 20: Zusammenfassende Ergebnisse des Vergleichs des Motivationsgrundes und bestimmter individueller Merkmale

	Alter	Bildung	Kenntnisse und Interessen insgesamt	Allgemeine Besuchshäufigkeit	Verweildauer
Interessegeleitet	Mittlere Jahrgänge (\bar{x} = 48 Jahre)	Mittel bis Hoch	Mittel bis Hoch	Häufig	120 Minuten
Nicht Interessegeleitet	Jüngere Personen (\bar{x} = 40 Jahre)	Niedrig	Niedrig	Selten	90 Minuten

Zur Begleitung beim Ausstellungsbesuch lässt sich sagen, dass mit 37% der überwiegende Teil der Befragten die Ausstellung zusammen mit dem (Ehe-) Partner besucht hat. Ein Viertel der Befragten gab an, mit der Familie zur Ausstellung gekommen zu sein. Jede(r) fünfte BesucherIn war mit Verwandten oder Bekannten angereist. Der Anteil der GruppenbesucherInnen (vorwiegend Schulklassen, Reisegruppen, Kulturvereine usw.) betrug 8%. 6% der Befragten haben die Ausstellung alleine besucht. Der Anteil der EinzelbesucherInnen war damit deutlich geringer als bei früheren Landesausstellungen. Jede(r) fünfte Befragte war zudem mit Kind(ern) in der Ausstellung.

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

Von den befragten Personen haben insgesamt 32% an Führungen teilgenommen. Ein Zusammenhang zwischen der Neigung zur Teilnahme an Führungen und individuellen Besuchermerkmalen konnte für verschiedene Variablen festgestellt werden. Zunächst zeigte sich, dass das Durchschnittsalter der geführten Befragten mit 51 Jahren signifikant höher war als das Durchschnittsalter der ungeführten AusstellungsbesucherInnen (46 Jahre). Mit 74% haben am häufigsten die GruppenbesucherInnen an einer Führung teilgenommen. Gleiches gilt für die versierten BesucherInnen: Sie gingen häufiger geführt durch die Ausstellung als GelegenheitsbesucherInnen. Schließlich hielten sich, wie nicht anders zu erwarten, diejenigen Befragten, die an einer Führung teilnahmen signifikant länger in der Ausstellung auf als nicht geführte BesucherInnen (durchschnittlich 131 Minuten gegenüber 118 Minuten).

Etwa 40% der Befragten haben mindestens eine Publikation zur Ausstellung gekauft: Rund jede® fünfte Befragte erwarb einen Ausstellungskatalog, 10% der BesucherInnen kauften sich einen Kurzführer, 5% den wissenschaftlichen Begleitband und 4% eine CD-ROM.

Der Kauf von Publikationen steht auch mit bestimmten soziodemografischen Merkmalen der BesucherInnen in Zusammenhang. Signifikante Zusammenhänge ergeben sich zunächst für die geclusterten homogenen Besuchergruppen. So gaben Personen, die aufgrund ihrer individuellen Merkmale der Gruppe der „Älteren, habituellen Besucher“ zuzurechnen waren, signifikant häufiger (44%) als die beiden anderen Besuchergruppen an (Jüngere, nicht-interessegeleitete GelegenheitsbesucherInnen: 13% und Interessegeleitete GelegenheitsbesucherInnen: 25%), eine Publikation erworben zu haben. Diese für die drei Besuchergruppen vorliegenden

Ergebnisse bestätigen sich, wie nicht anders zu erwarten, deutlich für die jeweiligen Einzelmerkmale der Befragten.

Rund 91% der BesucherInnen waren zum Zeitpunkt der Befragung das erste Mal in der Ausstellung, die restlichen Befragten haben die Ausstellung dementsprechend bereits vorher besucht. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass die WiederholungsbesucherInnen hauptsächlich unter denjenigen Befragten zu finden sind, die über hohe Kenntnisse der fränkischen Geschichte verfügten und die alleine in der Ausstellung waren.

Rund ein Drittel der Befragten hielt sich zwischen eineinhalb und zwei Stunde(n) in der Ausstellung auf. 9% der BesucherInnen verließen bereits nach maximal einer Stunde die Ausstellung. 31% aller Befragten schließlich verbrachten mehr als zwei Stunden im Museum. Durchschnittlich waren die BesucherInnen ca. 120 Minuten in der Ausstellung. Die Aufenthaltsdauer der Befragten in der Ausstellung ist abhängig von den Besuchergruppen: Personen, die aufgrund ihrer individuellen Merkmale der Gruppe der „Älteren, habituellen BesucherInnen“ zuzurechnen sind, verbrachten signifikant häufiger als die beiden anderen Besuchergruppen, mehr Zeit in der Ausstellung (136 Minuten gegenüber 118 bzw. 94 Minuten).

