

targetreport

KULMON System für Besucher-Monitoring

an tourismusaffinen Berliner Kulturinstitutionen

Projektbeschreibung und exemplarische

Ergebnisse (Auszug aus dem Jahresbericht 2012)



Das Projekt „Besucher-Monitoring an
tourismusaffinen Berliner
Kulturinstitutionen“ (KULMON) wird
von
der Europäischen Union kofinanziert
(Europäischer Fonds für regionale
Entwicklung)
Investition in Ihre Zukunft!



Ein Bericht der

TARGET GROUP GmbH, Nürnberg

Juni 2013

targetcontents

1. Ausgangslage	3
2. Teilnehmende Institutionen.....	3
3. Erhebungen und Erhebungsinstrumentarium.....	6
3.1 Erhebungsinstrumente.....	6
3.2 Vorgehensweise bei der Befragung	6
3.3 Stichprobengröße / Quotenplan.....	7
3.4 Dateneingabe	8
4. Ergebnisse für das Jahr 2012.....	9
4.1 Datengrundlage	9
4.2 Exemplarische Ergebnisse.....	9
4.2.1 Besucherstruktur allgemein.....	9
4.2.2 Touristen: Nutzung weiterer Kultur- und Freizeiteinrichtungen.....	13
4.3 Ergänzungsfragen für Touristen.....	15
4.4. Entwicklungen im Jahresvergleich 2009/2010/2011/2012.....	17

1. Ausgangslage

Für die Berliner Kulturinstitutionen sind durch den demographischen Wandel der Gesellschaft sowie immer größerer Unkalkulierbarkeit nachwachsender Nutzergruppen tiefgreifende Veränderungen der Besucherstrukturen zu erwarten.

Ziel der Berliner Kulturinstitutionen ist es daher, neue Besuchergruppen zu generieren 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 beschlossen die Berliner Kulturverwaltung und die Berlin Tourismus Marketing GmbH (heute: Berlin Tourismus & Kongress GmbH) mit Unterstützung durch das Zentrum für Audience Development an der Freien Universität Berlin die Einführung eines kontinuierlichen und einheitlichen Besucher-Monitorings. Mit der Einführung dieses Kultur-Monitorings (KULMON) 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
- Zusätzliche Legitimation der Kulturinstitutionen gegenüber Fördergebern
- Gesteigerte Glaubwürdigkeit und Akzeptanz gegenüber Sponsoren
- 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.

2. Teilnehmende Institutionen

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

- Die Stiftung Oper in Berlin mit den Institutionen Staatsoper Berlin, Deutsche Oper Berlin, Komische Oper Berlin und Staatsballett

- Das Jüdische Museum Berlin
- Den Friedrichstadtpalast
- Das Deutsche Historische Museum
- Die Staatlichen Museen zu Berlin mit den Häusern Pergamonmuseum, Altes Museum und Gemäldegalerie
- Die Stiftung Preußische Schlösser & Gärten mit dem Schloss Charlottenburg.

Nach Durchführung der Erprobungsphase in 2008 und dem ersten Jahr „Echtzeitbetrieb“ in 2009, wurden neue teilnehmende Institutionen gewonnen. Mit dieser Erweiterung des Teilnehmerkreises wurde auch die Struktur der Teilnehmer vorgenommen. 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.).

Bei Institutionen mit mehreren Häusern wurden diese Häuser hinsichtlich Erhebung, Auswertung und Kommunikation als eigenständige Institution behandelt.

Weitere Beteiligte am Besucher-Monitoring-System waren und sind die Senatskanzlei – Kulturelle Angelegenheiten, die Berlin Tourismus Marketing GmbH, die seit 01.01.2011 als Berlin Tourismus Kongress GmbH firmiert, und der Landesverband der Museen zu Berlin.

In entsprechenden Projektschritten können und sollen weitere Kulturinstitutionen und Unternehmen in das Monitoring aufgenommen werden.

Als neue Teilnehmer konnten ab 2010 folgende Häuser/Einrichtungen gewonnen werden:

- Das DDR Museum (Branche: Museum / Genre: Museum)
- Die Museen Dahlem (Branche: Museum / Genre: Museum)
- Die Nikolaikirche als Einrichtung der Stiftung Stadtmuseum Berlin (Branche: Museum / Genre: Museum)
- Die Stiftung Technikmuseum Berlin¹ (Branche: Museum / Genre: Museum)
- Die Stiftung Berliner Mauer (Branche: Museum / Genre: Gedenkstätte)
- Das Denkmal für die ermordeten Juden Europas (Branche: Museum / Genre: Gedenkstätte)
- Die Topographie des Terrors (Branche: Museum / Genre: Gedenkstätte)
- Das Konzerthaus Berlin (Branche: Bühnen / Genre: Orchester)
- Die Berliner Philharmoniker (Branche: Bühnen / Genre: Orchester)
- Das Rundfunkorchester und Chöre Berlin (Branche: Bühnen / Genre: Orchester)

¹ Nur Auswertung der Kernfragen, Durchführung in Eigenregie

- Das Theater am Kurfürstendamm (Branche: Bühnen / Genre: Sprechtheater)
- Das Maxim Gorki Theater (Branche: Bühnen / Genre: Sprechtheater)

Auch 2011 konnten neue Institutionen zur Teilnahme am KULMON-Projekt gewonnen werden.

Diese 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)

Zu den oben genannten Einrichtungen zählten noch das Jüdische Museum und das Technikmuseum hinzu. Sie stellen Ausnahmen dar. Die Besucherforschung des Jüdischen Museums Berlin speist zum Zweck des Austausches und der Vergleichbarkeit Daten aus eigenen Besucherhebungen in das KULMON-System ein. Die Interviews werden ebenfalls „face-to-face“ durchgeführt. Das Technikmuseum hat zur Durchführung ein anderes Institut beauftragt. Die entstehenden Datensätze werden anschließend durch targetgroup in die KULMON-Datenbank hochgeladen.

Ende 2011 endete die erste Laufzeit des Projektes. Kurzfristig konnten nochmals für ein Jahr EFRE-Gelder akquiriert werden. Zur Fortsetzung des Projektes und um den Beitrag der Kostenbeteiligung möglichst gering zu halten, wurden in Abstimmung mit der Lenkungsgruppe unterschiedliche Varianten zur Teilnahme entwickelt, z.B. mit reduzierter Stichprobe oder reduziertem Fragebogen.

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 die Humboldt-Box (Branche: Museen / Genre: Museen). Die Befragungen in der Humboldt-Box begannen im Februar 2012.

² Bisher nur Auswertung der Kernfragen, Durchführung in Eigenregie

³ Bisher nur Auswertung der Kernfragen, Durchführung in Eigenregie

3. Erhebungen und Erhebungsinstrumentarium

3.1 Erhebungsinstrumente

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

- Kernfragen
- Vertiefungsmodule

Bei den Kernfragen handelt es sich um einen Satz von Fragen, der in allen teilnehmenden Institutionen und Unternehmen 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 Vertiefungsmodule⁴. Diese Vertiefungsmodule sind „branchenspezifisch“ gestaltet. Dies bedeutet, dass es einen Vertiefungsfragebogen für die Bühnen und einen für die Museen gibt. Bei den Vertiefungsfragen handelt es sich vor allem um Fragen zur Zufriedenheit mit dem Angebot der sowie zum Aufenthalt in der Institution.

