



# DOCUMENTA ERHEBUNG



DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007





# Untersuchungsdesign

## Zielsetzung

- Analyse von:
  - Besucherprofilen
  - Besuchereinstellungen
  - Besucherverhalten
  - Tracking (Sponsorenbewertung, Recall-Recognition)
  - Reaktionen auf Ausstellung und Servicequalität

## Grundlage

- Besucherbefragung 3 erste Wochen (n = 2838)
- Repräsentative Bevölkerungsumfrage (n = 1632)

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007



# Kernfragen der Untersuchung

- Welche Ausstrahlungskraft besitzt die documenta 12?
- Wie international/national ist das Publikum der documenta 12?
- Welche Motive liegen einem documenta 12-Besuch zugrunde?
- Wie informiert sich das Publikum über die documenta 12?
- Wie orientieren sich die Besucher und Besucherinnen auf der documenta 12?
- In welchem Umfang (inhaltlich, zeitlich) werden die Kunstwerke wahrgenommen?
- Wie beurteilen die Besucher und Besucherinnen Vermittlungsabsichten und Leistungen der documenta 12?
- Wie lange und wo verbleiben die Besucher (Nutzung von Verkehrs- und Unterkunftsangeboten)?

**DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007**





# Untersuchungsfelder

Imagestudie

Besucherbefragung

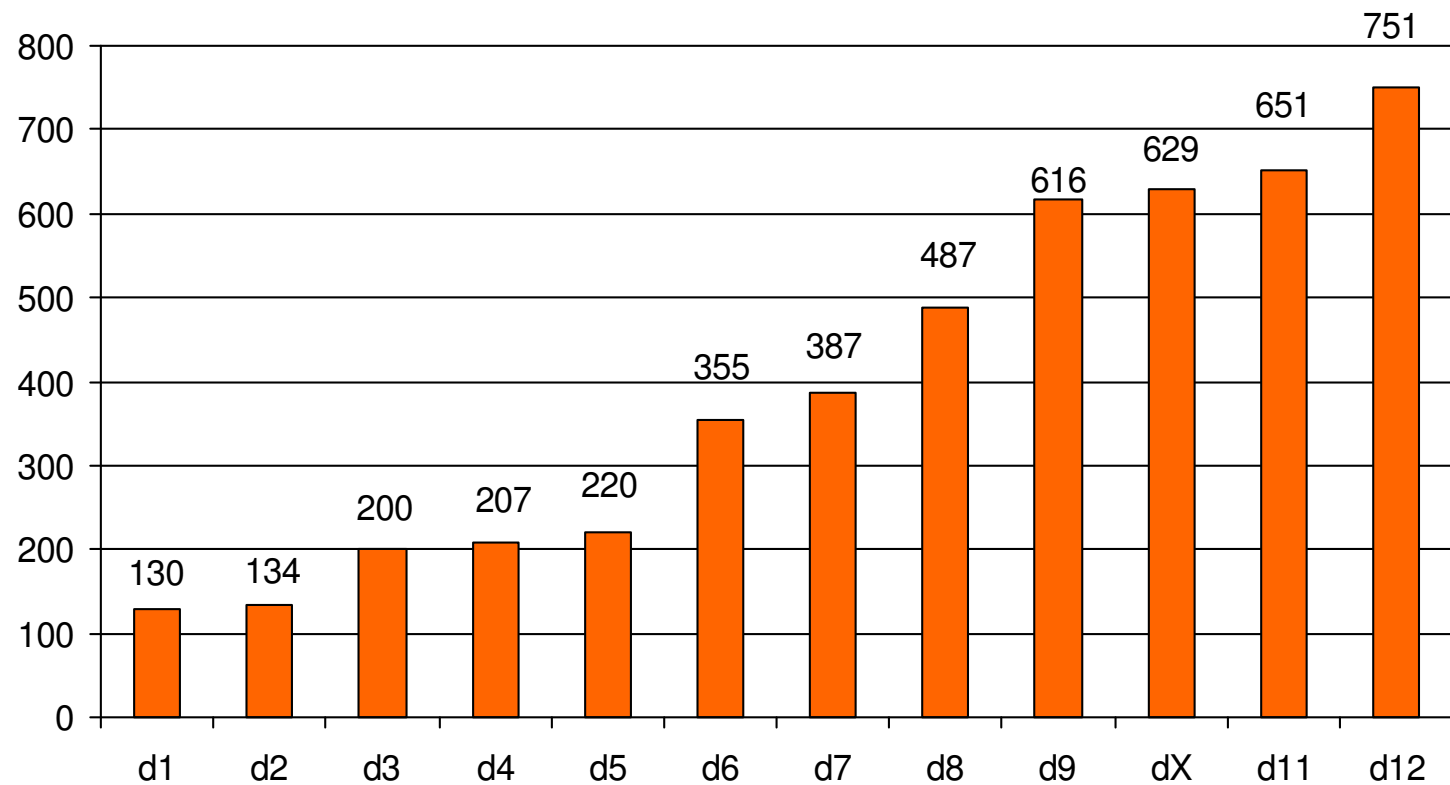
Erfolgsfaktoren

Ökonomische Wirkungen  
auf Stadt und Region

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007



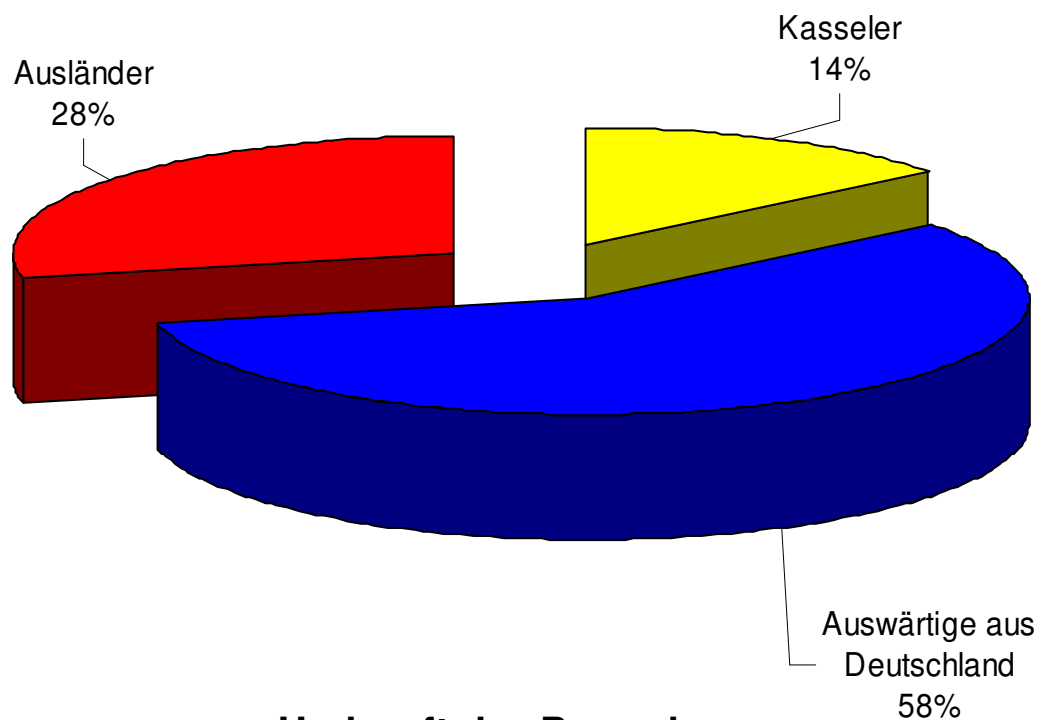
# Besucher (in Tausend)



DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007



# Ausstrahlung



Herkunft der Besucher

N= 4590

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007



# Bekanntheit der documenta in Deutschland

in %

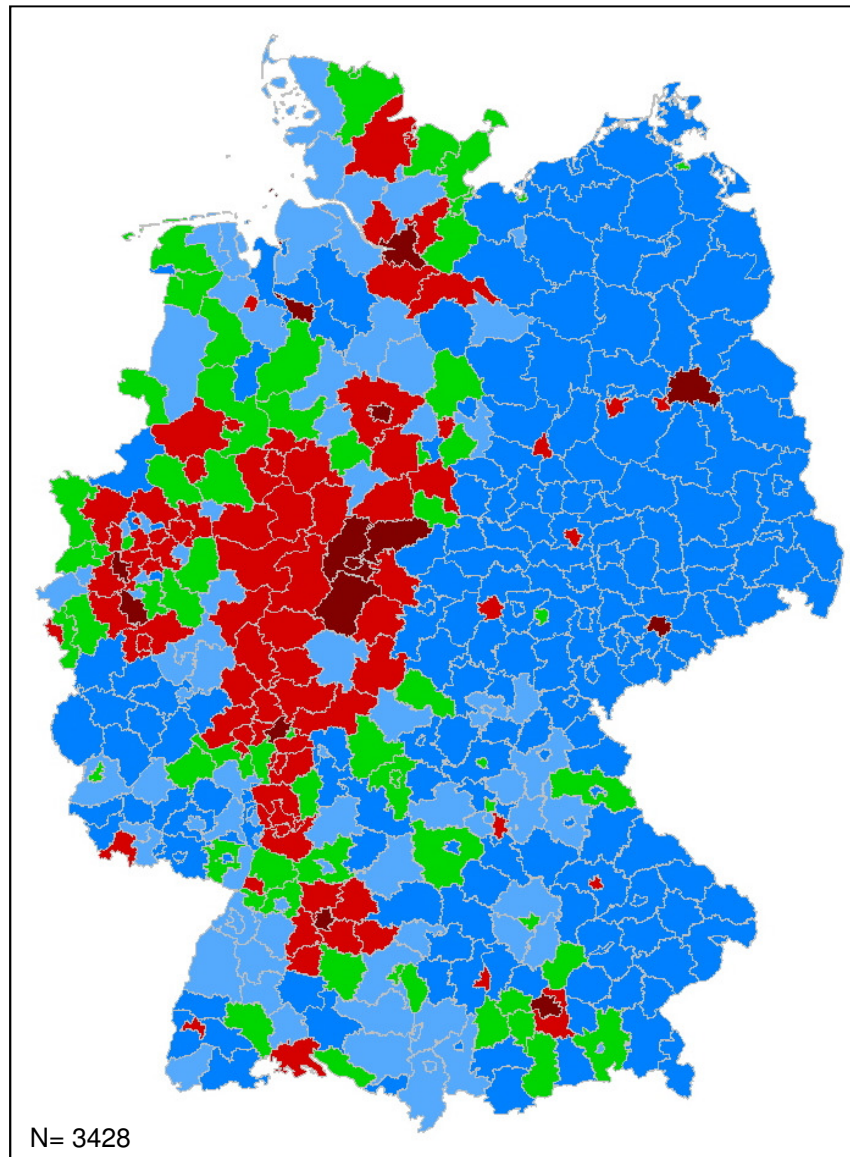
<b>•Bildungsgrad</b>	<b>bekannt</b>	<b>unbekannt</b>
<b>•Volks-/ Hauptschule</b>	<b>10,1</b>	<b>20,5</b>
<b>• (Fach-) Abitur</b>	<b>47,0</b>	<b>32,1</b>
<b>•Hochschulabschluss</b>	<b>29,4</b>	<b>13,4</b>

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007

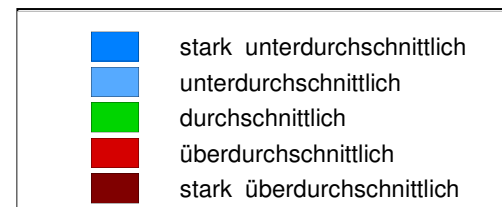


Erhebung 2006

N= 1632



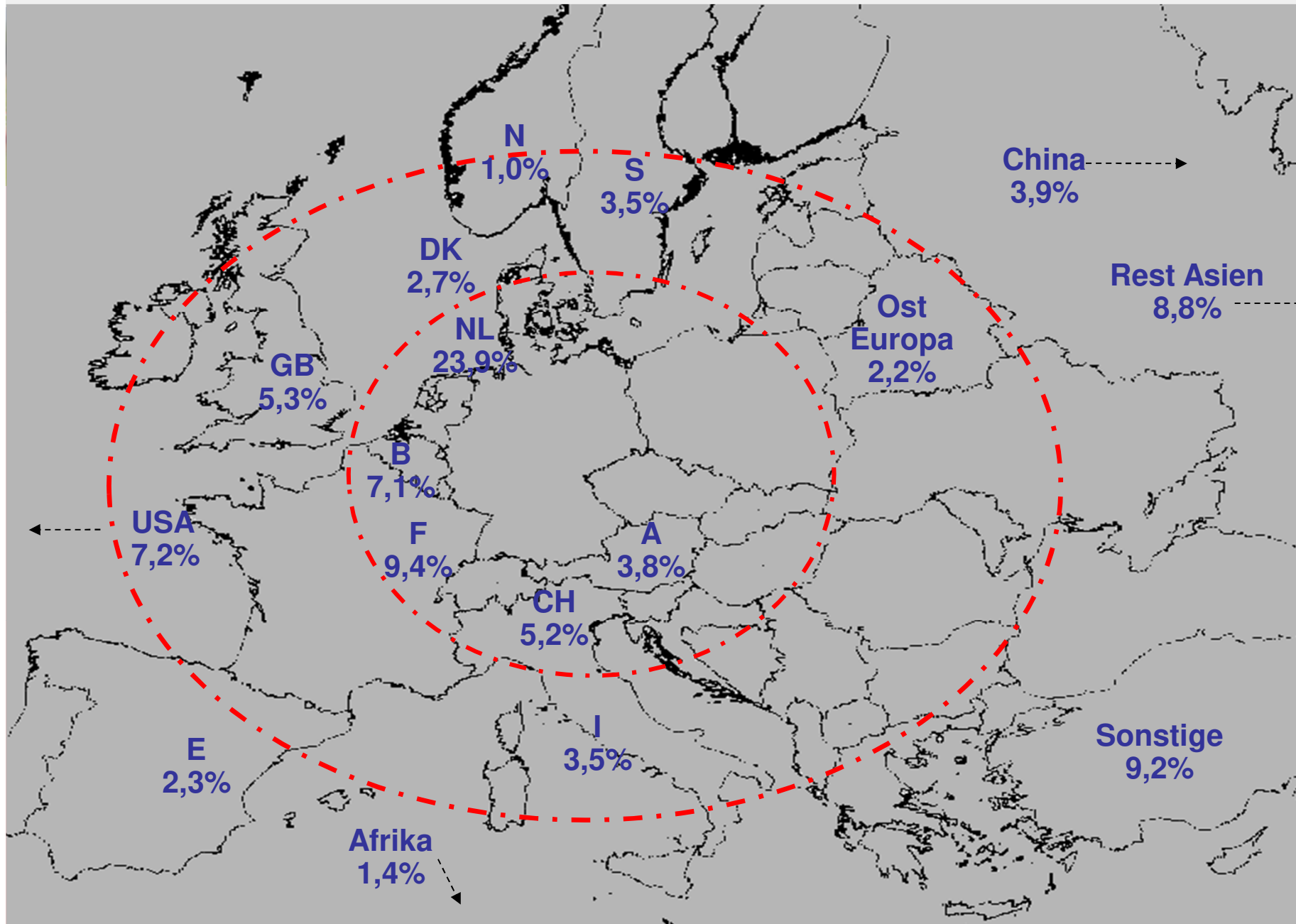
## Herkunft der deutschen BesucherInnen (nach PLZ- Regionen)



DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007

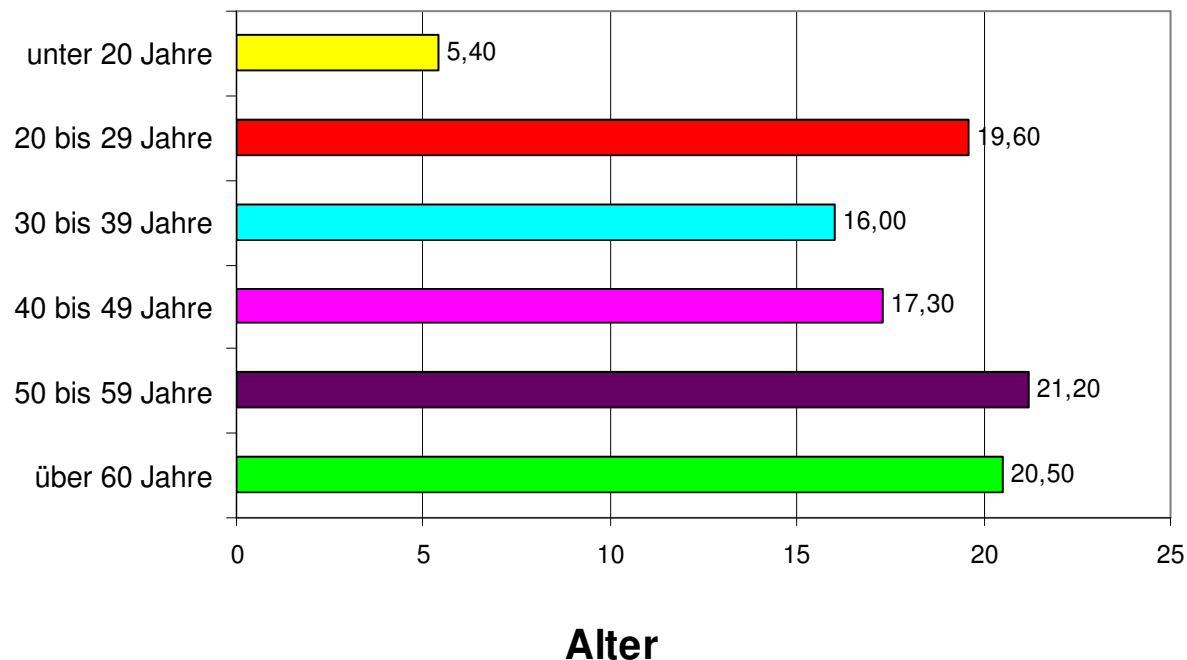
N= 3428







# Alterstruktur

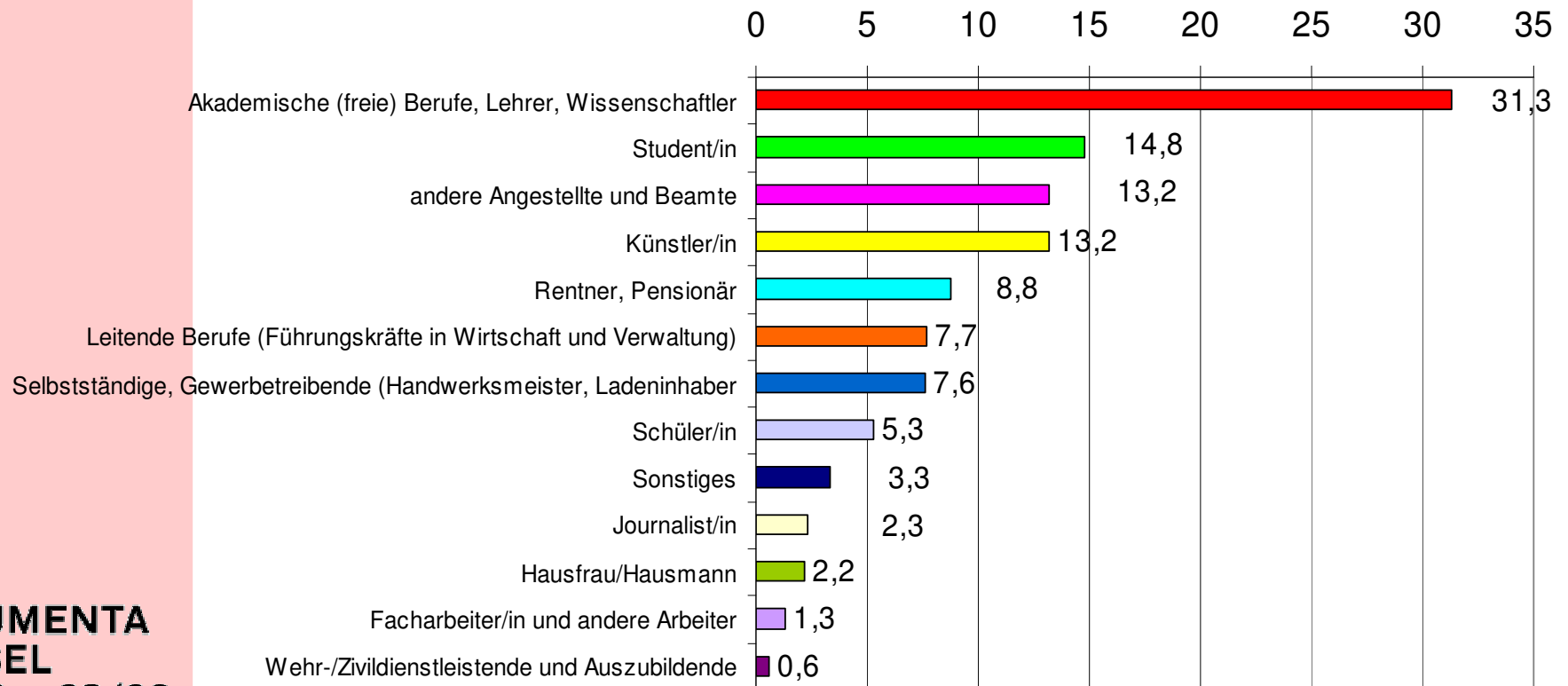


N= 4939

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007



