

targetreport

KULMON

***System für Besucher-Monitoring an
tourismusaffinen***

***Berliner Kultur-
institutionen***

Projektbeschreibung und
exemplarische Ergebnisse

Auszug aus dem Jahresbericht 2016

Ein Bericht der
TARGET GROUP GmbH, Dormitz
Mai 2017

targetcontents

1. Ausgangslage	2
2. Teilnehmende Institutionen	3
3. Erhebungen und Erhebungsinstrumentarium.....	7
3.1 Erhebungsinstrument.....	7
3.2 Vorgehensweise bei der Befragung	8
3.3 Stichprobengröße / Quotenplan	8
3.4 Datenhaltung	10
3.5 Auswertung.....	10
4. Exemplarische Ergebnisse	11
4.1 Vorgehensweise / Datengrundlage	11
4.2 Ergebnisse für das Jahr 2016.....	11
4.2.1 Besucherstruktur - Genre-Vergleich	11
4.2.2 Besuch weiterer Kultureinrichtungen - Genre-Vergleich	17
4.2.3 Tourismusfragen - Genre-Vergleich	21
4.3 Entwicklungen im Jahresvergleich 2015/2016 – Branchen-Vergleich	26

1. Ausgangslage

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

Für viele Kulturinstitutionen 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 Kulturinstitutionen 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 Kulturinstitutionen 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 Kulturinstitutionen
- Bessere Kenntnis über Herkunft, Struktur, Verhalten und Präferenzen touristischer Besucher Berliner Kulturinstitutionen und -unternehmen
- Strategische Ausrichtung von tourismusorientierten Marketingmaßnahmen, sowohl auf der Ebene Berlins insgesamt als auch auf der Ebene der Institutionen und Unternehmen
- Gesamtüberblick über den Berliner Kulturmarkt auf vergleichbarem Qualitätsniveau und mit vergleichbarer Aktualität und Aussagekraft.
- Zusätzliche Legitimation der Kulturinstitutionen gegenüber Fördergebern
- Gesteigerte Glaubwürdigkeit und Akzeptanz gegenüber Sponsoren

2. Teilnehmende Institutionen

Das Besucher-Monitoring wurde 2008 in einer Pilotphase in sieben Berliner Kulturinstitutionen und Unternehmen mit hoher touristischer Relevanz implementiert. Es handelt sich dabei um:

- die Stiftung Oper in Berlin mit den Institutionen *Staatsoper Berlin*, *Deutsche Oper Berlin*, *Komische Oper Berlin* und *Staatsballett Berlin*
- den *Friedrichstadt-Palast*
- das *Deutsche Historische Museum*
- das *Museum für Naturkunde*
- die Staatlichen Museen zu Berlin mit den Häusern *Pergamonmuseum*, *Altes Museum* und *Gemäldegalerie*
- die Stiftung Preußische Schlösser & Gärten mit dem *Schloss Charlottenburg*.

Die Besucherforschung des *Jüdischen Museums Berlin* speiste zum Zweck des Austausches und der Vergleichbarkeit Daten aus eigenen Besucherhebungen in das KULMON-System ein.

Weitere Beteiligte am Besucher-Monitoring-System sind die Senatskanzlei - Kulturelle Angelegenheiten, die Berlin Tourismus & Kongress GmbH und der Vorsitzende des Landesverbands der Museen zu Berlin, Herr Prof. Dr. Bernhard Graf.

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

- Oper / Ballett / Tanztheater
- Orchester
- Sprechtheater

eingeführt, unterhalb der Branche „Museen“ die Genres

- Museen und
- Gedenkstätten.

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

Als neue Teilnehmer konnten 2010 gewonnen werden:

- *DDR Museum* (Branche: Museum / Genre: Museum)
- *Museen Dahlem* (Branche: Museum / Genre: Museum)
- *Stadtmuseum Berlin/Nikolaikirche* (Branche: Museum / Genre: Museum)
- *Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin*¹ (Branche: Museum / Genre: Museum)
- *Stiftung Berliner Mauer* (Branche: Museum / Genre: Gedenkstätte)
- *Denkmal für die ermordeten Juden Europas* (Branche: Museum / Genre: Gedenkstätte)
- *Topographie des Terrors* (Branche: Museum / Genre: Gedenkstätte)
- *Konzerthaus Berlin* (Branche: Bühnen / Genre: Orchester)
- *Berliner Philharmoniker* (Branche: Bühnen / Genre: Orchester)
- *Rundfunkorchester und Chöre Berlin* (Branche: Bühnen / Genre: Orchester)
- *Theater am Kurfürstendamm* (Branche: Bühnen / Genre: Sprechtheater)
- *Maxim Gorki Theater* (Branche: Bühnen / Genre: Sprechtheater)

Darüber hinaus verblieben von den bisherigen Teilnehmern alle im Jahr 2010 im Projekt.

Auch 2011 konnten zu den bestehenden Teilnehmern neue Institutionen zur Teilnahme am KULMON-Projekt gewonnen werden. Dies waren:

- *Das Deutsche Theater Berlin* (Branche: Bühnen / Genre: Sprechtheater)
- *Die Volksbühne Berlin* (Branche: Bühnen / Genre: Sprechtheater)
- Die Stage Entertainment GmbH mit den Häusern *Bluemax Theater*, *Theater am Potsdamer Platz*, *Theater des Westens* (Branche: Bühnen / Genre: Musical)

Ende 2011 endete die Förderung des Projektes durch die bisherigen Zuwendungsgeber. Zwar konnten nochmals für ein Jahr EFRE-Gelder akquiriert werden, die Unterstützung durch die Senatsverwaltung entfiel jedoch fast vollständig. Dies hatte zur Folge, dass auch die ursprünglich ohne eigene Finanzbeteiligung teilnehmenden Institutionen für 2012 einen Teil der Kosten selbst tragen mussten. Um diesen Beitrag möglichst gering zu halten und den Institutionen Möglichkeiten zu schaffen auch mit geringem Budget an den Erhebungen teilzunehmen, wurden unterschiedliche Varianten zur Teilnahme entwickelt, z.B. mit reduzierter Stichprobe oder reduziertem Fragebogen.

¹ Nur Auswertung der Kernfragen, Durchführung in Eigenregie

Trotzdem gab es einige Institutionen, die 2012 nicht mehr am Kulmon-Projekt teilnahmen.

Dies waren:

- Das *Museum für Naturkunde* (Branche: Museen / Genre: Museen)
- Das *Deutsche Technikmuseum* (Branche: Museen / Genre: Museen)²
- Das *Jüdische Museum* (Branche: Museen / Genre: Museen)³
- Die *Gemäldegalerie* (Branche: Museen / Genre: Museen)
- Die *Museen Dahlem* (Branche: Museen / Genre: Museen)
- Das *Konzerthaus Berlin* (Branche Bühnen / Genre: Orchester)
- Die Stage Entertainment GmbH mit den Häusern *Bluemax Theater*, *Theater am Potsdamer Platz*, *Theater des Westens* (Branche: Bühnen / Genre: Musical)

Hinzu kam 2012 eine Institution nämlich

- Die *Humboldt-Box* (Branche: Museen / Genre: Museen)

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 ist nun möglich, dass Institutionen aus den unterschiedlichsten kulturellen Wirkungsbereichen in das System Eingang finden, auch wenn diese nicht einer bereits bestehenden Branche/Genre zuzuordnen sind.

Bei der Wiederaufnahme waren jedoch zunächst nur Institutionen aus schon bestehenden Branchen dabei, diese waren:

- Die *Staatsoper Berlin* (Branche: Bühnen / Genre: Oper/Ballett/Tanztheater)
- Die *Deutsche Oper Berlin* (Branche: Bühnen / Genre: Oper/Ballett/Tanztheater)
- Die *Komische Oper Berlin* (Branche: Bühnen / Genre: Oper/Ballett/Tanztheater)
- Das *Staatsballett Berlin* (Branche: Bühnen / Genre: Oper/Ballett/Tanztheater)
- Der *Friedrichstadt-Palast* (Branche: Bühnen / Genre: Oper/Ballett/Tanztheater)
- Das *Deutsche Historische Museum* (Branche: Museum / Genre: Museum)
- Das *Stadtmuseum Berlin/Nikolaikirche* (Branche: Museum / Genre: Museum)

² Bisher nur Auswertung der Kernfragen, Durchführung in Eigenregie

³ Bisher nur Auswertung der Kernfragen, Durchführung in Eigenregie

- Die *Topographie des Terrors* (Branche: Museum / Genre: Gedenkstätte)
- Das *Maxim Gorki Theater* (Branche: Bühnen / Genre: Sprechtheater)
- Das *Deutsche Theater Berlin* (Branche: Bühnen / Genre: Sprechtheater)

Die Wiederaufnahme der Erhebungen erfolgte erst nach den Theaterferien im Herbst 2014 und bei den verschiedenen Teilnehmern zu teilweise unterschiedlichen Startzeitpunkten. Aus diesem Grund wurde für das Kalenderjahr 2014 kein eigener Ergebnisbericht angefertigt. Alle Ergebnisse sind jedoch selbstverständlich über das Online-System abrufbar.

Für das Jahr 2015 konnten neben den im Jahr 2014 beteiligten Institutionen weitere Teilnehmer für das Projekt gewonnen werden (Aufnahme teilweise im Jahresverlauf). Dies waren:

- Die *Volksbühne Berlin* (Branche: Bühnen / Genre: Sprechtheater)
- Das *Stadtmuseum Berlin/Ephraim Palais* (Branche: Museum / Genre: Museum)
- Das *Brücke-Museum* (Branche: Museum / Genre: Museum)
- Die *Berliner Festspiele* (Branche: Festivals / Genre: Festival)
- Das *FEZ Berlin* (Branche: Freizeitzentren / Genre: Freizeitzentrum)

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

Aufgrund dieser fehlenden strukturellen Vergleichbarkeiten finden diese Branchen im Bericht für 2015 keine Berücksichtigung. Zudem befindet sich in den beiden neuen Branchen aktuell jeweils nur eine Institution. Bei Aufnahme weiterer ähnlicher Teilnehmer wird dann zukünftig auch im Bericht an entsprechender Stelle darauf eingegangen.

