

Besucherbefragung zur Ausstellung

Geschichte der Frauen in Bayern. Von der Völkerwanderung bis heute

Ausstellungshallen im Klenzepark in Ingolstadt
18. Juni 1998 bis 11. Oktober 1998

Ergebnisbericht

Werner Fröhlich
München, September 1999



Sozialwissenschaftliches Institut München
Plinganserstraße 24, D - 81369 München

Telefon: 089 / 725 63 29, Telefax: 089 / 721 24 34, eMail: ISW.SIM@t-online.de

Inhaltsverzeichnis

| | Seite |
|--|--------------|
| 1. Themen und Fragestellungen der Untersuchung | 4 |
| 2. Untersuchungsmethode und Erhebungsinstrument | 5 |
| 2.1 Auswahlverfahren | 6 |
| 2.2 Stichprobe und Repräsentativität..... | 7 |
| 2.3 Befragungssituation und Antwortverhalten..... | 7 |
| 3. Untersuchungsergebnisse | 10 |
| 3.1 Sozialprofil der Ausstellungsbesucher/innen | 10 |
| 3.1.1 Alter..... | 10 |
| 3.1.2 Geschlecht..... | 12 |
| 3.1.3 Bildung | 12 |
| 3.1.4 Erwerbstätigkeit und Erwerbsstatus | 14 |
| 3.1.5 Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen..... | 16 |
| 3.1.6 Interessen und Kenntnisse des Ausstellungspublikums | 17 |
| 3.1.7 Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch..... | 18 |
| 3.1.8 Sozialprofil und Herkunftsregion..... | 27 |
| 3.1.9 Sozialprofil und Besuchszeitpunkt..... | 29 |
| 3.1.10 Zusammenfassung - Sozialprofil der Ausstellungsbesucher/innen..... | 31 |
| 3.2 Einzugsgebiet der Ausstellung | 32 |
| 3.3 Besucherverhalten..... | 33 |
| 3.3.1 Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen | 33 |
| 3.3.2 Die Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen | 38 |
| 3.3.3 Teilnahme an Führungen..... | 46 |
| 3.3.4 Erwerb einer Publikation zur Ausstellung..... | 50 |
| 3.3.5 Aufnahme von Information über Ausstellungstexte | 55 |
| 3.3.6 Intensität des Ausstellungsbesuches | 62 |
| 3.4 Bewertung der Ausstellung..... | 69 |
| 3.4.1 Bewertung der einzelnen Ausstellungsabteilungen..... | 69 |
| 3.4.2 Einflußfaktoren auf die Bewertung der Besucher/innen | 70 |
| 3.4.2.1 Bewertung der Ausstellung und Alter der Besucher/innen..... | 71 |
| 3.4.2.2 Bewertung der Ausstellung und Geschlecht der Besucher/innen | 72 |
| 3.4.2.3 Bewertung der Ausstellung und Anregung/Motivation zum Ausstellungsbesuch | 72 |
| 3.4.2.4 Bewertung der Ausstellung und Interessen/Kenntnisse der Besucher/innen | 73 |
| 3.4.2.5 Bewertung der Ausstellung und Informationsaufnahme über die Texte | 73 |
| 3.4.2.6 Bewertung der Ausstellung und Kauf einer Publikation | 74 |
| 3.4.3 Die eindrucksvollsten Ausstellungsobjekte..... | 75 |
| 3.4.4 Interessanteste Abteilung der Ausstellung | 76 |
| 3.4.5 Von der Ausstellung vermittelte (neue) Informationen | 79 |
| 3.4.6 Von der Ausstellung vermittelte Botschaften | 80 |
| 3.4.7 Bewertung der (Raumeinführungs-)Texte zur Ausstellung | 83 |
| 3.4.8 Bewertung der Führungen zur Ausstellung | 85 |

| | | Seite |
|-----------------------------------|--|--------------|
| 3.5 | Die Bewertung von infrastrukturellen Einrichtungen und Serviceleistungen ... | 87 |
| 3.6 | Die Bedeutung verschiedener Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch..... | 89 |
| 3.7 | Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte..... | 95 |
| 3.8 | Die Nutzung neuer Medien in der Landesausstellung in Ingolstadt | 99 |
| 3.8.1 | Nutzung der Computer bei der Landesausstellung 1998 | 99 |
| 3.8.2 | Nutzung der Hörstationen bei der Landesausstellung 1998 | 101 |
| 3.9 | Das Interesse an bestimmten Ausstellungsthemen | 102 |
| 3.10 | Einstellungen zur Geschlechtsrollendifferenzierung | 103 |
| 3.11 | Geschlechtsspezifische Attribuierungen aus der Sicht der Besucher/innen .. | 105 |
| 4. | Zusammenfassung | 108 |
| Literaturverzeichnis | | 119 |

1. Themen und Fragestellungen der Untersuchung

Die Begleitung der Landesausstellung 1998 „Geschichte der Frauen in Bayern. Von der Völkerwanderung bis heute“ durch eine Besucherbefragung ist eingebettet in eine Langzeitstudie, die vom Sozialwissenschaftlichen Institut München zusammen mit dem Haus der Bayerischen Geschichte konzipiert wurde. Diese Langzeitstudie soll zum einen die lückenhaften Kenntnisse über Museums- und Ausstellungsbesucher/innen in komparativ-systematischer Weise verbessern. Zweitens sollen Informationen über das Ausstellungspublikum gewonnen werden und drittens geht es darum zu ermitteln, wie die Ausstellung vom breiten Publikum aufgenommen wird und welche neuen Informationen die Ausstellung vermitteln kann.

In erster Linie sollen Art und Stärke der Unterschiede von Besucherstrukturen in Abhängigkeit von Ausstellungsthemen und -orten ermittelt und Gründe bzw. Verursachungsfaktoren für eventuell auftretende Abweichungen aufgezeigt werden. Des Weiteren geht es im Rahmen dieser Konzeption darum, für verschiedene Orte und Themenbereiche Daten zu erheben, die in ihren Fragestellungen, Kategorisierungen usw. konsistent sind, um die entsprechenden Befunde auf eine für die komparativ-systematische Analyse notwendige vergleichbare Basis zu stellen. Schließlich und letztlich sollen die von den Besuchern vorgenommenen Bewertungen dazu dienen, die Konzeption der jeweiligen Ausstellung in ihrer Gesamtheit, aber auch die Ausgestaltung der Texte und der eingesetzten pädagogischen und didaktischen Elemente zu überprüfen, und für zukünftige Ausstellungsgestaltungen fruchtbar zu machen.

Der erste Fragenkomplex befaßt sich damit, welches Publikum mit der Ausstellung erreicht werden konnte und welche Mittel der Öffentlichkeitsarbeit bestimmte Personengruppen besonders angesprochen haben. Diese Fragen sollen Aufschluß darüber geben, inwieweit die Veranstalter mit dieser Ausstellung ihren Bildungsauftrag, ein möglichst breites Publikum anzusprechen, erfüllen konnten.

Ein zweiter großer Fragenkomplex beinhaltet eine differenzierte Bewertung der Ausstellung. Die Ausstellung war in verschiedene Abteilungen gegliedert, die jeweils mehrere Räume umfaßten. Die Besucher/innen wurden gebeten, die entsprechenden Abteilungen einzeln zu bewerten. Des Weiteren wird versucht zu erfassen, ob es der Ausstellung gelungen ist, neue Informationen zu vermitteln. Darüber hinaus wurde nach der Meinung zu den Texten und Führungen

gefragt. Zudem sollte von den Befragten das Ausstellungsobjekt genannt werden, das sie besonders beeindruckt hat. Bei der Auswertung dieser Fragen wird auch analysiert, inwieweit die einzelnen Bewertungen und Verhaltensweisen der Besucherinnen und Besucher mit bestimmten individuellen Merkmalen wie Alter, Bildung, historischen Kenntnissen und Interessen oder etwa mit der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen zusammenhängen. Untersucht wird darüber hinaus, wie die Teilnahme an einer Führung oder die Benutzung eines Ausstellungskatalogs die Aufnahme und Bewertung der Ausstellung beeinflusst haben.

Ein dritter ausführlicher Fragenbereich soll erfassen, inwieweit die Ausstellung in ihrer Gesamtheit den Befragten neue Informationen zu dem in der Ausstellung behandelten Themenbereich vermittelt hat und somit zu einem Wissenszuwachs beitragen konnte. Interessant ist in diesem Zusammenhang vor allem die Überprüfung von Fragen, ob es gelang dem nicht-interessierten Ausstellungspublikum oder den Gelegenheitsbesuchern umfassender neue Informationen zu vermitteln, als dem interessierten bzw. versierten Publikum. Analysiert wird bezüglich dieses Fragenbereiches auch, ob die Informations- und Wissensvermittlung mit bestimmten individuellen Merkmalen wie Alter, Bildung, historischen und kunstgeschichtlichen Interessen und Kenntnissen zusammenhängen.

Ein vierter Bereich des Erhebungsinstrumentes befaßt sich schließlich mit der Messung von Einstellungen gegenüber dem Ausstellungsthema und erfaßt z. B. die Geschlechtsrollenorientierung der Befragten.

2. Untersuchungsmethode und Erhebungsinstrument

Die Befragung erfolgte in schriftlicher Form mittels eines fünfseitigen Fragebogens, der einschließlich des soziodemographischen Abschnitts 31 Fragen umfaßte. Der Fragebogen wurde in seiner Gestaltung möglichst einfach gehalten, um von einem breiten Personenkreis problemlos beantwortet werden zu können. Auf Filterführungen wurde daher fast gänzlich verzichtet. Die Skalen zur Bewertung der einzelnen Ausstellungsabteilungen orientierten sich am Schulnotensystem. Die einzelnen Fragen ließen teils Einfach-, teils Mehrfachantworten zu. War das Ankreuzen nur einer Antwortvorgabe erwünscht, wurde explizit darauf hingewiesen.

2.1 Auswahlverfahren

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

Die Befragung erfolgte in drei Wellen von jeweils einer Woche. Die erste Befragungswelle wurde vom 24. bis 30. August 1998 durchgeführt, die zweite Welle vom 21. bis 27. September 1998 kurz nach dem Ende der Sommerferien in Bayern und die dritte Welle vom 05. bis 11. Oktober 1998, in der letzten Ausstellungswoche. Sowohl die Wahl der Befragungszeitpunkte als auch der einzelnen Befragungszeiträume erfolgte aufgrund bestimmter Überlegungen hinsichtlich der Repräsentativität der Auswahl. Die Durchführung von drei Befragungswellen soll die Untersuchung von Veränderungen im Ausstellungsverlauf, etwa beim Ausstellungspublikum oder bei der Bedeutung verschiedener Informationswege und -medien ermöglichen. Außerdem wird bei der Wahl der Befragungszeitpunkte davon ausgegangen, daß während der Sommerferien ein anderes Publikum in die Ausstellung kommt als während allgemeiner Arbeitszeiten. Ähnliches gilt für die Wochentage. Auch hier sollen Besucher am Wochenende ebenso erreicht werden, wie jene, die während der Woche in der "normalen Arbeitszeit" in die Ausstellung kommen können. Schließlich wird auch durch die Wahl der täglichen Befragungszeiten versucht, möglichst das ganze Spektrum der täglichen Öffnungszeiten von 9 bis 18 Uhr zu erfassen, weil auch hier davon ausgegangen werden kann, daß in den späteren Nachmittags- und Abendstunden ein anderes Publikum in die Ausstellung kommt als tagsüber.

2.2 Stichprobe und Repräsentativität

Im Zeitraum vom 18. Juni bis zum 11. Oktober haben insgesamt 38.810 Personen die Ausstellung "Geschichte der Frauen in Bayern" in Ingolstadt besucht. Befragt wurden im Rahmen dieser Untersuchung 911 Personen. Aus dieser Stichprobe haben 46 % der Besucher/innen an einer Führung teilgenommen. Das entspricht annähernd dem von den Veranstaltern errechneten Anteil von Geführten am gesamten Ausstellungspublikum (41 %).¹ Damit kann festgehalten werden, daß hinsichtlich des wichtigen Kriteriums "Führung" die Repräsentativität der Stichprobe gegenüber der Grundgesamtheit aller Ausstellungsbesucher/innen gegeben ist.

Im nachfolgenden Abschnitt zum Antwortverhalten wird darauf hingewiesen, welche Gruppen von Besuchern eher schwierig zu befragen waren. Für diese Gruppen ist bezüglich ihrer Repräsentativität zu erwarten, daß sie in der Stichprobe leicht unterrepräsentiert sind. Insgesamt haben sich 59 % der angesprochenen Besucher an der Befragung beteiligt, was für Befragungen dieser Art als gute Ausschöpfungsquote zu bezeichnen ist.

Mit den oben erwähnten Einschränkungen kann davon ausgegangen werden, daß die Befragung eine realistische Abbildung der Einschätzungen aller Ausstellungsbesucher/innen ergeben hat.

2.3 Befragungssituation und Antwortverhalten

Die Fragebögen wurden am Ausgangsbereich der Ausstellung an nach einem Zufallsverfahren ausgewählte Besucher/innen verteilt, die diese an Ort und Stelle ausfüllen sollten. Die Bearbeitung eines Fragebogens nahm zwischen zehn und fünfzehn Minuten in Anspruch, wobei der Großteil der Befragten mit dem Ausfüllen der Bögen keine Schwierigkeiten hatte. Nur in einzelnen Fällen, bei manchen älteren Menschen und bei Angehörigen von Reisegruppen, die mit einer Führung die Ausstellung besuchten und den Anschluß an die Gruppe nicht verlieren wollten, wurde beklagt, daß die Beantwortung des Fragebogens zu lange dauern würde. Abbrüche kamen kaum vor. Der überwiegende Teil der Fragebögen wurde auch vollständig ausgefüllt. Die Quote der fehlenden Anga-

¹ Hier ist darauf hinzuweisen, daß der Anteil der tatsächlich geführten Besucher/innen während unserer drei Befragungswochen bei 42 % lag, d.h. fast genau dem in der Stichprobe entspricht.

ben ist insgesamt gering. Am häufigsten nicht beantwortet wurden Fragen nach der Bewertung der Abteilung Netzwerk 25 Frauenprojekte, der Computernutzung und der Bewertung einzelner Serviceleistungen. 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 911 nicht immer erreicht wird.

Verständlicherweise gab es am Ende des Besuchs dieser umfangreichen Ausstellung auch Verweigerungen. Bei einer Anzahl von ca. 20 bis 70 Befragungen pro Erhebungstag sind zwischen 10 und 72 Verweigerungen festzuhalten. Die häufigsten Begründungen waren "keine Zeit" (48,5 %), "keine Lust" (14,3 %) und "kein Interesse" (11,2 %). Einige der Begründungen deuten darauf hin, daß Angehörige von Besuchergruppen insgesamt schwieriger zu befragen waren als Einzelbesucher.

Ebenfalls schwieriger zu befragen waren Personen, deren Begründungen für die Verweigerung als eine generelle Scheu gegenüber dem Erhebungsinstrument oder der Erhebungssituation interpretiert werden konnten. Es waren dies in erster Linie Personen, für die das Ausfüllen eines solchen Fragebogens eine ungewöhnliche Situation darstellte, weil sie mitunter als eine Art Prüfung verstanden wurde.

In der nachfolgenden Tabelle sind die täglichen Besucherzahlen während der drei Befragungswellen, die täglich befragten Besucher/innen und die Befragungsquoten angegeben. Daraus wird ersichtlich, daß die durchschnittliche Befragungsquote pro Tag bei 7,3 % lag.

Tabelle 1: Besucher/innen, Befragungen und Befragungsquoten

| 1. Welle 24. - 30.8.98 | Besucher/innen insgesamt | Befragte Besucher/innen | Befragungs- quote |
|------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|------------------------------|
| Mo | 116 | 16 | 13,8% |
| Di | 247 | 22 | 8,9% |
| Mi | 199 | 20 | 10,1% |
| Do | 175 | 20 | 11,4% |
| Fr | 158 | 70 | 44,9% |
| Sa | 269 | 62 | 23,0% |
| So | 537 | 70 | 13,0% |
| 2. Welle 21. - 27.9.98 | | | |
| Mo | 157 | 18 | 11,5% |
| Di | 381 | 26 | 6,8% |
| Mi | 349 | 30 | 8,6% |
| Do | 866 | 60 | 6,9% |
| Fr | 333 | 35 | 10,5% |
| Sa | 567 | 26 | 4,6% |
| So | 993 | 70 | 7,0% |
| 3. Welle 05. - 11.10.98 | | | |
| Mo | 830 | 58 | 6,7% |
| Di | 974 | 60 | 6,2% |
| Mi | 1.118 | 51 | 4,6% |
| Do | 1.106 | 35 | 3,2% |
| Fr | 702 | 58 | 8,3% |
| Sa | 647 | 47 | 7,3% |
| So | 991 | 57 | 5,6% |
| Insgesamt | 12.485 | 911 | 7,3% |

3. Untersuchungsergebnisse

3.1 Sozialprofil der Ausstellungsbesucher/innen

Im folgenden wird die Verteilung der wichtigsten soziodemographischen Merkmale wie Alter, Geschlecht, Bildung und Erwerbsstatus in der Stichprobe kurz beschrieben und somit das Sozialprofil der Besucher im allgemeinen dargestellt. Als Vergleichsbasis zum befragten Ausstellungspublikum wird die bundesdeutsche Bevölkerung herangezogen. Auf diese Weise kann ermittelt werden, welche spezifischen Bevölkerungsgruppen ganz allgemein das Publikum dieser Ausstellung aber auch von anderen Ausstellungen und Museen bilden. Als Datenbasis für den Vergleich zwischen Ausstellungspublikum und bundesdeutscher Bevölkerung wurden Daten der amtlichen Statistik und des ALLBUS² herangezogen.

3.1.1 Alter

Eine Untersuchung der Altersstruktur des befragten Ausstellungspublikums ist deshalb besonders interessant, weil dazu bereits Daten aus sehr vielen anderen Studien aus den achtziger und frühen neunziger Jahren vorliegen, die sich mit der Struktur des Museumspublikums befaßt haben. Das Bild der Museumsbesucherin und des Ausstellungsbesuchers war vor diesen Untersuchungen vor allem geprägt durch das Klischee, demzufolge Museumsbesucher/innen „in sich gekehrte, ernste Personen“ mittleren bis höheren Alters seien. In einem Teil der angesprochenen Studien wurde dagegen ein neues Stereotyp vom „jungen Museumsbesucher“ propagiert, das durch die harten Daten (vor allem hohe Anteile der 20- bis 30-jährigen Besucher/innen) bestätigt wurde.³

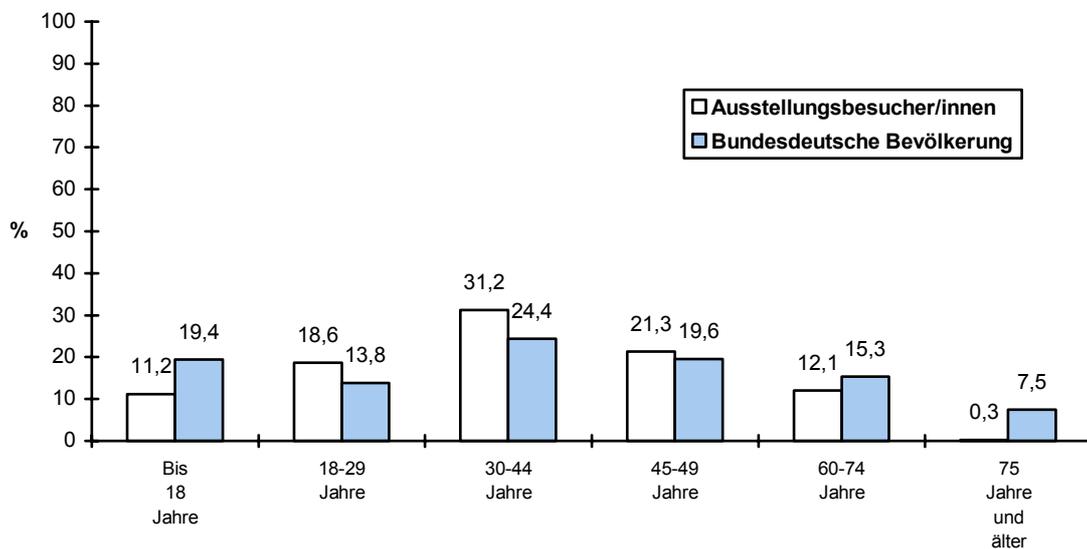
Im Rahmen dieser Untersuchung kann hinsichtlich der Altersverteilung des befragten Ausstellungspublikums festgestellt werden, daß im Vergleich zur bundesdeutschen Bevölkerung vor allem die Altersgruppen der 18- bis 29jährigen und der 30- bis 44jährigen überproportional vertreten sind. Deutlich schwächer repräsentiert ist dagegen vor allem die Altersgruppen der unter 18jährigen und

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

³ Vgl. hierzu Klein, H.-J. (1984), S. 59 ff. bzw. Klein, H.-J. (1990), S. 146 ff.

der über 74jährigen. Den Befund eines Lebensabschnitts, in dem besondere Offenheit und Motivation für vielfältige kulturelle Rezeption vorliegt, wobei derart „Aktive“ überall dabei wären, kann vorliegende Untersuchung im Unterschied zu anderen Studien⁴ nur zum Teil erbringen. Die angesprochene Gruppe der „Twens“, die in den genannten Studien Anteile von 30 bis 40 % und mehr erreicht, ist in dieser Ausstellung mit knapp 19 % Publikumsanteil „nur“ leicht stärker vertreten wie in der Bevölkerung insgesamt. Von einer besonders „aktiven“ Gruppe kann man unter diesen Voraussetzungen nur bedingt sprechen. Die nachfolgende Grafik zeigt die Altersverteilung unter den Befragten. Erwähnenswert ist an dieser Stelle, daß das Durchschnittsalter der Ausstellungsbesucher/innen bei knapp 39 Jahren liegt.⁵ Die Struktur der Altersverteilung unterscheidet sich für die drei Befragungswellen hoch signifikant. Das durchschnittliche Alter der Befragten der ersten Welle beträgt 43,5 Jahre, das Ausstellungspublikum der zweiten Welle ist im Schnitt 40 Jahre alt und dasjenige der dritten Welle 34 Jahre.

Grafik 1: Altersverteilung des befragten Ausstellungspublikums und der bundesdeutschen Bevölkerung (Statistisches Jahrbuch 1998)



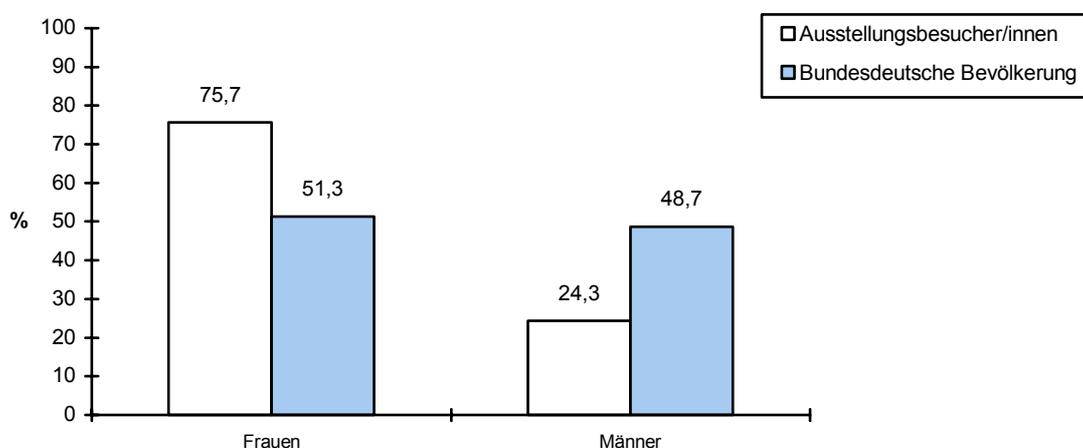
⁴ Vgl. etwa Klein, H.-J. und M. Bachmayer (1981).

⁵ An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, daß die Landesausstellung in Ingolstadt von allen bisher durch eine Befragung begleiteten Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte die höchsten Anteile in den jüngeren Besuchergruppen aufweist. Dies ist teilweise begründet durch den relativ hohen Anteil von Schulklassen, die die Ausstellung besuchten (17 %).

3.1.2 Geschlecht

Die Verteilung von männlichen und weiblichen Besuchern in der Stichprobe zeigt, daß weitaus mehr Frauen als Männer die Ausstellung besucht haben, und daß auch im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung die Frauen im Ausstellungspublikum deutlich stärker vertreten waren. Dieser Geschlechtsbias ist in engem Zusammenhang mit dem Ausstellungsthema zu sehen.

Grafik 2: Verteilung Frauen und Männer unter den Befragten und in der bundesdeutschen Bevölkerung (Statistisches Jahrbuch 1998)



3.1.3 Bildung

Der Begriff „Besucherstruktur“ stellt neben der Altersgliederung vor allem auf die „Sozialschicht-bezogene“ Zusammensetzung des Publikums ab. Damit wird auch eine der zentralen Erkenntnisinteressen der Besucherforschung des Hauses der Bayerischen Geschichte berührt, nämlich die nach der Erfüllung des „demokratischen Bildungsauftrages“, der darin besteht, möglichst „breite Kreise“ der Bevölkerung anzusprechen und für den Ausstellungsbesuch zu interessieren. Insbesondere werden dabei das Bildungsniveau und die Berufsstellung als Indikatoren herangezogen, um zu ermitteln, inwieweit die „unteren Schichten“⁶

⁶ Bezogen auf den „neueren“ Begriff des Milieus wäre dann etwa gefragt, inwieweit es gelungen ist, das „Unterhaltungs- und Harmoniemilieu“ (Schulze) bzw. das „Arbeiter-, aufstiegsorientierte und kleinbürgerliche Milieu“ (Nowak/Becker) anzusprechen.

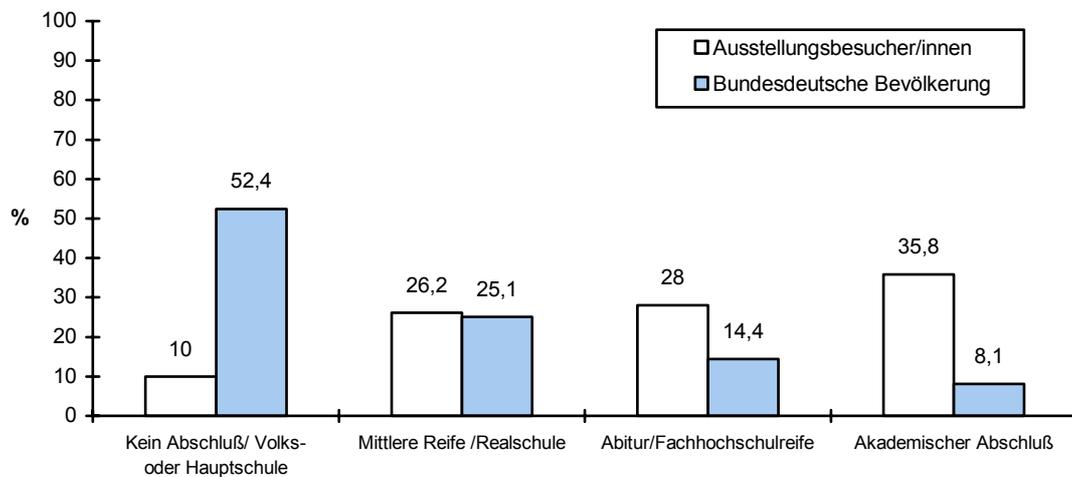
der Bevölkerung Zugang zur Kultur via Museum bzw. Ausstellung gefunden haben.

Zum Bildungsniveau der Ausstellungsbesucher/innen kann festgehalten werden, daß die Höhergebildeten (Abitur, Hochschule) im Vergleich zur Gesamtbevölkerung überproportional vertreten sind. Umgekehrt sind Personen ohne bzw. mit einem niedrigen Schulabschluß schwächer repräsentiert. Mittlere Bildungsabschlüsse sind dagegen im Ausstellungspublikum und in der bundesdeutschen Bevölkerung etwa gleich verteilt. Diese Ergebnisse decken sich zum einen bis zu einem gewissen Grad mit den Befunden anderer Studien⁷, zum anderen aber auch mit weiteren Ergebnissen dieser Untersuchung, die etwa zeigen, daß Höhergebildete deutlich häufiger Ausstellungen besuchen als Personen mit einem niedrigeren formalen Bildungsniveau. Die nachfolgende Grafik zeigt, daß mehr als jede(r) vierte Ausstellungsbesucher/in die schulische Ausbildung mit dem Abitur oder einer anderen Form der Hochschulreife abgeschlossen hat. Ein sehr großer Teil der Befragten (35,9 %) verfügt darüber hinaus über einen Hochschulabschluß. Hier ist jedoch darauf hinzuweisen, daß es auch der Landesausstellung in Ingolstadt (neben der Landesausstellung 1995 „Salz Macht Geschichte“ und der Landesausstellung 1997 „Ein Herzogtum und viele Kronen“) gelungen ist, mehr Besucher/innen mit niedrigen bzw. mittleren Schulabschlüssen anzulocken, als andere (Landes-) Ausstellungen.⁸

⁷ Siehe hierzu etwa Hutzelmann, R. (o.J.), S. 73f.; Klein, H.-J. (1984), S. 73ff.; Eisenstecken, E. (1994), S. 10; Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994a), S. 9f.; Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994b), S. 11f.; Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994c), S. 10f. und Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1995), S.12f.

⁸ Andechs: 32,6 %; Kronach: 30 %; Seeon: 34,6 %; Salz: 43,8 %; Coburg: 42,5 %, Ingolstadt: 36,2%. Dementsprechend ist der Anteil der Akademiker bei dieser Ausstellung im Vergleich zu den anderen Ausstellungen (wiederum mit Ausnahme der Landesausstellungen „Salz Macht Geschichte“ und „Ein Herzogtum und viele Kronen“) als relativ „gering“ zu bezeichnen (Andechs: 40,7 %; Kronach: 42,8 %; Seeon: 44,3 %; Salz: 34,4 %; Coburg: 32,4 %; Ingolstadt: 35,9 %).

Grafik 3: Bildungsniveau der Befragten im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Statistisches Jahrbuch 1998)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

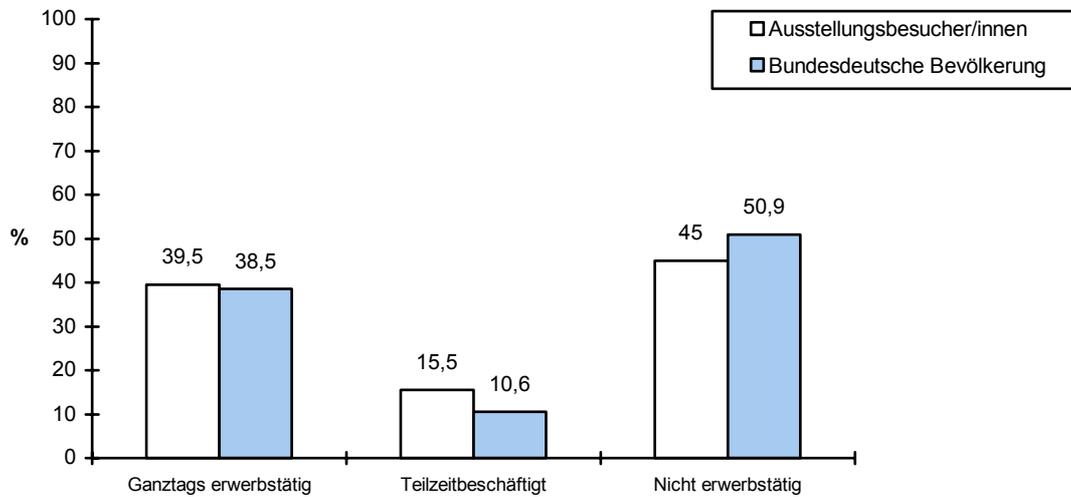
3.1.4 Erwerbstätigkeit und Erwerbsstatus

Hinsichtlich der Erwerbstätigkeit kann man sagen, daß ganztags Erwerbstätige im Vergleich zur bundesdeutschen Bevölkerung im befragten Ausstellungspublikum etwa gleich, halbtags Erwerbstätige etwas stärker und nicht Erwerbstätige dagegen schwächer vertreten sind.

In der Gruppe der Erwerbstätigen fällt auf, daß Selbständige und vor allem Beamte bei den Befragten deutlich stärker vertreten sind als in der bundesdeutschen Vergleichsbevölkerung. Der Anteil der Arbeiter am Ausstellungspublikum ist dagegen deutlich geringer als in der Gesamtbevölkerung, während der Anteil der Angestellten annähernd gleich ist.

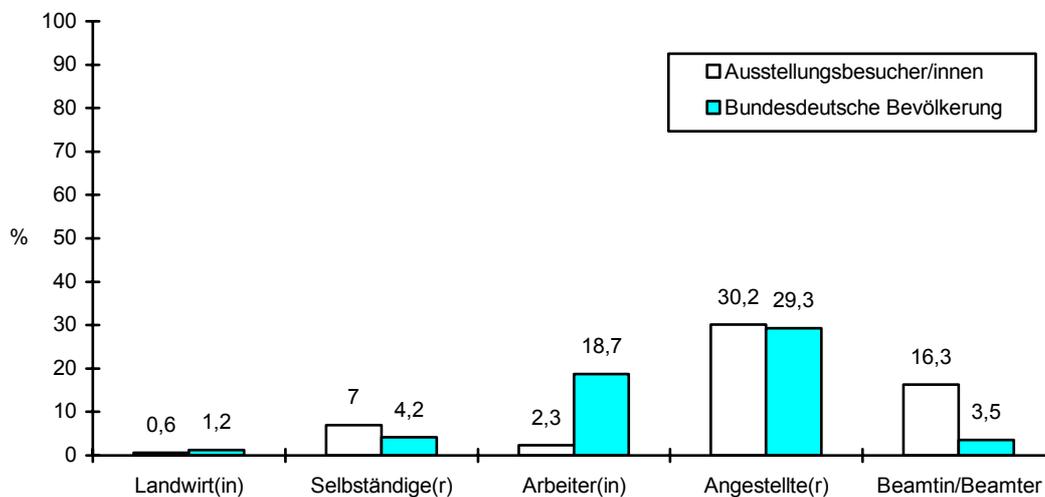
Unter dem nicht erwerbstätigen Ausstellungspublikum befinden sich vor allem mehr Personen, die sich noch in Ausbildung befinden als sie der ALLBUS für die Gesamtbevölkerung ausweist. Dies dürfte zum Teil daran liegen, daß auch sehr viele Schulklassen diese Ausstellung besuchten. Erwähnenswert ist der im Vergleich zu anderen Ausstellungen geringe Anteil an Rentnerinnen und Rentnern.

Grafik 4: Erwerbstätigkeit: Vergleich Ausstellungsbesucher/innen und Gesamtbevölkerung (Statistisches Jahrbuch 1998)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

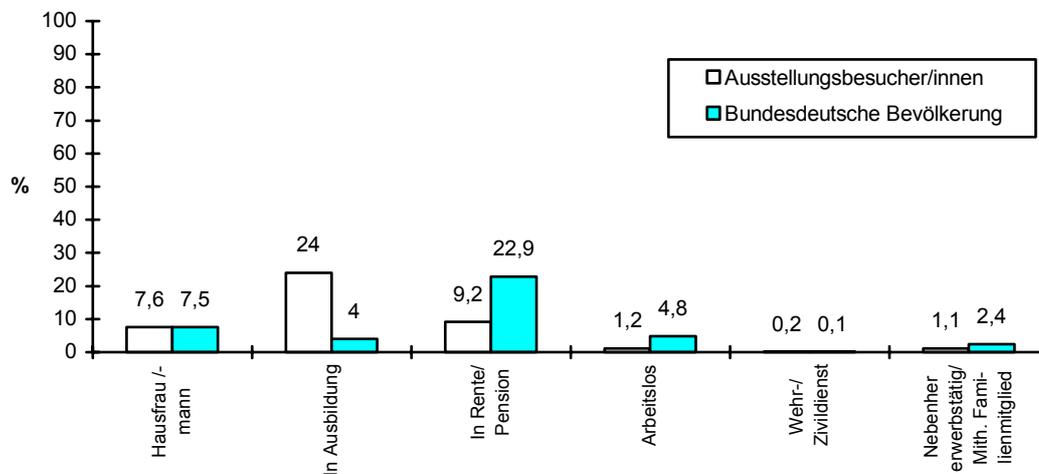
Grafik 5: Erwerbsstatus der erwerbstätigen Ausstellungsbesucher/innen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (ALLBUS 91)⁹



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

⁹ Die 100%-Basis zur Berechnung der Anteile in den Grafiken 5 und 6 bilden Erwerbstätige und Nichterwerbstätige zusammen.

Grafik 6: Status der Nichterwerbstätigen: Ausstellungsbesucher/innen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (ALLBUS 91)

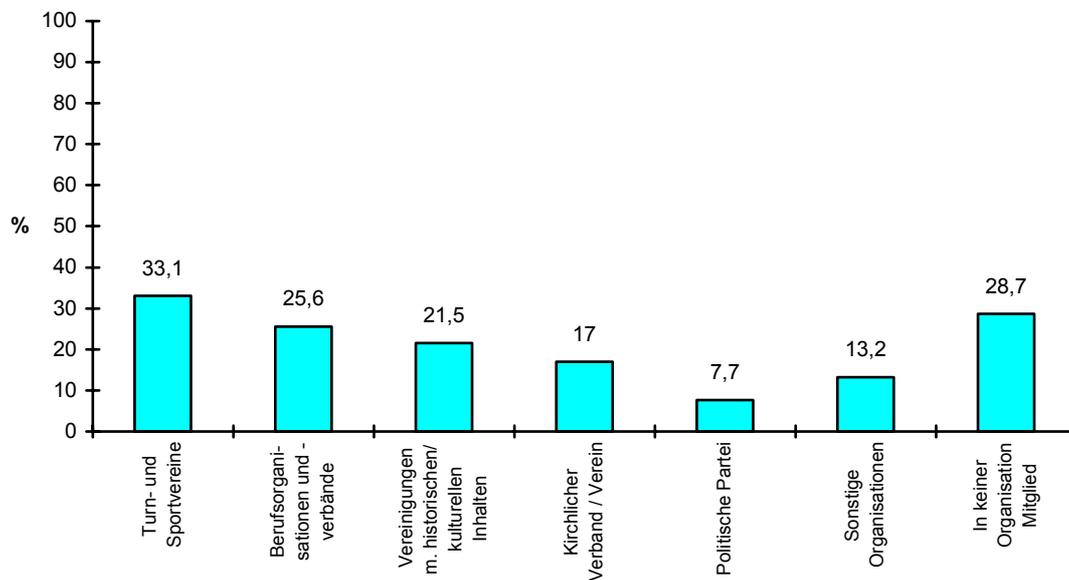


Zusammenfassend ist festzuhalten, daß es dem Haus der Bayerischen Geschichte auch mit der Landesausstellung in Ingolstadt in einem gewissen Umfang gelungen ist, „breitere Kreise“ der Gesellschaft anzusprechen.

3.1.5 Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen

Ein weiteres soziodemographisches Merkmal, das in vorliegender Untersuchung erhoben wurde, ist die Mitgliedschaft in Organisationen. Rund 21 % der Befragten gehören keiner Organisation (Gewerkschaften, Parteien, Vereine usw.) an. Der größte Anteil der befragten Besucher/innen (34 %) ist Mitglied eines Turn- und Sportvereins. Rund 26 % gehören einer beruflichen Organisation an und knapp 23 % sind Mitglied in kirchlichen Vereinen/Verbänden. Die genaue Verteilung der Ergebnisse zeigt die nachfolgende Grafik.