# Erfolgsfaktor: Entscheidungsträger



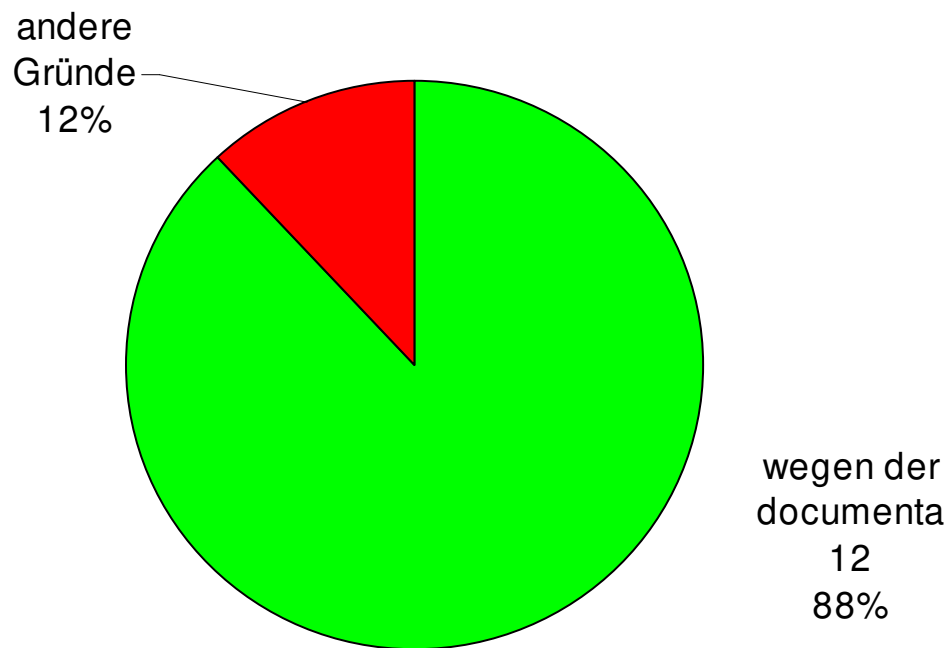
N= 4915

**Berufsgruppen**

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007



# Ökonomische Effekte I



Anlass des Kassel-Besuchs

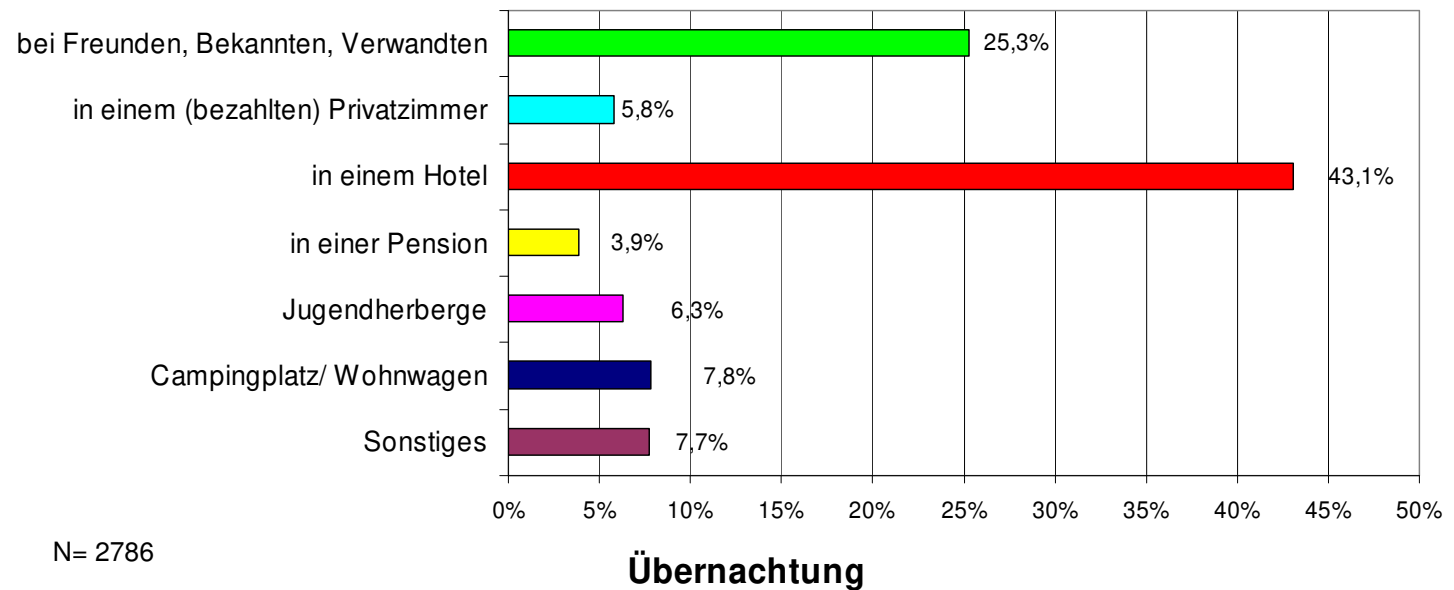
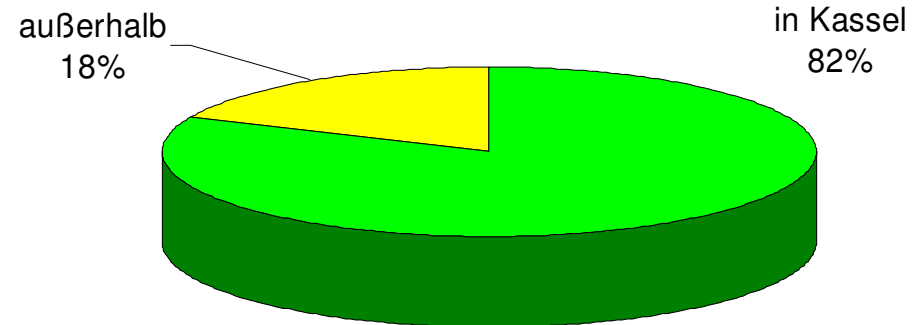
N= 4009