Im Jahr 2016 konnten weitere Teilnehmer für das Projekt gewonnen werden (Aufnahme teilweise erst im Verlauf des Jahres). Dies waren:

- Die *Gedenkstätte Berlin-Hohenschönhausen* (Branche: Museum / Genre: Gedenkstätte)
- Das *Konzerthaus Berlin* (Branche: Bühnen / Genre: Orchester)⁴

Die Volksbühne Berlin nahm 2016 nicht mehr am Projekt teil.

⁴ Durchführung in Eigenregie

3. Erhebungen und Erhebungsinstrumentarium

3.1 Erhebungsinstrument

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

- Kernfragen
- Vertiefungsmodule
- Individuelle Fragen

Bei den Kernfragen handelt es sich um einen Satz von Fragen, der in allen teilnehmenden Institutionen erhoben wird. Dies sind im Wesentlichen Fragen zur Struktur der Besucher (Alter, Geschlecht, Herkunft) sowie Information über die besuchte Institution.

Neben den Kernfragen enthält der Fragebogen Vertiefungsmodule. Diese Vertiefungsmodule sind „branchenspezifisch“ gestaltet. Dies bedeutet, dass es Vertiefungsfragebogen für die Bühnen, die Museen, die Festivals sowie die Freizeitzentren gibt. Bei den Vertiefungsfragen handelt es sich vor allem um Fragen zur Zufriedenheit mit dem Angebot der sowie zum Aufenthalt in der Institution.

Die Inhalte der individuellen Fragen werden von der Institution bestimmt. Die Fragen werden nur in der jeweiligen Institution abgefragt und werden daher nicht im Bericht dargestellt.

Der Gesamtfragebogen aus Kernfragen, Vertiefungsfragen und individuellen Fragen wurde auf die spezifischen Bedürfnisse des jeweiligen Genres und jeder Institution angepasst (Wording, spezielle Websites, Angebot etc.).

Alle Fragebogen kamen in deutscher, englischer und spanischer Sprache zum Einsatz, wobei deutsch und englisch in programmierter Version vorliegt. Der spanische Fragebogen wird als Papierversion für den Befragten bereitgehalten und die jeweiligen Antworten im Erhebungsgesamt übernommen.

Die seit 2008 entwickelten Fragebogen werden in Abständen im Rahmen der Lenkungsgruppe diskutiert und bei Bedarf modifiziert.

3.2 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-Computer bzw. handelsüblichen Smartphone (mit extra großem Display).

Zusammengefasst hat diese Methode folgende Vorteile:

- professionelleres Erscheinungsbild der Institution /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 hinterlegt⁵. Für die Befragung werden Interviewer eingesetzt, die sowohl deutsche als auch englische Befragungen durchführen können.

3.3 Stichprobengröße / Quotenplan

Die Gesamtstichprobe pro Institution wird auf jährlich sechs Zweimonatstranchen aufgeteilt. Die Größe der Teilstichproben je Tranche beträgt (in der Regel⁶) 400 Interviews. Dies ergibt eine monatliche Stichprobe von ca. 200 Befragungen. Pro Institution wird an ca. 10 Tagen pro

⁵ Der spanische Fragebogen liegt in Papierform vor und wird spanisch sprechenden Personen übergeben. Der Interviewer füllt auf dem Smartphone den deutschen oder englischen Fragebogen aus.

⁶ 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.

Monat befragt. Auf Jahresebene ergeben sich somit 2.400 Interviews. Dies gewährleistet sehr geringe Zufallsschwankungen (bei einem Sicherheitsgrad von 95% beträgt die maximale Abweichung von der Gesamtheit der Besucher +/- 1,6%).

Mit der Wiederaufnahme des Projektes im Jahr 2014 können auch andere Stichprobenumfänge gewählt werden. Folgende Institutionen haben im Jahr 2016 einen abweichenden Stichprobenumfang gewählt:

- *Das Stadtmuseum Berlin/Nikolaikirche:* 100 pro Tranche/ 600 pro Jahr
- *Das Stadtmuseum Berlin/Ephraim Palais:* 100 pro Tranche/ 600 pro Jahr
- *Die Topographie des Terrors:* 200 pro Tranche/ 1.200 pro Jahr
- *Das Brücke-Museum:* 100 pro Tranche/ 600 pro Jahr
- *Das FEZ Berlin:* Durchführung der Erhebungen in Eigenregie
- *Die Gedenkstätte Berlin-Hohenschönhausen* 100 pro Tranche/ 600 pro Jahr
- *Das Konzerthaus Berlin:* Durchführung der Erhebungen in Eigenregie

Durch die (in der Regel) kontinuierliche Befragung sowie die hohe Anzahl an Befragungstagen wird ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit erreicht. Allerdings werden in der Regel 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 14 Jahre erfolgt eine evtl. Befragung im Beisein der Eltern/Begleitperson. Davon abgesehen erfolgt jedoch eine rein zufällige Auswahl der Befragten.

Bei den Bühnen und Festivals werden die Besucher vor der Veranstaltung sowie in der/den Pause/n und teilweise auch nach Abschluss der Veranstaltung befragt. Hier ist die zur Verfügung stehende Zeit sehr kurz, daher werden pro Einsatztag 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 Institution befragt werden soll, wurden mit den Institutionen abgestimmt.

3.4 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 TARGET**GROUP** gesendet und von dort aus direkt in die Datenbank eingestellt.

Beim FEZ Berlin sowie beim Konzerthaus Berlin wurden die Erhebungen durch die Institution selbst durchgeführt, zum Einsatz kam jedoch die gleiche Erhebungssoftware wie bei den übrigen Teilnehmern, sodass die Daten anschließend durch TARGET**GROUP** in die KULMON-Datenbank hochgeladen werden konnten.

3.5 Auswertung

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

In diesem System gibt es 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 weiter bearbeitet werden.

4. Exemplarische Ergebnisse

4.1 Vorgehensweise / Datengrundlage

Die vorliegenden Ergebnisse basieren auf allen Befragungen des Jahres 2016, insgesamt wurden in diesem Jahr 27.231 Interviews durchgeführt. Ein Jahresvergleich ist nun mit Abschluss des Jahres 2016 möglich, bei welchem die Ergebnisse von 2015 und 2016 gegenübergestellt werden. Dabei werden nur die Institutionen herangezogen, die in beiden Jahren am KULMON-Projekt teilgenommen haben, da andernfalls evtl. Unterschiede auf die Struktur der Teilnehmerschaft und nicht auf reale Veränderungen zurückzuführen sein könnten. Aus diesem Grund wird auch kein Vergleich zu den Ergebnissen von 2012 und früher hergestellt, da es hier bei der jeweiligen Teilnehmerschaft nur begrenzte Überschneidungen gibt.

4.2 Ergebnisse für das Jahr 2016

4.2.1 Besucherstruktur - Genre-Vergleich

Insgesamt sind unter den befragten Besuchern der in die Studie einbezogenen Berliner Institutionen mit 56% mehr Frauen als Männer. Dies ist besonders deutlich bei den Konzertveranstaltungen⁷ (59%) und dem Genre Oper, Ballett und Tanztheater mit 58%. Beim Genre Sprechtheatern entspricht der Anteil an befragten weiblichen Besuchern mit 56% etwa dem Durchschnitt. Relativ ausgeglichen ist das Geschlechterverhältnis bei Museen und Gedenkstätten. Bei den Museen ist der Anteil der befragten Frauen mit 52% nur leicht überproportional, während bei den Gedenkstätten das Geschlechterverhältnis fast ausgeglichen ist (vgl. Abb. 1).

⁷ Unter diesem Genre sind das Konzerthaus Berlin sowie die Konzertveranstaltungen der aktuell einbezogenen Institutionen zusammengefasst.

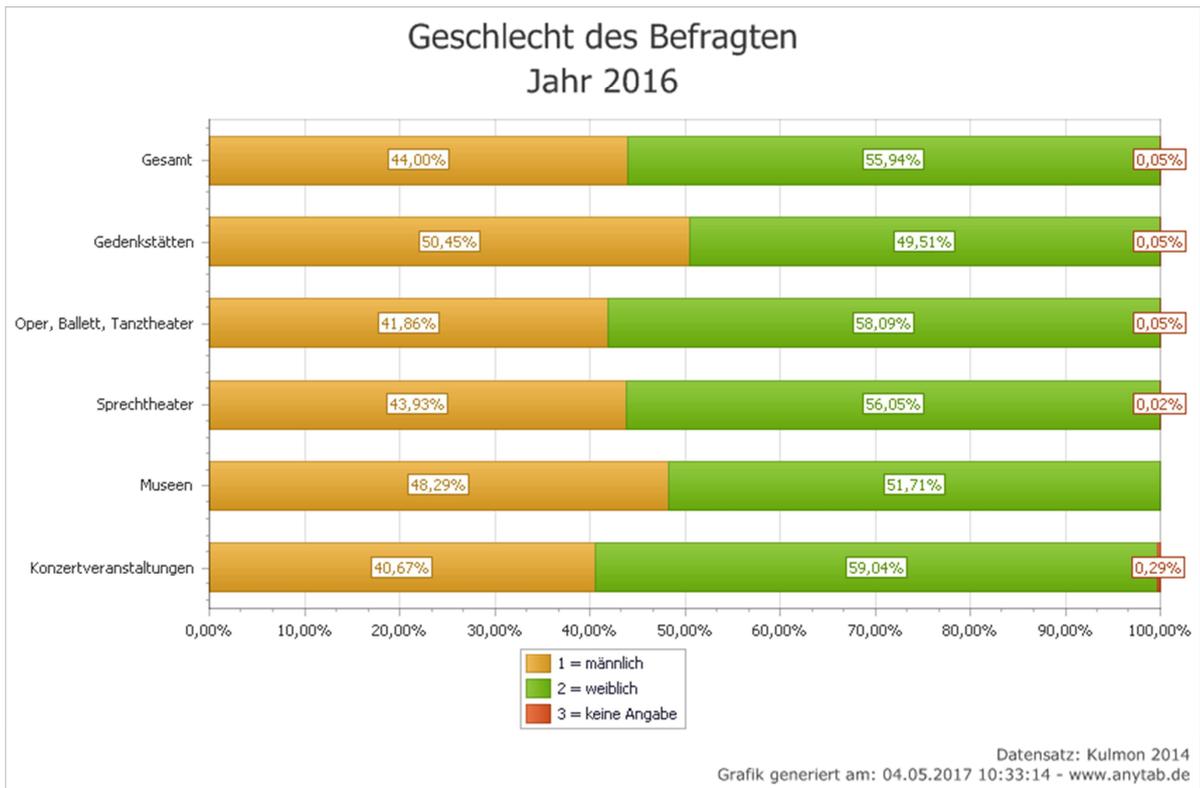


Abb. 1

Hinsichtlich des Alters zeichnen sich bei den beteiligten Museen und Bühnen ebenfalls Unterschiede ab: Der Altersdurchschnitt der befragten Besucher aller einbezogener Institutionen liegt bei ca. 49 Jahren. Am jüngsten sind die befragten Besucher der Gedenkstätten, hier ergibt sich ein Durchschnittsalter von 39 Jahren. Am ältesten sind die Besucher des Genres Konzertveranstaltungen mit 57 Jahren. Ebenfalls ein überdurchschnittliches Alter weisen mit 51 Jahren die Besucher des Genres Oper, Ballett, Tanztheater auf. Mit 47 bzw. 49 Jahren erreichen die Sprechtheater sowie die Museen etwa den Durchschnitt aller Befragten (vgl. Abb. 2).