Der Gesamtfragebogen aus Kernfragen und Vertiefungsfragen 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. Im Jahr 2012 wurden ca. 90% der Befragungen in Deutsch ausgefüllt, 10% in Englisch. Der spanische Fragebogen wird als Papierversion für den Befragten bereitgehalten und die jeweiligen Antworten im Erhebungsgerät übernommen.

Die Verweigerung zur Teilnahme an der Befragung betrug im Jahr 2012 insgesamt ca. 18%, die Abbruchquote unter 1%. Eine Verweigerung bzw. ein Abbruch aufgrund sprachlicher Probleme erfolgte in knapp 3% der Fälle.

Die entwickelten Fragebogen wurden in der Testphase zu Beginn des Projekts für alle beteiligten Institutionen jeweils einem Pretest unterzogen. Hierzu wurden ca. 20 Interviews durchgeführt. Im Anschluss an den Pretest erfolgte mit dem modifizierten Fragebogen eine mehrwöchige Betaphase.

Bei allen im Verlauf des Projekts neu hinzukommenden Institutionen wurde ebenfalls zunächst ein Pretest mit dem abgestimmten Fragebogen durchgeführt.

Seit 2012 haben die Institutionen die Möglichkeit zu wählen, ob in ihrem Haus nur Kernfragen oder der gesamte Fragenkatalog erhoben werden. Zudem kann jede Institution bis zu zwei eigene Fragen ergänzen, die nur für sie erhoben werden.

3.2 Vorgehensweisen 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“ eine höhere Qualität ermöglicht, da die/der Interviewer/in bei jeder Frage sofort bei Missverständnissen helfend eingreifen kann.

⁴ Beim JMB und beim Deutschen Technikmuseum Berlin wurden nur die Kernfragen gestellt.

target group hat für solche Befragungen das System *CAMI (Computer Assisted Mobile Interviewing)* entwickelt. Die Datenerfassung erfolgt hier mit einem Handheld-Computer auf Basis der *BlackBerry*-Technologie.

Durch folgende weitere zeichnet sich der Art der Befragung aus:

- 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.

3.3 Stichprobengröße / Quotenplan

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

Durch die 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 Museen werden die Besucher in der Regel beim Verlassen der Ausstellungen befragt, hier kommt pro Befragungstag ein Interviewer zum Einsatz.

Die Orte, an denen innerhalb der Institution befragt werden soll, wurden mit den Institutionen abgestimmt.

Bei den Bühnen, wie z.B. den einzelnen Häusern der Stiftung Oper Berlin, des Maxim Gorki Theaters und des Friedrichstadtpalastes werden die Besucher vor der Vorstellung sowie in der/den Pause/n befragt.

Hier ist die zur Verfügung stehende Zeit sehr kurz, daher werden pro Einsatztag mehrere Interviewer eingesetzt. Aus der spielfreien Zeit in der Sommerpause ergibt sich bei den Bühnen eine ungleiche Verteilung. Die im Sommer ausfallenden Interviews werden in den restlichen Monaten des Jahres vorgezogen bzw. nachgeholt.

3.4 Dateneingabe und Datenauswertung

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.

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

anytab bietet sowohl voreingestellte Standardauswertungen sowie individuelle Auswertungsmöglichkeiten, die mit wenigen Mausklicks abgerufen werden können. Eine Erstellung von Tabellen mit Absolut-, Prozent- und Mittelwerten, als auch die sofortige grafische Darstellung der Ergebnisse ist möglich.

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

4. Ergebnisse für das Jahr 2012

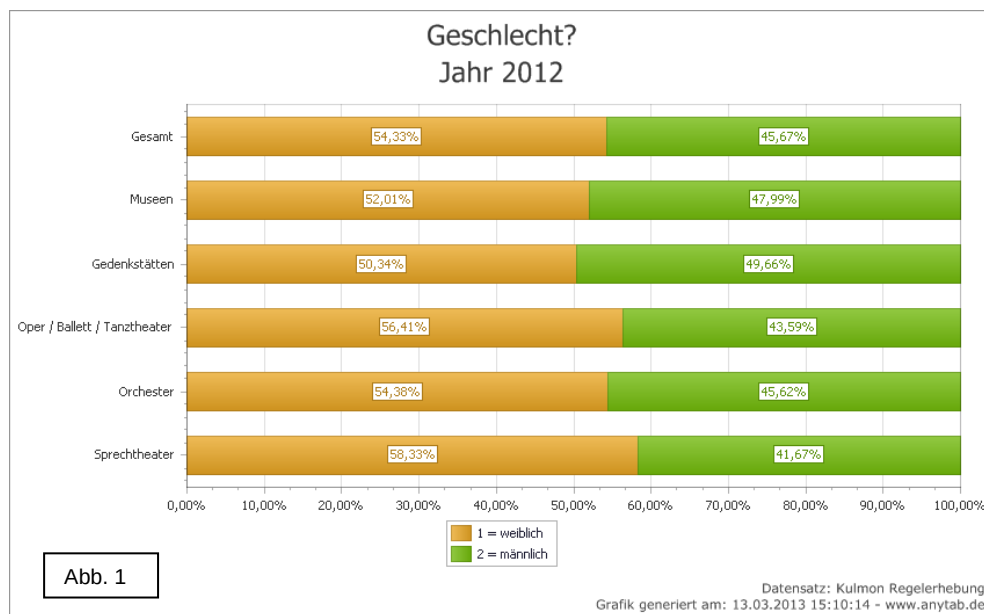
4.1 Datengrundlage

Insgesamt wurden im Jahr 2012 50.282 (2009 28.992; 2010 47.451; 2011 63.682) Interviews durchgeführt. Pro Institution sollen im Jahresdurchschnitt 2.400 Interviews durchgeführt werden. Durch die verringerte Anzahl der beteiligten Einrichtungen und teilweise verringerte Interviewanzahl bei einigen Institutionen (Schloss Charlottenburg, DDR-Museum, Stadtmuseum Berlin je 1.800) kam es im Vergleich zu 2011 zu einer verringerten Gesamtzahl der Interviews.

4.2 Exemplarische Ergebnisse

4.2.1 Besucherstruktur allgemein

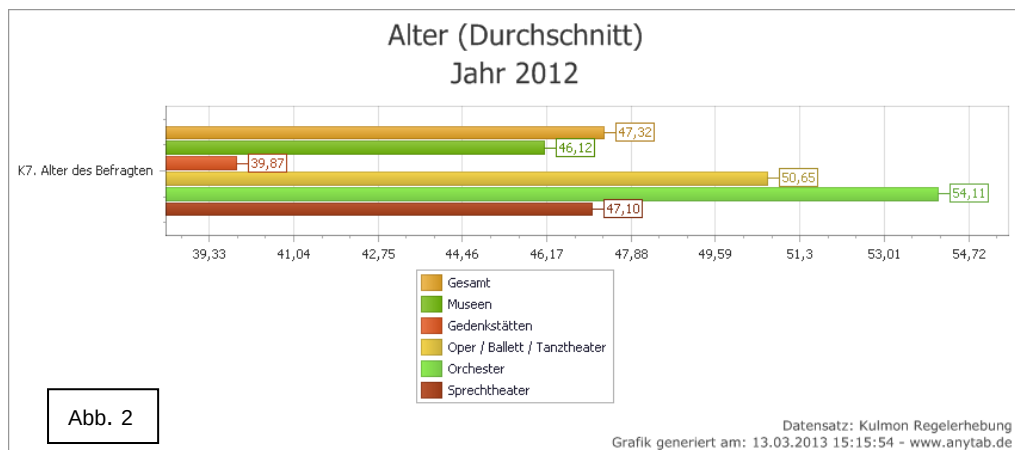
Insgesamt ist bei den Besuchern der in die Studie einbezogenen Berliner Kulturinstitutionen festzustellen, dass Frauen mit 54 % den größeren Anteil ausmachen. Dieses „Mehr“ an Frauen ist besonders deutlich bei den Sprechtheatern (58%), dem Genre Oper, Ballett, Tanztheater mit 56%. Beim