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007





# Ökonomische Effekte II

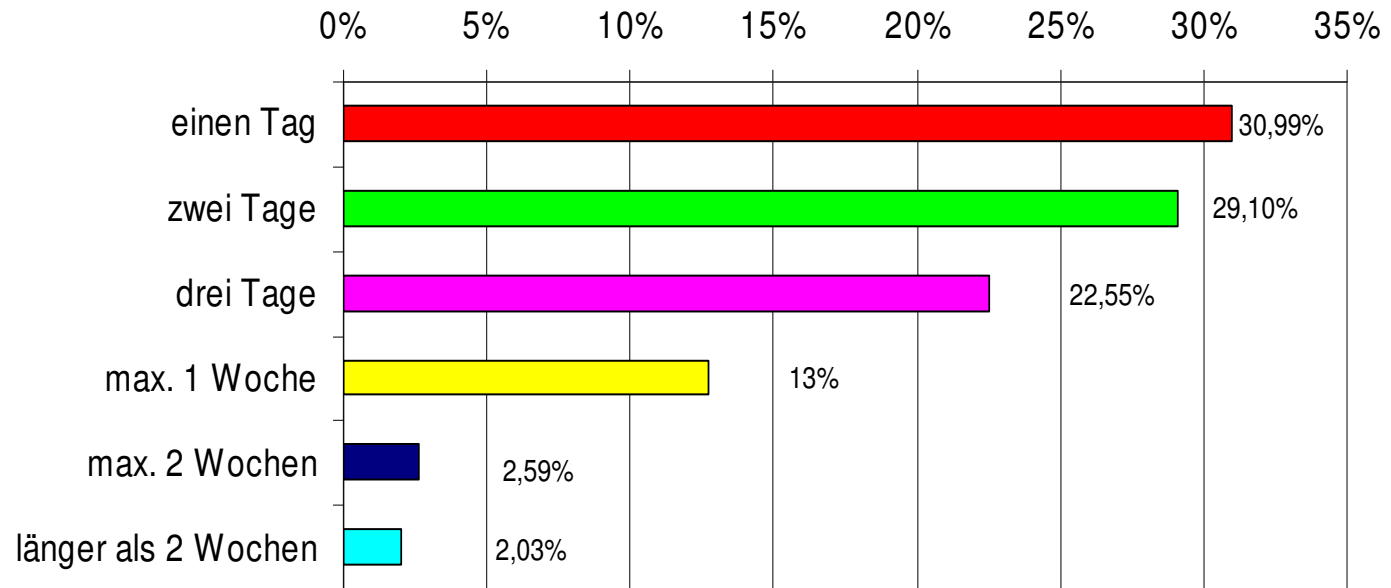


N= 2786

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007



# Aufenthaltsdauer auf der documenta 12



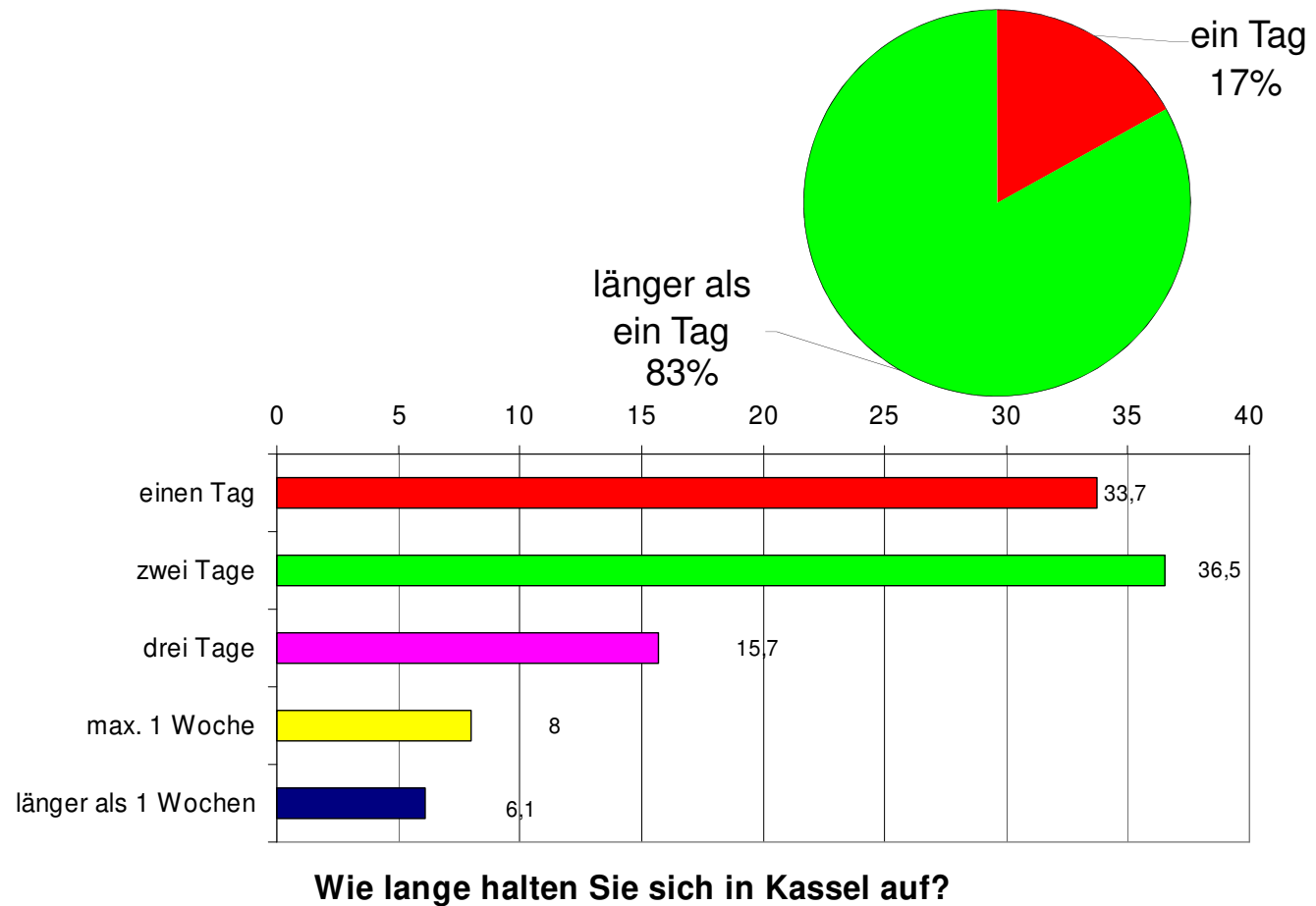
An wie vielen Tagen besuchen Sie die documenta 12?