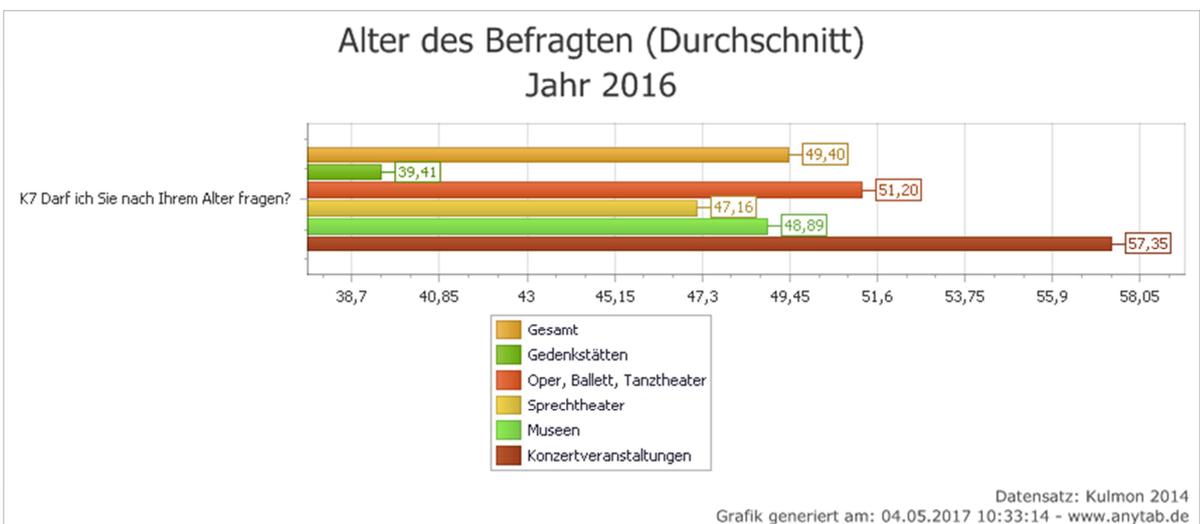


Abb. 2

Betrachtet man die einzelnen Altersgruppen, so erklären sich diese Unterschiede beim Durchschnittsalter zum einen dadurch, dass bei den Gedenkstätten die Gruppe der bis 19jährigen (12%) und die Gruppe der 20-29jährigen (26%) überdurchschnittlich vertreten ist, umgekehrt sind bei den Bühnen (außer Sprechtheater) die älteren Altersgruppen stärker vertreten. So sind bei den Besuchern von Konzertveranstaltungen immerhin 27% der Befragten über 70 Jahre alt (vgl. Abb. 3).

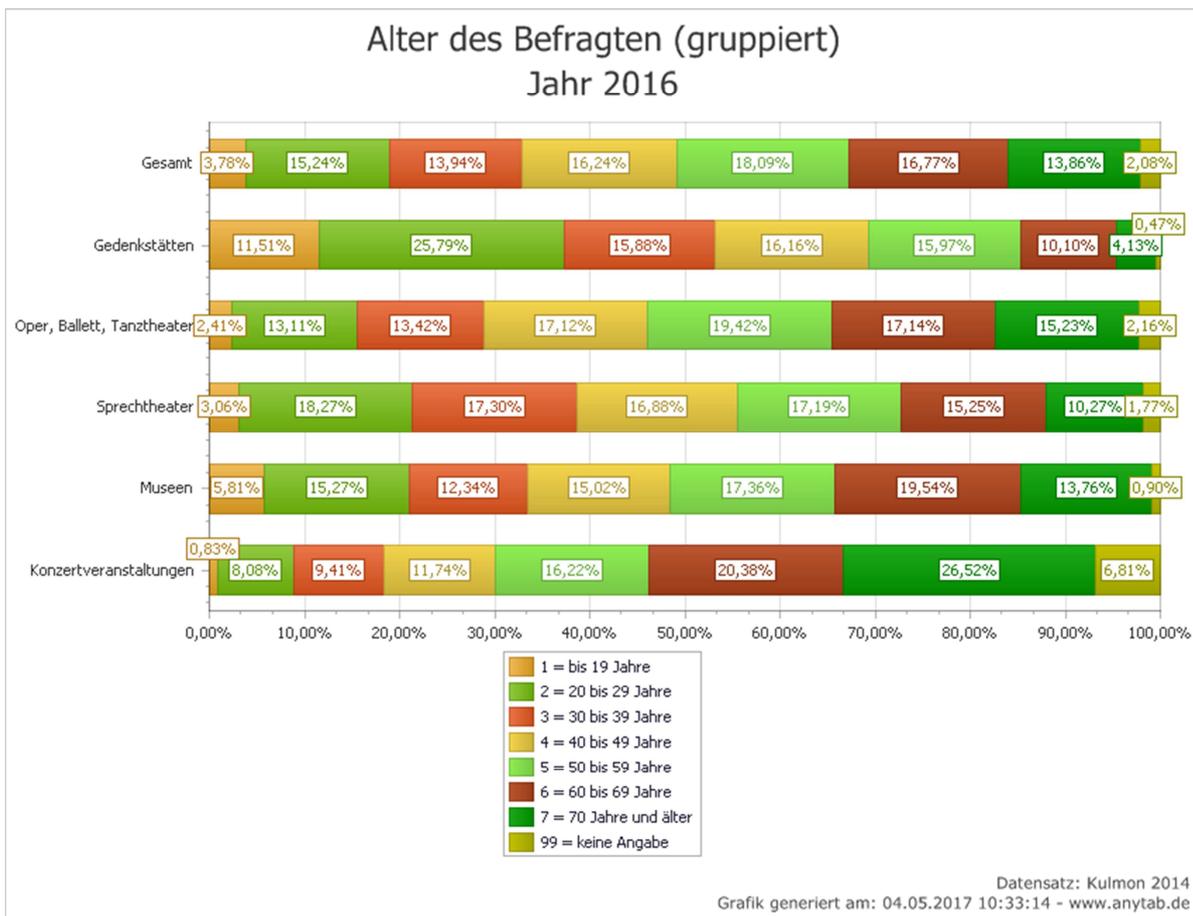


Abb. 3

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.

Große Unterschiede zeigen sich auch was die Herkunft der befragten Besucher angeht: So stammt bei den einbezogenen Bühnen die Mehrheit der Besucher aus Berlin (Konzertveranstaltungen: 75%, Sprechtheater: 78%, Oper/ Ballett/ Tanztheater: 66%). Bei den beteiligten

Museen haben die Berliner dagegen nur einen Anteil von knapp 32% und bei den beteiligten Gedenkstätten sogar nur von 12% (vgl. Abb. 4).

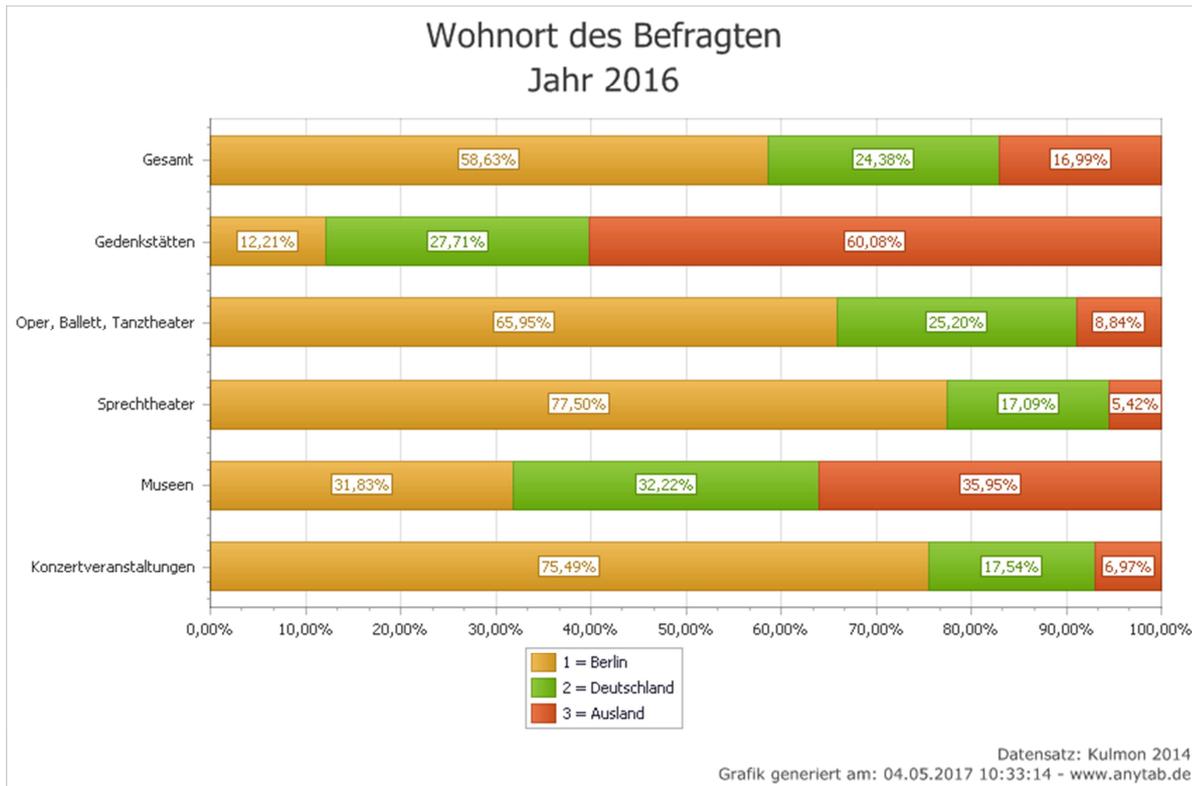


Abb. 4

Umgekehrt ist der Anteil der befragten Besucher aus dem Ausland in den Gedenkstätten mit 60% deutlich überrepräsentiert und auch bei den Museen wohnen 36% der Befragten nicht in Deutschland.

