

Humboldt-Universität zu Berlin
Institut für Sozialwissenschaften
Empirische Sozialforschung



**Bericht über die
Besucherumfrage zur
Langen Nacht der Wissenschaften 2006**

Tobias Milbrett

Bodo Lippl

Bernd Wegener

Berlin, Mai 2006

Inhaltsverzeichnis

Kurzbeschreibung der Untersuchung	3
1. Einleitung und Zielsetzung	4
2. Methodische Beschreibung	5
3. Besucherstruktur	6
4. Besucherformationen	10
5. Zeitmanagement der Besucher	11
6. Wiederholter Besuch oder Erstbesuch?	12
7. Interesse an den Standorten	13
8. Multiplikatoren und Werbeträger	14
9. Programmheft und Webpräsenz	15
10. Ticketart	15
11. Mobilität von und zu den Standorten	16
12. Einstellungen und Bewertungen	18
13. Weitere Abendgestaltung	21
14. Fazit	22
Verzeichnis der Tabellen und Grafiken	23
Anhang: Fragebogen	24

Kurzbeschreibung der Untersuchung

Projekttitel:	Besucherumfrage zur Langen Nacht der Wissenschaften 2006
Ziele:	Erhebung von Informationen über die Zusammensetzung der Besucher, ihr Teilnahmeverhalten und ihre Einschätzung und Bewertung diverser Aspekte der Langen Nacht
Untersuchungsmethodik:	Einmalige schriftliche standardisierte Kurzbefragung der Besucher der Langen Nacht an 10 Befragungsstandorten in der Zeit von 17:00 bis 23:00 Uhr Partielle Replikation des Fragenkataloges aus der Vorjahresuntersuchung
Verfahren der Datenerhebung:	Schriftliche Befragung („Selbstaussfüller“) nach mündlicher Kurzinstruktion durch einen „Interviewer“
Stichprobe und Auswahlverfahren:	Stichprobengröße: N = 1.482 Mehrstufiges Auswahlverfahren: 1. Auswahl von 10 Befragungsstandorten nach Besucherzahl im Vorjahr, Routen- und Standortzugehörigkeit sowie Wissenschaftsdisziplin 2. Zufallsauswahl der Besucher der Einrichtungen jeweils beim Verlassen des Gebäudes während der Befragungszeit Es besteht keine kontrolliert repräsentative Auswahl aus der Grundgesamtheit der Besucher der Langen Nacht.
Befragungszeitraum:	13. Mai 2006, 17:00 – 23:00 Uhr
Projektdurchführung:	Konzept- und Fragebogenentwicklung, Pretesting, Dateneingabe, Analyse und Berichterstattung: Humboldt-Universität zu Berlin Institut für Sozialwissenschaften Empirische Sozialforschung Unter den Linden 6 10099 Berlin Telefon: (030) 2093-4434 Sekretariat Internet: http://www.empisoz.de/
Projektleitung:	Tobias Milbrett tobias@milbrett.de Dr. Bodo Lippl lippl@empisoz.de Prof. Dr. Bernd Wegener bw@empisoz.de
Auftraggeber:	con gressa Veranstaltungsdienste GmbH Hannoversche Strasse 18, 10115 Berlin Telefon: (030) 2849-3844 Internet: http://www.congressa.de
Leitung:	Dr. Christine Titel titel@congressa.de

1. Einleitung und Zielsetzung

Im Jahr 2006 findet die Lange Nacht der Wissenschaften zum sechsten Mal statt. Das Konzept der Langen Nacht ist nunmehr fester Bestandteil des jährlichen Turnus der großen kulturellen Veranstaltungen in Berlin geworden. Die Lange Nacht hat sich einen festen Interessentenstamm in Berlin und dem Brandenburger Umland aufgebaut. Dies lässt sich allein schon an den hohen Besucherzahlen von 138.482 in diesem Jahr ablesen, was im Vergleich zu dem vorangegangenen Jahr einem Zuwachs von 19 % entspricht. Auch zeigt die enorme Anzahl von 50 teilnehmenden wissenschaftlichen Einrichtungen, dass die Lange Nacht eine attraktive Möglichkeit darstellt, Einrichtungen und Forschungsgebiete der Öffentlichkeit zu präsentieren. Die Lange Nacht ist zu einem wichtigen jährlichen Ereignis in Berlin geworden, sowohl für die Wissenschaft als auch für die interessierte Öffentlichkeit.

Gerade wegen der zunehmenden Bedeutung dieser Veranstaltung wächst aber auch die Notwendigkeit, die Verhaltensweisen, Einschätzungen und Bewertungen der Besucher einzuholen, um die Organisation der Langen Nacht den sich verändernden Besucherwünschen und -strukturen anzupassen. Besucherstruktur und Meinungen der Besucher geben insbesondere Aufschluss darüber, welche Aspekte der Langen Nacht noch besser gemacht werden können. Durch die Befragung derjenigen, für die die Lange Nacht veranstaltet wird, lassen sich am besten derartige Erkenntnisse gewinnen. Und so ist das Ziel einer solchen Befragung, auch die Vermittlung von Wissenschaft in der Bevölkerung im Sinne eines „*public understanding of science*“ begleitend zu erfassen.¹

In diesem Bericht werden zentrale Ergebnisse der Besucherumfrage zur Langen Nacht der Wissenschaften 2006 vorgestellt, die der Lehr- und Arbeitsbereich Empirische Sozialforschung am Institut für Sozialwissenschaften der Humboldt-Universität zu Berlin durchgeführt hat. Die Untersuchung baut auf den Erkenntnissen der Vorjahresuntersuchungen auf.² Nach methodischen Ausführungen zum Design und zur Durchführung der Befragung werden in einzelnen Abschnitten Ergebnisse zur Besucherzusammensetzung, zur Mobilität der Besucher und zu deren Einstellungen vorgestellt.

Es ist wichtig darauf hinzuweisen, dass in einer methodisch als Passantenbefragung angelegten Studie keine repräsentative Stichprobe zur gesamten Besuchergruppe vorliegen kann.³ Die hier vorgestellten Zahlen und Verhältnisse geben nur Tendenzen und einfache Zusammenhänge wieder.

¹ Vgl. Dierkes, Meinhof/Grote, Claudia von (Hg.): *Between Understanding and Trust: The Public, Science and Technology*, Harwood Academic Pub.: 2000

² Vgl. Lippl, Bodo/Wegener, Bernd (2004): *Besucherumfrage zur Langen Nacht der Wissenschaften 2004*, Berlin: Humboldt-Universität zu Berlin. Und vgl. Fabian, Gregor/Wegener, Bernd (2005): *Besucherumfrage zur Langen Nacht der Wissenschaften 2005*, Berlin: Humboldt-Universität zu Berlin.

³ Vgl. Friedrichs, Jürgen/Wolf, Christof (1990): *Die Methode der Passantenbefragung*, in: *Zeitschrift für Soziologie* 19, 46-56.

2. Methodische Beschreibung

Die Erhebung wurde mittels einer schriftlichen Befragung unter den Besuchern an 10 beteiligten wissenschaftlichen Einrichtungen durchgeführt. Der zweiseitige Fragebogen wurde so gestaltet, dass die ausgefüllten Fragebögen maschinell eingelesen und kodiert werden können. Die Besucher wurden an den 10 ausgewählten Standorten in der Zeit zwischen 17:00 und 23:00 Uhr von geschulten „Interviewer/innen“ (Studierende der Empirischen Sozialforschung) beim Verlassen des Befragungsortes am Ausgang angesprochen, um den kurzen schriftlichen Fragebogen selbst auszufüllen und danach in eine vorbereitete Sammelbox zu werfen. Das Ausfüllen des Fragebogens dauerte in der Regel nicht länger als 5 – 10 Minuten, so dass den Befragten nur geringe zeitliche Verluste in ihrem Besuchsprogramm entstanden sein dürften. Der Fragekatalog richtete sich im Wesentlichen an der Vorjahresuntersuchung aus. Einige wenige Fragen aus der Vorjahresuntersuchung wurden durch neue Fragen ersetzt, mit denen die weitere Abendplanung der Befragten nach der Langen Nacht eruiert werden sollte. Der Fragebogen wurde einem Pretest unter Studierenden unterzogen, um die Praxistauglichkeit des Erhebungsinstruments sicherzustellen.

Das Auswahlverfahren der Befragten kann als mehrstufig charakterisiert werden. Die Auswahl der 10 Befragungsstandorte in einem ersten Schritt wurde nach folgenden Kriterien vorgenommen: nach Besucherzahlen im Vorjahr, Routen- bzw. Standortzugehörigkeit sowie der Zugehörigkeit der Einrichtung nach Wissenschaftsdisziplinen. In einem zweiten Schritt wurden im Erhebungszeitraum alle Besucher beim Verlassen der Einrichtung angesprochen, an der Umfrage teilzunehmen. Bei der Auswahl der Befragten galt folgendes Kriterium: Grundsätzlich sind alle Befragten so lange anzusprechen, bis alle Ausfüllplätze belegt sind. Mit diesem Auswahlverfahren kann zwar keine reine Zufallsstichprobe unter den Besuchern gezogen werden. Diese wäre auch nur sehr schwer und vor allem nur äußerst kostenintensiv angesichts der zahlreichen Einrichtungen zu realisieren. Durch die einzelnen Auswahlkriterien ist jedoch zumindest eine systematische Erhebung gewährleistet.

