

Besucherbefragung der
Bayerischen Landesausstellung

**Götterdämmerung.
König Ludwig II.**

auf Herrenchiemsee 2011



Auftrag:

Haus der Bayerischen Geschichte

Ergebnisbericht:

Dipl.-Geogr. Peter Schürholz

Sozial- / Regionalforschung
und Standortentwicklung



Sozial- / Regionalforschung und Standortentwicklung
Dipl.-Geogr. Peter Schürholz
St. Wolfgang Str. 19
89358 Kammeltal/Unterrohr

Telefon: 0170 55 55 062
Email: peter.schuerholz@phil.uni-augsburg.de

Bei weiteren Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
1 Einleitung	4
2 Allgemeines zur Erhebung	6
3 Ergebnisse	7
3.1 <i>Sozialstruktur der Besucher und regionalökonomische Effekte</i>	7
3.2 <i>Die Besucher vor der Ausstellung</i>	20
3.3 <i>Die Besucher in der Ausstellung</i>	27
3.3.1 Serviceleistungen und Infrastruktur.....	31
3.3.2 Ausstellungstexte.....	40
3.3.3 Objektbeschriftungen.....	48
3.3.4 Führungen, Audio-Guide und Multimediastationen.....	53
3.3.5 Zeit in der Ausstellung.....	62
3.3.6 Bayerischer Rundfunk.....	65
3.4 <i>Negative und positive Aspekte der Ausstellung aus Sicht der Besucher</i>	69
3.4.1 Negative Dimensionen der Beurteilung.....	70
3.4.2 Positive Dimensionen der Beurteilung.....	73
3.5 <i>Zusammenfassung und Empfehlungen (Verbesserungsvorschläge)</i>	76
3.5.1 Die Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“.....	76
3.5.2 Zum Erhebungsinstrument: Erfahrungen bei der Dateneingabe.....	78
Anhang 1: Fragebogen	81
Anhang 2: Präsentationsfolien	86

1 Einleitung

Vom 14. Mai bis zum 16. Oktober 2011 waren Leben und Werk von König Ludwig II. von Bayern Thema der diesjährigen Landesausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte. Veranstaltungsort war das Schloss des Königs auf der Insel Herrenchiemsee. Der Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ lag folgende Aufteilung in fünf Akten zu Grunde (Quelle: <http://www.hdbg.de/ludwig/index.ph>):

1. Akt: Wie Ludwig König wurde
2. Akt: Wie der König Krieg führen musste und einen Kaiser über sich gesetzt bekam
3. Akt: Wie der König seine Gegenwelten schuf
4. Akt: Wie Ludwigs Königreich modern wurde
5. Akt: Wie Ludwig starb und zum Mythos wurde

Präsentiert wurden Exponate, Daten und Fakten aus den verschiedenen Lebensabschnitten des Königs, aber auch historische Zusammenhänge bzw. markante Ereignisse in dessen privaten und politischen Umfeld.

Wie schon in den vergangenen Jahren fand parallel zur Ausstellung eine Besucherbefragung statt, die mittels eines teilstandardisierten Fragebogens¹ Meinungen, Anregungen und Wünsche der Besucher erfasste. Die Historiker des Hauses der Bayerischen Geschichte stellten zahlreiche Exponate in Verbindung mit visuellen und akustischen Informationen (Filme, Hör- und Computerstationen) aus. Neben diesen eher für die Augen und Ohren gedachten Exponaten gab es auch eine Reihe von Ausstellungsstücken, die haptisch wahrgenommen werden konnten und Gegenstände, die speziell für die jüngeren Besucher gedacht waren, weiter noch eine ganze Reihe von interaktiven Elementen und die Einrichtung von Musikstationen des Bayerischen Hörfunks.

Die Gäste hatten nach dem Besuch der Ausstellung die Möglichkeit, den im Anhang dieses Berichtes einzusehenden Fragebogen auszufüllen. Da von manchen die Ausstellung mehrmals besucht wurde, nutzten einige die Möglichkeit, den Fragebogen zu Hause bzw. in der jeweiligen Unterkunft zu beantworten und ihn bei ihrem nächsten Besuch abzugeben bzw. auf dem Postweg dem Haus der Bayerischen Geschichte zukommen zu lassen. Von Interesse waren zum Beispiel

¹ Der Fragebogen wurde in einer Langfassung von Mitarbeitern des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Universität München erstellt. Die letztendlich in der Feldforschung verwendete Version wurde von Vertretern des Hauses der Bayerischen Geschichte überarbeitet und gekürzt. Wiederum wurden im Vergleich zu den Erhebungen der vergangenen Jahre leichte Modifikationen vorgenommen, auf die an betreffender Stelle hingewiesen wird.

das gewählte Verkehrsmittel für das Erreichen der Ausstellung, der etwaige sonstige Aufenthalt in Augsburg bzw. Füssen und Umgebung, sowie die regionalökonomischen Effekte einer solchen Ausstellung, weiter auch die Meinungen und Bewertungen der Besucher speziell über die Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“, sowie die Lesbarkeit und Ausführlichkeit der Ausstellungstexte und Objektbeschriftungen.

Zum Vergleich werden wir im Folgenden auf die Ergebnisse der Besucherumfrage aus den Jahren 2007 (Landesausstellung in Zwiesel), 2008 (Landesausstellung in Rosenheim und Aschau), 2009 (Landesausstellung in Würzburg) und 2010 (Augsburg/Füssen) zurückgreifen.

Dieser Forschungsbericht folgt der Gliederung des Erhebungsinstrumentes. Nach dem Beschreiben einiger allgemeiner Rahmenbedingungen der Erhebungen (Kapitel 2) wird die Besucherschaft anhand soziodemographischer Aussagen vorgestellt (Kapitel 3.1). Im Kapitel 3.2 werden Aspekte aufgegriffen, welche sich mit der Besucherschaft im Vorfeld des eigentlichen Ausstellungsbesuches befassen. Den größten Teil der Auswertungen nehmen dann die Meinungen und Äußerungen der BesucherInnen ein, welche sich direkt mit der Ausstellung befassen (Kapitel 3.3 und 3.4). Diesen Forschungsbericht abschließen werden eine Zusammenfassung und methodische und inhaltliche Empfehlungen bzw. Verbesserungsvorschläge.

2 Allgemeines zur Erhebung

Da es sich bei der Stichprobengestaltung dieser Besucherumfrage um eine sogenannte *willkürliche Stichprobe* und somit um keine (echte) Zufallsstichprobe handelt, weiterhin die Grundgesamtheit nicht bekannt ist, lassen sich die Aussagen nicht auf eine mögliche Grundgesamtheit übertragen. Die Ergebnisse sind rein deskriptiver Natur und geben im weitesten Sinne explorative Aussagen wieder. Darüber hinaus lassen jedoch die Vergleiche mit den Ergebnissen der Besucherumfragen in den Jahren 2007 bis 2010 – natürlich unter Berücksichtigung der verschiedenartigen Zusammensetzung der Stichprobe bzw. den unterschiedlichen lokalen Voraussetzungen und Fragestellungen – verallgemeinerbare Tendenzen erkennen.

Insgesamt gingen 1.720 Fragebögen in die Auswertung ein. Bei einer ersten Sichtung des Rücklaufes wurde eine doch erhebliche Menge an Fragebögen von der Analyse ausgeschlossen. Die Gründe waren offensichtliches Falschausfüllen (unmögliche Angaben bei Alter oder Ausgaben in der Region), aber auch Fragebögen, in welchen nur sehr wenige Antworten (sehr viele Fragebögen wurden auch komplett leer abgegeben) gegeben wurden bzw. jede Möglichkeit Kreuze zu machen genutzt wurde. Insgesamt wurden rund 250 Fragebögen auf diese Weise aussortiert. Durch diese Selektion kann die Qualität der ausgefüllten Bögen als sehr gut bezeichnet werden, was bedeutet, dass nur wenige missings, also nicht beantwortete Fragen, aufgetreten sind.

Im Folgenden soll nun das Erhebungsinstrument näher vorgestellt werden. Neben einem soziodemographischen Teil (Fragen 28 bis 31) befinden sich in dieser Besucherumfrage drei Fragen über die individuelle Organisation des Ausstellungsbesuches (Fragen 1 bis 3), sowie eine Frage zum allgemeinen (Frage 26) und zum speziellen Besucherverhalten (Frage 5), bezogen zum Beispiel auf die Nutzung der schlossinternen Führung. Der weitere Verbleib in der Gegend, inklusive den regionalökonomischen Effekten, wird in den Fragen 4 und 6 behandelt. Den Hauptteil der Fragen (7 bis 19, 22 bis 25 und 27) machen Stellungnahmen zur Einschätzung und zur Nutzung der Ausstellung bzw. zur Meinung über die Ausstellung aus. Hier liegt also der Fokus auf der direkten Teilnahme an der Ausstellung. Abgerundet werden diese Fragenkomplexe durch zwei Fragen (20 und 21) zur Bekanntheit und Nutzung des Bayerischen Rundfunks (Bayern 2) und einer Frage zum Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte (Frage 32). Neu aufgenommen im Jahr 2011 wurde die Frage 33: „Sind Sie heuer zum ersten Mal in einer Landesausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte?“

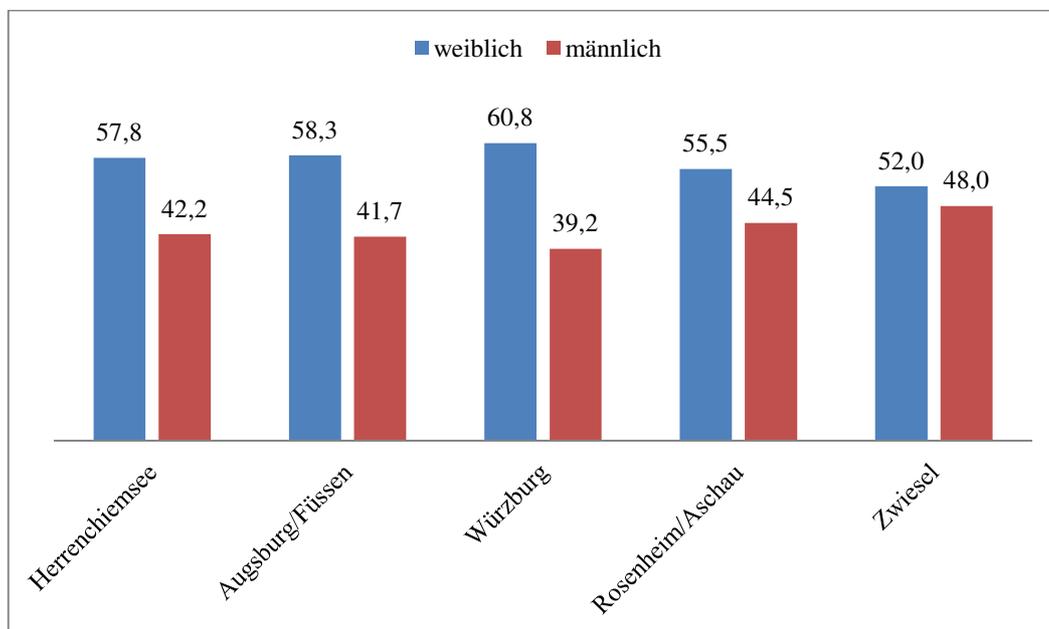
3 Ergebnisse

3.1 Sozialstruktur der Besucher und regionalökonomische Effekte

Im Folgenden wird die Besucherschaft der Ausstellungen anhand einiger bestimmter Merkmale aus dem soziodemographischen Teil beschrieben. Diese Fragen sind von Bedeutung, da sie es bei weitergehenden Analysen erlauben, gruppenspezifische Aussagen zu treffen, spezielle Fragestellungen weiter zu verfolgen und somit tiefere Zusammenhänge und Differenzierungen zu leisten.

Betrachten wir die Besucher² nach Geschlecht (Frage 29), so finden sich 57,8% weibliche und 42,2% männliche Probanden wieder. Im Großen und Ganzen kann der Abbildung 1 entnommen werden, dass die beobachteten Ausstellungen vermehrt von Frauen besucht werden. Allerdings kann auch der Umstand zum vorliegenden Ergebnissen führen, dass wohl Frauen eher den Fragebogen ausfüllen. Die Unterschiede, welche noch zwischen Augsburg/Füssen und Würzburg zu Rosenheim/Aschau und Zwiesel zu beobachten sind, scheinen sich bei der aktuellen Ausstellung zu nivellieren.

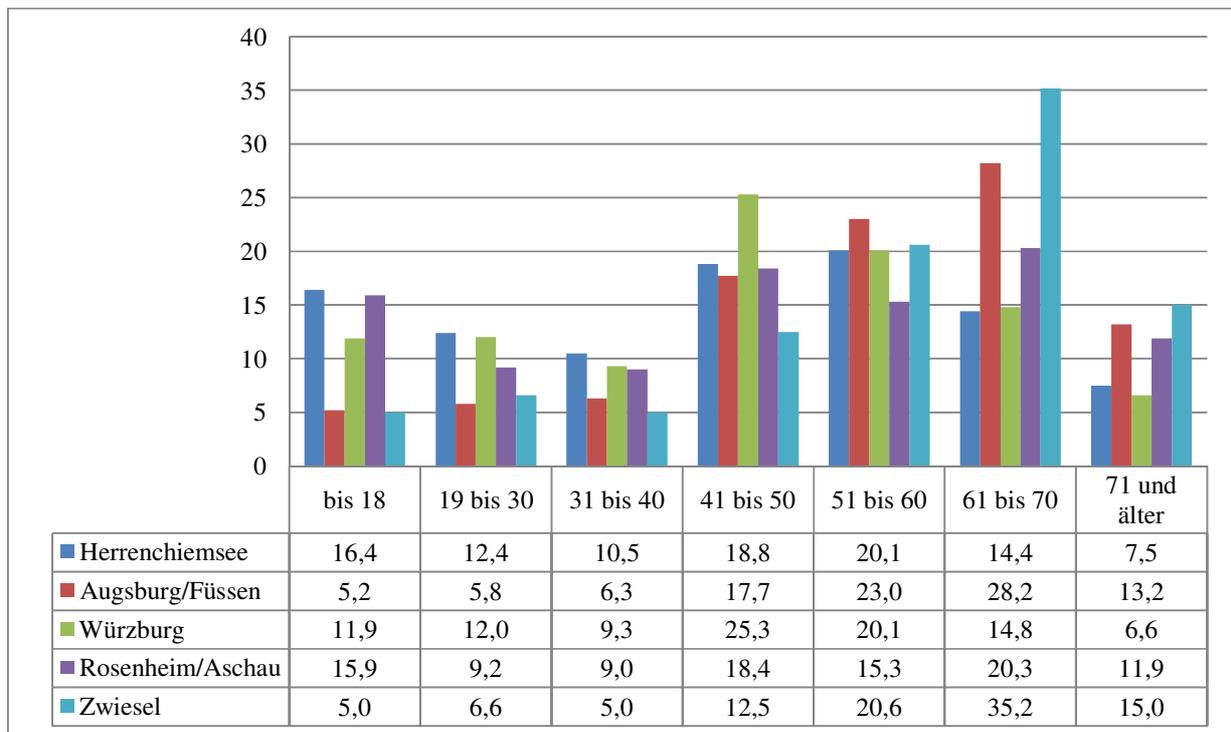
Abbildung 1: Geschlecht der Besucher der Ausstellungen (Frage 29, in %)



² Wenn im Folgenden von „den Besuchern“ die Rede ist, ist dies zum Einen, wenn nicht anders gekennzeichnet, geschlechtsneutral gemeint, zum anderen bezieht sich diese Formulierung auf die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Befragung.

Neben dem Geschlecht gelten „Alter“ und „Bildung“ als die wichtigsten beiden Indikatoren, anhand derer sich bestimmte Einstellungen und Meinungen interpretieren lassen. Abbildung 2 zeigt die Verteilung der Variable „Alter“ hinsichtlich der Gesamtbefragung der Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ im Vergleich zu den Ausstellungen der Vorjahre. Die Parallele, welche noch zwischen Augsburg/Füssen und Zwiesel zu erkennen ist, ist auf Herrenchiemsee nicht mehr fortgeführt; die Ausstellung auf der Insel zeigt in der Altersverteilung der Besucherschaft Analogien zu den Ausstellungen in Würzburg und Zwiesel, mit Abstrichen auch zu Rosenheim/Aschau.

Abbildung 2: Die Altersverteilung der Besucher (Frage 30, in % und Jahren)



In Abbildung 2 ist auch zu erkennen, dass im Vergleich zu den anderen Landesausstellungen die Ausstellung im Jahr 2011 deutlich mehr jüngere Personen angezogen hat. So sind in den Kategorien 'bis 18', '19 bis 30' und '31 bis 40' jeweils die modalen Werte zu erkennen. Ein Befund also, der nicht allein auf die zahlreichen Schulklassen zurückzuführen ist. Mit Blick auf die Ausstellung in Augsburg/Füssen geht diese Umverteilung zu „Lasten“ der 61-jährigen und älteren Besucherschaft, betrachten wir die Ausstellung in Würzburg, so fällt der geringere Wert bei den

41 bis 50-jährigen Besuchern auf. Folgen wir den Interpretationen aus den Vorjahren, welche eine Art 'Betroffenheit' für einen Ausstellungsbesuch verantwortlich macht, als Beispiel sei hier die Würzburger Ausstellung erwähnt, welche vermehrt von Personen besucht wurde, die im Wirtschaftswunder geboren wurden, so kann das das Thema im Jahr 2011 als interessant für die bis 60 Jahre alten Besucher angesehen werden.

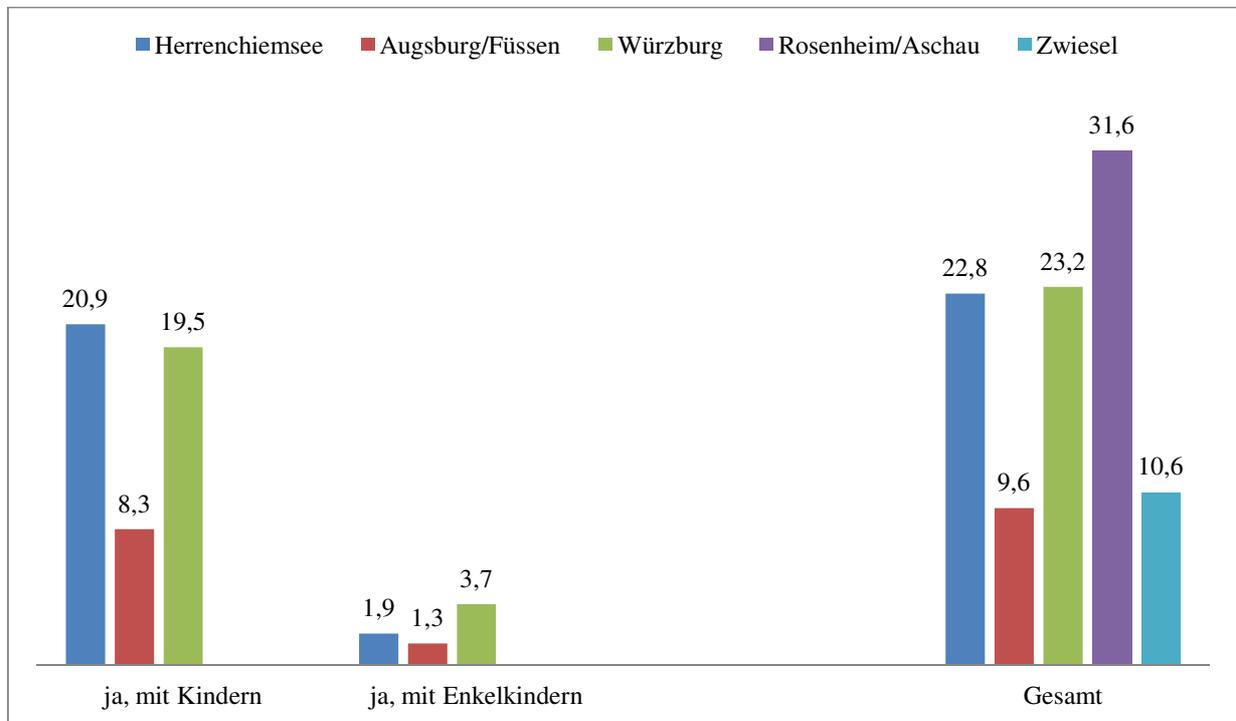
Abbildung 3: Das Alter (arithmetisches Mittel, Standardabweichung und der Median) der Besucher im Vergleich zu Augsburg/Füssen, Würzburg, Rosenheim/Aschau und Zwiesel (in Jahren)

	Herren- chiemsee	Augsburg/ Füssen	Würzburg	Rosenheim/ Aschau	Zwiesel
Durchschnittsalter	44	54	45	47	56
Standardabweichung	19,7	16,6	18,2	21,3	16,8
Median	47	57	48	49	61

Der oben genannte Befund bestätigt sich durch den Blick auf das arithmetische Mittel des Alters der Besucher (vgl. Abbildung 3). Das Durchschnittsalter auf Herrenchiemsee ist mit 44 Jahren das im Vergleich zu den anderen Ausstellungen niedrigste gemessene, mit einem Abstand von einem Jahr folgen die Besucher in Würzburg (45 Jahre). Mit 56 bzw. 54 Jahren ist die Besucherschaft in Zwiesel bzw. Augsburg/Füssen in Schnitt rund zehn Jahre älter. Wie bereits erwähnt, nehmen die Besucher in Rosenheim/Aschau mit einem Durchschnittsalter von 47 Jahren eine Mittelposition ein.

Bei Frage 23 konnten die Besucher angeben, ob sie mit (Enkel-)Kindern in die Ausstellung gekommen sind. Rund 77% der Besucher gaben an, ohne Kinder bzw. ohne Enkelkinder die Ausstellung zu besuchen. Knapp 23% waren im Beisein von Kindern bzw. Enkelkindern in „Götterdämmerung. König Ludwig II.“

Abbildung 4: „Waren Sie mit Kindern oder Enkelkindern in der Ausstellung?“ (Frage 23, in %; in Rosenheim/Aschau und in Zwiesel wurde die Unterscheidung zwischen Kindern und Enkelkindern nicht abgefragt)

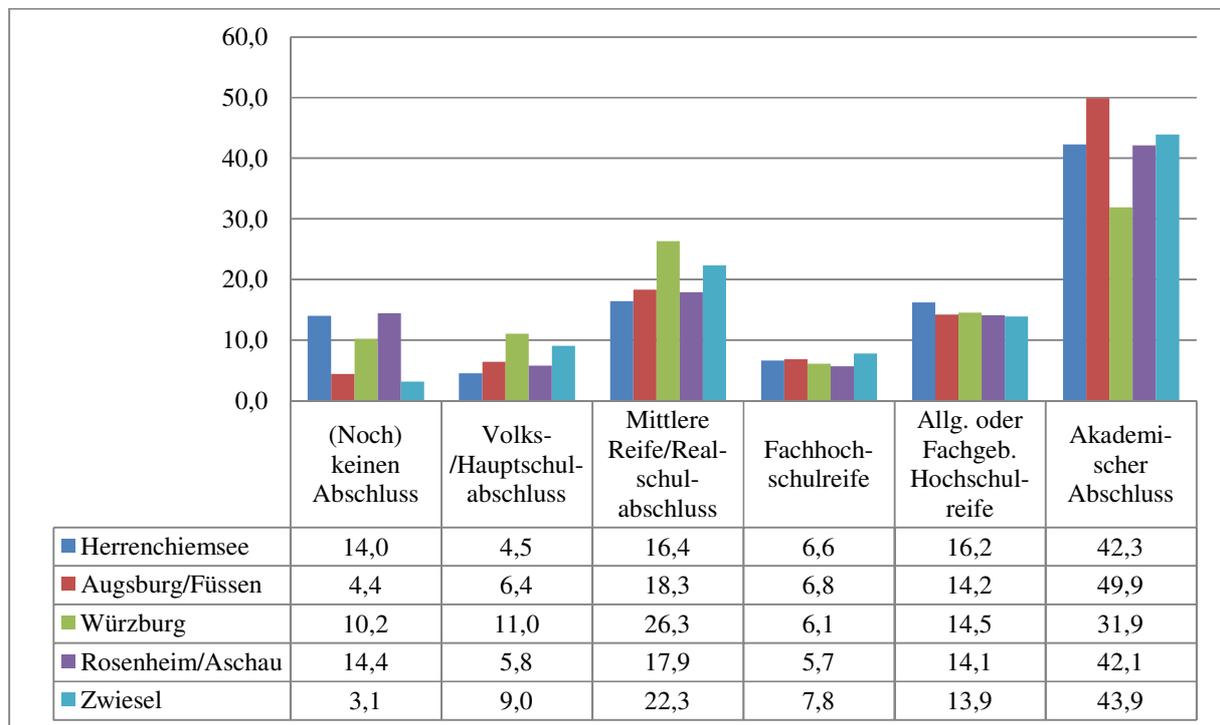


In der Ausstellung auf Herrenchiemsee gab es einen Kinderpfad. Bei Frage 24 konnten die Besucher eine Beurteilung des Kinderpfads abgeben. 26,9% der Besucher gaben an, diesen Pfad genutzt zu haben; von diesen vergaben 83,4% die Prädikate 'sehr gut' und 'gut', rund 11% beurteilten ihn mit 'mittel', knapp 6% mit 'schlecht'. Nehmen wir die Frage 8, hier konnten die Besucher aufschreiben was ihnen gefallen oder nicht gefallen hat, so haben doch einige moniert, dass der Kinderpfad nicht zu sehen war bzw. dass nicht auf ihn aufmerksam gemacht wurde.

Betrachten wir weiterhin die Verteilung der Bildung der Besucher auf Herrenchiemsee (vgl. Abbildung 5): Rund jeder siebte Besucher hat '(noch) keinen Abschluss'. Vornehmlich (91,7%) finden sich hierbei in der Altersklasse 'bis 18' Jahren wieder, der Schluss liegt nahe, dass es sich hierbei um SchülerInnen handelt. 4,5% gaben an, die Volks- bzw. Hauptschule abgeschlossen zu haben, gut die Hälfte dieser Personen haben ein Alter zwischen 40 und 60 Jahren. Jeder sechste Besucher hat als höchsten Abschluss die 'Mittlere Reife' angekreuzt; knapp ein Viertel der Personen besitzen die allgemeine oder die fachgebundene Hochschulreife. Wie in den vergangenen

Jahren ist der Modalwert bei den akademischen Abschlüssen: Gut 42% weisen einen solchen Hintergrund auf. Insgesamt sind deutliche Unterschiede zu den Ausstellungen in Augsburg/Füssen, Würzburg und Zwiesel zu erkennen; mit Rosenheim/Aschau weist die Verteilung nahezu Parallelität auf.

Abbildung 5: „Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?“ (Frage 28, in % und im Vergleich zu den Landesausstellungen 2007 bis 2010)



Im Vergleich mit allen Ausstellungen sind die Abschlüsse der Volks- und Hauptschule sowie der Realschule am wenigsten vertreten und fallen somit auf das Niveau aus dem Jahr 2008. Der etwas niedrigerer Altersschnitt (im Vergleich etwa zu Augsburg/Füssen) zeichnet sich auch bei dem in der Summe höchsten Wert bei der Hochschulreife ab; hierbei ist rund jeder fünfte zwischen 19 und 30 Jahre alt (dies sind unter Umständen die Studierenden).

Wie schon in der Vergangenheit festgestellt und oben bereits erwähnt, wirkt sich das Thema einer Ausstellung auf die Zusammensetzung der Besucherschaft aus. Dennoch kann festgestellt werden, dass vermehrt Personen mit akademischem Hintergrund Ausstellungen besuchen. Vergli-

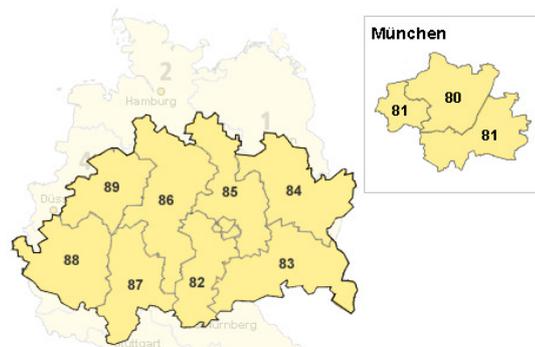
chen mit dem bundesdeutschen Durchschnitt ist diese Bevölkerungsgruppe, wie auch in den vergangenen Jahren, nicht nur absolut in der Mehrheit, sondern unter den Teilnehmern an dieser Befragung deutlich überrepräsentiert.

In der Frage 31 wurde nach der Postleitzahl des Hauptwohnsitzes und nach der Herkunft aus dem Ausland gefragt. 4,4% kommen aus dem Ausland und zwei Drittel davon bezeichnen sich selber als Touristen. Die „Inländer“ gaben zu 75,9% an (zum Vergleich der Wert aus Augsburg/Füssen: 89,0% und der Würzburger Wert: 80,5%), aus den Postleitzonen 8 und 9 zu kommen. Diese beiden Zonen erstrecken sich über die gesamte Fläche Bayerns und haben weiter Anteil an den Ländern Baden-Württemberg und Thüringen. Differenziert nach Postleitregionen erhält der Leser einen tieferen Einblick über die Herkunft der Besucher aus den Postleitzonen 8 und 9 (vgl. auch Abbildung 6 und 7). Ähnlich wie im Jahr 2010 kommt die deutliche Mehrheit der Besucher aus der Postleitzone 8, am zweithäufigsten wurde die Postleitzone 9 angegeben. Dieser Umstand ist nicht allzu überraschend, da die vergangenen Besucherumfragen den regionalen Charakter einer solchen Landesausstellung bereits zum Vorschein gebracht haben und die Ausstellung auf der Insel Herrenchiemsee diesen bestätigt. Dennoch ist, im Vergleich zu den Jahren 2009 und 2010, der regionale Charakter weniger stark ausgeprägt. Zunächst zum besseren räumlichen Verständnis betrachten wir Abbildung 6, in der die Postleitregionen der Postleitzone 8 mit Ortsbezeichnungen und die prozentualen Anteile abgebildet sind.

Abbildung 6: Die Herkunft der Besucher der Postleitzonen 8 nach Postleitregionen und deren prozentualer Anteil (in Klammer der Wert aus Augsburg/Füssen)

Postleitzone 8	60,5 (79,8)
80/81 München-Stadt	15,1 (12,1)
82 München-Süd	7,2 (9,8)
83 Oberbayern	16,3 (2,0)
84 Niederbayern	4,7 (1,3)
85 München-Nord	8,3 (4,8)
86 Donau-Lech	6,0 (33,4)
87 Allgäu	1,8 (12,3)
88 Bodensee	0,03 (1,6)
89 Schwäbische Alb Ost	0,07 (2,6)

Karte der Postleitzone 8



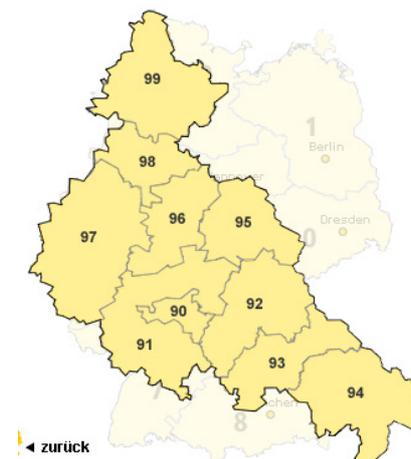
Quelle: Deutsche Post AG

Jeder sechste Besucher (16,3%) kommt aus der Postleitregion Oberbayern (83), welcher auch die Insel Herrenchiemsee und somit den Standort der Ausstellung umfasst. Gut 15% machten sich von der Landeshauptstadt Bayerns aus auf den Weg zur Ausstellung. Insgesamt kamen im Vergleich zu der Ausstellung in Augsburg und Füssen rund 20 Prozentpunkte weniger aus dieser Postleitzone, was den weniger regionalen Charakter der Ausstellung unterstreicht. Abbildung 7 zeigt die differenzierte Herkunft aus der Postleitzone 9.

Abbildung 7: Die Herkunft der Besucher der Postleitzone 9 nach Postleitregionen und deren prozentualer Anteil (in Klammer der Wert aus Augsburg/Füssen)

Postleitzone 9	15,4 (9,2)
90/91 Nürnberg	5,2 (3,4)
92 Oberpfalz	0,8 (0,4)
93 Bayerischer Wald West	3,2 (1,4)
94 Bayerischer Wald Ost	2,4 (0,8)
95 Fichtelgebirge	1,1 (0,6)
96 Nordfranken	0,9 (1,1)
97 Mainfranken	1,5 (1,3)
98 Thüringen Wald	0,02 (-)
99 Nordthüringen	0,02 (-)

Karte der Postleitzone 9



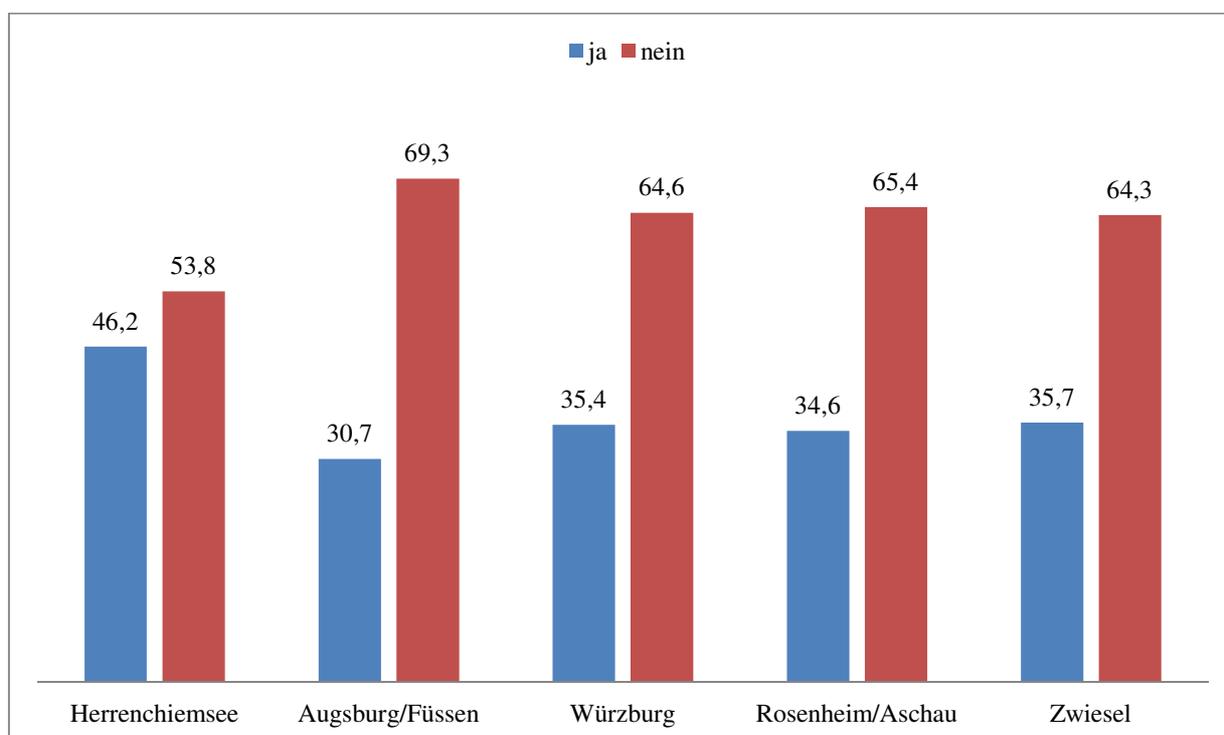
Quelle: Deutsche Post AG

Eine deutliche Quelle kann in dieser Zone nicht ausgemacht werden; auf Grund der hohen Bevölkerungszahl ist auch in diesem Jahr Nürnberg diejenige Region mit den meisten Besuchern. Die Besucherzahlen aus dem Bayerischen Wald (Region 93 und 94) können mit der räumlichen Nähe zum Ausstellungsort erklärt werden.