N= 4773

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007



# Aufenthaltsdauer in Kassel

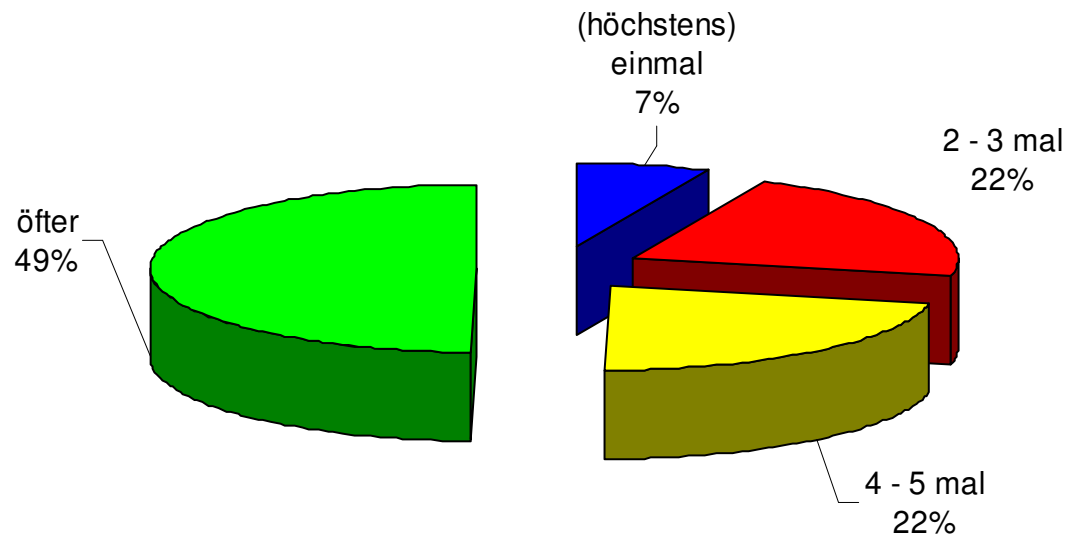


N= 3845

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007



# Bedeutungszuwachs von Kunst



Besuchshäufigkeit von Ausstellungen  
und Museen

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007

N= 4904





# Motive

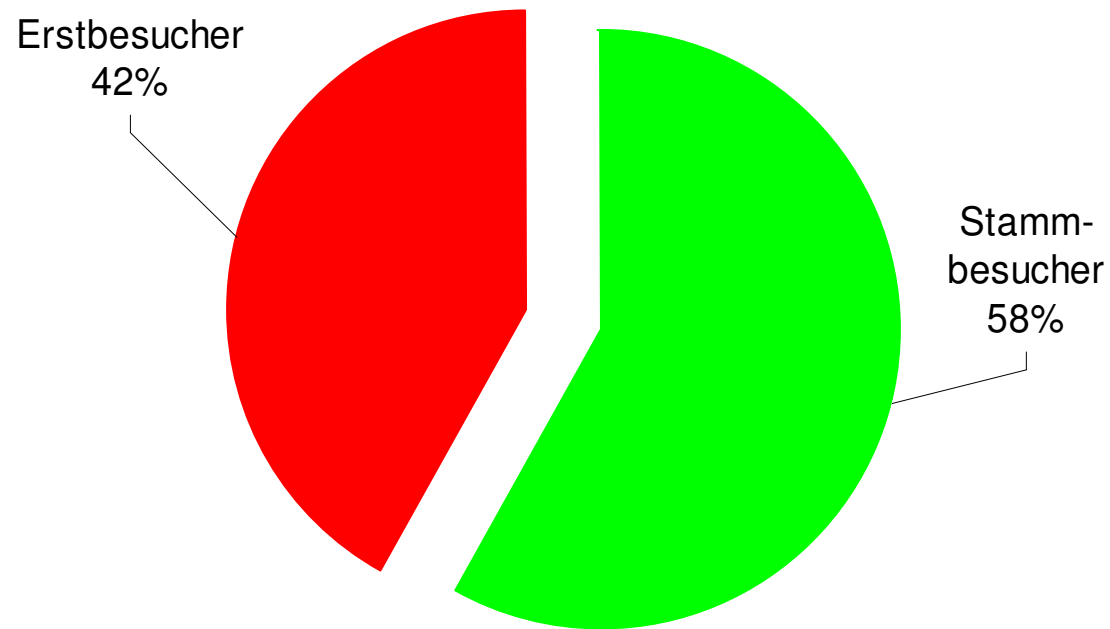
Event	Kulturelles Ereignis	66,8 %
	Unterhaltung	27,0 %
Kognitiv	Überblick	62,1 %
	Beruflich	20,0 %

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007





# Erfolgsfaktor: Publikumsbindung



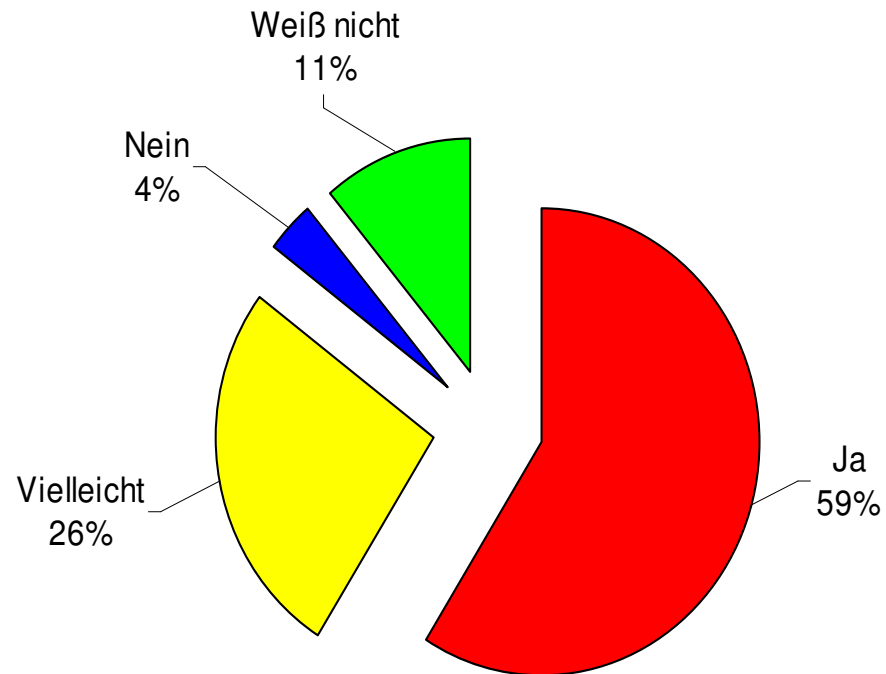
DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007