Grafik 7: Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen (Angaben in %; Mehrfachantworten möglich)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Mehr als 60 % der Befragten sind in nur einer der angegebenen Organisationen oder Vereine Mitglied. Rund ein Viertel gehört zwei Organisationen an und ca. 12 % der Besucher/innen sind in drei oder mehr der genannten Organisationen Mitglied.

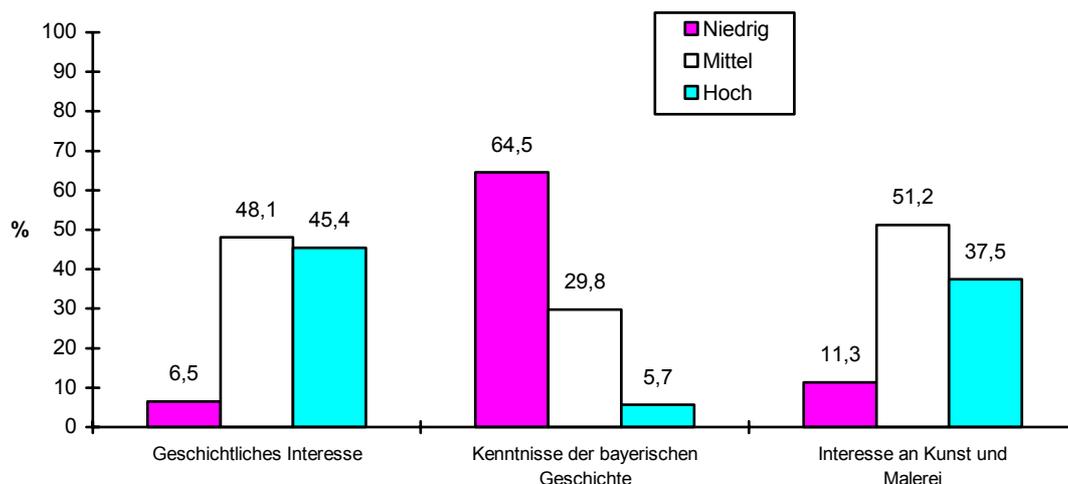
3.1.6 Interessen und Kenntnisse des Ausstellungspublikums

In der Befragung sollten die Besucher/innen selbst ihre historischen Interessen und Kenntnisse sowie ihr Interesse an Kunst und Malerei innerhalb des Spektrums „niedrig - mittel - hoch“ einstufen. Daraus ergeben sich folgende Informationen über das Ausstellungspublikum.

Ihr geschichtliches Interesse bewerten 45 % der Befragten als hoch, 48 % als mittel und rund 7 % als niedrig. Die Kenntnisse der bayerischen Geschichte werden deutlich bescheidener eingeschätzt. Nur 6 % der befragten Besucher/innen bezeichnen ihre diesbezüglichen Kenntnisse als hoch, 30 % als mittel und etwa 64 % als niedrig. Ihr Interesse an Kunst und Malerei schätzen

38 % der Ausstellungsbesucher/innen als hoch ein, 51 % als mittel und 11 % als niedrig. In dem Abschnitt dieses Berichtes, der sich mit der Bewertung der Ausstellung befaßt (3.4), wird gezeigt werden, daß Zusammenhänge zwischen der Selbsteinstufung der Interessen und Kenntnisse der Besucher/innen und ihrer Bewertung der Ausstellung bestehen.

Grafik 8: Selbsteinschätzung der Interessen und Kenntnisse der Ausstellungsbesucher/innen

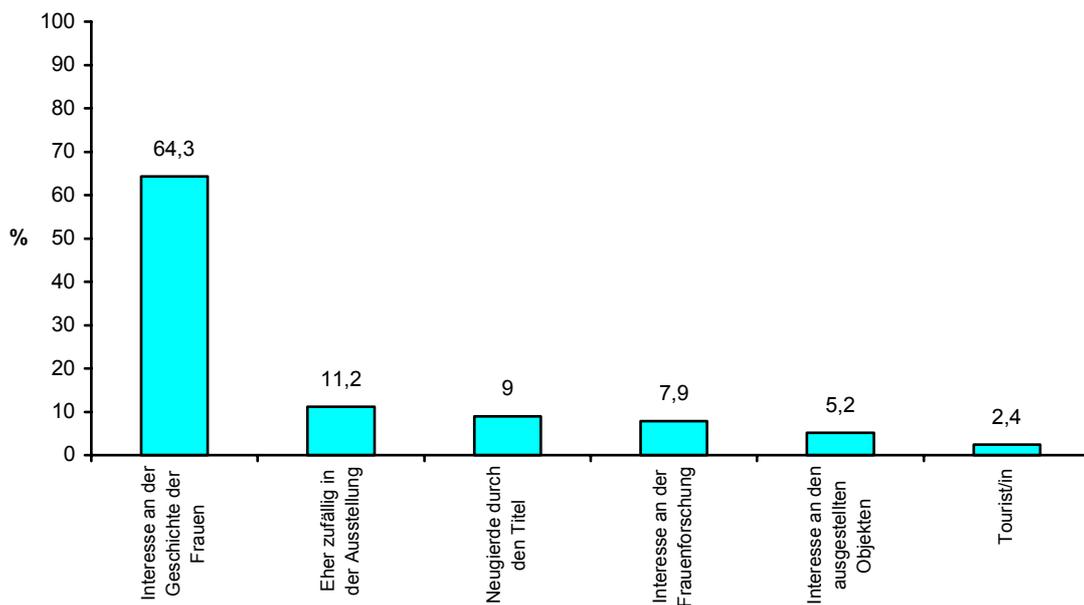


3.1.7 Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch

Als bedeutendste Anregung zum Besuch der Landesausstellung wird von den Befragten das spezifische „Interesse an der Geschichte der Frauen allgemein“ genannt (64 %). Insgesamt besuchte mehr als jede(r) zehnte Befragte die Ausstellung rein zufällig. In diesem Fall kann man annehmen, in einem größeren Ausmaß eine Gruppe erreicht zu haben, die sonst wohl eher selten in Ausstellungen oder Museen anzutreffen ist. Diese Annahme wird insofern bestätigt, als eine genauere Analyse zeigt, daß sich unter den Besucherinnen und Besuchern, die zufällig in der Ausstellung sind, weit mehr sog. „Gelegenheitsbesucher“ finden, als unter denjenigen, die eher interessen geleitete Gründe für

den Ausstellungsbesuch anführen.¹⁰ Ein Vergleich zwischen interessengeleiteten und nicht interessengeleiteten Gründen für den Besuch der Ausstellung zeigt, daß etwa ein Viertel des Publikums nicht spezifisch interessengeleitete Motive für den Ausstellungsbesuch angibt (Neugierde, Tourist/in, eher zufällig in der Ausstellung). Diese Besucher/innen sind wiederum häufiger sog. „Gelegenheitsbesucher“.

Grafik 9: Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch



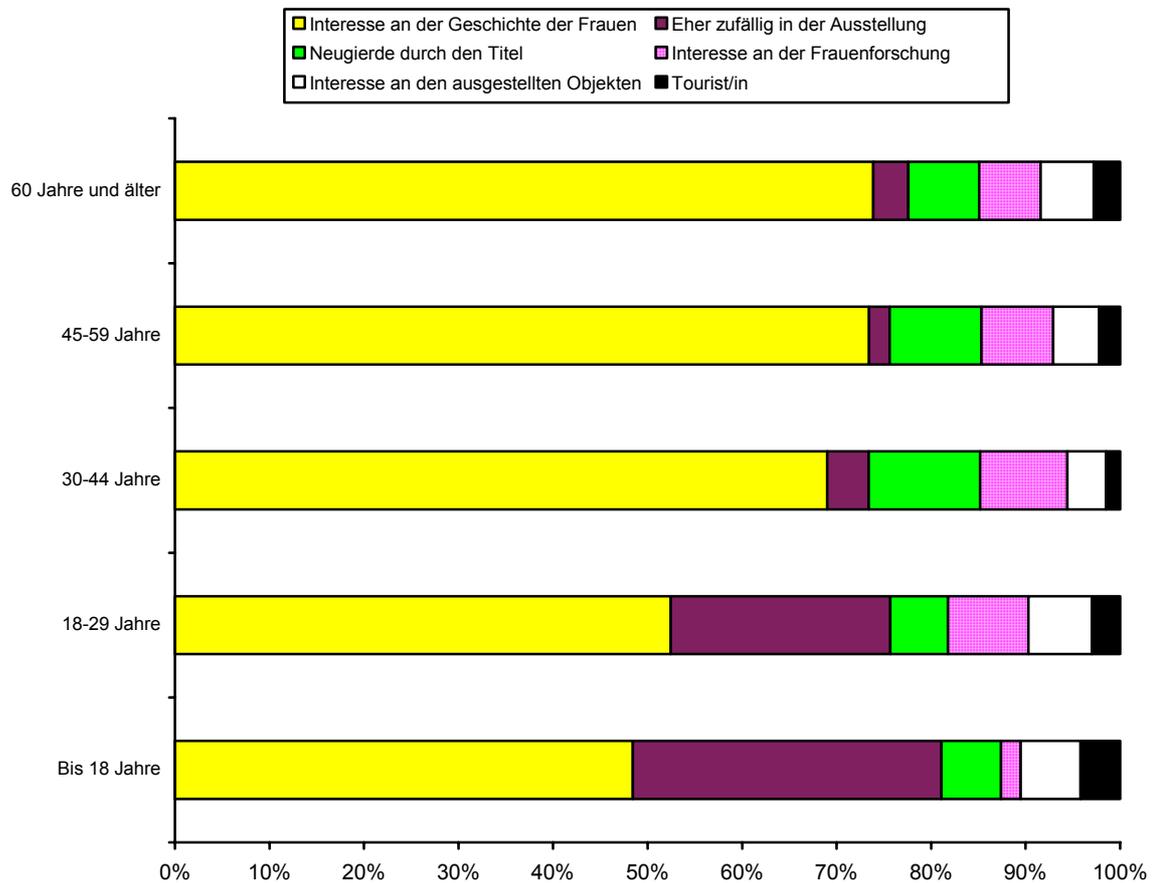
Es ist davon auszugehen, daß die Motivation für einen Ausstellungsbesuch bezüglich unterschiedlicher Besuchermerkmale deutlich differiert. So ist anzunehmen, daß Höhergebildete sehr viel häufiger deswegen in eine Ausstellung oder in ein Museum gehen, weil sie ein spezifisches Interesse an einzelnen historischen, kunsthistorischen oder künstlerischen Themen haben.

¹⁰ Von den Befragten, die zufällig in der Ausstellung sind, geht im allgemeinen fast jeder dritte nur höchstens einmal im Jahr in eine Ausstellung. Demgegenüber beträgt der Anteil dieser sog. „Gelegenheitsbesucher“ bei dem Publikum, das sich aufgrund des Interesses an der Geschichte der Frauen in der Ausstellung befand lediglich rund 16 % und derjenige, die aus Interesse an der Frauenforschung hier waren nur ca. 12 %.

Im folgenden wird dargestellt, inwieweit die Motive bzw. Anregungen für den Ausstellungsbesuch zu den oben beschriebenen soziodemographischen und anderen sozialen Merkmalen in Beziehung stehen.

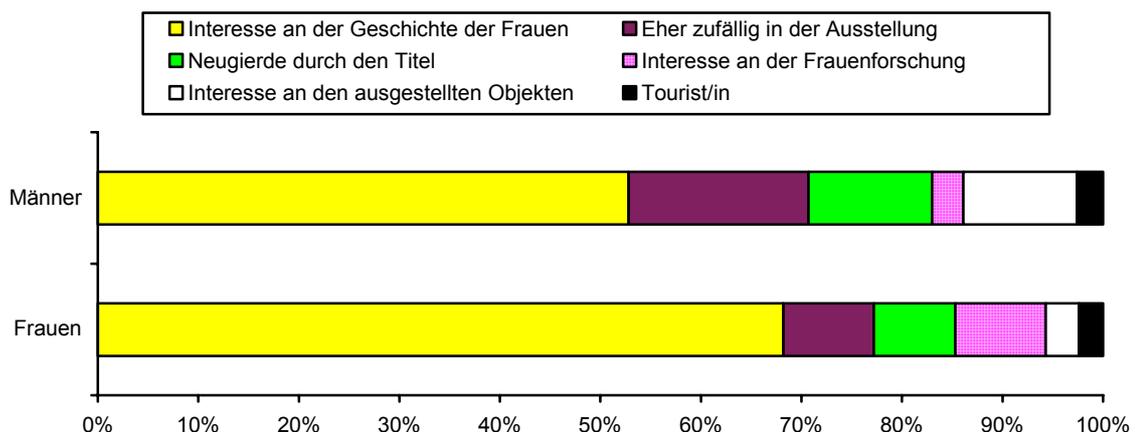
Für die genannten Motive bzw. Anregungen können altersspezifische Unterschiede festgestellt werden. Je älter die Besucher/innen sind, umso häufiger spielt das spezifische „Interesse an der Geschichte der Frauen“ eine Rolle als wichtiger Anreiz zum Besuch der Landesausstellung. Demgegenüber geben die jüngeren Besucher hoch signifikant öfter an, eher zufällig in der Ausstellung zu sein (vgl. Grafik 10).

Grafik 10: Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch und Alter



In einer Vielzahl von Besucherstudien für Museen und Ausstellungen wurde immer wieder festgestellt, daß es deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede in der Motivation und den Interessen von weiblichen und männlichen Besuchern gibt. So werden etwa Museen bzw. Ausstellungen mit technischen Inhalten weitaus häufiger von Männern als von Frauen frequentiert.¹¹ Die Analyse für die Landesausstellung 1998 des Hauses der Bayerischen Geschichte ergibt ebenso hoch signifikante geschlechtsspezifische Unterschiede in der Motivation zum Ausstellungsbesuch. So sind für deutlich mehr Besucherinnen sowohl das „Interesse an der Geschichte der Frauen allgemein“ (68 %) als auch das „spezifische Interesse an der Frauenforschung“ (9 %) Anregung die Ausstellung zu besuchen als für die befragten Männer (53 % zw. 3 %). Die Besucher kommen demgegenüber sehr viel häufiger „eher zufällig“ in die Ausstellung (18 % gegenüber 9 %).

Grafik 11: Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch und Geschlecht



¹¹ Vgl. hierzu etwa Klein, H.-J. (1990), S. 143 und S. 145.

Ein weiteres interessantes Ergebnis ist, daß die jeweilige Motivation zum Ausstellungsbesuch auch nicht - wie aufgrund der Ergebnisse anderer Besucherstudien zu den Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte¹² zu erwarten war - mit dem formalen Bildungsniveau der Besucher zusammenhängt.

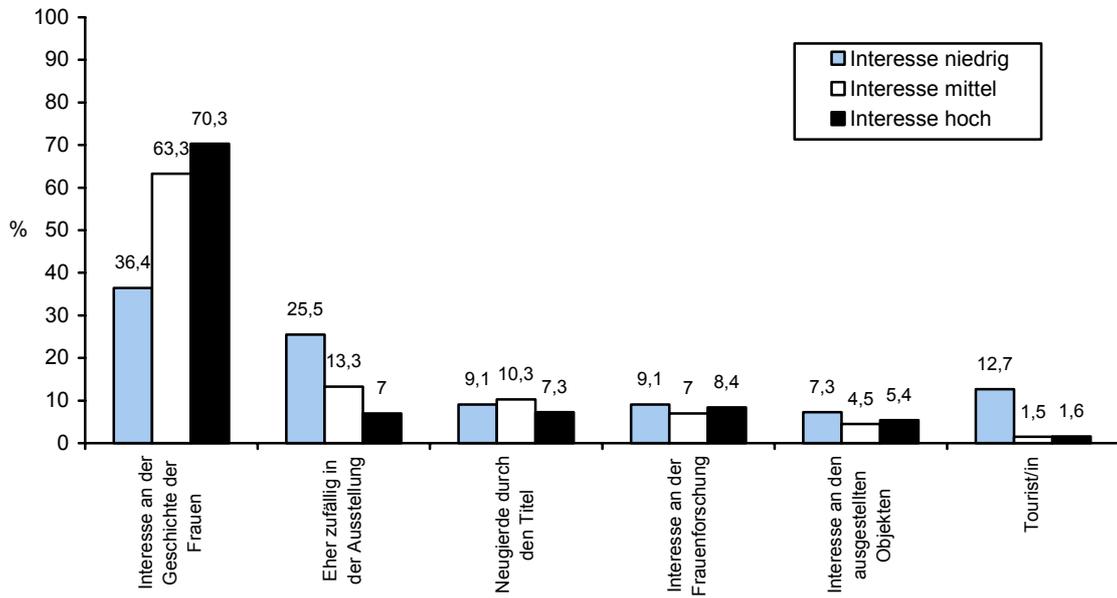
Dagegen ist die Motivation zum Ausstellungsbesuch, wie vermutet, abhängig von der Selbsteinschätzung der eigenen historischen und kunsthistorischen Kenntnisse und Interessen der Befragten. Auch dieser Zusammenhang wurde bereits in mehreren Studien untersucht¹³ und konnte im Rahmen dieser Besucherbefragung bestätigt werden. Das themenbezogene Motiv „Interesse an der Geschichte der Frauen“ wird von den Besucherinnen und Besuchern, die ihr geschichtliches Interesse höher einschätzen, hoch signifikant öfter angeführt. Das unspezifische Motiv „Ich bin eher zufällig in der Ausstellung“ wird demgegenüber von denjenigen Befragten häufiger angegeben, die ihr geschichtliches Interesse niedriger einstufen.

Hinsichtlich des Interesses an Kunst und Malerei ist die themenzentrierte Motivation bzw. Anregung zum Ausstellungsbesuch ebenfalls festzustellen. Befragte, die ihr Interesse in diesem Bereich selbst als hoch bezeichnen, nennen sehr viel häufiger das Motiv „Interesse an der Geschichte der Frauen“. Demgegenüber geben Besucher/innen, die ihr Interesse in diesem Bereich als niedrig bewerten, wieder sehr viel öfter an, sich eher zufällig in der Ausstellung aufzuhalten.

¹² Vgl. Eisenstecken, E. (1994), S. 17f.; Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994a), S. 15; Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994b), S. 20 und Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1995), S. 20f.

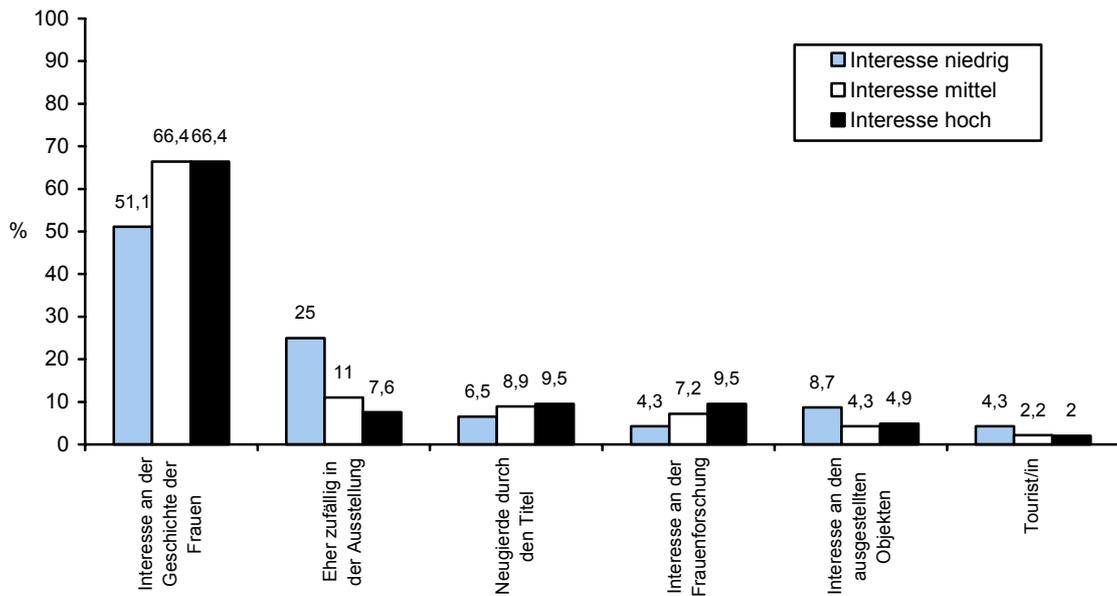
¹³ Zuletzt bei der Landesausstellung 1995 „Salz Macht Geschichte“; vgl. Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1995), S. 21ff.

Grafik 12a: Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch und geschichtliches Interesse



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

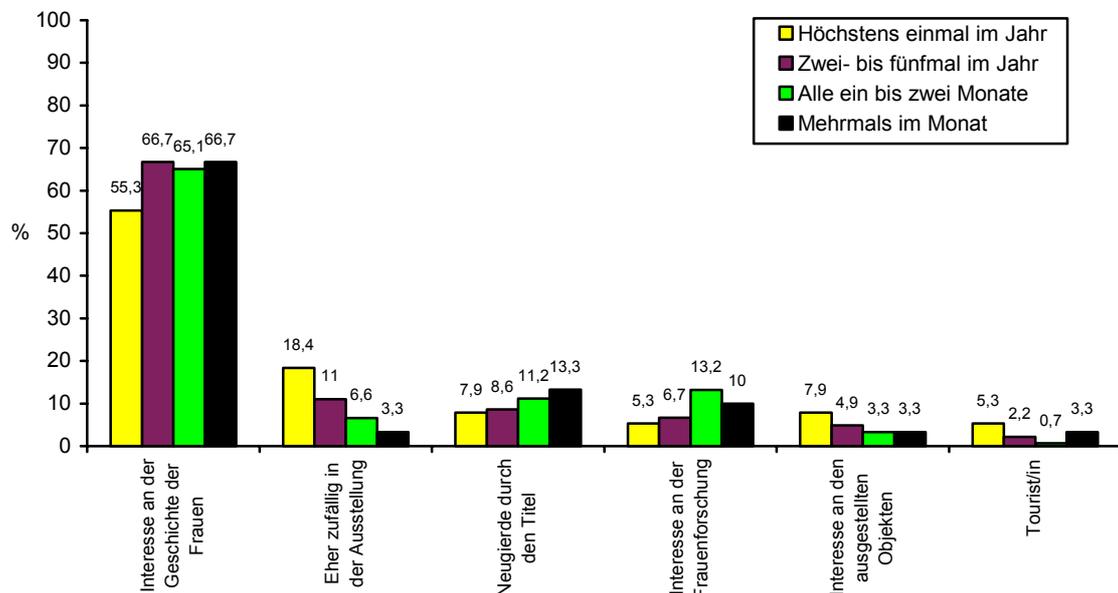
Grafik 12b: Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch und Interesse an Kunst und Malerei



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Die Bedeutung der verschiedenen Motive für den Ausstellungsbesuch hängt auch damit zusammen, wie häufig jemand ganz allgemein in Ausstellungen geht. In Bezug auf den Ausstellungsbesuch läßt sich folgende Motivationsstruktur feststellen: Die beiden interessengeleiteten Motive „Interesse an der Geschichte der Frauen“ und „Interesse an der Frauenforschung“ werden von den versierten Museumsbesuchern signifikant häufiger angeführt als von den „Gelegenheitsbesuchern“. Diese wiederum nennen das relativ unspezifische Motiv „Ich bin eher zufällig in der Ausstellung“ hoch signifikant öfter.

Grafik 13: Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen



Erwähnenswert ist die völlig anders gelagerte Motivationsstruktur von Befragten, die das Haus der Bayerischen Geschichte bereits kennen und von Besucher/innen, die vor dem Ausstellungsbesuch noch nicht vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört haben. Am deutlichsten zeigen sich die Unterschiede in der Motivations- bzw. Anregungsstruktur beim „Interesse an der Geschichte der Frauen allgemein“ sowie am „zufälligen“ Ausstellungsbesuch. Ersteres war viel häufiger für Personen, die das Haus der Bayerischen Geschichte bereits kannten, Anregung auch diese Landesausstellung zu besuchen. Eher zufällig in der Ausstellung befinden sich demgegenüber öfter Befragte, die das Haus der

Bayerischen Geschichte vor diesem Ausstellungsbesuch noch nicht kannten. Der Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte bedingt folglich bis zu einem gewissen Grade eine interessen geleitete Motivation des Ausstellungsbesuches.

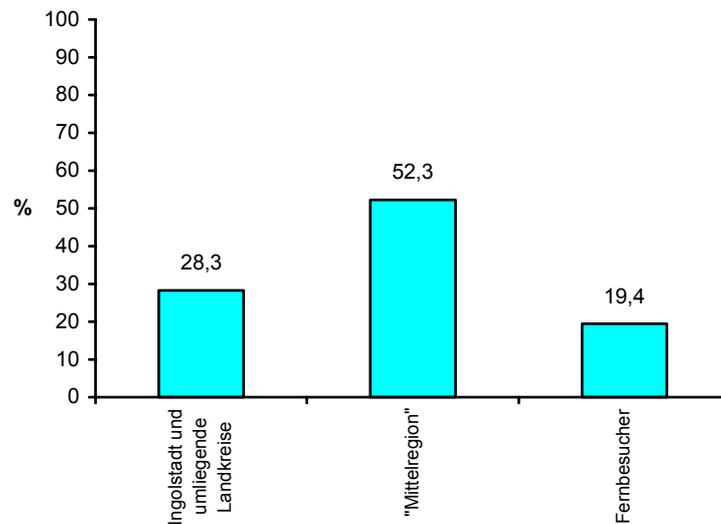
Es zeigt sich außerdem, daß die Motivation oder Anregung zum Ausstellungsbesuch zum Teil mit der Distanz des Wohnortes zum Ausstellungsort bzw. mit spezifischen Herkunftsregionen in Beziehung steht. Um eine detaillierte Untersuchung dieses Sachverhaltes vornehmen zu können, wurden für die Analyse drei Regionskategorien generiert. Die erste Region umfaßt die Besucher aus Ingolstadt und den umliegenden Landkreisen¹⁴, die zweite Kategorie („Mittelregion“) erfaßt die Besucher, die ungefähr bis zu 1 ½ Stunden Anfahrt zur Ausstellung hatten,¹⁵ und die dritte Region beinhaltet schließlich die Besucher aus dem übrigen Bundesgebiet und dem Ausland („Fernbesucher“). Gut 28 % und damit mehr als jede(r) vierte Besucher/in kommt aus der unmittelbaren Umgebung zur Ausstellung. Der Anteil der Besucher/innen aus der sog. „Mittelregion“ liegt bei knapp 52 %¹⁶ und etwa 19 % des Ausstellungs publikums stammen aus der Fernregion (vgl. Grafik 14).

¹⁴ In diese Kategorie gingen folgende Postleitzahlen ein: 85000 - 85139 und 85260 - 85309.

¹⁵ Dieser Kategorie liegen folgende Postleitzahlen zugrunde: 80000 - 82069, 82100 - 82299, 84000 - 84109, 84120 - 84189, 84400 - 84439, 85200 - 85259, 85310 - 85469, 85500 - 85669, 85700 - 85779, 86000 - 86579, 86600 - 86759, 89300 - 89369, 89400 - 89449, 90000 - 90619, 91100 - 91189, 91700 - 91809, 92300 - 92369, 93000 - 93109, 93120 - 93199 und 93300 - 93359.

¹⁶ Damit ist es dem Haus der Bayerischen Geschichte mit der Landesausstellung 1997 in Ingolstadt gelungen einen im Vergleich zu anderen Landesausstellungen relativ großen Anteil von Besuchern aus der Umgebung des Ausstellungsortes anzusprechen.

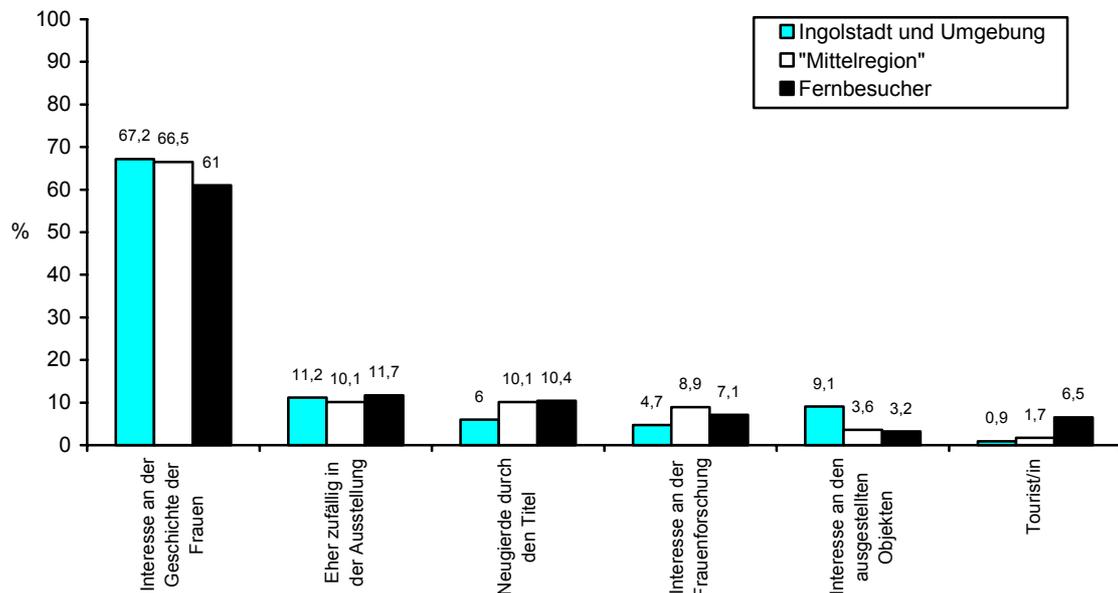
Grafik 14: Herkunftsregionen der Ausstellungsbesucher/innen




 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Unterschiede in der Motivation zum Ausstellungsbesuch in Abhängigkeit von der Distanz des Wohnortes zeigen sich bei einigen Anregungsdimensionen. So ist das „Interesse an der Geschichte der Frauen“ sehr viel häufiger für Besucher/innen aus Ingolstadt und Umgebung sowie für das Publikum aus der sog. „Mittelregion“ Grund bzw. Anregung dafür, die Landesausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte zu besuchen als für die „Fernbesucher“. Auch die ausgestellten Objekte locken mehr Nahbesucher/innen als Besucher/innen der jeweiligen Vergleichsgruppen in die Ausstellung. Die Befragten, die vorrangig deswegen in der Ausstellung sind, weil sie der Titel neugierig gemacht hat, kommen hingegen öfter aus den weiter entfernten Gebieten, sind also unter den „Fernbesuchern“ zu finden. Hier zeigt sich, daß die Wahl des Ausstellungstitels dazu beitrug, Besucher/innen für die Ausstellung zu interessieren, die sonst vielleicht nicht den Weg dorthin gefunden hätten. Die nachfolgende Grafik zeigt die Ergebnisse dieser Analyse im einzelnen.

Grafik 15: Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch und Herkunftsregion



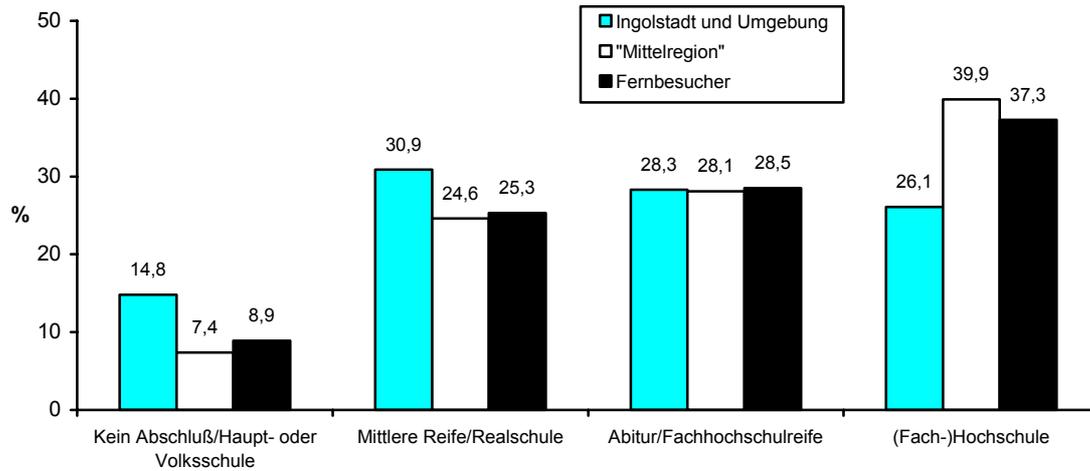
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

3.1.8 Sozialprofil und Herkunftsregion

Eine interessante Frage im Zusammenhang mit der Durchführung der Landesausstellungen war und ist immer, welche Personen und Menschen man generell damit erreicht. Welches Publikum die Ausstellung in Ingolstadt erreicht hat, ist in den vorangegangenen Abschnitten dargestellt worden. Im folgenden soll die Frage beantwortet werden, ob es soziodemographische Unterschiede zwischen Nah- und Fernbesuchern gibt. Da diese am treffendsten über das Merkmal Bildung festzustellen sind, soll zunächst die Beziehung von Bildungsniveau und regionaler Herkunft der Besucher/innen untersucht werden.

Dabei zeigen sich hoch signifikante Unterschiede zwischen den Nah- und Fernbesucherinnen und -besuchern. Vor allem der Anteil der Befragten mit niedrigen und mittleren Bildungsabschlüssen ist unter den Besucherinnen und Besuchern aus der unmittelbaren Umgebung des Ausstellungsortes höher als beim Mittel- und Fernbereichspublikum. Umgekehrt ist der Anteil der Akademiker unter dem Publikum aus der „Mittelregion“ und den Fernbesuchern deutlich höher als bei den Befragten aus Ingolstadt und Umgebung.

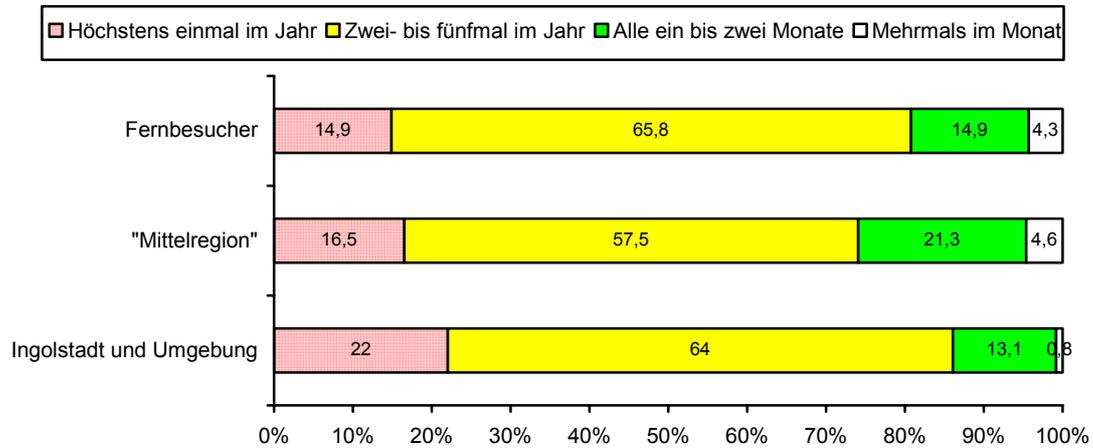
Grafik 16: Bildungsniveau und Herkunftsregion



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Bei der näheren Analyse der Interessendimensionen ist zunächst anzunehmen, daß der engagierte, habituelle Besucherkreis eher unter den Fernbesuchern zu finden ist, weil ein gebührendes Interesse wohl als Voraussetzung dafür betrachtet werden kann, um eine entsprechend lange Anreise auf sich zu nehmen. Eine Überprüfung bestätigt diese Annahme. So sind unter den Mittel- und Fernbesucher/innen häufiger sog. „habituelle Besucher“ zu finden als unter den Befragten aus der unmittelbaren Umgebung. Ein anderes Ergebnis zeigt sich bezüglich der Gelegenheitsbesucher. Auch hier bestätigt sich die Annahme, daß diese eher unter der Bevölkerung aus der (unmittelbaren) Umgebung zu finden sind (vgl. hierzu nachfolgende Grafik).

Grafik 17: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Herkunftsregion



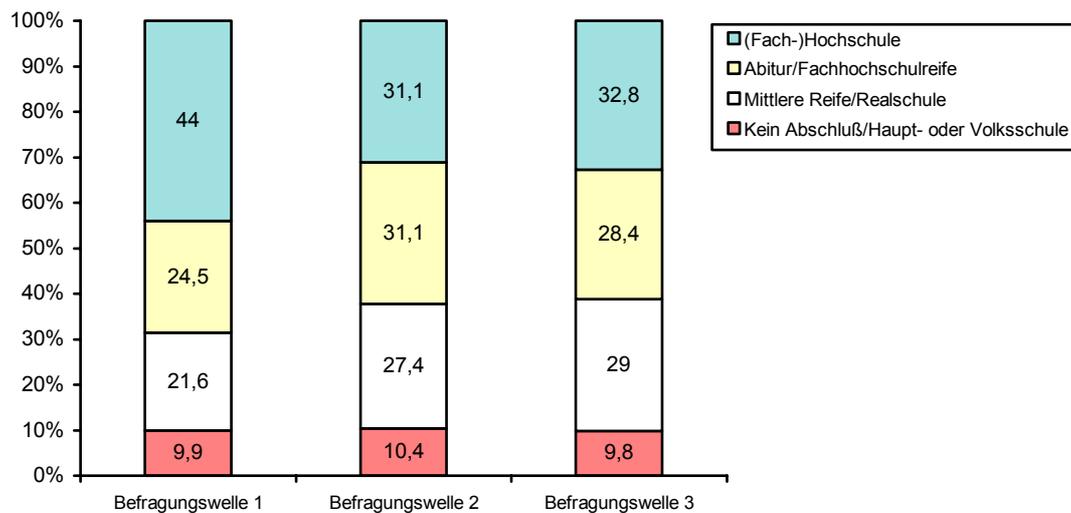
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

3.1.9 Sozialprofil und Besuchszeitpunkt

Ebenso interessant ist im weiteren, ob sich die Besucherstruktur zu den verschiedenen Zeitpunkten der Ausstellung voneinander unterscheidet. Mit anderen Worten: es geht darum zu klären, ob zu Beginn einer Ausstellung ein anderes Publikum in der Ausstellung anzutreffen ist als an deren Ende.

Es zeigen sich signifikante Unterschiede zwischen dem Bildungsgrad der Besucher/innen in Abhängigkeit vom Zeitpunkt ihres Besuches. So ist der Anteil der Befragten mit mittlerem Bildungsabschluß bzw. mit (Fach-)Abitur unter dem Publikum der zweiten und dritten Erhebungswelle jeweils höher als bei demjenigen des dritten Befragungszeitraumes. Demgegenüber ist zum Beispiel der Anteil der Akademiker/innen am Publikum des ersten Befragungszeitraumes höher als derjenige der zweiten und dritten Befragungswelle.