Untersucht man die Wahrnehmung und Bewertung der Ausstellungsinhalte, so ergibt sich zunächst, dass die Befragten **alle Abteilungen positiv bewerteten**. Die durchschnittlich beste Beurteilung erhielt die Abteilung "Die ersten Franken", welche von etwa 84% der Befragten als sehr gut bzw. gut eingeschätzt wurde. Erwartungsgemäß zeigt sich ein Zusammenhang zwischen der Gesamtbewertung der Ausstellung und den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen: Die „**jüngeren, nicht-interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen**“ bewerteten die Ausstellung insgesamt **deutlich schlechter** (durchschnittliche Gesamtbewertung: 2,31) als die beiden anderen Besuchergruppen (durchschnittliche Gesamtbewertung: jeweils 1,83). Die über die Bewertung der Abteilungen hergestellte Gesamtbewertung der Ausstellung kann zudem als die Grundeinstellung interpretiert werden, die die Ausstellungsbesucherin bzw. der Ausstellungsbesucher der Ausstellung entgegenbringt. In diesem Sinne ist davon auszugehen, dass diejenigen Befragten, die die Ausstellung insgesamt positiv bewerteten auch bei anderen Bewertungen eher zu einer positiven Einschätzung neigen und umgekehrt. Dieser Zusammenhang ließ sich in der Tat deutlich für die Zufriedenheit mit der Verständlichkeit und Ausführlichkeit der Texte, der Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellung sowie der Beurteilung des Einsatzes von Informationssystemen nachweisen. So bewerteten diejenigen Befragten auch die Ausstellung insgesamt am besten, die die Textausführlichkeit als angemessen einschätzten. Für die Bewertung der optischen Präsentation zeigt sich dasselbe Bild: Je

positiver die Bewertung der optischen Präsentation ausfiel, desto positiver wurde auch die Ausstellung insgesamt eingeschätzt. Ähnliches gilt auch für die Beurteilung des Einsatzes von Informationssystemen. Wer diesen für gut hielt, bewertete die Ausstellung insgesamt positiver als die Befragten, die den Einsatz von Informationssystemen ablehnten bzw. ihm indifferent gegenüberstanden. Erwähnenswert ist schließlich, dass die Bewertung der Landesausstellung in Zusammenhang mit dem Kauf von Publikationen steht: Eine sehr gute Gesamtbewertung zeigte sich am häufigsten bei den Befragten, die eine Publikation gekauft haben: Sie haben die Ausstellung insgesamt etwas besser bewertet als die Befragten, die keine Publikation erworben haben (durchschnittliche Gesamtbewertung von 1,74 gegenüber 1,90).

Insgesamt haben 70% aller Befragten ein Exponat angegeben, das sie für besonders beeindruckend hielten. An erster Stelle standen dabei mit 11% der „Deckelbecher“, gefolgt von den „Alten Büchern, Buchmalereien, Bibel, Evangeliar“ mit 10%.

82% der Befragten beurteilten die optische Präsentation der Ausstellung positiv (sehr gut bzw. gut). Die Bewertung der optischen Präsentation korreliert erwartungsgemäß mit anderen Bewertungsdimensionen. Entsprechend zeigen sich (Tabelle 21) auch hoch signifikant positive Zusammenhänge mit den meisten anderen Merkmalen der Ausstellung, die von den AusstellungsbesucherInnen bewertet wurden.

Tabelle 21: Signifikant positive Zusammenhänge zwischen der optischen Präsentation der Ausstellung und anderen bewerteten Merkmalen

	Bewertungsmerkmal	Kendall's tau	Signifikanz
1.	Abteilung: Die ersten Franken (Ausgrabungen)	0,331	0.000
2.	Abteilung: Frankonia sacra: Kirchen und Klöster	0,304	0.000
3.	Abteilung: Mittelalterliche Musik	0,279	0.000
4.	Abteilung: Urkunden zur fränkischen Geschichte	0,257	0.000
5.	Abteilung über die Reichsstädte	0,300	0.000
6.	Textverständlichkeit	0,352	0.000
7.	Ausstellungsinszenierung: Wirkung	0,409	0.000
8.	Ausstellungsinszenierung: Informationen	0,302	0.000
9.	Bewertung des Mediensystems	0,292	0.000
10.	Bewertung der Führung	0,283	0.000