Genre Orchester⁵ entspricht der Anteil an befragten weiblichen Besuchern mit 54% genau dem Durchschnitt. Bei den Museen ist der Anteil der befragten Frauen mit 52% nur leicht überproportio-

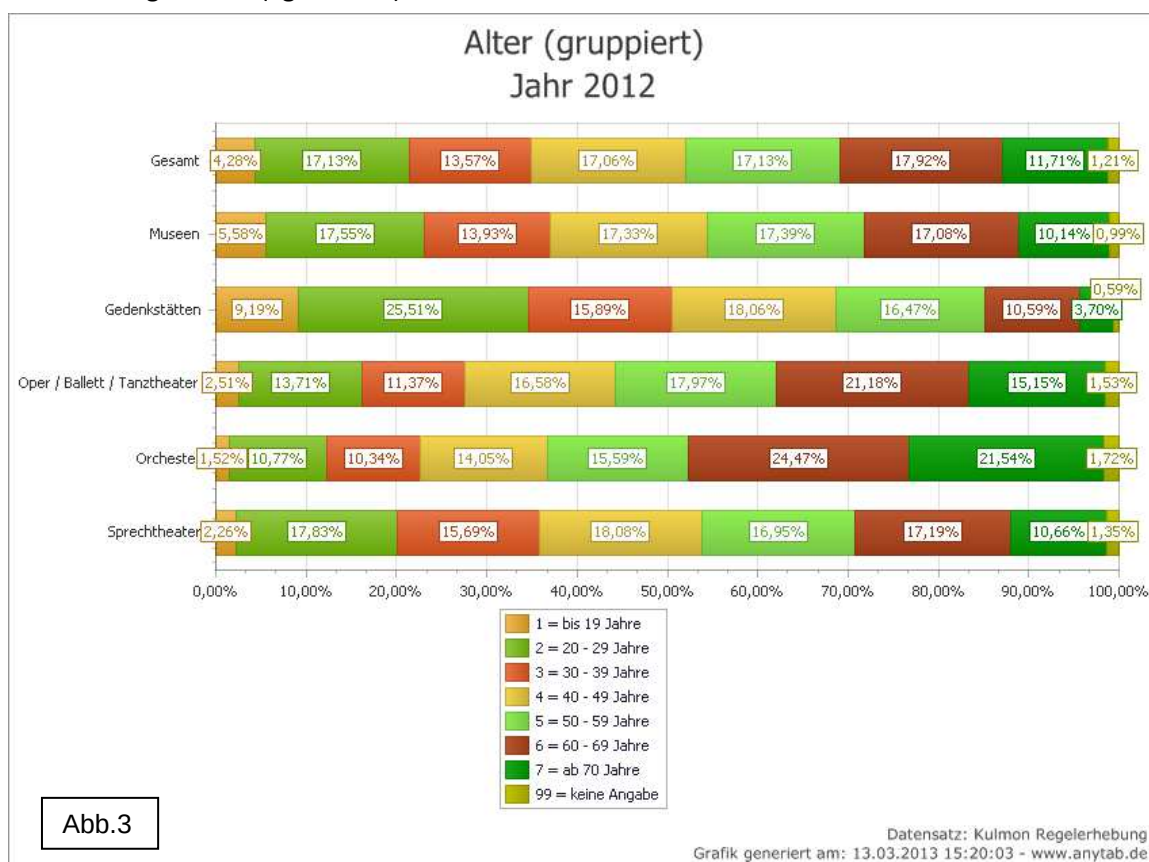
nal, während bei den Gedenkstätten das Geschlechterverhältnis fast ausgeglichen ist.

⁵ Unter diesem Genre sind sowohl Orchester als auch andere Institutionen mit ihren Konzertveranstaltungen zusammengefasst.



Hinsichtlich des **Alters** zeichnen sich bei den beteiligten Museen und Bühnen ebenfalls Unterschiede ab: Der Al-

tersdurchschnitt der befragten Besucher aller einbezogener Institutionen liegt bei ca. 47 Jahren. Am jüngsten sind die befragten Besucher der Gedenkstätten, hier ergibt sich ein Durchschnittsalter von 40 Jahren. Am ältesten sind die Besucher des Genres Orchester mit 54 Jahren. Ebenfalls ein überdurchschnittliches Alter weisen mit 51 Jahren die Besucher des Genres Oper, Ballett, Tanztheater. Mit 47 Jahren erreichen die Sprechtheater den Durchschnitt aller Befragten, während bei den Museen mit 46 Jahren ein verglichen mit dem Gesamtdurchschnitt etwas jüngeres Publikum angetroffen bzw. befragt wurde (vgl. Abb. 2).



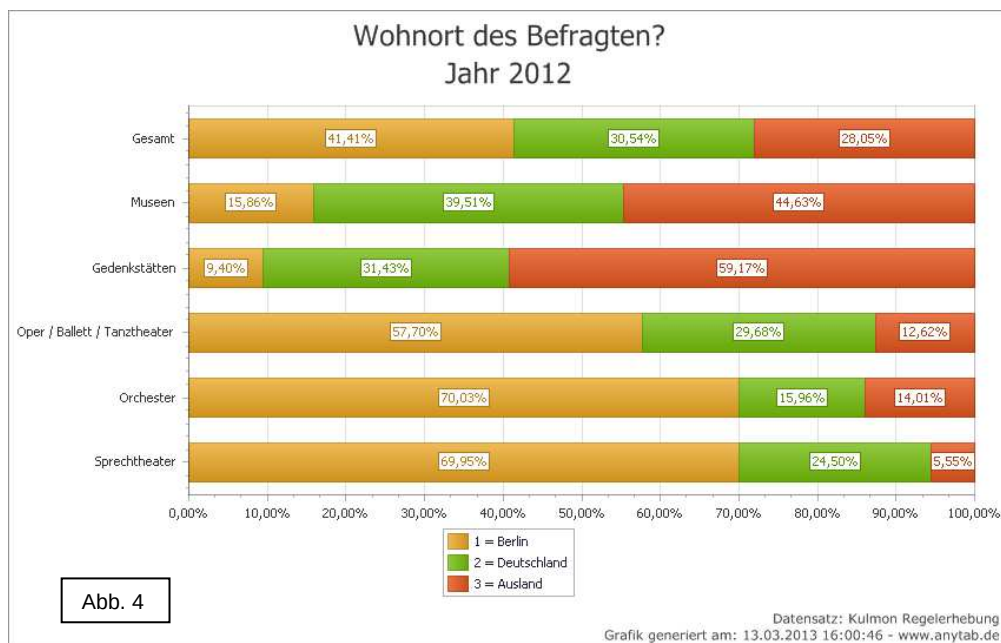
Betrachtet man die einzelnen Altersgruppen, so erklären sich diese Unterschiede beim Durchschnittsalter zum einen dadurch, dass bei den Gedenkstätten (26%) und den Museen (18%) die Gruppe der 20-29jährigen überdurchschnittlich vertreten ist, umgekehrt sind bei den Bühnen die

älteren Altersgruppen stärker vertreten. So sind bei den Besuchern von Orchester-Veranstaltungen immerhin 24% der Befragten zwischen 60-69 Jahren alt, 22% sind über 70 Jahre alt (vgl. Abb. 3).

