

## Touristen lieben die Berliner Kultureinrichtungen

Fast 60 Prozent der Besucher sind Gäste in der deutschen Hauptstadt

**Berlin, 29. August 2011** Mehr als die Hälfte der Besucher in den Berliner Kultureinrichtungen sind Touristen. Dies zeigt der aktuelle Jahresbericht des Kultur-Monitorings (KULMON), einer Besucherumfrage in den Berliner Kultureinrichtungen. Insgesamt sind fast 60 Prozent der dort befragten Gäste Besucher der deutschen Hauptstadt.

Bei den Museumsbesuchern ist der Anteil von Touristen besonders hoch. Im vergangenen Jahr kamen 38 Prozent der Gäste aus Deutschland und circa 37 Prozent aus dem Ausland. Bei den Bühnen stammt die Mehrzahl der Zuschauer aus Berlin. Den größten Anteil an Berliner Publikum haben die Orchester mit etwa 73 Prozent, dann folgen die Sprechtheater mit einem Anteil von fast 65 Prozent Berlinern im Publikum. Bei Oper, Ballett und Tanztheater sind es knapp 61 Prozent.

In 2010 beteiligten sich erstmals die Gedenkstätten Stiftung Berliner Mauer, Denkmal für die ermordeten Juden Europas und Topographie des Terrors an dem Besucher-Monitoring. Deren Besucher sind zu knapp 90 Prozent Touristen, davon fast 52 Prozent aus dem Ausland. Insbesondere Briten (13,79%), Niederländer (11,96%), US-Amerikaner (9,67%) und Dänen (7,15%) interessieren sich für die historischen Schauplätze.

„Die Geschichte im 20. Jahrhundert – im Guten wie im Bösen – ist in Berlin wie durch ein Brennglas zu besichtigen“, sagt *visitBerlin*- Geschäftsführer Burkhard Kieker. „Die Art, wie sich die Stadt damit auseinandersetzt, zieht die Menschen an. Das bestätigen die aktuellen KULMON-Ergebnisse.“

Seit Beginn dieses Jahres nehmen erstmals auch die drei Musical-Bühnen der Stage Entertainment GmbH am Berliner Kultur-Monitoring teil: Bluemax, das Theater am Potsdamer Platz und das Theater des Westens.

Die Kulturstudie geht auf eine gemeinsame Initiative der Berliner Kulturverwaltung und *visitBerlin* in Zusammenarbeit mit dem Zentrum für Audience Development an der Freien Universität Berlin zurück. Das Projekt wird aus Sondermitteln der touristischen Kulturmarketing-Kampagne von *visitBerlin*, aus Eigenbeiträgen der Kultureinrichtungen und aus EFRE-Mitteln des Programms der Kulturverwaltung „*Förderung des Innovationspotentials in der Kultur (INP)*“ finanziert.

(2.279 Zeichen)