Bei der Bewertung der optischen Präsentation der Ausstellungsinhalte ergibt sich dagegen kein Zusammenhang hinsichtlich der geclusterten Besuchergruppen. Auch die für die Clusteranalyse herangezogenen individuellen Merkmale zeigen überwiegend keine Zusammenhänge mit der Beurteilung der optischen Präsentation. Lediglich die Motivation der Befragten spielte hier eine Rolle. So bewerteten die interessegeleiteten Befragten die optische Präsentation deutlich positiver als die Nicht-interessegeleiteten.

Über die Landesausstellung 2004 ist es gelungen neue Informationen zu vermitteln. Dazu wurden von den Befragten 522 Angaben gemacht. Am häufigsten gaben die Befragten an, neue Informationen zur fränkischen Geschichte bzw. zu Franken allgemein erhalten zu haben, gefolgt von der Thematik „Herkunft der Franken bzw. Trojanische Herkunft der Franken“.

Neben neuen Informationen konnte die Ausstellung auch veränderte Vorstellungen über Franken vermitteln. Insgesamt wurden von den Befragten diesbezüglich 515 Angaben gemacht, wobei die meisten AusstellungsbesucherInnen angaben, den Eindruck gewonnen zu haben, Franken sei ein altes Kulturland, gefolgt von der Assoziation einer langen geschichtlichen Tradition Frankens.

Neben dieser offenen Frage konnten die Befragten anhand einer Skala von „1 = Stimme voll und ganz zu“ bis „5 = Stimme überhaupt nicht zu“ ihren Zustimmungsggrad zu drei konkreten Aussagen über Franken äußern („Franken ist besonders reich an Kulturdenkmälern“, „Franken ist ein außerordentlich kulturschöpferisches Land“ und „Es ist zu wenig bekannt, dass Franken über außerordentliche Kulturschätze verfügt“). Dabei zeigt sich, dass der überwiegende Teil der Befragten den drei vorgegebenen Aussagen sehr deutlich zustimmte. Die größte Zustimmung erhielt dabei die Aussage „Franken ist besonders reich an Kulturdenkmälern“: Über 80% der Befragten stimmen dieser Aussage voll und ganz bzw. eher zu. Ein deutlicher Zusammenhang lässt sich zwischen der Zustimmung zu den ersten beiden Aussagen über Franken und den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen feststellen, während sich die Zustimmungstendenz bezüglich der dritten Aussage kaum unterscheidet. So stimmen die „Älteren, habituellen BesucherInnen“ eher diesen beiden Aussagen zu als die „Jüngeren, nicht-interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“. Die Zustimmung zu den Aussagen „Franken ist besonders reich an Kulturdenkmälern“ und „Franken ist ein außerordentlich kulturschöpferisches Land“ steht natürlich auch mit den meisten der in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmalen in Zusammenhang: Hier zeigen sich vor allem alters-, bildungs-, motivations-, interessens- und sozialitätsspezifische Effekte in der jeweils erwarteten Richtung.

Die Bewertung der Texte zur Ausstellung erfolgte hinsichtlich der Verständlichkeit und Ausführlichkeit und fiel insgesamt sehr positiv aus. 89% der Befragten bewerteten die Verständlichkeit als sehr gut bzw. gut. Die Beurteilung der Verständlichkeit der Texte hängt von Interessen und Kenntnissen der Befragten ab. So bewerteten diejenigen Befragten die Verständlichkeit der Texte häufiger als sehr gut, die sich selbst hohe Kenntnisse der fränkischen Geschichte zuschrieben. Ebenso beurteilten die Befragten mit einem hohen Interesse an bildender Kunst die Verständlichkeit der Texte signifikant besser als die Befragten mit niedrigem bzw. mittlerem Interesse. Erwartungsgemäß wurde die Verständlichkeit der Texte umso besser bewertet, je länger sich jemand in der Ausstellung aufhielt.