Weiter erkennbar bleibt die Tatsache, dass mit zunehmender Entfernung die Anzahl der Besucher im Sinken begriffen ist. War die Ausstellung im Jahr 2009 in Würzburg noch als lokal, die übrigen Ausstellungen als regional zu bezeichnen, so finden sich im Jahr 2011 durchaus überregionale Tendenzen in der Herkunft der Besucherschaft. Dieser Befund wird auch durch die Betrachtung der besucherischen Selbsteinschätzung in 'Tourist' oder 'Nicht-Tourist' bestätigt. Nicht nur

für die regionalökonomischen Effekte interessant ist diese Unterteilung und weiter die Verweildauer der Personen in der Gegend, sondern auch für etwaige differenzierende Analysen. Nach 2009 und 2010 wurde 2011 bereits zum dritten Mal nach einem Einkauf und dem dabei ausgegebenen Geld gefragt. In Abbildung 8 ist zu erkennen, dass bei den Umfragen 2007 bis 2010 rund jeder dritte Besucher sich selbst als Tourist bezeichnet, im Jahr 2011 steigt dieser Wert nun auf 46,2% der Teilnehmer an der Befragung und ist ein weiteres Indiz für einen mehr überregionalen Charakter der Ausstellung auf Herrenchiemsee. Diese Tatsache kann auch durch den Chiemsee als Touristenziel erklärt werden.

Abbildung 8: „Sind Sie als Tourist/in am Chiemsee?“ (Frage 4, in %)



Die Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ wurde demnach von deutlich mehr Touristen besucht als die anderen Ausstellungen und diese kommen zu 4,4% aus dem Ausland (vornehmlich aus Österreich). Betrachten wir diejenigen, die aus Deutschland kommen, so bezeichnen sich 44,4% der Befragten (vgl. auch Abbildung 9) als Touristen. In Abbildung 9 ist die Herkunft der Touristen in ihrer Gesamtschau erkennen.

Abbildung 9: Die Herkunft der Touristen nach Postleitzonen und deren prozentualer Anteil (in Klammer der Wert über alle Befragte)

	Alle Befragten	Touristen
Postleitzone 0	1,8	2,5
Postleitzone 1	1,8	3,7
Postleitzone 2	1,3	2,2
Postleitzone 3	1,9	3,5
Postleitzone 4	2,3	4,2
Postleitzone 5	2,9	5,3
Postleitzone 6	3,9	6,0
Postleitzone 7	3,8	7,2
Postleitzone 8	60,5	35,2
Postleitzone 9	15,4	23,5
Ausland	4,4	6,6

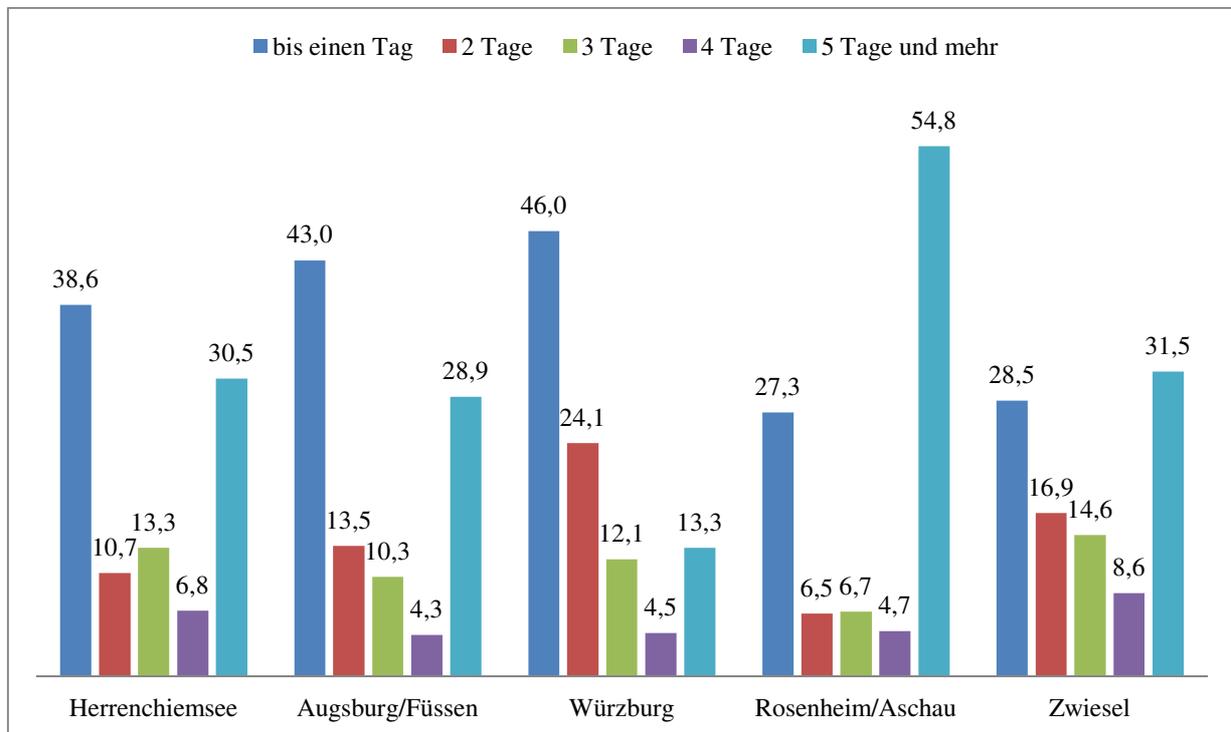
Postleitzonen in Deutschland



Quelle: Deutsche Post AG

Jegliche prozentuale Zunahme erfolgt zu Lasten der Postleitzone 8 (mit Sitz der Ausstellung); mit anderen Worten - und nicht weiter verwunderlich - kommt die Mehrzahl der 'Nicht-Touristen' aus dieser Postleitzone. Ergänzend wurde die Frage nach der Verweildauer der Touristen am Chiemsee und Umgebung gestellt. In Abbildung 10 ist das Ergebnis zu sehen. Knapp jeder zweite Besucher bleibt ein bis zwei Tage vor Ort, 13,3% der Touristen drei Tage. Waren also in Würzburg rund sieben von zehn Besucher Tagestouristen und in Augsburg/Füssen noch 56,5%, so sinkt dieser Wert 2011 erstmals wieder seit 2008 unter 50%. Die Mehrzahl der befragten Besucher bleibt mindestens für zwei Nächte in der Gegend um den Chiemsee. Im Gegensatz zur Würzburger Ausstellung, bei der der Schluss nahe lag, dass die Ausstellung gezielt der Grund für den Aufenthalt in der Stadt ist, und parallel zu der Ausstellung 2010 in Augsburg/Füssen, ist der Besuch der Ausstellung auf Herrenchiemsee in über 50% der Fälle nicht alleiniger Grund des Aufenthalts in der Region, die Landesausstellung wird also im Rahmen eines längeren Aufenthalts oder Urlaubs in der Gegend besucht. Mit Blick auf die Frage 8 kann auch gesagt werden, dass in einigen Fällen der Besuch des Schlosses auf der Agenda stand und die Besucher dadurch auf die Landesausstellung aufmerksam gemacht wurden.

Abbildung 10: „Falls ja, wie viele Tage bleiben Sie insgesamt in der Gegend?“ (Frage 4, in %)



Bestätigt werden diese Befunde durch den Blick auf die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen nach Herkunft der Besucher. Diejenigen Befragten, welche aus der Postleitzone Oberbayern (83) stammen und sich als Touristen sehen, sind mit 1,8 Tagen deutlich weniger Tage in der Gegend als alle anderen Besucher, dennoch tätigen sie wohl eine Übernachtung (hierbei muss die Fallzahl von n=18 berücksichtigt werden). Betrachten wir nun die befragten Personen, welche nicht aus Oberbayern stammen, so steigt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer auf 4,6 Tage (der Wert über alle Befragten liegt bei 4,5 Tagen).

In der Frage 6 erfahren wir, ob die Befragten am Chiemsee Geld ausgegeben haben und wenn ja, auch in welcher Höhe. Wie schon in den vergangenen Jahren geben mindestens zwei Drittel der Besucher der Landesausstellung 2011 Geld für Einkaufen oder Gastronomie aus; betrachten wir die Teilpopulation der Touristen unter den Besuchern, so geben drei von vier Personen Geld für das Einkaufen und die Gastronomie aus (vgl. Abbildung 11). Für eine Abschätzung des regional-ökonomischen Effekts werden nun die Ausgaben der Personen, auch differenziert nach Tourist / Nicht-Tourist, näher betrachtet.

Abbildung 11: „Haben Sie sich während Ihres Aufenthalts hier am Chiemsee etwas gekauft oder die örtliche Gastronomie genutzt oder haben Sie dies noch vor?“ (Frage 6, in %)

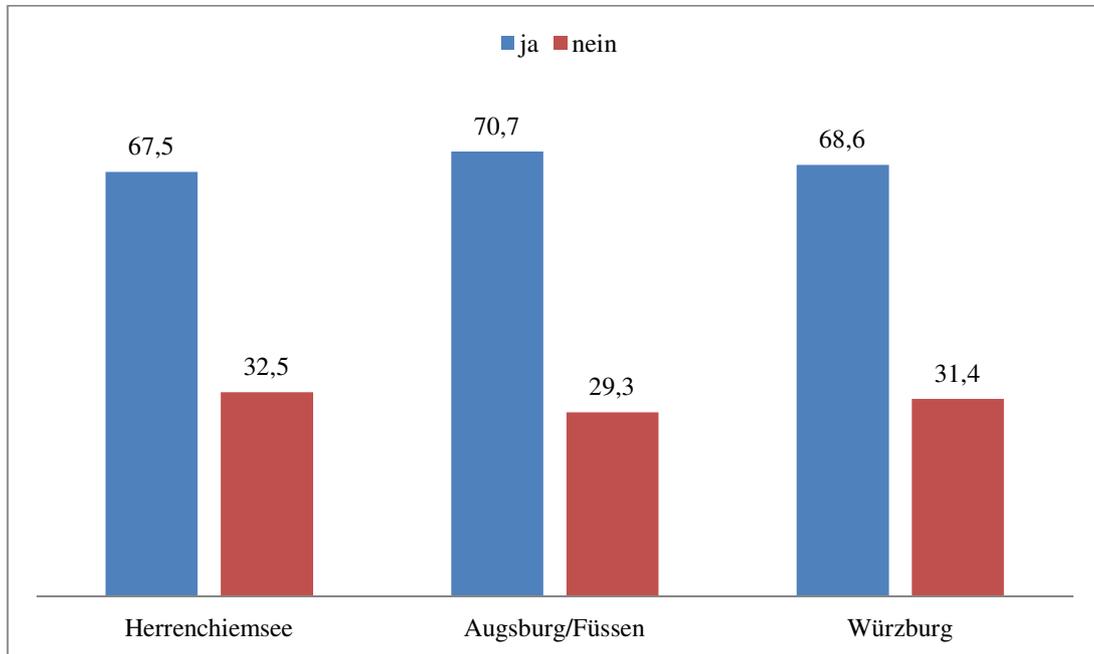
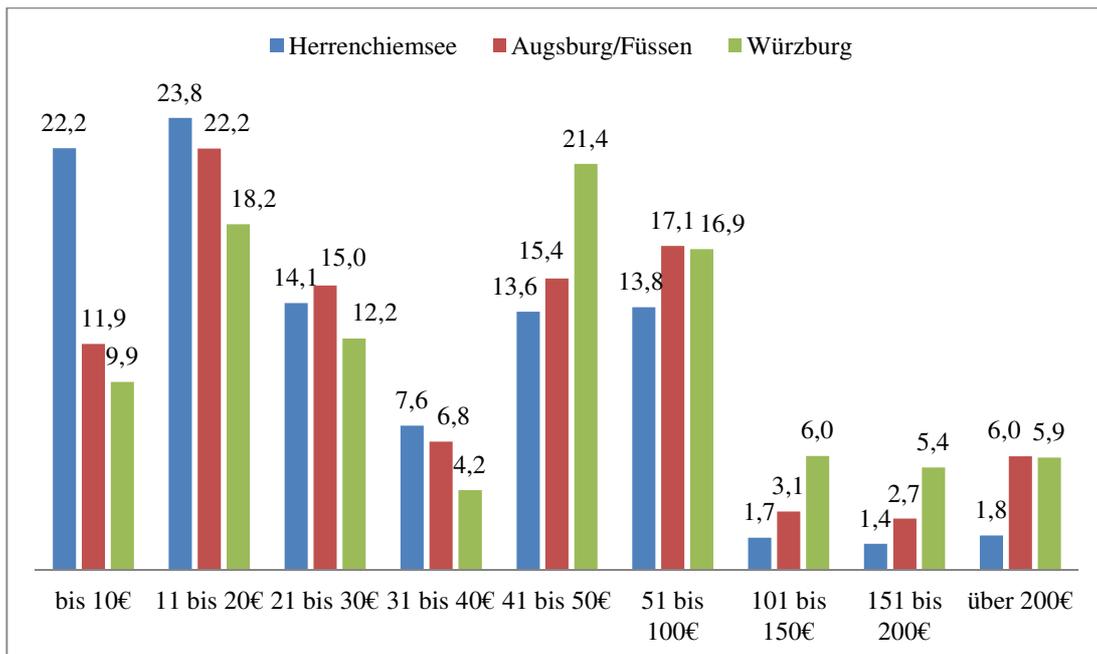


Abbildung 12: Falls Sie während Ihres Aufenthaltes hier am Chiemsee etwas gekauft haben oder kaufen werden, wie viel Geld haben Sie ungefähr ausgegeben oder werden Sie ausgeben? (Frage 6, in % und im Vergleich zu der Befragung in Augsburg/Füssen und Würzburg)



Betrachten wir die ersten beiden Kategorien (bis 10€ und, 11 bis 20€), so hat die Ausstellung im Jahr 2011 (Herrenchiemsee) im Vergleich zu Augsburg/Füssen und Würzburg immer höhere Werte. Nun stellt sich die Frage, auf welche räumliche Kategorie die befragten Personen ihre Antworten beziehen. Es liegt der Schluss nahe, dass in Augsburg/Füssen und in Würzburg die Stadt als Bezugskategorie angenommen wurde, auf Herrenchiemsee die Insel. Die Ausgabemöglichkeiten sind innerhalb einer Stadt natürlich vielfältiger und breiter als auf einer Insel, so dass die Ergebnisse bei Frage 6 unter diesem Lichte gesehen werden müssen. 45,5% der befragten Personen geben nun bis 20€ am Tag des Besuches am Chiemsee aus; die Vergleichswerte aus den vergangenen Jahren sind in Augsburg/Füssen 34,1% und in Würzburg 28,1%. Unter Berücksichtigung der oben genannten Punkte sind dies nun zum Einen die einheimische Bevölkerung, zum Anderen die Tagesausflügler und in dieser Kategorie auch die länger in der Region bleibenden Touristen, welche einen Tagesausflug von ihrem Urlaubsort machten. Zu Verdeutlichung die Abbildung 13, in der die einzelnen Ausgabekategorien nach ihrer Verteilung in Tourist und Nicht-Tourist abgebildet sind.

Abbildung 13: Verteilung der Ausgaben nach Tourist und Nicht-Tourist (Frage 4 und 6, in %)

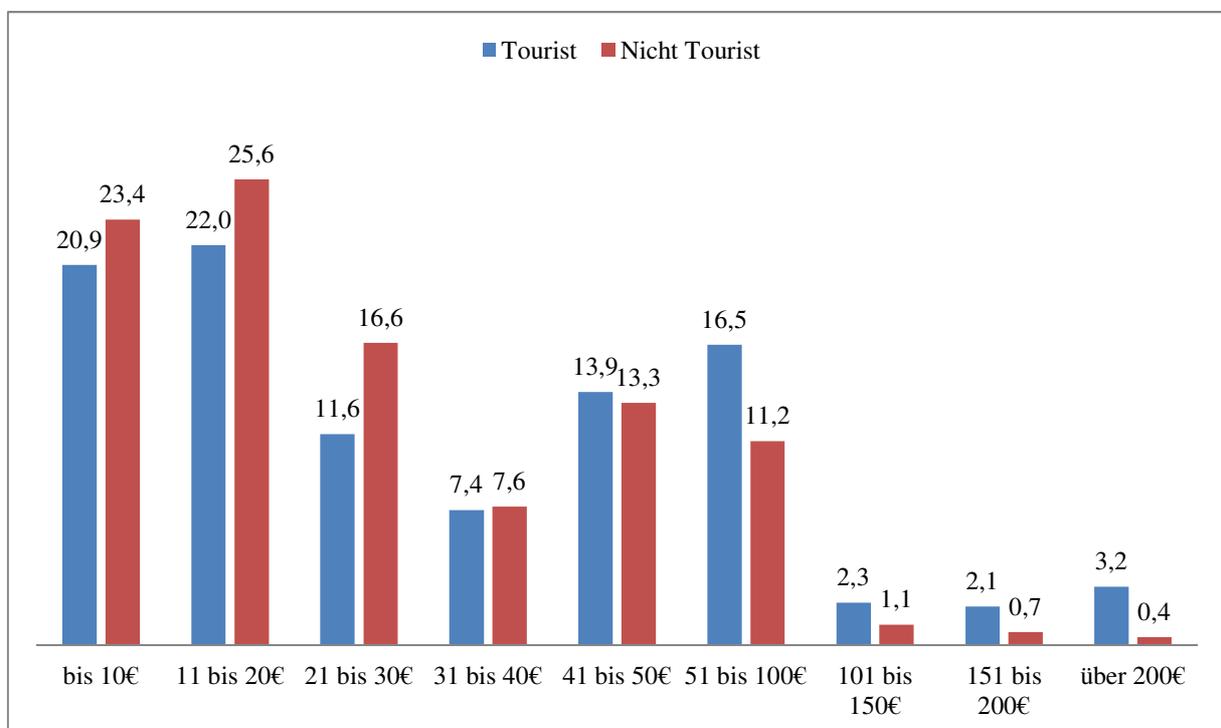


Abbildung 13 in Verbindung mit der Aufenthaltsdauer der Touristen bestätigt die These des Tagesausfluges zur Ausstellung bei Urlaubern in der Region. Lenken wir dazu unseren Blick einmal auf die Kategorie 'bis 10€', so fällt auf, dass rund 40% der Touristen „echte“ Tagesausflüger sind, also nur einen Tag in der Region verweilen, und 35% fünf und mehr Tage Urlaub machen. Im Mittel betragen die Ausgaben im Jahr 2011 rund 42€ (2010 waren 72€ und 2009 80€).

Nehmen wir als Basis nicht nur diejenigen, die Ausgaben getätigt haben, sondern alle Befragten, so geben die Besucher im Durchschnitt rund 21€ aus (in Augsburg/Füssen und Würzburg waren 33€). Dieses Ergebnis lässt sich wiederum mit denjenigen Touristen erklären, welche (eigentlich) fünf und mehr Tage in der Region sind, allerdings bei der Angabe ihrer Ausgaben lediglich die Ausgaben auf der Insel notierten. Aus regionalökonomischer Perspektive interessant sind nun die Gesamtausgaben, welche von den Besuchern getätigt wurden. Hierzu werden nun die mittleren Ausgaben mit der Anzahl der befragten Personen multipliziert. Natürlich können die Zahlen nur als Trend angesehen werden. Vergleiche mit den anderen Besucherumfragen machen auf Grund der unterschiedlichen Anzahl und den damit verbundenen nicht in Relation stehenden Beträgen der befragten Personen keinen Sinn. Alles in allem haben die befragten Personen 36.783€ ausgegeben.

Um die Besucher noch ein wenig besser einordnen zu können, wurde in Frage 26 nach dem allgemeinen Besucherverhalten gefragt. Waren noch 2009 und 2010 eher „Ausstellungsmuffel“ zum Besuch angeregt worden, so sind es 2011 eher routinierte Ausstellungsbesucher. 30,0% gaben an, mehr als fünf Mal im Jahr Ausstellungen zu besuchen. Gut die Hälfte der Befragten (55,1%), und damit im Vergleich zu den anderen Erhebungen weitestgehend konstant, besucht zwei bis fünf Mal im Jahr eine Ausstellung, jeder siebte höchstens einmal. Eine Ausstellung in Verbindung mit einer anderen Sehenswürdigkeit, in diesem Fall das Schloss Herrenchiemsee, lockt wohl eher einen Personenkreis an, welche auch andere Ausstellungen besucht. Diesen Befund bekräftigen könnte der Umstand, dass, speziell zur Landesausstellung, der nicht fertiggestellte Flügel des Schlosses für die Besucher geöffnet wurde und so, auch für Kenner des Schlosses, als Pull-Faktor dient.

3.2 Die Besucher vor der Ausstellung

Die Fragen 1 bis 3 beschäftigen sich im weitesten Sinne mit der Organisation des Besuches der Ausstellung. Hierzu zählen wir, über welches Medium die Besucher von der Ausstellung erfahren (Frage 1), mit welchem Verkehrsmittel der Besucher die Ausstellung erreicht hat (Frage 3) bzw. ob er als Einzelbesucher oder in einer Gruppe an König Ludwig II. Interesse zeigt (Frage 2). Im Vergleich zu den Erhebungen aus den Jahren 2007 und 2008 sowie 2009 sind bei dieser Frage einige Änderungen vorgenommen worden, auf die bei der jeweiligen Antwortmöglichkeit mittels Fußnote verwiesen wird. Die Nennung der Möglichkeiten erfolgt in der Reihenfolge der höchsten Angaben bei der Befragung auf Herrenchiemsee.

Abbildung 14: „Wer oder was hat Sie auf die Ausstellung aufmerksam gemacht bzw. was war für Sie am wichtigsten?“ (Bitte höchsten drei Antworten ankreuzen) (Frage 1, in % nach Antworten)³

	Herrenchiemsee	Augsburg/Füssen	Würzburg	Rosenheim/Aschau	Zwiesel
Freunde/Verwandte/ Bekannte/Arbeitskollegen	39,1	28,3	29,3	21,8	28,0
Berichte in Zeitungen und Zeitschriften	32,7	42,5	19,1	21,0	31,9
Regionale Zeitungen/Zeitschriften ⁴	nicht erhoben	nicht erhoben	nicht erhoben	14,7	17,8
Überregionale Zeitungen/Zeitschriften	nicht erhoben	nicht erhoben	nicht erhoben	6,3	14,1
Plakate und Faltblätter ⁵	43,6	51,7	24,2	31,2	19,3
Plakate	32,5	35,1	19,7	nicht erhoben	nicht erhoben
Berichte im Fernsehen	13,5	8,4	4,0	3,4	3,8
Berichte im Radio	11,6	12,6	5,8	3,3	4,8
Faltblätter	11,1	16,6	4,5	nicht erhoben	nicht erhoben
Internet	10,2	5,8	nicht erhoben	nicht erhoben	nicht erhoben
Internetauftritt des HdBG	nicht erhoben	nicht erhoben	2,6	3,3	3,5
Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften	7,7	10,5	4,9	3,3	3,5
Großwerbetafeln/Autobahnbeschilderung	7,3	5,4	6,4	5,7	nicht erhoben
Veranstaltungsprogramme	7,0	7,2	2,1	3,7	2,2
Der Freundeskreis des HdBG	4,6	6,2	1,4	2,7	2,6
Verlagsinformationen über den Katalog	1,2	0,8	0,1	0,6	0,3

³ Trotz des Hinweises im Fragebogen höchstens drei Kreuze zu machen, wurden in einigen Fällen vier und mehr Antworten gegeben. Um diese Informationen nicht zu verlieren, wurden bis zu fünf Antwortmöglichkeiten pro Fragebogen analysiert. Aus diesem Grund ergibt die Summe der Prozentangaben nicht 100% (Mehrfachantworten).

⁴ Auf Herrenchiemsee, in der Augsburger/Füssener und der Würzburger Befragung wurden die beiden Antwortmöglichkeiten „Regionale Zeitungen/Zeitschriften“ und „Überregionale Zeitungen/Zeitschriften“ zu „Berichte in Zeitungen und Zeitschriften“ zusammengefasst. Als Orientierung soll die Summe der beiden Antwortmöglichkeiten dienen, welcher in der Zeile bei „Berichte in Zeitungen und Zeitschriften“ abgedruckt ist.

⁵ Auf Herrenchiemsee, in der Augsburger/Füssener und der Würzburger Befragung wurde „Plakate/Faltblätter“ getrennt abgefragt.

Deutlich an „Kraft“ zugenommen und 2011 wieder (wie auch 2009 in Würzburg) an erster Stelle, hat das Mittel der „Freunde, Verwandte, Bekannte, Arbeitskollegen“, knapp 4 von 10 Personen gaben also die wohl mündliche Verbreitung im familiären Umfeld und im Arbeitsbereich an. Jeder dritte befragte Besucher hat sich mittels „Berichte in Zeitungen und Zeitschriften“ über die Ausstellung informiert. Fassen wir die beiden Antwortmöglichkeiten „Plakate“ und „Faltblätter“ zusammen, so werden gut 4 von zehn Personen (43,6%) durch diese beiden Werbemöglichkeiten auf die Ausstellung aufmerksam gemacht. Auf die Frage nach dem Medium der Aufmerksamkeitserregung (vgl. Abbildung 14) kann zusammenfassend gesagt werden, dass die „Presse“, die „Plakate (und Faltblätter)“ und die „Freunde/Verwandte/Bekannte“ die drei am häufigsten genannten Antwortmöglichkeiten sind. Die „Mund zu Mund Propaganda“ ist auf Herrenchiemsee auf einem deutlich höherem Niveau als bei allen anderen untersuchten Ausstellungen. Zu erwähnen ist der Unterschied zwischen den Kategorien „Berichte in Zeitungen und Zeitschriften“ und „Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften“. Haben sich, wie oben erwähnt, rund 33% der befragten Besucher durch „Berichte in Zeitungen und Zeitschriften“ informiert, so sind es speziell bei den Anzeigen in den Printmedien 7,7%. Reine Werbung in den Zeitungen und Zeitschriften spielt also eine deutlich untergeordnetere Rolle als die redaktionellen Beiträge. In allen genannten Untersuchungen fällt die konstante Zusammensetzung der ersten drei Plätze auf; die konkrete Vergabe dieser Plätze allerdings ist unterschiedlich. „Freunde, Verwandte, Bekannte, Arbeitskollegen“, „Berichte in Zeitungen und Zeitschriften“ und „Plakate und Faltblätter“ sind die Personengruppen bzw. Medien, welche die Kunde von der Ausstellung am häufigsten verbreiten (vgl. Abbildung 14). Abbildung 15 zeigt das Ranking dieser Informationsquellen im Verlauf der Jahre; zu beachten ist hierbei, dass für die Landesausstellung ab dem Jahr 2009 die Summe aus „Plakate“ und „Faltblätter“ für das Ranking herangezogen wurde.

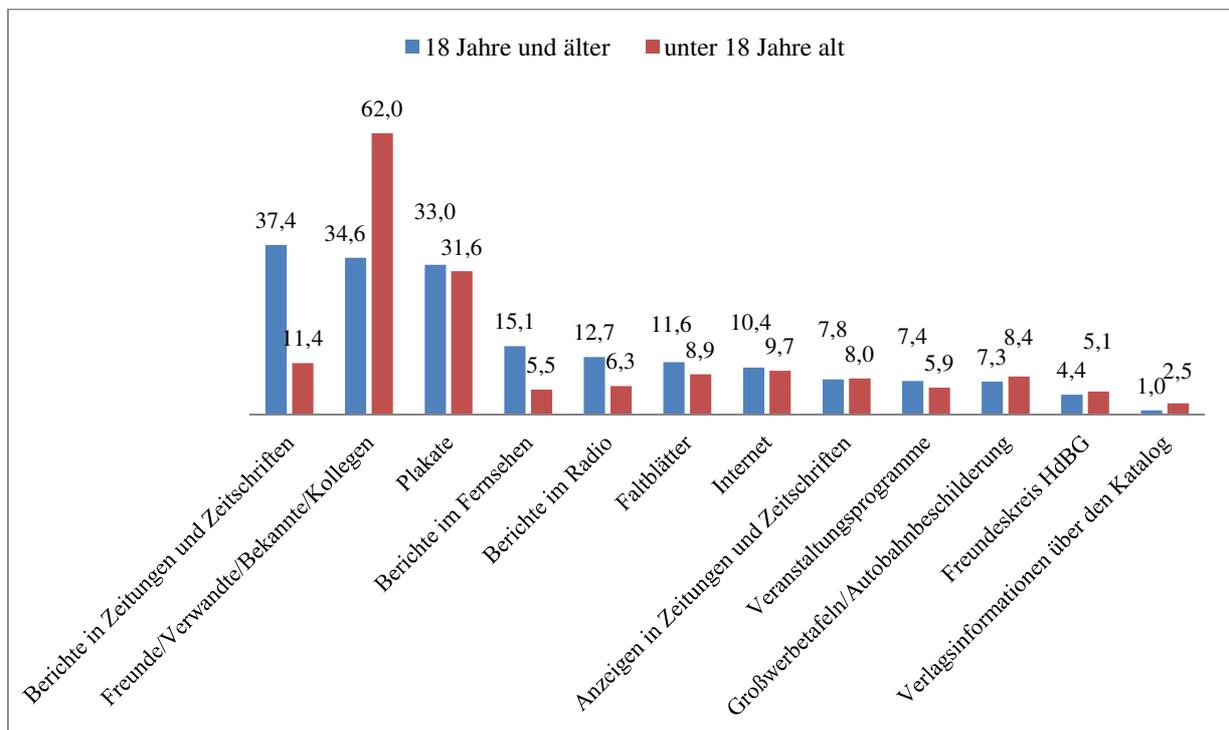
Abbildung 15: Ranking der drei häufigst genannten Personengruppen bzw. Medien

	Herrenchiemsee 2011	Augsburg/ Füssen 2010	Würzburg 2009	Rosenheim/ Aschau 2008	Zwiesel 2007
Plakate/Faltblätter	1	1	2	1	3
Freunde/Verwandte/ Bekannte/Arbeitskollegen	2	3	1	2	2
Berichte in Zeitungen/Zeitschriften	3	2	3	3	1

In der Summe haben die „Plakate und Faltblätter“ in den Jahren 2008, 2010 und 2011 den größten Anteil an der Bekanntmachung der Ausstellung. In Würzburg waren diese der zweithäufig genutzte Mittler und in Zwiesel belegten diese den „dritten Platz“. Die Personengruppe „Freunde, Verwandte, Bekannte und Arbeitskollegen“ zeichneten sich außer in Augsburg/Füssen und Würzburg als das zweitwichtigste Mittel zur Aufmerksamkeitserregung. Schließlich folgen die „Berichte in Zeitungen und Zeitschriften“ auf Herrenchiemsee, in Würzburg und in Rosenheim/Aschau auf dem „dritten Platz“, am wichtigsten waren diese redaktionellen Arbeiten in Zwiesel, am zweitwichtigsten in Augsburg/Füssen.

Rund drei Viertel (74,2%) der Besucher der Landesausstellung im Jahr 2011 sind als Einzelbesucher in die Ausstellung gekommen, ein Viertel als Gruppe. Dies ist in etwa das Niveau aus den Jahren 2007 in Zwiesel und 2009 in Würzburg. Verglichen mit den Ausstellungen in Augsburg/Füssen und Rosenheim/Aschau sind dies 11,9 bzw. 6,2 Prozentpunkte weniger. Nehmen wir die Variable Tourist oder Nicht-Tourist für eine weitere Differenzierung, so ergeben sich keine Unterschiede.

Abbildung 16: „Wer oder was hat Sie auf die Ausstellung aufmerksam gemacht bzw. was war für Sie am wichtigsten?“ (Bitte höchsten drei Antworten ankreuzen) (Frage 1, in % nach Alter)



Mehr Aufklärung leistet die Unterscheidung zwischen volljährigen Besuchern (18 Jahre alt und älter) und minderjährigen Besuchern (unter 18 Jahre alt). Diese wurde getroffen, um den Einfluss der SchülerInnen zu minimieren (vgl. Abbildung 16). Deutlich erkennbar ist der Unterschied in der Antwortmöglichkeit „Berichte in Zeitungen und Zeitschriften“. Die unter 18-jährigen Befragten, also zum Großteil die SchülerInnen, nutzen die „Berichte in Zeitungen und Zeitschriften“ deutlich weniger als die volljährigen Besucher; demgegenüber steht die Quelle der „Freunde, Verwandte, Bekannte und Kollegen“. Rund zwei Drittel aller Schüler haben diese Antwortmöglichkeiten genutzt. An den handschriftlichen Ergänzungen, welche eine Vielzahl von SchülerInnen auf dem Bogen hinterlassen haben, ist zu erkennen, dass es sich hierbei um die LehrerInnen handelt. „Berichte im Fernsehen und im Radio“ über die Landesausstellungen werden von den minderjährigen Besuchern ebenfalls merklich weniger genutzt als von den 18 Jahre alten und älteren befragten Personen. Kaum Unterschiede und damit in der Rezeption als identisch anzusehen sind die „Plakate“, das „Internet“ und die „Anzeigen in Zeitschriften und Zeitungen“. In Abbildung 17 sind weitere Variablen zur Unterscheidung der einzelnen Medien herangezogen worden. Touristen informieren sich mehr über „Freunde, Verwandte, Bekannte und Kollegen“ und das „Internet“, ‚Einheimische‘ nehmen eher die „Berichte in (lokalen?) Zeitungen und Zeitschriften“ sowie deren „Anzeigen“ wahr und informieren sich über „Berichte im Fernsehen“ und „im Radio“.