Grafik 18: Bildungsniveau und Befragungszeitraum



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Auch bezüglich des Alters der Besucher/innen zeigen sich zwischen den Befragten zu den unterschiedlichen Erhebungszeiträumen signifikante Unterschiede. Die Ausstellungsbesucher/innen der ersten Befragungswelle sind mit durchschnittlich 43,5 Jahren rund dreieinhalb bis neun Jahre älter als die Befragten aus der zweiten (rund 40 Jahre) bzw. dritten Welle (ca. 34 Jahre).¹⁷

Sehr interessant ist, daß sich auch hinsichtlich des Geschlechts des Publikums zeitraumbezogene Unterschiede ergeben. Während der zweiten Erhebungswelle wurden deutlich mehr Frauen befragt (81 %), d.h. besuchten die Ausstellung, als während der beiden anderen Befragungszeiträume (1. Welle: 72 %; 2. Welle: 74 %).

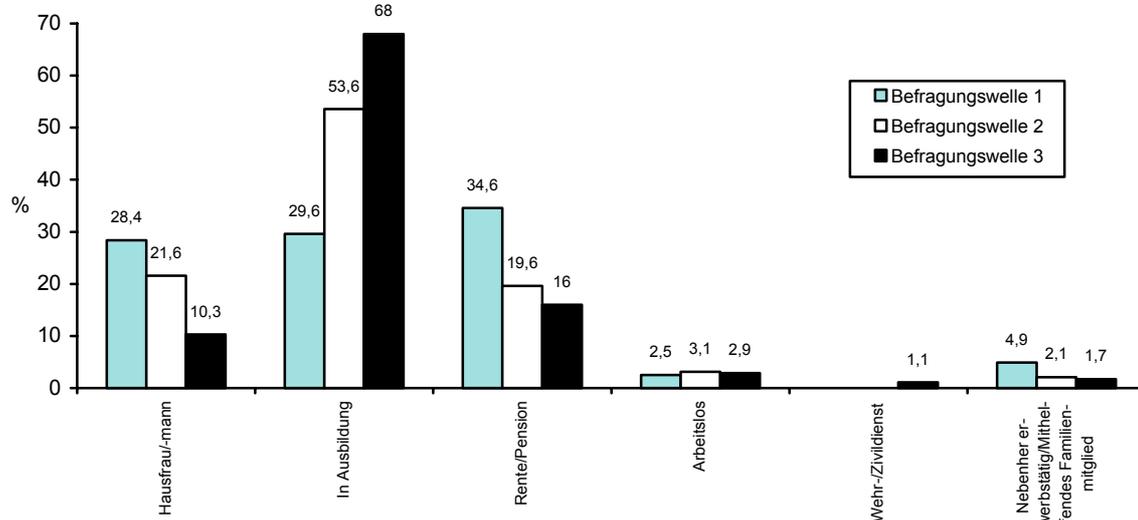
Bemerkenswert erscheint auch, daß der Anteil der erwerbstätigen Befragten während der ersten Befragungswelle am höchsten ist (68 %) und bis zum letzten Untersuchungszeitraum kontinuierlich (bis auf 46 %) abnimmt.

Erwähnenswert ist abschließend, daß die erwerbstätigen Befragten von ihren beruflichen Stellungen her sehr ähnlich verteilt waren. Die Verteilung der nicht Erwerbstätigen differenzierte sich dagegen bezüglich der drei Befragungszeiträume deutlich. Hervorzuheben sind dabei die weitaus höheren Anteile von in Ausbildung befindlichen Personen in der zweiten und dritten Welle sowie der

¹⁷ Sign.: 0.000.

Rentnern/innen in der ersten Welle. Die genaue Verteilung der Ergebnisse stellt nachfolgende Grafik dar.

Grafik 19: Nichterwerbstätige Besucher/innen und Befragungszeitraum¹⁸



3.1.10 Zusammenfassung - Sozialprofil der Ausstellungsbesucher

Aus der oben beschriebenen Verteilung bestimmter Merkmale unter den befragten Ausstellungsbesucherinnen und -besuchern läßt sich allgemein folgendes Sozialprofil skizzieren: Den Kern des Ausstellungspublikums bildet ein relativ hoch gebildeter, engagierter, historisch sowie an bildender Kunst interessierter und informierter Personenkreis mittleren Alters. Darüber hinaus konnten aber gerade aus der unmittelbaren Umgebung des Ausstellungsortes selbst „breitere Kreise“ der Bevölkerung angesprochen sowie Personen erreicht werden, die im allgemeinen nicht so oft in Ausstellungen gehen. In diesem Zusammenhang muß auch noch einmal auf die vortreffliche Wahl des Ausstellungstitels verwiesen werden, der ebenfalls dazu beigetragen hat, ein Ausstellungspublikum zu gewinnen, das ansonsten diese Landesausstellung vielleicht nicht besucht hätte bzw. auch ganz allgemein nicht häufig in Ausstellungen anzutreffen ist. Anzumerken ist, daß die Struktur der Befragten zu den jeweiligen Befragungszeiträumen zum Teil unterschiedlich war.

¹⁸ Sign.: 0.003; $\chi^2 = 29,836$.

3.2 Einzugsgebiet der Ausstellung

Die Befragung zur Landesausstellung 1998 des Hauses der Bayerischen Geschichte hat auch den Herkunfts- bzw. Wohnort der Besucher erfaßt. Dadurch ist es möglich, das Einzugsgebiet der Ausstellung darzustellen und festzuhalten, wie hoch die Anteile der Nah- und Fernbesucher/innen sind (siehe für eine erste Annäherung bereits weiter oben). Jede(r) vierte Befragte stammt aus der unmittelbaren Umgebung des Ausstellungsortes und zwei von drei Besucher/innen kommen aus dem übrigen Bayern. Der Anteil der bayerischen Bevölkerung am Gesamtpublikum beträgt insgesamt fast 90 %.¹⁹ Damit liegt dieser Anteil deutlich höher als bei anderen Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.²⁰ Zu erklären ist dies zum Teil wohl mit dem „bayerischen Thema“ der Ausstellung. Nur rund 3 % Ausstellungsbesucher/innen kommen nicht aus Bayern. Mit dem Thema dieser Ausstellung konnte also überwiegend das regionale Publikum angesprochen werden. Dies geschah dann auch in einem weit größerem Ausmaß als bei anderen Landesausstellungen. Das im Titel angesprochene „regionale“ Ausstellungsthema „Geschichte der Frauen in Bayern“ findet somit seine Entsprechung in der regionalen (und geschlechtsspezifischen) Verteilung des Publikums. Die folgende Tabelle gibt Aufschluß über die Lage der Wohnorte der befragten Besucher.

Tabelle 2: Lage der Wohnorte der Ausstellungsbesucher/innen

| Lage des Wohnortes der befragten Besucher/innen | Anzahl Besucher/innen | Anteil an den Befragten |
|--|-----------------------|-------------------------|
| Ingolstadt und umliegende Landkreise ²¹ | 237 | 26,0% |
| Übriges Bayern | 575 | 63,1% |
| Bundesrepublik ohne Bayern | 19 | 2,1% |
| Ausland | 5 | 0,6% |
| Keine Angabe | 75 | 8,2% |
| INSGESAMT | 911 | 100% |


 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

¹⁹ An dieser Stelle ist anzumerken, daß 8 % der Befragten keine Angabe zu ihrem Wohnort machten.

²⁰ Vgl. hierzu beispielsweise die Zahlen zur Landesausstellung 1995 „Salz Macht Geschichte“ in Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1995), S. 29 ff.

²¹ Vgl. hierzu Anmerkungen 14 und 15.

Im Zusammenhang mit der Einzugsregion der Ausstellung ist auch die Frage zu sehen, welche(r) der Besucher/innen als Tourist/in in Ingolstadt oder Umgebung ist. Die Ergebnisse der Studie zeigen, daß rund 24 % der Befragten angeben, sich als Tourist/in in Ingolstadt oder Umgebung aufzuhalten. Diese 216 Besucher/innen der Landesausstellung bleiben im Schnitt zwei Tage in der Gegend, wobei ca. 87 % als Tagestouristen in Ingolstadt sind. 9 % dieser Befragten bleiben bis zu drei Tagen und über 4 % sogar noch länger.

3.3 Besucherverhalten

3.3.1 Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen

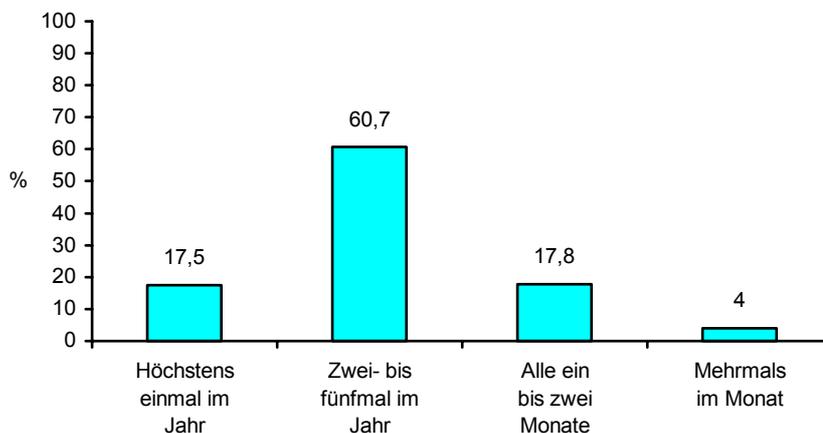
Wieviel Prozent der deutschen Bevölkerung Museen oder Ausstellungen besuchen, ist nicht bekannt. Wie häufig aber gehen die Leute in eine Ausstellung, die solche Ausstellungen auch besuchen? Auf diese Frage soll im folgenden eine Antwort gegeben werden. Genauer: es soll der Personenkreis näher beschrieben werden, der entweder als Gelegenheitsbesucher oder aber als „versierter Besucher“ in die Ausstellungen kommt.

Die vorliegende Untersuchung thematisiert deshalb, wie oft im Jahr die Besucher/innen im allgemeinen in Ausstellungen gehen. 18 % der Befragten geben an, daß sie höchstens einmal im Jahr in Ausstellungen gehen. 61 % besuchen zwei- bis fünfmal im Jahr Ausstellungen. Etwa jede(r) fünfte Befragte kann als „versierte(r) Ausstellungsbesucher/in“ bezeichnet werden. 18 % geben nämlich an, alle ein bis zwei Monate in Ausstellungen zu gehen und 4 % besuchen sogar mehrmals monatlich eine Ausstellung. Auch bei dieser Landesausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte liegt damit der Anteil der sog. „habituellen Besucher/innen“ noch (weit) unter dem, der in anderen Studien festgestellt wurde. Für kunsthistorische Ausstellungen wurden zum Teil sogar Anteile von 60 % und mehr für versierte Ausstellungsbesucher ermittelt.²²

²² Vgl. etwa Klein, H.-J. (1984), S. 140ff. und Klein, H.-J. (1990), S. 302 ff.

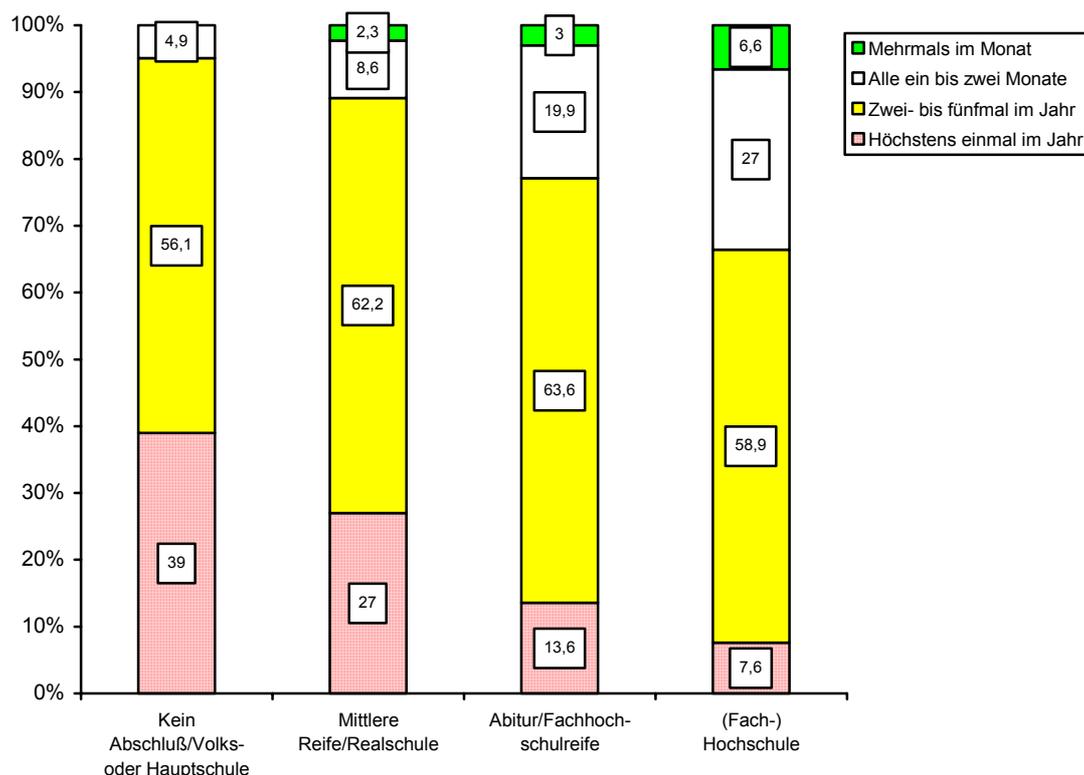
Der Anteil der sog. „Gelegenheitsbesucher/innen“ ist ähnlich hoch wie bei den letzten Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte. Mit rund einem Fünftel der Besucher/innen ist inzwischen ein konstanter Anteil von Gelegenheitsbesucher/innen bei den entsprechenden Ausstellungen anzutreffen. Daraus folgt auch, daß die Landesausstellung 1998 mit ihrem Thema „Geschichte der Frauen in Bayern“ für eine relativ „breite“ Schicht von Personen interessant war und auch Besucher/innen zum Ausstellungsbesuch bewegen konnte, die normalerweise nicht so häufig in Museen oder Ausstellungen anzutreffen sind.

Grafik 20: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen



Im folgenden gehen wir von der Annahme aus, daß die allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen mit bestimmten soziodemographischen Merkmalen wie Bildung usw. zusammenhängt. Eine Überprüfung bestätigt, daß die „versierten Ausstellungsbesucher/innen“ sich hauptsächlich aus den höhergebildeten Befragten rekrutieren, während die „Gelegenheitsbesucher/innen“ eher niedrige Bildungsabschlüsse aufweisen.

Grafik 21: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Bildung²³



SWI Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

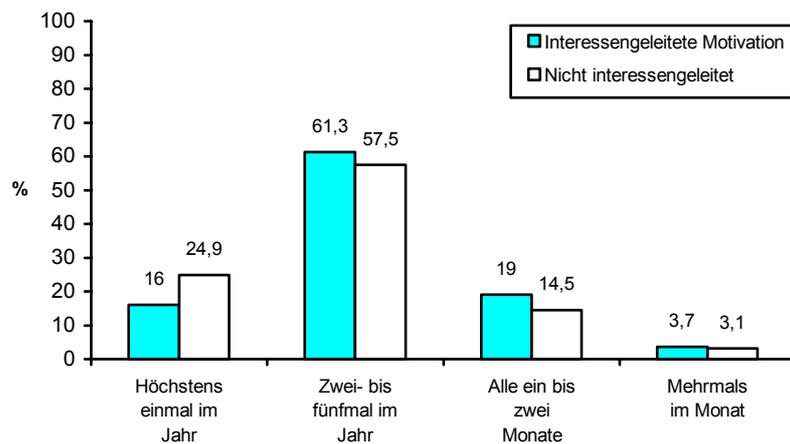
Zu vermuten ist außerdem, daß unter den „habituellen Besuchern“ vermehrt solche zu finden sind, die in der Regel interessengeleitet motiviert zur Ausstellung kommen. Eine Überprüfung dieses Sachverhaltes ergibt, daß die „versierten Besucher/innen“ sehr viel häufiger unter den Befragten zu finden sind, die eine interessengeleitete Motivationsstruktur aufweisen.²⁴ Umgekehrt

²³ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 97,605$.

²⁴ Für diese und die folgenden Analysen wurde eine Variable generiert, die die interessengeleiteten Anregungsdimensionen „Interesse an den ausgestellten Objekten“, „Interesse an der Geschichte der Frauen“ und „Interesse an der Frauenforschung“ zu einer Kategorie sowie

rekrutieren sich die Gelegenheitsbesucher öfter aus dem Publikum, das nicht vorrangig interessenleitet in die Ausstellung kommt.

Grafik 22: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Anregung zum Ausstellungsbesuch

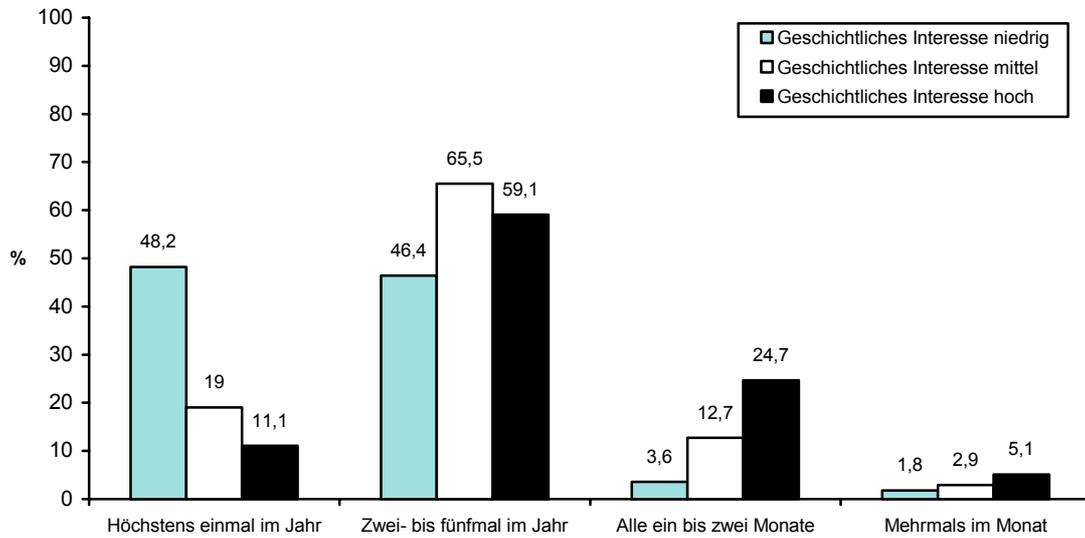


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Des weiteren ist davon auszugehen, daß die Häufigkeit mit der jemand Museen bzw. Ausstellungen besucht, damit zusammenhängt, wie groß seine geschichtlichen und kunsthistorischen Interessen und Kenntnisse sind bzw. wie groß das Interesse an bildender Kunst bei der/dem jeweiligen Befragten ist. Es ist anzunehmen, daß Personen mit einer ausgeprägten Affinität zu historischen, kunsthistorischen und künstlerischen Gegenstandsbereichen häufiger Ausstellungen und Museen besuchen. Diese Annahme kann durch die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung bestätigt werden. Die Befragten besuchen umso häufiger Ausstellungen bzw. Museen je ausgeprägter sowohl ihr geschichtliches Interesse als auch ihr Interesse an Kunst/Malerei ist. Die Grafiken 23a und 23b verdeutlichen diese Ergebnisse im einzelnen.

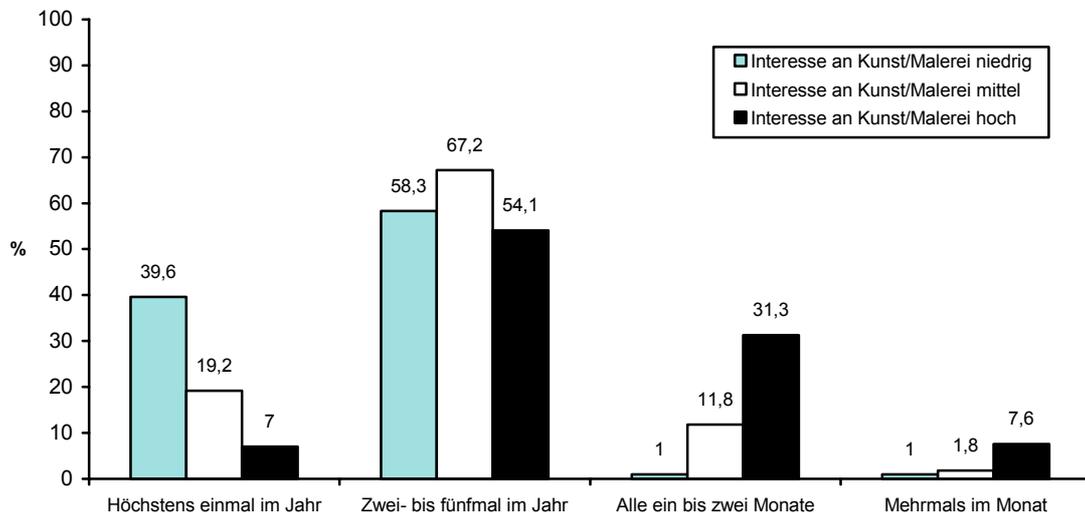
die nicht interessengeleiteten Motivationsaspekte „Neugierig durch den Titel“, „Tourist/in“ und „Eher zufällig in der Ausstellung“ zu einer zweiten Merkmalsausprägung zusammenfaßt.

Grafik 23a: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und geschichtliches Interesse²⁵



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Grafik 23b: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Interesse an Kunst und Malerei²⁶



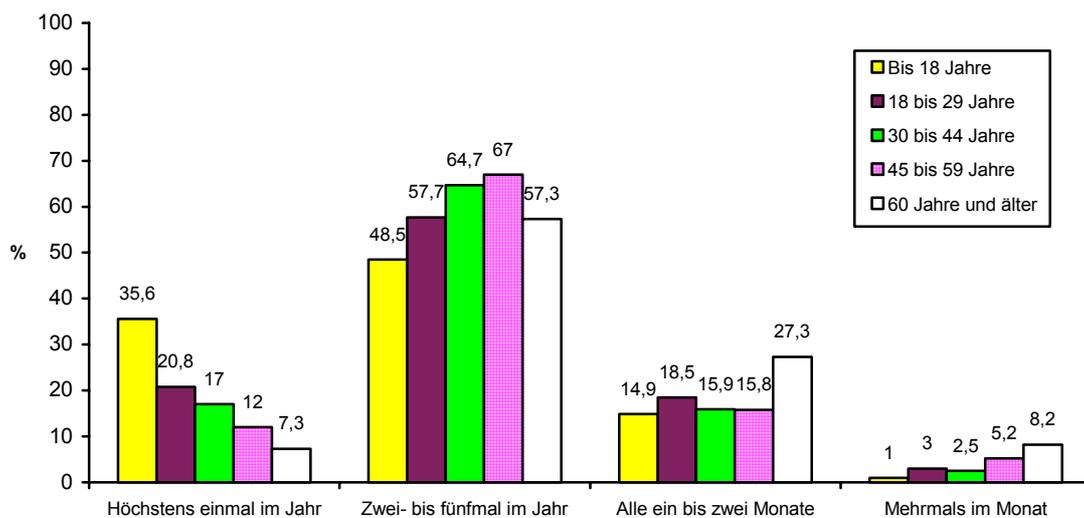
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

²⁵ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 70,250$.

²⁶ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 128,174$.

Bezüglich der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen ist des weiteren eine altersspezifische Differenzierung zu beobachten: Die Befragten besuchen im allgemeinen umso häufiger Ausstellungen und Museen, je älter sie sind (vgl. nachfolgende Grafik).

Grafik 24: Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Alter der Besucher/innen²⁷



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

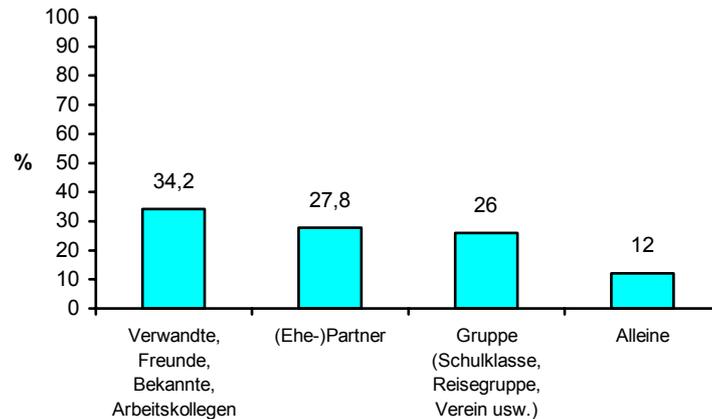
3.3.2 Die Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen

Außerhäusliche Kulturaktivitäten - wie Ausstellungsbesuche - erfolgen zum Großteil in geselliger Art und Weise, d.h. in Begleitung anderer Personen. 62 % der befragten Besucher/innen haben die Landesausstellung mit dem (Ehe-) Partner, mit Freunden, Verwandten, Bekannten, Arbeitskollegen oder mit Gruppen zusammen besucht. Etwa jede(r) achte Befragte (12 %) ist hingegen alleine gekommen. Der Anteil von Gruppenbesucherinnen und -besuchern (vorwiegend Schulklassen, Reisegruppen, Kulturvereine usw.) beträgt rund 26 %. Hervorzuheben ist an dieser Stelle, daß der Anteil der Gruppenbesucher bei dieser Landesausstellung relativ hoch ist.

²⁷ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 52,262$.

Er ist damit in der Regel mehr als doppelt so hoch wie bei anderen Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.²⁸

Grafik 25: Die Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in %)



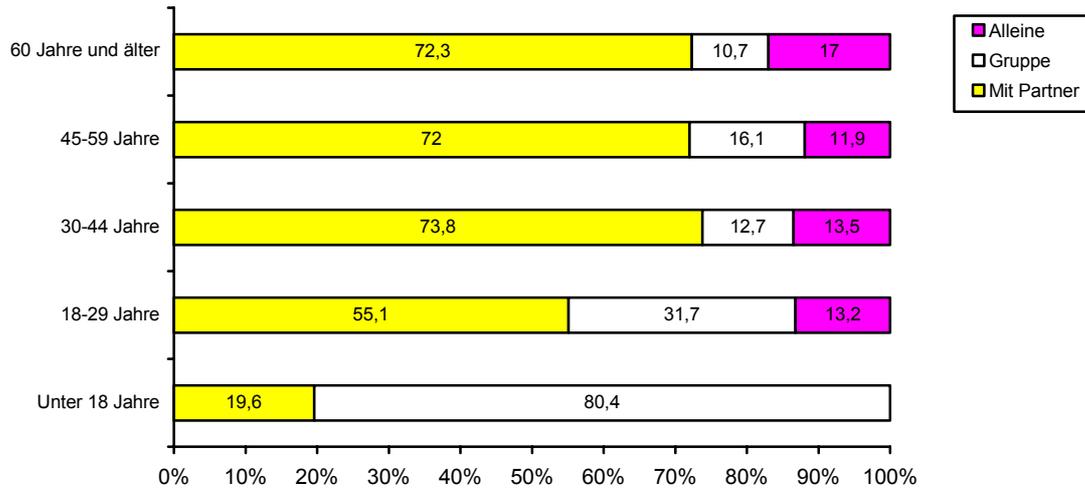
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Von Interesse ist vor allem, ob sich die Sozialität der Besucher in soziodemographischen Merkmalen unterscheidet. Ein Blick auf die Struktur der jeweiligen Besucherkategorien ermöglicht folgende Feststellungen: Zum einen ergeben sich altersspezifische Unterschiede in der Sozialität.²⁹ So sind vor allem die älteren Besucher (über 60 Jahre) häufiger alleine in die Ausstellung gekommen als die entsprechenden Vergleichsgruppen. Viel öfter mit dem (Ehe-)Partner oder mit Freunden, Verwandten usw. gehen die über 30-jährigen Befragten durch die Ausstellung. Einen Gruppenbesuch absolvieren dagegen deutlich öfter als alle anderen Besucher die unter 18-jährigen. Die Frage, ob dabei die Rezeption der Ausstellung oder der Wunsch nach einem Miteinander-etwas-unternehmen die vorrangige Motivation bildet, kann a priori nicht beantwortet werden.

²⁸ Vgl. etwa Eisenstecken, E. (1994), S. 26; Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994b), S. 34; Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994c), S. 28 und Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1995), S. 41.

²⁹ Hier ist anzumerken, daß für die folgenden Analysen die Ausprägungen „(Ehe-)Partner“ und „Freunde, Verwandte ...“ zu einer Kategorie „Mit Partner“ zusammengefaßt wurde. Ebenso wurde aus den Kategorien „Schulklasse“ und „andere Gruppe“ die Dimension „Gruppe“ gebildet.

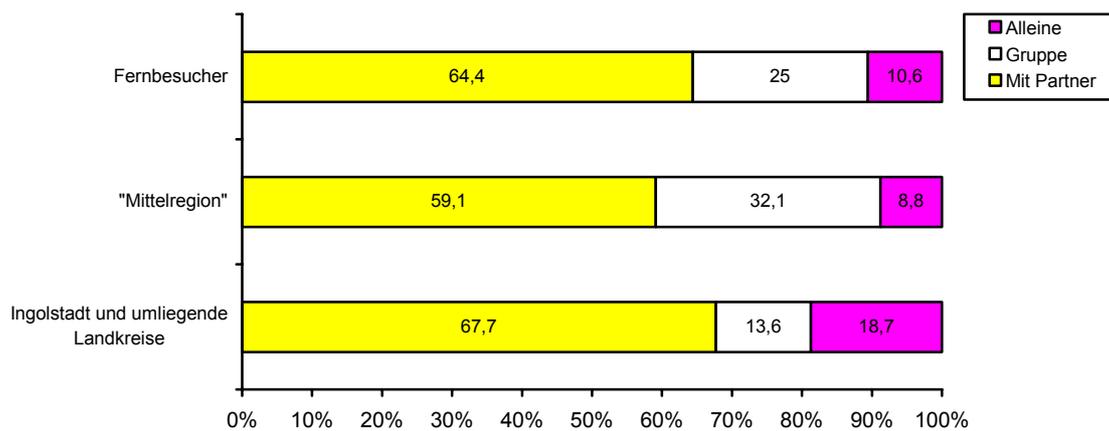
Grafik 26: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Alter³⁰



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Auffallend ist zudem, daß die „Einzelgänger“ häufiger aus Ingolstadt und den umliegenden Landkreisen kommen. Das Ausstellungspublikum aus der sog. „Mittelregion“ (bis zu 1 ½ Stunden Anfahrt zur Ausstellung) kommt dagegen öfter mit einer Gruppe zur Landesausstellung 1998 als die Besucher/innen aus den Vergleichsgruppen.

Grafik 27: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Herkunftsregion



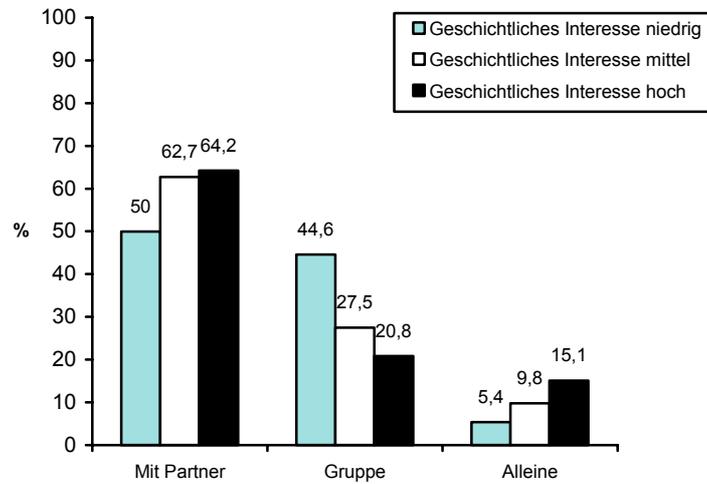
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

³⁰ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 216,152$.

In der Folge gehen wir zudem von der Annahme aus, daß die Sozialität von Ausstellungsbesucherinnen und -besuchern mit ihrem Interesse zusammenhängt. Es ist anzunehmen, daß jemand, der historisch interessiert ist und eine Affinität zu geschichtlichen Themen entwickelt hat, öfter alleine in eine Ausstellung geht, weil er sich eingehender mit dem Ausstellungsgegenstand beschäftigen will, was in Begleitung u. U. schwierig sein kann. Umgekehrt darf man davon ausgehen, daß wenig interessierte Besucher u. a. deshalb in Begleitung eine Ausstellung besuchen, weil dadurch die „Schwellenangst“ gemeinsam bewältigt werden kann oder weil ein Ausstellungsbesuch hier eher den Charakter des Etwas-miteinander-unternehmen hat. Eine Analyse bestätigt für zwei Interessensdimensionen die vermuteten Zusammenhänge. So kommen Besucher, die ihr geschichtliches Interesse selbst als hoch bezeichnen, fast dreimal so häufig alleine in die Ausstellung wie diejenigen Befragten mit niedrigerem Interesse. Diese wiederum besuchen sehr viel öfter mit einer Gruppe die Ausstellung.

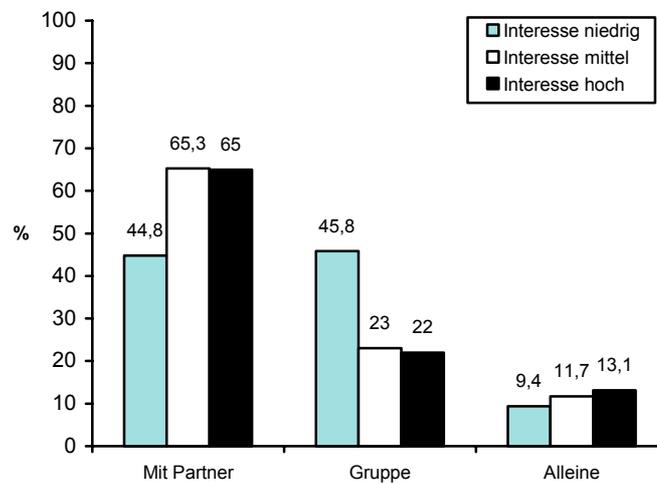
Ähnliche Ergebnisse ergeben sich für eine zweite Interessensdimension. Es zeigt sich, daß Besucher/innen, die ihr Interesse an Kunst und Malerei als mittel bzw. hoch angeben, sowohl etwas häufiger allein als auch deutlich öfter in Begleitung in die Ausstellung kommen als diejenigen Befragten mit einem niedrigen Interesse. Dieses Publikum besucht demgegenüber ebenfalls häufiger mit einer Gruppe die Ausstellung.

Grafik 28a: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und geschichtliches Interesse³¹



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Grafik 28b: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Interesse an Kunst und Malerei³²



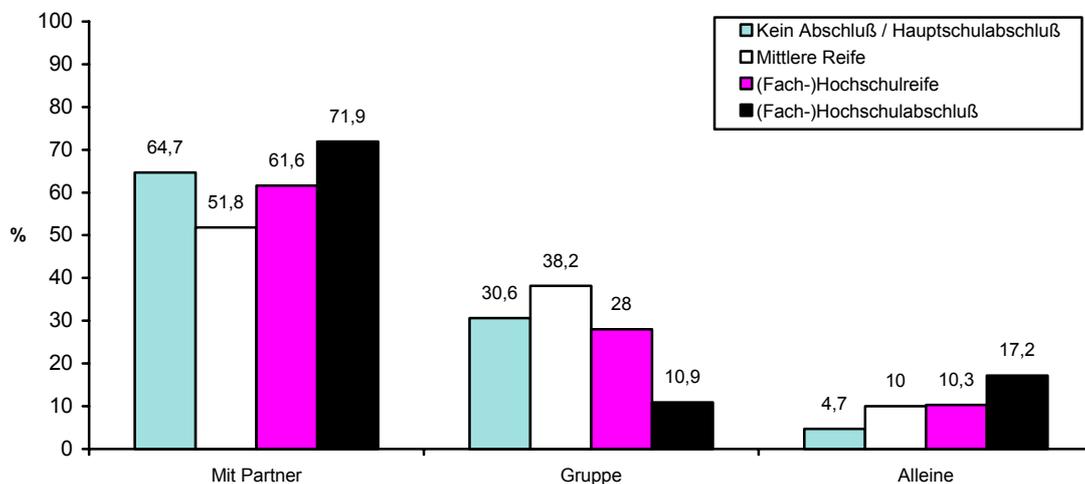
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

³¹ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 20,327$.

³² Sign.: 0.000; $\chi^2 = 24,773$.

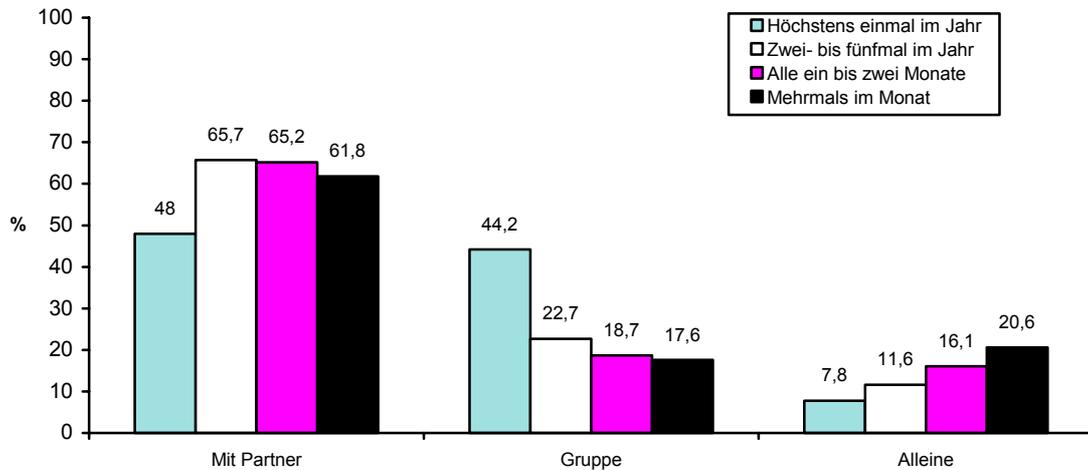
Anzunehmen ist des weiteren, daß aus den o.g. Gründen auch das hochgebildete Publikum ein Museum oder eine Ausstellung öfter alleine besucht. Die Ergebnisse unserer Befragung zeigen eine bildungsspezifische Abhängigkeit der Sozialität des Ausstellungsbesuches. Die hochgebildeten Besucher/innen kommen häufiger alleine in die Ausstellung, während die Befragten mit niedrigen und mittleren Bildungsabschlüssen öfter mit einer Gruppe die Ausstellung besuchen. Bemerkenswert ist ebenfalls, daß die Akademiker/innen häufiger in Begleitung in die Ausstellung gehen als die entsprechenden Vergleichsgruppen.

Grafik 29: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Bildung der Besucher/innen



Ein ähnliches Bild zeigt sich hinsichtlich der allgemeinen Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen: Habituelle Besucher/innen besuchen die Landesausstellung häufiger allein, während Gelegenheitsbesucher/innen sehr viel häufiger mit einer Gruppe zur Ausstellung kommen.

