

**Besucherbefragung
zur Ausstellung
Van Gogh: *Felder*
Endbericht**

Bremen
März 2003

**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>

Auftraggeber:

Kunsthalle Bremen
Regionale Arbeitsgemeinschaft
Bremen Niedersachsen

Projektteam:

Dipl. Betriebswirtin **Aldona Kucharczuk** (Projektleiterin)

☎ 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 und Dateneingabe:

- Iza Kolek
- Karoline Majewski
- Maria Schmidt
- Seda Termeliksetyants

Kartographische Darstellungen in Zusammenarbeit mit:

Dipl. Ing. Raumplanerin **Jutta Schmidt**

GIS.direkt Geoinformationssysteme

☎: 0421 - 22 37 359

Fax: 0421 - 22 37 360

email: Schmidt@GIS-direkt.de



Bremer Institut für empirische
Handels- und Regionalstrukturforschung

Werderstraße 73

28199 Bremen

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

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 wird die Sonderausstellung Van Gogh: *Felder - Das Mohnfeld und der Künstlerstreit* untersucht. Zunächst werden 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 über die gesamte Dauer der Ausstellung statt. Mit 3.019 befragten Besuchern wurde ein Prozent (1,02 %) der 296.879 netto Besucher (322.879 – 26.000 Schüler) Besucher der Ausstellung befragt. Die Stichprobe ist repräsentativ für alle Besucher.

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.

4 Herkunft der Befragten

Die Sonderausstellung Van Gogh: *Felder* war nicht nur von der Besucherzahl her ein sensationeller Erfolg für die Kunsthalle Bremen, sondern leistete einen aktiven Beitrag zur Aufbesserung des Standortimages von Bremen. **Der über-**

wiegende Teil der Besucher reiste von außerhalb Bremens an; nur 16,5 Prozent der Besucher kamen aus Bremen. 13,8 Prozent stammten aus dem Umland, mit 48,9 Prozent der Besucher legte die Mehrzahl einen Weg von bis zu ca. 250 km zurück. Die Gruppe „250 plus“, also aus allen anderen Regionen der Bundesrepublik, machten 17 Prozent der Besucher aus und 3,8 Prozent reisten aus dem Ausland an.

5 Regionale Synergieeffekte

77 Prozent der auswärtigen Besucher gaben **die Sonderausstellung als Grund ihres Besuches in Bremen** an. Damit hat die Kunsthalle den Besuch von über 200.000 auswärtigen Besuchern in Bremen bewirkt.

Das wichtigste **Motiv** des Besuches der Sonderausstellung war ein gemeinsames Kulturerlebnis, vor allem bei älteren Personen, wogegen die jüngeren eher von Neugier getrieben wurden.

Aufenthaltsdauer: Besucher, die von außerhalb Bremens kamen, blieben durchschnittlich 1,5 Tage in der Stadt. Besucher, die nur wegen der Sonderausstellung in die Hansestadt kamen, blieben durchschnittlich 1,18 Tage in Bremen. Für die meisten Besucher (85 Prozent), war der Besuch der Sonderausstellung ein Tagesbesuch. Knapp 21 Prozent der auswärtigen Besucher übernachteten in Bremen, gut 7 Prozent im Bremer Umland.

Die **Anreise** der auswärtigen Besucher nach Bremen erfolgte bei 48 Prozent der Befragten mit der Bahn, die damit das Auto, das von 47 Prozent genutzt wurde, knapp übertreffen konnte.

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.

Auf dieser Basis erfolgte eine erste **Hochrechnung der regionalökonomischen Auswirkungen**¹ der Ausstellung Van Gogh *Felder*. Es ergibt sich – abhängig vom unterstellten Tagesausgabensatz – eine Gesamtsumme der durch die Sonderausstellung ausgelösten Ausgaben im Raum Bremen von zwischen 9,2 und 11,6 Mio. €. Die Abschätzung der fiskalischen Effekte vor dem Bundesstaatlichen Finanzausgleich beträgt rund 1,056 Mio. € für dieses Event. Vor allem führten die dargestellten Umsätze zu einer Erhöhung des Regionaleinkommens. Einschließlich der zusätzlichen Imageeffekte, die nicht quantifiziert werden können, kann davon ausgegangen werden, dass die Ausstellung einen viel größeren Nutzen erbrachte als sie Kosten verursachte.

6 Sponsoring

Sponsoring im Kunstbereich wurde von allen Befragten als recht wichtig und von der Wahrnehmung her als „unauffällig“ eingestuft.

7 Werbung und ihre Wahrnehmung

Als wichtigsten **Anlass** des Besuches der Sonderausstellung nannten 40 Prozent der Befragten die Berichterstattung in den Medien. Die „persönliche Empfehlung“ wurde, von 31 Prozent der Befragten, als zweitwichtigster Grund genannt. Die Werbemaßnahmen finden sich, mit 27 Prozent, erst an dritter Stelle. Die Wahrnehmung der **Werbe- und Informationsträger** war durchgehend eher gering, lediglich Plakate und Zeitungsberichte wurden überdurchschnittlich wahrgenommen.

