

TARGETREPORT

KULMON

System für Besucher-Monitoring an tourismusaffinen Berliner Kultur- institutionen

Projektbeschreibung und
ausgewählte Ergebnisse für Berlin

Jahr 2019

Ein Bericht der
TARGET GROUP GmbH, Dormitz
Juli 2020

TARGETCONTENTS

1. Ausgangslage	2
2. Historische Entwicklung	3
3. Aktuelles Projekt.....	5
4. Erhebungen und Erhebungsinstrumentarium.....	7
4.1 Erhebungsinstrument.....	7
4.2 Vorgehensweise bei der Befragung	8
4.3 Stichprobengröße / Quotenplan	8
4.4 Datenhaltung	11
4.5 Auswertung.....	11
5. Ausgewählte Ergebnisse	12
5.1 Vorgehensweise / Datengrundlage	12
5.2 Ergebnisse für das Jahr 2019.....	12
5.2.1 Besucherstruktur Sparten-Vergleich.....	12
5.2.2 Kommunikation - Sparten-Vergleich.....	21
5.2.3 Besuch weiterer Kultureinrichtungen - Sparten-Vergleich.....	23
5.2.4 Tourismusfragen Sparten-Vergleich.....	27

1. Ausgangslage

Für die Berliner Kultureinrichtungen sind durch die demographische Entwicklung der Gesellschaft sowie immer größerer Unkalkulierbarkeit nachwachsender Nutzergruppen tiefgreifende Veränderungen der Besucherstrukturen zu erwarten. Ziel der Berliner Kultureinrichtungen ist es gleichzeitig, neue Besuchergruppen zu gewinnen und die Bindung zu bestehenden Besuchern zu vertiefen.

Für viele Kultureinrichtungen und Unternehmen sind Touristen von zunehmender Bedeutung bei der Erschließung neuer Zielgruppen. Spezifische Marketingmaßnahmen zur Erschließung und Pflege touristischer Zielgruppen nehmen daher einen immer größeren Stellenwert ein.

Grundlage für diese Strategien ist eine genaue Kenntnis der Besucherstruktur, die Fähigkeit, die Veränderungen der Besucherstruktur im Zeitverlauf zu verfolgen sowie eine profunde Kenntnis der Motive der Besucher, ihrer Zufriedenheit mit dem Angebot der besuchten Kultureinrichtungen sowie der Wege, auf welchen die Besucher sich vorab informieren und ihre Tickets erwerben.

Aus diesem Grund beschloss die Berlin Tourismus & Kongress GmbH gemeinsam mit der Senatsverwaltung für Kultur und Wissenschaft sowie großen Berliner Kultureinrichtungen die Einführung eines kontinuierlichen und einheitlichen Besucher-Monitorings. Mit der Einführung dieses Besucher-Monitorings sollten folgende positive Effekte realisiert werden:

- Zusätzliche Informationen für segmentspezifische Marketingmaßnahmen
- Identifikation von Verbesserungsmöglichkeiten im operativen Bereich
- Identifikation von Ansatzpunkten für strategische Allianzen zwischen Kultureinrichtungen
- Bessere Kenntnis über Herkunft, Struktur, Verhalten und Präferenzen touristischer Besucher Berliner Kultureinrichtungen und -unternehmen
- Strategische Ausrichtung von tourismusorientierten Marketingmaßnahmen, sowohl auf der Ebene Berlins insgesamt als auch auf der Ebene der Einrichtungen und Unternehmen
- Gesamtüberblick über den Berliner Kulturmarkt auf vergleichbarem Qualitätsniveau und mit vergleichbarer Aktualität und Aussagekraft.
- Zusätzliche Legitimation der Kultureinrichtungen gegenüber Fördergebern
- Gesteigerte Glaubwürdigkeit und Akzeptanz gegenüber Sponsoren

2. Historische Entwicklung

Das Besucher-Monitoring wurde zunächst ab 2008 in einer Pilotphase in sieben Berliner Kultur-einrichtungen und Unternehmen mit hoher touristischer Relevanz implementiert

Nach Durchführung der Erprobungsphase in 2008 und dem ersten Jahr „Echtzeitbetrieb“ in 2009 konnten in den Folgejahren bis 2011 neue teilnehmende Einrichtungen gewonnen werden. Im Rahmen dieser Erweiterung des Teilnehmerkreises wurde auch die Struktur der Teilnehmer modifiziert: Unterhalb der *Branche* wurde als weitere Aggregationsebene die *Sparte* eingeführt. Konkret bedeutet dies, unterhalb der Branche „Bühnen“ wurden die Sparten

- Oper / Ballett / Tanztheateraufführungen
- Orchester
- Sprechtheater

eingeführt, unterhalb der Branche „Museen“ die Sparten

- Museen und
- Gedenkstätten.

Dies erhöht für die beteiligten Einrichtungen die Möglichkeit, sich mit ähnlichen Einrichtungen zu vergleichen (Oper mit allen Opern, Sprechtheater mit allen Sprechtheatern, usw.).

Mit Abschluss des Jahres 2012 wurden die Erhebungen zunächst eingestellt, da die ursprüngliche Projektlaufzeit beendet war. Zum Zwecke der Weiterführung wurde das KULMON-Projekt erneut ausgeschrieben und im Jahr 2014 wieder aufgenommen. Dabei wurde besonders auf ein flexibleres Angebot mit unterschiedlichen Stichprobengrößen sowie v.a. einer breiten thematischen Öffnung Wert gelegt. Es war nun möglich, dass Einrichtungen aus den unterschiedlichsten kulturellen Wirkungsbereichen in das System Eingang finden, auch wenn diese nicht einer bereits bestehenden Branche/Sparte zuzuordnen sind.

Für das Jahr 2015 und die Folgejahre bis 2018 konnten neben den im Jahr 2014 beteiligten Einrichtungen weitere Teilnehmer für das Projekt gewonnen werden (Aufnahme teilweise im Jahresverlauf).

Hierfür wurden zwei neue Branchen geschaffen: Die Festivals/Sonderveranstaltungen, mit Befragungen bei mehreren Einzelveranstaltungen sowie die Freizeitzentren, welche die Befragungen in Eigenregie durchführen. Damit wurde erstmals die neue flexiblere Ausdifferenzierungsmöglichkeit des Systems genutzt.

Mitte 2018 endete die Projektlaufzeit dieser Ausschreibung und für die Wiederaufnahme ab Mitte/Ende2018 war ein Relaunch des Systems vorgesehen, welcher vor allem die Struktur des Fragenportfolios grundlegend neu gestalten sollte.

3. Aktuelles Projekt

Ziel der Neuauflage des Besuchermonitorings im Jahr 2018 war es, neben einem Set an festen Kernfragen, die für alle Teilnehmer verpflichtend zu stellen sind, einen sehr umfangreichen und kontinuierlich anwachsenden Katalog an Zusatzfragen zu entwickeln. Aus diesem Katalog können Teilnehmer bis zu einer Obergrenze an Fragen frei auswählen, welche Fragestellungen in ihren Häusern abgefragt werden sollen.

Des Weiteren wurden unterschiedliche Stichprobengrößen sowie flexible Einstiegszeitpunkte angeboten.

Auch durch diese deutliche Attraktivierung konnten in 2018 bzw. im Verlauf des Jahres 2019 zahlreiche Einrichtungen in Berlin für das Projekt gewonnen werden. Dies waren:

Sparte Museen:

- Gropius Bau
- Berlinische Galerie
- Bröhan-Museum
- Brücke Museum
- Deutsche Kinemathek
- Deutsches Technik Museum Berlin
- Domäne Dahlem
- Futurium
- Gemäldegalerie
- Georg-Kolbe-Museum
- Hamburger Bahnhof
- Käthe Kollwitz Museum
- Kunsthaus Dahlem
- Kunst-Werke Berlin
- Museum der Dinge
- Neues Museum
- Pergamonmuseum
- Schwules Museum

Sparte Gedenkstätten:

- Berliner Mauer
- Gedenkstätte Berlin-Hohenschönhausen
- Haus der Wannseekonferenz
- Topographie des Terrors

Sparte Oper, Ballett, Tanztheateraufführungen:

- Deutsche Oper
- Friedrichstadtpalast
- Komische Oper
- Staatsballett
- Staatsoper

Sparte Sprechtheater:

- Berliner Ensemble
- Deutsches Theater
- Komödie am Kudamm (im Schillertheater)
- Maxim Gorki Theater

Sparte Festivals/Sonderveranstaltung:

- Berlin Art Week
- Berlin Atonal
- Berliner Festspiele
- CTM
- Performing Arts Festival Berlin
- Tanzkomplizen

Durch die sehr umfangreiche Weiterentwicklung konnten die ersten Befragungen jedoch erst zu Beginn des Jahres 2019 gestartet werden.

4. Erhebungen und Erhebungsinstrumentarium

4.1 Erhebungsinstrument

Als Erhebungsinstrument für das Besucher-Monitoring wird ein modularer Fragebogen eingesetzt. Dieser Fragebogen setzt sich aus den beiden folgenden Bereichen zusammen:

- Kernfragen
- Zusatzfragen

Bei den Kernfragen handelt es sich um einen Satz von Fragen, der in allen teilnehmenden Einrichtungen erhoben wird. Dies sind im Wesentlichen Fragen zu Besuchshäufigkeit, zu Nutzung weiterer kultureller Angebote, zu Lebensstilen, zu Struktur der Besucher (Alter, Geschlecht, Herkunft) sowie einige touristische Fragestellungen.

Neben den Kernfragen bietet der Fragebogenkatalog Zusatzfragen, die sich mit dem konkreten Besuch befassen, sowie zu den Themen Kartenverkauf, Kommunikation, Motivation und Bewertung/Zufriedenheit mit dem Angebot.

