

**Besucherbefragung
zur Ausstellung
KLEE IM NORDEN
Endbericht**

Bremen
im Juli 2004

**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 – Konzeption, Datenanalyse, Berichterstellung)

☎ 0421 - 70 43 14

Fax: 0421 - 79 42 633

email: kucharczuk@t-online.de

Prof. Dr. **Peter Schmidt**

Hochschule Bremen

☎ 0421 - 5905-4691

Fax: 0421 - 5905-4862

email: pschmidt@fbw.hs-bremen.de

Datenerhebung in der Kunsthalle Bremen und Dateneingabe:

Alexandra Meyer

Jana Karow

Maria Christiane Schmidt

Sebastian Schranz

Timm Pyttlik

Marko Dargel

Datenerhebung im Sprengel Museum Hannover:

Aldona Kucharczuk

Datenerhebung in der Hamburger Kunsthalle:

Eka Bäblek

Maritta Berlage

Gisela Bialojan

Monika Braun

Hannelore Davidts

Eva Eggert

Anke Fischer-Günther

Ursula Grundt

Marlis Hanisch

Christa Hunekuhl

Gabriele Joachim

Helga Knocke

Rika Linders

Ingrid Lohse

Hanna Schwartz-Uppendieck

Anna von der Wettern

Evelyn Wendt

Ergebnisse in Stichworten

Die hier verwendete Nummerierung bezieht sich auf die des Berichtes. Tiefergehende Informationen und empirische Befunde können den entsprechenden Kapiteln entnommen werden.

1 Ausgangssituation

In dieser Untersuchung werden die Ausstellungen „KLEE IM NORDEN“ untersucht, die in den Kunsthallen von Bremen, Hamburg und Hannover stattfanden. Zunächst wird die Besucherstruktur und -herkunft sowie die daraus resultierenden regionalökonomischen Effekte betrachtet. Anschließend werden einzelne Elemente der Ausstellung sowie der Informations- und Werbemaßnahmen analysiert.

2 Die Besucherbefragung

Die repräsentative Befragung fand verteilt über die Dauer der Ausstellungen statt. Insgesamt besuchten 245.728 Besucher die Ausstellungen in Hannover (90.728), Bremen (über 80.000) und Hamburg (fast 75.000). Mit 651 Besuchern wurden in Hannover 0,8 Prozent der Besucher befragt; mit 673 Besuchern waren es in Bremen ca. 1 Prozent und mit 682 Besuchern in Hamburg 0,9 Prozent. Insgesamt nahmen in den drei Häusern 2006 Besucherinnen und Besucher an der Befragung teil, was einen durchschnittlichen Erfassungsgrad von 0,9 Prozent ergab. Die Stichprobe ist eine repräsentative Zufallsstichprobe.

3 Vorstellung der befragten Besucher

Die demographische Zusammensetzung (Alters- und Geschlechtsverteilung, Bildung) entspricht der bekannten Struktur, dass eher ältere Menschen sowie eher Frauen Kunstausstellungen besuchen und die Mehrzahl der Besucher über einen Hochschulabschluss verfügen. Im Durchschnitt waren gut 63 Pro-

zent der Befragten Frauen; 74 Prozent der Befragten waren über 40 Jahre alt. Die Gruppe der ab 60-jährigen macht den größten Einzelanteil aus, im Durchschnitt waren die Besucher gut 50 Jahre alt, die Damen etwas jünger als die Herren. Das Bildungsniveau der Besucher ist hoch, da mehr als die Hälfte über einen Hochschulabschluss verfügen.

Ein Fünftel der Befragten gaben an, Mitglied eines Kunstvereins zu sein, wobei gut drei Viertel davon nicht dem Verein des besuchten Hauses, sondern andern Kunstvereinen angehörten.

Zusatzfragen in Hannover und Hamburg beleuchten das Lese- und Freizeitverhalten der dortigen Besucher.

Die Kunsthalle Bremen wollte gern mehr über das Leseverhalten und das Modebewusstsein der Besucherinnen erfahren und bat die befragten Damen, einen Zusatzfragebogen zu beantworten.

4 Herkunft der Befragten

Die Sonderausstellungen „KLEE IM NORDEN“ waren nicht nur von der Besucherzahl her ein Erfolg für die Ausstellungskooperation von Bremen, Hamburg und Hannover, sondern leistete einen aktiven Beitrag zur Aufbesserung des Standortimages der Ausstellungsstädte und des Nordens als Kulturregion. **Der überwiegende Teil der Besucher reiste von außerhalb an.**

Kapitel 4 (ab Seite 54) zeigt, dass knapp 30 Prozent der Besucher aus der jeweiligen Stadt der Ausstellung kamen. 17 Prozent reisten aus dem Umland an; mit 39 Prozent der Besucher legte die Mehrzahl einen Weg von bis zu ca. 250 km zurück. Die Gruppe „250 +“, also aus allen anderen Regionen der Bundesrepublik, machten 12 Prozent der Besucher aus und drei Prozent reisten aus dem Ausland an.

