

Besucherbefragung der Bayerischen Landesausstellung 2025



INHALT

Einleitung	4
Gesamtzufriedenheit	5
Bewertung einzelner Bereiche	7
Information über die Ausstellung und über das HdBG	9
Anreise und Aufenthalt in Regensburg	11
Sozio-demographische Angaben	15
Ergebnisse nach Altersgruppen – Bis 30 Jahre	20
Ergebnisse nach Altersgruppen – 31-60 Jahre	23
Ergebnisse nach Altersgruppen – 61 Jahre und älter	26

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Verteilung der Bewertungen	5
Abbildung 2: Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf.....	6
Abbildung 3: Gesamtzufriedenheit nach Altersgruppen.....	6
Abbildung 4: Zufriedenheit nach Bereichen.....	7
Abbildung 5: Wahrnehmung der Anzahl der Exponate	8
Abbildung 6: Werbung.....	9
Abbildung 7: Bekanntheit des HdBG.....	10
Abbildung 8: Ludwig I. Bayerns größter König	10
Abbildung 9: Einzelbesucher/in / Gruppenbesucher.....	11
Abbildung 10: Ausstellung als Hauptbesuchsgrund	12
Abbildung 11: Anreiseart	12
Abbildung 12: Aufenthaltsdauer in der Ausstellung	13
Abbildung 13: Umwegrentabilität.....	14
Abbildung 14: Ausgaben in Regensburg.....	14
Abbildung 15: Altersverteilung.....	15
Abbildung 16: Bildungsabschluss.....	16
Abbildung 17: Ausstellungsbesuche / Jahr	17
Abbildung 18: Wohnsitz Deutschland.....	18
Abbildung 19: PLZ-Bereiche	18
Abbildung 20: PLZ-Bereiche 8 und 9	19
Abbildung 21: Zufriedenheit - Bis 30 Jahre	20
Abbildung 22: Informationen zum Besuch - Bis 30 Jahre.....	21
Abbildung 23: Informationen zum HdBG - Bis 30 Jahre.....	21
Abbildung 24: Informationen zur Person - Bis 30 Jahre.....	22
Abbildung 25: Zufriedenheit – 31-60 Jahre.....	23
Abbildung 26: Informationen zum Besuch - 31-60 Jahre.....	24
Abbildung 27: Informationen zum HdBG - 31-50 Jahre	24
Abbildung 28: Informationen zur Person - 31-60 Jahre	25
Abbildung 29: Zufriedenheit – 61 Jahre und älter	26
Abbildung 30: Informationen zum Besuch - 61 Jahre und älter.....	27
Abbildung 31: Informationen zum HdBG - 61 Jahre und älter.....	27
Abbildung 32: Informationen zur Person - 61 Jahre und älter.....	28

EINLEITUNG

Vom 10. Mai bis zum 09. November 2025 fand die Bayerische Landesausstellung 2025 mit dem Titel „Ludwig I. – Bayerns größter König?“ in Regensburg im Sonderausstellungsbereich (Donausaal) des Hauses der Bayerischen Geschichte statt. Auch in diesem Jahr wurden zur Befragung der Besucherinnen und Besucher der Ausstellung zwei Feedbackgeräte der Firma SayWay aufgestellt.

Die Besucherinnen und Besucher wurden in diesem Jahr bereits zum elften Mal in Folge anhand digitaler Feedback-Tablets befragt. Über zwei Geräte, welche die 110.591 Besucherinnen und Besucher über den gesamten Ausstellungszeitraum nutzen konnten, wurden insgesamt 26.937 Besuchermeinungen eingeholt. 24% der Besucherinnen und Besucher haben somit eine Rückmeldung zu Ihrem Besuch hinterlassen.

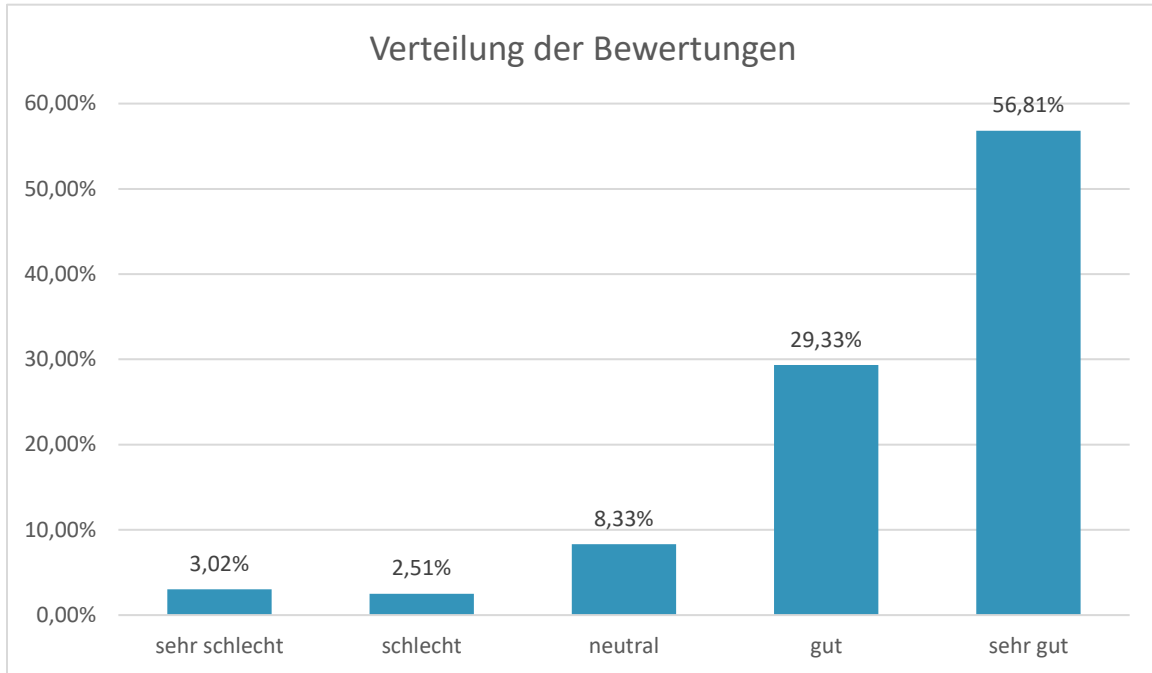
Der Fragebogen erlaubt den Besucherinnen und Besuchern, verschiedene Parameter der Ausstellung zu bewerten. Zudem erfolgen Angaben über die Anreise und den Besuch, wie man auf die Landesausstellung aufmerksam wurde, ob und wieviel Geld in dem Ausstellungsort ausgegeben wurde, sowie einige soziodemographische Angaben. Der Fragebogen orientiert sich weitestgehend an dem der letzten Jahre.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Besucherbefragung 2025 insgesamt dargestellt. Dabei wird zunächst auf die Gesamtzufriedenheit eingegangen. Es folgt die Bewertung einzelner Aspekte und Bereiche der Ausstellung. Nach den Wertungsfragen wird aufgezeigt, wie sich die Besucherinnen und Besucher über die Ausstellung informiert haben und wie die Anreise und der Aufenthalt erfolgt sind. Zuletzt werden einige soziodemographische Eigenschaften der Besucherinnen und Besucher analysiert.

In Ergänzung zu diesem Bericht sind weitere Auswertungen, insbesondere die Filterungen der Ergebnisse nach individuellen Zeiträumen über das Reporting von SayWay auf <https://report.sayway.com> verfügbar.

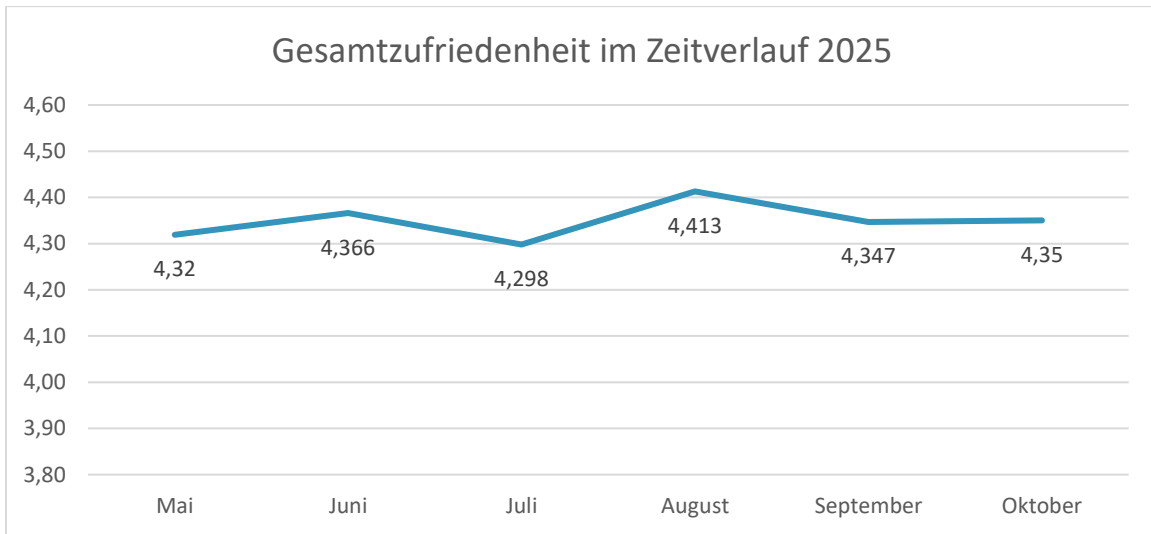
GESAMTZUFRIEDENHEIT

Abbildung 1: Verteilung der Bewertungen



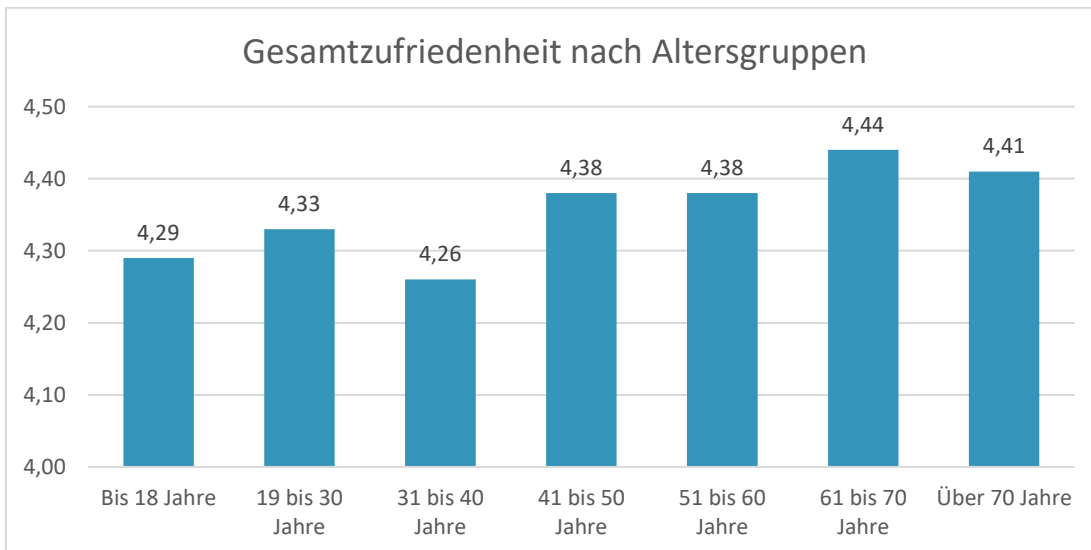
Insgesamt wurde die Bayerische Landesausstellung 2025 wieder sehr gut bewertet. Auf einer Skala von 1 (sehr schlecht / roter Smiley) bis 5 (sehr gut / dunkelgrüner Smiley) bewerteten die Besucherinnen und Besucher die Ausstellung im Durchschnitt mit 4,3 Punkten. Umgerechnet auf das Schulnotensystem entspricht dieser Wert einer 1,7. Die Ausstellung „Ludwig I. – Bayerns größter König?“ wurde mit diesem Ergebnis ähnlich wie ihr Vorgänger „Tassilo, Korbinian und der Bär“ (4,4) bewertet. Die Bewertung, die mehrheitlich vergeben wurde, ist gleichzeitig auch die bestmögliche. Knapp 15.300 Besucherinnen und Besucher haben die Ausstellung mit Bestbewertung 5,0 bewertet, wohingegen lediglich 814 Besucherinnen und Besucher die schlechteste Bewertung wählten. Dieser Schnitt fügt sich gut in das Bild vorangegangener Umfragen ein, nach denen die Landesausstellungen mit Noten von gut bis sehr gut bewertet wurden.