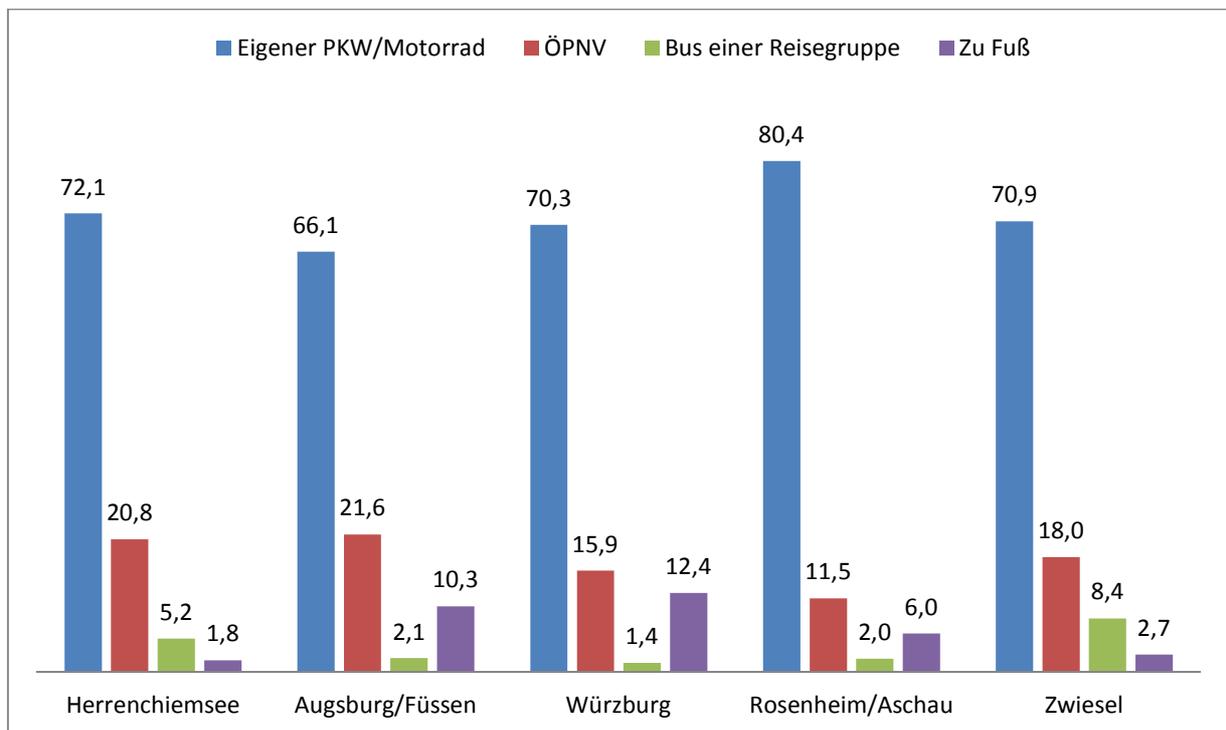
Abbildung 17: „Wer oder was hat Sie auf die Ausstellung aufmerksam gemacht bzw. was war für Sie am wichtigsten?“ (Bitte höchsten drei Antworten ankreuzen) (Frage 1, in % nach Antworten)

Herrenchiemsee	Alle Befragten	Tourist	Nicht-Tourist	Einzelbesucher	Gruppenbesucher
Freunde/Verwandte/Bekannte/Kollegen	39,1	41,6	36,8	33,8	54,4
Berichte in Zeitungen und Zeitschriften	32,7	27,3	37,4	36,4	22,0
Plakate	32,5	29,0	35,0	33,5	28,7
Berichte im Fernsehen	13,5	11,9	14,9	15,1	9,0
Berichte im Radio	11,6	8,5	14,1	13,1	7,2
Faltblätter	11,1	10,8	11,4	12,2	7,6
Internet	10,2	12,1	8,7	10,1	10,9
Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften	7,7	5,7	9,3	8,0	6,7
Großwerbetafeln/Autobahnbeschilderung	7,3	5,7	8,6	7,6	6,5
Veranstaltungsprogramme	7,0	7,0	7,0	6,0	9,7
Freundeskreis HdBG	4,6	5,1	4,4	3,9	6,7
Verlagsinformationen über den Katalog	1,2	2,0	0,6	1,0	1,6

In etwa gleich wichtig sind die Medien der „Faltblätter“, der „Veranstaltungsprogramme“ und der „Freundeskreis des Hauses der Bayerischen Geschichte“. Betrachten wir die Unterscheidung nach der Besucherart, also ob der Befragte als Einzelbesucher oder in einer Gruppe die Ausstellung besichtigte, so sind die „Freunde, Verwandte, Bekannte und Kollegen“ bei den Gruppenbesuchern in ihrem Einfluss als höher einzuschätzen (hier wurde keine Unterscheidung zwischen voll- und minderjährigen Besuchern vorgenommen, in die Betrachtung flossen also alle befragten Personen mit ein). Ebenfalls wichtiger sind die „Veranstaltungsprogramme“ und der „Freundeskreis des Hauses der Bayerischen Geschichte“.

In erster Linie benutzten die Befragten zur Anreise „den eigenen PKW/das eigene Motorrad“, im Vergleich zu den vorangegangenen Befragungen etwa auf dem Niveau von Würzburg und Zwiessel (vgl. Abbildung 18). Bei der Landesausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ machten sich demnach knapp drei Viertel (72,1%) mit dem motorisierten Individualverkehr auf den Weg zur Ausstellung. Rund jeder fünfte Befragte nahm den öffentlichen Personennahverkehr in Anspruch. Rund doppelt (im Vergleich zu Würzburg dreimal) so viele Besucher kamen mit dem Bus einer Reisegruppe zur Ausstellung.

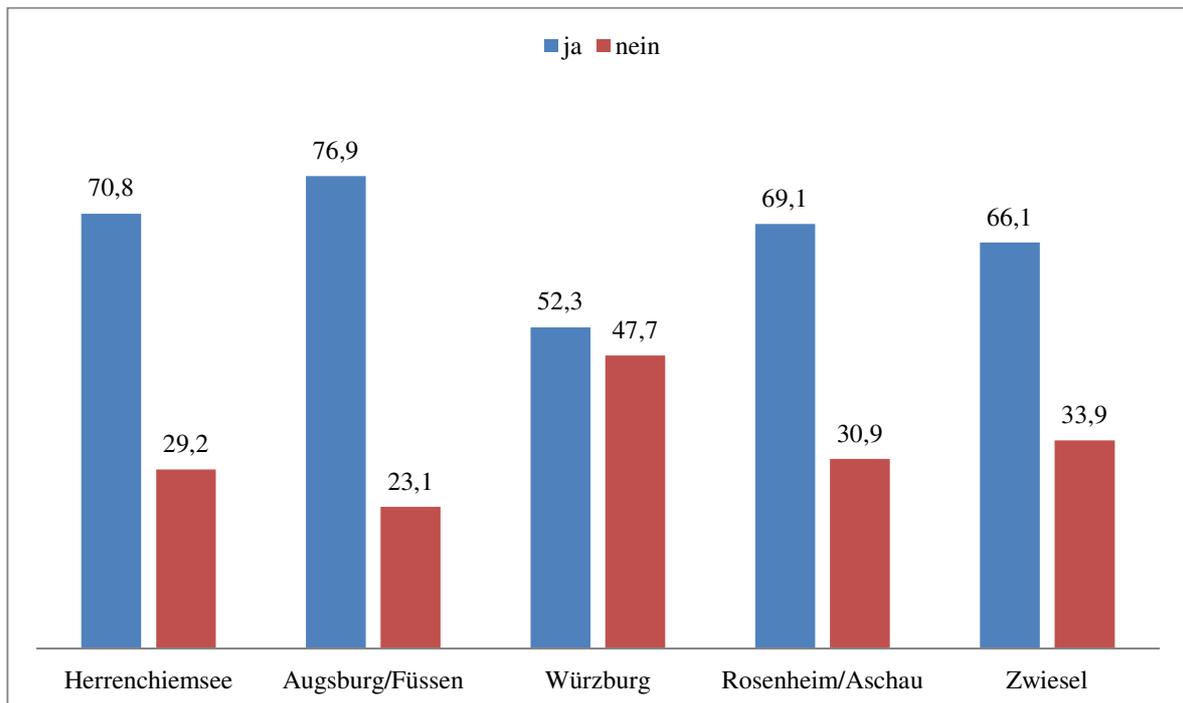
Abbildung 18: „Wie haben Sie die Ausstellung erreicht?“ (Frage 3)



Für diesen Umstand sind wiederum die SchülerInnen verantwortlich, dennoch: Wenn man diese Besuchergruppe weglässt, sind rund 4% der Besucher mit dem Bus gekommen. Ein Wert, der seit der Ausstellung in Zwiesel nicht mehr erreicht wurde und auch zu den vielen `Gruppenbesuchern´ passt (vgl. dazu auch Seite 22).

Mit Frage: „Haben Sie früher schon einmal vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört?“ wurde der Bekanntheitsgrad des Hauses der Bayerischen Geschichte ermittelt (vgl. Abbildung 19). 70,8% der befragten Besucher gaben an, schon einmal etwas vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört zu haben. War noch 2010 der Standort Augsburg für den vergleichsweise hohen Wert (76,9%) verantwortlich, so ist der Wert für die Landesausstellung 2011 zwar der zweithöchste, dennoch mit Rosenheim/Aschau und Zwiesel vergleichbar.

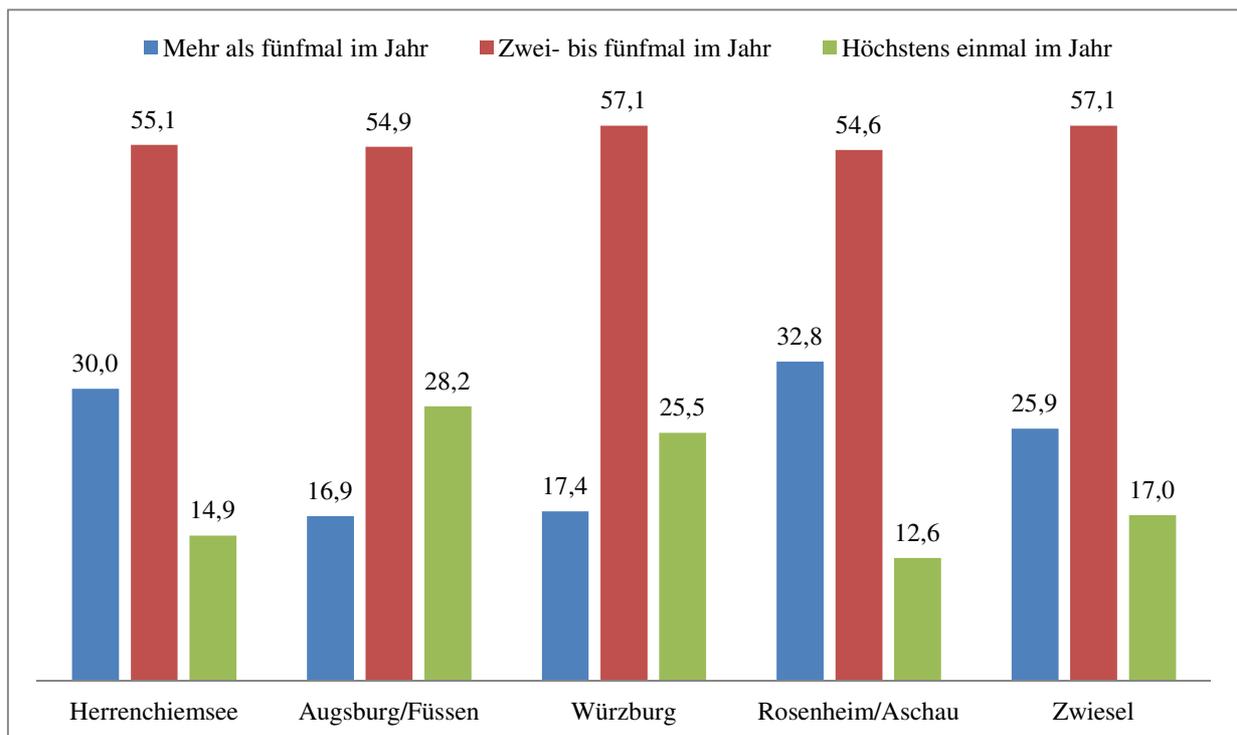
Abbildung 19: „Haben Sie früher schon einmal vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört?“ (Frage 32, in %)



Die Ausstellung im Jahr 2011 hat demzufolge, wie auch 2010, 2008 und 2007, einen Personenkreis angezogen, welcher sich schon mit dem Haus der Bayerischen Geschichte beschäftigt hat bzw. von ihm gehört hat und weiter einen, der im Allgemeinen öfter in Ausstellungen geht (Frage

26). Abbildung 20 zeigt das Antwortverhalten auf die Frage, wie oft die Besucher im Allgemeinen in Ausstellungen gehen.

Abbildung 20: „Wie oft gehen Sie im Allgemeinen in Ausstellungen?“ (Frage 26, in %)



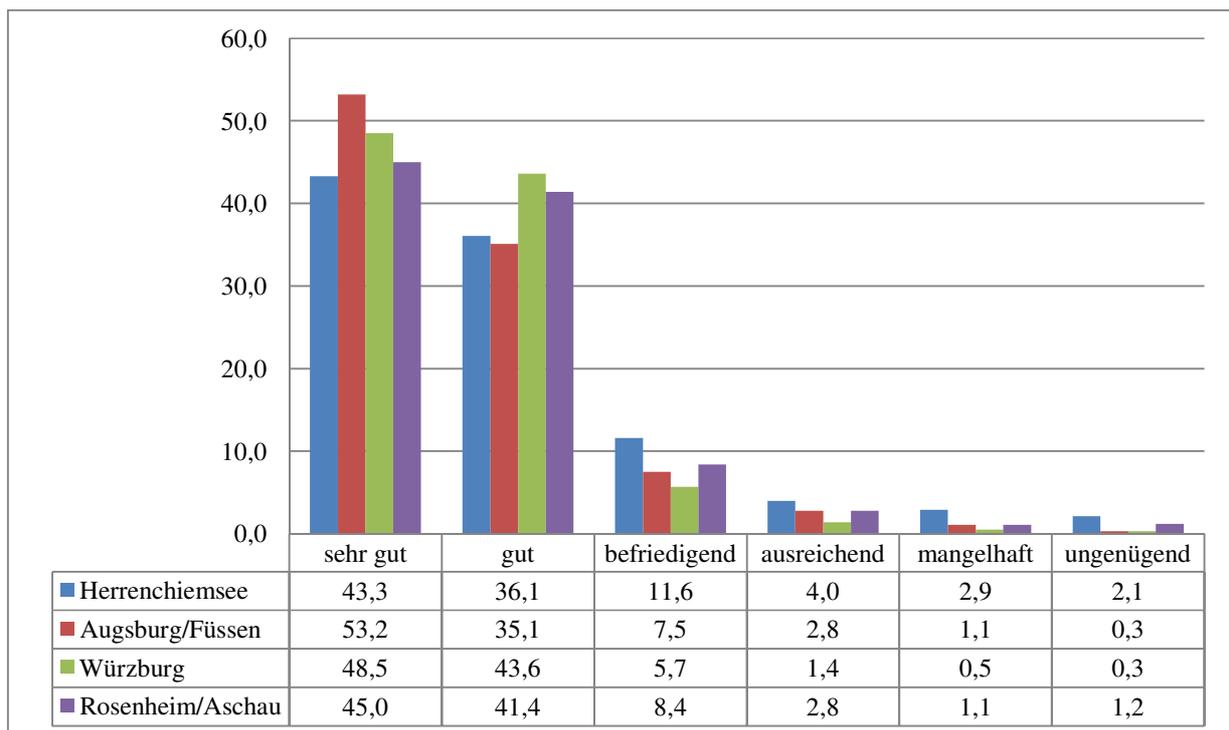
Gut zu erkennen ist das konstante Antwortverhalten bei der Antwortmöglichkeit „Zwei- bis fünfmal im Jahr“. Gut jeder zweite befragte Besucher hat durchgängig bei jeder untersuchten Landesausstellung sein Kreuz in dieser Mittelkategorie gemacht. Unterschiede gibt es bei den beiden extremen Antworten. Die Ausstellungen auf Herrenchiemsee und in Rosenheim/Aschau haben routiniertere Besucher angezogen als die Ausstellungen in Augsburg/Füssen und in Rosenheim. Zwiesel nimmt sozusagen eine mittlere Position ein, hier geht gut jeder vierte Besucher „mehr als fünfmal im Jahr“ in Ausstellungen.

Die letzte und 2011 zum ersten Mal gestellte Frage ist: „Sind Sie heuer zum ersten Mal in einer Landesausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte?“ (Frage 33). Gute jeder zweite Besucher (56,7%) antwortete auf diese Frage mit „Ja“, 43,3% mit „Nein“.

3.3 Die Besucher in der Ausstellung

Die Besucher der Ausstellung haben insgesamt gesehen Gefallen (Frage 7) an derselben gefunden. Fassen wir die beiden besten Notenstufen „sehr gut“ und „gut“ (vgl. Abbildung 21) zusammen, so erhält die Ausstellung im Jahr 2011 auf Herrenchiemsee 79,4% positive Zustimmung. Allerdings fällt in diesem Jahr im Vergleich zu den anderen Landesausstellungen diese zusammengefasste Zustimmung zum ersten Mal unter 80%. Zur Erinnerung: In Zwiesel wurde diese Frage nach den verschiedenen Stockwerken gestellt. Mitteln wir die Werte aus Zwiesel, so benoteten 91,5% der Besucher die Ausstellung mit „sehr gut“ und „gut“. Im Folgenden klären wir, welche Komponenten für dieses Ergebnis verantwortlich sind.

Abbildung 21: „Wie hat Ihnen die Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ gefallen?“ (Frage 7, in %)



Doch zunächst ein paar Worte zur Umverteilung. Höchster Unterschied ist in der Kategorie „sehr gut“ zu verzeichnen, gegenüber der Ausstellung in Augsburg/Füssen erkennen wir eine Differenz von 9,9 Prozentpunkten. Diese verteilt sich überwiegend auf die Notenstufen „befriedigend“

bis „ungenügend“. Bleibt die Note '2' zu 2010 nahezu gleich, so finden sich im Vergleich zu allen anderen Ausstellungen ab der Note '3' bis hin zur Note '6' die höchsten Werte. Absolut gesehen verzeichnet 'befriedigend' den höchsten Zuwachs, in Relation zu den Werten aus den Vorjahren erhöhen sich vor allem die Notenstufen '5' und '6'. Zum Beispiel kreuzten im Vergleich zu Augsburg/Füssen und Würzburg sieben Mal so viele befragte Besucher auf Herrenchiemsee „ungenügend“ an.

Die Frage ist ja mittels einer Schulnotenskala (sehr gut (1) bis ungenügend (6)) abgefragt, so können wir auch ein Zeugnis ausstellen. Die Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ bekommt demnach eine 1,93 und ist damit schlechter bewertet worden als die anderen Ausstellungen (Augsburg/Füssen: 1,64; Würzburg: 1,62 und Rosenheim/Aschau: 1,77). Dabei gilt zu beachten, dass die Teilausstellung 2008 in Rosenheim den Wert 1,98 bekam.

Um diesen doch erheblichen Unterschied zu erklären, setzen wir die Notengebung in Beziehung zum höchsten Bildungsabschluss (vgl. Abbildung 21).

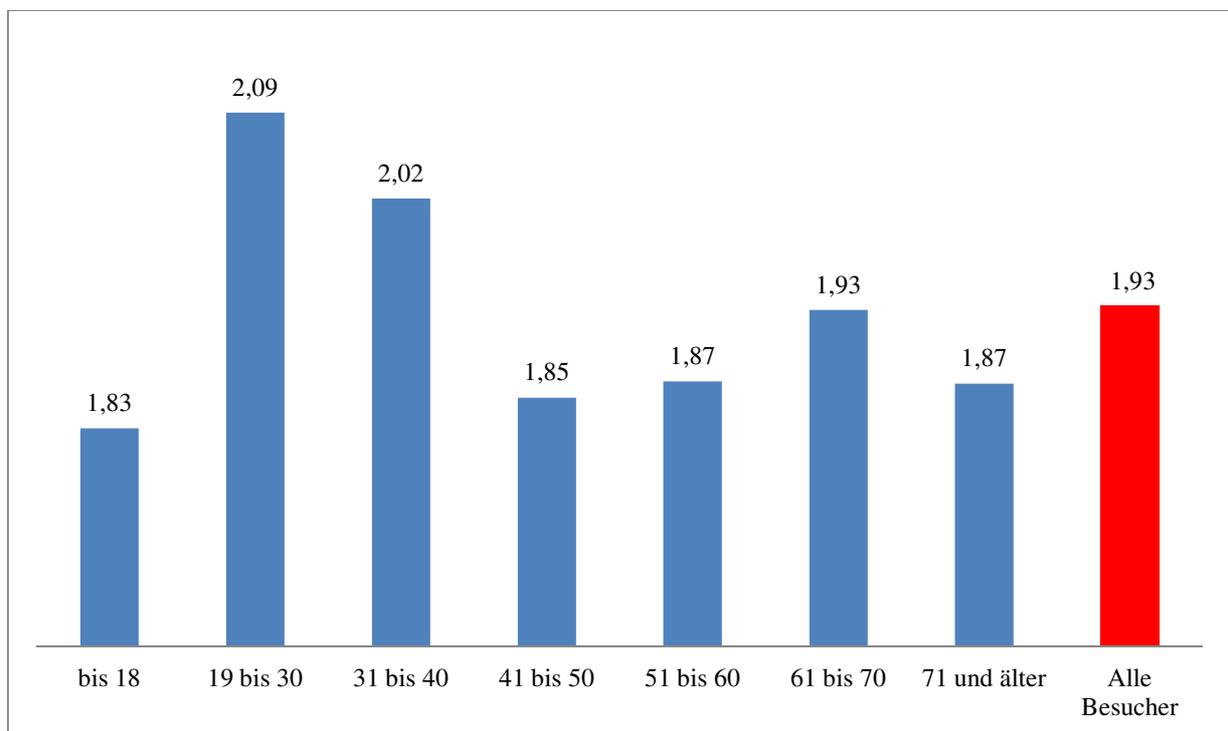
Abbildung 22: „Wie hat Ihnen die Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ gefallen?“ (Frage 7 in Mittelwerten / Schulnoten; Mittelwerte nach höchstem Schulabschluss)

	Herrenchiemsee	Augsburg/ Füssen	Würzburg	Rosenheim/ Aschau
(Noch) keinen Abschluss	1,84	1,97	1,50	1,80
Volks-/Hauptschulabschluss	1,74	1,45	1,47	1,69
Mittlere Reife/ Realschulabschluss	1,82	1,51	1,59	1,54
Fachhochschulreife	1,94	1,57	1,73	1,89
Abitur/Allg. Hochschulreife/ Fachgebundene Hochschulreife	1,98	1,68	1,63	2,01
Akademischer Abschluss	1,99	1,70	1,73	1,94

Bis auf zwei Ausnahmen (Augsburg/Füssen bei „(noch) keinen Abschluss“ und Rosenheim und Aschau bei „Abitur, Allg. Hochschulreife und Fachgebundene Hochschulreife“) ist die Ausstellung im Jahr 2011 durchgängig bei jedem Schulabschluss etwas schlechter bewertet worden. Beim Schulabschluss „Mittlere Reife/Realschulabschluss“ ist die Abweichung nahezu konstant bei 0.3. Der Trend, dass Personen mit höherer Bildung weniger Gefallen an den Ausstellungen finden bzw. ihre Kritik im Fragebogen kund tun, setzt sich also fort.

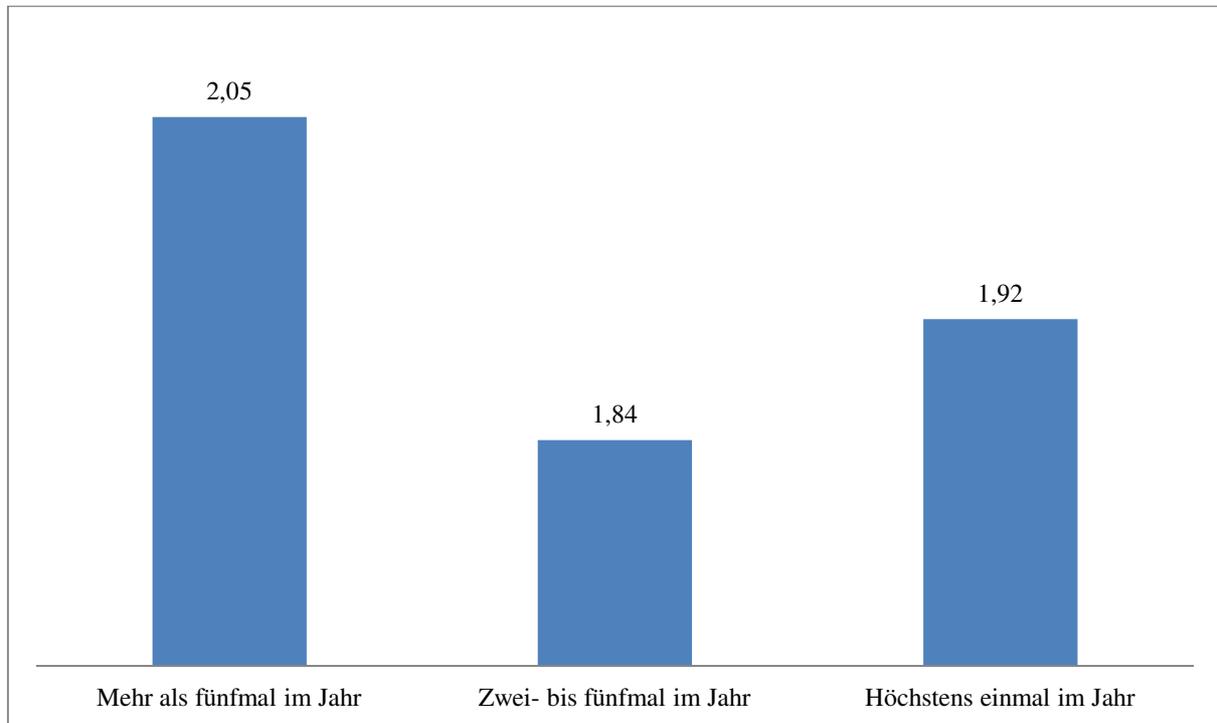
In Abbildung 23 sehen wir die Durchschnittsnoten nach Altersklassen. Die Altersklasse von 19 bis 40 Jahren liegt über dem Durchschnittswert für alle Befragten, alle anderen liegen darunter oder bilden diesen ab. Gerade also die jüngeren Erwachsenen (19 bis 30 und 31 bis 40 Jahre alt) sowie die 61 bis 70-jährigen Besucher zeichnen sich für das Zustandekommen der Mittelwertes (1,93) verantwortlich.

Abbildung 23: „Wie hat Ihnen die Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ gefallen?“ (Frage 7 in Mittelwerten / Schulnoten und Frage 30 nach Altersklassen)



Eine weitere Variable, welche den Mittelwert des Gefallens der Ausstellung erklären kann, ist die Frage nach der Häufigkeit der Ausstellungsbesuche (Frage 26). Die routinierteren Ausstellungsbesucher, diejenigen also, die im Jahr mehr als fünfmal eine Ausstellung besuchen, bewerten die Ausstellung mit 2,05. Deutlich besser wurde die Ausstellung von denjenigen bewertet, welche „zwei- bis fünfmal“ in Ausstellungen gehen, die „Ausstellungsmuffel“ bilden den Gesamtmittelwert ab (vgl. Abbildung 24).

Abbildung 24: „Wie hat Ihnen die Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ gefallen?“ (Frage 7, in Mittelwerten / Schulnoten und Frage 30 nach Altersklassen)



3.3.1 Serviceleistungen und Infrastruktur

Nehmen wir zur Erklärung des Gesamtgefallens die abgefragten Serviceleistungen und Infrastrukturen (Frage 27), so ergibt sich, angeordnet nach der Wichtigkeit für das Gesamtgefallen (Frage 7), folgende Reihenfolge. Am wichtigsten sind die „Ausschilderung des Rundgangs in der Ausstellung“ und die „Freundlichkeit des Personals“ (ebenso wie in der Ausstellung 2010 in Augsburg/Füssen). Die anderen drei Items, „Öffnungszeiten“, „Ausschilderung zur Ausstellung“ und „Parkmöglichkeiten“, fallen sehr deutlich in ihrer Wichtigkeit für das Gesamtgefallen ab. Diese fünf Items haben wir wiederum in Form einer Schulnotenskala abgefragt, so dass wir erneut Zensuren vergeben können. Zu allererst in Abbildung 25 einmal die Noten im Überblick.

Abbildung 25: Serviceleistungen und Infrastruktur auf Herrenchiemsee (Frage 27, in Mittelwerten/Schulnoten und Top Two: Zusammenfassung von ´sehr gut´ und ´gut´ in %)

Herrenchiemsee	Mittelwert / Schulnote	Top Two
Öffnungszeiten	1,83	88,3
Freundlichkeit des Personals	1,87	82,5
<i>Mittelwert über alle Serviceleistungen/Infrastrukturmerkmale</i>	<i>1,99</i>	<i>79,7</i>
Ausschilderung des Rundgangs in der Ausstellung	2,01	76,5
Ausschilderung zur Ausstellung	2,03	78,4
Parkmöglichkeiten	2,19	72,8

Die „Öffnungszeiten“ sind die Serviceleistung bzw. das Infrastrukturmerkmal mit der höchsten positiven Zustimmung (88,3%), mit knappem Abstand folgend ist die „Freundlichkeit des Personals“ (82,5%), welche in den Jahren 2009 und 2010 noch diejenige Serviceleistung mit der höchsten Zustimmung war. Die beiden Formen der Ausschilderung, einmal des Rundgangs und einmal in der Ausstellung, wurden durchschnittlich mit ´gut´ bewertet und werden von rund drei Vierteln der Besucherschaft mit ´sehr gut´ oder ´gut´ bewertet. An letzter Stelle dieses Rankings befinden sich die „Parkmöglichkeiten“ mit einer positiven Zustimmung von 72,8%.

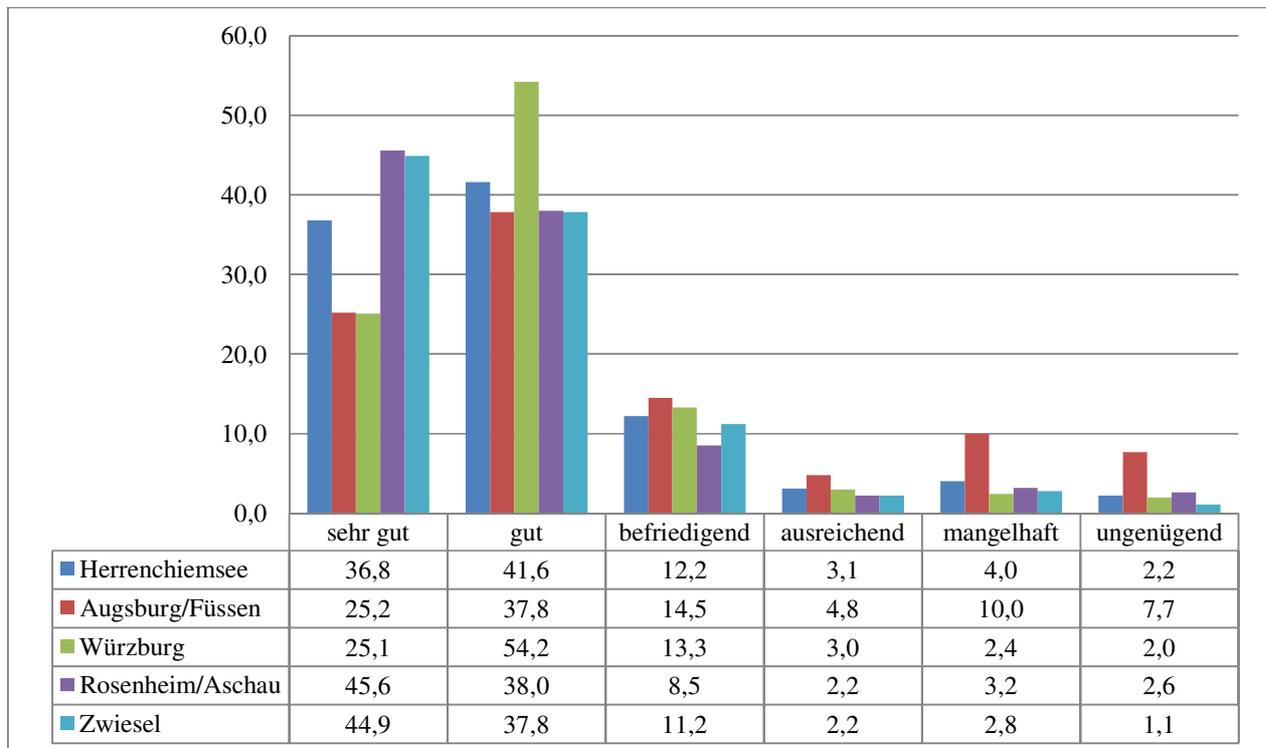
Folgende Abbildungen 26 bis 30 zeigen die Antworten auf die Fragen nach den Serviceleistungen und der Infrastruktur und wir können nochmals zusammenfassend feststellen: Betrachten wir die Antwortmöglichkeiten „sehr gut“ und „gut“ zusammen, liegt jedes Item über 70% positiver Be-

antwortung. Dabei weisen die „Öffnungszeiten“ und die „Freundlichkeit des Personals“ einen Wert über 80% bei der Top Two Box auf (vgl. Abbildung 25). Kommen wir zu den Serviceleistungen und der Infrastruktur im Einzelnen.

Ausschilderung zur Ausstellung

Die „Ausschilderung zur Ausstellung“ wurde im Vergleich zu Augsburg/Füssen besser bewertet und kann mit ein paar wenigen Abstrichen mit den Ausstellungen der Jahre 2007 bis 2009 verglichen werden. 78,4% bewerteten diese Form der Ausschilderung mit ´sehr gut´ und ´gut´; dem gegenüber stehen 6,2%, welche den Weg zur Ausstellung ´mangelhaft´ und ´ungenügend´ beschildert empfinden. 15,3% kreuzten die Schulnoten drei und vier an, welche in etwa einer zusammengefassten Mittelkategorie entsprechen (vgl. Abbildungen 25 und 26).

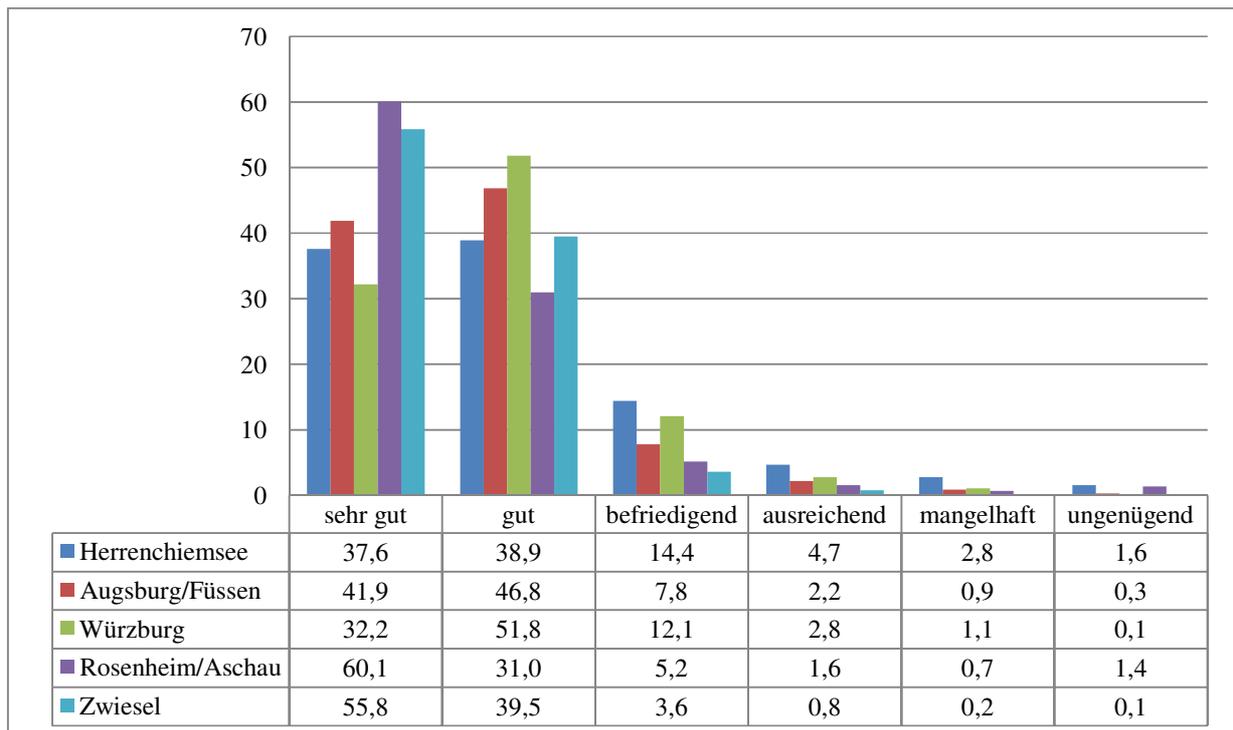
Abbildung 26: „Wie schätzen Sie die folgenden Serviceleistungen und Infrastrukturen im Rahmen dieser Ausstellung ein?“ (Frage 27) – Ausschilderung zur Ausstellung



Ausschilderung des Rundgangs in der Ausstellung

Wie auch schon in Augsburg/Füssen ist für die Erklärung der Gesamtzufriedenheit mit der Ausstellung auf Herrenchiemsee die Ausschilderung des Rundgangs in der Ausstellung von hoher Wichtigkeit. Abbildung 27 zeigt die Verteilung der Antworten auf diese Frage im Vergleich zu den Ausstellungen vergangener Jahre. Gut drei Viertel der befragten Besucher vergaben die Prädikate 'sehr gut' und 'gut' in Verbindung mit der Ausschilderung des Rundgangs in der Ausstellung. Diese sind unter der Berücksichtigung der vorliegenden Daten (also seit der Landesausstellung in Zwiesel im Jahr 2007) die schlechtesten Werte (vgl. Abbildung 27).