Grundsätzlich ist hinsichtlich des Durchschnittsalters zu beachten, dass beim Kulturmonitoring (KULMON) in der Regel nur Individualbesucher befragt werden. Gruppenbesucher oder Schulklassen werden nur in Ausnahmefällen befragt.

Würde in zukünftigen Befragungen diese Besuchergruppen mit einbezogen werden, läge das tatsächliche Durchschnittsalter Besucher der untersuchten Kultureinrichtungen, insbesondere in den Museen, deren Anteil an Schulklassen am Besucheraufkommen sehr hoch ist, erheblich unter dem durch die KULMON-Untersuchung ermittelten Wert.

Große Unterschiede zeigen sich auch was die Herkunft der befragten Besucher anbelangt: So stammt bei den einbezogenen Bühnen die Mehrheit der Besucher aus Berlin (Orchester: 70%, Sprechtheater: 70%, Oper/ Ballett/ Tanztheater: 58%). Bei den beteiligten Museen haben die Berliner dagegen nur



einen Anteil von knapp 16% und bei den beteiligten Gedenkstätten sogar nur von 9% (vgl. Abb. 4).

Umgekehrt ist der Anteil der befragten Besucher aus dem Ausland in den Gedenkstätten

mit 59% deutlich überrepräsentiert, und auch bei den Museen wohnen 45% der Befragten nicht in Deutschland.

Beim Genre Oper/Ballett/Tanztheater beträgt der Anteil der befragten Besucher aus dem Ausland dagegen nur 13%, beim Genre Orchester 14% und bei den Sprechtheatern nur 6%. Dieser niedrige Anteil an Ausländern bei den Sprechtheatern erklärt sich natürlich auch durch die oft vorhandene Sprachbarriere.

Unterschiede zwischen Bühnen und Museen/Gedenkstätten zeigen sich auch in Bezug auf die Anzahl der Besuche: So geben ca. 81% der Museumsbesucher und sogar 83% 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 den Orchestern 29%.

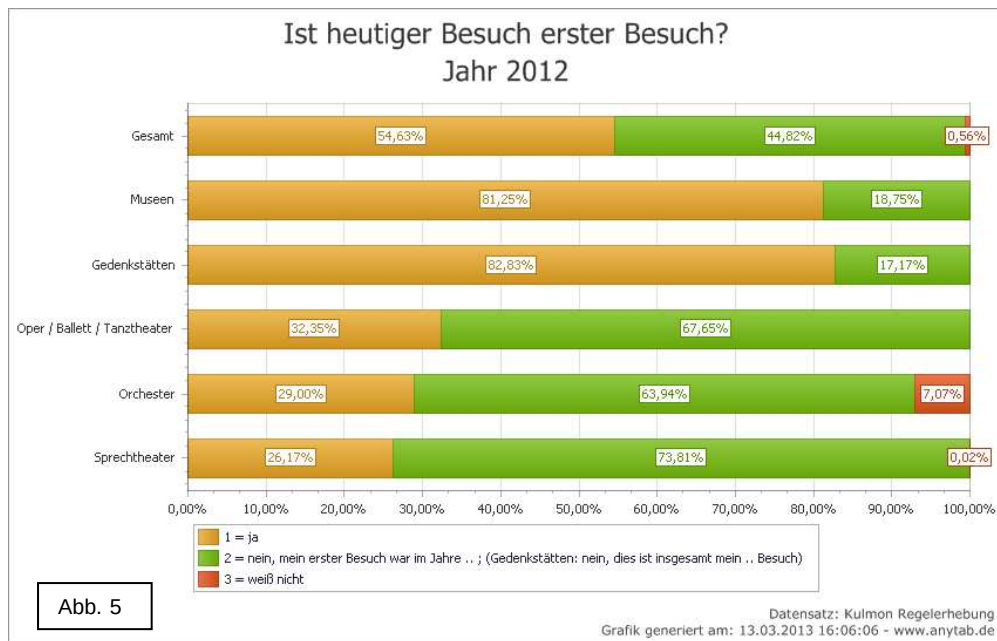


Abb. 5

wird bei den einbezogenen Museen mit 1,7 und in Gedenkstätten mit 1,8 Besuchen ein unterdurchschnittlicher Wert an Besuchen in den letzten 12 Monaten angegeben, am höchsten ist der Wert bei den einbezogenen Orchestern mit 4,6 Besuchen, gefolgt von dem Genre Sprechtheater mit 3,5 Besuchen.