Dieser Katalog wächst kontinuierlich an, denn die Inhalte der Fragen werden von den (neu hinzukommenden) Einrichtungen eingebracht. Die Verabschiedung von neuen Fragestellungen erfolgt im Rahmen der Lenkungsrounds.

Der je Einrichtung zusammengestellte Gesamtfragebogen aus Kernfragen und Zusatzfragen wird auf die spezifischen Bedürfnisse der jeweiligen Einrichtung angepasst (Wording, spezielle Websites, Angebot etc.).

Alle Fragebogen kommen in deutscher und englischer Sprache zum Einsatz:

4.2 Vorgehensweise bei der Befragung

Die Interviews werden als persönliche Befragung „face-to-face“ durchgeführt. Der Vorteil dieser Variante ist der, dass die Befragung „face-to-face“ zu höherer Qualität führt, da der Interviewer bei jeder Frage sofort bei Missverständnissen helfend eingreifen kann. Außerdem ist diese Vorgehensweise für den Befragten komfortabler.

TARGETGROUP hat für solche Befragungen das System CAMI (Computer Assisted Mobile Interviewing) entwickelt. Die Datenerfassung erfolgt mit einem Handheld-Geräten (Tablet oder Smartphone mit extra großem Display).

Zusammengefasst hat diese Methode folgende Vorteile:

- professionelleres Erscheinungsbild der Einrichtung /des Unternehmens
- Kostenneutralität gegenüber Selbstausfüllern
- höhere Qualität durch Befragung durch Interviewer
- Fehlerreduktion durch Vermeidung von Datenerfassung
- schnelle Datenverfügbarkeit
- flexible Anwendung und die Möglichkeit der kurzfristigen Fragebogenänderung.

Der Fragebogen ist in deutscher und englischer Sprache auf dem Smartphone hinterlegt. Für die Befragung werden Interviewer eingesetzt, die sowohl deutsche als auch englische Befragungen durchführen können.

4.3 Stichprobengröße / Quotenplan

Die Gesamtstichprobe pro Einrichtung wird auf jährlich sechs Zweimonatstranchen aufgeteilt. Die Größe der Teilstichproben je Tranche beträgt (in der Regel¹) etwa ein Sechstel der Jahresanzahl an Interviews. Innerhalb der Tranche werden die Befragungen ungefähr gleich auf beide Monate verteilt.

¹ Bei den Bühnen ist aufgrund der Spielpause im Sommer eine ungleiche Verteilung notwendig. Die im Sommer ausfallenden Interviews werden in den restlichen Monaten des Jahres vorgezogen bzw. nachgeholt.

Wie erwähnt können verschiedene Stichprobenumfänge gewählt werden. Je nach Größe der Einrichtung (Besucherzahlen) existiert eine Empfehlung für die zu wählende Stichprobengröße. Folgende Varianten werden angeboten:

- Monitoring 50: 50 Befragungen pro Tranche/ 300 pro Jahr
- Monitoring 100: 100 Befragungen pro Tranche/ 600 pro Jahr
- Monitoring 200: 200 Befragungen pro Tranche/ 1.200 pro Jahr
- Monitoring 400: 400 Befragungen pro Tranche/ 2.400 pro Jahr
- Monitoring 500: 500 Befragungen pro Tranche/ 3.000 pro Jahr

In Ausnahmefällen sind auch Zwischengrößen möglich.

Die hier dargestellten Stichprobengrößen beziehen sich auf ein Jahr (12 Monate), zumeist wird mit den Befragungen jedoch unterjährig begonnen. Die in den nachfolgenden Auswertungen dargestellten Ergebnisse basieren somit immer auf den Erhebungen ab Startzeitpunkt eines Hauses bis Jahresende 2019.

Pro Besuchstermin wird eine Zahl von ca. 20 Befragungen angestrebt. Für die ursprüngliche KulMon-Standardvariante Monitoring 400 bedeutet dies, dass pro Tranche etwa 20 Befragungstage vorgesehen sind.

Durch die (in der Regel) kontinuierliche Befragung sowie die (bei größeren Stichprobenvarianten) hohe Anzahl an Befragungstagen wird ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit erreicht. Allerdings werden normalerweise nur Individualbesucher befragt, bzw. Personen die in den Häusern als solche auftreten. Somit werden Gruppen wie Schulklassen nur bedingt berücksichtigt. Außerdem werden keine Kinder unter zehn Jahren befragt, zwischen zehn und 16 Jahre erfolgt eine eventuelle Befragung im Beisein der Eltern/Begleitperson. Davon abgesehen erfolgt jedoch eine rein zufällige Auswahl der Befragten.

Bei den Bühnen und Festivals/Sonderveranstaltungen werden die Besucher vor der Veranstaltung sowie in der/den Pause/n und teilweise auch nach Abschluss der Veranstaltung befragt, wenn dies möglich ist. Hier ist die zur Verfügung stehende Zeit sehr kurz, daher werden pro Einsatztag meist mehrere Interviewer eingesetzt.

Bei den Museen und Gedenkstätten werden die Besucher je nach örtlicher Gegebenheit im Ausgangsbereich bzw. beim Verlassen der Ausstellungen befragt, hier kommt pro Befragungstag in der Regel ein Interviewer zum Einsatz.

Die Orte, an denen innerhalb der Einrichtung befragt werden soll, werden mit den Einrichtungen abgestimmt.

4.4 Datenhaltung

Durch die Realisierung der Studie als persönliche Befragung unter Einsatz des **target** CAMI-Systems entfällt die Dateneingabe. Stattdessen werden die Daten automatisch an einen Server der **TARGETGROUP** gesendet und von dort aus direkt in die Datenbank eingestellt.

4.5 Auswertung

Alle Daten, die in die Datenbank eingestellt werden, können mithilfe der Online-Oberfläche des anytab®-Systems der **TARGETGROUP** ausgewertet werden.

In diesem System existieren sowohl fest eingestellte Standardauswertungen als auch individuelle Auswertungen, die mit wenigen Mausklicks abgerufen werden können. Dabei ist sowohl die Erstellung von Tabellen mit Absolut-, Prozent- und Mittelwerten, als auch die sofortige grafische Darstellung der Ergebnisse möglich.

Alle Rohdatensätze können in verschiedenen Formaten (Excel, CSV, SPSS) exportiert und weiterbearbeitet werden.

Außerdem wird als weitere Auswertungsmöglichkeit ein Dashboard entwickelt.

5. Ausgewählte Ergebnisse

5.1 Vorgehensweise / Datengrundlage

Der vorliegende Ergebnisbericht basiert auf allen Befragungen des Jahres 2019, insgesamt wurden in diesem Jahr 19.029 Interviews durchgeführt. Es werden die für alle Einrichtungen identisch erhobenen Fragen (Kernfragen) dargestellt, mit Ausnahme der Abfragen zu den Lebensstilen, da diese erst nach der Überführung in eine Lebensführungstypologie nutzbare Erkenntnisse zeigen. Ein Jahresvergleich zu den Ergebnissen vor 2019 wird nicht hergestellt, da es zum Relaunch im Jahr 2018 erhebliche Veränderungen gab. Gegebenenfalls könnten mit dem Abschluss des Jahres 2020 die ersten Jahresvergleiche (2019-2020) vorgenommen werden.

5.2 Ergebnisse für das Jahr 2019

5.2.1 Besucherstruktur Sparten-Vergleich

Insgesamt sind unter den befragten Besuchern der in die Studie einbezogenen Berliner Einrichtungen mit 53% mehr Frauen als Männer. Dies ist besonders auffällig bei der Sparte Oper, Ballett und Tanztheater (60%), den Sprechtheatern (58%) und den Festivals/Sonderveranstaltungen (57%). Bei den Museen und Gedenkstätten ist das Geschlechterverhältnis fast ausgeglichen. (vgl. Abb. 1).

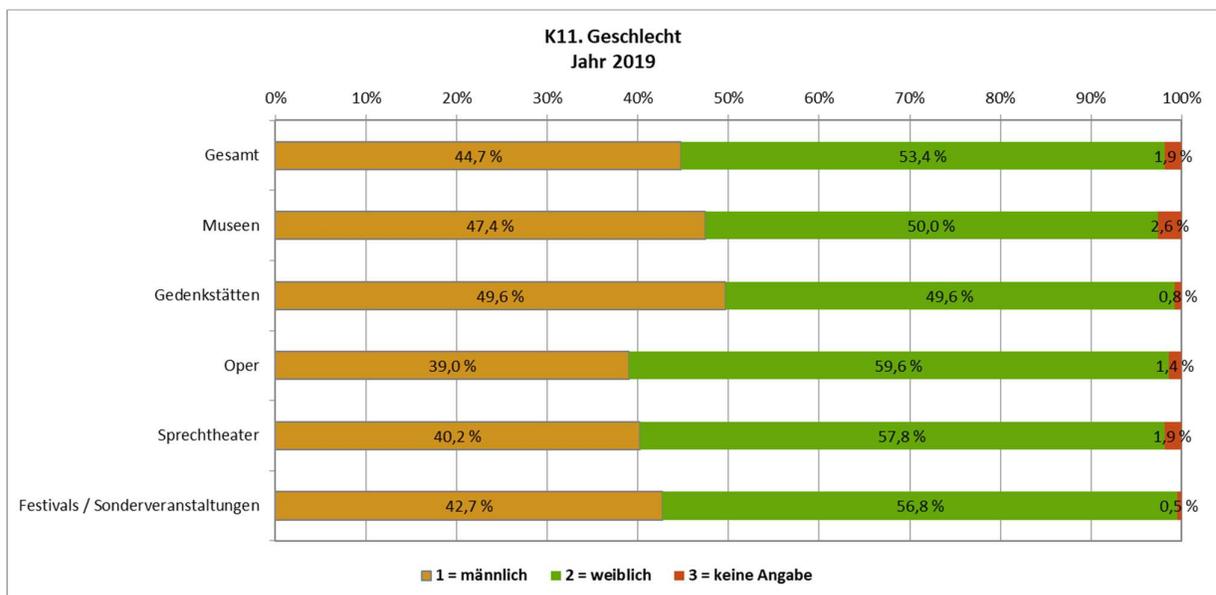


Abb. 1

Hinsichtlich des Alters zeichnen sich bei den beteiligten Einrichtungen ebenfalls Unterschiede ab: Der Altersdurchschnitt der befragten Besucher aller einbezogenen Einrichtungen liegt bei ca. 48 Jahren. Am jüngsten sind die befragten Besucher der Gedenkstätten, hier ergibt sich ein Durchschnittsalter von 44 Jahren. Die befragten Besucher der Festivals/Sonderveranstaltungen haben einen Altersdurchschnitt von 45 Jahren. Am ältesten sind die Besucher der Sparte Oper, Ballett, Tanztheater mit 53 Jahren. Ebenfalls ein überdurchschnittliches Alter weisen mit 51 Jahren die Besucher der Sprechtheater auf. Mit 47 Jahren erreichen die Museen etwa den Durchschnitt aller Befragten (vgl. Abb. 2).