¹ Quelle: Kucharczuk, A.: Kultur und Standort, Besucherbefragung „Der Blaue Reiter“, 2000

8 Beurteilung der Ausstellung durch die Befragten

Bei der **Beurteilung** der Sonderausstellung wurden alle Ausstellungselemente positiv bewertet, vor allem das kostenlose Begleitheft, aber auch Kurzführer, Artman und die Gestaltung der Räume. Am besten gefielen den Besuchern die Bilder selbst, aber auch die Präsentation der Gesamtausstellung. Negativ fiel vor allem die Überfüllung auf (Menschenmenge, Wartezeit). Der **Gesamteindruck** der Ausstellung war äußerst positiv, 97 Prozent der Befragten wollten die Ausstellung weiterempfehlen.

Inhalt

1	Ausgangssituation	6
2	Methodik der Besucherbefragung	6
2.1	Entwicklung des Fragebogens.....	
2.2	Pretest.....	
2.3	Erhebungsmodus	
2.4	Erfassungsgrad	
2.5	Auswahlverfahren.....	
3	Vorstellung der befragten Besucher	
3.1	Alter und Geschlecht	
3.2	Bildungsstruktur.....	
3.3	Mitgliedschaft in Kunstvereinen	
4	Herkunft der Befragten	
4.1	Herkunft der Besucher und Anteile der Herkunftsregionen	
4.2	Vergleich der Herkunftsstruktur: „Van Gogh: <i>Felder</i> “ – „Der Blaue Reiter“	
4.3	Herkunft der Bremer Besucher	
5	Regionale und fiskalische Synergieeffekte	
5.1	Ist die Sonderausstellung der Grund Ihres Besuches in Bremen?	
5.2	Motive des Besuches der Sonderausstellung	
5.3	Aufenthaltsdauer, Übernachtung und Übernachtungsart	
5.3.1	Aufenthaltsdauer.....	
5.3.2	Übernachtung vs. Tagesbesuch.....	
5.3.3	Übernachtungsart der Besucher.....	
5.3.4	Vergleich der Übernachtungsart – „Van Gogh: <i>Felder</i> “ & „Der Blaue Reiter“	
5.4	Gruppenzugehörigkeit	
5.5	Anreise nach Bremen	
5.6	Zusätzliche Aktivitäten der Besucher	
5.7	Bekanntheitsgrad und Nutzung des <i>Van Gogh Tickets</i>	
5.8	Worpswede	
5.9	Hochrechnung der regionalökonomischen Auswirkungen der Ausstellung „Van Gogh: <i>Felder</i> “	

5.10	Hochrechnung der regionalökonomischen Auswirkungen der Ausstellung "Der Blaue Reiter"
5.11	Fiskalische Effekte der Sonderausstellung „Van Gogh: <i>Felder</i> “
6	Sponsoring
6.1	Bedeutung und Präsenz der Sponsoren
6.2	Empirische Wahrnehmung der Sponsoren
7	Werbung und ihre Wahrnehmung
7.1	Anlass des Besuches
7.2	Erinnerung an Werbemaßnahmen
7.3	Wahrnehmung der Informationsträger
7.4	Beurteilung der Werbemaßnahmen
8	Beurteilung der Ausstellung durch die Befragten
8.1	Beurteilung des Aufsichtspersonals
8.2	Beurteilung der Ausstellungselemente
8.3	Favorites & Losers
8.4	Gesamteindruck
8.5	Weiterempfehlung
9	Anhang
9.1	Definition der Herkunft der Besucher
9.2	Deskriptive Statistiken aller Variablen
9.3	Fragebogen

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1	Befragungsplan
Tabelle 2	Alters und Geschlechtsstruktur – Vergleiche zu anderen Untersuchungen
Tabelle 3	Bildungsstruktur – Vergleiche zu anderen Untersuchungen
Tabelle 4	Herkunft der ausländischen Gäste
Tabelle 5	Herkunftsstruktur – Vergleich „Van Gogh: <i>Felder</i> “ – „Der Blaue Reiter“
Tabelle 6	Herkunft - Vergleiche
Tabelle 7	Motive nach Altersgruppen
Tabelle 8	Übernachtung nach dem Grund des Besuches
Tabelle 9	Anreise nach Bremen nach der Herkunft
Tabelle 10	Sonstige Aktivitäten der Besucher
Tabelle 11	Nutzung des <i>Van Gogh Tickets</i> für Busse und Bahnen
Tabelle 12	Kenntnis des Worpsweder Angebotes nach Herkunft
Tabelle 13	Nutzung des Worpsweder Angebotes
Tabelle 14	Schätzungen der Tagesausgaben
Tabelle 15	Tagesgäste
Tabelle 16	Übernachtungsgäste in Hotels
Tabelle 17	Übernachtung bei Freunden, Familie und sonstiges
Tabelle 18	Ausgaben der Besucher – Zusammenfassung
Tabelle 19	Ausgaben der Besucher: „Der Blaue Reiter“ – Zusammenfassung
Tabelle 20	Sponsoring im Kunstbereich und dessen Wahrnehmung
Tabelle 21	Sponsorenwahrnehmung
Tabelle 22	Erinnerung an die Werbemaßnahmen
Tabelle 23	Ausstellungsinhalte, die am meisten gefielen
Tabelle 24	Ausstellungsinhalte, die am wenigsten gefielen
Tabelle 25	Gesamteindruck nach Geschlecht und Altersgruppen
Tabelle 26	Deskriptive Statistiken aller Variablen