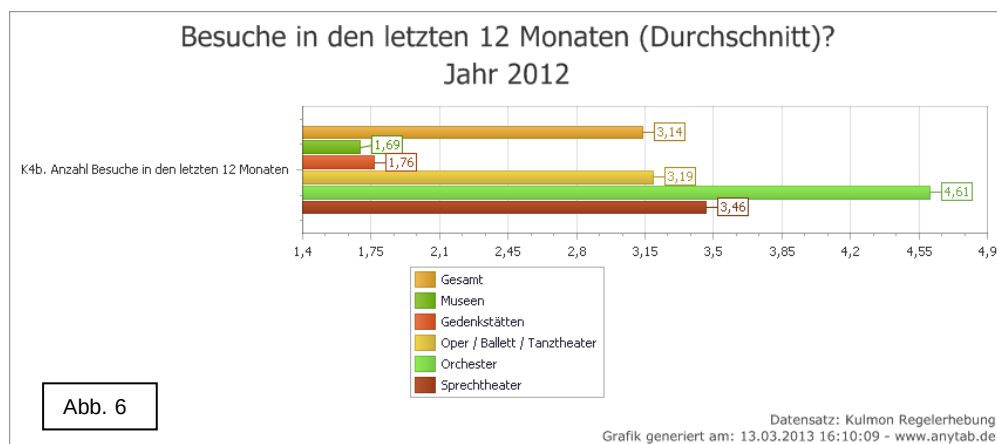


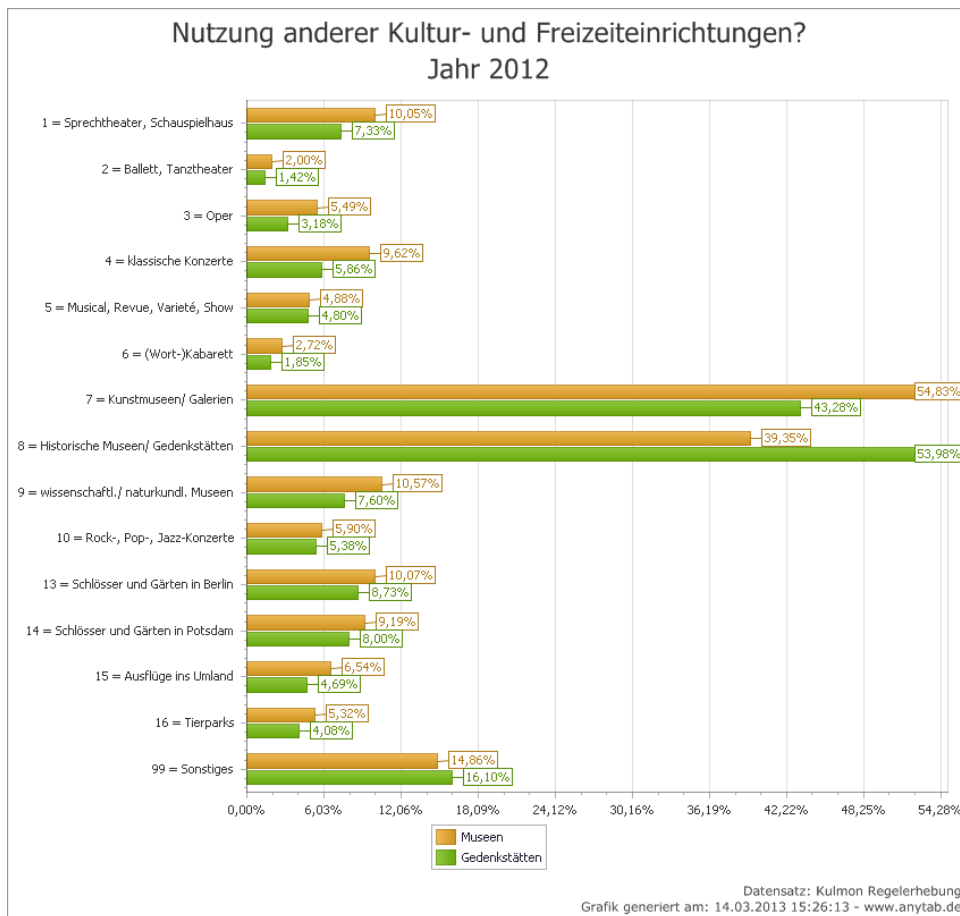
Abb. 6

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

Beim Genre Oper/ Ballett/ Tanztheater werden im Durchschnitt 3,2 Besuche in den letzten 12 Monaten angegeben (vgl. Abb. 6).

4.2.2 Nutzung weiterer Kultur- und Freizeiteinrichtungen

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 55% am häufigsten andere Kunstmuseen/Galerien sowie historische Museen/ Gedenkstätten (39%) genannt, von den Besuchern der Gedenkstätten am häufigsten andere Gedenkstätten, historische Museen (54%) und Kunstmuseen/ Galerien (43%).

Auch Schlösser und Gärten in

Berlin werden von den befragten Besuchern von Museen (10%) leicht überdurchschnittlich häufig genannt, ebenso die Schlösser und Gärten in Potsdam (9%).

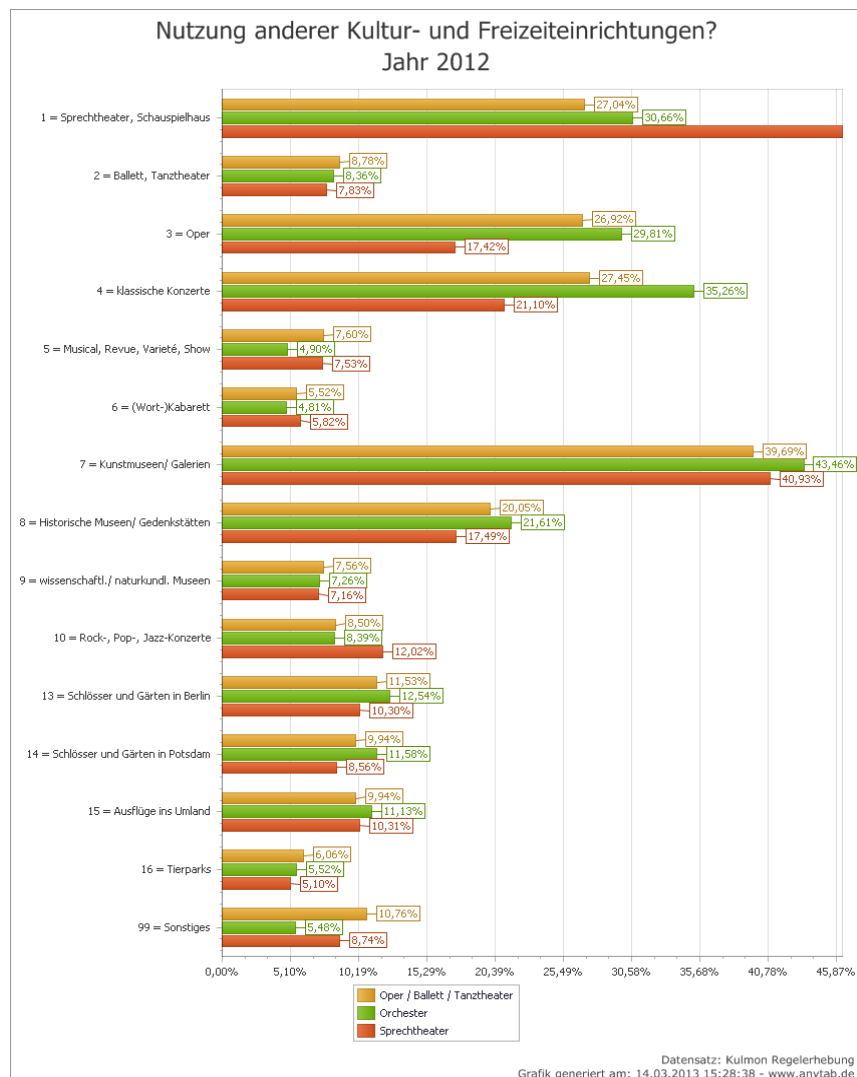
Relativ häufig werden von den befragten Museumsbesuchern außerdem wissenschaftliche bzw. naturkundliche Museen genannt (11%), bei den Gedenkstättenbesuchern geben dies nur 8% der Befragten an. Unterdurchschnittlich werden von den Museums- und Gedenkstättenbesuchern Bühnen genannt, am häufigsten noch Sprechtheater bzw. das Konzerthaus mit 10% (Museumsbesucher) bzw. 7% (Gedenkstättenbesucher).

Bei den Bühnenbesuchern zeigt sich das umgekehrte Bild. Hier werden andere Bühnen überdurchschnittlich häufig genannt. So nennen 55% der befragten Besucher von Sprechtheatern andere Sprechtheater, bei den Besuchern von Orchesterveranstaltungen geben immerhin 31% an, dass sie Sprechtheater besucht haben und bei den Besuchern von Oper/Ballett/Tanztheater sind es 27%.

(Andere) Opernhäuser werden von 30% der Besucher eines Orchesters und von 27% der Oper/Ballett/Tanztheater-Besuchern genannt. Ebenso geben 17%, der Besucher der Sprechtheater an, Opernhäuser besucht zu haben.

Die befragten Besucher von Konzertveranstaltungen geben mit 35% am häufigsten an, dass sie auch andere klassische Konzerte besucht haben. Bei den Oper/Ballett/Tanztheater-Besuchern sind es

27%, und bei den Besuchern der Sprechtheater liegt der Wert bei 21%. Ballett- bzw. Tanzveranstaltungen geben jeweils 8% der Besucher von Konzerten und Sprechtheatern an, von den Besuchern des Genres Oper/Ballett/Tanztheater 9%.