Die Durchführung der Befragung verlief im Wesentlichen ohne größere Probleme, auch wenn die Erhebungsbedingungen an den verschiedenen Befragungsstandorten unterschiedlich waren. Die Bereitstellung von Tischen, Stühlen und anderen notwendigen Materialien zur Besucherumfrage an den einzelnen Befragungsstandorten lief ebenfalls ohne Probleme. Die Befragten wurden von den geschulten „Interviewer/innen“ persönlich angesprochen, zur Teilnahme motiviert und standen bei Rückfragen hilfreich zur Verfügung. Diese Vorgehensweise hat wesentlich zum hohen Rücklauf und zur guten Datenqualität beigetragen. Da die Besucher in der Regel mehrere Einrichtungen besuchen, kann eine Mehrfachteilnahme zwar nicht vollständig ausgeschlossen werden, ist aber dennoch sehr unwahrscheinlich, weil kaum vorstellbar ist, dass ein Besucher sich zweimal der Befragung unterzieht. Die ausgefüllten Fragebögen wurden maschinell eingelesen und vor der Analy-

se einer umfassenden Datenbereinigung und -kontrolle unterzogen. Eine Übersicht über die Anzahl der ausgefüllten Fragebögen sowie die an den Ausgängen gezählten Besucher nach Befragungsstandorten findet sich in Tabelle 1.

Tabelle 1: Fallzahl der Umfrage und gezählte Besuche nach Befragungsstandort

Befragungsstandort	Fallzahl	Prozent	Besucher	Prozent
Zentrum für Luft- und Raumfahrt (Adlershof)	148	10,0 %	3.148	7,5 %
Erwin-Schrödinger-Zentrum (Adlershof)	138	9,3 %	8.174	19,6%
Medizinischer Campus Buch	141	9,5 %	3.415	8,2 %
TU - Hauptgebäude (Charlottenburg)	212	14,3 %	10.147	24,3 %
Technische Fachhochschule (Wedding)	185	12,5 %	4.148	9,9 %
Konrad-Zuse-Zentrum (Dahlem)	85	5,7 %	782	1,9 %
Rostlaube der Freien Universität (Dahlem)	120	8,1 %	5.533	13,2 %
HU - Hauptgebäude (Mitte)	212	14,3 %	3.535	8,5 %
Rheumaforschungszentrum (Mitte)	121	8,2 %	1.716	4,1 %
GeoForschungszentrum (Potsdam)	120	8,1 %	1.162	2,8 %
Insgesamt:	1.482	100 %	41.760	100 %

3. Besucherstruktur

Informationen darüber, welche Personen die Lange Nacht besucht haben, können durch eine Analyse zentraler demographischer Variablen gewonnen werden. Danach sind 51 % der Befragten weiblich und 49 % männlich, weshalb trotz geringer Unterschiede zwischen Berlin und Brandenburg davon gesprochen werden kann, dass die Lange Nacht von beiden Geschlechtern gleichermaßen angenommen wird. Auch verteilen sich Männer und Frauen auf fast alle Standorte gleichermaßen. Ausnahmen hierbei bilden einerseits das Luft- und Raumfahrtzentrum, wo über 60 % der Besucher Männer waren und andererseits die Rostlaube der Freien Universität, in der über 60 % der Besucher Frauen waren. 72 % der Besucher kommen aus Berlin, 19 % aus Brandenburg und 10 % geben an, in anderen Bundesländern oder im Ausland zu wohnen. Damit setzt sich der Trend der letzten Jahre fort, dass die Anzahl der in Berlin Ansässigen als Besucher leicht abnimmt während die aus Brandenburg und anderen Bundesländern zunimmt (siehe Tabelle 2).

Der Anteil der brandenburgischen Besucher ist mit über 50 % am stärksten im GeoForschungszentrum in Potsdam, was aufgrund der Lage des Institutes in Brandenburg erklärt werden kann. Weiterhin ist der Anteil an Brandenburgern besonders an den Standorten Buch und Adlershof groß, was sicherlich an der leichten Erreichbarkeit dieser Standorte aus dem Umland liegen könnte. Besonders stark werden die Standorte in Mitte (das Hauptgebäude der Humboldt-Universität und das Rheumaforschungszentrum) von Besuchern aus anderen Bundesländern und dem Ausland frequentiert, die Standorte Dahlem und Charlottenburg hingegen sind vor allem von Berlinern besucht worden (siehe Tabelle 3).

Tabelle 2: Anteile der Befragten nach Geschlecht und Wohnort

Wohnort	Geschlecht		Insgesamt
	Männlich	Weiblich	
Berlin	457	500	957
	47,8 %	52,2 %	100,0 %
	70,1 %	73,6 %	71,9 %
Brandenburg	138	112	250
	55,2 %	44,8 %	100,0 %
	21,2 %	16,5 %	18,8 %
Andere Bundesländer/Ausland	57	67	124
	46,0 %	54,0 %	100 %
	8,7 %	9,9 %	9,3 %
Insgesamt	652	679	1.331
	49,3 %	50,7 %	100,0 %
	100,0 %	100,0 %	

Tabelle 3: Anteile der Befragten nach Wohnort und Befragungsort (je Zeile 100 %)

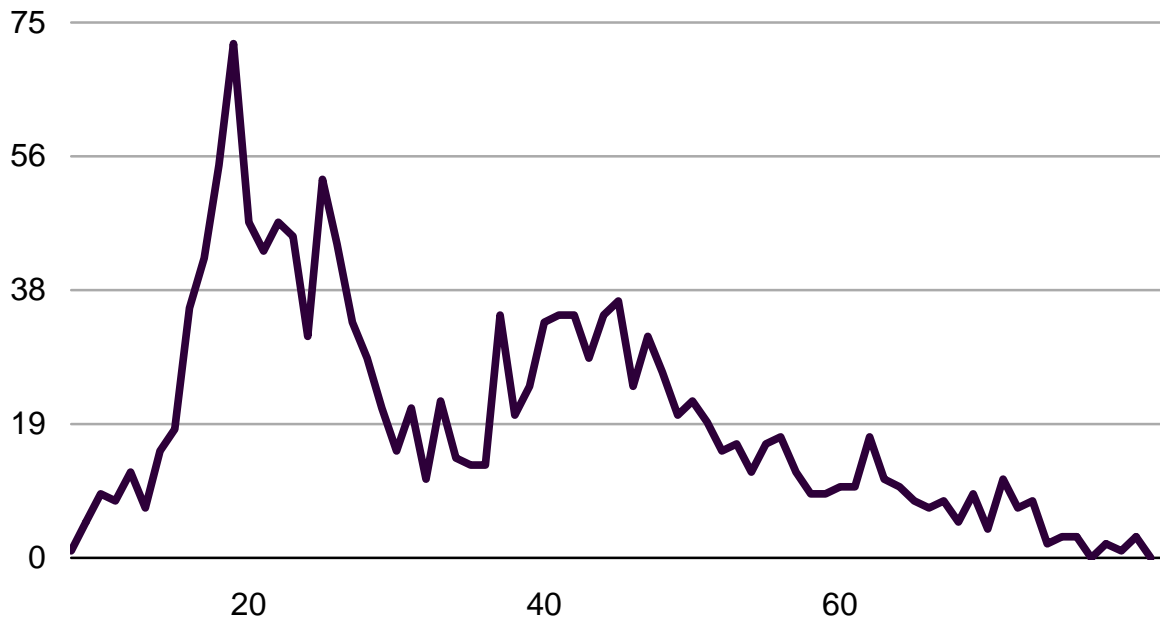
Standort	Wohnort		
	Berlin	Brandenburg	andere Bundesländer/Ausland
Zentrum für Luft- und Raumfahrt (Adlershof)	79,6 %	14,1 %	6,3 %
Erwin-Schrödinger-Zentrum (Adlershof)	71,1 %	21,5 %	7,4 %
Medizinischer Campus Buch	73,5 %	23,5 %	3,0 %
TU-Hauptgebäude (Charlottenburg)	80,0 %	8,7 %	11,3 %
Technische Fachhochschule (Wedding)	73,9 %	14,2 %	11,9 %
Konrad-Zuse-Zentrum (Dahlem)	84,2 %	11,0 %	4,8 %
Rostlaube der Freien Universität (Dahlem)	86,2 %	9,2 %	4,6 %
HU-Hauptgebäude (Mitte)	63,6 %	21,5 %	14,9 %
Rheumaforschungszentrum (Mitte)	68,1 %	16,8 %	15,0 %
GeoForschungszentrum (Potsdam)	37,6 %	52,1 %	10,3 %
Insgesamt	71,6 %	18,9 %	9,5 %

Werden die Besucher hinsichtlich ihrer Altersstruktur betrachtet (siehe Grafik 1), zeigt sich, dass die Lange Nacht besonders stark von jungen Menschen besucht wird. So liegt der Anteil der 16 – 25-jährigen am gesamten Besucheraufkommen bei einem Drittel. Während die Altersgruppe der jungen Erwachsenen zwischen 26 und 35-Jahren nur noch 15 % ausmachen. Die Gruppe der 36 – 50-jährigen ist hingegen wieder verstärkt an der Langen Nacht interessiert und stellt mit knapp 30 % fast ein Drittel am Besucheraufkommen. In der Gruppe der über 50-jährigen nimmt der Anteil der Besucher mit dem Alter kontinuierlich ab.