Beim Genre Oper/Ballett/Tanztheater beträgt der Anteil der befragten Besucher aus dem Ausland dagegen nur 9%, beim Genre Konzertveranstaltungen 7% und bei den Sprechtheatern nur 5%. Dieser niedrige Anteil an Ausländern bei den Sprechtheatern erklärt sich natürlich auch durch die oft vorhandene Sprachbarriere.

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 85% der Gedenkstättenbesucher an, dass dies ihr erster Besuch in diesem Museum/dieser Gedenkstätte ist, bei den Sprechtheatern beträgt der Anteil der Erstbesucher 26%, beim Genre Oper/Ballett/Tanztheater 32% und bei Konzertveranstaltungen 29% (vgl. Abb. 5).

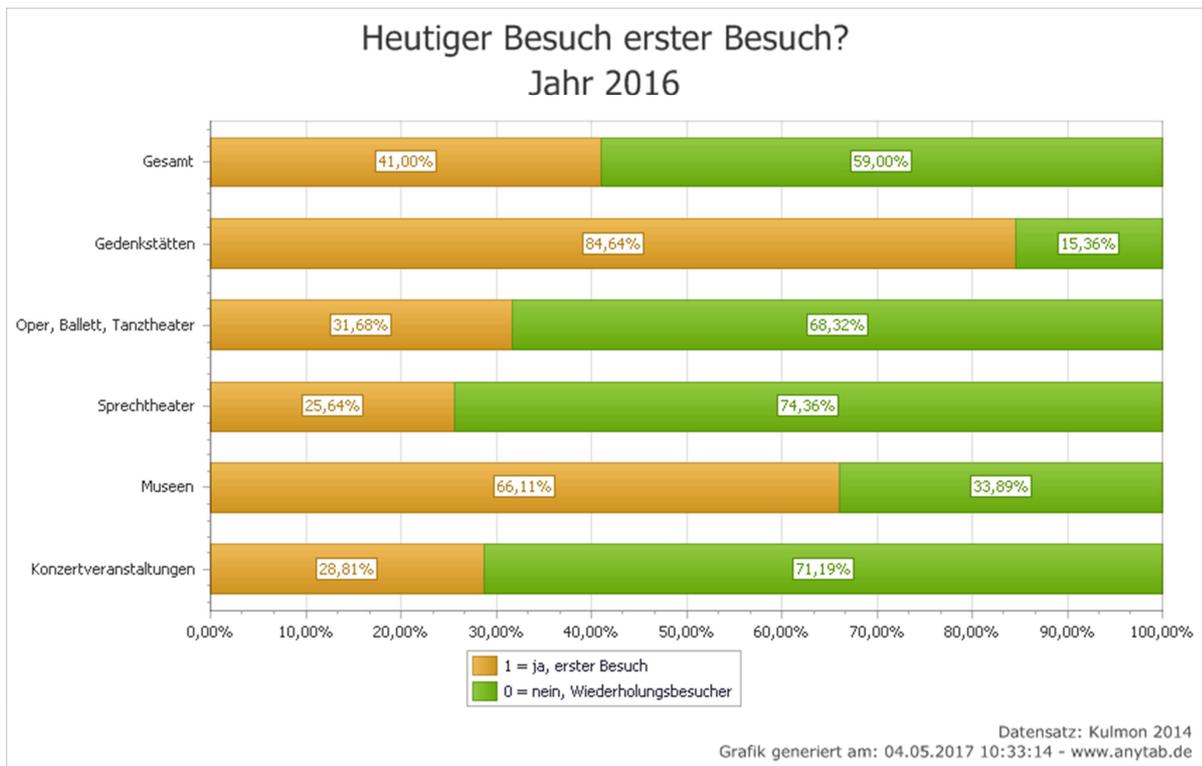


Abb. 5

Auch die Anzahl der Besuche in den vergangenen zwölf Monaten bei denjenigen, die nicht zum ersten Mal die Institution besuchten (ohne Abonnenten), ist branchentypisch unterschiedlich: So wird bei den einbezogenen Museen mit 1,7 und in Gedenkstätten mit 1,6 Besuchen ein unterdurchschnittlicher Wert an Besuchen in den letzten 12 Monaten angegeben, am höchsten ist der Wert bei den einbezogenen Konzertveranstaltungen mit 5,5 Besuchen, gefolgt von den Sprechtheatern mit 3,4 Besuchen. Beim Genre Oper/Ballett/Tanztheater werden im Durchschnitt 3,0 Besuche in den letzten 12 Monaten angegeben (vgl. Abb. 6).

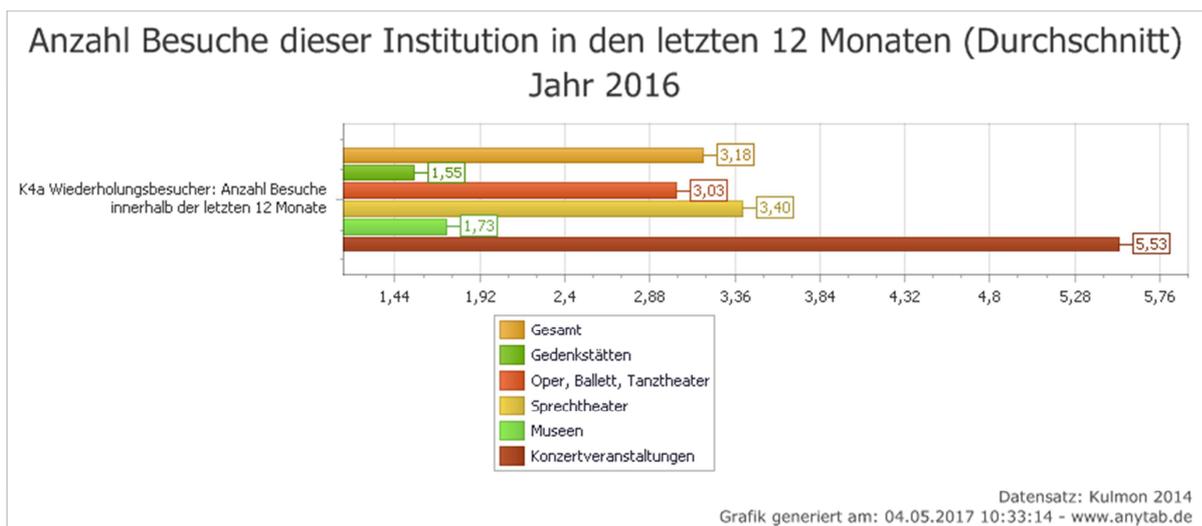


Abb. 6

Seit 2011 wird im Rahmen des Projektes auch die Frage nach einem evtl. Migrationshintergrund des Befragten erforscht⁸.

Dabei zeigen sich über die in das KULMON-Projekt einbezogenen Institutionen nur geringe Unterschiede, mit Ausnahme der Museen. So geben nur ca. 8% der befragten Museumsbesucher an, einen Migrationshintergrund zu haben (ohne Befragte mit Wohnort im Ausland). Etwas größer ist dieser Anteil mit 11% bis 13% bei den Befragten der einbezogenen Gedenkstätten, Sprechtheater, der Besucher von Konzertveranstaltungen sowie der Besucher des Genres Oper/Ballett/Tanztheater (vgl. Abb. 7).

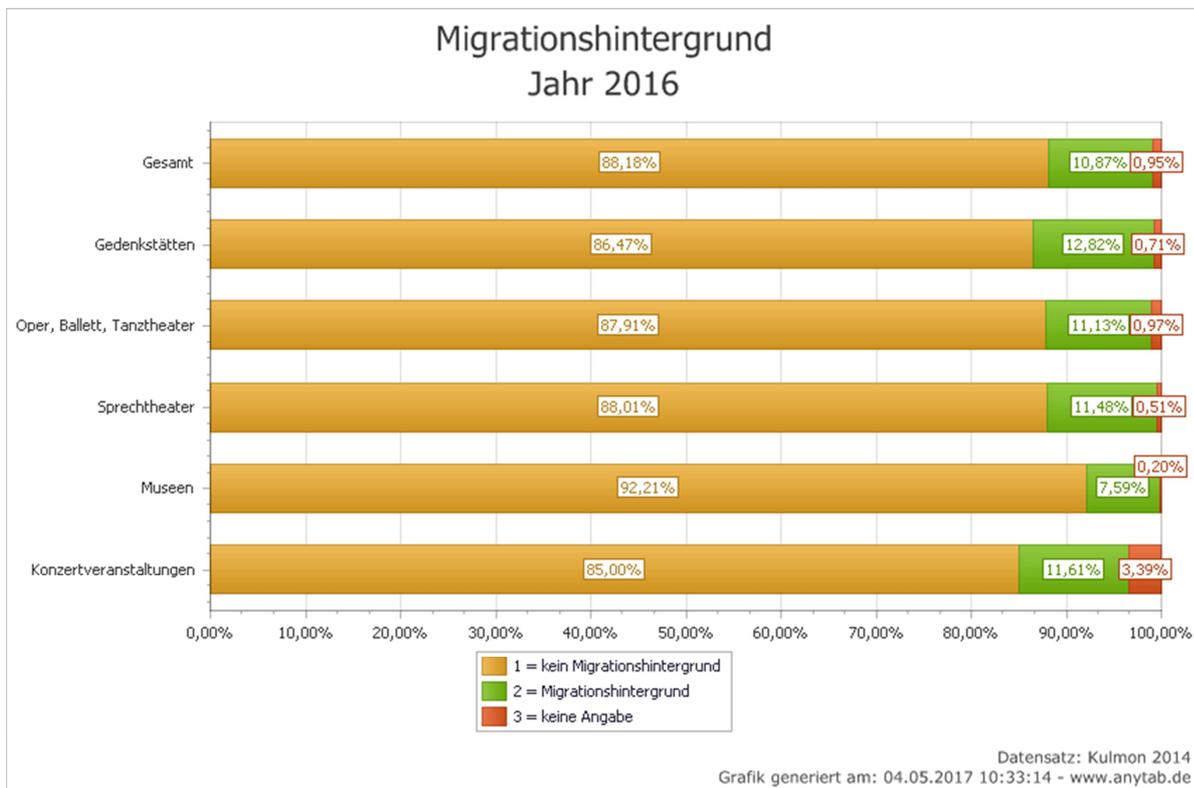


Abb. 7

⁸ Die Frage wurde so gestaltet, dass sie der Definition von Migrationshintergrund des statistischen Bundesamtes entspricht.