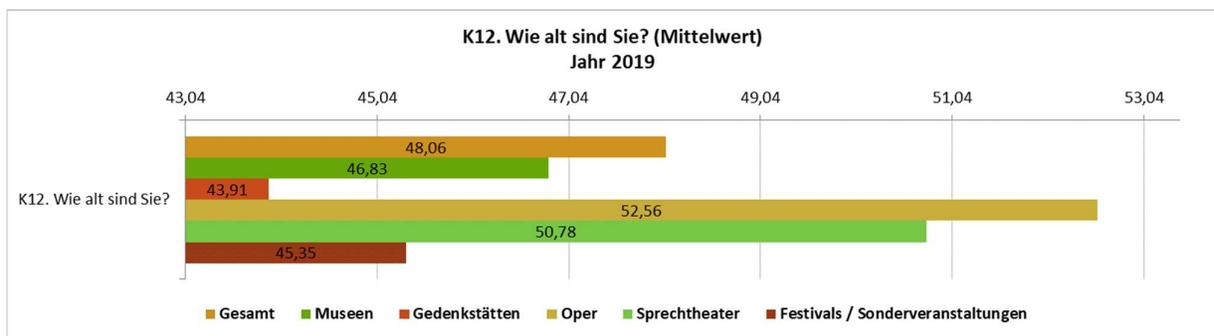


Abb. 2

Betrachtet man die einzelnen Altersgruppen, so erklären sich diese Unterschiede beim Durchschnittsalter zum einen dadurch, dass bei den Gedenkstätten die Gruppe der bis 19jährigen (5%) und vor allem die Gruppe der 20-29jährigen (20%) überdurchschnittlich vertreten ist, umgekehrt sind bei den Bühnen (außer Festivals/Sonderveranstaltungen) die älteren Altersgruppen stärker vertreten. So sind bei den Besuchern der Sparte Oper, Ballett, Tanztheater immerhin 20% der Befragten über 70 Jahre alt. Bei den Festivals/Sonderveranstaltungen fällt auf, dass fast die Hälfte der Besucher aus dem mittleren Alterssegment (30-49 Jahre) kommt, dieser Wert ist deutlich höher, als bei allen anderen Sparten (vgl. Abb. 3).

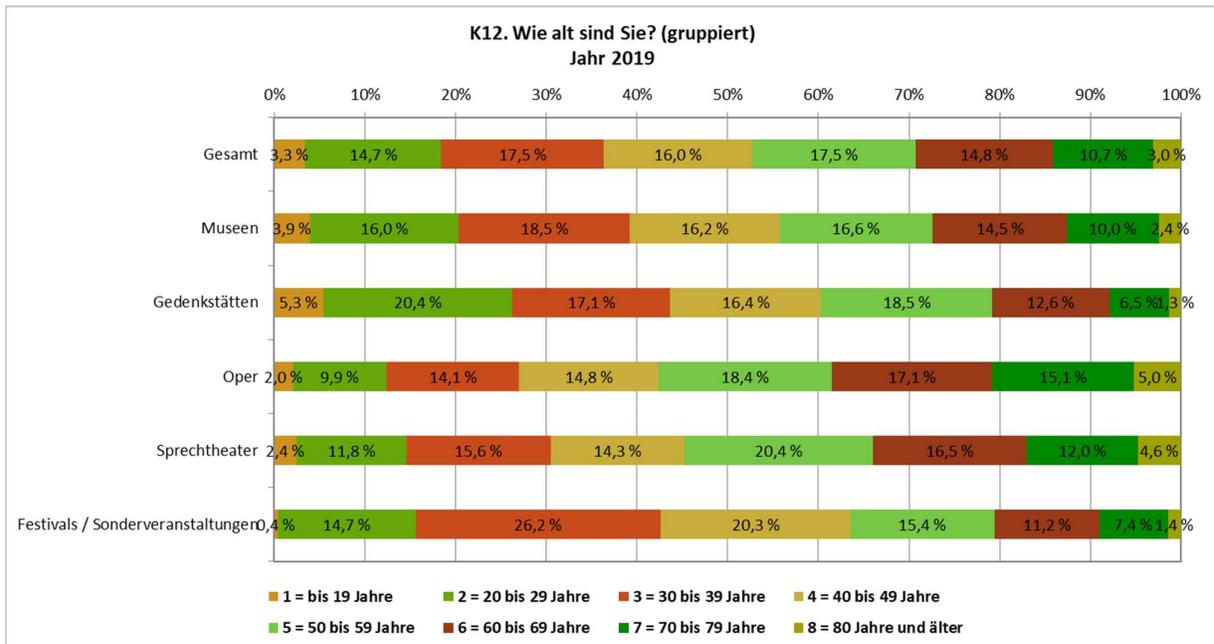


Abb. 3

Dabei muss unbedingt berücksichtigt werden, dass die Befragungen nur unter Individualbesuchern durchgeführt worden sind. Die Altersgruppe der unter 19-jährigen wäre unter Einbeziehung der Schulklassen um einiges höher als angegeben. Außerdem ist zu berücksichtigen, dass bei den Bühnen soziodemographische Daten der Besucher der Vorstellungen speziell für Kinder und Familien (z.B. Kinderoper) noch nicht erhoben worden sind. Auffällig ist dennoch ein hoher Anteil an unter 30-jährigen bei den Gedenkstätten. Vermutlich sind hier auch teilweise Besucher im Rahmen von Schulausflügen enthalten, welche sich auf dem Gelände aber individuell bewegen und damit als Einzelbesucher auftreten.

Große Unterschiede zeigen sich auch was die Herkunft der befragten Besucher anbelangt: So stammt bei den einbezogenen Bühnen die Mehrheit der Besucher aus Berlin (Sprechtheater: 73%, Festivals/Sonderveranstaltungen: 72%, Oper/ Ballett/ Tanztheater: 67%). Bei den beteiligten Museen haben die Berliner dagegen nur einen Anteil von etwa 32% und bei den beteiligten Gedenkstätten sogar nur von 15% (vgl. Abb. 4).

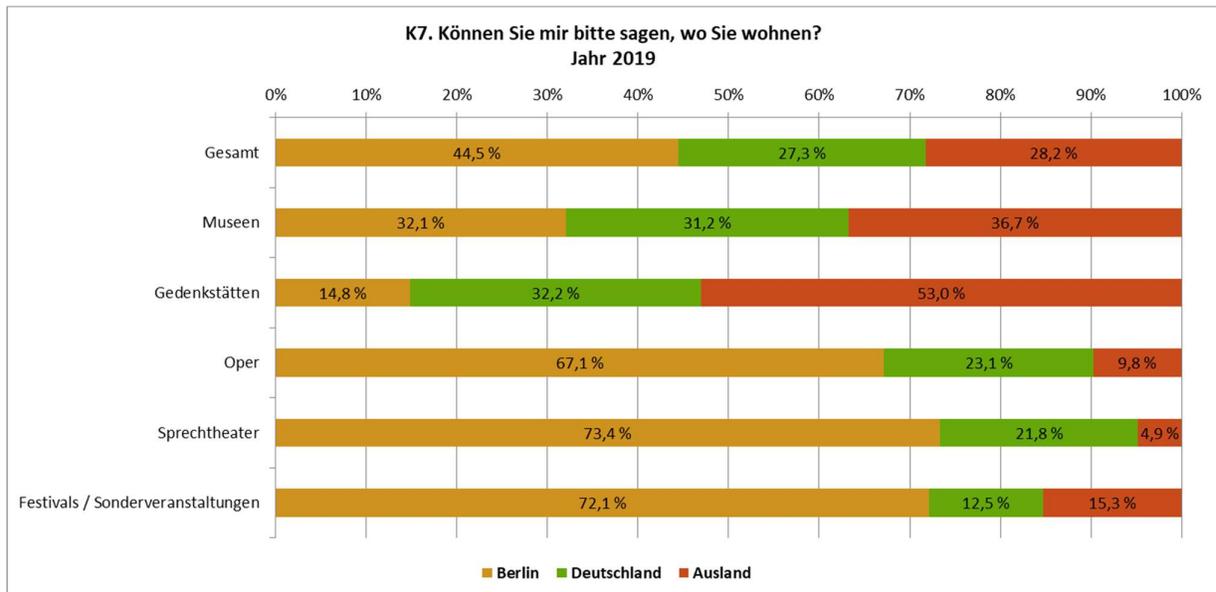


Abb. 4

Umgekehrt ist der Anteil der befragten Besucher aus dem Ausland in den Gedenkstätten mit 53% deutlich überrepräsentiert und auch bei den Museen wohnen 37% der Befragten nicht in Deutschland. Offenbar haben die historisch bedeutsamen Gedenkstätten eine hohe Anziehungskraft auf ausländische Besucher.