Der jüngste Befragte war 8 Jahre, der älteste 85 Jahre alt. Das Durchschnittsalter liegt bei 35 Jahren mit einer Standardabweichung von 16 Jahren. Dementsprechend waren 95 % der Besucher

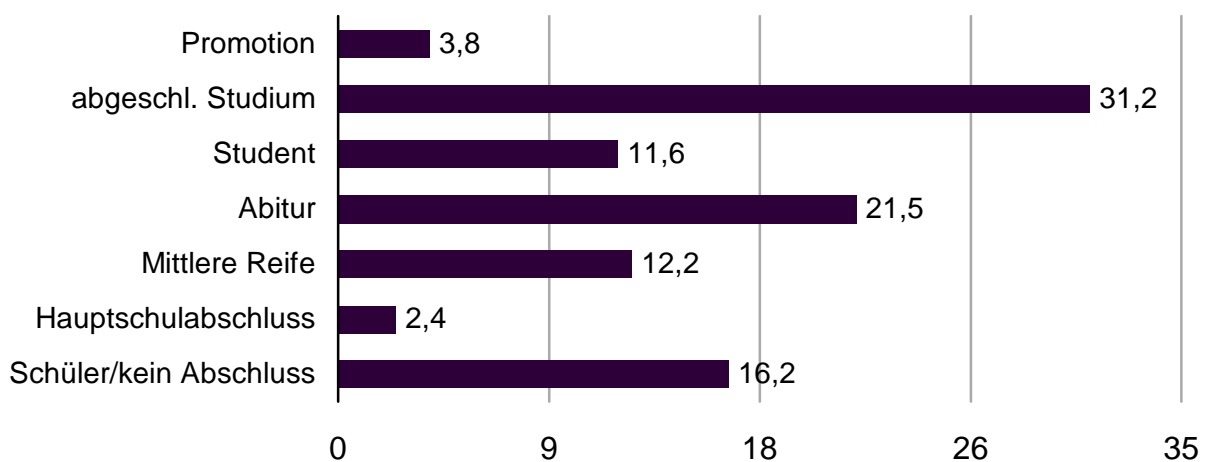
zwischen 19 und 51 Jahren. Betrachtet man das Alter nach Geschlecht, ergeben sich keine geschlechtsspezifischen Unterschiede in den einzelnen Altersgruppen. Lediglich in der Gruppe der über 60-jährigen liegt der Anteil der Männer bei 60 %.

Grafik 1: Altersverteilung



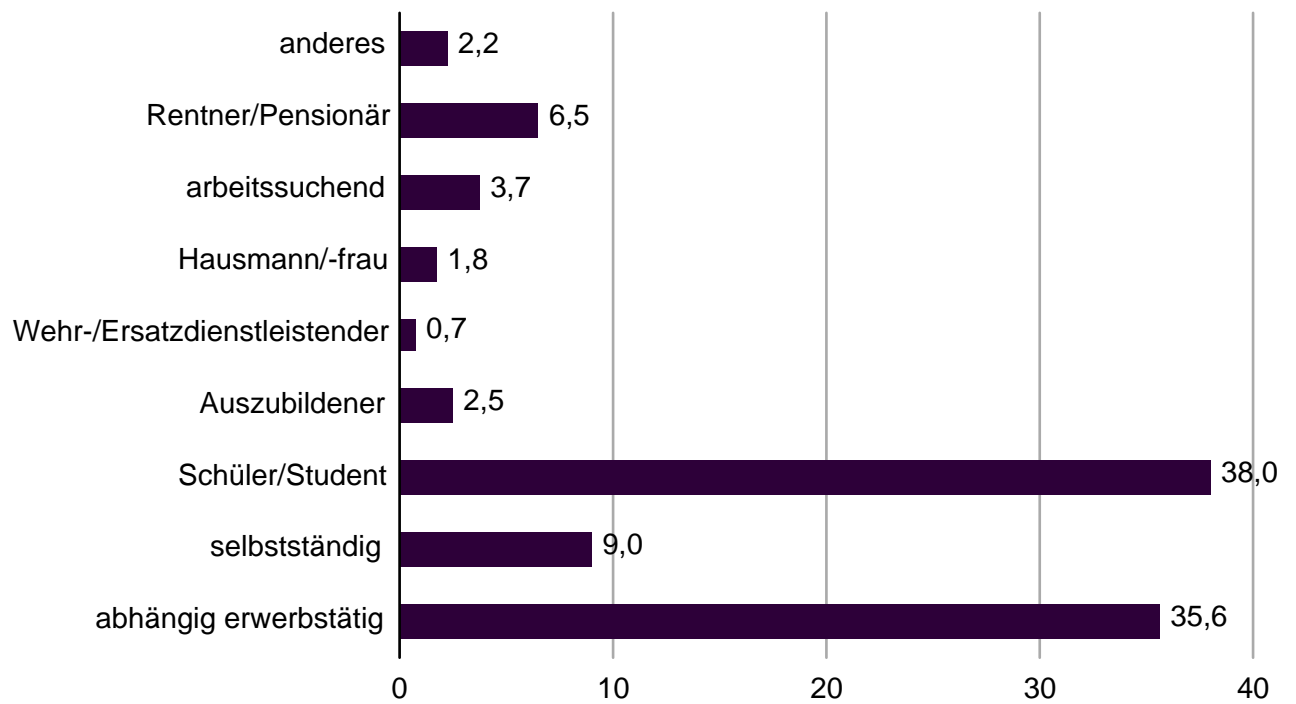
Hinsichtlich der schulischen und beruflichen Bildung sowie des Erwerbsstatus kann festgestellt werden, dass vor allem höher Gebildete die Lange Nacht besuchen (Grafik 2). Ein Drittel der Besucher haben ein abgeschlossenes Studium oder haben promoviert. Fast 12 % der Besucher sind Studierende, womit deren Anteil im Vergleich zu den Vorjahren etwas rückläufig ist. Die Anteile der Abiturienten mit fast 22 % und der Schüler mit 16 % liegen dagegen etwas höher als in den Vorjahren.

Grafik 2: Anteile der Befragten nach Bildung (in Prozent)



Grafik 3 zeigt die Verteilung nach dem Erwerbsstatus der Befragten. Danach sind es wie in den Vorjahren Schüler und Studenten mit 38 % sowie die abhängig Erwerbstätigen mit 36 %, welche insgesamt den Großteil der Besucher ausmachen. Es folgen mit 9 % die Gruppe der Selbstständigen und dann die Gruppe der Rentner und Pensionäre mit fast 7 %.

Grafik 3: Anteile der Befragten nach Erwerbsstatus (in Prozent)



4. Besucherformationen

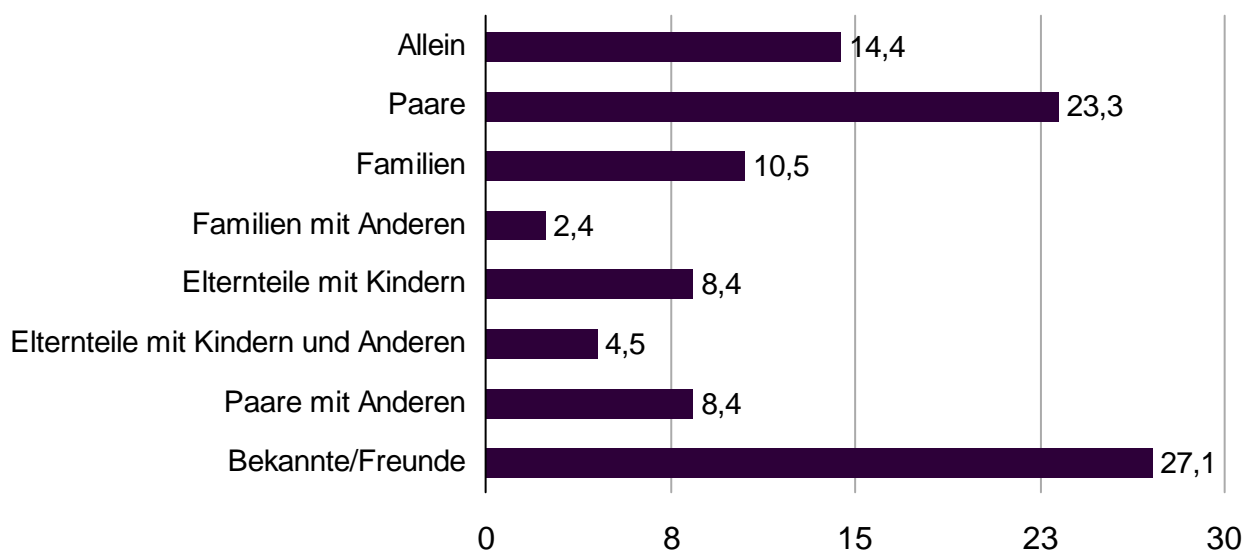
Die Lange Nacht ist ein Ereignis, das mit anderen Menschen gemeinsam erlebt wird. Aus Tabelle 4 ist ersichtlich, dass nur 14 % der Besucher allein dort gewesen sind. Knapp 40 % der Befragten sind zu zweit unterwegs und weitere 30 % in Kleingruppen zu drei oder vier Personen. Wirkliche Großgruppen mit sechs und mehr Personen sind nur zu 6 % vertreten und stellen damit eher die Ausnahme dar.

