

**Besucherbefragung
in der Hamburger Kunsthalle**

CASPAR DAVID FRIEDRICH
Die Erfindung der Romantik

Bremen
im März 2007

**Bremer Institut für empirische
Handels- und Regionalstrukturforschung**



der

Werderstraße 73
28199 Bremen

Telefon: (0421) 5905-4691

Telefax: (0421) 5905-4862

email: RuH@hs-bremen.de

<http://www.region-handel.hs-bremen.de>

PROJEKTTEAM

Dipl. Betriebswirtin **Aldona Kucharczuk**

Projektleitung:

Gesamtorganisation, Konzeption, Datenanalyse, Bericht

☎ 0421 - 70 43 14

Fax: 0421 - 79 42 633

email: kucharczuk@t-online.de

Prof. Dr. **Peter Schmidt**

Importsubstitution

Wissenschaftliche Begleitung

Hochschule Bremen

☎ 0421 - 5905-4691

Fax: 0421 - 5905-4862

email: peter.schmidt@hs-bremen.de

Datenerhebung in der Hamburger Kunsthalle:

Stefanie Grünberg

Heike Müller

Svenja Reimann

Anneka Schmeel

Datenerhebung in der Hamburger Kunsthalle, Dateneingabe, Datenanalyse:

Janina Kettler

Anna Kurre

Katharina Lindemann

Jessica Witte

Kartographische Darstellungen, Datenanalyse:

Jutta Schmidt

Astrid Kurzeja-Christinck

GIS.direkt Geoinformationssysteme

☎: 0421 - 22 37 359

Fax: 0421 - 22 37 360

<http://www.gis-direkt.de>

email: info@GIS-direkt.de

Inhalt

1	Das Forschungsprojekt.....	11
2	Methodik der Besucherbefragung.....	
2.1	Entwicklung des Fragebogens	
2.2	Pretest	
2.3	Erhebungsmodus.....	
2.4	Auswahlverfahren	
2.5	Erfassungsgrad.....	
3	Vorstellung der befragten Besucher	
3.1	Alter	
3.2	Alter und Geschlecht.....	
3.3	Bildungsniveau.....	
3.4	Berufsstruktur	
3.5	Gruppenzugehörigkeit.....	
4	Herkunft und Anreise der Befragten	
4.1	Herkunftsangaben der Befragten	
4.2	Kartographische Analyse der Herkunftsorte der BesucherInnen; Kassenzählung	
4.2.1	Qualität der Herkunftsangaben.....	
4.2.2	Herkunft - Verteilung in Europa	
4.2.3	Herkunft – Verteilung in Deutschland	
4.3	Anreise zur Caspar David Friedrich Ausstellung	
5	Regionalwirtschaftliche Wirkungen der Ausstellungen	
5.1	Grund des Besuches in Hamburg	
5.1.1	Caspar David Friedrich als Grund des Besuches in Hamburg.....	
5.1.2	Andere Gründe des Besuches in Hamburg.....	
5.2	Aufenthaltsdauer, Übernachtung und Übernachtungsart.....	
5.2.1	Aufenthaltsdauer.....	
5.2.2	Übernachtung der auswärtigen Gäste.....	
5.2.3	Art der Übernachtung	
5.3	Zusätzliche Aktivitäten der Besucher	
5.4	Hochrechnung der regionalökonomischen Auswirkungen der Ausstellung Caspar David Friedrich für Hamburg.....	
5.5	Kaufkraftexport (Importsubstitution)	
5.5.1	Mobilität von kulturinteressierten Besuchern.....	
5.5.2	Aspekte von Importsubstitution	
6	Sponsoring - Kooperationen mit Partnern.....	