In der Sparte Festivals/Sonderveranstaltungen beträgt der Anteil der befragten Besucher aus dem Ausland dagegen nur 15%, bei Oper/Ballett/Tanztheater nur 9% und bei den Sprechtheatern nur 5%. Dieser niedrige Anteil an Ausländern bei den Bühnen erklärt sich teilweise auch durch die oft vorhandene Sprachbarriere, insbesondere bei den Sprechtheatern.

Unterschiede zwischen den beteiligten Bühnen und Museen/ Gedenkstätten zeigen sich auch in Bezug auf die Anzahl der Besuche: So geben ca. 66% der befragten Museumsbesucher und sogar 80% der Gedenkstättenbesucher an, dass dies ihr erster Besuch in diesem Museum/dieser Gedenkstätte ist. Bei den Sprechtheatern beträgt der Anteil der Erstbesucher 29%, in der Sparte Oper/Ballett/Tanztheater 31% und bei den Festivals/Sonderveranstaltungen 47%. Diese Auffälligkeit ist darauf zurückzuführen, dass Wiederholungsbesuche bei Bühnen durch wechselnde Programme und unterschiedliche Aufführungen attraktiv sind, während dies bei den Museen und vor allem den Gedenkstätten nur in begrenzterem Umfang der Fall ist. Zwar gibt es auch

hier wechselnde Ausstellungen, die Dauerausstellung bleibt jedoch in der Regel weitestgehend unverändert (vgl. Abb. 5).

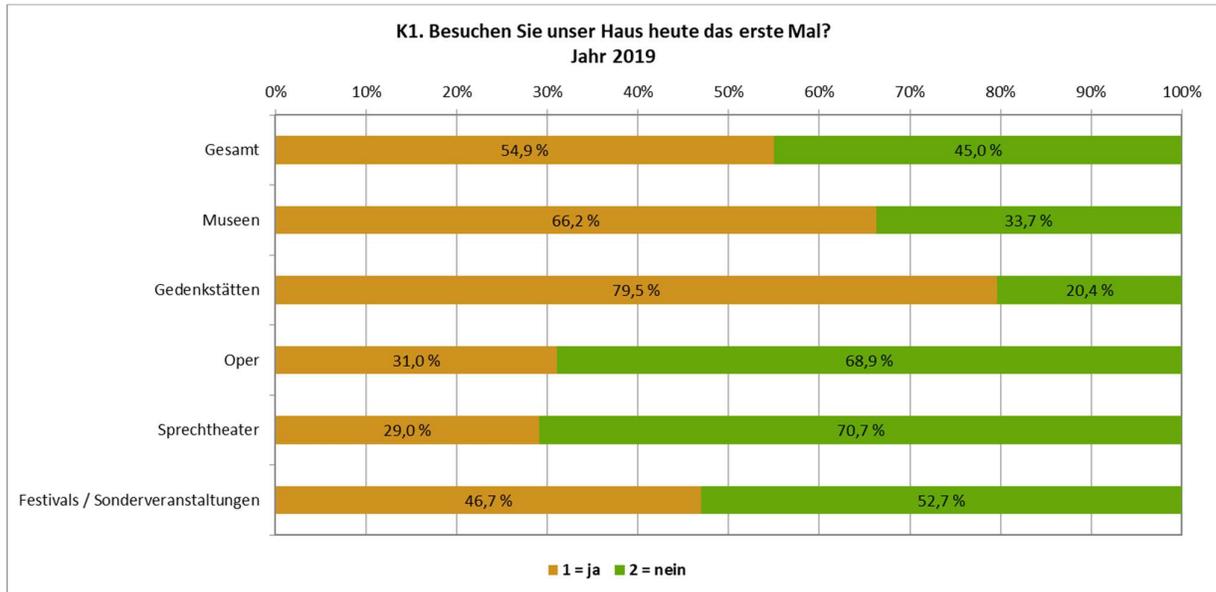


Abb. 5

Auch die Anzahl der Besuche pro Jahr bei denjenigen, die nicht zum ersten Mal die Einrichtung besuchten, ist branchentypisch unterschiedlich: So geben bei den einbezogenen Museen 43% und bei den Gedenkstätten sogar 59% der befragten Besucher an, seltener als einmal pro Jahr die Einrichtung zu besuchen. Bei der Sparte Oper/Ballett/Tanztheater liegt dieser Wert nur bei 21% und bei den Sprechtheatern sogar nur bei 16%. Hier sind umgekehrt die höchsten Werte für 2-3 Besuche pro Jahr festzustellen (Oper/Ballett/Tanztheater: 28%, Sprechtheater: 31%) (vgl. Abb. 6).

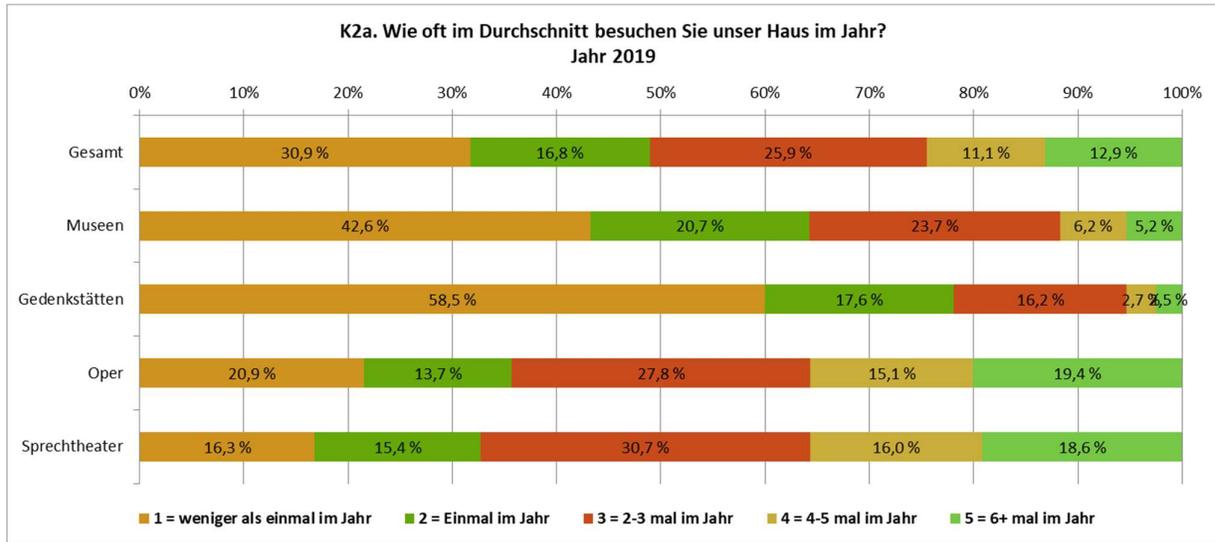


Abb. 6

Auch hier ist der Grund für die großen Unterschiede zwischen Bühnen/Veranstaltungen und Museen/Gedenkstätten in dem häufiger wechselnden Angebot der Bühnen zu suchen.

Für die Sparte Festivals/Sonderveranstaltungen kann die Besuchshäufigkeit nicht auf ein Jahr bezogen werden. Hier wird gefragt, wie viele Ausgaben dieser Veranstaltung der Besucher in der Vergangenheit bereits besucht hatte.

Hier geben immerhin 26% der Besucher an, bereits sechs oder mehr Ausgaben des Festivals besucht zu haben. Die zweitmeisten Personen (23%) geben zwei Besuche an (vgl. Abb. 7).

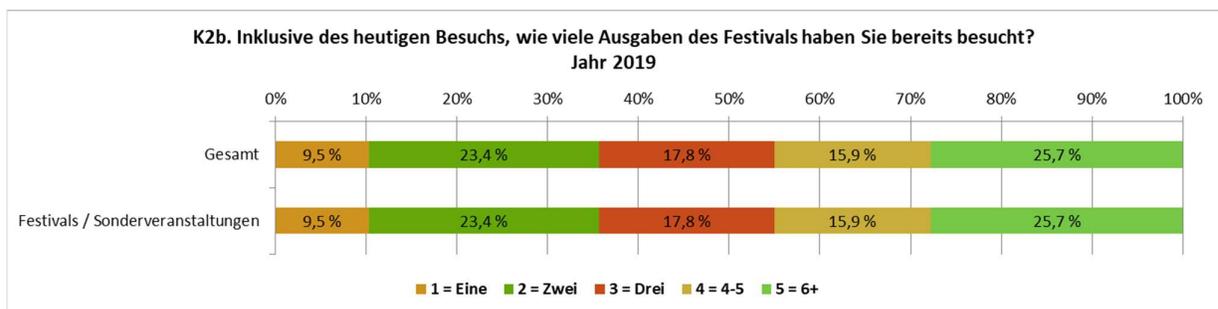


Abb. 7

Im Rahmen des Projektes wird auch die Frage nach einem evtl. Migrationshintergrund des Befragten erforscht. Die Abfrage richtet sich dabei nur an Befragte mit Wohnort Berlin bzw. Deutschland.

Dabei zeigen sich über die in das KULMON-Projekt einbezogenen Einrichtungen nur geringe Unterschiede, mit Ausnahme der Festivals/Sonderveranstaltungen. So geben hier nur ca. 77% dieser befragten Besucher an, keinen Migrationshintergrund zu haben. Deutlich größer ist dieser Anteil mit 87-88% bei den Befragten der einbezogenen Sprechtheater und der Sparte Oper/Ballett/Tanztheater. Bei den Besuchern der Museen und Gedenkstätten geben 85% an, keinen Migrationshintergrund zu haben (vgl. Abb. 8).