Abbildung 2: Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf



Wird die Gesamtzufriedenheit im Laufe der Monate betrachtet, so sind nur geringe Schwankungen erkennbar. Der Monat August weist mit 4,41 Punkten den besten Wert auf. Die Differenz zum am wenigsten gut bewerteten Monat Juli beträgt jedoch lediglich 0,12 Punkte. Die Ausstellung wurde über den gesamten Erhebungszeitraum also sehr positiv bewertet. Im Vergleich zur letzten Ausstellung (4,47 - 4,33) wird diese Ausstellung in allen Monaten geringfügig negativer bewertet (-0,12 bis +0,00). Der Trend der letzten Jahre, dass im Monat Juli die Ausstellung etwas weniger positiv bewertet wurde als in den anderen Monaten, setzt sich auch in diesem Jahr fort.

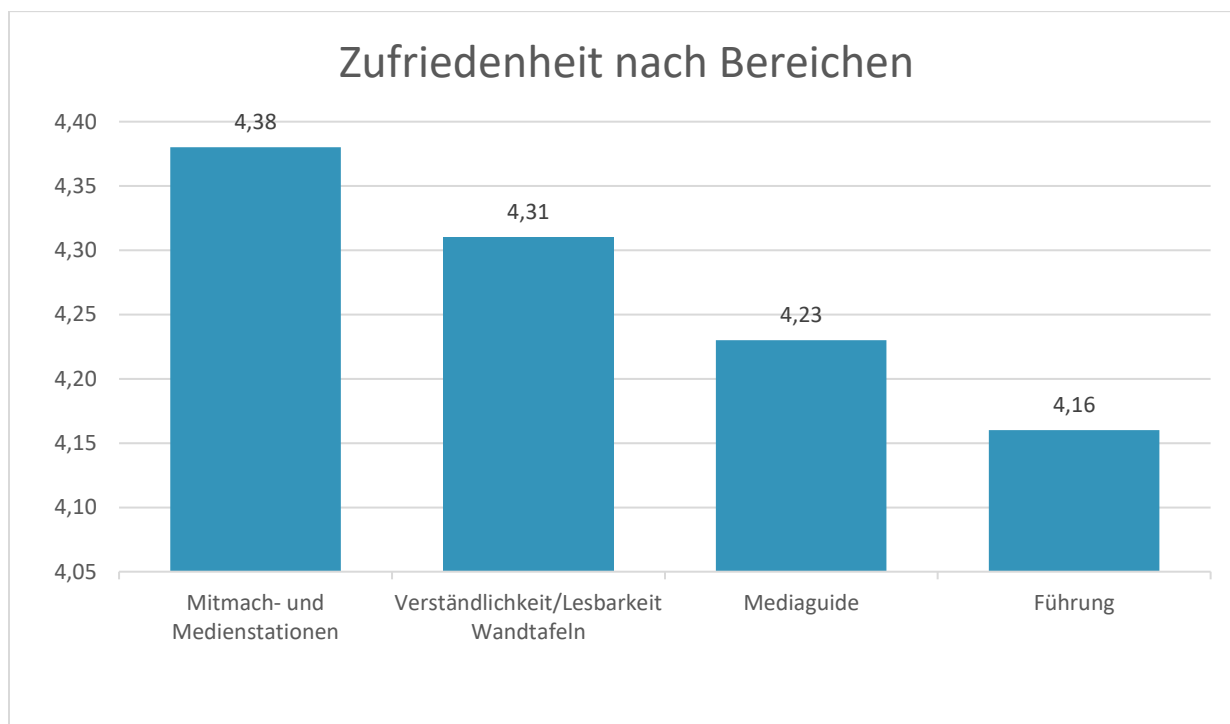
Abbildung 3: Gesamtzufriedenheit nach Altersgruppen



Mit dieser Ausstellung wurde der Geschmack der Besucherinnen und Besucher in allen Altersklassen getroffen. Besonders positiv bewertet wieder die Altersgruppe 61 bis 70 Jahre die Ausstellung (4,44). Den Besucherinnen und Besuchern der Altersgruppe zwischen 31 bis 40 Jahre hat die Ausstellung etwas weniger gefallen (4,26). Im Vergleich zur letzten Ausstellung sind die Bewertungen aller Altersgruppen auf dem gleichen Niveau, aber geringfügig negativer (-0,14 bis -0,01).

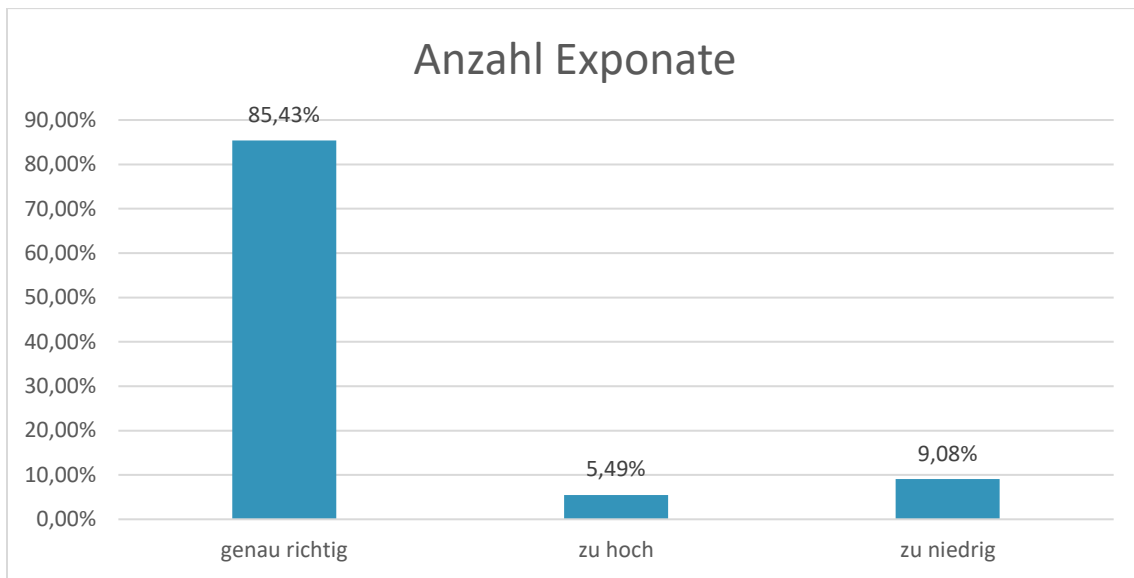
BEWERTUNG EINZELNER BEREICHE

Abbildung 4: Zufriedenheit nach Bereichen



Die Ausstellung „Ludwig I. – Bayerns größter König?“ schneidet in allen abgefragten Teilbereichen sehr gut bis gut ab. Am zufriedensten zeigten sich die Besucherinnen und Besucher mit den Mitmach- und Medienstationen (4,38). Die Führung (4,16) wird im Vergleich etwas weniger gut bewertet. Insgesamt schneiden alle Bereiche ähnlich, aber geringfügig weniger gut als im Vorjahr ab.

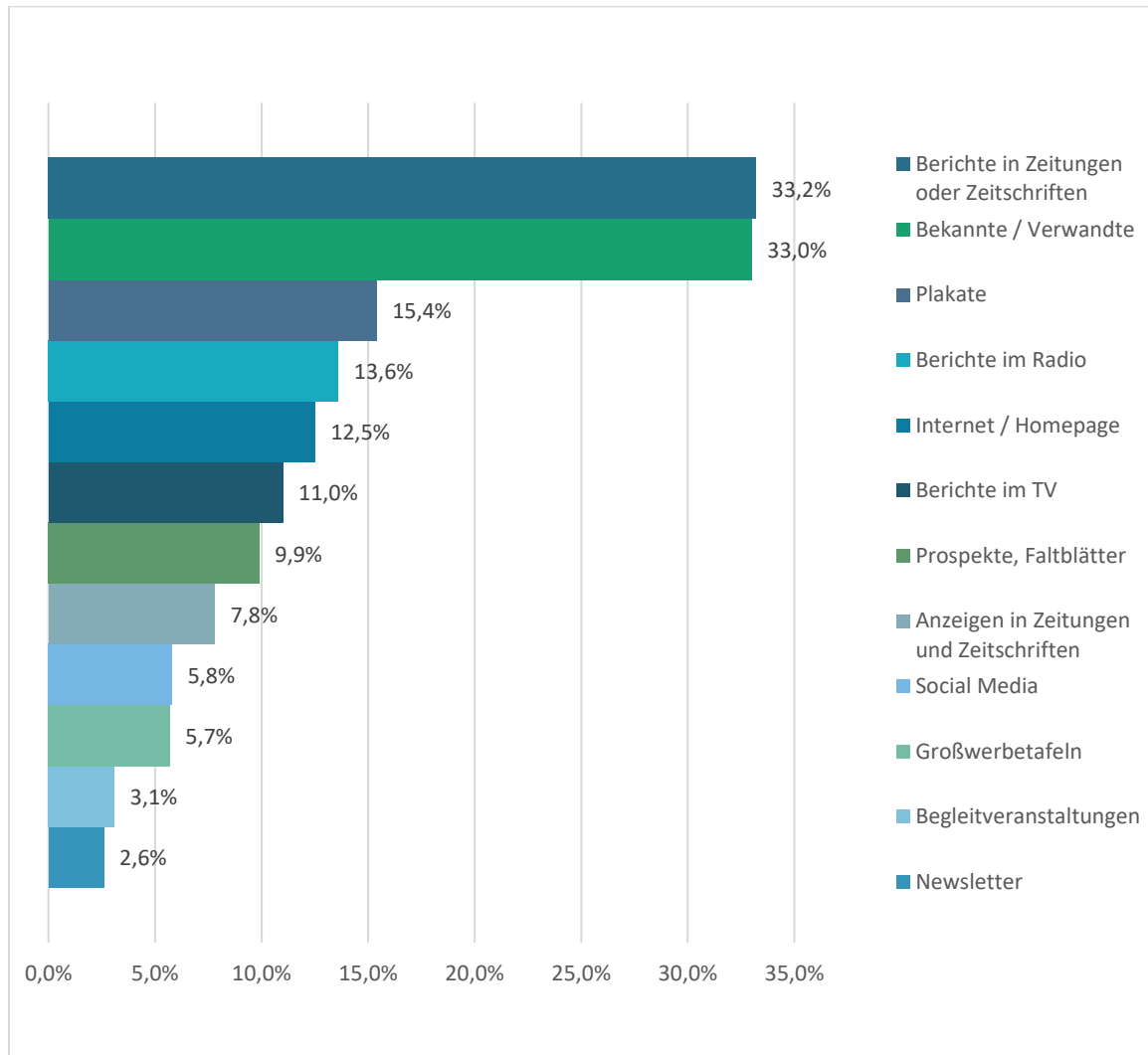
Abbildung 5: Wahrnehmung der Anzahl der Exponate



Die Anzahl der ausgestellten Exponate wird von 85% der Besucherinnen und Besucher als genau richtig empfunden. Dies ist vergleichbar mit dem Wert im Vorjahr (+1%).