Tabelle 4: Größe der Besuchergruppen

Gruppengröße	Prozent
allein	14,4 %
zu zweit	39,0 %
zu dritt bis zu viert	19,3 %
zu fünft bis zu sechst	4,3 %
über sechs Personen	5,9 %

In welchen unterschiedlichen Formationen die Teilnehmer in der Langen Nacht unterwegs sind (mit/ohne Partner, mit/ohne Kind/er, mit/ohne andere Begleiter), lässt sich anhand der Grafik 4 veranschaulichen. Insgesamt sind 27 % aller Befragten mit einem oder mehreren Kindern unterwegs. Im Vergleich zu den Vorjahren stieg diese Gruppe um 5 % an. Weiterhin verbringen 45 % die Lange Nacht gemeinsam mit ihrem Partner (und ggf. anderen). Gruppen ohne familiäre Bindungen machen 27 % der Gesamtbesucher aus.

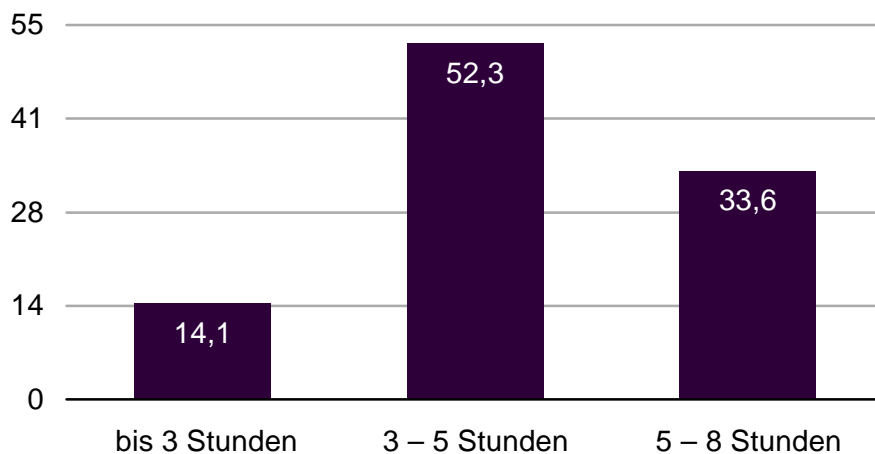
Grafik 4: Besucherformationen (in Prozent)



5. Zeitmanagement der Besucher

Ebenso von Interesse ist, wie viel Zeit die Besucher in der Langen Nacht verbringen und zu welcher Uhrzeit die Besucher an welchen Einrichtungen in der Langen Nacht am aktivsten sind. Aus Grafik 5 geht hervor, dass die Hälfte der Besucher insgesamt drei bis fünf Stunden eingeplant haben, um sich Veranstaltungen und Präsentationen der Wissenschaftseinrichtungen anzuschauen. Ein Drittel der Besucher gibt sogar an, bis zu acht Stunden im Rahmen der Langen Nacht zu verbringen. Da nur 14 Prozent der Besucher eigenen Angaben zufolge bis zu drei Stunden teilnehmen, kann festgehalten werden, dass die Lange Nacht aus der Sicht der Besucher als eine Veranstaltung charakterisiert werden, die in zeitlicher Hinsicht eher extensiv genutzt wird.

Grafik 5: Verweildauer in der Langen Nacht (in Prozent)



Wird die geplante Verweildauer nach Standorten betrachtet (nicht abgebildet), lässt sich feststellen, dass die Standorte GeoForschungsZentrum Potsdam, der medizinische Campus Buch und die Rostlaube der Freien Universität verstärkt Kurzbesucher anziehen. Hier geben jeweils rund 20 % der Befragten an, nur bis zu drei Stunden für die Lange Nacht eingeplant zu haben. Hingegen haben die Befragten im Konrad-Zuse-Zentrum und dem Deutschen Rheumaforschungszentrum überdurchschnittlich viel Zeit eingeplant.

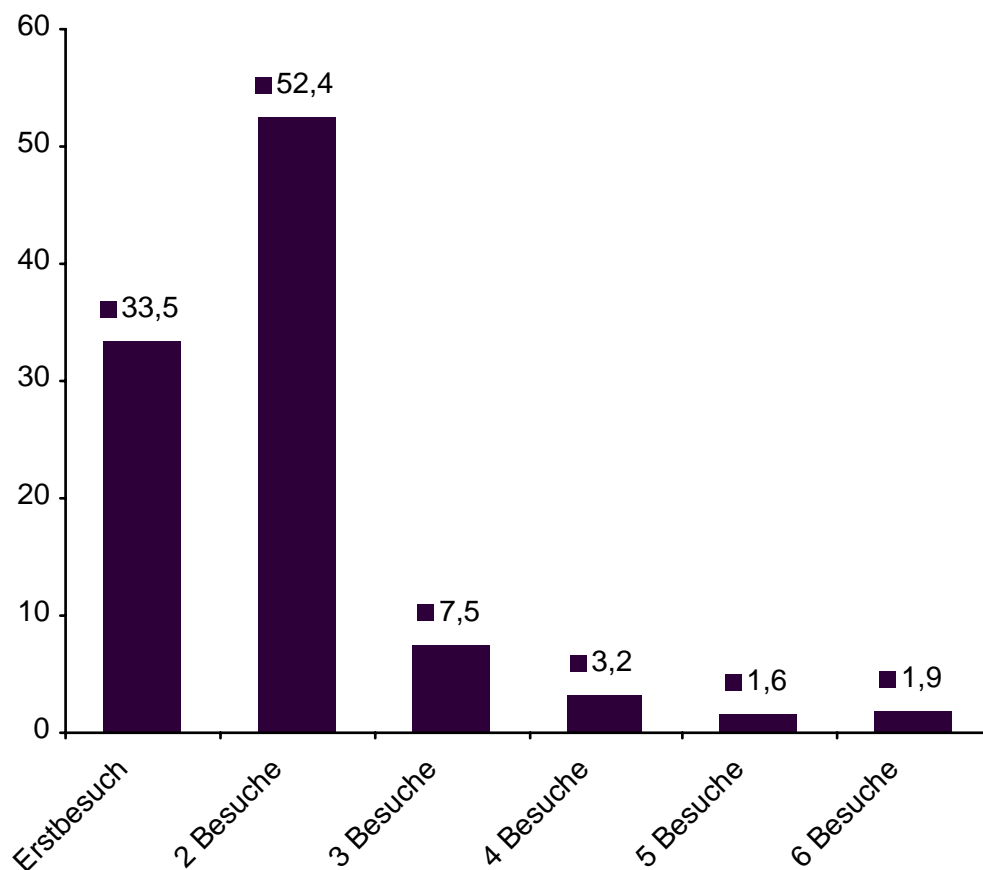
Ferner ist festzustellen (nicht abgebildet), dass Kurzbesucher der Tendenz nach eher später die ersten Einrichtungen verlassen haben als Besucher, die länger auf der Langen Nacht bleiben. Demnach sind Kurzbesucher vor allem zwischen 20 und 22 Uhr unterwegs. Während die Besucher, die mehr Zeit eingeplant haben, zwischen 19 und 21 Uhr die erste Einrichtung verlassen haben.

6 Wiederholter Besuch oder Erstbesuch?

Im Gegensatz zu den Vorjahren verringerte sich der Anteil der Erstbesucher auf ein Drittel der Gesamtbesucherzahl, während die restlichen 66 % der Besucher schon mindestens einmal die Lange Nacht besucht haben. In Grafik 6 sind die Besucher nach Häufigkeit des Besuches in der Langen Nacht seit 2001 dargestellt. Etwas über die Hälfte der Besucher sind zum zweiten Mal in der Langen Nacht, davon waren 23 % bereits im letzten Jahr dabei. 10 % der Befragten kommen sogar seit 2004 kontinuierlich zur Langen Nacht.

Daraus kann gefolgert werden, dass es der Langen Nacht gelungen ist, seit 2003 Jahr für Jahr eine immer größere Gruppe von Besuchern zum Wiederkommen zu motivieren, und somit einen festen Interessentenstamm aufzubauen.

Grafik 6: Häufigkeit des Besuches (in Prozent)



7. Interesse an den Standorten

Auf die Frage, welche Standorte die Befragten unserer Stichprobe am Ende der Langen Nacht aufgesucht haben werden, ergibt sich folgendes Bild (siehe Grafik 7): Der populärste Standort unter den Besuchern ist Mitte, gefolgt von Adlershof und Charlottenburg. Dahlem und Wedding befinden sich im Mittelfeld des Interesses, wohingegen die eher abgelegenen Standorte Buch und Wannsee/Potsdam jeweils etwas mehr als 10 % der Besucher anlocken.