6.1	Allgemeine Wahrnehmung der Kooperationspartner	
6.2	Wahrnehmung der Kooperationspartner; gestützte Fragestellung	
6.3	Wahrnehmung der Kooperationspartner; ungestützte Fragestellung	
7	Werbung und ihre Wahrnehmung	
7.1	Motive des Besuches der CDF-Ausstellung	
7.2	Anlass des Besuches	
7.3	Wahrnehmung der Informationsträger	
7.4	Nennungen der Informationsträger	
7.5	Stärke der Wahrnehmung einzelner Informationsträger	
7.6	Erinnerung an Werbung	
7.7	Anzeigen in Printmedien	
7.8	Internet: Nutzungsverhalten der BesucherInnen	
7.9	Beurteilung der Werbemaßnahmen	
8	Erreichung neuer Zielgruppen	
8.1	Mitgliedschaft in Kunstvereinen	
8.1.1	Allgemeine Angaben	
8.1.2	Mitgliedschaft bei Freunde der Kunsthalle e.V./ anderem Kunstverein	
8.2	Häufigkeit des Besuchs der Kunstaussstellungen	
8.3	Erster Kunstaussstellungsbesuch	
8.4	Letzter Kunstaussstellungsbesuch	
9	Gesamtbeurteilung der Ausstellung durch die Befragten	
9.1	Beurteilung des Personals	
9.2	Eindruck von der Caspar David Friedrich Ausstellung	
9.3	Tops	
9.4	Flops	
9.5	Erneuter Besuch	
9.6	Weiterempfehlung	
10	Zusammenfassung	
11	Anhang	
11.1	Erläuterung zu den Karten	
11.2	Deskriptive Statistiken	
11.3	Fragebögen	

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Besucherherkunft.....
Abbildung 2	Besucherherkunft; C.D.F Ausstellung als Grund des Besuches in Hamburg.....
Abbildung 3	Besucherherkunft; Grund des Besuches in Hamburg: NICHT die C.D.F Ausstellung.....
Abbildung 4	Übernachtung der auswärtigen Gäste
Abbildung 5	Andere Aktivitäten der befragten BesucherInnen
Abbildung 6	Andere Aktivitäten der befragten BesucherInnen nach Herkunft
Abbildung 7	Motive des Besuches.....
Abbildung 8	Motive nach dem Grund des Besuches in Hamburg
Abbildung 9	Anlass des Ausstellungsbesuches
Abbildung 10	Anlass nach dem Grund des Besuches in Hamburg
Abbildung 11	Wahrnehmung einzelner Informationsträger
Abbildung 12	Wahrnehmung einzelner Informationsträger nach dem Besuchsgrund.....
Abbildung 13	Wahrnehmung der Informationsträger.....
Abbildung 14	Erinnerung an Werbung.....
Abbildung 15	Bewertung der Werbemaßnahmen
Abbildung 16	Bewertung des Personals
Abbildung 17	Eindruck von den Ausstellungselementen

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Befragungsplan.....
Tabelle 2	Netto Besucher
Tabelle 3	Hochrechnungsfaktor.....
Tabelle 4	Durchschnittsalter der BesucherInnen
Tabelle 5	Altersstruktur der BesucherInnen.....
Tabelle 6	Besucher nach Geschlecht und Altersgruppen
Tabelle 7	Alter und Geschlecht während der Ausstellungsdauer
Tabelle 8	Bildungsstruktur
Tabelle 9	Berufsstruktur
Tabelle 10	Sonstige Berufsbereiche
Tabelle 11	Gruppenzugehörigkeit nach Herkunft
Tabelle 12	Gruppenzugehörigkeit nach Altersgruppen
Tabelle 13	Gruppenzugehörigkeit nach Bildung
Tabelle 14	Gruppenzugehörigkeit nach Geschlecht