Die Ausführlichkeit der Texte wurde von der überwiegenden Mehrheit der Befragten als angemessen empfunden (79%). Die Ausführlichkeit der Texte wurde von den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen unterschiedlich bewertet. Die „Interessengeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ hielten die Ausführlichkeit der Texte häufiger für angemessen als die Befragten der anderen beiden Besuchergruppen. Die „Jüngeren, nicht-interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ gaben dagegen öfter an, dass sie die Texte für zu ausführlich halten, wohingegen die „Älteren, habituellen BesucherInnen“ die Texte häufiger als die Befragten der anderen beiden Gruppen für zu knapp hielten. Zusammenhänge der Textausführlichkeit mit soziodemografischen Merkmalen lassen sich auch für die meisten in die Clusteranalyse eingegangenen Einzelmerkmale nachweisen; die Richtung der Zusammenhänge entspricht dabei derjenigen, die von den Clustern her zu erwarten ist.

Von den 312 Personen, die an einer Führung teilgenommen hatten, bewerteten 44% diese als „sehr gut“ und 42% als „gut“. 8% der Befragten waren hingegen unzufrieden mit der Führung und vergaben das Urteil „weniger gut“ bzw. „schlecht“.

In der Ausstellung wurden verschiedene Medien wie Computer oder Hörstationen eingesetzt. Eine Mehrheit von 560 Befragten (59%) hat das Mediensystem als Informationsquelle verwendet. Die Nutzung der Medienstationen ist abhängig von den allgemeinen geschichtlichen Kenntnissen der Befragten, von der Sozialität der Befragten, der Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und der Verweildauer in der Ausstellung. Die Befragten, die ihre geschichtlichen Kenntnisse als niedrig einschätzen, nutzten die Medienstationen seltener als die Befragten mit mittleren und hohen Kenntnissen. Im Zusammenhang mit der Sozialität der Befragten zeigt sich, dass die GruppenbesucherInnen die Medienstationen seltener nutzten als die anderen BesucherInnen. Eine Abhängigkeit der Nutzung der Medienstationen zeigt sich auch von der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen. So wurde das Mediensystem eher von

denjenigen Befragten verwendet, die mit einer „mittleren“ Häufigkeit Ausstellungen frequentieren. Schließlich hielten sich die NutzerInnen des Mediensystems im Schnitt länger in der Ausstellung auf als die Befragten, die die Medienstationen nicht verwendet haben.

Bei der Beurteilung der über die Medienstationen gewonnenen Informationen zeigt sich, dass die deutliche Mehrheit der 560 NutzerInnen diese für angemessen hielt (81%). 6% der Befragten hätten sich dagegen detailliertere Informationen gewünscht, für 4% der BesucherInnen waren die über das Mediensystem vermittelten Informationen zu ausführlich und 9% der befragten Personen äußerten sich hierzu überhaupt nicht. Die Beurteilung der über das Mediensystem gewonnenen Informationen steht in keinem signifikanten Zusammenhang mit den Besuchergruppen bzw. mit einzelnen individuellen Merkmalen des Ausstellungspublikums.

Des Weiteren konnten die Befragten angeben, ob sie den Einsatz von Informationssystemen in Ausstellungen und Museen generell begrüßen oder eher ablehnen. Dabei zeigt sich, dass die überwiegende Mehrheit der Befragten den Einsatz von Informationssystemen für gut hält. Nur ein geringer Teil der Befragten findet den Einsatz nicht gut und jeder zwanzigste Befragte hat kein Interesse an derartigen Informationssystemen. Die Beurteilung des Einsatzes von Informationssystemen hängt im Wesentlichen mit dem Alter und der Sozialität der Befragten zusammen. So hielten Befragte im Alter zwischen 18 und 29 Jahren den Einsatz häufiger für gut als Personen, die zum Zeitpunkt der Befragung 60 Jahre und älter waren. Hinsichtlich der Sozialität der Befragten zeigt sich, dass vor allem die BesucherInnen, die mit ihrer Familie in der Ausstellung waren, den Einsatz von Informationssystemen häufiger positiv finden als etwa GruppenbesucherInnen.

Anhand einer Skala von „1 = Deutlich besser“ bis „5 = Deutlich schlechter“ konnten die AusstellungsbesucherInnen bei der Befragung zur Landesausstellung 2004 in Forchheim erstmals die Ausstellungsinszenierung im Vergleich zu herkömmlichen Museen sowohl hinsichtlich ihrer Wirkung als auch hinsichtlich ihres Informationsgehalts bewerten. Zwei Drittel der Befragten schätzten die Wirkung der Ausstellungsinszenierung der Landesausstellung im Vergleich zu herkömmlichen Museen als deutlich bzw. etwas besser ein. Der Informationsgehalt wurde im Vergleich zu den anderen Museen ebenfalls positiver eingeschätzt. Auch hier sah eine Mehrheit von 54% die Landesausstellung besser. Die Bewertung der Wirkung der Ausstellungsinszenierung hängt lediglich von der Bildung und der Häufigkeit des Ausstellungsbesuchs ab. So bewerteten die Höhergebildeten die Wirkung der Ausstellungsinszenierung besser als die Befragten mit niedrigeren Bildungsabschlüssen. Etwa drei Viertel der AkademikerInnen gaben an, dass die Inszenierung der Landesausstellung im Vergleich zu herkömmlichen