5 Regionale Synergieeffekte

71 Prozent der auswärtigen Besucher gaben **die Sonderausstellung als Grund ihres Besuches in der Ausstellungsstadt** an. Damit haben die Ausstellungen „KLEE IM NORDEN“ den Besuch von ca. 115.000 auswärtigen Besuchern in Bremen, Hamburg und Hannover bewirkt.. Das wichtigste **Motiv** des Besuches der Sonderausstellung war für die meisten Befragten ein gemeinsames Kulturerlebnis.

Aufenthaltsdauer und Art der Übernachtung: Besucher, die von außerhalb kamen, blieben im Durchschnitt 1,06 Tage in der besuchten Stadt. Diese geringe Verweildauer resultiert vor allem daraus, dass die überwiegende Mehrzahl der auswärtigen Besucher nicht am Ausstellungsort übernachtete. Diejenigen externen Besucher, die in der Ausstellungsstadt übernachteten, blieben dort im Durchschnitt 2 Tage, bei Übernachtung in der Region waren dies rund 1,3 Tage.

Die **Anreise** der auswärtigen Besucher nach Bremen erfolgte von jeweils 47 Prozent der Befragten mit der Bahn und ebenfalls zu 47 Prozent mit dem Auto. Hannover und auch Bremen wurden stärker mit dem PKW, Hamburg deutlich häufiger mit der Bahn besucht.

Die von der Ausstellung angezogenen auswärtigen Gäste nutzten ihren Bremen-Aufenthalt für diverse **zusätzliche Aktivitäten**, wie Besuche kultureller Einrichtungen und Sehenswürdigkeiten, aber auch für Gastronomie und Einkauf.

Die Ausstellungskooperation KLEE IM NORDEN wurde begleitet durch verschiedene Vorverkauf-Ticketangebote, deren Bekanntheit und Nutzung in Abschnitt 5.7 behandelt werden.

Diese Angebote begünstigten die **Synergieeffekte durch die Kooperation der Ausstellungshäuser**. Eine erstaunlich große Anzahl von Besuchern schaute sich mehrere der Ausstellungen an. So gaben etwa ein Drittel der befragten an,

zwei Ausstellungen gesehen zu haben und rund ein Viertel der Interviewten hatten alle drei Ausstellungen gesehen.

Hochrechnung der regionalökonomischen Auswirkungen

Auf Basis der beschriebenen Synergieeffekte erfolgte eine Hochrechnung der regionalökonomischen Auswirkungen der Ausstellungskooperation KLEE IM NORDEN). Es ergibt sich – abhängig vom unterstellten Tagesausgabensatz – eine Gesamtsumme der durch die Ausstellungskooperation ausgelösten Ausgaben in den drei Ausstellungsorten von zwischen 3,4 und knapp 5 Mio. €.

6 Sponsoring

Das Sponsoring im Kunstbereich wurde von den meisten Befragten als recht und von der Wahrnehmung her als „unauffällig“ eingestuft. Abschnitt 6.3 zeigt die als Sponsoren wahrgenommenen Unternehmen in den unterschiedlichen Standorten.

7 Werbung und ihre Wahrnehmung

Als wichtigsten **Anlass** des Besuches der Sonderausstellung nannten 33 Prozent der Befragten die Berichterstattung in den Medien. Die „persönliche Empfehlung“ wurde, von 26 Prozent der Befragten, als zweitwichtigster Grund genannt. Die Werbemaßnahmen finden sich, mit 22 Prozent, erst an dritter Stelle; bei den freien Antworten überwog an allen Standorten das „Interesse an Klee“. Die Wahrnehmung der **Werbe- und Informationsträger** war durchgehend eher gering, lediglich Plakate und Zeitungsberichte wurden überdurchschnittlich wahrgenommen. Bei der Beurteilung der Werbemaßnahmen werden diese in Abschnitt 7.4 als eher unauffällig mit positiver Wirkung bezeichnet.

8 Beurteilung der Ausstellung durch die Befragten

Bei der Beurteilung der Sonderausstellung wurde sowohl Personal positiv bewertet. Am besten gefielen den Besuchern die Bilder selbst, aber auch die Präsentation der Gesamtausstellung. Negativ fiel vor allem die Überfüllung auf (Menschenmenge, Wartezeit).

Auf dieser Basis war der Gesamteindruck der Ausstellung äußerst positiv, 92 Prozent der Befragten wollten die Ausstellung weiterempfehlen und etwa ein Viertel der Befragten planten, die Ausstellungen erneut zu besuchen.