Grafik 30: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen³³

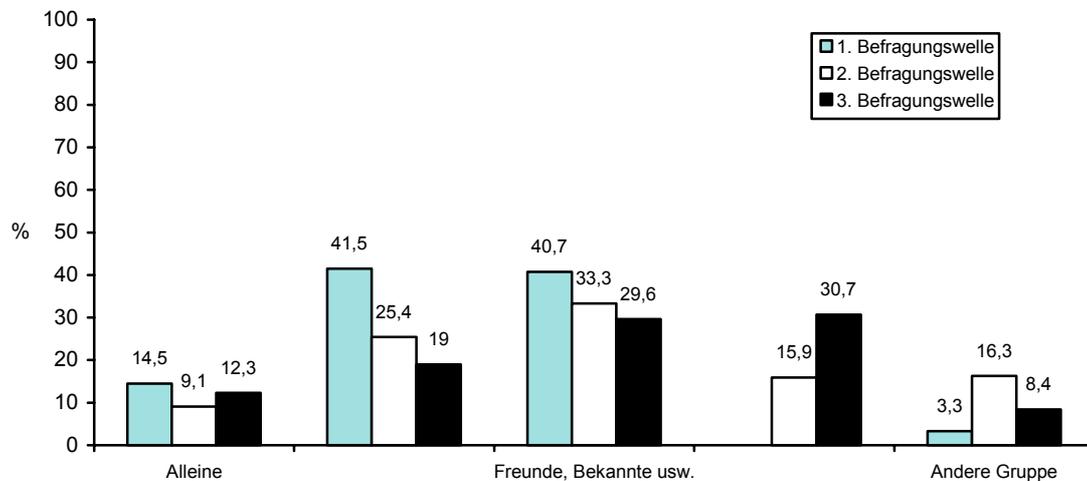


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Ebenfalls ein interessantes Ergebnis ist die unterschiedliche Sozialität der Ausstellungsbesuche während der drei Erhebungswellen. Während der ersten Welle kommen die Besucher/innen sehr viel öfter mit ihrer/ihrer (Ehe-)Partner/in bzw. mit Freunden usw. in die Ausstellung. Demgegenüber besucht das Publikum in der zweiten Erhebungswoche häufiger mit einer Gruppe die Ausstellung, während die meisten Schulklassen während der dritten Befragungswelle in der Ausstellung anzutreffen sind.

³³ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 38,956$.

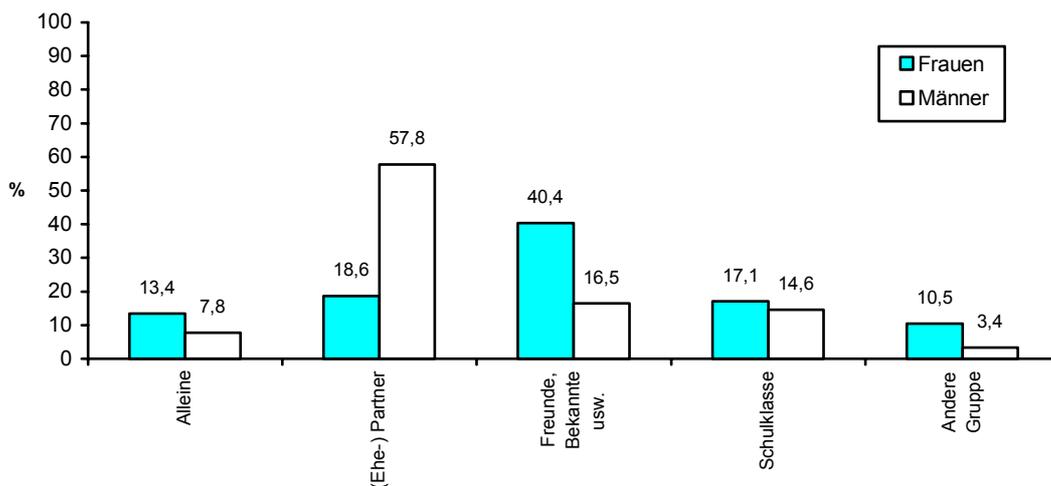
Grafik 31: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Befragungszeitraum



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Das für diese Besucherbefragung und für die Landesausstellung interessanteste Ergebnis zeigt sich bei der geschlechtsspezifischen Betrachtung der Sozialität des Ausstellungsbesuches. Die befragten Männer besuchen die Ausstellung deutlich öfter mit ihren (Ehe-)Partnerinnen.

Grafik 32: Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Geschlecht



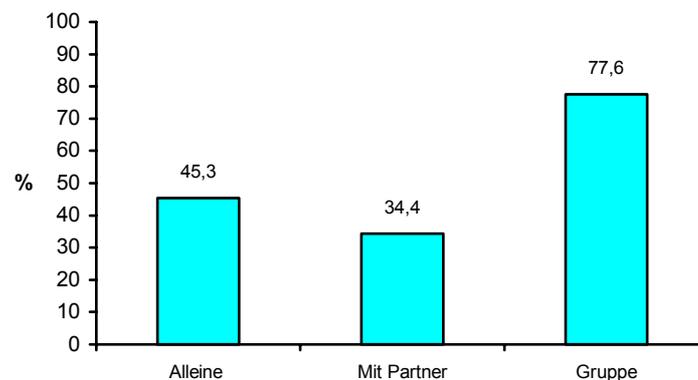
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

3.3.3 Teilnahme an Führungen

Von den insgesamt 38.810 Besuchern haben 15.704 an Führungen teilgenommen, das sind rund 40 % aller Besucher/innen. Auch in unserer Stichprobe ist der Anteil der befragten Personen, die an einer Führung teilnahmen - wie oben bereits erwähnt - annähernd gleich hoch. Im folgenden soll dargestellt werden, welche Besucher bevorzugt an Führungen teilgenommen haben.

Zunächst ist ein Zusammenhang zwischen der Teilnahme an Führungen und der Sozialität der Besucher festzuhalten. Die Personen, die mit einer Gruppe zur Ausstellung kommen, nehmen sehr viel häufiger an einer Führung teil als die anderen beiden Besucherkategorien. Am geringsten ist die Beteiligung an Führungen bei Befragten, die mit dem jeweiligen Partner oder etwa Freunden, Verwandeten usw. in der Ausstellung waren.

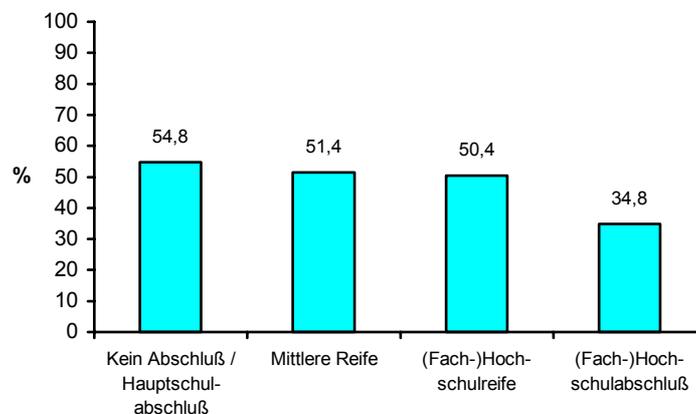
Grafik 33: Teilnahme an einer Führung und Sozialität der Besucher/innen



Interessant ist des weiteren auch der Aspekt, daß Frauen (49 %) hoch signifikant öfter Führungen in Anspruch nehmen als die männlichen Befragten (33 %). Hier zeigt sich ein weiteres Mal das große Interesse der Besucherinnen an dieser Landesausstellung.

Wie die Ergebnisse der Befragungen bei anderen Landesausstellungen zeigen, spielen weitere individuelle Merkmale der Besucher/innen eine Rolle für eine Führungsteilnahme. Zunächst zeigen unsere Ergebnisse den erwarteten bildungsspezifischen Effekt: Je niedriger die Bildung der Befragten, umso eher nehmen sie an einer Führung teil. Dieses Ergebnis deutet auch an, daß die hochgebildeten, interessierten Besucher/innen ein anderes Vorwissen aufweisen und sich deshalb eher „alleine“ weiterbilden.

Grafik 34: Teilnahme an einer Führung und Bildung der Besucher/innen³⁴

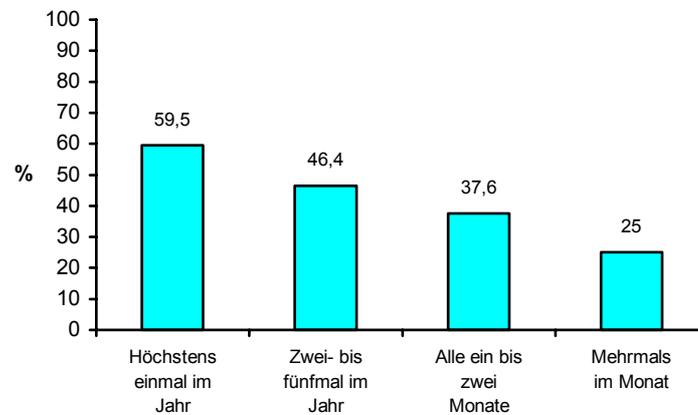



 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

In eine ähnliche Richtung weist das Ergebnis bezüglich der Analyse der Führungsteilnahme in Abhängigkeit von der Neigung generell Ausstellungen und Museen zu besuchen. Sogenannte „Gelegenheitsbesucher“ nehmen öfter an Führungen teil als die habituellen Besucher/innen der Ingolstädter Ausstellung.

³⁴ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 38,956$.

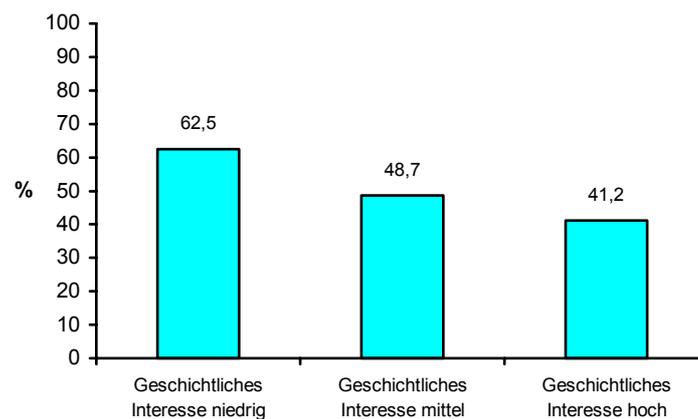
Grafik 35: Teilnahme an einer Führung und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen³⁵



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Eine weitere Bestätigung dieser Ergebnisse folgt aus der Tatsache, daß auch diejenigen Befragten mit niedrigem geschichtlichem Interesse deutlich öfter eine Führung in Anspruch nehmen als Besucher/innen mit selbst zugeschriebenem, großem geschichtlichem Interesse.

Grafik 36: Teilnahme an einer Führung und geschichtliches Interesse³⁶



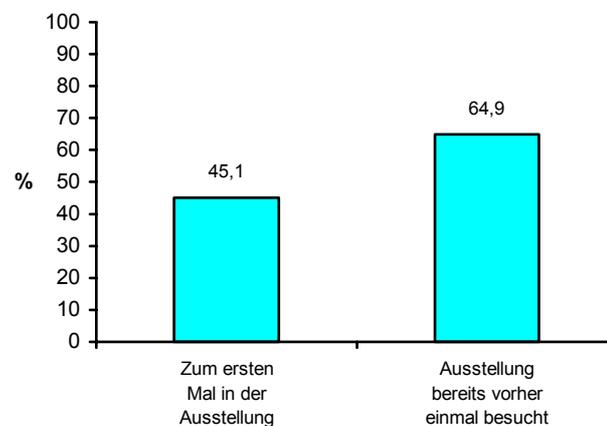
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

³⁵ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 21,397$.

³⁶ Sign.: 0.004; $\chi^2 = 10,894$.

Bemerkenswert ist auch die Tatsache, daß Befragte, die die Ausstellung bereits vorher schon einmal besucht hatten, hoch signifikant öfter an einer Führung teilnehmen als solche Besucher, die zum ersten Mal in der Ausstellung sind. Das mag u.U. damit zusammenhängen, daß beim ersten Besuch das Interesse für das Ausstellungsthema geweckt wurde. Man versucht deshalb bei einem zweiten Besuch, durch die über die Führung vermittelten Informationen, diesem Interesse zu genügen.

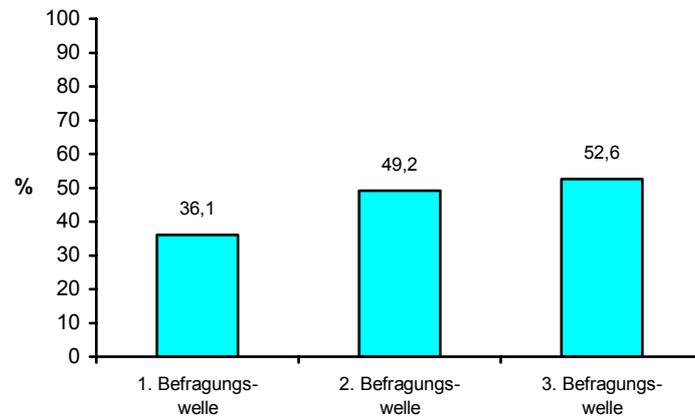
Grafik 37: Teilnahme an einer Führung und Anzahl der Besuche der Landesausstellung




 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Bemerkenswert ist abschließend, daß die Teilnahme an einer Führung mit dem Zeitpunkt der Befragung variiert. Am häufigsten nehmen die Befragten der dritten Welle an einer Führung teil, während die Besucher/innen der ersten Erhebungswelle in deutlich geringerem Umfang eine Führung in Anspruch nehmen. Die umfassendere Nutzung von Führungen in der letzten Erhebungswoche ist zum Teil allerdings mit dem hohen Anteil an Schulklassen unter den Besucher/innen zu erklären.

Grafik 38: Teilnahme an einer Führung und Befragungszeitraum




 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

3.3.4 Erwerb einer Publikation zur Ausstellung

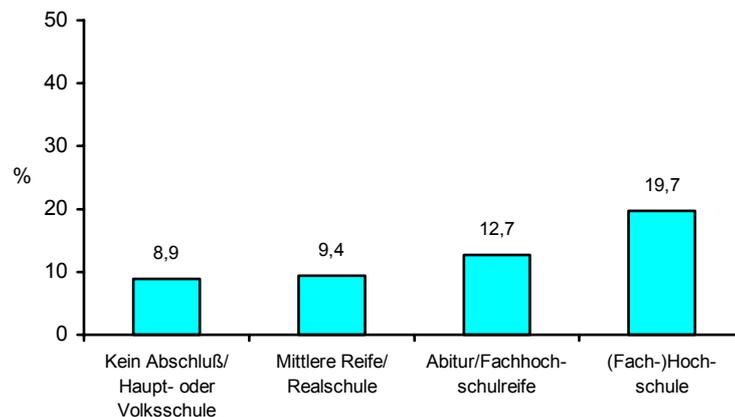
Annähernd jede(r) siebte Besucher/in der Ausstellung (14 %) hat einen Katalog erworben und etwa 4 % haben eine andere Publikation zur Ausstellung gekauft. Hinzu kommt, daß fast 10 % der Befragten angeben, sich nach dem Besuch der Ausstellung einen Katalog kaufen zu wollen.

Für die von uns befragten Personen kann man festhalten, daß die Ausstellung einen nicht zu vernachlässigenden Teil des Publikums dazu angeregt hat, sich näher mit dem Thema der Landesausstellung zu befassen. Etwas über 70 % der Besucher/innen geben demgegenüber an, keine Publikation zur Ausstellung gekauft zu haben bzw. noch kaufen zu wollen.

Die Neigung zum Kauf eines Ausstellungskataloges hängt deutlich mit dem formalen Bildungsniveau zusammen. Die nachfolgende Grafik zeigt, daß Ausstellungsbesucher/innen mit einem höheren Bildungsniveau sehr viel häufiger einen Katalog erwerben als solche mit einer niedrigen formalen Bildung. Fast 20 % der Besucher/innen mit einem akademischen Abschluß haben einen Katalog erworben, dagegen aber nur rund 9 % derjenigen, die über keinen oder über einen Hauptschulabschluß verfügen. Auch die Ausstellungsbesucher/innen, die andere Publikationen zur Ausstellung gekauft haben bzw. äußern, sich nach

dem Besuch der Ausstellung einen Katalog kaufen zu wollen, sind höher gebildet.³⁷

Grafik 39: Kauf eines Ausstellungskataloges und Bildungsniveau



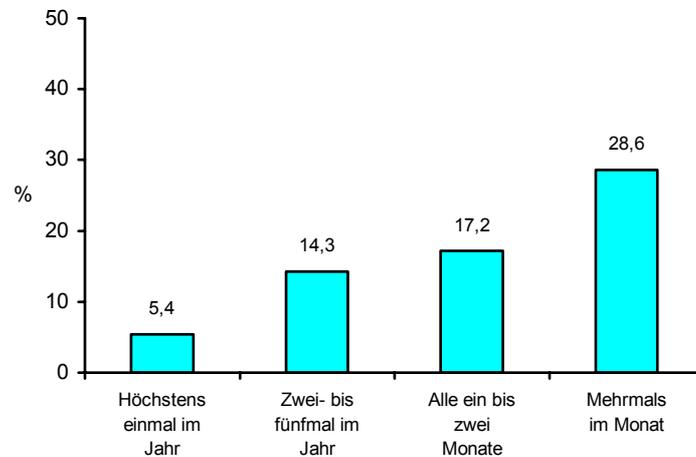
Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
München, 1999

Ähnlich hoch signifikante Zusammenhänge ergeben sich auch hinsichtlich der allgemeinen Häufigkeit von Museumsbesuchen. Die „versierten Ausstellungsbesucher/innen“ erwerben öfter einen Katalog als die Befragten, die relativ selten Ausstellungen besuchen (vgl. Grafik 40). Auch die Besucher/innen, die andere Publikationen zur Ausstellung erwerben, sind deutlich häufiger unter den versierten Museumsgängern zu finden.³⁸

³⁷ 6 % der Akademiker, aber nur ca. 3 % der Besucher mit niedrigem Bildungsabschluß haben eine andere Publikation zur Ausstellung gekauft. Die Absicht, nach dem Ausstellungsbesuch einen Katalog zu kaufen, äußerten 15 % der (Fach-)Hochschulabsolventen und damit fünfmal so viele wie Besucher mit keinem oder Hauptschulabschluß.

³⁸ Es haben 14 % der versierten, aber nur etwas mehr als 5 % der Gelegenheitsbesucher eine andere Publikation zur Ausstellung gekauft.

Grafik 40: Kauf eines Ausstellungskataloges und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen³⁹



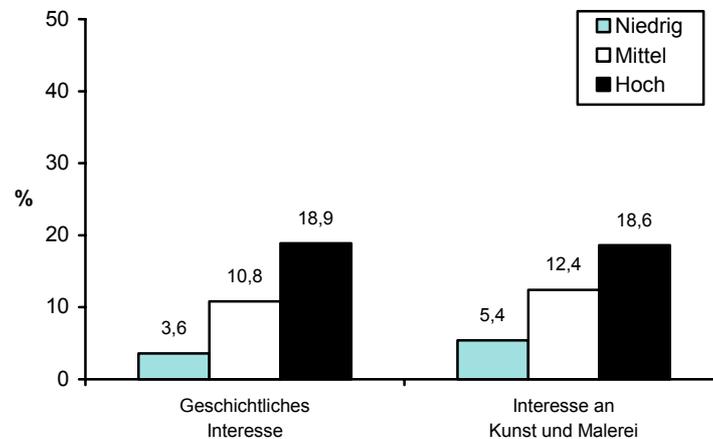
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Es ist des weiteren anzunehmen, daß der Kauf eines Ausstellungskataloges vom Interesse der/des jeweiligen Besucherin/Besuchers am Ausstellungsthema an sich oder vom generellen Interesse an historischen bzw. künstlerischen Themen abhängt. Eine Überprüfung dieser Annahme ergibt, daß ein Zusammenhang zwischen dem generellen (kunst-)geschichtlichen Interesse und der Anschaffung von ausstellungsbegleitenden Publikationen besteht. So erwerben sowohl Besucher, die ihr eigenes geschichtliches Interesse als auch ihr Interesse an Kunst und Malerei als „hoch“ einstufen jeweils signifikant häufiger einen Ausstellungskatalog als diejenigen Befragten die ihre entsprechenden Kenntnisse bzw. Interessen als „niedrig“ bezeichnen (vgl. Grafik 41). Ähnliche Zusammenhänge ergeben sich auch bezüglich des Kaufs anderer Publikationen zur Ausstellung bzw. der Absichtsäußerung, nach dem Besuch der Ausstellung einen Katalog kaufen zu wollen.⁴⁰

³⁹ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 85,959$.

⁴⁰ So haben fast 5 % der Besucher mit hohem geschichtlichen Interesse, aber nur etwa 2 % derjenigen mit niedrigem Interesse an der Geschichte allgemein eine andere Publikation zur Ausstellung gekauft. Ähnliche Ergebnisse gelten für das Interesse an Kunst und Malerei (rund 6 % vs. keine Befragte). Die Absicht, nach dem Ausstellungsbesuch einen Katalog zu kaufen, äußerten fast 13 % der Besucher mit hohem geschichtlichem Interesse und nur etwa 6 % der Besucher, deren Interesse auf diesem Gebiet nach eigenem Bekunden „niedrig“ ist. Ähnliche Ergebnisse gelten wiederum für das Interesse an Kunst und Malerei (12 % vs. knapp 7 %).

Grafik 41: Kauf eines Ausstellungskataloges und geschichtliche Interessen und Kenntnisse sowie Interesse an Kunst und Malerei

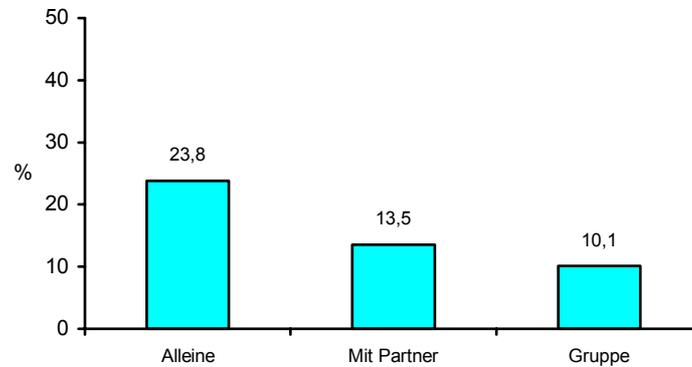


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Wir gehen darüber hinaus von der Annahme aus, daß der versierte und interessierte Museumsbesucher dazu neigt, eher allein und etwas länger sowie mit einem Katalog ausgestattet durch die Ausstellung zu gehen. Es ergeben sich für den Kauf von Ausstellungskatalogen sowohl bezüglich der Sozialität als auch der Aufenthaltsdauer in der Ausstellung hoch signifikante Zusammenhänge. Zunächst ist festzuhalten, daß Besucher/innen, die alleine die Ausstellung besuchen, deutlich öfter einen Katalog kaufen als diejenigen Befragten, die mit einer Partnerin oder einem Partner bzw. mit einer Gruppe in der Ausstellung sind (vgl. Grafik 42). Wiederum gilt ähnliches auch hier für den Erwerb anderer Publikationen sowie für die Absichtserklärung, nach dem Besuch der Ausstellung einen Katalog kaufen zu wollen.⁴¹

⁴¹ Rund 5 % der „Einzelgänger“, aber nur etwa 3 % bzw. 2 % der Besucher, die mit Partner oder einer Gruppe in der Ausstellung waren, haben eine andere Publikation gekauft. Die Absicht, nach dem Ausstellungsbesuch einen Katalog kaufen zu wollen, äußern 14 % der Alleinbesucher/innen und damit dreimal so viel wie Befragte, die mit einer Gruppe in der Ausstellung sind.

Grafik 42: Kauf eines Ausstellungskataloges und Sozialität der Besucher/innen

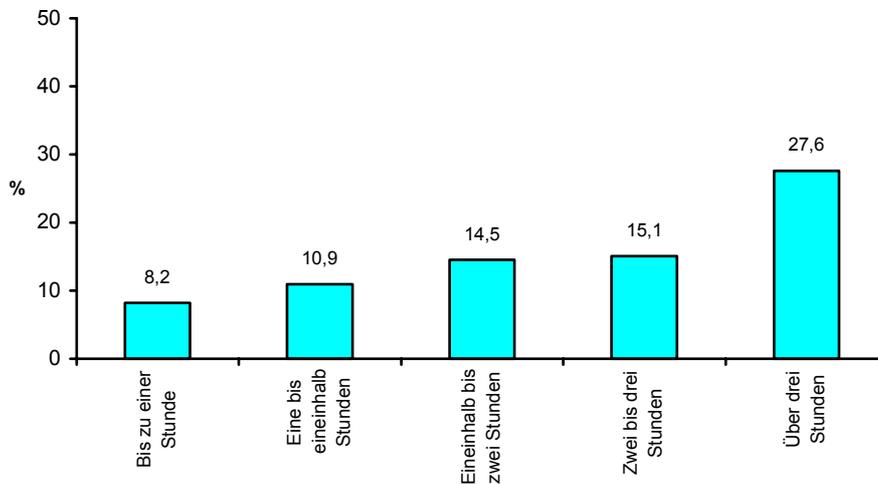



 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Des Weiteren bestätigt sich der vermutete Zusammenhang zwischen der Aufenthaltsdauer in der Ausstellung und dem Kauf eines Kataloges. Besucher/innen, die nur relativ kurz in der Ausstellung verweilen, kaufen bei weitem weniger Kataloge als diejenigen, die länger durch die Ausstellung gehen (vgl. Grafik 43). Auch hier gilt ähnliches für den Kauf anderer Publikationen bzw. für die Absichtserklärung, nach dem Besuch der Ausstellung einen Katalog kaufen zu wollen.⁴²

⁴² Eine andere Publikation haben ca. 12 % der Befragten gekauft, die über drei Stunden in der Ausstellung verweilten und kein(e) Besucher/in, die „nur“ bis zu einer Stunde blieb. Die Absicht, nach dem Ausstellungsbesuch einen Katalog kaufen zu wollen, äußern mehr als 13 % der Besucher/innen, die über drei Stunden in der Ausstellung waren und damit im Vergleich doppelt so viel wie die Kurzbesucher (mit einer Aufenthaltsdauer bis zu einer Stunde).

Grafik 43: Kauf eines Ausstellungskataloges und Aufenthaltszeit der Besucher/innen⁴³



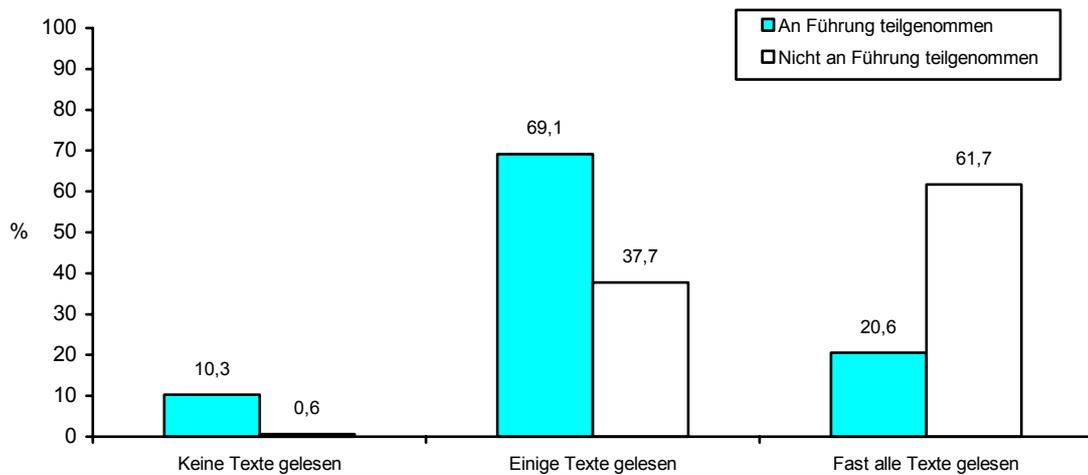
3.3.5 Aufnahme von Informationen über Ausstellungstexte

Mehr als 40 % der Besucher/innen haben fast alle (Raumeinführungs-) Texte gelesen. Rund 52 % der Befragten haben nur einige dieser Texte gelesen und jede(r) zwanzigste Besucher/in hat nach eigener Aussage „keinen Text gelesen“.

Auch in dieser Untersuchung bestätigt sich, daß die Inanspruchnahme der Texte verständlicherweise stark damit zusammenhängt, ob jemand an einer Führung teilnimmt oder nicht. Diejenigen Besucher/innen, die geführt durch die Ausstellung gehen, lesen deutlich weniger Texte (vgl. Grafik 44). In den folgenden Analysen wird untersucht, von welchen Faktoren das Interesse der Besucher/innen an den Texten noch abhängt. Sie beschränken sich aus den genannten Gründen auf jenes Publikum, das nicht an einer Führung teilgenommen hat.

⁴³ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 37,213$.

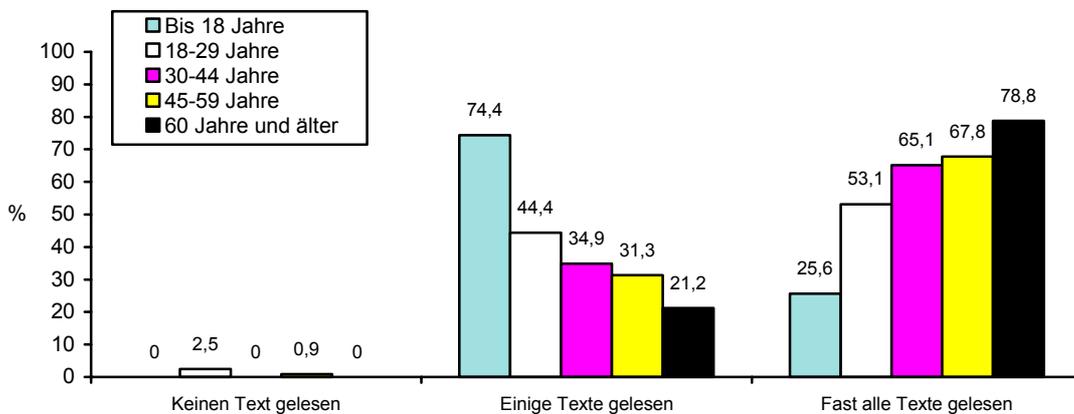
Grafik 44: Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und Teilnahme an einer Führung



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Das Interesse an den Ausstellungstexten hängt zunächst mit dem Alter der Befragten zusammen. Die älteren Besucher/innen lesen im allgemeinen mehr Ausstellungstexte. Während nur jede(r) vierte Besucher/in bis 18 Jahre angibt, „fast alle Texte“ gelesen zu haben, sind dies in der Alterskategorie über 60 Jahre fast 80 % der Befragten.

Grafik 45: Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und Alter (nur Besucher/innen ohne Führung)⁴⁴

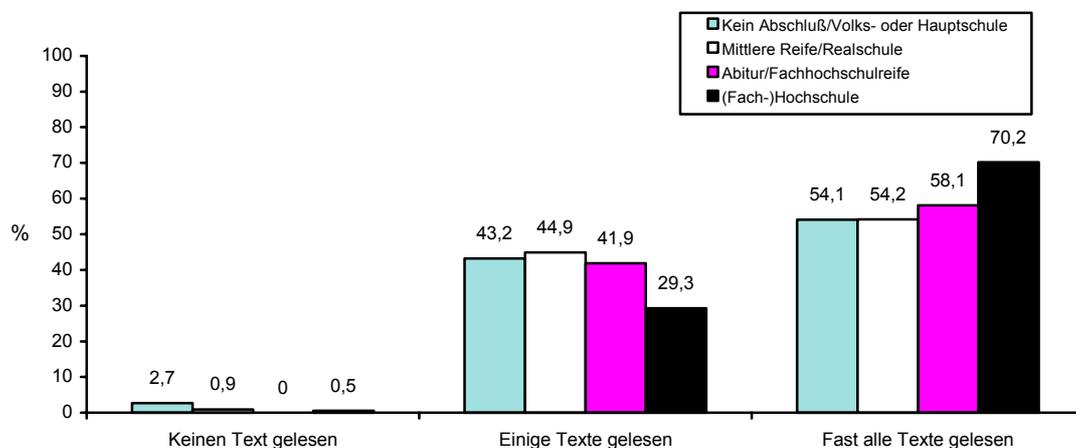


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

⁴⁴ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 40,747$.

Zusätzlich ist zu vermuten, daß die Nutzung und Wahrnehmung der Raumeinführungstexte, deren Aufgabe es ist überblicksartig eine erste Information zu den ausgestellten Objekten zu geben, vom Bildungsniveau der Besucher abhängt. Ein höheres Bildungsniveau generiert in der Regel einen unmittelbareren Bezug zu textlichen Aussagen. Eine Überprüfung bestätigt den vermuteten Zusammenhang: Die Besucher/innen der Ausstellung nutzen die Raumeinführungstexte umso intensiver je höher gebildet sie sind.

Grafik 46: Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und Bildungsniveau (nur Besucher/innen ohne Führung)⁴⁵

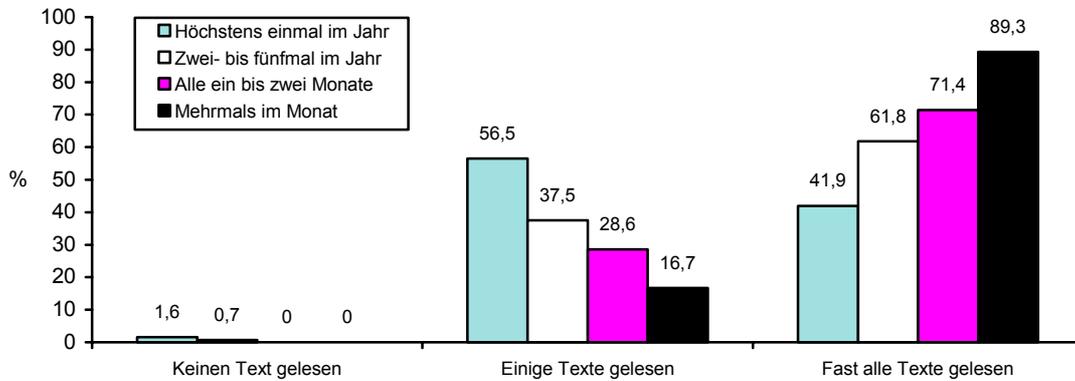


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Es ist außerdem anzunehmen, daß versierte Ausstellungsbesucher/innen häufiger auf die Raumeinführungstexte zugreifen als das Gelegenheitspublikum. Dies ist zum Teil darauf zurückzuführen, daß die habituellen Besucher/innen mit dieser Form der Informationsübermittlung aufgrund ihrer häufigeren Museumsbesuche generell vertrauter sind als etwa die Befragten, die nur selten in eine Ausstellung gehen. Zum anderen bestehen hier Zusammenhänge mit anderen Merkmalen der Besucher/innen. So sind - wie bereits erwähnt - die versierten Besucher/innen signifikant öfter unter den höhergebildeten Befragten zu finden, die ebenfalls mehr Interesse an den Texten zeigen. Das Ergebnis der Analyse bestätigt den oben vermuteten Zusammenhang: Versierte Besucher/innen lesen viel häufiger „fast alle Texte“.

⁴⁵ Sign.: 0.039; $\chi^2 = 13,248$.

Grafik 47: Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (nur Besucher/innen ohne Führung)⁴⁶

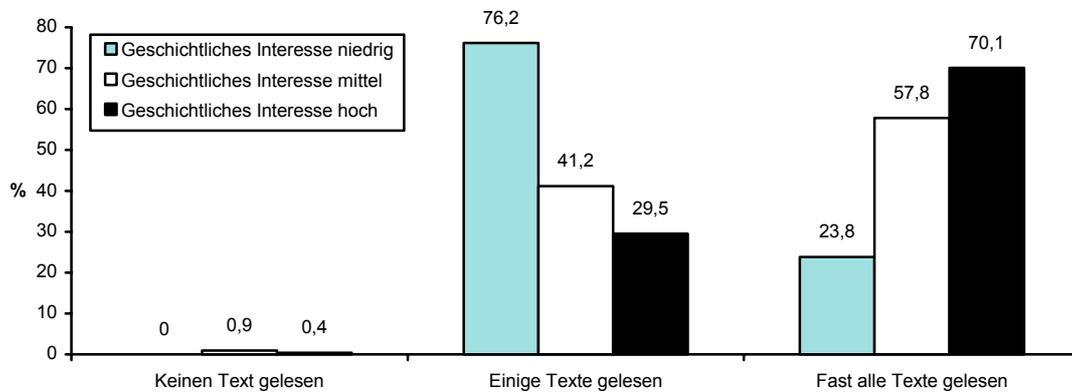


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Wie nicht anders zu erwarten, hängt das Interesse an den Texten mit dem allgemeinen geschichtlichen Interesse und dem Interesse an Kunst und Malerei zusammen. Je höher das eigene Interesse in diesen Bereichen eingestuft wird, umso umfassender werden auch die Texte in der Landesausstellung in Anspruch genommen. Die genaue Verteilung der einzelnen Ergebnisse sind in den nachfolgenden Grafiken 48a und 48b dargestellt.

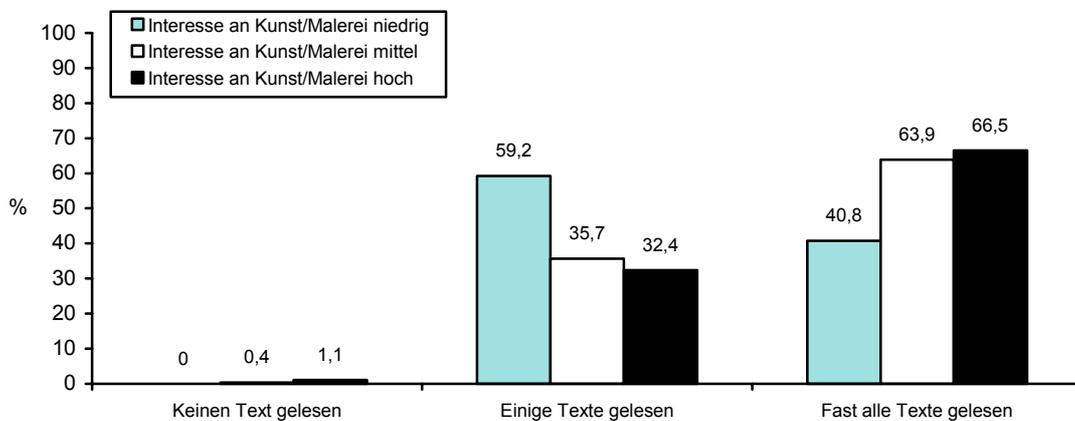
⁴⁶ Sign.: 0.003; $\chi^2 = 19,772$.

Grafik 48a: Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und geschichtliches Interesse (nur Besucher/innen ohne Führung)⁴⁷



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Grafik 48b: Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und Interesse an Kunst und Malerei (nur Besucher/innen ohne Führung)⁴⁸



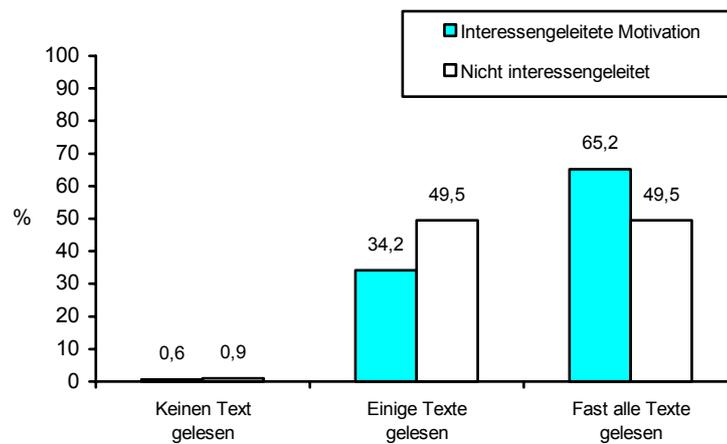
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

⁴⁷ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 21,594$.