Der Großteil der Besucher ist bemüht, zwei bis drei Standorte zu besichtigen. Die angegebenen Kombinationen variieren stark je nach Lage des Befragungsstandortes, ob zentral oder peripher, Uhrzeit, Erreichbarkeit und Gruppengröße. In Tabelle 5 sind die häufigsten Zweierkombinationen von Standorten aufgeführt. Demnach ist die Kombination zentraler innerstädtischer Einrichtungen am häufigsten unter den Besuchern zu beobachten. Weiterhin ist der Standort Mitte zu dem zentralen Anlaufpunkt in der Langen Nacht geworden, die drei häufigsten Kombinationen gehen von einem peripheren Standort nach Mitte bzw. umgekehrt.

Nur ein geringer Anteil der Besucher nimmt sehr weite Strecken durch das gesamte Stadtgebiet auf sich. So gibt es beispielsweise nur einen Besucher des medizinischen Campus Buchs, der danach noch den Standort Potsdam besichtigen wollte.

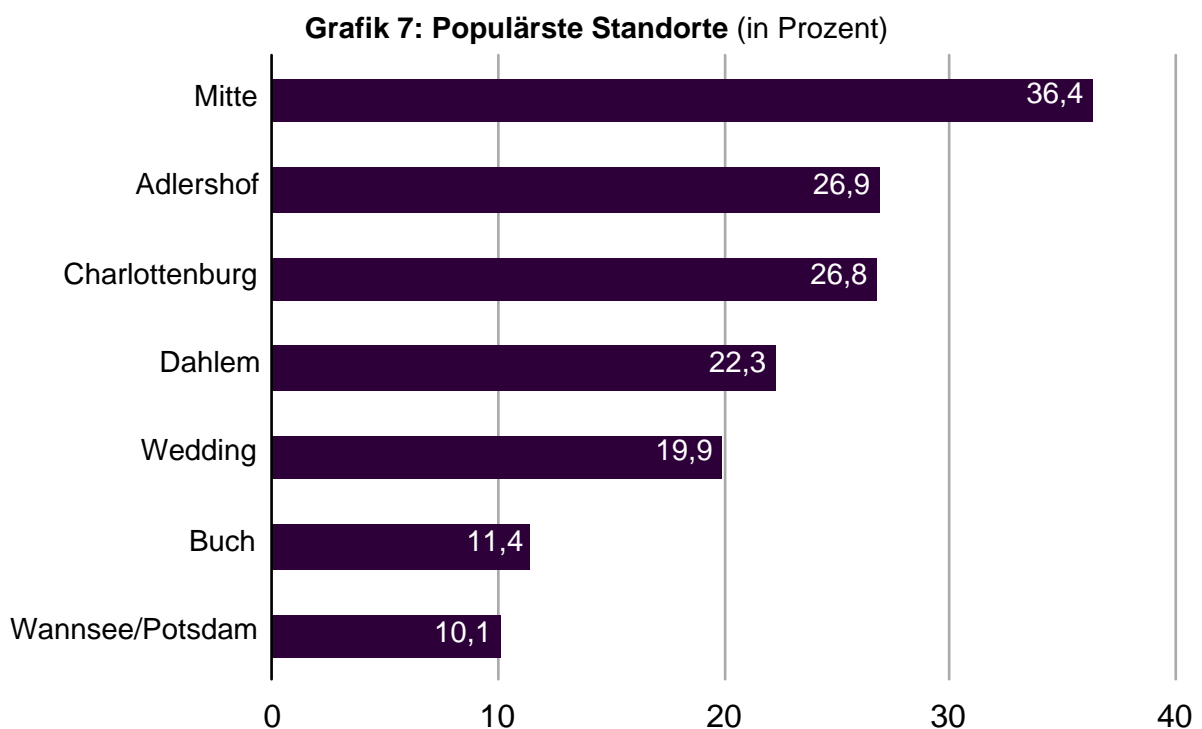
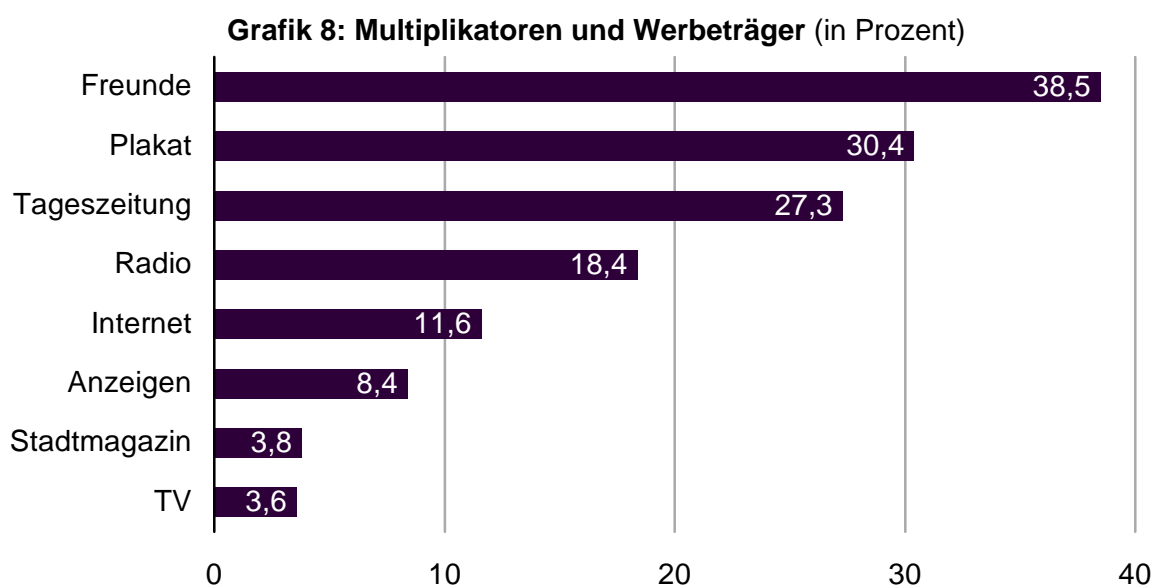


Tabelle 5: Häufigsten Standortpaarungen

Standortkombinationen	Prozent
Charlottenburg/Mitte	41,2 %
Dahlem/Mitte	30,2 %
Buch/Mitte	29,0 %
Adlershof/Mitte	22,7 %
Charlottenburg/Dahlem	16,4 %
Adlershof/Charlottenburg	15,3 %
Adlershof/Dahlem	14,8 %
Buch/Charlottenburg	12,4 %

8. Multiplikatoren und Werbeträger

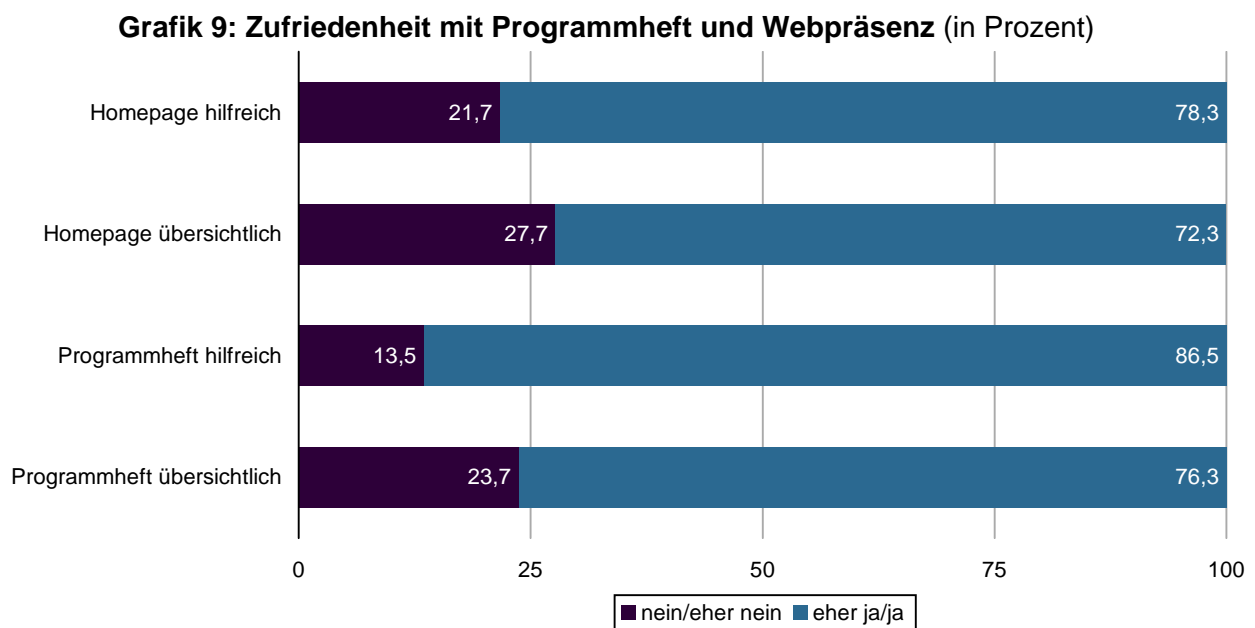
Über welche Werbeträger oder Multiplikatoren potentielle Besucher auf die Lange Nacht der Wissenschaften aufmerksam gemacht wurden, wird in Grafik 8 dargestellt. Die Übersicht zeigt, dass es im Vergleich zu den Vorjahren keine wesentlichen Veränderungen gegeben hat. Die wichtigste Motivation zum Besuch der Langen Nacht bleibt die Werbung im Freundeskreis, gefolgt von Plakaten im öffentlichen Raum und Berichten in den Tageszeitungen. Knapp ein Fünftel der Besucher wurde durch das Radio auf die Lange Nacht aufmerksam gemacht. Am wenigsten wurden die Besucher über Stadtmagazine und das Fernsehen angeregt.