Museen besser sei; bei den Befragten, die über einen Volks- bzw. Hauptschulabschluss verfügen, waren es indes nur knapp zwei Drittel. Betrachtet man den Zusammenhang zwischen der Einschätzung der Wirkung der Ausstellungsinszenierung und der Besuchshäufigkeit, so lässt sich feststellen, dass die Befragten, die alle ein bis zwei Monate in einer Ausstellung sind, die Wirkung der Inszenierung der Landesausstellung im Vergleich zu anderen Museen besser beurteilen als die Befragten, die höchstens einmal im Jahr bzw. mehrmals im Monat in einer Ausstellung sind. Der informationelle Gehalt der Ausstellungsinszenierung wurde vor allem von den älteren Befragten etwas bzw. deutlich besser bewertet. Ein interessantes Ergebnis zeigt sich hinsichtlich der Bewertung der Ausstellungsinszenierung und dem Kauf einer Publikation: Befragte, die eine Publikation gekauft haben fanden deutlich häufiger als die Befragten, die keine Publikation erworben haben, sowohl die Wirkung als auch den Informationsgehalt der Ausstellungsinszenierung im Verhältnis zu herkömmlichen Museen deutlich besser.

Um die Einstellung der Befragten zur Ausstellung darüber hinaus zu ermitteln, wurden die Befragten gebeten, den Versicherungswert der gesamten Ausstellung zu schätzen. Die Einschätzung des Versicherungswerts der Ausstellung dient indirekt dazu, etwas darüber in Erfahrung zu bringen, was die Befragten über die Qualität der Exponate denken und wie sie somit den „Wert“ der Ausstellung insgesamt beurteilen. Dabei zeigt sich, dass die meisten Befragten glaubten, dass die Ausstellung im Wert von etwa 50 Millionen Euro versichert war. Nur 10% der Befragten schätzten indes, dass der Versicherungswert der Ausstellung über 200 Millionen Euro liegen müsse. Interessant ist auch, dass etwa jede(r) siebte BesucherIn keine Angabe zum Versicherungswert machte, was darauf schließen lässt, dass keinerlei Vorstellung darüber vorhanden ist, welchen „Wert“ eine solche Ausstellung präsentiert.

Um Informationen darüber zu erhalten, was den AusstellungsbesucherInnen im einzelnen hinsichtlich der ausgestellten Objekte wichtig war bzw. was sie daran besonders interessierte, konnten die Befragten wiederum anhand einer Skala von „1 = Stimme voll und ganz zu“ bis „5 = Stimme überhaupt nicht zu“ ihr Urteil zu vier vorformulierten Aussagen („Es kommt mir darauf an, dass die ausgestellten Objekte gut erläutert sind“, „Eine Präsentation sollte das ausgestellte Objekt für sich wirken lassen“, „Mich interessieren die historischen Zusammenhänge“ und „Mich interessiert vor allem die Qualität der Exponate“) abgeben. Am wichtigsten war dem Ausstellungspublikum, dass die Exponate gut erläutert waren: 87% stimmten der diesbezüglichen Aussage voll und ganz bzw. eher zu. Die historischen Zusammenhänge waren für die meisten Befragten ebenfalls ein zentrales Kriterium (85% Zustimmung). Die Qualität der ausgestellten Objekte stand stattdessen nicht im Mittelpunkt des Interesses der Befragten: Hier stimmten nur 44% der Aussage zu „Mich interessiert vor allem die Qualität der Exponate“. Im

Vordergrund standen insgesamt also eher didaktisch-methodischen Aspekte als ästhetisch-qualitative Gesichtspunkte. Hinsichtlich der beiden Aspekte, die bei den BesucherInnen im Vordergrund standen (Interesse an einer guten Erläuterung der Exponate und Interesse an historischen Zusammenhängen) zeigen sich Beziehungen mit den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen. So stimmten beiden Aussagen am häufigsten die „Älteren, habituellen BesucherInnen“ zu, wohingegen die „Jüngeren, nicht-interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ beiden Aussagen die wenigste Zustimmung entgegenbrachten. Die Zustimmung zu den einzelnen Aussagen über die ausgestellten Objekte stand folglich auch in Zusammenhang mit einigen der in die Clusteranalyse eingegangenen Merkmale. Hier zeigten sich im Wesentlichen alters- und bildungsspezifische Effekte.