Abbildung 27: „Wie schätzen Sie die folgenden Serviceleistungen und Infrastrukturen im Rahmen dieser Ausstellung ein?“ (Frage 27, in %) – Ausschilderung des Rundgangs in der Ausstellung



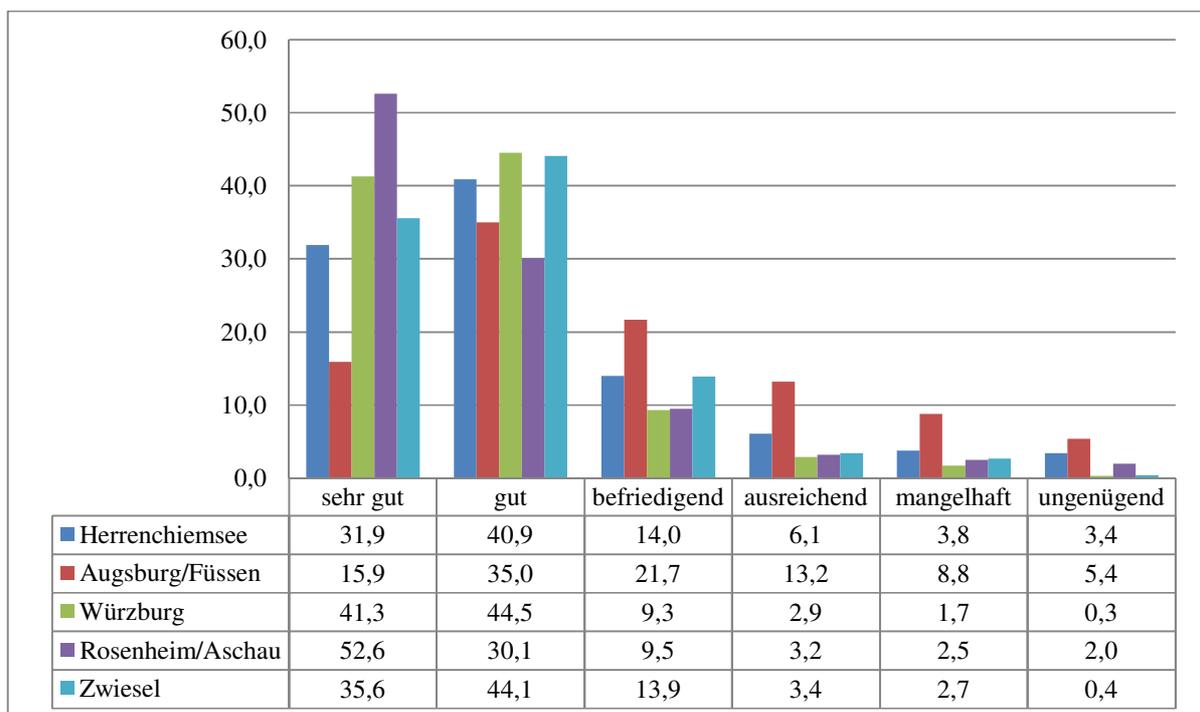
Die Prädikate 'befriedigend' bis 'ungenügend' weisen folglich Zunahmen auf und zwar ist 2011 in jeder dieser Antwortmöglichkeiten der höchste Wert im Vergleich zu den anderen Ausstellungen gemessen worden. Jeder siebte Besucher vergibt die Note drei, knapp jeder 20. die Note vier.

Fassen wir die beiden hinteren Kategorien zusammen, so halten 4,4% der an der Ausstellung Interessierten die Ausschilderung in derselben für mangelhaft bis ungenügend. Mit Blick auf die Frage 8, in der die Besucher mit Stichworten Boni und Mali kundtun konnten, fällt folgender Befund auf. Diejenigen befragten Personen, die die Enge bemängelt haben, vergeben auch schlechtere Noten bei der oben genannten Frage. Vergeben alle Befragten noch die Note 2,01 (vgl. Abbildung 24), so bewertet diese Teilpopulation die Ausschilderung des Rundgangs in der Ausstellung mit 2,5. Demzufolge ist der hohe Andrang und die daraus resultierende Enge in den Ausstellungsräumen verantwortlich für ein „Nicht-Sehen“ der Schilder.

Parkmöglichkeiten

Der PKW ist nach wie vor das am häufigsten genutzte Beförderungsmittel für das Erreichen der Ausstellung (vgl. Abbildung 18). Für die Organisation eines Besuchs sind in der Folge Parkplätze von Bedeutung; allerdings sei noch einmal darauf hingewiesen, dass der Zusammenhang zwischen der Bewertung der Parkplätze und des Gesamtgefallens mit gering zu bezeichnen ist.

Abbildung 28: „Wie schätzen Sie die folgenden Serviceleistungen und Infrastrukturen im Rahmen dieser Ausstellung ein?“ (Frage 22, in %) – Parkmöglichkeiten

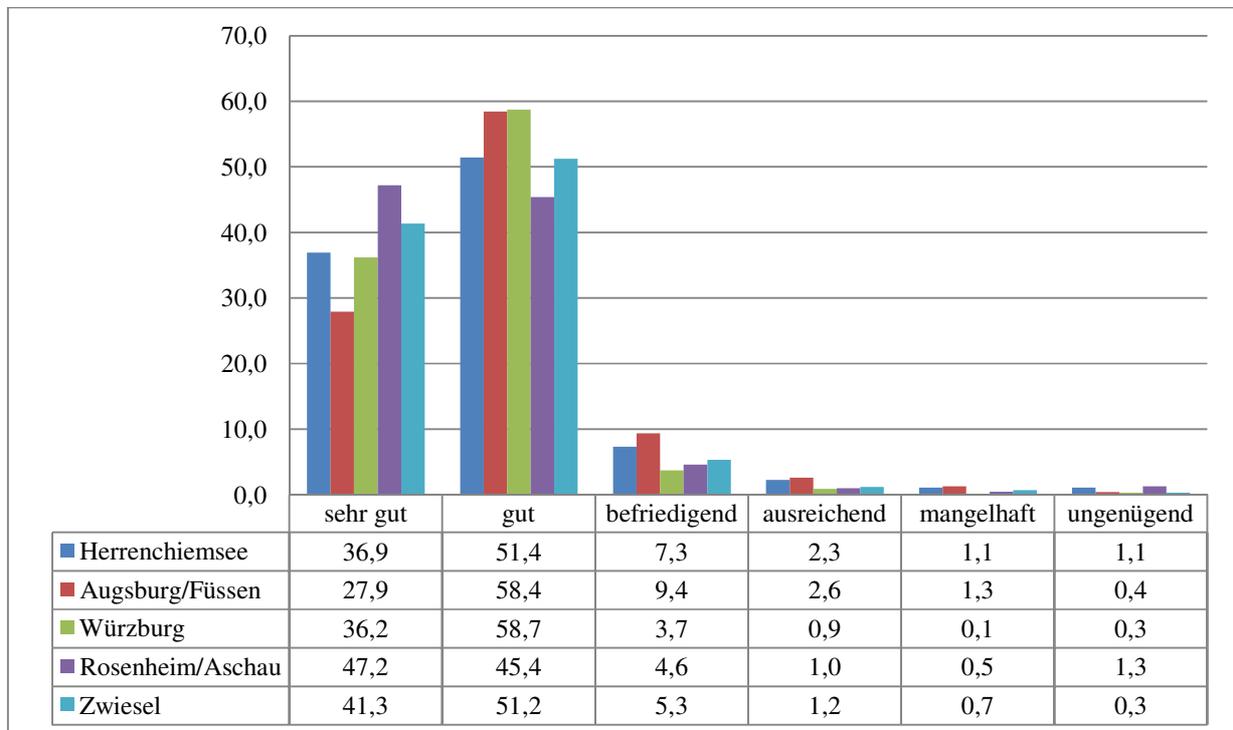


Die Parkmöglichkeiten schneiden im Jahr 2011 mit Blick auf die Frage 27 am schlechtesten ab. 72,8% (vgl. Abbildung 25 und 28) bewerten die Parkmöglichkeiten mit ´sehr gut´ und ´gut´. Nehmen wir nun die Teilpopulation der PKW-Fahrer, so verbessert sich der Mittelwert von 2,19 (vgl. Abbildung 25) auf 2,13. Die „Betroffenen“ also bewerten die Parkmöglichkeiten ein wenig besser, ein Umstand, der in Würzburg ähnlich und in Augsburg/Füssen deutlicher sichtbar wurde.

Öffnungszeiten

Die Öffnungszeiten (vgl. Abbildungen 25 und 29) werden zu rund 88,3% positiv bewertet und dabei um knapp zwei Prozentpunkte besser als in Augsburg/Füssen. Allerdings fallen diese im Vergleich zu den Jahren 2007 bis 2009 wiederum unter die 90% Marke. Diese Veränderung sehen wir in einer Verringerung bei der Antwortmöglichkeit ´befriedigend´.

Abbildung 29: „Wie schätzen Sie die folgenden Serviceleistungen und Infrastrukturen im Rahmen dieser Ausstellung ein?“ (Frage 27, in %) – Öffnungszeiten

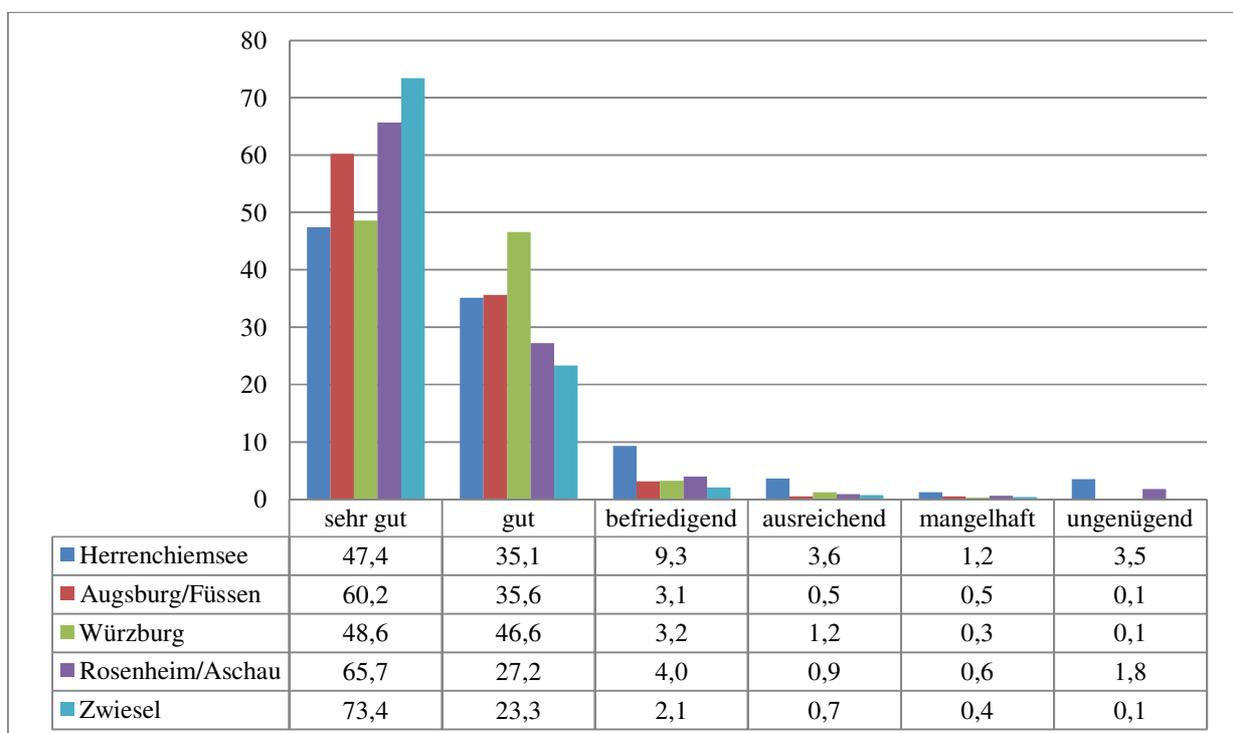


In etwa konstant bleibt im Vergleich zu Augsburg/Füssen die Summe aus den Schulnoten vier, fünf und sechs. Gruppenreisende, bzw. Personen, welche mit einem Reisebus anreisen, und Befragte, welche nur höchstens einmal im Jahr in Ausstellungen gehen, bewerten die Öffnungszeiten schlechter.

Freundlichkeit des Personals

Zum Abschluss der Serviceleistungen und Infrastrukturen wird nach der Freundlichkeit des Personals gefragt. Die Abbildung 30 zeigt eine positive Zustimmung von 82,5%. Dieser Wert unterschreitet auf Herrenchiemsee zum ersten Mal die 90% Marke und dies sehr deutlich. In den Kategorien 'befriedigend' bis 'ungenügend' finden sich demnach im Vergleich zu den anderen Landesausstellungen Höchstwerte, die absolut gesehen deutlichsten hierbei bei den Noten drei und vier. Wiederum bewerten gruppenreisende Touristen die Freundlichkeit schlechter.

Abbildung 30: „Wie schätzen Sie die folgenden Serviceleistungen und Infrastrukturen im Rahmen dieser Ausstellung ein?“ (Frage 22) – Freundlichkeit des Personals



Mit Blick auf die Antworten der Frage 8: „Was hat Ihnen ganz besonders gefallen oder nicht gefallen?“ wird eine Differenzierung seitens der Besucherschaft deutlich. Die befragten Personen unterscheiden zwischen dem ‘Schlosspersonal’ und dem Personal der Landesausstellung. Dem Sicherheitspersonal der Schlossverwaltung wird eine hohe Unfreundlichkeit vorgeworfen, auch oder speziell im Umgang mit Kindern und Jugendlichen. Explizit davon ausgenommen werden die Beschäftigten, welche eher der Landesausstellung an sich zugeordnet werden und diejenigen Personen, welche die Führungen durchführten.

Im Folgenden werden nun die Noten der verschiedenen Serviceleistungen und Infrastrukturen durch andere Variablen erklärt. Diese Variablen sind die Unterteilung in Tourist und Nicht-Tourist (Frage 4, vgl. Abbildung 31), in Einzel- und Gruppenbesucher (Frage 2, vgl. Abbildung 32), in die Häufigkeit des Besuchs (Frage 26, vgl. Abbildung 33), in die Art der Anreise (Frage 3, vgl. Abbildung 34) und in die Altersklassen (Frage 30, vgl. Abbildung 35).

Abbildung 31: „Wie schätzen Sie die folgenden Serviceleistungen und Infrastrukturen im Rahmen dieser Ausstellung ein?“ (Fragen 27 und 4, Mittelwerte/Noten) – Nicht-Tourist - Tourist

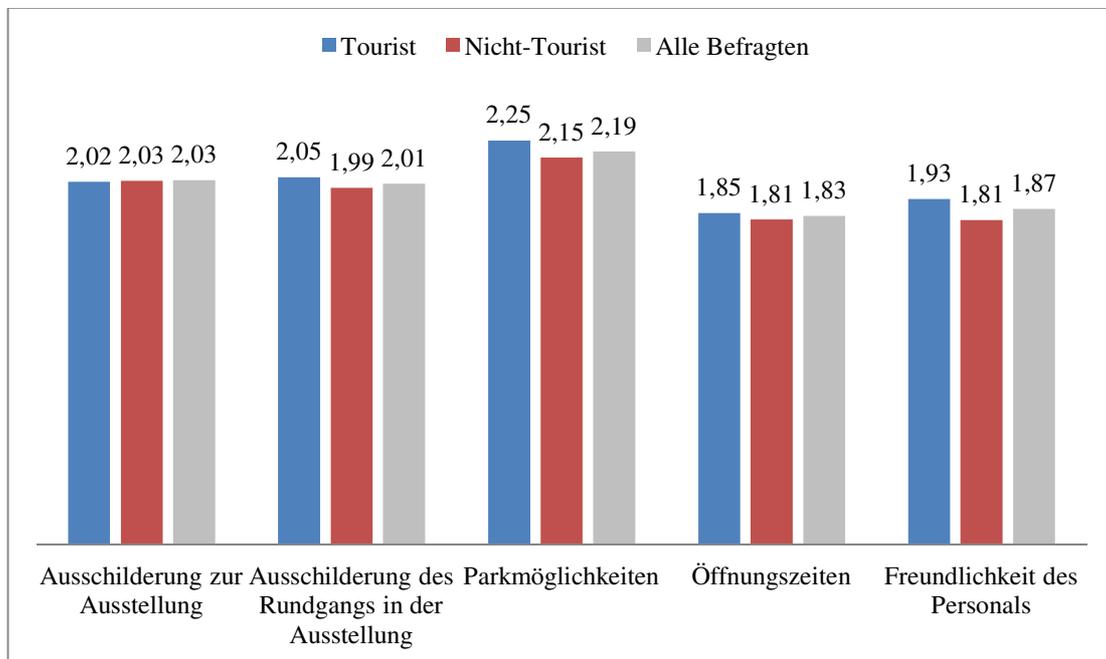


Abbildung 32: „Wie schätzen Sie die folgenden Serviceleistungen und Infrastrukturen im Rahmen dieser Ausstellung ein?“ (Fragen 27 und 2, Mittelwerte/Noten) – Einzel- oder Gruppenbesucher

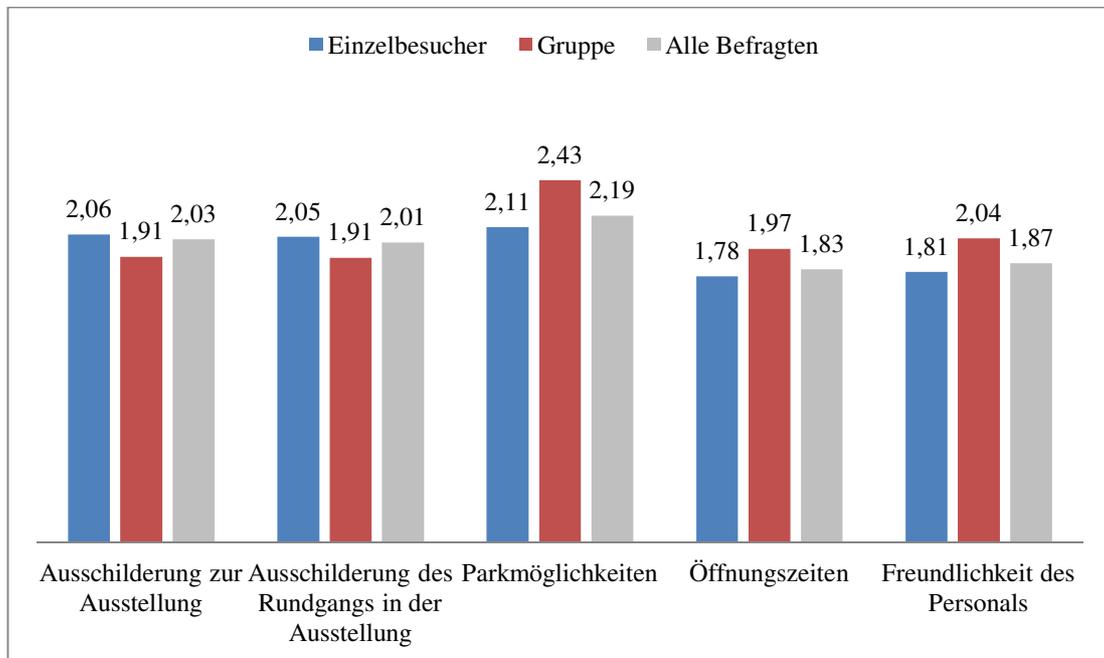


Abbildung 33: „Wie schätzen Sie die folgenden Serviceleistungen und Infrastrukturen im Rahmen dieser Ausstellung ein?“ (Fragen 27 und 26, Mittelwerte/Noten) – Häufigkeit des Besuchs

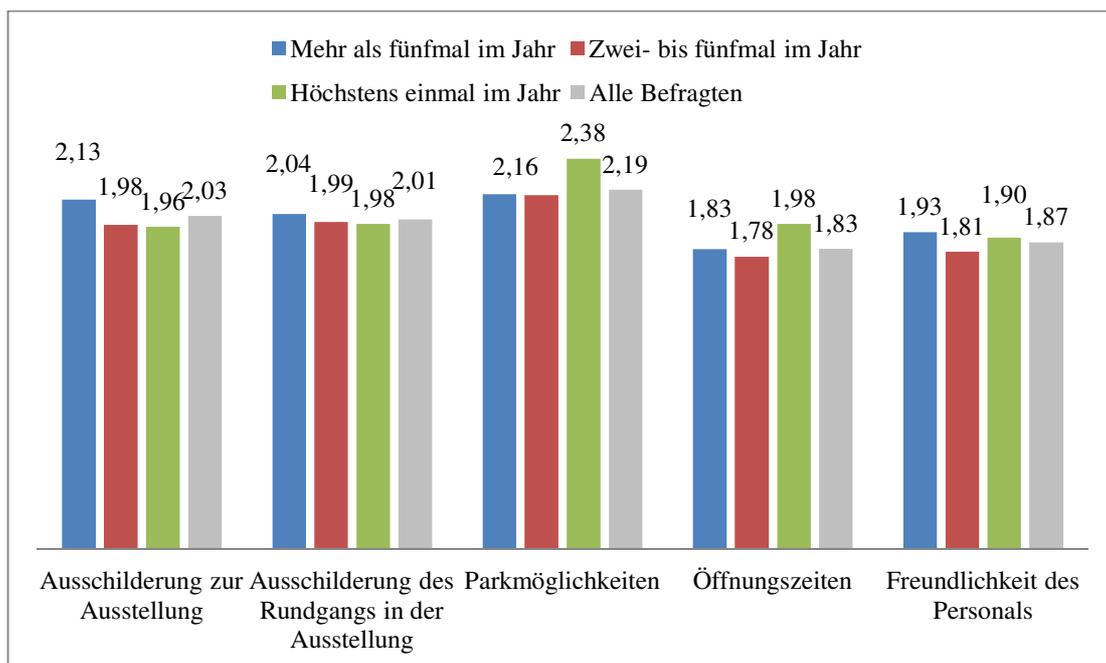


Abbildung 34: „Wie schätzen Sie die folgenden Serviceleistungen und Infrastrukturen im Rahmen dieser Ausstellung ein?“ (Fragen 27 und 3, Mittelwerte/Noten) – Art der Anreise

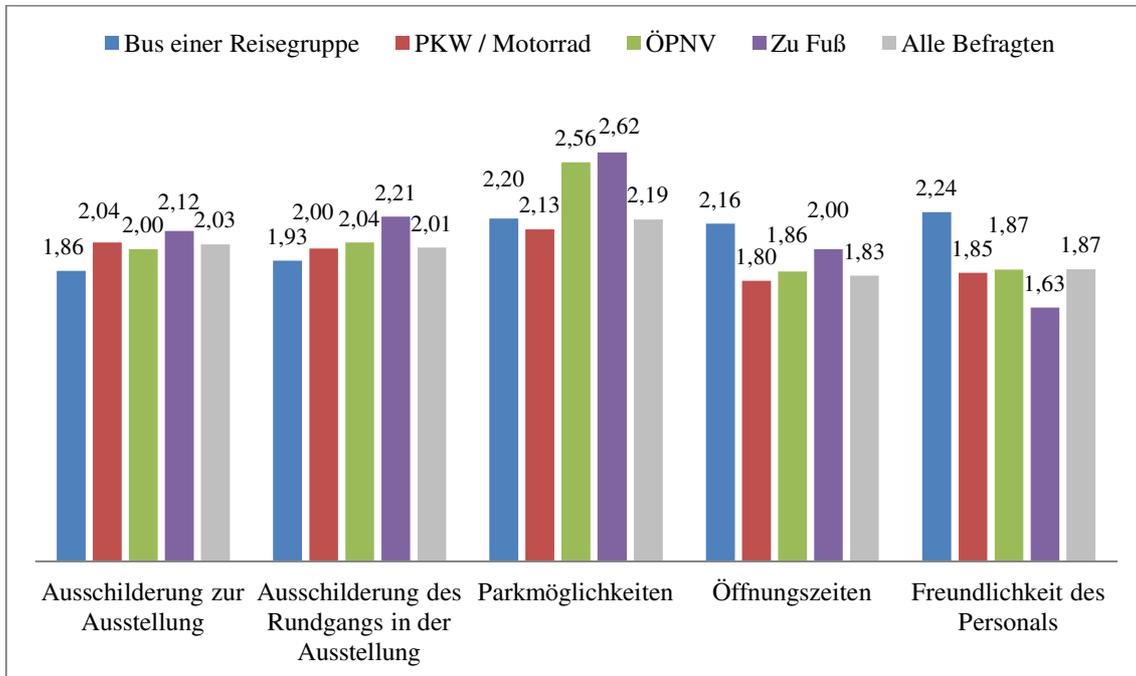


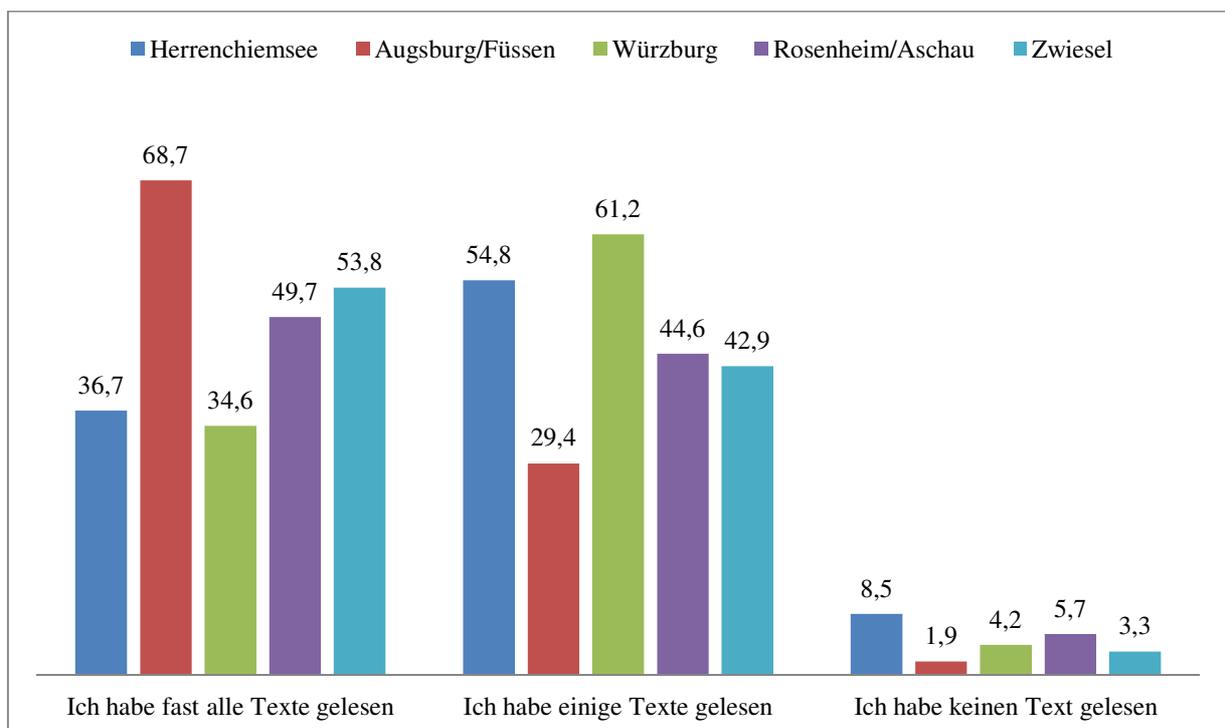
Abbildung 35: „Wie schätzen Sie die folgenden Serviceleistungen und Infrastrukturen im Rahmen dieser Ausstellung ein?“ (Fragen 27 und 3, Mittelwerte/Noten) – Altersklassen

	Ausschilderung zur Ausstellung	Ausschilderung des Rundgangs in der Ausstellung	Parkmöglichkeiten	Öffnungszeiten	Freundlichkeit des Personals
bis 18	1,74	1,78	2,39	1,85	1,77
19-30	2,15	2,25	2,40	1,85	2,04
31-40	2,02	2,05	2,25	1,87	1,91
41-50	1,98	1,99	2,15	1,85	1,86
51-60	2,07	1,92	2,07	1,79	1,85
61-70	2,04	2,02	1,93	1,72	1,80
älter als 70	2,38	2,18	2,19	1,85	1,63
Alle Befragten	2,03	2,01	2,19	1,83	1,87

3.3.2 Ausstellungstexte

In den Ausstellungsräumen befanden sich Tafeln mit Texten, um einerseits die Exponate zu erklären und andererseits weitere Informationen zu vermitteln. Die Fragen 9 bis 16 beschäftigten sich mit der Nutzung dieses Angebots, der Lesbarkeit, der Verständlichkeit und der Ausführlichkeit der Texte auf den Tafeln bzw. auf den Objektbeschriftungen. Die Abbildung 36 zeigt einen Vergleich zwischen den einzelnen Landesausstellungen in der Rezeption der Texte auf den Tafeln. Gut ein Drittel (36,7%) der Besucher auf Herrenchiemsee gab an, fast alle Texte auf den Tafeln gelesen zu haben. Im Vergleich mit den anderen Landesausstellungen ist dies zusammen mit Würzburg (34,6%) die niedrigste Annahme der Texte; mehr als jeder zweite (54,8%) befragte Besucher gab an, einige Texte gelesen zu haben. Als echte Lesemuffel „bezeichnen“ sich 8,5%, ein Wert, welcher im Vergleich zu den anderen Ausstellungen deutlich erhöht ist. Betrachten wir die 18 Jahre alten und älteren Besucher, so erhöht sich die Antwort „Ich habe fast alle Texte gelesen“ auf 42,0%; der Anteil derer, die „einige Texte“ gelesen haben, bleibt in etwa konstant (53,4%).

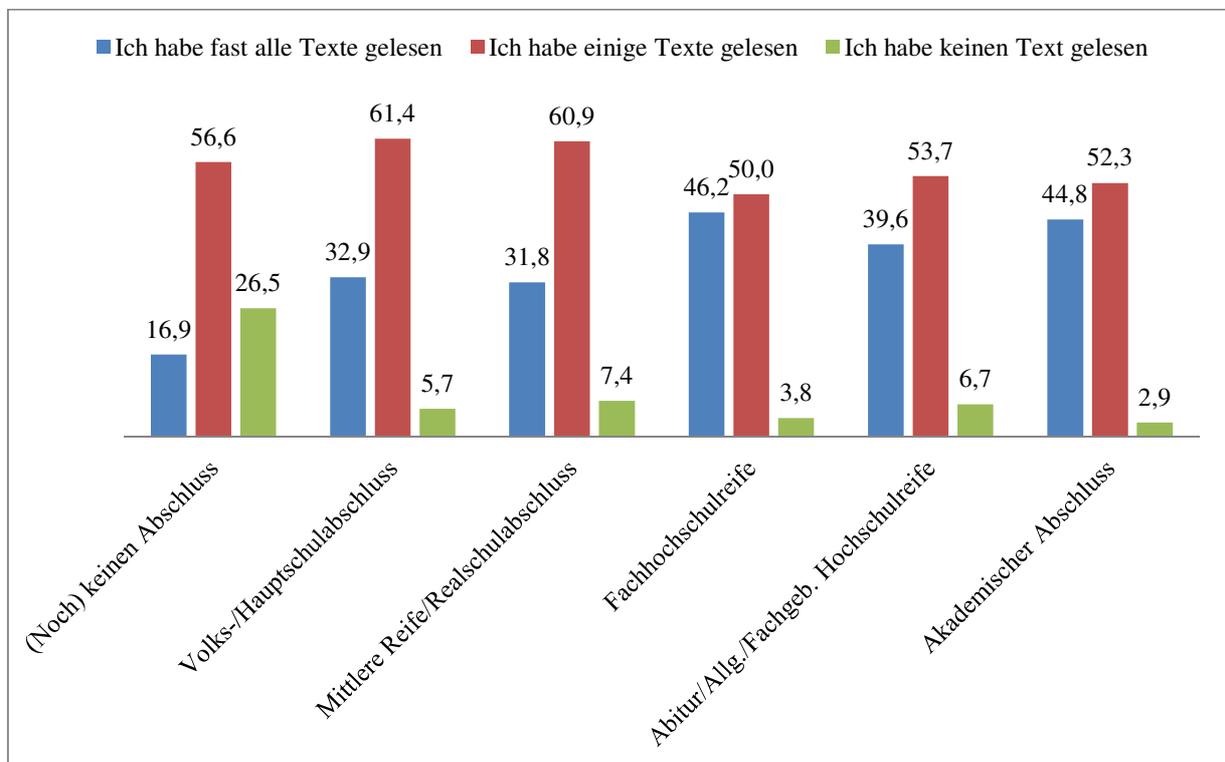
Abbildung 36: Annahme der Texte auf den Tafeln (Frage 9, in % und im Vergleich zu den anderen Landesausstellungen)



Die Gruppe der befragten Personen, welche keine Texte gelesen hat, sinkt auf 4,5% und somit ist ca. die Hälfte der „Lesemuffel“ in der Klasse unter 18 Jahre, in der Mehrheit wohl SchülerInnen, zu finden (vgl. auch Abbildung 37 und 38). Fassen wir die beiden Kategorien „Ich habe fast alle Texte gelesen“ und „Ich habe einige Texte gelesen“ zusammen, so haben sich gut neun von zehn befragten Besuchern (91,5%) mit den Texten beschäftigt.

In der Abbildung 37 ist die Differenzierung des Lesens der Texte nach dem höchsten Bildungsabschluss gekennzeichnet. Wiederum zu erkennen ist die mangelnde Lesebereitschaft der SchülerInnen (hier bei der Antwortkategorie „(noch) keinen Abschluss“ verortet). Gut jeder vierte Besucher (26,5%), welcher (noch) keinen Abschluss hat, hat keinen der Texte gelesen (vgl. auch Abbildung 37). Mit Blick auf die blauen Balken in Abbildung 37, welche die Antwortmöglichkeit „Ich habe fast alle Texte gelesen“ darstellt, lässt sich eine Zweiteilung erkennen. Liegt dieser Wert bei den unteren drei Bildungsabschlüssen unter 33%, so haben die befragten Besucher, welche mindestens eine Fachhochschulreife besitzen, einen Wert ab 39,6%. Mit anderen Worten ist die Bereitschaft, fast alles zu lesen, von der Höhe des Bildungsabschlusses abhängig.

Abbildung 37: Annahme der Texte (Tafeln) nach Bildungsabschluss (Fragen 9 und 28, in %)



Allerdings weisen die Antwortmöglichkeiten „(Noch) keinen Abschluss“, „Volks- und Hauptschulabschluss“ und „Mittlere Reife/Realschulabschluss“ Werte über 55% auf, so dass gesagt werden kann, dass mindestens jeder zweite befragte Besucher, der einen dieser Abschlüsse aufweist, zumindest einige Texte gelesen hat. Um auszuschließen, dass das Alter außer bei der Antwortmöglichkeit „(noch) keinen Abschluss“ einen Einfluss hat, ist in Abbildung 38 zu erkennen, dass das Durchschnittsalter bei den einzelnen Abschlüssen, mit Ausnahme von „(noch) keinen Abschluss“, nur geringe Abweichungen aufweist. Marginal mehr ist die Abweichung bei „Abitur/Allg. Hochschulreife/Fachgeb. Hochschulreife“, welche aber in der Gesamtschau keine weiteren differenzierenden Aussagen zulässt.