4.2.2 Besuch weiterer Kultureinrichtungen - Genre-Vergleich

Die Mehrheit der Befragten hat in den letzten zwölf Monaten (Berliner) bzw. während des Berlin-Besuches (Touristen) auch weitere Kultureinrichtungen besucht. Von den Museumsbesuchern werden hier mit 38% am häufigsten historische Museen/Gedenkstätten sowie Kunstmuseen/Galerien (40%) genannt, von den Besuchern der beteiligten Gedenkstätten am häufigsten andere Gedenkstätten, historische Museen (65%) und Kunstmuseen/Galerien (27%).

Auch Schlösser und Gärten in Berlin werden von den befragten Besuchern von Museen (11%) bzw. Gedenkstätten (8%) genannt, teilweise auch die Schlösser und Gärten in Potsdam (5-7%).

Außerdem werden von den befragten Museumsbesuchern wissenschaftliche bzw. naturkundliche Museen genannt (7%), bei den Gedenkstättenbesuchern geben dies 5% der Befragten an.

Seltener werden von den Museums- und Gedenkstättenbesuchern Bühnen genannt, am häufigsten noch Sprechtheater bzw. Schauspielhaus mit immerhin 13% (Museumsbesucher) bzw. 5% (Gedenkstättenbesucher), klassische Konzerte (Museen: 9%, Gedenkstätten: 2%) sowie Musical, Revue, Show (Museen: 5%, Gedenkstätten: 5%) (vgl. Abb. 8).

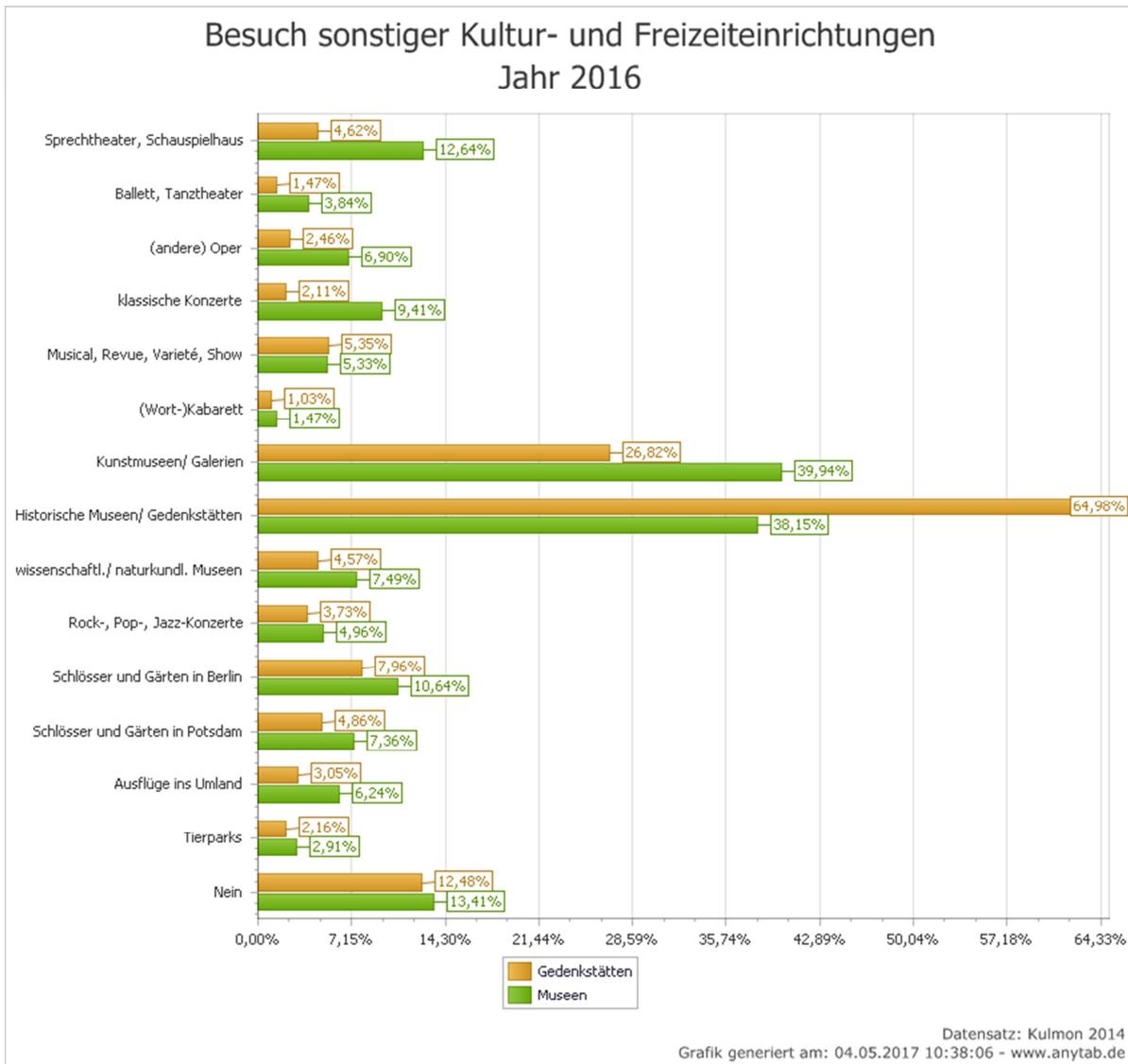


Abb. 8

Bei den befragten Bühnenbesuchern zeigt sich das umgekehrte Bild. Hier werden andere Bühnen sehr häufig genannt. So nennen 48% der befragten Besucher von Sprechtheatern andere Sprechtheater, bei den Besuchern von Konzertveranstaltungen geben immerhin 31% an, dass sie Sprechtheater besucht haben und bei den Besuchern von Oper/Ballett/Tanztheater sind es 25%.

(Andere) Opernhäuser werden von 35% der Besucher einer Konzertveranstaltung und von 27% der Oper/Ballett/Tanztheater-Besucher genannt. Außerdem geben 20% der Besucher der Sprechtheater an, Opernhäuser besucht zu haben.

Die befragten Besucher von Konzertveranstaltungen geben mit 47% am häufigsten an, dass sie auch andere klassische Konzerte besucht haben. Bei den Oper/Ballett/Tanztheater-Besuchern sind es 22% und bei den befragten Besuchern der Sprechtheater liegt der Wert bei 18%.

Den Besuch von Ballett- bzw. Tanzveranstaltungen geben jeweils ca. 9% der Bühnenbesucher an (außer die Besucher von Konzertveranstaltungen: 15%). Außerdem geben 9% der Besucher von Oper/Ballett/Tanztheater an, auch Rock-, Pop- und Jazzkonzerte besucht zu haben, bei den Konzertbesuchern sind dies 17% und bei den Besuchern von Sprechtheatern 13%.

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 Sprechtheaterbesuchern immerhin 29% an, Kunstmuseen und Galerien besucht zu haben, von den Konzertbesuchern sind es nur 10% und von den befragten Besuchern von Oper/Ballett/Tanztheatern immerhin 24%. Dies zeigt, dass Kunstmuseen insgesamt den breitesten Besucherkreis haben, also sowohl Besucher anderer Museen und Gedenkstätten als auch Besucher von Bühnen machen zu einem hohen Anteil auch Besuche in Kunstmuseen bzw. Galerien. Auch historische Museen/Gedenkstätten werden von den befragten Bühnenbesuchern genannt (Konzertveranstaltung: 6%, Sprechtheater: 15%, Besucher von Oper/Ballett/Tanztheatern: 15%) (vgl. Abb. 9).