Weiterhin wurde in der Befragung untersucht, wie zufrieden die BesucherInnen mit der Infrastruktur und den Serviceleistungen waren. Am besten schnitten bei der Bewertung die Wartezeiten an den Eingängen mit einer Durchschnittsnote von 1,7 ab. Am unzufriedensten waren die BesucherInnen mit den Parkmöglichkeiten (2,5).

Die meisten Befragten (75%) haben die Ausstellung mit ihrem eigenen PKW bzw. Motorrad erreicht, gefolgt von 11% der Befragten, die ein öffentliches Verkehrsmittel benutzt haben.

Als wichtigste Informationsquelle, die zum Besuch der Ausstellung angeregt hat, wurde von den Befragten das soziale Netzwerk (Freunde, Verwandte usw.) genannt, gefolgt von der Plakatwerbung und Berichten in regionalen Zeitungen. Es ist zu erwarten, dass einzelne Informationsquellen für verschiedene Besuchergruppen von unterschiedlicher Bedeutung sind. So zeigt sich, dass für die „Jüngeren, nicht-interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ fast ausschließlich das direkte soziale Umfeld bzw. Plakate als Informationsquelle relevant waren. Im Unterschied dazu haben sich die „Interessegeleiteten GelegenheitsbesucherInnen“ und die „Älteren, habituellen BesucherInnen“ häufiger über Berichte in Zeitungen und Zeitschriften über die Ausstellungstermine informiert. Informationen über das Internet, den Freundeskreis des Hauses der Bayerischen Geschichte und über die Mitgliederzeitung der Wissenschaftlichen Buchgesellschaft (hier unter der Kategorie „Sonstige“ zusammengefasst) spielten fast ausschließlich für die „Älteren, habituellen BesucherInnen“ eine Rolle. Die Bedeutung der verschiedenen Informationsquellen für bestimmte Besuchergruppen zeigt sich zudem wieder, wenn man die Wichtigkeit dieser Informationsquellen hinsichtlich der in die Clusteranalyse eingegangenen individuellen Merkmale der Befragten analysiert. Für die meisten dieser individuellen Merkmale ergeben sich in der Einzelanalyse die erwarteten Effekte. Ein weiteres interessantes Ergebnis zeigt sich bei der Analyse der Informationsquellen in Abhän-

gigkeit des Kaufs einer Publikation. So bevorzugten die Befragten, die eine Publikation gekauft haben, häufiger Zeitungen und Zeitschriften als Informationsmedium als diejenigen, die keine Publikation zur Ausstellung erstanden haben. Des Weiteren nutzten sie häufiger andere schriftliche Informationsquellen, wie das Internet oder die Mitgliederzeitung der Wissenschaftlichen Buchgesellschaft. Zusammenfassend kann somit festgehalten werden, dass sich das Informationsverhalten der BesucherInnen vor allem an den Printmedien und dem unmittelbaren persönlichen Umfeld differenziert. So werden Zeitungsberichte häufiger von den älteren, historisch interessierten und habituellen Ausstellungsbesuchern genutzt, während das soziale Netzwerk für die jüngeren GelegenheitsbesucherInnen mit geringerem historischem Interesse ausschlaggebend ist.

Zum gestützten Bekanntheitsgrad zum Haus der Bayerischen Geschichte gilt es festzuhalten, dass 61% der Befragten „bereits vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört hatten“. Vorauszuschicken ist hier, dass unsere Ergebnisse zeigen, dass die „Älteren, habituellen BesucherInnen“ in einem weitaus größerem Umfang bereits vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört haben als die Befragten der beiden anderen Besuchergruppen. Dieses Ergebnis bestätigt sich für die Einzelmerkmale der BesucherInnen in den meisten Fällen. Mit Hilfe einer binären logistischen Regression wurde daher untersucht, welche Publikumsmerkmale den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte am deutlichsten bestimmen. Dabei zeigt sich der Bekanntheitsgrad vor allem abhängig vom Alter, den Kenntnissen der fränkischen Geschichte, dem Interesse an Kunst und Malerei und der Motivation der Befragten: Die Wahrscheinlichkeit, dass jemand das Haus der Bayerischen Geschichte kennt nimmt mit dem Alter, der Höhe der Kenntnisse der fränkischen Geschichte und des Interesses an Kunst und Malerei sowie bei einer nicht am Interesse orientierten Motivation zum Ausstellungsbesuch zu.