9. Programmheft und Webpräsenz

Informationen über die Organisation und die Veranstaltungen im Rahmen der Langen Nacht erhalten die Besucher über die Webseite und das Programmheft. Wie hilfreich und übersichtlich diese von den Besuchern eingeschätzt werden, ist daher von zentraler Bedeutung. Das Programmheft ist immer noch die wichtigste Orientierungshilfe in der Langen Nacht und wird von 63 % der Besucher genutzt. Immerhin die Hälfte der Besucher hat die Website besucht (50 %). Damit zeigt sich, dass das Gewicht des Mediums Internet auch für die Informationspolitik im Rahmen der Langen Nacht bedeutender geworden ist.

In der Grafik 9 sind die Einschätzungen der Besucher zu Homepage und Programmheft hinsichtlich ihrer Nützlichkeit und Übersichtlichkeit dargestellt. Der überwiegende Anteil der Besucher finden sowohl Programmheft als auch Homepage hilfreich und übersichtlich. Ungefähr ein Viertel der Befragten empfinden beide Informationsmedien zwar meist nicht völlig unübersichtlich, jedoch hinsichtlich der Übersichtlichkeit noch verbesserungswürdig.

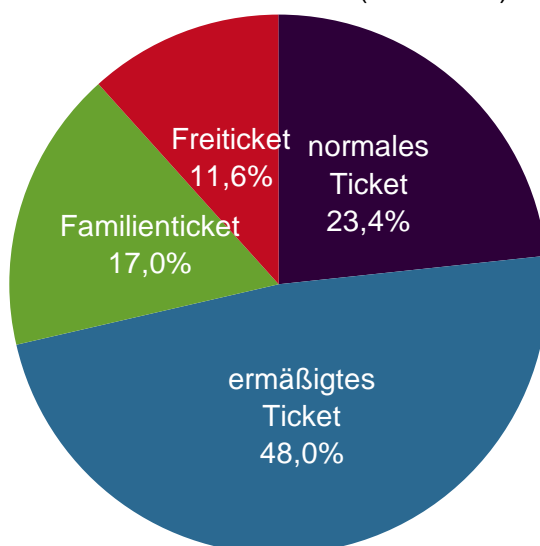


10. Ticketart

Eine Übersicht der Verteilung der verschiedenen Tickets, welche die Besucher erworben haben, ergibt sich aus Grafik 10.⁴ Das am meisten verkaufte Ticket des Abends war das ermäßigte Ticket, was sich durch den hohen Anteil von Studenten und Schülern am Besucheraufkommen erklärt. Das normale Ticket wurde von fast einem Viertel der Besucher erworben, gefolgt von dem Familienticket und dem Freiticket.

⁴ Das Late-Night-Ticket ist in der Befragung nicht berücksichtigt worden. Da die Erhebung an den verschiedenen Standorten durchschnittlich bis 23 Uhr andauerte und dieses Ticket erst ab diesem Zeitpunkt gültig ist, ist es sehr unwahrscheinlich, dass Nutzer dieses Tickets noch in die Stichprobe gelangen.

Grafik 10: Ticketarten (in Prozent)



11. Mobilität zu und an den Standorten

Wie kommen die Besucher zu den Standorten und inwieweit nutzen sie den Bus-Shuttle-Service an diesen Standorten? Insgesamt geben 37 % der Befragten an, dass sie keine öffentlichen Verkehrsmittel nutzen, die anderen 63 % dagegen nutzen den ÖPNV Berlins und Potsdams.

Von denen, die nicht den ÖPNV nutzen, sind 76 % mit dem Pkw oder Motorrad, 15 % mit dem Rad und 10 % zu Fuß unterwegs. Die Nutzer des ÖPNV haben zu 47 % das Kombiticket der Langen Nacht erworben, 53 % besitzen bereits anderweitige Beförderungsausweise (siehe Tabelle 6).

Tabelle 6: Mobilität

Öffentliche Verkehrsmittel zu den Standorten genutzt?					
	Nein			Ja	
Prozent (Sum. tot. 100 %)	37,2 %			62,8 %	
	Wie dann hingekommen?			Kombiticket benötigt?	
	zu Fuß	mit Rad	mit Pkw	Ja	Nein
Prozent (Sum. je 100 %)	9,8 %	14,5 %	75,7 %	47,3 %	52,7 %
Prozent (Sum. tot 100 %)	5,0 %	6,5 %	27,2 %	29,1 %	32,2 %

In Tabelle 7 ist die Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs nach Standorten getrennt aufgelistet. Hier zeigt sich, dass dieser wie bereits in den Vorjahren im innerstädtischen Bereich stark genutzt wird. So nutzen 80 % der Besucher in Mitte die BVG um zu den Standorten dort zu gelangen oder wieder von diesen wegzufahren. Hingegen setzt sich die Tendenz weiter fort, periphere

Standorte (wie Adlershof, Buch, Potsdam) und sogar nähere Standorte (wie Dahlem) mit dem eigenen Auto anzufahren.

Tabelle 7: Mobilität nach Standorten

	BVG genutzt?		Sondern:			Kombiticket?	
	Nein	Ja	zu Fuß	mit Rad	mit Pkw	Ja	Nein
TU Hauptgebäude	32,0 %	68,0 %	13,1 %	14,8 %	72,1 %	48,5 %	51,5 %
Zuse-Zentrum	32,9 %	67,1 %	21,7 %	n.A.	78,3 %	48,2 %	51,9 %
FU Rostlaube	49,1 %	50,9 %	2,1 %	40,4 %	57,5 %	31,6 %	68,4 %
Schrödinger-Zentrum	44,6 %	55,4 %	12,9 %	6,5 %	80,7 %	61,4 %	38,6 %
GFZ Potsdam	56,7 %	43,3 %	1,6 %	14,5 %	83,9 %	66,0 %	34,0 %
DLR Adlershof	45,4 %	54,6 %	3,3 %	8,2 %	88,5 %	45,7 %	54,3 %
HU Hauptgebäude	22,2 %	77,8 %	4,7 %	23,3 %	72,1 %	43,3 %	56,7 %
med. Campus Buch	54,3 %	45,7 %	16,9 %	14,1 %	69,0 %	44,1 %	55,9 %
Dt. Rheumazentrum	15,2 %	84,8 %	26,3 %	10,5 %	63,2 %	49,0 %	51,0 %
TFH Wedding	32,1 %	67,9 %	9,4 %	9,4 %	81,1 %	43,5 %	56,5 %
Insgesamt	37,2 %	62,8 %	9,8 %	14,5 %	75,7 %	47,3 %	52,7 %

Tabelle 8: Benutzung der Bus-Shuttle

Standort	Bus-Shuttle genutzt?	
	Nein	Ja
TU Hauptgebäude	67,5 %	32,5 %
Zuse-Zentrum	61,0 %	39,0 %
FU Rostlaube	58,2 %	41,8 %
Schrödinger-Zentrum	60,7 %	39,3 %
GFZ Potsdam	60,3 %	39,7 %
DLR Adlershof	61,0 %	39,0 %
HU Hauptgebäude	54,7 %	45,3 %
med. Campus Buch	63,9 %	36,1 %
Dt. Rheumazentrum	50,0 %	50,0 %
TFH Wedding	58,7 %	41,3 %
Insgesamt	59,8 %	40,2 %

Die Bereitschaft der Besucher, den Bus-Shuttle-Service in der Langen Nacht in Anspruch zu nehmen, ist in Tabelle 8 ersichtlich. Demnach wird dieser Service der Langen Nacht insgesamt von 40 % der Besucher genutzt. Wie aber schon in den Vorjahren hängt die Neigung zum Bus-Shuttle vom anvisierten Standort und der generellen Bereitschaft ab, öffentliche Verkehrsmittel zu nehmen. Insgesamt kann die Tendenz festgestellt werden, dass private Verkehrsmittel an den peripheren Standorten stärker gebraucht werden.

12. Einstellungen und Bewertungen

Ebenso wichtig wie das tatsächliche Verhalten und objektive Aspekte sind auch subjektive Bewertungen der Besucher zur Langen Nacht. Deshalb wurden acht Aussagen in den Fragebogen aufgenommen, zu denen die Besucher den Grad ihrer Zustimmung angeben sollten. In Grafik 11 sind die Verteilungen zu den Aussagen aufgelistet von „stimme nicht zu“ bis „stimme zu“. Zu beachten ist, dass die ersten vier Aussagen positiv und die zweite Vierergruppe negativ formuliert sind.