Abbildung 38: Durchschnittsalter der Besucher nach Schulabschluss (Fragen 28 und 30, in %)

(Noch) keinen Abschluss	15,2
Volks-/Hauptschulabschluss	49,8
Mittlere Reife/Realschulabschluss	48,9
Fachhochschulreife	49,7
Abitur/Allg. Hochschulreife/Fachgeb. Hochschulreife	42,0
Akademischer Abschluss	50,1

Die Verständlichkeit der Ausstellungstexte wurde – fassen wir wiederum die beiden positiven Antwortmöglichkeiten zusammen – insgesamt hoch positiv bewertet. 96,3% gaben für die Landesausstellung im Jahr 2011 an, dass die Verständlichkeit „sehr gut“ bis „gut“ ist.

Dieses Ergebnis ordnet sich in die Resultate der vergangenen Befragungen ein. Betrachten wir die beiden oben genannten Kategorien für sich, so sind Parallelen zu den Werten von Augsburg/Füssen und Zwiesel erkennbar (vgl. Abbildung 39). Bei einem solchen eindeutigen Gesamtergebnis lassen sich nur schwer differenzierende Aussagen tätigen und auch nur, wenn wir die Antwortmöglichkeiten ‚sehr gut‘ und ‚eher gut‘ teilen. Dabei fällt auf, dass sich die Bewertung der Texte mit der vermehrten Auseinandersetzung derselben verbessern (vgl. Abbildung 40). Beurteilen 68,6% der Besucher, die fast alle Texte gelesen haben, die Verständlichkeit mit ‚sehr gut‘, so sind es bei den Personen, welche einige Texte gelesen haben, 38,0%. Annähernd umgekehrt verhält es sich mit der Antwortmöglichkeit ‚gut‘. Mit ‚gut‘ bewerten 30,0% der „Fast-Alles Leser“ die Verständlichkeit und 57,3% derjenigen, welche einige Texte gelesen haben.

Abbildung 39: „Wie beurteilen Sie die Verständlichkeit der Ausstellungstexte?“ (Frage 10, in %)

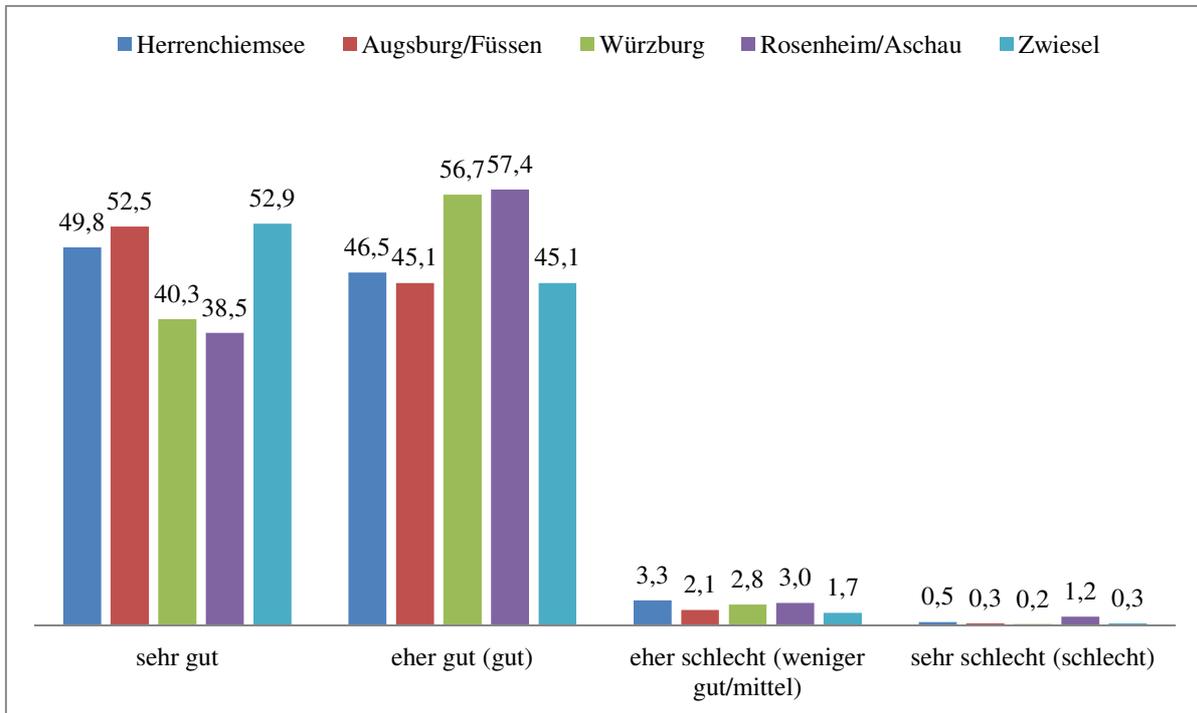
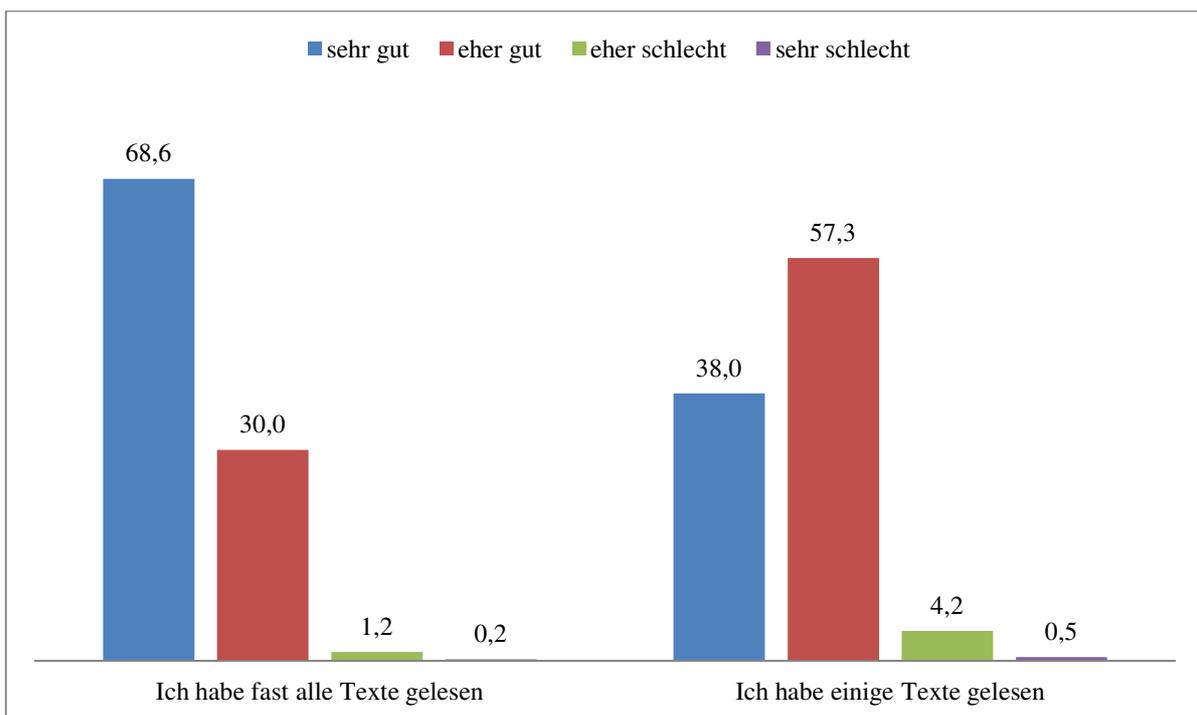
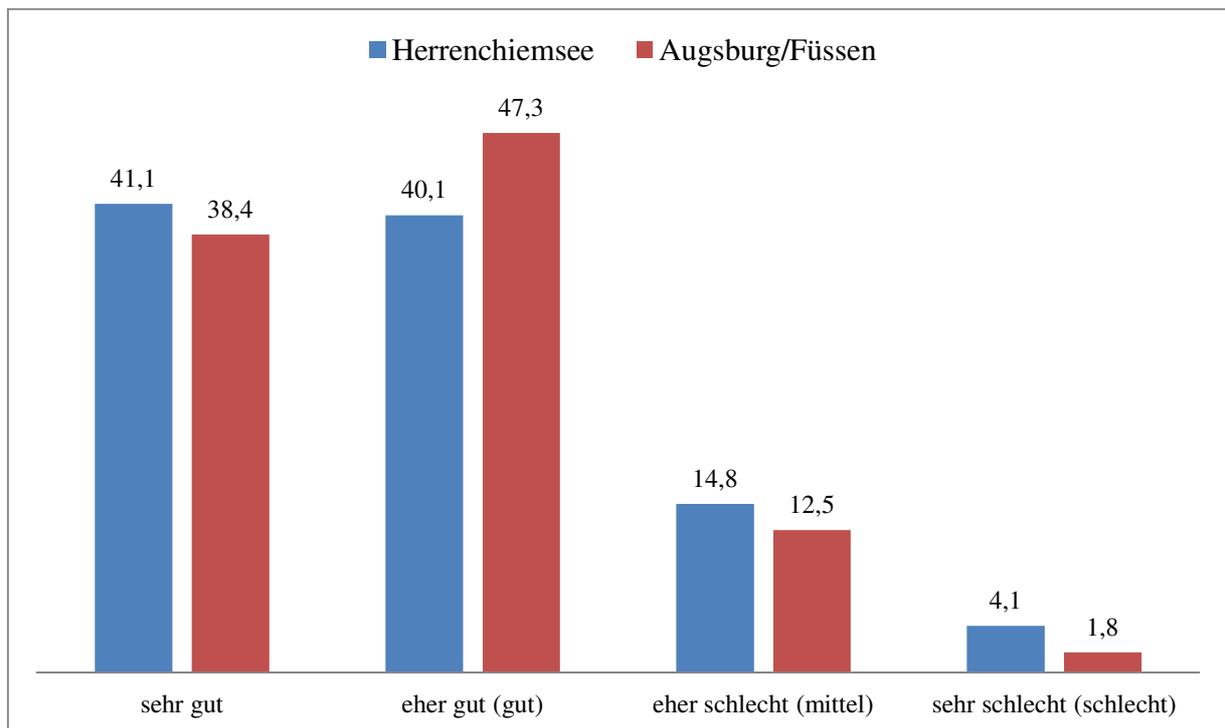


Abbildung 40: „Wie beurteilen Sie die Verständlichkeit der Ausstellungstexte?“ – nach der Lesebereitschaft (Fragen 9 und 10, in %)



Da Lesbarkeit und Ausführlichkeit der Ausstellungstexte in ihrer vorliegenden Form erst ab 2010 abgefragt wurde (der Wortlaut der Antwortmöglichkeiten hat sich von 2010 auf 2011 verändert (vgl. Abbildung 41)), kann auch nur mit der Ausstellung in Augsburg/Füssen verglichen werden.

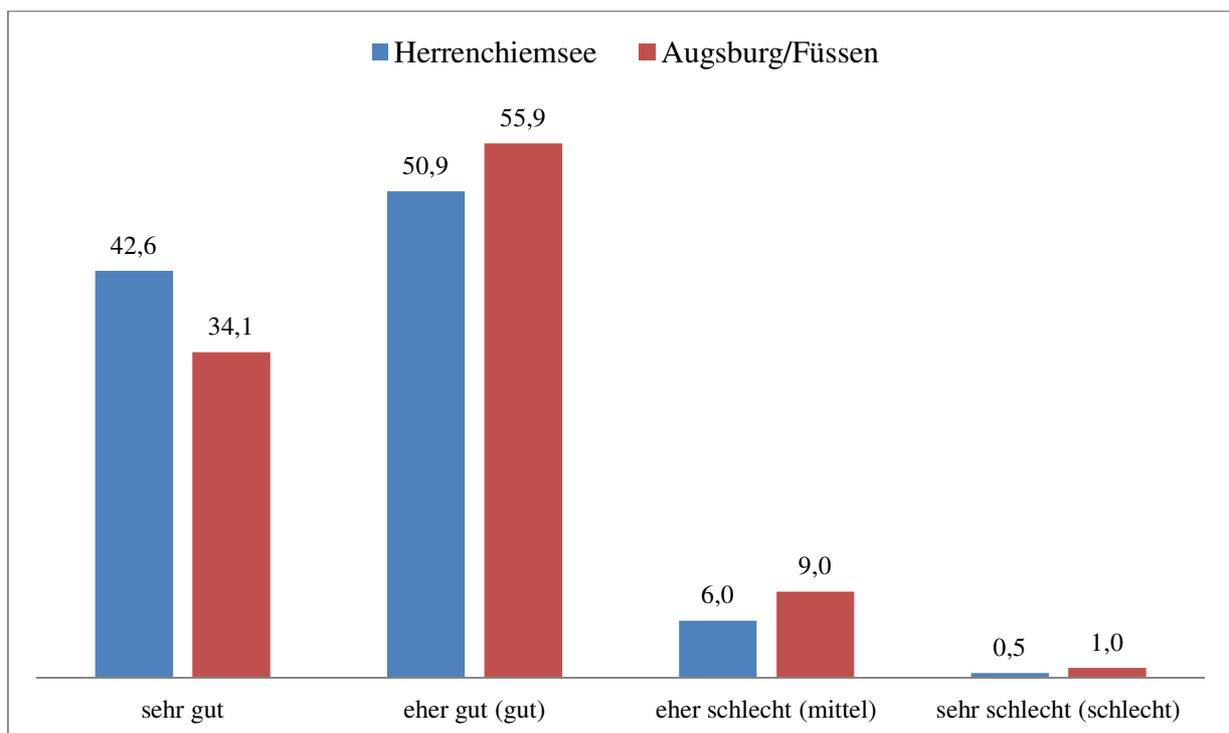
Abbildung 41: „Wie beurteilen Sie die Lesbarkeit (= Schriftgröße) der Ausstellungstexte?“ (Frage 11, in %, in Klammern der Wortlaut aus dem Jahr 2010)



In der Antwortmöglichkeit 'gut' ist im Vergleich zu Augsburg/Füssen ein Rückgang von 7,2 Prozentpunkten zu verzeichnen; diese Differenz verteilt sich nahezu zu gleichen Teilen auf die anderen drei Antwortmöglichkeiten. 41,1% bewerten die Lesbarkeit der Texte mit 'sehr gut', 40,1% mit 'eher gut'. Insgesamt befinden sich also 81,2% der befragten Besucher in der Top Two Box, zum Vergleich waren dies in Augsburg/Füssen 85,7%. Berechnen wir einen Mittelwert aus den beiden in Abbildung 41 zu sehenden Verteilungen, so erhält die Ausstellung in Augsburg/Füssen eine 1,8 (auf einer Skala von eins bis vier), die Ausstellung auf Herrenchiemsee eine 1,9. Eine schwache positive Korrelation zwischen der Lesbarkeit und dem Alter, so wie im Jahr 2010 zu erkennen war, konnte für 2011 nicht festgestellt werden. Das Alter hat folglich keinen Einfluss auf die Beurteilung der Lesbarkeit.

Betrachten wir die Ausführlichkeit der Ausstellungstexte (vgl. Abbildung 42), so ist das Ergebnis mit dem der Lesbarkeit der Texte vergleichbar. Wiederum hat die Ausprägung ´gut´ die höchste Anzahl der Antworten (50,9%) und liegt im Jahr 2011 fünf Prozentpunkte unter dem Wert aus Augsburg/Füssen. Die Antwortmöglichkeit ´sehr gut´ erhält einen Zuwachs von 8,5 Prozentpunkten gegenüber Augsburg/Füssen. Gut vier von zehn Personen (42,6%) bewerten die Ausführlichkeit der Ausstellungstexte mit ´sehr gut´. Gut jeder 15. Befragte (6,5%) bewertete die Ausführlichkeit der Ausstellungstexte mit ´eher schlecht´ und ´sehr schlecht´. Zusammengefasst fallen auf die beiden negativen Kategorien auf Herrenchiemsee 3,5 Prozentpunkte weniger als in Augsburg/Füssen.

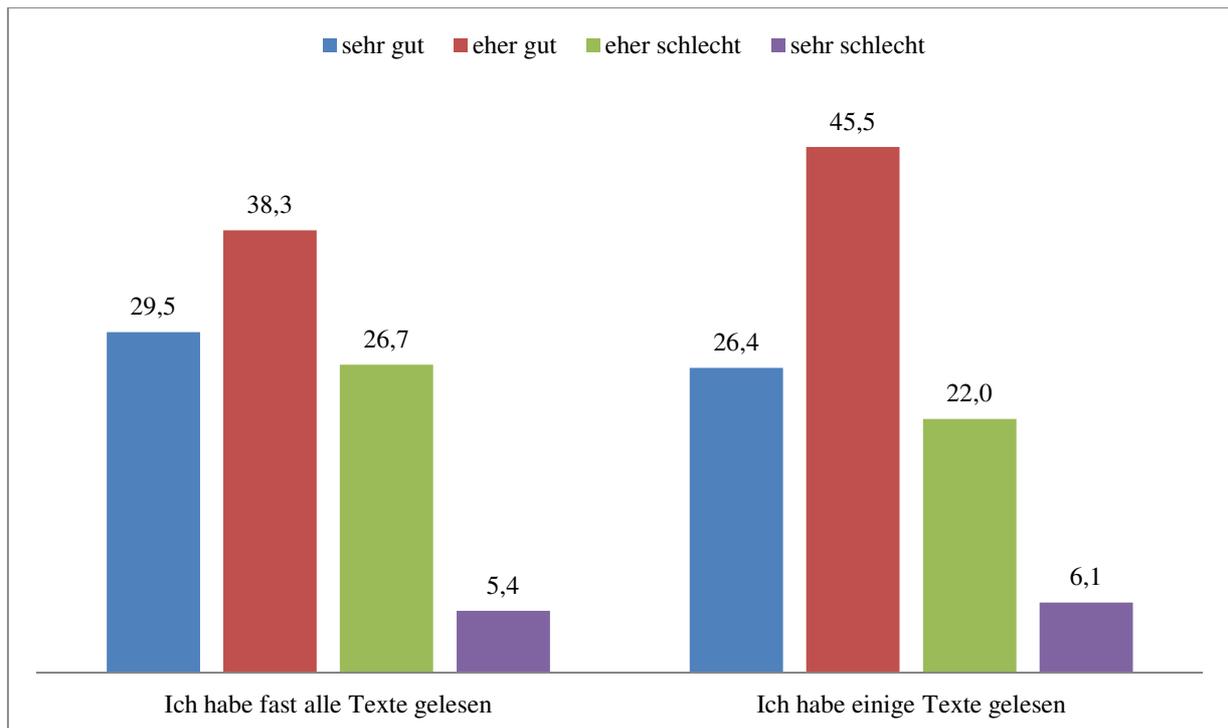
Abbildung 42: „Wie beurteilen Sie die Ausführlichkeit der Ausstellungstexte?“ (Frage 12, in %)



Wiederum unterschieden nach der Kompetenz der Beantwortung, also ob den Antworten auch das Lesen der Texte gegenüber steht, erhalten wir folgendes Bild. Die Kategorie ´sehr gut´ wurde zwar zu 3,1 Prozentpunkten mehr angekreuzt, in der Summe (´sehr gut´ und ´gut´) ergibt sich dann aber im Vergleich zu Abbildung 41 ein Unterschied und zwar, dass diejenigen, welche alle

Texte gelesen haben, die Ausführlichkeit ein wenig schlechter bewerten als die, die einige Texte gelesen haben.

Abbildung 43: „Wie beurteilen Sie die Ausführlichkeit der Ausstellungstexte?“ – nach der Lesebereitschaft (Fragen 9 und 12, in %)

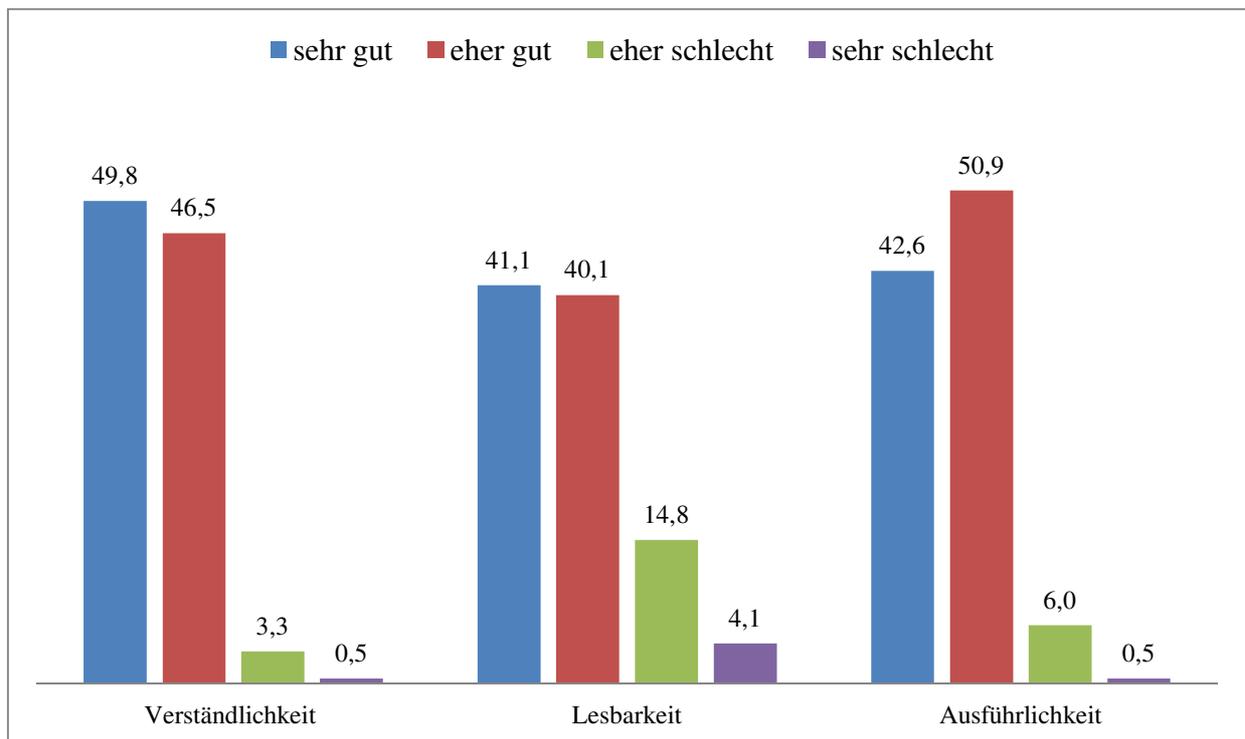


Personen, die keinen Text gelesen haben und dennoch die Ausführlichkeit ankreuzten, haben entweder den im Fragebogen abgedruckten Filter übersehen oder im Spaß geantwortet. Insgesamt handelt es sich aber um eine sehr geringe Anzahl, so dass wir diese Antwortmöglichkeit in Abbildung 40 und 43 weggelassen haben.

Fassen wir die drei Bewertungsdimensionen in einem Schaubild zusammen, so erhalten wir Abbildung 44. Knapp jeder zweite Besucher beurteilt die Verständlichkeit mit „sehr gut“, etwas weniger vergeben dieses Label für die Dimensionen Lesbarkeit (41,1%) und Ausführlichkeit (42,6%). Insgesamt befinden sich bei der Verständlichkeit und bei der Ausführlichkeit über 90% der befragten Besucher im Bereich zwischen ‚sehr gut‘ und ‚gut‘. Der Wert für diese Top Two Box im Bereich der Lesbarkeit befindet sich bei 81,2%. Mit Blick auf die Frage 8: „Was hat Ih-

nen ganz besonders gefallen und oder gar nicht gefallen?“ werden in diesem Kontext die räumliche „Enge“, der „hohe Andrang“ und die „schlechten Lichtverhältnisse“ in den Ausstellungsräumen genannt.

Abbildung 44: Verständlichkeit, Lesbarkeit und Ausführlichkeit der Ausstellungstexte? (Frage 10, 11 und 12 in %)

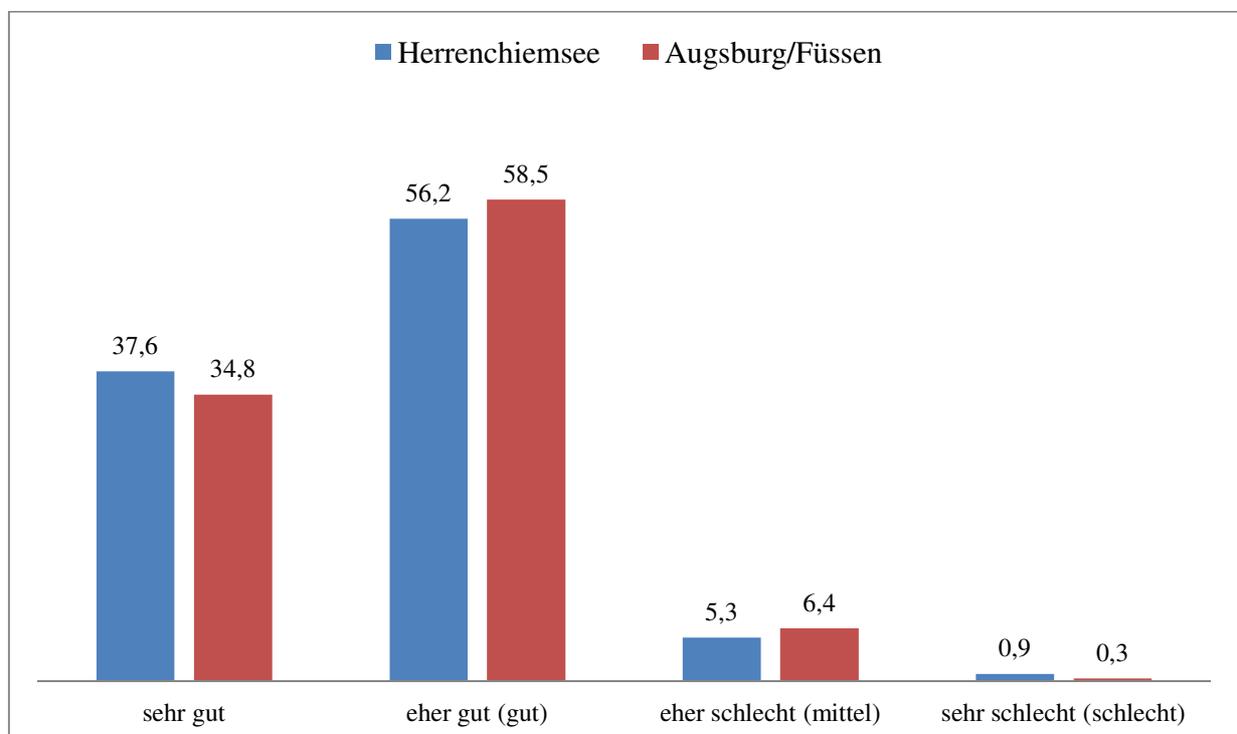


3.3.3 Objektbeschriftungen

Die Fragen zur Objektbeschriftung sind im Jahr 2010 neu konzipiert und die Antwortmöglichkeiten denen der Ausstellungstexte angeglichen worden. Diese Angleichung wurde im Jahr 2011 auf die Frage 13 ausgeweitet. Allein für diese Frage liegt kein Vergleichswert vor, für die anderen Fragen zur Objektbeschriftung stehen die Daten aus dem Jahr 2010 zur Verfügung. Rund ein Viertel (25,7%) der Besucher gab an, fast alle Objektbeschriftungen gelesen zu haben, knapp zwei Drittel (65,7%) beschäftigten sich mit einigen Objektbeschriftungen und jeder zwölfte (8,6%) befragte Besucher trat als „Lesemuffel“⁶ auf und hat nichts gelesen.

Wie in Abbildung 45 zu erkennen ist, beurteilten 37,6% der Befragten die Verständlichkeit der Objektbeschriftungen mit ‚sehr gut‘, gut die Hälfte (56,2%) mit ‚eher gut‘ und 6,2% mit ‚eher schlecht‘ und ‚sehr schlecht‘. Alles in allem schätzen die Befragten die Objektbeschriftungen also als verständlich ein und damit ist diese Einschätzung mit der aus Augsburg/Füssen vergleichbar.

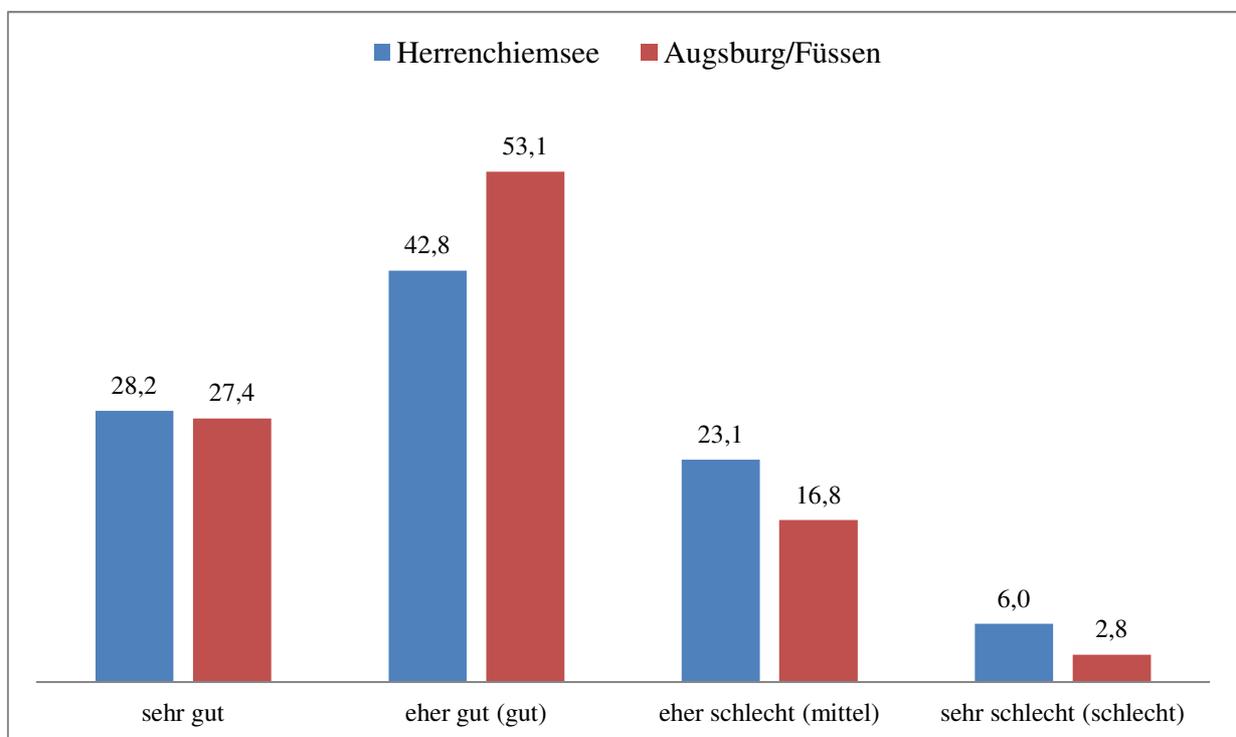
Abbildung 45: „Wie beurteilen Sie die Verständlichkeit der Objektbeschriftungen?“ (Frage 14, in %)



⁶ Rund 60% der „Lesemuffel“ bei den Ausstellungstexten und bei den Objektbeschriftungen sind identisch, also dieselben Personen.

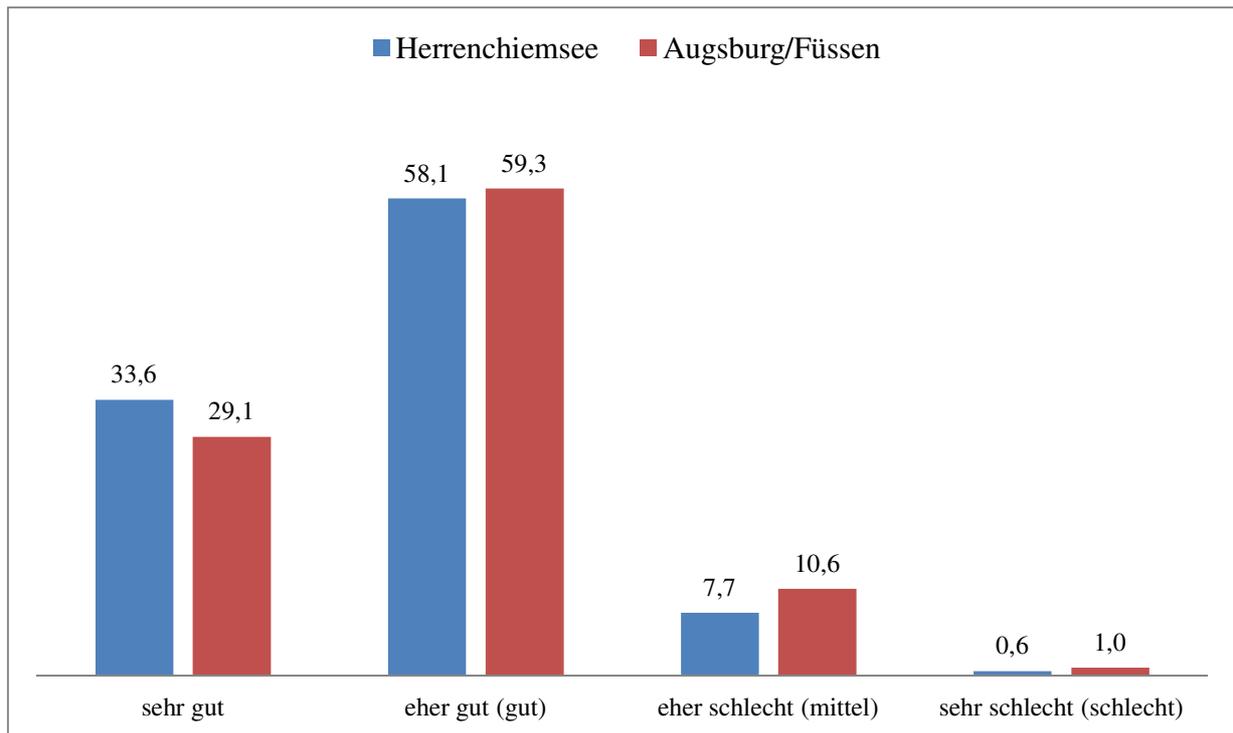
Sehen wir uns die Lesbarkeit der Objektbeschriftungen an (vgl. Abbildung 46), so bleibt das Antwortverhalten bei der Kategorie ´sehr gut´ mit Augsburg/Füssen vergleichbar, deutliche Unterschiede entfallen auf die übrigen Antwortmöglichkeiten. Die Antwortmöglichkeit ´eher gut´ bzw. ´gut´ wurde mit 10,3 Prozentpunkten schlechter bewertet als in Augsburg/Füssen. Die Umverteilung geht vornehmlich mit einem Zuwachs von 6,3 Prozentpunkten auf die Kategorie ´eher schlecht´ bzw. ´mittel´ und in zweiter Linie auf die Kategorie ´sehr schlecht´ bzw. ´schlecht´ mit einem Plus von 3,2 Prozentpunkten. Die Lesbarkeit der Objektbeschriftungen wurde auf Herrenchiemsee schlechter bewertet als in Augsburg/Füssen. Zur Verdeutlichung nochmals die Zahlen in der Zusammenfassung: Waren im Jahr 2010 noch 80,5% innerhalb der Top Two Box (´sehr gut´ und ´(eher) gut´) verortet, so finden sich 2011 dort 71,0%. Wiederum mit Blick auf die Frage 8, in der die Besucher mit eigenen Worten schreiben konnten, was ihnen an der Ausstellung ge- bzw. missfallen hat, sind die „schlechten Lichtverhältnisse“ und der „hohe Andrang“ mit für dieses gezeigte Antwortverhalten verantwortlich.