Der Großteil derer, die angaben, bereits vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört zu haben, kannte es von anderen Ausstellungen (36%). 23% nannten Zeitungsberichte, in denen sie vom Haus der Bayerischen Geschichte gelesen hatten. 19% derjenigen, die das Haus der Bayerischen Geschichte kannten, haben darüber etwas in Rundfunk oder Fernsehen gehört. 17% kannten es von Plakaten und 11% gaben Freunde, Verwandte usw. als Informationsquelle an. 4% der Befragten wurden schließlich über den Freundeskreis des HdBG auf das Haus der Bayerischen Geschichte aufmerksam gemacht. Zusammenhänge zeigen sich mit den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen vor allem für die Bekanntheit über andere Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte: Die „Älteren, habituellen BesucherInnen“ gaben im Vergleich mit den beiden anderen Besuchergruppen deutlich häufiger diesen

Aspekt an. Weitere signifikante Zusammenhänge zeigen sich in der erwarteten Richtung mit dem Alter der Befragten und der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen.

Die Landesausstellung 2004 hatte im Rahmenprogramm eine Reihe von Begleitausstellungen. Die Besucherbefragung sollte erfassen, in welchem Umfang diese Begleitausstellungen vom Publikum der Landesausstellung genutzt wurden. Begleitausstellungen zur Landesausstellung 2004 in Forchheim wurden insgesamt von 150 Befragten besucht. Insgesamt wurden 177 Nennungen zu bereits besuchten Begleitausstellungen abgegeben. Am häufigsten wurden das Trachtenmuseum und das Stadtmuseum von Forchheim besucht, gefolgt von der Riemenschneiderausstellung in Würzburg. Zu den Ausstellungen, die nicht so häufig erwähnt wurden zählen unter anderem das Heimatmuseum sowie die Kirchenburgausstellung in Obernbreit und die Landesausstellung in Thüringen.

Von Interesse war auch zu erfahren, ob die Befragten, die bislang noch keine Begleitausstellung besucht haben, noch einen Besuch beabsichtigen. 61 dieser 802 Befragten gaben an, dass sie das vor hätten. Die Befragten konnten auch die Begleitausstellungen bzw. Orte mit Begleitausstellungen angeben, die sie noch besuchen möchten. Insgesamt gab es hierzu 88 Nennungen. Am häufigsten wurden die Orte Egloffstein, Bamberg sowie Würzburg und Nürnberg genannt. Zu den Orten, die nicht so häufig genannt wurden zählen u. a. Abenberg, Castell und Heidenheim. 13% der Befragten gaben zudem an, dass sie eventuell noch Begleitausstellungen besichtigen werden.

Orte des KulTour-Pfads Franken, der gleichzeitig mit der Landesausstellung eingerichtet wurde, wurden insgesamt von 169 Befragten besucht. Ein deutlicher Zusammenhang lässt sich auch hier wiederum mit den über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen feststellen: Die „Älteren, habituellen AusstellungsbesucherInnen“ haben deutlich häufiger als die beiden anderen Besuchergruppen bereits KulTour-Pfad-Orte besichtigt. 145 Befragte haben verschiedene KulTour-Pfad-Orte bereits vor der Landesausstellung besucht. Insgesamt wurden 244 Nennungen zu bereits besuchten Orten des KulTour-Pfads Franken abgegeben. Am häufigsten wurden die Orte Bamberg, Würzburg und Nürnberg genannt. 7% gaben an, dass sie einige, viele bzw. alle Orte des KulTour-Pfads besichtigt haben. Zu denjenigen Orten, die jeweils nur ein- bzw. zweimal genannt wurden zählen unter anderem Aub, Bayreuth, Haßfurth und Münnerstadt.