Generell lässt sich erkennen, dass 90 % der Besucher der Langen Nacht insgesamt zufrieden sind. Das Preis-Leistungsverhältnis und die Versorgung mit Speisen und Getränken wird von 70 % der Besucher überwiegend positiv gefunden. Weiterhin scheinen die Angebote in der Langen Nacht für die Besucher ansprechend und verständlich gewesen zu sein, denn 70 % gaben an, dass sie viel gelernt haben und nur 11 % glauben, dass die Lange Nacht eher etwas für Fachleute ist. Schlussendlich meinen 21 % der Besucher, dass es mehr Angebote für Kinder geben sollte. Dementsprechend sind auch 85 % mit der Organisation insgesamt zufrieden. Damit setzt sich die positive Bewertung der Langen Nacht durch die Besucher weiterhin fort.

Grafik 11: Einstellungen und Bewertungen (in Prozent)

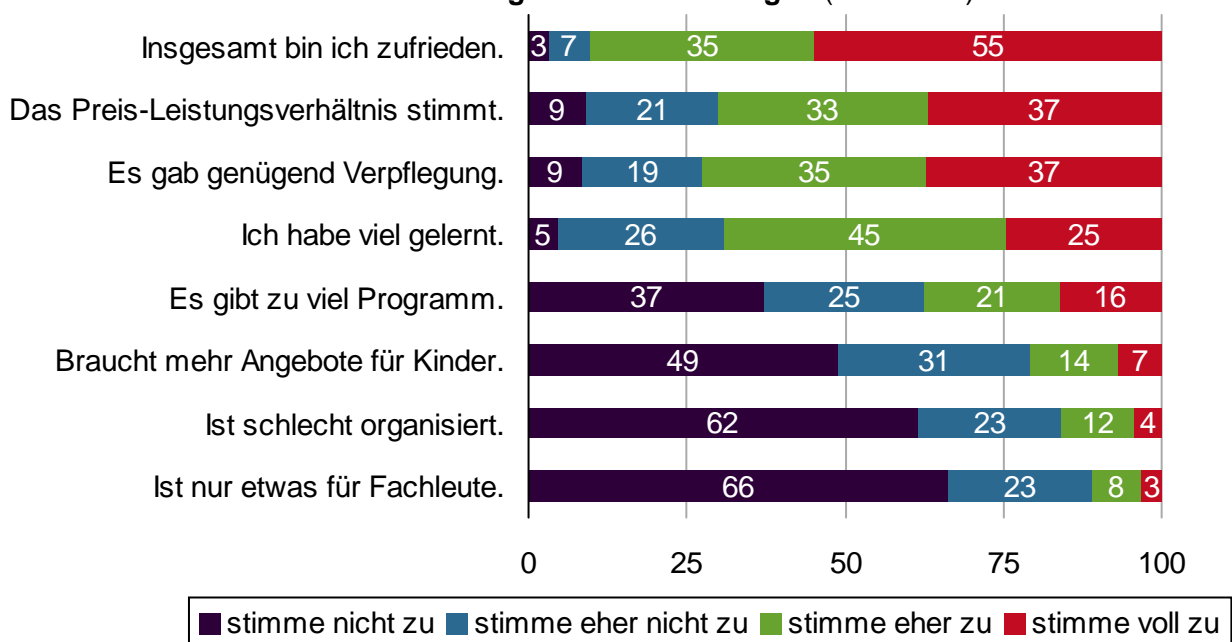


Tabelle 9a: Zustimmung zu positiven Aussagen nach Gruppen (in Prozent)

	Insgesamt zufrieden	Preis/Leist- ungsverh.	Genügend Verpflegung	Viel gelernt
Insgesamt	90,1 %	70,1 %	72,4 %	69,0 %
<i>Standort</i>				
TU Hauptgebäude	90,3 %	70,8 %	73,1 %	62,2 %
Zuse-Zentrum	96,1 %	71,2 %	78,9 %	75,7 %
FU Rostlaube	89,3 %	70,7 %	74,2 %	70,8 %
Schrödinger-Zentrum	95,4 %	70,1 %	79,5 %	68,3 %
GFZ Potsdam	91,7 %	68,4 %	75,5 %	74,5 %
DLR Adlershof	89,9 %	75,8 %	76,2 %	70,8 %
HU Hauptgebäude	86,6 %	67,2 %	60,9 %	60,4 %
med. Campus Buch	92,7 %	70,8 %	70,6 %	83,2 %
Dt. Rheumazentrum	94,0 %	72,8 %	73,3 %	71,4 %
TFH Wedding	82,7 %	66,3 %	71,4 %	67,4 %
<i>Wie oft dabei?</i>				
Erstbesuch	92,9 %	72,8 %	75,0 %	71,4 %
öfter dabei	88,5 %	68,9 %	71,0 %	67,8 %
<i>Geschlecht</i>				
männlich	89,6 %	67,9 %	72,4 %	68,7 %
weiblich	91,3 %	72,0 %	73,3 %	70,0 %
<i>Kind(er)</i>				
ohne Kind(er)	89,5 %	70,8 %	71,9 %	67,3 %
mit Kind(er)	91,7 %	68,2 %	74,0 %	73,9 %
<i>Bildung</i>				
Schüler	92,0 %	68,5 %	70,9 %	75,9 %
Mittlere Reife	91,1 %	76,2 %	70,2 %	72,2 %
Abitur	89,6 %	70,6 %	73,7 %	67,5 %
im Studium	87,3 %	65,8 %	71,6 %	52,3 %

In den Tabellen 9a und 9b kann die Zustimmung zu den einzelnen Aussagen nach verschiedenen soziodemographischen Variablen und den Standorten entnommen werden. In Tabelle 10a sind die

Aussagen mit positiven Formulierungen zusammengestellt und in Tabelle 10b die mit negativen. Für die Prozentangaben der Zustimmung zu den Aussagen sind die Antwortkategorien „stimme eher zu“ und „stimme zu“ zusammengefasst worden.

Tabelle 9b: Zustimmung zu negativen Aussagen nach Gruppen (in Prozent)

	Schlecht organisiert	Nur für Fachleute	Mehr für Kinder	Zu viel Programm
Insgesamt	15,9 %	11,0 %	20,7 %	37,5 %
<i>Standort</i>				
TU Hauptgebäude	12,4 %	10,0 %	22,8 %	37,7 %
Zuse-Zentrum	14,9 %	4,2 %	15,0 %	38,9 %
FU Rostlaube	22,6 %	10,8 %	33,0 %	41,8 %
Schrödinger-Zentrum	15,0 %	12,6 %	18,2 %	32,2 %
GFZ Potsdam	15,2 %	10,2 %	23,3 %	34,7 %
DLR Adlershof	16,4 %	14,4 %	22,0 %	32,1 %
HU Hauptgebäude	20,0 %	9,0 %	16,6 %	40,4 %
med. Campus Buch	16,2 %	12,6 %	14,3 %	37,5 %
Dt. Rheumazentrum	13,7 %	11,1 %	16,7 %	42,3 %
TFH Wedding	12,9 %	12,9 %	24,7 %	37,5 %
<i>Wie oft dabei?</i>				
Erstbesuch	12,7 %	7,6 %	19,6 %	31,8 %
öfter dabei	17,8 %	13,0 %	20,8 %	39,7 %
<i>Geschlecht</i>				
männlich	14,9 %	10,4 %	21,5 %	37,3 %
weiblich	16,5 %	11,7 %	19,9 %	38,1 %
<i>Kind(er)</i>				
ohne Kind(er)	15,5 %	11,2 %	17,2 %	38,1 %
mit Kind(er)	16,9 %	10,5 %	29,3 %	36,1 %
<i>Bildung</i>				
Schüler	13,1 %	15,8 %	20,9 %	38,7 %
Mittlere Reife	17,4 %	12,0 %	27,8 %	41,5 %
Abitur	16,6 %	10,7 %	17,4 %	41,4 %
im Studium	13,5 %	9,3 %	13,8 %	40,0 %

13. Weitere Abendgestaltung

In der diesjährigen Befragung wurden die Besucher zum ersten Mal gefragt, ob und welche weiteren Pläne sie für den Abend nach der Langen Nacht haben. Dabei zeigt sich (siehe Tabelle 10), dass 75,7 % der Befragten keine weiteren Unternehmungen planen. Genauere Analysen (nicht abgebildet) zeigen, dass dies größtenteils Besucher sind, die bis zu acht Stunden für die Lange Nacht eingeplant haben. Etwa ein Viertel der Besucher (überwiegend Kurzbesucher) haben nach der Langen Nacht noch weitere Pläne, die sich überwiegend auf ein Treffen im privaten Rahmen oder auf den Besuch einer Tanzveranstaltung am späteren Abend richten.