⁴⁸ Sign.: 0.012; $\chi^2 = 12,933$.

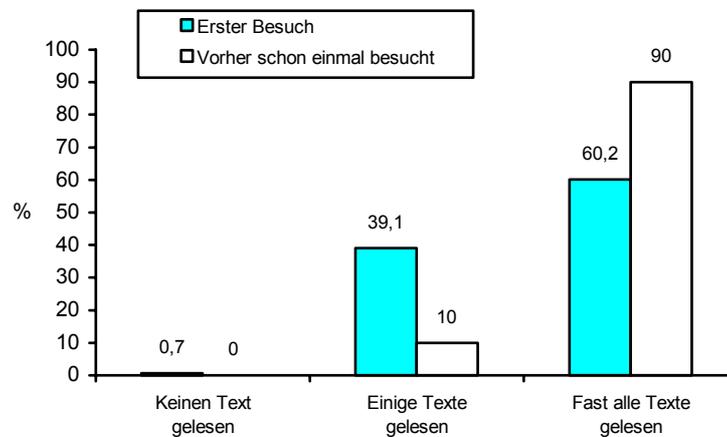
Gestützt wird dieses Ergebnis der interessensabhängigen Informationsaufnahme durch (Raumeinführungs-)Texte ebenfalls durch die Abhängigkeit von der Motivationsstruktur der Besucher/innen. Befragte mit einer interessengeleiteten Motivations- und Anregungsstruktur nehmen umfassender Texte in Anspruch als die entsprechende Vergleichsgruppe.

Grafik 49: Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und Motivationsstruktur (nur Besucher/innen ohne Führung)



Die Informationsaufnahme über Ausstellungstexte ist des weiteren davon abhängig, mit welcher Intensität ein(e) Besucher/in die Ausstellung aufnimmt (zur Intensität des Ausstellungsbesuches siehe genauer Abschnitt 3.3.6). Die Ergebnisse zeigen darüber hinaus, daß - wie vermutet - diejenigen Besucher/innen die angebotenen Texte häufiger nutzen, die die Ausstellung bereits vorher einmal besucht haben.

Grafik 50: Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und Motivationsstruktur (nur Besucher/innen ohne Führung)



SiW Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Darüber hinaus greifen Besucher/innen umso umfassender auf die Ausstellungstexte zu, je länger sie in der Ausstellung verweilen. Beispielsweise lesen nur rund 36 % der Befragten, die bis zu einer Stunde in der Ausstellung sind fast alle Texte, aber etwa 86 % derjenigen Besucher/innen, die drei und mehr Stunden durch die Ausstellung gehen.⁴⁹

Bemerkenswert ist, daß Besucher/innen, die bereits vor der Ausstellung einen Katalog gekauft haben, trotzdem mehr Informationen über die Texte aufnehmen, als solche Befragte, die ohne Katalog durch die Ausstellung gehen. Der gleiche Effekt ist auch für Ausstellungsbesucher/innen festzuhalten, die sich eine andere Publikation zur Ausstellung gekauft haben bzw. für diejenigen, die angeben, sich nach dem Besuch einen Katalog kaufen zu wollen. Das interessierte Publikum nimmt mithin im Rahmen der Ausstellung bei weitem mehr Informationen auf als der weniger interessierte Teil der Besucher/innen. Dies geschieht dann entweder dadurch, daß zusätzlich zu den Kataloginformationen „fast alle Texte“ in der Ausstellung selbst gelesen werden, oder daß man die während des Rundgangs über Texte aufgenommenen Informationen dadurch vertieft, daß man nach dem Besuch einen Ausstellungskatalog erwirbt.

⁴⁹ Dieses Ergebnis muß insoweit relativiert werden, als beide Variablen sich gegenseitig bedingen. Eine intensive Aufnahme von Texten ist nur dann möglich, wenn man genügend Zeit in der Ausstellung verbringt. Beide Variablen korrelieren signifikant positiv (Pearsons's $r = 0,384$)

3.3.6 Intensität des Ausstellungsbesuches

Die Rezeption einer Ausstellung ist u.a. davon abhängig, wie intensiv jede(r) Besucher/in sich mit ihr auseinandersetzt. Die Intensität des Ausstellungsbesuches ist in der vorliegenden Untersuchung über zwei Dimensionen erfaßt worden. Zum einen wurden die befragten Ausstellungsbesucher/innen gebeten, anzugeben, ob sie „das erste Mal“ in der Ausstellung sind bzw. ob sie sie vorher schon einmal besucht haben und zum anderen wurden die Besucher/innen nach der Dauer ihres Aufenthaltes in der Ausstellung befragt.

Zunächst ist festzuhalten, daß der überwiegende Teil der Besucher/innen zum Zeitpunkt der Befragung zum ersten Mal in der Ausstellung war (94 %). Das bedeutet andererseits aber auch, daß etwa jeder sechzehnte Befragte bereits vorher schon einmal die Ausstellung besucht hatte.

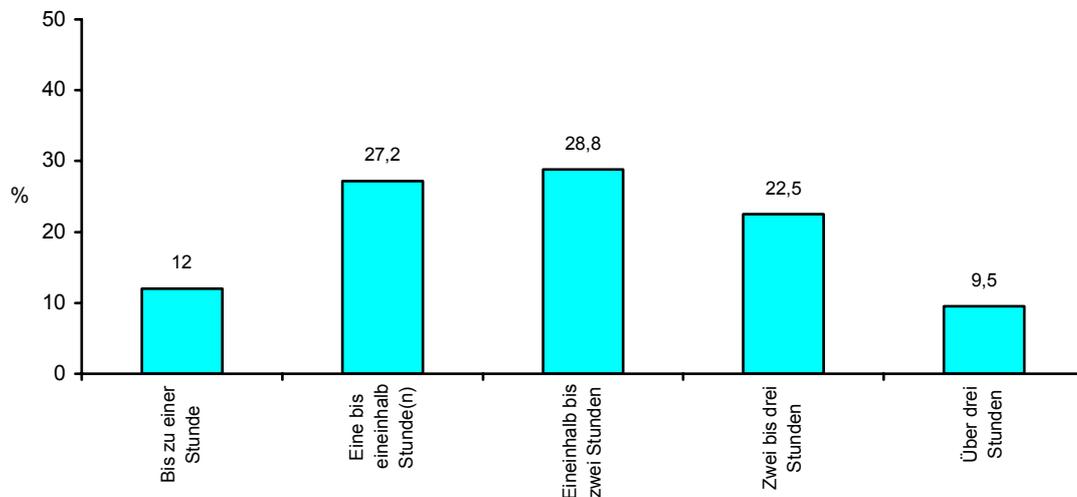
Wie nicht anders zu erwarten, kommen die Besucher/innen, die die Ausstellung bereits vorher einmal besucht haben hoch signifikant häufiger aus Ingolstadt und Umgebung als aus den anderen Herkunftsregionen.⁵⁰

Ein weiteres interessantes Ergebnis für diese Landesausstellung folgt aus der geschlechtsspezifischen Analyse dieses Aspekts. Es zeigt sich, daß rund 7 % der befragten Besucher/innen die Ausstellung bereits vorher besucht haben und damit doppelt so viele wie Männer. Das sehr spezifische Thema der Ausstellung hat natürlich Frauen eher angesprochen und in der Folge zu einer intensiveren Aufnahme der Landesausstellung bei den Besucherinnen beigetragen.

In der Ausstellung selbst verbrachten die Besucher/innen durchschnittlich 123 Minuten (und damit z.B. 20 Minuten mehr als die Besucher/innen der Landesausstellung 1997 in Coburg). Etwa jeweils 30 % der Befragten blieben ein bis eineinhalb bzw. eineinhalb bis zwei Stunden und rund 10 % der Besucher/innen waren über drei Stunden in der Ausstellung. Die genaue Verteilung der Ergebnisse zeigt nachfolgende Grafik.

⁵⁰ Ingolstadt und Umgebung: 14,6 %, „Mittelregion“: 2,8 % und Fernbesucher: 5,0.

Grafik 51: Aufenthaltszeit der Besucher/innen



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

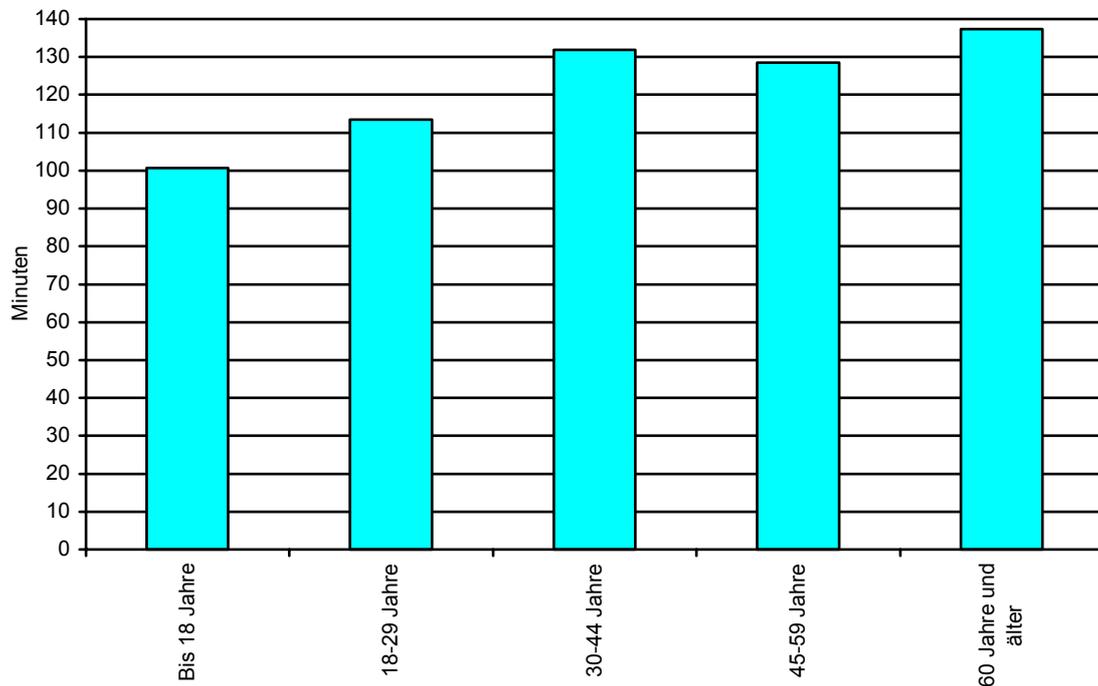
Auch in diesem Zusammenhang ist anzunehmen, daß die interessierten, versierten und hochgebildeten, älteren Besucher/innen länger in der Ausstellung verweilen als die anderen Besucher/innen.

Die Analyse bestätigt diese Zusammenhänge. Die hochgebildeten Besucher/innen (Abitur: 122 Minuten; Akademiker: 133 Minuten) verbringen vor allem signifikant mehr Zeit in der Ausstellung als das Publikum mit mittleren Bildungsabschlüssen (115 Minuten). Die Befragten mit niedrigen Bildungsabschlüssen (127 Minuten) brechen hier bemerkenswerterweise aus, was u.U. daran liegt, daß sie häufiger an Führungen teilnehmen, die für sich schon eine gewisse Zeit beanspruchen.⁵¹

Deutlich bestätigt sich auch die Abhängigkeit der Verweildauer vom Alter der Befragten. Die Besucher/innen verweilen umso länger in der Ausstellung, je älter sie sind. Bleiben die unter 18-jährigen Besucher nur knapp 100 Minuten in der Ausstellung, so verbringen die über 60-jährigen Befragten rund 137 Minuten in den Ausstellungsräumen (vgl. Grafik 52).

⁵¹ Sign.: 0.003

Grafik 52: Durchschnittliche Aufenthaltszeit der Besucher/innen in Minuten und Alter



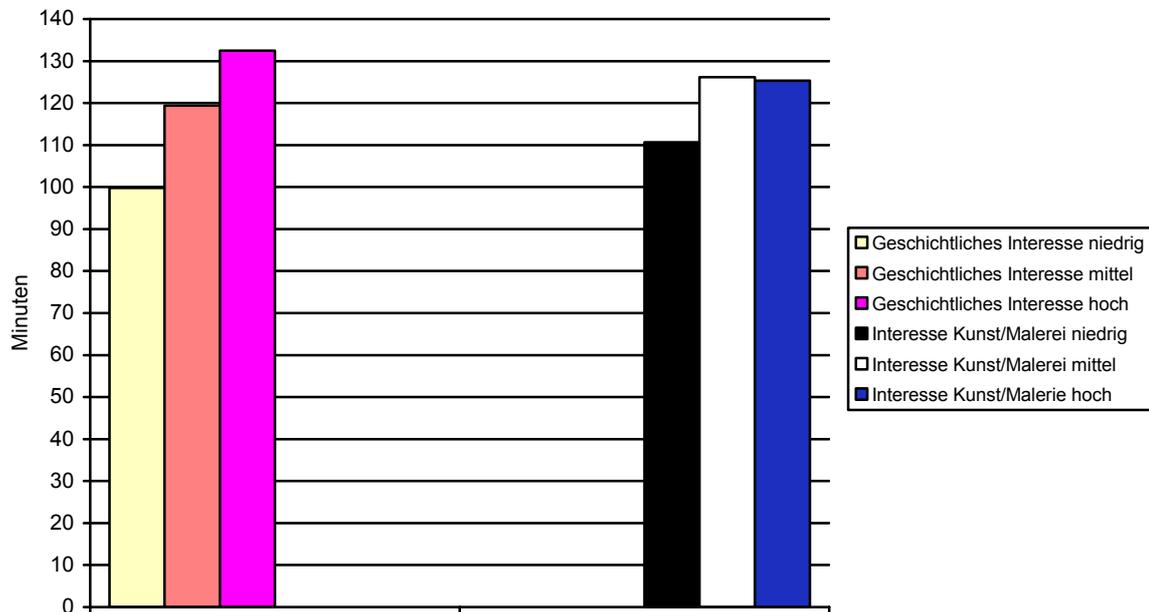
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Auch diejenigen Besucher/innen, deren Motivation interessengeleitet ist (127 Minuten), bleiben deutlich länger in der Ausstellung als diejenigen, die zwar die Ausstellung ebenfalls besuchen, aber vorrangig eine nicht interessengeleitete Motivationsstruktur aufweisen (112 Minuten).⁵²

In eine ähnliche Richtung weisen die Ergebnisse der Analyse der Verweildauer hinsichtlich der geschichtlichen und kunsthistorischen Interessen und Kenntnisse der Besucher. Das Publikum verweilt jeweils umso länger in der Ausstellung, je höher das geschichtliche Interesse und das Interesse an Kunst und Malerei ist (vgl. Grafik 53).

⁵² Betrachtet man die Motivations- und Anregungsstruktur differenzierter, so zeigt sich, daß die Besucher/innen, die aus „Interesse an der Geschichte der Frauen“ bzw. aus „Interesse an der Frauenforschung“ in der Ausstellung waren, durchschnittlich 127 bzw. 139 Minuten blieben. Diejenigen, die es „eher zufällig“ in die Ausstellung zog, verweilten im Schnitt lediglich rund 105 Minuten.

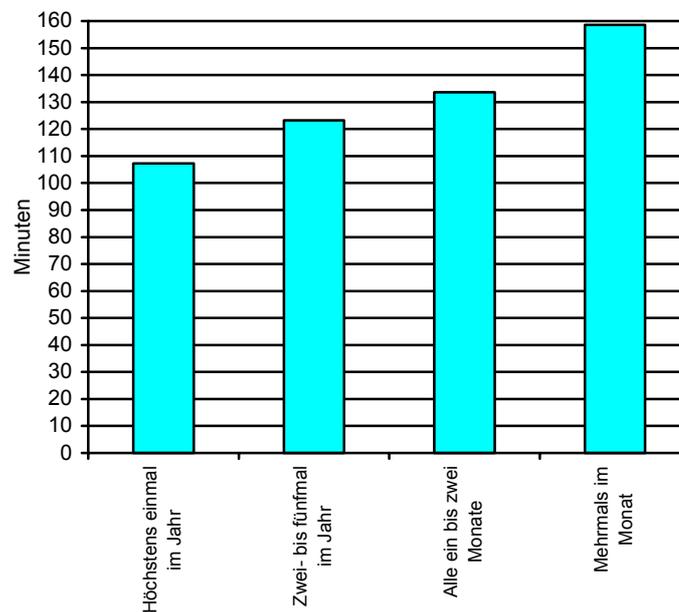
Grafik 53: Durchschnittliche Aufenthaltszeit in Minuten und Interessen und Kenntnisse der Besucher/innen



Sozialwissenschaftliches Institut München
Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
München, 1999

Schließlich bleibt als Ergebnis festzuhalten, daß sich die sog. „habituellen“, ver-
sicherten Besucher/innen hoch signifikant länger in der Ausstellung aufhalten als
die Gelegenheitsbesucher/innen, die im allgemeinen eher selten Museen oder
Ausstellungen besuchen.

Grafik 54: Durchschnittliche Aufenthaltszeit der Besucher/innen in Minuten und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen⁵³



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Eine weitere Annahme von der wir in der Folge ausgehen, ist, daß Besucher/innen, die die Ausstellung sehr intensiv rezipieren, indem sie etwa sehr viele Textinformationen aufnehmen, mit dem Katalog durch die Ausstellung gehen, und so die Kurzinformationen zu den einzelnen Objekten ergänzen usw. sehr viel länger in der Ausstellung bleiben als solche Besucher/innen, die das zusätzliche Informationsangebot nicht in gleichem Umfang nutzen.

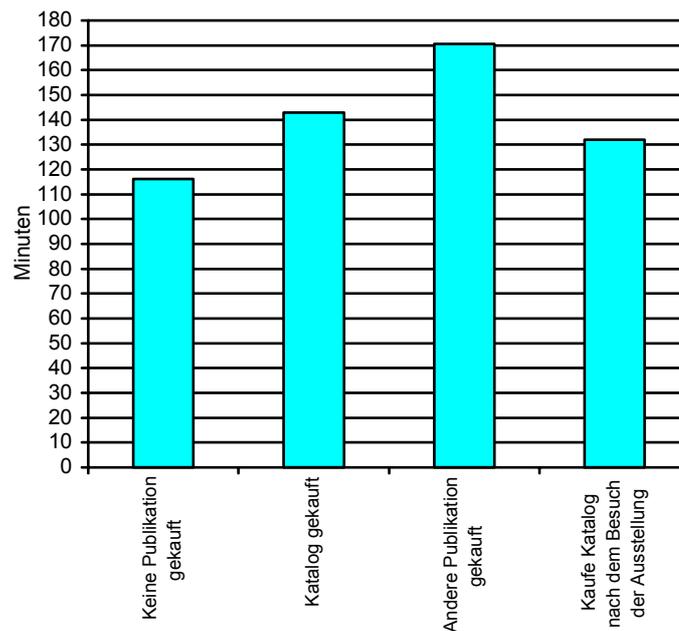
Es zeigt sich, daß die Besucher/innen umso länger in der Ausstellung verweilen, je umfangreicher sie die textlichen Informationen in Anspruch nehmen. Befragte, die laut eigenen Angaben keinen der (Raumeinführungs-)Texte lesen, bleiben im Schnitt rund 80 Minuten in der Ausstellung. Besucher/innen, die einige Texte lesen, halten sich durchschnittlich ca. 106 Minuten in den Ausstellungsräumen auf und diejenigen, die fast alle Texte zur Kenntnis nehmen, verweilen etwa eineinhalb Stunden, um sich die Ausstellung anzusehen (Sign.: 0.000).⁵⁴

⁵³ Sign.: 0.000.

⁵⁴ Hier ist nochmals darauf hinzuweisen, daß sich Aufenthaltsdauer und quantitative Nutzung in einem erheblichen Ausmaß gegenseitig bedingen.

Auch das Publikum, das bereits vorher einen Katalog oder eine andere Publikation zur Ausstellung kauft und mit dieser durch die Ausstellung geht, bleibt länger in den Ausstellungsräumen als dasjenige, das die Ausstellung ohne Katalog besucht (vgl. Grafik 55).

Grafik 55: Durchschnittliche Aufenthaltszeit der Besucher/innen in Minuten und Kauf einer Publikation zur Ausstellung⁵⁵



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Schließlich ist davon auszugehen, daß die Verweildauer in der Ausstellung mit der Sozialität der Besucher/innen in Zusammenhang steht. So ist zu vermuten, daß man länger in der Ausstellung bleibt, wenn man alleine durch die Ausstellung geht. Kürzere Verweilzeiten vermuten wir vor allem bei Gruppenbesucherinnen und -besuchern, weil diese in der Regel ein zeitlich begrenztes Besuchsprogramm haben und der Druck der Gruppe bzw. der Gruppenleitung, diesen einzuhalten in der Regel relativ hoch ist. Eine Überprüfung bestätigt diese Annahme nur zum Teil. Besucher/innen, die alleine durch die Ausstellung gehen, bleiben rund 127 Minuten, diejenigen Befragten, die mit Partnern kommen, verweilen ca. 133 Minuten in den Ausstellungsräumen. Demgegenüber be-

⁵⁵ Sign.: 0.000.

schränkt sich die Verweildauer der Gruppenbesucher/innen auf durchschnittlich 98 Minuten (Sign.: 0.000).

Die Ergebnisse der Befragung zeigen zwei weitere interessante Aspekte bezüglich der Aufenthaltsdauer in der Ausstellung auf. Zum einen ist ein regional-spezifischer Effekt zu beobachten. Besucher/innen aus der unmittelbaren Umgebung des Ausstellungsortes (112 Minuten) verweilen bei weitem nicht so lange in der Ausstellung wie Fernbesucher/innen (134 Minuten). Zweitens zeigt sich ein zeitbezogener Effekt. Die Besucher/innen, die während der ersten Befragungswelle zur Ausstellung kommen, bleiben im Schnitt sehr viel länger in der Ausstellung (137 Minuten) als die Befragten, die während der beiden anderen Erhebungswochen die Landesausstellung besuchen (2. Welle: 113 Minuten; 3. Welle: 121 Minuten).

3.4 Bewertung der Ausstellung

3.4.1 Bewertung der einzelnen Ausstellungsabteilungen

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

Insgesamt läßt sich festhalten, daß alle Abteilungen positiv bewertet werden. Im Gegensatz zu den meisten anderen Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte sind sich die Besucher/innen bei der Landesausstellung 1997 in ihrer Beurteilung allerdings nicht so einig. Hier in Ingolstadt bewerten zwischen rund 42 % und etwa 74 % der befragten Besucher/innen die abgefragten Abteilungen mit „gut“ bzw. „sehr gut“. Negative Bewertungen („mangelhaft“ oder „ungenügend“) vergeben 3 % bis 10 % der Befragten. Die Differenzen in der Bewertung der einzelnen Abteilungen sind also bei dieser Landesausstellung größer als bei anderen bewerteten Ausstellungen. Die durchschnittlichen Benotungen ergeben eine eindeutige Rangfolge.⁵⁶ Am besten beurteilt wird die Abteilung „Weiblicher Lebenslauf“. Für diese Abteilung vergibt ein Drittel der befragten Ausstellungsbesucher/innen die Note „sehr gut“ und weitere 41 % die Note „gut“. Mit einer eher zu „befriedigend“ tendierenden Note im Vergleich am schlechtesten bewertet wird die Abteilung „Amazonen“.

⁵⁶ Siehe hierzu die Spalte „Mittelwert“ in Tabelle 3.

Tabelle 3: Bewertungen der Ausstellungsabteilungen

| | 1 sehr gut | 2 gut | 3 befriedigend | 4 ausreichend | 5 mangelhaft | 6 ungenügend | Mittelwert |
|---------------------------------|---------------|---------------|-------------------|------------------|-----------------|-----------------|------------|
| I Werkstatt der Archäologie | 175 20,4% | 355 41,4% | 221 25,8% | 71 8,3% | 20 2,3% | 16 1,9% | 2.36 |
| II Frauen des Mittelalters | 217 25,2% | 355 41,4% | 204 23,7% | 59 6,9% | 17 2,0% | 8 0,9% | 2.22 |
| III Weiblicher Lebenslauf | 297 34,3% | 343 39,6% | 153 17,7% | 46 5,3% | 15 1,7% | 12 1,4% | 2.05 |
| IV Frauenarbeit | 245 28,6% | 344 40,1% | 172 20,1% | 55 6,4% | 25 2,9% | 16 1,9% | 2.21 |
| V Klosterüberlieferung | 156 18,4% | 296 34,8% | 265 31,2% | 81 9,5% | 40 4,7% | 12 1,4% | 2.52 |
| VI Amazonen | 111 13,2% | 245 29,0% | 286 33,9% | 134 15,9% | 46 5,5% | 22 2,6% | 2.79 |
| VII Anfänge der Frauenbewegung | 253 29,4% | 328 38,1% | 167 19,4% | 65 7,6% | 34 4,0% | 13 1,5% | 2.23 |
| VIII Netzwerk 25 Frauenprojekte | 152 18,7% | 274 33,7% | 222 27,3% | 81 10,0% | 53 6,5% | 31 3,8% | 2.63 |
| Gesamtbewertung | 1606 23,6% | 2540 37,3% | 1690 24,8% | 592 8,7% | 250 3,7% | 130 1,9% | 2.37 |

3.4.2 Einflußfaktoren auf die Bewertungen der Besucher/innen

In mehreren vorausgegangenen Besucherbefragungen für das Haus der Bayerischen Geschichte wurde analysiert, welche Faktoren - wie etwa eine Führungsteilnahme, der Kauf eines Ausstellungskataloges usw. - und welche individuellen Merkmale und Eigenschaften (z.B. Alter, Bildungsniveau usw.) die Bewertung der Ausstellung beeinflussen.⁵⁷ Diesen Fragen ist auch im Rahmen der vorliegenden Untersuchung nachgegangen worden.

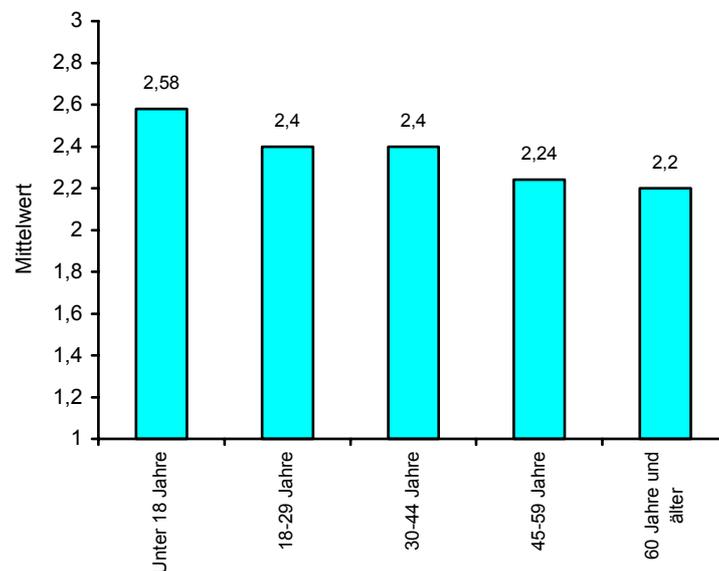
Überprüft werden im Rahmen der Auswertungen alle theoretisch sinnvollen Beziehungen, wobei an dieser Stelle nur jene Ergebnisse dokumentiert werden, die auf einen Zusammenhang zwischen den genannten Einflußfaktoren bzw. Besuchermerkmalen und den Bewertungen hinweisen.

⁵⁷ Vgl. etwa Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994a); Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994b); Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994c); Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1995) sowie Fröhlich, W. (1998).

3.4.2.1 Bewertung der Ausstellung und Alter der Besucher/innen

Ein Zusammenhang zwischen dem Alter der Besucher/innen und der Bewertung der Ausstellung kann festgestellt werden. Man kann festhalten, daß ein positiv linearer Zusammenhang zwischen Bewertung und Alter besteht. Je älter die Besucher, umso besser bewerten sie die Ausstellung.

Grafik 56: Bewertung der Ausstellung und Alter der Besucher/innen; Mittelwerte⁵⁸




 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

⁵⁸ Die hier und für die folgenden Analysen angegebenen Mittelwerte bilden den Gesamtindex aus der Bewertung aller Ausstellungsabteilungen ab. Die Mittelwerte berechnen sich aus den Bewertungen von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend; Sign.: 0.002.

3.4.2.2 Bewertung der Ausstellung und Geschlecht der Besucher/innen

Für die Landesausstellung 1998 in Ingolstadt ergibt sich, daß die weiblichen Befragten (Mittelwert des Gesamtindex: 2,33) die Ausstellung insgesamt besser bewerten als die männlichen Besucher (Mittelwert: 2,50). Dieser Befund ist inhaltlich dadurch zu erklären, daß die Frauen vermutlich einen umfassenderen Bezug zum Thema haben und größeres Vorwissen zu den einzelnen Themenbereichen mitbringen, was in der Regel zu einer besseren Bewertung führt. Erwähnenswert ist an dieser Stelle, daß auch eine differenzierte Analyse der Beurteilung der einzelnen Ausstellungsabteilungen zeigt, daß Frauen die zu bewertenden Abteilungen (mit Ausnahme der „Werkstatt der Archäologie“) durchweg besser benoten als Männer.

3.4.2.3 Bewertung der Ausstellung und Anregung/Motivation zum Ausstellungsbesuch

In anderen Untersuchungen konnten wir mehrfach feststellen, daß die Bewertung der Ausstellung bzw. einzelner Ausstellungsräume unter anderem damit zusammenhängt, mit welcher Motivation die Besucher/innen in die Ausstellung kommen.⁵⁹ Eine Analyse dieses Sachverhaltes zeigt auch für die Landesausstellung 1998 in Ingolstadt, daß eine deutlich bessere Bewertung der Ausstellung durch solche Befragte erfolgt, die eine interessen geleitete Motivationsstruktur aufweisen. So bewerten z.B. Besucher/innen, die interessen geleitet in die Ausstellung kommen diese mit einem Mittelwert des Gesamtindex von 2,31. Demgegenüber liegt der Mittelwert für die Bewertung der Ausstellung insgesamt bei den nicht interessen geleiteten Befragten bei 2,50.

⁵⁹ Vgl. etwa Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994a); Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994b); Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994c) sowie Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1995).

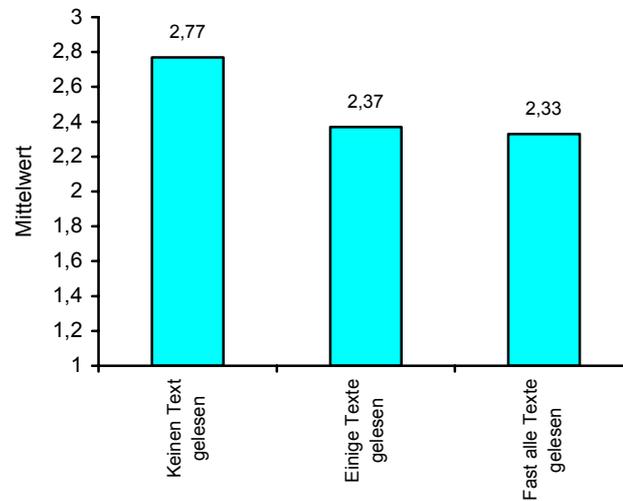
3.4.2.4 Bewertung der Ausstellung und Interessen/Kenntnisse der Besucher/innen

Ein Zusammenhang zwischen den Bewertungen der Ausstellung und der Selbsteinschätzung der eigenen Kenntnisse und Interessen ergibt sich lediglich in Bezug auf die Kategorie „Interesse an Kunst und Malerei“. Diejenigen Besucher/innen, die ihr Interesse in diesem Bereich als „hoch“ bzw. „mittel“ (2,31 bzw. 2,33) einschätzen, bewerten die Landesausstellung 1998 des Hauses der Bayerischen Geschichte signifikant besser als diejenigen Befragten, die ihr Interesse selbst lediglich als „niedrig“ bezeichnen (2,69).

3.4.2.5 Bewertung der Ausstellung und Informationsaufnahme über die Texte

Des weiteren wird untersucht, ob die Besucher/innen die Ausstellung anders bewerten, wenn sie die zusätzliche Information zu bestimmten Ausstellungsthemen über die angebotenen Texte intensiver nutzen. Eine Überprüfung ergibt, daß die Befragten, die Ausstellung insgesamt umso besser bewerten, je mehr Texte sie in der Ausstellung lesen.

Grafik 57: Bewertung der Ausstellung und Informationsaufnahme über (Raumeinführungs-)Texte; Mittelwerte⁶⁰



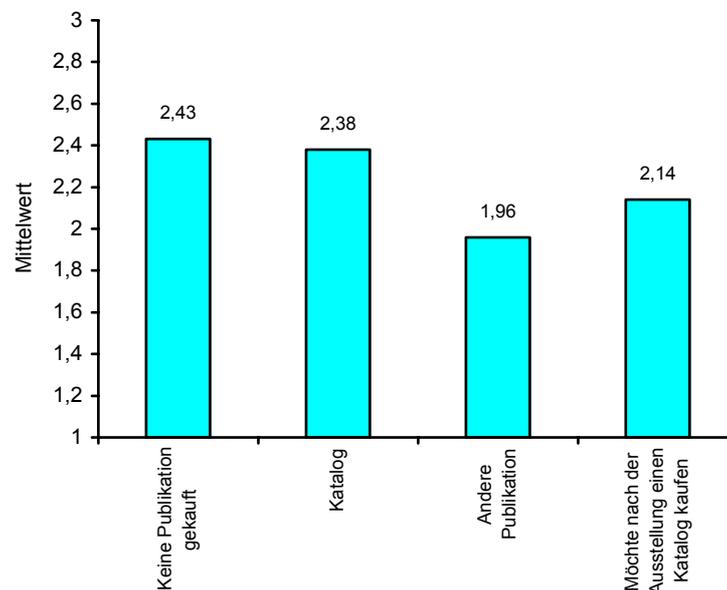
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

3.4.2.6 Bewertung der Ausstellung und Kauf einer Publikation

Interessant und erwähnenswert ist, daß die Bewertung der Landesausstellung in Zusammenhang mit der Ausstattung mit Publikationen steht. Besucher/innen, die mit einem Katalog oder einer anderen Publikation durch die Ausstellung gehen, benoten die Ausstellung signifikant besser als die entsprechende Vergleichsgruppe. Dieses Ergebnis bringt u.E. zum Ausdruck, daß Besucher/innen, die interessiert und informiert die Ausstellung besuchen, diese in der Regel (wie auch andere Besucherbefragungen zeigen) besser bewerten.

⁶⁰ Hier angegeben ist wiederum der Gesamtindex aus der Bewertung aller Ausstellungsabteilungen (vgl. Anmerkung 74). Die Mittelwerte selbst berechnen sich aus den Bewertungen von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend; Sign.: 0.001.

Grafik 58: Bewertung der Ausstellung und Kauf von Publikationen; Mittelwerte⁶¹



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

3.4.3 Die eindrucksvollsten Ausstellungsobjekte

Die vorliegende Untersuchung hat auch das Ziel, von den Besucherinnen und Besuchern zu erfahren, welches Exponat der Ausstellung sie am eindrucksvollsten finden. Damit erhalten die Ausstellungsplaner zum Teil 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?).

Rund 72 % aller Befragten haben ein Exponat angegeben, das sie nachhaltig beeindruckt hat. Jeweils etwa jede(r) zehnte dieser insgesamt 634 Besucher/innen findet die „Grabbeigaben und Ausgrabungen“ bzw. den „Kramersladen“ am eindrucksvollsten. Mit jeweils etwa 8 % der Nennungen folgen die ausgestellten Exponate zum Thema „Hexen“ (Hexenhammer, Folterinstrumente, Bilder usw.) sowie der „Gebärstuhl“. Eine dritte Gruppe von eindrucksvollen Exponaten mit

⁶¹ Hier angegeben ist wiederum der Gesamtindex aus der Bewertung aller Ausstellungsabteilungen (vgl. Anmerkung 74). Die Mittelwerte berechnen sich aus den Bewertungen von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend; Sign.: 0.000.

jeweils ca. 3 % aller Angaben bilden die „Bärin“, die „Bilder zur Frauenarbeit“, der „Braut-/Kammerwagen“, die „Zukunftsszenarien“ und der „Hebammenkoffer“. Erwähnenswert ist, daß fast 46 % der Besucher/innen sonstige Angaben zum eindrucksvollsten Ausstellungsobjekt machen (vgl. hierzu nachfolgende Tabelle). Diese reichen von der „Weihekrone der Theodelinde“ über den „Ring der Äbtissin Adelgundis I.“ und die „Brunnenfiguren aus Augsburg“ bis zu den „Handtascheninhalten“.

Tabelle 4: Eindruckvollste Ausstellungsobjekte
(Mehrfachantworten möglich; N = 658)

| | Eindrucksvollstes Ausstellungsobjekt | Anzahl der Nennungen | Anteil in % |
|-----|--|----------------------|-------------|
| 1. | Grabbeigaben/Ausgrabungen | 67 | 10,6 |
| 2. | Kramerladen | 59 | 9,3 |
| 3. | Hexen (Bilder, Folterinstrumente usw.) | 53 | 8,4 |
| 4. | Gebärstuhl | 49 | 7,8 |
| 5. | Alle, viele, verschiedene | 21 | 3,3 |
| 6. | Bär/in | 20 | 3,2 |
| 7. | Bilder zur Frauenarbeit | 20 | 3,2 |
| 8. | Braut-/Kammerwagen | 19 | 3,0 |
| 9. | Zukunftsszenarien | 19 | 3,0 |
| 10. | Hebammenkoffer | 18 | 2,8 |
| 11. | Sonstige Angaben | 289 | 45,6 |

3.4.4 Interessanteste Abteilung der Ausstellung

Ein weiteres Ziel der Besucherbefragung war, zu erfahren, welche Abteilung der Ausstellung die Besucher/innen am interessantesten finden. Damit erhalten die Ausstellungsplaner ebenfalls eine Rückmeldung über die „Qualität“ der Gestaltung der Ausstellungs-konzeption sowie über die Konzeption der Ausstellung.

Rund 79 % aller Befragten haben angegeben, welche Abteilung der Ausstellung sie am interessantesten fanden. Jeweils etwa jede(r) sechste dieser insgesamt 719 Besucher/innen findet die Ausstellungsabteilung „Frauen des Mittelalters“,

„Anfänge der Frauenbewegung“, „Weiblicher Lebenslauf“ bzw. „Frauenarbeit“ am interessantesten. Mit etwa 8 % der Nennungen folgt die Abteilung „Werkstatt der Archäologie“. Fast 8 % der Besucher/innen haben sonstige - zum Teil sehr spezifizierte - Angaben zur interessantesten Ausstellungsabteilung gemacht (vgl. hierzu nachfolgende Tabelle). Diese reichen von „Frauen im 18. Jahrhundert“ bis zur „Geschichte der Frauen in der Neuzeit“.