Von Interesse war auch zu erfahren, ob die Befragten, die bislang noch keine(n) KulTour-Pfad-Ort(e) besucht haben, einen Besuch beabsichtigen. 64 dieser 783 Befragten gaben an, dass

sie noch Orte des KulTour-Pfads Franken besichtigen möchten. Die Befragten konnten hier ebenfalls die jeweiligen Orte angeben, die sie noch besuchen möchten. Insgesamt gab es hierzu 142 Nennungen. Am häufigsten wurden die Orte Egloffstein, Würzburg, Bamberg und Nürnberg genannt. 8% gaben an, dass sie einige, viele bzw. alle Orte des KulTour-Pfads besichtigen möchten. Zu denjenigen Orten, die auch hier nur ein- bzw. zweimal genannt wurden zählen unter anderem Heidenheim, Pappenheim, Münnerstadt und Kronach. 15% der Befragten gaben an, dass sie möglicherweise weitere Orte des KulTour-Pfads besuchen werden, waren also noch unentschlossen. Ebenfalls 15% der Befragten gaben dezidiert an, dass sie nicht wissen, was der KulTour-Pfad Franken ist.

Am Rande sollte mit der Besucherbefragung zur Landesausstellung 2004 auch der Versuch unternommen werden, zu erfassen, welches touristische Potenzial diese Ausstellung für den Ausstellungsort Forchheim hatte. Zusammengenommen ergibt sich, dass die Landesausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte in Forchheim 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.

Jede(r) dritte Befragte war als TouristIn in Forchheim. Es zeigt sich, dass die meisten dieser insgesamt 306 TouristInnen Tagesausflügler waren. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der TouristInnen in Forchheim und Umgebung betrug knapp vier Tage. 502 Befragte (53%) gaben an, dass sie während ihres Aufenthaltes auch die Stadt Forchheim besichtigt haben oder noch besichtigen möchten.

Von Interesse war es ebenfalls den potenziellen zusätzlichen Kaufkraftzufluss durch die Ausstellung annähernd zu erfassen. Die AusstellungsbesucherInnen wurden daher gefragt, ob sie während ihres Aufenthaltes in Forchheim etwas gekauft oder die örtliche Gastronomie genutzt haben. 519 Befragte bejahten dies. Im Durchschnitt gaben die Befragten während ihres Besuchs 45 EUR aus. Geht man von der Gesamtzahl von rund 200.000 Besuchern aus, kann man aufgrund der erhobenen Daten, bei konservativer Schätzung (Berücksichtigung der Anzahl der Schulgruppen usw.) von einem Kaufkraftzufluss (ohne Übernachtungen etc.) von rund 3 bis 3,5 Mio. EUR ausgehen, der durch die Landesausstellung zusätzlich für die Stadt Forchheim generiert werden konnte.

Abschließend ging es darum zu erfahren, ob und inwieweit sich die BesucherInnen der Landesausstellung 2004 auch für weitere **Ausstellungen** des Hauses der Bayerischen Geschichte interessieren. Dabei zeigt sich, dass das Interesse am Thema „200 Jahre Franken bayrisch“ **deutlich höher** ist als das Interesse am Thema „Von Kaisers Gnaden: 500 Jahre Pfalz Neuburg“. Beiden Ausstellungsthemen werden von den „**Älteren, habituellen BesucherInnen**“ für **interessanter** gehalten als von den beiden anderen über die Clusteranalyse gebildeten Besuchergruppen. Dieser Zusammenhang bestätigt sich in der Folge wiederum für die meisten in die Clusteranalyse eingegangenen soziodemografischen Merkmale.

Literaturverzeichnis

- Backhaus, K. u.a. (2000⁹): Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. Berlin u.a.: Springer.
- Baumann, B. u.a. (2000): Besucherforschung von Museen. Eine empirische Analyse.
- Bühl, A. und P. Zöfel (2002⁸): Professionelle Datenanalyse mit SPSS für Windows. Bonn u.a.: Addison-Wesley.
- 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. (2003): Besucherbefragung zur Bayerischen Landesausstellung 2002 in Bamberg „Kaiser Heinrich II.“ Vortrag gehalten beim Kolloquium „Ausstellungen und Tourismus“ des Hauses der Bayerischen Geschichte am 26.02.2003 in Kloster Banz.
- Fröhlich, W. (2003): Besucherbefragungen zu verschiedenen Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte. Vergleich des Sozialprofils und wichtiger anderer Merkmale der AusstellungsbesucherInnen. Tabellenband. München.
- Haus der Geschichte (1996): Museen und ihre Besucher. Berlin.
- Helm, S. und S. Klar (1997): Besucherforschung und Museumspraxis. München.
- Hofstätter, P. R. (1977): Persönlichkeitsforschung. Stuttgart.
- 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.

Statistisches Bundesamt (Hg.) (2004). Datenreport 2004. Zahlen und Fakten über die Bundesrepublik Deutschland. Bonn.