INFORMATION ÜBER DIE AUSSTELLUNG UND ÜBER DAS HDBG

Abbildung 6: Werbung



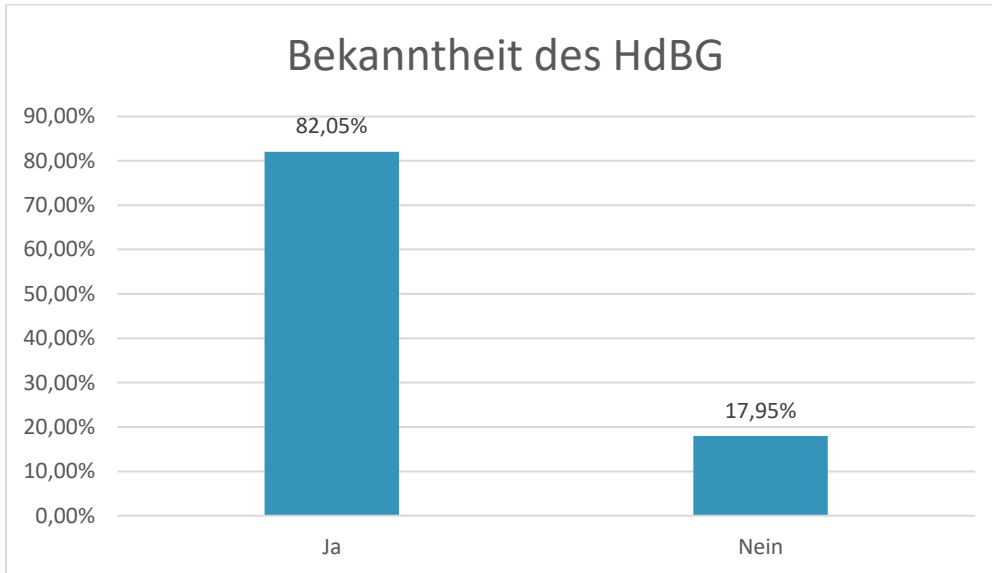
Hinweis: Die Werte dieses Diagramms wurden nicht auf 100 Prozentuiert. Dadurch, dass die Frage eine Mehrfachauswahlmöglichkeit beinhaltet, würde das Prozentuieren auf 100 nicht dem realen Wert der Mehrfachauswahl entsprechen. So gesehen liest sich der Wert 33,2% folgendermaßen: 33,2% aller Antworten auf diese Frage entsprechen „Zeitungen oder Zeitschriften“.

Die meisten Besucherinnen und Besucher sind über Berichte in Zeitungen / Zeitschriften (33,2%) auf die Bayerische Landesausstellung 2025 aufmerksam geworden. 33,0% der Befragten geben an, durch Bekannte und Verwandte von der Ausstellung erfahren zu haben. Beide Wege waren bereits 2024 die relevantesten Quellen, haben jedoch aktuell einen etwas niedrigeren Wert (-4,3% bzw. -5,6%).

Mit einigem Abstand werden Plakate (15,4%), Berichte im Radio (13,6%), Internet/Homepage (12,5%) und Berichte im TV (11,0%) als weitere Informationskanäle

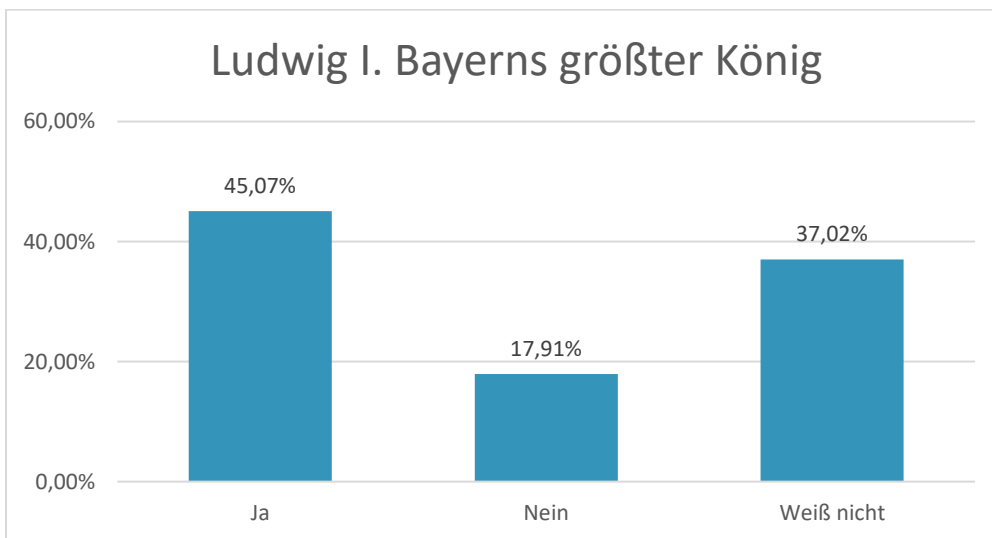
genannt. Andere Werbequellen wie Prospekte / Faltblätter, Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften, Social Media, Großwerbetafeln, Begleitveranstaltungen und der Newsletter zeigen mit weniger als 10% eine geringere Relevanz.

Abbildung 7: Bekanntheit des HdBG



Gut 80% der Besucherinnen und Besuchern haben vor dem Besuch schon einmal vom Haus der Bayerischen Geschichte gehört. Das ist ein ähnlich hoher Wert wie in den Vorjahren.

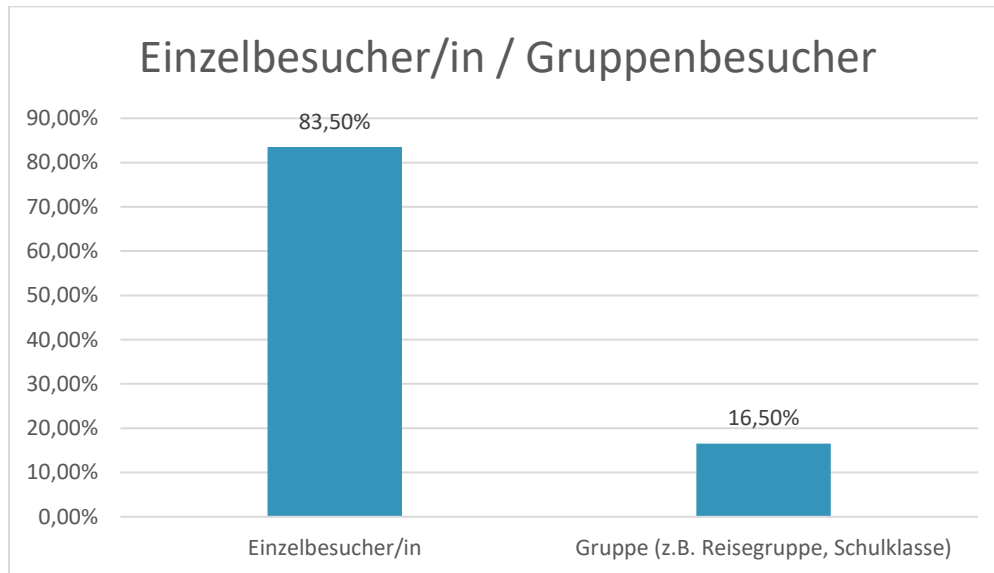
Abbildung 8: Ludwig I. Bayerns größter König



Knapp die Hälfte der Besucherinnen und Besucher (45%) sind der Meinung, dass Ludwig I. Bayerns größter König ist. Da mehr als ein Drittel der Befragten (37%) unentschieden sind und sich nur 18% dagegen aussprechen, ist dieses Ergebnis als sehr eindeutig zu werten.

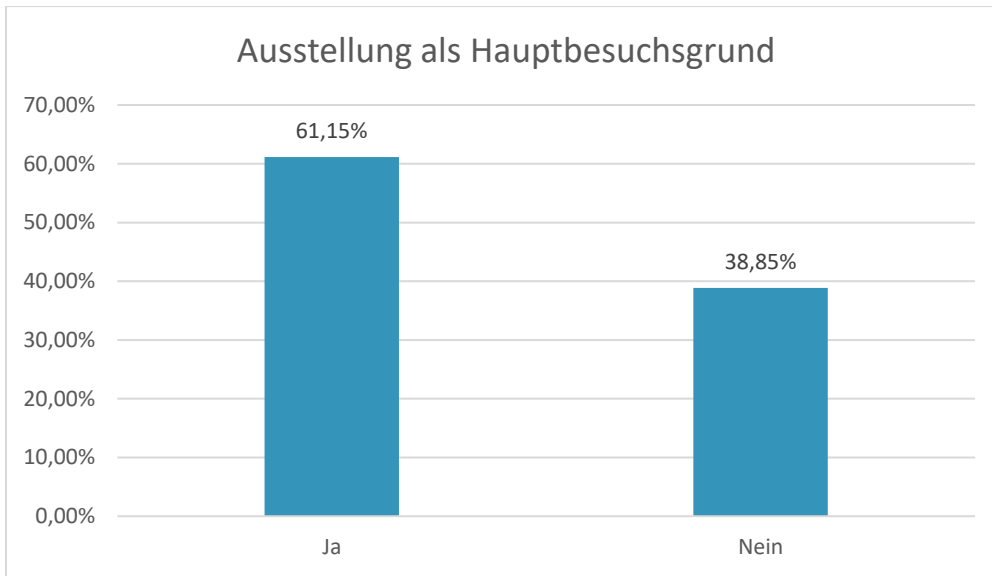
ANREISE UND AUFENTHALT IN REGENSBURG

Abbildung 9: Einzelbesucher/in / Gruppenbesucher



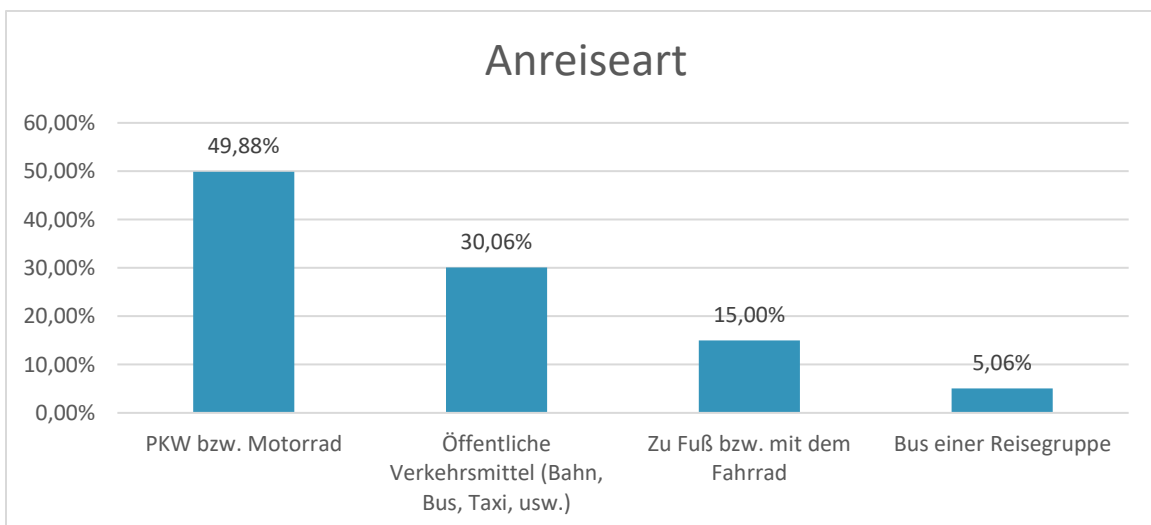
Gut 80% der Besucher und Besucherinnen kamen als Einzelbesucher in die Ausstellung. Neben Personen, die allein anreisen, umfasst diese Kategorie auch Paare oder Familien. Im Gegenzug dazu sind 16,5% der Befragten in einer großen Gruppe, wie etwa einer Reisegruppe oder einer Schulklasse angereist. Im Jahr 2024 war die Verteilung fast identisch.

Abbildung 10: Ausstellung als Hauptbesuchsgrund



Die Ausstellung ist der Hauptgrund des Besuchs in Regensburg. Circa 60% der Besucherinnen und Besucher sind explizit wegen der Landesausstellung nach Regensburg gekommen. Dieser Wert ist im Vergleich zum 2024 um 20 Prozentpunkte gesunken. Eine mögliche Erklärung hierfür ist die Tatsache, dass die aktuelle Ausstellung wieder in den Räumlichkeiten des Hauses der Bayerischen Geschichte in Regensburg stattfand. Dies war 2024 nicht der Fall.