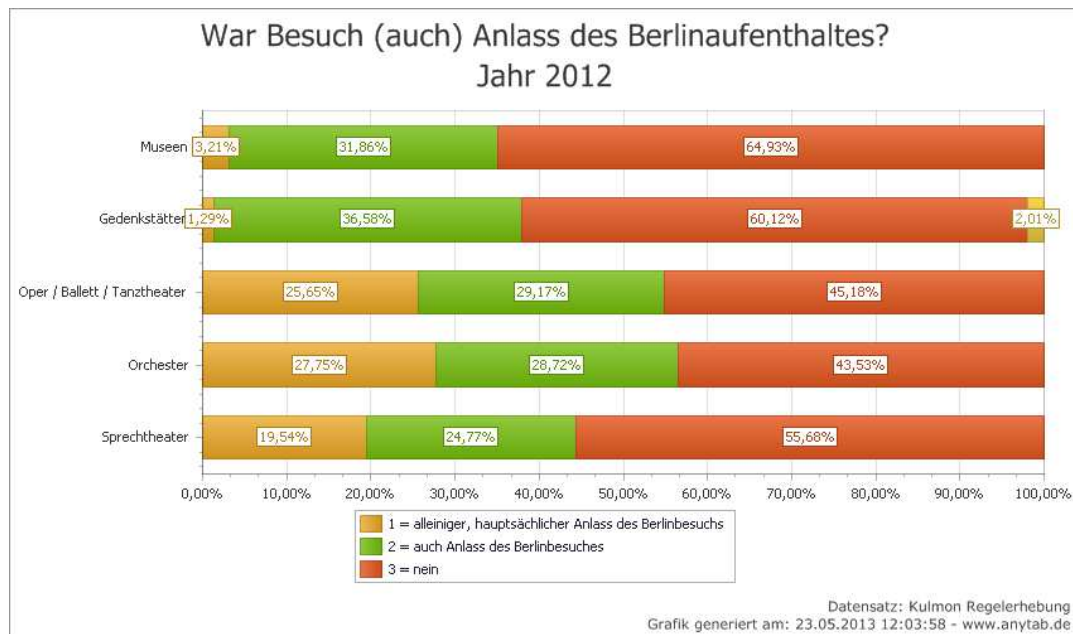


Im Gegensatz zu den Museumsbesuchern, die ja deutlich weniger häufig eine Bühne besuchen, gibt von den befragten Besuchern der Bühnen ein zwar unterdurchschnittlicher aber immer noch hoher Prozentsatz an, auch Museen besucht zu haben. So geben von den Orchesterbesuchern immerhin 43% an, Kunstmuseen und Galerien besucht zu haben. Von den Besuchern der Sprechtheater sind es 41% und von den befragten Besuchern von Oper/Ballett/ Tanztheatern immerhin 40%. Auch historische Museen/ Gedenkstätten werden von den befragten Bühnenbesuchern genannt (Orchester: 22%,

Sprechtheater: 17%, Besucher von Oper/Ballett/Tanztheatern: 20%).

Außerdem geben 8% der Opernbesucher an, auch Rock-, Pop- und Jazzkonzerte besucht zu haben, bei den Orchesterbesuchern sind dies 8% und bei den Besuchern von Sprechtheatern 12%.

4.3 Ergänzungsfragen für Touristen



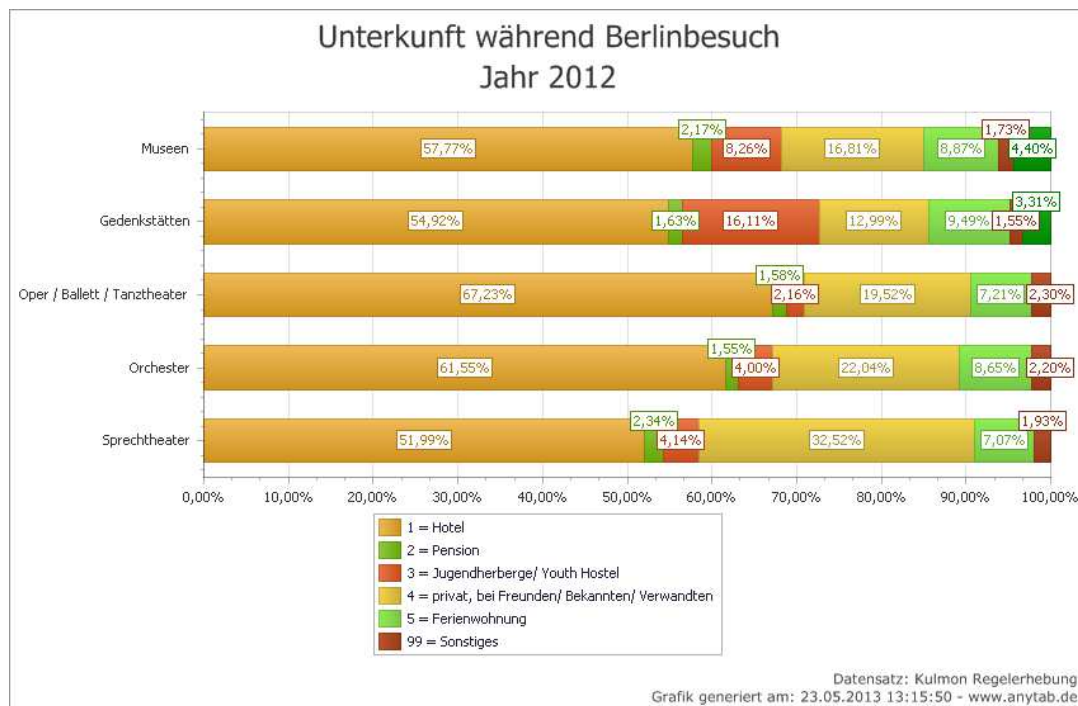
Dass die Kultureinrichtungen von Berlin ein wesentlicher Anziehungspunkt sind, zeigen die Antworten auf die Frage an Touristen, ob der Museums-/Bühnenbesuch (auch) Anlass des Berlin-Besuchs war. Bei den Orchesterbesuchern gaben mit 28% mehr als ein Drittel der Befragten an, der Orchesterbesuch war alleiniger bzw. hauptsächlicher Anlass des Berlin-Besuchs. Aber auch bei den Oper/ Ballett/ Tanztheatern geben 26% der Besucher dies an. Bei den Sprechtheatern sind es 20%. Lediglich bei den Museen ist der Anteil der Befragten, für die der Besuch des Museums alleiniger oder hauptsächlicher Anlass des Berlin-Besuchs war, mit 3% deutlich geringer⁶.

Für einen weiteren relativ großen Anteil an den Befragten war der Veranstaltungs-/ Museumsbesuch, bei welchem sie befragt wurden, zumindest auch Anlass des Berlin-Besuchs. Dies geben bei den Orchesterveranstaltungen 29% der Befragten an, insgesamt war hier für ca. 56% aller befragten Besucher der Orchesterbesuch zumindest auch Anlass des Berlin-Besuchs.

Einen ähnlich hohen Gesamtwert erreichen Oper/Ballett/Tanztheater, rechnet man hier zu denjenigen, die den Besuch als alleinigen Grund für den Berlin-Besuch genannt hatten, die 29% hinzu, für die der Veranstaltungsbesuch zumindest auch Anlass des Berlin-Besuchs war, so ergibt sich auch hier ein hoher Gesamtwert von ca. 55%.

Bei den Sprechtheatern ergeben sich ca. 44% für die der Berlin-Besuch zumindest auch durch das Theater veranlasst wurde, bei den Museen sind dies ca. 35%.

⁶ Bei den Gedenkstätten wurde diese Frage nicht gestellt.