Tabelle 15	Gruppenzugehörigkeit nach Berufsbereichen
Tabelle 16	Gruppenzugehörigkeit nach dem Grund des Besuches in HH
Tabelle 17	Bewertung des Personals nach Gruppenzugehörigkeit.....
Tabelle 18	Eindruck von der Ausstellung nach Gruppenzugehörigkeit
Tabelle 19	Wiederholter Ausstellungsbesuch nach Gruppenzugehörigkeit.....
Tabelle 20	Weiterempfehlung der Ausstellung nach Gruppenzugehörigkeit
Tabelle 21	Anlass des Besuches nach Gruppenzugehörigkeit
Tabelle 22	Andere Aktivitäten nach Gruppenzugehörigkeit
Tabelle 23	Motive des Besuches nach Gruppenzugehörigkeit.....
Tabelle 24	Besucherherkunft.....
Tabelle 25	Besucherherkunft nach dem Grund des Besuches
Tabelle 26	Ausländische Befragten
Tabelle 27	Ausländische Besucher nach dem Grund des Besuches
Tabelle 28	Gültigkeit der Herkunftsangaben aus Kassenzählung und Befragung
Tabelle 29	Kassenzählung: Ausländische Besucher weltweit.....
Tabelle 30	Kassenzählung: Besucher aus Europa – ohne Deutschland
Tabelle 31	Vergleich Befragung und Kassenzählung bezüglich Herkunft (mit gültiger PLZ 5 Angabe)
Tabelle 32	Herkunft aus Befragung und Kassenzählung (PLZ2)
Tabelle 33	Herkunft nach Bundesländern.....
Tabelle 34	Anreise der auswärtigen Besucher, allgemein und nach dem Grund des Besuches
Tabelle 35	Anreise der auswärtigen Besucher, zweistellige PLZ
Tabelle 36	Anreise nach dem Grund des Besuches, zweistellige PLZ.....
Tabelle 37	Caspar David Friedrich als Grund des Besuches in Hamburg nach Besucherherkunft.....
Tabelle 38	Caspar David Friedrich als Grund des Besuches in Hamburg nach Berufstruktur
Tabelle 39	Caspar David Friedrich als Grund des Besuches in Hamburg nach Bildungsstruktur
Tabelle 40	Caspar David Friedrich als Grund des Besuches in Hamburg nach Altersstruktur.....
Tabelle 41	Caspar David Friedrich als Grund des Besuches in Hamburg nach Geschlecht.....
Tabelle 42	Andere Gründe des Besuches in Hamburg nach Herkunft.....
Tabelle 43	Andere Gründe des Besuches in Hamburg nach Beruf.....
Tabelle 44	Andere Gründe des Besuches in Hamburg nach Bildung
Tabelle 45	Andere Gründe des Besuches in Hamburg nach Geschlecht
Tabelle 46	Andere Gründe des Besuches in Hamburg nach Alter

Tabelle 47	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Besucher Hamburgs nach dem Grund des Besuches.....
Tabelle 48	Durchschnittliche Übernachtungsdauer der Besucher Hamburgs nach dem Grund des Besuches.....
Tabelle 49	Übernachtung der auswärtigen Gäste.....
Tabelle 50	Übernachtungsart der auswärtigen Gäste.....
Tabelle 51	Unternehmung zusätzlicher Aktivitäten nach Herkunft.....
Tabelle 52	Unternehmung zusätzlicher Aktivitäten nach Beruf.....
Tabelle 53	Unternehmung zusätzlicher Aktivitäten nach Bildung.....
Tabelle 54	Unternehmung zusätzlicher Aktivitäten nach Geschlecht.....
Tabelle 55	Unternehmung zusätzlicher Aktivitäten nach Alter.....
Tabelle 56	Unternehmung zusätzlicher Aktivitäten nach dem Grund des Besuches.....
Tabelle 57	Andere Aktivitäten.....
Tabelle 58	Andere Aktivitäten der Ausstellungsbesucher nach Herkunft.....
Tabelle 59	Sonstige andere Aktivitäten der Ausstellungsbesucher.....
Tabelle 60	Tagesgäste.....
Tabelle 61	Übernachtungsgäste: Hotels.....
Tabelle 62	Übernachtung: Freunde / Familie und Sonstiges.....
Tabelle 63	Ausgaben der Gäste – Zusammenfassung.....
Tabelle 64	Fragen zum Thema Importsubstitution / Kaufkraftexport.....
Tabelle 65	Reisetätigkeit der Befragten nach ihrer Herkunft.....
Tabelle 66	Bundesweit reisende Besucher - nach Altersgruppen und Geschlecht.....
Tabelle 67	Motiven des Besuches - nach „bundesweiter Reise“.....
Tabelle 68	„War die Essener Ausstellung bekannt?“ - nach Herkunft.....
Tabelle 69	Besuch der Essener Ausstellung - nach Herkunft.....
Tabelle 70	Hätten Sie die Essener Ausstellung besucht, wenn Sie jetzt nicht hier in Hamburg stattfinden würde? (nach Herkunft).....
Tabelle 71	Allgemeine Wahrnehmung der Partner nach Herkunft.....
Tabelle 72	Allgemeine Wahrnehmung der Partner nach Berufsbereichen.....
Tabelle 73	Allgemeine Wahrnehmung der Partner nach Bildung.....
Tabelle 74	Allgemeine Wahrnehmung der Partner nach Geschlecht.....
Tabelle 75	Allgemeine Wahrnehmung der Partner nach Altersstruktur.....
Tabelle 76	Allgemeine Wahrnehmung der Partner nach Gruppenzugehörigkeit.....
Tabelle 77	Allgemeine Wahrnehmung der Partner (gestützte und ungestützte Fragestellung).....
Tabelle 78	Wahrnehmung der Partner nach Herkunft (gestützt).....
Tabelle 79	Wahrnehmung der Partner nach Berufsbereichen (gestützt).....
Tabelle 80	Wahrnehmung der Partner nach Bildung (gestützt).....