Besuch sonstiger Kultur- und Freizeiteinrichtungen Jahr 2016

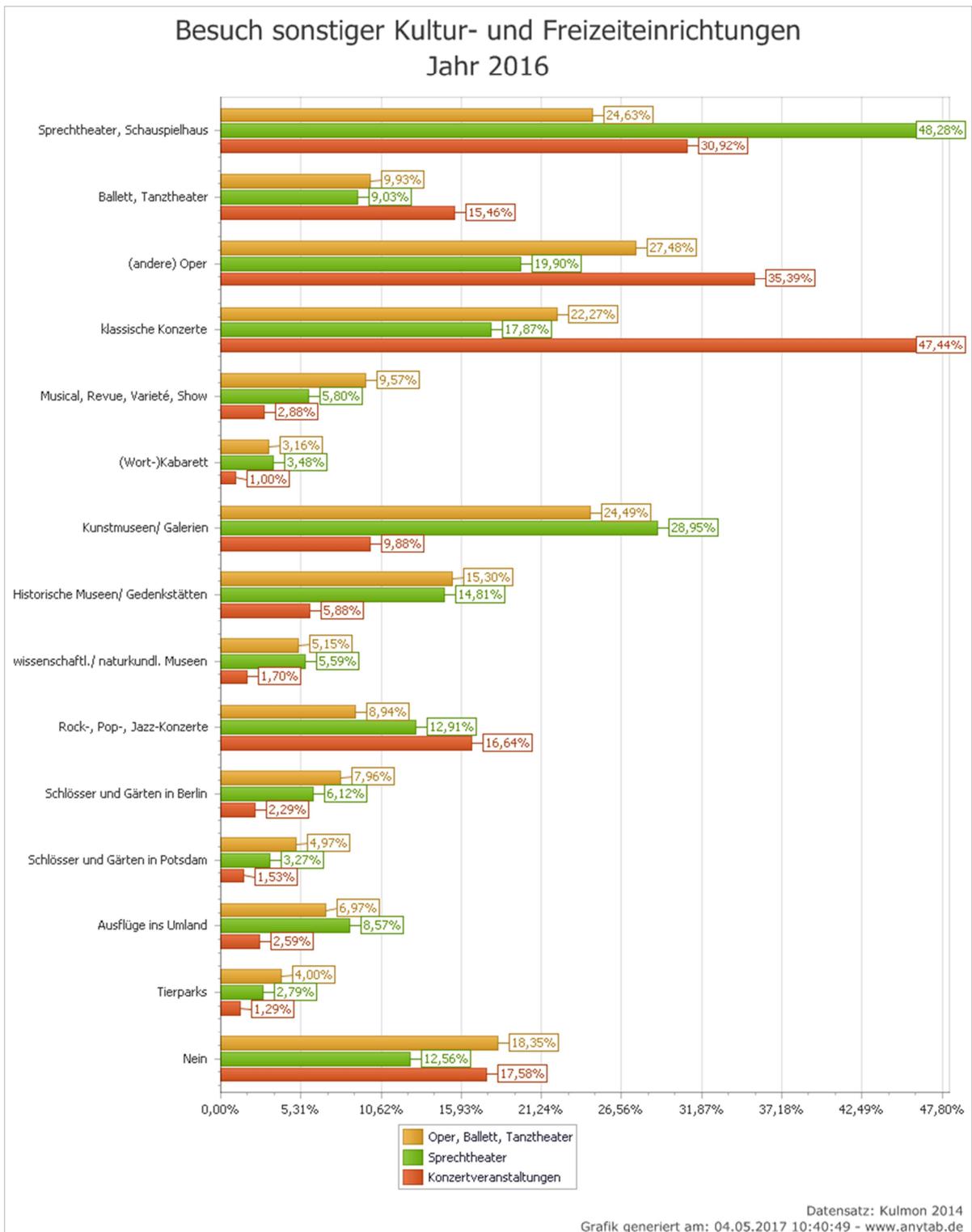


Abb. 9

4.2.3 Tourismusfragen - Genre-Vergleich

Dass die Kultureinrichtungen von Berlin ein wesentlicher Anziehungspunkt sind, zeigen die Antworten auf die Frage an Touristen, ob der Museums-/Bühnenbesuch (auch) Anlass des Berlin-Besuchs war.

Bei den Besuchern von Konzertveranstaltungen geben mit 38% mehr ein Drittel der Befragten an, der Besuch war alleiniger bzw. hauptsächlicher Anlass des Berlinbesuchs. Auch bei den Opern/Ballett/Tanztheatern wird dies von 30% der Besucher angegeben. Bei den beteiligten Sprechtheatern sind es 17%.

Bei den teilnehmenden Museen und Gedenkstätten ist der Anteil der Befragten, für die der Besuch der Institution alleiniger/ hauptsächlicher Anlass des Berlinbesuchs war, mit 3% bzw. 1% deutlich geringer (vgl. Abb. 10).

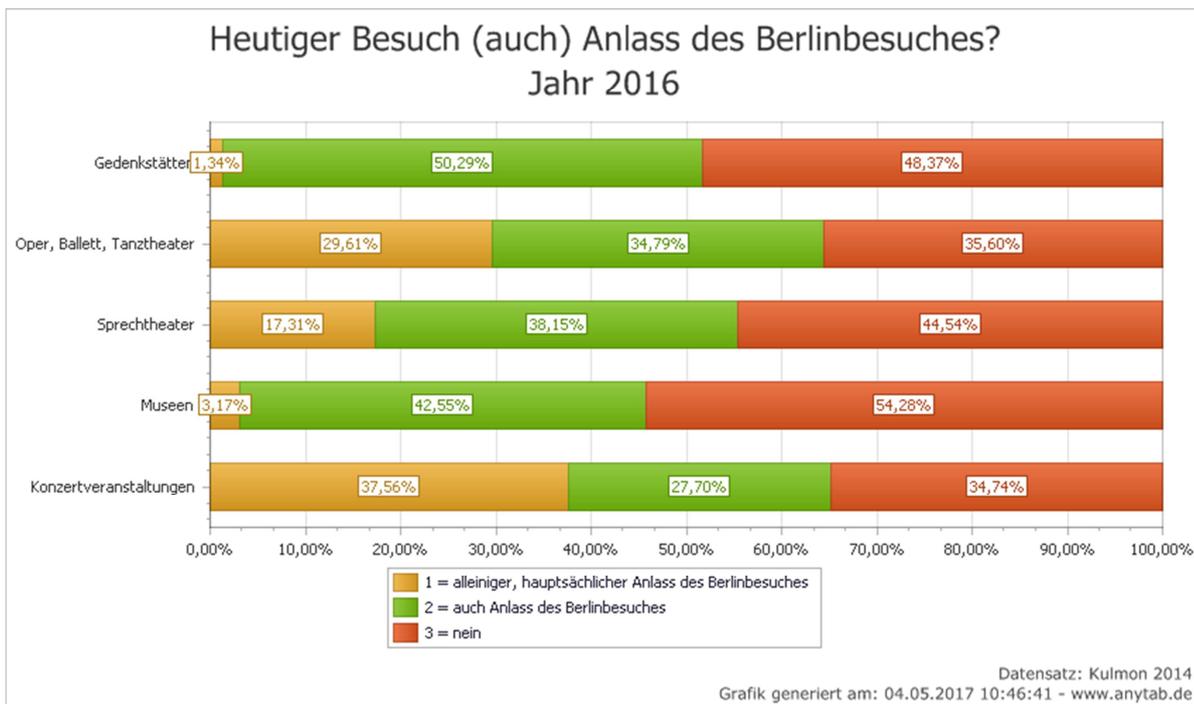


Abb. 10

Für einen relativ großen Anteil der Befragten war der Veranstaltungs-/Museumsbesuch, bei welchem sie befragt wurden, zumindest auch Anlass des Berlin-Besuches.

Dies geben bei den besuchten Konzertveranstaltungen 28% der Befragten an, insgesamt war somit für ca. 65% aller befragten Besucher der Konzertbesuch zumindest auch Anlass des Berlin-Besuchs.

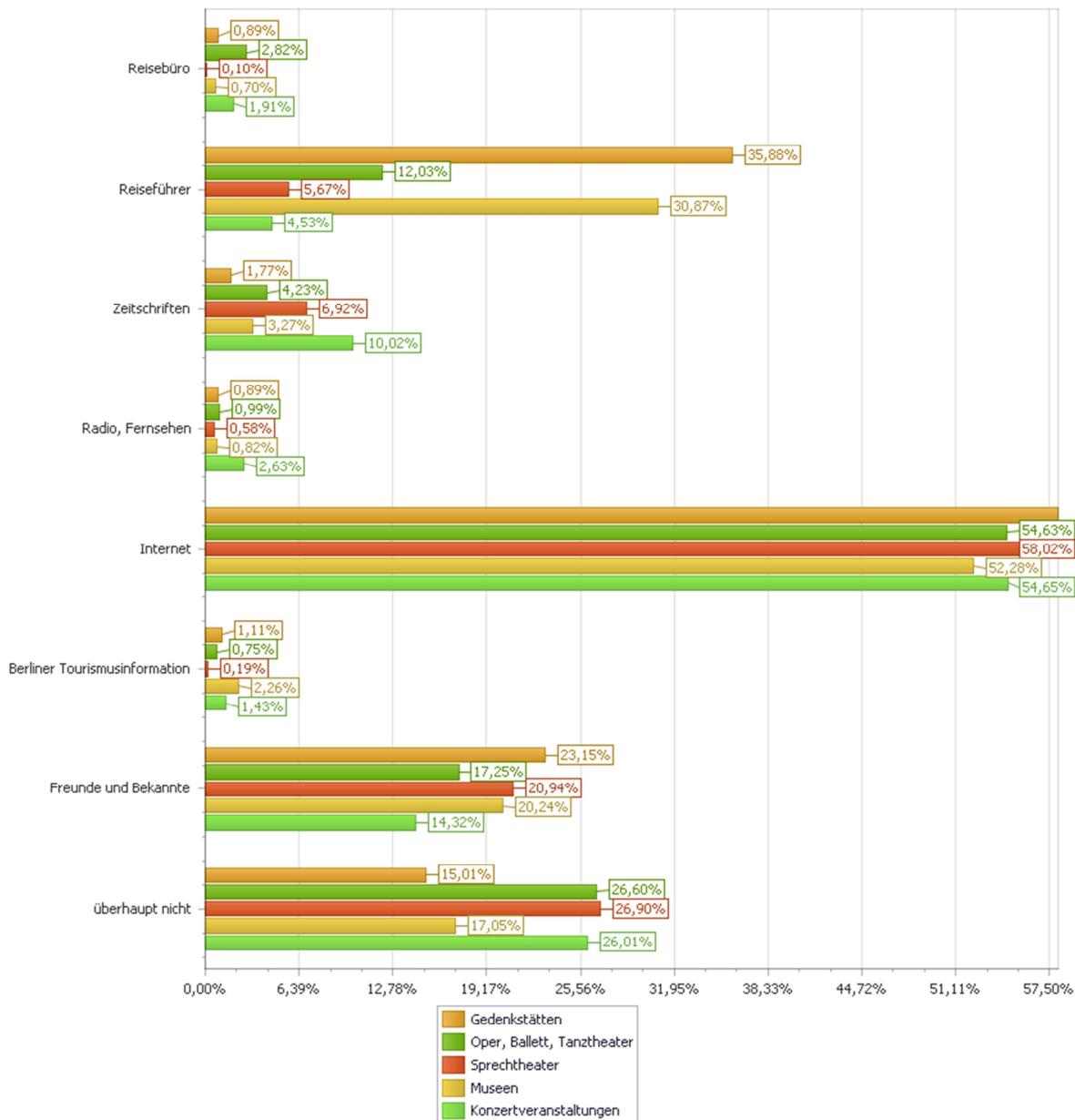
Einen ähnlich hohen Gesamtwert erreichen die am Projekt beteiligten Opern/ Ballett/ Tanztheater. Werden zu denjenigen, die den Besuch als alleinigen/hauptsächlichen Grund für den Berlin-Besuch genannt haben, die 35% hinzugerechnet, für die die Veranstaltung zumindest auch Anlass des Berlinbesuchs war, so ergibt sich ein Gesamtwert von ca. 64%.