Abbildung 11: Anreiseart

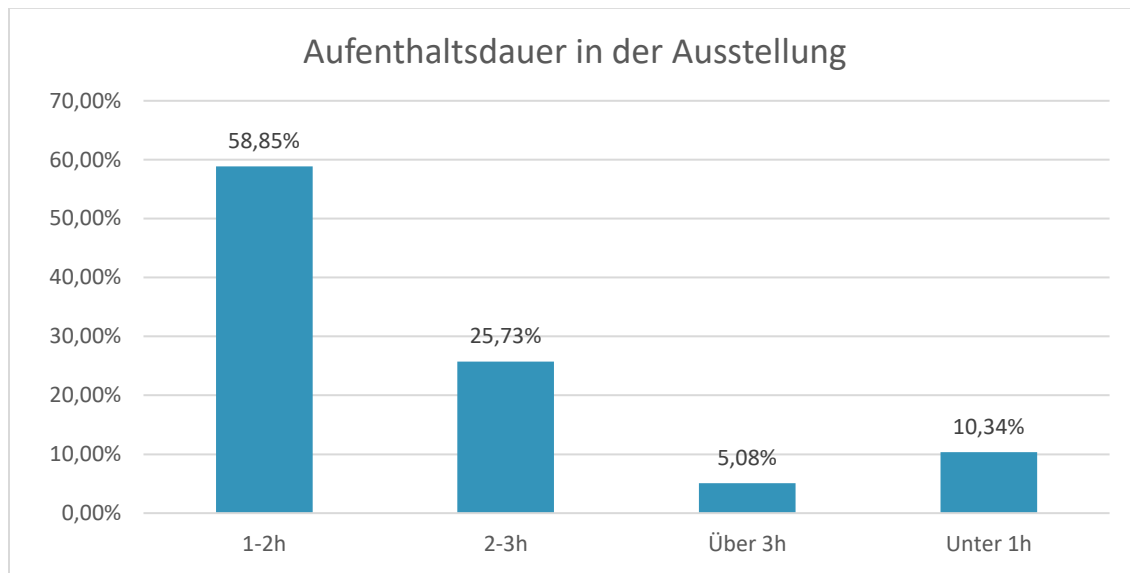


Die Hälfte der Besucherinnen und Besucher sind mit dem PKW bzw. Motorrad zur Ausstellung gekommen. Im Vergleich zu 2023, als die Landesausstellung ebenfalls in

Regensburg stattfand, ist dieser Wert um 9% gestiegen. Entsprechend ist die Anzahl der Personen gesunken, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen. Im Jahr 2025 waren dies nur noch 30% (2023: 37%). Auch der Anteil der Personen, die zu Fuß oder mit dem Fahrrad angereist sind, ist um 2% im Vergleich zu 2023 gesunken.

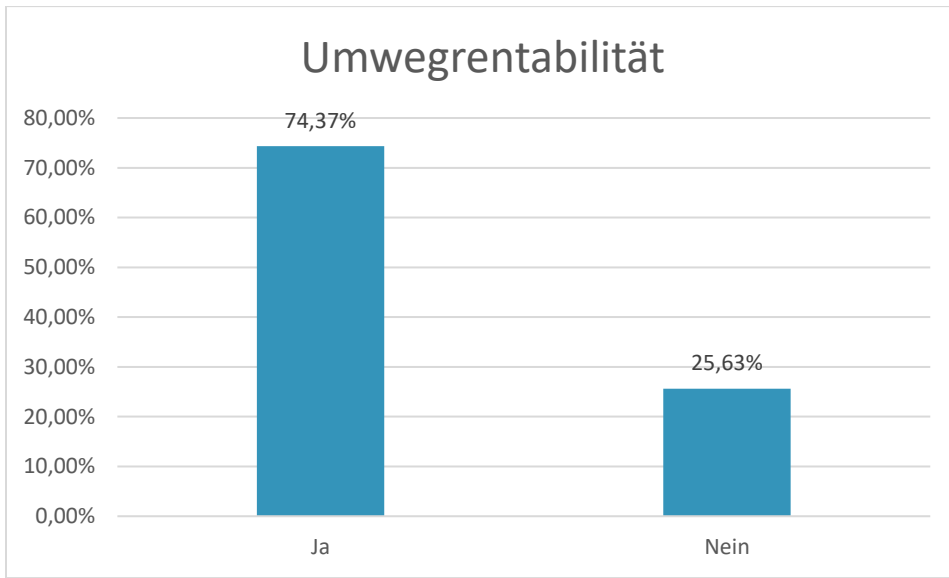
Diese wieder rückläufige Entwicklung der Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln ist vermutlich auf die Preissteigerung des Deutschlandtickets sowie auf die anhaltende Unzuverlässigkeit des Bahnverkehrs zurückzuführen.

Abbildung 12: Aufenthaltsdauer in der Ausstellung



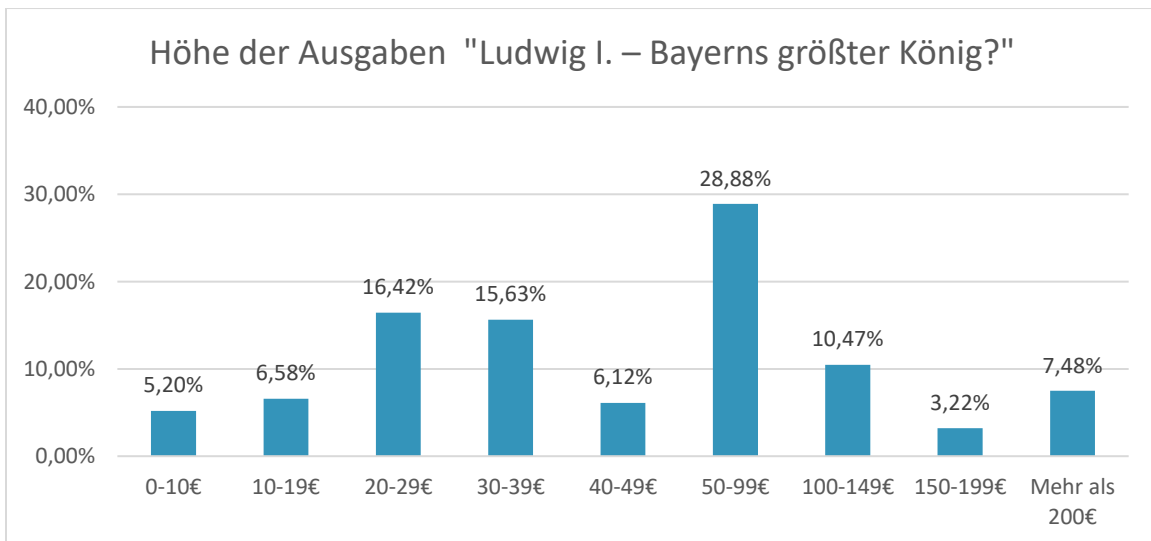
Die Mehrheit der Besucher und Besucherinnen hat ca. 1-2 Stunden in der Ausstellung verbracht (ca. 59%). 26% verweilten 2-3 Stunden und 5% mehr als drei Stunden in der Ausstellung. Circa 10% aller Befragten hielten sich weniger als eine Stunde in der Landesausstellung 2025 auf. Im Vergleich zu 2024 blieben die Besucherinnen und Besucher häufiger unter einer Stunde (+7%) und 1-2 Stunden (+8%), dafür seltener 2-3 Stunden (-11%) und über 3 Stunden (-4%). Die Aufenthaltsdauer hat also insgesamt abgenommen.

Abbildung 13: Umwegrentabilität



Ähnlich wie in den Vorjahren haben die Besucher und Besucherinnen der Landesausstellung 2025 Regensburg durch weitere Geldausgaben unterstützt. Ca. 74% (+5% im Vergleich zum Vorjahr) aller Befragten gaben an, weitere Geldausgaben noch zu tätigen oder schon getätigt zu haben, wohingegen ca. 26% der Besucherinnen und Besucher dies verneinten.

Abbildung 14: Ausgaben in Regensburg



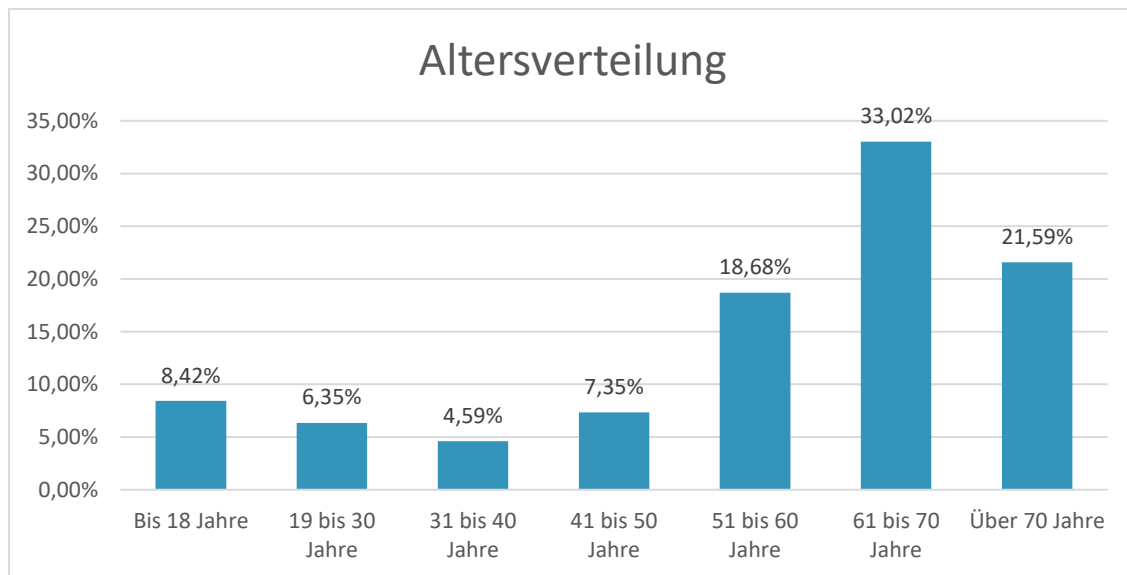
Der Mittelwert der Ausgaben beträgt 70 Euro.

Mit Abstand am häufigsten haben die Besucherinnen und Besucher zwischen 50 und 99 Euro ausgegeben (29%). Darauf folgen die Ausgabengruppen 20-29 Euro (16%), 30-39 Euro (16%) und mit etwas Abstand 100-149 Euro (10%).

Im Vergleich zu 2024 zeigt sich ein etwas höherer Mittelwert (+8,00 Euro). Dies liegt hauptsächlich daran, dass der Anteil der Personen, die mehr als 150€ ausgegeben haben, sich mehr als verdoppelt hat (+7%). Im Bereich 40-149€ ist der Anteil im Vergleich zu 2024 tatsächlich gesunken (-10%) und im Bereich 10-39€ gestiegen (+5%). Die Besucherinnen und Besucher im mittleren Bereich geben also weniger Geld aus.

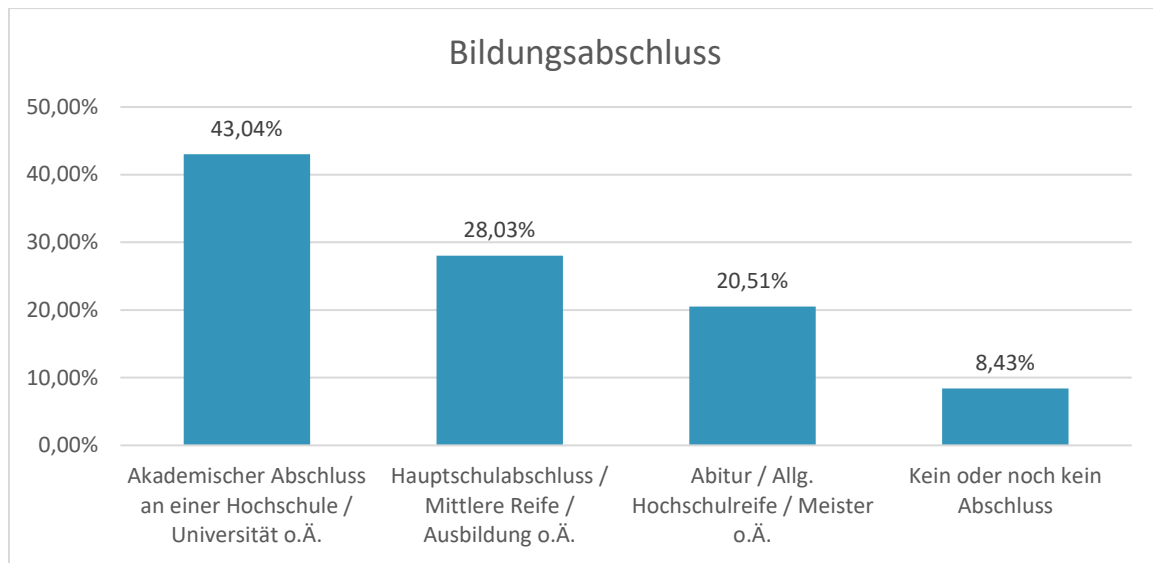
SOZIO-DEMOGRAPHISCHE ANGABEN

Abbildung 15: Altersverteilung



Die Gruppen der 61 bis 70-Jährigen (33%), der über 70-Jährigen (22%) und der 51 bis 60-Jährigen (19%) stellen die größten Besuchergruppen dar. Insgesamt sind demnach 73% der Besucherinnen und Besucher über 50 Jahre alt. Im Vergleich zu 2024 zeigt sich hier nur eine geringe Veränderung (-2%). Der Anteil der jüngeren Besucher und Besucherinnen unter 50 Jahre (27%) ist entsprechend um zwei Prozentpunkte gestiegen.