Die Touristen unter den Bühnenbesuchern wurden auch danach gefragt, ob und ggf. wo sie in Berlin übernachtet haben. Die Aufenthaltsdauer der in den Museen und Gedenkstätten befragten Touristen in Berlin beträgt dabei durchschnittlich 4,2 Tage. Bei den Bühnenbesuchern liegt der Durchschnittswert bei 3,9 Tage. Die Abbildung oben zeigt, dass bei den Befragten des Genres Oper/Ballett/Tanztheater der Anteil der Übernachtenden in Hotels mit 67% deutlich höher ist als bei den Sprechtheatern (52%) und den Orchesterbesuchern (62%). Von den befragten Museumsbesuchern übernachteten 58% in Hotels, bei den Gedenkstätten waren es 2012 55%.

Bei den Orchestern ist entsprechend der Anteil an Personen höher, die privat, bei Freunden nächtigen (22%), noch höher ist dieser Anteil bei den Sprechtheaterbesuchern (33%), bei den Besuchern von Oper/Ballett/Tanztheater beträgt er zwar nur 20%, ist aber trotzdem mit Abstand die zweithäufigste Übernachtungsart. Bei den Museumsbesuchern liegt dieser Wert bei 17%, bei den Gedenkstättenbesuchern nur bei 13%.

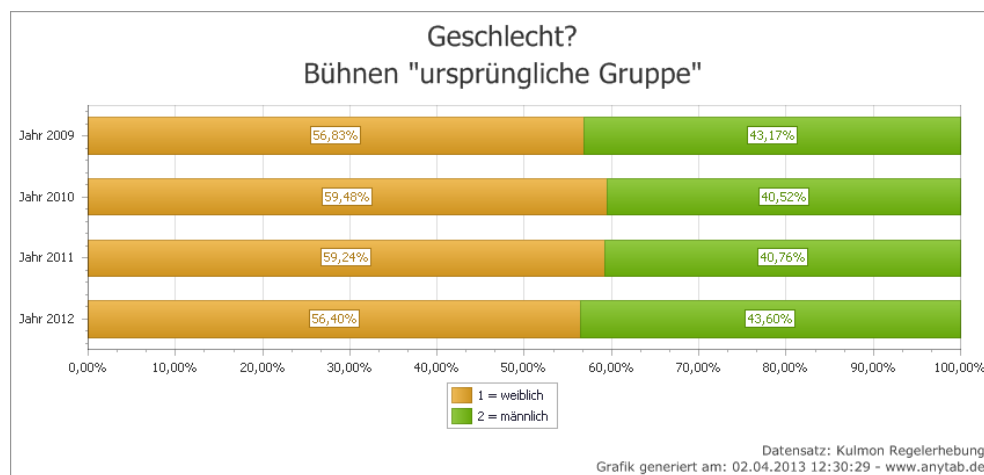
Relativ hoch ist auch der Anteil an Besuchern, die in einer Ferienwohnung übernachten. Dies geben immerhin 9% der Orchesterbesucher an, bei den Besuchern von Sprechtheatern und bei den Besuchern von Oper /Ballett / Tanztheater sind es 7%. Unter den Besuchern von Museen und Gedenkstätten übernachten ebenfalls 9% in Ferienwohnungen. Außerdem nutzen diese Personen im Gegensatz zu den Bühnenbesuchern verstärkt Jugendherbergen (Museen: 8%, Gedenkstätten: 16%).

4.4 Entwicklungen im Jahresvergleich 2009/2010/2011/2012

Das Kulturmonitoring (KULMON) als Besuchermonitoring ist zum 01.12.2008 in den Realbetrieb gestartet. Mit 2009, 2010, 2011 und 2012 war das KULMON-System vier komplette Jahre im Einsatz. In 2012 haben 22 Häuser und Einrichtungen am Befragungsprozess beteiligt. Mittlerweile befinden sich für den gesamten Zeitraum fast 200.000 Interviews in der Datenbank, es steht also eine reichhaltige Basis auch für differenzierte Auswertungen zur Verfügung. Die onlinebasierte Anwendung des Systems zeigt, dass auch mit dieser hohen Fallzahl Auswertungen schnell möglich sind. Die Erfahrungen haben gezeigt, dass KULMON sowohl was die inhaltliche Ausgestaltung, als auch was die technische Reife anbelangt, sich als voll tauglich erwiesen hat.

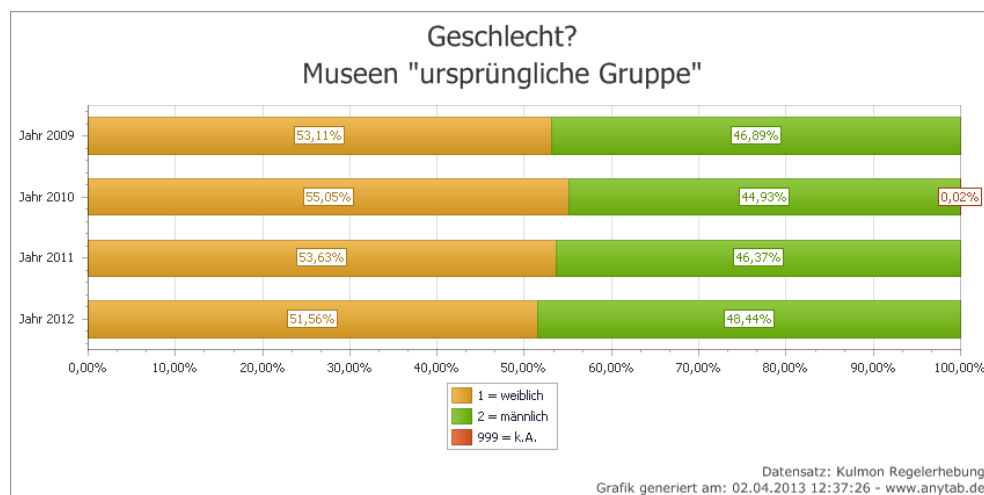
Beim nachfolgenden Jahresvergleich werden nur die Institutionen berücksichtigt, die sowohl 2009 als auch 2010, 2011 und 2012 in das KULMON-Projekt integriert waren.

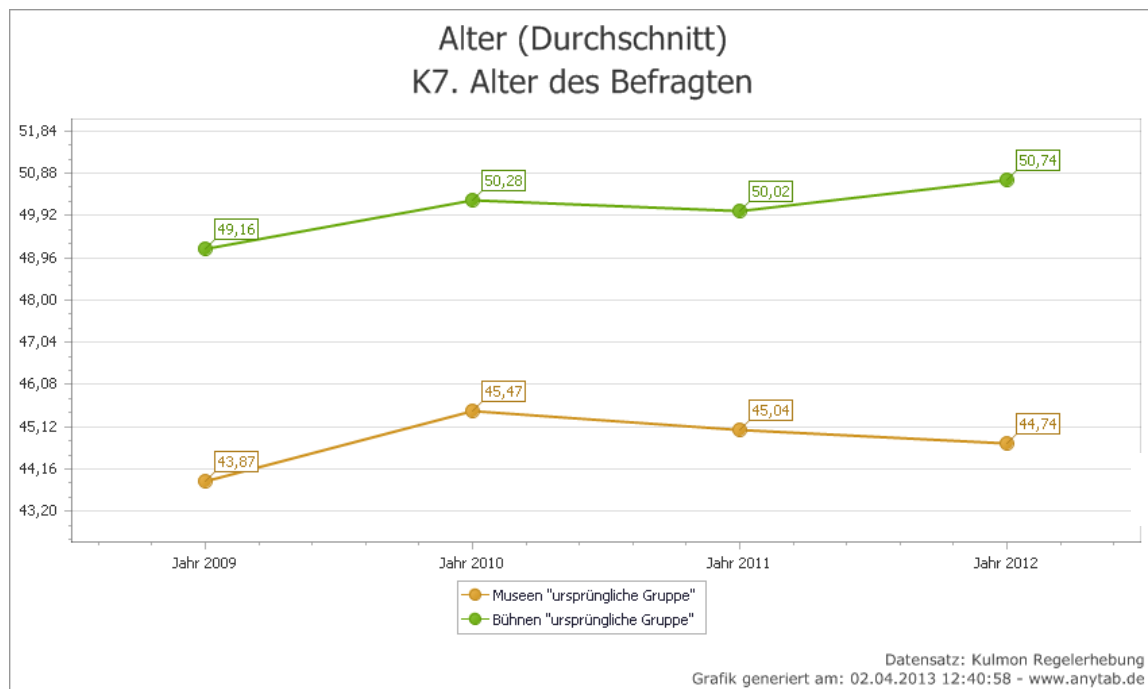
Hinsichtlich des Anteils an Frauen und Männern an den in den Bühnen befragten Personen ergab sich 2010 ein leicht höherer Frauenanteil als 2009, dies war auch 2011 so. 2012 sank der Frauenanteil