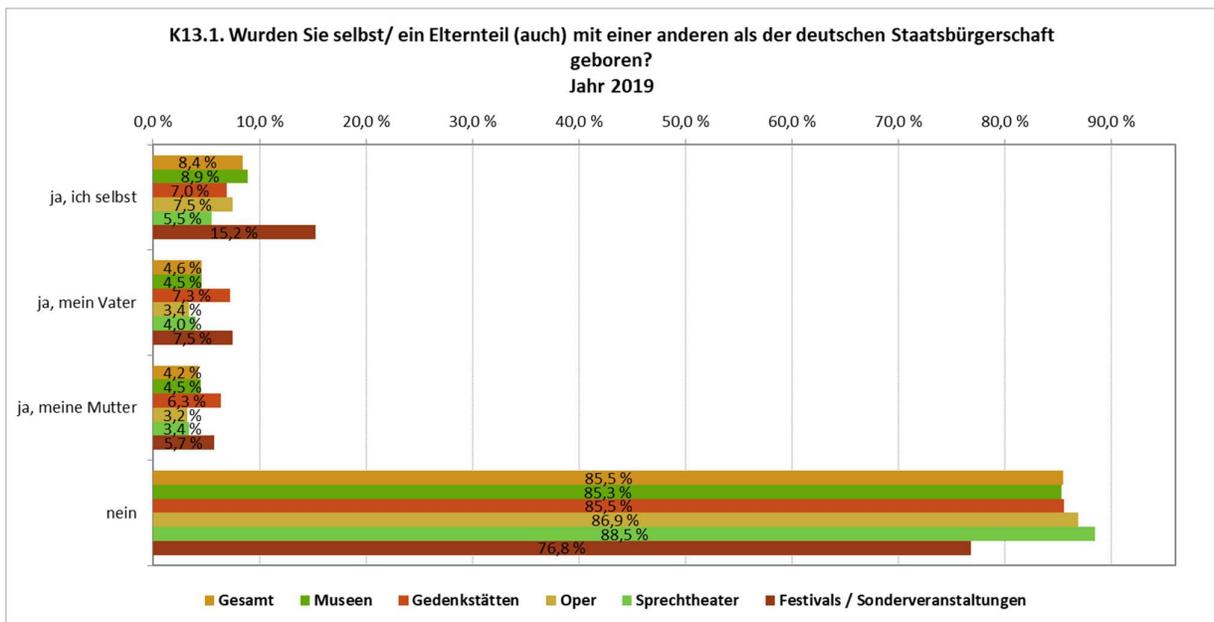


Abb. 8

Die Antwortverweigerung (nicht in der Grafik ausgewiesen) liegt bei ca. 2%

Die im Fall eines Migrationshintergrundes am häufigsten genannten Nationalitäten sind dabei russisch, polnisch, italienisch und türkisch.

Bei der Frage nach dem höchsten Bildungsabschluss zeigen sich bei den einbezogenen Einrichtungen ebenfalls nur geringe Unterschiede. Das Bildungsniveau der Besucher ist durchweg sehr hoch. So haben in allen Sparten mehr als die Hälfte der Befragten einen Studienabschluss, hinzu kommen noch einmal 5-6% mit Promotion oder Habilitation. Am höchsten sind diese Werte bei den Festivals/Sonderveranstaltungen (62% + 6%), am niedrigsten in der Sparte Oper/Ballett/Tanztheater (51% + 5%). Weitere 15-20% besitzen Abitur bzw. eine fachgebundene Hochschulreife, auch hier ist der Wert bei den Festivals/Sonderveranstaltungen am höchsten (20%), bei den Museen mit 15% am niedrigsten.

Dargestellt sind nur Abschlüsse mit Nennungen über 2% (vgl. Abb. 9).

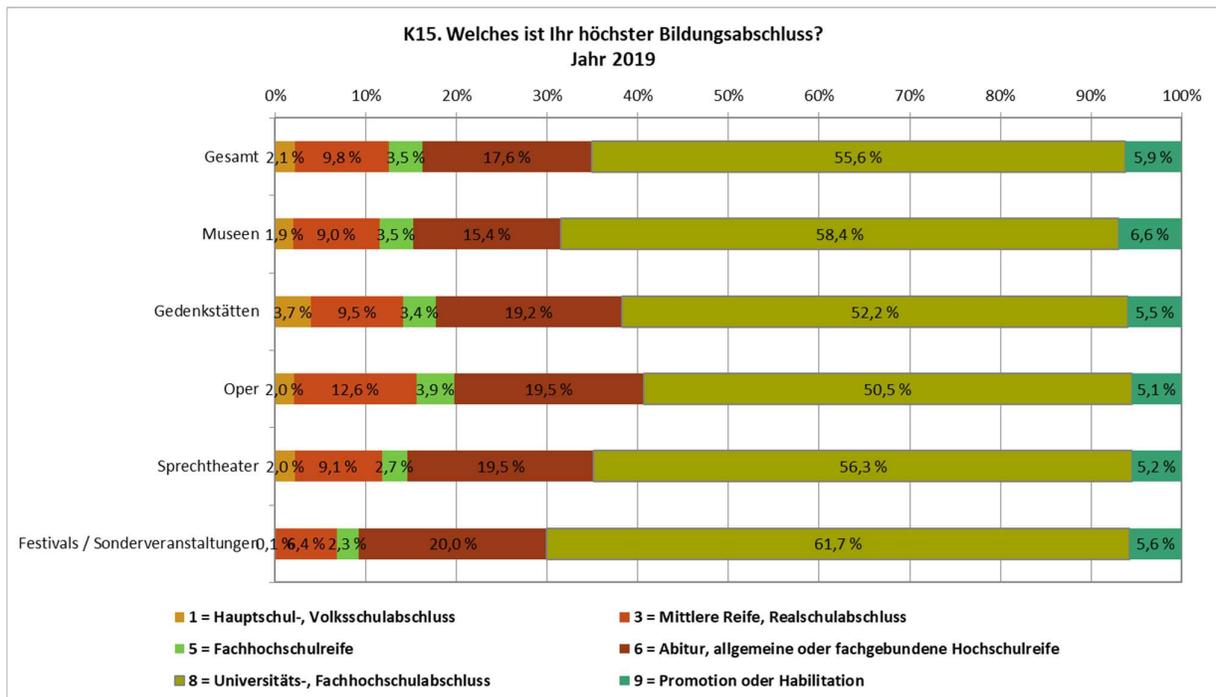


Abb. 9

Das hohe Bildungsniveau spiegelt sich auch in der Frage nach dem derzeitigen beruflichen Status wider, hier liefert die Untersuchung ebenfalls ein eindeutiges Bild. Insgesamt sind über 60% der Befragten berufstätig, wobei der Begriff hier recht weit gefasst ist und sämtliche Formen wie Teilzeit, Selbständigkeit etc. mit einbezieht. Von den Besuchern der Festivals/Sonderveranstaltungen sind sogar 75% berufstätig, von den Besuchern der Oper/Ballett/Tanztheater sind es dagegen nur 59%. Die übrigen Sparten liegen diesbezüglich etwa im Durchschnitt.

Umgekehrt ist bei den Befragten der Sparte Oper/Ballett/Tanztheater der Anteil der Ruheständler mit 27% deutlich am größten, gefolgt von der Sparte der Sprechtheater mit 23%. Bei den anderen Sparten liegt dieser Wert deutlich unter 20%.

Dargestellt sind nur Nennungen über 2% (vgl. Abb. 10).

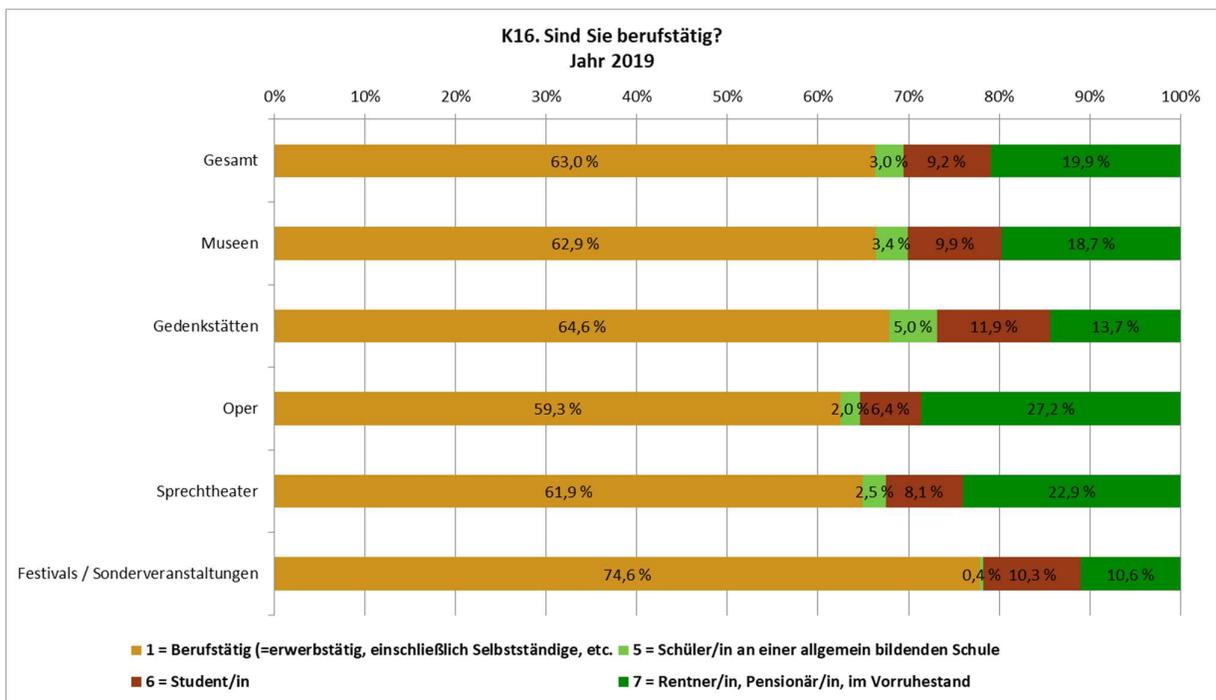


Abb. 10

5.2.2 Kommunikation - Sparten-Vergleich

Auf die Frage, wie die Besucher auf die besuchte Ausstellung/ Veranstaltung aufmerksam wurden, antworten die Bühnenbesucher am häufigsten mit Empfehlungen durch Freunde, Bekannte und Kollegen. Dies gilt vor allem für die Besucher der berücksichtigten Festivals/ Sonderveranstaltungen (34%) und Sprechtheater (30%), aber auch für die Besucher der einbezogenen Veranstaltungen von Opern/Ballett/Tanztheater (28%).