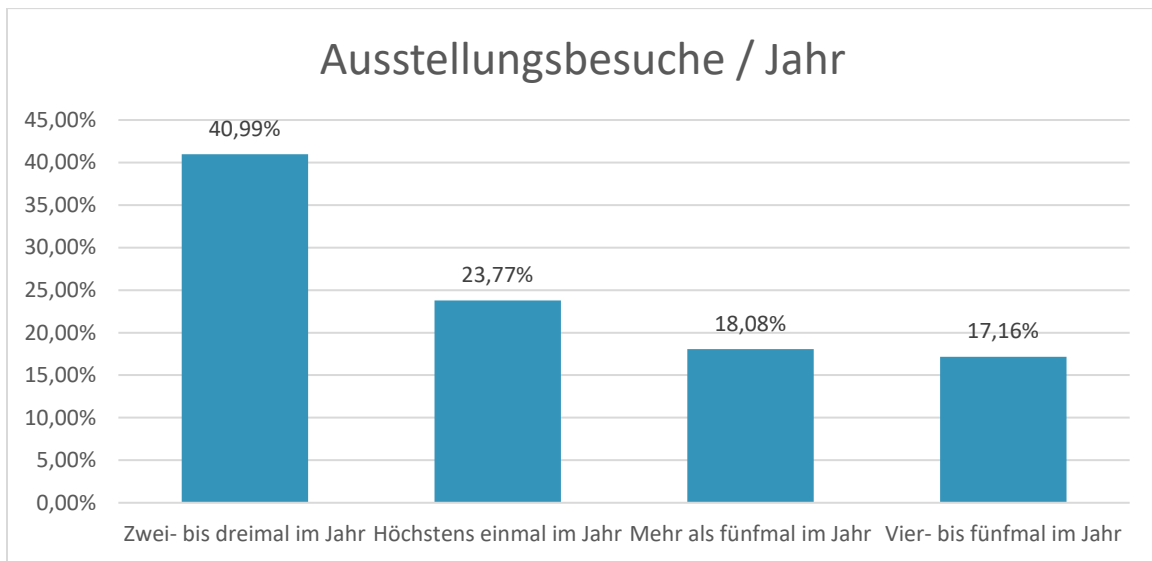
Abbildung 16: Bildungsabschluss



Wie bereits in den Vorjahren erkennbar, zeigt sich auch in diesem Jahr, dass die Mehrzahl der Besucherinnen und Besucher ein hohes Bildungsniveau aufweist. Es gaben in diesem Jahr jedoch nur noch 43% der Besucher und Besucherinnen an, über einen akademischen Abschluss einer Fachhochschule oder Universität zu verfügen. Dies ist eine Reduzierung von ca. 9% im Vergleich zu 2024. Im Gegenzug ist der Anteil der Besucherinnen und Besucher, die angaben, über einen Realschulabschluss, die mittlere Reife, oder einen Hauptschulabschluss zu verfügen, um 7% auf 28% gestiegen.

21% der Personen verfügen über die allgemeine Hochschulreife, die fachgebundene Hochschulreife, den Meisterbrief etc. und 8% aller Befragten haben ihrer Angabe nach (noch) keinen Abschluss erlangt.

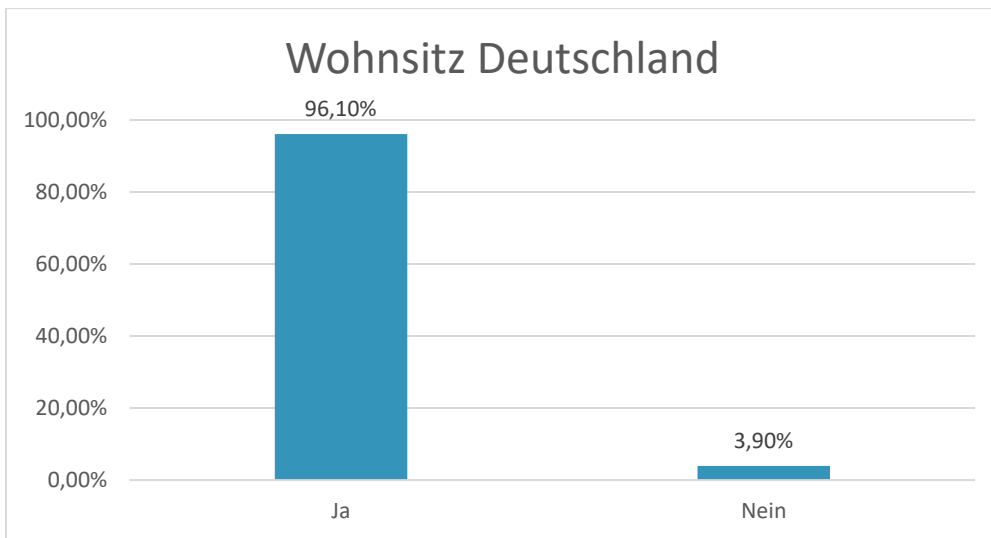
Abbildung 17: Ausstellungsbesuche / Jahr



Gut 40% der Befragten besuchen zwei- bis dreimal im Jahr ein Museum bzw. eine Ausstellung (+3%). Im Vergleich zu 2024 ist der Anteil der Personen, die höchstens einmal im Jahr ins Museum gehen, um 10% gestiegen und stellt nun mit 24% die zweitgrößte Gruppe der Befragten dar. Die Landesausstellung 2025 hat also auch Besucherinnen und Besucher angelockt, die keinen regelmäßigen Museumsbesucherinnen und -besucher sind.

Der Anteil an Personen, die mehr als fünfmal (18%) oder vier- bis fünfmal im Jahr (17%) ins Museum gehen, ist um 8% bzw. 6% gesunken. Insgesamt sind jedoch weiterhin 76% der Befragten regelmäßige Museumsbesucherinnen und -besucher (-11% im Vergleich zum Vorjahr).

Abbildung 18: Wohnsitz Deutschland



Wie auch in den vorangegangenen Jahren kommen die Besucherinnen und Besucher überwiegend aus Deutschland (ca. 96%). 4% der Besucherinnen und Besucher kommen aus dem Ausland.

Abbildung 19: PLZ-Bereiche

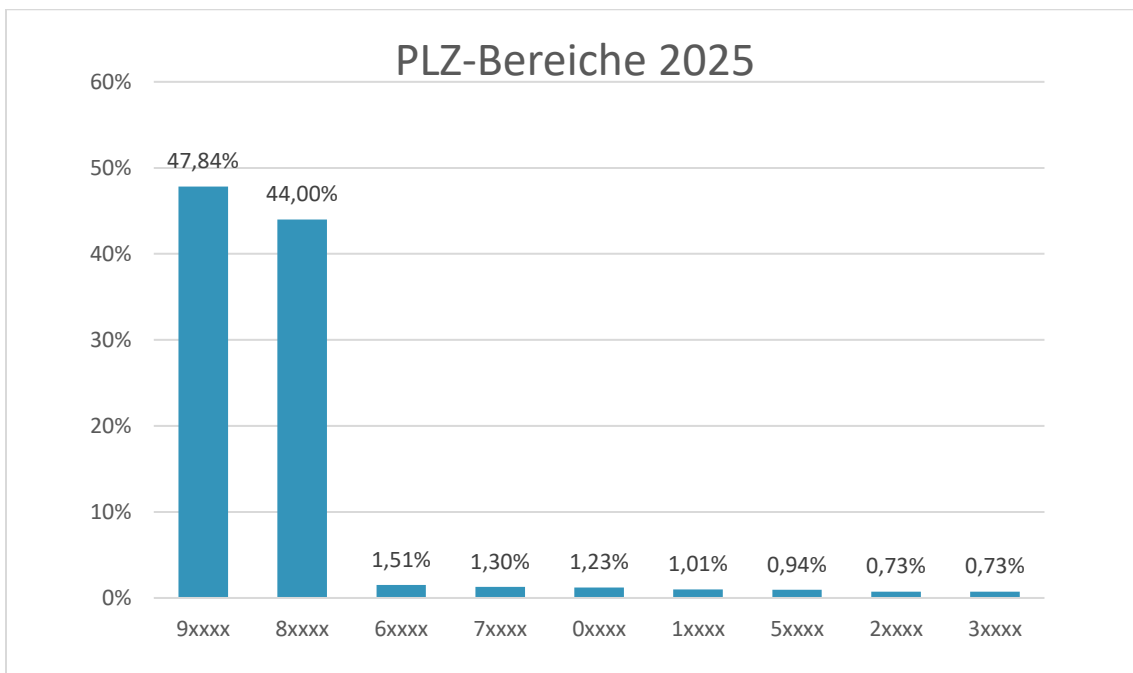
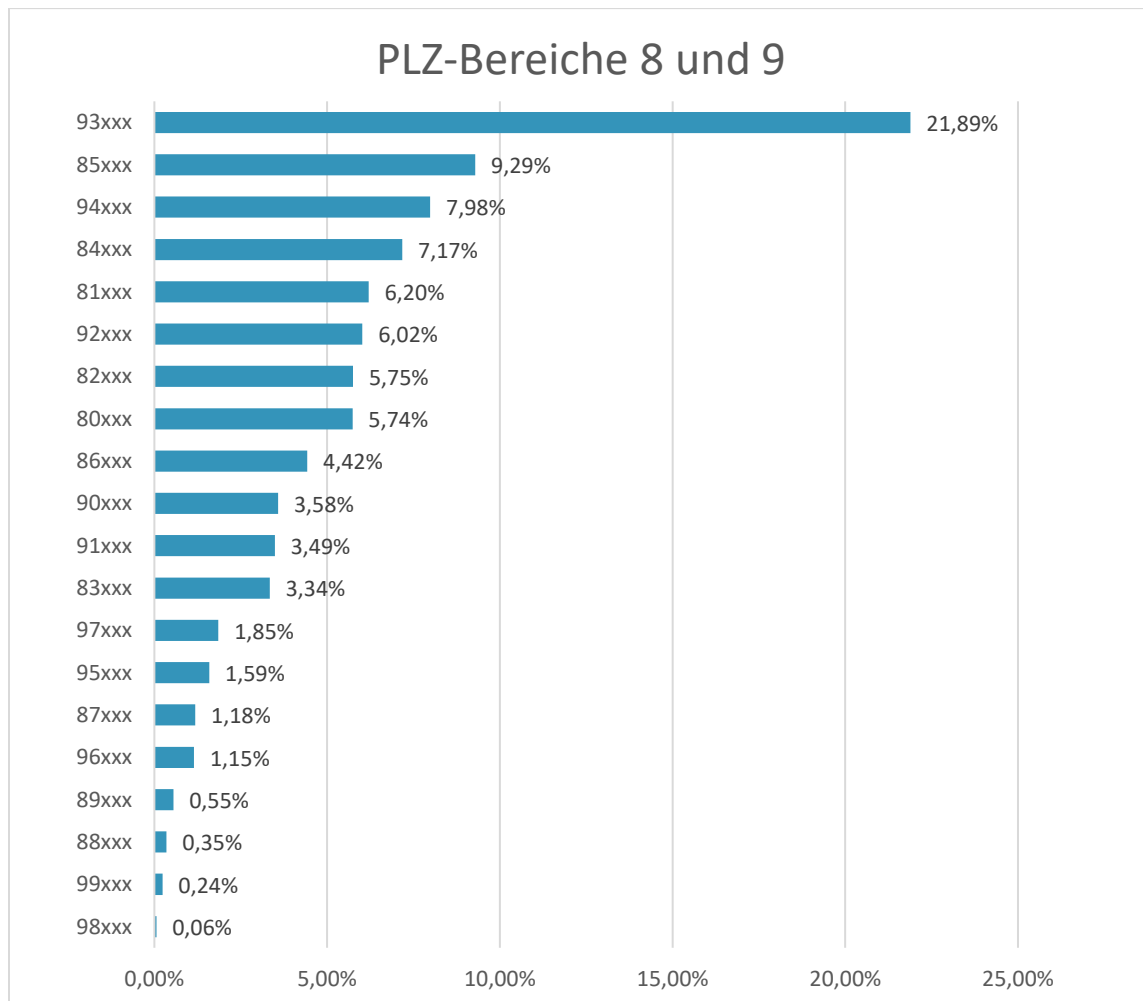