N=

Stammbesucher/ Erstbesucher



# Erfolgsfaktor: Zukünftige Besuchsabsicht



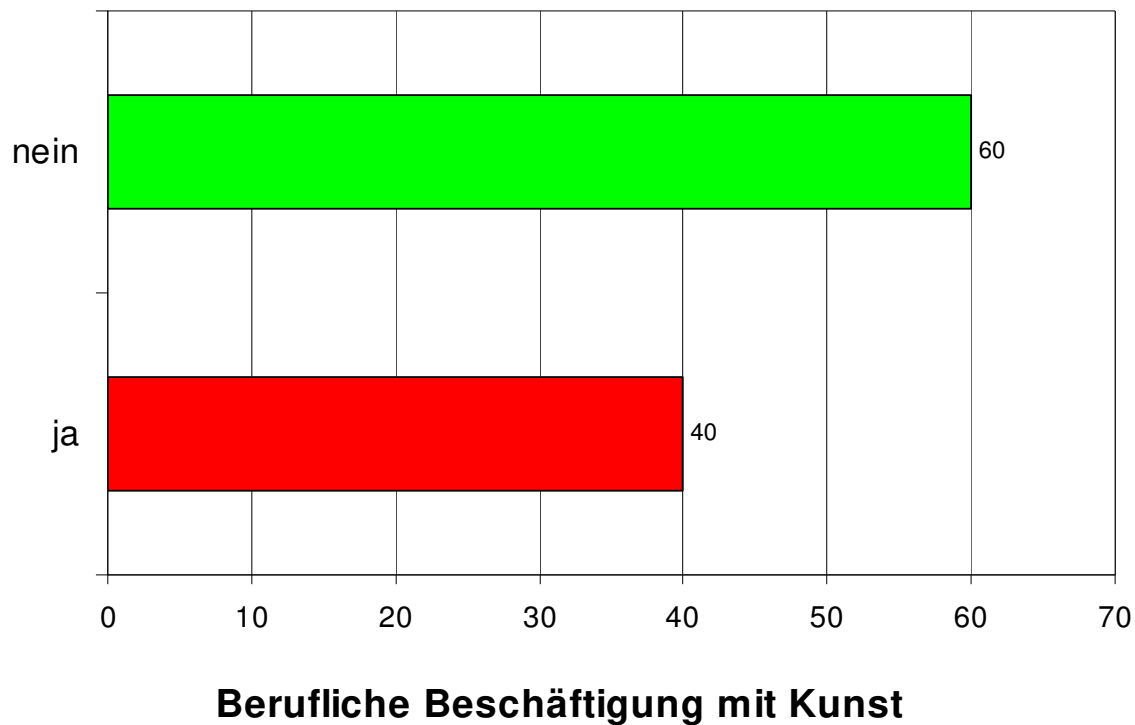
Zukünftige Besuchsabsicht

N= 4893

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007



# Erfolgsfaktor: Fachpublika

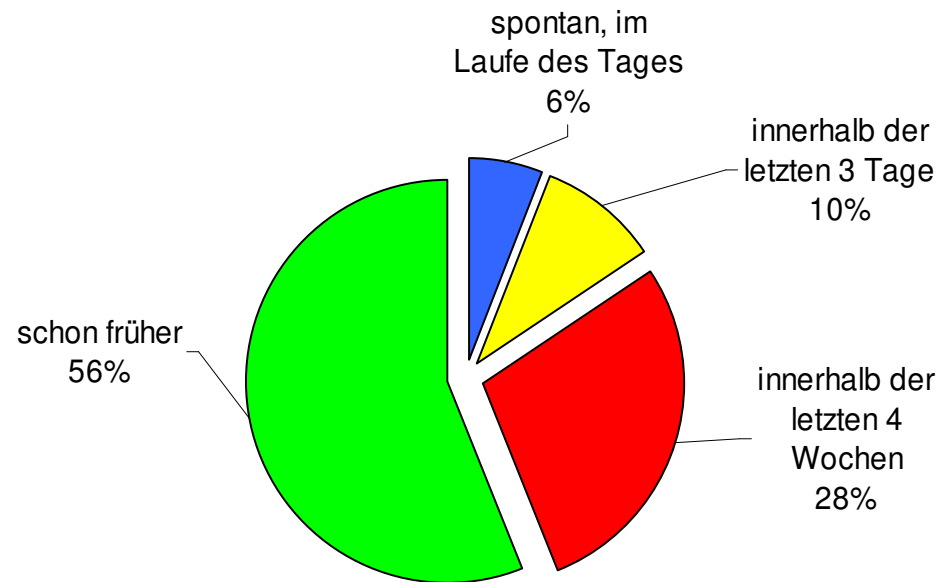


N= 4799

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007



# Erfolgsfaktor: Information



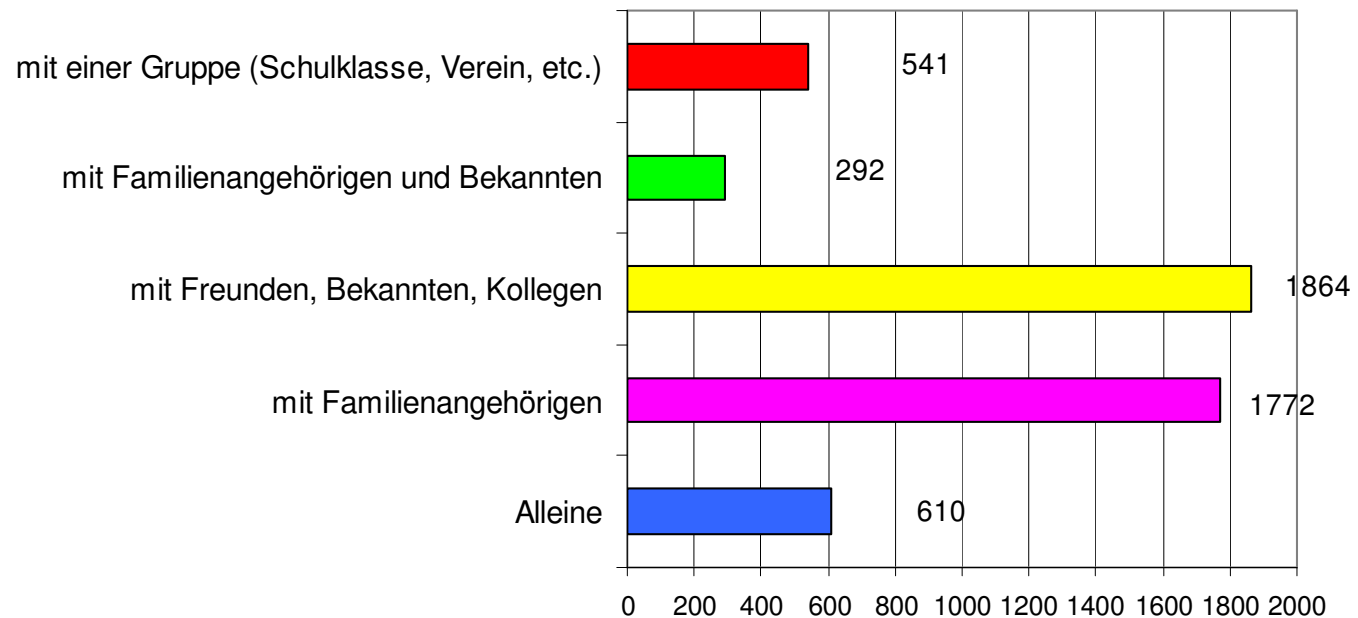
Zeitpunkt des Besuchsentschlusses

N= 5067

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007



# Erfolgsfaktor: Kommunikation



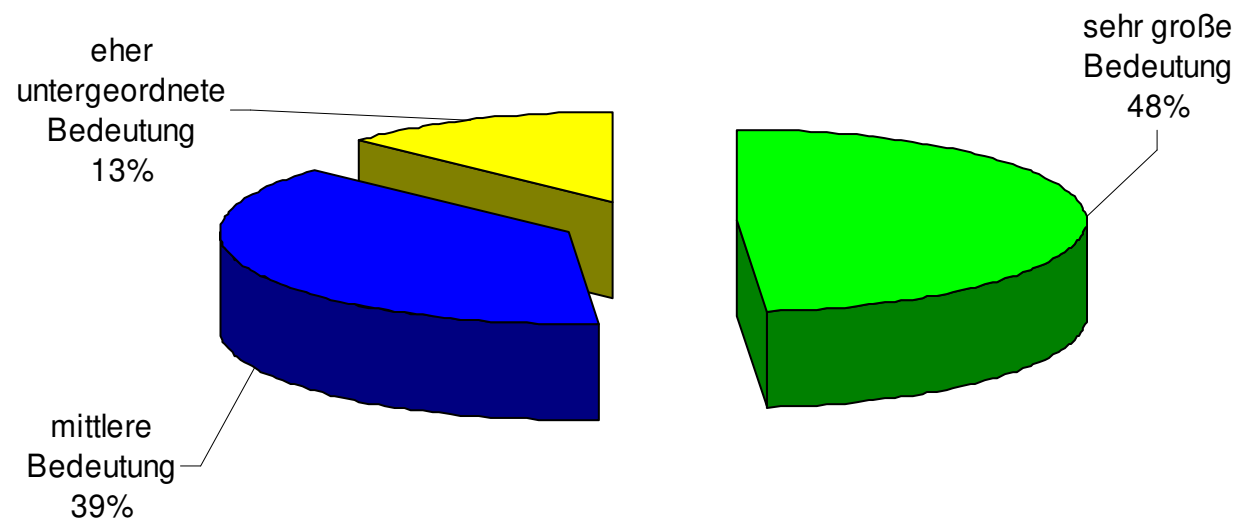
**Besuchsarten der documenta 12**

N= 5079

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007



# Erfolgsfaktor: Lebensgestaltung



**Bedeutung der Kunst in der Freizeit**

N= 4865

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007





# Erfolgsfaktor Auswahl

Trisha Brown	8,7%
Ai Weiwei	7,9%
Romuald Hazoumé	7,4%
Iole de Freitas	5,8%
Juan Davila	3,7%
Zofia Kulik	3,5%
Kerry James Marshall	3,3%
Ines Doujak	2,5%
Tanaka Atsuko	2,3%
John McCracken	2,3%
Cosima von Bonin	2,3%
Monika Baer	2,2%
Iñigo Manglano-Ovalle	2,0%
Sanja Ivekovic	2,0%
Gerhard Richter	2,0%

DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007



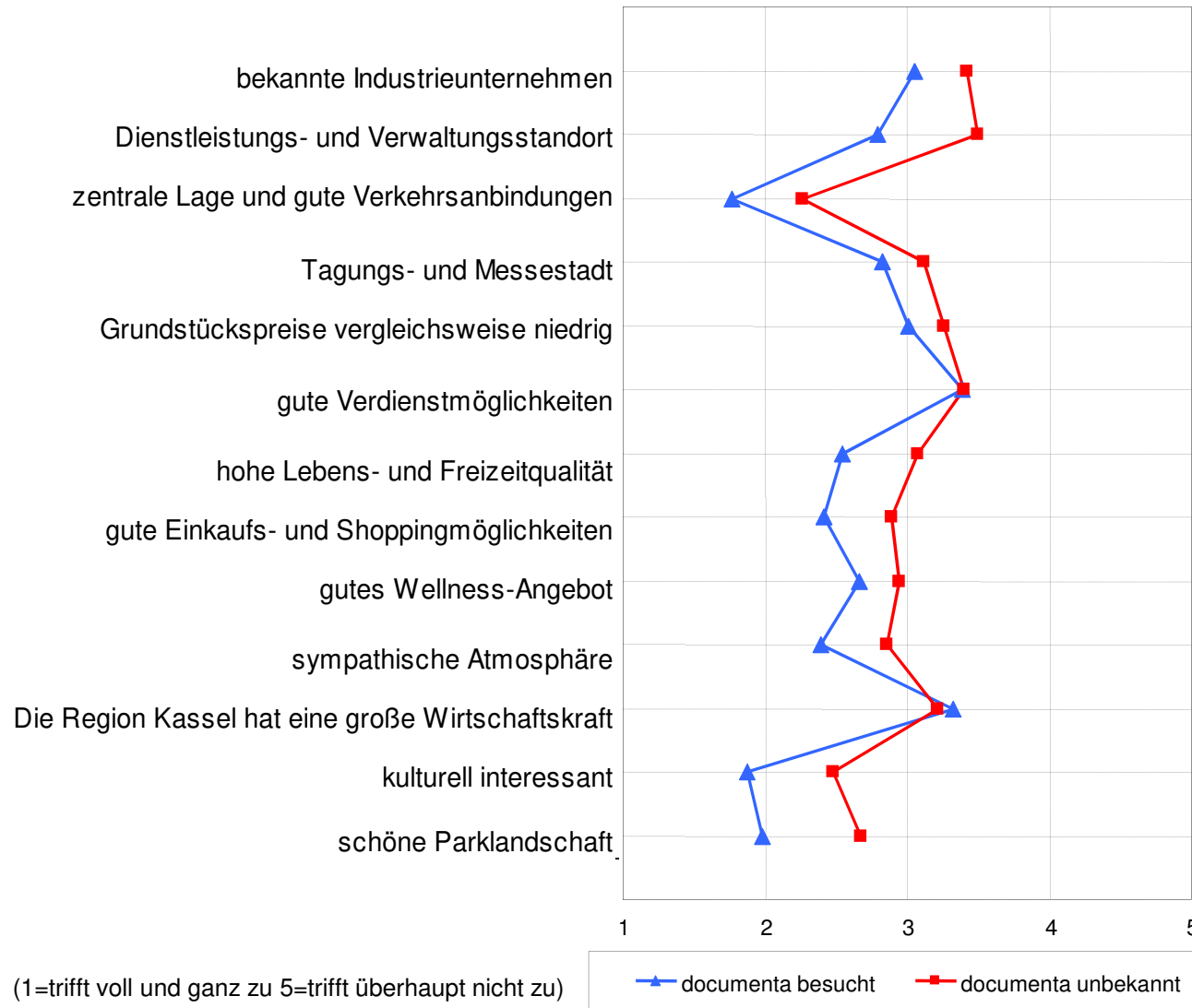
N= 5049

Häufigste Nennungen





# Image der Region



Erhebung 2006

N= 1632

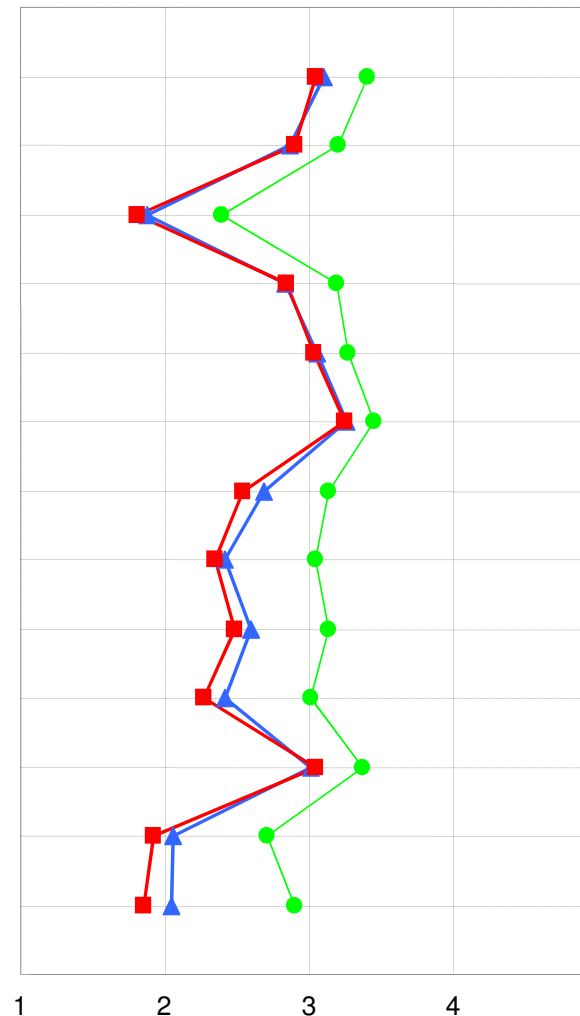
**DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007**





# Kenntnis der Region

- bekannte Industrieunternehmen
- Dienstleistungs- und Verwaltungsstandort
- zentrale Lage und gute Verkehrsanbindungen
- Tagungs- und Messestadt
- Grundstückspreise vergleichsweise niedrig
- gute Verdienstmöglichkeiten
- hohe Lebens- und Freizeitqualität
- gute Einkaufs- und Shoppingmöglichkeiten
- gutes Wellness-Angebot
- sympathische Atmosphäre
- Die Region Kassel hat eine große Wirtschaftskraft
- kulturell interessant
- schöne Parklandschaft



(1=trifft voll und ganz zu 5=trifft überhaupt nicht zu)

▲ Kassel bekannt      ■ Kassel bekannt und besucht  
● Kassel unbekannt

Erhebung 2006

N= 1632

**DOCUMENTA  
KASSEL  
16/06 — 23/09  
2007**





Frage zu: Welche Sponsoren kennen Sie?