Tabelle 10: Abendgestaltung nach der Langen Nacht (in Prozent)

Unternehmen Sie weiteres?	
Nein	75,7 %
Ja	24,3 %
Und was?	
Privates Treffen	44,4 %
Tanzveranstaltung	38,6 %
Kulturveranstaltung	2,8 %
Arbeit	2,5 %
Anderes	11,7 %

14. Fazit

Die Lange Nacht der Wissenschaften 2006 kann insgesamt aus Sicht der Besucher wieder als eine gelungene Veranstaltung bewertet werden. Dies zeigt sich unter anderem daran, dass der Anteil derer, die bereits im letzten Jahr teilgenommen haben und wieder gekommen sind, stark angestiegen ist. Weiterhin zeigen die Bewertungen der Besucher, dass sie mit großer Mehrheit mit der Langen Nacht zufrieden sind. Ein Blick auf die Entwicklung der Besucherbewertungen durch den Vergleich mit den Vorjahresuntersuchungen zeigt, dass diese allgemeine Zufriedenheit von 90 % der Befragten weitgehend gleich bleibt (siehe Tabelle 11). Die Stabilität auch der anderen Bewertungen und Einschätzungen der Besucher in den letzten drei Jahren kann als weiterer Hinweis dafür gewertet werden, dass sich die Lange Nacht in Berlin aus der Sicht der Besucher etabliert hat.

Tabelle 11: Entwicklung der Bewertungen 2004 – 2006 (in Prozent)

	2004	2005	2006
Insgesamt zufrieden	90,6 %	89,9 %	90,1 %
Preis/Leistungsverhältnis	-	67,8 %	70,1 %
Genügend Verpflegung	72,7 %	76,3 %	72,4 %
Viel gelernt	71,5 %	67,6 %	69,0 %
Schlecht organisiert	17,9 %	15,3 %	15,9 %
Nur für Fachleute	10,3 %	10,6 %	11,0 %
Mehr für Kinder	21,5 %	24,1 %	20,7 %
Zu viel Programm	-	34,5 %	37,5 %

Die Lange Nacht ist vermutlich eine der zentralen Großveranstaltungen in Berlin, die verschiedene Gruppen von Menschen aus sehr unterschiedlichen Motivationen und Interessenfeldern anzieht. Um diesen unterschiedlichen Wünschen gerecht zu werden, könnte möglicherweise in Zukunft eine noch gezieltere Identifizierung und Berücksichtigung der verschiedenen Interessen und Erwartungshaltungen der Besucher angestrebt werden. Auch wenn die Lange Nacht der Wissenschaften zweifellos bereits eine starke Resonanz in der Bevölkerung genießt, ließen sich dadurch vielleicht auch neue Besuchergruppen ansprechen.

Verzeichnis der Tabellen und Grafiken

Tabelle 1: Fallzahl der Umfrage und gezählte Besuche nach Befragungsstandort	6
Tabelle 2: Anteile der Befragten nach Geschlecht und Wohnort	7
Tabelle 3: Anteile der Befragten nach Wohnort und Befragungsort	7
Tabelle 4: Größe der Besuchergruppen	10
Tabelle 5: Häufigste Standortpaarungen	15
Tabelle 6: Mobilität.....	16
Tabelle 7: Mobilität nach Standorten	17
Tabelle 8: Benutzung der Bus-Shuttle	17
Tabelle 9a: Zustimmung zu positiven Aussagen nach Gruppen.....	19
Tabelle 9b: Zustimmung zu negativen Aussagen nach Gruppen	20
Tabelle 10: Abendgestaltung nach der Langen Nacht.....	21
Tabelle 11: Entwicklung der Bewertungen 2004 – 2006	22
Grafik 1: Altersverteilung.....	8
Grafik 2: Anteile der Befragten nach Bildung.....	8
Grafik 3: Anteile der befragten nach Erwerbsstatus	9
Grafik 4: Besucherformationen	10
Grafik 5: Verweildauer in der Langen Nacht	11
Grafik 6: Häufigkeit des Besuches.....	12
Grafik 7: Populärste Standorte.....	13
Grafik 8: Multiplikatoren und Werbeträger	14
Grafik 9: Zufriedenheit mit Programmheft und Webpräsenz.....	15
Grafik 10: Ticketarten.....	16
Grafik 11: Einstellungen und Bewertungen zur Langen Nacht	21

Besucherbefragung zur Langen Nacht der Wissenschaften 2006



1. Sind Sie zum ersten Mal bei der Langen Nacht der Wissenschaften in Berlin?

- ja nein → **In welchen Jahren davor waren Sie bereits dabei?**
 2001 2002 2003 2004 2005

2. Wie haben Sie von dieser Langen Nacht erfahren? (Mehrfachnennungen möglich)

- Freunde Plakat Radio TV
 Beitrag in Tageszeitungen Stadtmagazin Anzeigen Internet
 sonstiges: _____

3. Haben Sie sich über das Programm im Programmheft der Langen Nacht informiert?

nein → *weiter mit Frage 4*

ja → **Wie beurteilen Sie das Programmheft der Langen Nacht?**

	1	2	3	4	
überhaupt nicht übersichtlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sehr übersichtlich
überhaupt nicht hilfreich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sehr hilfreich

4. Haben Sie die Internetseite der Langen Nacht (www.langenachtderwissenschaften.de) besucht?

nein → *weiter mit Frage 5*

ja → **Wie beurteilen Sie die Internetpräsentation der Langen Nacht?**

	1	2	3	4	
überhaupt nicht übersichtlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sehr übersichtlich
überhaupt nicht hilfreich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sehr hilfreich

5. Welche der folgenden Standorte werden Sie vermutlich im Rahmen der Langen Nacht aufsuchen? (Mehrfachnennungen möglich)

- Adlershof Buch Charlottenburg/Wedding
 Dahlem Mitte Wannsee/Potsdam
 andere: _____

6. Nutzen Sie die öffentlichen Verkehrsmittel (BVG/S-Bahn), um zu den Standorten zu gelangen?

nein → **Wie sind Sie zu den Standorten der Langen Nacht gekommen?**

- zu Fuß mit dem Rad mit PKW/Motorrad

ja → **Benötigen Sie das Kombiticket, um die öffentlichen Verkehrsmittel zu benutzen?**

- ja nein, ich besitze sowieso ein Ticket für die BVG/S-Bahn

7. Nutzen Sie die Bus-Shuttles hier an diesem Standort?

- ja nein

8. Welches Ticket für die Lange Nacht haben Sie erworben?

- 11 € 7 € (ermäßigt) Familienticket (22 €) Freikarte/Geschenk

9. Mit wem sind Sie in der Langen Nacht unterwegs?

allein

mit mehreren → und zwar mit: Partner(in)

Kinder(n) (bitte Anzahl eintragen)

anderen Erwachsenen (bitte Anzahl eintragen)

bitte wenden →



10. Wie viel Zeit werden Sie voraussichtlich insgesamt in der Langen Nacht verbringen?

- bis 3 Stunden 3 bis 5 Stunden 5 bis 8 Stunden

11. Unternehmen Sie heute Abend neben der Langen Nacht noch etwas anderes außer Haus?

- nein → weiter mit Frage 12
- ja → **Was haben Sie außerdem vor?**
- privates Treffen (Freunde, Familie)
 - andere Kulturveranstaltung (z.B. Kino, Theater)
 - Tanzveranstaltung, Party, Kneipe
 - berufliche Tätigkeit
 - etwas Anderes, und zwar: _____

12. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zur Langen Nacht zu?

	1	2	3	4	
In der Langen Nacht habe ich viel gelernt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	stimme voll zu
Die Lange Nacht der Wissenschaften ist schlecht organisiert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Es gab genügend Angebote zur Verpflegung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Die Lange Nacht ist nur etwas für Fachleute.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Es hätte mehr Angebote für Kinder geben sollen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Das Preis-Leistungsverhältnis der Langen Nacht stimmt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Es gibt zu viele Programmangebote.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Insgesamt bin ich mit der Langen Nacht zufrieden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Angaben zur Person

13. Ihr Geschlecht:

- männlich weiblich

14. Ihr Geburtsjahr:

| 1 | 9 | | |

15. Ihr Wohnort:

- in Berlin in Brandenburg woanders

16. Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie? (bitte nur eine Antwort ankreuzen)

- noch Schüler(in)/kein Abschluss
- Mittlere Reife/POS
- im Studium/Student(in)
- Promotion
- Haupt-/Volksschulabschluss
- Abitur/Fachhochschulreife
- abgeschlossenes Studium
- anderes, und zwar: _____

17. Was sind Sie derzeit? (bitte nur eine Antwort ankreuzen)

- abhängig erwerbstätig
- selbstständig erwerbstätig
- Schüler(in)/Student(in)
- in sonstiger Ausbildung
- anderes, und zwar: _____
- Hausfrau/-mann
- arbeitslos
- in Rente/Pension
- Wehrdienst/Zivildienst/soziales Jahr

18. Gegenwärtige Uhrzeit (Stunden/Minuten):

| | : | | Uhr

19. Ganz allgemein: Was hat Ihnen an der Langen Nacht gut gefallen?

Was hat Ihnen nicht so gut gefallen?

Herzlichen Dank, dass Sie sich Zeit genommen haben!