Abbildung 20: PLZ-Bereiche 8 und 9



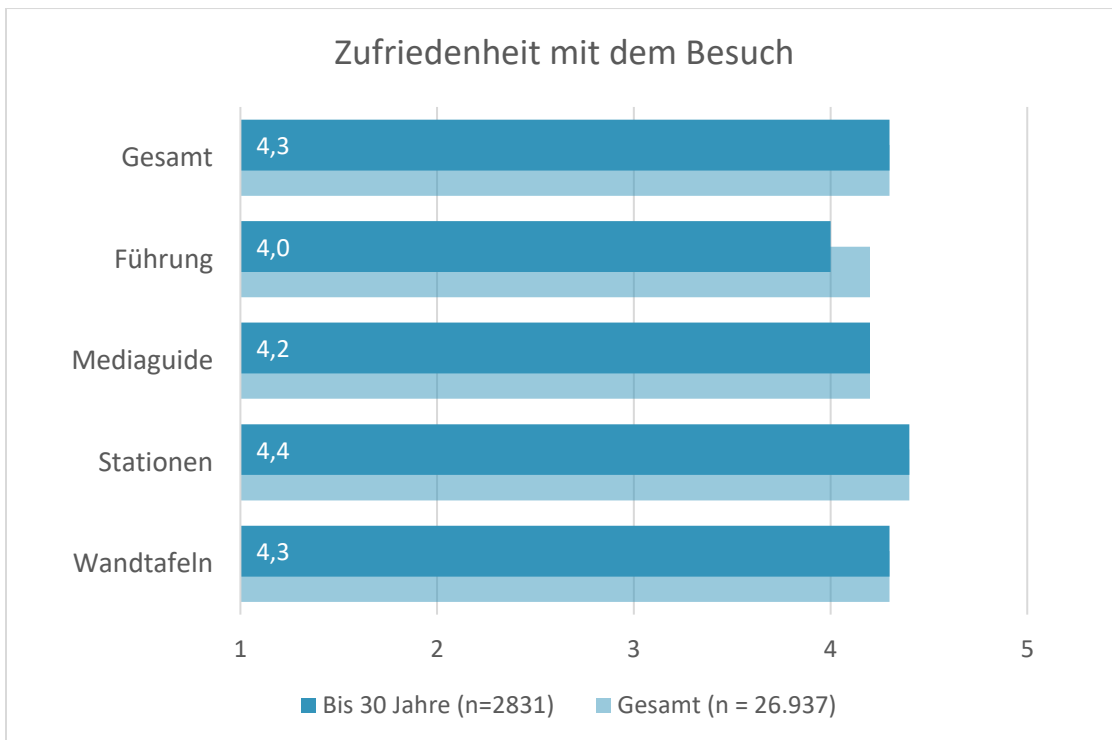
Erwartungsgemäß kamen die meisten Besucherinnen und Besucher aus Bayern. Dies deckt sich mit den Ergebnissen aus den Vorjahren. 92% der Nennungen der Postleitzahlen entstammen dem zugehörigen PLZ-Bereichen 8 und 9 (Abb. 18).

Werden die Bereiche 8 und 9 genauer betrachtet (Abb. 19), ist zu erkennen, dass der Bereich 93 (= Raum Regensburg) mit einer Ausprägung von 22% des Gesamtergebnisses am stärksten vertreten ist, da in diesem Bereich der Veranstaltungsort liegt. An zweiter Stelle liegt der PLZ-Bereich 85 (= Raum Freising, München, Ingolstadt) mit 9% der Nennungen. Es folgen die PLZ-Bereiche 94 (8%), 84 (7%) und 81 (6%), die den Raum Passau, München, und Landshut umfassen.

ERGEBNISSE NACH ALTERSGRUPPEN – BIS 30 JAHRE

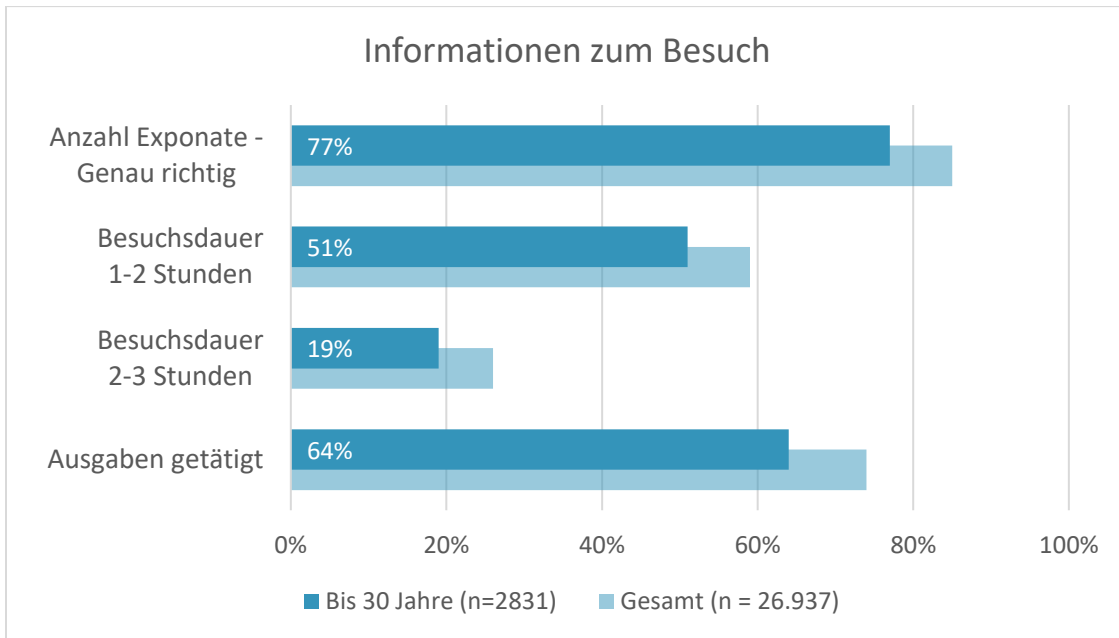
Zur detaillierteren Ergebnisbetrachtung werden folgend die Ergebnisse in kompakter Form und im Vergleich mit den Gesamtergebnissen nach den Altersklassen bis 30 Jahre, 31-60 Jahre und ab 61 Jahre und älter differenziert dargestellt.

Abbildung 21: Zufriedenheit - Bis 30 Jahre



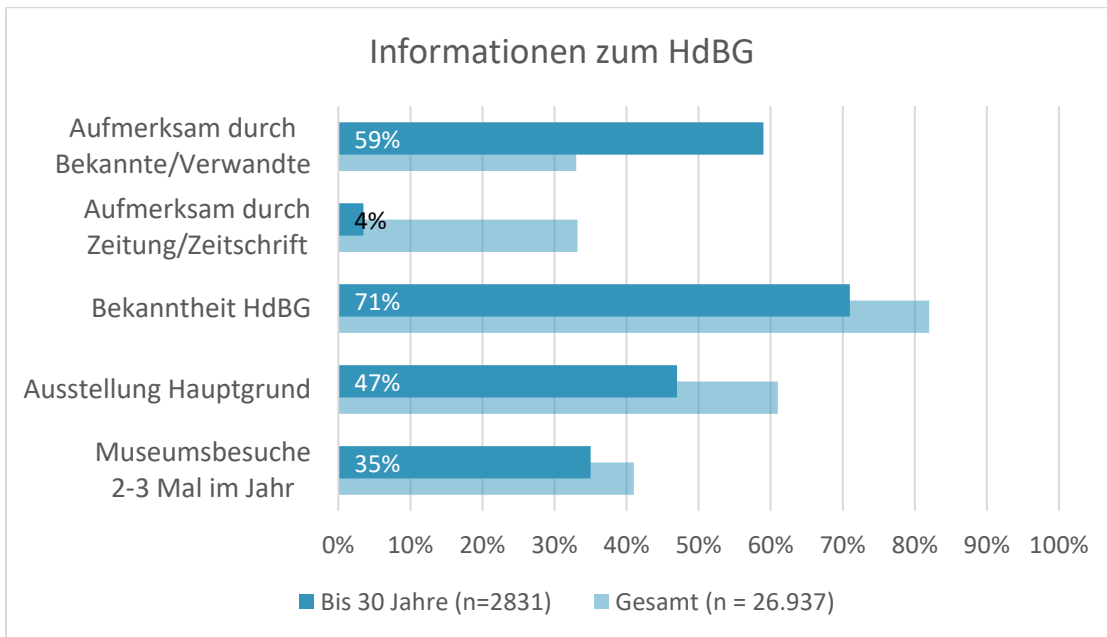
Die Besucherinnen und Besucher bis 30 Jahre sind grundsätzlich genauso zufrieden mit den Aspekten der Ausstellung wie die Befragten insgesamt. Etwas weniger zufrieden sind sie mit der Führung (-0,2).

Abbildung 22: Informationen zum Besuch - Bis 30 Jahre



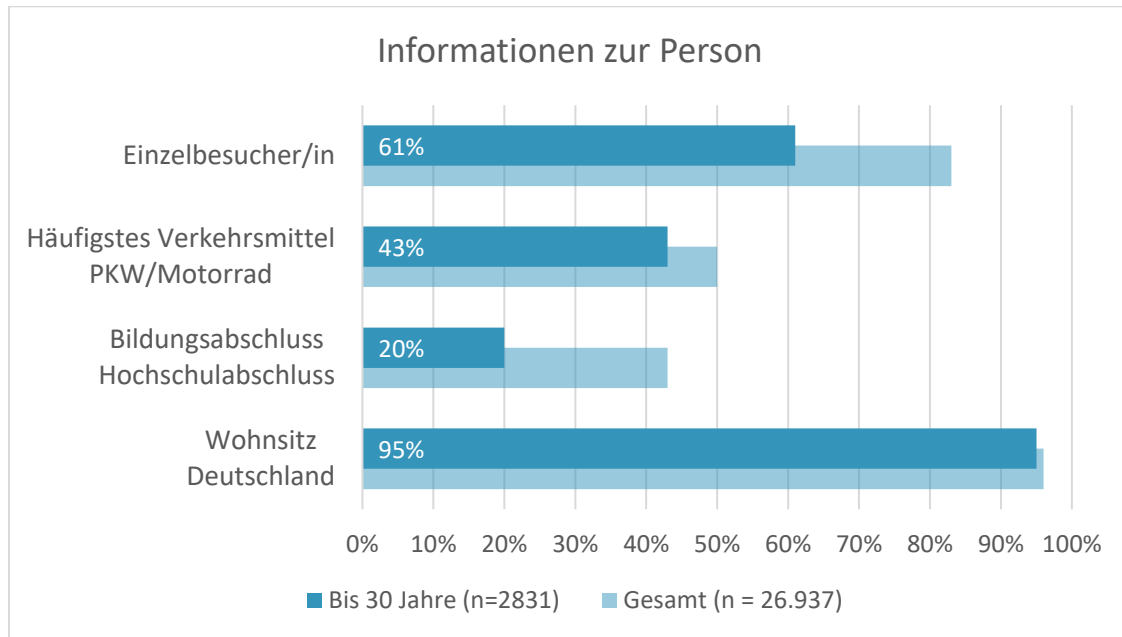
Jüngere Besucherinnen und Besucher empfinden weniger oft die Anzahl der Exponate als genau richtig (-8%). Auch ihre Besuchsdauer beträgt seltener 1-2 Stunden (-8%) und 2-3 Stunden (-7%). Sie tätigen zu 10% seltener Ausgaben am Ort der Ausstellung.