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1	Grundriss der Sonderausstellung
Abbildung 2	Befragte Personen nach Altersgruppen.....
Abbildung 3	Befragte Personen nach Alter und Geschlecht.....
Abbildung 4	Bildungsabschlüsse nach Geschlecht
Abbildung 5	Herkunft der Befragten
Abbildung 6	Herkunft der Besucher – Vergleich
Abbildung 7	Sonderausstellung als Grund des Besuches in Bremen nach Herkunft
Abbildung 8	Motive des Besuches der Sonderausstellung.....
Abbildung 9	Übernachtung der Besucher.....
Abbildung 10	Übernachtungsart der Besucher.....
Abbildung 11	Anreise nach Bremen
Abbildung 12	Anreise nach Bremen nach Herkunft.....
Abbildung 13	Zusätzliche Aktivitäten.....
Abbildung 14	Zusätzliche Aktivitäten.....
Abbildung 15	Anlass die Ausstellung zu besuchen
Abbildung 16	Anlass des Besuches nach Herkunft.....
Abbildung 17	Anlass des Besuches
Abbildung 18	Erinnerung an Werbemaßnahmen
Abbildung 19	Wahrnehmung der Informationsträger durch die Befragten
Abbildung 20	Wahrnehmung der Informationsträger durch die Befragten nach Herkunftsregion.....
Abbildung 21	Bewertung des Personals.....
Abbildung 22	Ausstellungselemente: hilfreich / nicht hilfreich
Abbildung 23	Gesamteindruck
Abbildung 24	Weiterempfehlung nach Geschlecht und Herkunft

Verzeichnis der Karten

Karte 1	Herkunft der Befragten - deutschlandweit
Karte 2	Anzahl der Bremer Besucher nach zweistellige Postleitregionen.....
Karte 3	Schätzung des Anteiles der Einwohner der Bremer Postleitregionen, die die Sonderausstellung besuchten
Karte 4	Durchschnittliche Besuchsdauer
Karte 5	Besuchsdauer und Übernachtungen
Karte 6	Übernachtungen im Bremer Umland
Karte 7	Anreise mit der Bahn – Anteile nach Herkunft
Karte 8	Anteil der Besucher, die auf Anlass der Werbemaßnahmen zur Sonderausstellung anreisten.....
Karte 9	Anteil der Besucher, die auf Anlass persönlicher Empfehlung zur Sonderausstellung kamen
Karte 10	Herkunft der Befragten - Abgrenzung der Kategorien nach zweistelligen Postleitzahlengebieten

1 Ausgangssituation

Die hier beschriebene Besucherbefragung wurde im Rahmen des Projektes „Regionalökonomische Effekte von Kunstausstellungen für eine Stadt-Umland-Region am Beispiel der Ausstellung Van Gogh: *Felder*“ im Auftrag der Kunsthalle Bremen und der RAG Bremen/Niedersachsen durchgeführt. Die Untersuchung zu der Sonderausstellung **Van Gogh: Felder - Das Mohnfeld und der Künstlerstreit**, die vom 19.10.2002 bis zum 26.01.2003 in der Kunsthalle Bremen stattfand - in Kooperation mit dem Künstlerdorf Worpswede - sollte sich mit der Erforschung der wirtschaftlichen Primär- und Sekundäreffekte für die Stadt Bremen und die Region Bremen-Niedersachsen befassen. Dabei stand im Mittelpunkt, die regionalwirtschaftlichen Auswirkungen und Synergieeffekte einer solchen Kooperation zu untersuchen. Weiterhin wurden die Themenfelder Marketing, Sponsoring sowie die Serviceleistungen der Kunsthalle und die Zufriedenheit der Besucher betrachtet.

Den hier vorliegenden Ergebnissen liegen die Antworten von 3.019 befragten Besuchern zugrunde, die als repräsentativ für die Gesamtzahl der Besucher der Sonderausstellung gelten können.

2 Methodik der Besucherbefragung²

Dieser Endbericht basiert auf allen erhobenen Daten und dem „Zwischenbericht zum Ausstellungsende“, der im Januar 2003 der Kunsthalle vorgelegt wurde. Es konnten alle Plausibilitätsprüfungen und Bereinigungen der Daten vorgenommen werden. Für Hinweise auf eventuelle Fehler und Unstimmigkeiten ist das Projektteam allerdings dankbar.

² In Anlehnung an: Kucharczuk, A., „Kultur und Standort“ – Besucherbefragung „Der Blaue Reiter“, 2000; Klein, H.-J., „Der gläserne Besucher“, 1990; Schumann, S., „Repräsentative Umfrage“, 1997