Abbildung 46: „Wie beurteilen Sie die Lesbarkeit (=Schriftgröße) der Objektbeschriftungen?“ (Frage 15, in %)



Eine etwas höhere Zustimmung erhält die Ausführlichkeit der Objektbeschriftungen (vgl. Abbildung 47). Dabei ist ebenfalls eine Verbesserung zu Augsburg/Füssen feststellbar. Insgesamt vergeben 91,7% der Besucher die Prädikate 'sehr gut' (33,6%) und 'gut' (58,1%).

Abbildung 47: „Wie beurteilen Sie die Ausführlichkeit der Objektbeschriftungen?“ (Frage 16, in %)



Die Abbildung 48 zeigt zusammen das Antwortverhalten auf die einzelnen Eigenschaften der Objektbeschriftungen. Ähnlich wie bei den Ausstellungstexten zeigen die Verständlichkeit und Ausführlichkeit der Objektbeschriftungen Werte über 90%, wenn wir die Antwortmöglichkeiten 'sehr gut' und 'eher gut' zusammenfassen. Die Lesbarkeit fällt hierbei nun deutlich ab. Betrachten wir wiederum die Top Two Box, so kreuzten 71,0% 'sehr gut' und 'eher gut' an; mehr als jeder vierte (29,1%) Ausstellungsbesucher also bemängelte die Lesbarkeit der Objektbeschriftungen. Die Abbildung 49 zeigt im Überblick die Bereitschaft, die Ausstellungstexte und die Objektbeschriftungen zu lesen. Die Texte werden zu gut ein Drittel beinahe zur Gänze gelesen, die Beschriftungen der Objekte zu einem Viertel. Dieser Unterschied geht in der Kategorie „einige Texte bzw. Objektbeschriftungen gelesen“ auf. Hier sind es gut die Hälfte, die einige Texte lesen und rund zwei Drittel, die einige Beschriftungen lesen. Jeder Zwölfte liest keines von beiden.

Abbildung 48: Die „Verständlichkeit“, die „Lesbarkeit“ und die „Ausführlichkeit“ der Objektbeschriftungen im Überblick (Fragen 14, 15 und 16, in %)

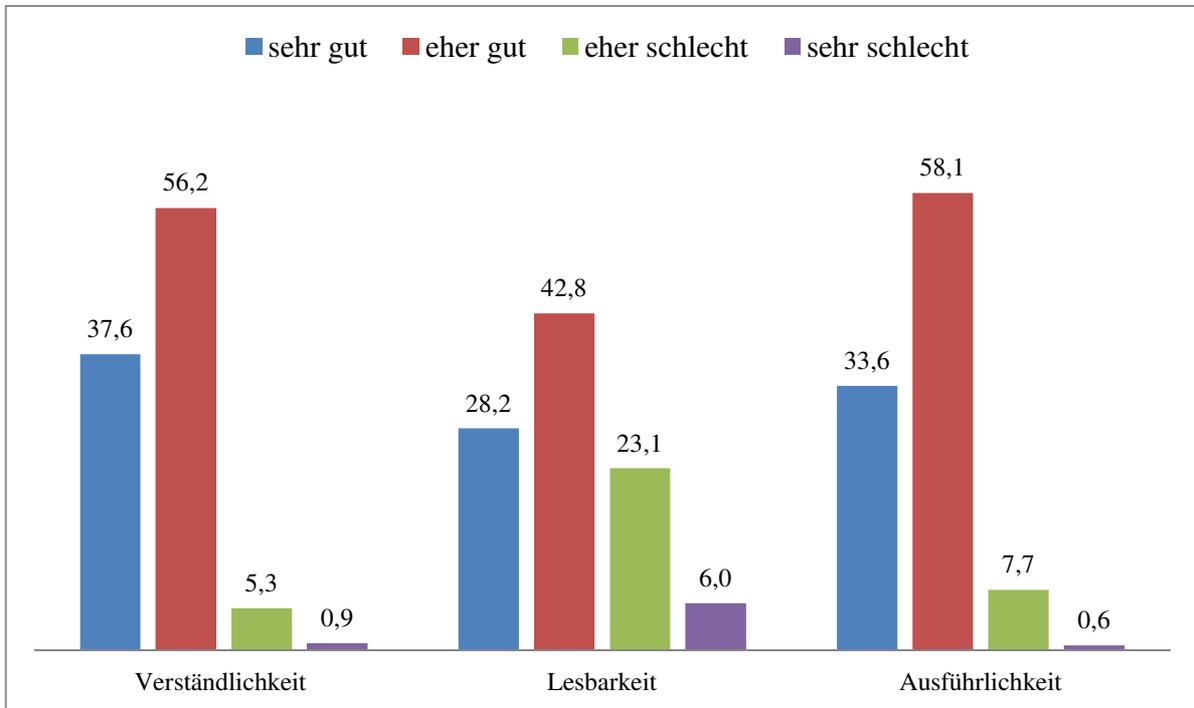
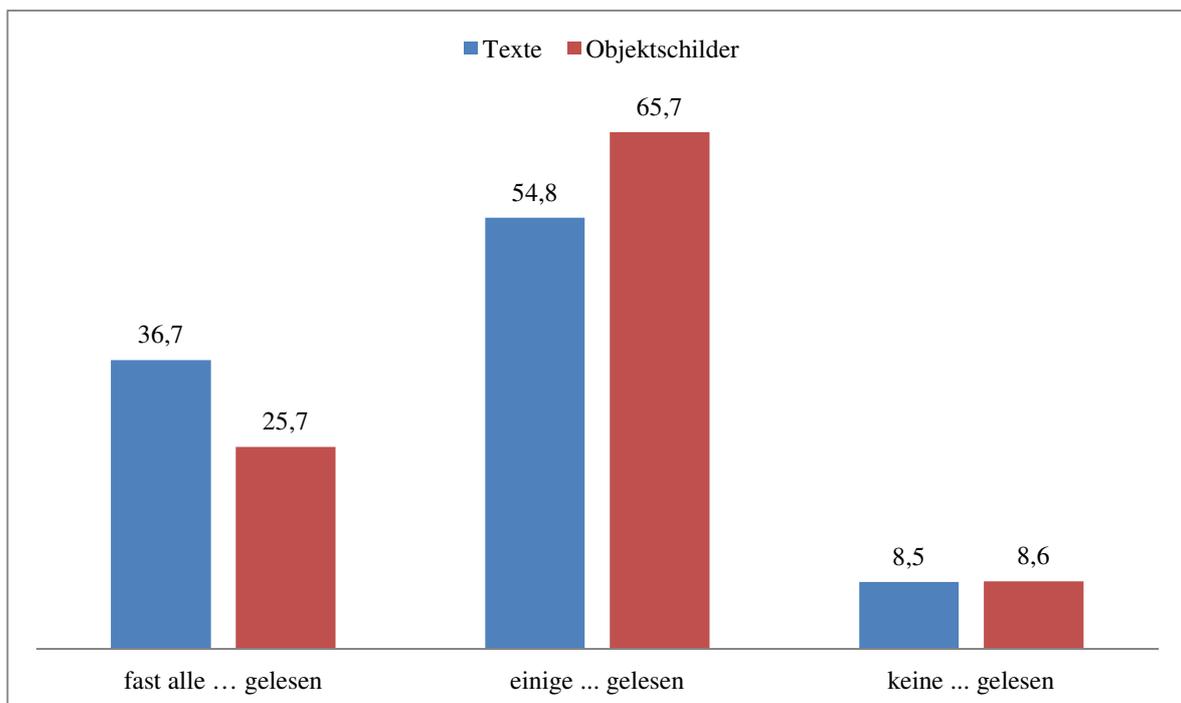
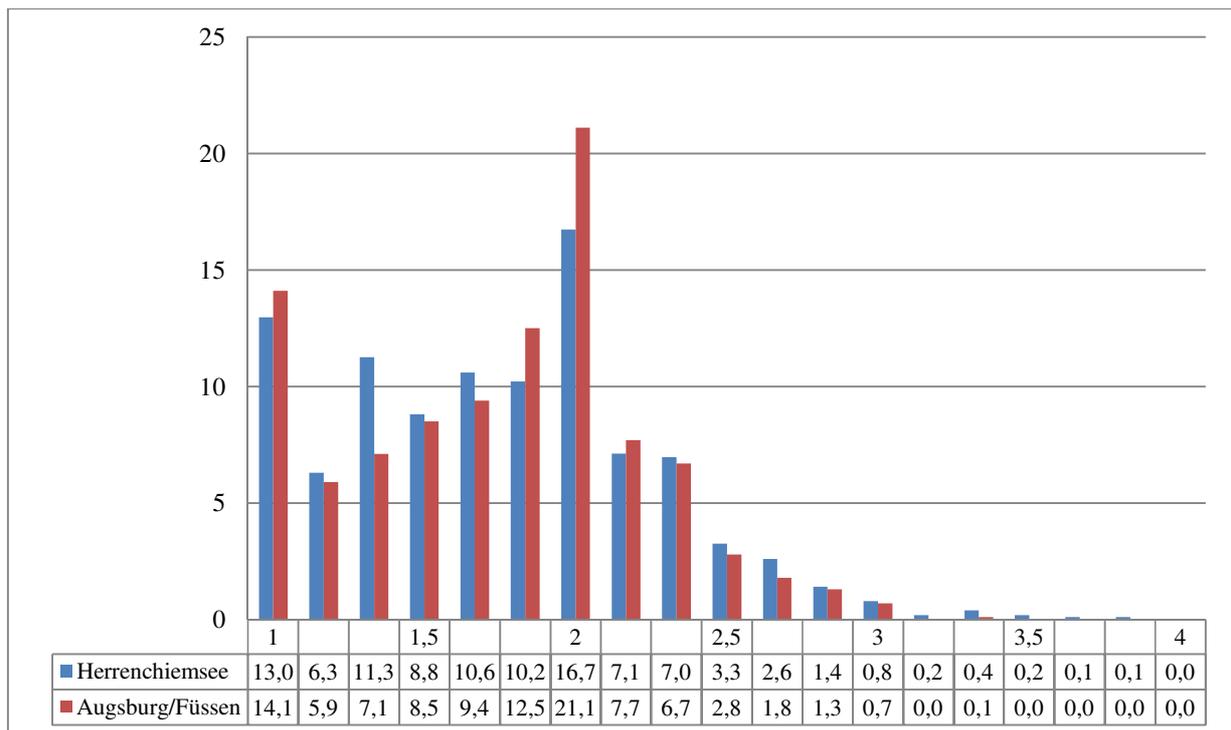


Abbildung 49: Die Annahme der Ausstellungstexte und der Objektbeschriftungen im Überblick (Fragen 9 und 13, in %)



Die sechs Fragen, welche die Einordnung der Ausstellungstexte und Objektbeschriftungen nach Verständlichkeit, Lesbarkeit (=Schriftgröße) und Ausführlichkeit einordnen, lassen sich mittels eines Summenscores⁷ in einem Wert abzeichnen. Die Abbildung 50 zeigt die Verteilung dieses Indexes für die Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ im Jahr 2011 im Vergleich zu der Landesausstellung in Augsburg/Füssen. Der häufigste vorkommende Wert ist zwei (16,7%), also „gut“ und der zweithäufigste eins („sehr gut“ mit 13,0%). Rund 77% (in Augsburg/Füssen 80%) aller befragten Besucher finden sich im Intervall zwischen eins und zwei wieder. Berechnen wir den Mittelwert beider Verteilungen, so bekommen wir den Wert 1,75. Festzustellen bleibt, dass mit zunehmendem Alter und mit einem steigenden höchsten Bildungsabschluss die Bewertung schlechter ausfällt. Den schlechtesten Wert weisen folglich mit 1,92 die älteren (70 Jahre alt und älter) und hochgebildeten (akademischer Abschluss) befragten Besucher auf.

Abbildung 50: Summenindex aus den Fragen 10,11,12 und 14,15,16 (in %)



⁷ Die Variablen werden aufsummiert und durch ihre Anzahl (in unserem Falle) sechs dividiert. Heraus kommt eine neue Variable, die, in der Einheit der Ursprungsvariablen, eine Gesamtbeurteilung der Ausstellungstexte und der Objektbeschriftungen misst.

3.3.4 Führungen, Audio-Guide und Multimediastationen

Die Fragen 5 und 17 beschäftigen sich mit den Führungen, welche im Rahmen der Landesausstellung stattfanden. Zum einen gab es Führungen durch das Schloss Herrenchiemsee, welche durch den Kauf der Eintrittskarte zur Landesausstellung mit gelöst wurde, zum anderen gab es ein Angebot an Führungen durch die Räume des Schlosses, welche für die Landesausstellung genutzt wurden.

Auf die Frage nach der Teilnahmebereitschaft an der Führung durch das Schloss (Frage 5) antworteten 82,2% mit 'Ja'. Wie gesagt, kaufte der Besucher diese Führung durch den Erwerb der Eintrittskarte mit. Viele Besucher sprachen deshalb auch von einer Art Zwang⁸, diese Führung mitmachen zu müssen. Betrachten wir einmal die 'Ja'-Sager ein wenig näher, so sind dies zur Hälfte Touristen, welche das Kombi-Angebot aus Schlossführung und Besuch der Landesausstellung nutzten, bei den 'Nein'-Sagern macht diese Gruppe ein Drittel aus. Sind die Besucher mit Kindern oder Enkelkindern unterwegs, so steigt die Wahrscheinlichkeit einer Schlossführung. Die etwas routinierteren Ausstellungsbesucher, also die, die mehr als fünfmal im Jahr Ausstellungen besuchen, haben die Schlossführung vermehrt nicht genutzt, da sie wohl das Schloss schon einmal besucht haben. Auch gaben die SchülerInnen zu einem etwas höheren Prozentsatz an, an der Schlossführung teilzunehmen bzw. teilgenommen zu haben. Wir gehen davon aus, dass im Rahmen eines Schulausfluges Schloss und Ausstellung besucht wurden. In der Frage 17 konnten die Besucher nun die Führung bewerten. Leider ist es unklar, auf welche Führung sie dies beziehen, also ob sie die Schlossführung oder die Führung durch die Landesausstellung meinen. Denkbar ist auch, bei kombinierter Teilnahme, eine Vermischung der Bewertungen. Zunächst folgt einmal Abbildung 51, in der die Teilnahme an den Führungen abgebildet ist.

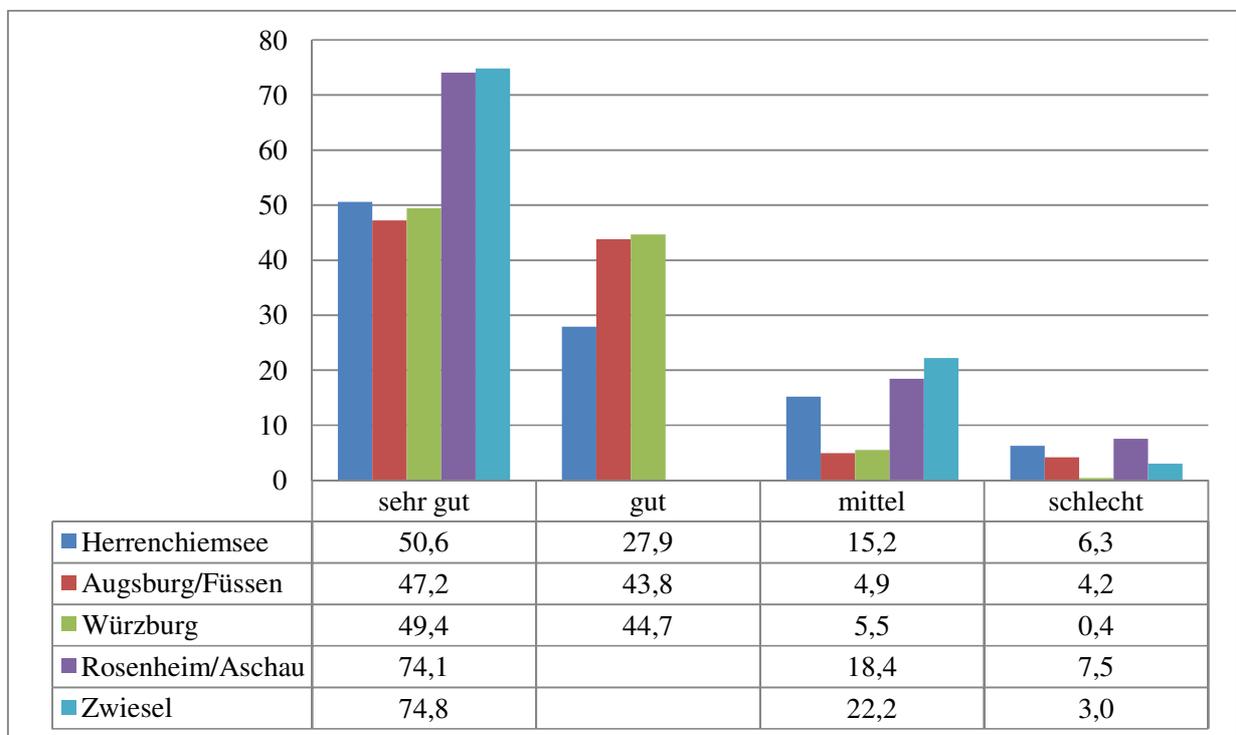
Abbildung 51: Teilnahmebereitschaft an Führungen der Landesausstellungen 2007 bis 2011 (Frage 5)

	Herrenchiemsee	Augsburg/ Füssen	Würzburg	Rosenheim/ Aschau	Zwiesel
Teilnahme	53,6	10,3	16,5	22,2	68,6
Keine Teilnahme	46,4	89,7	83,5	77,8	31,4

⁸ Zum einen konnte dies aus Randnotizen bei der Frage 5 entnommen werden, zum anderen wurden entsprechende Anmerkungen bei Frage 8: „Was hat Ihnen ganz besonders gefallen oder nicht gefallen?“ vermerkt.

Auf Herrenchiemsee wurden wiederum (nach Zwiesel) vermehrt Personen gefragt, welche an Führungen teilnahmen. Zum einen kann dies mit dem oben erwähnten 'Zwang' an der Schlossführung zusammenhängen, zum anderen auch mit einer vermehrten Durchführung von Führungen (vgl. Antworten auf die Frage 8). Rund die Hälfte der befragten Personen also nahm auf Herrenchiemsee an einer Führung teil. In Abbildung 52 ist nun die Bewertung der Führungen auf Herrenchiemsee im Vergleich zu den anderen Führungen der Landesausstellungen zu erkennen.

Abbildung 52: „Wie beurteilen Sie die Führung, falls Sie an einer teilgenommen haben?“ (Frage 17)⁹



Gut die Hälfte der befragten Besucher (50,6%) vergab das Prädikat 'sehr gut'; diese Bewertung liegt im Trend zu Augsburg/Füssen und Würzburg. Einen großen Unterschied gibt es bei der Antwortmöglichkeit 'gut'. Hatten in den Jahren 2009 und 2010 rund 44% einen 'guten' Eindruck von den Führungen, so sind dies auf Herrenchiemsee 27,9%. Diese Verschiebung zeigt sich mit

⁹ Seit 2009 wird diese Frage mit vier Antwortmöglichkeiten abgefragt. Für die Antwortmöglichkeit „gut“ liegen somit lediglich Vergleichswerte gegenüber der Erhebung in Würzburg und Augsburg/Füssen vor.

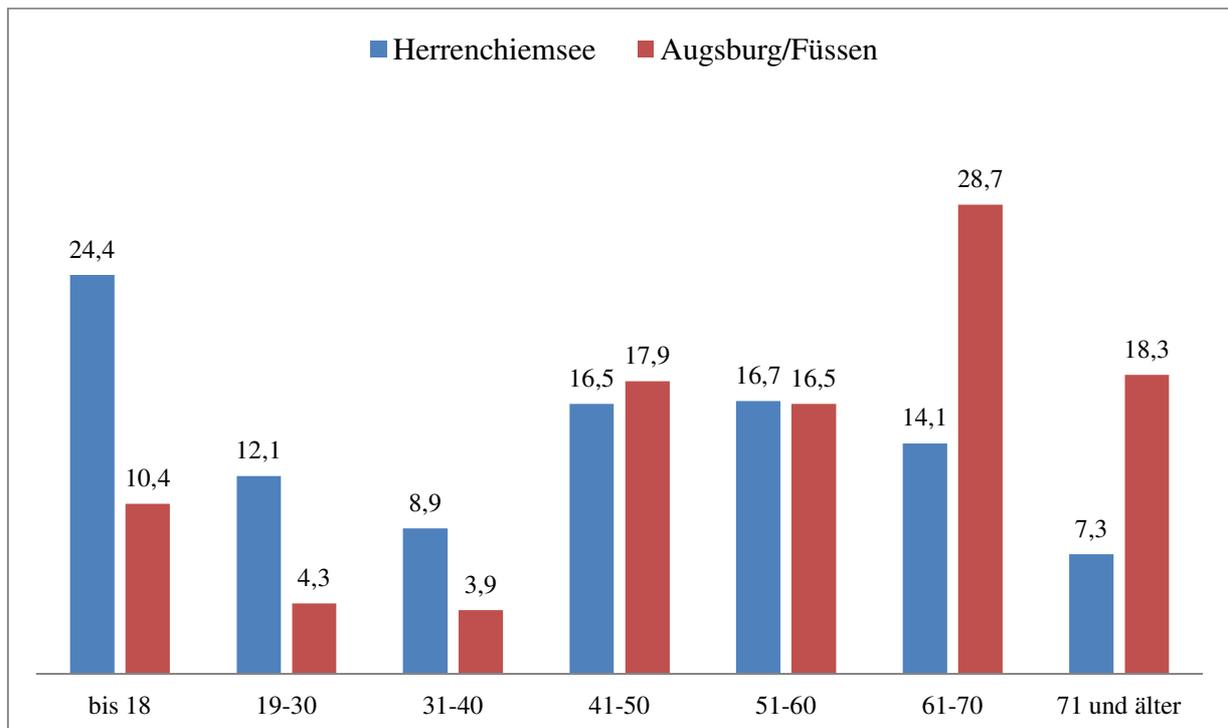
rund 10 Prozentpunkten zum größten Teil bei der Antwortmöglichkeit 'mittel'. Sehen wir uns die Mittelwerte aus den Jahren 2009, 2010 und 2011 an, so erhalten wir Abbildung 53.

Abbildung 53: „Wie beurteilen Sie die Führung, falls Sie an einer teilgenommen haben?“ (Frage 17, Mittelwerte, Skala: 1= sehr gut bis 4= schlecht)

	Mittelwerte
Herrenchiemsee	1,77
Augsburg/Füssen	1,66
Würzburg	1,57

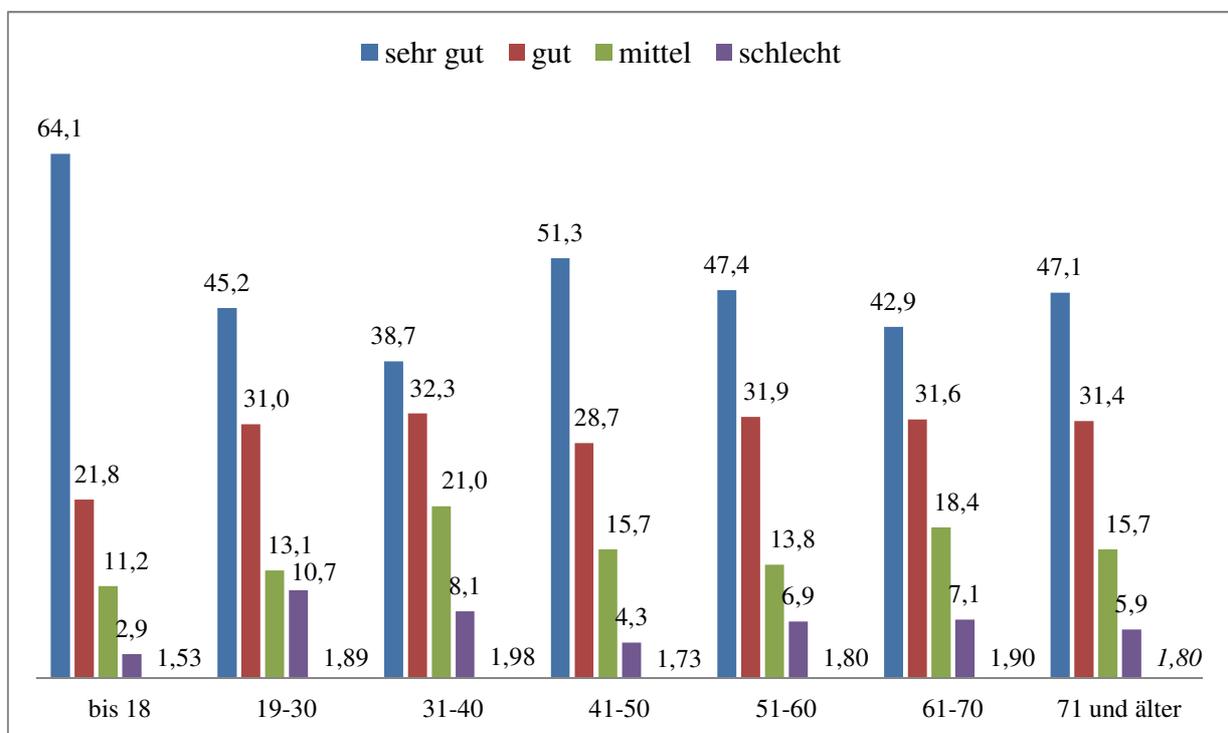
Seit Würzburg haben sich die Bewertungen jedes Jahr um rund ein Zehntel verschlechtert. Fassen wir die beiden Antwortmöglichkeiten „sehr gut“ und „gut“ zusammen, so geben 78,5% der Befragten ein positives Urteil ab. Dabei sinkt dieser Wert doch deutlich im Vergleich zu den Ausstellungen in Augsburg/Füssen (91,0%) und Würzburg (94,1%). Kommen wir zu der Frage, wer eigentlich an Führungen teilnimmt.

Abbildung 54: Teilnahmebereitschaft an Führungen nach Altersklassen (Frage 5 und 31)



In Abbildung 54 ist die Zusammensetzung der an Führungen Teilnehmenden nach Altersklassen abgebildet. Nicht überraschend ist, dass jeder vierte Besucher, der an Führungen teilnimmt, aus der Altersklasse 'bis 18 Jahren' stammt; dies sind wohl Schüler, die, in Klassen organisiert, durch die Landesausstellung geführt wurden. Betrachten wir die Altersklassen '41 bis 50', '51 bis 60' und '61 bis 70' so war von allen Führungsteilnehmern in etwa jeder siebte Besucher in diesen Altersklassen zu finden. Geringeren Anteil an den Teilnehmern haben die Altersklassen '19 bis 30', '31 bis 40' und '71 und älter'. Vergleichen wir diese mit den Werten aus dem Jahr 2010, so erkennen wir eine Verschiebung von den älteren Besuchern hin zu den Jüngeren. Waren in Augsburg/Füssen noch die meisten Teilnehmenden an Führungen 61 Jahre alt und älter, so verschiebt sich die Verteilung im Jahr 2011 hin zu den jüngeren Jahrgängen. Die beiden Kohorten in der Mitte, '41 bis 50' und '51 bis 60', zeigen nur marginale Veränderungen. Abbildung 55 zeigt die Bewertungen je Antwortmöglichkeit und im Mittel nach Altersklassen. Zur Erinnerung: der Gesamtmittelwert lag bei 1,77.

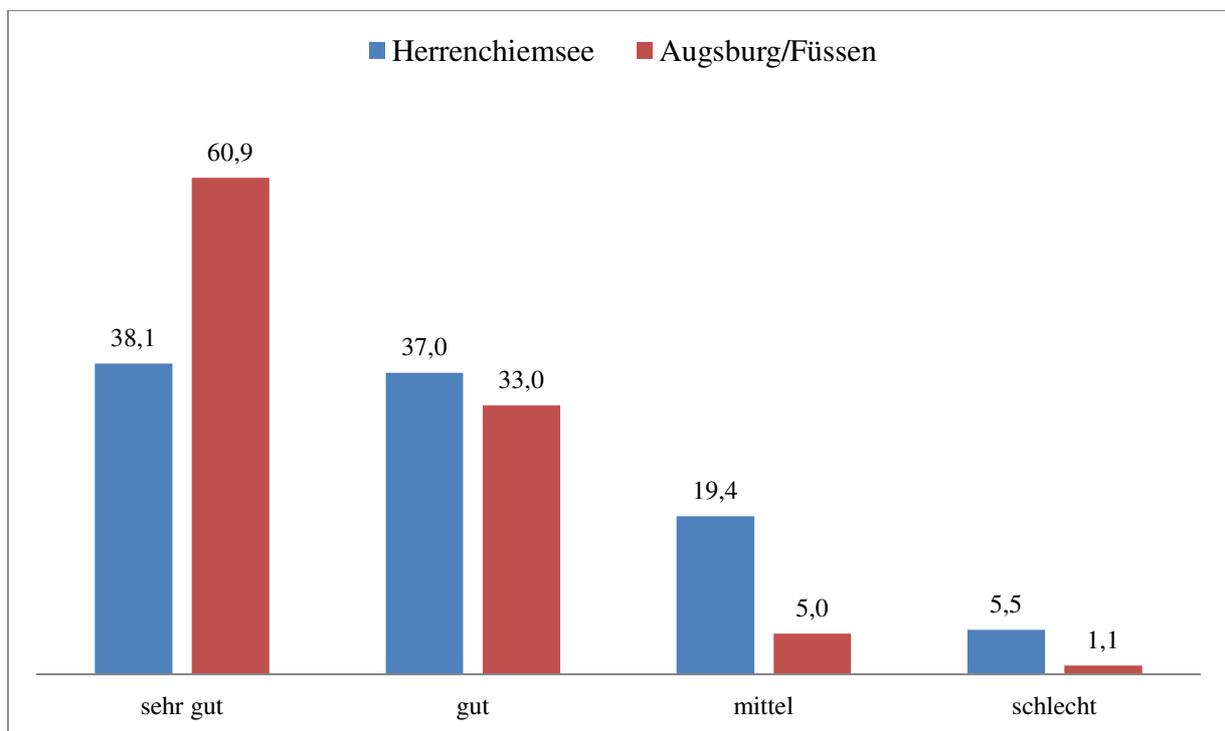
Abbildung 55: Beurteilung der Führungen nach Alter (Frage 17 und 30, Ja-Antworten in %; inkl. Mittelwert der Führung je Altersklasse)



Die schlechteste Bewertung mit 1,98, also gerundet ein 'gut', geben die 31 bis 40-jährigen Besucher der Führung; betrachten wir dazu Abbildung 54, sehen wir, dass diese Altersgruppe die zweitgeringste Teilnahmebereitschaft aufweist. Die besten Bewertungen für die Führungen vergeben die SchülerInnen, welche zu knapp zwei Drittel diese mit 'sehr gut' und zu 21,8% mit 'gut' bewerten. Alles in allem können wir sagen: Sobald ein Besucher an einer Führung teilnimmt, gefällt ihm die Führung und er vergibt die Bewertungen 'sehr gut' oder 'gut'; ein ähnliches Ergebnis zeigte die Besucherumfrage in Augsburg/Füssen.

Den Besuchern der Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ wurden wie in den vergangenen Jahren Audio-Guides zur Verfügung gestellt. In Frage 18 konnten diese, eine etwaige Benutzung vorausgesetzt, bewertet werden. Nutzten noch im Jahr 2010 vier von zehn Personen den Audio-Guide, so ist es auf Herrenchiemsee gut die Hälfte (53,6%).

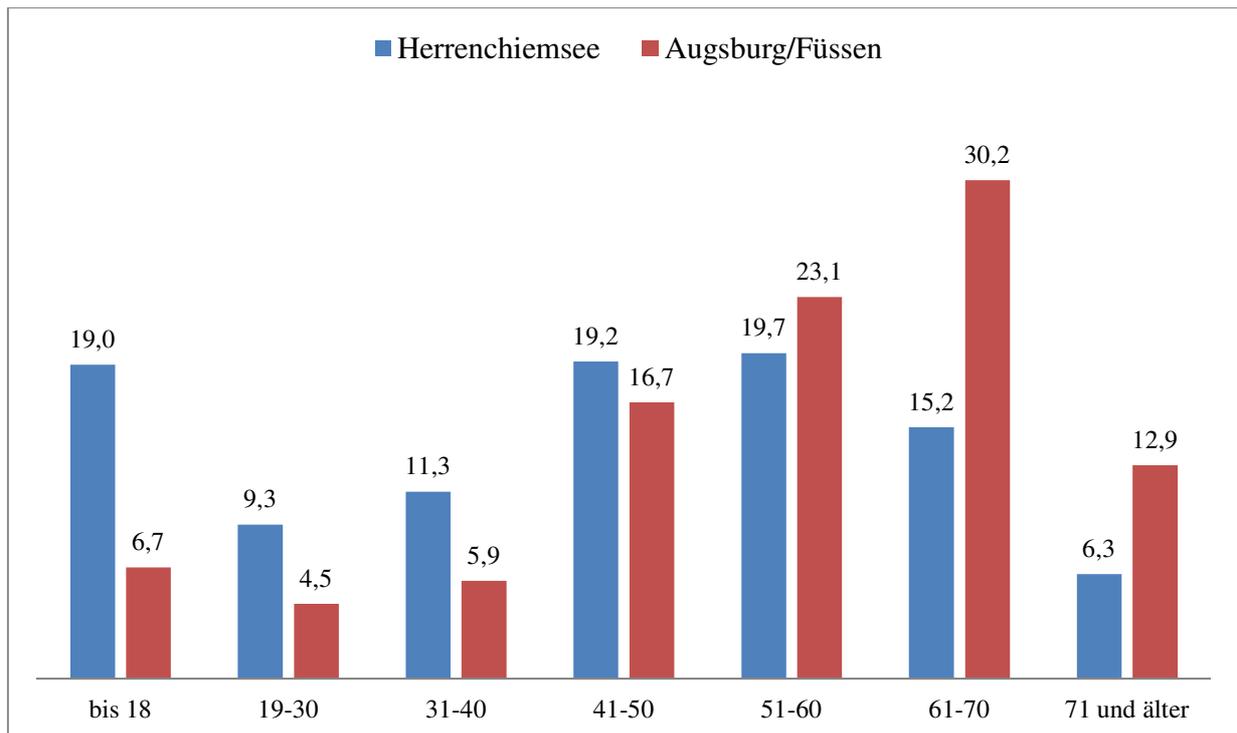
Abbildung 56: „Wie beurteilen Sie den Audio-Guide, falls Sie einen Audio-Guide benutzt haben?“ (Frage 18, in %)



75,1% bewerten den Audio-Guide mit „sehr gut“ oder „gut“. Dies sind 18,9% Prozentpunkte weniger als im Jahr 2010 in Augsburg/Füssen. Mit Blick auf die Abbildung 56 erkennen wir in erster Linie die Verschiebung hin zu den Kategorien 'mittel' mit einem Plus von 14,4 Prozent-

punkten. Die relative Zunahme bei den Kategorien 'gut' und 'schlecht' ist vergleichbar und liegt bei rund 4 Prozentpunkten. Nach den Altersklassen liegt folgende Verteilung der Nutzung vor (vgl. Abbildung 57).