Abbildung 23: Informationen zum HdBG - Bis 30 Jahre



Jüngere Befragte sind häufiger durch Bekannte und Verwandte (+26%) und seltener über Zeitungen und Zeitschriften (-30%) auf die Ausstellung aufmerksam geworden als die Befragten insgesamt. Die Bekanntheit des Hauses der Bayerischen Geschichte ist in dieser Zielgruppe geringer (-11%), die Ausstellung ist ebenfalls seltener der Hauptgrund des Besuchs (-14%) und auch die Anzahl der Museumsbesuche pro Jahr ist bei jüngeren Besucherinnen und Besuchern geringer (-6%).

Abbildung 24: Informationen zur Person - Bis 30 Jahre

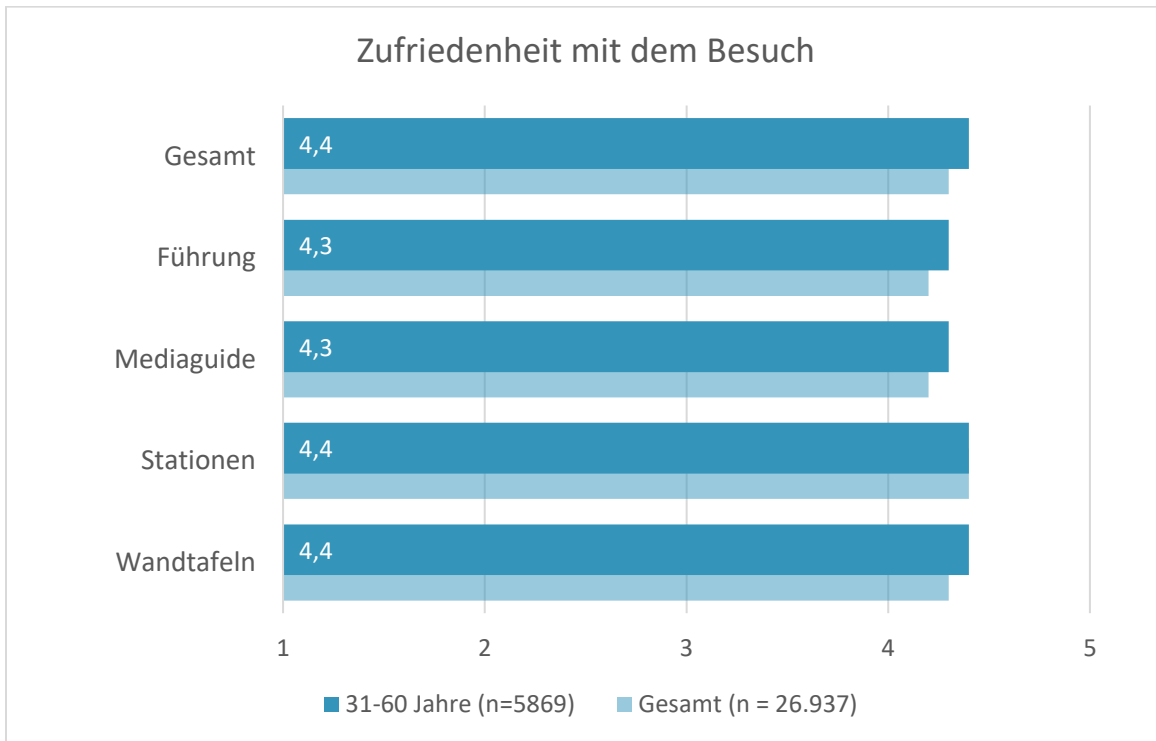


Jüngere Befragte sind häufiger in Gruppen zu Besuch (+22%). Trotzdem gibt es mit 61% insgesamt erfreulich viele jüngere Personen, die als Einzelbesucher/in in die Ausstellung kommen. Sie verfügen aufgrund der Tatsache, dass sie jünger als 30 Jahre alt sind, seltener über einen Hochschulabschluss.

Insgesamt ist festzuhalten, dass jüngere Besucherinnen und Besucher sich weniger intensiv mit den Ausstellungsinhalten beschäftigen, da sie eine kürzere Aufenthaltsdauer angeben. In der Entscheidung für den Besuch sind sie in der Tendenz passiver, da sie häufiger Gruppenbesucher sind und über Bekannte / Verwandte von der Ausstellung erfahren.

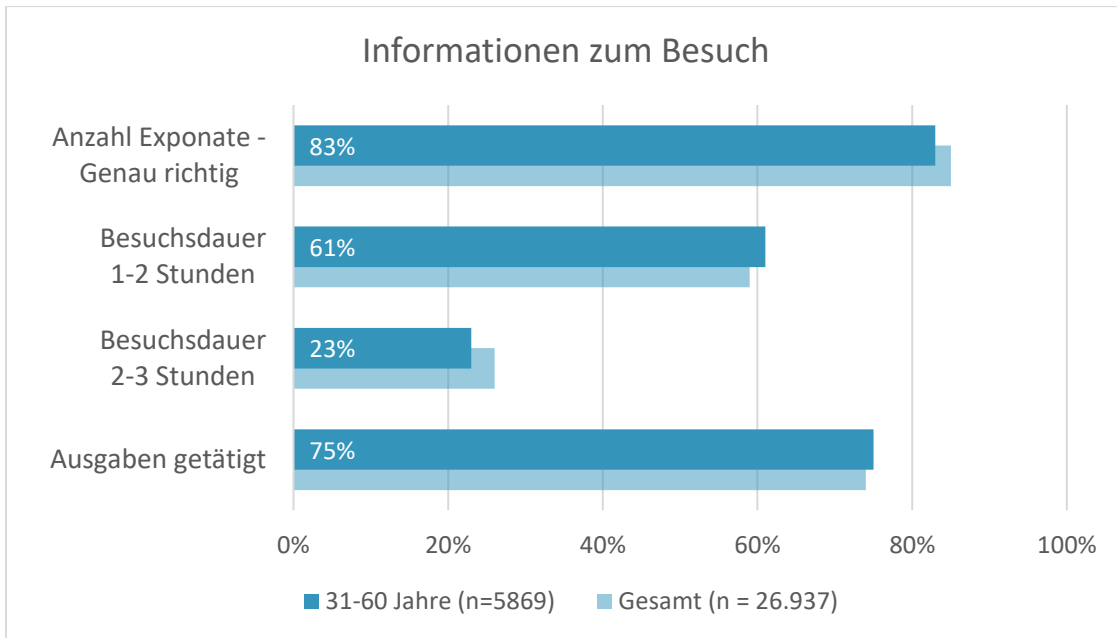
ERGEBNISSE NACH ALTERSGRUPPEN – 31-60 JAHRE

Abbildung 25: Zufriedenheit – 31-60 Jahre



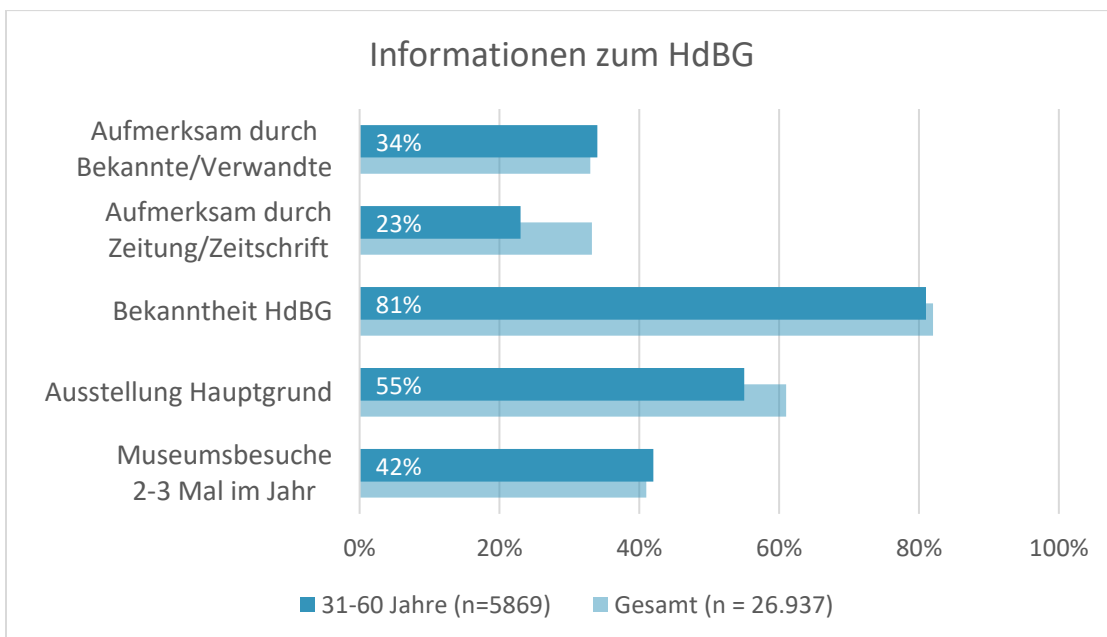
Die Besucherinnen und Besucher zwischen 31 und 60 Jahren sind grundsätzlich etwas zufriedener mit den Aspekten der Ausstellung als die Befragten insgesamt (+0,1).

Abbildung 26: Informationen zum Besuch - 31-60 Jahre



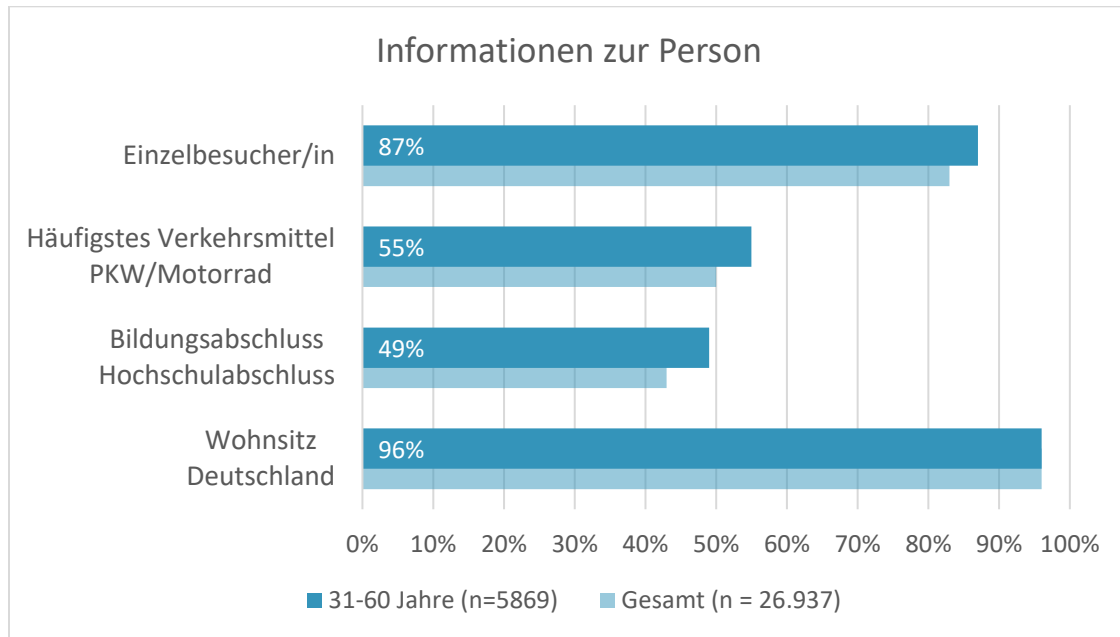
Besucherinnen und Besucher der mittleren Altersklasse empfinden die Anzahl der Exponate ähnlich wie die Besucherinnen und Besucher insgesamt häufig als genau richtig (-2%). Ihre Besuchsdauer beträgt häufiger 1-2 Stunden (+2%) und etwas seltener 2-3 Stunden (-3%). Sie tätigen etwas häufiger Ausgaben am Ort der Ausstellung (+1%).

Abbildung 27: Informationen zum HdBG - 31-50 Jahre



Befragte mittleren Alters sind ähnlich häufig durch Bekannte und Verwandte (+1%), aber seltener über Zeitungen und Zeitschriften (-10%) auf die Ausstellung aufmerksam geworden als die Befragten insgesamt. Die Ausstellung ist etwas seltener Hauptgrund des Besuchs (-6%). Bezüglich der Bekanntheit des Hauses der Bayerischen Geschichte und der Anzahl der Museumsbesuche pro Jahr unterscheidet sich diese Altersgruppe nur gering von der Gesamtheit der Befragten.