Ebenfalls eine hohe Bedeutung hat die Website/Blog der Einrichtung, vor allem bei den Sprechtheatern mit 28% und den befragten Besuchern von Oper/Ballett/Tanztheater (27%). Bei den Festivals/ Sonderveranstaltungen nennen ca. 21% diesen Kanal.

Aber auch Flyer/Infobroschüren, Poster/Plakate, Postsendungen/Newsletter sowie Zeitungen und Zeitschriften werden hier häufiger genannt als etwa bei den Museen/Gedenkstätten.

Bei den befragten Museums- und Gedenkstättenbesuchern spielen Empfehlungen durch andere Personen ebenfalls die größte Rolle. Bei den Gedenkstätten geben 26% der Befragten an, dass ihnen die besuchte Ausstellung empfohlen wurde, bei den Museen sind es 29%.

Die Website/Blog der Einrichtung hat auch hier eine wichtige, wenn auch nicht so dominante Rolle wie bei den Bühnenbesuchern. Sie wird von 9% (Gedenkstätten) bzw. 11% (Museen) der Besucher genannt. Hinzu kommen hier jedoch in stärkerem Maße auch andere Webseiten (nicht der Einrichtung).

Des Weiteren werden bei den Museen sowie den Gedenkstätten Reiseführer und Reisezeitschriften bzw. Bücher über Berlin genannt. Dies erklärt sich auch dadurch, dass ein größerer Teil der befragten Besucher der einbezogenen Einrichtungen nicht aus Berlin kommt, anders als bei den Bühnen.

Neben diesen Kanälen geben außerdem viele der Museumsbesucher an, dass sie schon einmal dort waren bzw. die Einrichtung kennen (22%). Bei den Besuchern der einbezogenen Gedenkstätten sind dies 18%. Bei den Bühnen fällt diese Antwortmöglichkeit dagegen deutlich geringer aus (vgl. Abb. 11).

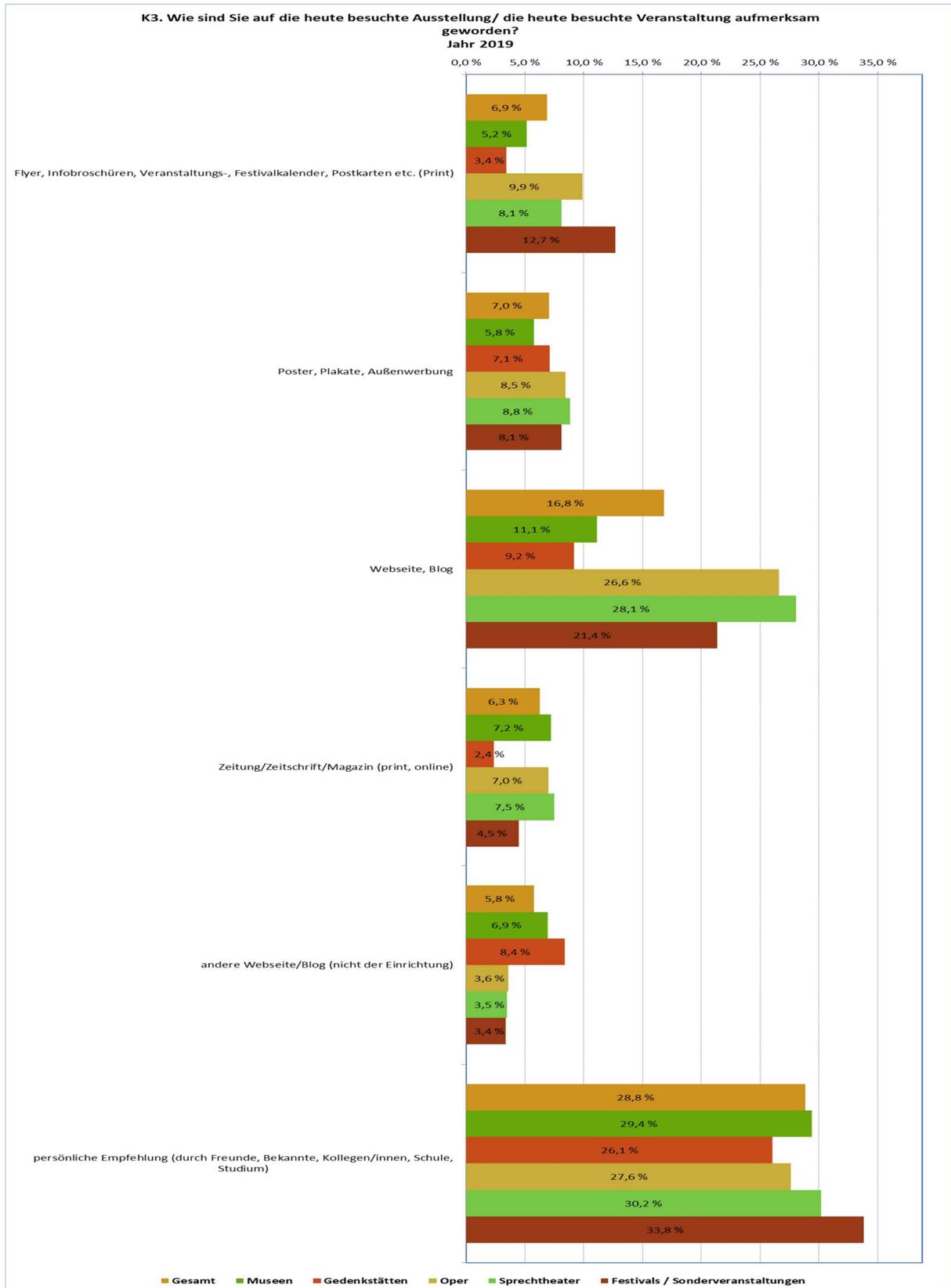


Abb. 11

5.2.3 Besuch weiterer Kultureinrichtungen - Sparten-Vergleich

Neben der Einrichtung, in welcher befragt wurde, besuchten die Befragten in den letzten zwölf Monaten auch weitere Kultureinrichtungen. Von den Museumsbesuchern werden hier mit 60% am häufigsten Kunstausstellungen/Galerien sowie Kinovorführungen (45%) und kulturgeschichtliche, historische, archäologische Ausstellungen (42%) genannt. Von den Besuchern der beteiligten Gedenkstätten werden am häufigsten Gedenkstätten/Erinnerungsorte (56%), Kunstausstellungen/Galerien (42%), kulturgeschichtliche, historische, archäologische Ausstellungen (40%) und Kinovorführungen (39%) genannt.

Auch Sprechtheater/Schauspielaufführungen werden von den befragten Besuchern von Museen (35%) bzw. Gedenkstätten (28%) häufig genannt.

Außerdem werden von den befragten Museumsbesuchern naturkundliche, naturwissenschaftliche und technische Ausstellungen genannt (33%), bei den Gedenkstättenbesuchern geben dies 22% der Befragten an.

Etwa ein Viertel der befragten Museums- und Gedenkstättenbesucher besuchen zudem Bibliotheken sowie Schlösser, Burgen und Gärten. Die Grafik zeigt nur Nennungen über 20% (vgl. Abb. 12).