Tabelle 81	Wahrnehmung der Partner nach Geschlecht (gestützt).....
Tabelle 82	Wahrnehmung der Partner nach Altersgruppen (gestützt)
Tabelle 83	Wahrnehmung der Partner nach Gruppenzugehörigkeit (gestützt).....
Tabelle 84	Nennung der sonstigen Kooperationspartner
Tabelle 85	Wahrnehmung der Partner nach Herkunft (ungestützt)
Tabelle 86	Wahrnehmung der Partner nach Beruf (ungestützt)
Tabelle 87	Wahrnehmung der Partner nach Bildung (ungestützt).....
Tabelle 88	Wahrnehmung der Partner nach Geschlecht (ungestützt).....
Tabelle 89	Wahrnehmung der Partner nach Altersgruppen (ungestützt)
Tabelle 90	Wahrnehmung der Partner nach Gruppenzugehörigkeit (ungestützt).....
Tabelle 91	Sonstige Motive des Ausstellungsbesuches.....
Tabelle 92	Motive des Ausstellungsbesuches nach Herkunft
Tabelle 93	Motive des Ausstellungsbesuches nach Berufsbereichen
Tabelle 94	Motive des Ausstellungsbesuches nach Bildung
Tabelle 95	Motive des Ausstellungsbesuches nach Geschlecht
Tabelle 96	Motive des Ausstellungsbesuches nach Alter
Tabelle 97	Anlass des Ausstellungsbesuches nach Herkunft
Tabelle 98	Anlass des Ausstellungsbesuches nach Alter
Tabelle 99	Anlass des Besuches: anderes Angebot in Hamburg.....
Tabelle 100	Anlass des Besuches: Sonstiges
Tabelle 101	Wahrnehmung einzelner Informationsträger nach Herkunft
Tabelle 102	Wahrnehmung einzelner Informationsträger nach Beruf
Tabelle 103	Wahrnehmung einzelner Informationsträger nach Bildung
Tabelle 104	Wahrnehmung einzelner Informationsträger nach Geschlecht
Tabelle 105	Wahrnehmung einzelner Informationsträger nach Alter
Tabelle 106	Nennungen der Informationsträger: Zeitungen.....
Tabelle 107	Nennungen der Informationsträger: Zeitschriften
Tabelle 108	Nennungen der Informationsträger: TV
Tabelle 109	Nennungen der Informationsträger: Hörfunk
Tabelle 110	Nennungen der Informationsträger: Internet.....
Tabelle 111	Wahrnehmungsstärke der Informationsträger nach dem Grund des Besuches in Hamburg.....
Tabelle 112	Wahrnehmungsstärke der Informationsträger nach Herkunft
Tabelle 113	Erinnerung an Werbung nach dem Besuchgrund
Tabelle 114	Erinnerung an Werbung nach Herkunft.....
Tabelle 115	Erinnerung an Werbung nach Geschlecht
Tabelle 116	Erinnerung an Werbung nach Alter
Tabelle 117	Erinnerung an Werbung nach dem Bildung.....