Bei den teilnehmenden Sprechtheatern ergeben sich ca. 55% für die der Berlinbesuch zumindest auch durch das Theater veranlasst wurde, bei den einbezogenen Museen sind dies ca. 46% und bei den Gedenkstätten 52%.

Hinsichtlich der Informationsfindung über das Kulturangebot von Berlin ergeben sich deutliche Unterschiede zwischen befragten Museums- und Bühnenbesuchern. Dies bestätigt auch die an Touristen gestellte Frage, wie diese sich vorab über das Kulturangebot der Stadt informiert haben. So ist das Internet für alle Genres die wichtigste Informationsquelle, jeweils ca. 55-58% der Opern/Ballett/Tanztheater-Besucher, der Sprechtheaterbesucher, der Besucher von Konzertveranstaltungen aber auch der Gedenkstättenbesucher nennen dies. Von den Museumsbesuchern und wird es zu 52% genannt.

Im Gegensatz dazu sind die Nennungen für Reiseführer als Vorabinformation je Genre sehr unterschiedlich. 36% der Gedenkstättenbesucher und 31% der Museumsbesucher nutzen diese Quelle. Bei den beteiligten Bühnen (Konzertveranstaltungen: 5%, Opern/Ballett/Tanztheaterbesuchern: 12%, Sprechtheater: 6%) spielen sie eine deutlich geringere Rolle (vgl. Abb. 11).

Informationsquellen zum Kulturangebot der Stadt Jahr 2016



Datensatz: Kulmon 2014
Grafik generiert am: 04.05.2017 10:46:41 - www.anytab.de

Abb. 11

Auch Freunde und Bekannte spielen vor allem bei den beteiligten Museen und Gedenkstätten eine wichtige Rolle, 20-23% der befragten Besucher geben dies an. Ebenso hoch ist allerdings auch bei den Besuchern von Sprechtheatern der entsprechende Anteil (21%), bei Besuchern von Oper/Ballett/Tanztheater und bei Besuchern von Konzertveranstaltungen liegt er bei 17% bzw. 14%.

Es fällt auf, dass in den teilnehmenden Museen und Gedenkstätten deutlich weniger Befragte angeben, dass sie sich überhaupt nicht informiert haben (Gedenkstätten: 15%, Museen: 17%). Beim Genre Oper/Ballett/Tanztheater und bei den Sprechtheatern sind es 27% und bei den Konzertveranstaltungen immerhin 26%.

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

Abbildung 12 zeigt, dass bei den Bühnenbesuchern größere Unterschiede bestehen. Bei den Befragten des Genres Oper/ Ballett/ Tanztheater und bei den Konzertbesuchern ist der Anteil der Übernachtenden in Hotels mit 59% deutlich höher als bei den Sprechtheatern (32%). Von den befragten Museumsbesuchern übernachteten 54% in Hotels, bei den Gedenkstättenbesuchern sind es 55%.

Bei den einbezogenen Sprechtheatern ist entsprechend der Anteil an befragten Personen höher, die privat, bei Freunden nächtigen (50%), geringer ist dieser Anteil bei den Konzertbesuchern (29%) und bei den befragten Besuchern von Oper/ Ballett/ Tanztheater beträgt er nur 26%, ist aber trotzdem mit Abstand die zweithäufigste Übernachtungsart. Bei den Museumsbesuchern liegt dieser Wert nur bei 21%, bei den Gedenkstättenbesuchern sogar nur bei 11%.

Relativ hoch ist auch der Anteil an befragten Besuchern, die in einer Ferienwohnung übernachteten. Dies geben immerhin 9% der Konzertbesucher an, bei den Besuchern von Sprechtheatern sind es 10% und bei Besuchern von Oper /Ballett / Tanztheater 9%. Unter den Besuchern von Museen und Gedenkstätten übernachteten 12-14% in Ferienwohnungen. Außerdem nutzen diese Personen im Gegensatz zu den Bühnenbesuchern verstärkt Jugendherbergen (Museen: 9%, Gedenkstätten: 17%).

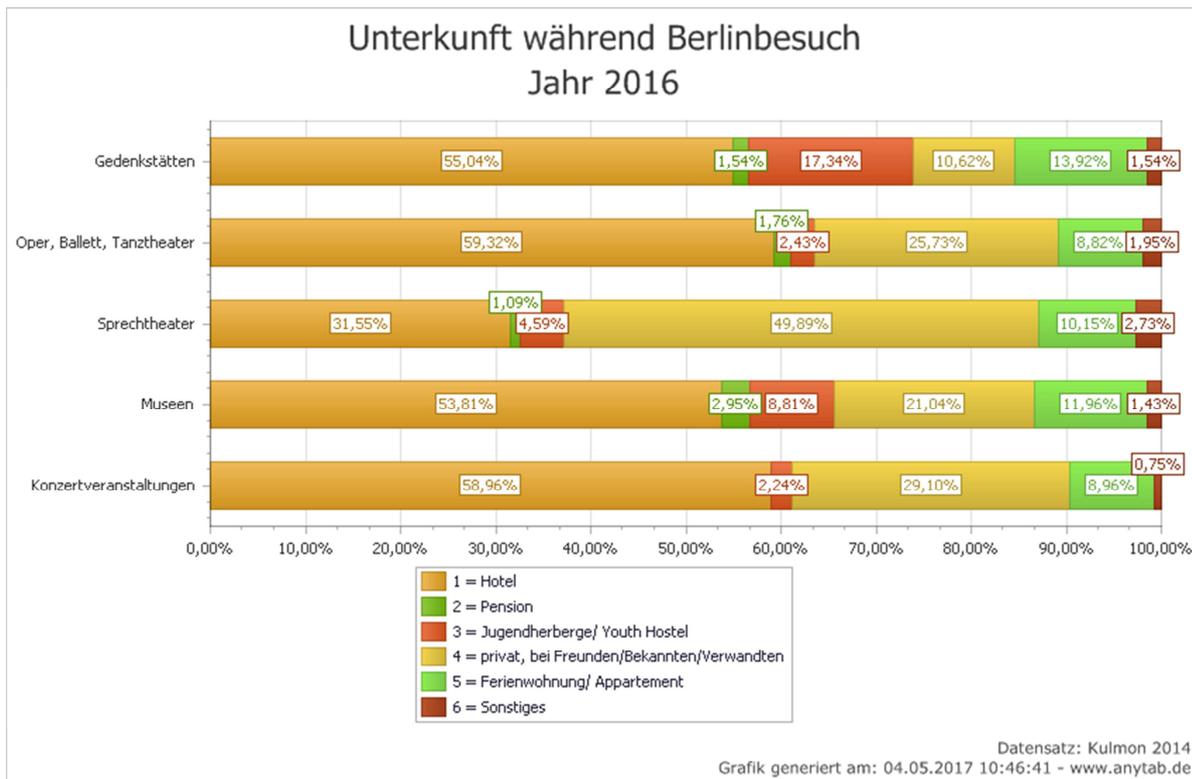


Abb. 12

Bei der Frage, wie man sich vorab über das Kulturangebot informiert hat, hat nur ein kleiner Anteil zwischen 1% und 2% der Befragten angegeben, eine Berliner Tourismus Information aufgesucht zu haben. Dies wird auch durch die direkte Frage danach, ob man eine Touristeninformation besucht hat, bestätigt: Nur 6% der befragten Besucher von Oper/ Ballett/ Tanztheaterbesucher sowie jeweils 3% der Konzertbesucher und der Sprechtheaterbesucher geben an, eine Tourismusinformaton besucht zu haben. Bei den Besuchern von Museen (10%) und Gedenkstätten (10%) liegt dieser Wert dagegen deutlich höher.

Die Aufenthaltsdauer der befragten Touristen in Berlin beträgt durchschnittlich 4,1 Tage, am höchsten ist dieser Wert bei Besuchern der Sprechtheater (4,7 Tage), Museen (4,5 Tage) und Gedenkstätten (4,2 Tage). Unter dem Durchschnitt ist die Aufenthaltsdauer bei Besuchern von Oper/ Ballett/ Tanztheater (3,6 Tage) und Konzertbesuchern (3,5 Tage).

4.3 Entwicklungen im Jahresvergleich 2015/2016 – Branchen-Vergleich

Beim nachfolgenden Jahresvergleich auf Branchenebene werden nur die Institutionen berücksichtigt, die sowohl 2015 als auch 2016 in das KULMON-Projekt integriert waren.

Hinsichtlich des Anteils an Frauen und Männern an den Befragten ergab sich 2015 ein leicht höherer Frauenanteil als 2016, vor allem bei den Bühnen. 2015 lag hier der Frauenanteil bei 61%, im Jahr 2016 nur bei 57% (vgl. Abb. 13).

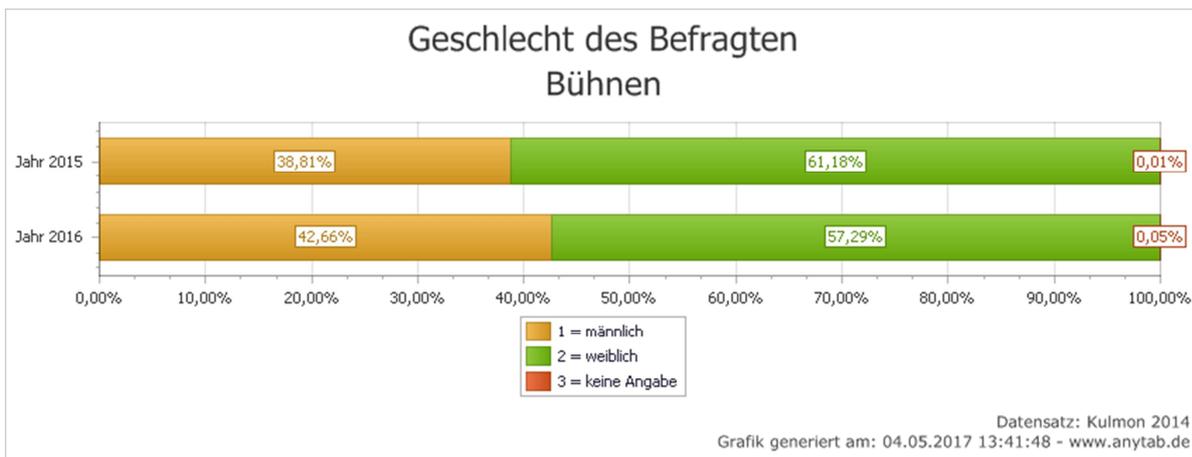


Abb. 13

Bei den Museen/Gedenkstätten sind hier kaum Veränderungen festzustellen, der Anteil an Frauen liegt konstant bei ca. 51% (vgl. Abb. 14).