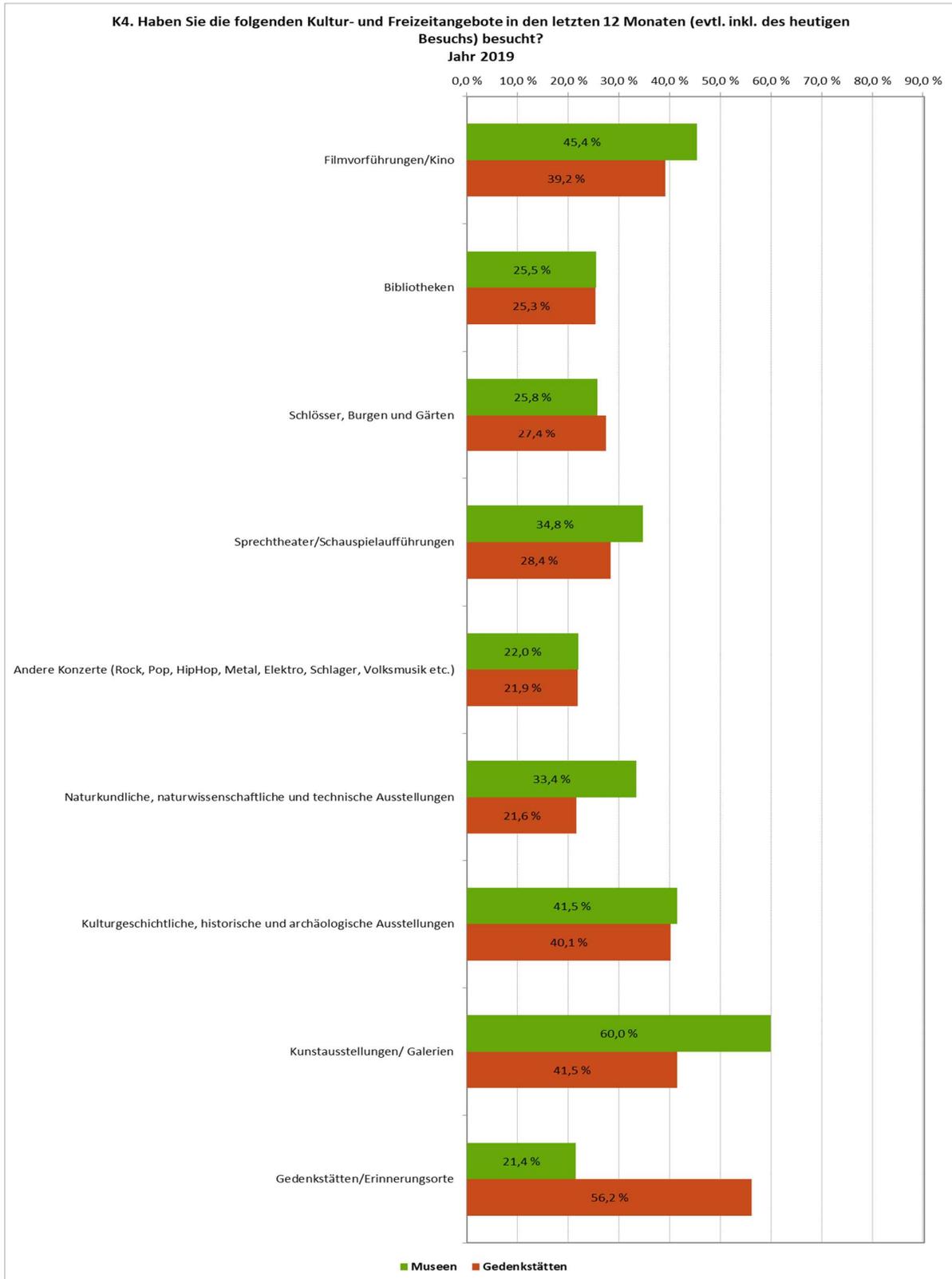


Abb. 12

Bei den befragten Bühnenbesuchern (einschließlich Festivals/Sonderveranstaltungen) zeigt sich das umgekehrte Bild. Hier werden andere Bühnen sehr häufig genannt. So nennen 82% der befragten Besucher von Sprechtheatern weitere Sprechtheater/ Schauspielaufführungen, bei den Besuchern von Festivals/Sonderveranstaltungen sind es 43% und bei den Besuchern von Oper/Ballett/Tanztheater sind es 40%.

(Weitere) Opernvorstellungen werden von 59% der Oper/Ballett/Tanztheater-Besucher genannt. Außerdem geben 27% der Besucher von Sprechtheater und 18% der Besucher der Festivals/Sonderveranstaltungen an, Opernvorstellungen besucht zu haben.

Die befragten Besucher von Sprechtheatern geben mit 44% ebenfalls sehr häufig an, dass sie auch Filmvorführungen besucht haben. Bei den Besuchern von Festivals/Sonderveranstaltungen sind es 36%, bei den Opern/Ballett/Tanztheater-Besuchern 29%.

Im Gegensatz zu den befragten Museumsbesuchern, die ja deutlich weniger häufig eine Bühne besuchen, gibt von den befragten Besuchern der Bühnen auch ein hoher Prozentsatz an, ebenfalls Museen besucht zu haben. So geben von den Besuchern von Festivals/Sonderveranstaltungen 41% an, Kunstaustellungen/ Galerien besucht zu haben, dies ist der zweithöchste Wert für diese Sparte. Bei den Sprechtheaterbesuchern sind es immerhin noch 36% und bei den befragten Besuchern von Oper/Ballett/Tanztheatern 26%. Dies zeigt, dass Kunstaustellungen und Galerien insgesamt den breitesten Besucherkreis haben, denn sowohl Besucher von Museen und Gedenkstätten als auch Besucher von Bühnen machen zu einem hohen Anteil auch Besuche in Kunstmuseen bzw. Galerien.

Den Besuch von Konzerten klassischer Musik geben immerhin 39% der Besucher der Sparte Oper/Ballett/Tanztheater an, bei den die Besuchern von Sprechtheater sind es 30% und bei Besuchern von Festivals/Sonderveranstaltungen 29%.

Außerdem geben 27% der Besucher von Festivals/Sonderveranstaltungen an, auch andere Konzerte besucht zu haben, bei den Besuchern von Sprechtheatern sind dies 23% und in der Sparte Oper/Ballett/Tanztheater 15% (vgl. Abb. 13).

Es fällt also auf, dass kulturelles Interesse nicht global vorhanden, sondern natürlich teilweise branchen- oder sogar spartenspezifisch ausgeprägt ist.

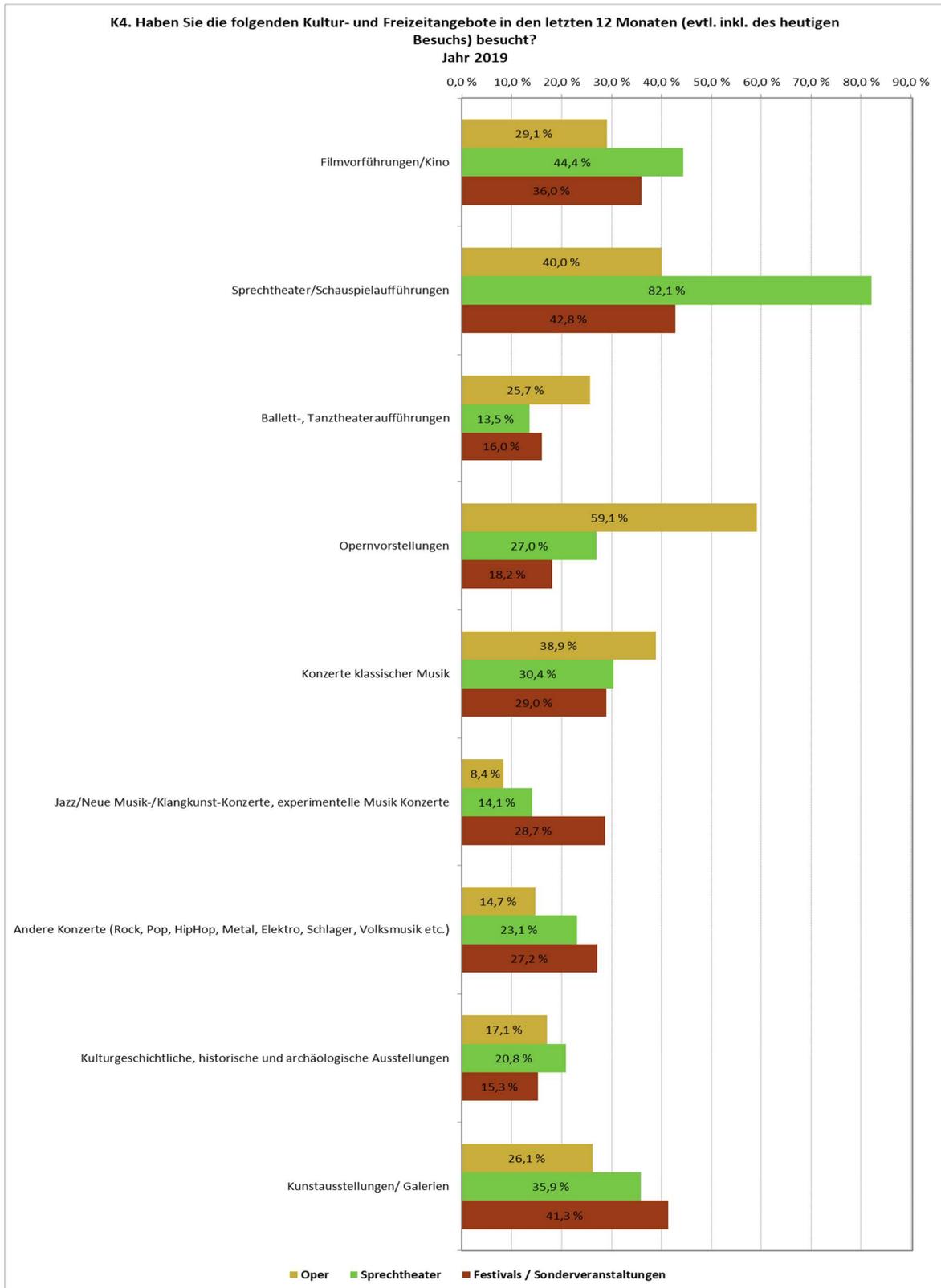


Abb. 13

5.2.4 Tourismusfragen Sparten-Vergleich

Die befragten Personen, die nicht in Berlin wohnhaft sind, werden bezüglich ihres Aufenthalts in der Stadt genauer untersucht.

Zunächst wird geprüft, ob die Befragten in der Stadt übernachteten oder ob es sich um Tagestouristen handelt. Fast 90% der Touristen gibt dabei an, in Berlin zu übernachteten, nur knapp 10% sind ohne Übernachtung in der Stadt. Hinzu kommt ein sehr kleiner Anteil von Personen, die außerhalb Berlins übernachteten.