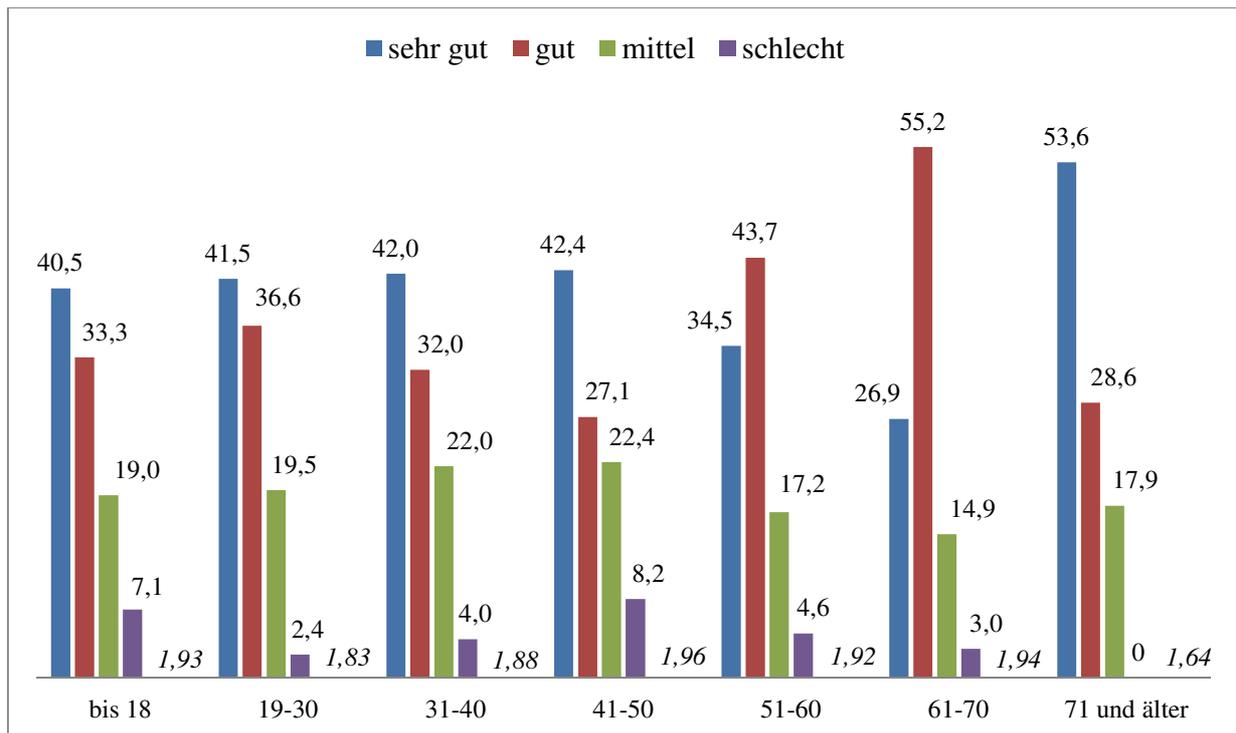
Abbildung 57: Nutzungsbereitschaft des Audio-Guides nach Altersklassen (Frage 18 und 31)



Was schon bei der Teilnahmebereitschaft bei Führungen zu erkennen war, stellen wir auch beim Audio-Guide fest. Abbildung 57 zeigt eine Umverteilung von den älteren Besuchern hin zu den Jüngeren. Waren also in Augsburg/Füssen unter den Nutzern des Audio-Guides noch mehr die 51-jährigen und älteren Besucher, so sind es im Jahr 2011 die Jüngeren, in erster Linie die SchülerInnen. Betrachten wir die Abbildung 58, so sehen wir die Bewertungen je Altersklasse. Am besten (1,64) wurde der Audio-Guide von den 71-jährigen und älteren Besuchern bewertet, diese bilden allerdings auch die Kohorte mit der geringsten Nutzungsbereitschaft (vgl. Abbildung 57). Nahezu konstant und am schlechtesten (1,92 bis 1,96) bewerteten die Kohorten 'bis 18', '41 bis 50', '51 bis 60' und '61 bis 70' den Audio-Guide. Die Altersklassen '19 bis 30' und '31 bis 40'

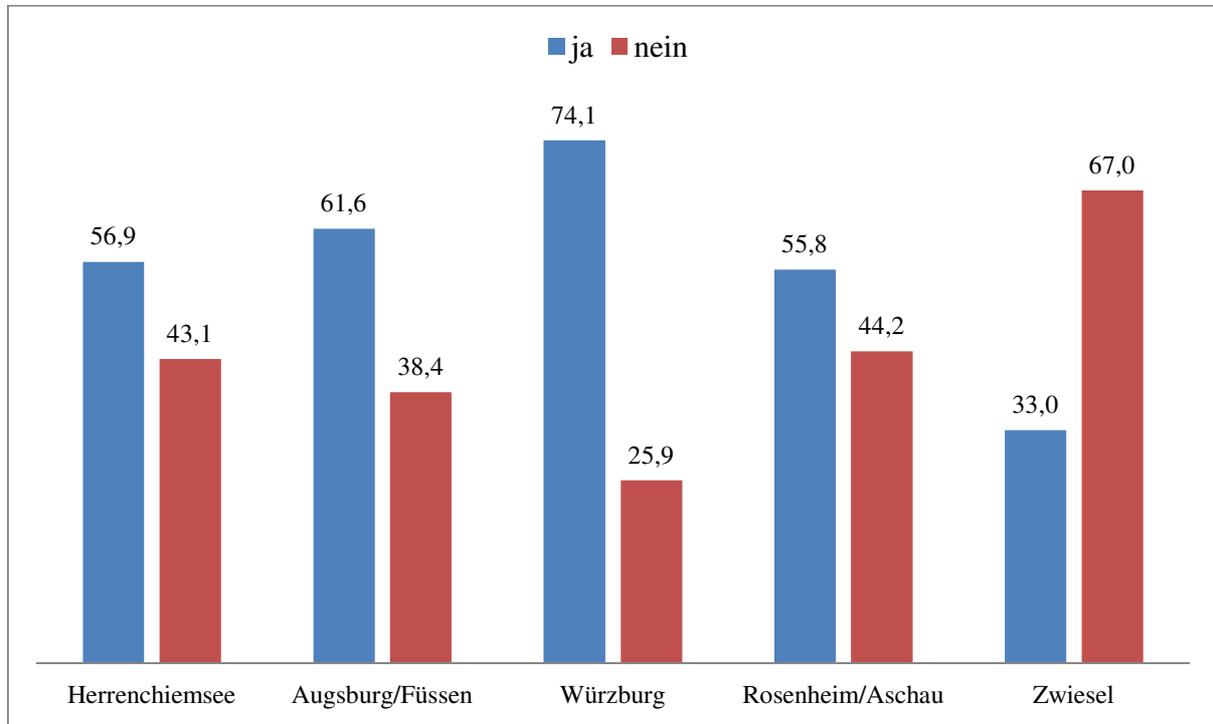
liegen in ihren Bewertungen dazwischen. Nehmen wir die Abbildung 55 hinzu, gewinnen wir den Eindruck, dass diese Altersklassen den Audio-Guide als echtes Substitut zur Führung nutzen.

Abbildung 58: Nutzung des Audio-Guides nach Alter (Frage 17 und 30, Ja-Antworten in %; kursiv: Mittelwert der Führung je Altersklasse)



In der Landesausstellung 2011 auf Herrenchiemsee gab es wiederum eine Multimediastation. In Abbildung 59 ist zu erkennen, dass 56,9% der befragten Besucher die Multimediastation auf Herrenchiemsee nutzten. Nach einem Tief in Zwiesel (33,0%) und einem Hoch in Würzburg (74,1%) scheint sich der Wert der Nutzung zwischen 55% und gut 60% einzustellen. Wie in den vergangenen Jahren lässt sich erkennen, dass mit zunehmendem Alter die Nutzung geringer wird. Weisen die bis 18 Jahre alten Besucher eine 71,4%ige Nutzung auf, so sinkt diese auf 40,7% bei den 61 bis 70-jährigen Personen bzw. auf 45,0% bei der Altersklasse ab 71 Jahren. Die 19 bis 30-jährigen und die 31 bis 40-jährigen Besucher befassen sich zu zwei Dritteln mit dieser Art von Wissensvermittlung, zu rund 60% die 41 bis 50-jährigen und die Hälfte der 51 bis 60-jährigen befragten Besucher.

Abbildung 59: „Haben Sie die Multimediastation (Film- und Hörstationen, Computer) in der Landesausstellung genutzt?“ (Frage 22, in %)

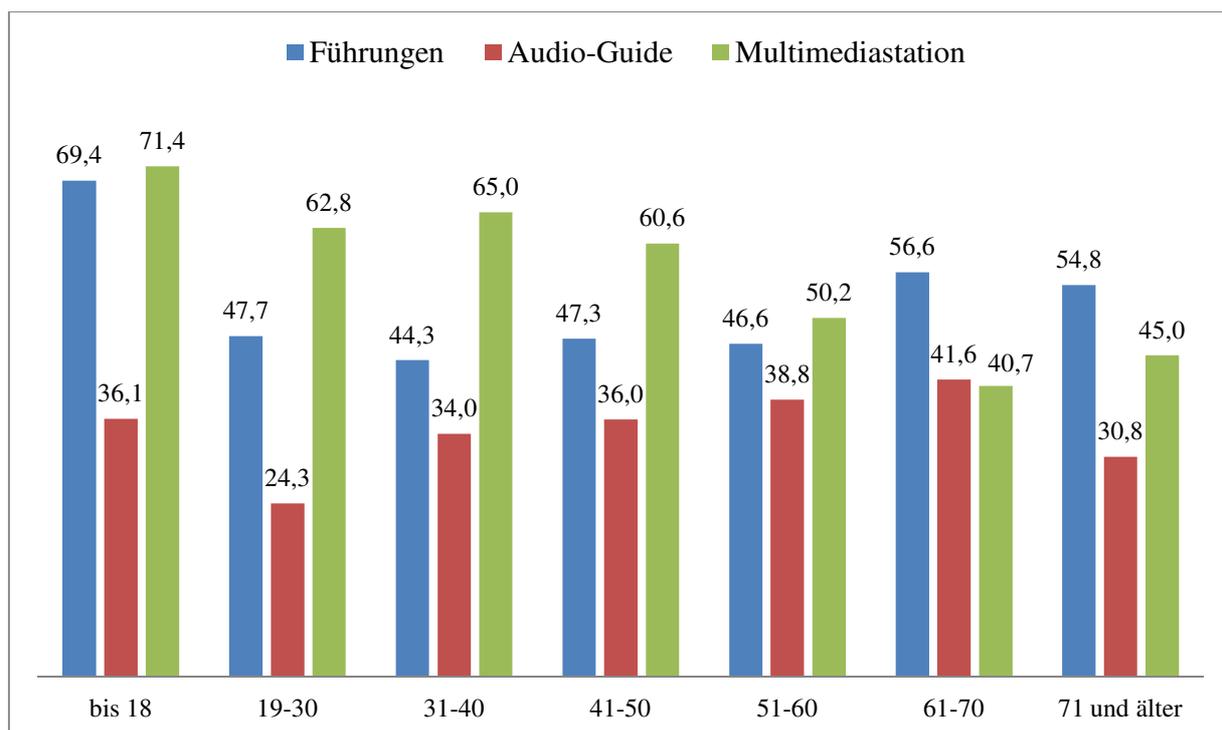


Die dieses Kapitel abschließende Abbildung 60 zeigt für die Nutzung der Führungen, des Audio-Guides und der Multimediastation die Werte für die jeweiligen Altersklassen an. Galt es bis jetzt also, die Art der Kommunikation zu erklären, eine Aussage hierbei lautet zum Beispiel: Von allen Personen, die eine Führung wahrgenommen haben, sind 24,4% in der Altersklasse bis 18 Jahre zu finden, so können wir mittels Abbildung 60 nun Aussagen der Form: Von allen bis 18-jährigen Besuchern haben 71,4% die Multimediastationen genutzt, machen.

Der „Renner“ unter den bis 18-jährigen Besuchern sind die Führungen und die Multimediastationen. Die Führungen wohl aus einem Zwang durch den oder die Lehrer heraus, die Multimediastationen auf Grund der hohen Technikaffinität in dieser Altersklasse. Gut ein Drittel dieser Altersklasse nutzt den Audio-Guide. Herrscht ab der Altersklasse '19 bis 30' bis zu der Klasse '51 bis 60' die Multimediastationen als dominantes Medium vor, so wechselt es ab den 61-jährigen Besuchern hin zu den Führungen. Den Audio-Guide, welcher kostenpflichtig ist, nutzen am wenigsten die Besucher der Altersklasse '19 bis 30' Jahren, am häufigsten wird er von den 51 bis 70-

jährigen Besuchern beansprucht (rund vier von zehn Personen). In den Altersklassen '31 bis 40' und '41 bis 50' nutzt einer von drei Besuchern diese Kommunikationsform.

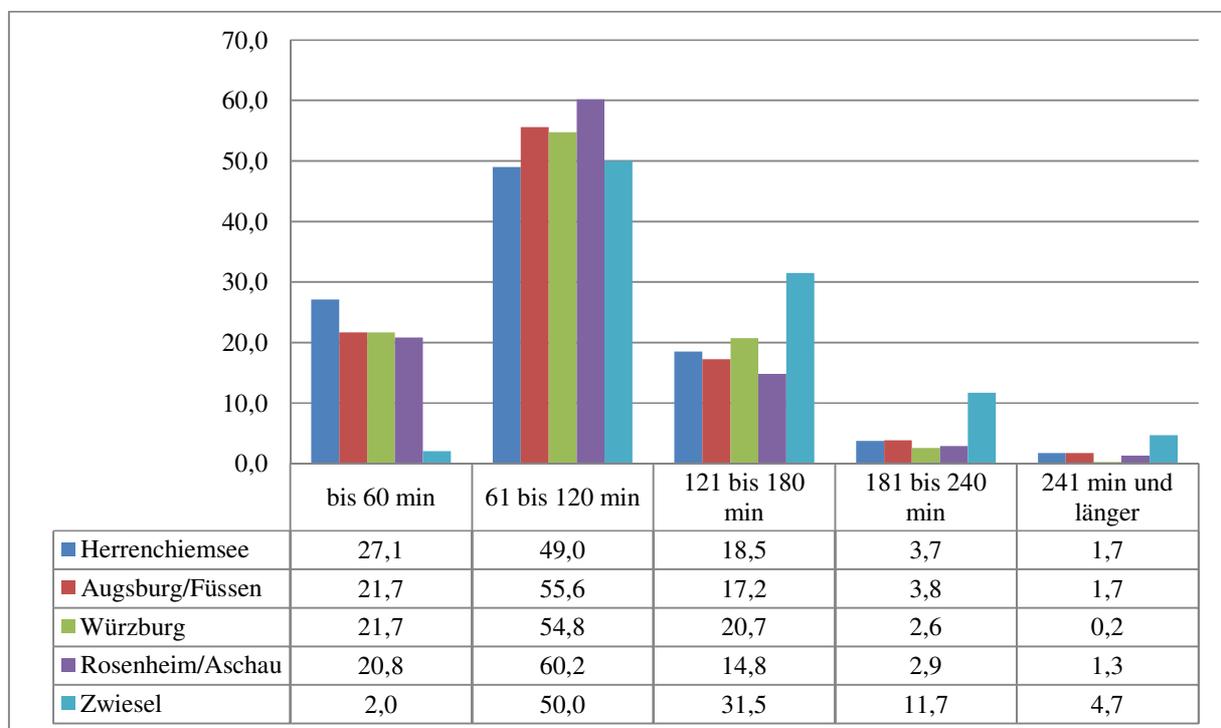
Abbildung 60: Nutzung der Führungen, des Audio-Guides und der Multimediastationen innerhalb der Altersklassen (Fragen 17, 18 und 22, in %)



3.3.5 Zeit in der Ausstellung

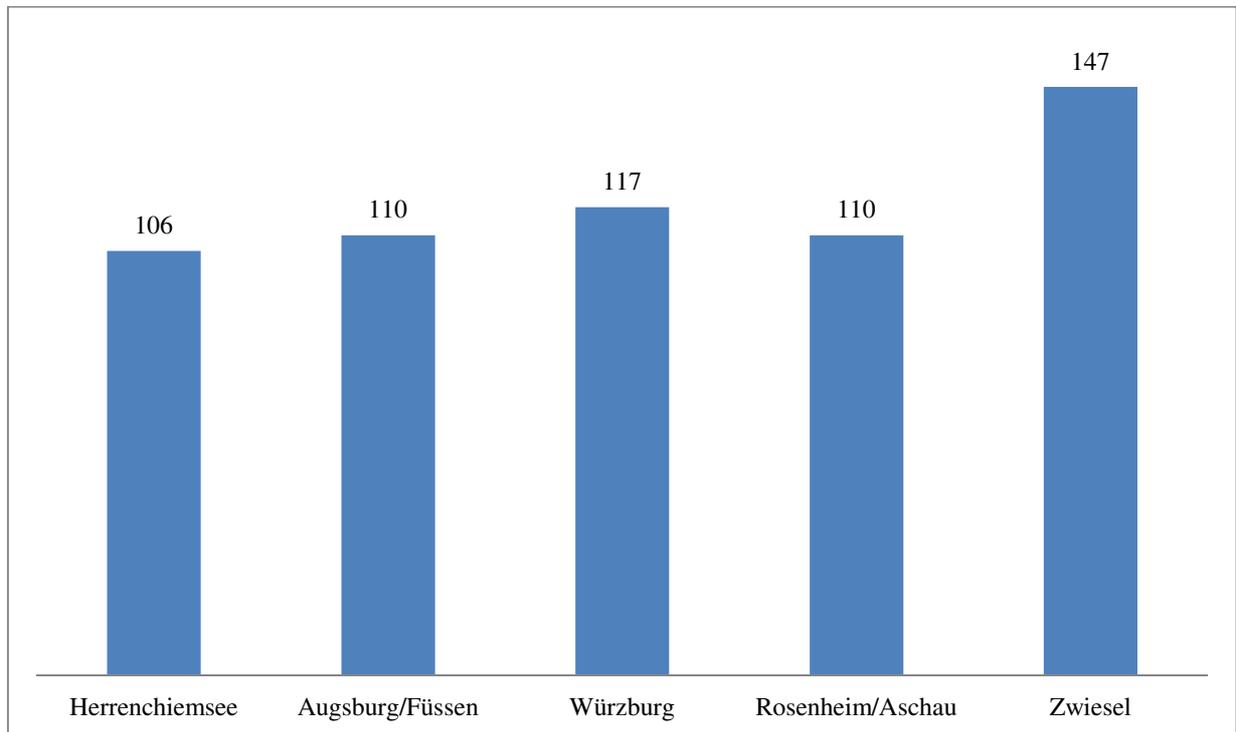
In Frage 25 wurden die Besucher nach der verbrachten Zeit in der Ausstellung gefragt. Abbildung 61 zeigt die Ergebnisse mit zusammengefassten Zeitintervallen. Eines vorweg: Es liegt auf der Hand, dass die Zeit in einer Ausstellung vom Umfang dieser abhängig ist: Je mehr ich mir anschauen kann, desto länger bleibe ich im Allgemeinen auch. Im Vergleich zu den anderen Ausstellungen gibt es bei der Ausstellung auf Herrenchiemsee eine Verschiebung zwischen der Antwortmöglichkeit 'bis 60 min' und '61 bis 120 min'. Rund 6 Prozentpunkte wechseln im Jahr 2011 von unter einer Stunde Besuchszeit hin zu einer bis zwei Stunden. Die Kategorien ab 121 Minuten verändern sich nur leicht. Dies mag wohl (vgl. die Antworten auf die Frage 8) auch mit der Überfüllung und der räumlichen Enge zu tun haben. Manche Besucher ließen sich wohl in hoher Geschwindigkeit durch die Ausstellung schleusen, ohne wirklich an den Exponaten zu verweilen. Dennoch, bei der Betrachtung der Abbildung 61 sehen wir, dass rund die Hälfte der Besucher zwischen einer und zwei Stunden in der Ausstellung bleibt. Mit einigen Schwankungen ist der Wert über die verschiedenen Landesausstellungen als stabil zu bezeichnen.

Abbildung 61: „Wie viel Zeit haben Sie ungefähr in der Ausstellung verbracht?“ (Frage 25)



Ein ein bis zwei Stunden andauernder Aufenthalt in einer Ausstellung ist wohl die gängige Besucherpraxis und auch auf Herrenchiemsee wieder zu finden. Die Abbildung 62 zeigt die Mittelwerte der verschiedenen Landesausstellungen im Vergleich. Die Ausstellung auf Herrenchiemsee hat den niedrigsten Mittelwert der Verweildauer in der Ausstellung. Im Mittel waren die Besucher in „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ also am kürzesten.

Abbildung 62: Die Zeit in der Ausstellung im Mittel in Minuten (Frage 25)



Um diese Ergebnisse noch ein wenig zu verdeutlichen, ist in der Abbildung 63 die mittlere Besuchsdauer nach der Art des Besuchs (Einzelbesuch oder Besuch in der Gruppe), nach dem Verkehrsmittel der Anreise und danach, ob sich die befragten Besucher als Tourist sehen oder nicht, aufgezeigt.

Besucher, welche in einer Gruppe die Ausstellung besuchen (86 Minuten), bleiben deutlich kürzer dort als Einzelbesucher (113 Minuten). Es lässt vermuten, dass durch den Besuch in einer Gruppe, die Individuen einem Zeitzwang ausgesetzt sind. Dazu passt das Ergebnis der verschiedenen Verkehrsmittel, welche zur Anreise benutzt wurden. Kommen die Besucher im Bus (einer

Reisegruppe), so blieben sie im Mittel 82 Minuten; einen ähnlichen Wert haben diejenigen Besucher, welche zu Fuß zur Ausstellung gekommen sind. Kommen die Interessierten mittels motorisierten Individual- oder im öffentlichen Personennahverkehr, so erhöht sich die Verweildauer um rund 25 Minuten. Es bleibt die Selbsteinschätzung in Tourist oder Nicht-Tourist: Touristen bleiben im Mittel 10 Minuten weniger in der Ausstellung.

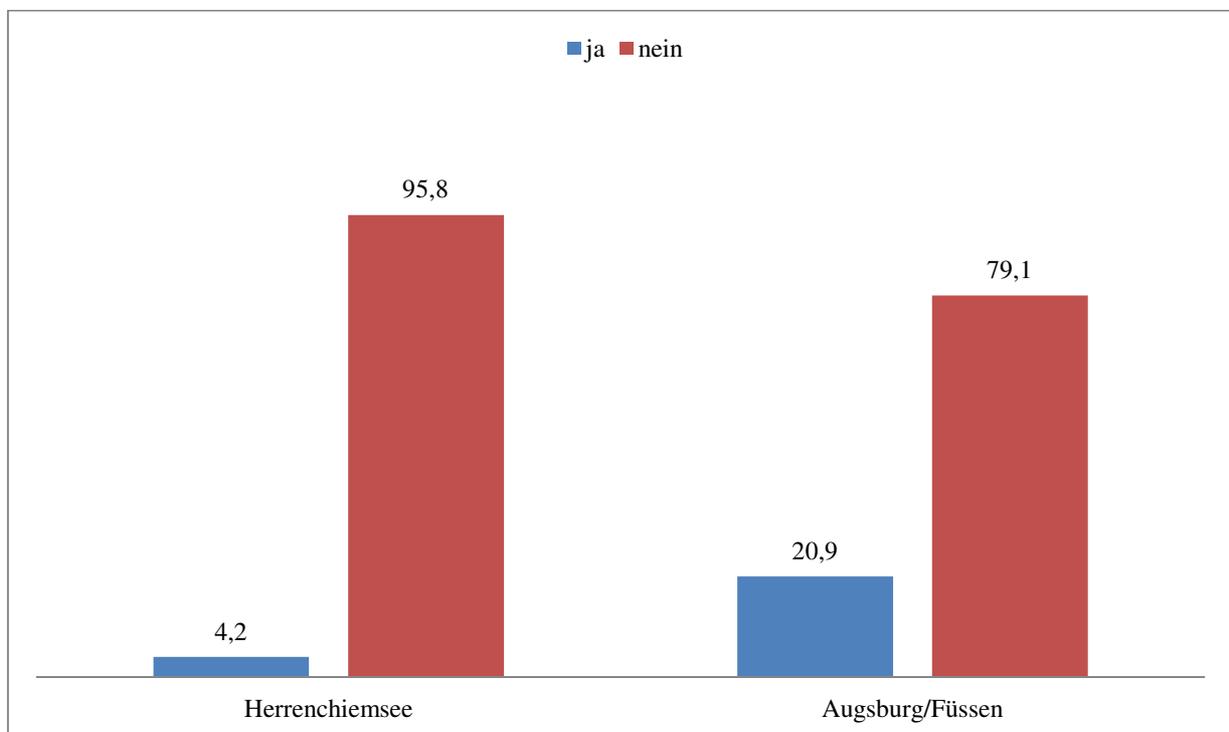
Abbildung 63: Die Zeit in der Ausstellung im Mittel nach Besucherart, Verkehrsmittel der Anreise oder Selbsteinschätzung Tourist / Nicht Tourist in Minuten

	Minuten
Einzelbesucher	113
Gruppe (z.B. Reisegruppe)	86
Bus einer Reisegruppe	82
Eigener PKW / eigenes Motorrad	109
ÖPNV	106
Zu Fuß	83
Tourist	101
Kein Tourist	111

3.3.6 Bayerischer Rundfunk

Die Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ fand im Jahr 2011 wiederum unter der Beteiligung des Radiosenders Bayern 2 statt. Das Engagement erstreckte sich im Schloss Herrenchiemsee auf die Bereitstellung einer Podcast-Tankstelle, einem Service, der das Anhören und das Herunterladen von Hörfunksendungen des Bayerischen Rundfunks erlaubt. Nutzte im Jahr 2010 noch jeder fünfte Besucher dieses Angebot, so beschäftigte sich auf Herrenchiemsee jeder 25. Besucher mit diesem Medium (vgl. Abbildung 64).

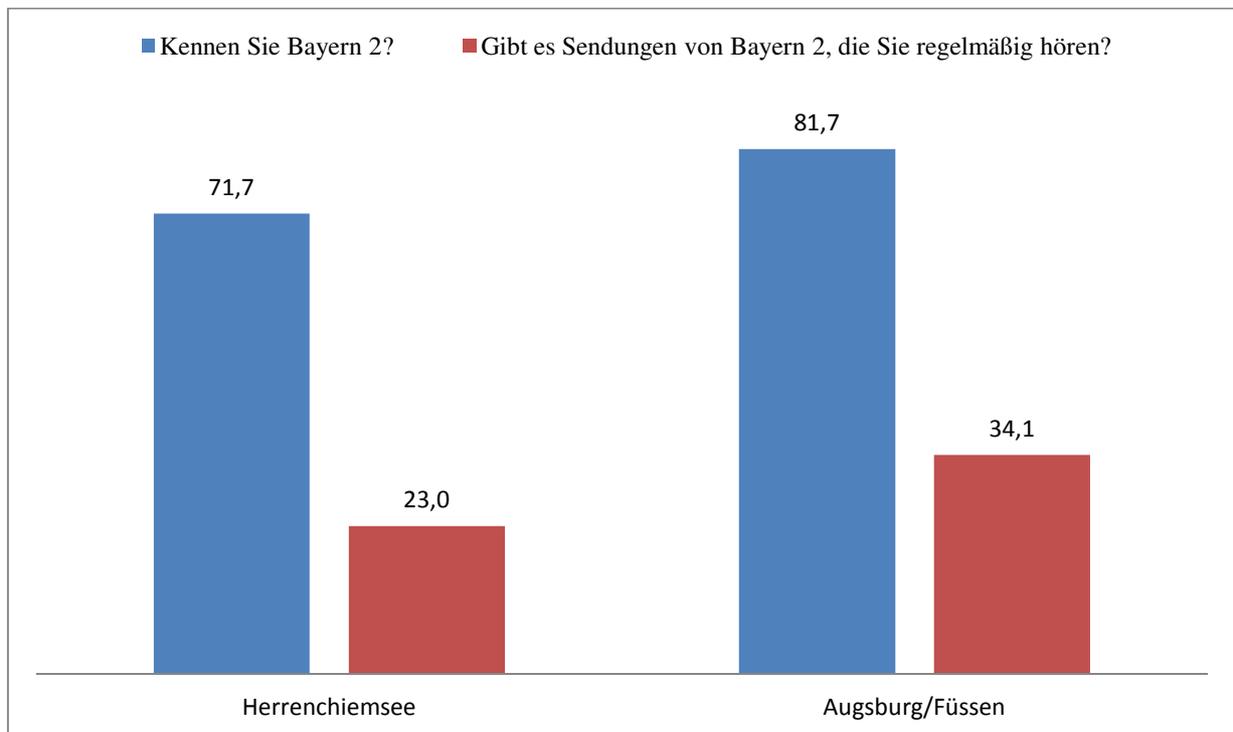
Abbildung 64: „Haben Sie die Podcast-Tankstelle von Bayern 2 genutzt (Frage 19, in %)“



Betrachten wir die Nutzer nach Alter, so sind die unter 18-jährigen Besucher deutlich in der Mehrheit. 8,5% der noch nicht Volljährigen hat sich diesem Medium gewidmet; vergleichbar mit allen Befragten sind die 41 bis 50 Jahre alten Besucher (4,7%) und alle anderen Altersklassen bewegen sich zwischen zwei und vier Prozent. Dieser doch markante Unterschied zwischen Augsburg/Füssen und Herrenchiemsee ist weiter nicht näher zu spezifizieren. Auch die offene Frage 8, in der die Besucher angeben konnten, was ihnen an der Ausstellung gefallen bzw. was ihnen missfallen hat, bleibt in Beziehung auf den Podcast ohne Aussage.

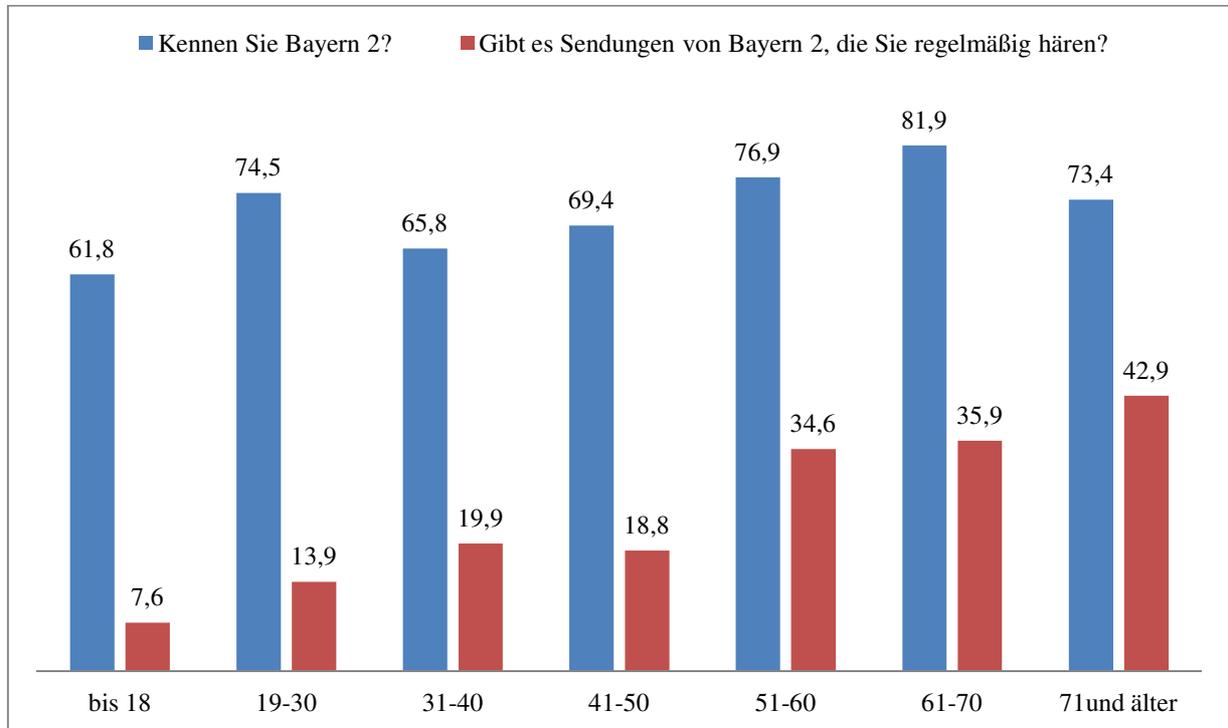
Inhalt der Fragen 20 und 21 war der Bekanntheitsgrad des Senders Bayern 2 und das regelmäßige Hören von dessen Sendungen. Abbildung 65 vergleicht nun die beiden Ausstellungen auf Herrenchiemsee und in Augsburg/Füssen. Der Bekanntheitsgrad ist unter den befragten Personen um 10 Prozentpunkte von 81,7% (2010) auf 71,7% (2011) gesunken. In ähnlicher Weise verringerte sich auch derjenige Teil der Besucherschaft, welcher regelmäßig Sendungen auf Bayern 2 hört. Gab noch 2010 gut jeder dritte befragte Besucher an, Bayern 2 regelmäßig zu hören, so ist es 2011 knapp jeder vierte Besucher.

Abbildung 65: „Kennen Sie Bayern 2?“ (Frage 20, in %) und „Gibt es Sendungen von Bayern 2, die Sie regelmäßig hören?“ (Frage 21, in %).



Zur Erklärung ziehen wir Abbildung 8 zu Rate. Auf Herrenchiemsee waren im Vergleich zu den anderen Landesausstellungen deutlich mehr Touristen unter den Besuchern. Befragt nach dem Bekanntheitsgrad des Senders, antworteten die Nicht-Touristen zu rund 80% mit ja, die Touristen zu gut 61%. Sehen wir uns das Antwortverhalten nach Alter an.

Abbildung 66: „Kennen Sie Bayern 2?“ (Frage 20) und „Gibt es Sendungen von Bayern 2, die Sie regelmäßig hören?“ (Frage 21) nach Alter.



Die Touristen beeinflussen diese Abbildung in gleichem Maße, dennoch sind einige Unterschiede zu 2010 doch erheblich. Die Altersklassen 'bis 18' und '19 bis 30' sind noch vergleichbar, bei der Altersklasse '31 bis 40' finden wir mit rund 20 Prozentpunkten den größten Unterschied zu 2010. Kannten in Augsburg/Füssen in dieser Altersklasse noch rund 86% den Sender, so sind es 2011 knapp 66%. Alle folgenden Altersklassen weisen ein geringeres Niveau auf. Sehen wir uns die Nicht-Touristen an, so bleibt der Unterschied in den Altersklassen '31 bis 40' und '41 bis 50' erhalten. Bei den älteren Altersklassen finden sich keine Unterschiede mehr zu 2010. Weitere Unterschiede, zum Beispiel nach Geschlecht, konnten wir nicht feststellen.

Falls die Besucher die Frage nach dem regelmäßigen Hören von Bayern 2 bejahten, konnten Sie bestimmte Sendungen angeben. Die befragten Personen gaben dabei nicht immer nur konkrete Sendungen an, sie machten auch Aussagen über bestimmte Zeiten, über die Orte ihres Hörens, über die Moderatoren oder bestimmte Themen bzw. Themenbereiche. Insgesamt machten 224 Besucher ein oder mehrere Angaben dazu, in der Abbildung 67 ist deren Antwortverhalten zu sehen.