Tabelle 118	Erinnerung an Werbung nach Beruf.....
Tabelle 119	Erinnerung an Werbung – die häufigsten Nennungen.....
Tabelle 120	Erinnerung an Werbung: Plakate
Tabelle 121	Erinnerung an Werbung: Presse
Tabelle 122	Erinnerung an Werbung: Flyer
Tabelle 123	Erinnerung an Werbung: TV, Hörfunk, Internet
Tabelle 124	Erinnerung an Werbung: Sonstiges
Tabelle 125	Anzeigen in Printmedien: Darstellung der häufigsten Nennungen.....
Tabelle 126	Anzeigen in Printmedien: Sonstige Nennungen
Tabelle 127	Internetnutzung nach dem Grund des Besuches
Tabelle 128	Internetnutzung nach Herkunft.....
Tabelle 129	Internetnutzung nach Berufsbereichen.....
Tabelle 130	Internetnutzung nach Bildung
Tabelle 131	Internetnutzung nach Geschlecht.....
Tabelle 132	Internetnutzung nach Alter
Tabelle 133	Bewertung der Werbemaßnahmen nach Herkunft
Tabelle 134	Bewertung der Werbemaßnahmen: Antwortenverteilung
Tabelle 135	Mitgliedschaft in einem Kunstverein nach Altersgruppen
Tabelle 136	Mitgliedschaft in einem Kunstverein nach Geschlecht.....
Tabelle 137	Mitgliedschaft in einem Kunstverein nach Bildung
Tabelle 138	Mitgliedschaft in einem Kunstverein nach Berufsbereichen.....
Tabelle 139	Mitgliedschaft in einem Kunstverein nach Herkunft.....
Tabelle 140	Mitgliedschaft bei Freunden der Kunsthalle / Kunstverein / Freundeskreis
Tabelle 141	Häufigkeit der Kunstaussstellungsbesuche.....
Tabelle 142	Personen, die in den letzten 12 Monaten nicht in der Hamburger Kunsthalle waren nach Herkunft
Tabelle 143	Personen, die in den letzten 12 Monaten nicht in der Hamburger Kunsthalle waren nach Alter
Tabelle 144	Erster Kunstaussstellungsbesuch nach Herkunft
Tabelle 145	Erster Kunstaussstellungsbesuch nach Beruf
Tabelle 146	Erster Kunstaussstellungsbesuch nach Bildung.....
Tabelle 147	Erster Kunstaussstellungsbesuch nach Geschlecht.....
Tabelle 148	Erster Kunstaussstellungsbesuch nach Alter
Tabelle 149	Letzter Besuch einer Kunstaussstellung
Tabelle 150	Bewertung des Personals nach Herkunft
Tabelle 151	Bewertung des Personals nach Berufsbereichen
Tabelle 152	Bewertung des Personals nach Bildung
Tabelle 153	Bewertung des Personals nach Geschlecht.....
Tabelle 154	Bewertung des Personals nach Alter