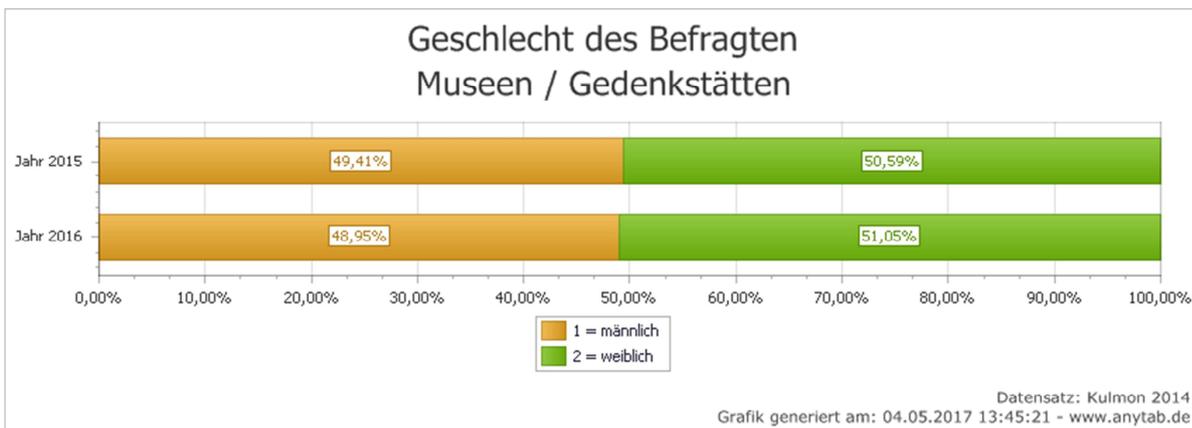


Abb. 14

Auch beim Durchschnittsalter der Befragten ergeben sich nur leichte Veränderungen: Bei den Bühnen stieg der Wert von 2015 auf 2016 von 49,5 Jahre auf 50,3 Jahre, bei den Museen/Gedenkstätten von 44,4 Jahre auf 46,0 Jahre (vgl. Abb. 15/16).

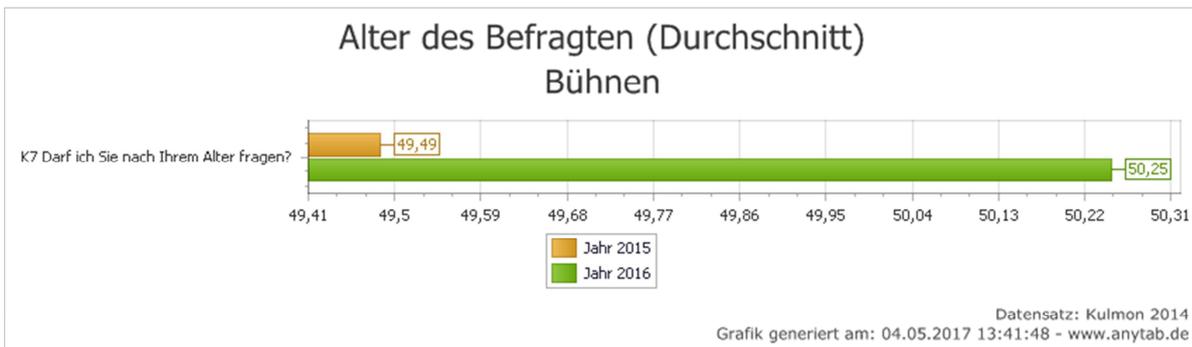


Abb. 15

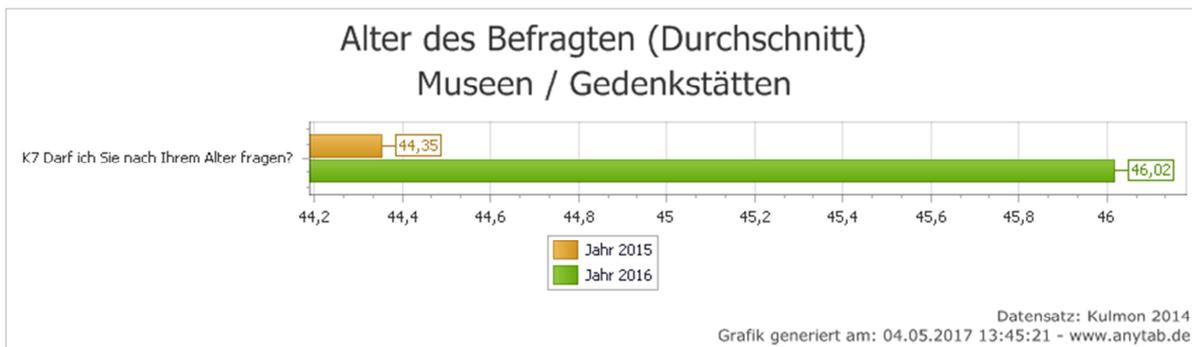


Abb. 16

Was die Herkunft der Besucher anbelangt, ergibt sich bei den Bühnen ein geringer Anstieg der Besucher mit Wohnort Berlin von 69% auf 70% und derer mit Wohnort Deutschland (ohne Berlin) von 22% auf 23%. Leicht zurückgegangen ist umgekehrt der Anteil der ausländischen Besucher unter den Befragten von 9% auf 8% (vgl. Abb. 17).

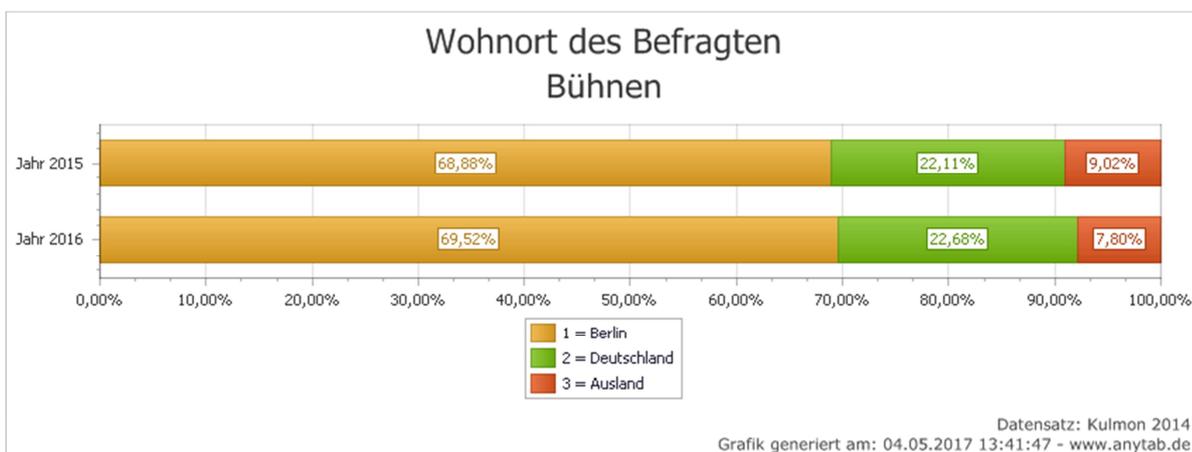


Abb. 17

Bei den befragten Museums- und Gedenkstättenbesuchern fällt vor allem der Rückgang der ausländischen Besucher von 49% (2015) auf 46% (2016) auf (vgl. Abb. 18).

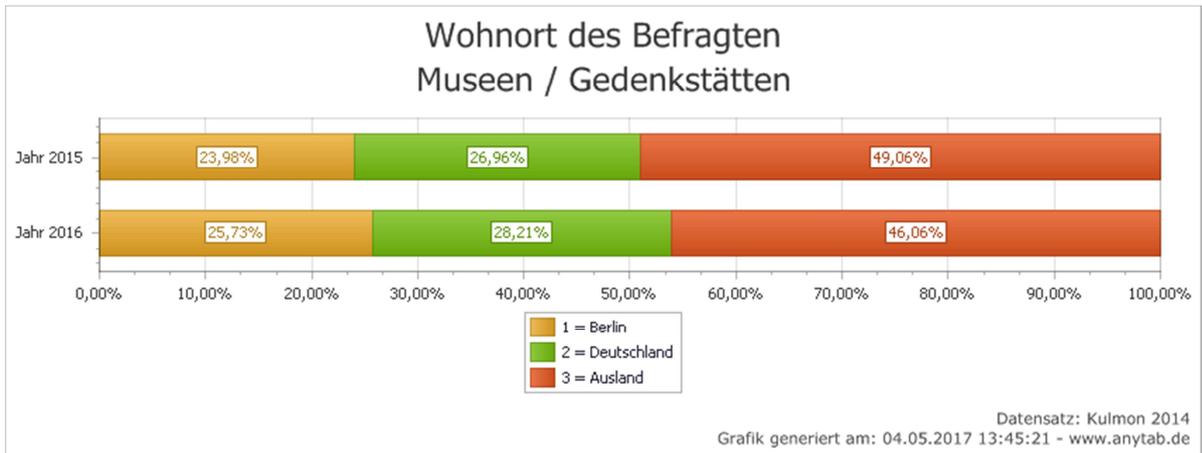


Abb. 18

Der Anteil an Besuchern aus Berlin hat dagegen von 24% (2015) auf 26% (2016) zugenommen und auch der Anteil der Touristen aus Deutschland stieg leicht von 27% auf 28%.