Tabelle 5: Interessanteste Ausstellungsabteilungen
(Mehrfachantworten möglich; N = 719)

| | Interessanteste Ausstellungsabteilung | Anzahl der Nennungen | Anteil in % |
|-----|---------------------------------------|----------------------|-------------|
| 1. | Frauen des Mittelalters | 125 | 17,4 |
| 2. | Anfänge der Frauenbewegung | 119 | 16,6 |
| 3. | Weiblicher Lebenslauf | 112 | 15,6 |
| 4. | Frauenarbeit | 100 | 13,9 |
| 5. | Werkstatt der Archäologie | 56 | 7,8 |
| 6. | Frauen in der NS-Zeit | 45 | 6,3 |
| 7. | Klosterüberlieferung | 27 | 3,8 |
| 8. | Zukunftsszenario | 23 | 3,2 |
| 8. | Alle, viele, einige | 23 | 3,2 |
| 10. | Netzwerk 25 Frauenprojekte | 20 | 2,8 |
| 11. | Amazonen | 12 | 1,7 |
| 12. | Keine | 2 | 0,3 |
| 13. | Sonstige Angaben | 54 | 7,5 |

Es ist anzunehmen, daß die Nennung bestimmter Abteilungen mit gewissen soziodemographischen und anderen wichtigen Merkmalen der Besucher/innen zusammenhängt. Man kann z.B. vermuten, daß für männliche bzw. weibliche Besucher jeweils andere Ausstellungsabteilungen interessant sind. Es ist auch anzunehmen, daß es nichthabituelle Besucher/innen ander Abteilungen interessant finden wie habituelle. Im Rahmen dieser Ausstellungen interessieren natürlich vor allem mögliche geschlechtsspezifische Unterschiede in der Nennung der interessantesten Abteilung.

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung zeigen zwar keine signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede, aber es ergibt sich doch eine zum Teil differenzierte Bewertung der interessantesten Ausstellungsabteilung zwischen Frauen und Männern. Hervorzuheben sind vor allem die deutlichen Abweichungen bei zwei Abteilungen. Männer (rund 20 %) finden die Abteilung „Frauenarbeit“ interessanter als die befragten Frauen (ca. 12 %). Umgekehrt ist für die Besucherinnen (etwa 18 %) die Abteilung „Weiblicher Lebenslauf“ von größerem Interesse als für die Besucher (etwa 9 %).

Signifikante Unterschiede im Interesse bezüglich einzelner Ausstellungsabteilungen ergeben sich vor allem, wenn man das Alter und die Bildung der Besucher/innen in die Analyse miteinbezieht. Ganz allgemein kann man hierzu festhalten, daß bei den jüngeren Besucherinnen und Besuchern die Abteilungen „Werkstatt der Archäologie“, „Frauen des Mittelalters“ und „Weiblicher Lebenslauf“ auf mehr Interesse stießen als bei den älteren Befragten (ab 45 Jahren). Diese wiederum fanden die Abteilungen „Frauenarbeit“ und „Anfänge der Frauenbewegung“ interessanter.

Die bildungsspezifischen Unterschiede beziehen sich im wesentlichen auf die Abteilungen „Frauen des Mittelalters“, „Frauenarbeit“ und „Klosterüberlieferung“. Während die erst- und letztgenannte Abteilung für die Besucher/innen mit niedrigen Bildungsabschlüssen interessanter waren, fanden die hochgebildeten Befragten die Abteilung „Frauenarbeit“ interessanter als die anderen Besucher/innen.

Im Zusammenhang mit der Nennung der interessantesten Abteilung der Ausstellung sollte die Befragung erfassen, warum die Besucher/innen diese für die interessanteste hielten. Insgesamt drei Viertel aller Befragten, die eine Abteilung nannten, haben auch einen Grund für diese Entscheidung angegeben. Unabhängig davon, welche Abteilung als interessanteste angeführt wurde, war für rund 18 % dieser insgesamt 541 Besucher/innen das persönliche Interesse oder der unmittelbare Bezug zum Thema die Begründung dafür gerade diese Ausstellungsabteilung als interessanteste anzuführen. Jeweils ca. 13 % der Befragten führten als Begründung die „gute Darstellung und interessante Exponate“ bzw. die Tatsache an, daß sie über das entsprechende Thema „vorher nichts wußten“ oder dass ihnen zu diesem Thema „neue Informationen“ geboten wurden. Eine Zusammenfassung und Überblick über die genannten Begründungen gibt die nachfolgende Tabelle.

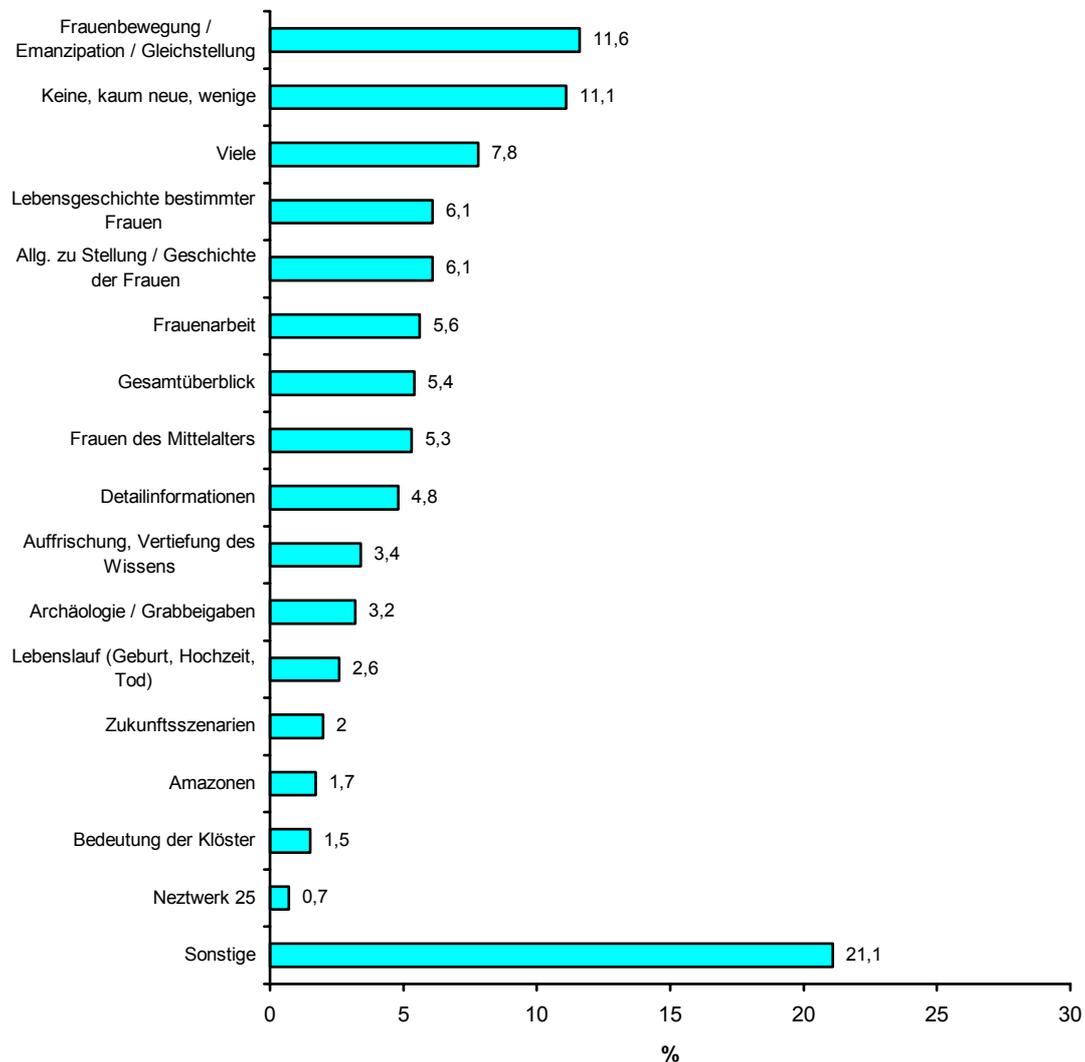
Tabelle 6: Begründungen für die Nennung der interessanteste Ausstellungs-
 abteilung (Mehrfachantworten möglich; N = 541)

| | Begründung | Anzahl der Nennungen | Anteil in % |
|----|---|----------------------|-------------|
| 1. | Persönl. Interesse/Bezug/Betroffenheit | 95 | 17,6 |
| 2. | Gute Darstellung / Interessante Objekte | 69 | 12,8 |
| 2. | Wußte davon nichts / Neue Informationen | 69 | 12,8 |
| 4. | Allg. geschichtl. / themat. Interesse | 43 | 7,9 |
| 5. | Aktualität | 37 | 6,8 |
| 6. | Berufliches Interesse | 28 | 5,2 |
| 7. | Gute Hintergrundinformationen / Details | 21 | 3,9 |
| 8. | Beispiele bestimmter Frauen | 12 | 2,2 |
| 9. | Sonstige Angaben | 167 | 30,9 |

3.4.5 Von der Ausstellung vermittelte (neue) Informationen

Die vorliegende Untersuchung versucht auch zu klären, ob es gelungen ist, mit der Ausstellung neue Informationen zu vermitteln. Fast zwei Drittel der Besucher/innen geben an, dies sei der Fall. Von Interesse ist, welche Informationen für die Befragten neu sind bzw. waren. An erster Stelle stehen Informationen über die Frauenbewegung, Emanzipation bzw. Gleichstellung der Frauen. Für jeweils etwa 6 % der 588 Besucher/innen, die Angaben zu der Frage nach neuen Informationen machen, bot die Ausstellung vor allem neue Informationen zur „Lebensgeschichte bestimmter Frauen“, zur „Stellung und Geschichte der Frauen allgemein“ bzw. zum Thema „Frauenarbeit“. Etwa 8 % der Besucher/innen geben unspezifisch an, „viele“ neue Informationen gewonnen zu haben. Erwähnenswert ist, daß ca. 11 % der Befragten explizit anführen, die Ausstellung habe ihnen keine neuen Informationen geliefert. Die genaue Verteilung der Ergebnisse ist in nachfolgender Grafik dargestellt.

Grafik 59: Durch die Ausstellung vermittelte (neue) Informationen (Angaben in %; Mehrfachantworten möglich; N = 588)

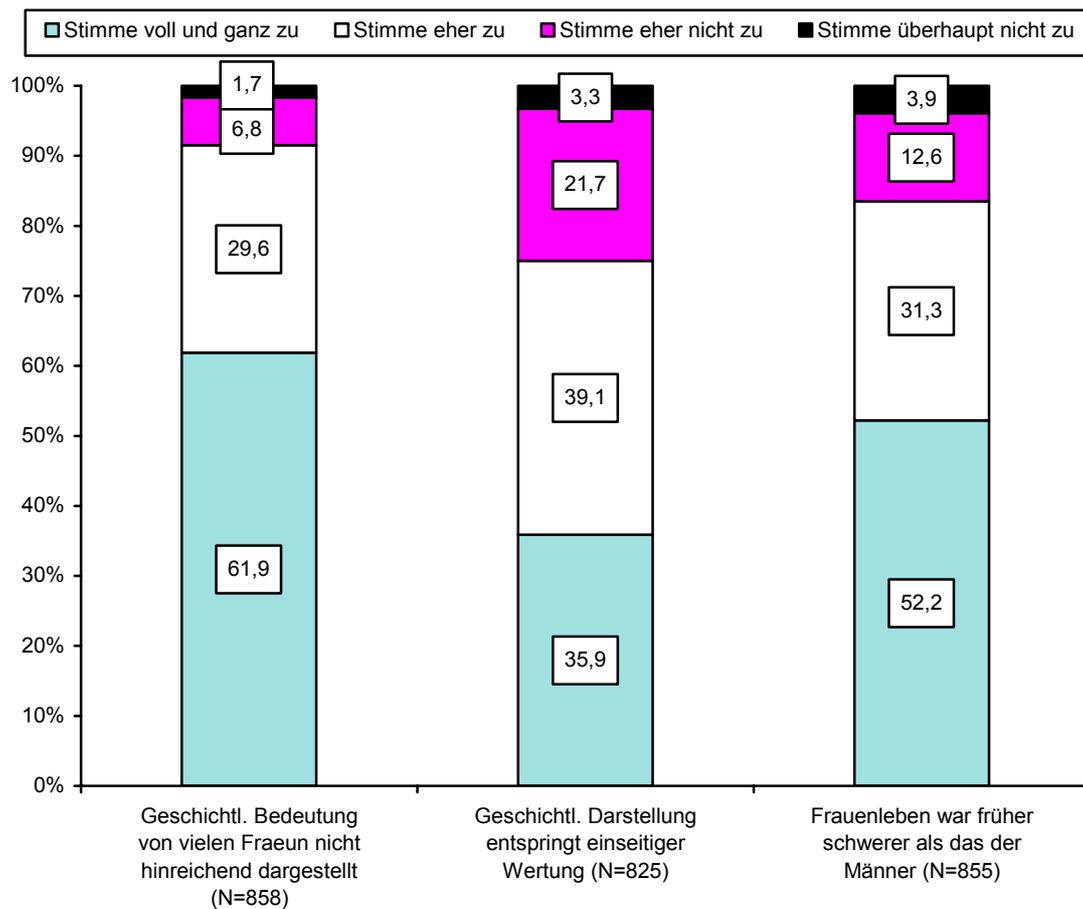


3.4.6 Von der Ausstellung vermittelte Botschaften

Intention jeder Ausstellung ist es in der Regel, bestimmte Botschaften zu vermitteln. Die vorliegende Untersuchung versucht aus diesem Grund, zu klären, ob es gelungen ist, mit der Ausstellung bestimmte Botschaften zu vermitteln. Die Besucher/innen sollten in diesem Zusammenhang ihre Zustimmung zu drei vorgegebenen Statements äußern. Die größte Übereinstimmung unter den Befragten herrscht hinsichtlich der Aussage, daß die geschichtliche Bedeutung von vielen Frauen bisher nicht hinreichend dargestellt worden sei. Über 90 %

des Publikums stimmt dieser Meinung zu. Die geringste Zustimmungstendenz zeigt sich hinsichtlich des Statements „Geschichtliche Darstellung entspringt meistens einer einseitigen Wertung“. In Übereinstimmung mit dieser Meinung befinden sich „nur“ drei Viertel der Befragten. Nachfolgende Grafik zeigt die Ergebnisse im einzelnen.

Grafik 60: Durch die Ausstellung vermittelte Botschaften (Angaben in %)



Auch in diesem Fall ist davon auszugehen, daß die Zustimmung zu den drei Aussagen mit soziodemographischen und anderen wichtigen Merkmalen der Besucher/innen zusammenhängt. Man kann z.B. vermuten, daß männliche bzw. weibliche Besucher die Aussage zur Darstellung der geschichtlichen Bedeutung von Frauen jeweils anders gewichten. Es ist auch anzunehmen, daß

jüngere Befragte andere Gewichtungen vornehmen wie ältere Besucher/innen. Im Rahmen dieser Ausstellung interessieren natürlich zunächst wieder mögliche geschlechtsspezifische Unterschiede.

Wenden wir uns zunächst dem ersten Statement bzw. der ersten Botschaft der Ausstellung zu. Die erste Aussage thematisiert die Darstellung der geschichtlichen Bedeutung von Frauen. Erstaunlicherweise ergeben sich hier keine geschlechtsspezifischen Unterschiede in der Zustimmung. Frauen und Männer stimmen gleichermaßen darin überein, daß die geschichtliche Bedeutung von Frauen bisher nicht hinreichend dargestellt wurde.

Bezüglich anderer soziodemographischer Variablen können wir jedoch durchaus signifikante Unterschiede in der Zustimmung erkennen. Zunächst ist ein Alterseffekt festzuhalten: Je älter die Befragten sind, umso größer ist die Zustimmung hinsichtlich der Aussage, die geschichtliche Bedeutung von vielen Frauen sei bisher nicht hinreichend dargestellt worden.⁶²

Ein ähnlicher Zusammenhang ergibt sich bei der Einbeziehung des Bildungsniveaus in die Analyse: Je höher gebildet die Besucher/innen sind, desto umfassender stimmen sie der o.g. Aussage zu.⁶³

Weitere wichtige Ergebnisse in diesem Zusammenhang ergeben sich hinsichtlich des Interesses und der Informiertheit (erfaßt über die Nutzung von Texten und den Kauf von Publikationen) der Besucher/innen und der Intensität des Ausstellungsbesuches (Verweildauer in der Ausstellung). Ganz allgemein kann man festhalten: Je interessenzentrierter, informierter und intensiver der Ausstellungsbesuch, desto größer die Zustimmung zu dem besagten Statement.

Bezüglich einer der untersuchten soziodemographischen Variablen können wir auch bei der zweiten abgefragten Aussage („Geschichtliche Darstellung entspringt meistens einer einseitigen Wertung“) signifikante Unterschiede in der Zustimmung erkennen. Hier ist ein Bildungseffekt festzuhalten: Je höher gebildet die Befragten sind, umso größer ist die Zustimmung hinsichtlich dieser Aussage.⁶⁴

⁶² Für diese und die folgenden Analysen wurden die Variable dichotomisiert. Die Ausprägungen „stimme voll und ganz zu“ und „stimme eher zu“ wurden zur Kategorie „Zustimmung“ zusammengefaßt. Aus den Merkmalsausprägungen „stimme eher nicht zu“ und „stimme überhaupt nicht zu“ wurde die Kategorie „Ablehnung“ gebildet. Sign.: 0.000; $\chi^2 = 30,533$.

⁶³ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 25,636$.

⁶⁴ Sign.: 0.002; $\chi^2 = 14,789$.

Wenden wir uns nun dem letzten Statement zu. Diese Aussage gibt vor, daß das Frauenleben in früherer Zeit unvergleichlich schwerer gewesen sei als das der Männer. Hier zeigen sich die erwarteten geschlechtsspezifischen Unterschiede in der Zustimmung. Frauen stimmen dieser Aussage signifikant häufiger zu als Männer (88 % gegenüber 69 %).⁶⁵

Auch bezüglich anderer wichtiger Besuchermerkmale können wir signifikante Unterschiede in der Zustimmung erkennen. Zunächst ist ein Alterseffekt festzuhalten: Die Zustimmung hinsichtlich der o.g. Aussage ist bei den älteren Befragten größer.⁶⁶

Ein ähnlicher Zusammenhang ergibt sich bei der Einbeziehung der Motivation zum Ausstellungsbesuch in die Analyse: Ist diese interessengeleitet, so stimmen die Besucher/innen dieser Aussage umfassender zu.⁶⁷

3.4.7 Bewertung der (Raumeinführungs-)Texte zur Ausstellung

Die Bewertung der (Raumeinführungs-)Texte zur Ausstellung wurde auch in der vorliegenden Untersuchung zur Landesausstellung 1998 unter zwei Gesichtspunkten erfaßt: der Verständlichkeit und der Ausführlichkeit. Es ist festzuhalten, daß die Texte hinsichtlich ihrer Verständlichkeit von 99 % der befragten Besucher/innen, die Texte gelesen haben, als „gut“ bezeichnet werden. Mit den Texten tendenziell eher unzufrieden ist dementsprechend lediglich 1 % der Befragten. Vergleicht man dieses Ergebnis mit den Ergebnissen der Besucherbefragungen zu anderen Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte, so wird deutlich, daß bezüglich der Verständlichkeit der (Raumeinführungs-)Texte ein anhaltend hohes Niveau vorhanden ist, das eigentlich kaum mehr verbessert werden kann.

Was die Ausführlichkeit der Texte angeht, zeigt sich, daß die Bewertungen der Besucher/innen etwas stärker streuen. Dies ist nicht weiter verwunderlich, da die Heterogenität des Publikums es mit sich bringt, daß das Interesse der Besucher/innen an Informationen unterschiedlich ausgeprägt ist. Auch für diese Landesausstellung ist jedoch festzuhalten, daß ein Großteil der befragten Be-

⁶⁵ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 38,817$.

⁶⁶ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 29,283$.

⁶⁷ Sign.: 0.008; $\chi^2 = 7,017$.

sucher/innen (rund 86 %) mit der Ausführlichkeit der Texte sehr zufrieden ist und diese für „gerade recht“ befindet. Etwa 4 % der Ausstellungsbesucher/innen wünschen sich etwas mehr an Information und jede(r) zehnte Befragte hält die Texte eher für zu ausführlich.

Hinsichtlich der Textausführlichkeit differieren die Beurteilungen in Bezug auf zwei Variablen. Zunächst ist eine bildungsspezifisch unterschiedliche Einschätzung festzuhalten. Höhergebildete Befragte bewerten die Texte häufiger als „zu wenig ausführlich“. So sind jeweils rund 11 % der Befragten mit Abitur bzw. Hochschulabschluß dieser Meinung, während lediglich 3 % bzw. 8 % der Besucher/innen mit niedrigen bzw. mittleren Bildungsabschlüssen diese Einschätzung abgeben.

Nachdem diese soziodemographische Variable die Einschätzung der Textausführlichkeit differenziert, ist im folgenden davon auszugehen, daß auch andere Variablen, die z.B. mit der Versiertheit und Interessiertheit der Besucher/innen in Bezug stehen, die Einschätzung der Ausführlichkeit der Ausstellungstexte beeinflussen. Die Untersuchung dieses vermuteten Zusammenhangs ergibt, daß versierte Besucher/innen (solche die sechs- und mehrmals im Jahr eine Ausstellung besuchen) die Texte signifikant häufiger als „zu wenig ausführlich“ betrachten (etwa 14 % bis 28 %) als weniger versierte Ausstellungsbesucher/innen, die nur zwei- bis fünfmal im Jahr (rund 9 %) oder noch seltener (ca. 5 %) in Museen oder Ausstellungen gehen.⁶⁸

Eine weitere Hypothese ist, daß die Einschätzung der Ausführlichkeit der Ausstellungstexte mit der Intensität des Besuches zusammenhängt. Es ist dann anzunehmen, daß „Intensiv-“Besucher/innen, d.h. solche, die lange in der Ausstellung bleiben, viele Informationen aufnehmen usw. umfangreichere Informationsangebote nachfragen als die entsprechende Vergleichsgruppe. Die Analyse dieses Zusammenhangs ergibt zum einen, daß Besucher/innen, die mehr als drei Stunden in der Ausstellung verweilen, die Texte häufiger als „zu wenig ausführlich“ empfinden als alle anderen Befragten (18 % vs. 4 bis 9 %). Zum anderen ist festzuhalten, daß diejenigen Besucher/innen, die fast alle Texte lesen, d.h. die einen „intensiven“ Ausstellungsrundgang bevorzugen, signifikant häufiger als die entsprechende Vergleichsgruppe trotzdem bemängeln, die Texte seien nicht ausführlich genug.⁶⁹

⁶⁸ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 25,792$.

⁶⁹ Mit 14 % der Besucher/innen, die fast alle Texte gelesen haben, waren dies doppelt so viele wie diejenigen der Vergleichsgruppe; Sign.: 0.001; $\chi^2 = 14,777$.

3.4.8 Bewertung der Führungen zur Ausstellung

Die Bewertung der Führungen ist primär von der Qualität der einzelnen Führungen selbst abhängig, also von ihren unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten und ihrer Präsentation durch das jeweilige Führungspersonal. Ein pauschales Urteil über die Qualität der Führungen in einer Ausstellung ist somit immer schwierig. Nichtsdestotrotz haben wir die geführten Besucher/innen gebeten sowohl die Führung insgesamt als auch die bei der Führung vermittelten Informationen zu bewerten. Wie bereits erwähnt, haben 46 % der Befragten an einer Führung teilgenommen. Von diesen 420 Besucher/innen beurteilen rund 90 % die Führungen „gut“ bzw. „sehr gut“. Nur jede(r) zehnte geführte Besucher/in ist dementsprechend mit der jeweiligen Führung nicht zufrieden und bewertet sie „weniger gut“ bzw. „schlecht“.

Es ist nun zu vermuten, daß Ansprüche, die von Besucher/innen an Führungen gestellt werden sehr unterschiedlich sind. So dürften hochgebildete, versierte Befragte - unter anderem auch aufgrund der Tatsache, daß sie häufiger an Führungen teilnehmen - andere Ansprüche an Führungen formulieren als weniger versierte Besucher/innen mit niedrigem Bildungsniveau. Dies dürfte und müßte sich auch in der Beurteilung der Führungen niederschlagen. Im Ergebnis zeigt sich, daß die habituellen Besucher/innen (Befragte, die mehr als sechsmal pro Jahr Ausstellungen besuchen) die Führungen in der Regel schlechter bewerten als die sog. Gelegenheitsbesucher/innen.⁷⁰

Etwa 18 % der Befragten, die angeben, mehr als sechsmal im Jahr in ein Museum oder in eine Ausstellung zu gehen, beurteilen ihre jeweilige Führung insgesamt als „weniger gut“ bzw. „schlecht“. Demgegenüber sind lediglich ca. 8 % der „weniger versierten“ Besucher/innen, die bis zu fünfmal pro Jahr eine Ausstellung besuchen, der entsprechenden Meinung bei der Gesamtbeurteilung der jeweiligen Führung.⁷¹

Schließlich ist hier ebenfalls von der Annahme auszugehen, daß die Gesamtbeurteilung der jeweiligen Führung mit der Intensität des Besuches zusammenhängt. Es ist anzunehmen, daß „Intensiv-“Besucher/innen, d.h. solche, die lange in der Ausstellung bleiben, viele Informationen aufnehmen usw. „andere“ Führungen nachfragen als die entsprechende Vergleichsgruppe. Die Analyse

⁷⁰ Sign.: 0.018; $\chi^2 = 20,007$.

⁷¹ Sign.: 0.035; $\chi^2 = 8,601$.

dieses Zusammenhangs ergibt zum einen, daß Besucher/innen, die mehr als zwei Stunden in der Ausstellung verweilen, die entsprechenden Führungen insgesamt häufiger als „weniger gut“ bzw. „schlecht“ empfinden als Befragte, die nur bis zu zwei Stunden in der Ausstellung verweilen (21 % vs. 6 %).⁷² Zum anderen ist festzuhalten, daß diejenigen Besucher/innen, die fast alle Texte lesen und die somit einen „intensiven“ Ausstellungsrundgang bevorzugen, signifikant häufiger bemängeln, die entsprechende Führung sei „weniger gut“ bzw. „schlecht“ als die entsprechende Vergleichsgruppe.⁷³

Bemerkenswert erscheint uns zudem der zeitspezifische Aspekt der Führungsbewertung. Besucher/innen, die während der ersten Befragungswelle (17 %) bzw. während der letzten Befragungswoche (10 %) in der Ausstellung waren, bewerten die Führungen deutlich schlechter als die Befragten der zweiten Erhebungswelle (4 %).

Neben der Gesamtbewertung der Führungen ist von Interesse, eine Beurteilung der bei der Führung vermittelten Informationen zu erhalten. Dies ist insofern interessant, da aufgrund der Heterogenität des Publikums zu erwarten ist, daß das Interesse der Besucher/innen an Informationen unterschiedlich ausgeprägt ist. Auch für diese Landesausstellung ist festzuhalten, daß ein Großteil der befragten Besucher/innen (rund 77 %) mit den bei der Führung vermittelten Informationen zufrieden ist und diese für „gerade recht“ befindet. Etwa 21 % der Ausstellungsbesucher/innen wünschen sich etwas mehr an Information, 2 % der Befragten finden die vermittelten Informationen eher zu ausführlich.

Auch hinsichtlich des Informationsgehaltes von Führungen ist von den gleichen Annahmen auszugehen wie sie bereits für die Gesamtbewertung der Führung formuliert wurden. Signifikante Zusammenhänge ergeben sich hier lediglich bezüglich der Versiertheit der Befragten. Etwa 32 % der Besucher/innen, die angeben, mehr als sechsmal im Jahr in ein Museum oder in eine Ausstellung zu gehen, beurteilen die Informationsvermittlung bei der entsprechenden Führung als „zu knapp“. Umgekehrt sind lediglich ca. 10 % bzw. 21 % der „weniger versierten“ Besucher/innen, die höchstens einmal bzw. bis zu fünfmal pro Jahr eine Ausstellung besuchen, der entsprechenden Meinung bei der Beurteilung der durch die Führung vermittelten Informationen.

⁷² Sign.: 0.001; $\chi^2 = 19,085$.

⁷³ Mit ca. 24 % der Besucher/innen, die fast alle Texte gelesen haben, waren dies mehr als fünfmal so viele wie diejenigen der Vergleichsgruppe (im vorliegenden Fall diejenigen, die keinen Text gelesen hatten); Sign.: 0.000; $\chi^2 = 26,782$.

Schließlich gilt auch in diesem Zusammenhang die Annahme, daß die Beurteilung des Informationsgehaltes der jeweiligen Führung mit der Intensität des Besuches zusammenhängt. Es ist dann davon auszugehen, daß „Intensiv-“Besucher/innen, d.h. solche, die lange in der Ausstellung bleiben, viele Informationen aufnehmen auch bei Führungen ausführlichere Informationen nachfragen als die entsprechende Vergleichsgruppe. Die Überprüfung dieses Zusammenhangs ergibt zum einen, daß Besucher/innen, die mehr als zwei Stunden in der Ausstellung verweilen, die Informationsvermittlung bei den entsprechenden Führungen häufiger als „zu knapp“ einstufen als die Befragten, die nur bis zu eineinhalb Stunden in der Ausstellung verweilen (26 % vs. 13 %). Zum anderen zeigt das Ergebnis, daß diejenigen Besucher/innen, die (obwohl sie an einer Führung teilnahmen) fast alle Texte lesen und die somit einen „intensiven“ Ausstellungsrundgang bevorzugen, signifikant häufiger als die entsprechende Vergleichsgruppe bemängeln, der Informationsgehalt der entsprechenden Führung sei „zu knapp“.⁷⁴

3.5 Die Bewertung von infrastrukturellen Einrichtungen und Serviceleistungen

Im Rahmen der Besucherbefragung zur Landesausstellung in Ingolstadt wurde auch die Bewertung bestimmter infrastruktureller Einrichtungen und Serviceleistungen bei den Besucher/innen abgefragt. Im Vordergrund standen dabei vor allem Aspekte, die mit der Anreise zum Ausstellungsort zusammenhängen, wie etwa Ausschilderung, Parkmöglichkeiten usw. Aufgrund der Tatsache, daß die vorhandene Infrastruktur und der angebotene Service selten umfassend von allen Personen in Anspruch genommen werden, liegen in diesem Bereich meist nur die Bewertungen eines Teils der Befragten vor. Da eine Einschätzung der Qualität der entsprechenden Infrastruktureinrichtungen aber ohnehin nur möglich ist, wenn man sie auch nutzt, dürfte die Tatsache von fehlenden Antworten im vorliegenden Fall zum Großteil damit zusammenhängen, daß die jeweilige Serviceleistung bzw. infrastrukturelle Einrichtung von den Befragten nicht genutzt wurde und damit auch nicht bewertet werden kann.

⁷⁴ Mit ca. 36 % der Besucher/innen, die fast alle Texte gelesen haben, waren dies mehr als doppelt so viele wie diejenigen der Vergleichsgruppe (im vorliegenden Fall diejenigen, die keinen oder nur einige Text(e) gelesen hatten).

Von den angegebenen Infrastruktureinrichtungen und Serviceleistungen am besten bewertet wird die Wartezeit am Eingang der Landesausstellung. Ebenfalls noch gut benotet werden das Informationsangebot, die Parkmöglichkeiten und die Ausschilderung der Landesausstellung. Demgegenüber schlechter, mit einer „befriedigenden“ Gesamtbewertung schneiden die „Erholungsmöglichkeiten“ ab (vgl. hierzu nachfolgende Tabelle).

Tabelle 7: Bewertung von Infrastruktureinrichtungen und Serviceleistungen⁷⁵

| | 1 sehr gut | 2 gut | 3 befriedigend | 4 ausreichend | 5 mangelhaft | 6 ungenügend | Keine Angabe | Mittelwert |
|-------------------------------|---------------|--------------|-------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------|
| Ausschilderung | 372 40,8% | 287 31,5% | 94 10,3% | 46 5,0% | 30 3,3% | 21 2,3% | 61 6,7% | 1,99 |
| Wartezeiten | 648 71,1% | 126 13,8% | 37 4,1% | 16 1,8% | 7 0,8% | 17 1,9% | 60 6,6% | 1,42 |
| Informations- angebot | 403 44,2% | 316 34,7% | 86 9,4% | 23 2,5% | 4 0,4% | 6 0,7% | 73 8,0% | 1,72 |
| Erholungs- möglichkeiten | 119 13,1% | 233 25,6% | 194 21,3% | 125 13,7% | 92 10,1% | 64 7,0% | 84 9,2% | 3,04 |
| Parkmöglichkeiten | 368 40,4% | 184 20,2% | 79 8,7% | 36 4,0% | 7 0,8% | 21 2,3% | 216 23,7% | 1,84 |
| Pendelbus | 97 10,6% | 92 10,1% | 63 6,9% | 23 2,5% | 9 1,0% | 17 1,9% | 610 67,0% | 2,36 |
| Behindertenge- rechtigkeit | 131 14,4% | 136 14,9% | 67 7,4% | 38 4,2% | 20 2,2% | 21 2,3% | 498 54,7% | 2,36 |


 Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

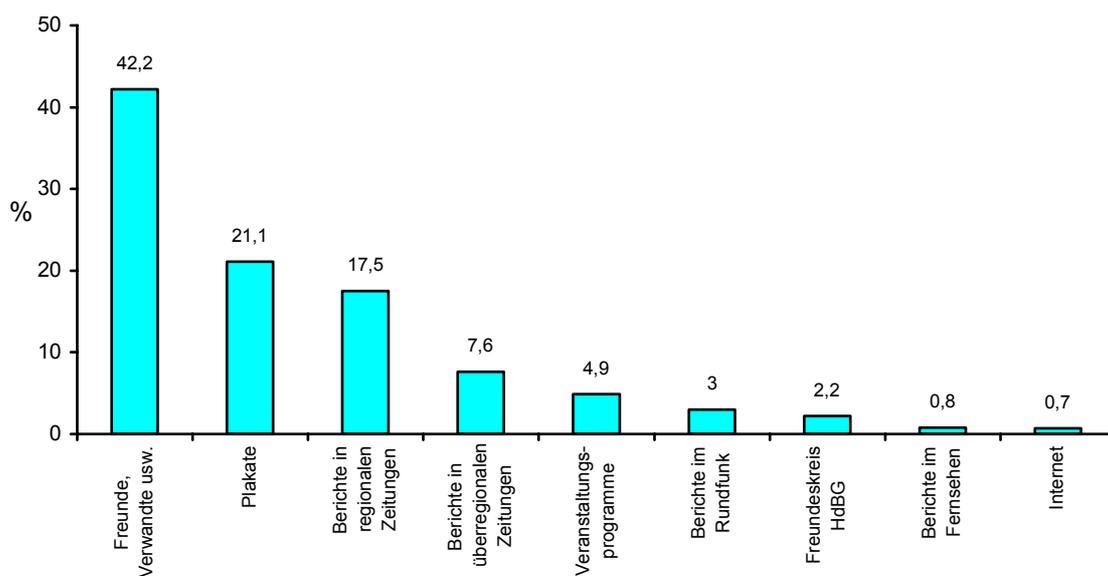
Die Bewertungen differieren am häufigsten bei den „Wartezeiten am Eingang“, den „Erholungsmöglichkeiten“ und den „Parkmöglichkeiten“. Erwähnenswerte Ergebnisse sind hier, daß (1) die jüngeren Besucher/innen diese Serviceleistung schlechter bewerten als die älteren Befragten, daß (2) das Ausstellungspublikum, das mit einer Gruppe in der Ausstellung ist, diese Angebote schlechter benotet als die jeweiligen Vergleichsgruppen und daß (3) die Besucher/innen der ersten Befragungswelle diese Serviceleistungen besser bewerten als die Befragten der zweiten und dritten Welle.

⁷⁵ Die angegebenen Mittelwerte berechnen sich aus der Bewertung von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend.

3.6 Die Bedeutung verschiedener Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch

Ebenfalls Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist die Frage, welches Medium die Besucher/innen auf die Ausstellung aufmerksam gemacht hat, welche Informationsquelle für sie am wichtigsten war. Als bedeutendste Informationsquelle stellt sich für die Befragten - im Gegensatz zu anderen Landesausstellungen - das unmittelbare soziale Umfeld der Befragten, d.h. die sog. „Mund-zu-Mund-“Propaganda über die persönlichen Beziehungen der Besucher/innen heraus. 42 % geben an, durch „Freunde, Verwandte, Bekannte oder Arbeitskollegen“ auf die Ausstellung aufmerksam geworden zu sein. Von Bedeutung sind bei der Landesausstellung 1998 in Ingolstadt auch die „Plakate“ (21 %). Nimmt man Berichte in regionalen und überregionalen Zeitungen zusammen, so spielt auch dieser Informationskanal eine bedeutende Rolle. Rund 25 % der Befragten geben an, durch entsprechende Zeitungsberichte von der Ausstellung erfahren zu haben. Alle weiteren Informationsquellen spielen bei der Ausstellung in Ingolstadt eine eher untergeordnete Rolle und folgen den drei oben genannten mit weitem Abstand (vgl. Grafik 61).

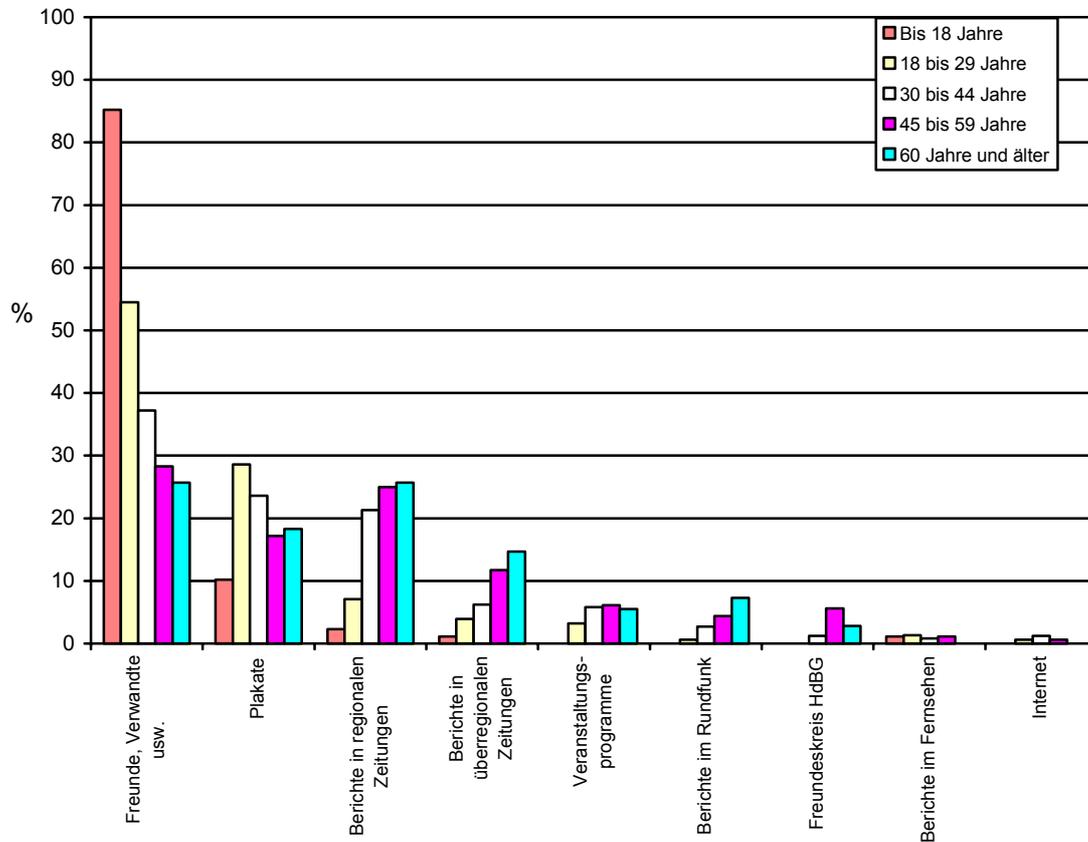
Grafik 61: Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch (Angaben in %)



Es ist anzunehmen, daß einzelne Informationsquellen für verschiedene Besuchergruppen eine durchaus unterschiedliche Bedeutung aufweisen. Zum Beispiel dürften Berichte über die Ausstellung in den Printmedien (und hier vor allem in den überregionalen Zeitungen) als Informationsquelle für die höhergebildeten, interessierten und versierten Besucher/innen eine größere Bedeutung haben als für die entsprechende Vergleichsgruppe, für die wohl eher das unmittelbare soziale Umfeld als Austausch- und Informationsquelle infrage kommt.