Abbildung 67: „Gibt es Sendungen von Bayern 2, die Sie regelmäßig hören? - ja und zwar: ... ?
(Frage 21; Sendungen, die nur einmal vorkamen, sind nicht aufgelistet)

Sendungen	Anzahl	5%
Radiowelt	28	12,5%
Zündfunk	27	12,1%
Sendungen am Morgen	26	11,6%
Sendungen am Mittag	23	10,3%
Tagesgespräch	22	9,8%
Notizbuch	20	8,9%
alle	18	8,0%
1 zu 1	16	7,1%
Allgemein: Kultur / Kulturwelt	15	6,7%
Sendungen am Sonntag	12	5,4%
Allgemein: Wissen / Wissenschaft	12	5,4%
Nachrichten	12	5,4%
Radiowissen	11	4,9%
Sendungen ´Bayern´	11	4,9%
Radiomikro	10	4,5%
Orange	9	4,0%
Hörspiele	9	4,0%
Kirchliche Sendungen	8	3,6%
Radiospitzen	8	3,6%
Allgemein: Musik	8	3,6%
Gesundheitsgespräche	6	2,7%
Land und Leute	6	2,7%
Diwan	4	1,8%
Politik	4	1,8%
Geschichtliche Sendungen	3	1,3%
Schalom	3	1,3%
Dr. Marianne Koch	2	0,9%
Informationssendungen	2	0,9%
Radiowissen	2	0,9%
Schulfunk	2	0,9%
Süßstoff	2	0,9%
Wetter	2	0,9%

3.4 Negative und positive Aspekte der Ausstellung aus Sicht der Besucher

Auf die Frage 8 „Was hat Ihnen ganz besonders gefallen oder nicht gefallen?“ konnten die Besucher offen, also mit eigenen Worten die jeweilige Meinung zur Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ schriftlich wiedergeben. Neu im Jahr 2011 ist die Unterteilung im Fragebogen in positive und negative Antworten. Gut 60% der Besucher (1.067) nannten eine oder mehrere positive Antworten auf diese Frage und jede zweite Personen (860) machte negative Aussagen. Es kann natürlich nur spekuliert werden, welche Gruppe der Befragten sich eher äußern würde, ob also eher die positiven oder negativen Aspekte der Ausstellung zu einer Meinungsäußerung bewegen. Alles in allem überwiegen jedoch in der reinen Anzahl die positiven Aussagen. Natürlich war es auch möglich, sowohl positive als auch negative Anmerkungen zu machen; 567 befragte Besucher (33%) machten von dieser Möglichkeit Gebrauch. Nur gut jeder fünfte befragte Besucher (360) machte keine Angaben auf diese Frage. Die folgende Abbildung zeigt das Antwortverhalten in der Gesamtschau.

Abbildung 68: Antwortverhalten auf die Frage 8: „Was hat Ihnen ganz besonders gefallen oder nicht gefallen?“

	Negative Aussage	Keine negative Aussage	Gesamt
Positive Aussage	567	500	1067
Keine positive Aussage	293	360	653
Gesamt	860	860	1720

Um die doch in sehr hoher Zahl vorliegenden Aussagen greifbar und darstellbar zu machen, subsumierten wir weitestgehend alle Aussagen der Besucher zu den in den folgenden Abbildungen genannten Begriffen. Mit den nachfolgenden Ausführungen möchten wir diese „Oberbegriffe“ näher beschreiben und mit Zitaten aus den Fragebögen vertiefen.

Die Zitate wurden so ausgewählt, dass deren Inhalt immer für mehrere Aussagen steht. Diese aus den Fragebögen eins zu eins übernommenen Aussagen sind also nicht als Einzelmeinungen zu verstehen, sondern versinnbildlichen Gruppenmeinungen. Den Anteil dieser Gruppenmeinungen am gesamten Stimmungsbild kann weiter an der absoluten und relativen Höhe des Vorkommens

der jeweiligen Kategorie abgelesen werden. In den folgenden Abbildungen sind diejenigen Kategorien verzeichnet, die mindestens zehn Nennungen bekommen haben, im Text gehen wir im Normalfall näher auf die fünf am häufigsten genannten Begriffe ein.

3.4.1 Negative Dimensionen der Beurteilung

Abbildung 69: Die negativen Aspekte der Ausstellung (Frage 8, ab zehn Nennungen)

zu hoher Andrang	220	25,6%
zu eng	153	17,8%
Führungen	123	14,3%
zu dunkel	96	11,2%
Beschilderung/Beschriftung	96	11,2%
Organisatorisches	59	6,9%
zu viel Information	49	5,7%
Thema	48	5,6%
Unfreundlichkeit des Personals	37	4,3%
Medien	33	3,8%
Klimatisierung	28	3,3%
Nichts	25	2,9%
Aufbau	24	2,8%
zu wenig Information	24	2,8%
zu wenig Sitzgelegenheiten	23	2,7%
Exponate	17	2,0%
Kombination Ausstellung und Schloss	16	1,9%
Audioguide	12	1,4%
Allgemein: Verbote	12	1,4%

zu hoher Andrang: „...zu viele Besucher gleichzeitig, dadurch gab es zu wenig Platz für die Exponate, weniger wäre mehr gewesen, man kam an die Exponate kaum heran, zum Teil konnte man die Nummer des Audioguides nicht lesen, bessere Steuerung, gerade auch von den Führungen, wäre nötig gewesen“

Für rund ein Viertel der Besucher gab es in der Ausstellung einen zu hohen Andrang. Die auf eine Individualbetrachtung ausgelegten Schaustücke, aber auch die Texte und Organisatorisches konnten auf Grund der Besucherströme nicht befriedigend betrachtet werden. Eng damit in Verbindung stehend ist die Kritik an den zu vielen Führungen, die für die beengten räumlichen Verhältnisse verantwortlich gemacht werden. Einige Besucher schreiben von aufkommender Platzangst.

zu eng: „räumlich zu dicht, zu eng und zu dunkel gestaltet“

Die Ausstellung wurde als zu eng und nicht übersichtlich bezeichnet; es wurde auf das Fehlen eines klaren Führungsweges hingewiesen, welches eventuell für das Empfinden der räumlichen Enge verantwortlich sei. Besonders wurde die Enge am Anfang der Ausstellung kritisiert. Durch die Enge, aber auch die hohe Anzahl der Personen wurde die Ausstellung als „verwirrend“ bezeichnet. Weiterhin wurden fehlende Verweilmöglichkeiten bemängelt.

Führungen: „...dass man von den geführten Gruppen stark gestört wurde, man konnte nicht alles in Ruhe lesen! Schrecklich: Eine Führung hat mich aufgefordert, zur Seite zu gehen!“

Die Kritik unter diesem Punkt hat zwei Dimensionen: Zum einen werden die Führungen an sich kritisiert, also das reine Vorhandensein und dadurch die beengten räumlichen Verhältnisse, zum anderen wird die Qualität der Führungen bemängelt. Hierbei geht es um die mangelnde Tiefe der Informationen, die hohe Lautstärke derer („...neben einer Führung konnte ich meinen Audioguide nicht mehr verstehen“) und die Kosten der Führung. Auch die Organisation der Führungen hielten manche für verbesserungswürdig, so bedingen „Stereo-Führungen eine räumliche Enge und die eigene Führerin wird wegen der anderen nicht verstanden“.

Zwischenfazit: die ersten drei genannten Punkte bedingen sich offensichtlich einander; wir haben sie dennoch getrennt aufgelistet um zum einen die negativen Stellungnahmen differenzierter be-

trachten zu können, zum anderen um auch die weiteren Dimensionen bzw. das Genuine der jeweiligen Mali herausstellen zu können.

zu dunkel: *„die Lichtverhältnisse ließen ein Lesen der Beschriftungen zum Teil nicht zu“*

Bemängelt wurden die düsteren Lichtverhältnisse, die das Lesen der Texte und Objektbeschriftungen doch sehr beeinträchtigten. Manche sahen darin eine Art Absicht, um das Düstere in der Biographie des Königs zu unterstreichen.

Beschilderung/Beschriftung: *Die Beschilderungen sind unvollständig, viel zu klein und schlecht angebracht“*

Zum einen wurden mit dieser Kritik die Texte und Objektbeschriftungen kritisiert, zum anderen aber auch die Wegweiser zum Schloss und in der Ausstellung. „Wir haben uns verirrt und den Ausgang nicht gefunden“ zeugt von persönlichen Schicksalen während des Ausstellungsbesuches und vom dem wohl dadurch aufkommenden Unmut.

3.4.2 Positive Dimensionen der Beurteilung

Abbildung 70: Die positiven Aspekte der Ausstellung (Frage 8, ab zehn Nennungen)

Die eingesetzten Medien	258	24,4%
Aufarbeitung der Thematik	236	22,3%
Die Exponate in der Ausstellung	207	19,6%
Die Organisation und Aufbau der Ausstellung	161	15,3%
Daten und Fakten	107	10,2%
alles	94	8,9%
Führung	75	7,1%
etwas für Kinder	47	4,5%
Tod	38	3,6%
Ludwig und Wagner	37	3,5%
Audioguide	36	3,4%
Kulisse	30	2,8%
Interaktion	26	2,5%
Film mit Süß	20	1,9%

Die eingesetzten Medien: „...das Zusammenwirken von den verschiedenen Medien der Darstellung und den Ausstellungsstücken“

Die Besucher waren recht angetan von der Kombination bzw. dem Einsatz der Präsentationsmedien in Verbindung mit den Exponaten der Ausstellung. Die Computeranimationen über den Baufortschritt der Schlösser bzw. die Projektionen der nichtgebauten Schlösser fanden Anklang. Der Film über Ludwig und Wagner wurde besonders oft in einem positiven Zusammenhang erwähnt; alles in allem bewirkte der Aufbau der Ausstellung in Verbindung mit der Mischung der eingesetzten Medien eine positive Gesamtgestaltung.

Aufarbeitung der Thematik: „...*der Werdegang des Königs in seiner Zeit, die politischen Vorgänge und Verhältnisse und seine künstlerischen Vorstellungen wurden gekonnt mit der technischen, sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung der Zeit in Szene gesetzt inkl. des tragischen Todes*“

Oftmals wurde in diesen Statements die Ausführlichkeit der Informationen angesprochen. Die Chronologie innerhalb der Ausstellung, also die Orientierung an der Biographie des Königs, inkl. der zahlreichen historischen Bezüge kam bei den Besuchern gut an. Alles in allem waren die Besucher, die sich hier äußerten, mit den unterschiedlichen Präsentationen innerhalb der Ausstellung zufrieden und betonten die „unaufdringliche Didaktik“. Als roter Faden wurde der Ausstellung eine „differenzierte Betrachtungsweise“ attestiert, welcher dem Verständnis der Inhalte zu Gute kam.

Die Exponate in der Ausstellung: „...*die vielen Originaldokumente und Gegenstände des Königs und aus dessen Zeit*“

Unter dieser Kategorie finden sich positive Aussagen zu den Ausstellungsstücken der Ausstellung. Dabei werden die Gemälde aus der Zeit hervorgehoben, aber auch die Originaldokumente (zum Beispiel das Gudden-Gutachten). Den Exponaten (und den dazugehörigen Texten) wird eine hohe Informationskraft zugeschrieben. Besondere Erwähnung fanden auch die technischen Neuerungen der Zeit, wie zum Beispiel das Dynamofahrrad. Weitere explizite Erwähnung fanden der Spiegelsaal, die Kutsche und des Königs Schlafgemach. Allerdings waren auch die „nackten Räume“ von Interesse und wurden durchaus als Bereicherung gesehen.

Die Organisation und Aufbau der Ausstellung: „...*die gute thematische Schwerpunktesetzung, die interessante und abwechslungsreiche Auswahl der Objekte und die Filme und Videos inkl. der guten Nutzung der verschiedenen Medien sprechen alle Sinne an*“

Lob bekam die Gliederung der Ausstellung bzw. deren „klar strukturierte Innenarchitektur“; das Gesamtkonzept wurde als kompakt und informativ bezeichnet, „gut zum Verknüpfen von Wissen“. Der Aufbau der Ausstellung war „eine Zeitreise in ein Märchenland“ und insgesamt wurden die verschiedenen Blickwinkel auf die dargestellten Tatsachen hervorgehoben.

Daten und Fakten: „...die Einbeziehung der zeitlichen Geschehnisse in Technik und Kunst“

Die Geschichte durch Daten und Fakten zu erfahren bzw. die Biographie des Königs eingebettet in den zeitgeschichtlichen Kontext erleben zu können, wurde durchweg als positives Merkmal der Ausstellung angesehen. „Hintergrundinformationen“ waren ausschlaggebend für das „Eintauchen in das Leben des Königs“. Auch die Kopplung mit Gesellschaftsbildern, zum Beispiel mit der Individualisierung, wurde als gelungen bezeichnet.

3.5 Zusammenfassung und Empfehlungen (Verbesserungsvorschläge)

3.5.1 Die Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“

Die globale Zufriedenheitsfrage 7: „Wie hat Ihnen die Ausstellung Götterdämmerung. König Ludwig II.“ (vgl. Abbildung 20,21 und 22) zeigt folgendes Bild: Runden wir die Ergebnisse aus den Befragungen in Augsburg/Füssen, in Würzburg und in Rosenheim/Aschau, so erhalten wir die Note 1,7, welche, gebrauchen wir die Sprache, in etwa „besser als gut, aber noch nicht sehr gut“ bedeutet. Die Befragung auf Herrenchiemsee ergab eine Gesamtzufriedenheit von 2,0 (in Worten: „gut“). Diesen Unterschied noch einmal anders formuliert: Auf Herrenchiemsee vergaben rund acht von zehn Personen die Prädikate „sehr gut“ und „gut“, in den drei anderen beschriebenen Landesausstellungen neun von zehn. Die Grundstimmung zur Ausstellung bleibt jedoch eine positive; sowohl die Ausstellungsgegenstände mit den Texten und Beschriftungen als auch der Ort und die Konzeption der Ausstellung haben die Erwartungen der BesucherInnen erfüllt. Dabei wurde das Hauptthema der Ausstellung, Leben und Werk des König Ludwig II., durchaus aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet (vgl. Frage 8): Zum einen kamen natürlich echte ‚Kini-Fans‘, bei denen die gesamte Thematik sehr positiv besetzt ist und eine Enttäuschung nur schwer bis gar nicht möglich ist, zum anderen waren auch Kritiker des Königs unter den Besuchern, welche allem Gezeigten zweifelnd gegenüberstanden. Es allen recht zu machen, ist ein Spagat, der nur schwerlich gelingen kann, dennoch hat das Haus der Bayerischen Geschichte mit dieser Ausstellung insgesamt überzeugt und einen tiefen Blick in das Leben und vor allem auch in das gesellschaftliche Umfeld des Königs ermöglicht. Dies ist wohl der am meisten herausgestellte positive Aspekt der Ausstellung: Das Leben des Königs im Kontext seiner Zeit. Die Besucher lobten ausdrücklich (vgl. Frage 8) dieses Detail der Ausstellung. Der hohe Bekanntheitsgrad des Königs und wohl auch seine Schlösser haben deutlich mehr Touristen in die Ausstellung gebracht als an allen anderen Standorten der Ausstellung (2007 bis 2010), so waren manche Ergebnisse nur in diesem Kontext zu verstehen. Die regionalökonomischen Effekte wurden 2011 das dritte Mal abgefragt und es kann zumindest auf Ebene der Mittelwerte ein Vergleich gezogen werden. 2010 und 2009 gaben die Besucher rund 33€ aus, im Jahr 2011 waren es 21€. Touristen und Urlauber bedingen diesen Wert, allerdings ist, wie erwähnt, der Vergleich mit den anderen Ausstellungen nur sehr schwer zu konstruieren, da ungewiss ist, auf welche Zeit (nur Aufenthalt auf der Insel oder Gesamturlaub) und auf welchen Raum (Insel oder Urlaubsort) die

Besucher diese Aussage beziehen. Dennoch wird wiederum der regionalökonomische Effekt einer solchen Ausstellung sichtbar. Erfreulich ist die Erkenntnis, dass die doch schlecht bewertete Parkplatzsituation und die vor allem durch die Gruppe der Autofahrer nicht so gut empfundene Ausschilderung zur Ausstellung so gut wie keine Auswirkung auf die Gesamtzufriedenheit hat. Hier ist eine deutliche Parallele zum Jahr 2010 erkennbar. Neu hinzugekommen im Jahr 2011 sind in dieser Gruppe die „Öffnungszeiten“. Allerdings lässt sich dies durch die Abhängigkeit des Fährverkehrs wohl am besten erklären. Entscheidend für den Gesamteindruck der Ausstellung sind die Ausschilderung des Rundgangs in der Ausstellung und die Freundlichkeit des Personals. Hingewiesen sei noch einmal auf die von den Besuchern getroffene Unterscheidung zwischen dem Personal des Schlosses und dem des Hauses der Bayerischen Geschichte.

Wiederum sind einige Dimensionen der Ausstellung konstant hoch bewertet worden, so dass nur schwer Verbesserungsvorschläge möglich sind. Dennoch lassen sich durch die offen und ganz allgemein gestellte Frage (8) Verbesserungspotentiale erkennen. Die Licht- und Sehverhältnisse wurden bemängelt und in der Folge die mitunter beeinträchtigte Lesbarkeit der Texte, auch oft in Verbindung mit der Aussage, „dass es sich bei den Exponaten doch um keine lichtempfindlichen handelt“. Vehement wurde die Beeinträchtigung durch die Führungen, sei es akustisch wie auch räumlich, genannt. In einigen dieser Anmerkungen kam die Frage auf, ob Einzelbesucher nicht mehr erwünscht seien? Immer zu beachten, wie schon in den anderen Ausstellungen angemerkt, ist die Höhe und Deutlichkeit der Objektbeschriftungen und Texte. Alles in allem ist es unmöglich, eine für alle Besucher in jedem Punkte passende Ausstellung zu konzipieren; die doch festzustellende tiefgehende und breite Zufriedenheit der Besuchern mit der Ausstellung und die auch in deutlicher Mehrzahl vorliegenden positiven Statements (vgl. Frage 8) sind Indiz dafür, (beinahe) alles richtig gemacht zu haben.

3.5.2 Zum Erhebungsinstrument: Erfahrungen bei der Dateneingabe

Allgemein

Ein enormer Vorteil für die Datenauswertung bzw. eine deutliche Erhöhung der Datenqualität wäre gegeben, wenn Schulklassen mit Kindern unter 15 oder 16 Jahren einen anderen, altersadäquaten Bogen zum Ausfüllen bekämen. Das Gros der von Schulklassen ausgefüllten Bögen weist doch viel Blödsinn auf. Gerade auf Fragen, welche für Schüler nicht geeignet sind (Frage 4: „Sind Sie als Tourist(in) am Chiemsee oder Frage 6 nach den regionalökonomischen Effekten, aber auch die Frage 23: „Waren Sie mit Kindern oder Enkelkindern in der Ausstellung?“), werden mit unmöglichen Antworten bzw. lediglich zum Spaß ausgefüllt. Ansonsten wurden die Bögen in einem hohen Maße vollständig ausgefüllt, soll heißen, wenn einmal mit dem Ausfüllen begonnen wurde, dann gaben die Befragten den Bogen auch vollständig ausgefüllt ab. Dies spricht für eine passende Länge und richtiges Niveau der Befragung.

Bei der Frage 3: „Wie haben Sie die Ausstellung erreicht?“ wurden nun deutlich seltener zwei und mehr Kreuze gemacht; der Hinweis, dass das Verkehrsmittel mit der längsten Wegstrecke angekreuzt werden sollte, scheint einen positiven Effekt bewirkt zu haben. Bei erneuten Befragungen kann überlegt werden, ob Besonderheiten wie im Jahr 2011, also der Transfer mit dem Boot zur Insel, in dieser Befragung berücksichtigt werden sollte. Doch einige Bogen wiesen als Verkehrsmittel die Fähre auf.

Die Frage 5 nach einer möglichen Teilnahme an der Schlossführung wurde teils mit abschätzigen Kommentaren belegt, da diese Führung ja sowieso im Eintrittspreis enthalten war.

Im Bericht wurde schon hingewiesen, dass einige befragte Personen mit der Frage 6 (Ausgaben) Probleme hatten. Sie konnten weder zeitlich, noch räumlich eine Zuordnung treffen, so dass zum Beispiel Touristen lediglich 0,50€ angaben, was doch unter Umständen auf o.g. Missverständnis zurückzuführen ist. Eine mögliche Lösung wäre den zeitlichen Bezug in der Frage („heute“) deutlicher hervorzuheben:

„Haben Sie sich am Tag Ihres Ausstellungsbesuches hier am Chiemsee etwas gekauft oder die örtliche Gastronomie genutzt oder haben Sie dies noch vor?“

Gut funktioniert hat die Trennung in positive und negative Statements bei Frage 8; die Auswertung konnte dadurch präzisiert werden.

Im Jahr 2011 war wiederum gut die Hälfte der Befragten zwei- bis fünfmal im Jahr in einer Ausstellung (Frage 26). Es bündelt sich also gut die Hälfte der Befragten in der mittleren Kategorie und zumindest eine Merkmalsausprägung mehr würde differenziertere Analysen möglich machen. Um den Vergleich mit den anderen Ausstellungen weiterführen zu können, käme folgende Einteilung in Frage:

Höchstens einmal im Jahr

zwei- bis dreimal im Jahr

vier- bis fünfmal im Jahr

mehr als fünfmal im Jahr

Mehr mit einem Schmunzeln versehen war wohl die Anmerkung (eventuell könnte man vermuten, eines Nicht-Bayern) gemeint, dass das Wort „heuer“ bei Frage 33 doch mehrere Interpretationen zulässt:

- zum einen, dass es sich auf diesen Tag bezieht, also dass die Ausstellung an diesem Tag zum ersten Mal besucht wird,
- zum anderen, dass in diesem Jahr zum ersten Mal eine Landesausstellung besucht wird oder,
- dass dieser Besucher der erste Besuch einer Landesausstellung ist.

Also Verbesserungsvorschlag, da diese Frage in Verbindung mit der Frage 26 als Kontrollfrage dienen kann und deshalb eine wichtige ist, kann dienen:

„Ist Ihr Besuch heute in „Götterdämmerung. König Ludwig II“. Ihr erster Besuch einer Landesausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte?“

Anhang

Anhang 1: Fragebogen

Anhang 2: Präsentationsfolien

Anhang 1: Fragebogen

33 Fragen zur Bewertung der Bayer. Landesausstellung 2011

„Götterdämmerung. König Ludwig II.“

Herrenchiemsee

1.	Wer oder was hat Sie auf die Ausstellung aufmerksam gemacht bzw. was war für Sie am wichtigsten ? (Bitte höchstens drei Antworten ankreuzen!)																								
	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: right;">Freunde / Verwandte / Bekannte / ArbeitskollegInnen</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Faltblätter</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Plakate</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Berichte in Zeitungen oder Zeitschriften</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Großwerbetafeln, Autobahnbeschilderung</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Berichte im Radio</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Berichte im Fernsehen</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Internet</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Veranstaltungsprogramme</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Verlagsinformationen über den Katalog</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Der Freundeskreis des Hauses der Bayerischen Geschichte</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> </table>	Freunde / Verwandte / Bekannte / ArbeitskollegInnen	<input type="radio"/>	Faltblätter	<input type="radio"/>	Plakate	<input type="radio"/>	Berichte in Zeitungen oder Zeitschriften	<input type="radio"/>	Großwerbetafeln, Autobahnbeschilderung	<input type="radio"/>	Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften	<input type="radio"/>	Berichte im Radio	<input type="radio"/>	Berichte im Fernsehen	<input type="radio"/>	Internet	<input type="radio"/>	Veranstaltungsprogramme	<input type="radio"/>	Verlagsinformationen über den Katalog	<input type="radio"/>	Der Freundeskreis des Hauses der Bayerischen Geschichte	<input type="radio"/>
Freunde / Verwandte / Bekannte / ArbeitskollegInnen	<input type="radio"/>																								
Faltblätter	<input type="radio"/>																								
Plakate	<input type="radio"/>																								
Berichte in Zeitungen oder Zeitschriften	<input type="radio"/>																								
Großwerbetafeln, Autobahnbeschilderung	<input type="radio"/>																								
Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften	<input type="radio"/>																								
Berichte im Radio	<input type="radio"/>																								
Berichte im Fernsehen	<input type="radio"/>																								
Internet	<input type="radio"/>																								
Veranstaltungsprogramme	<input type="radio"/>																								
Verlagsinformationen über den Katalog	<input type="radio"/>																								
Der Freundeskreis des Hauses der Bayerischen Geschichte	<input type="radio"/>																								
2.	Sind Sie als Einzelbesucher oder zusammen mit einer Gruppe in der Ausstellung?																								
	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: right;">Einzelbesucher</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Gruppe (z.B. Reisegruppe)</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> </table>	Einzelbesucher	<input type="radio"/>	Gruppe (z.B. Reisegruppe)	<input type="radio"/>																				
Einzelbesucher	<input type="radio"/>																								
Gruppe (z.B. Reisegruppe)	<input type="radio"/>																								
3.	Wie haben Sie die Ausstellung erreicht ? (Wenn es mehrere Verkehrsmittel sind, dann bitte das Verkehrsmittel mit der längsten Wegstrecke ankreuzen)																								
	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: right;">Bus einer Reisegruppe</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Eigener PKW bzw. eigenes Motorrad</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Öffentliches Verkehrsmittel (Bahn, Bus, Taxi usw.)</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Zu Fuß</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> </table>	Bus einer Reisegruppe	<input type="radio"/>	Eigener PKW bzw. eigenes Motorrad	<input type="radio"/>	Öffentliches Verkehrsmittel (Bahn, Bus, Taxi usw.)	<input type="radio"/>	Zu Fuß	<input type="radio"/>																
Bus einer Reisegruppe	<input type="radio"/>																								
Eigener PKW bzw. eigenes Motorrad	<input type="radio"/>																								
Öffentliches Verkehrsmittel (Bahn, Bus, Taxi usw.)	<input type="radio"/>																								
Zu Fuß	<input type="radio"/>																								
4.	Sind Sie als Tourist(in) in Würzburg oder Umgebung?																								
	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: right;">Ja</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Nein</td> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/></td> </tr> </table> <p>Falls ja, wie viele Tage bleiben sie insgesamt in der Gegend?</p> <table style="margin-left: 20px; border: none;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px; display: inline-block;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px; display: inline-block;"></td> <td style="padding-left: 5px;">Tage</td> </tr> </table>	Ja	<input type="radio"/>	Nein	<input type="radio"/>			Tage																	
Ja	<input type="radio"/>																								
Nein	<input type="radio"/>																								
		Tage																							

5.	Habe Sie heute auch an einer Führung durch das Schloss Herrenchiemsee teilgenommen oder werden Sie dies heute noch tun?
	Ja <input type="radio"/> Nein <input type="radio"/>

6.	Haben Sie sich heute während Ihres Aufenthaltes hier am Chiemsee etwas gekauft oder die örtliche Gastronomie genutzt oder haben Sie dies noch vor?				
	Ja <input type="radio"/> Nein <input type="radio"/>				
	Falls ja, wie viel Geld haben Sie ungefähr ausgegeben bzw. werden Sie voraussichtlich noch ausgeben (ohne Kosten für Unterkunft)?				
	<table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr> <td style="width: 30px; height: 20px;"></td> </tr> </table> Euro				

7.	Wie hat Ihnen die Ausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ gefallen?
	Sehr gut <input type="radio"/> Gut <input type="radio"/> Befriedigend <input type="radio"/> Ausreichend <input type="radio"/> Mangelhaft <input type="radio"/> Ungenügend <input type="radio"/>

8.	Was hat Ihnen ganz besonders gefallen oder nicht gefallen? Stichworte genügen!		
	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; height: 60px; vertical-align: top;">Mir hat ganz besonders gefallen...</td> <td style="width: 50%; height: 60px; vertical-align: top;">Mir hat überhaupt nicht gefallen...</td> </tr> </table>	Mir hat ganz besonders gefallen...	Mir hat überhaupt nicht gefallen...
Mir hat ganz besonders gefallen...	Mir hat überhaupt nicht gefallen...		

9.	In den Ausstellungsräumen befanden sich auch Tafeln mit längeren Texten. Wie viele Texte haben Sie in etwa gelesen ?
	Ich habe keinen Text gelesen <input type="radio"/> → bitte weiter mit Frage 13! Ich habe einige Texte gelesen <input type="radio"/> Ich habe fast alle Texte gelesen <input type="radio"/>

10.	Wie beurteilen Sie die Verständlichkeit der Ausstellungstexte?				
	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 25%; text-align: center;">sehr gut <input type="radio"/></td> <td style="width: 25%; text-align: center;">eher gut <input type="radio"/></td> <td style="width: 25%; text-align: center;">eher schlecht <input type="radio"/></td> <td style="width: 25%; text-align: center;">sehr schlecht <input type="radio"/></td> </tr> </table>	sehr gut <input type="radio"/>	eher gut <input type="radio"/>	eher schlecht <input type="radio"/>	sehr schlecht <input type="radio"/>
sehr gut <input type="radio"/>	eher gut <input type="radio"/>	eher schlecht <input type="radio"/>	sehr schlecht <input type="radio"/>		

11.	Wie beurteilen Sie die Lesbarkeit (= Schriftgröße) der Ausstellungstexte?				
	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 25%; text-align: center;">sehr gut <input type="radio"/></td> <td style="width: 25%; text-align: center;">eher gut <input type="radio"/></td> <td style="width: 25%; text-align: center;">eher schlecht <input type="radio"/></td> <td style="width: 25%; text-align: center;">sehr schlecht <input type="radio"/></td> </tr> </table>	sehr gut <input type="radio"/>	eher gut <input type="radio"/>	eher schlecht <input type="radio"/>	sehr schlecht <input type="radio"/>
sehr gut <input type="radio"/>	eher gut <input type="radio"/>	eher schlecht <input type="radio"/>	sehr schlecht <input type="radio"/>		

12.	Wie beurteilen Sie die Ausführlichkeit der Ausstellungstexte?				
	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 25%; text-align: center;">sehr gut <input type="radio"/></td> <td style="width: 25%; text-align: center;">eher gut <input type="radio"/></td> <td style="width: 25%; text-align: center;">eher schlecht <input type="radio"/></td> <td style="width: 25%; text-align: center;">sehr schlecht <input type="radio"/></td> </tr> </table>	sehr gut <input type="radio"/>	eher gut <input type="radio"/>	eher schlecht <input type="radio"/>	sehr schlecht <input type="radio"/>
sehr gut <input type="radio"/>	eher gut <input type="radio"/>	eher schlecht <input type="radio"/>	sehr schlecht <input type="radio"/>		

13.	In den Ausstellungsräumen befanden sich bei den Exponaten Objektschilder mit Kurztexten. Wie viele Objektbeschriftungen haben Sie in etwa gelesen?				
	Ich habe kein Objektschild gelesen <input type="radio"/> → bitte weiter mit Frage 17 ! Ich habe einige Objektschilder gelesen <input type="radio"/> Ich habe fast alle Objektschilder gelesen <input type="radio"/>				
14.	Wie beurteilen Sie die Verständlichkeit der Objektbeschriftungen ?				
	sehr gut <input type="radio"/>	eher gut <input type="radio"/>	eher schlecht <input type="radio"/>	sehr schlecht <input type="radio"/>	
15.	Wie beurteilen Sie die Lesbarkeit (= Schriftgröße) der Objektbeschriftungen ?				
	sehr gut <input type="radio"/>	eher gut <input type="radio"/>	eher schlecht <input type="radio"/>	sehr schlecht <input type="radio"/>	
16.	Wie beurteilen Sie die Ausführlichkeit der Objektbeschriftungen ?				
	sehr gut <input type="radio"/>	eher gut <input type="radio"/>	eher schlecht <input type="radio"/>	sehr schlecht <input type="radio"/>	
17.	Wie beurteilen Sie die Führung , falls Sie an einer Führung teilgenommen haben?				
	sehr gut <input type="radio"/>	gut <input type="radio"/>	mittel <input type="radio"/>	schlecht <input type="radio"/>	nicht teilgenommen <input type="radio"/>
18.	Wie beurteilen Sie den Audio-Guide, falls Sie einen Audio-Guide genutzt haben?				
	sehr gut <input type="radio"/>	gut <input type="radio"/>	mittel <input type="radio"/>	schlecht <input type="radio"/>	nicht genutzt <input type="radio"/>
19.	Haben Sie die Podcast-Tankstelle von Bayern 2 genutzt?				
					Ja <input type="radio"/> Nein <input type="radio"/>
20.	Bayern 2 engagiert sich auf der Bayerischen Landesausstellung „Götterdämmerung. König Ludwig II.“ Kennen Sie Bayern 2?				
					Ja <input type="radio"/> Nein <input type="radio"/>
21.	Gibt es Sendungen von Bayern 2, die Sie regelmäßig hören?				
	<input type="radio"/> Nein <input type="radio"/> Ja und zwar				

22.	Haben Sie die Multimediastationen (Film- und Hörstationen, Computer) in der Landesausstellung genutzt ?						
	Ja <input type="radio"/>						
	Nein <input type="radio"/>						
23.	Waren Sie mit Kindern oder Enkelkindern in der Ausstellung?						
	Ja mit Kindern <input type="radio"/>						
	Ja mit Enkelkindern <input type="radio"/>						
	Nein <input type="radio"/>						
24.	Wie beurteilen Sie den Kinderpfad, falls er von Ihren Kindern/Enkeln genutzt wurde?						
	sehr gut <input type="radio"/>	gut <input type="radio"/>	mittel <input type="radio"/>	schlecht <input type="radio"/>	nicht genutzt <input type="radio"/>		
25.	Wie viel Zeit haben Sie ungefähr in der Ausstellung verbracht?						
	ca. Minuten						
26.	Wie oft gehen Sie im Allgemeinen in Ausstellungen?						
	Höchstens einmal im Jahr <input type="radio"/>						
	Zwei- bis fünfmal im Jahr <input type="radio"/>						
	Mehr als fünfmal im Jahr <input type="radio"/>						
27.	Wie schätzen Sie die folgenden Serviceleistungen und Infrastrukturen ein?						
		Sehr gut <input type="radio"/>	Gut <input type="radio"/>	Befriedigend <input type="radio"/>	Ausreichend <input type="radio"/>	Mangelhaft <input type="radio"/>	Ungenügend <input type="radio"/>
	Ausschilderung zur Ausstellung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Ausschilderung des Rundgangs in der Ausstellung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Parkmöglichkeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Öffnungszeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Freundlichkeit des Personals	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28.	Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss ?						
	Noch oder kein Abschluss <input type="radio"/>						
	Volks- / Hauptschulabschluss <input type="radio"/>						
	Mittlere Reife / Realschulabschluss <input type="radio"/>						
	Fachhochschulreife <input type="radio"/>						
	Abitur / Allg. Hochschulreife / Fachgeb. Hochschulreife <input type="radio"/>						
	Akademischer Abschluss an einer Fachhochschule, Universität o.ä. <input type="radio"/>						
29.	Sind Sie ...						
	... weiblich? <input type="radio"/>						
	... männlich? <input type="radio"/>						

30.	In welchem Jahr sind Sie geboren ?					
	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>					
31.	Wo ist Ihr Hauptwohnsitz ?					
	<p>Geben Sie bitte nur die Postleitzahl an: <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse; margin-left: 20px;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table></p> <p>Ich komme aus dem Ausland <input type="radio"/></p>					
32.	Haben Sie früher schon einmal vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört?					
	Ja <input type="radio"/> Nein <input type="radio"/>					
33.	Sind Sie heuer zum ersten Mal in einer Landesausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte?					
	Ja <input type="radio"/> Nein <input type="radio"/>					

Ihre Angaben dienen rein wissenschaftlichen Zwecken und sollen helfen, die Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte weiter zu verbessern.

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit !

Verantwortlich für die Befragung: Haus der Bayerischen Geschichte
 Zeuggasse 7, 86150 Augsburg
 Tel.: (0821) 3295-0; Fax: (0821) 3295-220; eMail: poststelle@hdbg.bayern.de

Anhang 2: Präsentationsfolien