Abbildung 28: Informationen zur Person - 31-60 Jahre

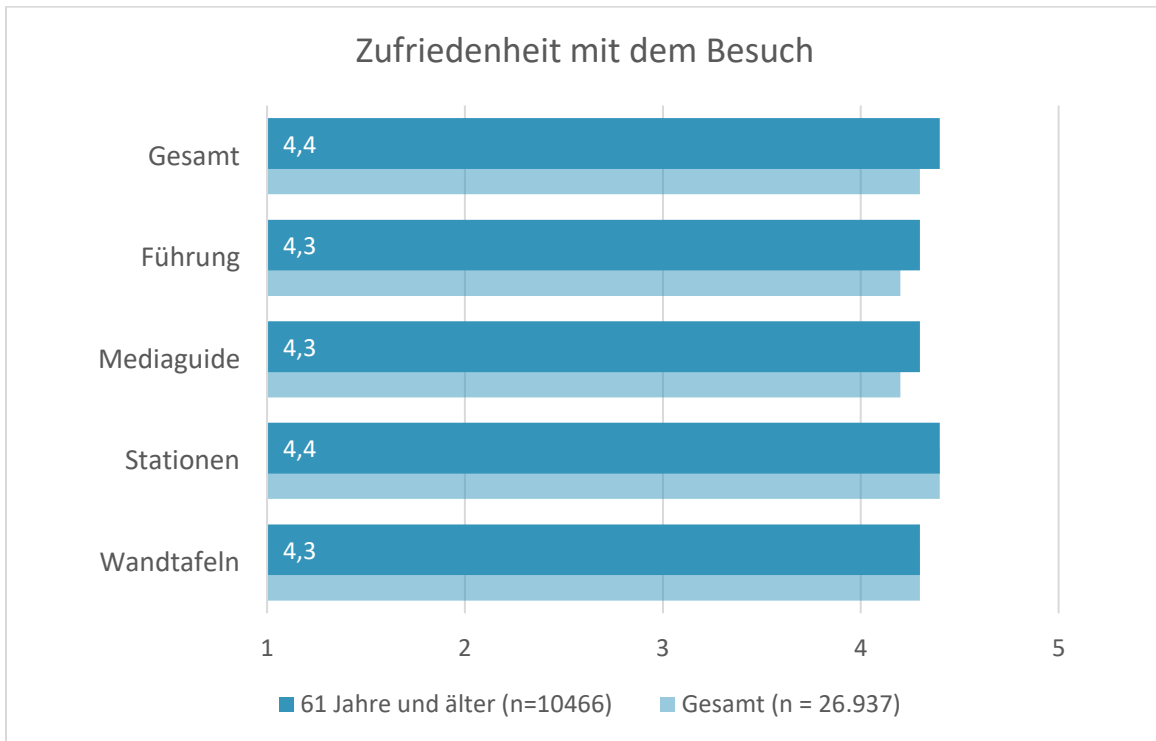


Befragte der mittleren Altersklasse verfügen häufiger über einen Hochschulabschluss als die Befragten insgesamt (+6%). Sie sind etwas häufiger Einzelbesucher/in (+4%) und reisen häufiger mit dem PKW/Motorrad an (+5%).

Zusammenfassend ist festzustellen, dass sich Besucherinnen und Besucher der mittleren Altersklasse wenig von den Besuchern insgesamt unterscheiden. Sie sind zufriedener und haben häufiger einen Hochschulabschluss.

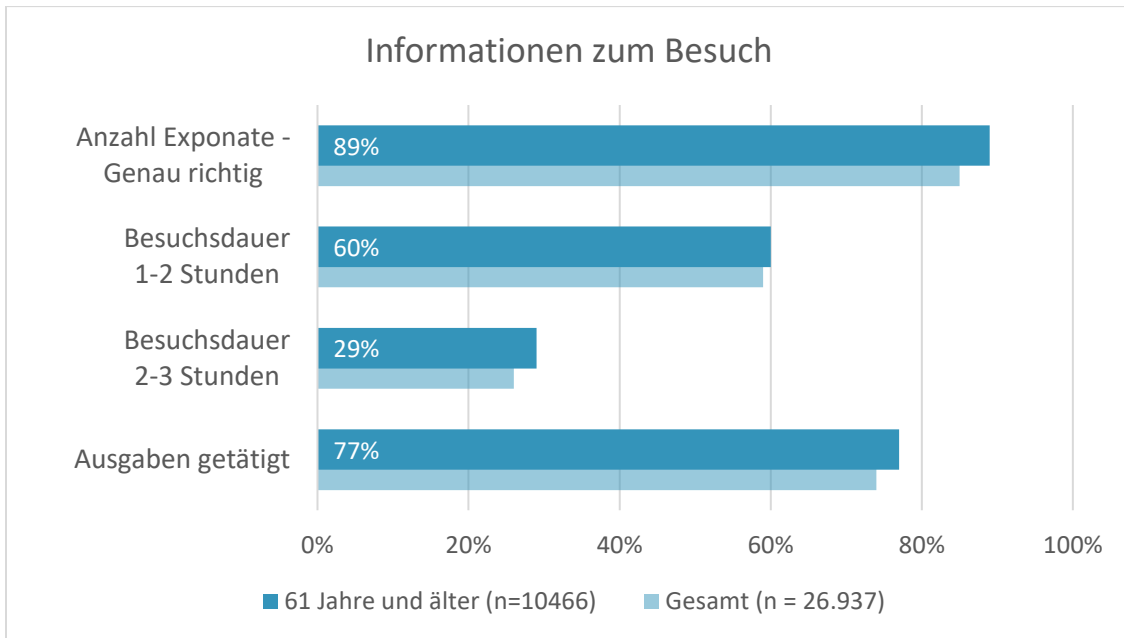
ERGEBNISSE NACH ALTERSGRUPPEN – 61 JAHRE UND ÄLTER

Abbildung 29: Zufriedenheit – 61 Jahre und älter



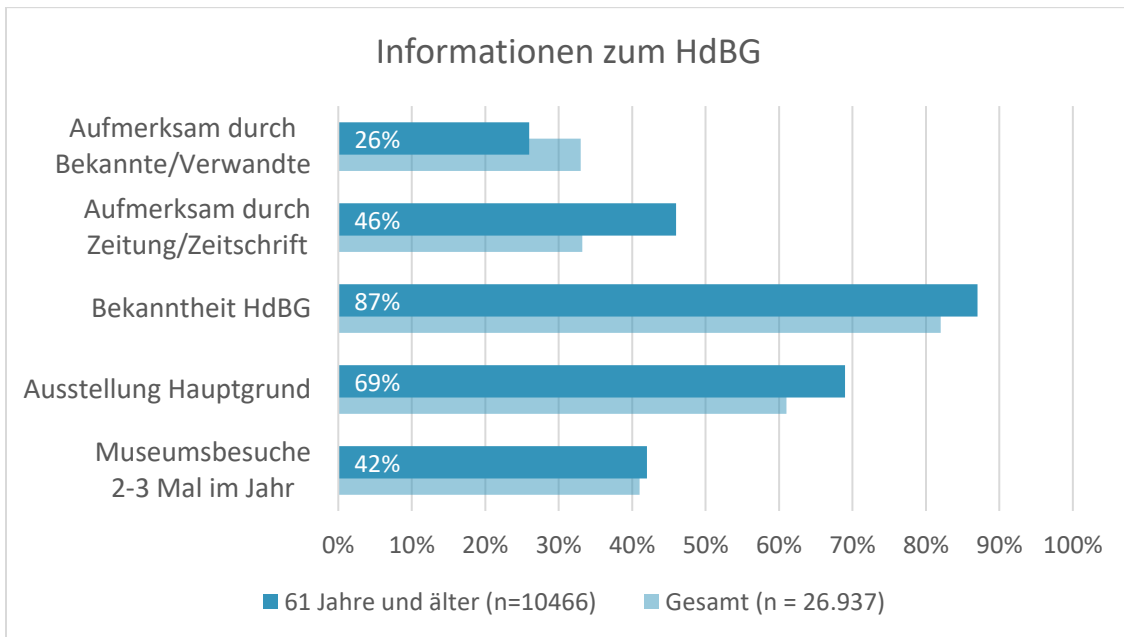
Die Besucherinnen und Besucher ab 61 Jahre und älter sind grundsätzlich etwas zufriedener mit den Aspekten der Ausstellung als die Befragten insgesamt (+0,1).

Abbildung 30: Informationen zum Besuch - 61 Jahre und älter



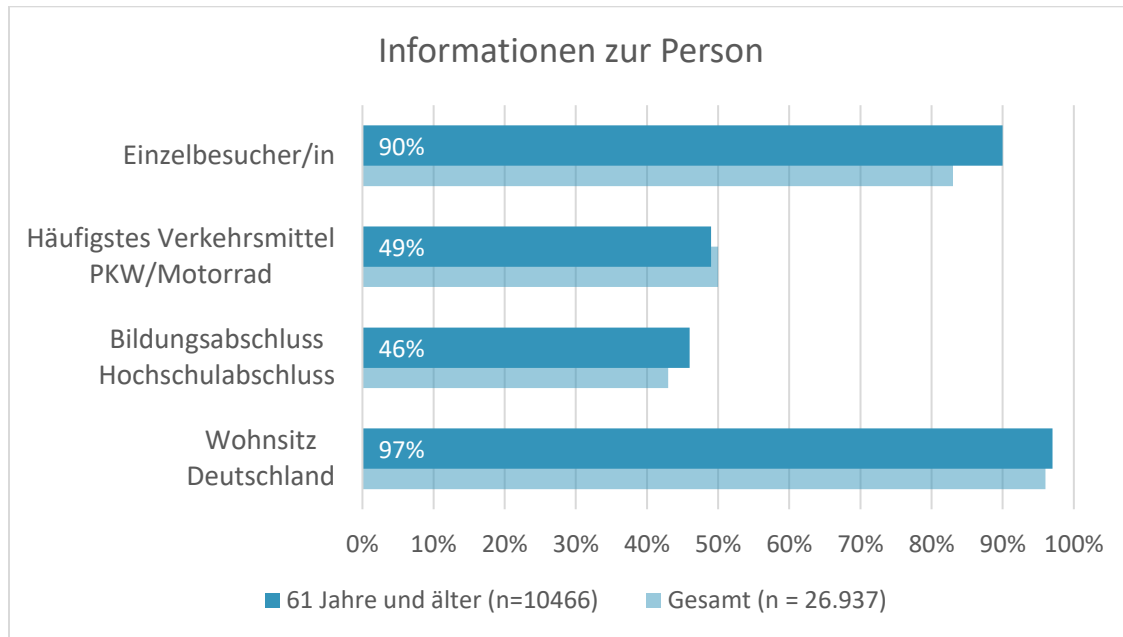
Besucherinnen und Besucher der älteren Altersklasse empfinden die Anzahl der Exponate häufiger als genau richtig (+4%). Ihre Besuchsdauer beträgt häufiger 2-3 Stunden (+3%). Sie tätigen etwas häufiger Ausgaben am Ort der Ausstellung (+3%).

Abbildung 31: Informationen zum HdBG - 61 Jahre und älter



Ältere Befragte sind seltener durch Bekannte und Verwandte (-7%) und deutlich häufiger über Zeitungen und Zeitschriften (+13%) auf die Ausstellung aufmerksam geworden als die Befragten insgesamt. Die Bekanntheit des Hauses der Bayerischen Geschichte ist in dieser Zielgruppe höher (+5%) und die Ausstellung ist etwas häufiger der Hauptgrund des Besuchs (+8%). In der Anzahl der Museumsbesuche pro Jahr unterscheiden sich die älteren Besucherinnen und Besucher nicht von der Gesamtheit der Besucher.

Abbildung 32: Informationen zur Person - 61 Jahre und älter



Ältere Befragte sind etwas häufiger Einzelbesucher/in (+7%).

Insgesamt zeigt sich, dass sich ältere Besucherinnen und Besucher intensiver mit den Ausstellungsinhalten beschäftigen und somit eine längere Aufenthaltsdauer angeben, als dies bei den anderen Altersklassen der Fall ist. In der Informationsbeschaffung und in der Entscheidung für den Besuch sind sie aktiver.