Im Ergebnis zeigt sich, daß diese Annahme durchaus begründet ist. Zunächst kann man festhalten, daß die älteren Befragten sehr viel häufiger als die jungen Besucher/innen angeben, „Berichte in regionalen und überregionalen Zeitungen“ hätten sie über die Ausstellung in Kenntnis gesetzt. So nennen 26 % der über 60-jährigen „Berichte in regionalen Zeitungen“ als Informationskanal, aber nur rund 2 % der bis 18-jährigen. Ein ähnliches Bild ergibt sich für die Berichterstattung in überregionalen Zeitungen. Etwa 15 % der über 60 Jahre alten Besucher/innen geben diese Informationsquelle an, während diese Form der Information demgegenüber nur für ca. 1 % der Besucher/innen bis zu einem Alter von 18 Jahren relevant ist. Umgekehrt gilt: Je jünger die Befragten, desto wichtiger ist das direkte soziale Umfeld aus Freunden, Verwandten usw. als Informationsquelle für die Ausstellung (vgl. Grafik 62).

Grafik 62: Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch nach Alter (Angaben in %) ⁷⁶



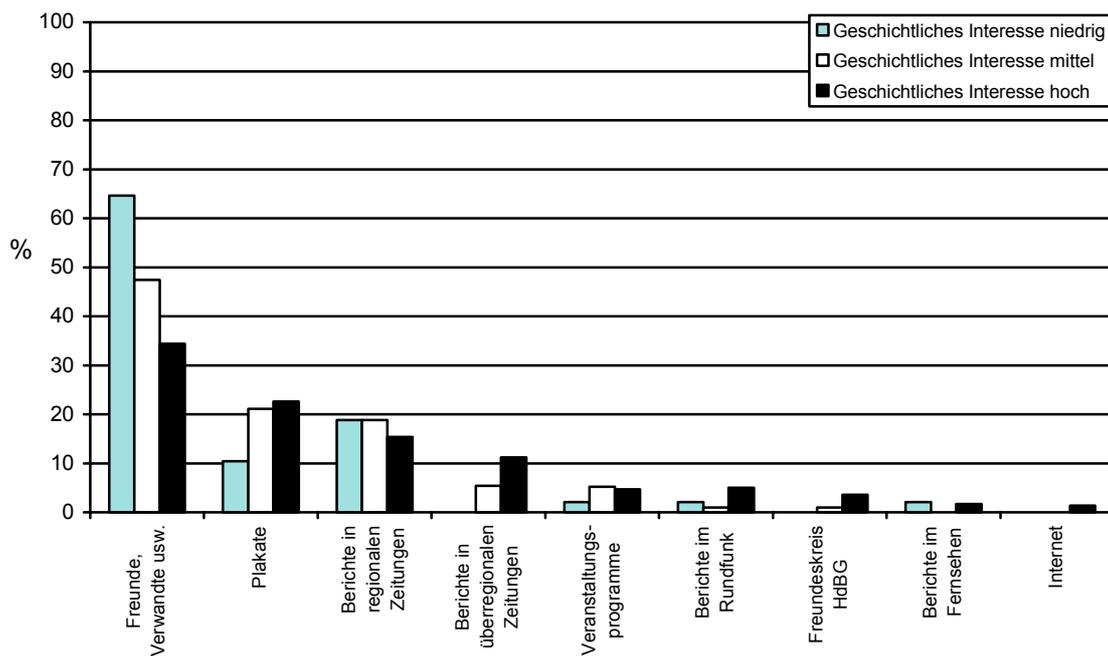
Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Auch für die höher gebildeten Besucher/innen spielt die Berichterstattung in Zeitungen - und hier vor allem in überregionalen Blättern - eine größere Rolle als Informationsquelle als für die Befragten mit niedrigen Bildungsabschlüssen (10 % vs. 3 %) Demgegenüber ist auch hier zu beobachten: Je niedriger der Bildungsabschluß der befragten Personen, umso wichtiger ist das direkte soziale Umfeld mit seiner sog. „Mund-zu-Mund-“Propaganda als Informationsbasis für den Ausstellungsbesuch. So nennen rund 47 % der Besucher/innen mit keinem oder Hauptschulabschluß diese Informationsquelle, aber nur etwa 37 % der Akademiker.

⁷⁶ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 165,074$.

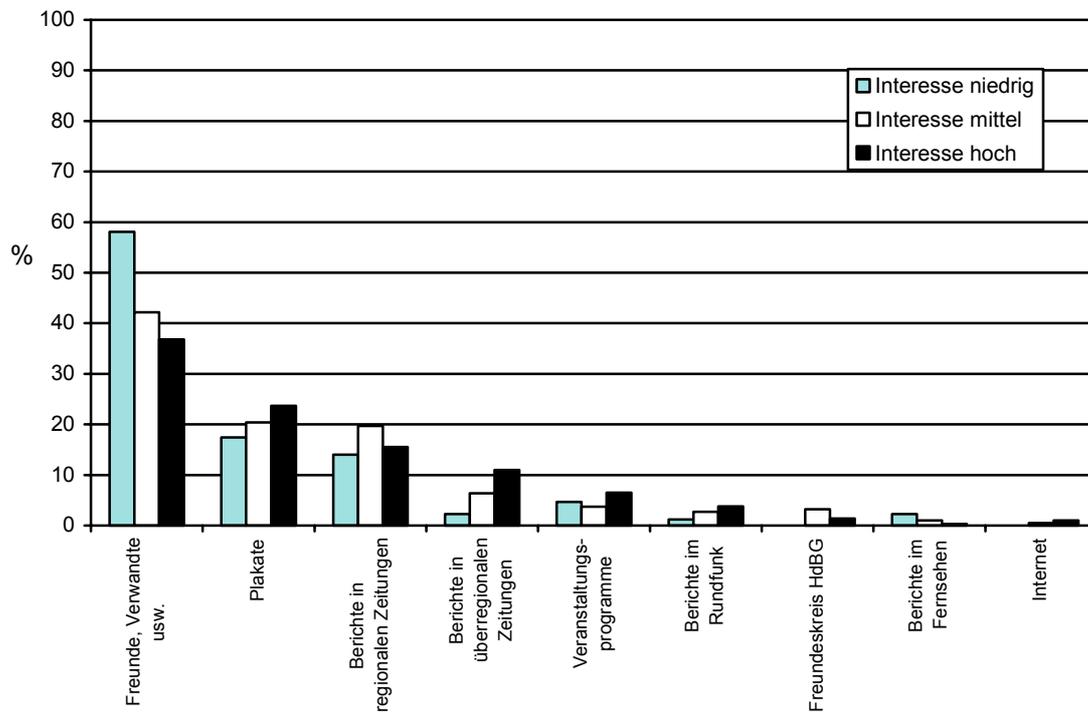
Besonders deutlich wird die unterschiedliche Relevanz der Informationsquellen, wenn man die Interessiertheit der Besucher/innen in die Analyse einbezieht. Es zeigt sich für zwei Dimensionen (Interesse an Geschichte sowie Interesse an Kunst und Malerei) das gleiche Muster. Für Besucher/innen mit hohem Interesse bzw. großen Kenntnissen stellen Berichte in den Printmedien (auch hier vor allem wieder in den überregionalen Ausgaben) eine bei weitem bedeutendere Informationsquelle dar, als für Befragte, die nach eigenem Bekunden in den genannten Bereichen eher niedrige Interessen bzw. Kenntnisse aufweisen. Umgekehrt gilt auch hier, daß die Befragten mit geringem Interesse bzw. wenigen Kenntnissen sehr viel häufiger das soziale Umfeld als Informationsbasis für den Ausstellungsbesuch angeben als die jeweilige Vergleichsgruppe (vgl. die beiden nachfolgenden Grafiken).

Grafik 63a: Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch und geschichtliches Interesse der Besucher/innen (Angaben in %)⁷⁷



⁷⁷ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 60,647$.

Grafik 63b: Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch und Interesse an Kunst und Malerei (Angaben in %) ⁷⁸

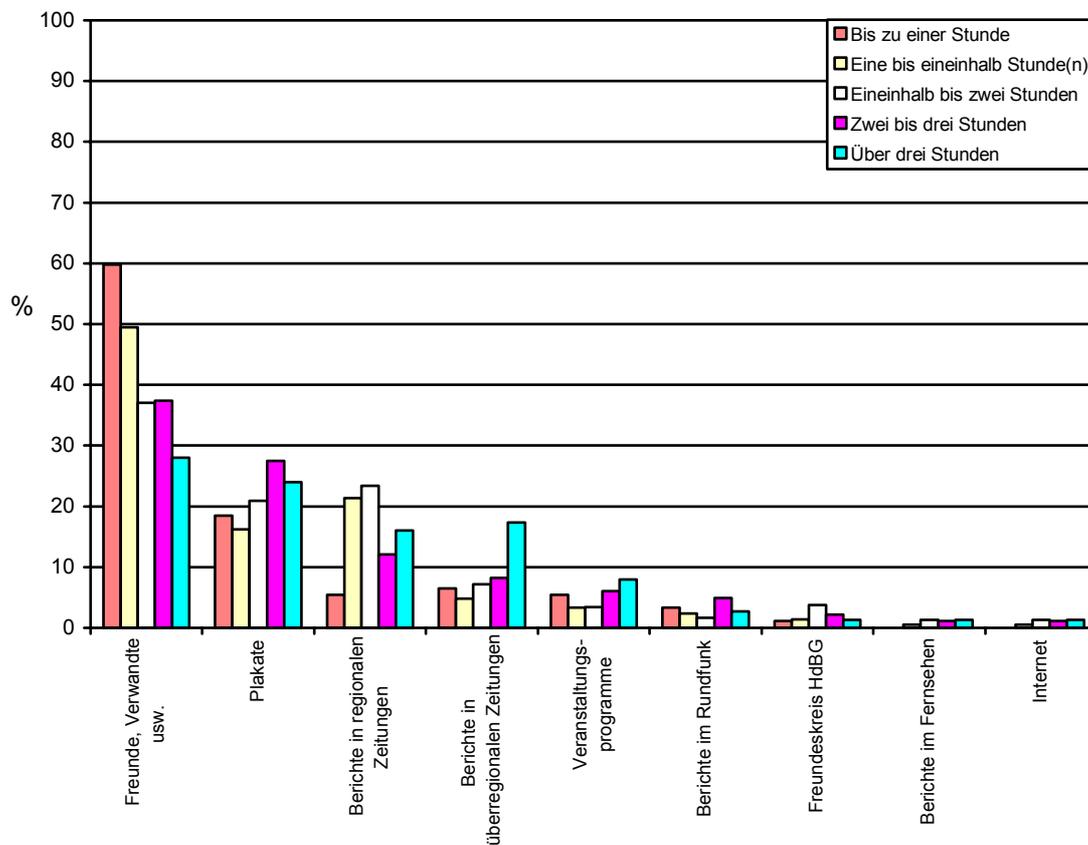


Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Die Analyse des Zusammenhangs der Art der Informationsquelle mit der Intensität des Ausstellungsbesuches ergibt, daß Befragte, die mehr als zwei Stunden in der Ausstellung verweilen und somit als „Intensiv-“Besucher/innen bezeichnet werden können, viel häufiger Berichte in den Printmedien als Hauptinformationsquelle für den Ausstellungsbesuch anführen als die Befragten, die nur bis zu einer Stunde in der Ausstellung verweilen. Des weiteren ist festzuhalten, daß diejenigen Befragten, die weniger als eine Stunde in der Ausstellung bleiben, wiederum öfter aus ihrem unmittelbaren sozialen Umfeld informiert werden als die sog. „Intensiv-“Besucher/innen (vgl. nachfolgende Grafik).

⁷⁸ Sign.: 0.007; $\chi^2 = 33,062$.

Grafik 64: Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch und Dauer des Ausstellungsbesuches (Angaben in %) ⁷⁹



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Zusammenfassend kann man nochmals festhalten, daß sich das Informationsverhalten der Besucher/innen vor allem an den Printmedien und dem unmittelbaren persönlichen, sozialen Umfeld differenziert. Es zeigt sich, daß die Printmedien (und hier vor allem die überregionalen Zeitungen und Zeitschriften) häufiger für das ältere, hochgebildete und interessierte „Intensiv-Besucher-“ Publikum als Informationsquelle für den Ausstellungsbesuch ausschlaggebend ist. Demgegenüber bildet das unmittelbare soziale Umfeld für die jüngeren, weniger gebildeten, mit geringerem Interesse bzw. geringeren Kenntnissen ausgestatteten Besucher/innen öfter die Informationsbasis für den Besuch der Landesausstellung 1998 in Ingolstadt.

⁷⁹ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 67,442$.

3.7 Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte

Ziel der vorliegenden Untersuchung war es, zu versuchen, von den Besucher/innen der Landesausstellung auch etwas über den Bekanntheitsgrad des Veranstalters (Haus der Bayerischen Geschichte) zu erfahren. Die Frage, ob man früher schon einmal vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört hat, beantworteten rund 61 % der Befragten mit „Ja“.

Ausgehend von der Tatsache, daß das Haus der Bayerischen Geschichte als Institution einen kulturellen und bildungspolitischen Auftrag wahrzunehmen hat, ist es in der Folge von Interesse, zu erfahren, welchem Personenkreis diese Kulturinstitution des Freistaates Bayern bekannt ist. Die Ergebnisse unserer Befragung zeigen zunächst, daß unter den älteren Besuchern der Anteil derer, die schon vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört haben, signifikant größer ist als unter den jüngeren Besucher/innen der Landesausstellung in Ingolstadt.⁸⁰

Nun ist in diesem Zusammenhang zu vermuten, daß der Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte sehr unterschiedlich gelagert ist. Versierte und interessierte „Intensiv-“Besucher/innen dürften - unter anderem auch aufgrund der Tatsache, daß sie häufiger Museen oder Ausstellungen besuchen - von der Existenz einer Kulturinstitution wie dem Haus der Bayerischen Geschichte in einem umfangreicheren Ausmaß wissen als die weniger interessierten und versierten Besucher/innen der Landesausstellung. Im Ergebnis zeigt sich dann auch zum einen, daß das Haus der Bayerischen Geschichte den versierten Museumsbesucher/innen tatsächlich bekannter ist als den Befragten, die eher selten Ausstellungen oder Museen besuchen. So kennen 88 % der Besucher/innen mit mehr als zwölf jährlichen Museumsaufenthalten, aber lediglich 38 % der entsprechenden Vergleichsgruppe mit höchstens einem Ausstellungsbesuch pro Jahr das Haus der Bayerischen Geschichte.⁸¹

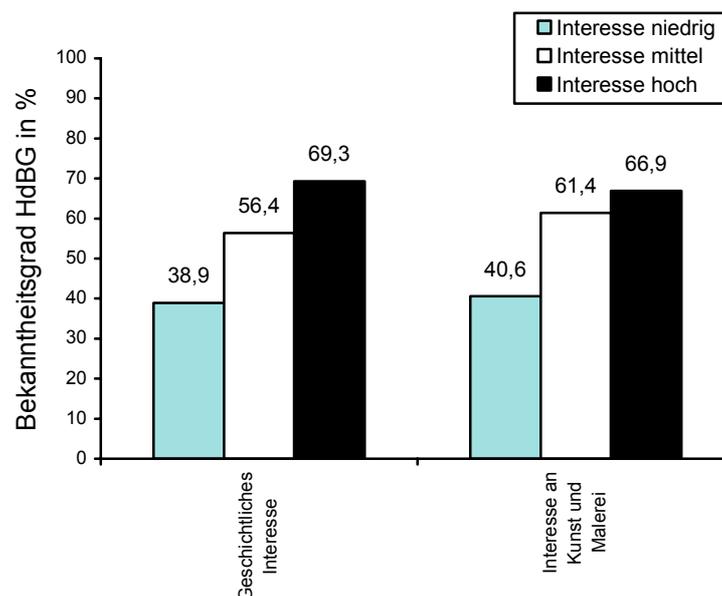
Es ist zum anderen festzuhalten, daß auch Befragte, die angeben, ein hohes Interesse an Geschichte allgemein bzw. an Kunst und Malerei zu haben, das Haus der Bayerischen Geschichte signifikant öfter kennen. Rund 69 % der Befragten mit großem Interesse an der Geschichte allgemein sowie etwa 67 % der Befragten, die nach eigener Angabe ein hohes Interesse an Kunst und Malerei

⁸⁰ So kennen zwar 88 % der über 60-jährigen Befragten das Haus der Bayerischen Geschichte, aber nur rund 28 % der Besucher/innen bis 18 Jahre; Sign.: 0.000; $\chi^2 = 119,821$.

⁸¹ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 28,564$.

haben, haben bereits vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört. Umgekehrt zeigt sich, daß jeweils nur ca. 39 % bzw. 41 % der entsprechenden Vergleichsgruppen mit niedrigem Interesse das Haus der Bayerischen Geschichte kennen (vgl. nachfolgende Grafik).⁸²

Grafik 65: Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte (hier: „Habe vom HdBG gehört“) und Interessen und Kenntnisse der Besucher (Angaben in %)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Die Analyse des Zusammenhangs des Bekanntheitsgrades des Hauses der Bayerischen Geschichte mit der Intensität des Ausstellungsbesuches erfolgt über die Besuchsdauer. Es zeigt sich, daß Befragte, die mehr als zwei Stunden in der Ausstellung verweilen und somit als „Intensiv-“Besucher/innen bezeichnet werden können, häufiger angeben, vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört zu haben als diejenigen Befragten, die sich nur bis zu einer Stunde in der Ausstellung aufhalten (70 % vs. 39 %).⁸³

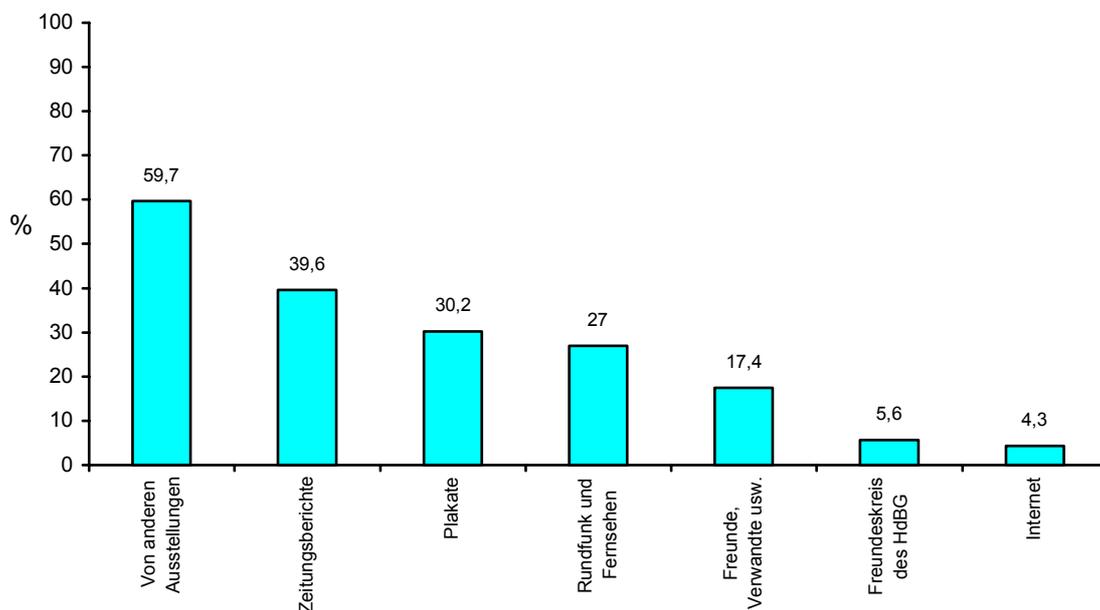
⁸² Geschichtliches Interesse: Sign.: 0.000; $\chi^2 = 25,834$; Interesse an Kunst und Malerei: Sign.: 0.000; $\chi^2 = 21,267$.

⁸³ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 30,194$.

Bemerkenswert ist - gerade im Zusammenhang mit dieser Ausstellung - auch, daß die Besucher signifikant häufiger angeben, vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört zu haben, als die Besucherinnen (74 % vs. 57 %).

Um die allgemeine Frage nach der Bekanntheit etwas verbindlicher zu machen und somit zu präzisieren, wurden die Ausstellungsbesucher/innen auch danach befragt, woher sie vom Haus der Bayerischen Geschichte wissen. Unsere Ergebnisse zeigen, daß sie das Haus der Bayerischen Geschichte vor allem im Rahmen anderer Ausstellungen kennengelernt haben (rund 60 %). Eine weitere, allerdings nur annähernd so bedeutende Rolle, spielen Zeitungs- (ca. 40 %) sowie Rundfunk- und Fernsehberichte (rund 27 %). Auch die Plakate spielen mit knapp 30 % der Nennungen eine relativ große Rolle spielen. Dies ist umso erstaunlicher, da sie als Informationsmedium für den Ausstellungsbesuch selbst eine nicht so bedeutende Stellung einnehmen.

Grafik 66: Bedeutung von verschiedenen Aspekten für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte
 (Mehrfachantworten möglich; Angaben in %; N = 533)



Es ist anzunehmen, daß für den Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte einzelne Aspekte für verschiedene Besuchergruppen eine durchaus unterschiedliche Bedeutung aufweisen. Berichte in den Medien dürften zum Beispiel für die höhergebildeten, interessierten und versierten Besucher/innen eine größere Bedeutung haben als für die entsprechende Vergleichsgruppe, für die in diesem Zusammenhang wohl eher wieder das unmittelbare soziale Umfeld infrage kommt.

Im Ergebnis zeigt sich, daß diese Annahme begründet ist. Zunächst kann man festhalten, daß die älteren Befragten sehr viel häufiger als die jungen Besucher/innen angeben, vom Haus der Bayerischen Geschichte in Zeitungsberichten gelesen zu haben. So nennen 22 % der über 60-jährigen Zeitungsberichte als Quelle für die Bekanntheit des Hauses der Bayerischen Geschichte, aber nur 14 % der bis 18-jährigen. Umgekehrt gilt: Je jünger die Befragten, desto eher wissen sie über das direkte soziale Umfeld durch Freunde, Verwandte usw. vom Haus der Bayerischen Geschichte (16 % der bis 18-jährigen, aber nur 3 % der über 60-jährigen Befragten).

Festzuhalten ist des weiteren, daß sich die genannten Aspekte zur Bekanntheit des Hauses der Bayerischen Geschichte vor allem bezüglich derjenigen Besucher/innen differenzieren, die ein bekundet hohes Interesse an Geschichte allgemein haben. So haben ca. 34 % der Befragten mit großem Interesse an der Geschichte vom Haus der Bayerischen Geschichte bereits im Rahmen anderer Ausstellungen gehört. Umgekehrt zeigt sich, daß nur rund 18 % der entsprechenden Vergleichsgruppe mit niedrigem geschichtlichen Interesse vom Haus der Bayerischen Geschichte im Rahmen anderer Ausstellungen gehört haben.

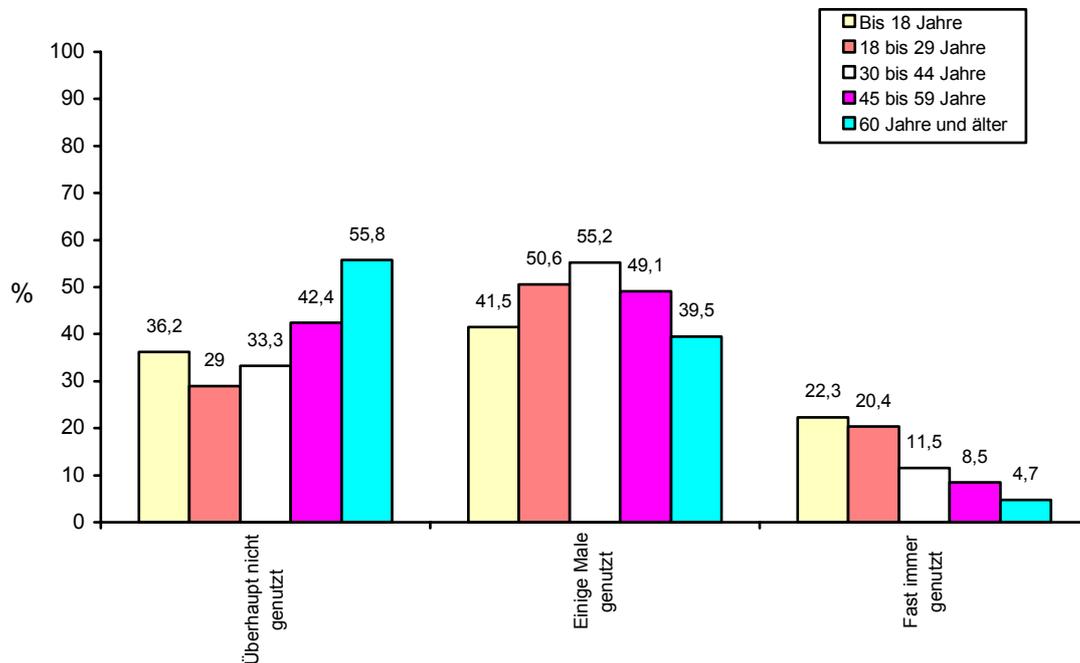
3.8 Die Nutzung neuer Medien in der Landesausstellung in Ingolstadt

In der Museumslandschaft wird gegenwärtig immer wieder der Einsatz neuer Medien (Computer usw.) im Rahmen von Ausstellungskonzeptionen diskutiert. In vielen Ausstellungen werden inzwischen auch moderne Medien eingesetzt, um zusätzliche Bilder und Informationen anzubieten. Auch das Haus der Bayerischen Geschichte greift bei seinen Ausstellungen mehr und mehr auf diese Möglichkeit zurück. Es ist daher von Interesse, zu erfahren, inwieweit die Besucher/innen der Landesausstellung in Ingolstadt die zum Einsatz kommenden Techniken genutzt haben. Das Ergebnis unserer Untersuchung zeigt, daß die Hälfte aller Befragten die Hörstationen und fast 60 % die Computer in der Ausstellung be- und genutzt haben. Es ist anzunehmen, daß sich die Nutzung nach bestimmten soziodemographischen Merkmalen differenziert. So ist etwa zu vermuten, daß jüngere Befragte aufgrund der ihnen unterstellten größeren Affinität zu modernen Techniken diese auch eher nutzen, als etwa ältere Personen, die gegenüber den entsprechenden Techniken oft eine höhere Hemmschwelle aufweisen usw.

3.8.1 Nutzung der Computer bei der Landesausstellung 1998

Unsere Ergebnisse zeigen, daß die jüngeren Besucher/innen häufiger die in der Ausstellung vorhandenen Computer nutzen als die älteren Befragten. Die nachfolgende Grafik stellt dies genauer dar.

Grafik 67: Nutzung der Computer in der Ausstellung und Alter der Besucher/innen (Angaben in %)



Sozialwissenschaftliches Institut München
 Besucherbefragung 'Geschichte der Frauen in Bayern'
 München, 1999

Des weiteren zeigen die Ergebnisse der Befragung, daß lediglich rund 60 % der Frauen, aber gut 70 % der Männer die Computer in der Ausstellung genutzt haben.

Auch die Intensivbesucher/innen benutzen die in den Ausstellungsräumen aufgestellten Computer häufiger als die Kurzbesucher/innen. So nutzen etwa 88 % der Befragten, die über drei Stunden in der Ausstellung verweilen die Computer, aber nur etwa 45 % derjenigen, die nur bis zu einer Stunde in der Ausstellung waren.⁸⁴

Ein erstaunliches Ergebnis ergibt sich bezüglich der Motivationsstruktur der Befragten. Hier ist anzunehmen, daß Besucher/innen mit einer interessengeleiteten Motivation die zusätzlichen Angebote, die über die Computer in der Ausstellung zur Verfügung gestellt werden, häufiger nutzen. Die Ergebnisse unserer Befragung zeigen jedoch, daß die Befragten mit interessengeleiteter Moti-

⁸⁴ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 63,288$.

vationsstruktur die Computer weniger oft benutzen als die entsprechende Vergleichsgruppe (59 % vs. 71 %).

3.8.2 Nutzung der Hörstationen bei der Landesausstellung 1998

Auch die Nutzung der Hörstationen hängt von soziodemographischen und anderen wichtigen Merkmalen der Besucher/innen ab. Unsere Ergebnisse zeigen etwa, daß die habituellen Besucher/innen die Hörstationen in der Ausstellung eher frequentieren als die Gelegenheitsbesucher/innen. So benutzen 68 % der Befragten, die zwölfmal und häufiger im Jahr eine Ausstellung besuchen, die vorhandenen Hörstationen, aber nur 3 % der Besucher/innen, die höchstens einmal im Jahr in ein Museum oder eine Ausstellung gehen.⁸⁵

Auch Besucher/innen mit einem hohem geschichtlichem Interesse bzw. einem hohen Interesse an Kunst und Malerei greifen häufiger auf die zusätzlichen Informationen zu, die über die Hörstationen zur Verfügung stehen, als die Befragten mit jeweils niedrigem Interesse. Es nutzen 56 % des Publikums mit hohem geschichtlichem und 54 % der Befragten mit hohem Interesse an Kunst und Malerei, aber nur 18 % bzw. 34 % der jeweiligen Vergleichsgruppe die in der Ausstellung aufgebauten Hörstationen.

Des weiteren zeigen die Ergebnisse, daß 74 % der Intensivbesucher/innen (über drei Stunden Ausstellungsbesuch), aber nur 36 % der Befragten, die sich lediglich bis zu einer Stunde in der Ausstellung aufhalten, auf die Hörstationen zugreifen.⁸⁶

Schließlich ist auch bezüglich der Benutzung der Hörstationen ein geschlechtsspezifischer Effekt festzuhalten: Besucher greifen häufiger darauf zu als Besucherinnen (58 % vs. 48 %).

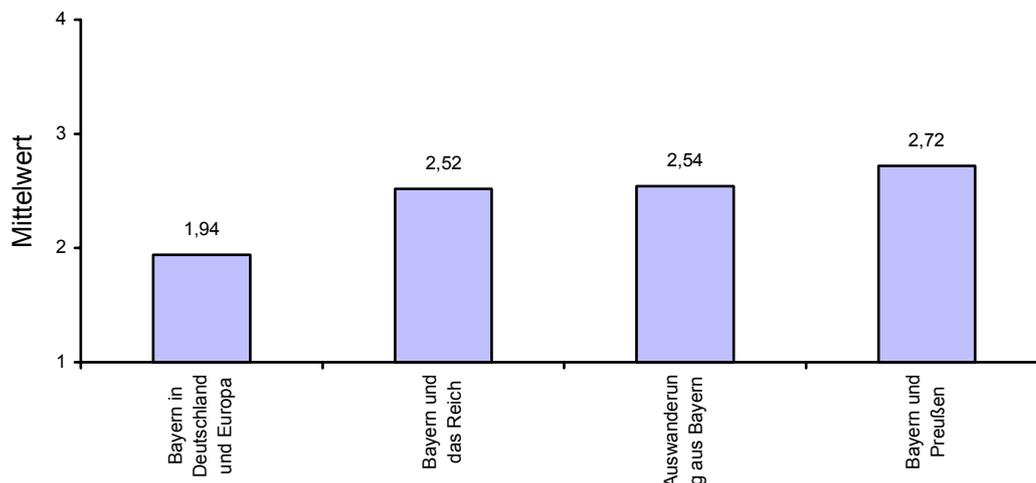
⁸⁵ Sign.: 0.017; $\chi^2 = 15,531$.

⁸⁶ Sign.: 0.000; $\chi^2 = 75,003$.

3.9 Das Interesse an bestimmten Ausstellungsthemen

Das Haus der Bayerischen Geschichte plant für die kommenden Jahre weitere große bayerische Landesausstellungen. Die Befragung der Besucher/innen der Landesausstellung 1998 soll deshalb auch erfassen, welche Themen für diese zukünftigen Ausstellungen als besonders interessant empfunden werden. Auf das meiste Interesse stößt das Thema „Bayern in Deutschland und Europa“. Rund 46 % der Besucher/innen setzten es auf Platz 1 ihrer subjektiven Bewertung. Etwa 24 % (Nennungen Rang 1) der Befragten finden das Thema „Auswanderung aus Bayern (vom 18. Jahrhundert bis heute)“ interessant. Das Thema der diesjährigen Landesausstellung „Bayern und Preußen“ stößt bei etwa 21 % der Ingolstädter Besucher/innen auf das größte Interesse. Etwas weniger interessant finden die Befragten das Thema „Bayern und das Reich“ (von ca. 19 % auf Platz 1 gesetzt). Betrachtet man das Ergebnis hinsichtlich aller vergebenen Rangziffern, so schneidet auch hier das Thema „Bayern in Deutschland und Europa“ am besten ab.

Grafik 68: Interesse an Ausstellungsthemen für zukünftige Landesausstellungen (Mittelwerte nach Rangplätzen 1 bis 4)



Es ist anzunehmen, daß das Interesse an bestimmten Ausstellungsthemen von verschiedenen Besuchermerkmalen abhängig ist. Die Analyse zeigt auch teilweise unterschiedliche Bewertungen der einzelnen Themen in Abhängigkeit von soziodemographischen und anderen wichtigen Merkmalen.

Die Analyse ergibt lediglich geschlechtsspezifische Unterschiede bezüglich des Interesses an den genannten Ausstellungsthemen. Es läßt sich festhalten, daß die Besucher/innen mehr Interesse an den Themen „Bayern in Deutschland und Europa“ (Mittelwert 1,89 gegenüber 2,09 der Männer)⁸⁷ sowie „Auswanderung aus Bayern“ (2,46 vs. 2,78)⁸⁸ zeigen als die Männer. Diese wiederum finden die Ausstellungsthemen „Bayern und Preußen“ (2,47 gegenüber 2,80)⁸⁹ sowie „Bayern und das Reich“ (2,36 vs. 2,57)⁹⁰ interessanter als die Besucherinnen.

3.10 Einstellungen zur Geschlechtsrollendifferenzierung

Das Ausstellungsthema legte es nahe, Einstellungen der Besucher/innen hinsichtlich der Rollen von Frauen und Männern sowie deren Differenzierung zu erfassen. Wir haben dazu Teile einer sechsstufigen Einstellungsskala zu diesem Thema aus dem ZUMA-Itemhandbuch verwendet und die Befragten gebeten, anzugeben, inwieweit sich diese sieben Aussagen mit ihrer persönlichen Meinung decken. Um zu prüfen, ob alle Aussagen die Dimension der Geschlechtsrollendifferenzierung abbilden und richtig messen, wurde eine Faktorenanalyse durchgeführt, die im Ergebnis zeigt, daß alle sieben Variablen auf einem Faktor laden, also die gleiche Dimension darstellen.

Ganz allgemein kann man festhalten, daß die Besucher/innen mit überwältigender Mehrheit eine Loslösung der Frauen von den zugeschriebenen weiblichen Rollenmustern als persönliche Meinung formulieren (vgl. nachfolgende Grafik).⁹¹

⁸⁷ Sign.: 0,032; Eta² = 0,007.

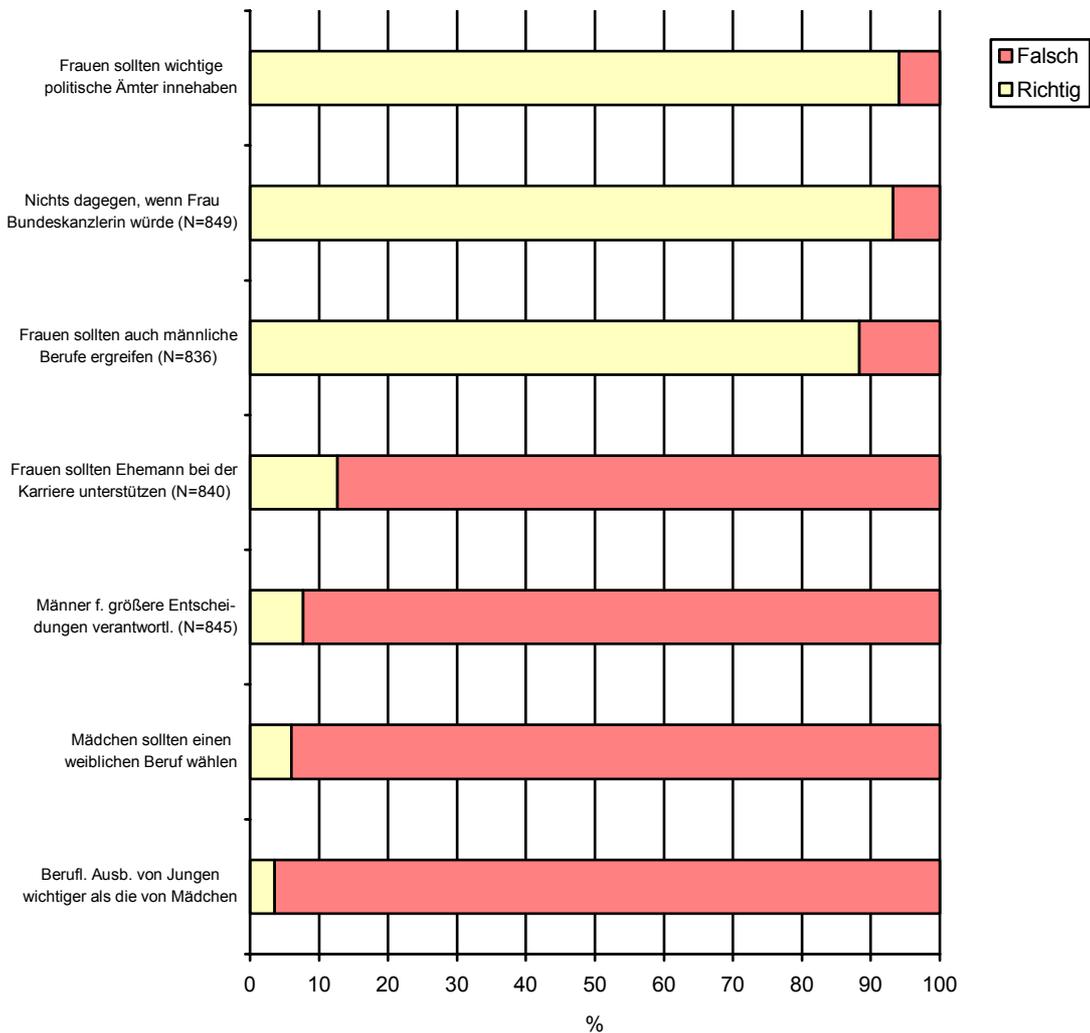
⁸⁸ Sign.: 0,001; Eta² = 0,015.

⁸⁹ Sign.: 0,001; Eta² = 0,016.

⁹⁰ Sign.: 0,018; Eta² = 0,008.