wieder leicht und lag bei ca. 56%.

Bei den beteiligten Museen sind hier ähnliche Veränderungen festzustellen, der Anteil an befragten Frauen schwankt zwischen 52% (2012), 53% (2009), 54% (2011) und 55% (2010).

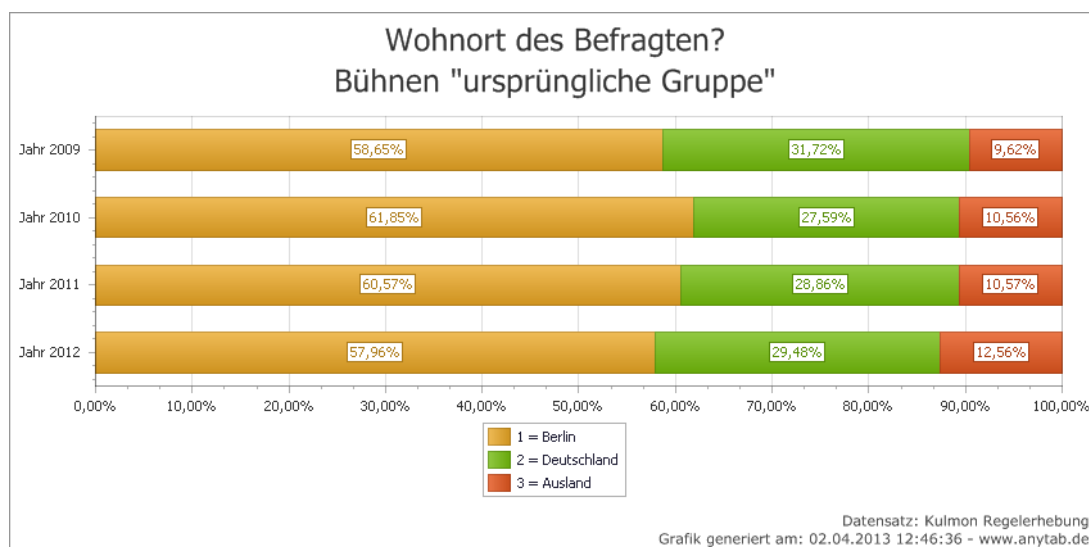




Auch beim Durchschnittsalter der Befragten ergeben sich nur leichte Veränderungen: bei den einbezogenen Bühnen von 49,2 (2009) über 50,3 (2010), 50,0 (2011) auf 50,7 Jahre (2012) (vgl. Abb. !

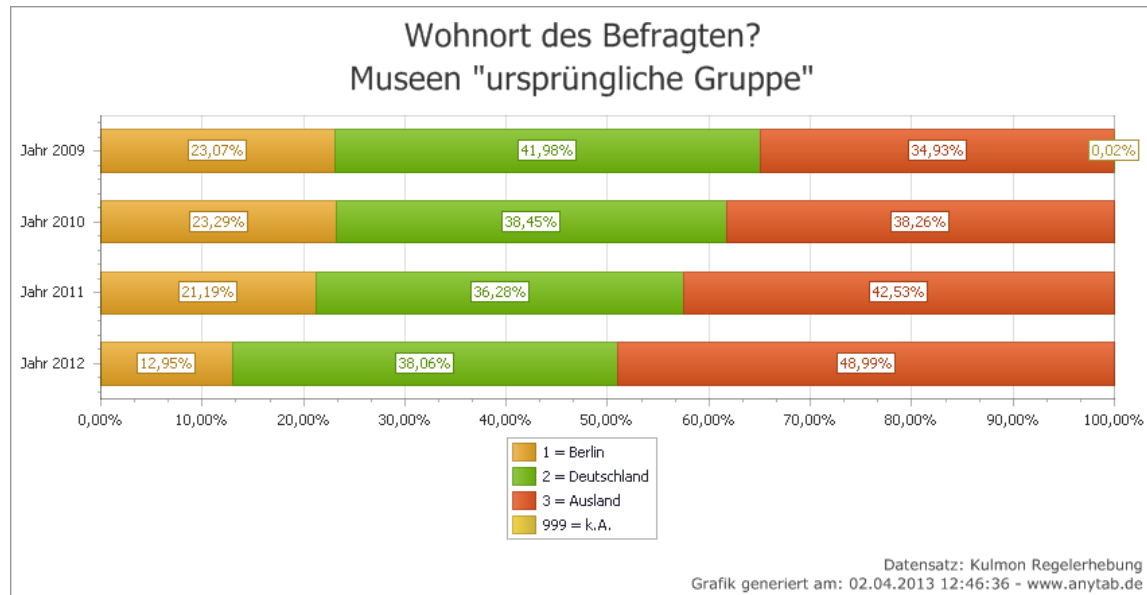
Bei den Museen ist das Durchschnittsalter ca. sechs Jahre niedriger und schwankt nur leicht: 2009 betrug das Durchschnittsalter hier 43,9 Jahre, 2010 45,5 und 2011 45 Jahre, 2012 war das Durchschnittsalter wieder auf 44,7 Jahre gesunken.

Was die Herkunft der befragten Besucher anbelangt, ergibt sich bei den teilnehmenden Bühnen zunächst ein Anstieg der Besucher mit Wohnort Berlin von 59% auf 62%, 2011 lag dieser schließlich bei 61% und 2012 bei nur noch 58%.



Leicht angestiegen ist im Jahresvergleich der Anteil der ausländischen Besucher unter den Befragten von 10% auf rund 13%.

Bei den befragten Museumsbesuchern fällt vor allem der Anstieg der ausländischen Besucher von 35% (2009) über 38% (2010) und 42% (2011) auf 49% im Jahr 2012 auf.



Der Anteil an befragten Berliner Besuchern hat von 23% (2009 und 2010) auf 21% (2011) bzw. 13% (2012) abgenommen, und auch der Anteil der befragten Touristen aus Deutschland ging von 42% auf 38% zurück⁷.

⁷ Dies bedeutet jedoch nicht, dass auch die absolute Zahl der Besucher aus Deutschland zurückging, die Darstellung ist lediglich auf die Anteile an allen Besuchern bezogen.