Tabelle 155	Eindruck von den Ausstellungselementen nach Herkunft
Tabelle 156	Eindruck von den Ausstellungselementen nach Beruf.....
Tabelle 157	Eindruck von den Ausstellungselementen nach Bildung
Tabelle 158	Eindruck von den Ausstellungselementen nach Geschlecht
Tabelle 159	Eindruck von den Ausstellungselementen nach Alter
Tabelle 160	TOPS Gesamt
Tabelle 161	TOPS.....
Tabelle 162	Flops: Gesamt
Tabelle 163	Flops.....
Tabelle 164	Wiederholter Ausstellungsbesuch nach Herkunft
Tabelle 165	Wiederholter Ausstellungsbesuch nach Beruf
Tabelle 166	Wiederholter Ausstellungsbesuch nach Bildung
Tabelle 167	Wiederholter Ausstellungsbesuch nach Geschlecht.....
Tabelle 168	Wiederholter Ausstellungsbesuch nach Alter
Tabelle 169	Weiterempfehlung der Ausstellung nach Herkunft
Tabelle 170	Weiterempfehlung der Ausstellung nach Bildung
Tabelle 171	Weiterempfehlung der Ausstellung nach Beruf
Tabelle 172	Weiterempfehlung der Ausstellung nach Geschlecht
Tabelle 173	Weiterempfehlung der Ausstellung nach Alter.....
Tabelle 174	Deskriptive Statistiken.....

Kartenverzeichnis

Karte 1	Definition der Regionen
Karte 2	Kassenzählung: Besucher aus Europa
Karte 3	Besucher nach Bundesländern (Kassenzählung).....
Karte 4	Herkunft der Besucher nach PLZ 5 (Kassenzählung).....
Karte 5	Herkunft der Befragten nach PLZ 5 (Besucherbefragung).....
Karte 6	Herkunft der Befragten nach PLZ 5 (hochgerechnet)
Karte 7	Region „bis 250 km“ - Herkunft der Besucher nach PLZ 5 (Kassenzählung)
Karte 8	Region Hamburg - Herkunft der Besucher nach PLZ 5 (Kassenzählung)
Karte 9	Besucherherkunft und ICE-Streckennetz

1 Das Forschungsprojekt

Mit der Ausstellung **Caspar David Friedrich – Die Erfindung der Romantik** begann eine neue Periode in der Geschichte der Hamburger Kunsthalle unter der Leitung des neuen Direktors Prof. Dr. Hubertus Gassner, der diese Ausstellung vom Folkwang Museum / Essen nach Hamburg gebracht hat. **Caspar David Friedrich – Die Erfindung der Romantik** knöpfte direkt an die Essener Ausstellung an und dauerte vom 7. Oktober 2006 bis zum 28. Januar 2007.

Zum ersten Mal seit dem Bestehen der Hamburger Kunsthalle entschied sich das traditionsreiche Haus eine deutschlandweite Werbekampagne anlässlich der Ausstellung **Caspar David Friedrich - Die Erfindung der Romantik** zu starten. Unterstützt wurde die Ausstellung von E.O.N Hanse damit ein möglichst großes Publikum die Möglichkeit hat, die Werke des Künstlers zu sehen.

Die Unterstützung von E.O.N Hanse ermöglichte die Durchführung des die Ausstellung begleitenden Marktforschungsprojektes, das die Besucherbefragung während der Ausstellungsdauer, Evaluierung der gesammelten Daten und die Analyse der gesamten Daten umfasste.

Ziele des Forschungsprojektes

Der Schwerpunkt des Marktforschungsprojektes liegt bei der Frage: „Ist es der Hamburger Kunsthalle gelungen, mit den verstärkten Marketingmaßnahmen für die Caspar David Friedrich Ausstellung eine hohe Besucherzahl aus unterschiedlichen Herkunftsräumen zu erreichen?“.

Für die Hamburger Kunsthalle war es zudem von Bedeutung zu erfahren, wie das Hamburger Publikum die neue Ausrichtung des Hauses auf große, deutschlandweit beworbene Ausstellung mit Event-Charakter („Blockbusters“) beurteilt.

Damit verbunden war die Erforschung der Primär- und Sekundäreffekte für die Stadt Hamburg und die Region. Dabei stand es im Mittelpunkt die regionalwirtschaftlichen Wirkungen einer solchen „Event-Ausstellung“ zu untersuchen.