⁹¹ Für diese Analyse wurden die Ausprägungen „sehr falsch“, „falsch“ und „eher falsch“ zur Kategorie „falsch“ zusammengefaßt. Die Ausprägungen „sehr richtig“, „richtig“ und „eher richtig“ bilden die neue Kategorie „richtig“.

Grafik 69: Einstellungen gegenüber Geschlechtsrollen (Angaben in %)



Im folgenden stellt sich vor allem die Frage, ob es hinsichtlich der Einstellung gegenüber der Geschlechtsrollendifferenzierung entscheidende Unterschiede festzustellen sind, wenn man die entscheidenden soziodemographischen Variablen Geschlecht, Alter und Bildung in die Analyse einbezieht. Es ist etwa anzunehmen, daß etwa Frauen umfassender der Meinung Ausdruck verleihen, Frauen sollten vermehrt wichtige politische Ämter bekleiden, als die befragten Männer usw.. Es zeigt sich für alle Einstellungsvariablen durchgängig eine hoch signifikant andere Bewertung der Frauen.

Besucherinnen finden es in stärkerem Maße richtig, daß

- Frauen vermehrt politische Ämter innehaben sollten,
- nichts gegen eine Bundeskanzlerin einzuwenden sei und
- Frauen auch traditionell männliche Berufe ergreifen sollten.

Demgegenüber halten sie es in größerem Ausmaß als die befragten Männer für falsch, daß

- es für Frauen wichtiger sei, den Ehemann bei seiner Karriere zu unterstützen als selbst Karriere zu machen,
- Männer in der Familie für alle größeren Entscheidungen verantwortlich und zuständig sein sollten,
- man Mädchen raten sollte, einen weiblichen Beruf zu ergreifen und
- berufliche Ausbildung von Jungen wichtiger sein sollte als die von Mädchen.

Ähnliche signifikante Effekte zeigen sich für das Alter und den Bildungsstand der Besucher/innen, wobei die älteren bzw. hochgebildeten Befragten die gleiche Argumentationsstruktur aufweisen wie die Frauen (siehe oben).

3.11 Geschlechtsspezifische Attribuierungen aus der Sicht der Besucher/innen

Nachdem die Ausstellung vom Ansatz her versuchte, die Geschichte der Frauen als sich laufend erneuernde Konstruktion aus Bruchstücken der Vergangenheit erfahrbar zu machen, war es interessant zu erfahren, wie die Besucher/innen - nach der Rezeption der Ausstellung geschlechtsspezifische Attribuierungen vornehmen. Dazu wurde den Befragten ein semantisches Differential zur Einschätzung vorgelegt. Beim semantischen Differential (Polaritätsprofil, Eindrucksdifferential) handelt es sich um ein Skalierungsinstrument zur Messung der konnotativen Bedeutung bzw. der affektiven Qualitäten beliebiger Objekte oder Begriffe (wie z.B. dein Vater, die Schule, ein Konservativer, die Vereinten Nationen usw.).⁹² Unser semantisches Differential bestand aus 17 fünfstufigen bipolaren Rating-Skalen, auf denen das Urteilsobjekt (Frauen) eingestuft werden sollte. Da das semantische Differential bei unvorbereiteten Befragten erfahrungsgemäß zuweilen auf Akzeptanzprobleme stößt, weil die

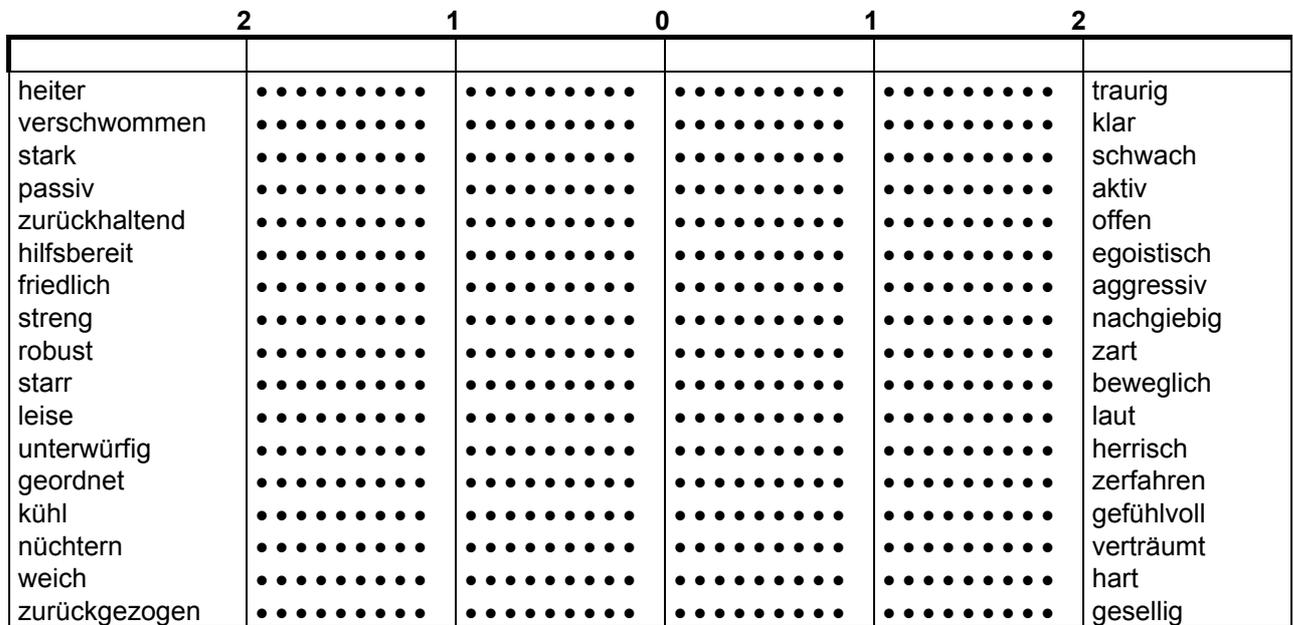
⁹² Das semantische Differential wurde von Osgood u.a. entwickelt und von Hofstätter im deutschen Raum eingeführt. Zum semantischen Differential vgl. deshalb auch Osgood, C.E. u.a. (1957): *The Measurement of Meaning*. Urbana, Ill.: University of Illinois Press. sowie Hofstätter, P.R. (1977): *Persönlichkeitsforschung*. Stuttgart: Kröner.

geforderten Urteile sehr ungewohnt sind, wurden die Besucher/innen von uns deshalb bereits in der Instruktion darauf hingewiesen, und zwar mit dem Hinweis: „Bei einigen Adjektiven wird es Ihnen vielleicht schwer fallen, ein Urteil zu treffen. Antworten Sie trotzdem einfach so, wie es Ihrem spontanen Gefühl am ehesten entspricht. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten! Wir interessieren uns für Ihren ganz persönlichen Eindruck.“

Die Gesamteinschätzung der Besucher/innen ergibt für die Zuschreibung der Eigenschaften folgendes Ergebnis: Wie nicht anders zu erwarten ist für einige Adjektive eine eindeutige Tendenz und damit Zuschreibung der Charakteristika möglich. Frauen sind demnach nach Meinung aller Befragten hilfsbereit, stark, gefühlvoll, beweglich, friedlich, gesellig und heiter. Die Zuschreibung aller anderen Attribute bewegt sich um den Mittelpunkt des Polaritätenprofils, was darauf hinweist, daß die Befragten bezüglich dieser Eigenschaften zu keiner eindeutigen Entscheidung kamen. Die nachfolgende Grafik zeigt die Ergebnisse für alle 17 Attribute insgesamt.

Grafik 70: Polaritätenprofil (Besucher/innen insgesamt)

Frauen sind ...



4. Zusammenfassung

Die Begleitung der Landesausstellung 1998 durch eine Besucherbefragung ist eingebettet in eine Langzeitstudie, die vom Sozialwissenschaftlichen Institut München zusammen mit dem Haus der Bayerischen Geschichte konzipiert wurde. Diese Langzeitstudie soll zum einen die lückenhaften Kenntnisse über Museums- und Ausstellungsbesucher/innen in komparativ-systematischer Weise verbessern. Zweitens sollen Informationen über das Ausstellungspublikum gewonnen werden und drittens geht es darum zu ermitteln, wie die Ausstellung vom breiten Publikum aufgenommen wird und welche neuen Informationen die Ausstellung vermitteln kann.

Dazu wurden in drei Wellen insgesamt 911 Besucher/innen befragt, die im Ausgangsbereich der Ausstellung nach einem Zufallsverfahren ausgewählt wurden. Insgesamt haben sich 59 % der angesprochenen Besucher/innen an der Untersuchung beteiligt. Die durchschnittliche Befragungsquote für alle drei Wellen lag bei rund 7 %.

Im Vergleich zur bundesdeutschen Bevölkerung sind bei den Befragten vor allem die Altersgruppen der 18- bis 29jährigen und der 30- bis 44jährigen überproportional vertreten. Das Durchschnittsalter der Besucher/innen beträgt ca. 39 Jahre.

Die Verteilung von männlichen und weiblichen Besuchern in der Stichprobe zeigt, daß weitaus mehr Frauen als Männer die Ausstellung besucht haben, und daß auch im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung die Frauen im Ausstellungspublikum stärker vertreten waren. Dieser Geschlechtsbias ist in engem Zusammenhang mit dem Ausstellungsthema zu sehen.

Die Besucher/innen der Landesausstellung 1998 sind im Vergleich zur deutschen Bevölkerung überdurchschnittlich hoch gebildet. Dies liegt im wesentlichen daran, daß Höhergebildete, wie die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung zeigen, im allgemeinen häufiger Ausstellungen und Museen besuchen. Erwähnenswert ist, daß es der Landesausstellung in Ingolstadt (neben der Landesausstellung 1995 „Salz Macht Geschichte“ und der Landesausstellung 1997 in Coburg) gelungen ist, mehr Besucher/innen mit niedrigen bzw. mittleren Bildungsabschlüssen anzulocken, als anderen (Landes-)Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.

Von der beruflichen Stellung her bilden Angestellte (30 %), sich in Ausbildung befindliche Personen (24 %) und Beamte (16 %) die stärksten Besuchergruppen.

Es ist festzuhalten, daß es dem Haus der Bayerischen Geschichte mit der Landesausstellung in Ingolstadt gelungen ist, „weitere Kreise“ der Gesellschaft anzusprechen.

Ein weiteres soziodemographisches Merkmal, das in vorliegender Untersuchung erhoben wurde, ist die Mitgliedschaft in Organisationen. Rund 21 % der Befragten gehören keiner Organisation (Gewerkschaften, Parteien, Vereine usw.) an. Der größte Anteil der befragten Besucher/innen (34 %) ist Mitglied eines Turn- und Sportvereins. Rund 26 % gehören einer beruflichen Organisation an und knapp 23 % sind Mitglied in kirchlichen Vereinen/Verbänden.

Ihr geschichtliches Interesse bezeichnen rund 45 % der Befragten als hoch. Geringer wird dagegen das Interesse an Kunst und Malerei (ca. 38 % als „hoch“) eingeschätzt.

Als bedeutendste Anregung zum Besuch der Landesausstellung wird von den Befragten das „Interesse an der Geschichte der Frauen allgemein“ genannt (rund 64 %). Etwa 11 % der Befragten sind dagegen „eher zufällig“ in der Ausstellung. Ein Vergleich zwischen interessengeleiteten und nicht interessengeleiteten Gründen für den Besuch der Ausstellung zeigt, daß etwa ein Viertel des Publikums nicht spezifisch interessengeleitete Motive für diesen angibt (Neugierde, Tourist/in, eher zufällig hier).

Den Kern des Ausstellungspublikums bildet ein relativ hoch gebildeter, engagierter, historisch sowie an bildender Kunst interessierter und informierter Personenkreis mittleren Alters. Darüber hinaus konnten aber gerade aus der unmittelbaren Umgebung des Ausstellungsortes selbst „breitere Kreise“ der Bevölkerung angesprochen sowie Personen erreicht werden, die im allgemeinen nicht so oft in Ausstellungen gehen. In diesem Zusammenhang muß auch noch einmal auf die vortreffliche Wahl des Ausstellungstitels verwiesen werden, der ebenfalls dazu beigetragen hat, ein Ausstellungspublikum zu gewinnen, das ansonsten diese Landesausstellung vielleicht nicht besucht hätte. Anzumerken ist, daß die Struktur der Befragten zu den jeweiligen Befragungszeiträumen zum Teil unterschiedlich war.

Die Befragung zur Landesausstellung 1998 des Hauses der Bayerischen Geschichte hat auch den Herkunfts- bzw. Wohnort der Besucher/innen erfaßt. Dadurch ist es möglich, das Einzugsgebiet der Ausstellung darzustellen. Jede(r) vierte Befragte stammt aus der unmittelbaren Umgebung des Ausstellungsortes und etwa jede(r) dritte Besucher/in kommt aus dem übrigen Bayern. Der Anteil der bayerischen Bevölkerung am Gesamtpublikum beträgt insgesamt fast 90 %. Damit liegt dieser Anteil deutlich höher als bei anderen Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte. Zu erklären ist dies zum Teil wohl mit dem „bayerischen Thema“ der Ausstellung. Nur rund 3 % des Ausstellungspublikums kommen nicht aus Bayern. Das im Titel angesprochene „regionale“ Ausstellungsthema „Geschichte der Frauen in Bayern“ findet somit seine Entsprechung in der regionalen (und geschlechtsspezifischen) Verteilung des Publikums.

Das Verhalten der Besucher/innen betreffend hat die Befragung erhoben, wie oft die Befragten im allgemeinen Ausstellungen besuchen, ob sie allein oder in Begleitung durch die Ausstellung gehen, welche Besucher/innen an Führungen teilnehmen, in welchem Umfang Texttafeln in Anspruch genommen werden usw.

Wieviel Prozent der deutschen Bevölkerung Museen oder Ausstellungen besuchen, ist nicht bekannt. Unabhängig davon ist festzuhalten, daß rund 17 % der Befragten höchstens einmal im Jahr in Ausstellungen gehen. Etwa 61 % geben an, zwei- bis fünfmal im Jahr Ausstellungen zu besuchen. Jede(r) fünfte Befragte kann als „versierte(r) Ausstellungsbesucher/in“ bezeichnet werden. 18 % sagen nämlich, daß sie alle ein bis zwei Monate in Ausstellungen gehen und 4 % besuchen sogar mehrmals monatlich eine Ausstellung. Auch bei dieser Landesausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte liegt damit aber der Anteil der sog. „habituellen Besucher/innen“ noch (weit) unter dem, der in anderen Studien festgestellt wurde. Mit rund einem Fünftel der Besucher/innen ist inzwischen ein konstanter Anteil von Gelegenheitsbesucher/innen bei den Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte anzutreffen.

Außerhäusliche Kulturaktivitäten - wie Ausstellungsbesuche - erfolgen zum Großteil in geselliger Art und Weise, d.h. in Begleitung anderer Personen. 62 % der befragten Besucher/innen haben die Landesausstellung mit dem (Ehe-) Partner, mit Freunden, Verwandten, Bekannten oder Arbeitskollegen zusammen besucht. Jede(r) achte Befragte (12 %) ist hingegen alleine gekommen. Der

Anteil von Gruppenbesucherinnen und -besuchern (vorwiegend Schulklassen, Reisegruppen, Kulturvereine usw.) beträgt rund 26 %. Hervorzuheben ist an dieser Stelle, daß der Anteil der Gruppenbesucher bei dieser Landesausstellung relativ hoch ist. Er ist in der Regel fast doppelt so hoch wie bei anderen Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte.

Von den insgesamt 38.810 Besuchern haben 15.704 an Führungen teilgenommen, das sind rund 40 % aller Besucher/innen. Auch in unserer Stichprobe ist der Anteil der befragten Personen, die an einer Führung teilnahmen annähernd gleich hoch. Die Personen, die mit einer Gruppe zur Ausstellung kommen, nehmen sehr viel häufiger an einer Führung teil als die anderen Besuchergruppen. Interessant ist des weiteren auch der Aspekt, daß Frauen hoch signifikant öfter Führungen in Anspruch nehmen als Männer. Hier zeigt sich ein weiteres Mal das große Interesse der Besucherinnen an dieser Landesausstellung. Bemerkenswert ist zudem, daß Befragte, die die Ausstellung bereits vorher schon einmal besucht hatten, hoch signifikant öfter an einer Führung teilnehmen als solche Besucher, die zum ersten Mal in der Ausstellung sind. Das mag u.U. damit zusammenhängen, daß beim ersten Besuch das Interesse für das Ausstellungsthema geweckt wurde. Man versucht deshalb bei einem zweiten Besuch, durch die über die Führung vermittelten Informationen, diesem Interesse zu genügen. Schließlich ist festzuhalten: Gelegenheitsbesucher/innen nehmen häufiger an einer Führung teil als habituelle Besucher/innen. Akademiker/innen gehen dagegen seltener geführt durch die Ausstellung als die anderen Besucher/innen.

Die Neigung zum Kauf eines Ausstellungskataloges hängt deutlich mit dem formalen Bildungsniveau zusammen. Es zeigt sich, daß Ausstellungsbesucher/innen mit einem höheren Bildungsniveau sehr viel häufiger einen Katalog erwerben als solche mit einer niedrigen formalen Bildung. Ebenso erwerben die „versierten Ausstellungsbesucher/innen“ öfter einen Katalog bzw. andere Publikationen zur Ausstellung als die Befragten, die relativ selten Ausstellungen besuchen. Die Ergebnisse zeigen, daß ein Zusammenhang zwischen dem generellen (kunst-)geschichtlichen Interesse und der Anschaffung von ausstellungsbegleitenden Publikationen besteht. So erwerben sowohl Besucher, die ihr eigenes geschichtliches Interesse als auch ihr Interesse an Kunst und Malerei sowie ihre Kenntnisse der fränkischen Geschichte als „hoch“ einstufen jeweils signifikant häufiger einen Ausstellungskatalog als diejenigen Befragten die ihre entsprechenden Kenntnisse bzw. Interessen als „niedrig“ bezeichnen. Für den

Kauf von Ausstellungskatalogen ergeben sich des weiteren sowohl bezüglich der Sozialität als auch der Aufenthaltsdauer in der Ausstellung hoch signifikante Zusammenhänge. Zunächst ist festzuhalten, daß Besucher/innen, die alleine die Ausstellung besuchen deutlich öfter einen Katalog kaufen als diejenigen Befragten, die mit einer Partnerin oder einem Partner bzw. mit einer Gruppe in der Ausstellung sind. Besucher/innen, die nur relativ kurz in der Ausstellung verweilen kaufen bei weitem weniger Kataloge als diejenigen, die länger durch die Ausstellung gehen.

Mehr als 40 % der Besucher/innen haben fast alle (Raumeinführungs-) Texte gelesen. Rund 52 % der Befragten haben nur einige dieser Texte gelesen und jede(r) zwanzigste Besucher/in hat nach eigener Aussage „keinen Text gelesen“. Auch in dieser Untersuchung bestätigt sich, daß die Inanspruchnahme der Texte verständlicherweise stark damit zusammenhängt, ob jemand an einer Führung teilnimmt oder nicht. Diejenigen Besucher/innen, die geführt durch die Ausstellung gehen, lesen deutlich weniger Texte. Unter Berücksichtigung dieser Tatsache ist festzuhalten, daß die älteren Besucher/innen im allgemeinen mehr Ausstellungstexte lesen. Des weiteren nutzen die Besucher/innen die Raumeinführungstexte umso intensiver je höher gebildet sie sind. Ein weiterer Zusammenhang, der durch die vorliegende Untersuchung bestätigt wird ist, daß versierte Ausstellungsbesucher/innen viel häufiger als die anderen Befragten „fast alle Texte“ lesen. Wie nicht anders zu erwarten, hängt das Interesse an den Texten mit dem allgemeinen (kunst-)geschichtlichen Interesse zusammen. Je höher das eigene Interesse in diesen Bereichen eingestuft wird, umso umfassender werden auch die Texte in der Landesausstellung in Anspruch genommen. Bemerkenswert ist, daß Besucher/innen, die die Ausstellung bereits vorher einmal besucht hatten, trotzdem mehr Informationen über die Texte aufnehmen, als solche Befragte, die das erste Mal hier sind.

Die Rezeption einer Ausstellung ist u.a. davon abhängig, wie intensiv jede(r) Besucher/in sich mit ihr auseinandersetzt. Die Intensität des Ausstellungsbesuches ist in der vorliegenden Untersuchung über zwei Dimensionen erfaßt worden. Zum einen wurden die befragten Ausstellungsbesucher/innen gebeten, anzugeben, ob sie „das erste Mal“ in der Ausstellung sind bzw. ob sie sie vorher schon einmal besucht haben und zum anderen wurden die Besucher/innen nach der Dauer ihres Aufenthaltes in der Ausstellung befragt.

Der überwiegende Teil der Besucher/innen war zum Zeitpunkt der Befragung zum ersten Mal in der Ausstellung (94 %). Es zeigt sich, daß rund 7 % der Frauen die Ausstellung zum wiederholten Male besuchen und damit doppelt so viele wie Männer. Das sehr spezifische Thema der Ausstellung hat also Frauen eher angesprochen und in der Folge zu einer intensiveren Rezeption durch die Besucherinnen beigetragen.

In der Ausstellung selbst verbrachten die Besucher/innen durchschnittlich 123 Minuten (und damit z.B. 20 Minuten mehr als die Befragten der Landesausstellung 1997 in Coburg). Etwa jeweils 30 % der Befragten blieben ein bis eineinhalb bzw. eineinhalb bis zwei Stunden und rund 10 % der Besucher/innen waren über drei Stunden in der Ausstellung. Die hochgebildeten Besucher/innen verbringen signifikant mehr Zeit in der Ausstellung als das Publikum mit mittleren oder niedrigen Bildungsabschlüssen. Des weiteren verweilen die Befragten umso länger in der Ausstellung, je älter sie sind. Auch die interesselgeleiteten Besucher/innen halten sich in der Regel länger in den Ausstellungsräumen auf. Das Publikum verweilt darüber hinaus umso länger in der Ausstellung, je höher die eigenen Interessen und Kenntnisse eingestuft werden. Schließlich bleibt festzuhalten, daß sich die sog. „habituellen“ Besucher/innen hoch signifikant länger in den Ausstellungsräumen aufhalten als die Gelegenheitsbesucher/innen. Darüber hinaus bleiben Einzelbesucher/innen länger in der Ausstellung als Gruppenbesucher/innen.

Insgesamt läßt sich festhalten, daß alle Abteilungen positiv bewertet werden. Im Gegensatz zu den meisten anderen Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte sind sich die Besucher/innen bei der Landesausstellung 1998 in ihrer Beurteilung allerdings nicht so einig. Hier in Ingolstadt bewerten zwischen rund 42 % und etwa 74 % der befragten Besucher/innen die abgefragten Abteilungen mit „gut“ bzw. „sehr gut“. Am besten beurteilt wird die Abteilung „Weiblicher Lebenslauf“.

Die Bewertung der Ausstellung hängt mit ganz bestimmten individuellen Merkmalen und sonstigen Faktoren zusammen. Je älter die Besucher, umso besser bewerten sie die Ausstellung. Es ergibt sich außerdem, daß die weiblichen Befragten die Ausstellung insgesamt deutlich besser bewerten als die männlichen Besucher. Eine deutlich bessere Bewertung der Ausstellung erfolgt des weiteren durch solche Befragte, die eine interesselgeleitete Motivationsstruktur aufweisen. Die vorliegende Untersuchung zeigt, daß die Befragten, die Ausstel-

lung insgesamt umso besser bewerten, je mehr Texte sie in der Ausstellung lesen. Auch diejenigen Besucher/innen, die mit einem Katalog oder einer anderen Publikation durch die Ausstellung gehen, bewerten die Ausstellung insgesamt deutlich besser als die entsprechende Vergleichsgruppe. Auch für diese Landesausstellung bestätigt sich, daß Besucher/innen, die interessiert und informiert die Ausstellung besuchen, diese in der Regel besser bewerten.

Rund 72 % aller Befragten haben ein Exponat angegeben, das sie nachhaltig beeindruckt hat. Jeweils etwa jede(r) zehnte dieser insgesamt 634 Besucher/innen findet die „Grabbeigaben und Ausgrabungen bzw. den „Kramerladen““ am eindrucksvollsten. Mit jeweils etwa 8 % der Nennungen folgen die Exponate zum Thema „Hexen“ (Hexenhammer, Folterinstrumente, Bilder) sowie der „Gebärstuhl“. Eine dritte Gruppe von eindrucksvollen Exponaten mit jeweils ca. 3 % aller Angaben bilden die „Bärin“, die „Bilder zur Frauenarbeit, der „Braut-/Kammerwagen“, die „Zukunftsszenarien“ und der „Hebammenkoffer“. Erwähnenswert ist, daß fast 46 % der Besucher/innen sonstige Angaben zum eindrucksvollsten Ausstellungsobjekt machen. Diese reichen von der „Weihekrone“ über den „Ring der Äbtissin“ und die „Brunnenfiguren aus Augsburg“ bis zu den „Handtascheninhalten“.

Rund 79 % aller Befragten haben angegeben, welche Abteilung der Ausstellung sie am interessantesten fanden. Jeweils etwa jede(r) sechste dieser insgesamt 719 Besucher/innen findet die Ausstellungsabteilung „Frauen des Mittelalters“, „Anfänge der Frauenbewegung“, „Weiblicher Lebenslauf“ bzw. „Frauenarbeit“ am interessantesten. Mit etwa 8 % der Nennungen folgt die Abteilung „Werkstatt der Archäologie“. Fast 8 % der Besucher/innen haben sonstige - zum Teil sehr spezifizierte - Angaben zur interessantesten Ausstellungsabteilung gemacht. Diese reichen von „Frauen im 18. Jahrhundert“ bis zur „Geschichte der Frauen in der Neuzeit“.

Die vorliegende Untersuchung versucht auch zu klären, ob es gelungen ist, mit der Ausstellung neue Informationen zu vermitteln. An erster Stelle stehen Informationen über die Frauenbewegung, Emanzipation bzw. Gleichstellung der Frauen. Für etwa 12 % der 588 Besucher/innen, die Angaben zu der Frage nach neuen Informationen machen, stehen diese Aspekte im Vordergrund. Erwähnenswert ist, daß ca. 11 % der Befragten explizit angeben, die Ausstellung habe ihnen keine neuen Informationen geliefert.

Intention jeder Ausstellung ist es in der Regel, bestimmte Botschaften zu vermitteln. Die vorliegende Untersuchung versucht aus diesem Grund, zu klären, ob dies mit dieser Ausstellung gelungen ist. Die Besucher/innen sollten in diesem Zusammenhang ihre Zustimmung zu drei vorgegebenen Statements äußern. Die größte Übereinstimmung unter den Befragten herrscht hinsichtlich der Aussage, daß die geschichtliche Bedeutung von vielen Frauen bisher nicht hinreichend dargestellt worden sei. Über 90 % des Publikums stimmt dieser Meinung zu. Die geringste Zustimmungstendenz zeigt sich hinsichtlich des Statements „Geschichtliche Darstellung entspringt meistens einer einseitigen Wertung“. In Übereinstimmung mit dieser Meinung befinden sich „nur“ drei Viertel der Befragten.

Die Bewertung der (Raumeinführungs-)Texte zur Ausstellung fiel insgesamt sehr positiv aus. Hinsichtlich ihrer Verständlichkeit werden die Texte von 99 % der befragten Besucher/innen, die Texte gelesen haben, als „gut“ bezeichnet. Ein Großteil des Ausstellungspublikums (rund 86 %) ist auch mit der Ausführlichkeit der Texte zufrieden und befindet diese für „gerade recht“. Die (Raumeinführungs-)Texte zu den Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte weisen damit ein anhaltend hohes Niveau auf, das kaum mehr verbessert werden kann.

Die Bewertung der Führungen ist primär von der Qualität der einzelnen Führungen selbst abhängig, also von ihren unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten und ihrer Präsentation durch das jeweilige Führungspersonal. Unter Berücksichtigung dieser Tatsache ist festzuhalten, daß rund 90 % der geführten Befragten die Führungen als „gut“ bzw. „sehr gut“ bezeichnen. Ein Großteil der befragten Besucher/innen (rund 77 %) ist auch mit den bei der Führung vermittelten Informationen sehr zufrieden und befindet diese für „gerade recht“. Etwa 21 % der Ausstellungsbesucher/innen wünschen sich mehr Informationen, 2 % finden die vermittelten Informationen eher zu ausführlich.

Im Rahmen der Besucherbefragung zur Landesausstellung in Ingolstadt wurde auch die Bewertung bestimmter infrastruktureller Einrichtungen und Serviceleistungen bei den Besucher/innen abgefragt. Von den angegebenen Infrastruktureinrichtungen und Serviceleistungen am besten bewertet werden die Wartezeiten am Eingang der Landesausstellung. Ebenfalls noch gut benotet werden das Informationsangebot, die Parkmöglichkeiten und die Ausschilderung der Landesausstellung.

Als bedeutendste Informationsquelle stellt sich für die Befragten - im Gegensatz zu anderen Landesausstellungen - das unmittelbare soziale Umfeld der Befragten heraus. 42 % geben an, durch „Freunde, Verwandte, Bekannte oder Arbeitskollegen“ auf die Ausstellung aufmerksam geworden zu sein. Von Bedeutung ist bei der Landesausstellung 1998 in Ingolstadt auch wieder die Plakatierung (21 %). Nimmt man Berichte in regionalen und überregionalen Zeitungen zusammen, so spielt auch dieser Informationskanal noch eine bedeutende Rolle. Rund 25 % der Befragten geben an, durch entsprechende Zeitungsberichte von der Ausstellung erfahren zu haben. Alle weiteren Informationsquellen spielen bei der Ausstellung in Ingolstadt eine eher untergeordnete Rolle und folgen den drei oben genannten mit weitem Abstand. Man kann festhalten, daß sich das Informationsverhalten der Besucher/innen vor allem an den Printmedien und dem unmittelbaren persönlichen, sozialen Umfeld differenziert. Es zeigt sich, daß die Printmedien (und hier vor allem die überregionalen Zeitungen und Zeitschriften) häufiger für das ältere, hochgebildete und interessierte „Intensiv-Besucher-“Publikum als Informationsquelle für den Ausstellungsbesuch ausschlaggebend ist. Demgegenüber bildet das unmittelbare soziale Umfeld für die jüngeren, weniger gebildeten, mit geringerem Interesse bzw. geringeren Kenntnissen ausgestatteten Besucher/innen öfter die Informationsbasis für den Besuch der Landesausstellung 1998 in Ingolstadt

Die vorliegende Untersuchung zeigt, daß rund 61 % der befragten Besucher/innen das Haus der Bayerischen Geschichte kennen. Um die allgemeine Frage nach der Bekanntheit etwas verbindlicher zu machen und somit zu präzisieren, wurden die Ausstellungsbesucher/innen auch danach gefragt, woher sie vom Haus der Bayerischen Geschichte wissen. Unsere Ergebnisse zeigen, daß die Befragten das Haus der Bayerischen Geschichte vor allem im Rahmen anderer Ausstellungen kennengelernt haben (rund 60 %). Eine weitere, allerdings nur annähernd so bedeutende Rolle, spielen Zeitungsberichte (ca. 40 %) und Plakate (rund 30 %). Erwähnenswert ist an dieser Stelle, daß das unmittelbare soziale Umfeld mit knapp 17 % der Nennungen eine relativ untergeordnete Rolle spielt. Dies ist umso erstaunlicher, da es als Informationsmedium für den Ausstellungsbesuch selbst eine sehr viel zentralere Stellung einnimmt.

Das Ergebnis unserer Untersuchung zeigt, daß die Befragten die bei der Ausstellung eingesetzten sog. neuen Medien (Hörstationen und Touch-Screen-Computer) zahlreich genutzt haben. Die Hälfte aller Befragten haben die Hörstationen und fast 60 % die Computer in der Ausstellung be- und genutzt. Eine umfassendere Nutzung dieser zum Einsatz kommenden Techniken weisen die jüngeren, männlichen, interessierten „Intensiv-“Besucher/innen auf..

Das Haus der Bayerischen Geschichte plant für die kommenden Jahre weitere große bayerische Landesausstellungen. Die Befragung der Besucher/innen der Landesausstellung 1997 soll deshalb auch erfassen, welche Themen für diese zukünftigen Ausstellungen als besonders interessant empfunden werden. Auf das meiste Interesse stößt das Thema „Bayern in Deutschland und Europa“ mit ca. 46 % der Nennungen für Platz 1. Rund 24 % (Nennungen für Rang 1) der Befragten finden das Thema „Auswanderung aus Bayern“ interessant. Das Thema der diesjährigen Landesausstellung in Kulmbach „Bayern und Preußen“ stößt bei etwa 21 % der Ingolstadter Besucher/innen auf das größte Interesse. Weniger interessant finden die Befragten die Themen „Bayern und das Reich“ (von ca. 19 % auf Rang 1 gesetzt).

Das Ausstellungsthema legte es nahe, Einstellungen der Besucher/innen hinsichtlich der Rollen von Frauen und Männern sowie deren Differenzierung zu erfassen. Wir haben dazu Teile einer sechsstufigen Einstellungsskala zu diesem Thema aus dem ZUMA-Itemhandbuch verwendet und die Befragten gebeten, anzugeben, inwieweit sich diese sieben Aussagen mit ihrer persönlichen Meinung decken. Ganz allgemein kann man festhalten, daß die Besucher/innen mit überwältigender Mehrheit eine Loslösung der Frauen von den zugeschriebenen weiblichen Rollenmustern als persönliche Meinung formulieren. Es zeigt sich für alle Einstellungsvariablen durchgängig eine hoch signifikant andere Bewertung der Frauen. Besucherinnen finden es in stärkerem Maße richtig, daß

- Frauen vermehrt politische Ämter innehaben sollten,
- nichts gegen eine Bundeskanzlerin einzuwenden sei und
- Frauen auch traditionell männliche Berufe ergreifen sollten.

Demgegenüber halten sie es in größerem Ausmaß als die befragten Männer für falsch, daß

- es für Frauen wichtiger sei, den Ehemann bei seiner Karriere zu unterstützen als selbst Karriere zu machen,
- Männer in der Familie für alle größeren Entscheidungen verantwortlich und zuständig sein sollten,
- man Mädchen raten sollte, einen weiblichen Beruf zu ergreifen und
- berufliche Ausbildung von Jungen wichtiger sein sollte als die von Mädchen.

Ähnliche signifikante Effekte zeigen sich für das Alter und den Bildungsstand der Besucher/innen, wobei die älteren bzw. hochgebildeten Befragten die gleiche Argumentationsstruktur aufweisen wie die Frauen (siehe oben).

Nachdem die Ausstellung vom Ansatz her versuchte, die Geschichte der Frauen als sich laufend erneuernde Konstruktion aus Bruchstücken der Vergangenheit erfahrbar zu machen, war es interessant zu erfahren, wie die Besucher/innen - nach der Rezeption der Ausstellung geschlechtsspezifische Attribuierungen vornehmen. Dazu wurde den Befragten ein semantisches Differential zur Einschätzung vorgelegt, das aus 17 fünfstufigen bipolaren Rating-Skalen, auf denen das Urteilsobjekt (Frauen) eingestuft werden sollte, bestand. Die Gesamteinschätzung der Besucher/innen ergibt für die Zuschreibung der Eigenschaften folgendes Ergebnis: Wie nicht anders zu erwarten ist für einige Adjektive eine eindeutige Tendenz und damit Zuschreibung der Charakteristika möglich. Frauen sind demnach nach Meinung aller Befragten hilfsbereit, stark, gefühlvoll, beweglich, friedlich, gesellig und heiter. Die Zuschreibung aller anderen Attribute bewegt sich um den Mittelpunkt des Polaritätenprofils, was darauf hinweist, daß die Befragten bezüglich dieser Eigenschaften zu keiner eindeutigen Entscheidung kamen. Interessant erscheinen im Zusammenhang mit dem Ausstellungsthema vor allem Unterschiede in der Zuschreibung zwischen Männern und Frauen. Die Ergebnisse unserer Untersuchung zeigen zum Teil auch deutliche Differenzen in der Attribuierung zwischen Männern und Frauen. Erwähnenswert ist in diesem Zusammenhang auch, daß die Männer in ihrer Zuschreibung eher moderater sind als die Frauen. Die deutlichsten Unterschiede sind für die Attribute „verschwommen vs. klar“, „stark vs. schwach“ und „starr vs. beweglich“ festzuhalten.

Literaturverzeichnis

Eisenstecken, E. (1994): Besucherbefragung zur Ausstellung „Herzöge und Heilige“. Ergebnisbericht. München.

Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994a): Besucherbefragung zur Ausstellung „München - 'Hauptstadt der Bewegung'“. Ergebnisbericht . München.

Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994b): Besucherbefragung zur Ausstellung „Lucas Cranach“. Ergebnisbericht. München.

Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1994c): Besucherbefragung zur Ausstellung „Schreibkunst, mittelalterliche Buchmalerei aus dem Kloster Seeon“. Ergebnisbericht. München.

Eisenstecken, E. und W. Fröhlich (1995): Besucherbefragung zur Ausstellung „Salz Macht Geschichte“. Ergebnisbericht. München.

Fröhlich, W. (1994): Das Publikum von Ausstellungen. Vortrag gehalten im Rahmen des Kolloquiums des Hauses der Bayerischen Geschichte "Ergebnisse der Cranach-Ausstellung" vom 24. bis 26.11.1994 in Naumburg/Saale.

Fröhlich, W. (1995): Besucherforschung in Kronach, in: Haus der Bayerischen Geschichte, Bayerische Staatskanzlei (Hg.): Lucas Cranach - Ein Maler-Unternehmer aus Franken. Abschlußbericht und Kolloquium zur Ausstellung. Augsburg, S. 39-46.

Fröhlich, W. (1999a): Besucherbefragung zur Ausstellung „Ein Herzogtum und viele Kronen“. Ergebnisbericht . München.

Fröhlich, W. (1999b): Besucherbefragungen zu verschiedenen Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte. Vergleich des Sozialprofils und wichtiger anderer Merkmale der Ausstellungsbesucher/innen. Tabellenband . München.

Fröhlich, W. und M. Pichlbauer (1996): Schülerbefragung zur Ausstellung "Salz Macht Geschichte". Ergebnisbericht. München.

Haus der Geschichte (1996): Museen und ihre Besucher. Berlin.

Helm, S. und S. Klar (1997): Besucherforschung und Museumspraxis. München.

Hofstätter, P. R. (1977): Persönlichkeitsforschung. Stuttgart.

Hutzelmann, R. (o.J.): Museen in der Stadt - Eine Untersuchung über Museen, ihre wirtschaftlichen Auswirkungen sowie die Struktur ihrer Besucher. Bayreuth.

Klein, H.-J. (1990): Der gläserne Besucher. Publikumsstrukturen einer Museumslandschaft. Berlin.

Klein, H.-J. (1984): Analyse von Besucherstrukturen an ausgewählten Museen in der Bundesrepublik Deutschland und in Berlin (West). Berlin.

Klein, H.-J. und M. Bachmayer (1981): Museum und Öffentlichkeit. Berlin.

Landschaftsverband Rheinland (1997): Das besucherorientierte Museum. Köln.

Osgood, C. E. et al. (1957): The Measurement of Meaning. Urbana, Ill.

Rogge, K.-E. (1995) (Hg.): Methodenatlas. Berlin.

Statistisches Bundesamt (Hg.) (1998). Statistisches Jahrbuch 1998 für die Bundesrepublik Deutschland. Stuttgart.