Über die Sparten zeigen sich hier durchaus Unterschiede. So geben 96% der Gedenkstättenbesucher an, Übernachtungsgäste zu sein, bei den Besuchern von Oper/Ballett/Tanztheater sowie Sprechtheatern sind es mit knapp 80% deutlich weniger. Besucher von Museen und Festivals/Sonderveranstaltungen liegen mit ca. 90% im Durchschnitt. Offensichtlich gibt es ein deutlich größeres Potential für Tagesbesuche von Veranstaltungen von Oper/Ballett/Tanztheater sowie Sprechtheatern, vermutlich kommt ein größerer Teil dieser Personen aus dem näheren Umfeld eigens dafür nach Berlin. Dass ein großer Teil der Gedenkstättenbesucher aus dem Ausland kommt, erklärt umgekehrt den hohen Anteil an Übernachtungstouristen in dieser Sparte (vgl. Abb. 14).

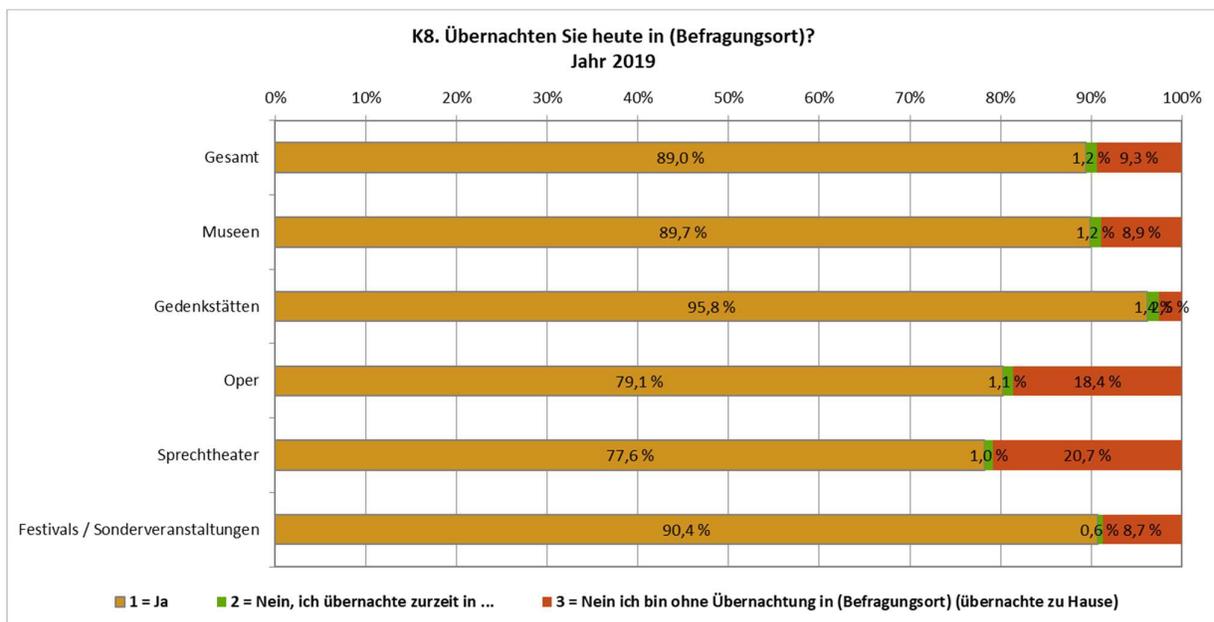


Abb. 14

Die Aufenthaltsdauer der befragten Touristen in Berlin beträgt durchschnittlich 4,8 Tage, am höchsten ist dieser Wert bei Besuchern der Festivals/Sonderveranstaltungen (6,0 Tage), der Sprechtheater (5,0 Tage) und der Museen (4,9 Tage). Unter dem Durchschnitt ist die Aufenthaltsdauer bei Besuchern von Gedenkstätten (4,4 Tage) und von Oper/ Ballett/ Tanztheater (4,5 Tage) (vgl. Abb. 15).

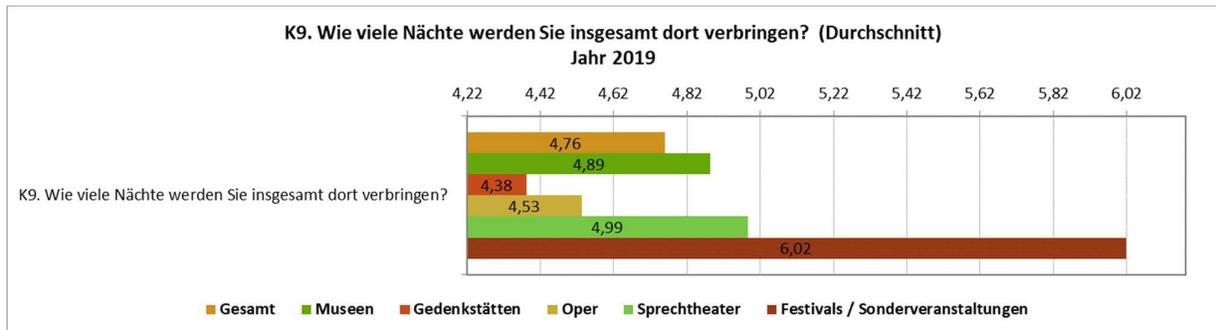


Abb. 15

Die Touristen unter den befragten Besuchern wurden auch danach gefragt, ob und ggf. wo sie in Berlin übernachtet haben.

Abbildung 16 zeigt, dass bei den Bühnen-/Veranstaltungsbesuchern größere Unterschiede bestehen. Bei den Befragten der Sparte Oper/ Ballett/ Tanztheater ist der Anteil der Übernachten in Hotels mit 62% deutlich höher als bei den Sprechtheaterbesuchern (49%) und erst recht bei den Festivalbesuchern (33%). Von den befragten Museumsbesuchern übernachteten 51% in Hotels, bei den Gedenkstättenbesuchern sind es 58%.

Bei den einbezogenen Festivals und Sprechtheatern ist entsprechend der Anteil an befragten Personen höher, die privat, bei Freunden nächtigen (Festivals: 44%, Sprechtheater: 36%). Geringer ist dieser Anteil bei den befragten Besuchern von Oper/ Ballett/ Tanztheater, dieser beträgt nur 27%, ist aber trotzdem mit Abstand die zweithäufigste Übernachtungsart. Bei den Museumsbesuchern liegt dieser Wert nur bei 24%, bei den Gedenkstättenbesuchern sogar nur bei 13%.

Relativ hoch ist teilweise der Anteil an befragten Besuchern, die in einer Ferienwohnung (einschließlich AirBnB) übernachteten. Dies geben immerhin 15% der Festivalbesucher an, bei Besuchern von Sprechtheatern und bei Besuchern von Oper/ Ballett/ Tanztheater sind es jeweils nur 5%. Unter den Besuchern von Museen und Gedenkstätten übernachteten 12-13% in

Ferienwohnungen. Außerdem nutzen diese Personen im Gegensatz zu den Bühnenbesuchern verstärkt Jugendherbergen (Museen: 10%, Gedenkstätten: 13%).

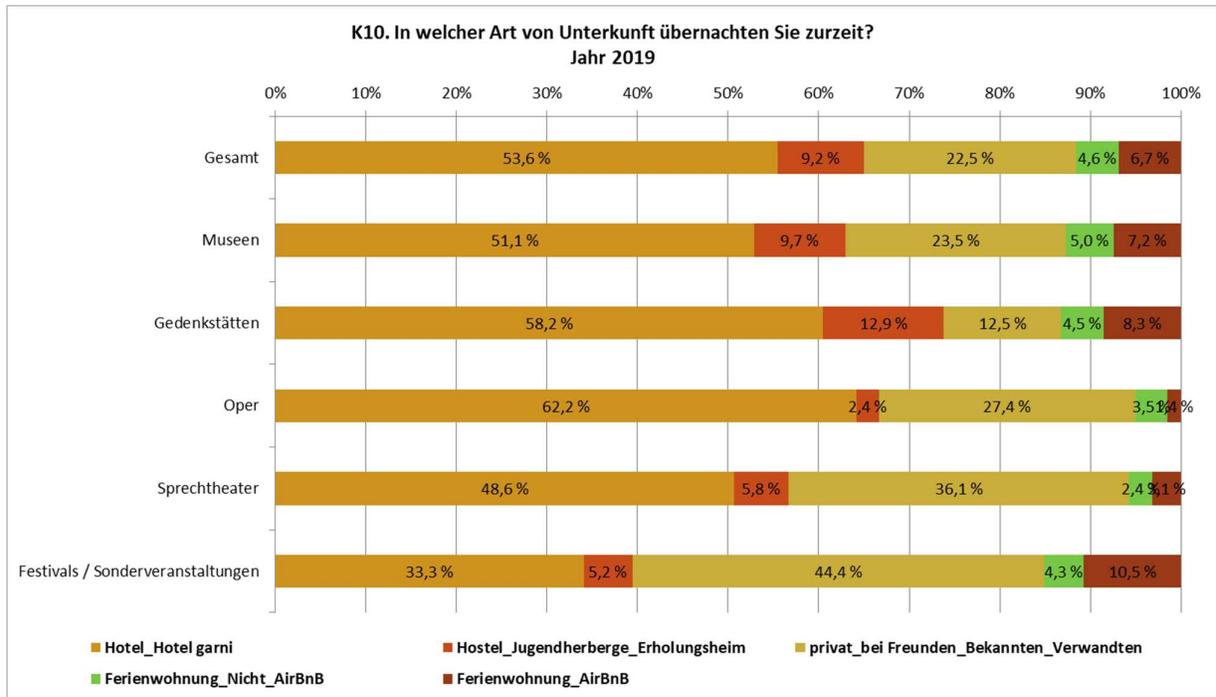


Abb. 16

Dargestellt sind nur Nennungen über 2%.